



รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2567

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

Net Zero



ปรัชญาองค์กร เรือสหพัฒน์



คนดี



สินค้าดี



สังคมดี

ค่านิยมองค์กร



มุ่งมั่น
เป้าหมาย



ท้าทาย
ความคิด



พิชิต
ผลงาน



ประสาน
พลัง



สร้างสรรค์
คุณธรรม

Core Competency

- Commit to Success
- Customer Focus
- Collaborative Working

สารบัญ

	หน้า	หน้า	หน้า
		คดี	20
		การบริหารทรัพยากรบุคคล	21-23
		การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน	24-27
		การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	28-30
		การดูแลผู้สูงอายุและประชากรกลุ่มเปราะบาง	31-32
		การดำเนินธุรกิจตามสิทธิเด็ก	33
		การพัฒนามาตรฐานทรัพยากรบุคคล	34-39
		การสร้างความปลอดภัยขององค์กร	40-41
		อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน	42-47
		สินค้า	48
		การกำกับดูแลกิจการที่ดี	49-52
		การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	53-57
		การบริหารจัดการความเสี่ยง	58-68
		การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ	69
		Innovation และการส่งเสริมนวัตกรรมทางธุรกิจ	70-75
		การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	76-82
		การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	83-86
		การบริหารคุณภาพผลิตภัณฑ์/สินค้า	87-92
		ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	93-95
		นโยบาย Green initiative	96-97
		Green cosmetic	98-99
		Green packaging	100-102
		Green operation	103-118
		สังคม	119
		การดูแลสังคมและชุมชน	120-127
		GRI INDEX	128-129
นโยบาย ปรัชญา องค์กร			
สารจากกรรมการผู้จัดการ	A-B		
รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ	1-5		
รู้จักเอสแอนด์เจ	6-8		
นโยบายความยั่งยืนประจำปี	9-10		
ผลการดำเนินงาน ESG ปี 2567	11		
เกี่ยวกับรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน	12-13		
การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสีย	14-16		
เอส แอนด์ เจฯ กับการพัฒนาที่ยั่งยืน	17-19		

สาร

กรรมการผู้จัดการ

“ในนามของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหารและพนักงานทุกคน พวกเราเชื่อมั่นต่อแนวคิดการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และจะยังคงมุ่งมั่นในการสร้างประโยชน์และยกระดับคุณภาพที่ดีของสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนตลอดไป”

วิสิทธิ์ วิกิตเศรษฐ์

นายวิสิทธิ์ วิกิตเศรษฐ์

กรรมการผู้จัดการ

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

ในปี 2567 บริษัทฯ ยังคงมีวิกฤตการณ์และความท้าทายในหลายๆ ด้าน จากทั้งสถานการณ์ในประเทศไทยและทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง อาทิ ปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการหรือพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงผลกระทบและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งนี้ทำให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยยะสำคัญ

จากสภาวะการณ์และความท้าทายดังกล่าว ทำให้ในปี 2567 บริษัทฯ ต้องมีการทบทวนและบริหารจัดการประเด็นความเสี่ยงสำคัญต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยมีติดตามสถานการณ์ต่างๆ อย่างใกล้ชิด มีการนำแนวทางการบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนบูรณาการเข้ากับกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจังและมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการปรับโครงสร้างและแผนการดำเนินงานภายในองค์กรให้มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้มีการทบทวนแนวทางการปฏิบัติต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักเพื่อสร้างการเจริญเติบโตของธุรกิจ ดังนี้



ด้านลูกค้า/ผู้บริโภค บริษัทฯ ได้นำแนวคิดด้านความต้องการของลูกค้า/ผู้บริโภค ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มาวิเคราะห์และทำให้เกิดกระบวนการทำงานอย่างเป็นรูปธรรม มีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการข้อมูล (Data-assist decision making) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็ว และทำให้บริษัทฯ สามารถออกสินค้าที่ผู้บริโภคมีความต้องการในขณะตลาดยังได้รับความนิยมอยู่



ด้านลูกค้า บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการประเมินคัดเลือกคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน



ด้านพนักงาน บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการปฏิบัติต่อพนักงานตามหลักการด้านสิทธิมนุษยชน ด้วยความเท่าเทียม เป็นธรรม และไม่เลือกปฏิบัติ มีกระบวนการพัฒนาความรู้/ทักษะที่จำเป็นทั้งในด้าน Hard Side และ Soft Side ด้าน Hard Side บริษัทฯ จะมีหลักสูตรในการพัฒนาเพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญในแต่ละด้านที่ส่งผลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ส่วนในด้าน Soft Side บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการเสริมสร้าง Mindset ที่ดีทั้งในด้านภาวะความเป็นผู้นำ และ Mindset ในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งต่อการเจริญเติบโตขององค์กร (Growth Mindset) นอกจากนี้ในด้านคุณภาพชีวิต บริษัทฯ คำนึงถึงแนวคิดการทำงานแบบ (Work Life Balance) โดยให้ความสำคัญต่อการสร้างคุณค่างาน และการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างเสริมรายได้ที่ดีให้แก่พนักงาน ครอบคลุมถึงการดำรงชีวิตที่ดีในวัยเกษียณหรือหลังเกษียณ



ในปี 2567 บริษัทฯ ประกาศเจตนารมณ์ในการมีส่วนร่วมเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามเป้าหมายของประเทศไทย (Carbon Neutrality ในปี 2593 และ Carbon Net Zero ในปี 2608) โดยดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ได้แก่

การวัด บริษัทฯ มีการวัด/วิเคราะห์ปริมาณการปล่อยและดูดกลับของก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อทบทวนการจัดตั้งเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรให้เป็นไปตามหลักการคำนวณทางวิทยาศาสตร์ (SBTI) ที่คำนึงถึงผลกระทบและต้นทุนที่ใช้

การลด บริษัทฯ มีนโยบายและแนวทางการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรในแต่ละ Scope ผ่านแนวคิด Green Initiative ได้แก่ (Green Cosmetic, Green Packaging, Green Operation)

การชดเชย บริษัทฯ มีการจัดทำโครงการเพื่อชดเชยปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ได้แก่ โครงการปลูกป่าเพื่อชดเชยคาร์บอนเครดิต ทั้งนี้บริษัทฯ มีแผนระยะยาวในการปลูกป่าจำนวน 2,500 ไร่ เท่ากับจำนวนต้นไม้ 500,000 ต้นภายใน 5 ปี และในปี 2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินการปลูกป่าไปแล้ว 614 ไร่ จำนวน 122,800 ต้น

ทั้งนี้ในปี 2567 เพื่อให้เห็นถึงความมุ่งมั่นและการสานต่อแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภายใต้โครงการ “ปลูกฝังความรู้สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน” โดยจัดอบรม E-Learning (หัวข้อหลักสูตร ESG DNA) เพื่อสร้างการรับรู้ของผู้บริหารและพนักงานขององค์กรกว่า 800 คน

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ



ด้านความยั่งยืน
รางวัลหุ้นยั่งยืน
SET SEG Rating ระดับ AA ปี 2567
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ด้านสังคม

รางวัลองค์กรที่ส่งเสริมการจ้างงานคนพิการ
ระดับดีเยี่ยมปี 2567
กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์



ด้านสิ่งแวดล้อม

รางวัลอุตสาหกรรมสีเขียว
Green Industry
กระทรวงอุตสาหกรรม

- ระดับ 5 Green Network โรงงานศรีราชา ปี 2567
- ระดับ 3 Green System โรงงานปันทอง ปี 2567

ด้านลูกค้า



**รางวัล Corporate
Excellence category**

ASIA PACIFIC ENTERPRISE AWARDS 2567



WATSONS AWARDS 2567

สุดยอดสินค้าขายดี



Nutri Beauty Awards 2567



**Cosmopolitan Winter
Beauty Awards 2567**



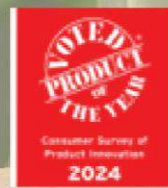
Superdrug Star Awards 2567



Nine Beauty Awards 2567



Cleo Awards 2567



**Product Of The Year
Award-UK 2567**

การรับรองมาตรฐาน

มาตรฐานสากล (International Standards)

- การรับรองมาตรฐาน CGMP (Current Good Manufacturing Practice)/ 21CFR part 210, 211 ในการผลิตสินค้าประเภท OTC (Over The Counter)
- การรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 22716 : 2007
- การรับรองมาตรฐาน HAS 23000 และเครื่องหมายรับรอง ฮาลาล จาก LPPOM MUI ประเทศอินโดนีเซีย
- มาตรฐานการผลิต "GMP" จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.) กระทรวงสาธารณสุข
- การรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO17025 เครื่องสำอาง จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
- การรับรองมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2015
- การรับรองมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2015
- การรับรองมาตรฐานระบบบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO 45001 : 2018

มาตรฐานด้านความยั่งยืน (Sustainable Standards)

- การรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (Carbon Footprint of Organization: CFO) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
- การรับรองอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว (Green Network) จากกระทรวงอุตสาหกรรม
- การรับรอง Vegan Microbiological Test จาก The Vegan Society
- การรับรองมาตรฐานการผลิตน้ำมันปาล์มอย่างยั่งยืน RSPO
- การรับรองการค้าที่เป็นธรรม Fairtrade Certificate จาก FLOCERT
- การรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (มรท.8001:2553)
- การรับรองมาตรฐาน SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit)

การเข้าร่วมเป็นสมาชิก และการสนับสนุนต่อภาคส่วนต่าง ๆ

บริษัทฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิกและสนับสนุนภาคส่วนต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างพันธมิตรร่วมกันในการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีเครือข่ายที่เข้าร่วมดังนี้

เครือข่าย

ระดับ

คุณค่าและการมีส่วนร่วมของบริษัทฯ

สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย



ประเทศ

ร่วมเป็นสมาชิก และสนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาบริษัทจดทะเบียนไทยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลอดจนเรียนรู้การพัฒนาองค์ความรู้ กฎเกณฑ์ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับบริษัทจดทะเบียน

สมาคมส่งเสริมสถาบัน
กรรมการบริษัทไทย (IOD)



ประเทศ

ร่วมเป็นสมาชิกสมาคม และปรับปรุงข้อมูลที่เปิดเผยใน แบบ 56-1 One Report และเว็บไซต์ให้สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ Corporate Governance Report for Thai Listed Companies (CGR) ที่ปรับปรุงใหม่ ซึ่งเน้นให้ครอบคลุมข้อมูลด้านความยั่งยืน

สภาอุตสาหกรรม
แห่งประเทศไทย (FTI)



ประเทศ

ร่วมสนับสนุน และส่งเสริมการดำเนินงานตามนโยบายภาครัฐ ร่วมกับเอกชนอื่นๆ ในการขับเคลื่อน อุตสาหกรรมไทย

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
The Federation of Thai Industries

สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย



ประเทศ

เข้าร่วมเป็นสมาชิก สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและพัฒนาศักยภาพในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ผ่านการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมาตรฐาน และกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครือข่าย

ระดับ

คุณค่าและการมีส่วนร่วมของบริษัทฯ

Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)



สากล

เข้าร่วมเป็นสมาชิก RSPO เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการสนับสนุนการผลิตน้ำมันปาล์มอย่างยั่งยืน โดยจัดหาวัตถุดิบที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน RSPO ส่งเสริมความรู้และแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืน ในห่วงโซ่อุปทานสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

เครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย
(Thailand Carbon Neutral Network : TCNN)



ประเทศ

เข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์กรผู้ริเริ่มด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจกระยะแรก (Climate Action Initiator) เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนและสนับสนุนการดำเนินงานลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (NET ZERO) ของประเทศไทย

แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย



ประเทศ

เข้าร่วมเป็นสมาชิก CAC เพื่อเป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต และขยายแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันไปยังบริษัทคู่ค้า

The Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA)



สากล

เข้าร่วมเป็นสมาชิก และผ่านการรับรองระบบการดำเนินธุรกิจมีจริยธรรมของซัพพลายเออร์ (Sedex) ที่ได้รับการประเมินมาตรฐานแรงงาน สิทธิมนุษยชนสุขภาพและความปลอดภัยของคนงาน การปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม และจริยธรรมทางธุรกิจ

สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย



ประเทศ

เข้าร่วมเป็นสมาชิก สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (PMAT) เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล จากการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกและแนวทางปฏิบัติที่ดีในด้านทรัพยากรบุคคล

HR Center



HR Center Co., Ltd.

ประเทศ

เข้าร่วมเป็นสมาชิก เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ผ่านการเข้าร่วมอบรม สัมมนา และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยยกระดับความรู้และทักษะของการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

HR Society Magazine



ประเทศ

เข้าร่วมเป็นสมาชิก HR Society Magazine ซึ่งเป็นแหล่งความรู้ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ช่วยให้บริษัทฯ สามารถปรับปรุงนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านทรัพยากรบุคคลให้กับสมัยและสอดคล้องกับมาตรฐานปัจจุบัน

รู้จักเอส แอนด์ เจฯ

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

- ชื่อในตลาดหุ้น : S&J
- ก่อตั้งเมื่อ : 22 เมษายน 2523
- จัดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : 6 กันยายน 2531
- ทุนจดทะเบียน: 200,000,000 บาท
- ดำเนินธุรกิจ : รับออกแบบและผลิตเครื่องสำอางที่มุ่งตอบโจทย์ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยโดยทีมงานนักวิจัยกว่า 200 คน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

สถานที่ตั้ง

สำนักงานใหญ่ และโรงงาน
(สวนอุตสาหกรรมศรีนครินทร์ศรีราชา)
600/4 หมู่ 11 ต.สุภาภิบาล 8
ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230
ที่ตั้งโรงงานมีพื้นที่ 20,000 ตรม.
กำลังการผลิต 19-25 ล้านชิ้น ต่อเดือน

โรงงาน (นิคมบึงทอง)
789/159 หมู่ 1 ต.สายหนองค้อ-แหลมอับัง
ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี
มีเนื้อที่ทำการผลิต 5,000 ตรม.
กำลังการผลิต 2 ล้านชิ้นต่อเดือน

สำนักงาน
เลขที่ 2 ต.นราธิวาสราชนครินทร์ (ซอย 10)
แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ : 0-2676-2727
โทรสาร : 0-2676-2726

สำนักงาน S&J



Bangkok office



London office



Guangzhou office



Amsterdam office



กลุ่มสินค้า

Healthcare

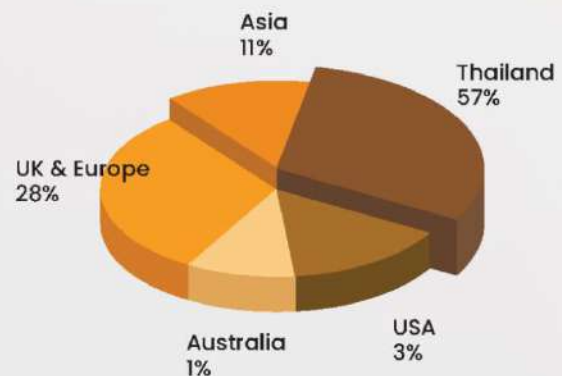
Makeup

Toiletries

Skincare

Giftset

โซนการส่งออกสินค้าการตลาด





วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำอุตสาหกรรมความงามครบวงจรในประเทศไทย เอเชีย และภูมิภาคอื่นๆ
ที่สร้างแรงบันดาลใจด้วยนวัตกรรมในตัวสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนอง
ความต้องการโดยตรงใจลูกค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค

พันธกิจ

- 1 ขยายฐานลูกค้าและรายได้จากตลาดผลิตภัณฑ์ความงามให้ครอบคลุมเพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศ
- 2 ขยายศักยภาพการขายและการตลาดทั้งในและต่างประเทศโดยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงธุรกิจและบริการได้ง่ายรวดเร็ว
- 3 ออกแบบ วิจัย ค้นหา พัฒนานวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ Mixed base และสูตรใหม่ๆ ในอุตสาหกรรมความงาม
- 4 เพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการผลิตและการบริหารจัดการเทคโนโลยีที่ทันสมัยตลอด Supply Chain
- 5 ดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดีที่คำนึงถึงประโยชน์สังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้ถือหุ้น และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

คนดี

พัฒนาบุคลากรให้เป็นคนดี
คนเก่ง ขององค์กร
โดยไม่เลือกปฏิบัติและคำนึงถึง
สิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน

สินค้าดี

พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ
ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า
และบริการ โดยตอบโจทย
ความต้องการของลูกค้า
และพฤติกรรมผู้บริโภค

สังคมดี

สร้างบรรยากาศและจิตสำนึก
การอยู่ร่วมกันของคนในสังคม
แบบพึ่งพาและพึ่งพิงที่ใส่ใจสังคม
และสิ่งแวดล้อม

Core Value



มุ่งเน้นเป้าหมาย



ท้าทายความคิด



พิชิตผลงาน



ประสานพลัง

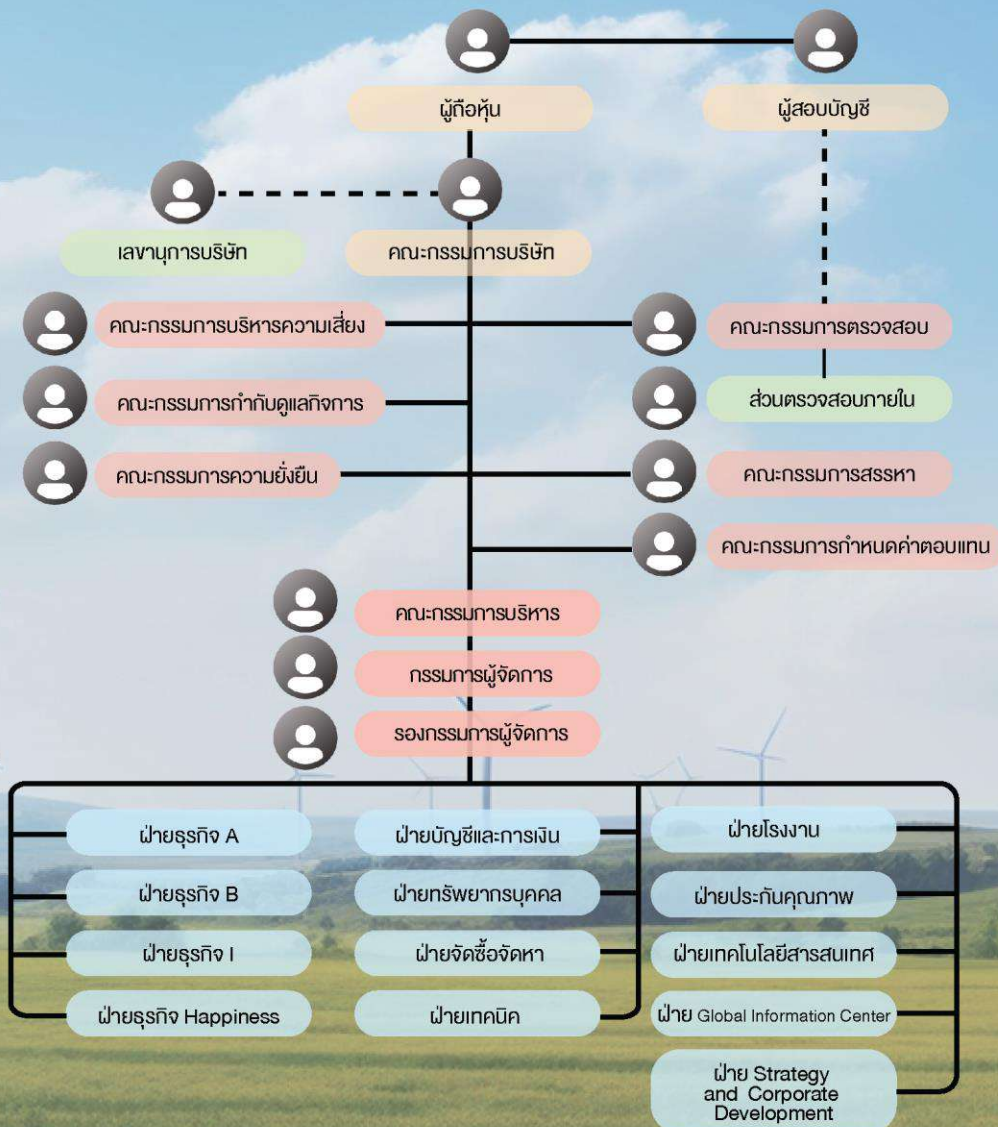


สร้างสรรค์คุณธรรม

โครงสร้างผู้ถือหุ้น



โครงสร้างองค์กร



นโยบายความยั่งยืน

บริษัท เอส แอนด์ เจฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดีตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมและเป็นการสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ จึงได้มีการกำหนดแนวปฏิบัติสำหรับผู้บริหารและพนักงานเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานต่างๆภายในองค์กร โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้



ด้านเศรษฐกิจ



มีการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง ยึดหลักการงานที่โปร่งใส เป็นธรรม ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีการกำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานภายในองค์กรที่สอดคล้องกับระบบคุณภาพต่างๆ ในระดับสากล รวมถึงการกำหนด แนวทางการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม



ด้านสังคม



พนักงาน บริษัทฯ ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม คำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ใช้แรงงานเด็ก มีการทำงานอย่างปลอดภัยควบคู่ไปกับการพัฒนาองค์ความรู้ต่างๆ เพียงพอและต่อเนื่อง

ลูกค้า พัฒนาแนวคิดและกระบวนการในการทำงานร่วมกัน ภายใต้บริบทของความยั่งยืน และกฎเกณฑ์ที่เป็นธรรม

ลูกค้า/ผู้บริโภค สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน โดยคำนึงถึงคุณภาพ ความปลอดภัยของผู้บริโภคและใส่ใจสังคมตลอดจนสิ่งแวดล้อม

ชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชนให้รู้จักการพึ่งพาตนเองเพื่อสร้างบรรยากาศการอยู่ร่วมกันในสังคม



ด้านสิ่งแวดล้อม



ตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดสายห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ที่คำนึงถึงการอนุรักษ์พลังงาน การบริหารจัดการน้ำ/น้ำเสีย การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การจัดการของเสียและกากขยะอุตสาหกรรม อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมผู้มีส่วนได้เสียที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ชุมชน ร่วมกันใส่ใจและดูแลสิ่งแวดล้อม ภายใต้ นโยบาย Green Initiative

การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน

แนวทางบริหารจัดการ

คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบาย และแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรเพื่อให้แต่ละหน่วยงานนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและมีการถ่ายทอดเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนสู่การปฏิบัติได้อย่างเชื่อมโยงสอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ขององค์กร ทั้งนี้บริษัทได้นำเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืนของสหประชาชาติ (United Nation Sustainable Development Goals) มาเป็นกรอบในการพัฒนาประสิทธิภาพ การดำเนินงานอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงสร้างความตระหนักของพนักงานในการมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน

มิติสิ่งแวดล้อม



- การบริหารจัดการพลังงาน
- การบริหารจัดการน้ำ
- การบริหารจัดการขยะและของเสีย
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

มิติสังคม



- สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
- การพัฒนาทรัพยากรบุคคล
- ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย
- การพัฒนาสังคมชุมชนและสังคม

มิติเศรษฐกิจ



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

ผลการดำเนินงาน ESG



ยอดขายเติบโต (ล้านบาท)

2565	2566	2567
5,960	6,830	6,182
ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท



กำไรสุทธิ (ล้านบาท)

2565	2566	2567
504	717	476
ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท

ประเด็นสำคัญ/ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน			
	เป้าหมาย	2565	2566	2567
มิติเศรษฐกิจและสังคม				
ด้านผู้ถือหุ้น : เป้าหมายเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสเป็นธรรม				
ผลการประเมินการเป็นองค์กรที่มีกรทำกับดูแลกิจการที่ดี	100%	91%	99%	105%
ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน โดย IOD	ดีเยี่ยม	ดีเยี่ยม	ดีเยี่ยม	ดีเยี่ยม
ข้อร้องเรียนด้านทุจริตคอร์รัปชัน	เป็น 0	0	0	0
ข้อร้องเรียนจากการฝ่าฝืนจรรยาบรรณทางธุรกิจ	เป็น 0	0	0	0
ด้านลูกค้า : เป้าหมายสร้างการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน				
ลูกค้ารายหลักเข้าร่วมประกาศเจตนาภรณ์ต่อต้านการคอร์รัปชัน	50 ราย	77 ราย	105 ราย	105 ราย
จำนวนลูกค้าที่ได้รับการพัฒนาและแลกเปลี่ยนประสบการณ์	7 ราย/ปี	10 ราย	3 ราย	22 ราย
ด้านลูกค้า : เป้าหมายสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง				
คะแนนประเมินความพึงพอใจเฉลี่ยของลูกค้าในประเทศ	> 85%	90%	91%	91%
คะแนนประเมินความพึงพอใจเฉลี่ยของลูกค้าต่างประเทศ	> 85%	85%	84%	90%
ด้านพนักงาน : ส่งเสริมศักยภาพและแนวคิดด้านนวัตกรรม				
จำนวนนวัตกรรมใหม่ / รายการ	>20	24	25	44
จำนวนผลิตภัณฑ์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รายการ/ปี	>20	26	62	41
จำนวนชั่วโมงเฉลี่ยในการพัฒนาบุคลากร ชม./คน/ปี	10	37	30	42
คะแนนประเมิน Employee Engagement	>80%	82%	83%	84%
จำนวนข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน	0	0	0	0

ประเด็นสำคัญ/ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน			
	เป้าหมาย	2565	2566	2567
ด้านชุมชน : การดูแลเยาวชนและผู้ด้อยโอกาสให้สามารถพึ่งพาตนเองได้				
จำนวนโครงการพัฒนาและสร้างเสริมศักยภาพชุมชน	15 โครงการ/ปี	15	15	17
จำนวนข้อร้องเรียนจากชุมชน	0	0	0	0
มิติสิ่งแวดล้อม				
เป้าหมาย การมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก				
การบริหารจัดการพลังงาน การบริหารจัดการน้ำ การบริหารจัดการขยะ/ของเสีย				
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อชิ้นผลิตภัณฑ์	ลดลง 5%	0.100	0.106	0.107
เพิ่มอัตราส่วนการใช้พลังงานทดแทน Solar cell ในเวลากลางวัน	100%	96%	100%	100%
ปริมาณการใช้น้ำต่อชิ้นผลิตภัณฑ์	ลดลง 5% เริ่มฐานปี 2566	0.0015	0.0017	0.0018
การนำน้ำ RO กลับมาใช้ใหม่	17,000 m ³	22,071	18,707	47,984
สัดส่วนขยะอันตรายต่อขยะไม่อันตราย	< 50%	45%	31%	15%
ปริมาณก๊าซเรือนกระจกต่อชิ้นผลิต (Scope1+Scope2)	ลดลง 5% เริ่มฐานปี 2566	0.0369	0.0355	0.0341

เกี่ยวกับรายงาน

การพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2558 เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลผลการดำเนินงานของบริษัทให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้รับทราบ โดยเปิดเผยผลการดำเนินงานครอบคลุม มิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และการกำกับดูแลกิจการตลอดห่วงโซ่มูลค่า

รอบระยะเวลาการรายงาน : รายงานความยั่งยืนประจำปี 2567 นี้ อ้างอิงข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2567 - 31 ธันวาคม 2567

ความถี่ของการรายงาน : ประจำปี

แนวทางการรายงาน

รายงานฉบับนี้เปิดเผยผลการดำเนินงานที่สอดคล้องกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ตามแนวทางการรายงานในระดับสากล Global Reporting Initiatives Standards 2021 (GRI Standards 2021) โดยใช้ตัวชี้วัดตามหลักเกณฑ์ “Reference” รวมถึงการแสดงความมุ่งมั่นในการตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals : SDGs) และ FTSE Russell ESG Scores พร้อมทั้งรายงานฉบับนี้ได้จัดทำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อเผยแพร่ในเว็บไซต์ www.snjinter.com

ขอบเขตของการรายงาน

ขอบเขตของการรายงานผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ครอบคลุมพื้นที่การดำเนินงานของบริษัทฯ โดยมี สำนักงานกรุงเทพฯ โรงงานสวนอุตสาหกรรมสหพัฒน์ฯ ศรีราชา และโรงงานสวนอุตสาหกรรมปิ่นทอง จ.ชลบุรี

การรับรองรายงาน

ข้อมูลที่ใช้ในรายงานฉบับนี้ ส่วนของมิติสิ่งแวดล้อมได้ผ่านการตรวจสอบและรับรองข้อมูลในการคำนวณค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ตามหลักสากลจากองค์การบริหารก๊าซเรือนกระจก ในส่วนของมิติเศรษฐกิจและสังคม บริษัทฯมีการทบทวนความถูกต้องของข้อมูลและเนื้อหาโดยได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารตามสายงานและคณะกรรมการกลุ่มย่อยที่รับผิดชอบในหัวข้อต่างๆ อาทิ คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการความยั่งยืน เป็นต้น



ช่องทางการติดต่อ



หมายเหตุ

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

แผนก Sustainability Development ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคลและความยั่งยืน

600/4 ม.11 ถ.สุภากิบาล 8 ต.หนองจาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230

โทรศัพท์ : 0-3848-0086-89 โทรสาร : 0-3848-0139

Website: www.snjinter.com

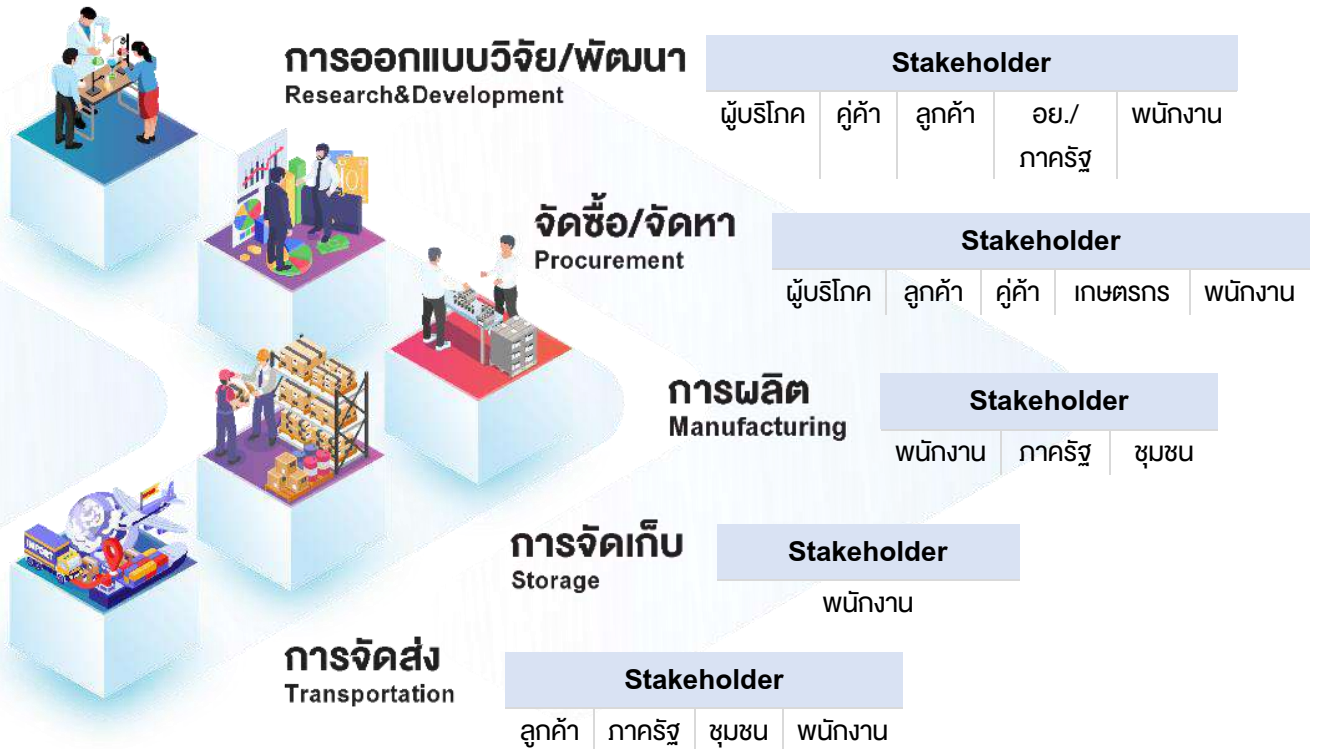
สำหรับเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านอื่นๆ ของบริษัทฯ

สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ใน

“รายงานประจำปี 2567 แบบ 56-1 One report”

Website: www.snjinter.com (หัวข้อนักลงทุนสัมพันธ์)

Business Value Chain



ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย



การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

นโยบาย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและเคารพในสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งหมายถึง บุคคล หน่วยงานหรือองค์กรที่สามารถสร้างผลกระทบและ/หรือ ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดเป็นนโยบายและแนวปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มไว้ในจรรยาบรรณของบริษัทฯ โดยจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียตามผลกระทบและความคาดหวัง รวมถึงการตอบสนองต่อความคาดหวังเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

เป้าหมายสำคัญ

เพื่อให้บริษัทสามารถบริหารจัดการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

การวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ได้วิเคราะห์และจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านการวิเคราะห์บทบาทของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ และการได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในการระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อกำหนดวิธีการและช่องทางการติดต่อสื่อสาร ในการรวบรวมข้อมูลความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อกำหนดทิศทางงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ และวางแผนการดำเนินงานเพื่อป้องกันและลดผลกระทบด้านความยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ





ช่องทางการรับข้อมูลและช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย

 <p>ผู้บริโภค</p> <p>ช่องทางการรับข้อมูล/ข่าวสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> • การสำรวจความพึงพอใจ • กิจกรรมส่งเสริมการขาย • การบริการหลังการขาย • การประชุมกับลูกค้า • ข้อเสนอแนะ/ข้อเสนอแนะ <p>ช่องทางการสื่อสารกับ S&J</p> <p>โทรศัพท์ : 02-676-2727 โทรสาร 02-676-2726 Website : www.snjinter.com จดหมายถึง : หน่วยงานธุรกิจสัมพันธ์ หน่วยงานประกันคุณภาพ</p>	 <p>ลูกค้า</p> <p>ช่องทางการรับข้อมูล/ข่าวสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> • ข้อมูลจากค่านักค้า • ข้อมูลจากการสำรวจตลาดร่วมกับลูกค้า • กิจกรรมส่งเสริมการขาย • การประชุม/ Customer Review • การเยี่ยมชมหน่วยงานต่างๆ ของบริษัท • ข้อมูลจาก Social media ต่างๆ <p>ช่องทางการสื่อสารกับ S&J</p> <p>โทรศัพท์ : 02-676-2727 โทรสาร 02-676-2726 Website : www.snjinter.com จดหมายถึง : หน่วยงานธุรกิจสัมพันธ์ หน่วยงานประกันคุณภาพ</p>	 <p>คู่ค้า</p> <p>ช่องทางการรับข้อมูล/ข่าวสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> • การประชุม/การสนทนา • การตรวจประเมินคู่ค้าประจำปี • ข้อมูล/ข้อเสนอแนะจากการคิดค่างาน • การเยี่ยมชมบริษัท <p>ช่องทางการสื่อสารกับ S&J</p> <p>โทรศัพท์ : 02-676-2727 โทรสาร 02-676-2726 Website : www.snjinter.com จดหมายถึง : หน่วยงานจัดซื้อ</p>	 <p>พนักงาน</p> <p>ช่องทางการรับข้อมูล/ข่าวสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> • การสำรวจความผูกพัน • ความพึงพอใจในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ • การประชุมร่วม • การแจ้งข้อมูลผ่านทางหัวหน้างาน/แผนกบุคคล • ถ้อยรับฟังความคิดเห็น <p>ช่องทางการสื่อสารกับ S&J</p> <p>โทรศัพท์ : 02-676-2727, 038-480-086 Website : www.snjinter.com จดหมายถึง : หน่วยงานทรัพยากรบุคคล</p>	 <p>ผู้ถือหุ้น</p> <p>ช่องทางการรับข้อมูล/ข่าวสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> • การประชุมสามัญผู้ถือหุ้น • การประชุมร่วมของนักวิเคราะห์ นักลงทุน/กลุ่มสัมพันธ์ • ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นผ่าน website บริษัท • เมาส์โทร, Email <p>ช่องทางการสื่อสารกับ S&J</p> <p>โทรศัพท์ : 02-676-2727 โทรสาร 02-676-2726 Website : www.snjinter.com จดหมายถึง : แผนกเลขานุการบริษัทและนักลงทุนสัมพันธ์</p>	 <p>ชุมชนและสังคม</p> <p>ช่องทางการรับข้อมูล/ข่าวสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> • การประชุมสาธารณะ • การลงพื้นที่ทำกิจกรรม • การสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์ <p>ช่องทางการสื่อสารกับ S&J</p> <p>โทรศัพท์ : 038-480-086 Website : www.snjinter.com จดหมายถึง : แผนก Sustainability Development</p>
--	---	--	--	--	---

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นความคาดหวัง

บริษัทฯ ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียผ่านช่องทางการสื่อสารของบริษัทฯ เพื่อรวบรวมความคาดหวัง และข้อคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย ในการวางแผนการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ในปี 2567 มีประเด็นความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้เสียและแนวทางการตอบสนองต่อความคาดหวังของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง	ตัวชี้วัดการดำเนินงาน
<p>ผู้บริโภค</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปลอดภัย และถูกต้องตามกฎหมาย การให้ข้อมูลสินค้าที่ครบถ้วนชัดเจน ไม่โฆษณาเกินจริง 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย การแสดงผลข้อมูลสินค้าที่ครบถ้วนเข้าใจง่าย ชัดเจน และเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด การกำหนดช่องทางในการรับคำร้องเรียนและข้อมูลอื่นๆ 	<ul style="list-style-type: none"> มาตรฐานและรางวัลที่ได้รับ เอกสารหน้า 1-5 ผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่าย มีการติดฉลากสินค้าเพื่อให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง เอกสารหน้า 95
<p>ลูกค้า</p> 	<ul style="list-style-type: none"> นวัตกรรมใหม่ๆ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ การผลิตและส่งมอบสินค้าที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพและตรงเวลา ความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว ร่วมดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> คิดค้น วิจัยพัฒนาเพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ในการตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ปรับกระบวนการทำงานตลอดสายห่วงโซ่อุปทานให้คล่องตัวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานตาม พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จัดทำโครงการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> นวัตกรรมใหม่ๆ ที่สร้างยอดขาย เอกสารหน้า 71 คะแนนประเมินความพึงพอใจของลูกค้า เอกสารหน้า 83 ข้อร้องเรียนในการดูแลข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า การรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก เอกสารหน้า 115
<p>คู่ค้า</p> 	<ul style="list-style-type: none"> จริยธรรมการดำเนินธุรกิจร่วมกัน ความโปร่งใสในการจัดซื้อจัดจ้าง การพัฒนาคู่ค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกรายด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียมตามที่ระบุไว้ในจรรยาบรรณทางธุรกิจ ขยายเครือข่ายแนวร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน โครงการทบทวนและอบรมจริยธรรมการดำเนินธุรกิจกับคู่ค้า โครงการพัฒนาคู่ค้า 	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนคู่ค้าหลักที่เข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์เพิ่มขึ้นในแต่ละปี เอกสารหน้า 80 จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการพัฒนาและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน เอกสารหน้า 80-81 จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการอบรมทบทวนจริยธรรมการทำงาน เอกสารหน้า 82

การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง	ตัวชี้วัดการดำเนินงาน
<p>พนักงาน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนาศักยภาพเพื่อความมั่นคงและความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน • การได้รับค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม • การได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม • การทำงานด้วยความปลอดภัยและมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี • การส่งเสริมสุขภาพและการจัดการความเครียดอันเนื่องมาจากการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนาและฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง • การใช้หลักสิทธิมนุษยชนในการบริหารทรัพยากรบุคคล • จัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการ • จัดให้มีนโยบายและคณะทำงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน • การจัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปี 	<ul style="list-style-type: none"> • จำนวนชั่วโมงการพัฒนาบุคลากรในระดับต่างๆ เอกสารหน้า 34 • จำนวนพนักงานกลุ่มทักษะที่ได้รับการปรับระดับ/เลื่อนขั้น เอกสารหน้า 37 • คะแนนประเมิน Employee Engagement เอกสารหน้า 41 • สถิติการเกิดอุบัติเหตุ เอกสารหน้า 43-44
<p>ผู้ถือหุ้น</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • บริษัทมีความมั่นคงและมีผลตอบแทนที่ดี • ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ESG) 	<ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี • การกำหนดกรอบแนวทางการดำเนินงาน และกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> • ผลประกอบการของบริษัท เอกสารหน้า 11 • ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการ เอกสารหน้า 52 • รางวัลหุ้นยั่งยืน เอกสารหน้า 1
<p>ชุมชน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • การดูแลสภาพแวดล้อมในกระบวนการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน • การสร้างการมีส่วนร่วมและส่งเสริมชุมชนอย่างยั่งยืน • การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ที่ชุมชนและภาครัฐจัดขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> • โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนในด้านต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> • จำนวนโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม เอกสารหน้า 122 • จำนวนข้อร้องเรียนของชุมชน เอกสารหน้า 122

เอส แอนด์ เจฯ กับการพัฒนาที่ยั่งยืน



หลักการคัดเลือกประเด็นที่สำคัญและขอบเขตผลกระทบ

บมจ. เอส แอนด์ เจฯ ได้ดำเนินการทบทวนและคัดเลือกประเด็นที่มีนัยสำคัญ ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญๆ และประเด็นความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อบริษัท ทั้งนี้ได้มีการสำรวจความคาดหวังจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ นำมาวิเคราะห์ ประเมิน กำหนดประเด็นและจัดลำดับความสำคัญประเด็นของการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยประเด็นที่ได้จากการประเมินจะเป็นส่วนหนึ่งที่บริษัทฯ สามารถนำไปผนวกเข้ากับการบริหารความเสี่ยงองค์กร เพื่อให้มีการบริหารจัดการอย่างครอบคลุมมากขึ้น

กระบวนการคัดเลือกประเด็นสำคัญและขอบเขตผลกระทบ มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1.

การระบุประเด็นด้านความยั่งยืน (Identification)

คณะกรรมการความยั่งยืนรวบรวมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า มาพิจารณาทบทวนโดยคำนึงถึงผลกระทบและโอกาสเกิด ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม โดยมีแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจได้แก่ กรอบการรายงานความยั่งยืนสากล (GRI) ปัจจัยการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ (SDGs Goal) รวมถึงประเด็นสำคัญอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน (อุปโภค บริโภค)

ที่มาแหล่งข้อมูล

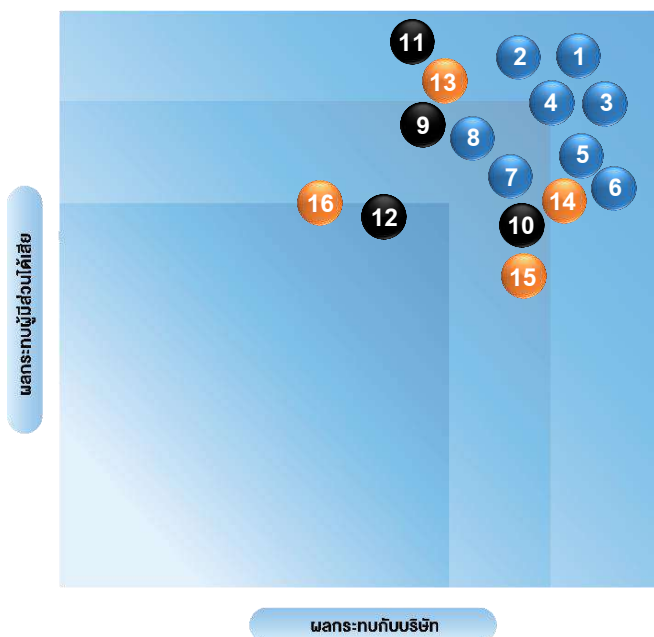
- ข้อมูลจากลูกค้า
- ผลการวิจัยทางตลาด
- สภาพเศรษฐกิจ
- การประชุมสัมมนาร่วมกับคู่ค้า
- กรอบการรายงานความยั่งยืนสากล (GRI)
- การประชุมร่วมกับหน่วยงานรัฐ
- ข้อมูลข่าวสาร เครือสหพันธ์
- การแสดงความคิดเห็นจากพนักงาน
- ข้อมูลจากการประชุม ภายใน/ภายนอก
- ปัจจัยการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ SDGs Goal

ขั้นตอนที่ 2.

การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืน (Prioritization)

นำประเด็นที่ได้จากการคัดเลือกมาจัดลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาจากการทดสอบสาริตถภาพ (Materiality Test) ใน 2 มุมมอง คือ ระดับผลกระทบ และโอกาสการเกิดผลกระทบ ที่มีต่อบริษัทฯ และต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีการทบทวนร่วมกันทั้งในส่วนของคณะกรรมการความยั่งยืนและผู้บริหารระดับสูง จากผลการทบทวนสามารถแบ่งผลกระทบออกเป็น 3 ระดับ ประกอบด้วย 1.ระดับต่ำ 2.ระดับกลาง 3.ระดับสูง

Materiality Matrix



ผลกระทบระดับสูง

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

ผลกระทบระดับปานกลาง

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

ผลกระทบระดับต่ำ

12. การจัดการกากขยะอุตสาหกรรม/ของเสีย
16. การพัฒนาชุมชนและสังคม

ขั้นตอนที่ 3.

การตรวจสอบและนำเสนอประเด็นที่มีนัยสำคัญ

บริษัทเอส แอนด์ เจฯ พิจารณาตรวจสอบและสรุปประเด็นด้านความยั่งยืน ในแต่ละมิติ ภายใต้มุมมองของทั้งบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำเสนอประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต่อคณะกรรมการบริษัท และขออนุมัติในการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งจากการตรวจสอบพบว่า ประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญมีทั้งหมด 16 ประเด็น โดยแยกเป็นประเด็นในมิติเศรษฐกิจ 9 ประเด็น มิติสังคม 4 ประเด็น และมิติสิ่งแวดล้อม 3 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 : ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	สินค้าดี	8

สรุปประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและขอบเขตของผลกระทบ

มิติ	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเสี่ยง/โอกาส	ขอบเขตของผลกระทบ					หัวข้อในรายงาน	ความสอดคล้อง SDGs	
			ผู้บริโภค	ลูกค้า	คู่ค้า	ผู้ถือหุ้น	พนักงาน			ชุมชนและสังคม
ด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อม	9.การพัฒนาบุคลากร	ธุรกิจ : กระบวนการในการพัฒนาความรู้/ทักษะที่เพียงพอต่อการดำเนินงาน 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					✓	✓	สินค้าดี	6
	14.การจัดจัดการพลังงาน	ธุรกิจ : การบริหารจัดการพลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ พนักงาน/ชุมชน : การร่วมมือกันในการดูแลการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ					✓	✓	สินค้าดี	7
	15.การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ธุรกิจ : การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกในองค์กร ผู้มีส่วนได้เสีย : นโยบายและมาตรการในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	✓	✓	✓		✓	✓	สินค้าดี	13
	16.การบริหารจัดการขยะ/ของเสีย	ธุรกิจ : มาตรการ การจัดการของเสีย/ขยะอันตรายในองค์กรตั้งแต่ต้นน้ำ ผู้มีส่วนได้เสีย : การจัดการขยะอันตรายและลดจำนวนขยะตั้งแต่แหล่งกำเนิด	✓	✓	✓		✓	✓	สินค้าดี	12

ขั้นตอนที่ 4.

การทวนสอบและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่มีนัยสำคัญ บริษัท เอส แอนด์ เจฯ จะทำการทวนสอบโดยคณะกรรมการความยั่งยืน และนำเสนอคณะกรรมการบริษัท เพื่อขออนุมัติ ในการเปิดเผยข้อมูล

คนดี

พัฒนาบุคลากรให้เป็นคนดี คนเก่งขององค์กร
โดยไม่เลือกปฏิบัติ และคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน

3

การมีสุขภาพ
และความ
เป็นอยู่ที่ดี



4

การศึกษาที่มี
คุณภาพ



5

ความเท่าเทียม
ทางเพศ



8

งานที่มีคุณค่า
เศรษฐกิจที่เติบโต



10

ลดความ
เหลื่อมล้ำ



การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

นโยบายและความมุ่งมั่น

ทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนกลยุทธ์องค์กรไปสู่เป้าหมาย จากสถานการณ์ปัจจุบันที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรจำเป็นต้องมีการปรับตัวตั้งแต่กระบวนการภายในขององค์กร รวมถึงการปรับตัวด้านการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ตั้งแต่กระบวนการสรรหา คัดเลือก การวางแผนอัตรากำลังคน การพัฒนาทรัพยากรบุคคล การรักษาใจ โดยมีการกิจหลักในการดำเนินงานดังนี้

1

พัฒนากระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ให้สามารถตอบสนองต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ และความยั่งยืนขององค์กร

2

สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

3

สร้างและพัฒนาผู้นำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมหลักและค่านิยมขององค์กร เพื่อมุ่งตอบโจทยความสำเร็จขององค์กรในภาพรวม

4

สร้างบรรยากาศการทำงานร่วมกันอย่างมีความสุขบนพื้นฐานของโครงการ Happy Workplace

แนวทางบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล



Make Man Knowledge

พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน



Make Man Fit Job

มอบหมายงานที่มีคุณค่าอย่างเหมาะสมในแต่ละตำแหน่งงาน



Make Man Growth

พัฒนาผู้นำแต่ละระดับตามแผนพัฒนาองค์กรเพื่อการเติบโตอย่างมั่นคง

การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร

บริษัทฯ มีกระบวนการสรรหาและจ้างงานอย่างเป็นระบบ คำนึงถึงความเท่าเทียม เป็นธรรม โดยไม่เลือกปฏิบัติในความแตกต่างที่หลากหลายทั้งในด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ ถิ่นกำเนิด วัฒนธรรม ฯลฯ รวมถึงการมุ่งมั่นในการจ้างงานหรือจัดหาแรงงานในท้องถิ่นเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกและสรรหา มีการกำหนดเป้าหมายในการสรรหา เพื่อให้รองรับทันต่อการขยายตัวของธุรกิจ และให้ได้ผู้สมัครที่มีคุณสมบัติที่หน่วยงานต้องการ ผ่านการประชาสัมพันธ์การรับสมัครงานในช่องทางต่างๆ อาทิ เช่น การสรรหาผ่านช่องทาง Job Website, Connection Channel, Line, Facebook, Link / QR Code และเพจหางานจากนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ และพื้นที่ใกล้เคียง ทั้งนี้ในกระบวนการสรรหา/คัดเลือก บริษัทฯ มีคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกในหลายส่วนงานที่เกี่ยวข้อง มีการยืดหยุ่นในเรื่องของเวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบทดสอบและใช้เครื่องมือการประเมินต่างๆ ผ่าน Google Form มีการประเมินทัศนคติของผู้ที่ได้รับการคัดเลือก เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้บุคลากรที่เหมาะสมสอดคล้องกับตำแหน่งงาน และวัฒนธรรมขององค์กร รวมทั้งเป็นผู้ที่มีความพร้อมที่จะรับผิดชอบงานในระดับสูงขึ้นไปในอนาคต



การจ้างงานพนักงาน* (จำนวนพนักงานทั้งหมด โรงงานศรีราชา, โรงงานปิ่นทอง, สำนักงานกรุงเทพ)

	2565		2566		2567	
	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานทั้งหมด	1,754	100	1,818	100	1,796	100
พนักงานประจำ	1,655	94.35	1,638	90.09	1,796	100
พนักงานชั่วคราว	99	5.64	180	9.90	0	0
จำนวนพนักงาน(จำแนกตามเพศ)						
• เพศชาย	478	27.25	503	28	528	29
• เพศหญิง	1,276	72.75	1,315	72	1,268	71
จำนวนพนักงานจำแนกตามอายุ						
• พนักงานอายุน้อยกว่า 30 ปี	571	33	609	33	565	31
• พนักงานอายุ 30-50 ปี	1,021	58	1,052	58	1,074	60
• พนักงานอายุมากกว่า 50 ปี	162	9	157	9	157	9
จำนวนพนักงานชายจำแนกตามอายุ						
• พนักงานอายุน้อยกว่า 30 ปี	n/a	n/a	163	32	176	33
• พนักงานอายุ 30-50 ปี	n/a	n/a	302	60	312	59
• พนักงานอายุมากกว่า 50 ปี	n/a	n/a	38	8	40	8
จำนวนพนักงานหญิงจำแนกตามอายุ						
• พนักงานอายุน้อยกว่า 30 ปี	n/a	n/a	450	34	389	31
• พนักงานอายุ 30-50 ปี	n/a	n/a	746	57	762	60
• พนักงานอายุมากกว่า 50 ปี	n/a	n/a	119	9	117	9
จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับตำแหน่ง						
• พนักงานระดับปฏิบัติการ	n/a	n/a	1,639	90	1,598	89
• พนักงานระดับบริหาร	n/a	n/a	128	7	151	8
• พนักงานระดับสูง	n/a	n/a	51	3	47	3
จำนวนพนักงานชายจำแนกตามระดับตำแหน่ง						
• พนักงานระดับปฏิบัติการ	n/a	n/a	439	87	464	88
• พนักงานระดับบริหาร	n/a	n/a	41	8	43	8
• พนักงานระดับสูง	n/a	n/a	23	5	21	4
จำนวนพนักงานหญิงจำแนกตามระดับตำแหน่ง						
• พนักงานระดับปฏิบัติการ	n/a	n/a	1,200	91	1,134	89
• พนักงานระดับบริหาร	n/a	n/a	87	7	108	9
• พนักงานระดับสูง	n/a	n/a	28	2	26	2

*n/a = Not Available



จำนวนพนักงานที่เข้ามาใหม่และลาออกโดยความสมัครใจ

รายการ	2565	2566	2567
จำนวนพนักงานใหม่ทั้งหมด	471	515	417
ร้อยละของจำนวนพนักงานใหม่ต่อพนักงานทั้งหมด	36.9	38.7	23
จำนวนพนักงานใหม่ (เพศชาย)	149	164	172
ร้อยละของจำนวนพนักงานใหม่ (เพศชาย)	31.6	31.8	41
จำนวนพนักงานใหม่ (เพศหญิง)	322	351	245
ร้อยละของจำนวนพนักงานใหม่ (เพศหญิง)	68.4	68.2	59
จำนวนพนักงานลาออกทั้งหมด (ราย)	424	207	328
อัตราการลาออกของพนักงานทั้งหมด (ร้อยละ)	24	11	18
จำนวนพนักงานลาออกจำแนกตามเพศ (ราย)			
• เพศชาย	103	57	94
• เพศหญิง	321	150	234



การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนเนื่องจากเป็นสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐาน แสดงออกถึงความเสมอภาคและความเท่าเทียมของความเป็นมนุษย์ เป็นพื้นฐานในการอยู่ร่วมกันระหว่างบริษัท พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เพื่อลดโอกาสหรือความเสี่ยงที่จะละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสีย อีกทั้งไม่แบ่งแยกในเรื่อง อายุ เพศ เชื้อชาติ สีผิว ศาสนา ภาษา ชนชั้น ความพิการ หรือความเปราะบางทางเพศ การไม่ใช้แรงงานเด็กและแรงงานบังคับ การเคารพสิทธิของลูกค้า/ผู้บริโภค คู่ค้า พนักงาน และชุมชน โดยจัดให้มีกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HRDD) อีกทั้งยังกำหนดให้มีแนวทางการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ตามกรอบจรรยาบรรณและจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ รวมถึงการดำเนินงานตามระบบมาตรฐานแรงงานไทย

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence : HRDD) โดยมีการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนอย่างเป็นรูปธรรมให้สอดคล้องตามมาตรฐานสากลและกฎหมายสิทธิมนุษยชนในระดับประเทศและระหว่างประเทศ อีกทั้งยังสอดคล้องกับหลักของจรรยาบรรณทางการค้า ETI Base Code (Ethical Trading Initiative Base Code) องค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization: ILO) และหลักการสิทธิมนุษยชนสากล ครอบคลุมถึงปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact UNGC) และหลักการชี้แนะเรื่องสิทธิมนุษยชนสำหรับธุรกิจแห่งสหประชาชาติ (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติรวมถึงแสดงเจตจำนงในการเคารพและไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ทั้งนี้บริษัทฯ มีการจัดตั้งคณะทำงานในการดำเนินการทั้งฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง และฝ่ายขาย โดยคณะทำงานมีหน้าที่ดำเนินโครงการและจัดกิจกรรมสนับสนุนตามข้อกำหนดของนโยบายฯ รวมถึงติดตามและตรวจสอบการกระทำใดๆ ที่ผิดต่อแนวปฏิบัติของนโยบายฯ การจัดการข้อร้องเรียน อีกทั้ง บริษัทฯ ได้แต่งตั้งให้ผู้จัดการส่วนทรัพยากรบุคคล เป็นผู้มีหน้าที่รับผิดชอบและมีอำนาจลงนามผูกพันแทนบริษัทฯ ในเอกสารและรายงานด้านสิทธิมนุษยชน

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



ผลการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินการ
บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน SMETA (SEDEX)	2 โรงงาน (SRI,PT)	2 โรงงาน (SRI,PT)
จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมทบทวนด้านสิทธิมนุษยชน	100%	100%
พื้นที่ปฏิบัติงานของบริษัทฯ ได้รับประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน	100%	100%
ข้อร้องเรียนจากพนักงาน ผู้บริโภค ลูกค้า ชุมชน	เป็น 0	0
จำนวนกรณีละเมิดสิทธิมนุษยชน	เป็น 0	0

การระบุและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน เพื่อทำให้สามารถระบุมาตรการป้องกันและลดผลกระทบจากความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงาน 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 ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เสรีภาพในการสมาคมการรวมกลุ่มและการเจรจาต่อรอง การเลือกปฏิบัติ / การล่วงละเมิด รูปแบบการใช้แรงงานที่ผิดกฎหมาย (เช่น แรงงานเด็ก แรงงานบังคับ) 	<ul style="list-style-type: none"> สุขภาพและความปลอดภัย ข้อมูลส่วนบุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> สภาพการทำงาน สุขภาพและความปลอดภัย การเลือกปฏิบัติต่อคู่ค้า/ผู้รับเหมา 	<ul style="list-style-type: none"> สุขภาพและความปลอดภัย ความเป็นอยู่และมาตรฐานการครองชีพ



หลักเกณฑ์ในการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนพิจารณาจาก 2 ด้านหลัก ได้แก่

- ผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน
- โอกาสที่จะเกิด (Likelihood) หรือความเป็นไปได้ที่จะเกิด

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

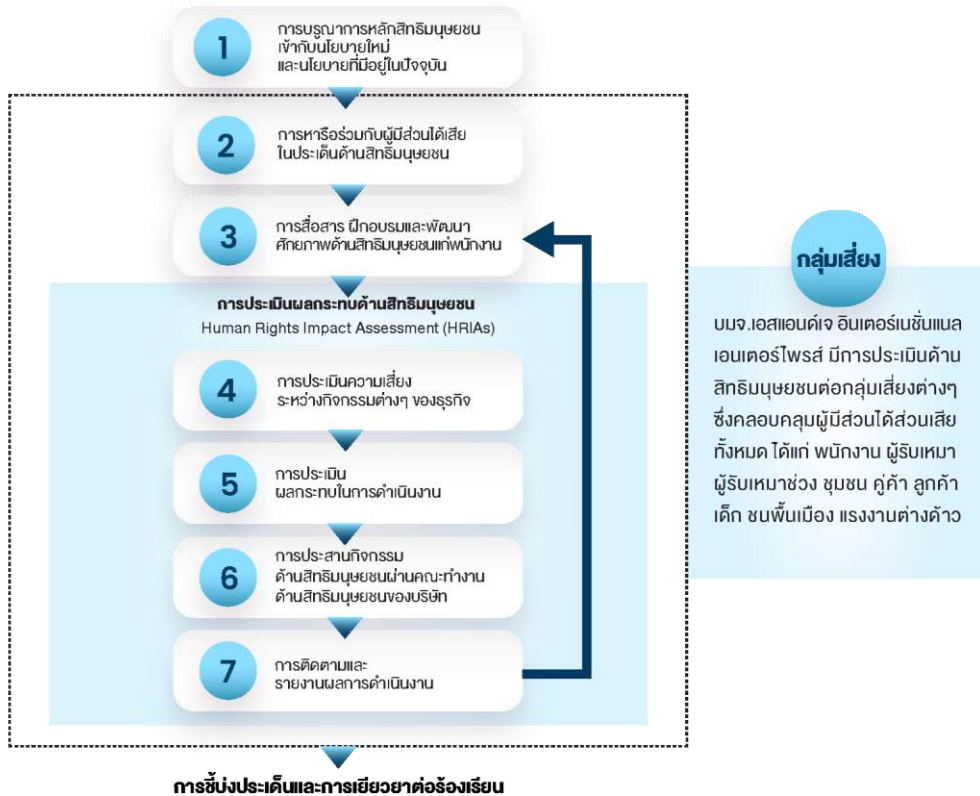
ระดับความเสี่ยง	คะแนน	โอกาส/ผลกระทบ
สูง - สูงมาก (H)	15-25 คะแนน	เป็นความเสี่ยงในระดับยอมรับไม่ได้ หน่วยงานที่รับผิดชอบ ต้องพิจารณาหยุด หรือระงับบางกิจกรรมที่มีผลกระทบรุนแรง และมีแผนกิจกรรมเพื่อลดความเสี่ยงลงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้
ปานกลาง (M)	5-14 คะแนน	เป็นความเสี่ยงในระดับยอมรับไม่ได้ หน่วยงานที่รับผิดชอบ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

ผลการประเมินความเสี่ยง :

ในภาพรวม ผลอยู่ในระดับต่ำ การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ไม่มีความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ครอบคลุมถึงผู้มีส่วนได้เสียภายในและภายนอกตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยเฉพาะด้านลูกค้า/ลูกค้า ที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจต่อการดูแลบริหารงานด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน ตามระบบปฏิบัติด้านคุณธรรมและจริยธรรมด้วยดีเสมอมา

ขั้นตอนการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

นโยบาย



โครงการหรือกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้เรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชน

การปฐมนิเทศพนักงานใหม่

บริษัทฯ ให้ความสำคัญเรื่องการเคารพ สิทธิมนุษยชน โดยได้เพิ่มนโยบายและเนื้อหาด้านสิทธิมนุษยชนในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่เพื่อให้พนักงานเกิดความตระหนักรู้ตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามาทำงานที่บริษัท

พนักงานใหม่ได้รับการอบรมด้านสิทธิมนุษยชนครบ 100%

จัดอบรมหลักสูตรสิทธิมนุษยชน

เพื่อสร้างความตระหนักในการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนอย่างถูกต้องรวมถึงเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนบริษัทฯ จึงจัดให้พนักงานทุกคนอบรมผ่านระบบออนไลน์และทบทวนต่อเนื่องทุกปี

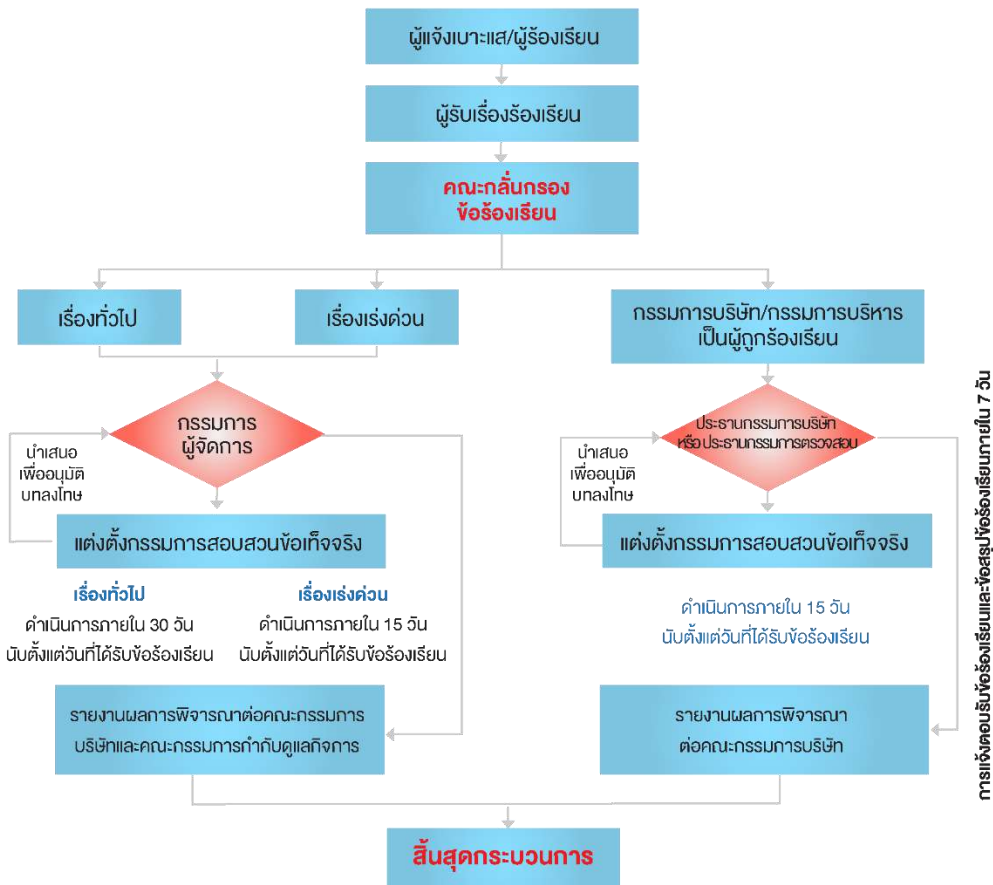
พนักงานได้รับการอบรมด้านสิทธิมนุษยชนครบ 100%

สื่อสารสร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ มีการสื่อสารด้านหลักสิทธิมนุษยชนผ่านช่องทางที่หลากหลายบนหน้าจอบอร์ดประชาสัมพันธ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ อีเมล เป็นต้น

การร้องเรียนและร้องทุกข์

บริษัทฯ มีกลไกการจัดการข้อร้องเรียนของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย กรณีถูกละเมิดสิทธิหรือไม่ได้รับความเป็นธรรม อย่างเป็นระบบและโปร่งใส มีมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียนอย่างเป็นระบบ



ช่องทางการร้องเรียนและร้องทุกข์

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

การเยียวยาที่ได้รับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ จัดเตรียมมาตรการการเยียวยาผู้ที่อาจได้รับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยพิจารณาถึงระดับผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นรายกรณี บริษัทฯ จะดำเนินการแก้ไขปัญหและเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบทั้งกรณีเรื่องเร่งด่วนให้ดำเนินการภายใน 15 วัน และเรื่องทั่วไปให้ดำเนินการภายใน 30 วัน การให้ความช่วยเหลือเยียวยาเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ตามข้อเรียกร้องทางกฎหมายอย่างเป็นธรรม เช่นในกรณีพนักงานถูกสั่งพักงาน/ โอนย้ายตำแหน่ง แต่เมื่อพบว่าไม่มีความผิดจริง บริษัทฯ จะดำเนินการพิจารณาอย่างเหมาะสมและเป็นธรรมต่อไป

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

นโยบายและความมุ่งมั่น

การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมถือเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและเป็นแนวปฏิบัติภายใต้ ธรรมนูญสากลทางธุรกิจ บริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายในการปฏิบัติต่อแรงงานตามข้อกำหนดมาตรฐานแรงงานไทย (มรท.) หรือ TLS 8001-2020 อย่างเคร่งครัดที่ครอบคลุมในด้านต่างๆ ได้แก่ การต่อต้านการบังคับใช้แรงงาน การล่วงเกินทางเพศ และการใช้ความรุนแรง การใช้แรงงานเด็ก การใช้แรงงานหญิง ค่าตอบแทนการทำงาน ชั่วโมงการทำงานและเวลาพัก วันหยุด และวันลา การเลือกปฏิบัติ วินัยและการลงโทษ เสรีภาพในการสมาคมและการร่วมเจรจาต่อรอง ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน สวัสดิการแรงงาน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้แรงงานได้รับการคุ้มครองอย่างทัดเทียม เสมอภาค ไม่มีการแบ่งแยก เชื้อชาติ ศาสนา เพศ อายุ รสนิยมทางเพศ ความพิการ สัญชาติ ไม่มีการเลือกปฏิบัติ และสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วม ก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดี มีขวัญกำลังใจในการทำงาน

นอกจากนี้บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะให้เกิดการเคารพสิทธิของบุคคล จึงมีประกาศเรื่อง การป้องกันการล่วงละเมิดทางเพศ

นियามการล่วงละเมิดทางเพศ หมายถึง การกระทำหรือสนับสนุน ไม่ว่าจะโดยตรงหรือทางอ้อม ไม่ว่าจะตั้งใจหรือไม่ก็ตาม ให้มีการล่วงเกิน คุกคาม แสดงออกด้วยคำพูด ภาษากาย ท่าทาง การสัมผัส หรือล่วงล้ำไปในเรื่องส่วนตัวทางเพศอันเป็นผลให้ผู้อื่นเกิดความรู้สึกรำคาญใจ ไม่พอใจ โกรธ โมโห วิตกกังวลหรือทำร้ายร่างกายซึ่งกันและกัน ซึ่งครอบคลุมมาตรการป้องกันการ ดำเนินงานด้านข้อร้องเรียน เพื่อให้พนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบและนำไปปฏิบัติ

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการมาตรฐานแรงงานไทย มรท. 8001-2563 ประกอบด้วย ผู้แทนฝ่ายบริหาร และผู้แทนฝ่ายลูกจ้าง ซึ่งมาจากการเลือกตั้ง เพื่อกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และติดตาม ดูแล ให้การดำเนินงานของบริษัทฯ สอดคล้องเป็นไปตามมาตรฐานแรงงานไทย และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง บริษัทฯ ปฏิบัติต่อพนักงานทุกระดับอย่างเท่าเทียม มีเสรีภาพในการเสนอความคิดเห็น เสนอข้อร้องเรียนด้านสวัสดิการหรือสิทธิประโยชน์ เพื่อพัฒนาปรับปรุงสภาพการทำงาน และสวัสดิการต่างๆ ผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ ซึ่งมาจากการเลือกตั้งอย่างโปร่งใส โดยผู้สมัครเลือกตั้งและผู้ลงคะแนนสามารถดำเนินการลงสมัครและลงคะแนนได้อย่างอิสระ

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน ปี 2567

รายการ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน		
		2565	2566	2567
จำนวนข้อร้องเรียนด้านแรงงาน	0	0	0	0
จำนวนข้อร้องเรียนด้านการเลือกปฏิบัติ	0	0	0	0

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้สื่อสารและจัดอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดมาตรฐานแรงงานไทยและจริยธรรมธุรกิจ หลักสูตร Ethical Trading Initiative (ETI Base Code) และหลักสูตร "ความรู้พื้นฐานด้านสิทธิมนุษยชน" ซึ่งครอบคลุม กฎหมายแรงงาน จริยธรรมธุรกิจ เสรีภาพในการทำงาน การเคารพสิทธิมนุษยชน การไม่เลือกปฏิบัติ การล่วงเกินทางเพศ และการใช้ความรุนแรง สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยตามมาตรฐานอาชีวอนามัย

หลักสูตร ข้อกำหนดมาตรฐานแรงงานไทย และจริยธรรมธุรกิจ	2565	2566	2567
จำนวนพนักงานที่ผ่านการอบรม	1,788 คน	1,930 คน	2,297
จำนวนพนักงานที่สอบผ่าน	100%	100%	100%
คะแนนสอบเฉลี่ย	95 %	95 %	96%

การบริหารค่าตอบแทนและรักษาพนักงาน

นโยบายและความมุ่งมั่น

บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีการจ่ายค่าตอบแทนในการทำงานแก่พนักงานตามคุณวุฒิ ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการทำงาน โดยเงินเดือนขั้นต่ำของพนักงานเป็นไปตามค่าแรงขั้นต่ำตามที่รัฐบาลกำหนด รวมทั้ง มีการกำหนดโครงสร้างเงินเดือนเพื่อให้สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทฯ กำหนดให้มีการพิจารณาปรับเพิ่มอัตราเงินเดือนประจำปีและโบนัส ให้แก่พนักงานปีละ 1 ครั้ง โดยผ่านกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานในแต่ละระดับ ประกอบด้วยเกณฑ์การประเมินความรู้ความสามารถ Competency Model และ เกณฑ์ประเมินศักยภาพในการทำงาน Key Performance Indicator (KPI) เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานและรักษาพนักงานที่มีความสามารถให้คงอยู่กับองค์กร บริษัทฯ มีการบริหารค่าตอบแทนที่ครอบคลุมทั้งด้านที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ซึ่งกรณีที่เป็นตัวเงินในแต่ละปี บริษัทฯจะมีการศึกษาและเปรียบเทียบแนวทางการบริหารค่าจ้างผลตอบแทนกับบริษัทในเครือและบริษัทชั้นนำเป็นประจำทุกปี

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการอื่นๆ เช่น เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โดยบริษัทสมทบในอัตราร้อยละ 3 ของเงินเดือนพนักงาน สหกรณ์ออมทรัพย์ เงินบำเหน็จเกษียณอายุ การให้เงินรางวัล (ของขวัญปีใหม่) รวมถึงการให้รางวัลสำหรับพนักงานปฏิบัติงานครบ 30 ปี 20 ปี 10 ปี เป็นต้น กรณีที่ไม่ใช้ตัวเงินบริษัทฯ มีการทบทวนโครงสร้าง รูปแบบ รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปรับตัวให้มีความยืดหยุ่น คล่องตัว โดยสอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การดำเนินการดังกล่าวของบริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานที่เป็นตัวแทนลูกจ้างได้มีส่วนร่วมในการเจรจาหรือประจำเดือนเกี่ยวกับผลประโยชน์ และสวัสดิการต่างๆ ที่พนักงานพึงได้รับ โดยพนักงานมีสิทธิและเสรีภาพในการร่วมเจรจาต่อรอง 100% อีกทั้งบริษัทฯ มีแนวทางในการสนับสนุนการออมเงินสำหรับพนักงาน และการสร้างหลักประกันทางการเงินก่อนเข้าสู่วัยเกษียณ โดยบริษัทฯ ให้การสนับสนุนกองทุนสำรองเลี้ยงชีพกับพนักงานทุกคน และมีโครงการสหกรณ์ออมทรัพย์ ซึ่งพนักงานสามารถเลือกเข้าร่วมได้อย่างอิสระ



สมาชิกในโครงการ
สหกรณ์ออมทรัพย์ **192** คน

ยอดเงินฝากรวม

15,826,580 บาท

ผลการดำเนินงาน

รายการ	หน่วย	2567
ค่าตอบแทนรวมของพนักงานทั้งหมด	บาท	948,778,396.52
ค่าตอบแทนรวมของพนักงานชาย	บาท	312,365,341.66
ค่าตอบแทนรวมของพนักงานหญิง	บาท	636,413,055.26
ร้อยละของค่าตอบแทนรวมของพนักงานชาย	%	32.92
ร้อยละของค่าตอบแทนรวมของพนักงานหญิง	%	67.08
ค่าเฉลี่ยค่าตอบแทนของพนักงานทั้งหมด	บาท/คน	528,273.05
ค่าเฉลี่ยค่าตอบแทนของพนักงานชาย	บาท/คน	591,601.03
ค่าเฉลี่ยค่าตอบแทนของพนักงานหญิง	บาท/คน	501,903.04
จำนวนพนักงานทั้งหมดที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	คน	1,096
ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพต่อพนักงานทั้งหมด	%	61.02
จำนวนเงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	บาท	11,241,883.00
ร้อยละของจำนวนเงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพต่อค่าตอบแทนรวมของพนักงานทั้งหมด	%	3.00



การดูแลผู้สูงอายุและประชากรกลุ่มเปราะบาง

ความมุ่งมั่น

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญด้านสิทธิมนุษยชน ยึดหลักสิทธิเสรีภาพ ความเสมอภาคและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ โดยไม่เลือกปฏิบัติ มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมความหลากหลายในองค์กร ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยเฉพาะประชากรกลุ่มเปราะบาง (Vulnerable Groups) ให้เข้าถึงโอกาสในการทำงาน ประกอบอาชีพ และเป็นส่วนหนึ่งของสังคมได้อย่างภาคภูมิใจ โดยการส่งเสริมการจ้างงานประชากรกลุ่มเปราะบาง (Vulnerable Groups) ได้แก่ ผู้พิการและผู้สูงอายุที่อยู่ในวัยเกษียณ ได้เข้าถึงโอกาสในการมีคุณภาพชีวิตที่ดี สามารถเลี้ยงดูตนเองและครอบครัวได้

การจ้างงานคนพิการ

แนวทางบริหารจัดการ

บริษัทฯ ร่วมสนับสนุนการจ้างงานคนพิการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2560 จนถึงปัจจุบัน เพื่อสร้างโอกาสในการทำงานและช่วยให้คนพิการมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและพึ่งพาตนเองได้ ด้วยความมุ่งมั่นดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ ได้รับ รางวัล “องค์กรที่สนับสนุนงานด้านคนพิการระดับดีเยี่ยม” จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4



รางวัลองค์กรที่สนับสนุนงานด้านคนพิการระดับดีเยี่ยม

เป้าหมายและผลการดำเนินงานการสนับสนุนคนพิการในองค์กร

รายการ	2565	2566	2567
จำนวนการจ้างงานคนพิการ	19	20	21
อัตราส่วนการจ้างงานคนพิการ/พนักงานทั้งหมด	1.08	1.10	1.17

โครงการ S&J (Care You) นอกจากบริษัทฯ จะเปิดโอกาสให้ผู้พิการได้มีงานทำแล้ว การดูแลการจ้างงานอย่างเหมาะสม ด้วยหลักสิทธิมนุษยชนโดยคำนึงถึงความเท่าเทียม บริษัทฯมีการพิจารณาปรับค่าทักษะให้กับผู้พิการที่มีผลการปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีถึงดีมากเท่าเทียมคนปกติ รวมไปถึงการดูแลความเป็นอยู่ของผู้พิการที่ด้วยโอกาส โดยมีการปรับปรุงสภาพบ้านเรือนที่อยู่อาศัย และบริจาคสิ่งของอุปโภคบริโภคที่จำเป็นอีกด้วย



ก่อนปรับปรุง



หลังปรับปรุง



การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและตอบสนองต่อนโยบายของภาครัฐในการผลักดันโครงการธุรกิจที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ โดยเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุซึ่งดำเนินการโดย สถาบันไทยพัฒนา ร่วมกับ กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ บริษัทฯ ได้นำมากำหนดเป็นนโยบาย และ แนวทางการปฏิบัติต่อผู้สูงอายุ ดังนี้



การเตรียมความพร้อม (PREPARATION)

บริษัทฯ มีการเตรียมความพร้อมสำหรับพนักงานที่ก้าวเข้าสู่วัยเกษียณผ่านการอบรมให้ความรู้ เรื่องการวางแผนการออมก่อนวัยเกษียณตลอดจนสิทธิพิเศษต่างๆ ที่ผู้สูงอายุพึงจะได้รับ และควรจะต้องทราบเช่น เรื่องการยกเว้นภาษีเงินประกันสังคม เงินผู้สูงอายุ เป็นต้น

การคุ้มครอง (PROTECTION)

พนักงาน: บริษัทฯ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุในบริษัท ตลอดจนจัดสวัสดิการต่างๆ อย่างเท่าเทียม
ผู้บริโภค: บริษัทฯ คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้สูงอายุในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจโดยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ช่วยในการชะลอวัยด้านการดูแลผิวพรรณ เป็นต้น

การมีส่วนร่วม (PARTICIPATION)

โครงการจ้างงานพนักงานเกษียณอายุ บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานสูงอายุที่อยู่ในวัยเกษียณสามารถทำงานต่อหลังเกษียณโดยมีการพิจารณางานที่มีคุณค่าและ มีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับวัย

ปี 2567 บริษัทฯ มีการจ้างงานผู้เกษียณอายุ จำนวน 56 คน

การดำเนินธุรกิจตามสิทธิเด็ก

นโยบายการดำเนินธุรกิจตามหลักสิทธิเด็ก

บริษัท เอส แอนด์ เจฯ ตระหนักในสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐานที่จำเป็นของมนุษย์ โดยคำนึงถึงความเท่าเทียมและความเสมอภาค จึงได้นำหลักการสิทธิเด็กและหลักปฏิบัติทางธุรกิจ (Children's Rights and Business Principles : CRBP) ที่พัฒนาขึ้นโดยองค์การยูนิเซฟเพื่อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) และองค์การช่วยเหลือเด็ก (Save the Children) มาบูรณาการเข้ากับกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจ ผ่าน CRBP Frame Work ดังนี้



จากกรอบแนวคิด CRBP บริษัทฯ ได้ดูแลกระบวนการผลิตสินค้าเด็กด้วยความระมัดระวัง โดยให้ความสำคัญทั้งด้านคุณภาพ และความปลอดภัยตั้งแต่กระบวนการออกแบบสูตร/ผลิตภัณฑ์ การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการทดสอบ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่ามีความปลอดภัยต่อเด็ก ทั้งนี้ยังมีการให้ข้อมูลตลอดจนวิธีการใช้และคำเตือนผ่านสลากผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน

บริษัทฯ สร้างพื้นที่ความปลอดภัยให้กับเด็กโดยการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน ได้แก่



การไม่ใช้แรงงานเด็ก



การดูแลสิ่งแวดล้อมของโรงงานเพื่อลดผลกระทบต่อชุมชน รวมถึงสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีแก่เด็กและเยาวชนในชุมชน

บริษัทฯ เคารพในสิทธิเสรีภาพและการมีส่วนร่วมของเด็กในชุมชนทั้งใกล้และไกล โดยให้เด็กมีโอกาสในการคิด และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมระดับเยาวชน ผ่านโครงการยกระดับนวัตกรรมท้องถิ่นสู่สากลภายใต้ธีม Cosmetic & Health Products ปี 2567 ได้รับผลงานนวัตกรรมจากเยาวชนกว่า 120 ผลงาน เพื่อนำมาคัดค้น ออกแบบและวิจัยพัฒนาต่อยอด



สินค้าที่บริษัทฯ ออกแบบและพัฒนาสำหรับเด็กในปี 2567 จำนวน 3 รายการ

การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

นโยบายและความมุ่งมั่น

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากร เพราะถือเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่าและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเป้าหมายและกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร เพื่อพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกสถานการณ์ บริษัทฯ ได้มีการจัดทำโครงการต่างๆ ในการเสริมสร้างความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงาน เพื่อสร้างโอกาสและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มีแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับเป้าหมายธุรกิจและกลยุทธ์ขององค์กร ด้วยการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพของพนักงานผ่านการวิเคราะห์ความจำเป็น ก่อนนำมาวางแผนเพื่อกำหนดหลักสูตรในการฝึกอบรมแต่ละปี พร้อมทั้งกำหนดวัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดของหลักสูตรอย่างชัดเจนเพื่อให้สามารถติดตามและประเมินประสิทธิผลการอบรมได้อย่างเป็นรูปธรรม

ผลการดำเนินงาน ปี 2567



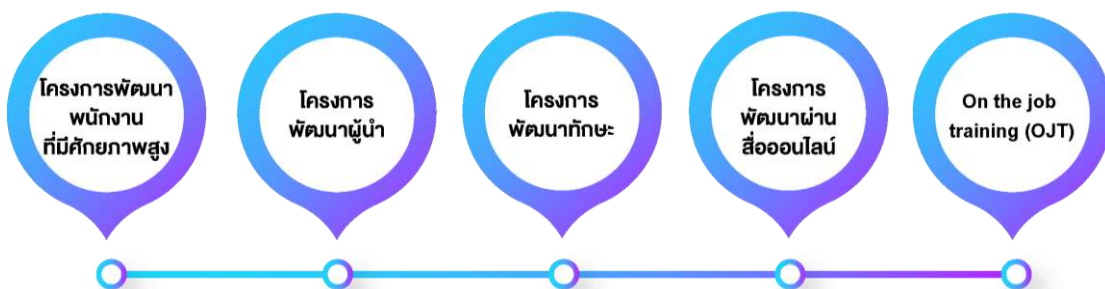
จำนวนหลักสูตรการอบรมประจำปีและจำนวนอบรมเฉลี่ย/คน/ปี

รายการ	2565	2566	2567
จำนวนชั่วโมงเฉลี่ย/คน/ปี	37	30	42
วันเฉลี่ย/คน/ปี	5	4	5

	การฝึกอบรม OJT	การอบรมประจำปี	การอบรมภายนอก	การอบรมนอกแผน
จำนวนหลักสูตร	4,482	52	37	12
ร้อยละ	97.8	1.1	0.8	0.3

จำนวนชั่วโมงการอบรม	พนักงาน	หน่วย	เจ้าหน้าที่	แผนกขึ้นไป	ทีม
77,500	35,239	15,223	12,189	9,064	5,785

โครงการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่สำคัญ ประจำปี 2567





โครงการพัฒนาศักยภาพบุคคลที่สำคัญ ประจำปี 2567

1. โครงการพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูง

1.1 โครงการพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่ง

บริษัทฯ มีการเตรียมความพร้อมและลดความเสี่ยงในการขาดแคลนบุคลากรในตำแหน่งงานหลักหรืองานสำคัญๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องทางธุรกิจ โดยมีกระบวนการจัดทำแผนการสืบทอดตำแหน่งประกอบด้วย 10 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

- 1 กำหนดตำแหน่งงานหลัก
- 2 จัดทำ Career Path Criteria
- 3 วิเคราะห์ MC และ FC รวมถึงจัดทำ TRM
- 4 สรรหาและคัดเลือก Successors ตามเกณฑ์
- 5 จัดทำ Succession Plan และวิธีการพัฒนา Competency
- 6 จัดทำ Succession plan pro-cedure
- 7 พัฒนา Successor
- 8 ติดตามประเมินผล
- 9 นำเสนอเข้าสู่กระบวนการ Acting
- 10 Promote

จำนวนผู้บริหารที่ต้องการเพื่อสืบทอดตำแหน่งประกอบด้วย



ระดับฝ่าย
11 ตำแหน่ง



ระดับส่วน
44 ตำแหน่ง

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินการดังนี้

ระดับฝ่าย สรรหาจากภายใน จำนวน 5 ตำแหน่ง สรรหาจากภายนอก 1ตำแหน่ง ต้องดำเนินการสรรหาเพิ่มอีก 5 ตำแหน่ง ในปี 2568

ระดับส่วน สรรหาจากภายใน จำนวน 17 ตำแหน่ง สรรหาจากภายนอก จำนวน 1 ตำแหน่ง ต้องดำเนินการสรรหาเพิ่ม 26 ตำแหน่ง ในปี 2568

2. โครงการพัฒนาผู้นำ

2.1 Leadership Program

ผู้นำคือปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์กรให้ประสบความสำเร็จ ความร่วมมือร่วมใจของทีมงาน ก็เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้นำสามารถนำพา กลยุทธ์ไปสู่แผนการปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้นำจึงต้องได้รับการเรียนรู้เพื่อช่วยให้ผู้นำเข้าใจตนเอง เข้าใจถึงจุดแข็ง จุดอ่อนของทีม และนำจุดแข็งจุดอ่อนของทีมมาปรับใช้ให้สอดคล้องเพื่อความสำเร็จในภาพรวมขององค์กรต่อไป

