

เอกสารแนบ 7

รายงานความยั่งยืน

คณะทำงานความยั่งยืนองค์กร

รอบระยะเวลา 1 มกราคม 2565 – 31 ธันวาคม 2565

บริษัท ศรีนानาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)



สารบัญ

สารจากประธานคณะกรรมการบริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

นโยบายด้านความยั่งยืน

ห่วงโซ่อุปทาน

การวิเคราะห์และการจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย ความต้องการและความคาดหวัง และการมีส่วนร่วม

ประเด็นสำคัญทางธุรกิจ

การดำเนินงานและการจัดทำรายงานด้านความยั่งยืน

1. มิติเศรษฐกิจ

- 1.1 จรรยาบรรณทางธุรกิจ
- 1.2 ประเด็นสำคัญทางธุรกิจ
- 1.3 การจัดการความเสี่ยง
 - 1.3.1 การจัดการความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน
 - 1.3.2 การบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่
 - 1.3.3 การจัดการภาวะวิกฤต
 - 1.3.4 การเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านความเสี่ยง
- 1.4 การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
- 1.5 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
 - 1.5.1 ความเสี่ยงที่เกิดจากคู่ค้าของบริษัท
 - 1.5.1.1 การระบุคู่ค้ารายสำคัญ
 - 1.5.1.2 การประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ
 - 1.5.1.3 การประเมินความเสี่ยงด้านบรรษัทภิบาล สังคมและสิ่งแวดล้อม
 - 1.5.2 นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและเกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้า
 - 1.5.3 จรรยาบรรณ สำหรับคู่ค้า ด้านการจัดซื้อ จัดจ้าง จัดหาพัสดุและบริการ
 - 1.5.3.1 การติดตามการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของคู่ค้า
 - 1.5.3.2 การตรวจสอบสถานประกอบการด้านบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม
 - 1.5.4 การมีส่วนช่วยเหลือและยกระดับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนสำหรับคู่ค้า
 - 1.5.4.1 นโยบายเรียกการชำระเงินและการให้ระยะเวลาเครดิต
 - 1.5.4.2 การส่งเสริมการดำเนินงานอย่างยั่งยืน
- 1.6 การดำเนินงานด้านภาษี
 - 1.6.1 นโยบายภาษีและแนวทางการปฏิบัติการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอย่างถูกต้องตามกฎหมาย
 - 1.6.2 อัตราภาษีที่จ่ายจริง
- 1.7 นวัตกรรมทางธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

2. มิติสิ่งแวดล้อม

การจัดการสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

2.1 การจัดการสิ่งแวดล้อม

- 2.1.1 นโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร
- 2.1.2 หน่วยงานรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร
- 2.1.3 เป้าหมายการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร
- 2.1.4 การมีส่วนร่วมของผู้บริหารและพนักงานในการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

2.2 การใช้พลังงานไฟฟ้าและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

- 2.2.1 นโยบายด้านการจัดการพลังงาน
- 2.2.2 เป้าหมายการลดการใช้พลังงาน
- 2.2.3 การดำเนินงานด้านการจัดการพลังงานและการวัดผล

2.3 การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

- 2.3.1 นโยบายการจัดการน้ำ
- 2.3.2 เป้าหมายการลดการใช้น้ำ
- 2.3.3 การดำเนินงานด้านการจัดการน้ำและการวัดผล
- 2.3.4 การจัดการความเสี่ยงด้านการใช้น้ำ
 - 2.3.4.1 นโยบายการจัดการความเสี่ยงด้านการใช้น้ำ
 - 2.3.4.2 รายงานปริมาณการใช้น้ำแยกตามสถานประกอบการ
 - 2.3.4.3 การจัดการน้ำเสียและชุมชน
 - 2.3.4.4 รายงานความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำสำหรับกระบวนการผลิต

2.4 การกำจัดของเสียที่เกิดจากกระบวนการธุรกิจ

- 2.4.1 นโยบายการจัดการของเสียจากกระบวนการธุรกิจ
- 2.4.2 เป้าหมายการลดปริมาณของเสียจากกระบวนการธุรกิจ
- 2.4.3 การดำเนินงานด้านการจัดการของเสียจากกระบวนการธุรกิจและการวัดผล

2.5 การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

- 2.5.1 นโยบายการจัดการก๊าซเรือนกระจก
- 2.5.2 เป้าหมายการจัดการก๊าซเรือนกระจก
- 2.5.3 การดำเนินงานด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจกและการวัดผล

2.6 การจัดการวัสดุอย่างรับผิดชอบ

- 2.6.1 นโยบายการจัดการวัสดุอย่างรับผิดชอบ
- 2.6.2 การตรวจสอบด้านบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 2.6.3 กระบวนการจัดหาวัสดุตามหลักบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม

3. มิติสังคม

- 3.1 การเคารพสิทธิมนุษยชน
 - 3.1.1 นโยบายด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน
 - 3.1.2 แนวทางการปฏิบัติเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
 - 3.1.3 กระบวนการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนและการรับข้อร้องเรียน
- 3.2 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมและการดูแลพนักงาน
 - 3.2.1 การเจ็บป่วยและบาดเจ็บของพนักงาน
 - 3.2.2 คณะกรรมการสวัสดิการแรงงาน
 - 3.2.3 การสรรหา ค่าตอบแทน อัตราการลาออก และการส่งเสริมผู้ด้อยโอกาส
- 3.3 การพัฒนาศักยภาพและโอกาสในการเติบโตของบุคลากร
 - 3.3.1 การวิเคราะห์ความจำเป็นในการพัฒนาและการประเมินผลการพัฒนา
 - 3.3.2 เป้าหมายการพัฒนาบุคลากร
 - 3.3.3 การฝึกอบรมและการพัฒนา
 - 3.3.4 ประโยชน์จากการพัฒนา
- 3.4 การจูงใจและการรักษาพนักงาน
 - 3.4.1 แนวทางและเกณฑ์การประเมินผลการทำงานของพนักงาน
 - 3.4.2 สิทธิประโยชน์ของพนักงานที่ได้รับจากการประเมิน
- 3.5 ความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร
 - 3.5.1 เป้าหมายระดับความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กร
 - 3.5.2 ผลจากการประเมินและแนวทางปฏิบัติ
- 3.6 สุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมของการทำงาน
 - 3.6.1 งานอาชีวอนามัยของพนักงาน
 - 3.6.2 แนวทางป้องกันการเกิดเหตุร้ายจากการทำงาน
 - 3.6.3 สถิติการบาดเจ็บและอัตราการเสียชีวิตจากการทำงาน
- 3.7 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม
 - 3.7.1 การศึกษาผลกระทบจากการดำเนินงานและความต้องการของชุมชน
 - 3.7.2 การพัฒนาชุมชนและสังคมผ่านกระบวนการทำธุรกิจ

GRI Index



นโยบายด้านความยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท คือ การพัฒนาคุณภาพของห่วงโซ่อุปทานที่ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนากระบวนการทำงาน การพัฒนาสินค้าและบริการ การเพิ่มคุณค่าและพัฒนาศักยภาพพนักงาน การให้องค์ความรู้แก่ชุมชน การยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชน และการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ลดและควบคุมผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจจะเกิดขึ้น
- 2) สร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน
- 3) กำกับดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกรอบระเบียบของกฎหมาย และกฎระเบียบของบริษัท

บริษัทตั้งมั่นที่จะดำรงตนให้เป็นบริษัทที่เป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม (Good Corporate Citizen) ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และสามารถบริหารธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคงและเป็นที่ยอมรับในสังคม (Corporate Social Responsibility) บนพื้นฐานของหลักจริยธรรม และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ “มุ่งเน้นความเป็นเลิศเพื่อการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและขนมขบเคี้ยวที่ดีทั้งในด้านคุณภาพและการบริการ” และพันธกิจของบริษัท “ก้าวเป็นบริษัทมหาชน โดยดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม รับผิดชอบต่อสังคม คู่ค้า และสิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน”



บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของบริษัทในกิจกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ (การจัดหาวัตถุดิบไปจนถึงบริการหลังการขาย) การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียให้มากที่สุด ผ่านนโยบายและแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ดังจะได้กล่าวในลำดับถัดไป

การวิเคราะห์และการจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย ความต้องการและความคาดหวัง และการมีส่วนร่วม

บริษัทแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียบนห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจออกเป็นสองกลุ่ม ได้แก่

- 1) ผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัททางตรง เช่น คู่ค้า (supplier) พนักงาน ผู้บริโภค เป็นต้น
- 2) ผู้มีส่วนได้เสียทางอ้อม คือ ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท เช่น องค์กรระหว่างประเทศ สถาบันการศึกษา เป็นต้น

อีกทั้งบริษัทยังให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่องโดยการรับฟังข้อมูลทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- การดำเนินงานเชิงรุก - บริษัทจัดให้มีแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคทั้งในระดับค้าปลีก (Attitude and Usage Assessment) และค้าส่ง (B2B Assessment) ตลอดจนมีแผนในการจัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจสำหรับพนักงานในปีถัดไป
- การดำเนินงานเชิงรับ - บริษัทเปิดให้มีการร้องเรียนสินค้าและการดำเนินงานผ่านสายด่วนผู้บริโภค และเก็บรวบรวมสถิติเพื่อพัฒนาการให้บริการในอนาคต โดยบริษัทได้ตอบสนองต่อการร้องเรียนที่เข้ามาอย่างทันท่วงทีหรือเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้



กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและการวิเคราะห์ความคาดหวัง

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย
นักลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> - ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ - ความโปร่งใสของข้อมูล - การกำกับดูแลที่ดี - ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดี - สร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน - เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและเชื่อถือได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - เว็บไซต์ของบริษัท (ในหัวข้อ “นักลงทุนสัมพันธ์”) - การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี - รายงานประจำปี - โทรศัพท์และอีเมล 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดประชุมผู้ถือหุ้นจำนวน 1 ครั้ง - การประชุมบริษัทจดทะเบียนกับนักลงทุนจำนวน 4 ครั้ง - การเข้าตรวจสอบและเยี่ยมชมโรงงานจำนวน 5 ครั้ง - การประชุมร่วมกับกองทุนและนักลงทุนจำนวน 22 ครั้ง - การจัดกิจกรรม Roadshow จำนวน 6 ครั้ง - การประชุมร่วมกับนักวิเคราะห์จำนวน 5 ครั้ง - รวมทั้งสิ้น 43 ครั้ง
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> - การค้าขายอย่างเป็นธรรม - ความน่าเชื่อถือในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ - มีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม - สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียและพัฒนาธุรกิจร่วมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - การประชุม การเข้าตรวจสอบและเยี่ยมชมโรงงาน - โทรศัพท์และอีเมล - ช่องทางการร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - การเข้าตรวจสอบและเยี่ยมชมโรงงานจำนวน 5 ครั้ง - ประเมินความเสี่ยงคู่ค้ารายใหม่ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ การกำกับดูแล จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 100
ลูกค้า Customer	<ul style="list-style-type: none"> - การค้าขายอย่างเป็นธรรม - ความน่าเชื่อถือในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ - มีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจ - ส่งมอบสินค้าที่ดี มีคุณภาพและทันเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม - สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียและพัฒนาธุรกิจร่วมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - การประชุม การเข้าตรวจสอบและเยี่ยมชมโรงงาน - โทรศัพท์และอีเมล - ช่องทางการร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบประเมินการสำรวจความพึงพอใจลูกค้า 18 ราย (ลูกค้า Modern Trade) - การสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย
ผู้บริโภค Consumer	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (ทางโภชนาการและสุขภาพ) - ฉลากสิ่งแวดล้อม - ราคาที่เหมาะสม - ความปลอดภัย - ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพให้แก่ลูกค้า - ปรับลดขนาดบรรจุภัณฑ์ - สารอาหารในผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า ทางโภชนาการ - สร้างผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงการให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - เว็บไซต์ของบริษัท (ในหัวข้อ “แบรนด์และผลิตภัณฑ์”) - ช่องทางการร้องเรียนผ่านสายด่วนผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - มีกระบวนการรับข้อร้องเรียนและข้อสอบถามผ่านสายด่วนผู้บริโภค Call Center 02-023-4677 และช่องทาง social media แต่ละแบรนด์ผ่าน Facebook - จัดทำ Plan and Product Concept / Product design
พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> - จ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่เป็นธรรม - ปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม - สภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ที่ดี - โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ 	<ul style="list-style-type: none"> - รับฟังความคิดเห็นของพนักงานผ่านกล่องรับฟังความคิดเห็น - พัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานให้เกิดความมั่นคง - ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมกันด้วยความสุภาพปราศจากการเลือกปฏิบัติ - นโยบายสวัสดิการพนักงาน - แผนพัฒนาศักยภาพพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องรับฟังความคิดเห็น - การประชุมคณะกรรมการสวัสดิการ 	<ul style="list-style-type: none"> - การทำ Town Hall - การสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน
องค์กรภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> - ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - มีส่วนร่วมในโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม - การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> - มีส่วนร่วมในโครงการด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม - ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> - การประชุมร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ 	<ul style="list-style-type: none"> - การปฏิบัติตามนโยบายของภาครัฐ - การประชุมร่วมกับภาครัฐ - การนำนโยบายภาครัฐมาผนวกในการบริหารจัดการธุรกิจ
ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ - การพัฒนาชุมชนสู่ความยั่งยืน - การพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน - การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ - การมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะ 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดโครงการและกิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างสม่ำเสมอ - สนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมและละเว้นจากการละเมิดกฎหมาย - สนับสนุนกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่นที่บริษัทเข้าไปดำเนินกิจการโดยให้ความสำคัญด้านการสร้างอาชีพ - ปฏิบัติตามนโยบายในการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> - เว็บไซต์ของบริษัท หัวข้อ “ศรีรินานาพรเพื่อสังคม” 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน - การสำรวจความพึงพอใจของชุมชน - การลงพื้นที่เพื่อพบปะและรับฟังความคิดเห็นของชุมชน

ประเด็นสำคัญทางธุรกิจ

Materiality Assessment

ระดับความสำคัญ/ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย				การเปลี่ยนแปลงสภาวะภูมิอากาศ การจัดการน้ำเสียและการประหยัดพลังงาน
			การเปลี่ยนแปลงราคาของวัตถุดิบ	การเปลี่ยนแปลงสภาวะกฎหมายและข้อบังคับ
		รสชาติแปลกใหม่ไม่จำเจ	การแข่งขันสูง	การผลิตสินค้าไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่าย
			การเพิ่มศักยภาพและความถนัดทางวิชาชีพ	
ระดับความสำคัญ/ผลกระทบต่อธุรกิจ				

บริษัทจัดให้มีการระบุประเด็นสำคัญในการทำธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals) ซึ่งบริษัทสามารถระบุและจัดลำดับประเด็นสำคัญและดำเนินการอย่างเร่งด่วนเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายสากล โดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทที่ปรึกษาและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครั้งที่ 1/2565 ได้อนุมัติแล้ว ดังต่อไปนี้

ประเด็นสำคัญทางธุรกิจ	เป้าหมายสากล
ลำดับที่ 1. การเปลี่ยนแปลงสภาวะภูมิอากาศ	 
ลำดับที่ 2. การจัดการน้ำเสียและการประหยัดพลังงาน	  
ลำดับที่ 3. การเปลี่ยนแปลงกฎหมายและข้อบังคับ	  
ลำดับที่ 4. การผลิตสินค้าไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่าย	  
ลำดับที่ 5. การเปลี่ยนแปลงราคาของวัตถุดิบ	  
ลำดับที่ 6. การแข่งขันสูง	 
ลำดับที่ 7. การเพิ่มศักยภาพและความถนัดทางวิชาชีพ	 
ลำดับที่ 8. รสชาติแปลกใหม่ไม่จำเจ	  

การดำเนินงานและการจัดทำรายงานด้านความยั่งยืน

บริษัทกำหนดแผนการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนมาตั้งแต่ปี 2564 และดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงมีแผนงานที่จะดำเนินงานในอนาคต เพื่อให้การขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนของบริษัทเป็นไปด้วยความคล่องตัว มีประสิทธิภาพ รวมถึงเป็นไปตามแผนการดำเนินงานและนโยบายของบริษัท ตลอดจนมีการรายงานผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้คณะกรรมการบริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืนรับทราบ นอกจากนี้ คณะกรรมการได้ พิจารณาอนุมัติแต่งตั้งคณะทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังมีรายชื่อต่อไปนี้



รายชื่อ	ตำแหน่ง	แผนก/ฝ่าย
1. คุณกิตติยา ชัยสถาพร	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อและฝ่ายพัฒนาธุรกิจใหม่	ฝ่ายจัดซื้อ
2. คุณศุภโชค บำรุงพันธ์	ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน	ฝ่ายบัญชีและการเงิน
3. คุณเสกสรร แต่ถาวร	ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายขายในประเทศ	ฝ่ายขายในประเทศ
4. คุณนันทิภา วรรณวงศ์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการฝ่ายวิจัยและพัฒนา	ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
5. คุณศรีนวล ศุภานุสนธิ์	ผู้จัดการฝ่ายบุคคลและธุรการ	ฝ่ายบุคคลและธุรการ
6. คุณพิเชฐ พันดาวงษ์	ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายผลิต 1	ฝ่ายผลิต
7. คุณณรงค์ เนตรบังอร	ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายผลิต 3	ฝ่ายผลิต
8. คุณชำนาญ วิไลวรรณ	ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายผลิต 2	ฝ่ายผลิต
9. คุณพิทักษ์ ชวนขยัน	ผู้จัดการอาวุโส	ฝ่ายอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัทยังส่งเสริมความรู้และสร้างศักยภาพด้านการพัฒนาทางธุรกิจอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทด้วยหลักสูตรการฝึกอบรมและแบ่งปันความรู้ ทั้งภายนอกและภายในบริษัท เช่น หลักสูตรกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนของธุรกิจจัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และความเข้าใจด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน เป็นต้น เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมบนพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดีนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

1. มิติเศรษฐกิจ

1.1 จรรยาบรรณธุรกิจ

หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

บริษัท ศรีนาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) มีหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจซึ่งกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท จะต้องยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานในฐานะตัวแทนของบริษัท โดยบริษัทได้กำหนดหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ดี อันจะช่วยส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยความโปร่งใส สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ดังนี้

- 1. ผู้ถือหุ้น** บริษัทจะดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและมีประสิทธิภาพเพื่อการสร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน โดยมุ่งมั่นที่จะสร้างผลการดำเนินงานที่ดีและการเจริญเติบโตที่มั่นคง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว รวมทั้งดำเนินการเปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใสและเชื่อถือได้ต่อผู้ถือหุ้น
- 2. พนักงาน** บริษัทจะปฏิบัติต่อพนักงานทุกรายอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม และให้ผลตอบแทนที่เหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ และศักยภาพของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เช่น การจัดอบรม การสัมมนา และการฝึกอบรม โดยให้ออกาสอย่างทั่วถึงกับพนักงานทุกคน และพยายามสร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่มีความรู้ ความสามารถสูงให้คงอยู่กับบริษัทเพื่อพัฒนาองค์กรต่อไป อีกทั้งยังได้กำหนดแนวทางในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมทั้งปลูกฝังให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง เช่น การห้ามใช้ข้อมูลภายในอย่างเคร่งครัด เป็นต้น
- 3. คู่ค้า** บริษัทมีกระบวนการในการคัดเลือกคู่ค้าโดยการให้คู่ค้าแข่งขันบนข้อมูลที่เท่าเทียมกัน และคัดเลือกคู่ค้าด้วยคุณธรรมภายใต้หลักเกณฑ์ในการประเมินและคัดเลือกคู่ค้าของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดทำรูปแบบสัญญาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่สัญญาทุกฝ่าย และจัดให้มีระบบติดตามเพื่อให้มั่นใจว่าได้มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาอย่างครบถ้วน และป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในทุกขั้นตอนของกระบวนการจัดหา โดยบริษัทซื้อสินค้าจากคู่ค้าตามเงื่อนไขทางการค้า ตลอดจนปฏิบัติตามสัญญาต่อคู่ค้าอย่างเคร่งครัด
- 4. ลูกค้า** บริษัทรับผิดชอบต่อลูกค้าโดยการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการ รวมถึงการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ครบถ้วนและครอบคลุมให้มากที่สุด เพื่อมุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทคำนึงถึงสุขลักษณะและอนามัยของลูกค้าในการบริโภคสินค้าและบริการของบริษัทและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ถูกต้องและครบถ้วนแก่ลูกค้า รวมทั้งยังจัดให้มีช่องทางให้ลูกค้าของบริษัทสามารถแจ้งปัญหาสินค้าและบริการที่ไม่เหมาะสมเพื่อที่บริษัทจะได้ป้องกัน และแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัทได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนรักษาความลับของลูกค้า และไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
- 5. เจ้าหนี้** บริษัทจะปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ตามสัญญาที่มีต่อเจ้าหนี้เป็นสำคัญ รวมทั้งการชำระคืนเงินต้น ดอกเบี้ยและการดูแลหลักประกันต่าง ๆ ภายใต้สัญญาที่เกี่ยวข้อง
- 6. คู่แข่ง** บริษัทประพฤติตามกรอบการแข่งขันที่ดี มีจรรยาบรรณและอยู่ในกรอบของกฎหมาย รวมทั้งสนับสนุนและส่งเสริมนโยบายการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม

บริษัทใส่ใจและให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของผู้คนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทและส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทมีจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งจัดให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทพยายามเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็น การสร้างและรักษาไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมและสังคมตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่

1.2 การจัดการความเสี่ยง

1.2.1 การจัดการความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทให้ความสำคัญในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยยึดหลักธรรมาภิบาล จรรยาบรรณ และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้

ด้วยเหตุนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะดำเนินการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเป็นระบบภายใต้กรอบนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม และข้อกำหนดในการดำเนินการที่เหมาะสม ในการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันในทุกกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท และเพื่อให้การตัดสินใจและการดำเนินการทางธุรกิจที่อาจมีความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันได้รับการพิจารณาและปฏิบัติอย่างรอบคอบ บริษัทจึงได้จัดทำ “นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน” อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ และพัฒนาสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน ดังนี้

(1) นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

- กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทต้องไม่เรียกร้อง ดำเนินการ หรือยอมรับการคอร์รัปชัน ในทุกรูปแบบทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อประโยชน์ต่อองค์กร ตนเอง ครอบครัว เพื่อน และคนรู้จัก หรือเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ โดยครอบคลุมถึงทุกธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของบริษัท
- บริษัทจะต้องมีการสอบทานการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันนี้อย่างสม่ำเสมอตลอดจนทบทวนแนวทางปฏิบัติและข้อกำหนดในการดำเนินการเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ระเบียบ ข้อบังคับ และข้อกำหนดของกฎหมาย ทั้งนี้หากมีการฝ่าฝืนกระทำการใด ๆ อันเป็นการสนับสนุนช่วยเหลือ หรือให้ความร่วมมือกับการคอร์รัปชันจะได้รับการพิจารณาโทษตามระเบียบของบริษัท

(2) การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

- คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่และรับผิดชอบในการกำหนดและอนุมัตินโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยการจัดให้มีระบบที่สนับสนุนการต่อต้านการคอร์รัปชันที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าฝ่ายจัดการตระหนักถึงความสำคัญและได้นำไปปฏิบัติจนเป็นวัฒนธรรมองค์กร
- คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่และรับผิดชอบในการสอบทานให้บริษัทมีการควบคุมภายในอย่างเพียงพอและสอบทานการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ข้อกำหนด และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- ฝ่ายจัดการมีหน้าที่และรับผิดชอบในการกำหนดให้มีระบบ ให้การส่งเสริม สนับสนุน และควบคุมดูแล เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้ปฏิบัติตามระเบียบนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมทั้งทบทวนความเหมาะสมของระบบและมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ข้อบังคับ และข้อกำหนดของกฎหมาย
- ฝ่ายตรวจสอบภายในมีหน้าที่และรับผิดชอบในการตรวจสอบและติดตามผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปอย่างถูกต้อง ตรงตามนโยบาย แนวปฏิบัติ ระเบียบปฏิบัติ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่ามีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมและเพียงพอต่อความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้น และรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ
- กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันโดยต้องไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับเรื่องคอร์รัปชันไม่ว่าโดยตรงหรือทางอ้อม
- บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือตัวแทนทางธุรกิจของบริษัทที่บริษัทมีอำนาจควบคุมต้องยอมรับที่จะปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันของบริษัท

(3) ขอบเขตและแนวทางปฏิบัติ

- กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ต้องปฏิบัติตามด้วยความระมัดระวังเพื่อป้องกันการคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ
- มุ่งมั่นที่จะสร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นว่าการคอร์รัปชันเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ทั้งการทำธุรกรรมกับภาครัฐและภาคเอกชน
- กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ ไม่พึงละเลยหรือเพิกเฉย เมื่อพบเห็นการกระทำที่เข้าข่ายการคอร์รัปชันที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ต้องแจ้งผู้บังคับบัญชาหรือบุคคลที่รับผิดชอบทราบและให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริงต่าง ๆ รวมทั้งจัดให้มีช่องทางในการแจ้งเบาะแส หรือรับข้อร้องเรียนจากบุคคลภายในองค์กรและบุคคลภายนอก
- บริษัทจะให้ความสำคัญและคุ้มครองพนักงานที่ปฏิเสธการคอร์รัปชันหรือแจ้งเรื่องคอร์รัปชันที่เกี่ยวข้องกับบริษัทโดยบริษัทจะไม่ลดตำแหน่ง ลงโทษ หรือให้ผลทางลบต่อพนักงานที่ปฏิเสธการคอร์รัปชัน แม้ว่ากรกระทำนั้นจะทำให้บริษัทสูญเสียโอกาสทางธุรกิจก็ตาม
- กรรมการและผู้บริหารทุกระดับของบริษัทจะต้องแสดงความซื่อสัตย์ และเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยกำหนดให้เลขานุการบริษัท และฝ่ายทรัพยากรมนุษย์รับผิดชอบในการเผยแพร่ความรู้ สร้างความเข้าใจ และส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับยึดถือนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง และเสริมสร้างให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร
- นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันครอบคลุมไปถึงกระบวนการบริหารงานบุคคล ตั้งแต่การสรรหาหรือการคัดเลือกบุคลากร การเลื่อนตำแหน่ง การฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยกำหนดให้ผู้บังคับบัญชาทุกระดับสื่อสารทำความเข้าใจกับพนักงาน เพื่อใช้ในกิจกรรมทางธุรกิจที่อยู่ในความรับผิดชอบและควบคุมดูแลการปฏิบัติตามนโยบายให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ
- การดำเนินการใด ๆ ตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันให้ใช้แนวปฏิบัติตามที่กำหนดไว้ใน “นโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี” “หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ” รวมทั้งระเบียบและคู่มือการปฏิบัติงานของบริษัทที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนแนวทางปฏิบัติอื่นใดที่บริษัทกำหนดขึ้น
- บริษัทกำหนดให้บอกกล่าวประชาสัมพันธ์นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันผ่านสื่อทั้งภายในและภายนอก เช่น ประกาศในเว็บไซต์ของบริษัท และเปิดเผยในรายงานประจำปี โดยนโยบายดังกล่าวของบริษัทเป็นการปฏิบัติตามได้กฎหมายของประเทศไทยในการต่อต้านการคอร์รัปชัน

(4) เรื่องที่รับแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียนการทุจริตคอร์รัปชัน

- พบเห็นการกระทำที่ทุจริตคอร์รัปชันที่เกี่ยวข้องกับองค์กร โดยทางตรงหรือทางอ้อม เช่น พบเห็นบุคคลในองค์กรติดสินบน/รับสินบน เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานรัฐบาล หรือหน่วยงานเอกชน
- พบเห็นการกระทำที่ผิดขั้นตอนตามระเบียบปฏิบัติของบริษัทหรือมีผลกระทบต่อระบบการควบคุมภายในของบริษัทจนทำให้สงสัยได้ว่า อาจจะเป็นช่องทางในการทุจริตคอร์รัปชัน
- พบเห็นการกระทำที่ทำให้บริษัทเสียผลประโยชน์ หรือกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัท
- พบเห็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย กฎระเบียบ หรือหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

(5) ช่องทางการรับแจ้งเบาะแส หรือร้องเรียนการทุจริตคอร์รัปชัน

คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้กรรมการอิสระหรือคณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้พิจารณาเบาะแสหรือข้อร้องเรียนที่อาจทำให้เกิดความสงสัยได้ว่าเป็นการทุจริตคอร์รัปชันที่เกิดขึ้นกับบริษัท ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม โดยผ่านช่องทางการรับเรื่องที่ได้กำหนดไว้ โดยผู้ร้องเรียนจะต้องระบุรายละเอียดของเรื่องที่จะแจ้งเบาะแสหรือ ข้อร้องเรียน พร้อมชื่อ ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ส่งมายังช่องทางรับเรื่อง ดังนี้

1. แจ้งผ่านกรรมการอิสระหรือคณะกรรมการตรวจสอบ

อีเมล audit_committee@snnp.co.th

ไปรษณีย์ กรรมการอิสระ หรือคณะกรรมการตรวจสอบ

บริษัท ศรีน่านพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 325/6-9 ถนนหลานหลวง แขวงสีแยกมหรณาค

เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

2. แจ้งผ่านเลขานุการบริษัท หรือหัวหน้าฝ่ายทรัพยากรบุคคล

หรือหัวหน้าฝ่ายตรวจสอบภายใน

อีเมล cg@snnp.co.th

ไปรษณีย์ เลขานุการบริษัท หรือหัวหน้าฝ่ายทรัพยากรบุคคล

หรือหัวหน้าฝ่ายตรวจสอบภายใน บริษัท ศรีน่านพร

มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 325/6-9 ถนนหลานหลวง แขวงสีแยกมหรณาค

เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

ในกรณีผู้แจ้งเบาะแส หรือผู้ร้องเรียนมีข้อร้องเรียนประธานเจ้าหน้าที่บริหาร หรือคณะกรรมการบริหาร กำหนดให้ผู้ส่งเรื่องร้องเรียนมายังประธานกรรมการตรวจสอบโดยตรง ทั้งนี้ บุคคลที่สามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน คือ ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทจะรักษาความลับของผู้แจ้งข้อร้องเรียนเป็นอย่างดี

มาตรการคุ้มครองและรักษาความลับ

เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียน และผู้ให้ข้อมูลที่กระทำโดยเจตนาสุจริต บริษัทจะปกปิดชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลใด ๆ ที่สามารถระบุตัวผู้ร้องเรียน หรือผู้ให้ข้อมูลได้ และเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียน หรือผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ โดยจำกัดเฉพาะผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนเท่านั้น ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้ ในกรณีที่มีการร้องเรียน บริษัทจะกำหนดมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส หรือผู้ร้องเรียน พยานและบุคคลที่ให้ข้อมูลในการสืบสวนหาข้อเท็จจริงไม่ให้ได้รับความเดือดร้อน อันตรายใด ๆ หรือความไม่ชอบธรรม อันเกิดมาจากการแจ้งเบาะแส การร้องเรียน การเป็นพยาน หรือการให้ข้อมูลแก่บริษัท หากบริษัทเห็นว่า เป็นเรื่องที่มีแนวโน้มที่จะเกิดความเดือดร้อนเสียหาย หรือความไม่ปลอดภัยต่อผู้ร้องเรียน

ทั้งนี้ ผู้ได้รับข้อมูลจากการปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องร้องเรียน มีหน้าที่เก็บรักษาข้อมูลข้อร้องเรียน และเอกสารหลักฐานของผู้ร้องเรียน และผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ ห้ามเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลอื่นที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด

(6) ขั้นตอนการดำเนินการสืบสวนและบทลงโทษ

- เมื่อได้รับการแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียน ผู้รับข้อร้องเรียนจะดำเนินการกลับกรองตรวจสอบ และสืบสวนข้อเท็จจริง
- ระหว่างการสืบสวนข้อเท็จจริง ผู้รับข้อร้องเรียนอาจแจ้งผลความคืบหน้าให้ผู้แจ้งเบาะแส หรือผู้ร้องเรียนได้ทราบเป็นระยะ
- ภายหลังจากที่ผู้รับข้อร้องเรียนดำเนินการสืบสวนข้อเท็จจริงแล้วพบว่าข้อมูลหรือหลักฐานที่มี มิเหตุอันควรเชื่อได้ว่า ผู้ที่ถูกกล่าวหาได้กระทำการทุจริตคอร์รัปชันจริง ผู้ถูกกล่าวหาจะได้รับทราบข้อกล่าวหาและมีสิทธิพิสูจน์ตนเอง โดยการหาข้อมูล หรือหลักฐานเพิ่มเติมที่แสดงให้เห็นว่าตนเองไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกระทำอันทุจริตคอร์รัปชัน ตามที่ได้ถูกกล่าวหา
- หากผู้รับข้อร้องเรียนพิจารณาข้อมูล หรือหลักฐานที่มีแล้วมิเหตุอันควรเชื่อได้ว่า ผู้ถูกกล่าวหาได้กระทำการทุจริตคอร์รัปชันจริง ผู้รับข้อร้องเรียนจะเสนอเรื่องพร้อมความเห็นให้คณะกรรมการตรวจสอบ และ/หรือคณะกรรมการบริหารเพื่อพิจารณาและกำหนดโทษตามที่เห็นสมควร
- การทุจริตคอร์รัปชันถือว่าเป็นการกระทำผิดต่อนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ผู้ถูกกล่าวหาจะต้องได้รับการพิจารณาโทษทางวินัยตามระเบียบที่บริษัทได้กำหนดไว้ และหากการกระทำทุจริตคอร์รัปชันนั้นผิดกฎหมาย ผู้กระทำผิดอาจจะต้องได้รับโทษทางกฎหมายด้วย ทั้งนี้ โทษทางวินัยตามระเบียบของบริษัท คำตัดสินของประธานเจ้าหน้าที่บริหารถือเป็นอันสิ้นสุด