1.2 โครงการบริหารผลการปฏิบัติงาน

การประเมินผลการปฏิบัติงานนอกจากจะเป็นการสะท้อนศักยภาพของตัวบุคคลผู้รับผิดชอบในแต่ละส่วนงาน ทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ พฤติกรรมการทำงาน นอกจากนี้การประเมินผลการปฏิบัติงาน (KPI) ที่มีการกำหนดอย่างสอดคล้องเชื่อมโยงจะยังสามารถทำให้บุคลากรของแต่ละส่วนงาน สามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานของส่วนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมุ่งไปสู่เป้าหมายเดียวกัน ทั้งนี้ ใน ปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการทบทวนระบบประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรและทบทวนตัวชี้วัดที่สามารถส่งผลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจในระดับต่างๆ เริ่มตั้งแต่ระดับ (ฝ่าย, ส่วน, แผนก) และนอกจากนี้ยังมีการทบทวนในส่วนของ Competency ได้แก่ : Managerial Competency และ Functional Competency ซึ่งเป็นพฤติกรรมหลักที่จำเป็นต่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย

ผลสำเร็จในปี 2567

บริษัทฯ สามารถทบทวน Corporate KPI แล้วเสร็จตามแผนการที่กำหนด และสามารถทวนสอบ ความเชื่อมโยงระหว่าง Corporate KPI กับ KPI ระดับฝ่าย, ส่วน และแผนก





Leadership Program

จำนวนผู้นำที่ได้รับการพัฒนา

จำนวน 284 คน

จำนวนหลักสูตรในการพัฒนา

จำนวน 4 หลักสูตร

ผู้นำที่ได้รับการพัฒนาแยกตามระดับ

- ผู้บริหารระดับส่วน : 23 คน
- ผู้บริหารระดับแผนก : 93 คน
- หัวหน้างานระดับหน่วย : 79 คน
- หัวหน้างานระดับเจ้าหน้าที่ : 89 คน






หลักสูตร	Hi Impact Collaboration Leadership Program : ผู้นำสร้างทีมร่วมมือร่วมใจ
วัตถุประสงค์	เพื่อยกระดับความร่วมมือแรงร่วมใจของผู้นำ (Collaboration) ในการพัฒนาองค์กรไปสู่อนาคตที่มีความยั่งยืน
กลุ่มเป้าหมาย	ผู้บริหารระดับส่วน และ Successor ระดับส่วน
ผลที่บริษัทได้รับ	ความสำเร็จและความสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกันของผู้นำที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ
หลักสูตร	Growth Mindset & Leading with trust/Coaching Feedback
วัตถุประสงค์	เพื่อสร้างกรอบความคิดของการเป็นผู้นำเชิงรุก และทักษะในการวิเคราะห์ทีมงาน รวมทั้งสร้างพื้นฐานด้านการโค้ชและการให้ข้อมูลสะท้อนกลับอย่างเป็นระบบ
กลุ่มเป้าหมาย	ผู้บริหารระดับแผนก
ผลที่บริษัทได้รับ	จำนวนโครงการต่างๆ ที่เกิดจากการนำความรู้ด้านการโค้ชและสะท้อนกลับไปใช้กับผู้ใต้บังคับบัญชา ส่งผลต่อประสิทธิภาพและคุณภาพผลงาน จำนวน 54 เรื่อง
หลักสูตร	Growth Mindset & Daily Management
วัตถุประสงค์	เพื่อสร้างกรอบความคิดของการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงเชิงรุก และสร้างระบบการบริหารจัดการเวลาทำงานในแต่ละวัน
กลุ่มเป้าหมาย	หัวหน้างานระดับหน่วย
ผลที่บริษัทได้รับ	จำนวนโครงการในการปรับปรุงงานประจำวัน จำนวน 79 เรื่อง
ผลที่พนักงานได้รับ	พนักงานมีความรู้ความสามารถในการคิดแบบผู้นำ สามารถจัดลำดับความสำคัญของงานอย่างเป็นระบบ ลดความผิดพลาดและความล่าช้าในการทำงาน
หลักสูตร	Growth Mindset & EQ
วัตถุประสงค์	เพื่อสร้างกรอบความคิดแบบเติบโตที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพในการทำงาน รวมทั้งสามารถบริหารจัดการความฉลาดทางอารมณ์ได้
กลุ่มเป้าหมาย	ระดับเจ้าหน้าที่
ผลที่บริษัทได้รับ	จำนวนหัวข้อในการพัฒนาประสิทธิภาพและคุณภาพผลงาน จำนวน 35 เรื่อง
ผลที่พนักงานได้รับ	พนักงานได้เรียนรู้การใช้แนวคิดในการจัดการอารมณ์ (EQ) ทั้งเรื่องงาน และเรื่องส่วนตัว

3. โครงการพัฒนาทักษะ

3.1 โครงการพนักงานกลุ่มทักษะในกระบวนการผลิต

พนักงานกลุ่มทักษะในกระบวนการผลิต เป็นกลไกสำคัญ ที่จำเป็นต้องจัดให้มีการประเมินความรู้/ทักษะของพนักงาน เพื่อพัฒนาและปรับระดับทักษะในการทำงานที่สูงขึ้น ทั้งนี้กลุ่มพนักงานที่จำเป็นต้องพัฒนาและปรับระดับ ในปี 2567 มี 3 กลุ่ม รวม 10 คน ผ่านการปรับระดับ 100% ดังนี้

 กลุ่มเป้าหมาย	 แผน	 ผล (ผ่าน)
กลุ่มพนักงาน QC line	1	1
กลุ่มพนักงาน/เจ้าหน้าที่ ผสม	4	4
กลุ่มช่างเทคนิค	5	5

3.2 โครงการ Up Skill และ Re Skill

เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ พนักงานจำเป็นต้องพัฒนาทักษะอยู่เสมอ ทั้งทักษะเดิมหรือทักษะใหม่ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต ในปี 2567 บริษัทฯ ได้วิเคราะห์ความจำเป็นร่วมกับหน่วยงานในการ Upskill และ Reskill เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งมีทั้งสิ้น 2 หลักสูตร 2 หน่วยงานดังนี้

Powerful & Effective Presentation

วัตถุประสงค์ : เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพและทักษะ

การนำเสนอกับลูกค้าแต่ละประเภทอย่างมืออาชีพ

กลุ่มเป้าหมาย : หัวหน้างานระดับแผนก และเจ้าหน้าที่

ส่วนงาน CUR ใน/ต่างประเทศ

ผลที่บริษัทได้รับ : บริษัทฯ มีลูกค้าและยอดขายที่เพิ่มขึ้น

ผลที่พนักงานได้รับ : ทักษะ/เทคนิคในการพูดคุย/

นำเสนอสินค้าอย่างมืออาชีพ



English for Product Research and Development

วัตถุประสงค์ : เพื่อเพิ่มความสามารถของผู้เรียน

ในการสื่อสารภาษาอังกฤษ ช่วยให้ผู้เรียนสามารถ

ติดต่อ พูดคุยกับลูกค้าต่างชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มเป้าหมาย : ฝ่ายเทคนิค

ผลที่บริษัทได้รับ : ลูกค้าต่างชาติมีความเชื่อมั่น

ในการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการวิจัย คุณลักษณะ

ของผลิตภัณฑ์ และกระบวนการวิจัยและพัฒนา

ผลที่พนักงานได้รับ : ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ



4. โครงการพัฒนาผ่านสื่อออนไลน์

บริษัทฯ ได้นำระบบดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนให้น่าสนใจ สั้น กระชับ ตรงประเด็น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เป็นสื่อในการทบทวนความรู้ของพนักงานในด้านต่างๆ ที่จำเป็นต้องมีการทบทวนอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดทำสื่อการเรียนการสอนแบบดิจิทัลมาตั้งแต่ปี 2565 จนถึงปัจจุบัน ทั้งสิ้น 13 หลักสูตร และเพื่อให้กระบวนการเรียนรู้สามารถดำเนินการอย่างครบวงจร ในปี 2567 บริษัทฯจึงได้จัดทำข้อสอบเพื่อใช้วัดผลการเรียนรู้ โดยผลการเรียนรู้ จะถูกบันทึกเข้าในระบบบันทึกประวัติอัตโนมัติอีกด้วย

ปี 2565
3 หลักสูตร
- ข้อกำหนด TLS.8001
- การต่อต้านการคอร์รัปชัน CAC
- หลักการผลิตเครื่องสำอางที่มีคุณภาพและปลอดภัย
ปี 2566
5 หลักสูตร
- ข้อกำหนด ETI Base Code
- ข้อกำหนด HAS 23000 implementation
- การคิดแยก และการกึ่งงะอย่างถูกต้อง
- ข้อกำหนดในระบบคุณภาพ ISO9001,ISO22716,GMP
- ความรู้พื้นฐานด้านข้อมูลส่วนบุคคล
ปี 2567
4 หลักสูตร
- การทำงานกับสารเคมีอย่างปลอดภัย
- ความรู้พื้นฐานด้านสิทธิมนุษยชน
- ความรู้พื้นฐานด้าน ESG
- ไรจจากการประกอบอาชีพและสิ่งแวดล้อม

ปี	จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมผ่านสื่อออนไลน์
2565	3,356
2566	3,916
2567	4,240



สิ่งที่ได้รับ

พนักงานผ่านการอบรมทบทวนความรู้/ความเข้าใจ ตามแผนที่กำหนดส่งผลต่อการทวนสอบ ระบบคุณภาพต่างๆ ของบริษัทฯ ผลการทวนสอบหรืออดิศัยจากภายนอก : ผ่าน 100 %

5. On-the-job Training (OJT)

OJT เป็นเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน ปี 2567 มีผลการดำเนินงาน ดังนี้

	2565	2566	2567
จำนวนหลักสูตรอบรม OJT	3,414	4,943	4,482



โครงการพัฒนาความรู้ด้านความยั่งยืน ESG DNA

บริษัทฯ ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดทำ “โครงการพัฒนาความรู้ด้านความยั่งยืน” ให้แก่ผู้บริหารและพนักงาน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ และตระหนักถึงความสำคัญในด้านความยั่งยืน ผ่านช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์ (E-Learning) โดยในปี 2567 ผู้บริหาร, และพนักงานในระดับเจ้าหน้าที่ (ปริญญาดรี) ได้ผ่านการอบรมในหลักสูตร ESG 101 และ P01 จำนวน 809 คน

ESG DNA For Employee 2024



Timeline


ก.ค - ก.ย 2567
เจ้าหน้าที่ ป.ตรี
แผน 257 คน : ผล 257 คน

Phase 3


เม.ย - มิ.ย 2567
หน่วย, ทีม, เทียบเท่า
แผน 391 คน : ผล 391 คน

Phase 2


ธ.ค 2566 - มี.ค 2567
ฝ่าย, ส่วน, แผนก, เทียบเท่า
แผน 161 คน : ผล 161 คน

Phase 1

ผล : ผ่านการอบรม 809 คน



คิดเป็น 100%

การสร้างความผูกพันขององค์กร

นโยบายและความมุ่งมั่น

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกระบวนการสร้าง Employee Engagement ในองค์กร โดยบริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานในองค์กรสามารถรวมกลุ่มเพื่อเจรจาหรือกับบริษัทเกี่ยวกับผลประโยชน์และสวัสดิการต่างๆ ผ่านตัวแทนลูกจ้าง หรือคณะกรรมการสวัสดิการ นอกจากนี้เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นของพนักงานที่มีต่อบริษัทฯ ทั้งในด้านความ ผาสุกและความผูกพัน บริษัทฯ จึงจัดให้มีการสำรวจความผูกพันระหว่างองค์กรกับพนักงานมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2559 รวมทั้งมีการจัดประชุมกับผู้บริหารระดับสูงเพื่อนำข้อเสนอของพนักงานมาวิเคราะห์และหาแนวทางการปรับปรุงให้เหมาะสมต่อไป และสื่อสารผลการสำรวจ Employee Engagement ให้พนักงานในองค์กรได้รับทราบผ่านช่องทางสื่อสารภายในบริษัทฯ ทั้งนี้ในปี 2567 บริษัทฯ ได้สำรวจระดับความผูกพันของพนักงานในองค์กร ครอบคลุมโรงงานศรีราชา (SJI1), โรงงานปิ่นทอง (SJI2) และสำนักงานกรุงเทพ (BKK)

ผลการดำเนินงาน

ขอบเขต
ครอบคลุมโรงงานศรีราชา (SJI1),
โรงงานปิ่นทอง (SJI2)
และสำนักงานกรุงเทพ (BKK)



เป้าหมาย 80%
ผล 84%

ข้อมูลพื้นฐานจากการสำรวจพนักงานทั้งหมด 1,431 คน

อัตราส่วน ปี 2567

เพศ	
ชาย	442
หญิง	989
ตำแหน่ง	
พนักงานระดับหน่วย/เทียบเท่า	328
ทีม	105
เจ้าหน้าที่	270
พนักงานรายเดือน	728
วุฒิการศึกษา	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	807
ปริญญาตรี	556
สูงกว่าปริญญาตรี	68

แนวคิดในการสร้างความผูกพัน 3S

SAY

พนักงานกล่าวถึง
องค์กรในแง่บวกและพร้อมเป็น
กระบอกเสียงให้องค์กร

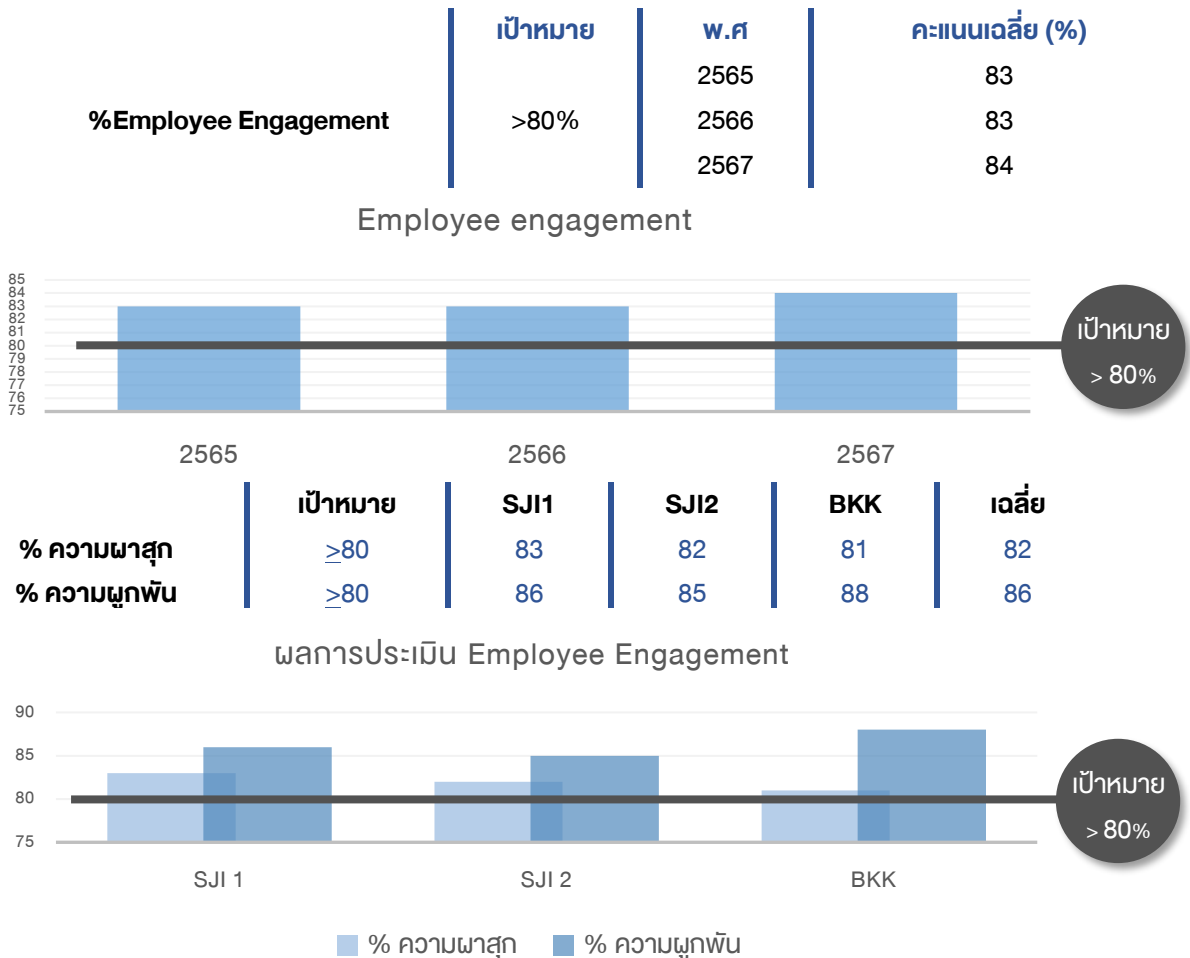
STAY

พนักงานปรารถนา
ที่จะอยู่กับองค์กร และชักชวน
ผู้อื่นให้มาทำงานร่วมกัน

STRIVE

พนักงานมีความมุ่งมั่นต่อ
การทำงาน และต้องการเป็นส่วน
หนึ่งของความสำเร็จขององค์กร

บริษัทฯ ตั้งเป้าการสำรวจพนักงานในกลุ่มต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาความผูกพันที่ดี ระหว่างพนักงานกับองค์กร โดยใน ปี 2567 บริษัทฯ มีเป้าหมายสำรวจพนักงานระดับหน่วย (เทียบเท่า) ทีม เจ้าหน้าที่ และพนักงานรายเดือน จำนวน 1,431 คน เข้ารับการสำรวจจริง 1,431 คน คิดเป็น 100%



จากกราฟ จะเห็นได้ว่า % ภาพรวม Employee Engagement ของทั้ง 3 Plant คือ SJ1, SJ2 และ BKK ผ่านเกณฑ์เป้าหมายที่กำหนด คือ >80% โดยคะแนนความผูกพัน เฉลี่ย 82% , คะแนนความผูกพัน เฉลี่ย 86% ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าคะแนนความผูกพันต่ำกว่าคะแนนความผูกพัน บริษัทฯ จึงได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของคะแนนด้านความผูกพัน จากผลการสำรวจจะพบว่าพนักงานต้องการให้ปรับปรุงประเด็นด้านสภาพแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้นเหมือนกันทั้ง 3 plant คือ เรื่องของบรรยากาศทั่วไปในที่ทำงาน (เสียง แสงสว่าง การถ่ายเทอากาศ) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่นสถานที่พักผ่อนระหว่างปฏิบัติงาน บริษัทฯ จึงได้นำข้อเสนอแนะของพนักงานมาวิเคราะห์ และดำเนินการปรับปรุงเพิ่มเติม ดังนี้

ลำดับ	ประเด็น	แนวทางดำเนินการแก้ไข
1	สำนักงานกรุงเทพ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน เช่น การถ่ายเทของอากาศ ความเย็นของแอร์กระจายตัวไม่ทั่วถึง	สำนักงานกรุงเทพ บริษัทฯ มีแผนการปรับเปลี่ยนสถานที่ทำงานเพื่อให้มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในการทำงานที่เหมาะสมโดยมีการสร้างสำนักงานใหม่ ซึ่งพนักงานจะสามารถย้ายเข้าที่ทำงานใหม่ได้ภายในเดือนเมษายน 2568
2	SJ11 การปรับปรุงเรื่องห้องน้ำ (น้ำไหลช้า อากาศไม่ถ่ายเท)	SJ11 ประชุมร่วมกับส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงในเรื่องของการถ่ายเทอากาศ และการไหลของน้ำ จะแล้วเสร็จภายใน Q1/2568

หมายเหตุ : เกี่ยวกับผลการประเมิน Employee Engagement นี้ บริษัทฯ ได้ทำการเผยแพร่ให้พนักงานภายในได้รับทราบผ่านทางบอร์ด วารสารประจำเดือนของ HR และรายงานให้ลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้นตลอดจนประชาชนที่สนใจทั่วไปผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ ในรายงานความยั่งยืนประจำปี 2567

อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน

นโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัท เอส แอนด์ เจฯ มีนโยบายด้านการบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด เพื่อให้พนักงานรวมถึงผู้ที่เข้ามาปฏิบัติงานในบริษัทฯ สามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้องตามมาตรฐานและข้อกำหนดด้านความปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง



เป้าหมายอาชีวอนามัยและความปลอดภัย



1. ลดการเกิดอุบัติเหตุ ในการทำงาน

1.1 การเกิดอุบัติเหตุ
(หยุดงานเกิน 3 วัน)

0 ราย

1.2 เกิดโรคจากการทำงาน

0 ราย

1.3 จำนวนอุบัติเหตุ
(Zero accident)

0 ราย

1.4 อัตราการบาดเจ็บ
ถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)

0 ppm



2. พนักงาน/ผู้รับเหมาเสียชีวิต
จากการปฏิบัติงาน

0 ราย

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการทำงานด้วยความปลอดภัย เพื่อให้พนักงานมีสุขภาพอนามัยที่ดี ลดการเกิดอุบัติเหตุหรือเกิดโรคจากการทำงาน บริษัทฯ จึงได้จัดโครงการ/กิจกรรมต่างๆ โดยให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วม ตั้งแต่การให้คำปรึกษา การกำหนดมาตรการปฏิบัติงานรวมทั้งการประเมินความเสี่ยงจากกิจกรรมการทำงาน เพื่อให้การดำเนินงานของพนักงานตอบสนองต่อนโยบายความปลอดภัยของบริษัทฯ และสอดคล้องตามกฎหมาย

บริษัทฯ ได้จัดตั้งแผนกความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม มีหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลปฏิบัติงานตามขั้นตอนด้านความปลอดภัย ให้สอดคล้องเป็นไปตามมาตรฐานและกฎหมายที่กำหนด นอกจากนี้บริษัทฯ ได้แต่งตั้งให้มีคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน หรือ คปอ. ประกอบด้วย ประธานคณะกรรมการความปลอดภัย และกรรมการผู้แทนนายจ้างระดับผู้บังคับบัญชา ซึ่งได้มาจากการแต่งตั้ง กรรมการผู้แทนลูกจ้างระดับปฏิบัติการ ได้จากการเลือกตั้งจากพนักงานในบริษัทฯ และเลขาฯ เป็น จป.วิชาชีพ ในการกำกับดูแลนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย จัดทำแนวทางการป้องกัน และลดการเกิดอุบัติเหตุ พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมด้านความปลอดภัยในการทำงานในสถานประกอบการ

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO 45001 : 2018 ในพื้นที่โรงงาน ศรีราชา โรงงานปิ่นทอง และบริษัทฯ ได้ใช้เป็นแนวทางการจัดการระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเพื่อการเสริมสร้าง ส่งเสริม และพัฒนาความรู้ความสามารถ ตลอดจนการสร้างความรู้ทัศนคติด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย แก่พนักงานทั้งหมดของบริษัทฯ ครอบคลุมถึงผู้รับเหมาที่อยู่ในพื้นที่การปฏิบัติงานของบริษัทฯ

การดำเนินงานปี 2567

ผลการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

รายการ	หน่วย	2565	2566	2567
พนักงาน				
อัตราความถี่การบาดเจ็บ (I.F.R.)				
สำนักงานกรุงเทพ	ppm	0.63	0.85	0
โรงงานศรีราชา	ppm	2.63	2.78	17.17
โรงงานปิ่นทอง	ppm	8.31	7.50	3.24
อัตราความรุนแรงของการบาดเจ็บ (I.S.R.)				
สำนักงานกรุงเทพ	ppm	0	0	0
โรงงานศรีราชา	ppm	8.94	11.98	14.97
โรงงานปิ่นทอง	ppm	0	9.37	0
จำนวนอุบัติเหตุทรัพย์สินเสียหาย				
สำนักงานกรุงเทพ	ครั้ง	0	0	0
โรงงานศรีราชา	ครั้ง	4	9	8
โรงงานปิ่นทอง	ครั้ง	5	7	5
จำนวนอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน				
สำนักงานกรุงเทพ	ราย	0	0	0
โรงงานศรีราชา	ราย	2	5	9
โรงงานปิ่นทอง	ราย	0	2	0
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)				
สำนักงานกรุงเทพ	ppm	0	0	0
โรงงานศรีราชา	ppm	0.53	1.07	1.75
โรงงานปิ่นทอง	ppm	0	1.87	0
จำนวนพนักงานเสียชีวิตจากการปฏิบัติงาน				
สำนักงานกรุงเทพ	ราย	0	0	0
โรงงานศรีราชา	ราย	0	0	0
โรงงานปิ่นทอง	ราย	0	0	0
ผู้รับเหมา				
จำนวนอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน				
สำนักงานกรุงเทพ	ราย	0	0	0
โรงงานศรีราชา	ราย	0	0	0
โรงงานปิ่นทอง	ราย	0	0	0

รายการ	หน่วย	2565	2566	2567
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)				
สำนักงานกรุงเทพ	ppm	0	0	0
โรงงานศรีราชา	ppm	0	0	0
โรงงานปิ่นทอง	ppm	0	0	0
จำนวนผู้รับเหมาเสียชีวิตจากการปฏิบัติงาน				
สำนักงานกรุงเทพ	ราย	0	0	0
โรงงานศรีราชา	ราย	0	0	0
โรงงานปิ่นทอง	ราย	0	0	0

LTIFR (จำนวนการบาดเจ็บจนสูญเสียเวลาในช่วงระยะเวลารายงาน] x 1,000,000) / (จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งหมดในช่วงระยะเวลารายงาน)

การสร้างวัฒนธรรมด้านความปลอดภัย

บริษัทเอส แอนด์ เจซให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานที่ถูกต้องและปลอดภัย จึงมีการกำหนดแนวทางเพื่อสร้างความตระหนักถึงอันตรายในการทำงานร่วมกันของพนักงานในองค์กร ดังนี้

- สร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับ (ผู้บริหาร, หัวหน้างาน, พนักงาน) ในการทำงานอย่างปลอดภัย
- การให้ความรู้ความเข้าใจ ในการทำงานที่ถูกต้องปลอดภัยเพื่อสร้างความตระหนักถึงอันตรายที่จะเกิดขึ้นจากการทำงาน
- จัดทำคู่มือการสอนงานที่ครอบคลุมขั้นตอนในการทำงานข้อควรระวัง มาตรการความปลอดภัยในแต่ละจุด
- จัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอันตรายที่เหมาะสมให้แก่พนักงาน
- ตรวจสอบความปลอดภัยของเครื่องมือ เครื่องจักร พร้อมทั้งติดตั้งการ์ดป้องกันอันตรายเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงาน

บทบาทหน้าที่ของผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานเพื่อลดอุบัติเหตุ/ความไม่ปลอดภัย

หัวหน้างาน

- หัวหน้างานจัดทำคู่มือวิธีการปฏิบัติงานรวมถึงวิธีการตรวจสอบความพร้อมของเครื่องมือเครื่องจักรก่อนการปฏิบัติงาน
- หัวหน้างานให้ความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย

เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยคณะกรรมการความปลอดภัย

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



การปรับปรุงเครื่องจักร
และอุปกรณ์

30 เรื่อง



การปรับปรุงกระบวนการ
และวิธีการปฏิบัติงาน

14 เรื่อง



การปรับปรุงสภาพแวดล้อม

14 เรื่อง





รายละเอียด : ติดตั้งการ์ดเครื่อง Sealing test



รายละเอียด : กั้นพื้นที่ระหว่างพื้นที่เดินภายใน Shop Eng กับพื้นที่ปฏิบัติงานเครื่องกลึง

โครงการความปลอดภัยประจำปี 2567

1. การสื่อสารความปลอดภัย (Safety Talk)

การสื่อสารความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความปลอดภัยให้พนักงานได้ตระหนักและให้ความสำคัญ ในเรื่อง "ความปลอดภัยในการทำงาน" โดยมีการหมุนเวียนเจ้าหน้าที่ในแต่ละเดือนเข้าไปในแต่ละหน่วยงาน



2. การส่งเสริมด้านสุขภาพพนักงาน (Healthy Workplace)

กิจกรรมส่งเสริมการออกกำลังกายก่อนเริ่มงาน และช่วงระหว่างวัน โดยมีการให้ความรู้ด้านการยศาสตร์ เพื่อป้องกันโรคที่เกิดจากการทำงาน เช่น โรคออฟฟิศซินโดรม อีกทั้งเป็นการส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี



3. การฝึกซ้อมทีมฉุกเฉินประจำโรงงาน (Safety Culture)

การเตรียมความพร้อมทีมฉุกเฉินให้มีศักยภาพในการแก้ไขสถานการณ์ต่างๆ เช่น อัคคีภัยและสารเคมีหกรั่วไหล เพื่อช่วยลดความรุนแรงของเหตุการณ์ในกรณีเกิดอุบัติเหตุ



การสร้างความปลอดภัยในการปฏิบัติงานสำหรับผู้รับเหมา และ รถขนส่งสินค้า (Safety Work)

การประชุม Contractor Training 2567 ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานในบริษัทฯ ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้รับเหมางานก่อสร้าง, ผู้รับเหมาต่อเติมปรับปรุงอาคาร, ผู้รับเหมาติดตั้งเครื่องจักร, และผู้รับเหมาซ่อมบำรุง ผู้เข้าร่วมประชุมจำนวน 1,874 คน บริษัทฯ ได้มีการแจ้งนโยบายรวมทั้งกฎระเบียบความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมให้ผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานภายในบริษัทได้รับทราบเพื่อปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย

การประชุม Supplier Training 2567 ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่รถขนส่งสินค้าและวัตถุดิบ จำนวนผู้ผ่านการอบรม จำนวน 3,637 คน โดยมีการแจ้งนโยบายรวมทั้งกฎระเบียบความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมให้พนักงานขับรถทราบ เมื่อเข้ามาปฏิบัติงานในบริษัท



การรณรงค์ ด้านความปลอดภัย (Safety Awareness Campaigns)

เพื่อความปลอดภัยในการทำงานและการใช้เส้นทางของพนักงานในระหว่างปฏิบัติงานภายในบริษัทฯ คณะกรรมการความปลอดภัยของบริษัทฯ ได้ร่วมกันจัดกิจกรรมรณรงค์การใช้โทรศัพท์ขณะเดินในพื้นที่โรงงานและกำหนดให้พนักงานเดินในเส้นทาง Walk Way



การรณรงค์การขับขีปลอดภัย

คณะกรรมการความปลอดภัย จัดกิจกรรมส่งเสริมให้พนักงานมีความตระหนักในการใช้รถจักรยานยนต์และรถยนต์ โดยสวมหมวกนิรภัยและคาดเข็มขัดนิรภัยทุกครั้ง เมื่อเดินทางมาทำงานและโดยเฉพาะในช่วงวันหยุดเทศกาลที่มีการใช้รถจำนวนมาก เมื่อเกิดอุบัติเหตุจะช่วยลดความรุนแรงของการบาดเจ็บและยังส่งเสริมให้พนักงานได้ปฏิบัติตามกฎจราจร



การประเมินความเสี่ยงด้านสุขอนามัยและ/หรือความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน

บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงด้านสุขอนามัยด้านความปลอดภัยในกระบวนการปฏิบัติงานทุกขั้นตอน เช่น ขั้นตอนการขนส่งวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ การใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต การใช้เครื่องจักร เป็นต้น โดยครอบคลุม พนักงาน ผู้รับเหมาหรือคู่ค้า (Supplier/Vendor) ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี และกำหนดมาตรการหรือแนวทางเพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงด้านสุขอนามัยและ-ความปลอดภัยในขั้นตอนนี้ ซึ่งระดับความเสี่ยงที่ประเมินอยู่ในระดับความเสี่ยงต่ำทั้งหมด



รายงานผลการสืบสวนอุบัติเหตุด้านสุขภาพและความปลอดภัย

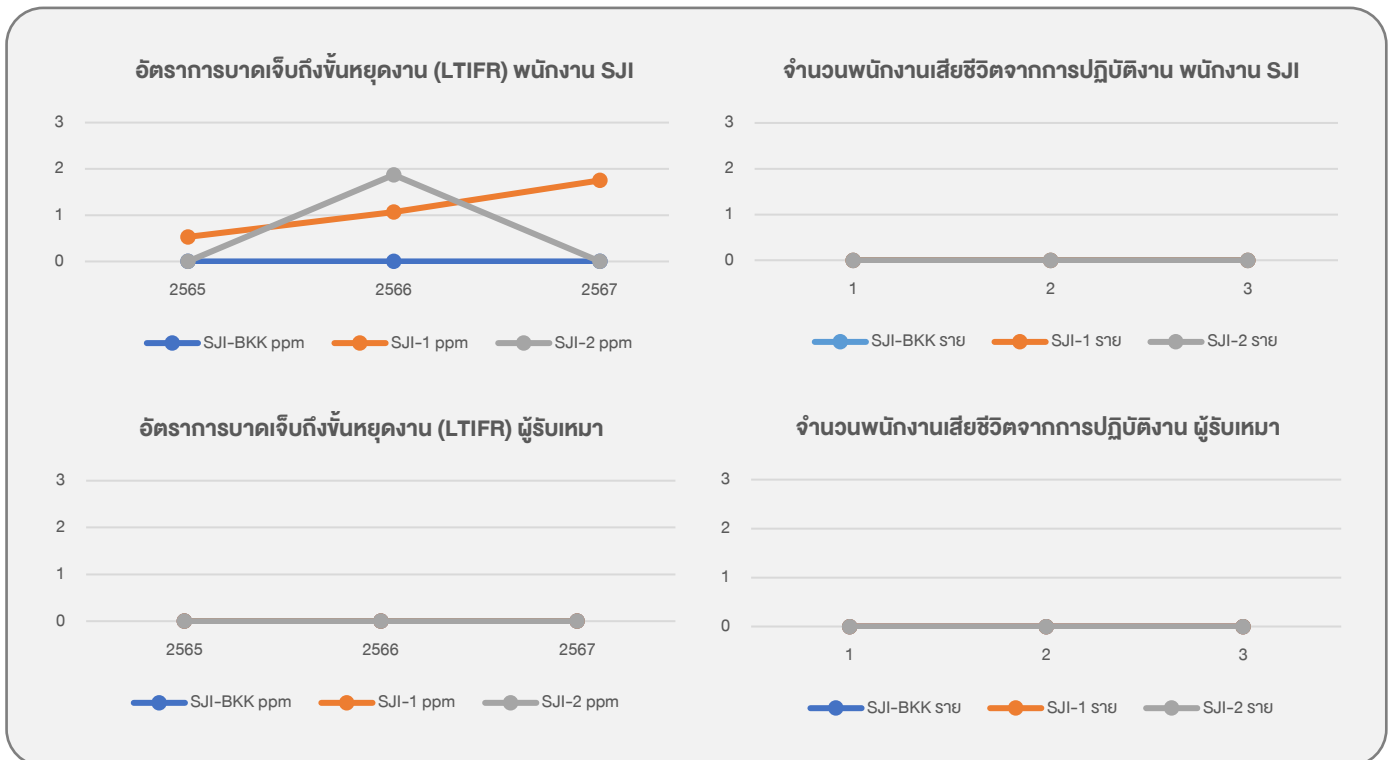
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR) ของพนักงานมีค่า 1.75 ppm ซึ่งไม่บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้และของผู้รับเหมาเท่ากับ 0 ppm ซึ่งบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ประเภทของการบาดเจ็บที่เกิดขึ้น พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ได้รับบาดเจ็บที่นิ้วมือ และเท้า บาดเจ็บจากการถูกหนีบ บาดแผลเปิด นอกจากนี้ ยังได้วิเคราะห์จำแนกตามสาเหตุของการบาดเจ็บและพบว่า ส่วนใหญ่เกิดจากการสัมผัสความร้อนสูงหรือสัมผัสของร้อน การสะดุด ลื่น หกล้ม และการถูกวัตถุหนีบหรือตึง

แนวทางการแก้ไข : กรณีพนักงานได้รับบาดเจ็บที่นิ้วมือจากการถูกหนีบ ปัจจุบันมีการตรวจสอบจุดหมุนจุดหนีบที่เป็นสาเหตุหลักของการเกิดอุบัติเหตุ โดยนำมาประเมินและติดการ์ดป้องกันให้ครบ 100% ในทุกพื้นที่ หรือหากไม่มีความจำเป็นจะต้องยกเลิกการใช้งาน และในกรณีที่มีเครื่องจักรใหม่ เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยจะมีการประเมินความปลอดภัยอย่างละเอียด จาก เห็นว่ามีจุดหมุนจุดหนีบต้องดำเนินการติดการ์ดให้ได้ตามมาตรฐานก่อนส่งมอบทุกครั้ง

กรณีพนักงานสัมผัสกับความร้อนจากการใช้สายยางนำน้ำร้อนมาฆ่าเชื้อ ปัจจุบันมีการพัฒนาเพื่อให้มั่นใจว่าสายยางจะไม่หลุด ไม่ชำรุดระหว่างใช้งาน โดยสายยางแต่ละเส้นจะต้องผ่านการทดสอบแรงดันของสายตามมาตรฐาน ก่อนนำมาติดตั้งในระบบ และมีการตรวจสอบสภาพก่อนใช้งานทุกวันโดยกำหนดมาตรฐานการตรวจสอบอย่างชัดเจน

กรณีในพื้นที่มีการสะดุด ลื่น หกล้ม ปัจจุบันมีการตรวจสอบพื้นที่ประจำวันของพนักงาน การจัดการทำความสะอาดพื้นที่ระหว่างปฏิบัติงานและก่อนเลิกงาน อีกทั้งยังมีเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย และคณะกรรมการความปลอดภัยฯ ร่วมเข้าตรวจสอบพื้นที่เป็นระยะๆ เพื่อกำจัดความเสี่ยงให้หมดไป

ผลการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ทั้ง 3 Plant (SJI-1, SJI-2, BKK)



จำนวนพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับมาตรฐานสุขภาพและความปลอดภัยในปีที่ผ่านมา

รายการ	2565	2566	2567
พนักงานที่ได้รับการอบรมด้านความปลอดภัย	100%	100%	100%

พื้นที่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 45001

รายการ	2565	2566	2567
ความครอบคลุมของระบบมาตรฐานที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 45001 : 2018	50%*	100%*	100%*

*จำนวนพื้นที่โรงงานทั้งหมดไม่รวมสำนักงานกรุงเทพฯ

สินค้าดี

พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการโดยตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค

8 งานที่มีคุณค่า เศรษฐกิจที่เติบโต



9 อุตสาหกรรม นวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน



12 การผลิตและบริการที่รับผิดชอบต่อสังคม



การกำกับดูแลกิจการ

นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีการกำหนดเป้าหมายและแนวปฏิบัติด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมและการวางแผนพัฒนาเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน นอกเหนือจากการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ลงทุน ทำให้บริษัทฯ สามารถแข่งขันได้และมีผลประโยชน์ที่ดีที่สุด สร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้น โดยการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เคารพสิทธิและมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย เป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือผลกระทบต่อบริษัท

คณะกรรมการบริษัทได้จัดทำหลักการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติตาม ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

- นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี
 - หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 8 หลักปฏิบัติ
 - หลักปฏิบัติที่ 1 ตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทในฐานะผู้นำองค์กรที่สร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน
 - หลักปฏิบัติที่ 2 กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของกิจการที่เป็นไปเพื่อความยั่งยืน
 - หลักปฏิบัติที่ 3 เสริมสร้างคณะกรรมการบริษัทที่มีประสิทธิภาพ
 - หลักปฏิบัติที่ 4 สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูงและการบริหารบุคลากร
 - หลักปฏิบัติที่ 5 การส่งเสริมวัฒนธรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ
 - หลักปฏิบัติที่ 6 ดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม
 - หลักปฏิบัติที่ 7 รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล
 - หลักปฏิบัติที่ 8 สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น
 - จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
 - จรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน
- ซึ่งหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3) สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายใต้หัวข้อ “นักลงทุนสัมพันธ์ : การกำกับดูแลกิจการที่ดี”

คณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการได้กำหนดนโยบายความหลากหลายของคณะกรรมการบริษัท (Board Diversity) ซึ่งประกอบด้วยบุคคลที่มีความหลากหลายทั้งทางด้านคุณวุฒิทางการศึกษา ทักษะวิชาชีพ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของบริษัทฯ และสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ผ่านการจัดทำตารางแสดงทักษะ ประสบการณ์ ความรู้ และ ความเชี่ยวชาญ (Board Skill Matrix) อีกทั้งไม่มีข้อจำกัดหรือแบ่งแยกในเรื่อง เพศ อายุ เชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา หรือถิ่นกำเนิด เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้จากโครงสร้างคณะกรรมการบริษัทในปัจจุบันประกอบด้วยกรรมการที่มีคุณสมบัติ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่มีความหลากหลาย ช่วยเพิ่มศักยภาพ และสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

นโยบายความหลากหลายของกรรมการบริษัท ประจำปี 2567 มีรายละเอียดดังนี้

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ปฏิบัติได้จริง
1. จำนวนกรรมการอิสระ:	อย่างน้อยหนึ่งในสามของกรรมการทั้งหมด แต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 คน	6 คน
2. กรรมการบริษัทที่มีความรู้ในธุรกิจของบริษัท	อย่างน้อย 3 คน	14 คน
3. กรรมการบริษัทที่จบการศึกษาในด้านบัญชีหรือการเงิน	อย่างน้อย 1 คน	2 คน
4. คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการที่เป็นผู้หญิง	อย่างน้อย 30% ของจำนวนกรรมการ	46.67 %

นอกจากนี้กรรมการบริษัทที่ไม่เป็นผู้บริหารจำนวน 10 คน เป็นกรรมการที่มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักของบริษัท หรือในภาคอุตสาหกรรมที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์กับเป้าหมายและกลยุทธ์ของบริษัทฯ โดยบริษัทมีจำนวนกรรมการที่ไม่รวมกรรมการอิสระเป็นไปตามสัดส่วนอย่างยุติธรรมของเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นแต่ละกลุ่ม และมีกรรมการอิสระคิดเป็นร้อยละ 40 ของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุนและมีกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารคิดเป็นร้อยละ 66.67 ของคณะกรรมการบริษัท นอกจากนี้บริษัทมีกรรมการที่เป็นผู้หญิงจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 ของคณะกรรมการบริษัท ในขณะที่มีกรรมการอิสระที่เป็นผู้หญิงคิดเป็น ร้อยละ 16.67 ของกรรมการอิสระทั้งหมด อีกทั้งไม่มีกรรมการอิสระคนใดที่ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการในบริษัทจดทะเบียนมากกว่า 5 แห่ง คณะกรรมการเห็นชอบให้กำหนดนิยาม “กรรมการอิสระ” เป็นไปตามประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน แต่ในทางปฏิบัติแล้วกรรมการอิสระของบริษัท มีความอิสระอย่างแท้จริงจากฝ่ายบริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท โดยกรรมการอิสระและผู้ที่เกี่ยวข้องไม่มีการถือหุ้นในบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท

ความหลากหลายในด้านทักษะประสบการณ์ความรู้และความชำนาญเฉพาะด้านที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท (Board Skill Matrix)

คณะกรรมการบริษัทได้ประเมินความหลากหลายทางทักษะของกรรมการ (Board Skill Matrix) ที่จำเป็นและเหมาะสมกับการประกอบธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ อาทิ ด้านธุรกิจของใช้ส่วนตัว และเวชภัณฑ์ วิทยาศาสตร์/การวิจัยและพัฒนา วิศวกรรมศาสตร์ ด้านบัญชีการเงิน ด้านธุรกิจระหว่างประเทศ ด้านกฎหมาย เป็นต้น โดยประกอบด้วยผู้ที่มีความรู้ในธุรกิจของบริษัท อย่างน้อย 3 คน ด้านบัญชีการเงินอย่างน้อย 1 คน ดังนี้

รายชื่อคณะกรรมการ	ตำแหน่ง	ความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์													
		ด้านธุรกิจของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์	ด้านวิทยาศาสตร์ / การวิจัยและพัฒนา	ด้านวิศวกรรมศาสตร์	การวางแผนและบริหารจัดการธุรกิจกลยุทธ์	การบริหารจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	การบริหารจัดการ จัดซื้อ จัดหา	กฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ	การบัญชี	การบริหารการเงิน	การตรวจสอบภายใน	การกำกับดูแลกิจการ	การบริหารความเสี่ยง	การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน	
1. นายบุญเกียรติ	โชควัฒนา	ประธานกรรมการ	/		/	/	/	/				/	/	/	
2. นางทิพารักษ์	โชควัฒนา	รองประธานกรรมการ	/			/	/	/				/			
3. นายธีระศักดิ์	วิคิดเศรษฐ์	กรรมการผู้จัดการ	/		/	/	/	/				/	/	/	
4. ศ.ดร.กฤษณ์	อังสุริย	รองกรรมการผู้จัดการ	/	/		/	/	/				/		/	
5. นางแก้วตา	องค์สรณะคม	กรรมการ	/			/	/	/				/	/	/	
6. นางจิตราภรณ์	วิคิดเศรษฐ์	กรรมการ	/			/	/	/				/		/	
7. นางทองสุข	อุปกิตภากุล	กรรมการ	/	/		/	/	/				/	/	/	
8. นางธีรดา	อำพันวงษ์	กรรมการ	/			/	/	/				/		/	
9. นายสุเทพ	ด้านศิริวิโรจน์	กรรมการ	/			/	/	/	/	/	/	/	/	/	
10. นางพิศนัย	จันทร์บุษยา	กรรมการอิสระ	/			/	/	/	/	/	/	/	/	/	
11. พล.ร.อ.อภิชาติ	เพ็ญศรีทอง	กรรมการอิสระ	/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
12. นายอมร	อัศวานันท์	กรรมการอิสระ	/			/	/	/	/	/	/	/	/	/	
13. พล.ต.อ.สมชาย	ประภัสสร์	กรรมการอิสระ	/			/	/	/	/	/	/	/	/	/	
14. ผศ.ดร.พงษ์ชัย	อริศมนรัตนกุล	กรรมการอิสระ	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
15. นายอนันตชัย	ยูรประภ	กรรมการอิสระ	/			/	/	/	/	/	/	/	/	/	
รวม (คน)			14	3	4	15	8	5	15	2	2	4	15	8	10

การสรรหากรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญต่อการสรรหากรรมการบริษัทให้เป็นไปอย่างโปร่งใสตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จึงได้กำหนดนโยบายการสรรหากรรมการบริษัทและผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้โครงสร้างของคณะกรรมการบริษัทประกอบด้วย กรรมการบริษัทที่มีคุณสมบัติหลากหลายและสอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท รวมทั้งมีคุณสมบัติตามที่กฎบัตรคณะกรรมการบริษัทกำหนดไว้ สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/ รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) ของบริษัทฯ หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ”

คณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยที่มีความรู้ความชำนาญที่เหมาะสม ดูแลรับผิดชอบงานในแต่ละด้าน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมั่นใจได้ว่าบริษัทมีการดำเนินงานและกลั่นกรองงานอย่างรอบคอบ ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหา คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการความยั่งยืน คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ และคณะกรรมการบริหาร

คณะกรรมการบริษัทมีการกำหนดขอบเขตอำนาจดำเนินการ และหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการแต่ละชุดไว้ อย่างชัดเจนในกฎบัตรคณะกรรมการชุดต่างๆ โดยมีประธานของคณะกรรมการชุดย่อยทุกชุดทำหน้าที่ดูแลการปฏิบัติงาน ให้สอดคล้องกับนโยบายของคณะกรรมการบริษัท และมีการรายงานผลการปฏิบัติงานในที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทรับทราบ เป็นประจำทุกปี สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากรายงานประจำปี 2567 ของบริษัทฯ หัวข้อ “ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการชุดย่อย”

การประเมินผลการปฏิบัติงาน

คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ประจำปีของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย โดยนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ พร้อมทั้งได้กำหนดแนวปฏิบัติดังนี้

1. คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อย และกรรมการผู้จัดการ มีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

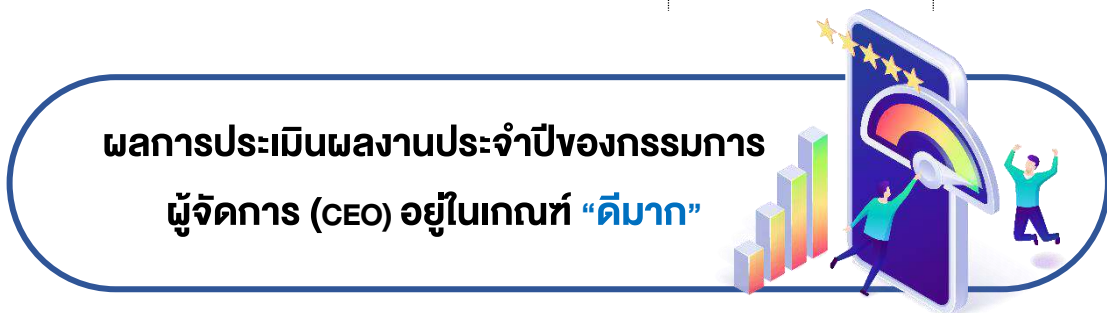
2. คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท โดยประเมินผลทั้งคณะ และรายบุคคล รวมถึงประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการชุดย่อยทุกคน และประเมินผลงานประจำปีของกรรมการผู้จัดการ (CEO) ซึ่งได้เปิดเผยผลการประเมินไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/ รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report)

3. คณะกรรมการบริษัทนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท และ คณะกรรมการชุดย่อย สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/ รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) ของบริษัทฯ หัวข้อ “การสรรหา พัฒนา และประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของคณะกรรมการ” ในปี 2567 ผลการประเมินของคณะกรรมการ มีดังนี้



การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการบริษัท	คะแนนเฉลี่ยร้อยละ	จัดอยู่ในเกณฑ์
คณะกรรมการทั้งคณะ	96	ดีมาก
คณะกรรมการรายบุคคล	93	ดีมาก

การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการชุดย่อย	คะแนนเฉลี่ยร้อยละ	จัดอยู่ในเกณฑ์
คณะกรรมการตรวจสอบ	99	ดีมาก
คณะกรรมการความยั่งยืน	97	ดีมาก
คณะกรรมการบริหาร	92	ดีมาก
คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ	91	ดีมาก
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	90	ดีมาก
คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทน	90	ดีมาก
คณะกรรมการสรรหา	90	ดีมาก



ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน โดย IOD (คะแนนเต็ม 100)

ประจำปี	2565	2566	2567
คะแนนเฉลี่ย	91%	99%	105%
อยู่ในระดับ	ดีเยี่ยม	ดีเยี่ยม	ดีเยี่ยม

ผลประเมินคุณภาพการประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย

ประจำปี	2565	2566	2567
คะแนน	100	100	94.5

รายการ	หน่วย	2565	2566	2567
จำนวนกรณีฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจที่ได้รับจากการร้องเรียน	กรณี	0	0	0
จำนวนกรณีการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับขององค์กรที่ได้รับจากการร้องเรียน	กรณี	0	0	0
พนักงานได้รับการอบรมเกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจหรือจัดให้มีการทดสอบความรู้ด้านจรรยาบรรณธุรกิจ	ร้อยละ	80	100	100

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

นโยบายและความมุ่งมั่น

คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดนโยบายและข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อเป็นแนวทางสำหรับกรรมการ บริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ได้ยึดถือปฏิบัติ โดยมีนโยบายห้ามกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานยอมรับ หรือสนับสนุนการคอร์รัปชันทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม และไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการให้สินบน หรือกระทำการคอร์รัปชัน แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อได้เปรียบทางการค้า นอกจากนี้บริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์ปฏิบัติสำหรับกิจกรรมที่มีความเสี่ยงที่อาจเกิดการคอร์รัปชัน เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ ควบคู่ไปกับการสร้างจิตสำนึก ค่านิยม ทัศนคติให้แก่พนักงานในการปฏิบัติงานตามกฎระเบียบ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

รายการ	เป้าหมาย	2565	2566	2567
จำนวนพนักงานที่ได้รับการสื่อสารนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน (%)	100%	100%	100%	100%
จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน (%)	100%	100%	100%	100%
จำนวนพนักงานที่ถูกลงโทษหรือถูกไล่ออก เนื่องจากไม่ปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริต (ราย)	0	0	0	0
จำนวนค่าปรับ หรือการชำระค่าเสียหายที่เกี่ยวข้องกับการทุจริต (บาท)	0	0	0	0

แนวทางบริหารจัดการ

บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (The Private Sector Collective Action Against Anti-Corruption : CAC) ตั้งแต่ปี 2557 และได้พัฒนาและทบทวนนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งบริษัทฯ ได้ดำเนินการรับรองการเป็นสมาชิกอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการต่อสมาชิกครั้งที่ 2 ในปี 2562 และต่ออายุสมาชิกครั้งที่ 3 ในปี 2565 เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และตรวจสอบได้ ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สอดคล้องกับการเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย โดยบริษัทฯ มีแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

- บริษัทฯ ได้กำหนดข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อเป็นแนวทางให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร พนักงานของบริษัททุกระดับ รวมถึงผู้เกี่ยวข้องปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด

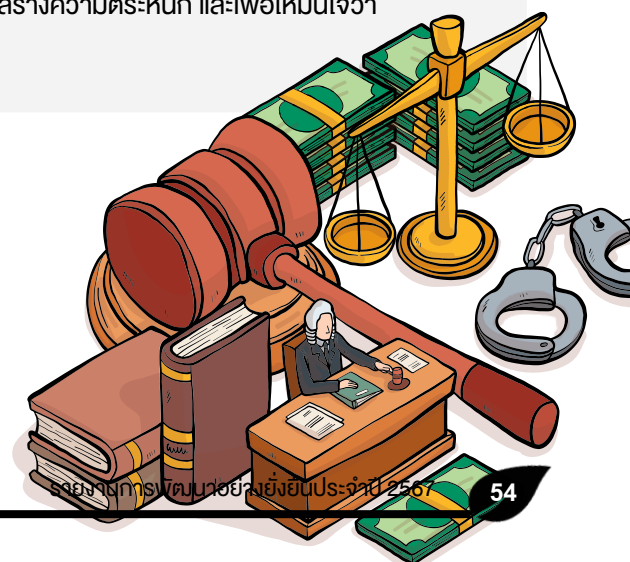
- บริษัทฯ มีนโยบายงดรับกระเช้าของขวัญ หรือของขวัญปีใหม่จากร้านค้า และสื่อสารไปยังพนักงาน ร้านค้า คู่ค้า และผู้เกี่ยวข้องให้ทราบ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องได้มีหลักปฏิบัติที่ถูกต้องในแนวทางเดียวกัน หลีกเลี่ยงการเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และสร้างบรรทัดฐานที่ดีในการดำเนินธุรกิจต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างยุติธรรม และโปร่งใส

- บริษัทฯ ได้จัดทำหลักเกณฑ์ปฏิบัติด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน 8 หลักเกณฑ์ ซึ่งประกอบไปด้วย
 - หลักเกณฑ์ปฏิบัติในการสนับสนุนและช่วยเหลือทางการเมือง
 - หลักเกณฑ์ปฏิบัติในการให้หรือรับบริจาคเพื่อการกุศลและสาธารณประโยชน์
 - หลักเกณฑ์ปฏิบัติในการรับหรือให้ของขวัญ ของกำนัล การเลี้ยงรับรองและการบริการต้อนรับ
 - หลักเกณฑ์ปฏิบัติในการให้และรับเงินสนับสนุน
 - หลักเกณฑ์ปฏิบัติในเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์
 - หลักเกณฑ์ปฏิบัติในการจ้างพนักงานรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ
 - หลักเกณฑ์ปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจด้านการขายและการตลาด
 - หลักเกณฑ์ปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจด้านจัดซื้อ จัดจ้าง จัดหา
 เพื่อเป็นแนวทางให้พนักงานทุกระดับของบริษัทฯ และผู้เกี่ยวข้องปฏิบัติตามไปในแนวทางเดียวกัน

- บริษัทฯ ได้ส่งเสริมให้ความรู้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ โดยกำหนดหลักสูตรอบรมเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ จรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน และการต่อต้านการคอร์รัปชัน เป็นประจำทุกปี เพื่อรับทราบนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ที่มีการเปลี่ยนแปลงใหม่และเป็นการยกระดับนโยบายการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมของบริษัทให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยจัดอบรมผ่านระบบ E-learning ในปี 2567 ได้จัดอบรมหลักสูตร “การต่อต้านคอร์รัปชัน และจริยธรรมธุรกิจ” พร้อมทั้งมีการทำแบบประเมินผลเพื่อวัดความเข้าใจของพนักงาน โดยกำหนดเกณฑ์ผู้อบรมต้องผ่านการประเมิน 90% ของจำนวนข้อสอบทั้งหมด ซึ่งผู้เข้าอบรมผ่านการทำแบบประเมินทั้ง 100%




- บริษัทฯ สื่อสารนโยบาย และหลักเกณฑ์ปฏิบัติเรื่องการต่อต้านการคอร์รัปชันภายในองค์กรครอบคลุมเรื่องการทุจริตทุกรูปแบบ โดยผ่านช่องทางเสียงตามสายวันละ 2 เวลา จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์เรื่องการต่อต้านการคอร์รัปชันตามจุดต่างๆ ของบริษัท จัดทำ QR Code เกี่ยวกับหลักการและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน เพิ่มเนื้อหา นโยบายการต่อต้านการคอร์รัปชัน และการแจ้งเบาะแส ลงในคู่มือพนักงานสำหรับแจกให้กับพนักงานที่เข้าใหม่ และจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์สำหรับบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งบุคคลภายนอกสามารถรับรู้ได้ถึง การแสดงเจตนาของ บริษัทที่ชัดเจน

- บริษัทฯ ได้ส่งเสริมและสื่อสารให้ลูกค้าปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และเข้าร่วมประกาศเจตนาต่อต้านคอร์รัปชันผ่านการจัดอบรม ในหัวข้อ “ขยายแนวร่วม(ลูกค้า) ต่อต้านการคอร์รัปชัน สู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน” ซึ่งมีบริษัทลูกค้าให้ความสนใจและเข้ารับการอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อบนสร้างความตระหนัก และเพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการ Supply Chain ของบริษัทฯ มีความโปร่งใสอย่างแท้จริง



การประเมินความเสี่ยงจากการคอร์รัปชัน

บริษัทฯ มีกระบวนการในการตรวจสอบ ติดตาม ค้นหาและประเมินความเสี่ยงจากการคอร์รัปชัน ตลอดจนจัดทำแผนป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการทำหน้าที่ประเมินความเสี่ยงร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดทำรายงานประเมินความเสี่ยงด้านการคอร์รัปชัน โดยหน่วยงานตรวจสอบภายในทำหน้าที่สอบทานระบบการควบคุมภายในว่ามีเพียงพอต่อการป้องกันความเสี่ยงจากการคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้น

	ความเสี่ยงจากการติดสินบน	ความเสี่ยงจากการขอรับรองมาตรฐาน
 <p>รายละเอียด</p>	<p>ความเสี่ยงจากการจัดทำแบบแจ้งรายละเอียดสารเคมีอันตรายในสถานประกอบการ (สอ.1) ต่อกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดชลบุรี และเขตสาทร ไม่ถูกต้องอาจถูกเรียกปรับหรือเสนอให้สินบน</p>	<p>ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่ออายุใบรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (มรท 8001:2563) จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน</p>
 <p>ผลกระทบ</p>	<p>อาจมีพนักงานร้องเรียนไปยังกรมคุ้มครองสวัสดิการแรงงาน บริษัทฯต้องถูกเข้ามาตรวจสอบอาจเสียค่าปรับ หรือถูกระวางโทษจำคุก</p>	<p>ส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจของบริษัท ทำให้บริษัทสูญเสียรายได้จากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ</p>
 <p>แนวทางการบริหารจัดการ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทบทวนคู่มือการทำงานเป็นประจำทุกปี 2. ทบทวนความรู้ด้านนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน และข้อปฏิบัติให้กับผู้ปฏิบัติงาน รับทราบเป็นประจำทุกปี 3. จัดอบรมให้ความรู้กับพนักงานหากกฎหมายหรือพรบ.ที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทบทวนคู่มือการทำงานเป็นประจำทุกปี 2. ทบทวนความรู้ด้านนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน และข้อปฏิบัติให้กับผู้ปฏิบัติงาน รับทราบเป็นประจำทุกปี 3. จัดอบรมให้ความรู้กับพนักงานหากกฎหมายหรือพรบ.ที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง

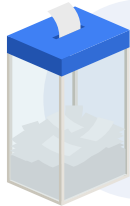
ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายเป็นกลางทางการเมือง ไม่สนับสนุนพรรคการเมืองใดการเมืองหนึ่ง และมีกระบวนการบริหารและดำเนินการอย่างเป็นอิสระ ไม่มีนโยบายที่จะให้การสนับสนุนด้านการเงิน หรือสิ่งของ สิทธิประโยชน์อื่นใด หรือสถานที่อำนวยความสะดวก รวมทั้งการให้บริการด้านเทคโนโลยีโดยไม่คิดค่าบริการแก่พรรคการเมือง กลุ่มการเมือง หรือนักการเมือง

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีมาตรการในการแจ้งเบาะแส และข้อร้องเรียน เมื่อพนักงานหรือผู้มีส่วนได้เสียที่พบเห็นหรือมีหลักฐาน หรือมีข้อสงสัยว่ามีพนักงานหรือบุคคลซึ่งกระทำในนามบริษัท ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการให้สินบนหรือคอร์รัปชัน การทุจริตกระทำผิดกฎหมาย การฝ่าฝืนกฎระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายของบริษัท การไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน ตลอดจนจัดให้มีกลไกในการให้ความคุ้มครองและให้ความเป็นธรรมกับผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียน

วิธีการรับเรื่องแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน

1. การแจ้งโดยตรงผ่านทางโทรศัพท์หรือ ทาง E-mail Address

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



2. กล่องรับเรื่องร้องเรียน : สำนักงานกรุงเทพฯ

โรงงานสวนอุตสาหกรรมศรีนครินทร์ ศรีราชา
โรงงานนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง 1

3. **ไปรษณีย์ลงทะเบียนถึง :** ประธานกรรมการตรวจสอบ หรือ ประธานกรรมการกำกับดูแลกิจการ หรือ ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล หรือ หัวหน้างานตรวจสอบภายใน หรือ เลขาอนุการบริษัท บมจ.เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ เลขที่ 2 ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120



4. ในกรณีที่กรรมการบริษัทหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการกระทำผิดหรือเข้าไปมีส่วนร่วมในการคอร์รัปชัน ให้ยื่นเรื่องร้องเรียนถึงประธานกรรมการบริษัท หรือประธานกรรมการตรวจสอบ

5. ในกรณีที่ผู้ร้องเรียนเลือกที่จะไม่เปิดเผยชื่อตนเอง ต้องระบุรายละเอียดข้อเท็จจริง หรือ หลักฐานที่ชัดเจนเพียงพอที่จะแสดงให้เห็นว่ามีเหตุอันควรเชื่อว่าผู้ถูกร้องเรียนเข้าไปมีส่วนร่วมในการให้สินบนหรือคอร์รัปชัน



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

ขั้นตอนการตรวจสอบข้อเท็จจริง



การบริหารจัดการความเสี่ยง

9 0 7 2 4 5 6 4 8
3 6 9 6 9 5 6 0 2
3 5 7 9 9 7 2 9 7

นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยงว่าเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ ที่ทำให้บริษัทบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรและมีการเติบโตอย่างยั่งยืน สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ รวมถึงสามารถจัดการกับผลกระทบจากเหตุการณ์ต่างๆ ในสถานการณ์ปัจจุบันได้ บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรที่พนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตาม และมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง กำหนัดที่กำหนดนโยบายกรอบการบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลและสนับสนุนการดำเนินงานด้านบริหารความเสี่ยงขององค์กร ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ และเป้าหมายทางธุรกิจ โดยพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ตามสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งภายในและภายนอกตลอดเวลา ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่ครอบคลุมทั้งในระดับภูมิภาคและทั่วโลก



ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะรายงานการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้ทราบถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรตามแผน ที่ได้กำหนดไว้ และรับข้อคิดเห็นเพื่อนำไปปรับปรุงประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยง อย่างต่อเนื่องในทุกๆ ด้าน อีกทั้งเพื่อให้เกิดการบริหารความเสี่ยงเชิงรุกที่เป็นไปในทิศทางเดียวกับการดำเนินธุรกิจขององค์กร สามารถสร้างกลยุทธ์แผนงานและการดำเนินงานด้านต่างๆ ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง



แนวทางการดำเนินงานบริหารความเสี่ยง

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินการบริหารความเสี่ยง อย่างเป็นระบบตามแนวทางมาตรฐานสากล COSO - ERM โดยมีการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อเป้าหมายตามแผนธุรกิจ และกำหนดมาตรการในการควบคุมความเสี่ยง ตลอดจนบูรณาการกระบวนการบริหารความเสี่ยงเข้ากับกระบวนการทำงานขององค์กร เพื่อให้เกิดการควบคุมภายในด้วยตนเอง สามารถบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) เพื่อสนับสนุนต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ครอบคลุมกลุ่มบริษัทย่อย โดยคณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อช่วยกำกับดูแล สนับสนุน และพัฒนาการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร โดยผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ จะมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงมีการติดตามและทบทวนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าความเสี่ยงนั้น ได้อยู่ในเกณฑ์การยอมรับได้ ทั้งนี้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะมีการรายงานการบริหารความเสี่ยงให้คณะกรรมการ บริษัทรับทราบ พร้อมรับแนวทางและคำแนะนำเพื่อลดความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นกับองค์กร

- 1 กำหนดประเด็นความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อบริษัท
- 2 ทำการประเมินระดับความเสี่ยงจากผลกระทบและโอกาสที่จะเกิด
- 3 กำหนดมาตรการแผนงานบริหารความเสี่ยง
- 4 ผู้รับผิดชอบนำแผนไปปฏิบัติ
- 5 ทำการประเมินผลการปฏิบัติเปรียบเทียบกับ KPI

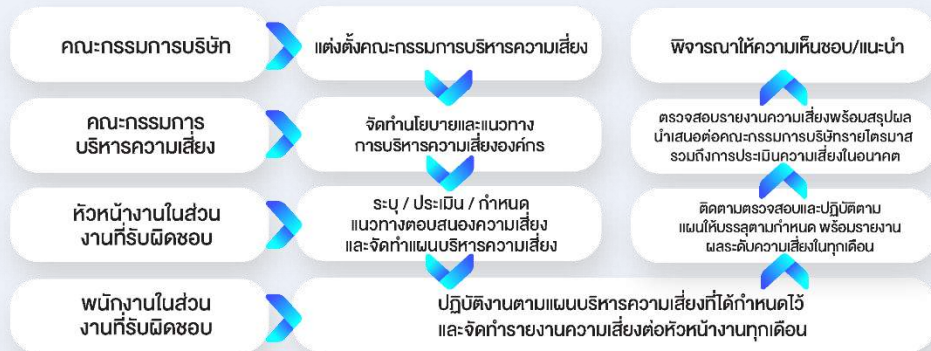


กำหนด KRI
ตัวชี้วัดความเสี่ยง



โครงสร้างกระบวนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการบริหารความเสี่ยงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องมีการปฏิบัติในทุกหน่วยงานตลอดทั้งองค์กร บริษัทฯ จึงได้กำหนดโครงสร้างกระบวนการบริหารความเสี่ยงตั้งแต่คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง หัวหน้างาน และพนักงานในส่วนงานที่รับผิดชอบ โดยกำหนดบทบาทการบริหารความเสี่ยงตามกระบวนการดังนี้



เกณฑ์การประเมินการบริหารความเสี่ยง

ระดับ ความเสี่ยง	ระดับ คะแนน	ความหมาย	ระดับการแก้ไข
สูง	20-25	ความเสี่ยงที่ต้องกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด ซึ่งจะต้องบริหารความเสี่ยงทันที	ดำเนินการแก้ไขโดยด่วน โดยฝ่ายบริหารกำหนดนโยบายป้องกันร่วมกับ Risk Committee และรายงานคณะกรรมการบริษัทเร่งด่วน
กลาง	10-19	ความเสี่ยงที่ต้องกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด ซึ่งจะต้องบริหารความเสี่ยงทันที	ดำเนินการแก้ไขโดยด่วน โดยฝ่ายบริหารกำหนดนโยบายป้องกันร่วมกับ Risk Committee และรายงานคณะกรรมการบริษัท
ต่ำ	1-9	ความเสี่ยงที่ใช้อธิบายควบคุมปกติ ต้องเฝ้าระวัง ซึ่งจะต้องบริหารความเสี่ยง โดยให้ความสนใจ เฝ้าระวัง	ดำเนินการแก้ไข กำหนดแนวทางวิธีการ กำหนดการป้องกัน และแก้ไข โดยผู้ดูแลรับผิดชอบและฝ่ายบริหาร พร้อมนำเสนอผลการดำเนินการกับ Risk Committee เป็นครั้งคราว หรือตามที่ Risk Committee กำหนด

ตารางประเมินระดับความเสี่ยง

ระดับการประเมิน	1 น้อยมาก	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 สูง	5 สูงมาก
โอกาสเกิด	<20%	20-39%	40-59%	60-80%	>80%
ผลกระทบความเสียหาย					
ด้านการเงิน	กระทบยอดขายหรือกำไรลดลง 1%	กระทบยอดขายหรือกำไรลดลง 2-3%	กระทบยอดขายหรือกำไรลดลง 4-10%	กระทบยอดขายหรือกำไรลดลง 11-20%	กระทบยอดขายหรือกำไรลดลง >20%
ด้านการดำเนินงาน	การผลิต ส่งมอบล่าช้ากว่าแผน <5%	การผลิต ส่งมอบล่าช้ากว่าแผน <8-10%	การผลิต ส่งมอบล่าช้ากว่าแผน >10%	หยุดการผลิต/การขายบางส่วนเป็นการชั่วคราว	หยุดการผลิต/การขายชั่วคราว-ถาวร
ด้านชื่อเสียงบริษัท	เกิดการสื่อสารทางลบถึงตัวบุคลากรและมีชื่อเสียงเข้าไปเกี่ยวข้อง	เกิดการสื่อสารถึงบริษัทในทางลบในสื่อต่างๆ	บริษัทถูกตักเตือนหรือต้องจ่ายค่าปรับให้กับหน่วยงานรัฐ/คู่ค้า อันเนื่องมาจากการทำผิดสัญญาหรือกฎหมาย	บริษัทเกิดคดีความทางแพ่ง	บริษัทเกิดคดีความทางอาญา
ด้านความปลอดภัย	ไม่ต้องทำการรักษา	ต้องทำการปฐมพยาบาล	ต้องพบแพทย์เพื่อประเมินอาการ	ต้องเข้าโรงพยาบาลเพื่อรับการรักษา	เกิดการเสียชีวิตหรืออวัยวะ

เกณฑ์ระดับความเสี่ยง จะพิจารณาจากประเภทและระดับของผลกระทบ (Impact) ร่วมกับโอกาสการเกิดความเสี่ยงนั้น ๆ (Likelihood) จนได้เป็นเกณฑ์ระดับความเสี่ยงโดยรวม ที่มีอยู่ 3 ระดับความเสี่ยง เริ่มจากความเสี่ยงต่ำไปยังสูง โดยระดับความเสี่ยงที่บริษัทฯ ถือว่าสามารถยอมรับได้ จะมีระดับความเสี่ยงโดยรวมในระดับต่ำและปานกลาง ทั้งนี้ ความเสี่ยงที่มีระดับสูง บริษัทฯ จะจัดทำแผนการบริหารความเสี่ยง (Mitigation plan) เพิ่มเติม เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงนั้นๆ ให้ลดลง รวมทั้งกำหนดผู้รับผิดชอบ และระยะเวลาที่แล้วเสร็จ รวมถึงมีการตรวจติดตามตามกระบวนการข้างต้นอีกด้วย

ตารางแสดงผลการประเมินความเสี่ยง

	F3,I3	ES5	E3,C1,C2	
ผลกระทบ	O1 ES2	ES3,ES4 ET1,ET2 ET3	I2,S4	F1,O2,S1
		ES1	E1,E2,S2	
		I1		
			F2,S3	

- ความเสี่ยงต่ำและคอยติดตามทุก 3 เดือน
- ความเสี่ยงปานกลางและกำหนดแผนรองรับ
- ความเสี่ยงสูงต้องมีแผนรองรับและติดตามทุกเดือน

บริษัทฯ ได้ประเมินความเสี่ยงที่สำคัญ รวมถึงความเสี่ยงใหม่ (Emerging Risk) เพื่อจัดทำแผนความเสี่ยงประจำปี โดยแบ่งออกได้เป็น 8 ด้าน คือ ความเสี่ยงที่เกิดใหม่, ความเสี่ยงด้านการเงิน, ความเสี่ยงด้านลูกค้า, ความเสี่ยงด้านการผลิต, ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และข้อมูลสำคัญส่วนบุคคล (PDPA), ความเสี่ยงด้าน Supply Chain, และความเสี่ยงด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล (ESG) โดยบริษัทฯ จะพิจารณาประเด็นความเสี่ยงในแต่ละด้านจากความสำคัญที่มาจากประเด็นนั้นๆ วิเคราะห์ถึงโอกาสการเกิดและผลกระทบ รวมถึงตัวชี้วัดระดับความเสี่ยงในแต่ละประเด็นเพื่อใช้ในการติดตามและวัดผลการบริหารความเสี่ยงนั้นให้มีประสิทธิภาพตลอดทั้งองค์กร

ซึ่งในปี 2567 เป็นปีที่ 2 ที่บริษัทฯ มีการบริหารความเสี่ยงขยายผลไปถึงบริษัทย่อยต่างๆ ได้แก่ บริษัท ก้อปเทรินด์ แมมูเฟคเจอร์ริง จำกัด , บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล ยูเค จำกัด , บริษัท โฟร์ดับเบิ้ลยูดี วิชั่น (เอช.เค.) จำกัด

เพื่อให้การประเมินความเสี่ยงมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องทั้งกระบวนการ คณะกรรมการความเสี่ยงจึงได้กำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (KRI) เพื่อติดตาม ตรวจสอบ รวมถึงประเมินผลสถานะระดับของความเสี่ยงในทุกไตรมาส โดยตัวชี้วัดความเสี่ยงนี้จะช่วยระบุว่าความเสี่ยงนั้นอยู่ในระดับสูง กลาง หรือต่ำ เพื่อให้มีการบริหารความเสี่ยงได้ครอบคลุมมากขึ้น

ด้าน ความเสี่ยง	ประเด็นความเสี่ยง	ผลกระทบ	โอกาสเกิด	ระดับ ความเสี่ยง	KRI
Emerging Risk (E)	ค่าแรงที่มีแนวโน้ม ปรับสูงขึ้น ทำให้มีผลกับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น	3	4	ปานกลาง	ค่าแรงเพิ่มจากปี 2566 $\geq 5\%$
	รัฐบาลมีการปรับอัตราค่าไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น มีผลกระทบต่อต้นทุนสินค้า	3	4	ปานกลาง	ต้นทุนค่าไฟ/ชิ้นการผลิต รายไตรมาสเพิ่มจากไตรมาสเดียวกันปี 2566 $\geq 10\%$
	ความเสี่ยงที่เกิดจากวิกฤตการณ์ทะเลแดง ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานหรือขาดแคลน	5	4	สูง	% ที่ส่งมอบตามแผน เทียบกับรายการที่เปิดสั่งซื้อจริง
Financial Risk (F)	อัตราแลกเปลี่ยนที่มีความผันผวนสูง (Exchange Rate)	4	4	ปานกลาง	% การขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน (ขาซื้อ) เทียบยอดสั่งซื้อนำเข้า
	ผลกระทบจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ที่สูงขึ้น มีผลกับการบริหาร และการควบคุมต้นทุนการเงินของบริษัท	1	4	ต่ำ	ค่าใช้จ่ายเพิ่มจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงขึ้น = 0 เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา
	การบริหารความเสี่ยงลูกหนี้รายใหญ่ S&J	5	2	ปานกลาง	มูลค่าหนี้ที่ต้องสงสัยว่าจะสูญ $\geq 10\%$ on sales
Customer (C)	การเติบโตของลูกค้ารายหลักในประเทศมีแนวโน้มลดลง	5	4	สูง	ยอดขาย/ยอดคำสั่งซื้อ ลูกค้ารายหลักในประเทศลดลงจากเป้าหมาย 10% รายไตรมาส
	การเติบโตของลูกค้ารายหลักต่างประเทศมีแนวโน้มลดลง	5	4	สูง	ยอดขาย/ยอดคำสั่งซื้อ ลูกค้ารายหลักต่างประเทศลดลงจากเป้าหมาย 10% รายไตรมาส
Operation Risk (O)	การขัดข้องของเครื่องจักร ไม่ทันสมัย ไม่สามารถรองรับความต้องการลูกค้าได้	4	1	ต่ำ	Main Machine Breakdown $>2\%$ (ชั่วโมง Break down/ ชั่วโมงการทำงานทั้งหมด)
	ขาดแคลนแรงงาน ทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าทัน	4	4	ปานกลาง	%การสรรหาพนักงานไม่ได้ตามเป้าหมายมากกว่า 10% (ภาพรวมทั้งที่มีอยู่และที่ขอใหม่)

ด้านความเสี่ยง	ประเด็นความเสี่ยง	ผลกระทบ	โอกาสเกิด	ระดับความเสี่ยง	KRI
IT & Technology (I)	การ implement s:UU SAP (Hana) ไม่ตรงตามแผน	2	3	ต่ำ	- อัตราการใช้งบประมาณ implement >20% ของงบประมาณที่กำหนด - ระยะเวลา implement > 20% จากระยะเวลาที่กำหนด
	ข้อมูลรั่วไหลและขาดความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์	4	3	ปานกลาง	จำนวนครั้งที่มีการรายงานเหตุการณ์ที่ไม่ปกติที่เกิดจากความบกพร่องของการบริหารจัดการ (Incident report) = 0
	ไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการรักษาข้อมูลสำคัญส่วนบุคคล (PDPA)	5	2	ปานกลาง	จำนวนครั้งที่มีการร้องเรียนหรือ จำนวนครั้งที่ฝ่าฝืนต่อกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล = 0
Supply Chain (S)	ราคาวัตถุดิบหลักปรับราคาสูงขึ้น ที่ส่งผลกับต้นทุนการผลิต	4	4	ปานกลาง	กำหนดระดับความเสี่ยงตามประเภทวัตถุดิบ % เฉลี่ยที่ปรับสูงขึ้นจากปี 2566 หลังจากหักการก่าลดต้นทุนแล้ว
	อัตราค่าระวางตู้การขนส่งสินค้าต่างประเทศปรับสูงขึ้น	3	4	ปานกลาง	ค่าเฉลี่ยค่าระวางต่อตู้ 40 FT ปรับสูงขึ้น > ปี 2566
	ค่าใช้จ่ายขนส่งสินค้าในประเทศปรับสูงขึ้น	1	4	ต่ำ	ค่าขนส่งในประเทศเฉลี่ย > ปี 2566
	การถือครอง inventory ในปริมาณมาก	4	3	ปานกลาง	มูลค่า Aging inventory/(มูลค่า inventory ทั้งหมด) >28% Inventory turn (Accumulate sales by quarter/Avg Inv by Quarter) <1.75
Environmental, Social and Governance (ES)	ปรากฏการณ์เอลนีโญที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปี 2566-2567 ทำให้เกิดภาวะฝนแล้งและอุณหภูมิที่สูงขึ้น ทำให้พืชผลทางการเกษตรเสียหาย และส่งผลต่อป่าไม้มีผลผลิตที่ต่ำลง ทำให้คาดการณ์ได้ว่าราคาวัตถุดิบขาดแคลนหรือ ไม่สามารถจัดหาได้ตามที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้า	3	3	ต่ำ	การส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าล่าช้าหรือหยุดชะงัก ≥ 30 วัน
	การปฏิบัติต่อคู่ค้าตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานด้วยความเท่าเทียม, การละเว้นการละเมิดสิทธิมนุษยชนและการจ้างงานผิดกฎหมาย	4	1	ต่ำ	คู่ค้าหยุดผลิต ≥ 14 วันและไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้
	การปฏิบัติต่อพนักงานในองค์กรและ subcontractor ด้วยความเท่าเทียม, การละเว้นการละเมิดสิทธิมนุษยชนและการจ้างงานผิดกฎหมาย	4	2	ต่ำ	คำร้องเรียนจากพนักงานและบุคคลทั่วไปด้านความเท่าเทียม, สิทธิมนุษยชน และการจ้างงาน > 1 ครั้งต่อเดือน
	บริษัทมีการปฏิบัติตามหลักการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส, มีจริยธรรมทางธุรกิจและมีแผนกำกับดูแลกิจการ	4	2	ต่ำ	คำร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้เสียด้านการดำเนินธุรกิจ > 1 ครั้งต่อเดือน
	ความเสี่ยงด้านยอดขายที่ลดลง และชื่อเสียงของบริษัท จากการบังคับใช้กฎหมายการลงคะแนนบรรจุกักตัก	5	3	ปานกลาง	ยอดขายที่ลดลงหรือหายไปจากการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดนี้ = 5% on sales (90 mb)

ด้านความเสี่ยง	ประเด็นความเสี่ยง	ผลกระทบ	โอกาสเกิด	ระดับความเสี่ยง	KRI
Enterprises Risk (ET)	โครงสร้างองค์กรที่ไม่เท่าทันการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและตลาด	4	2	ต่ำ	คำร้องเรียนจากโครงสร้างองค์กรที่ไม่เหมาะสม ทำให้ไม่สามารถทำงานร่วมกับลูกค้า = 0
	ขาดแผนกลยุทธ์ธุรกิจระยะกลางและระยะยาวที่เหมาะสม	4	2	ต่ำ	การจัดทำแผนธุรกิจ (ระยะกลาง – ระยะยาว) เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด
	ความเสี่ยงที่จะเกิดการหยุดชะงักทางธุรกิจจากการขาดบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ	4	2	ต่ำ	อัตราการสรรหาบุคคลในตำแหน่งสำคัญตลาดเคลื่อน < 10%



หัวข้อความเสี่ยง	ประเด็นความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง	KRI
Emerging Risk	ความเสี่ยงที่เกิดจากวิกฤตการณ์ทะเลแดง ส่งผลวัตถุดิบอาจหยุดชะงักหรือขาดแคลน	สูง	% ที่ส่งมอบตามแผน เทียบกับรายการที่ปิดสั่งซื้อจริง

สาเหตุ	มาตรการและแนวทางป้องกัน
<p>ในช่วงไตรมาส 1-4/2567 การส่งมอบล่าช้าที่เกิดขึ้นทั่วโลกยังคงมีสาเหตุหลักมาจากการสู้รบในทะเลแดงที่ยังไม่สงบ ส่งผลให้เรือสินค้าต้องวิ่งอ้อมแหลม Good Hope ทำให้ใช้ระยะเวลาเพิ่มขึ้นมากกว่าปกติทางหน่วยงาน Supply Chain จึงได้กำหนดวิธีการเพิ่มเติมดังนี้</p> <p>จากวิธีการดังกล่าวสามารถทำให้การส่งมอบตั้งแต่เดือนมกราคมถึงพฤษภาคม สามารถทำได้ตามเป้าหมาย จนกระทั่งต้นเดือนมิถุนายนเริ่มพบว่ามีการส่งมอบล่าช้าที่มีสาเหตุหลัก 2 ข้อ</p> <p>1. ผลกระทบจากเส้นทางเดินเรืออ้อมแหลม Good Hope ทำให้มีระยะเวลายาวนานขึ้นตั้งแต่ 10-20 วัน ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ, ขนาดของเรือ และความเร็วของเรือแต่ละสาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อหลายสายเรือที่เป็นเรือแม่ (Mother vessel) มาถึงท่าเรือสิงคโปร์เป็นเวลาเดียวกัน จึงเกิดการขนถ่ายสินค้าที่ท่าเรือสิงคโปร์นานขึ้นจากปกติ 7-14 วัน ส่งผลให้กำหนดการส่งมอบล่าช้า</p> <p>2. การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ที่เริ่มส่งผลกระทบต่อเป็นวงกว้างทั่วโลก จากตู้คอนเทนเนอร์ที่มีระยะเวลาการใช้งานนานกว่าปกติไม่เกิดการหมุนเวียนตามระบบที่คาดไว้</p>	<ol style="list-style-type: none"> สินค้าที่มาจากแหล่งยุโรป, สหรัฐฯ, จะต้องดำเนินการส่งล่วงหน้า 30 วัน เจรจาร่วมกับคู่ค้าในการเก็บสินค้าที่ประเทศไทย สำหรับสินค้าที่มีการใช้ต่อเนื่อง การพิจารณาส่งมอบทาง air freight โดยมีการจัดการค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นร่วมกับคู่ค้า การหาแหล่งผู้ผลิตใหม่ๆ ในเอเชียที่มีคุณภาพตามที่มาตรฐาน โดยเฉพาะในประเทศไทย <p>จากสถานการณ์ดังกล่าวทางหน่วยงานจัดซื้อจึงได้เพิ่มมาตรการจากข้างต้นอีก 2 ข้อคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> ทำงานเชิงรุกร่วมกันตลอด supply chain จนถึงลูกค้าและคู่ค้า เพื่อประเมินความต้องการสินค้า ระยะเวลาดำเนินการส่งมอบ จัดหาผู้จัดจำหน่ายและผู้ผลิตในประเทศใกล้เคียงเพิ่มเติม <p>แนวโน้มที่การส่งมอบล่าช้าในไตรมาส 4/2567 และต้นปี 2568 จากการติดตามข่าว จะพบว่าสถานการณ์ในทะเลแดง ยังไม่มีแนวโน้มดีขึ้นและยังขยายวงกว้างออกไปเพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจหลายอย่างต้องมีการปรับเปลี่ยนเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา แต่ประเมินว่าจะอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ คือสามารถส่งมอบได้ 90%-93% และไม่เกินกว่า 14 วัน</p>



ด้านความเสี่ยง	ประเด็นความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง	KRI
Customer Risk	การเติบโตยอดขายลูกค้ารายหลักในประเทศ มีแนวโน้มลดลง	สูง	ยอดขายรายไตรมาสลูกค้ารายหลักในประเทศ ลดลงกว่าเป้าหมาย >10%

สาเหตุ	มาตรการและแนวทางป้องกัน
<ol style="list-style-type: none"> ลูกค้ารายหลัก มีการสั่งซื้อสินค้ากันแคดปริมาณมากในช่วงปลายปี 2566 และแผนการขายไม่ได้เป็นไปตามที่วางแผนไว้ ทำให้มีสต็อกสินค้าที่ต้องระบายต่อในช่วงปี 2567 มีผลกับการสั่งซื้อในปี 2567 ลดลงกว่าที่ทาง S&J ประมาณการ การมีคู่แข่งซึ่งเป็นผู้ผลิตทั้งในประเทศจีน และ ไทย ในการแข่งจำนวนผลิตจาก S&J 	<ol style="list-style-type: none"> การเร่งพัฒนาสินค้ากันแคด ที่มี Innovation ที่สร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง และตอบโจทย์ผู้บริโภคในประเทศจีน เพื่อให้ทางลูกค้าเลือก S&J เป็นผู้ผลิต การบริหารจัดการ Supply Chain ที่ตอบสนองคำสั่งซื้อที่เร่งด่วน หาโอกาสการขายทั้งในและต่างประเทศและติดตามสถานการณ์เพื่อรองรับความต้องการลูกค้าได้ทันที การลดความเสี่ยงการกระจุกตัวลูกค้ารายหลัก โดยการเพิ่ม Potential Domestic Customers