(7) การเผยแพร่นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

- บริษัท ตีตประกาศนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในสถานที่เด่นชัด ทุกคนในองค์กรสามารถอ่านได้
- บริษัทเผยแพร่นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันผ่านช่องทางการสื่อสารของบริษัท เช่น เว็บไซต์ของบริษัท รายงานการเปิดเผยข้อมูลประจำปี (56-1 One Report) เป็นต้น
- บริษัทจะมีการทบทวนนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

(8) ความมุ่งมั่นในการดำเนินการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทยึดมั่นอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล และจะดำเนินการอย่างต่อเนื่องในการยกระดับการปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัทให้เข้มข้นยิ่งขึ้น อาทิ การประชาสัมพันธ์สื่อสารให้บุคลากรภายในองค์กรทุกระดับตลอดจนพันธมิตรทางการค้าของบริษัททุกภาคส่วน ได้รับทราบและเข้าใจ ตลอดจนปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างถูกต้องสม่ำเสมอ อย่างไรก็ตาม ในอนาคตอันใกล้บริษัทจะพิจารณาประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และสมัครเข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption: CAC) โดยมีเป้าหมายผ่านการรับรอง Certified Company จาก CAC ภายในปี 2567 ทั้งนี้ ตลอดปี 2565 ที่ผ่านมา บริษัทไม่พบข้อร้องเรียนและ/หรือมีพฤติกรรมใดที่เข้าข่ายการทุจริตคอร์รัปชัน

1.2.2 การบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

ความเสี่ยงที่สำคัญในปี 2565 ได้แก่ ความเสี่ยงจากการระบาดของโรค COVID-19 สายพันธุ์ใหม่ โดยบริษัทได้ติดตามการระบาดของโรค COVID-19 อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง ทั้งนี้ ผลกระทบที่ธุรกิจของบริษัทที่ได้รับจากการระบาดของโรค COVID-19 นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ระยะเวลา ความรุนแรง ขอบเขตของการระบาด ผลกระทบทางภูมิศาสตร์ ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงความเข้มงวดของมาตรการที่ออกโดยรัฐบาล อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการดำเนินงานตามแผนการบริหารสถานการณ์วิกฤตและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) เพื่อรับมือกับภาวะวิกฤติที่อาจส่งผลกระทบต่อเชิงลบกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท เช่น การกำหนดมาตรการเชิงป้องกันต่าง ๆ สำหรับการจำหน่ายสินค้าที่ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการเข้าพบลูกค้าตามสถานการณ์ การประชุมและสัมมนาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการปฏิบัติงานจากที่พักอาศัย (Work From Home) เป็นต้น ทำให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์ระบาดของโรค COVID-19

นอกจากนั้น บริษัทวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจจากสถานการณ์วิกฤติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปี 2565 ทั้งจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกอื่น ได้แก่ แนวโน้มเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี อุตสาหกรรม คู่แข่ง และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต โดยสรุปเป็นปัจจัยความเสี่ยงระดับองค์กร (Corporate Risk) แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มปัจจัย ดังนี้

(1) ปัจจัยความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

ปัจจัยความเสี่ยงมาตรการจัดการความเสี่ยงที่สำคัญ

1. การลงทุนใหม่และการลงทุนในต่างประเทศ

ด้วยบริษัทมีการดำเนินธุรกิจเชิงรุกในการตลาดสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวและเครื่องดื่ม

ยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยเล็งเห็นโอกาสและความพร้อมในการเดินทางขยายกิจการในประเทศต่าง ๆ แถบภูมิภาคอาเซียน รวมถึงประเทศจีน ทั้งนี้ ในการลงทุนและการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศข้างต้น บริษัทมีความเสี่ยงต่อความล่าช้าและความไม่แน่นอนหลายประการ เช่น การจัดหาใบอนุญาตที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจ การจัดหาเครื่องจักรและอุปกรณ์ การจัดหาแหล่งเงินทุน การสรรหาคัดเลือกลูกค้า การบริหารค่าใช้จ่าย การสรรหาและคัดเลือกผู้บริหารและแรงงานที่มีทักษะ เสถียรภาพทางการเมือง อุปสงค์และอุปทานของตลาด ความต้องการของผู้บริโภค กฎระเบียบข้อบังคับ ภาษี ของประเทศต่าง ๆ เป็นต้น

- บริษัทส่งพนักงานระดับบริหารที่มีทักษะ ความรู้ และความชำนาญในธุรกิจเข้าดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมค้าต่าง ๆ ที่ บริษัทเข้าลงทุน เพื่อติดตามการดำเนินงานของบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมค้านั้น ๆ อย่างใกล้ชิด
- จัดให้มีการประชุมระหว่างผู้บริหารระดับสูงของ บริษัทกับผู้บริหารของบริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วมค้าอย่างสม่ำเสมอ
- กำหนดนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยเป็นลายลักษณ์อักษร และการกำหนดมาตรการควบคุมตามหลักการควบคุมภายในที่สำคัญให้บริษัทย่อยในต่างประเทศนำไปปฏิบัติ

2. ทิศทางกลยุทธ์ธุรกิจ

ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ตลอดจนพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ทำให้เกิดการดำรงชีวิตแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) อาจส่งผลกระทบต่อทิศทางกลยุทธ์ทางธุรกิจของ บริษัททำให้องค์กรไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายไม่สามารถบริหารการลงทุนและสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนได้ ตามแผนงานกำหนดให้มีการทบทวนกลยุทธ์และทิศทางการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้กลยุทธ์และทิศทางการดำเนินธุรกิจของ บริษัทสอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและทิศทางการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยการประชุมหารือและระดมความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูงและสื่อสารให้บุคลากรในองค์กรทุกระดับรับทราบอย่างทั่วถึงผ่านผู้บังคับบัญชาของแต่ละสายงาน เพื่อให้เกิดการแปลงกลยุทธ์ระดับองค์กรไปเป็นกลยุทธ์ระดับสายงาน พร้อมกับการนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปจัดทำเป็นแผนงานธุรกิจ

3. บุคลากรและโครงสร้างองค์กร

บริษัทมีการขยายการลงทุนในต่างประเทศ เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจจากการลงทุนใหม่ รวมถึงการนำเอาระบบดิจิทัลเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ ดังนั้น หาก บริษัท ไม่สามารถจัดเตรียมและพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ที่เพียงพอและทันเวลา หรือโครงสร้างองค์กร อัตรากำลัง ศักยภาพ องค์ความรู้ ตลอดจนวัฒนธรรมองค์กรไม่เอื้อ และไม่สนับสนุนให้ บริษัทสามารถแข่งขันกับคู่แข่ง ไม่สามารถดึงดูดพนักงานที่มีความสามารถพิเศษ (Talent) และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนได้ อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและการบรรลุเป้าหมายในระยะยาวได้

บริษัทมีการปรับโครงสร้างองค์กร และกระบวนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ รวมถึงการกำหนดแนวทางการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ตลอดจนขั้นตอนการวางแผนและบริหารอัตรากำลังพนักงานในภาพรวมของบริษัท ดังนี้

- ทบทวนโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ ลักษณะการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย
- ทบทวนกรอบอัตรากำลังพนักงาน
- สรรหาบุคลากรจากภายในเป็นลำดับแรกเพื่อสร้าง Career path ที่เหมาะสมให้กับพนักงาน
- สรรหาบุคลากรภายนอกที่มีทักษะความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เฉพาะด้านเพิ่มเติมเพื่อดำรงตำแหน่งที่สำคัญ
- การพัฒนาศักยภาพ (Capability) พนักงานตามเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career path) ของพนักงานแต่ละตำแหน่ง
- ปรับปรุงกระบวนการทำงานและนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร
- ทบทวนความเหมาะสมของการกระจายอำนาจในการบริหารและการตัดสินใจ (Delegation of Authority: DOA)

(2) ปัจจัยความเสี่ยงด้านปฏิบัติการและธุรกิจ (Operation and Business Risk)

ปัจจัยความเสี่ยงมาตรการจัดการความเสี่ยงที่สำคัญ

1. คุณภาพและความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์

บริษัท ให้ความสำคัญในการรักษามาตรฐานสากลด้านคุณภาพและความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ของบริษัท หากคุณภาพและความปลอดภัยไม่เป็นไปตามมาตรฐานอาจทำให้ลูกค้า ตลอดจนผู้บริโภคเกิดความไม่พึงพอใจ จะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร

- บริษัท ได้กำหนดมาตรการเพื่อจัดการความเสี่ยงด้านคุณภาพและความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ด้วยการควบคุมการปฏิบัติการแบบ End to End process ตั้งแต่กระบวนการจัดหาจนถึงการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าตามมาตรฐานระบบคุณภาพระดับสากล ประกอบด้วย มาตรฐานการจัดการระบบคุณภาพและความปลอดภัยทางอาหาร (ISO22000, GMP, HACCP, ISO/IEC17025) ซึ่งระบบดังกล่าวได้ผ่านการตรวจประเมิน และรับรองการปฏิบัติตามมาตรฐาน จากผู้ตรวจประเมินอิสระจากหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชนอย่างสม่ำเสมอ
- บริษัทมีการบริหารจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าและบริการผ่านสายด่วนผู้บริโภค 02-023-4680 หรือ contact@snnp.co.th
- ติดตามและคำเตือนผู้บริโภคไว้บนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข

2. ชื่อเสียงองค์กร

ความคาดหวังที่หลากหลายของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ก่อปรกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีปัจจุบัน ส่งผลให้การสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว อาจทำให้เกิดเหตุการณ์และประเด็นข่าวต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ บริษัทแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วในวงกว้าง การที่ บริษัท ไม่สามารถบริหารจัดการกับประเด็นเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กรได้อย่างสมบูรณ์ รวมถึงการที่ไม่สามารถสื่อสารต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้

- ติดตามข้อมูล ข่าวสาร ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบริษัทอย่างใกล้ชิด เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องอย่างทันทั่วถึง ตามกลไกการบริหารจัดการข้อร้องเรียนที่บริษัทกำหนด เพื่อดำเนินการแก้ไขข้อร้องเรียนจนกว่าข้อร้องเรียนนั้น ๆ จะเสร็จสิ้น
- ดำเนินการสื่อสารเชิงรุกผ่านเว็บไซต์ของบริษัทควบคู่การวางแผนการบริหารประเด็นเชิงลบและการสื่อสารในภาวะวิกฤติ ตลอดจนการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงประเด็นเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นและทบทวนเป็นระยะอย่างสม่ำเสมอ
- บริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

3. ความมั่นคงทางไซเบอร์

ประเด็นด้านภัยคุกคามและความมั่นคงทางไซเบอร์ (Cyber Security) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและก่อให้เกิดผลกระทบหลากหลายรูปแบบ ทั้งการโจรกรรมข้อมูลสำคัญ การโจมตีด้วยไวรัสคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์เรียกค่าไถ่ การเจาะระบบเพื่อเข้าควบคุมระบบ ทำให้ข้อมูลสำคัญและความลับทางธุรกิจขององค์กรรั่วไหล หรือการดำเนินธุรกิจต้องหยุดชะงัก เกิดความเสียหายต่อองค์กรทั้งในด้านดำเนินธุรกิจ และภาพลักษณ์องค์กร

- กำหนดนโยบายบริหารจัดการระบบความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Policy) เพื่อให้พนักงานทุกคนของบริษัท ได้ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน สร้างความเข้าใจในการทำงานร่วมกันให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนให้การดำเนินงานของบริษัท มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- กำหนดนโยบายเกี่ยวกับโครงสร้างทางด้านความมั่นคงปลอดภัยสำหรับองค์กร เพื่อให้มีการตรวจสอบการปฏิบัติงานระหว่างบุคลากรภายในฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
- กำหนดระเบียบปฏิบัติสำหรับผู้ใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ใช้ระบบ Firewall เพื่อกำหนดหมายเลขเครื่องที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้
- กำหนด Username & Password และจำกัดสิทธิการเข้าถึงฐานข้อมูลของผู้ใช้งานภายในองค์กรอย่างเหมาะสมรัดกุมพร้อมทั้งติดตั้งโปรแกรมดักจับ Password (Secure Shell)
- ตรวจสอบระบบและประเมินหาความเสี่ยงที่เกิดจากช่องโหว่ของระบบสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ
- ให้ความรู้แก่พนักงานในการปกป้องข้อมูลไม่ให้รั่วไหลออกภายนอกองค์กร
- มีระบบ BCM รองรับในกรณีเกิดภัยคุกคามขึ้นกับระบบสารสนเทศของบริษัทและทดสอบระบบ BCM อย่างสม่ำเสมอ
- โดยในปี 2565 บริษัทได้รับการสอบทานการควบคุมทั่วไประบบสารสนเทศ (ITGCs) โดยผู้ตรวจสอบภายในอิสระจากหน่วยงานภายนอก บริษัทพีแอนด์แอล ไอที ออดิท จำกัด ทำการตรวจสอบประเมิน ITGCs ของ บริษัทโดยมีขอบเขตการตรวจสอบตาม ISO 27001:2013 Information Security Management System (ISMS) ซึ่งสรุปผลสอบทานได้ว่าบริษัทมีการควบคุมทั่วไประบบสารสนเทศที่เพียงพอ และมีการปฏิบัติตามอย่างเหมาะสม

4. วิฤตเศรษฐกิจ

ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ ความไม่สงบทางการเมือง รวมถึงการระบาดใหญ่ของโรค เช่น COVID-19 ที่ยังคงไม่มีความแน่นอนและยังคงไม่สามารถคาดการณ์ได้ อาจกระทบกับเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องจนนำไปสู่การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศและวิกฤติเศรษฐกิจโลกได้ อันจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกโดยเฉพาะสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่อาจนำไปสู่การเกิดวิกฤติเศรษฐกิจได้ โดยจัดให้มีการบริหารความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว ดังนี้

- ประเมินโอกาสเกิดและผลกระทบจากสถานการณ์วิกฤติที่อาจเกิดขึ้นในแต่ละกระบวนการทำงานหลักของบริษัท
- วิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กรจากภาวะวิกฤตินั้น ๆ
- พิจารณาแนวทางหรือแผนโต้ตอบสถานการณ์วิกฤติ เพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น
- จัดทำแผนมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงธุรกิจหยุดชะงักจากภาวะวิกฤติและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงพิจารณาให้ความเห็นชอบเป็นประจำปีและทบทวนแผนมาตรการดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ
- ติดตามสถานการณ์และประเมินตัวชี้วัดที่สำคัญต่าง ๆ ตามแผนมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงธุรกิจหยุดชะงักจากภาวะวิกฤติ และการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ

ปัจจัยความเสี่ยงมาตรการจัดการความเสี่ยงที่สำคัญ

1. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทให้ความสำคัญในการบริหารจัดการด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของทั้งบริษัทรวมถึงบริษัทย่อยในต่างประเทศ ที่เกิดจากความผันผวนและความแตกต่างด้านธุรกรรมในการดำเนินธุรกิจและสภาพแวดล้อม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทได้กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพื่อบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้และไม่หวังสร้างกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน ดังนี้

- การตกลงกับคู่ค้าให้ใช้เงินสกุลท้องถิ่น (Local Currency) สำหรับรับชำระ-จ่ายชำระเป็นสกุลเงินบาทหรือเงินสกุลท้องถิ่น
- การเปิดบัญชีเงินฝากเงินตราต่างประเทศ (FCD) และการบริหารรายได้-รายจ่ายที่เป็นเงินตราต่างประเทศให้อยู่ในสกุลเดียวกัน (Natural Hedge)
- ทบทวนการบริหารความเสี่ยงและศึกษาลักษณะธุรกรรมที่มีความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนของบริษัทย่อยในต่างประเทศ
- ติดตามข่าวสารทางเศรษฐกิจและนโยบายภาครัฐของแต่ละบริษัทย่อยในต่างประเทศ เพื่อหาเครื่องมือทางการเงินและวิธีกำหนดแนวทางบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
- นำเสนอแนวทางการบริหารความเสี่ยง และจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศร่วมกับผู้บริหารด้านการเงินของบริษัทและบริษัทย่อยในต่างประเทศ

(4) ปัจจัยความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risk)

ปัจจัยความเสี่ยงมาตรการจัดการความเสี่ยงที่สำคัญ

1. การปฏิบัติตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทให้ความสำคัญในการบริหารความเสี่ยงการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล รวมทั้งการกำกับดูแลให้มีการดำเนินการอย่างสอดคล้องกับกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งหากบริษัทไม่สามารถดำเนินการเพื่อบริหารความเสี่ยงดังกล่าวได้ จะกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง รวมถึงเกิดการดำเนินคดีฟ้องร้องค่าเสียหายต่าง ๆ ต่อ บริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

- กำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร
- สื่อสารและจัดอบรมความรู้ถึงข้อกำหนดของกฎหมายใหม่ เพื่อจัดเตรียมมาตรการสำหรับการดำเนินกิจการและการปฏิบัติงานต่าง ๆ ของบริษัทให้สอดคล้องกับ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2565
- จัดทำเอกสารทางกฎหมาย (Legal Form) เพื่อความสอดคล้องตามข้อกำหนดของกฎหมาย รวมถึงการวางมาตรการเชิงป้องกันและเชิงแก้ไขสำหรับการดำเนินการตามแนวทางปกติรวมถึงเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์กรณีเกิดการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล
- ศึกษา ออกแบบ และจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อรองรับการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดทำระบบจัดการเพื่อรองรับการใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

2. การเปลี่ยนแปลงนโยบาย กฎเกณฑ์ และข้อบังคับของภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแลต่าง ๆ

บริษัทตระหนักและมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามบรรษัทภิบาล และให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับที่ออกโดยหน่วยงานกำกับดูแลทั้งภาครัฐและหน่วยงานอิสระ ซึ่งหากบริษัทมีการปฏิบัติขัดต่อกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ จะกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง รวมถึงเกิดการดำเนินคดีฟ้องร้องค่าเสียหายต่าง ๆ ต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

- จัดให้มีแผนกฎหมาย (Legal) และแผนกกำกับดูแล (Compliance) ทำหน้าที่ติดตามการเปลี่ยนแปลงและการปรับปรุงของข้อกำหนด ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง และข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอ
- จัดให้มีการสื่อสารอบรมและให้ความรู้กรณีมีการเพิ่มขึ้นหรือปรับปรุงข้อกำหนด ระเบียบประกาศ คำสั่ง และข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท
- สอบทานและประเมินการปฏิบัติตามข้อกำหนด ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง และข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ บริษัทอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอ โดยฝ่ายตรวจสอบภายในของบริษัท
- ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาด้านกฎหมายในท้องถิ่น (Local Legal Firm) สำหรับให้คำแนะนำการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง และข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทย่อยในต่างประเทศ

(5) ปัจจัยความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environment Social and Governance Risk: ESG Risk)

ปัจจัยความเสี่ยงมาตรการจัดการความเสี่ยงที่สำคัญ

1. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทมีเจตนาประเมินที่มุ่งเน้นที่จะดำเนินธุรกิจที่สร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ควบคู่กับการสร้างคุณค่าทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งด้วยลักษณะธุรกิจของบริษัทเป็นอุตสาหกรรมการผลิตย่อมมีส่วนสร้างด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ดังนั้นการที่บริษัทไม่สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้ จะกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ และไม่ได้รับความสนใจจากลูกค้าตลอดจนนักลงทุนที่ให้ความสำคัญด้านนี้ได้

- กำหนดนโยบายสิ่งแวดล้อมเป็นลายลักษณ์อักษร
- มุ่งเน้นกระบวนการผลิตและการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การลดใช้พลาสติกบรรจุภัณฑ์ การปรับปรุงเครื่องจักรเพื่อลดของเสียจากการผลิต การบำบัดน้ำเสีย การเลือกใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในโรงงาน เป็นต้น
- ควบคุมการปล่อยมลพิษให้อยู่ในเกณฑ์หรือดีกว่าตามที่กฎหมาย/กฎระเบียบกำหนด
- ริเริ่มโครงการต่าง ๆ เพื่อรักษาสัมพันธ์ภาพกับชุมชนและผู้มีส่วนได้เสีย
- ดำเนินโครงการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอย่างเป็นระบบ
- ดำเนินโครงการจัดทำระบบคุณภาพด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015
- ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาสำหรับการดำเนินโครงการบริหารจัดการความยั่งยืนขององค์กรเพื่อให้ บริษัทมีการบริหารจัดการและการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนตามกรอบแนวทางปฏิบัติที่เป็นสากล

2. การบริหารจัดการน้ำ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของน้ำในทุกมิติ โดยมีเจตนาประเมินและความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมให้เกิดการเข้าถึงแหล่งน้ำที่สะอาดเพื่อการอุปโภคบริโภคอย่างถูกสุขอนามัย ภายใต้แนวคิดที่ว่า “หากไม่มีการบริหารจัดการน้ำที่ยั่งยืนอาจเกิดความเสียหายจากวิกฤตการณ์ขาดแคลนน้ำต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงการดำเนินธุรกิจของบริษัท”

- กำหนดให้น้ำเป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนหลักที่สำคัญทางธุรกิจ
- บูรณาการความร่วมมือกันทั้งในบริษัท และบริษัทย่อยในด้านการบริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ
- ส่งเสริมโครงการประหยัดน้ำและมุ่งเน้นการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดการนำน้ำจืดจากแหล่งน้ำธรรมชาติมาใช้
- ปฏิบัติตามข้อกำหนดและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการน้ำ เช่น การดึงน้ำมาใช้และการระบายน้ำทิ้ง
- กำหนดดัชนีชี้วัดและเป้าหมายในการบริหารจัดการน้ำในกระบวนการดึงน้ำมาใช้ การใช้น้ำและการระบายน้ำทิ้งอย่างชัดเจน
- มีการบริหารความเสี่ยงจากภาวะวิกฤติและความตึงเครียดจากน้ำ (Water Stress) โดยการประเมินความเสี่ยงทั้งโอกาสเกิดและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงกำหนดมาตรการและแผนรองรับภาวะวิกฤติและความตึงเครียดจากน้ำอย่างเพียงพอเหมาะสม
- มีระบบติดตามและตรวจสอบการบริหารความเสี่ยงจากภาวะวิกฤติและความตึงเครียดจากน้ำ (Water Stress) รวมถึงประเมินการใช้น้ำทั้งทางตรงและทางอ้อมตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์บริษัท และติดตามความเพียงพอของน้ำบริเวณพื้นที่ลุ่มน้ำในเขตพื้นที่ดำเนินงานผลิตของบริษัท
- ดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 6 ด้านการจัดการน้ำและสุขาภิบาล (Clean water and sanitation)
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยให้ความรู้รวมถึงสร้างความตระหนักรู้ด้านการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนและการอนุรักษ์น้ำ
- ร่วมมือกับรัฐบาล คู่ค้า ชุมชนโดยรอบ และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ในการจัดการประเด็นทางน้ำที่สำคัญในพื้นที่ดำเนินงานของบริษัท
- เปิดเผยการดำเนินการด้านบริหารจัดการน้ำ และความเป็นไปได้ของผลกระทบทางน้ำอย่างโปร่งใสและสอดคล้องกับแนวทางการรายงานระดับสากล (Global Reporting Initiative: GRI)

3. สิทธิมนุษยชน

บริษัทมีอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม โดยยึดมั่นในหลักจริยธรรมทางธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับความรับผิดชอบต่อสังคม คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตามหลักบรรษัทภิบาลและจรรยาบรรณบริษัททั้งนี้ การที่บริษัทไม่สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนได้ จะกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ และการไม่ได้รับความสนใจจากลูกค้าตลอดจนนักลงทุนที่ให้ความสำคัญด้านสิทธิมนุษยชน รวมถึงเกิดการดำเนินคดีฟ้องร้องด้านสิทธิมนุษยชนต่อ บริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

- สร้างวัฒนธรรมองค์กรของบริษัท ให้เป็นองค์กรที่ยึดมั่นต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนนี้
- เคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย และหลักสิทธิมนุษยชนต่อบุคคลอย่างเท่าเทียม ให้เกียรติซึ่งกันและกัน โดยไม่เลือกปฏิบัติ อันเนื่องมาจากความแตกต่างในด้านเชื้อชาติ ถิ่นกำเนิด ศาสนา ความเชื่อ เพศ สีสัน ภาษา เผ่าพันธุ์ สถานะทางสังคม หรือสถานะอื่นใดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในทุกพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ
- ใช้ความระมัดระวัง และหลีกเลี่ยงการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย
- สื่อสาร เผยแพร่นโยบาย ให้ความรู้ ทำความเข้าใจ และกำหนดแนวทางให้ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทเพื่อให้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และดำเนินธุรกิจตามแนวทางด้านสิทธิมนุษยชน
- ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนอย่างสม่ำเสมอ พร้อมกำหนดแนวทางหรือมาตรการในการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม โดยให้ทุกหน่วยงานมีหน้าที่กำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงที่อยู่ในความรับผิดชอบของตน

4. ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต

บริษัทมีเจตนาธรรมาภิบาลและความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่สร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควบคู่กับการสร้างคุณค่าทางสังคมและสิ่งแวดล้อม บนพื้นฐานหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท โดยแสดงเจตนาธรรมาภิบาลในการเข้าเป็นส่วนร่วมในการพยายามบรรลุความสำเร็จแห่งเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) ทั้งนี้ การที่บริษัทไม่สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนได้ จะกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ และการไม่ได้รับความสนใจจากลูกค้าตลอดจนนักลงทุนที่ให้ความสำคัญด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน รวมถึงเกิดการดำเนินคดีฟ้องร้องด้านเกี่ยวกับความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

- จัดโครงสร้างองค์กรโดยมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารตลอดจนกำหนดขอบเขตการดำเนินการให้แก่กรรมการและผู้บริหารอย่างชัดเจน
- แต่งตั้งบุคคลภายนอกเป็นกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริษัทเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจการตัดสินใจ ตลอดจนอนุมัติรายการต่าง ๆ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น
- กำหนดมาตรการและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันที่สอดคล้องตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่ประกาศกำหนด
- กำหนดให้มีคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นคณะกรรมการชุดย่อยทำหน้าที่กำกับดูแลให้บริษัทและบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต
- ประกาศกำหนดนโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษร และเผยแพร่ให้พนักงานทุกระดับรับทราบ เข้าใจ และปฏิบัติตามอย่างถูกต้องสม่ำเสมอ
- แสดงหลักประกันการดำเนินงานที่โปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มุ่งเน้นพัฒนากระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยเข้ารับการประเมินประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการ (CG Score Rating) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
- จัดให้มีระบบการรับข้อร้องเรียนและรับแจ้งเบาะแสที่มีประสิทธิภาพ
- มีระบบการบริหารความเสี่ยงตามหลักสากลปฏิบัติ
- มีมาตรฐานการปกป้องเครือข่าย อุปกรณ์ โปรแกรม และข้อมูลจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์หรือการเจตนาเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน ลูกค้า และคู่ค้า

1.2.3 การจัดการภาวะวิกฤต

เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมกับการจัดการเหตุการณ์วิกฤตที่อาจนำไปสู่การหยุดชะงักของธุรกิจคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทได้อนุมัติประกาศใช้นโยบายการบริหารสถานการณ์วิกฤตและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ และจัดให้มีโครงสร้างการกำกับดูแลการหยุดชะงักจากภาวะวิกฤตและบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Crisis & Business Continuity Management Governance Structure) โดยนโยบายดังกล่าว ได้มีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ พ.ศ. 2564 และต่อเนื่องมาถึง พ.ศ. 2565 รวมถึงนำไปใช้กับบริษัทย่อยด้วย ทั้งนี้ การจัดทำระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ บริษัทได้วิเคราะห์ถึงกิจกรรมทางธุรกิจ ทรัพยากรหรือสินทรัพย์ที่สำคัญ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการหยุดชะงักของธุรกิจ รวมถึงการประเมินและจัดทำแผนจัดการความเสี่ยง แผนการตอบโต้สถานการณ์ฉุกเฉิน แผนฟื้นฟูภายหลังสถานการณ์ฉุกเฉิน และแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ โดยบริษัทกำหนดให้ผู้บริหารสูงสุดของแต่ละสายงาน ตลอดจนพนักงานที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่ในการฝึกซ้อม รักษา และทบทวนแผนจัดการความเสี่ยงดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงพิจารณาใช้มาตรการเพื่อบริหารจัดการภาวะวิกฤตอย่างเหมาะสม และรายงานผลการดำเนินการต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงรับทราบอย่างสม่ำเสมอ

1.2.4 การเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านความเสี่ยง

บริษัทมุ่งมั่นและส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมในการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร โดยกำหนดให้ผู้บริหารเป็นผู้สื่อสารถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง และเป็นต้นแบบในการบริหารความเสี่ยง รวมถึงสร้างวิธีการนำการบริหารความเสี่ยงไปใช้ให้เห็นผลในทางปฏิบัติ โดยกำหนดให้มีการใช้ภาษาความเสี่ยงหรือคำศัพท์ทางความเสี่ยงที่เข้าใจตรงกัน มีระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และมีหลักการประเมินความเสี่ยงที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบความเสี่ยงแต่ละเรื่อง สนับสนุนให้มีการกำหนดวาระเรื่องความเสี่ยงในการประชุมสำคัญของระดับฝ่ายงานและระดับบริหาร กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมและพัฒนากรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน และยังส่งเสริมให้มีการแบ่งปันประสบการณ์การบริหารความเสี่ยงระหว่างฝ่ายงานเพื่อสื่อสารแนวปฏิบัติและประโยชน์ของการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านรูปแบบ Digital Learning เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องการบริหารความเสี่ยงให้กับพนักงาน นอกจากนี้บริษัทจะยกระดับการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการองค์กร ด้วยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การบรรจุคำถามเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงไว้ในหัวข้อการทดสอบวัดความรู้การปฐมนิเทศ (Pre-Test & Post-Test) การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจโดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมตลอดปี 2566 และปีถัดไปในอนาคต และจัดให้มีช่องทางสื่อสารภายในองค์กรสำหรับให้พนักงานสามารถสอบถามเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง จัดให้มีแบบทดสอบจริยธรรมทางธุรกิจของพนักงาน (Ethics e-Testing) เป็นประจำทุกปี โดยบริษัทจะจัดทำคู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ (Corporate Governance & Business Code of Conduct Handbook) สำหรับเผยแพร่ให้พนักงานทั่วทั้งองค์กรได้รับทราบและนำไปปฏิบัติ โดยคู่มือฉบับดังกล่าวจะรวบรวมประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับมีประสิทธิภาพ ลดข้อผิดพลาด และบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ

1.3 การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดของลูกค้า อีกทั้งยึดมั่นในการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ และการเอาใจใส่ลูกค้า โดยฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดจะมีการจัดประชุม (Joint Business Plan) กับลูกค้า ทั้งกลุ่มโมเดิร์นเทรดและกลุ่มลูกค้าส่งรายย่อย เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับแผนการค้าของบริษัทและลูกค้า และเพื่อทราบความคิดเห็นและหาโอกาสจากพันธมิตรทางธุรกิจ

นอกจากนี้ เพื่อประเมินความพึงพอใจหรือทราบความคิดเห็นที่ลูกค้ามีต่อบริษัท บริษัทได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มโมเดิร์นเทรดจำนวน 18 ราย (คิดเป็นร้อยละ 57 ของยอดขายปี 2565) ซึ่งภายหลังจากการประเมินผลหากพบประเด็นข้อควรปรับปรุง บริษัทจะดำเนินการหารือร่วมกับฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนหาทางแก้ไขและประเมินผลการดำเนินงานอีกครั้งในลำดับต่อไป อย่างไรก็ตาม ผลการประเมิน ปี 2565 ที่ผ่านมามีประเด็นข้อควรปรับปรุงเพียงเล็กน้อยซึ่งไม่เป็นสาระสำคัญ

ในปี 2565 ที่ผ่านมา บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมการตลาดกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมยอดขายแก่ลูกค้า โดยได้ว่าจ้างพนักงานจากหน่วยงานภายนอก (Third Party) รวมถึงมีพนักงานจัดเรียงและส่งเสริมการขายของบริษัท เข้าดูแลลูกค้าและให้คำแนะนำในการขายสินค้า พร้อมกันนี้บริษัทยังรับคืนสินค้าที่ใกล้หมดอายุโดยไม่มีค่าใช้จ่าย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่บริษัทส่งมอบให้กับผู้บริโภคนั้นจะมีคุณภาพตามมาตรฐานของบริษัท

บริษัทจัดให้มีช่องทางการซื้อร้องเรียน ตลอดจนข้อซักถามใดผ่านช่องทางสายด่วนผู้บริโภค Call Center 02-023-4677 และช่องทาง Social Media ผ่าน Facebook ของทุกแบรนด์สินค้า เช่น Jele Beautie Club, Bento Squid ปลาหมึกเบนโตะ, Lotus Yummy & Enjoy, Magic Farm Fresh โดยมี Admin page ทำหน้าที่ในการตอบคำถามเบื้องต้นกับลูกค้าหรือผู้บริโภค กรณีลูกค้ามีข้อร้องเรียนหรือประสงค์คืนสินค้าหรือมีข้อสอบถามเกี่ยวกับสินค้า ทีมงานจะประสานงานต่อกับสายด่วนผู้บริโภคเพื่อดำเนินการส่งสินค้าทดแทนให้กับผู้บริโภค