ด้านความเสี่ยง	ประเด็นความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง	KRI
Customer Risk	การเติบโตยอดขายลูกค้ารายหลักต่างประเทศ (EU,UK) มีแนวโน้มลดลง	สูง	ยอดขายรายไตรมาสลูกค้ารายหลักต่างประเทศ (EU,UK) ลดลงกว่าเป้าหมาย >10%

สาเหตุ

ไตรมาส 1- 3 : ประเด็นยอดขาย Key Account Export (EU,UK) น้อยกว่าเป้าหมาย จากผลกระทบลูกค้ารายหลักประกาศเข้าสู่กระบวนการล้มละลายและเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการ (Administration) ทำให้ S&J ระงับการส่งออก เพื่อรอความชัดเจน จากการติดตามอย่างใกล้ชิดทาง S&J ประสานงานและสามารถผลิตสินค้า และเริ่มส่งขายใน ไตรมาส 4/2567 โดยทางลูกค้ายังมีการสั่งซื้อปริมาณไม่มาก เนื่องจากต้องศึกษาและวางกลยุทธ์ใหม่

มาตรการและแนวทางป้องกัน

1. ลดความเสี่ยงโดยเร่งเพิ่มโอกาส การขายลูกค้า Export ทั้งใน EU,EK และประเทศอื่นที่เป็น Potential customers
2. หาโอกาสการขายทั้งในและต่างประเทศและติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อรองรับความต้องการลูกค้าได้ทันที
3. การบริหาร Supply Chain เพื่อตอบสนองความต้องการเร่งด่วนจากลูกค้าได้ทันที



ด้านความเสี่ยง	ประเด็นความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง	KRI
Supply Chain Risk	การถือครอง Inventory ในปริมาณมาก	ปานกลาง	% Aging inventory/ total inventory >28% Inventory Turn <1.75

สาเหตุ

1. จากสถานการณ์วิกฤตการทะเลแดงที่ยังคงมีต่อเนื่อง ในไตรมาส 3-4 ทำให้ S&J ต้องเพิ่มการสั่งซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า
2. สถานการณ์ตลาดปัจจุบัน ที่มีการแข่งขันสูงขึ้นทำให้การคาดการณ์การสั่งซื้อจากลูกค้า มีความไม่แน่นอนสูง ทำให้ต้องมี Inventory ส่วนสำรองเพิ่มเติม
3. การมีสินค้าคงคลังเหลือจากการรอความชัดเจนในการดำเนินงานทางธุรกิจต่อไป

มาตรการและแนวทางป้องกัน

1. จัดซื้อเจรจา Supplier ในการลดระยะเวลาสั่งซื้อให้สั้นลง รวมถึงการสำรองวัตถุดิบที่ร้านค้าเพิ่มเติม
2. ฝ่ายขายมีการใช้ กลยุทธ์การทำงานใกล้ชิดตลาดและลูกค้า เพื่อร่วมวางแผนการประเมินการขายและการสำรองวัตถุดิบที่มีระยะเวลาสั่งซื้อยาว เพื่อเพิ่มโอกาสการขาย และลดความเสี่ยง
3. จากการติดตามสถานการณ์ของลูกค้าย่างใกล้ชิด S&J สามารถเตรียมความพร้อมและสามารถส่งออกในไตรมาส 4

ปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

1. ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

ที่มามีความสำคัญและเหตุผล

ประเด็นความความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์นับว่ามีความท้าทายมากขึ้นทุกวัน โดยเริ่มเห็นชัดตั้งแต่สถานการณ์รัสเซีย ยูเครน ตั้งแต่ปี 2565 เป็นต้นมา และเริ่มขยายวงกว้างจนทำให้เกิดวิกฤตการณ์ทะเลแดง รวมถึงรัสเซียที่เริ่มเห็นได้ชัดว่าเป็น ผู้ที่มีบทบาทในภาคพลังงานของโลก สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดการขยายขอบเขตของประเทศมหาอำนาจด้านเศรษฐกิจ การเมือง และการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น ส่งผลให้ประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจที่เชื่อมต่อกับประเทศกลุ่มนี้ต่างได้รับผลกระทบในหลายด้าน เช่นด้านต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นจากปัจจัยพลังงานและการขนส่ง

ในส่วนสภาพเศรษฐกิจในประเทศไทยนั้น รัฐบาลมีนโยบายในการปรับค่าแรงขั้นต่ำในปี 2567 นี้ เพื่อตอบสนองต่อค่าครองชีพที่สูงขึ้น ซึ่งการปรับค่าแรงขั้นต่ำจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตโดยตรง ทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง โดยเฉพาะบริษัทฯ ที่ต้องแข่งขันกับต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน หรือประเทศในกลุ่มอาเซียนอื่นๆ

จากการประเมินความเสี่ยงใหม่นี้ บริษัทฯ พิจารณาว่าอาจจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนสินค้าทางด้านการผลิตและด้านวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเป็นความเสียหายเปรียบในการแข่งขันของตลาดเครื่องสำอางในปัจจุบัน

มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้ทำงานร่วมกับลูกค้าหลักที่นำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ในการบริหารต้นทุนวัตถุดิบโดยการเจรจากับผู้ผลิตในปริมาณความต้องการในระยะยาว เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถวางแผนการผลิตให้ได้ต้นทุนอย่างเหมาะสม รวมถึงการบริหารค่าขนส่งร่วมกันตลอด supply chain โดยการคิดคำนวณปริมาณนำเข้าในแต่ละครั้ง ให้สัมพันธ์กับค่าระวางเรือและ ระยะเวลาการส่งมอบ ในขณะเดียวกันบริษัทฯ ได้หาแหล่งผลิตวัตถุดิบในประเทศหรือโซนใกล้เคียงที่มียังคงคุณภาพได้มาตรฐานควบคุมไปด้วย

ในขอบเขตของการผลิต บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาเครื่องมือและเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มากขึ้น ควบคุมการทำงานให้เป็นไปตามแผนการผลิตที่ได้วางไว้ รวมถึงการจัดการด้านพลังงานที่ได้นำพลังงานธรรมชาติคือ solar roof top มาใช้ในโรงงานและปรับรูปแบบการทำงานเป็น 2 รอบการทำงานเพื่อลดปริมาณการใช้ ไฟฟ้าลง

จากการประเมินความเสี่ยงใหม่ที่เกิดขึ้นนี้ ทางบริษัทฯ สามารถจัดการลดระดับความเสี่ยงให้อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ แต่เนื่องจากเป็นความเสี่ยงที่มีความผันผวนสูงจากปัจจัยภายนอกบริษัทฯ จึงยังคงมีมาตรการติดตามตรวจสอบ รายไตรมาส เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา

2. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

ที่มาความสำคัญและเหตุผล	มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยง
<p>ช่วงเวลาดังแต่ปี 2565-2567 นับว่าอัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนสูง ซึ่งมีที่มาจาก การปรับอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางสหรัฐ รวมถึงภาวะเงินเฟ้อที่เกิดขึ้นในหลายประเทศ โดยเฉพาะเศรษฐกิจในประเทศยุโรปที่มีกำลังซบเซา สิ่งเหล่านี้ทำให้อัตราเงินของแต่ละประเทศมีการเปลี่ยนแปลงตามกลไกของเศรษฐกิจ</p> <p>บริษัทฯ มียอดขายและยอดซื้อสินค้าทั่วโลก โดยใช้สกุลเงินสากลในกลุ่มดอลลาร์สหรัฐ, ปอนด์สเตอร์ลิง และยูโร เป็นหลัก จึงได้มีการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่จะทำให้อัตราเงินที่จะสามารถแลกเปลี่ยนในอัตราที่เหมาะสม ซึ่งช่วยให้สามารถประเมินรายได้และรายจ่ายในสกุลบาทได้ล่วงหน้า อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนธุรกิจและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน</p> <p>ในความเสี่ยงด้านการเงินนี้ ทางบริษัทฯ ยังรวมไปถึงการบริหารรายรับจากลูกค้ารายหลักทุกราย เพื่อให้สอดคล้องกับการจัดการสถานะทางการเงินของบริษัทฯ ในด้านสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียนและการลงทุนเพื่อต่อยอดทางธุรกิจ</p> 	<p>บริษัทฯ มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารอัตราแลกเปลี่ยนซึ่งมีวาระติดตามการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ค่าเงินทุกเดือน โดยพิจารณาแนวโน้มทิศทางของค่าเงินโลกจากสถานการณ์เศรษฐกิจและมีการเลือกใช้เครื่องมือทางการเงินที่เหมาะสม เพื่อบริหารความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอันอาจเกิดขึ้น โดยทำงานร่วมกับหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องในการคาดการณ์การรายได้ จากยอดขายและรายจ่ายค่าวัตถุดิบและค่าบริการต่างๆ ในทุกสกุลเงินตราต่างประเทศ ล่วงหน้ารายไตรมาส เพื่อให้พิจารณาผลกระทบทั้งทางด้านบวกและลบ รวมถึงระยะเวลาของความผันผวนนั้นๆ จะเกิดเป็นระยะเวลาสั้นหรือไม่ว่างนี้ บริษัทฯ จะกำหนดขึ้นตอนเกณฑ์การยอมรับความผันผวนและวิธีการจัดการให้สอดคล้องทั้งด้านซื้อและด้านขาย ซึ่งสามารถปรับระดับการจัดการตามสถานการณ์ในแต่ละช่วง</p> <p>สำหรับการบริหารรายรับจากลูกค้ารายหลัก บริษัทฯ ได้มอบหมายให้หน่วยงานขายได้ติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศในกลุ่มที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยว่ามีสภาวะทางเศรษฐกิจมีความเสี่ยงที่อาจทำให้อัตราเงินของลูกค้ายหลักลดลง ส่งผลให้การชำระเงินไม่เป็นไปตามกำหนด ทั้งนี้ให้ทำเป็นแผนบริหารความเสี่ยงด้านการเงินของลูกค้ายหลักต่อไป</p> <p>การบริหารความเสี่ยงด้านการเงินนี้ บริษัทฯ ได้มีการกำกับดูแลอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี รวมถึงให้มีการปรับเปลี่ยนได้อย่างตลอดจนทำให้ความเสี่ยงนี้ลดระดับลงมาอยู่ในเกณฑ์ปานกลางที่ยอมรับได้ และยังคงเป็นความท้าทายที่จะต้องมีการปรับเพิ่มขึ้นอย่างเร่งด่วนต่อไป</p>

3. ความเสี่ยงด้านลูกค้า (Customer Risk)

ที่มาความสำคัญและเหตุผล	มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยง
<p>การกลับมาของอุตสาหกรรมความงามหลังจากวิกฤตการณ์ COVID พบว่ามีแนวโน้มเติบโตขึ้นทุกปี และมีการขยายตัวในสินค้าทุกประเภท ทั้งผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าและผิวกาย รวมถึงตลาดเมคอัพที่กลับมาเติบโตอย่างก้าวกระโดด ซึ่งในการเติบโตอย่างมีนัยยะนี้ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในระดับสูง ทำให้มีผู้ประกอบการและผู้รับจ้างผลิตใหม่เข้ามาในธุรกิจนี้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว และเกิดความเสี่ยงที่ตามมาคือสินค้าได้รับความนิยมในระยะสั้น ทิศทางของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสของเทรนแฟชั่น หรือ social media ต่างๆ ทั่วโลก</p> <p>เมื่อการแข่งขันในตลาดเครื่องสำอางสูงขึ้นทั้งในและต่างประเทศในหลากหลายมิติ ทำให้เกิดผลกระทบต่อลูกค้าของบริษัทฯ โดยตรง และหากลูกค้าไม่มีการปรับตัวตอบสนองความต้องการใหม่ๆ ในด้านผลิตภัณฑ์, ทั้งด้านการสื่อสารการตลาดกับผู้บริโภคหรือช่องทางทางการจัดจำหน่ายได้อย่างทันท่วงที ก็จะมีผลกระทบต่อเนื่องมาที่บริษัทฯ กันที เมื่อแผนการสั่งซื้อไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้</p>	<p>ในไตรมาสแรก ทางบริษัทฯ จึงได้มอบหมายให้หน่วยงานขายทั้งในประเทศและต่างประเทศทำการวิเคราะห์ลูกค้าในกลุ่มการเติบโตของลูกค้าทุกกลุ่มในทุกสินค้า เพื่อสะท้อนให้เห็นแนวโน้มยอดขายของบริษัทฯ ที่เกิดขึ้น จึงกำหนดมาตรการไว้ 3 หัวข้อหลักด้วยกัน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มาตรการแนวทางการติดตามการเติบโตในลูกค้ายหลักให้เป็นไปตามแผน 2. มาตรการผลักดันยอดขายในลูกค้ากลุ่มที่สองให้เติบโตมากขึ้น โดยการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับแผนการดำเนินธุรกิจของลูกค้า และสินค้านั้นสามารถแข่งขันได้ทั้งด้านคุณภาพและต้นทุน 3. มาตรการหาลูกค้าใหม่ที่มียอดขายเติบโตมากกว่า หรือเทียบเท่ากับลูกค้ากลุ่มที่สอง โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งสามารถสร้างยอดขายกับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ในระยะยาว

ที่มาความสำคัญและเหตุผล	มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยง
	<p>บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายในการติดตามทั้ง 3 มาตรการในทุกๆ ไตรมาส มีการปรับเพิ่มกลยุทธ์เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ โดยการร่วม Beauty Exhibition ในตลาดต่างประเทศ, การวางแผนการตลาดร่วมกับลูกค้า, การปรับ Supply Chain ในการส่งมอบสินค้าให้มีความรวดเร็ว จนสามารถสร้างการเติบโตในลูกค้าบางกลุ่มได้ แต่ยังคงต่ำกว่าเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ ทำให้ระดับความเสี่ยงยังคงอยู่ในระดับสูง ซึ่งบริษัทฯ ต้องปรับเพิ่มมาตรการในการหาลูกค้าใหม่และการบริหารการตอบสนองลูกค้าให้มากขึ้นเพื่อลดระดับความเสี่ยงให้อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้</p>

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

ที่มาความสำคัญและเหตุผล	มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยง และการกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (KRI)
<p>การทำธุรกิจที่ผ่านมาของบริษัทฯ จะมีระบบฐานข้อมูล SAP เดิมที่เก็บข้อมูลขององค์กรไว้ทุกหน่วยงาน และมีการใช้เครื่องมือในการจัดการข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้พนักงานจากฝ่ายต่างๆ ภายในองค์กรเข้าถึงข้อมูลของกันและกันได้ยาก นอกจากนี้การมีข้อมูลอาจมีความซ้ำซ้อน เพิ่มต้นทุนในการจัดเก็บและความเสี่ยงที่จะเกิดข้อผิดพลาดได้ง่าย อีกทั้งข้อมูลเหล่านี้ นับเป็นข้อมูลที่มีค่าทางธุรกิจที่ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน ประสบการณ์ของลูกค้า และเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กร ทางบริษัทฯ จึงได้วางแผนในการยกระดับระบบการจัดเก็บข้อมูลเข้าสู่ระบบใหม่คือ SAP S/4HANA Cloud ที่รวมฟังก์ชันการทำงานที่สำคัญทางธุรกิจมาใช้โมเดลธุรกิจใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดการการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามการปรับระบบใหม่นี้เป็นการทำงานของทุกหน่วยงานในองค์กรและทีมงานที่ปรึกษาจากภายนอก ซึ่งทุกคนต้องประสานงานกันและทำงานให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด ทางคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจึงให้หน่วยงานเทคโนโลยีสารสนเทศได้ประเมินความเสี่ยงในกรณีการปรับเข้าสู่ระบบใหม่ไม่เป็นไปตามแผน จะส่งผลในการทำงานทั่วทั้งองค์กรอย่างไร รวมถึงความเสี่ยงที่อาจจะมีค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้เป็นไปตามงบประมาณที่ตั้งไว้</p> <p>ในขณะเดียวกันจะพบว่าภัยคุกคามในเทคโนโลยีมีมากขึ้นในทุกธุรกิจ โดยเป็นภัยคุกคามทางด้าน Hard ware, ด้าน Soft ware และด้านข้อมูล โดยอาจมีการโจมตีเข้ามาในระบบขององค์กร ทำให้ข้อมูลถูกเปิดเผยโดยมิได้รับอนุญาต หรืออาจถูกเปลี่ยนแปลงแก้ไขเพื่อผลประโยชน์ หรือการที่ข้อมูลนั้นถูกทำให้ไม่สามารถนำมาใช้งานได้ทั้งนี้ล้วนส่งผลทำให้ธุรกิจหยุดชะงักได้</p>	<p>บริษัทฯ มีการจัดตั้งคณะกรรมการ SAP 4S/HANA ทำงานร่วมกันตั้งแต่ระดับผู้บริหารที่ให้ความสำคัญและตัดสินใจในกระบวนการหลัก, ทีมงานที่ปรึกษาทำงานร่วมกับหน่วยงาน IT ในการติดตามแผนงานในแต่ละขั้นตอน และหัวหน้างานแต่ละหน่วยงานที่เข้ามาตรวจสอบระบบการทำงานจริง โดยเริ่มการทำงานตั้งแต่ไตรมาสแรกของปีเป็นต้นมา จึงทำให้การปรับระบบฐานข้อมูลเข้าสู่ระบบใหม่ SAP S/4/HANA เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้และมีความเสี่ยงที่อยู่ในระดับต่ำ</p> <p>ส่วนการจัดการด้านภัยคุกคามทางเทคโนโลยีนั้น บริษัทฯ ได้ติดตั้งโปรแกรม Firewall และ Anti-Virus ระบบป้องกันภัย มีมาตรการจำกัดด้านการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ที่เชื่อมต่อกับอุปกรณ์ของ บริษัทฯ ที่จะต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงาน IT เท่านั้น และยังคงจัดให้มี road map ในการปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยเพิ่มเติมรวมถึงการพิจารณาการทำประกันภัย ทางไซเบอร์ (Cyber Insurance) และ PDPA อีกด้วย จึงทำให้ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับต่ำ</p>



5. ความเสี่ยงด้าน Supply Chain (Supply Chain Risk)

ที่มาความสำคัญและเหตุผล

ปัจจัยจากทางด้านเศรษฐกิจ, การเงินการค้า รวมถึงการเมืองที่มีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลต่อความเสี่ยงด้าน supply chain เป็นลำดับต้นๆ โดยเหตุการณ์วิกฤตการณ์ทะเลแดง, การถดถอยของสภาพเศรษฐกิจของยุโรป, การปรับ อัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลาง และความขัดแย้งของประเศมหาอำนาจของสหรัฐและจีน ล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อการประกอบกิจการของผู้ผลิตที่ต้องมีต้นทุนในการผลิตที่สูงขึ้น จากราคาพลังงาน และการขนส่งสินค้าจากการเส้นทางการเดินเรือที่ยาวนานขึ้น ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบปรับราคาสูงขึ้น ในขณะที่การส่งมอบใช้ระยะเวลานานขึ้นเช่นเดียวกัน



มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยงและการกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (KRI)

บริษัทฯ ได้จัดเกณฑ์ค่าความผันผวนราคาวัตถุดิบเป็นกลุ่มตามปริมาณและมูลค่าการซื้อเพื่อกำหนดมาตรการจัดการอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะวัตถุดิบประเภทสารสกัดที่มีการปรับราคาสูงขึ้น ทางบริษัทฯ จะจัดหาแหล่งใหม่ที่อยู่ในโซนเอเชียทดแทน โดยที่จะต้องมีความเหมาะสมตามมาตรฐานแต่ได้ต้นทุนที่ลดลงหรือเท่าเดิม หรือวัตถุดิบในกลุ่มป่าสมที่มีราคาผันผวนมาก บริษัทฯจะวางแผนการสั่งซื้อระยะยาวในช่วงราคาที่เหมาะสม หรือมีการประเมินจำนวนที่คาดว่าจะซื้อตลอดทั้งปีร่วมกับคู่ค้าเพื่อเจรจาต่อรองได้ในราคาที่ต่ำสุด

ในช่วงต้นปี 2567 การส่งมอบล่าช้าที่เกิดขึ้นจากที่เรือสินค้าต้องวิ่งอ้อมแหลม Good Hope ซึ่งใช้ระยะเวลานานขึ้นอีกอย่างน้อย 15 วัน ทางหน่วยงาน Supply Chain จึงได้มีการทำงานเชิงรุกร่วมกันตลอด supply chain ทั้งลูกค้าและคู่ค้า มีการร่วมประเมินความต้องการสินค้าและระยะเวลาการส่งมอบให้คู่ค้ามีการเก็บสินค้าในประเทศไทยให้เพียงพอต่อรอบการใช้งาน และให้การดำเนินการส่งสินค้าล่วงหน้า 30 วัน รวมถึงการหาผู้ผลิตรายใหม่ที่อยู่ในเขตเอเชีย เพื่อลดระยะเวลาการขนส่งและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น

สำหรับการจัดการให้การส่งออกเป็นไปตามเป้าหมาย บริษัทฯ ได้จัดทำสัญญากับบริษัทสายเรือเพิ่มเติมอีก 1 สายเรือ รวมเป็น 2 สายเรือหลัก ทำให้มีจำนวนตู้สินค้าที่เพียงพอต่อจำนวนส่งออกและเจรจากับสายเรือในฐานะคู่ค้าเรื่องขอลด หรือยกเว้นอัตราค่าระวางเรือที่เรียกเก็บเพิ่มในส่วนที่ระยะทางการเดินเรือที่ยาวขึ้น ซึ่งส่งผลให้ค่าระวางเรือลดลงในไตรมาส 4 แต่เมื่อรวมค่าเฉลี่ยต่อตู้ก็ยังปียังสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้

ทั้งนี้บริษัทฯ ได้กำหนดตัวชี้วัดและให้มีการติดตามความผันผวนของราคาวัตถุดิบกลุ่มหลัก เพื่อใช้ในการประเมินระดับความเสี่ยง รวมถึงตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการส่งออกอย่างต่อเนื่อง จากการดำเนินการในหลากหลายด้านส่งผลให้ความเสี่ยงจากความผันผวนด้านราคาและค่าใช้จ่ายด้าน Supply chain อยู่ในระดับปานกลางและบริษัทฯ จะต้องหามาตรการลดต้นทุน ลดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเพื่อควบคุมให้ต้นทุนสินค้าอยู่ในระดับที่แข่งขันได้

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

ที่มาความสำคัญและเหตุผล

ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) นับเป็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งหากขาดการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดีอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถขององค์กร ในการขับเคลื่อนธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว บริษัทฯได้ตระหนักถึงความเสี่ยงด้าน ESG จึงได้จัดทำประเมินความเสี่ยงนี้ทั้งภายในองค์กรและบริษัทคู่ค้าหลัก เพราะถือว่าต้องสร้างความยั่งยืน ทั้งห่วงโซ่อุปทาน หากมีส่วนหนึ่งส่วนใดที่ดำเนินธุรกิจโดยขาดการคำนึงถึงการปฏิบัติตาม ESG อาจส่งผลกระทบต่อถึงบริษัทฯ ได้

มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยงและการกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (KRI)

บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญในการสร้างที่ยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน จึงกำหนดให้คู่ค้าหลักทุกรายมีหลักการ ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส, มีจริยธรรมทางธุรกิจ, มีแผนกำกับดูแลกิจการ และต้องปฏิบัติตามข้อบังคับทางกฎหมาย แรงงาน มีการปฏิบัติต่อพนักงานหรือพนักงานจ้างเหมาด้วยความเท่าเทียม สนับสนุนการรักษาสิทธิมนุษยชน อีกทั้งบริษัทยังกำหนดให้คู่ค้าหลักทุกรายต้องปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม และมีการสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นในองค์กรตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงพนักงานปฏิบัติงานอย่างชัดเจน

ที่มาความสำคัญและเหตุผล	มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยง และการกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (KRI)
	<p>ทั้งหมดนี้ทางบริษัทฯ จะมีการตรวจประเมินคู่ค้าหลักตามแผนทุกราย โดยวิธีเข้าตรวจประเมินจากสถานที่ทำงานหรือโรงงานของคู่ค้า หรือการตรวจสอบโดยใช้เครื่องมือสื่อสารทาง ZOOM รวมถึงการใช้เอกสารสอบถามข้อมูลในกรณีที่อยู่ต่างประเทศ</p> <p>บริษัทได้กำหนดตัวชี้วัดเป็นการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือคู่ค้า ต้องไม่มีการหยุดชะงักอันเนื่องมาจากปัญหาแรงงาน, สิทธิมนุษยชน และการเลือกปฏิบัติ ซึ่งพบว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทและคู่ค้า มีความราบรื่น สอดคล้องตามแนวทางที่กำหนด ไม่มีข้อร้องเรียนใดๆ จึงจัดเป็นความเสี่ยงระดับต่ำ</p>

7. ความเสี่ยงด้านองค์กร (Enterprise Risk)

ที่มาความสำคัญและเหตุผล	มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยง และการกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (KRI)
<p>ความเสี่ยงด้านองค์กรจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นนโยบายในการบริหาร องค์กร แผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจทั้งในระยะสั้น และระยะยาว การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลและการพัฒนายกระดับความสามารถของพนักงานให้เหมาะสมกับทิศทางธุรกิจ รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานทุกระดับชั้นสามารถทำงานได้ให้เหมาะสมกับโลกปัจจุบัน</p>	<p>บริษัทฯ มีการทบทวนและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อให้กลยุทธ์นั้นนำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายหลักขององค์กร โดยมีกลยุทธ์ในการขยายการเติบโตทั้งจากลูกค้าเดิมและการเพิ่มลูกค้าใหม่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ในการสร้างสินค้านวัตกรรม ให้แตกต่างจากคู่แข่ง การเพิ่มประเภทสินค้าใหม่ๆ เพื่อกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย รวมถึงการทำกลยุทธ์ด้านต้นทุน โดยปรับกระบวนการทำงานในการเพิ่มประสิทธิภาพทั้งภาคการผลิตตลอด supply chain และภาคการบริหารจัดการบุคลากร การเงิน และระบบสารสนเทศต่างๆ จึงทำให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ</p> <p>นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการวิเคราะห์ความเสี่ยง 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านการดำเนินธุรกิจ ด้านชื่อเสียงบริษัท และด้านความปลอดภัย โดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินระดับความเสี่ยงจากการพิจารณาโอกาสเกิดและผลกระทบต่อความเสียหาย พิจารณาเป็น 5 ระดับดังนี้ น้อยมาก น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด</p>

การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

นโยบายและความมุ่งมั่น

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยง และภาวะวิกฤติต่างๆ ที่อาจส่งผลให้เกิดการความสูญเสีย และผลกระทบต่างๆ ที่เกิดจากการหยุดชะงักทางธุรกิจ โดยเฉพาะในสถานการณ์ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บางสถานการณ์ไม่สามารถคาดการณ์ได้ มีความเสี่ยงที่จะประสบกับเหตุการณ์ฉุกเฉิน ภัยพิบัติต่างๆ บริษัทฯ จึงจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียมั่นใจว่า บริษัทฯ จะสามารถฟื้นคืนธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว และลดผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้น้อยที่สุด

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ กำหนดให้มีคณะทำงาน Business Continuity Management Team (BCMT) และคณะทำงานชุดย่อย โดยมีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ มุ่งเน้นให้เกิดแผนการจัดการภาวะวิกฤติ แผนการสื่อสารภาวะวิกฤติ และแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ ทั้งในระดับหน่วยงานและองค์กร มีการทำงานเชื่อมโยงกัน มีการปฏิบัติทดสอบ และปรับปรุงแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจของหน่วยงานให้มีความครบถ้วนถูกต้องเป็นปัจจุบัน



1

กำหนดนโยบาย

กำหนดนโยบายการจัดการภาวะวิกฤติและให้ความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำงานที่สอดคล้องกับภาวะวิกฤติ

2

มอบหมาย

จัดตั้งคณะทำงานในระดับผู้บริหารและคณะกรรมการเพื่อบริหารแผนรองรับภาวะฉุกเฉิน (Business Contingency Plan : BCP) ครอบคลุมทั้งสำนักงานกรุงเทพฯ และโรงงานศรีราชา

3

ติดตาม

ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดผ่านการประชุมและการรายงานของคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง

4

กำหนดมาตรการ

กำหนดมาตรการเชิงรุกในการจัดการภาวะวิกฤติและฟื้นฟูภาวะวิกฤติ โดยครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

INNOVATION

นโยบายส่งเสริมนวัตกรรมทางธุรกิจ

บริษัท เอส แอนด์ เจฯ มีนโยบายส่งเสริมนวัตกรรมทางธุรกิจ โดยใช้ความแข็งแกร่งด้านการวิจัยและพัฒนาของบริษัทฯ ที่มีอยู่ในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น มีความแปลกใหม่แตกต่างจากที่มีอยู่ในท้องตลาด โดยมีแนวทางการปฏิบัติงานที่เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล คำนึงถึงคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัยในการใช้งาน มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำให้บริษัทได้รับความเชื่อถือ ความไว้วางใจ และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

หน่วยงานที่ดูแลและกำกับงานวิจัยและนวัตกรรม

บริษัทฯ มีฝ่าย Research & development เป็นหน่วยงานหลักที่ดูแลและกำกับการพัฒนานวัตกรรมให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร ทำหน้าที่ค้นคว้าและวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค อีกทั้งยังพัฒนาคุณภาพสินค้าเดิมให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการวิจัยในระดับนวัตกรรมเพื่อเพิ่มความสามารถด้านการแข่งขันให้แก่บริษัทฯ

กระบวนการบริหารนวัตกรรม

การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับโลกได้ กระตุ้นให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ และสร้างความแข็งแกร่งได้ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประกอบกับปัจจุบันทั้งผู้บริโภค ภาครัฐ และภาคเอกชน ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมเพื่อช่วยลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ รวมถึงสภาวะมลพิษต่างๆ ที่มีมากขึ้นในปัจจุบัน ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนสนับสนุนในการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทั้งในมิติของการส่งมอบคุณค่าที่ตรงใจผู้บริโภค และ มุ่งสู่ผลิตภัณฑ์ที่สร้างความยั่งยืนและลดการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ปาล์ม RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) ในผลิตภัณฑ์ การลดการใช้สารเคมีกันแดดที่ทำลายปะการัง การใช้สารจากธรรมชาติที่ย่อยสลายได้ การใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายหรือนำกลับมารีไซเคิลได้ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดการใช้ทรัพยากรน้ำ waterless รวมถึงการให้ความสำคัญกับการลดการปล่อยคาร์บอนในกระบวนการผลิต เป็นต้น

การบริหารนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation)

บริษัทฯ มีการจัดหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการสร้างงานวิจัยและนวัตกรรมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ทั้งผู้เชี่ยวชาญทางด้านสารสกัดธรรมชาติ ไบโอเทค และ วิทยาศาสตร์เครื่องสำอางสมัยใหม่ เป็นต้น และยังมีการทำงานวิจัยและพัฒนา ร่วมกับสถาบันต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อให้ได้มาซึ่งนวัตกรรมที่โดดเด่นและตรงใจผู้บริโภค

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่งผลต่อยอดขายและการเติบโตของบริษัทฯ อย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายระบบนิเวศน์ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ผลิตภัณฑ์วีแกน เป็นต้น ด้วยแนวคิด customer centric and best experience ที่ส่งมอบคุณค่าที่ตรงใจและประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค ผ่านนวัตกรรมเฉพาะของบริษัทฯ ที่เป็น Unique research and technology, Green cosmetics, Transformative technology และ Mixologist technology




สามารถสร้างยอดขายได้ 960 ล้านบาท

เป้าหมายและผลลัพธ์

รายการ	เป้าหมาย	2563	2564	2565	2566	2567
นวัตกรรมใหม่ที่สร้างยอดขาย (รายการ)	≥ 20 รายการ/ปี	32	25	24	25	44
รางวัล หรือ ประกาศนียบัตร (รายการ)	≥ 4 รายการ/ปี	9	3	12	10	11
% ความพึงพอใจลูกค้า ด้านการพัฒนาสินค้า	≥ 85%	88%	90%	85%	86%	87%
จำนวนผลิตภัณฑ์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	≥ 20 รายการ/ปี	6	17	26	62	41
จำนวนบุคลากรฝ่ายออกแบบและพัฒนา	N/A	178	176	175	185	189

นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์และลักษณะทางธุรกิจของบริษัทฯ

ตัวอย่างนวัตกรรม

PRODUCT	DESCRIPTION	PICTURE
MISTINE AQUA BASE ULTRA PROTECTION FACE SUNSCREEN PRO SPF 50+ PA++++	<p>The innovative sunscreen lotion design is easy to absorb, light and comfortable, light, moist, and lusterless, while protecting the skin from radiation. UVB and UVA, SPF50+PA++++.</p> <p>Together With Bioactive Protective Ingredient Taremi and encapsulation technology to protect skin and comprehensively Improved.</p>	
SANCTUARY SPA MELTING PEARL BODY BUTTER	<p>A decadent blend of shea butter and encapsulated pearls of Moroccan argan oil melt into the skin to deeply hydrate. Melting Pearl Body Butter intensely moisturizes to leave skin replenished and feeling velvety soft for up to 7 days.</p> <p>Formulated with 92% ingredients of natural origin and suitable for all skin types.</p>	
NUTRIMETICS STRAWBERRIES & CREAM WHIPPED BODY BUTTER	<p>This is special formula inspired by smoothie texture, when spreading onto skin the texture can be felt smoothie and fluffy. Moreover, It is contains chunks jelly. Keep skin moisturizer, soft and smooth.</p>	

PRODUCT**DESCRIPTION****PICTURE****REVOLUTION PRO
MIRACLE CLEASING BALM**

A Makeup-Melting Miracle! Made with a form of vegan collagen*, this 3-in-1 nourishing cleansing balm transforms into an oil and then milk to effortlessly melt away all traces of makeup, SPF and impurities. Leaving your face feeling hydrated, silky smooth & clean.

**PRIMARK PS...PRO GLOW
BALM**

Shimmering creamy texture balm for ultra-nourishing and softening all-over glow balm.

**PS... PRO SUN BEAM
TINTED PRIMER SPF 50+**

Sun care and skin care rolled into one. Developed with a peptide complex that aims to smooth and brighten skin, creating a flawless canvas for the application of makeup, this lightweight primer also boasts SPF 50+ to help protect against the sun's powerful rays.

**ICONIC BRONZE BUBBLE
PORE MASK**

Bubble pore mask without Perfluoro butyl Ether. Mild & Clean formula. Sulfate free, smooth and fineness. Provide deep cleansing without skin dryness.

**4U2 MELTED YET LIP BALM**

Melted lip balm with high gloss plumping technology. Provide 10X plumping look and long lasting moisture 24 hrs. Colour stain all day.

**SUREPORN MATTE DEE
POWDER SPF 35 PA ++**

Light Powder texture and not heavy on the face. Helps blur pores, acne marks, freckles and dark spots while making the skin look bright and natural. Control it Does not clog pores and is waterproof.

- Sunblock SPF 35 PA +++
- Waterproof
- Help control oil



PRODUCT**DESCRIPTION****PICTURE****STAR AWARDS
WINNER 2024****Superdrug B. Cleanse Melting Cleansing Balm**

Transformative cleansing balm. Melt away dirt and impurities with this velvety soft balm which helps to remove every trace of make-up. Rinses clean to leave skin feeling soft, hydrated and soothed, with no residue.

**WATSONS HWB
AWARDS 2024****HAIR SYSTEM BY WATSONS styling pomade**

Water formula hair styling. This high-strength, glossy pomade provides strong hold while also being gentle on your scalp. Artichoke leaf extract helps to protect your hair from damage when styling. Easily rinsed out, the water-based formula keeps your hair smooth, flexible and flake-free.

**NUTRI BEAUTY
AWARDS 2024 -BEST
BATH&SHOWER PRODUCT****Nutri-Rich Gentle Foam Body Wash**

This transformative liquid to gentle foam body wash, creates a silky and airy foam, so you can enjoy an indulgent and sensorial shower experience.

This lightweight foam moisturizes the skin whilst it delicately cleanses, ensuring your body is left feeling soft, smooth and beautifully fragranced.

**NINE BEAUTY
AWARDS 2024****Clear Nose UV Sun Serum SPF50+ PA++++**

A light touched, oil free, hybrid sunscreen that protects your skin from sunlight pollutions. SPF50+ PA++++ UVA&UVB. Non-greasy, weightless, watery, and oil free. Perfect sunscreen for your daily activities.

**CLEO AWARDS 2024****Clear Nose White Body Derma Serum**

The lightweight, fast-absorbing, and concentrated White Body Derma Serum visibly brightens your skin within 7 days. With 7X White Plus Technology*. Experience a more glowing body radiance.

**COSMOPOLITAN WINTER
BEAUTY AWARDS 2024****Sanctuary Spa Lily & Rose Rich Hand Cream**

A decadent treat for your hands, rich and indulgent hand cream absorbs quickly into skin to intensely moisturize after just one use. Unlock moments of sensory self-care throughout the day and leave hands beautifully fragranced with our blossoming Lily & Rose scent.



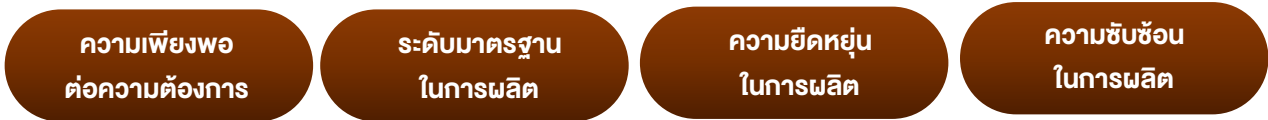
แนวทางบริหารนวัตกรรมในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์

การบริหารนวัตกรรมด้านการผลิต (Process innovation)

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



ดังนั้น บริษัทฯ จึงต้องมีการพิจารณาถึงความจำเป็น ช่วงระยะเวลาในการพัฒนากระบวนการผลิต ทั้งนี้สามารถพิจารณาจากมาตรฐานการผลิตและเปรียบเทียบกับมาตรฐานดำเนินงานตามมาตรฐานปัจจุบันกับตัวแปรอื่นๆ โดยมีแนวคิดที่ควรให้ความสำคัญในการพิจารณาดังนี้



กลยุทธ์การพัฒนาระบบการผลิตที่สามารถแข่งขันได้

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการดูแลและควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ตรงตามข้อกำหนดของลูกค้า และมีความสม่ำเสมอ โดยในปี 2567 มีการพัฒนาระบบการผลิตในด้านต่างๆ ผ่านแนวคิดเชิงกลยุทธ์ ดังนี้

- 1 Powerpuff Girl
- 2 Single Batch to Continuous Process
- 3 Reduce Temperature / cold process
- 4 Jigsaw

- **Powerpuff Girl** ปรับปรุงวิธีการทำงานการขนย้ายสินค้าจากการใช้คนขับรถเป็นการใช้รถไฟฟ้าระบบอัตโนมัติ AGV บริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีรถไฟฟ้าระบบอัตโนมัติ AGV มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานจากเดิมเป็นการใช้คนขับรถในการขนย้ายสินค้าจากส่วนผลิตไปจัดเก็บที่คลังสินค้า มาเป็นใช้ระบบรถไฟฟ้าอัตโนมัติแบบไร้คนขับทำให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการได้
- **Single batch to continuous process** การออกแบบกระบวนการผสมที่สำเร็จรูปแบบรายแบช ถ่ายเทลงถังเก็บเคลื่อนย้ายไปบรรจุ โดยออกแบบใหม่เป็นผสมและถ่ายต่อเนื่องเข้าบรรจุที่เครื่องบรรจุทันที โดยมีการติดตั้งถังผสมและเชื่อมต่อด้วยท่อเข้าไปบรรจุที่หัวกรอกเป็นแบบต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้นำกระบวนการผลิตแบบใหม่นี้ มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตในกลุ่มการผลิตบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด เพื่อลดเวลาการผลิต ลดเวลาการรอคอยระหว่างกระบวนการ ลดความซับซ้อนและปลอดภัยต่อการทำงาน จากผลการปรับปรุงกระบวนการทำให้เพิ่มประสิทธิภาพ 200%



- Reduce Temperature / Cold process** การออกแบบกระบวนการผลิต โดยลดการใช้อุณหภูมิ (Cold Process) : ลดพลังงาน เพิ่มความปลอดภัย การใช้กระบวนการผลิตที่ลดการใช้อุณหภูมิหรือไม่ใช้อุณหภูมิในการผลิต (Cold Process) ซึ่งเป็นวิธีที่มีประโยชน์ทั้งในด้านการประหยัดพลังงาน และการเพิ่มความปลอดภัยให้กับพนักงาน การลดการใช้พลังงานจากการทำความร้อนหรือทำความเย็น ช่วยลดต้นทุนการผลิต และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งมีผลต่อสิ่งแวดล้อม การใช้เทคนิคที่ไม่ต้องพึ่งพาความร้อน เช่น Cold Mixing หรือ Cold Pressing ยังช่วยลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุที่เกิดจากความร้อน เช่น การบาดเจ็บจากเครื่องมือที่มีอุณหภูมิสูงหรือสารเคมีที่ไวไฟ โดยเพิ่มความปลอดภัยให้กับพนักงานในการทำงาน นอกจากนี้ กระบวนการผลิตที่ใช้เทคนิค Cold Process ยังสามารถรักษาคุณภาพของสินค้าได้ดีกว่า โดยเฉพาะในกรณีของผลิตภัณฑ์ที่ไวต่อความร้อน เช่น อาหารและเครื่องสำอาง ทำให้กระบวนการผลิตมีความยั่งยืนและมีประสิทธิภาพมากขึ้นสรุปแล้ว การออกแบบกระบวนการผลิตที่ไม่ใช้ความร้อนไม่เพียงแต่ช่วยลดการใช้พลังงานและเพิ่มความปลอดภัย แต่ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและรักษาคุณภาพสินค้าที่สูงสุด
- Jigsaw** คือ กระบวนการที่บริษัทฯ มุ่งมั่นในการออกแบบและสร้างเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เครื่องมือที่ออกแบบมาอย่างดีจะช่วยให้พนักงานทำงานได้ง่ายและสะดวก ลดความซับซ้อนในการใช้งาน และเพิ่มความแม่นยำในกระบวนการผลิต การเลือกใช้อุปกรณ์ที่เหมาะสมทำให้กระบวนการผลิตราบรื่นและรวดเร็ว ทั้งยังช่วยลดเวลาการฝึกฝน และเพิ่มความปลอดภัย ในการทำงาน เครื่องมือที่มีการออกแบบที่ดีทำให้พนักงานสามารถทำงานได้สะดวกและมีประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาด และทำให้การผลิตเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด นอกจากนี้ การออกแบบเครื่องจักรและอุปกรณ์ให้สามารถประกอบใช้ร่วมกันได้ในหลากหลายสินค้าและตามลักษณะของกระบวนการผลิต ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและประสิทธิภาพในการผลิตที่สูงขึ้น Jigsaw จึงช่วยให้กระบวนการผลิตมีความคล่องตัวและสามารถเพิ่มผลผลิตได้อย่างต่อเนื่อง ตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมที่ต้องการประสิทธิภาพสูงสุดในทุกขั้นตอนการผลิต



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

นโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบผ่านกระบวนการดำเนินงานที่โปร่งใส เป็นธรรมตรวจสอบได้ โดยคำนึงถึงกรอบจริยธรรมในการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้า ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกคู่ค้า การบริหารจัดการความเสี่ยงของคู่ค้า ในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environment, Social, Governance) รวมถึงการประกาศการใช้คู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Supplier Code Of Conduct) สื่อสารและอบรมนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้กับพนักงาน และผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนการยกระดับและพัฒนาศักยภาพแก่คู่ค้า ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดแนวทางปฏิบัติไว้ ดังนี้