ในด้านผู้บริโภค บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และส่งเสริมสุขภาพของผู้บริโภค ดังนั้นเพื่อให้บริษัทตอบสนองต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาดที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว บริษัทได้มีการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องก่อนออกผลิตภัณฑ์ใหม่ทุกครั้ง ผ่านการทำ Plan / Product Concept / Product Design โดยในกระบวนการข้างต้นจะ Focus Group ทำหน้าที่พิจารณาแนวความคิด (Concept) ของแต่ละผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทจะรับคำแนะนำและคำติชมก่อนนำไปสู่การพัฒนาสินค้าเพื่อวางจำหน่ายในท้องตลาดต่อไป

การดำเนินการเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนี้

1. ร่วมกับลูกค้าในการดำเนินการ Joint business plan เป็นประจำทุกต้นปี เพื่อให้ทราบถึงแผนงานระหว่างบริษัทกับลูกค้า อันจะนำไปสู่การวางแผนงานในปีนั้นเพื่อบรรลุเป้าหมายยอดขายร่วมกัน
2. ดำเนินการจัดทำ Business Review เป็นประจำทุกไตรมาสเพื่อประเมินสถานการณ์ร่วมกันกับลูกค้าเพื่อพิจารณาแผนงานเพิ่มเติม (หากจำเป็น) สำหรับปรับปรุงแผนงานให้มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่กำหนด
3. กำหนด KPIs ร่วมกัน ได้แก่ ยอดขาย ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายรวมถึงเงื่อนไขทางการค้า (TTA) Service Level (OTIF) และ Display and in-store visibility เป็นต้น

1.4 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

1.4.1 ความเสี่ยงที่เกิดจากคู่ค้าของบริษัท

1.4.1.1 การระบุคู่ค้ารายสำคัญ

บริษัทให้ความสำคัญต่อการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพที่ดีที่สุดแก่ผู้บริโภค จึงได้จัดให้มีมาตรฐานการทำงานเกี่ยวกับการประเมินคัดเลือกผู้ขายรายใหม่อย่างเป็นระบบ โดยคู่ค้ากลุ่มผู้จำหน่ายวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ ส่วนผสม จัดเป็นคู่ค้ารายสำคัญของบริษัทรวมถึงคู่ค้ารายย่อยอื่นทุกรายจะต้องผ่านระบบการประเมินคัดเลือกผู้ขายรวมถึงการประเมินผู้ขายประจำปีตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด ซึ่งการประเมินจะมุ่งเน้นด้านคุณภาพ ราคา การส่งมอบ การดำเนินงานที่แสดงถึงความรับผิดชอบด้านบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อมของคู่ค้าและต้องมีเอกสารหลักฐานประกอบการประเมินอย่างชัดเจนเพียงพอ จึงจะสามารถบรรจุรายชื่อในทะเบียนคู่ค้า (Approved Vendor List: AVL) ของบริษัทสำหรับเป็นทะเบียนรายชื่อคู่ค้าที่บริษัทจะทำการสั่งซื้อสินค้าต่อไป

1.4.1.2 การประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ

บริษัทกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจของคู่ค้าบริษัทแต่ละรายอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในขั้นตอนการคัดเลือกผู้ขายรายใหม่และขั้นตอนประเมินประสิทธิภาพผู้ขายประจำปี โดยได้พิจารณาจากข้อมูลด้านฐานะทางการเงิน อนาคตองค์กร ผลการดำเนินงาน ชื่อเสียงองค์กรในแวดวงธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าคู่ค้าของบริษัทแต่ละรายมีเสถียรภาพที่ดีและความมั่นคงทางธุรกิจและจะสามารถส่งมอบสินค้าและบริการให้กับบริษัทได้อย่างทันเวลาต่อเนื่อง และยั่งยืน

1.4.1.3 การประเมินความเสี่ยงด้านบรรษัทภิบาล สังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทพัฒนาในการคัดเลือกวัตถุดิบที่ดีที่สุดเพื่อส่งมอบสินค้าแก่ผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งในด้านคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เริ่มจากการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการคัดสรรคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจคำนึงต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยอาชีวอนามัยและการปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล (ESG) โดยให้นำหนักในการประเมินคู่ค้าในหัวข้อดังกล่าวถึงร้อยละ 20 อันจะเห็นได้จากคู่ค้าของบริษัทที่ผ่านการคัดเลือกจะต้องผ่านการรับรองมาตรฐานด้านอาหารและสิ่งแวดล้อมในระดับสากล (ISO) โดยหลังจากการคัดเลือกคู่ค้าตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดแล้ว บริษัทยังคงเฝ้าติดตามการดำเนินการของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นรายไตรมาส ผ่านการประเมินคู่ค้าหลังการสั่งซื้อ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าคู่ค้าของบริษัทจะยังคงสามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานคุณภาพที่บริษัทคาดหวังได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ผลการประเมินการคัดเลือกผู้ขายรายใหม่ซึ่งพิจารณาประเมินในด้าน ESG ในระหว่างปี 2565 รวมจำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 100

1.4.2 นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและเกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้า

บริษัทให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการคู่ค้าอย่างเป็นระบบ ซึ่งถือเป็นผู้มีส่วนได้เสียหนึ่งของบริษัท จึงกำหนดให้มีนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร อนุมัติและประกาศใช้อย่างเป็นทางการทั่วทั้งองค์กร โดยนโยบายได้ระบุขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบ ประเภทของการจัดซื้อจัดจ้าง กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง (การขอซื้อ การคัดเลือกคู่ค้า การออกไปสั่งซื้อ การติดตามสินค้าหรือบริการ) การประเมินผลการปฏิบัติงาน การทบทวนทะเบียนคู่ค้า (AVL) ทั้งนี้จากการสอบทานของฝ่ายตรวจสอบภายในระหว่างปี 2565 ที่ผ่านมา พบว่านโยบายจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทมีการควบคุมภายในที่รัดกุมเพียงพอ และมีการปฏิบัติงานตามนโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างสม่ำเสมอ

1.4.3 จรรยาบรรณ สำหรับคู่ค้า ด้านการจัดซื้อ จัดจ้าง จัดหาพัสดุและบริการ

1.4.3.1 การติดตามการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของคู่ค้า

บริษัทดำเนินธุรกิจเคียงคู่กับสังคมไทยมาเป็นเวลามากกว่า 30 ปี โดยยึดหลักดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล รักษาคุณภาพมาตรฐานของสินค้า รับผิดชอบต่อชุมชน และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้วยความเชื่อมั่นว่าหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนนี้จะเป็นรากฐานอันเข้มแข็งที่นำพาธุรกิจให้ดำรงอยู่ในทุกสถานการณ์ได้

ด้วย “คู่ค้า” เป็นหนึ่งในกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญในการเติบโตทางธุรกิจ บริษัทจึงมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติต่อคู่ค้าบนพื้นฐานของความเสมอภาค โปร่งใส และเป็นธรรม โดยหลีกเลี่ยงสถานการณ์หรือการกระทำใด ๆ ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์และปฏิบัติตามพันธสัญญา รวมถึงข้อตกลงที่มีต่อกัน เพื่อความสัมพันธ์ที่ดีทางธุรกิจ ตามแนวทางการบริหารจัดการและพัฒนาคู่ค้าอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้ความตั้งใจดังกล่าวบรรลุตามปณิธานที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และพัฒนาให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการกำกับดูแลของบริษัทซึ่งได้จัดทำ “แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า” เพื่อเป็นแนวทางผลักดันให้คู่ค้าของบริษัทได้ปฏิบัติตามและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวปฏิบัติของ บริษัทโดยมุ่งหวังความร่วมมือจากคู่ค้าในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชน มีการดูแลอาชีวอนามัย และความปลอดภัยของลูกค้า รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความมั่นคง เติบโต และพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน ทั้งนี้ จากการติดตามการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของคู่ค้าผ่านการประเมินคู่ค้าหลังการสั่งซื้อประจำปี 2565 พบว่า คู่ค้าของบริษัททุกรายผ่านการประเมินตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด และไม่พบเหตุการณ์การละเมิดหรือปฏิบัติขัดต่อแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้าที่ให้ไว้กับบริษัท

1.4.3.2 การตรวจสอบสถานประกอบการด้านบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีระบบการตรวจสอบสถานประกอบการด้านบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อมสำหรับวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตของบริษัทโดยตรง เช่น ผู้ผลิตและ/หรือจำหน่ายเนื้อปลา น้ำตาล และบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น โดยตรวจสอบเกี่ยวกับคุณภาพและการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมของวัตถุดิบตามที่คู่ค้าประเมินตนเอง (Self-Check) ร่วมกับการพิจารณาตรวจสอบประเมินโดยหน่วยงาน

ภายนอก เช่น รายงานผลวิเคราะห์ความปลอดภัยของเนื้องอก ซึ่งรายงานต่อกรมประมงพิจารณาการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการใช้อุปกรณ์จับสัตว์น้ำทะเลด้วยอวนตาถี่ อวนตาห่าง รวมถึงการไม่ใช้แรงงานชาวประมงผิดกฎหมาย เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทได้บูรณาการร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ในการดำเนินนโยบายลดปริมาณขยะด้วยการลดขนาดบรรจุภัณฑ์และเลือกวัสดุผลิตบรรจุภัณฑ์กับผู้ผลิตที่ได้รับมาตรฐานควบคุมด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในและต่างประเทศ

1.4.4 การมีส่วนช่วยเหลือและยกระดับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนสำหรับลูกค้า

1.4.4.1 นโยบายเรียกชำระหนี้และการให้ระยะเวลาเครดิต

บริษัทคำนึงถึงความเหมาะสมของระยะเวลาของเครดิตทางการค้า เงื่อนไขจ่ายชำระหนี้ลูกค้าและความตรงต่อเวลาในการจ่ายชำระหนี้ โดยกำหนดรอบการจ่ายชำระหนี้อย่างชัดเจนและสื่อสารให้กับลูกค้าได้รับทราบโดยทั่วกัน ทั้งนี้ บริษัทได้รับระยะเวลาเครดิตจากลูกค้าโดยเฉลี่ยเท่ากับ 45-60 วัน ซึ่งเป็นเครดิตทางการค้าตามปกติธุรกิจทั่วไป โดยตลอดปี 2565 บริษัทจ่ายชำระหนี้ให้กับลูกค้าตามระยะเวลาเครดิตและไม่มีเจ้าหนี้ค้างเหลือค้างนาน

1.4.4.2 การส่งเสริมการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

บริษัทได้ก่อตั้งโรงงานสาขาจังหวัดราชบุรีขึ้นเพื่อให้เป็นโรงงานผลิตสินค้าที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งวัตถุดิบน้ำมะพร้าว ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของโรงงานสาขาดังกล่าว การตั้งโรงงานใกล้เคียงกับแหล่งวัตถุดิบนอกจากจะช่วยลดระยะทางจากการขนส่งซึ่งจะช่วยรักษาคุณภาพของวัตถุดิบให้สดใหม่ ยังส่งผลต่อด้านการลดปริมาณการปล่อยมลพิษจากกระบวนการขนส่ง นอกจากนี้ โรงงานดังกล่าวถือเป็นการเข้าไปมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ สร้างอาชีพ ให้กับเกษตรกรในชุมชนโดยรอบ

1.5 การดำเนินการด้านภาษี

1.5.1 นโยบายภาษีและแนวทางการปฏิบัติการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี

บริษัทมีการกำหนดแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับภาษี เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีหน่วยงานบัญชีเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการสอบทานการดำเนินงานและปรับปรุงแนวปฏิบัติให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ

1.5.2 อัตราภาษีที่จ่ายจริง

ในปี 2564 และ ปี 2565 บริษัทมีกำไร (ขาดทุน) ก่อนหักภาษีเท่ากับ 507 ล้านบาท และ 649 ล้านบาท และมีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เท่ากับ 86 ล้านบาท และ 137 ล้านบาท ตามลำดับ อัตราภาษีที่แท้จริง (Effective Tax Rate) ของบริษัท* ในปี 2564 และ ปี 2565 คือ ร้อยละ 16.86 และ 21.14 ตามลำดับ เทียบกับอัตราภาษีเงินได้ของประเทศซึ่งคำนวณในอัตราร้อยละ 20 โดยอัตราภาษีที่แตกต่างส่วนใหญ่เป็นผลมาจากส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้า ขาดทุนทางภาษีที่ไม่ได้บันทึกเป็นสินทรัพย์ภาษีเงินได้และค่าใช้จ่ายที่ไม่สามารถหักภาษีได้

1.6 นวัตกรรมทางธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีจุดมุ่งหมายที่จะบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งการสร้างสรรค่นวัตกรรมซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งขององค์กรโดยการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีที่สุดให้แก่ผู้บริโภค (good health and well-being) ควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนองค์กรทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านนวัตกรรมของบริษัท การส่งเสริมนวัตกรรมของบริษัท ประกอบด้วย 3 แนวทาง คือ 1. นวัตกรรมผ่านผลิตภัณฑ์ใหม่ 2. นวัตกรรมผ่านกระบวนการ และ 3. นวัตกรรมจากการคิดค้น วิจัย และพัฒนา โดยในปี 2565 บริษัทดำเนินการดังต่อไปนี้

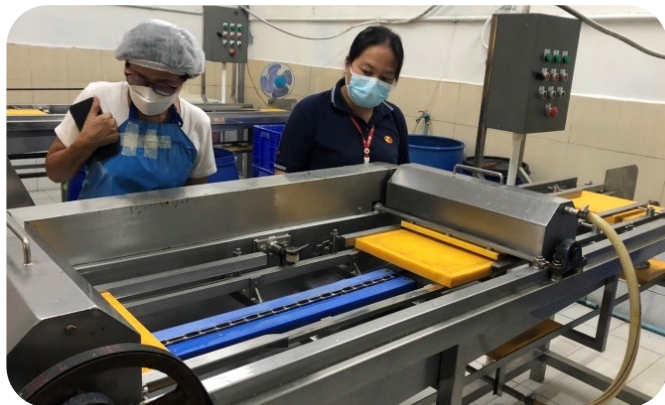
1.6.1 นวัตกรรมผ่านผลิตภัณฑ์ใหม่

การออกผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อส่งเสริมภาคเศรษฐกิจและสังคม

บริษัทสนับสนุนเกษตรกรในการรับซื้อผลิตผลทางการเกษตร ด้วยการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ น้ำมะพร้าวผสมน้ำตาลสดและวุ้นมะพร้าว ตรามะพร้าว ฟรุ๊ต ซึ่งช่วยส่งเสริมทั้งภาคเศรษฐกิจและสังคม

ทั้งนี้ บริษัทยังคงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้ความรู้ ความเข้าใจในการผลิตและแปรรูปที่ถูกสุขลักษณะแก่ผู้ผลิตรายเล็ก เช่น ผู้ผลิตน้ำมะพร้าว วุ้นมะพร้าว และน้ำตาลสด

ในวันที่ 20 และ 26 กรกฎาคม 2565 บริษัทเข้าตรวจสถานที่การผลิต และให้ความรู้ด้านการผลิตที่ถูกสุขลักษณะแก่ Supplier ชาวสวนมะพร้าวท้องถิ่นน้ำมะพร้าว



นวัตกรรมด้านอาหารแห่งอนาคตและนวัตกรรมด้านโปรตีนทางเลือก

ในปี 2565 บริษัททุ่มเทเพื่อการวิจัยและพัฒนาสินค้า เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ภายใต้ โครงการ “ซูริมิโลกด์:โปรตีนจากถั่วเขียวทดแทนซูริมิ” ซึ่งจัดอยู่ในการวิจัยสาขา ธุรกิจนวัตกรรมด้านอาหารแห่งอนาคต (Future Food) และธุรกิจนวัตกรรมด้านโปรตีน ทางเลือก (Alternative Protein) เป็นโครงการที่บริษัท ให้ความสำคัญเพื่อเป็นการจัดการหาแหล่งวัตถุดิบสำหรับกระบวนการผลิตอาหารอย่างยั่งยืน ด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยี การพัฒนากระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน และมีคุณภาพ เพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ในเรื่องรูปแบบ รสชาติ และราคาที่เหมาะสม และก่อให้เกิดความหลากหลาย และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อออกสู่ตลาดในการตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภค

ทั้งนี้ โครงการวิจัยของบริษัทได้ผ่านการเห็นชอบจากคณะกรรมการพิจารณาและกลั่นกรองโครงการนวัตกรรมที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (NIA) ครั้งที่ 2/2565 เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2565 และได้อนุมัติเงินสนับสนุนในวงเงิน 2,125,000 บาท