<p>1</p> <p>บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์ในการจัดซื้อ จัดจ้างสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึง คุณภาพ (Q) ราคา (C) และการส่งมอบ (D)</p>	<p>2</p> <p>มีระบบการคัดเลือกคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) ที่มีการดำเนินธุรกิจตามกฎหมาย คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน และสิทธิเด็ก ปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย และอาชีวอนามัย โดยมีการปฏิบัติต่อคู่ค้า บนพื้นฐานของการแข่งขันที่เป็นธรรม เสมอภาคและเคารพซึ่งกันและกัน มีการบริหารจัดการภายใต้หลักการที่ครอบคลุม ESG</p>	<p>3</p> <p>รักษาความลับหรือข้อมูลทางสารสนเทศของคู่ค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ตนเองหรือผู้เกี่ยวข้องโดยมิชอบ</p>
<p>4</p> <p>สร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจที่ดีต่อกันแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน พัฒนาและเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการเพื่อการเจริญเติบโตร่วมกัน</p>	<p>5</p> <p>ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้าและให้ข้อมูลที่ถูกต้องในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามได้ให้รับเจรจากับคู่ค้าเป็นการล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย</p>	<p>6</p> <p>ไม่เรียกรับหรือยินยอมที่จะรับทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์อื่นใด ซึ่งอยู่นอกเหนือข้อตกลงทางการค้า</p>

กลยุทธ์และแนวทางบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญภายใต้กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่

1	ความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ
2	ระบบการจัดส่งสินค้าและบริการตามเวลาที่กำหนด
3	ความต่อเนื่องของการจัดส่งและบริการ
4	การป้องกันหรือลดความเสี่ยง ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี
5	ความโปร่งใสและความยุติธรรมต่อคู่ค้า
6	การรักษาระดับความสัมพันธ์ ความผูกพันระหว่างกัน

แนวทางการดำเนินธุรกิจของคู่ค้ากลุ่มบริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)
(Supplier Code of Conduct)

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) เพื่อเป็นหลักปฏิบัติสำหรับคู่ค้า ในการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทฯ และเพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าดำเนินธุรกิจตามแนวทางด้านความยั่งยืน (ESG) ซึ่งประกอบด้วย ประเด็นที่เกี่ยวข้องดังนี้

ด้านสิ่งแวดล้อม	ด้านสังคม	ด้านจริยธรรมทางธุรกิจ
<ul style="list-style-type: none"> • การบริหารจัดการจัดการสิ่งแวดล้อม • การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • การจัดการขยะและของเสีย • การบริหารจัดการน้ำ 	<ul style="list-style-type: none"> • อาชีวอนามัยและความปลอดภัย • สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงาน และการไม่ใช้แรงงานเด็ก • การพัฒนาและมีส่วนร่วมด้วยชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> • การกำกับดูแลกิจการที่ดี • การคอร์รัปชันและการติดสินบน • การรักษาความลับทางการค้า

เป้าหมายในการบริการห่วงโซ่อุปทาน

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2567	ผลการดำเนินงาน ปี 2567
จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการตรวจประเมินด้านความยั่งยืน (ESG)	ร้อยละ 40 ของคู่ค้าหลัก	ร้อยละ 40.54
การตรวจประเมินความเสี่ยงและเข้าเยี่ยมคู่ค้าหลัก	ร้อยละ 40 ของคู่ค้าหลัก	ร้อยละ 40.54
คู่ค้าหลักลงนามการรับทราบและการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier code of conduct and guideline) (ดำเนินการทุกๆ 2ปี)	100 ราย	101 ราย
การสื่อสารจรรยาบรรณและแนวทางปฏิบัติคู่ค้าไปยังคู่ค้าสำคัญ (ดำเนินการทุกๆ 2ปี)	100 ราย	105 ราย

กระบวนการปฏิบัติต่อคู่ค้า



บริษัทฯ ตระหนักถึงปัจจัยด้านความยั่งยืนในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงได้กำหนดประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในมิติของเศรษฐกิจและการกำกับดูแล สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) มาผสมผสานไว้ในแนวทางการบริหารจัดการ คู่ค้า โดยมุ่งเน้นความโปร่งใสและตรวจสอบได้ผ่านกระบวนการ ดังนี้



1. การสรรหาและคัดเลือกผู้ค้า (Supplier Sourcing)

บริษัทฯ มีกระบวนการสรรหาและคัดเลือกผู้ค้า โดยพิจารณาจากความสามารถในการผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ความสามารถด้านคุณภาพของผู้ค้า กำลังการผลิต ระบบมาตรฐานต่างๆ ความพร้อมของการบริการ การขนส่ง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย รวมถึงการดำเนินธุรกิจของผู้ค้าที่ตอบสนองสังคมและสิ่งแวดล้อม (ESG) ซึ่งครอบคลุมถึงประเด็นทางสังคมที่สำคัญ เช่น การต่อต้านการทุจริตและติดสินบน การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน เป็นต้น โดยใช้แบบสอบถามในการประเมินเบื้องต้น และทำการตรวจติดตามให้มั่นใจว่ามีศักยภาพเพียงพอในการบริหารงานที่สามารถเชื่อถือได้



หลักเกณฑ์การประเมินและคัดเลือกผู้ค้า

 <p>ผู้ค้ารายใหม่</p>	<p>หลักเกณฑ์การประเมินและคัดเลือก</p> <ul style="list-style-type: none"> • คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality) • การผลิตและการบริหารจัดการต้นทุนที่เหมาะสม (Cost) • ความสามารถในการส่งมอบและการบริการ (Delivery & Service) • การดำเนินงานที่ครอบคลุมตามหลักการด้านความยั่งยืน (ESG)
 <p>ผู้ค้าปัจจุบัน</p>	<p>บริษัทฯ มีหลักเกณฑ์การพิจารณาเพื่อประเมินผู้ค้ารายปัจจุบันทั้งกลุ่ม Raw Material และกลุ่ม Packaging จาก คุณภาพของสินค้า , ปัจจัยความเสี่ยง และผลการดำเนินงาน รวมถึงมีการประเมินการบริการจัดการด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุม ESG</p>

2. การจำแนกประเภทผู้ค้า

การจำแนกประเภทผู้ค้า เพื่อช่วยในการประเมินความเสี่ยงและจัดทำแผนดำเนินงานกับผู้ค้าแต่ละกลุ่ม

ได้อย่างเหมาะสม

 <p>ผู้ค้าสำคัญ (Critical Tier 1)</p>	<p>หลักเกณฑ์พิจารณา</p> <ul style="list-style-type: none"> • ผู้ค้าที่มียอดการซื้อขายกับบริษัท >10 ล้านบาทขึ้นไป • ผู้ค้ากลุ่มผู้ค้าที่มีนัยสำคัญทางธุรกิจ ที่อาจส่งผลกระทบต่อลูกค้าอย่างรุนแรง และมีความเสี่ยงในระดับสูงมากหรือสูง • ผู้ค้าในกลุ่มสินค้าทดแทนยากทั้งในด้านวัตถุดิบ หรือบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญๆ
 <p>ผู้ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Non-Tier 1)</p>	<p>หลักเกณฑ์พิจารณา</p> <p>เป็นผู้ค้าสำคัญที่จัดหาสินค้าและบริการให้กับผู้ค้าหลัก</p>

สรุปจำนวนผู้ค้า ประจำปี 2567

รายการ	จำนวน (ราย)
ผู้ค้าสำคัญ (Critical tier 1)	111
ผู้ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical non-tier 1)	341
รวม	452



3. การประเมินความเสี่ยง

บริษัทฯ จัดลำดับความสำคัญของคู่ค้าผ่านการประเมินความสำคัญคู่ค้าตามกลุ่มประเภทสินค้าและมูลค่าการซื้อขาย รวมถึงการประเมินระดับความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานและผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท เพื่อให้การดำเนินงานธุรกิจของบริษัทฯ มีความต่อเนื่องไม่หยุดชะงัก

กระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยงของห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ จัดกลุ่มคู่ค้ารายสำคัญออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

กลุ่ม
Raw Material

กลุ่ม
Packaging

ผลการประเมินความเสี่ยงคู่ค้า

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 อีกทั้งคู่ค้ารายเดิมก็สามารถเพิ่มศักยภาพในการผลิตสินค้าตอบโจทย ด้านคุณภาพ และการส่งมอบสินค้าได้ทันเวลาที่กำหนด



ด้านสังคม / สิ่งแวดล้อม : เรื่องการไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนดด้านสังคม/สิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการขยายผลในการพัฒนาคู่ค้าและคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่เพื่อการดำเนินธุรกิจด้วยการดูแลสังคม/สิ่งแวดล้อม โดยการจัดทำแผนพัฒนาความรู้แก่คู่ค้าและเพิ่มหัวข้อในการประเมินคู่ค้าทั้งรายใหม่/รายเดิม โดยเฉพาะคู่ค้ารายหลักที่ครอบคลุมการประเมินและพัฒนาด้านที่ครอบคลุม ESG (รายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในหัวข้อการพัฒนาคู่ค้า)

สรุปประเด็นความเสี่ยง ในปี 2567

ประเด็นความเสี่ยงของคู่ค้าในภาพรวมจะอยู่ในระดับความเสี่ยงต่ำ แต่บริษัทฯ ก็ยังมีแผนพัฒนาคู่ค้าในประเด็นต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น

4. การตรวจประเมินคู่ค้ารายปี On-site ESG Audit

- ขั้นตอนการตรวจประเมินคู่ค้า

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

คู่ค้าที่ได้รับการตรวจประเมินด้านความยั่งยืน (ESG) ในปี 2567

รายการ	หน่วย	แผน	ผล
กลุ่ม Raw material (ราย)	ราย	79	79
กลุ่ม Packaging	ราย	32	32
รวมสุทธิ (ราย)	ราย	111	111

การพัฒนาคู่ค้า

การพัฒนาคู่ค้าอย่างยั่งยืนเป็นหนึ่งในหัวใจสำคัญของกลยุทธ์ความยั่งยืนขององค์กร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกัน การสร้างความโปร่งใสในการดำเนินงาน การสนับสนุนการพัฒนาทักษะและความรู้ให้กับคู่ค้า และการส่งเสริมให้คู่ค้ามีการดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ช่วยให้เกิดความสำเร็จในระยะยาว บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะทำงานร่วมกับคู่ค้าในการปรับปรุงกระบวนการผลิต การลดการใช้ทรัพยากร และการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในทุกขั้นตอน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานความยั่งยืน เช่น การจัดฝึกอบรม การสนับสนุนด้านจริยธรรม และการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้จัดให้มีโครงการพัฒนาคู่ค้า ผ่านการฝึกอบรม ศึกษาดูงาน การประชุมร่วมกับคู่ค้า และตรวจประเมินคู่ค้าประจำปี เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจร่วมกันของคู่ค้าและบริษัทฯ โดยมีแนวทางพัฒนาคู่ค้า (Supplier development program) ดังนี้

1 ด้านบรรษัทภิบาล

ตามที่บริษัทฯ ได้ร่วมประกาศเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล

บริษัทฯ ได้มีการจัดสัมมนาให้กับคู่ค้ารายหลักเพื่อ “ขยายแนวร่วม (คู่ค้า) ต่อต้านคอร์รัปชัน สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน”

โดยในปี 2567 ดำเนินการขยายผลการประกาศเจตนารมณ์ไปยังคู่ค้าหลักครบ 100%

2 ด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย

โครงการที่มีส่วนร่วมในการจัดการเกี่ยวกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในห่วงโซ่อุปทาน การขยายพันธมิตรด้านบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยแนวคิด Circular Economy

บริษัทฯ ได้ขยายพันธมิตรทางธุรกิจในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2561 และจากนโยบายของบริษัทฯ ในด้าน Green Packaging ในปี 2567 จึงส่งเสริมให้ Local Packaging Converter ผลิต Packaging จากเม็ด PCR ทั้ง ขวด กระปุกและหลอด ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิด Circular Economy โดยอยู่บน 3 หลักการสำคัญ คือ การออกแบบสินค้า และบริการที่เน้นการรักษาต้นกุนด้านทรัพยากรธรรมชาติ เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยการหมุนเวียนวัตถุดิบและสินค้า และลดการเกิดของเสียและผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด

	2563	2564	2565	2566	2567
จำนวนคู่ค้าด้านบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรด้านสิ่งแวดล้อม (ราย)	125	68	31	35	20

**ตัวอย่าง Green Packaging ที่พัฒนาร่วมกับผู้
ใช้**



- Reduce Plastic (Slim Cap and Shoulder less tube)
- Carbon Black Free Packaging
- Ocean PCR
- Mono Material Sachet

ในปี 2567 บริษัทฯ เชิญคู่ค้า Contractors, Outsourcing เข้าร่วมรับฟังการชี้แจงนโยบาย และกฎระเบียบด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมผ่านระบบออนไลน์ **จำนวน : 3,637 คน**



การมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือลูกค้า

บริษัทฯ กำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจร่วมกับลูกค้าโดยจัดทำเป็น “Purchase Agreement” ประกอบด้วยรายละเอียดในการดำเนินงานด้านต่างๆ เช่น เงื่อนไขการซื้อขาย การส่งมอบ การส่งสินค้า การคืนสินค้า เพื่อให้เป็นมาตรฐานในการทำงานร่วมกัน ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีการกำหนดระยะเวลาชำระหนี้ให้แก่ลูกค้าโดยไม่เกิน 30 วัน เพื่อให้ลูกค้ามีสภาพคล่องทางการเงิน และสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้

บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยบริษัทฯ มีนโยบายปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม โดยปฏิบัติตามสัญญาหรือเงื่อนไขที่มีต่อกันอย่างเคร่งครัด มีการเปิดเผยฐานะทางการเงินอย่างถูกต้อง ตรงเวลา และในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง จะแจ้งให้ลูกค้าทราบเป็นการล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย

บริษัทฯ กำหนดให้ลูกค้าสามารถวางบิลได้ในวันที่ 1 ถึง 6 ของทุกเดือน และจ่ายชำระทุกวันที่ 25 ของทุกเดือน โดยใช้วิธีการโอนเงินผ่านธนาคารในระบบ Media Clearing ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า โดยบริษัทฯ มีการชำระเงินให้กับลูกค้าตรงตาม Credit Term ที่ได้ตกลงไว้ล่วงหน้า โดยไม่มีการผัดผ่อนชำระแต่อย่างใด บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยปฏิบัติตามกรอบกติกาของการแข่งขันทางการค้าโดยสุจริตและเป็นธรรมภายใต้กรอบของกฎหมายอย่างเคร่งครัด

	2567
ระยะเวลาการชำระหนี้ให้แก่ลูกค้าเฉลี่ย (วัน)	30 วัน

การส่งเสริมให้ลูกค้าเข้าร่วมเป็นสมาชิกของโครงการ Sedex

ปี 2567 บริษัทฯ ได้ให้ความรู้และเป็นพี่เลี้ยงแก่ลูกค้า ในการขอรับรองระบบมาตรฐานแรงงานไทย/มาตรฐาน SEDEX:SMETA เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจของลูกค้าด้านสังคม โดยเฉพาะการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน และการใช้แรงงานเด็ก

จำนวนร้านค้าที่ขอรับรองมาตรฐาน SEDEX : SMETA

Year	2563	2564	2565	2566	2567	Total
Supplier (ราย)	49	9	10	11	2	81



การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า



ความมุ่งมั่น

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าความพึงพอใจของลูกค้าคือหัวใจสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผ่านทีมดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกไตรมาส ในหัวข้อสำคัญต่างๆ เช่น นวัตกรรม คุณภาพสินค้า การบริการ และความพึงพอใจโดยรวม เพื่อนำผลสำรวจมาปรับปรุงและพัฒนาการทำงานของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

หัวข้อในการประเมิน

1. Innovation
2. Research & Development
3. Packaging Sourcing & Development
4. Product Delivery
5. Product Quality
6. CSR & Sustainability
7. Service

ผลประเมินความพึงพอใจ

	2565	2566	2567
1. Innovation	85%	85%	89%
2. Research & Development	85%	85%	88%
3. Packaging Sourcing & Development	81%	81%	87%
4. Product Delivery	97%	95%	95%
5. Product Quality	88%	98%	90%
6. CSR & Sustainability	89%	88%	92%
7. Service	87%	85%	90%



ผล

	2565	2566	2567
ลูกค้าภายในประเทศ	90%	91%	91%
ลูกค้าต่างประเทศ	85%	84%	90%

ข้อสรุปและแนวทางการพัฒนา

จากแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ในปี 2567 บริษัทฯ ได้รับคะแนนความพึงพอใจจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ สูงกว่าเป้าหมายในทุกๆ มิติ ทั้งนี้บริษัทฯ ก็ยังคงมุ่งมั่นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะหัวข้อด้าน innovation เพราะจะเป็นสิ่งขับเคลื่อนให้องค์กรของลูกค้าและของบริษัทฯ สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืนตลอดไป

นโยบายการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างคุณค่าและพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจในการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีแนวทางในการสร้างเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนี้

ความเป็นพันธมิตร :

เราเห็นลูกค้าทุกท่านเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ และพร้อมที่จะร่วมกันเติบโต

ความไว้วางใจ :

เราให้ความสำคัญกับความไว้วางใจที่ลูกค้ามีต่อเรา โดยรักษาความลับทางธุรกิจและข้อมูลสูตรอย่างเคร่งครัด

คุณภาพ :

เรามุ่งมั่นที่จะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานสากล และเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

ความยืดหยุ่น :

เราพร้อมที่จะปรับตัวและตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า

นวัตกรรม :

เราส่งเสริมการพัฒนา นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ของลูกค้าซึ่งลูกค้าก็จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้

ความยั่งยืน :

เราให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม



กระบวนการในการเพิ่มลูกค้ารายใหม่

การเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขยายธุรกิจและสร้างความเติบโตของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ตลาดเครื่องสำอางมีการแข่งขันสูง การเลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสมจะช่วยให้บริษัทฯ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1 ช่องทางออนไลน์			
เว็บไซต์ สร้างเว็บไซต์ที่เป็นมืออาชีพและมีข้อมูลครบถ้วนเกี่ยวกับบริษัทฯ ผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการผลิต	โซเชียลมีเดีย สร้างและบริหารจัดการเพจบนโซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น LinkedIn เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทฯ และสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า	Email Marketing สร้างฐานข้อมูลลูกค้าและส่งอีเมลเพื่ออัปเดตข่าวสารและนำเสนอสินค้าใหม่	
2 ช่องทางออฟไลน์			
งานแสดงสินค้า เข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องสำอางทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อพบปะลูกค้าและคู่ค้าใหม่	สมาคมและองค์กร เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง เพื่อสร้างเครือข่ายและเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เช่น ไปเข้าร่วมวิจัยกับมหาวิทยาลัยชั้นนำต่างๆ	การประชาสัมพันธ์ จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์และสื่อสารในองค์กร เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบริษัทฯ	การจัดกิจกรรม จัดกิจกรรมต่างๆ เช่น เวิร์คช็อป เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและคู่ค้า
3 ช่องทางอื่นๆ			
การอ้างอิงจากลูกค้าเดิม ขอให้ลูกค้าเดิมแนะนำธุรกิจของคุณให้กับบุคคลอื่น	Networking สร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกัน		

ตัวอย่างการเข้าร่วมจัดงาน Exhibition ทั้งในและต่างประเทศ

Cosmoprof CBE ASEAN 2567	Cosmoprof Asia Hongkong 2567	Makeup in Paris 2567
		 

New Customer						
Zone	Actual 2565		Actual 2566		Actual 2567	
	Customer	Total (MB)	Customer	Total (MB)	Customer	Total (MB)
Domestics	8	30	11	20	10	23
Asia and Japan	8	10	4	7	8	11
EU, UK	1	1	1	3	2	24
US	4	5	5	22	1	1
Others	-	-	-	-	4	13
Total	21	46	21	52	25	72

Customer Perspective			
	2565	2566	2567
Customer Retention %	87%	83%	84%
Customer Satisfaction %	86%	86%	90%

การสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าเพื่อความยั่งยืน

ในปี 2567 นี้ บริษัทฯ ได้รับเชิญจากลูกค้าต่างประเทศ ให้เข้าร่วมงาน Supplier meeting ที่เซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน ซึ่งในงานจะมีทั้งลูกค้า และ คู่ค้า มากกว่า 50 บริษัท บริษัทฯ ได้รับเชิญให้ร่วมเป็น Speaker “หัวข้อ ESG” เพียงรายเดียว ทั้งนี้บริษัทฯ ได้แสดงถึงความมุ่งมั่นตั้งใจในการบริหารธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีการแสดงนโยบาย แผนและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้เข้าร่วมรับฟัง



Clean & Green Products

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม จึงมีแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ารวมถึงการใช้งานของผู้บริโภค และยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวคิด “Clean and Green Products” โดยมีเป้าหมายการนำเสนอและส่งมอบผลิตภัณฑ์แนวคิดริเริ่มโลกให้กับลูกค้าทั้งใน และต่างประเทศ ส่งผลให้บริษัทฯ มีฐานข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละประเทศ และมีความเข้าใจความต้องการของตลาดได้ดียิ่งขึ้น

ตัวอย่างสินค้ารักษ์โลก ที่บริษัทฯ ได้พัฒนาและส่งมอบให้กับลูกค้าโดยในปี 2567 สร้างยอดขายรวม **300 ล้านบาท**



Dupe Cosmetics

เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ด้วยแนวคิดของความเท่าเทียม ที่ผู้บริโภคยุคใหม่สามารถเข้าถึงสินค้าที่มีคุณภาพในราคาเหมาะสมหรือจับต้องได้ เพื่อลดผลกระทบทางเศรษฐกิจในช่วงภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัว

ตัวอย่างสินค้าที่ บริษัทฯ ได้พัฒนาและส่งเสริมให้กับลูกค้าโดยในปี 2567 สามารถสร้างยอดขายรวม 110 ล้านบาท



Teens products

แนวคิดการตลาดเพื่อผลิตภัณฑ์สำหรับวัยรุ่นที่เจาะใจ Gen Z อย่างตรงจุด จึงเป็นแนวคิด ที่ต้องอาศัยความเข้าใจในพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง การสร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์ การใช้ช่องทางออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ คือปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ

ตัวอย่างสินค้าที่ บริษัทฯ ได้พัฒนาและส่งเสริมให้กับลูกค้าโดยในปี 2567 สามารถสร้างยอดขายรวม 400 ล้านบาท



Change for Chance

แนวคิดการทำให้สินค้า size เล็กให้เป็นสินค้าที่ราคาจับต้องได้มากขึ้นเพื่อสอดคล้องและรับมือกับวิกฤตค่าครองชีพ

นอกจากตลาดญี่ปุ่นที่เป็น 1 ในตลาดหลักของบริษัทฯ ที่มีลักษณะเป็น price sensitive market แล้ว บริษัทฯ ยังมองไปถึงการสร้างโอกาสใหม่ๆ กับกลุ่มบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก ที่ยังมีน้อยและสามารถขยายต่อไปได้ในกลุ่ม everyday essentials และ SOS product ซึ่งเป็นความแตกต่างใหม่ ที่สามารถเป็น potential product ได้ในอนาคต ด้วยการขายแบบ (online + offline)

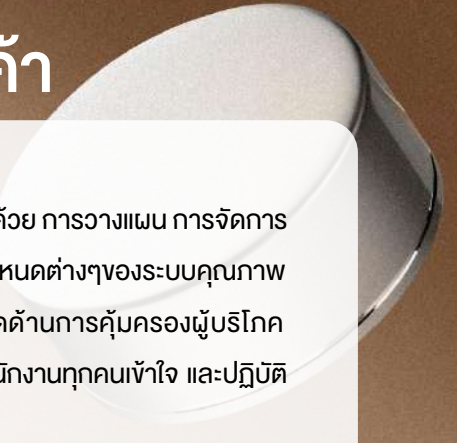
ตัวอย่างสินค้าที่ บริษัทฯ ได้พัฒนาและส่งเสริมไปในหลายทวีป ในปี 2567 สร้างยอดขายรวม 270 ล้านบาท



การบริหารคุณภาพผลิตภัณฑ์/สินค้า

นโยบายและความมุ่งมั่น

บริษัทฯ มีนโยบายและเป้าหมายในการบริหารคุณภาพผลิตภัณฑ์/สินค้า ที่ประกอบไปด้วย การวางแผน การจัดการ การมอบหมาย และการควบคุมในกระบวนการต่างๆ นอกจากนี้จะปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนดต่างๆของระบบคุณภาพ และความคาดหวังของลูกค้าแล้ว บริษัทฯ ยังคำนึงถึงการปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนดด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อการบริหารคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ได้มีการสื่อสาร ให้พนักงานทุกคนเข้าใจ และปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน



AJJAPOJ PUTTITANUN

Quality Assurance Division

“ เราให้ความสำคัญในการดูแลคุณภาพ
ของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องตามมาตรฐานสากล
และตรงตามความต้องการของลูกค้า คำนึงถึง
ความปลอดภัยในการใช้งานโดยมีการส่งมอบ
สินค้าอย่างถูกต้อง ทันเวลา เราจะร่วมกันพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า คู่ค้า และสังคมพอใจ
อย่างต่อเนื่อง เพื่อความยั่งยืนตลอดไป ”



แนวทางในการบริหารคุณภาพสินค้าของทางบริษัท



ความมุ่งมั่น (Commitment) ในการที่จะผลิตสินค้าให้ได้ ตามมาตรฐานและตรงตาม ความต้องการของลูกค้า



การผลิตสินค้าที่สอดคล้อง กับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งใน และต่างประเทศ อีกทั้งปลอดภัยต่อผู้บริโภค



การสร้างระบบบริหารคุณภาพ ตามมาตรฐานลูกค้า ที่มีความหลากหลาย



เป้าหมายคุณภาพ

เพื่อให้ผลการดำเนินงาน ของบริษัทฯ สอดคล้อง ตามนโยบายคุณภาพ บริษัทฯ จึงกำหนดเป้าหมาย คุณภาพ เพื่อให้ทุกหน่วยงาน ได้มีแนวทางในการปฏิบัติดังนี้



การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพที่สอดคล้อง กับกฎหมายและคุ้มครองผู้บริโภค

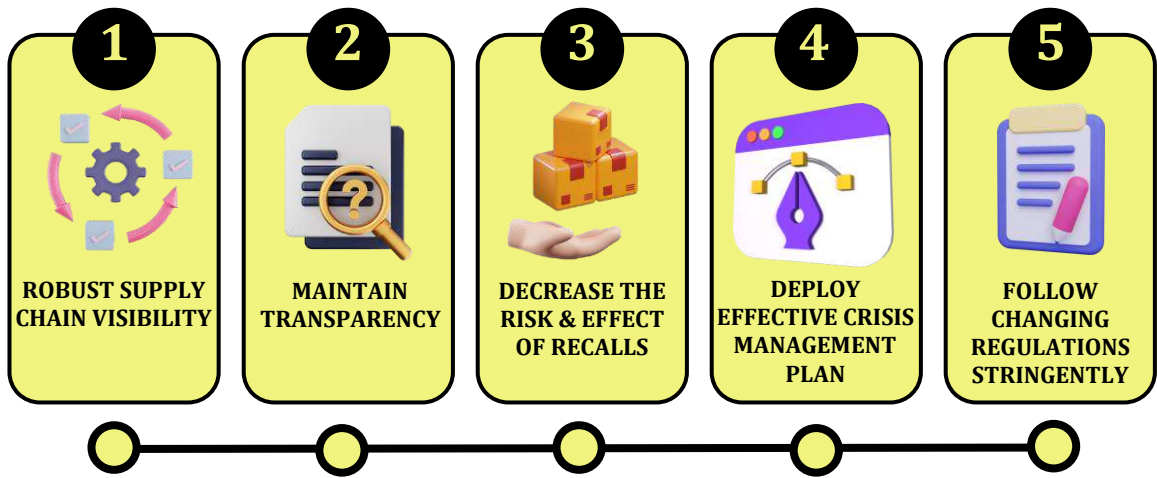
บริษัทฯ มีมาตรการอย่างเข้มงวดในการบริหารคุณภาพ ผลิตภัณฑ์/สินค้า ที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เป็นไปตาม พระราชบัญญัติเครื่องสำอางและกฎหมายต่างๆทั้งในประเทศ ต่างประเทศ โดยคำนึงถึงหลักการคุ้มครองผู้บริโภค มีการผลิต สินค้าที่ถูกต้องปลอดภัย ตั้งแต่การเลือกใช้วัตถุดิบที่ปลอดภัย การรับรองประสิทธิภาพของสารสำคัญในการออกฤทธิ์ การให้ข้อมูล ในการใช้งานและระบุข้อควรระวังบนฉลากสินค้า การป้องกันการปนเปื้อน การจัดเก็บ การกระจายสินค้า การรับ คำร้องเรียนสินค้า จนถึงการเรียกคืนสินค้า หากพบว่าสินค้านั้น มีความเสี่ยงที่จะเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ความรับผิดชอบด้านการบริหารคุณภาพของสินค้าจะครอบคลุม ตั้งแต่การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตสินค้า การกระจายสินค้า จนถึงการดูแลคุณภาพหลังการขาย

นโยบายการเรียกคืนสินค้า

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในความรับผิดชอบต่อด้านการบริหาร คุณภาพของสินค้าที่ ผลิตจากบริษัทฯ หากสินค้านั้น มีความเสียหาย อันเกิดจากข้อบกพร่องที่มีที่มาจากวัตถุดิบ บรรจ ภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิต หรือจากกระบวนการผลิต และการขนส่ง ที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อผู้บริโภค รวมถึงกรณีที่สินค้า ไม่เป็นไปตามมาตรฐานการผลิตที่ตกลงกัน บริษัทฯ ยินดี รับผิดชอบในการเรียกคืนสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และตรงตามความต้องการที่กำหนด โดยมีการ กำหนดให้หน่วยงาน QA Finished Product รับผิดชอบดูแล เกี่ยวกับการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ ที่ประกอบด้วย

- รายละเอียดการติดต่อกับหน่วยงานที่รับผิดชอบ
- ขั้นตอนปฏิบัติงานสำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบในการ จัดการการเรียกคืนผลิตภัณฑ์
- ขั้นตอนปฏิบัติงานสำหรับงานเฉพาะเจาะจง เช่น การเก็บและทำลายผลิตภัณฑ์ที่เรียกคืน เป็นต้น ภายใต้แนวคิด Product Recall Management

PRODUCT RECALL MANAGEMENT



มาตรฐานระดับสากล ที่บริษัทขอการรับรอง



นอกเหนือจากมาตรฐานดังกล่าวแล้ว เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในระบบการจัดการด้านคุณภาพ (Quality Management System) บริษัทฯ จึงขอการรับรองมาตรฐานต่างๆ เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าในแต่ละประเทศ ได้แก่



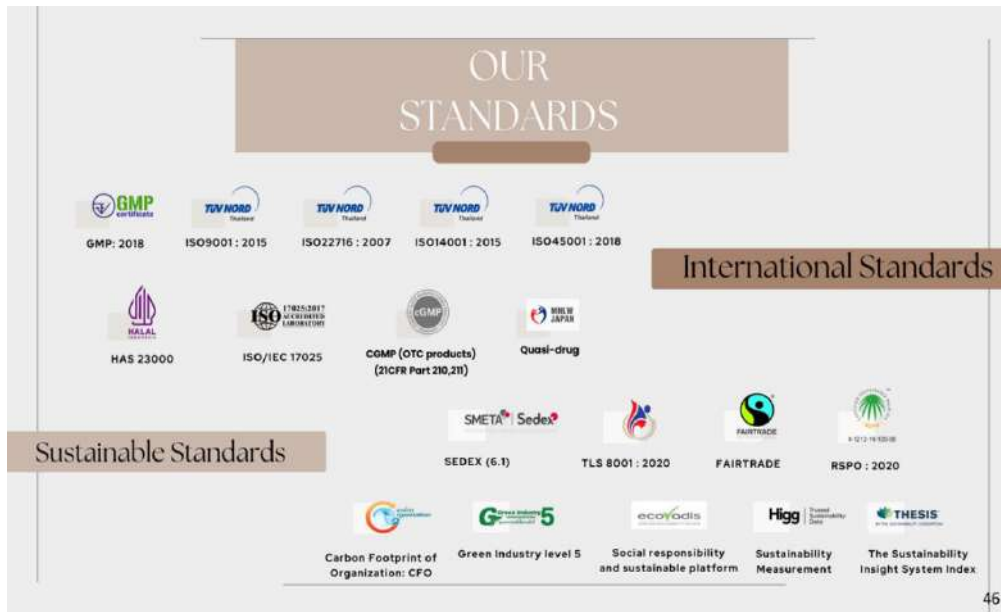
เพื่อรองรับการผลิต
สินค้าในการส่งขาย
กลุ่มลูกค้ามุสลิม

เพื่อรองรับการผลิต
สินค้า ในการส่งขาย
ลูกค้าประเทศญี่ปุ่น

เพื่อรองรับการผลิตสินค้า
ในการส่งขายลูกค้า
ประเทศสหรัฐอเมริกา

มาตรฐานข้อกำหนด
ความสามารถ
ของห้องปฏิบัติการทดสอบ
และห้องปฏิบัติการสอบเทียบ

ในปี 2567 บริษัทฯ ยังได้รับอนุญาตสถานที่ผลิตสินค้าเครื่องสำอางที่มีการใช้สารเคมี Anti-disinfectant และการผลิตสินค้าประเภท Household อีกด้วย



การสร้างความตระหนักในการผลิตสินค้าอย่างมีคุณภาพ

เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการผลิตสินค้ามีคุณภาพและสอดคล้องตามมาตรฐานต่างๆ บริษัทฯ ได้มีการทบทวนความรู้ ตลอดจนสร้างความเข้าใจกับพนักงานในรายละเอียดของมาตรฐานรวมถึงการทบทวนข้อกำหนดต่างๆของลูกค้า เพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ มาตรฐานสำคัญที่มีการทบทวนประจำปี ได้แก่ มาตรฐาน GMP, มาตรฐานระบบคุณภาพ มาตรฐานระบบความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

การบริหารจัดการระบบคุณภาพสมัยใหม่

จากการขอรับรองมาตรฐาน CGMP (Good Manufacturing practices) ในการผลิตสินค้าประเภท OTC (Over-The-Counter) บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบการบริหารจัดการคุณภาพโดยใช้แนวคิด Modern Quality ตามระบบของ USFDA เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานในระดับที่สูงกว่าการผลิตสินค้าประเภทเครื่องสำอาง เป็นการสร้างระบบที่พิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่มีโอกาสเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อทุกกระบวนการไม่ใช่เพียงกระบวนการผลิตเท่านั้น โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันหาแนวทางในการป้องกัน/แก้ไขก่อนที่ปัญหานั้นจะเกิดขึ้น เป็นการใช้ทักษะการคิดแบบหลากหลายได้แก่ Analytical thinking, Critical thinking และ System thinking เพื่อประมวลผลข้อมูล จัดระเบียบข้อมูล และนำแนวคิด Modern Quality มาดำเนินการผ่านการจัดการความเสี่ยงในด้านคุณภาพ (Quality Risk Assessment) ดังนี้

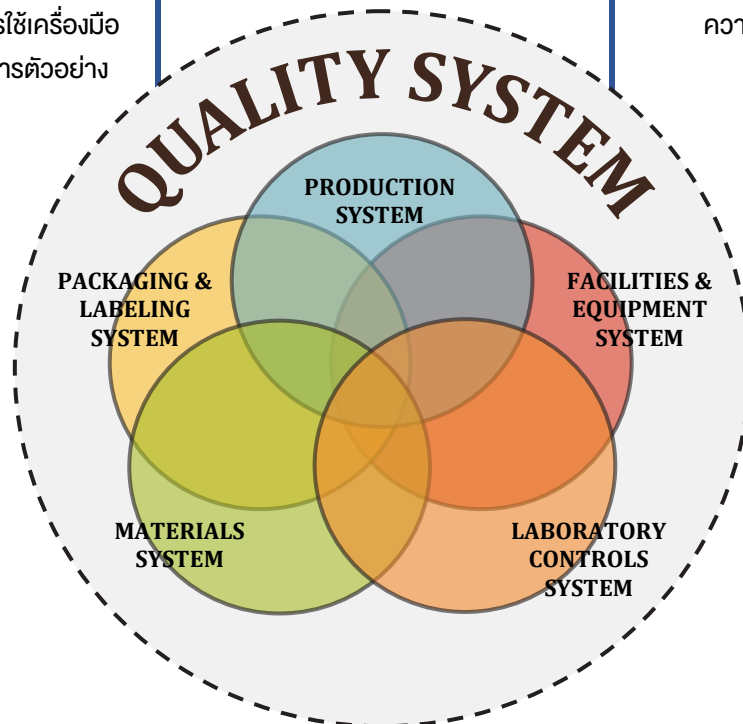


บริษัทฯ ใช้แนวคิดการบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นพื้นฐานในการบริหารจัดการงานประจำวัน (Daily Management) เพื่อให้พนักงานทุกคนมีแนวคิดการจัดการความเสี่ยงในการทำงานอย่างเป็นระบบ (Risk-Based Thinking) ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนา ระบบบริหารคุณภาพและสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการทำงานขององค์กร ช่วยให้องค์กรสามารถผลิตสินค้า และบริการที่สอดคล้องตามข้อกำหนด รวมถึงองค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้ เมื่อความเสี่ยงได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม

รวมถึงมีการประยุกต์ใช้ Six-System Quality System ตามหลัก US FDA

บริษัทฯ ใช้แนวคิดหรือการวิเคราะห์นี้เพื่อให้มั่นใจว่าเรามีระบบคุณภาพที่ครอบคลุมทั้ง 6 ระบบ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงที่ผลิตภัณฑ์จะมีปัญหาด้านคุณภาพหรือความปลอดภัย เพิ่มความน่าเชื่อถือในกระบวนการผลิตลดความเสี่ยงในการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ช่วยให้ระบุ และแก้ปัญหาในระบบได้อย่างรวดเร็ว สร้างความมั่นใจ ให้กับผู้บริโภค และผู้ใช้งาน ซึ่งประกอบไปด้วย

<p style="text-align: center;">1</p> <p style="text-align: center;">Quality System (ระบบคุณภาพ)</p> <p>มีระบบการกำหนดนโยบาย มาตรฐาน ขั้นตอน และการฝึกอบรม เพื่อรับรองว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงสุด เช่น มีการจัดทำ SOP (Standard Operating Procedures) การตรวจสอบเอกสาร และการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (Change Control)</p>	<p style="text-align: center;">2</p> <p style="text-align: center;">Production System (ระบบการผลิต)</p> <p>มีการควบคุมทุกขั้นตอน ในกระบวนการผลิต เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ ตรงตามข้อกำหนด เช่น การควบคุมพารามิเตอร์ในการผสม และการบรรจุสินค้า การตรวจสอบวัตถุดิบ และการบันทึกกระบวนการ</p>	<p style="text-align: center;">3</p> <p style="text-align: center;">Facilities and Equipment System (ระบบอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก)</p> <p>มีการดูแลเครื่องจักร อุปกรณ์ และสถานที่ในการผลิตและทดสอบสินค้า เช่นการบำรุงรักษาเครื่องจักร (Maintenance) การสอบเทียบ (Calibration) และการควบคุมสภาพแวดล้อมในการผลิต</p>
<p style="text-align: center;">4</p> <p style="text-align: center;">Laboratory Controls System (ระบบควบคุมห้องปฏิบัติการ)</p> <p>มีการควบคุมกิจกรรมในห้องปฏิบัติการ เช่น การทดสอบวัตถุดิบ สินค้าระหว่างการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป เช่น การตรวจสอบความถูกต้องของผลการทดสอบ การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ และการจัดการตัวอย่าง</p>	<p style="text-align: center;">5</p> <p style="text-align: center;">Material System (ระบบวัตถุดิบ)</p> <p>มีการจัดการวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และส่วนประกอบต่างๆ ที่ใช้ในการผลิต เช่นการรับ การจัดเก็บ การตรวจสอบ และการอนุมัติวัตถุดิบ</p>	<p style="text-align: center;">6</p> <p style="text-align: center;">Packaging and Labeling System (ระบบบรรจุภัณฑ์และการติดฉลาก)</p> <p>มีการควบคุมกระบวนการบรรจุ และการติดฉลาก เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลถูกต้อง และสอดคล้อง กับข้อกำหนด เช่นการตรวจสอบฉลาก การควบคุม บรรจุภัณฑ์ และการติดตามความถูกต้องของข้อมูล</p>





การประเมินประสิทธิผลของระบบบริหารคุณภาพ (Quality System Management Performance)

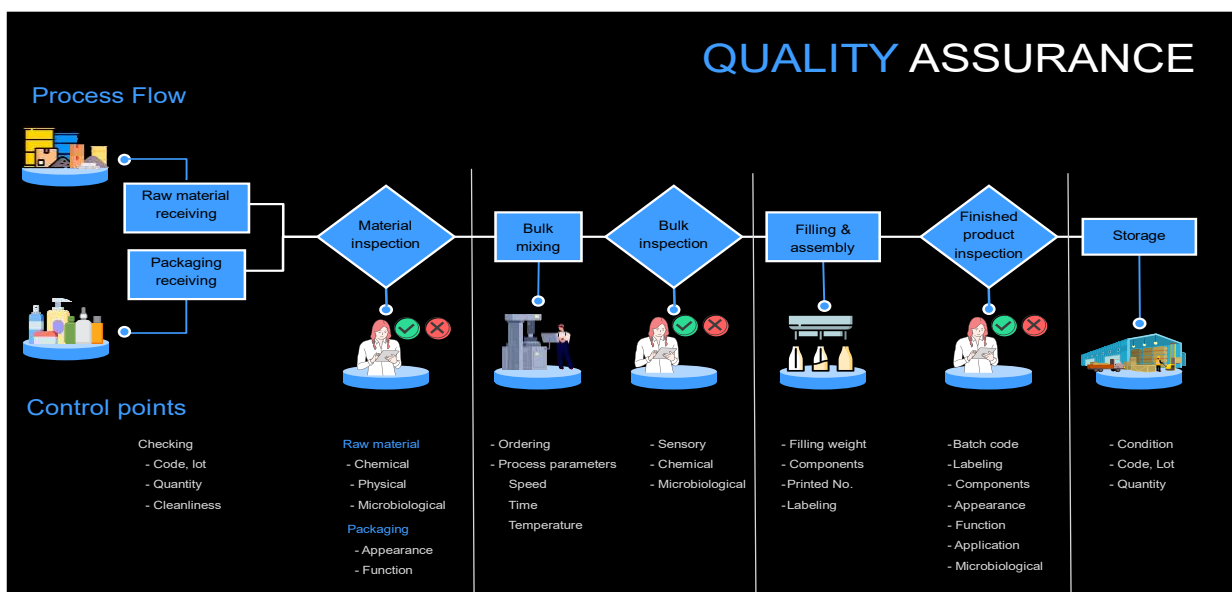
การพิจารณาสมรรถนะและประสิทธิภาพของระบบคุณภาพของบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าระบบบริหารคุณภาพที่บริษัท ดำเนินการสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด การประเมินประสิทธิผลของระบบบริหารคุณภาพของบริษัทโดยใช้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) จากทางลูกค้าและผู้บริโภคในหัวข้อต่างๆ ดังนี้

ความพึงพอใจ
ของลูกค้าในด้านต่างๆ

ความสำเร็จในการส่งมอบสินค้า
ให้กับลูกค้า ได้ครบตามจำนวน
และตรงตามเวลาที่กำหนด

คำร้องเรียนที่ได้รับ
จากลูกค้าและผู้บริโภค

บริษัท มีการติดตามและรายงานผลการติดตามประจำเดือน เพื่อดำเนินการปรับปรุง กรณีที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ในด้านการรักษาระบบมาตรฐาน เป็นอีกเรื่องที่ทางบริษัทให้ความสำคัญอย่างมาก โดยจัดให้มีการดำเนินการตรวจติดตามภายใน ตามแนวทาง Process approach ทั้งนี้ทีมตรวจติดตามภายใน จะคัดเลือกจากพนักงานที่มีความรู้และเข้าใจในภาพรวมธุรกิจ ผ่านการอบรมหลักสูตรการตรวจติดตามภายใน จากองค์กรที่ได้รับมาตรฐาน ได้แก่ ASEAN GMP, ISO22716, ISO9001, HAS23000, CGMP เป็นต้น



ในทุกขั้นตอนของการผลิต ตั้งแต่การรับเข้าวัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์ จนกระทั่งเป็นสินค้าสำเร็จรูป และจัดเก็บในคลังสินค้า จะมีการสุ่มตัวอย่างในแต่ละขั้นตอนตามมาตรฐานการสุ่มตัวอย่างสากล

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

นโยบายความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัท เอส แอนด์ เจฯ มีความมุ่งมั่นในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย โดยมีแนวทางการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เป็นไปตามข้อกำหนดหรือมาตรฐานต่างๆในการคุ้มครองผู้บริโภค บริษัทฯ ได้มีการศึกษาพัฒนาและวิจัยองค์ความรู้ตลอดจนคิดค้น นวัตกรรมใหม่ๆ โดยคำนึงถึงซึ่งคุณภาพและความปลอดภัยในการใช้ผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้านการสื่อสารการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ทุกเชื้อชาติ ศาสนา และสถานะทางสังคม ซึ่งรวมถึงเด็กและผู้สูงอายุ โดยอยู่บนพื้นฐานของการเคารพกฎหมายและกฎระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง คำนึงถึงสิทธิของผู้บริโภคและกระบวนการที่จะส่งเสริมผู้บริโภคได้ตระหนักรู้ประโยชน์ และมีความเข้าใจในการใช้ ผลิตภัณฑ์อย่างปลอดภัย

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่ม Vegan certified products และ Halal certified products เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ ว่าผลิตภัณฑ์สอดคล้องตามข้อกำหนดและตรงตามความต้องการ และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์รองพื้นที่ปราศจากสาร D5 Cyclopentasiloxane ที่อาจก่อให้เกิดการระคายเคืองได้

การให้คำปรึกษากับผู้บริโภคที่อาจเกิดอาการไม่พึงประสงค์จากการใช้ผลิตภัณฑ์

เพื่อให้ทราบวิธีการใช้ และดูแลตนเองในการใช้เครื่องสำอางอย่างถูกวิธีโดยเภสัชกร ทั้งนี้ในปี 2567 ได้มีการให้คำแนะนำในการใช้ ผลิตภัณฑ์ในด้านความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค จำนวน 10 ราย

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มีแนวทางการบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เพื่อการสร้างความไว้วางใจจากลูกค้า โดยมีแนวทางดังนี้

1.การให้ข้อมูลแก่ลูกค้า และผู้บริโภคด้วยความโปร่งใส	2.การปฏิบัติตามมาตรฐาน	3.ช่องทางการรับฟังความคิดเห็น ของผู้บริโภค
<ul style="list-style-type: none">- การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน เกี่ยวกับส่วนผสม คุณสมบัติ วิธีใช้ ที่ถูกต้อง ชัดเจน และ ผลลัพธ์ที่คาดหวัง ของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน และ เป็นไปตามข้อกำหนด- การให้ ข้อมูลข้อควรระวัง และคำแนะนำในการใช้ผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none">- บริษัทฯ ปฏิบัติ ตามกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ฉลาก ผลิตภัณฑ์ และ การเคลมประสิทธิภาพ อย่างเคร่งครัด เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคเข้าใจ ผิดหรือหลงเชื่อในข้อมูลที่เกินจริง- การติดตามและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานและข้อบังคับ ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ	<ul style="list-style-type: none">- บริษัทฯ มีช่องทางให้ผู้บริโภคหรือ ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูล แสดง ความเห็น หรือรับเรื่องร้องเรียน และมีกระบวนการตอบสนองอย่างรวดเร็วและโปร่งใส
4.การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย ต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5.การพัฒนาผลิตภัณฑ์	
<ul style="list-style-type: none">- วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม- ใช้กระบวนการทดสอบที่ปลอดภัยและสอดคล้อง ตามมาตรฐาน ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค หรือ สิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none">- เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการ เฉพาะ เช่น Halal products, Vegan products และมีการ สื่อสารอย่างชัดเจนให้ผู้บริโภครับทราบ	

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ตระหนักถึงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อลดการเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆ ตลอดวัฏจักรชีวิต โดยมีแนวทางการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ดังนี้



การคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่มี
ส่วนผสมของสารธรรมชาติ



การลดการใช้สารเคมี
ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง



การคิดค้นสารสกัด
จากธรรมชาติ



การใช้วัตถุดิบน้ำมันปาล์มที่ได้รับ
การรับรองมาตรฐาน RSPO

1. ยกเลิกการใช้สารเคมีอันตราย

ด้วยจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ จึงยกเลิกการใช้สารเคมีที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค สอดคล้องตามข้อกำหนดที่แต่ละประเทศได้กำกับไว้ และมุ่งใช้วัตถุดิบทดแทนที่มีความปลอดภัยมากขึ้น เช่น วัตถุดิบจากธรรมชาติ วัตถุดิบที่ไม่มีส่วนผสมของสารที่ก่อให้เกิดอันตราย เพื่อตอบสนองต่อนโยบายในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

ปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการยกเลิกการใช้สารเคมีอันตรายในผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มขึ้น 2 รายการ คือ Lillial

และ Octamethylcyclotetrasiloxane

เป้าหมาย: ยกเลิกการใช้สารเคมีอันตรายในผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ภายในปี 2573

2. การใช้น้ำมันปาล์ม

บริษัทฯ ได้รับ CERTIFIED SUSTAINABLE PALM OIL เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมโดยใช้ น้ำมันปาล์มที่มาจากกระบวนการปลูกอย่างยั่งยืน

ปี 2567 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการรับรอง RSPO Certified Products จำนวน 4 รายการ

และมีผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาด้วยการใช้วัตถุดิบ RSPO Certified เป็นองค์ประกอบในสูตร จำนวน 67 รายการ

3. ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ

ด้วยการตระหนักต่อความปลอดภัยของผู้บริโภค ทางบริษัทฯ จึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ > 95% เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความอ่อนโยนมากยิ่งขึ้น และ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ปี 2567 มีผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสารจากธรรมชาติ > 95% จำนวน 24 รายการ

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่ม Vegan และ Halal Certified Products

ปัจจุบันผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์เฉพาะมากขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย บริษัทฯ จึงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ Vegan Certified และ Halal Certified เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ว่าสอดคล้องตามข้อกำหนดและตรงตามความต้องการ

ปี 2567 มีผลิตภัณฑ์ Vegan Certified 5 รายการ และ Halal Certified 3 รายการ

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (ด้านสินค้าและบริการ)

ในการพัฒนาสินค้าใหม่ บริษัทฯ ดำเนินการถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยมีการศึกษา/พัฒนาวิธีการทดสอบตลอดจนขั้นตอนการออกแบบสูตรให้ถูกต้องตามข้อกำหนดการผลิตเครื่องสำอาง เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย มีคุณภาพที่น่าเชื่อถือ



แนวทางบริหารจัดการด้านการสื่อสารอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

นอกจากนี้ในเวลาก่อนผลิตก็จะมีการให้ข้อมูลคุณสมบัติ วิธีการใช้ สารที่เป็นส่วนประกอบ และยังมี การให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคในการใช้งาน เพื่อให้มั่นใจว่าจะไม่พบอาการระคายเคืองที่เป็นอันตรายก่อนใช้ และหากพบอาการแพ้เกิดขึ้นควรดำเนินการอย่างไร

บู๊ตส์ เอ็กซ์ตรา ไบรท์ สปอตเลส
ไอเวอร์ไนท์ กรีกเมนต์
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าและลำคอ

อีกขั้นของการฟื้นฟูบำรุงผิวยามค่ำคืน ผสานพลังการทำงานของกรานนี่ซามิค แอซิด และโนอาซิโนไมด์ ช่วยลดเลือนจุดด่างดำ ผิวคล้ำเสีย เมล็ดสิว และลดโอกาสการกลับมาเป็นซ้ำ* เผยผิวกระจ่างใส เปล่งปลั่งใน 7 วัน*

วิธีใช้: ลูบไล้ไอเวอร์ไนท์ กรีกเมนต์ให้ทั่วใบหน้าและลำคอ เวลากลางคืน

คำเตือน: 1. ห้ามใช้กับผิวหนังที่มีการระคายเคืองหรือมีบาดแผล หยุดใช้หากเกิดผื่น 2. ระมัดระวังอย่าให้เข้าตา หากสินค้าเข้าตา ควรล้างออกด้วยน้ำสะอาดทันที 3. เก็บให้พ้นมือเด็ก 4. สิ่งองผลิตภัณฑ์อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากส่วนผสม 5. เก็บให้พ้นจากความชื้นและแสงแดด

* จากผลการทดสอบจากอาสาสมัคร 52 คน อย่างน้อย 83% รู้สึกได้ว่าผิวกระจ่างใสขึ้นใน 7 วัน *เมื่อใช้ร่วมกับบู๊ตส์ เอ็กซ์ตรา ไบรท์ สปอตเลส ด้วย ซินสกริม เอสพีเอฟ50+ พีเอ++++

นอกจากการทดสอบความพึงพอใจในอาสาสมัครหลังใช้อย่างต่อเนื่องเป็นประจำ ผลลัพธ์ก็ดีขึ้นอยู่กับสภาพผิวแต่ละบุคคล

จำหน่ายโดย: บริษัท บู๊ตส์ รีเทล (ประเทศไทย) จำกัด
ผลิตโดย: บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล
อินเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) เลขที่ 600/4 หมู่ 11
ถนนสุราษฎร์ 8 ตำบลหนองจาม อำเภอสรีราชา
จังหวัดชลบุรี 20230
ครั้งที่ 1 เดือนปีที่ผลิต คู่ที่บรรจุภัณฑ์
เลขที่ใบรับจดทะเบียน: 20-1-6700018686

ปริมาณสุทธิ 50 มล.

นโยบาย Green initiative

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และโดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และพัฒนาสังคมสู่ความยั่งยืน บริษัทเอส แอนด์ เจฯ จึงได้วางนโยบายและแนวทางการดำเนินธุรกิจตลอดสายห่วงโซ่คุณค่า ที่เริ่มต้นจากกระบวนการออกแบบ และพัฒนาสูตร การจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ การผลิต และการส่งมอบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด

แนวทางบริหารจัดการ



Green Cosmetic

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการคิดค้นสูตร การพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ที่ส่งมอบคุณค่าให้ตรงใจลูกค้า และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่ม Waterless ผลิตภัณฑ์ RSPO Certified Product และ ผลิตภัณฑ์กันแดดที่ลดการใช้สารกันแดดกลุ่มทำลายปะการัง เป็นต้น



Green Packaging

บริษัทฯ สนับสนุนการออกแบบและจัดซื้อจัดหาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การลดการใช้พลาสติก การนำกลับมาใช้ใหม่ หรือเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ สามารถนำกลับเข้าสู่วงจรได้ใหม่และไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของมนุษย์และสัตว์



Green Operation

บริษัทฯ มุ่งสู่การผลิตอย่างยั่งยืน ที่คำนึงถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมุ่งเน้นการจัดการกระบวนการผลิต ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด มีความเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกันตลอดสายห่วงโซ่อุปทานตลอดจนการสร้างความตระหนักและส่งเสริมการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมแก่พนักงาน กิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การอนุรักษ์พลังงาน การบริหารจัดการน้ำ การจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ ฯลฯ

การกำหนดประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม




หน่วยงาน	ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม	แนวทางการดำเนินการ	ผลการดำเนินงานปี 2567
ด้านการวิจัย พัฒนา	การออกแบบสูตร และการใช้วัตถุดิบ	- การออกแบบสูตร และเลือกใช้วัตถุดิบ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	Green Formula Product 220 ITEM
		- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ลดการใช้พลาสติก	จำนวนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 1,217 ITEM
		- การใช้บรรจุภัณฑ์ ที่สามารถ recycle ได้	
		- โครงการอนุรักษ์พลังงาน (การลดการใช้ไฟฟ้า)	การใช้พลังงานไฟฟ้า (ขึ้นต่อผลิตภัณฑ์) ลดลง 1.15%
		- โครงการบริหารจัดการน้ำ (การลดการใช้น้ำ)	การใช้ทรัพยากรน้ำ (ขึ้นต่อผลิตภัณฑ์) 0.0018 m ³ /pcs การนำน้ำ RO Reject กลับมาใช้ใหม่ 53,693 m ³
		- โครงการใช้พลังงานสะอาด Solar Cell	% การใช้ไฟฟ้าจาก Solar Cell (SJ11) เป้าหมาย: เวลากลางวันครบ 100% ผล : ครบ 100%
ด้านการผลิต	การใช้พลังงานต่างๆ ในกระบวนการผลิต	- การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (GHG Scope 1+ Scope 2)	% การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (Scope1+2) 0.0341 Ton CO ₂
		ปริมาณขยะ กากอุตสาหกรรม และของเสียต่างๆ	สัดส่วนขยะอันตราย < ขยะไม่อันตราย (15 : 85)
		การจัดการขยะ และกากอุตสาหกรรม อย่างมีประสิทธิภาพ	

GREEN COSMETICS

นวัตกรรมเครื่องสำอาง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการคิดค้นสูตรการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ที่ส่งมอบคุณค่าให้ตรงใจลูกค้า และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่ม Waterless ผลิตภัณฑ์ RSPO Certified Product และ ผลิตภัณฑ์กันแดดที่ลดการใช้สารกันแดดกลุ่มทำลายปะการัง เป็นต้น

GREEN COSMETICS	PRODUCT / DESCRIPTION	PICTURE
WATERLESS	NUTRIMETICS ULTRA CARE GENTLE PORE REFINER Facial exfoliating cleansing powder with soft foam to clean thoroughly with Silica scrub and Papain enzyme to gently scrub the skin. - Waterless formula , 95% Natural origin - Easy to carry, so take it with you everywhere	
WATERLESS	MIZUMI B3 WHITE BOOSTER SOAP It is gentle and premium facial soap bar that performance of condense & high foaming, using active level of skincare product at 1% VITAMIN B3 plus LACTIC ACID & VITAMIN E. Free form Alcohol, SLS, SLES.	
WATERLESS	BAHAMA SKIN GLOW SUN CLEAR STICK SPF 50 These waterless sun sticks are often portable and easy to apply on-the-go, making them ideal for activities like running, hiking, swimming, or any outdoor sport where reapplication is necessary.	
RSPO CERTIFIED PRODUCTS	SUPERDRUG B.CALM SOOTHING DAY CREAM SUPERDRUG B.CALM SOOTHING SERUM - To brighten, soothing and moist the skin. - Rich, velvet, non-sticky and non-greasy formula.	

GREEN COSMETICS	PRODUCT / DESCRIPTION	PICTURE
CORAL SAFE SUNSCREEN PRODUCTS	<p>SRICHAND SUNLUTION PERFECT UV MILK SPF 50+ PA++++</p> <p>Hybrid Shield Protector & Light Silky Touch innovations that combine the highest sun protection with both Chemical and Physical sunscreens with tinted, very water resistant.</p>	
CORAL SAFE SUNSCREEN PRODUCTS	<p>KINDNESS FREEDOM SENSITIVE AIRLIGHT TOTAL PROTECT SUNSCREEN</p> <p>Ultralight milky texture with invisible protection, whiteless</p> <p>Protects UVA, UVB and blue light.</p> <p>Very water resistant (80 mins).</p> <p>Suitable for sensitive skin.</p>	
CORAL SAFE SUNSCREEN PRODUCTS	<p>MIZUMI UV COOLING BODY SERUM</p> <p>Aqua cooling technology with dual cooling effect ,both immediately and long-lasting.</p> <p>Light sensory, non greasy, non sticky</p>	

ผลการดำเนินงาน

GREEN FORMULA PRODUCT

PRODUCT	2563	2564	2565	2566	2567
Natural origin products	11 items	24 items	77 items	63 items	79 items
Coral safe	N/A*	8 items	20 items	29 items	48 items
Product used RSPO	1 items	22 items	106 items	117 items	71 items
Waterless formula	8 items	9 items	6 items	11 items	4 items

GREEN PACKAGING

ความมุ่งมั่น

บริษัทฯ สนับสนุนการออกแบบและจัดซื้อจัดหาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของมนุษย์และสัตว์ ได้แก่ การลดการใช้พลาสติก การนำกลับมาใช้ใหม่ หรือเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ สามารถนำกลับเข้าสู่วงจรได้ใหม่

แนวทางบริหารจัดการ

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับนโยบายการจัดซื้อจัดหาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้



การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ Recycle

เช่น ขวดแก้วหรือพลาสติก (เช่น PET, HDPE) เพื่อให้ลูกค้าสามารถจัดการขยะได้ง่าย



บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ (Biodegradable Packaging)

เช่น บรรจุภัณฑ์จากเซลลูโลส พลาสติกที่ทำจากพืช (PLA) หรือ กระดาษคาร์พด ที่ไม่ก่อให้เกิดสารพิษตกค้าง และสามารถย่อยสลายได้โดยไม่ทำลายระบบนิเวศ



บรรจุภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิล (PCR Materials)

เช่น ขวดที่ทำจากพลาสติกรีไซเคิล (PCR - Post-Consumer Recycled), PCR Tube, PCR Aluminum เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่ต้องผลิตขึ้นมาใหม่



การเลือกใช้วัสดุจากธรรมชาติ

ลดการใช้พลาสติกที่ย่อยสลายยาก เช่น บรรจุภัณฑ์จากข้าวโพด สับปะรด หรือ อ้อย เป็นต้น ซึ่งเป็นวัสดุหมุนเวียน (renewable materials) ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอย่างจำกัด



Mono Material Packaging

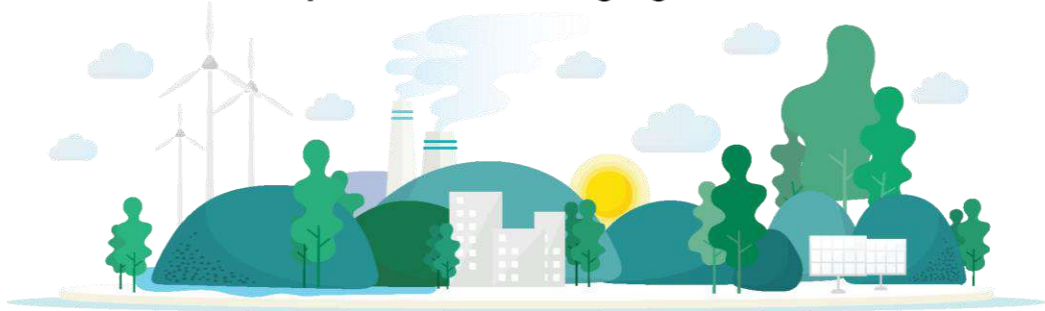
บรรจุภัณฑ์ที่ลดการใช้วัสดุหลายชนิดในบรรจุภัณฑ์เดียว เพื่อลดกระบวนการ และ พลังงานที่ใช้ในการ Recycled เพื่อนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ได้โดยไม่ต้องใช้ทรัพยากรที่ต้องผลิตขึ้นมาใหม่ เช่น PCR Materials



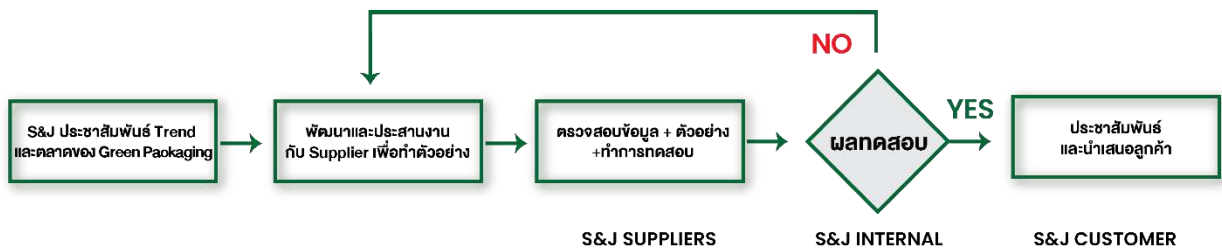
Refillable Packaging

บรรจุภัณฑ์ที่สามารถถอดเปลี่ยนไส้ในได้เมื่อเวลาใช้สินค้าหมด โดยบรรจุภัณฑ์ด้านนอกยังใช้ของเดิม เพื่อลดการใช้พลาสติก เช่น บรรจุภัณฑ์ทำจากขวด กระปุก, ขวด, ตลับ เป็นต้น

Road map of Green Packaging from 2561-2568



กระบวนการดำเนินงานด้าน Green Packaging



โครงการ Green Packaging Innovation

แสดงถึงความตั้งใจจริงของบริษัทที่จะช่วยลดปัญหาขยะ-พลาสติก ที่เป็นหนึ่งในปัญหาใหญ่ระดับโลก โดยการเปลี่ยนขยะพลาสติกให้กลายเป็นสิ่งที่มีมูลค่า ใช้ทรัพยากรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงการลดปริมาณขยะพลาสติกและช่วยลดความเสี่ยงของขยะพลาสติกในทะเล เช่น

โดยในปี 2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินการคิดค้นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนี้

1. Ocean Bound PCR

บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากพลาสติกที่ถูกทิ้งในทะเล ซึ่งเป็นการลดปริมาณขยะพลาสติกและช่วยลดความเสี่ยงของขยะพลาสติกในทะเล เช่น

- บรรจุภัณฑ์แบบ Airless, Deodorant
- กระปุก (Jar)
- ขวด (Bottle)



2. Slim Cap Tube

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้พลาสติกน้อยลง เช่น ฝา หลอด ลดการใช้พลาสติกลง 40%



3. Carbon Free Black Pigment

บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ Carbon Free Black Pigment เพื่อช่วยลดขั้นตอนในการแยกวัสดุในกระบวนการ Recycled ให้สามารถรีไซเคิลได้ถูกต้องและแม่นยำ และวัสดุที่ได้จากกระบวนการ Recycled ก็จะมีคุณภาพที่ดี



4. Mono-Material

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุเดียวกันทั้งหมด เพื่อลดขั้นตอนในการคัดแยกวัสดุในกระบวนการ Recycled

- Pouch
- Pump
- Dropper
- Spray



5. Refillable Packaging

เปลี่ยนภายในของบรรจุภัณฑ์เมื่อใช้หมดแล้วโดยใช้เป็น PCR Materials ที่ยังคงบรรจุภัณฑ์ภายนอกเดิมอยู่



ผลการดำเนินงานด้าน Green Packaging

จำนวน Item ด้าน Green Packaging ยอดสะสม ตั้งแต่ปี 2562 เท่ากับ 1,217 item					
	2563	2564	2565	2566	2567
จำนวน Item	119	349	271	281	143
จำนวน Green Packaging (ชิ้น)					
	2563	2564	2565	2566	2567
จำนวน Green Packaging	23,971,526	33,197,884	48,913,580	38,715,335	43,231,345
ยอดสินค้า Green Packaging (ล้านบาท)					
	2563	2564	2565	2566	2567
ยอดสินค้า Green Packaging	202	843	1,160	1,610	1,195
Green Packaging: Supplier lists					
	2563	2564	2565	2566	2567
จำนวน Supplier	127	68	39	35	20

GREEN OPERATIONS

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพโดยตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร อันเกิดจากแหล่งที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การจัดเก็บ การส่งมอบสินค้า จนถึงผู้บริโภค ภายใต้เจตจำนงที่จะรักษาสิ่งแวดล้อมโดยกำหนดเป็นแนวทางการปฏิบัติงานดังนี้

1

ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนด
ลูกค้า สนธิสัญญาและมาตรฐาน
ด้านสิ่งแวดล้อม

2

บริหารจัดการเพื่อมุ่งเน้น
การป้องกัน การลดการใช้ซ้ำ
และการนำกลับมาใช้ใหม่ รวมทั้ง
การกำจัดสิ่งที่ทำให้เกิดมลพิษ
กับสิ่งแวดล้อม

3

มุ่งพัฒนาสมรรถนะ
ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง
เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์
ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

4

ส่งเสริมการพัฒนาวิถีชีวิต
เพื่อให้เกิดการนำทรัพยากร
มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

5

ส่งเสริมการลดการใช้ทรัพยากร
และผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อ
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

6

ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึก
ให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วม
ในการป้องกันผลกระทบต่อ
ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายสิ่งแวดล้อม



เป้าหมายระยะสั้น ปี 2567

อัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ 2) ต่อชิ้นผลิต

ลดลง $\geq 5\%$ (เทียบกับปี 2566)

*Scope 1 คือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยตรง (Direct Emissions)

การปล่อยโดยตรงทั้งหมดจากกิจกรรมขององค์กรหรือภายใต้การควบคุมขององค์กร

Scope 2 คือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมที่ถูกซื้อ (Indirect Emissions)

การปล่อยก๊าซทางอ้อมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตพลังงานที่ซื้อหรือได้มา

เป้าหมายระยะยาว

Carbon Neutrality

การบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน

ปี 2593



Carbon Net Zero

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

ปี 2608

หน่วยงานที่รับผิดชอบจัดการและดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้กำหนดให้ส่วนความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม สังกัดฝ่ายโรงงาน เป็นผู้ดูแลการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ

ทั้งยังมีประกาศแต่งตั้งคณะทำงานบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีบทบาทหน้าที่ดังนี้

- 1.ศึกษามาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ISO: 14001) กฎหมาย ระเบียบ ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
- 2.ระบุ/ประเมิน ประเด็นสิ่งแวดล้อมของบริษัท
- 3.รายงาน ประเด็นสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญ และโครงการด้านสิ่งแวดล้อม
- 4.รายงานกิจกรรม/โครงการ ที่สนับสนุนเป้าหมาย และนโยบายของบริษัท
- 5.สื่อสารและส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการสิ่งแวดล้อมสู่ความยั่งยืน



โครงการที่ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน มีระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ISO14001:2015) ในโรงงานและมีการจัดทำโครงการ Green Operation ภายใต้แนวคิด “Green Initiative” ในกระบวนการผลิต เพื่อลดผลกระทบ ด้านสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และเป็นการเชื่อมต่อ สนับสนุนซึ่งกันและกัน ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ

Green Operation คือ การดำเนินการวางแผน การปฏิบัติงาน การควบคุมกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรตลอดจนพลังงาน เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้



Energy Saving

การใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพ และคุ้มค่า

- Electric Saving
- Steam Saving
- Fuel Saving



Green Energy

การนำพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) และพลังงานจากแหล่งธรรมชาติมาใช้



Waste Management

การจัดการของเสีย และกากอุตสาหกรรม



Resource Management

- Paperless
- Chemical Reduction
- Material Reduction
- Water Reduction



การขอรับรองมาตรฐานต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)



1 โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry)

อุตสาหกรรมสีเขียว เป็นอุตสาหกรรมที่ยึดมั่นในการประกอบกิจการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยการมุ่งเน้นในเรื่องของการพัฒนา และปรับปรุงกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กรตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งการดำเนินการต่างๆเหล่านี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถอยู่ร่วมกันกับสังคม ชุมชน และประชาชนอย่างยั่งยืน ตามนโยบายของรัฐบาล และความมุ่งมั่นของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมที่ว่า “เรามุ่งมั่นสร้าง ชุมชนวางใจ อุตสาหกรรมไปรุ่งใส ก้าวไปพร้อมๆ กัน”

- โรงงานศรีราชา เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2567 บริษัทได้รับใบรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 5 เครือข่ายสีเขียว (Green Network) จากกระทรวงอุตสาหกรรม รางวัลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความร่วมมือร่วมใจของทุกคนในองค์กรต่อการดำเนินงานอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในทุกด้านของการประกอบกิจการ เพื่อทุกคนในองค์กรมุ่งไปสู่อุตสาหกรรมสีเขียว และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

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

- โรงงานปิ่นทอง เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2566 ได้ขอเทียบระดับสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 3 ระบบสีเขียว (Green System) จากกระทรวงอุตสาหกรรม โดยมีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตามประเมินผล และทบทวนเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



2 Higg Facility Environmental Module หรือ Higg FEM

เป็นเครื่องมือวัดผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรแต่ละแห่งในด้านที่เกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องและรายงานที่โปร่งใสเกี่ยวกับผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ได้ขอรับรอง Higg FEM โดยมีวัตถุประสงค์คือ

1. เสริมสร้างความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดห่วงโซ่อุปทาน
2. ระบุขอบเขตการปรับปรุงในแนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของโรงงาน
3. ติดตามความก้าวหน้าปีต่อปีเพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม
4. เพื่อสนับสนุนการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจเกี่ยวกับประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม

- สถาบันที่ตรวจสอบคือ SGS ได้ Verification Completed (VRC) เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2567

โรงงานศรีราชา ได้ Verification Finalized (VRF) เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2567

ร้อยละของสถานที่ที่ได้รับการรับรองตามระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO14001)

รายการ	2565	2566	2567
โรงงานผลิต : ศรีราชาและปิ่นทอง ได้รับการรับรองตามระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001	50%	100%	100%
*จำนวนพื้นที่โรงงานทั้งหมดไม่รวมสำนักงานกรุงเทพฯ			

***บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม

โดยได้ขอการรับรองจากอุตสาหกรรมจังหวัด และ เทศบาลนครแหลมฉบัง

รายการ	2565	2566	2567
จำนวนกรณีที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม	0	0	0
มูลค่าค่าปรับที่เกิดจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม (บาท)	0	0	0

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

ความมุ่งมั่น

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรน้ำที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งส่งผลกระทบต่อการค้าทางชีวิตของมนุษย์ และมีบทบาทสำคัญในกระบวนการผลิตของบริษัทฯ ความเสี่ยงและผลกระทบ จากปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการใช้น้ำ เช่น ปัญหาการขาดแคลนน้ำ น้ำท่วม คุณภาพของน้ำ บริษัทฯ มุ่งเน้นในการจัดการน้ำใช้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกระบวนการบำบัดน้ำเสีย เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ กับสังคมและชุมชนโดยรอบ

แนวทางบริหารจัดการ

บริษัทฯ มีแนวทางบริหารจัดการทรัพยากรน้ำให้มีประสิทธิภาพและคุ้มค่า ผ่านโครงการ Resource Management ภายใต้แนวคิด Green initiatives เช่น การอนุรักษ์น้ำ การลดการใช้น้ำ การนำน้ำกลับมาหมุนเวียนใช้ซ้ำ รวมถึงการบริหารจัดการน้ำทั้งจากกระบวนการผลิต ต้องผ่านกระบวนการบำบัดและควบคุมคุณภาพน้ำให้เป็นไปตามมาตรฐานและกฎหมายที่กำหนด โดยมีการตรวจวัดคุณภาพน้ำทั้งก่อนออกไปบำบัดภายนอก 2 ครั้งต่อเดือน เพื่อติดตามและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

การวิเคราะห์ความตึงเครียดของน้ำ

บริษัทฯ มีการวิเคราะห์ความตึงเครียดของน้ำ จากสถาบันทรัพยากรโลก (World Resource Institute: WRI, Aqueduct Water Risk Atlas และ the WWF : Physical Risk Quality, Water Stress Filter) พบว่าระดับความตึงเครียดของแหล่งน้ำในพื้นที่ตั้งของโรงงาน มีความตึงเครียดของน้ำในระดับร้อยละ 25-50 (ปานกลางค่อนข้างสูง) บริษัทฯ วางแผนการบริหารจัดการน้ำให้เหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อให้มั่นใจว่าการใช้น้ำของบริษัทฯเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

สถานที่	ต่ำ <5%	ปานกลาง ค่อนข้างต่ำ 5-25%	ปานกลาง ค่อนข้างสูง 25-50%	สูง 50-70%	สูงมาก >75%
โรงงานศรีราชา			✓		
โรงงานปิ่นทอง			✓		



1

เป้าหมายการลดการใช้ น้ำ

บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายเพื่อการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน ดังนี้

เป้าหมายระยะสั้น

เป้าหมาย ปี2567	ผลการดำเนินงาน ปี2567
ลดปริมาณการใช้ น้ำต่อหน่วยการผลิตลง 1% (เทียบกับปี 2566)	เพิ่มขึ้น 5.88%
เพิ่มปริมาณการนำน้ำ RO กลับมาใช้ใหม่ 50% (เทียบกับปี2566)	เพิ่มขึ้น 105.41%

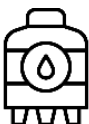
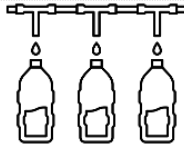
เป้าหมายระยะยาว

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด
ลดปริมาณการใช้ น้ำต่อหน่วยการผลิต	ลดลง10% ภายในปี2593

ตารางแสดงปริมาณการใช้ น้ำกับสัดส่วนการผลิต ผลิตภัณฑ์ตามระดับความตึงเครียดของแหล่งน้ำ

สถานที่	ระดับความตึงเครียดของแหล่งน้ำ	ปริมาณการใช้ น้ำปี2567 (ลูกบาศก์เมตร)	ปริมาณการผลิต (ตัน/ชิ้น)	ปริมาณน้ำใช้ต่อหน่วยการผลิต (ลบ.ม./ตัน/ชิ้น)
โรงงานศรีราชา	ปานกลางค่อนข้างสูง (25-50%)	259,203	137,586,464	0.0019
โรงงานปิ่นทอง	ปานกลางค่อนข้างสูง (25-50%)	47,821	30,831,124	0.0016

การใช้ น้ำในกระบวนการผลิต

ปริมาณการใช้ น้ำในกระบวนการผลิต (Municipal potable water)				
ปริมาณการใช้ น้ำ/ปี (m ³)		2565	2566	2567
	โรงงานศรีราชา	191,700	222,997	259,203
	โรงงานปิ่นทอง	48,667	57,651	47,821
	รวม	240,437	280,648	307,024
ปริมาณน้ำที่ใช้ต่อชิ้นผลิตภัณฑ์ (Intensity)				
ปริมาณการใช้ น้ำต่อชิ้น ผลิตภัณฑ์ (m ³ /pcs)		2565	2566	2567
	โรงงานศรีราชา	0.0017	0.0017	0.0019
	โรงงานปิ่นทอง	0.0012	0.0014	0.0016
	รวม	0.0015	0.0017	0.0018

การบริหารจัดการน้ำทิ้ง (ปริมาณน้ำเสียที่เข้าสู่บำบัด/ผลวิเคราะห์น้ำเสีย)

ปริมาณน้ำเสียที่ปล่อยออก (m ³)*	2565	2566	2567	
	โรงงานศรีราชา	82,686	88,787	88,728
	โรงงานปิ่นทอง	33,681	43,125	43,590
	รวม	116,367	131,912	132,318

* Off-site water treatment การบำบัดน้ำเสียภายนอก

ผลวิเคราะห์คุณภาพน้ำเสียที่ปล่อยออกจากบริษัท

โรงงานศรีราชา	ค่ามาตรฐาน**	2565	2566	2567
Biochemical Oxygen Demand : BOD				
บ่อ 140 m ³	< 120 mg/l	50.91	31.41	7.24
บ่อ 200 m ³		15.28	21.86	4.60
Chemical Oxygen Demand : COD				
บ่อ 140 m ³	< 500 mg/l	221.00	165.85	67.92
บ่อ 200 m ³		102.60	77.11	<40
โรงงานปิ่นทอง	ค่ามาตรฐาน**	2565	2566	2567
Biochemical Oxygen Demand : BOD	< 120 mg/l	6.30	3.56	6.00
Chemical Oxygen Demand : COD	< 500 mg/l	42.50	45.96	45.21

** เกณฑ์มาตรฐานใช้ตามค่าที่สวนอุตสาหกรรมศรีพัฒน์และนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทองกำหนด

ในปี 2567 พบว่าค่าความเป็นกรดด่าง (pH) , ปริมาณออกซิเจนที่สารเคมีใช้ในการย่อยสลายสารอินทรีย์ในน้ำ Chemical Oxygen Demand (COD) , ปริมาณความต้องการออกซิเจนทางชีวเคมี Biochemical oxygen demand (BOD) สอดคล้องกับมาตรฐาน

โครงการบริหารจัดการน้ำ

บริษัทฯ มีการจัดทำโครงการต่างๆ ในการบริหารจัดการน้ำ ดังนี้

โครงการ	ปริมาณการใช้ (m ³ / ปี)		ปริมาณ CO ₂	
	เป้าหมาย	ปริมาณที่ลดได้	เป้าหมาย	ปริมาณที่ลดได้
โรงงานศรีราชา				
1. การนำน้ำ RO Reject กลับมาใช้ประโยชน์	17,000	47,984	4,378	12,356
2. การควบคุม Flow การไหลของน้ำประปาที่จุดใช้งาน	3,000	16,024	773	4,126
3. การนำน้ำหล่อเย็น Three roller mill กลับมาวนใช้ซ้ำ	1,500	1,757	386	452
4. การนำน้ำหล่อเย็น Vacuum pump กลับมาใช้ซ้ำ	7,500	5,713	1,931	1,471
5. การนำน้ำ Drain จาก AHU และ Dehumidifier มาใช้ประโยชน์	1,700	2,253	438	580
6. การนำน้ำ Back Wash กลับมาใช้งานแทนน้ำประปาที่ระบบ Vacuum	11,000	2,170	2,833	559
7. นำน้ำล้างขวดแก้วกลับมาใช้ซ้ำ CFN2,3	3,500	143	901	37
โรงงานปิ่นทอง				
1. การนำน้ำ RO Reject กลับมาใช้ประโยชน์	4,800	5,709	1,236	1,470
2. ลดการใช้น้ำเย็นที่จ่ายไปเลี้ยงหน้าวาล์ว ระบบ Vacuum 15 HP	5,200	2,940	1,339	757
3. ลดการใช้น้ำประปาจากการ Flow Test Line (Fire Pump) มาเติมบ่อน้ำดิบ	2,800	2,948	721	759
4. ลดการใช้น้ำประปาจากการรอน้ำ Backwash มาเติมบ่อน้ำดิบ	1,800	735	464	189

การบริหารจัดการด้านพลังงาน

ความมุ่งมั่น

การใช้พลังงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG) ซึ่งปล่อยออกมาสู่ชั้นบรรยากาศ ก๊าซเรือนกระจกคือก๊าซในชั้นบรรยากาศของโลกที่ดูดซับรังสีที่โลกปล่อยออกมาบางส่วน ทำให้ชั้นบรรยากาศอุ่นขึ้น (เรียกว่า "ปรากฏการณ์เรือนกระจก") กระบวนการนี้เป็นสาเหตุหลักของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทฯ จึงมีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ตามแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ โดยให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างผลกระทบต่อสังคม

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ โดยปรับปรุงกระบวนการทำงานและเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อลดการสูญเสียพลังงานและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในทุกขั้นตอนของการผลิต และมีแผนการดำเนินงานเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) โดยมีการบริหารจัดการตามพระราชบัญญัติการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน พ.ศ.2535 (ฉบับแก้ไข พ.ศ. 2550)

เป้าหมาย

เป้าหมายเชิงกระบวนการ (process)

- การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานในกระบวนการผลิต และสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- อบรมและส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีความตระหนักถึงการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า
- การติดตามประเมินผลการใช้พลังงานอย่างสม่ำเสมอ

เป้าหมายเชิงปริมาณ

- อัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (พลังงานไฟฟ้า และ ไอ้่น้ำ (Scope2) ลดลง $\geq 5\%$ (เทียบกับ 2566) สอดคล้องตามเป้าหมายสิ่งแวดล้อม
- อัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope1 และ 2) ต่อชิ้นผลิต ลดลง $\geq 5\%$ (เทียบกับ 2566)

บริษัทฯ ประกาศแต่งตั้งคณะทำงานด้านการจัดการพลังงานซึ่งมีคุณสมบัติและหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นไปตามกฎกระทรวงพลังงาน กำหนดคุณสมบัติ หน้าที่ และจำนวนของผู้รับผิดชอบด้านพลังงานพ.ศ.2552 โดยมีหน้าที่จัดการพลังงาน ดังนี้

1. จัดทำระบบการจัดการพลังงาน
2. รายงานการจัดการพลังงาน
3. ตรวจสอบและรับรองระบบการจัดการพลังงาน



ผลการดำเนินงาน

ข้อมูลการใช้พลังงานไฟฟ้า

ปริมาณการใช้ไฟฟ้า/ปี (kwh)	2565	2566	2567
โรงงานศรีราชา	11,338,254	13,071,855	13,690,370
โรงงานปิ่นทอง	4,403,266	4,855,453	4,368,082
รวม	15,741,520	17,927,308	18,058,452

ข้อมูลการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด แยกแต่ละรายการ ในปี 2567

รายการ	โรงงานศรีราชา (kwh)	โรงงานปิ่นทอง (kwh)	รวมทุกโรงงาน (kwh)	อัตราส่วน (%)
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า (Fossil)	3,795	4,269,400	4,273,195	23.66
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าจาก Solar Cell	13,477,160	-	13,477,160	74.63
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าจาก Solar Roof Top	209,415	98,682	308,097	1.71
รวม	13,690,370	4,368,082	18,058,452	100

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อชิ้น ผลิตภัณฑ์ (Intensity)

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าทั้งหมดต่อชิ้นผลิตภัณฑ์	2565	2566	2567
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อผลิตภัณฑ์	10.70%	5.36%	1.15%*
โรงงานศรีราชา (kwh/pcs)	0.096	0.102	0.100
โรงงานปิ่นทอง (kwh/pcs)	0.110	0.119	0.142
รวม (kwh/pcs)	0.100	0.106	0.107

*เทียบฐานปี 2566

โครงการ Electric Saving	ปริมาณการใช้ (kWh/ปี)		ปริมาณ CO ₂ (Kg CO ₂)	
	เป้าหมาย	ปริมาณที่ลดได้	เป้าหมาย	ปริมาณที่ลดได้
โรงงานศรีราชา				
1. การติดตั้ง Timer ปิดระบบ Air condition	50,000	194,116	20,025	77,743
2. เปลี่ยนแอร์ที่มีอายุ 10 ปี เป็นน้ำยาแอร์ Non CFC	5,000	2,851	2,003	1,142
3. การ PM และล้างทำความสะอาด Air condition: ERR 2 11.0	80,000	101,818	32,040	40,778
4. การติดตั้ง Timer ควบคุมการระบายความร้อน Cooling Tower: CMX1	2,100	1,834	841	735
5. ลดอัตราการไหลของป้อนน้ำร้อน Hot DI: CMX2	10,000	4,035	4,005	1,616
6. การนำน้ำ Drain จาก AHU และ Dehumidifier มาใช้ประโยชน์	20,000	45,174	8,010	18,092
7. โครงการลดการใช้ไฟฟ้าในห้องปฏิบัติการ	16,479	11,991	6,600	4,773
โรงงานปิ่นทอง				
1. ลดแรงดันลมในระบบ Air Compressor จาก 7 บาร์เหลือ 6.2 บาร์	12,000	14,141	5,999	7,069
2. ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า Air Chiller ในเวลาที่ไม่ได้ใช้งานและวันหยุด	150,000	160,860	74,985	80,414
3. เปลี่ยนหลอดไฟ LED แทนหลอดไฟแสงจันทร์ (SRM) (30 หลอด)	20,000	702	9,998	351
4. ปรับลดการใช้ AHU No.5 ห้อง SRM	100,000	122,640	49,990	61,308
5. การติดตั้ง Inverter เพื่อลดการทำงานของปั๊มน้ำประปา	25,000	21,364	12,498	10,680
6. การติดตั้ง Inverter เพื่อลดการทำงานของปั๊มน้ำประปา Soft	20,000	29,364	9,998	14,679
7. การติดตั้ง Inverter ระบบ Ventilation เพื่อลดการใช้ไฟฟ้า	28,000	24,771	13,997	12,383
8. เปลี่ยนโคมไฟ LED High Bay เป็น LED 200W ประหยัดพลังงาน 18 โคม	8,000	896	3,999	448