เป้าหมายการดำเนินงานในปี 2566-2568: บริษัทมีแผนในการนำโปรตีนจากธรรมชาติ รวมไปถึงวัตถุดิบที่มีคุณค่าทางโภชนาการมาพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อไป โดยนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ที่เตรียมนำออกสู่ตลาด



แผนระยะสั้น

- เจลลี่ ชิววี เยลลี่ วิตามินคัพ เสริมสร้างสารอาหาร วิตามิน มีประโยชน์ต่อสุขภาพ รวมถึงบรรจุภัณฑ์แบบถั่วฝักยาว สะดวกในการรับประทาน

แผนระยะยาว

- เบนโตะ PLANT BASE SURIMI จากโครงการ “ซูริมิโลกซ์:โปรตีนจากถั่วเขียว ทดแทนซูริมิ”

1.6.2 นวัตกรรมผ่านกระบวนการ

การบริหารจัดการน้ำเป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทตระหนักและพร้อมสนับสนุน ผลักดัน เพื่อมุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน ซึ่งน้ำใช้ในกระบวนการผลิตเป็นส่วนหนึ่งที่ทางบริษัทให้ความสำคัญ ทั้งนี้ สาขา 0004 ราชบุรี ได้สร้างนวัตกรรมการลดปริมาณการใช้น้ำในกระบวนการ โดยติดตั้ง Cleaning In Place หรือ CIP Mobile ในไลน์ผลิต ซึ่งก่อให้เกิดผลดีเพิ่มเติม ดังนี้

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 1) ลดน้ำเสียที่เข้ากระบวนการบำบัด | 3) ลดปริมาณน้ำที่ใช้ในกระบวนการ |
| 2) ลดเวลาทำงาน | 4) เพิ่มคุณภาพ โดยการลดสิ่งปนเปื้อน |

ทั้งนี้ เมื่อใช้ CIP Mobile ปริมาณการใช้น้ำในกระบวนการ CIP ลดลงถึง 37.5% จากปริมาณการใช้น้ำปกติ สามารถประหยัดค่าน้ำเป็นจำนวน 20,128 บาท และสามารถคิดเป็นปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลง 1,072 kgCO₂e

สรุปผลการดำเนินการโครงการจัดการสิ่งแวดล้อม

EMP 2/2565 : ลดปริมาณการใช้น้ำในการ CIP ไลน์ถั่วฝักยาวและลดปริมาณน้ำซอฟท์ทำความสะอาดแม่พิมพ์

- วัตถุประสงค์ :
1. ลดปริมาณการใช้น้ำซอฟท์ CIP $\geq 15\%$
 2. ลดปริมาณการใช้น้ำซอฟท์ทำความสะอาด แม่พิมพ์ $\geq 40\%$

- ตัวชี้วัด :
1. ปริมาณการใช้น้ำซอฟท์ CIP มีหน่วยเป็น ลูกบาศก์เมตร / วัน
 2. ปริมาณการใช้น้ำซอฟท์ทำความสะอาดแม่พิมพ์ มีหน่วยเป็น ลูกบาศก์เมตร / วัน

สรุปผลการดำเนินการ :

1. ลดปริมาณการใช้น้ำซอฟท์ในการ CIP $\geq 15\%$

ก่อนการปรับปรุง

การ CIP แบบเดิม ในขั้นตอนการปล่อยน้ำเพื่อล้างหัวฉีดเป็นระบบแบบปล่อยน้ำทิ้งที่เครื่องบรรจุ ซึ่งจะใช้น้ำในปริมาณมากทำให้เกิดการสิ้นเปลือง

$$\begin{aligned} \text{ปริมาณการใช้น้ำซอฟท์ในการ CIP} &= 640 \text{ ลิตร/ครั้ง} \\ &= 0.64 \text{ ลูกบาศก์เมตร/ครั้ง} \\ &= 0.64 \text{ ลูกบาศก์เมตร/ครั้ง} \times 4 \text{ ครั้ง} \times 4 \text{ เครื่อง/วัน} \end{aligned}$$

$$\text{รวมปริมาณน้ำที่ใช้} = 10.24 \text{ ลูกบาศก์เมตร/วัน}$$



ภาพที่ 1.1 เครื่องบรรจุก่อนติดตั้ง CIP โมบายล์

หลังการปรับปรุง

ติดตั้ง ชุด CIP โมบายล์ เพื่อลดการใช้น้ำในการ CIP โดยน้ำที่ไหลผ่านหัวฉีดจะไหลลงในถังรองรับ

ปริมาณการใช้น้ำซอฟต์แวร์ในการ CIP

- = 400 ลิตร/ครั้ง
- = 0.40 ลูกบาศก์เมตร/ครั้ง
- = 0.40 ลูกบาศก์เมตร/ครั้ง x 4 ครั้ง x 4 เครื่อง/วัน

รวมปริมาณน้ำที่ใช้ = 6.40 ลูกบาศก์เมตร/วัน



ภาพที่ 1.2 เครื่องบรรจุหลังติดตั้งชุด CIP โมบายล์

สามารถลดปริมาณน้ำและค่าใช้จ่ายในการผลิตน้ำจากการ CIP ได้ดังนี้

: ปริมาณการใช้น้ำ CIP ระบบ ลดลง

ก่อนปรับปรุง	= 10.24	ลูกบาศก์เมตร /วัน
หลังปรับปรุง	= 6.4	ลูกบาศก์เมตร /วัน
<u>ปริมาณที่ลดลง</u>	= 3.84	ลูกบาศก์เมตร /วัน
<u>คิดเป็นเปอร์เซ็นต์</u>	= 37.5	%

: คิดเป็นค่าใช้จ่ายที่ประหยัดได้

ราคาน้ำซอฟต์แวร์	= 18.2	บาท/ลูกบาศก์เมตร
ปริมาณที่ลดลง	= 3.84	ลูกบาศก์เมตร /วัน
<u>คิดเป็นเงิน</u>	= 69.89	บาท/วัน
	= 1,677.36	บาท/เดือน (24 วันทำงาน)
	= 20,128.32	บาท/ปี (1 ปี = 12 เดือน)

: ระยะเวลาคืนทุน

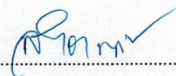
เงินลงทุนในการดำเนินการ	= 43,000 บาท
ระยะเวลาคืนทุน	= 43,000 ÷ 20,128.32
	= 2.1 ปี



สรุปผลการดำเนินการโครงการ

ผลการดำเนินการ	เรื่อง		รวม
	ลดปริมาณการใช้น้ำซอฟต์แวร์ CIP \geq 15%	ลดปริมาณการใช้น้ำซอฟต์แวร์ทำ ความสะอาด แม่พิมพ์ \geq 40%	
ปริมาณการใช้น้ำที่ลดลง	3.84 ลูกบาศก์เมตร/วัน	63 ลูกบาศก์เมตร/วัน	66.84 ลูกบาศก์เมตร/วัน
คิดเป็นเปอร์เซ็นต์	37.50%	75.00%	-
คิดเป็นค่าใช้จ่ายที่ประหยัดได้	20,128.32 บาท/ปี	330,220.8 บาท/ปี	350,349.12 บาท/ปี
ระยะเวลาคืนทุน	2.1 ปี	2.1 เดือน	-
การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	1,072.4106 Kg.CO2e /ปี	17,594.237 Kg.CO2e /ปี	18,666.65 Kg.CO2e /ปี
สรุปผล	บรรลุเป้า	บรรลุเป้า	-

จึงเรียนมาเพื่อทราบ



(ผู้จัดการฝ่ายควบคุมคุณภาพ)
ผู้เตรียมเอกสาร



(ผู้จัดการ โรงงาน)
ผู้ทวนสอบ

1.6.3 นวัตกรรมจากการคิดค้น วิจัย และพัฒนา

บริษัทตระหนักถึงการลดปริมาณการใช้พลาสติกเพื่อช่วยลดปริมาณขยะพลาสติกที่กำลังเป็นปัญหาอยู่ทั่วโลกในขณะนี้ โดยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก และใช้ฝาฟอยล์เป็นแบบ Easy peel ในผลิตภัณฑ์มะพร้าวเฟรช และเฉาก๊วยเฟรช ของสาขา 0004 ราชบุรี



จากการดำเนินการดังกล่าว สามารถลดการใช้ฝาพลาสติกลงได้จำนวน 57,335 กิโลกรัม ทั้งนี้จากพลาสติกที่ลดลงได้ สามารถคิดเป็นปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลงจำนวน 384,552 kgCO₂e

สรุปการดำเนินการตามแผนงานการจัดการสิ่งแวดล้อม EMP No. : 1/2565

ลดปริมาณการใช้พลาสติก โดยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก และใช้ฝาฟอยล์เป็นแบบ Easy Peel (ผลิตภัณฑ์มะพร้าวเฟรช และเฉาก๊วยเฟรช)

ก่อนการปรับปรุง

ปิดผนึกปากขวดด้วยฝาฟอยล์ชนิดธรรมดา และปิดด้วยฝาพลาสติกชนิด HDPE

ตัวอย่างการปิดผนึก และการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ก่อนการปรับปรุง



หลังการปรับปรุง

1. เปลี่ยนปากขวดใหม่ให้มีร่องสำหรับดึงฝาฟอยล์
2. เปลี่ยนฝาฟอยล์มาเป็นชนิด Easy Peel
3. ยกเลิกใช้ฝาพลาสติก

ตัวอย่างการปิดผนึก และการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์หลังปรับปรุง
มะพร้าวเฟรช



นมก๊วยเฟรช



สรุปผลการดำเนินการ (เดือน มิถุนายน 65 - พฤศจิกายน 65)

ว/ด/ป	ยอดการผลิต (กล่อง)	ปริมาณฝาที่ลดลง (Kg)	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดลง (Kg.CO2e)
มิ.ย.65	93,269	9,066	60,805
ก.ค.65	102,739	9,986	66,979
ส.ค.65	110,275	10,719	71,892
ก.ย. 65	95,646	9,297	62,355
ต.ค. 65	93,381	9,077	60,878
พ.ย. 65	94,558	9,191	61,645
ธ.ค. 65	100,620	9,780	65,597
รวม	690,488	67,115	450,150

สรุปสามารถลดปริมาณการใช้ฝาพลาสติกปี 2565 :

ปริมาณฝาพลาสติกที่ลด (Kg.)	ปริมาณก๊าซ (Kg.CO2e)
67,115.00	450,147.02

หมายเหตุ พลาสติกที่ใช้เป็นชนิด HDPE ค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก = 6.7071 Kg.CO2e/หน่วย

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

(ผู้จัดการฝ่ายควบคุมคุณภาพ)
ผู้เตรียมเอกสาร

(ผู้จัดการโรงงาน)
ผู้ทวนสอบ

การจัดการสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ



2.1 การจัดการสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงสอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างสมดุล มั่นคงและยั่งยืน

2.1.1 นโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

เพื่อให้บรรลุตามความมุ่งมั่น บริษัทมีนโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ดังนี้

นโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อม

- 1) ปกป้องสิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรธรรมชาติและพลังงานอย่างยั่งยืน คุ่มค่า มีประสิทธิภาพสูงสุด ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย รวมทั้งป้องกันและควบคุมมลพิษที่แหล่งกำเนิด
- 2) ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง อย่างเคร่งครัด
- 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานและผู้เกี่ยวข้อง มีความรู้ความเข้าใจ รวมทั้งสร้างความตระหนักใน การร่วมกันรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- 4) ปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยการกำหนด ติดตาม และบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแผนงานการจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กร

2.1.2 หน่วยงานรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

บริษัทแต่งตั้งฝ่ายบริหารการจัดการสิ่งแวดล้อม หรือ Environmental Management Representative: EMR และคณะทำงานการจัดการสิ่งแวดล้อม (หรือ Environmental Management System: EMS Team) ของโรงงานทั้ง 4 สาขา ซึ่งคณะทำงาน ประกอบไปด้วย ตัวแทนฝ่ายโรงงาน ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบุคคล โดยมีผู้จัดการโรงงานแต่ละสาขา ดำรงตำแหน่งเป็น EMR และรายงานตรงต่อผู้จัดการทั่วไปของโรงงานแต่ละสาขา

2.1.3 เป้าหมายการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร
 บริษัทมีเป้าหมายภาพรวมด้านสิ่งแวดล้อมที่จะดำเนินการ ดังนี้

1. อุตสาหกรรมสีเขียว หรือ Green Industry

- การพัฒนาให้ทุกโรงงานเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 ภายในปี พ.ศ.2567
- การร่วมส่งเสริมและพัฒนาในคู่ค้าหลัก (ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบ แพคเกจจิ้งที่ใช้ผลิตสินค้า) ให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 1 ในปี 2567 และระดับ 2 ในปี 2568 ตามลำดับ

2. โรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ หรือ Eco Factory

- ระดับ Gold Awards จำนวน 3 โรงงาน ภายในปี 2568



2.1.4 การมีส่วนร่วมของผู้บริหารและพนักงานในการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการสิ่งแวดล้อม ตามความมุ่งมั่นในนโยบายสิ่งแวดล้อม บริษัทได้ถ่ายทอด ส่งเสริม และติดตามให้พนักงานทุกคนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ปฏิบัติตามอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งเผยแพร่สู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสาธารณชนทั่วไปได้รับทราบ อีกทั้งยังสนับสนุนให้พนักงานภายในองค์กรทุกคนมีส่วนร่วมในเรื่องสิ่งแวดล้อม และบริษัทยังเข้าร่วมการจัดทำมาตรฐาน ISO 14001:2015 ซึ่งเป็นมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

สำหรับผลการดำเนินงาน ทางสถานประกอบการ สาขา 2 พุทธมณฑลสาย 5 ได้รับการรับรองเป็นโรงงานอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) ระดับ 2 เมื่อ 24 มกราคม 2565 ทำให้ปัจจุบันโรงงานของบริษัททั้ง 4 โรงงานได้รับการรับรองอยู่ในอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 2 และ ระดับ 3 และสถานประกอบการ สาขา 2 พุทธมณฑลสาย 5 ยังได้รับการรับรองเป็นโรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศที่มีคุณค่าต่อสังคม ระดับ Silver Awards อีกด้วย แสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานของบริษัทที่คำนึงถึงมิติความสมดุลและประสิทธิภาพเชิงนิเวศรอบด้าน (Eco Factory)

การแต่งตั้งฝ่ายบริหารการจัดการสิ่งแวดล้อม หรือ EMR และคณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อม หรือ EMS ซึ่งมีส่วนร่วมและหน้าที่ ดังนี้

หน้าที่ความรับผิดชอบของ EMR

1. มั่นใจว่าระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐาน ISO 14001:2015 และได้รับการนำไปปฏิบัติ อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ติดตาม ทบทวน และรายงานสมรรถนะของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Performance of EMS) รวมทั้งสมรรถนะด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Performance) และสิ่งที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขต่อผู้บริหารระดับสูงอย่างสม่ำเสมอ

3. ให้คำปรึกษาแนะนำคณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS Team) พิจารณาหาสาเหตุ แก้ไขปัญหา รวมทั้งสิ่งที่ไม่สอดคล้องตามข้อกำหนดของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม
4. ติดตามตรวจสอบการบรรลุตามความต้องการในกฎหมายและข้อบังคับที่ต้องดำเนินการให้สอดคล้อง

หน้าที่ความรับผิดชอบของ EMS Team

1. มั่นใจว่าระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐาน ISO 14001:2015 และได้รับการนำไปปฏิบัติในหน่วยงานที่รับผิดชอบ อย่างมีประสิทธิภาพ
2. แจกแจง ประเมินนัยสำคัญ สื่อสารและปรับปรุง ลักษณะปัญหาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความเสี่ยงและโอกาสด้านสิ่งแวดล้อมในหน่วยงานที่รับผิดชอบ
3. ดำเนินการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม และสิ่งที่ไม่สอดคล้องตามข้อกำหนด อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ดำเนินการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบ ปฏิบัติตามนโยบายวัตถุประสงค์และแผนการดำเนินงาน มาตรการปรับปรุง และการควบคุมการปฏิบัติงาน
5. ติดตามตรวจสอบการบรรลุตามความต้องการในกฎหมายและข้อบังคับที่ต้องดำเนินการให้สอดคล้องในหน่วยงานที่รับผิดชอบ
6. ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงสมรรถนะของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Performance of EMS) รวมทั้งสมรรถนะด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Performance) และสิ่งที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขต่อตัวแทนฝ่ายบริหารการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMR)
7. จัดให้มีบรรยากาศการทำงานที่ส่งเสริมให้พนักงานและผู้เกี่ยวข้องทุกคนมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

2.2 การใช้พลังงานไฟฟ้าและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ



2.2.1 นโยบายด้านการจัดการพลังงาน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ จึงมุ่งเน้นให้มีแนวทางปฏิบัติการอนุรักษ์พลังงานแก่พนักงานภายในองค์กร เพื่อทำให้พนักงาน ทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินการอนุรักษ์พลังงาน และปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน ซึ่งมุ่งไปสู่เป้าหมายการ ลดค่าใช้จ่ายของบริษัท และการประหยัดพลังงานตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่งมีรายละเอียดแสดงดังต่อไปนี้