โครงการ Steam Saving	ปริมาณการใช้ (Ton/ปี)		ปริมาณ CO2 (Kg CO ₂)	
	เป้าหมาย	ปริมาณที่ลดได้	เป้าหมาย	ปริมาณที่ลดได้
โรงงานศรีราชา				
1. งาน PM ระบบท่อเมนสตีม และหุ้มฉนวนท่อที่รั่วซึม	550	200	151,459	55,076
2. การควบคุมการเปิด-ปิด Valve จ่าย Steam ตามจุดใช้งาน	350	629	96,383	173,179
โรงงานปิ่นทอง				
1. งาน PM ระบบท่อเมนสตีม และหุ้มฉนวนท่อที่รั่วซึม	150	4	41,237	1,221
2. ปรับปรุงระบบควบคุมฆ่าเชื้อ Mobile tank	50	18	13,746	4,833
3. LPG Saving: Boiler 3.0 ton/hr.	24	483	6,598	132,783
4. ติดตั้ง UV ที่ Return ถึง DI เพื่อฆ่าเชื้อลดการ Steam ท่อ (ลดการสตีมท่อก่อนจากเดือนละ 4 ครั้ง เป็นเดือนละ 1 ครั้ง)	200	216	54,983	59,381

โครงการ Renewable Energy	ปริมาณการใช้ (kWh/ปี)		ปริมาณ CO2 (Kg CO ₂)	
	เป้าหมาย	ปริมาณที่ลดได้	เป้าหมาย	ปริมาณที่ลดได้
โรงงานศรีราชา				
1. การนำพลังงานไฟฟ้าจาก Solar cell มาใช้ในอุปกรณ์ไฟฟ้า : Off Grid	40,000	34,696	16,020	13,896
2. การนำพลังงานไฟฟ้าจาก Solar Rooftop จ่ายไฟฟ้า เข้าสู่ MDB2: อ.9	200,000	187,534	80,100	75,107
3. การนำพลังงานไฟฟ้าจาก Solar Rooftop ขนาด 840 KW: อ.2,3,7,8,13	600,000	182,294	240,300	73,009
4. การนำพลังงานไฟฟ้าจาก Solar Rooftop ขนาด 280 KW: อ.14	150,000	121,260	60,075	48,565
โรงงานปิ่นทอง				
1. ระบบแสงสว่างรอบรั้ว ระบบ Solar Cell (150 W)	10,000	1,226	4,999	613
2. ระบบแสงสว่างโรงจอดรถ และ Walk Way ระบบ Solar Cell (150 W)	5,000	1,971	2,500	985

ค่าการใช้พลังงานจำเพาะต่อหน่วยการผลิต

บริษัทฯ กำหนดค่าการใช้พลังงานจำเพาะฐาน (Specific Energy Consumption :SEC) โดยมีการเปรียบเทียบอัตราส่วนของปริมาณพลังงานไฟฟ้าและปริมาณก๊าซธรรมชาติที่ใช้ในโรงงานเครื่องสพัตพัฒนาศรีราชา และ นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง 1 ต่อปริมาณการผลิตในรอบปี โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\text{ค่าการใช้พลังงานจำเพาะ (SEC)} = \frac{\text{ปริมาณพลังงานไฟฟ้า (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)} \times 3.6 \text{ (เมกะจูลต่อชั่วโมง)} + \text{ปริมาณพลังงานความร้อน (เมกะจูล)}}{\text{ปริมาณผลผลิต (ตัน)}}$$

ตารางแสดงค่าการใช้พลังงานจำเพาะ ปี2567

รายการ	หน่วย	โรงงานศรีราชา	โรงงานปิ่นทอง 1
ปริมาณพลังงานไฟฟ้า	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	13,690,370.19	4,269,400.00
ปริมาณพลังงานไอน้ำ	ตัน	7,408.00	-
ปริมาณพลังงานความร้อน LPG	ตัน	-	8,949.79
ปริมาณผลผลิต	ตัน	12,941.08	5,453.60
ค่าการใช้พลังงานจำเพาะ	เมกะจูลต่อตัน	5,398.57	4,459.35

ข้อมูลดังกล่าวได้รับการตรวจสอบจากบริษัท วีเอ็มอีซี เอ็นจิเนียริง จำกัด ซึ่งเป็นผู้ตรวจสอบและรับรองการจัดการพลังงานว่าด้วยการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน

การจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

นโยบายและความมุ่งมั่น

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อันเนื่องมาจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ บริษัทฯ จึงมีการกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อป้องกันและลดผลกระทบดังกล่าว ดังนี้

1

การใช้ทรัพยากรธรรมชาติตามหลักการของความยั่งยืน ทั้งในด้านการใช้พลังงาน (น้ำ, ไฟ) โดยใช้หลักของ ECO -Efficiency

2

พัฒนากระบวนการดำเนินงานธุรกิจตลอดสายห่วงโซ่คุณค่า ให้สอดคล้องกับนโยบาย Green initiative (Green Cosmetic , Green Packaging , Green operation)

3

สร้างความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมของพนักงานในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

4

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

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มีคณะกรรมการย่อยด้านความยั่งยืนและส่วนงานสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการบริหารและตัวแทนหน่วยงานระดับฝ่าย ส่วน แผนกที่ได้รับมอบหมายเป็นคณะทำงานในการจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อประเมินสถานการณ์จริงที่เกิดขึ้นและกำหนดวิธีการในการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ กลยุทธ์ในการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ได้แก่ **การวัด การลด และการชดเชย** โดยมีแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

- **การวัด (Measure) การประเมินและวัดผลกระทบจากก๊าซเรือนกระจก**

ขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 3 ระดับ คือ

- Scope 1 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงขององค์กร
- Scope 2 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน
- Scope 3 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ

และดำเนินงานขอรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร Carbon Footprint of Organization กับทางองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ทั้งนี้บริษัทฯ ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร Carbon Footprint of Organization กับทางองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) มาตั้งแต่ปี 2565 จนถึงปัจจุบัน



การลด (Reduce)

การกำหนดกลยุทธ์ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
โดยการกำหนดเป้าหมายและมาตรการ
เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ผ่านโครงการ Green initiative



การชดเชย (Offset)

การลงทุนในโครงการชดเชยคาร์บอน
โดยบริษัทฯ มีโครงการปลูกฟื้นฟูป่า
เพื่อชดเชยคาร์บอนเครดิต

เป้าหมายด้านมลพิษทางอากาศ

บริษัทฯ มีการตั้งเป้าหมายให้สอดคล้องกับระบบมาตรฐาน ISO14001 : 2015 โดยกำหนดให้มีการตรวจวัดค่าฝุ่นละออง (Particulate Matter) คาร์บอนมอนอกไซด์ (Carbon Monoxide) ก๊าซไนโตรเจน (Nitrogen Dioxide) และก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (Sulfur Dioxide) ในบริเวณพื้นที่ปฏิบัติงาน



เป้าหมายในการลดการปล่อยมลพิษทางอากาศ
ให้น้อยกว่ากฎหมายกำหนด ร้อยละ 50



เป้าหมายการควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อม
และความปลอดภัยในการทำงานให้เป็นไปตามที่
กฎหมายกำหนด (แสง เสียง ความร้อนและสารเคมี)

การบริหารจัดการ ด้านมลพิษทางอากาศ

บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการเฝ้าระวังคุณภาพอากาศในพื้นที่ และตรวจสอบคุณภาพอากาศที่ได้ตรวจวัดไปนั้น เป็นไปตามข้อกำหนดประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่องกำหนดค่าปริมาณสารเจือปนในอากาศที่ระบายออกจากโรงงาน พ.ศ. 2549 โดยบริษัทฯ มีการตรวจวัดมลพิษในพื้นที่โรงงาน ได้แก่ ค่าฝุ่นละออง (Particulate Matter) คาร์บอนมอนอกไซด์ (Carbon Monoxide) ก๊าซไนโตรเจน (Nitrogen Dioxide) และก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (Sulfur Dioxide) เป็นต้น บริษัทฯ ได้ตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

Plant	ประเภทการปล่อย	เป้าหมาย ตามเกณฑ์มาตรฐาน	2565	2566	2567
โรงงานศรีราชา	ฝุ่นละอองที่ปล่อย (mg/m ³)	<400	5.0	0.6	1.0
โรงงานปิ่นทอง***	CO (ppm)	<690	0.3	0.6	0.4
	NOx (ppm)	<200	36.4	<1.0	44.4
	SOx (ppm)	<60	<1.3	<1.3	<1.6
	ฝุ่นละอองที่ปล่อย (mg/m ³)	<320	1.0	0.3	1.1

*** โรงงานปิ่นทองใช้การทำความร้อนจาก Boiler (ตัวเลขผลการทดสอบ 7% O₂)





การขอรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร ปี 2567

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

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
2. เพื่อตอบสนองนโยบายของบริษัทฯ ในด้านสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

Scope พื้นที่ ที่ขอรับรองในปี 2567

 <p>เลขที่ 600/4 ม.11 ต.สุภาภิบาล 8 ต.หนองจาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230</p>	 <p>เลขที่ 789/159 ม.1 ต.สายหนองค้อ-แหลมฉิม นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง 1 ซอย 8 ต.หนองจาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230</p>	 <p>เลขที่ 2 ถ.นราธิวาส ราชนครินทร์ (ซอย 10) แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาคร กรุงเทพมหานคร 10120</p>	 <p>เลขที่ 19/43 ม.7 ต.บางนา-ตราด กิโลเมตรที่17 ต.บางไผ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540</p>
---	---	---	--

หน่วยงานผู้ทวนสอบข้อมูลปริมาณ
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร

Scope	หน่วย	2565	2566	2567
1	TonCO2eq	1,091	1,068	1,080
2	TonCO2eq	4,663	4,955	4,662
3	TonCO2eq	14,735	19,577	35,115
Scope1+2	TonCO2eq	5,754	6,023	5,742
Scope1+2+3	TonCO2eq	20,489	25,600	40,857

Scope	Carbon intensity	2565	2566	2567
1	TonCO2eq/Ton ชิ้นผลิต	0.0070	0.0063	0.0064
2	TonCO2eq/Ton ชิ้นผลิต	0.0299	0.0292	0.0277
3	TonCO2eq/Ton ชิ้นผลิต	0.0946	0.1155	0.2085
Scope1+2	TonCO2eq/Ton ชิ้นผลิต	0.0369	0.0355	0.0341
Scope1+2+3	TonCO2eq/Ton ชิ้นผลิต	0.1316	0.1511	0.2426

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3*

Category	หน่วย	2565	2566	2567
Category 1 : Purchased Goods and Services				
Raw Material	TonCO2eq	7,935.26	11,741.24	22,205.96
Packaging Material	TonCO2eq	2,465.36	4,625.66	10,608.34
กระดาษ	TonCO2eq	9.53	15.90	18.78
ปริมาณการใช้น้ำประปา	TonCO2eq	61.91	79.91	86.88
Category 3 : Fuel- and energy related activities	TonCO2eq	571.41	726.30	665.25
Category 5 : Waste generated in operations	TonCO2eq	19.19	46.81	176.40
Category 9 : Downstream transportation and distribution	TonCO2eq	641.82	987.51	908.65
Category 12 : End-of-life treatment of sold products	TonCO2eq	0.40	1,353.04	444.33
Total Scope 3		11,704.88	19,576.37	35,115.00

* จากข้อมูลจะพบว่าการใช้วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้มีค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 สูงขึ้น

* 2567 Emission factor ของ Waste ที่ฝังกลบ update เป็นมาตรฐาน TGO AR05



การจัดการของเสียและขยะภาคอุตสาหกรรม

ความมุ่งมั่น

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียและขยะภาคอุตสาหกรรม โดยมุ่งมั่นให้เกิดกระบวนการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ มีการปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานต่างๆอย่างเคร่งครัด เพื่อลดการก่อกำจัดของเสียที่เกิดขึ้น และลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม/สิ่งแวดล้อมในระยะยาว

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการของเสียและขยะภาคอุตสาหกรรม ด้วยวิธีการที่ถูกต้องปลอดภัย และไม่ส่งผลกระทบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม ตามแนวทางการบริหารจัดการของกรมโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อลดปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นให้น้อยที่สุด และส่งเสริมการนำกลับมาใช้ซ้ำให้ได้มากที่สุด อีกทั้งยังมีการร่วมมือกับพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญในการกำจัดขยะภาคอุตสาหกรรม เพื่อให้มั่นใจว่าการกำจัดของเสียเป็นไปตามกฎหมาย ข้อกำหนด และปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม



โครงการลดการฝังกลบของตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสีย

บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงเปลี่ยนวิธีการฝังกลบตะกอนที่รีดน้ำแล้วจากระบบบำบัดน้ำเสียเป็นการกำจัดด้วยวิธีทำเป็นวัตถุดิบทดแทนในเตาเผาปูนซีเมนต์



ประโยชน์ที่ได้ต่อสิ่งแวดล้อม

ลดระยะเวลาการย่อยสลายที่นานส่งผลต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



ประโยชน์ต่อบริษัทที่รับกำจัด

ได้วัตถุดิบ (ตะกอน) เข้าสู่กระบวนการผลิตปูนซีเมนต์



เป้าหมายและผลการดำเนินการ ปี 2567

เป้าหมาย

- | | |
|--|---------------------|
| 1. การเผาทำลายในเตาเผาปูนซีเมนต์ | เป็น 0 |
| 2. การฝังกลบขยะอุตสาหกรรม | เป็น 0 ภายในปี 2573 |
| 3. ข้อร้องเรียนจากชุมชน เรื่องผลกระทบจากปัญหาขยะ | เป็น 0 |
| 4. การลดของเสียและขยะจากอุตสาหกรรมที่ไม่อันตรายต่อหน่วยการผลิต | 5% |
| 5. การลดของเสียและขยะจากอุตสาหกรรมที่อันตรายต่อหน่วยการผลิต | 5% |

แนวทางการดำเนินงาน

เพิ่มปริมาณการนำขยะไป recycle

ขยะ Recycle	โรงงานศรีราชา			โรงงานปิ่นทอง		
	2565	2566	2567	2565	2566	2567
1. กระดาษ (kg)	148,346	162,709	163,046	31,289	43,708	27,308
2. พลาสติก (kg)	25,147	100,518	39,960	2,250	3,861	30,858
3. เศษเหล็ก (kg)	11,426	20,179	15,323	4,622	24,202	17,555
4. โฟม (kg)	2,901	4,911	1,860	0	0	0
5. กระจัง (kg) Canteen	n/a	21	22.5	n/a	1.30	41.0
6. ขวดแก้ว (kg) Canteen	n/a	1,218	903	n/a	506	1,382
7. ขวดพลาสติก (kg) Canteen	n/a	477	616	n/a	271	616
รวม	187,820	290,033	221,731	38,161	72,561	77,760

เปรียบเทียบปริมาณขยะอันตราย และ ขยะอันตรายในปี 2567

ขยะ Recycle	โรงงานศรีราชา			โรงงานปิ่นทอง		
	2565	2566	2567	2565	2566	2567
ขยะไม่อันตราย						
- ขยะ Recycle	187,820	290,033	221,731	38,161	72,561	77,760
- ขยะไม่ Recycle	346,569	336,745	321,808	84,494	94,094	88,855
ขยะอันตราย	126,111	315,120	246,722	1,227	26,906	29,864
รวม (ขยะไม่อันตราย + ขยะอันตราย) (kg)	660,500	941,898	790,261	123,882	193,561	196,479



อัตราส่วนขยะอันตรายต่อขยะไม่อันตราย

15 : 85

276,586 kg : 710,154 kg

ปริมาณขยะต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (Intensity) ในปี 2567

ปริมาณ	2565	2566	2567	ส่วนต่างระหว่างปี 2566 และ 2567
ขยะกากอุตสาหกรรมที่ไม่อันตรายต่อหน่วยการผลิต	0.82	2.02	1.64	-18.64%
ขยะกากอุตสาหกรรมที่อันตรายต่อหน่วยการผลิต	4.22	4.68	4.22	-9.95%

การจัดการขยะ: กากอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ	โรงงานศรีราชา			โรงงานปิ่นทอง		
	2565	2566	2567	2565	2566	2567
การนำไปฝังกลบ *ไม่รวมขยะมูลฝอย	n/a	990	26,815	n/a	0	0
การนำไปทำเชื้อเพลิงผสม	113,228	521,597	500,389	40,337	125,526	108,734
การนำไป Recycle	187,820	290,033	221,731	38,161	72,561	77,760
การนำไปทำเป็นวัตถุดิบทดแทน ในเตาปูนซีเมนต์	n/a	n/a	40,480	n/a	n/a	0
นำไปใช้ประโยชน์อีกด้วยวิธีการอื่นๆ	13,930	73	67	0	9	6
กักเก็บในภาชนะบรรจุ	n/a	30	80	n/a	30	0
บำบัดน้ำเสียด้วยวิธีการเคมีกายภาพ	n/a	1,055	699	n/a	1,055	127
หมักทำปุ๋ยหรือเป็นสารปรับปรุงดิน เฉพาะของเสียไม่อันตรายเท่านั้น	119,145	128,120	n/a	47,640	40,860	0
เข้ากระบวนการคืนสภาพกรด/ด่าง	313	n/a	n/a	0	0	0
เผาทำลายร่วมในเตาเผาปูนซีเมนต์	226,064	n/a	n/a	0	0	14,990
รวม (Kg)	660,500	941,898	790,261	126,138	274,250	191,062

* ปรับข้อมูลตามกฎหมายฉบับใหม่ ข้อมูลเติมนำไปทำสารปรับปรุงดิน

n/a = Not Available



สังคมดี

สร้างบรรยากาศและจิตสำนึกการอยู่ร่วมกันของพนักงาน
และสังคมรอบชุมชนที่ใส่ใจธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



การดูแลสังคมและชุมชน

นโยบายการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน

บริษัท เอส แอนด์ เจฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมได้แก่ **สังคมภายใน** หมายถึงพนักงานในองค์กร ด้วยการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน สร้างความผูกพันที่ดีต่อกันระหว่างพนักงานกับพนักงาน พนักงานกับหัวหน้างาน และพนักงานกับองค์กร **สังคมภายนอก** หมายถึง ประชาชนหรือคนในชุมชนทั้งใกล้และไกล ทั้งนี้บริษัทฯ มีนโยบายการสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนด้วยบริบทของความยั่งยืนให้รู้จักการพึ่งพาตนเองการช่วยเหลือเกื้อกูลต่อกันเพื่อร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ดำรงไว้ซึ่งการเป็นองค์กร 3 ชีวิตที่คำนึงถึงการเติบโตในด้านธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลพัฒนาชุมชนและสังคมให้ยั่งยืนภายใต้กรอบแนวคิดในการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs Goals) ทั้งนี้ได้จัดตั้งหน่วยงานความยั่งยืน มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำโครงการต่างๆเพื่อพัฒนาชุมชน/สังคมทั้งในรัศมี 5กิโล และโดยรอบขึ้นอยู่กับสถานการณ์การดำเนินธุรกิจและแผนการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมในแต่ละปี

การสำรวจความพึงพอใจและสานสัมพันธ์ชุมชน

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนและสังคม ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร ผ่านการสำรวจความคิดเห็น ข้อกังวล หรือความต้องการของชุมชน ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของคนในชุมชนโดยรอบรัศมี 5 กม. โดยใช้บริษัท third Party มาดำเนินการออกแบบการสำรวจ และเก็บผลการสำรวจ ทั้งนี้มีสูตรวิธีการคำนวณในการเก็บตัวอย่างตามแนวทางของ Taro Yamane ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ0.05 จำนวนคนที่สำรวจ 479 คน แยกเป็นกลุ่มต่างๆได้แก่กลุ่มครัวเรือนประชาชน กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มพื้นที่อ่อนไหว ทั้งนี้ผลคะแนนประเมินความพึงพอใจที่ได้รับในภาพรวมสูงถึง 86.53% จากผลความพึงพอใจนี้เป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนให้เห็นว่าบริษัทฯ ยังคงรักษาความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน และเป็นที่ยอมรับของชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง

หมายเหตุ : สำรวจความพึงพอใจโดยบริษัท คอนซิลแทนท์ ออฟ เทคโนโลยี จำกัด



กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจ

กลุ่มเป้าหมาย	จำนวน (ตัวอย่าง)
กลุ่มครัวเรือนประชาชน	411
กลุ่มผู้นำชุมชน	32
กลุ่มพื้นที่อ่อนไหว	36
- กลุ่มสถานพยาบาล	
- กลุ่มสถาบันการศึกษา	
- กลุ่มศาสนสถาน	
รวม	479





การสำรวจความพึงพอใจชุมชนในรัศมี 5 กิโลเมตร ปี 2567

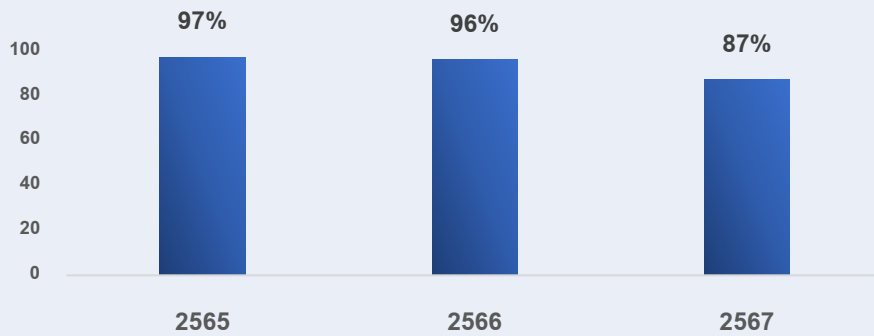
เป้าหมาย

80%

ผล

86.53%

กราฟแสดงความพึงพอใจของชุมชน



หมายเหตุ : ปี 2567 มีการสำรวจความพึงพอใจชุมชนในรัศมี 5 กิโลเมตรจาก 9 ชุมชนเป็น 14 ชุมชน



ปี 2567 ประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ไม่พบประเด็นที่มีนัยยะหรือต้องปรับปรุง

แต่ทั้งนี้บริษัทฯ ก็ยังคงมีการพบปะสนทนากับชุมชนเพื่อสรุปความคาดหวังในดำเนินโครงการต่างๆ ของปี 2568 เพื่อสร้างความเข้มแข็ง และสร้างบรรยากาศที่ดีในการอยู่ร่วมกันกับระหว่างบริษัทฯ กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง

สรุปความคาดหวังของชุมชน/สังคมเพื่อความยั่งยืน ปี 2567

โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย
ด้านเศรษฐกิจ : ส่งเสริมอาชีพให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน	
โครงการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพสำหรับเยาวชน	โรงเรียน
ด้านสังคม : สร้างการเรียนรู้ของเยาวชนและผู้สูงอายุในชุมชน	
โครงการ Mobile Science โครงการทุนการศึกษา	โรงเรียน
โครงการโรงเรียนผู้สูงอายุ	ชุมชน
ด้านสิ่งแวดล้อม : มุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ	
โครงการสานพลังด้านสิ่งแวดล้อมชุมชนสู่ (Zero waste)	ภาครัฐ,ชุมชน,โรงเรียน

กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อชุมชน/สังคม

บริษัทฯ มีกรอบกลยุทธ์การพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals) SDGs เพื่อตอบสนองความคาดหวังพร้อมทั้งพัฒนาชุมชนและสังคมให้เติบโตควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยมีแนวคิดการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมดังนี้

1. เป็นโครงการที่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของชุมชน
2. เป็นโครงการที่สามารถเชื่อมโยงและสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
3. เป็นโครงการที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนให้สามารถพึ่งพาตัวเอง



5 ยุทธศาสตร์
การพัฒนา
ชุมชน/สังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 1
ด้านการศึกษา 6 โครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 5
ด้านการสืบสานพระพุทธศาสนา 2 โครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 2
ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม 3 โครงการ

โครงการ ส่งเสริมการพัฒนา และมีส่วนร่วมกับชุมชน 17 โครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 4
ด้านชุมชนและผู้ด้อยโอกาส 4 โครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3
ด้านการดูแลช่วยเหลือสัตว์ต่างๆ 2 โครงการ

ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาชุมชน/สังคม

5,876,664 ล้านบาท



เป้าหมายและผลการดำเนินการ

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ปี 2567
1.จำนวนโครงการส่งเสริมการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน	15 โครงการ/ปี	17 โครงการ/ปี
2.งบประมาณส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	5,771,920 บาท	5,876,664 บาท
3.คะแนนประเมินความพึงพอใจของชุมชน	≥ 80%	86.53%
4.ข้อร้องเรียนจากชุมชนและสังคม	0	0

การพัฒนาชุมชนและสังคม



ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ด้านการศึกษา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการศึกษาเพราะการศึกษาถือเป็นกุญแจสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำและส่งเสริมความเท่าเทียม รวมถึงเป็นการเปิดโอกาสในสังคมและการสร้างอาชีพที่มั่นคงในอนาคต บริษัทฯ จึงได้มีการจัดทำกลยุทธ์ และดำเนินงาน ด้านการศึกษาของเยาวชน ผ่านโครงการต่างๆ ดังนี้

1.โครงการ Mobile Science

เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อแก้ปัญหาสังคมด้านการศึกษาของเยาวชนไทยในโรงเรียน ที่ขาดความพร้อมทางด้านสถานที่ อุปกรณ์ และกระบวนการถ่ายทอดวิชาทาง วิทยาศาสตร์อย่างมีระบบที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2560 จนถึงปัจจุบัน โดยในปี 2567 ได้มีการมอบรถวิทยาศาสตร์คันที่ 4 ให้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเยาวชน - นักเรียนสามารถเข้าถึงการเรียนวิทยาศาสตร์	> 8,969 คน/ปี
แบบ Active Learning	
ผลการประเมินความพึงพอใจ	85.90%

2.โครงการยกระดับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นสู่สากล (ระดับประเทศ)

บริษัทฯ ร่วมกับภาคีเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ 4 แห่ง ที่ได้รับรถโมบาย วิทยาศาสตร์ จัดโครงการยกระดับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นสู่สากล (ระดับประเทศ) ให้นักเรียน ได้เรียนรู้ การเป็นนวัตกรรมผ่านกระบวนการศึกษาวิจัย การคิดค้นทางวิทยาศาสตร์ และโมเดลทางธุรกิจ จนสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ของภูมิปัญญาท้องถิ่น ภายใต้ธีม Cosmetic Food & Health Products

โดยในปี 2566 มีผลงานเข้าร่วมประกวด จำนวน 94 ผลงาน และในปี 2567 มีผลงานเข้าร่วมประกวด จำนวน 118 ผลงาน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเยาวชน - นักเรียนเข้าร่วมโครงการ	465 คน
นวัตกรรมใหม่ๆ ที่เยาวชนส่งเข้าประกวด	118 ผลงาน
ผลการประเมินความพึงพอใจ	90.26%

3.โครงการมอบทุนเยาวชนนักวิทยาศาสตร์

บริษัทฯ มอบโอกาสทางการศึกษาผ่านโครงการทุนการศึกษา เพื่อผลิตครู วิทยาศาสตร์และนักวิทยาศาสตร์ ที่มีความรู้ ความสามารถ มีคุณภาพและมาตรฐาน ในวิชาชีพ

โดยในปี 2567 บริษัทฯ ได้มอบทุนให้นักศึกษาเพิ่มอีก 4 ทุน รวมเป็น 9 ทุน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเยาวชน - ได้รับทุนการศึกษา	9 ทุน (ปี 2566 5 ทุน , ปี 2567 4 ทุน)
งบประมาณสนับสนุน	234,000 บาท

ปี 2560 คันที่ 1 ภาคตะวันออก



มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ปี 2566 คันที่ 2 ภาคเหนือตอนบน



มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ปี 2567 คันที่ 3 ภาคตะวันออกเฉียเหนือ



มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ปี 2567 คันที่ 4 ภาคเหนือตอนล่าง



มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

Track 1 :

โรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษและโรงเรียนขนาดใหญ่



รางวัลชนะเลิศอันดับ 1
นวัตกรรม : สเปกจากสารสกัดเมล็ดอินทผลูน เพื่อลดภาวะการเกิดเชื้อราและเนคrosisที่พบในทางเดินหายใจ
โรงเรียนแม่ฟ้าหลวง จ. เชียงใหม่

Track 2 :

โรงเรียนขนาดกลางและโรงเรียนขนาดเล็ก



รางวัลชนะเลิศอันดับ 1
นวัตกรรม : บารองเส้นทำอาหารปรุงสำเร็จอินทรีย์ทำจากเส้น
โรงเรียนพรหมพิรามวิทยา จ. รยอง



มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง 4 ทุน

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 3 ทุน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ 2 ทุน



4.โครงการทุนการศึกษาบุตร-ธิดาพนักงาน

เป็นโครงการที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนทางด้านการศึกษา แก่บุตร-ธิดาของพนักงาน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านพนักงาน - บุตรธิดาพนักงานได้รับทุนการศึกษา	56 ทุน
งบประมาณสนับสนุน	185,000 บาท



5.โครงการส่งเสริมอาชีพเยาวชนในโรงเรียน (ผลิตน้ำยาล้างจาน)

บริษัทฯ ร่วมกับโรงเรียนบริษัทไทยกสิกรสงเคราะห์ ในพัฒนาวัยชนให้มีความรู้ ทักษะ รวมถึงกระบวนการคิดในการสร้างงานและสร้างอาชีพ โดยการปรับปรุงห้อง สนับสนุนเครื่องจักร อุปกรณ์ ตลอดจนจัดสรรบุคลากรของบริษัทฯ เข้าไปให้ความรู้ เกี่ยวกับกระบวนการผลิตน้ำยาล้างจานที่ถูกต้อง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเยาวชน - นักเรียนได้รับความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตน้ำยาล้างจาน	186 คน
ลดค่าใช้จ่ายของโรงเรียน	1,100 บาท/เดือน



6.โครงการจิตอาสาพัฒนาถิ่นเกิด

เป็นโครงการที่ช่วยเหลือโรงเรียนในถิ่นเกิดของพนักงานที่ขาดแคลนงบประมาณ ในการปรับปรุงด้านต่างๆ อาทิ ระบบสาธารณูปโภค การศึกษา การกีฬา เป็นต้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านชุมชน - โรงเรียนได้รับการสนับสนุน	4 โรงเรียน
งบประมาณสนับสนุนรวม	100,000 บาท



ซ่อมแซมโครงสร้างห้องพยาบาล โรงเรียนบ้านหนองหิน จ.กำแพงเพชร

ปรับปรุงสนามเด็กเล่น โรงเรียนวัดบ้านโนนประจักษ์ จ.นครราชสีมา



จัดซื้อโต๊ะเก้าอี้นักเรียน โรงเรียนสุราษฎร์ธานีใหญ่ จ.กรุงเทพมหานคร



ปรับปรุงสนามเด็กเล่น โรงเรียนบ้านหนองหว้า จ.สระแก้ว



ยุทธศาสตร์ที่ 2 : ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม

1. โครงการปลูก พันธุ์ป่าเพื่อจอกันค่าคาร์บอนเครดิต

บริษัทฯ ได้วางแผนระยะยาวตั้งแต่ปี 2567-2571 ในการพัฒนาพื้นที่ปลูกพันธุ์ป่าเพื่อจอกันค่าคาร์บอนเครดิต จำนวน 2,500 ไร่ 500,000 ต้น โดยในปี 2567 บริษัทฯ ได้เริ่มจัดทำโครงการเพื่อพันธุ์ป่าบนพื้นที่อุทยานแห่งชาติภูผาเหล็ก จ.กาฬสินธุ์ จำนวน 614 ไร่ 122,800 ต้น เพื่อมุ่งสู่มาตรฐานโครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจของประเทศไทย (T-VER) มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ในปี 2593 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ในปี 2608 โดยโครงการดังกล่าวแนวคิดหลักการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมถึงเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ อันเป็นทรัพยากรสำคัญของชาติให้คงอยู่อย่างยั่งยืนต่อไป

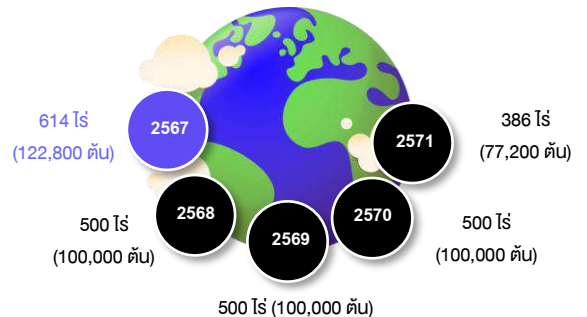
ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสิ่งแวดล้อม - มีจำนวนต้นไม้ที่ปลูก	614 ไร่ 122,800 ต้น
ชดเชยปริมาณก๊าซเรือนกระจก	571 TCO2/ปี



เป้าหมาย ปี 2567-2571

ปลูกป่า 500,000 ต้น 2,500 ไร่





ยุทธศาสตร์ที่ 2 : ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม

2.โครงการฟื้นฟูและอนุรักษ์ปะการัง

บริษัทฯ ร่วมกับคณาจารย์ทางทะเลและการอนุรักษ์ ดำเนินการอนุรักษ์ และฟื้นฟูปะการังมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2564 - 2566 ปลูกปะการังจำนวน 5,000 ต้น และ ในปี 2565-2566 นำไปขยายเพื่อซ่อมแซมในจุดต่างๆ ที่ปะการังถูกทำลายจำนวน 900 ต้น ด้วยความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ (climate change) ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศใต้ท้องทะเลอย่างหนัก ในปี 2567 อุณหภูมิน้ำทะเลสูงขึ้นส่งผลให้ปะการังที่บริษัทฯดูแลเกิดปรากฏการณ์ปะการังฟอกขาว บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการจัดทำอุปกรณ์บังแสงเพื่อช่วยลดแสง ที่ส่งถึงปะการังที่ปลูก

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ด้านสิ่งแวดล้อม - การสร้างความสมดุลของระบบนิเวศใต้ท้องทะเล ทำให้สัตว์ต่างๆ สามารถมีชีวิตอยู่รอดได้
- ด้านธุรกิจ - ส่งผลต่อยอดขายผลิตภัณฑ์กันแดดอย่างต่อเนื่อง

3.โครงการส่งเสริมหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

บริษัทฯ ช่วยปรับปรุงภูมิทัศน์หน้าริมหาดหน้าวิหารหลวงพ่อดำ ต.แสมสาร อ.สัตหีบ จ.ชลบุรี ให้มีความสวยงามและสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชนเพื่อส่งเสริมการเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ด้านชุมชน - ชุมชนมีรายได้จากนักท่องเที่ยวที่มาดำน้ำชมปะการัง เป็นแหล่งเรียนรู้และฝึกการดำน้ำ



ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ด้านการดูแลช่วยเหลือสัตว์ต่างๆ

1.โครงการอนุรักษ์ช้างชรา

บริษัทฯ มีนโยบายในการใช้ชีวิตช้างชราที่ทำงานหนักและมีปัญหาสุขภาพมาใช้ชีวิตบั้นปลายอย่างมีความสุข โดยปราศจากพันธนาการต่างๆ ภายใต้สโลแกน “ช้างหิว ช้างป่วย ผู้ช่วยคือ เอสแอนด์เจฯ”

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ด้านชุมชน - ความทุกข์ชราได้จากการดูแลช้าง 144,000 บาท/คน/ปี

2.โครงการจัดทำพิพิธภัณฑ์ช้าง

บริษัทฯ ภายใต้มูลนิธิ ดร.เทียม โชควัฒนาดำเนินการพัฒนาปรับปรุงพื้นที่ภายในพิพิธภัณฑ์ช้าง โครงการโลกของช้าง ซึ่งอยู่ภายใต้ความดูแลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ ให้กลายเป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องเกี่ยวกับช้าง เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้สัมผัสกับวัฒนธรรมตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ระหว่างคนกับช้าง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ด้านชุมชน - สร้างอาชีพมีคุณค่าแก่คนมีรายได้ 156,000 บาท/ปี/คน
- รายได้จากการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ > 200,000 บาทต่อเดือน





ยุทธศาสตร์ที่ 4 : ด้านชุมชนและผู้ด้อยโอกาส

1.โครงการช่วยเหลือผู้พิการทางสายตา

บริษัทฯ ร่วมกับคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดลพัฒนาเครื่อง “จดจำ” อุปกรณ์จดบันทึกเพื่อช่วยเหลือผู้พิการทางสายตาให้สามารถเรียนรู้ร่วมกับคนปกติ ในปี 2567 บริษัทฯได้บริจาคเครื่องจดจำให้โรงเรียนต่างๆ ดังนี้

- 1.โรงเรียนศึกษาคนตาบอดแม่สาย จ.เชียงราย : 5 เครื่อง
- 2.โรงเรียนการศึกษาคนตาบอดลำปาง จ.ลำปาง : 10 เครื่อง
- 3.โรงเรียนสอนคนตาบอดสันติจินตนา จ.แพร่ : 15 เครื่อง
- 4.โรงเรียนการศึกษาคนตาบอดร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด : 9 เครื่อง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านผู้ด้อยโอกาส - จำนวนเด็กผู้พิการทางสายตา	39 คน
งบประมาณสนับสนุน	195,000 บาท

2.โครงการปิ่นยิ้ม สร้างสุขโรงเรียนผู้สูงอายุ

บริษัทฯ ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนโครงการโรงเรียนผู้สูงอายุชุมชนไร่หนึ่ง อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี เพื่อส่งเสริมผู้สูงอายุให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะชีวิตในการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านผู้สูงอายุ - ได้เข้าถึงการศึกษาย่างเท่าเทียม	> 100 คน
--	----------

3.โครงการ You Can Save

เป็นโครงการที่เกิดจากความมุ่งมั่นตั้งใจจะช่วยสมทบทุน และจัดหาอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความสำคัญ ในการช่วยเหลือชีวิตผู้ป่วยให้กับทางโรงพยาบาลขนาดเล็กที่ขาดแคลนเครื่องมือทางการแพทย์เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงการรักษาพยาบาลอย่างเต็มศักยภาพ และลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเยาวชน - สนับสนุนของขวัญวันเด็ก	11 โรงเรียน 7 ชุมชน
เด็กเข้าร่วมกิจกรรม	15,498 คน

4.โครงการวันเด็กแห่งชาติ

บริษัทฯ สนับสนุนของขวัญสำหรับกิจกรรมวันเด็กให้กับหน่วยงานภาครัฐ และชุมชนต่างๆ ในพื้นที่ใกล้เคียง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเยาวชน - สนับสนุนของขวัญวันเด็ก	11 โรงเรียน 7 ชุมชน
เด็กเข้าร่วมกิจกรรม	15,498 คน



เป้าหมายปี 2565-2567

โรงเรียนสอนคนตาบอดทั่วประเทศ

จำนวน 120 เครื่อง เป็นเงิน 600.000 บาท

ปี 2567 บริจาค 4 โรงเรียน 39 เครื่อง



โรงพยาบาลที่ได้รับการบริจาค ปี 2567

- 1.โรงพยาบาลพร้าว จ.เชียงใหม่
- 2.โรงพยาบาลสารภี จ.เชียงใหม่
- 3.โรงพยาบาลอรัญประเทศ จ.สระแก้ว
- 4.โรงพยาบาลกาญจนาภิเษก จ.กำแพงเพชร
- 5.โรงพยาบาลเฉลิมพระเกียรติ จ.บุรีรัมย์
- 6.โรงพยาบาลน้ำพอง จ.ขอนแก่น

สรุปยอดบริจาคปี2564-2567

1,740,000 บาท





ยุทธศาสตร์ที่ 5 : ด้านสืบสานพระพุทธรศาสนา

กิจกรรมทางพระพุทธรศาสนา เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่บริษัทฯจัดทำขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้ร่วมสร้างบุญ และพัฒนาจิตใจ รวมถึงส่งเสริมจิตสำนึกรักการให้ และจรรโลงไว้ซึ่งพระพุทธรศาสนา

1.โครงการทำบุญตักบาตรเนื่องในวันสำคัญต่างๆ

วันสงกรานต์
วันขึ้นปีใหม่



วันแม่แห่งชาติ
วันพ่อแห่งชาติ



2.โครงการกฐินสามัคคี

บริษัทฯ ร่วมทอดกฐินสามัคคี ณ วัดดงเจริญ ต.สระสมิง อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี ซึ่งเป็นวัดบ้านเกิดของพนักงาน ที่ส่งเสริมเรื่องราวจึงขอสมทบทุนการจัดสร้างกุฏิสงฆ์ และปรับปรุงซ่อมแซมห้องสุทธารภายในวัด



GRI content index

Statement of use	S&J International Enterprises Public Company Limited has reported the information cited in this GRI content index for the period 1st January - 31st December 2023. with reference to the GRI Standards.	
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021	
GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organizational details	P.6
	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	P.12
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	P.12
	2-4 Restatements of information	P.12
	2-5 External assurance	P.19,114
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	P.13
	2-7 Employees	P.22
	2-8 Workers who are not employees	-
	2-9 Governance structure and composition	P.50
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	P.51
	2-11 Chair of the highest governance body	P.51
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	P.51
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	P.58-59
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	P.17-19
	2-15 Conflicts of interest	Annual Report Form 56-1 One Report
	2-16 Communication of critical concerns	P.61-63
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	P.50
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	P.51-52
	2-19 Remuneration policies	Annual Report Form 56-1 One Report
	2-20 Process to determine remuneration	Annual Report Form 56-1 One Report
	2-21 Annual total compensation ratio	Annual Report Form 56-1 One Report
2-22 Statement on sustainable development strategy	P.A-B	
2-23 Policy commitments	P.24	
2-24 Embedding policy commitments	P.24	
2-25 Processes to remediate negative impacts	P.27	
2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	P.17	
2-27 Compliance with laws and regulations	P.3	
2-28 Membership associations	P.4-5	
2-29 Approach to stakeholder engagement	P.14-16	
2-30 Collective bargaining agreements	P.28	
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Process to determine material topics	P.17-19
	3-2 List of material topics	P.17-19
	3-3 Management of material topics	P.17-19
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1 Direct economic value generated and distributed	P.11
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 Operations assessed for risks related to corruption	P.53
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	P.53
GRI 301: Materials 2016	301-1 Materials used by weight or volume	P.100-102
	301-2 Recycled input materials used	P.100-102

GRI content index

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	P.110
	302-3 Energy intensity	P.110
	302-4 Reduction of energy consumption	P.110
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-3 Water withdrawal	P.107
	303-4 Water discharge	P.107
	303-5 Water consumption	P.107
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	P.115
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	P.115
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	P.115
	305-4 GHG emissions intensity	P.115
	305-5 Reduction of GHG emissions	P.11
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	P.116
	306-2 Management of significant waste-related impacts	P.116
	306-3 Waste generated	P.117
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	P.78
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	P.23
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	P.42
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	P.46
	403-3 Occupational health services	P.45-46
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	P.45-46
	403-5 Worker training on occupational health and safety	P.45-46
	403-6 Promotion of worker health	P.45-46
	403-9 Work-related injuries	P.43-44
	403-10 Work-related ill health	P.43-44
	403-1 Occupational health and safety management system	P.42
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	P.46
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee	P.34
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	P.34-39
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	P.34-39
GRI 406: Non-discrimination 2016	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	P.28
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	P.78
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	P.93-95
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1 Requirements for product and service information and labeling	P.93-95





Sji

S&J INTERNATIONAL
ENTERPRISES PUBLIC
COMPANY LIMITED