1. การอนุรักษ์พลังงานถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานขององค์กร และผู้บริหารองค์กรต้องให้ความสำคัญในการปฏิบัติการจัดการพลังงาน
2. ทางบริษัทสนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน โดยการปฏิบัติตามแนวทางการจัดการพลังงาน เพื่อมุ่งเน้นการลดการใช้พลังงาน และต้นทุนการผลิต
3. ทางบริษัทกำหนดให้มีการนำเสนอแผนการอนุรักษ์พลังงานจากแผนงานต่าง ๆ เพื่อร่วมพิจารณาตั้งเป็นเป้าหมายดัชนีการใช้พลังงานของบริษัท โดยมีกรอบทบทวนเป้าหมายตามการใช้พลังงานที่เหมาะสม

- มุ่งเน้นปฏิบัติตามแนวทางการจัดการพลังงานของ พ.ร.บ.ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2550) เพื่อให้มีการอนุรักษ์พลังงานภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
- กำหนดให้มีการทบทวนนโยบายการจัดการพลังงาน เป้าหมายลดการใช้พลังงาน และแผนปฏิบัติงานการอนุรักษ์พลังงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- ส่งเสริมให้มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจแก่พนักงานภายในองค์กร เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานและแนวทางปฏิบัติเป็นไปในแนวทางเดียวกัน
- ทำการพัฒนาประสิทธิภาพการใช้พลังงานขององค์กร เพื่อมุ่งไปสู่การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า

2.2.2 เป้าหมายการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า

บริษัทมีตั้งเป้าหมายการลดการใช้ไฟฟ้าจากการไฟฟ้าลง ร้อยละ 0.05 ทุกปีเมื่อเทียบกับยอดขาย (Electricity Use/Sales)

2.2.3 การดำเนินงานด้านการจัดการพลังงานและการวัดผล

บริษัทสนับสนุนให้พนักงานภายในองค์กรทุกคนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน โดยให้มีการนำเสนอแผนการอนุรักษ์พลังงานจากแผนกต่าง ๆ ตลอดจนการให้ความรู้ การอบรมแก่พนักงานและแนวทางปฏิบัติเพื่อให้เป็นแนวทางเดียวกัน อันมี ผู้บริหารให้การสนับสนุน และให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์พลังงานโดยภาพรวม บริษัทมีการใช้พลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้าฯ พลังงานจากแสงอาทิตย์ โดยมีรายงานแยกตามสถานประกอบการ ดังตารางด้านล่าง

ตารางการใช้ไฟฟ้าปี 2565 (หน่วย: เมกะจูล)

แหล่งพลังงาน	สาขา 0001 ถ.เศรษฐกิจ	สาขา 0002 พุทธมณฑลสาย 5	สาขา 0003 อ้อมน้อย	สาขา 0004 ราชบุรี	รวม
พลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้าฯ	15,503,616	11,897,467	35,768,261	18,229,248	81,398,592
พลังงานจากแสงอาทิตย์	1,642,370	95,969	2,972,059	4,134,660	8,845,058

ตารางการใช้ไฟฟ้าปี 2564 (หน่วย: เมกะจูล)

แหล่งพลังงาน	สาขา 0001 ถ.เศรษฐกิจ	สาขา 0002 พุทธมณฑลสาย 5	สาขา 0003 อ้อมน้อย	สาขา 0004 ราชบุรี	รวม
พลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้าฯ	12,840,927	13,008,240	31,323,146	16,032,672	73,204,985
พลังงานจากแสงอาทิตย์	1,652,983	-	3,273,773	3,535,357	8,462,113

ผลจากการดำเนินงาน

ตารางเปรียบเทียบการใช้พลังงานไฟฟ้า

Energy Use (THB)	2021	2022	% Change
Electricity Use	72,663,439.61	96,157,364.83	32.33%
FT-Diff	-	(15,375,289.60)	100.00%
Clean Energy	(2,350,586.94)	(2,456,960.56)	4.53%
Adjusted Electricity Use	64,263,926.42	78,325,114.67	21.88%
Sales	4,357,885,081.34	5,556,144,507.43	27.5%
Adjusted Electricity Use/Sales	1.47%	1.41%	-0.06%
Clean Energy (MJ)	8,462,113	8,845,058	5.00%

จากที่บริษัทตั้งเป้าเพื่อลดการซื้อพลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้าลงร้อยละ 0.05 (Electricity use/Sales) ในปี 2565 บริษัทสามารถลดลงได้ ร้อยละ 0.06 (Electricity use/Sales) และใช้พลังงานบริสุทธิ์จากการติดตั้ง Solar roof เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปี 2564 ทำให้บริษัทสามารถประหยัดเงินค่าไฟฟ้าในปี 2565 จำนวน 2,456,960.56 บาท หรือเพิ่มขึ้น 4.53% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

อย่างไรก็ดี ในช่วงปลายปี 2565 การไฟฟ้ามีปรับขึ้นค่าไฟฟ้าผันแปรหรือ FT ทำให้ไม่สามารถเปรียบเทียบกันโดยตรงได้ ดังนั้น บริษัทจึงต้องทำการปรับปรุงยอดให้เท่ากับปีก่อนหน้าโดยการหักค่าไฟฟ้าส่วนต่าง จำนวน 15,375,289.60 บาท ซึ่งได้จากการนำค่าไฟฟ้าเฉลี่ยของปี 2565 หักลบกับค่าไฟฟ้าเฉลี่ยของปี 2564 และนำส่วนต่างมาคูณจำนวนหน่วยการใช้ไฟฟ้าของปี 2565

ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยปี 2565	4.25 บาท ต่อ kWh
ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยปี 2564	3.57 บาท ต่อ kWh
ส่วนต่าง	0.68 บาท ต่อ kWh
จำนวน kWh ปี 2565	22,610,720 kWh * 0.68 ยอดที่ปรับปรุง 15,375,289.60 บาท

ทั้งนี้ บริษัทได้เพิ่มการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ที่ สาขา พุทธมณฑลสาย 5 ทำให้มีการติดตั้งครบทั้ง 4 โรงงานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

2.3 การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3.1 นโยบายการจัดการน้ำ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของน้ำในทุกมิติ โดยมีเจตนารมณ์และความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมให้เกิดการเข้าถึงแหล่งน้ำที่สะอาดเพื่อการอุปโภคบริโภคอย่างถูกสุขอนามัย ภายใต้แนวคิดที่ว่า “หากไม่มีการบริหารจัดการน้ำที่ยั่งยืนอาจเกิดความเสียหายจากวิกฤติการณ์ขาดแคลนน้ำต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมถึงการดำเนินธุรกิจของบริษัท”

บริษัทได้กำหนดหลักปฏิบัติในการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

- 1) กำหนดให้น้ำเป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนหลักที่สำคัญทางธุรกิจ
- 2) บูรณาการความร่วมมือกันทั้งในบริษัทและบริษัทย่อย ในด้านการบริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ
- 3) ส่งเสริมโครงการประหยัดน้ำและมุ่งเน้นการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดการนำน้ำจืดจากแหล่งน้ำธรรมชาติมาใช้
- 4) ปฏิบัติตามข้อกำหนดและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการน้ำ เช่น การดึงน้ำมาใช้ และการระบายน้ำทิ้ง
- 5) ดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 5 ด้านการจัดการน้ำ และสุขาภิบาล (Clean water and sanitation)
- 6) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยให้ความรู้รวมถึงสร้างความตระหนักรู้ด้านการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนและการอนุรักษ์น้ำ

2.3.2 เป้าหมายการลดการใช้น้ำ

บริษัทมีตั้งเป้าหมายภาพรวมอัตราน้ำใช้ต่อหน่วยการผลิตลดลง 5% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2564)

2.3.3 การดำเนินงานด้านการจัดการน้ำและการวัดผล

บริษัทมีการควบคุมการปล่อยน้ำทิ้งจากโรงงานผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ในระบบการบำบัดน้ำเสีย โดยทุกขั้นตอนจะมีการวิเคราะห์ความเป็นกรด-ด่าง และตรวจวัดคุณภาพน้ำทิ้งก่อนปล่อยออกจากโรงงาน จึงทำให้ผลการดำเนินงานอัตราน้ำใช้ของบริษัท ต่อหน่วยการผลิตลดลง 5.41% ซึ่งทำได้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

2.3.4 การจัดการความเสี่ยงด้านการใช้น้ำ

บริษัทดำเนินการจัดการความเสี่ยงด้านการใช้น้ำดังต่อไปนี้

2.3.4.1 นโยบายการจัดการความเสี่ยงด้านการใช้น้ำ

บริษัทกำหนดหลักปฏิบัติในการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมีสาระสำคัญที่เกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงด้านการใช้น้ำ ดังนี้

- 1) มีการบริหารความเสี่ยงจากภาวะวิกฤติและความตึงเครียดจากน้ำ (Water Stress) โดยการประเมินความเสี่ยง ทั้งโอกาสเกิดและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงกำหนดมาตรการและแผนรองรับภาวะวิกฤติและความตึงเครียดจากน้ำอย่างเพียงพอเหมาะสม
- 2) มีระบบติดตามและตรวจสอบการบริหารความเสี่ยงจากภาวะวิกฤติและความตึงเครียดจากน้ำ (Water Stress) รวมถึงประเมินการใช้น้ำทั้งทางตรงและทางอ้อมตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ บริษัทและติดตามความเพียงพอของน้ำบริเวณพื้นที่ลุ่มน้ำในเขตพื้นที่ดำเนินงานผลิตของบริษัท โดยพนักงานทุกระดับของบริษัทมีหน้าที่สนับสนุน ผลักดัน และให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตาม นโยบาย เพื่อมุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย

2.3.4.2 รายงานปริมาณการใช้น้ำแยกตามสถานประกอบการ

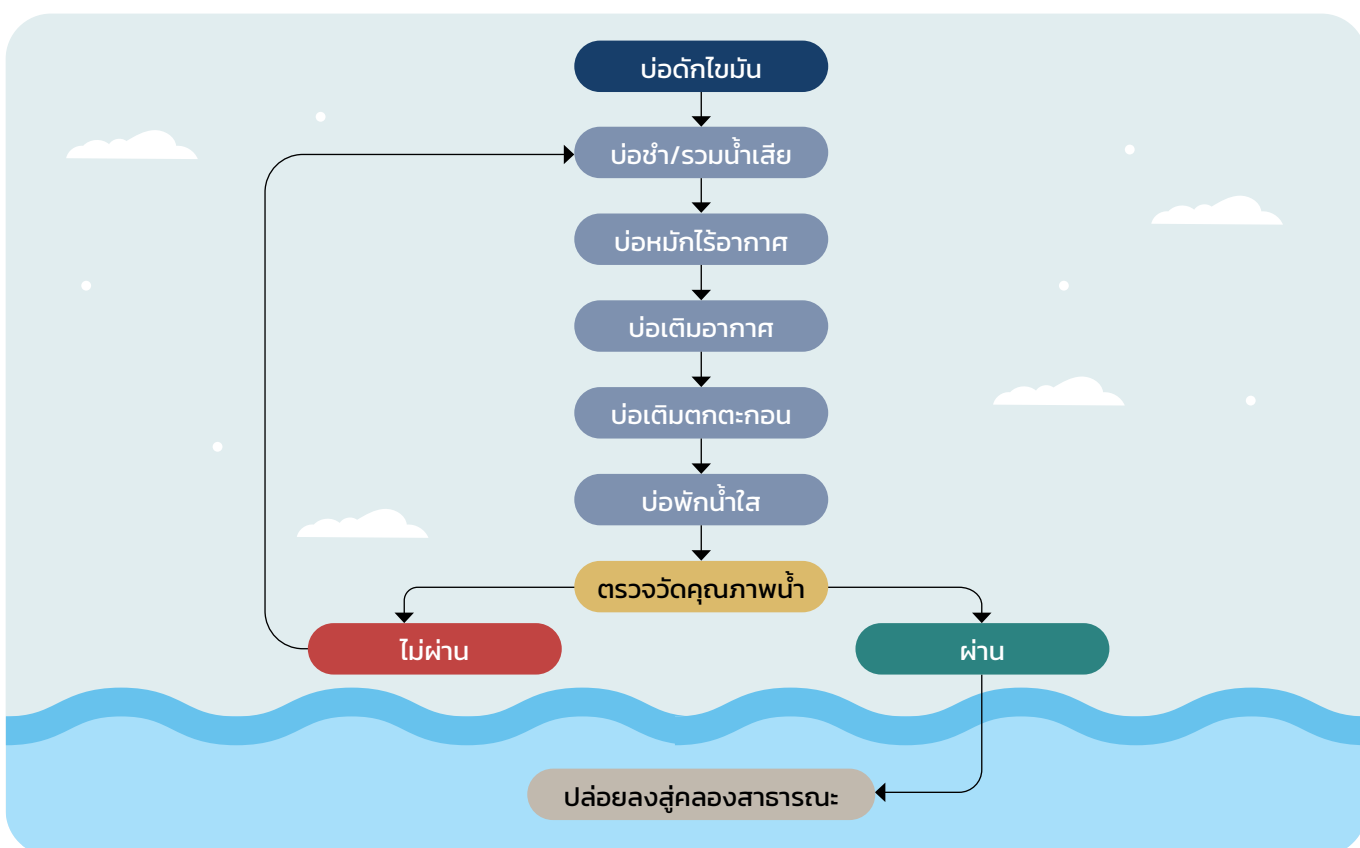
โดยภาพรวม บริษัทมีการใช้น้ำจากแหล่งน้ำทั้ง 3 แหล่ง ได้แก่ น้ำประปา น้ำบาดาล และน้ำผิวดิน โดยมีรายงานแยกตามสถานประกอบการ ดังตารางด้านล่าง

(หน่วย: ลบ.ม.)

แหล่งน้ำ	สาขา 0001	สาขา 0002	สาขา 0003	สาขา 0004	รวม
น้ำประปา	1,493	6,128	626	-	8,247
น้ำบาดาล	97,456	29,716	115,759	-	242,931
น้ำผิวดิน	-	-	-	233,709	233,709
รวม	98,949	35,844	116,385	233,709	484,887

2.3.4.3 การจัดการน้ำเสียและชุมชน

บริษัทมีการจัดการควบคุมการระบายน้ำเสีย โดยมีระบบบำบัดซึ่งสามารถจัดการน้ำทิ้งให้มีคุณสมบัติ เป็นไปตามกำหนดมาตรฐานน้ำทิ้งที่ระบายออกจากโรงงานตามกระทรวงอุตสาหกรรมกำหนด เช่น pH 5.5-9.0 ค่า BOD ไม่เกิน 20 มิลลิกรัมต่อลิตร ค่า COD ไม่เกิน 120 มิลลิกรัมต่อลิตร เป็นต้น โดยระบบบำบัดน้ำเสียที่ใช้เป็นแบบฟิล์มตรึง (Fixed film) ซึ่งเป็นระบบที่สามารถควบคุมการทำงานได้ง่าย และใช้พลังงานในการเดินระบบต่ำ ซึ่งมีผังกระบวนการทำงาน ดังรูป



ทั้งนี้ ขั้นตอนการตรวจวัดคุณภาพน้ำ ก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัทจะทำการเก็บตัวอย่างน้ำเสียและส่งตรวจยังบริษัทเอกชน ซึ่งเป็นบริษัท หรือห้องแล็บที่ได้รับการขึ้นทะเบียนห้องปฏิบัติการวิเคราะห์เอกชนตามการรับรองของกรมโรงงานอุตสาหกรรมแล้ว หากผลการตรวจผ่าน จึงจะทำการปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะได้ต่อไป

2.3.4.4 รายงานความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำสำหรับกระบวนการผลิต

บริษัทมีการจัดทำแผนรองรับเหตุฉุกเฉินจากความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม และทบทวนตามรอบเวลาโดยความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำ เป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่บริษัทให้ความสำคัญ บริษัทได้จัดทำรายงานความเสี่ยง โดยระบุปัจจัยเสี่ยง/สาเหตุ ผลกระทบ และมาตรการจัดการความเสี่ยง ดังนี้

ปัจจัยเสี่ยง/สาเหตุ: เมื่อมีการใช้น้ำเกินกว่าการใช้น้ำต่อวันสูงสุด (จากการเก็บข้อมูลการใช้น้ำสูงสุดต่อวัน ในช่วงที่กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นสูง)

ผลกระทบที่สำคัญ: โល်ผลิตหยุดชะงัก

มาตรการจัดการความเสี่ยง:

1. เนื่องจากบริษัทมีหลายสาขา หากสาขาในจังหวัดสมุทรสาครเกิดภัยแล้ง หรือขาดแคลน จะมีการนำน้ำเข้ามาจากสาขา 0004 ราชบุรี ซึ่งเป็นแหล่งน้ำผิวดินที่สามารถรองรับกระบวนการผลิตให้สามารถดำเนินการต่อไปได้ ไม่หยุดชะงัก และในทำนองเดียวกัน หากสาขาในจังหวัดราชบุรีเกิดภัยแล้ง หรือขาดแคลน สามารถนำน้ำจากทั้ง 3 สาขา ในจังหวัดสมุทรสาครไปสนับสนุนได้
2. ลดกำลังการผลิตลง โดยไม่เป็นการส่งผลกระทบต่อลูกค้าและการจัดจำหน่าย เนื่องจากบริษัท มีการเก็บสินค้าคงคลังที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าเป็นจำนวน 1 สัปดาห์

2.4 การกำจัดของเสียที่เกิดจากกระบวนการธุรกิจ

2.4.1 นโยบายการจัดการของเสียจากกระบวนการธุรกิจ

บริษัทมีนโยบายในการจัดการขยะอย่างยั่งยืน โดยลดปริมาณการสูญเสียจากกระบวนการผลิตที่ต้องทิ้ง ร่วมกับลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ทั้งที่เป็นกระดาษ พลาสติกที่เกินความจำเป็น และ/ หรือ ใช้ครั้งเดียว เพื่อลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบ โดยการแสวงหาแนวทางในการนำขยะมาใช้ประโยชน์ รวมถึงการนำขยะมาหมุนเวียนเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับของเสียที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด

2.4.2 เป้าหมายการลดปริมาณของเสียจากกระบวนการธุรกิจ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการลดปริมาณของเสีย โดยในกระบวนการผลิตมีการตั้งเป้าหมายของเสียต้องไม่เกินจากที่กำหนด ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทผลิตภัณฑ์ และสถานประกอบการ โดยมีระบุชัดเจนในคู่มือปฏิบัติงาน หรือ Work Instruction : WI เพื่อเป็นการสื่อสารให้พนักงานร่วมปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน

2.4.3 การดำเนินงานด้านการจัดการของเสียจากกระบวนการธุรกิจและการวัดผล

บริษัทมีมาตรการ/แนวปฏิบัติการบริหารจัดการกำจัดของเสีย โดยแบ่งตามประเภทของเสีย ขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย

รายละเอียดปรากฏตามตารางด้านล่างนี้

ตารางแสดงมาตรการ/แนวปฏิบัติการบริหารจัดการกำจัดของเสีย

ประเภทของเสีย	ตัวอย่าง	วิธีการกำจัด
ขยะทั่วไป	เศษปลา เศษแป้ง บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ ขยะจากโรงอาหารและบ้านพักพนักงาน ฯลฯ	<ul style="list-style-type: none"> ให้หน่วยงานภายนอกกำจัดโดยการนำขยะจากโรงอาหารและบ้านพักพนักงาน ฯลฯ ไปขายเป็นอาหารสัตว์
ขยะรีไซเคิล	กล่อง ถ้วย จาน ชาม ฯลฯ	<ul style="list-style-type: none"> เก็บรวบรวมและส่งต่อให้หน่วยงานภายนอกนำไปกำจัด ให้ถูกวิธี ทำลายบรรจุภัณฑ์ให้เสียสภาพและส่งต่อให้หน่วยงานภายนอกนำไปรีไซเคิล
ขยะอันตราย	สารเคมีในห้องปฏิบัติการ สารเคมีที่ใช้ในการทำควมสะอาด ภาชนะบรรจุสารเคมี ตลับหมึก ฯลฯ	<ul style="list-style-type: none"> เจือจางด้วยน้ำก่อนเข้าสู่กระบวนการบำบัด ฯลฯ นำใส่ขวดบรรจุสารเคมีและทิ้งไว้ในบริเวณที่กำหนด ส่งไปยังหน่วยงานภายนอกที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงาน อุตสาหกรรม เพื่อดำเนินการกำจัด

อีกทั้ง บันทึกปริมาณหรือน้ำหนักของเสียทุกประเภทเอาไว้ และนำเสนอบันทึกข้อมูลที่ได้ต่อคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังมีเจ้าหน้าที่คอยควบคุม ดูแล และทำความสะอาด ภายในบริเวณที่มีการเก็บรวบรวมของเสีย ตลอดจนติดต่อประสานงานให้หน่วยงานภายนอกเข้ามาจัดเก็บของเสียประเภทต่าง ๆ โดยของเสียที่ถูกนำส่งออกนอกบริเวณโรงงานจะต้องได้รับการควบคุม ดูแล และจัดการให้เป็นไปตามที่กฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ได้ระบุไว้อย่างเคร่งครัดโดยปริมาณของเสียจากวัตถุดิบหลักและบรรจุภัณฑ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตแสดงในตารางด้านล่าง

(หน่วย: ลบ.ม.)

แหล่งพลังงาน	สาขา 0001 ถ.เศรษฐกิจ	สาขา 0002 พุทธมณฑลสาย 5	สาขา 0003 อ้อมน้อย	สาขา 0004 ราชบุรี	รวม
วัตถุดิบหลัก	19,822	-	113	2,405	22,340
บรรจุภัณฑ์	4,655	6,330	40,438	12,317	63,740
รวม	24,477	6,330	40,551	14,722	86,080

ในส่วนของวิธีการจัดการของเสีย เบื้องต้น จะแยกประเภทออกเป็นของเสียอันตราย และของเสียไม่อันตรายและวิธีการกำจัดจะเป็นไปตามที่กรมโรงงานอุตสาหกรรมกำหนด ตลอดจนผู้รับเหมาที่รับกำจัด ได้แก่ บริษัท เบตเตอร์ เวิลด์ ทรานสปอร์ต จำกัด และ บริษัท เบตเตอร์ เวิลด์ กรีน จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทรับกำจัดที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมแล้ว

กิจกรรมเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการของเสีย

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญ และได้จัดโครงการต้นแบบของบริษัท ในการมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยสอดคล้องกับนโยบายสิ่งแวดล้อมของบริษัท ระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO ซึ่งจัดกิจกรรมนี้ขึ้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2565 รายละเอียดมีดังนี้

ชื่อกิจกรรม: ฮาวทูทิง...ขยะให้ถูกสี

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานในการคัดแยกขยะก่อนทิ้งทุกครั้ง
- เพื่อจัดระบบการแยกขยะตามประเภทต่าง ๆ เพื่อลดภาระในการกำจัดขยะให้น้อยที่สุด
- เพื่อสร้างพฤติกรรมตามหลักการ 3RS : REDUCE REUSE AND RECYCLE ให้กับพนักงาน

การดำเนินการ

ในแต่ละสาขาได้มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ พนักงานในเรื่องของการคัดแยกขยะเบื้องต้น จากนั้นทุกสาขาได้มีการนำขยะที่ผ่านการคัดแยก ได้แก่ ขวดแก้ว ขวดพลาสติก กระป๋องอลูมิเนียม เป็นต้น ไปจำหน่าย ซึ่งเงินที่ได้รับหลังหักค่าดำเนินการแล้ว ได้นำไปซื้ออาหาร และเครื่องใช้ต่าง ๆ ตลอดจนของรางวัลในกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่พนักงานต่อไป

ผังการดำเนินการ (รูปตัวอย่างจากสาขา 0003 อ้อมน้อย)



ประโยชน์ที่ได้รับ

- การลด คัดแยกและนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด จะส่งผลให้ปริมาณขยะลดลงในภาพรวมของประเทศ และเป็นการแก้ไขปัญหาผลกระทบจากขยะต่อประชาชนและสิ่งแวดล้อมได้
- เงินที่ได้นำไปใช้จัดกิจกรรมและสวัสดิการแก่พนักงานต่อไป ทำให้บริษัทลดค่าใช้จ่าย และพนักงานได้รับการสนับสนุนทางสวัสดิการ
- โดยภาพรวมข้างต้น ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

รายละเอียด	สาขา 0001 ถ.เศรษฐกิจ	สาขา 0002 พุทธมณฑลสาย 5	สาขา 0003 อ้อมน้อย	สาขา 0004 ราชบุรี	รวม
ปริมาณขยะรีไซเคิลที่ขาย (กิโลกรัม)	25,368	16,664	8,821	1,221	52,074
จำนวนเงินที่ขายได้ หลังหัก ค่าดำเนินการ (บาท)	19,309	16,664	12,737	5,328	54,038
การนำเงินไปใช้	ใช้จัดกิจกรรมภายใน ต่าง ๆ และซื้อเครื่อง ใช้ต่าง ๆ เป็น สวัสดิการให้พนักงาน	ซื้อของขวัญ จับฉลากพนักงาน ปีใหม่และนำไป ทำกิจกรรมรางวัล ฮาวทูทิง	ใช้จัดกิจกรรม ภายในต่าง ๆ และ เป็นสวัสดิการให้ พนักงาน	ใช้จัดกิจกรรม ภายในต่าง ๆ และ เป็นสวัสดิการให้ พนักงาน	



ปัจจุบัน ในแต่ละสาขาเองได้มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ พนักงานในเรื่องของการคัดแยกขยะเบื้องต้น และยังมี การดำเนินการคัดแยกขยะเพื่อ จัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง

2.5 การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

2.5.1 นโยบายการจัดการก๊าซเรือนกระจก

บริษัทพิจารณาและบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พัฒนารูริกิจสู่สังคมคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Society) โดยตั้งเป้าหมายเชิงปริมาณในการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการดำเนินธุรกิจต่อหน่วยการผลิต พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทาน เช่น เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้ประกอบการรายย่อย คู่ค้า ผู้จัดหาผลิตภัณฑ์หรือ บริการของบริษัท ในการลดผลกระทบและปรับตัวต่อการ เปลี่ยนแปลงต่อสภาพภูมิอากาศ ส่งเสริมการประเมินผล กระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนดำเนินกิจกรรมเพื่อลดการปล่อย ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และสนับสนุนโครงการการรับมือกับภัยพิบัติจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.5.2 เป้าหมายการจัดการก๊าซเรือนกระจก

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทลดลงจากปีฐาน ไม่น้อยกว่า 10% และเป็นศูนย์ (Net zero) ภายในปี พ.ศ. 2575 อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการเพิ่มการประเมิน Scope 3 และต้องการใช้ปี 2565 เป็นปีฐานซึ่งอยู่ระหว่างการประเมิน

2.5.3 การดำเนินงานด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจกและการวัดผล

บริษัทได้คำนวณและได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร หรือ Carbon Footprint for Organization: CFO กับองค์การบริหารจัดการ ก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม 2565 สำหรับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกปี 2564



2.6 การจัดการวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ

2.6.1 นโยบายการจัดการวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การพัฒนาวัตถุดิบที่ใช้ การสรรหาและพัฒนาผู้ค้าให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยบริษัท มุ่งมั่นในการผลักดันให้ผู้ค้าหลักได้ปฏิบัติตาม และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ แนวปฏิบัติของบริษัท ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชน มีการดูแลเอาใจเขามาใส่ใจเรา และความปลอดภัยของลูกค้า รวมถึงการให้ความสำคัญ ต่อการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

โดยบริษัทมีการจัดทำ “แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของผู้ค้า SNNP” หรือ “SNNP Supplier Sustainable Code of Conduct” ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

- วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ
- จริยธรรมทางธุรกิจ- ความรับผิดชอบต่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และ สิ่งแวดล้อม
- แรงงานและหลักสิทธิมนุษยชนสากล
- ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม
- การร้องเรียน

2.6.2 การตรวจสอบด้านบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม

ในการตรวจสอบผู้ค้าที่นำส่งวัตถุดิบและแพคเกจจิ้งที่ใช้ผลิตสินค้า ในด้านบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อมนั้น ทางหน่วยงานจัดซื้อ (ส่วนกลาง) มีแนวทางดำเนินการโดยให้หน่วยงานจัดซื้อ ในแต่ละสถานประกอบการประสาน และร้องขอเอกสารที่เกี่ยวข้องทางด้าน บรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม ไปยังผู้ค้าหลัก เพื่อนำมาตรวจสอบ โดยพิจารณาในด้านการปฏิบัติที่สอดคล้องกับแนวทางของบริษัท ตาม “แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของผู้ค้า SNNP” และพิจารณาต่อการพัฒนาผู้ค้าให้เป็นตามแนวทางการปฏิบัติ ดังกล่าว

2.6.3 กระบวนการจัดหาวัตถุดิบตามหลักบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม

แนวทางปฏิบัติเบื้องต้น ในกระบวนการจัดหา ใช้วิธีดำเนินการเช่นเดียวกับการตรวจสอบ โดยทางหน่วยงานจัดซื้อ จะสรรหาผู้ค้าหลัก ที่มีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับแนวทางของบริษัทตาม “แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของผู้ค้า SNNP” เป็นการคัดสรรผู้ค้าหลักในเบื้องต้น

3. มิติสังคม

3.1 การเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชนอย่างเคร่งครัด โดยเชื่อว่ามนุษย์ทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันโดยกำเนิด รวมไปถึงการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลที่ต้องได้รับความเท่าเทียมกันในการปฏิบัติและสิทธิประโยชน์ที่พนักงานพึงได้รับตามกฎหมายแรงงาน นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่า และมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนให้องค์กรเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยได้กำหนดนโยบายด้านทรัพยากรบุคคลไว้อย่างชัดเจน และให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงานในการพัฒนาความรู้ความสามารถให้มีความเชี่ยวชาญ การให้ผลตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม การดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตลอดจนบริษัทได้ส่งเสริมการสร้างความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจและสังคมโดยให้การสนับสนุนความรู้ วัสดุ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้กับคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างโอกาสในการมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีเศรษฐกิจที่มั่นคงในสังคมท้องถิ่นของตนเองอย่างยั่งยืน

3.1.1 นโยบายด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทมีอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม โดยยึดมั่นในหลักจริยธรรมทางธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับความรับผิดชอบต่อสังคม คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตามหลักบรรษัทภิบาลและจรรยาบรรณบริษัท ในด้านการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนตลอดกระบวนการดำเนินธุรกิจ บริษัทได้ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียภายใต้หลักสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลอย่างต่อเนื่องและเคร่งครัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนและปฏิบัติตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights : UDHR) แห่งสหประชาชาติ หลักการข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact : UNGC) หลักปฏิบัติของสหประชาชาติว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights : UNGP) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (The International Labor Organization Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work : ILO) รวมถึงกฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทประกอบธุรกิจ

3.1.2 แนวทางการปฏิบัติเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีแนวทางเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างแท้จริง ในปี 2565 บริษัทได้กำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนขึ้น เพื่อส่งเสริมการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท โดยนโยบายนี้มีผลบังคับใช้กับบริษัท ศรีนิทานาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อยและบริษัทในเครือที่บริษัทเป็นเจ้าของและควบคุมการปฏิบัติงาน ทั้งนี้บริษัทมุ่งมั่นในการทำงานและสนับสนุนให้คู่ค้าธุรกิจ ตลอดจนทั้งห่วงโซ่อุปทาน ให้ปฏิบัติต่อพนักงานของตนเอง ผู้มีส่วนได้เสียและมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนรอบข้างสอดคล้องกับหลักสิทธิมนุษยชน

นอกจากนี้ ในปี 2565 บริษัทได้เริ่มมีการปรับปรุงแบบการสมัครงานของพนักงานใหม่ โดยในประกาศรับสมัครงานจะไม่มีการระบุเพศและในแบบฟอร์มใบสมัครงานไม่มีจำกัดทางเลือกในการให้ข้อมูลว่าเฉพาะเพศชายหรือหญิง โดยปรับเป็นรูปแบบการให้ข้อมูลแบบเปิดหรือหากผู้สมัครไม่ต้องการระบุเพศที่ชัดเจนก็สามารถทำได้ โดยบริษัทไม่มีการเลือกปฏิบัติหรือกีดกันต่อผู้สมัครไม่ว่าจะมีเพศสภาพหรือสถานะแบบใด และปฏิบัติต่อกันด้วยความเสมอภาคเท่าเทียม รวมถึงสนับสนุนการใช้สิทธิเสรีภาพของพนักงานในการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางในการจัดสวัสดิการที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน ผ่านการจัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการด้วย

สามารถดู “นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน” ในเว็บไซต์

สามารถดู “นโยบาย
ด้านสิทธิมนุษยชน”
ในเว็บไซต์



<https://investor.snp.co.th/storage/download/corporate-governance/20220523-human-rights-th.pdf>

3.1.3 กระบวนการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนและการรับข้อร้องเรียน

ในปี 2565 บริษัทไม่มีข้อร้องเรียนด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน และไม่พบเหตุการณ์ที่มีการใช้แรงงานภาคบังคับ ตลอดจนการใช้แรงงานเด็ก

3.2 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมและการดูแลพนักงาน

3.2.1 การเจ็บป่วย และขาดงานของพนักงาน

บริษัทมุ่งมั่นธำรงรักษาไว้ซึ่งสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจที่แข็งแรงสมบูรณ์ของพนักงาน ตลอดจนความเป็นอยู่ที่ดีร่วมกัน ป้องกันมิให้พนักงานมีสุขภาพอนามัยที่เสื่อมโทรมหรือผิดปกติ เนื่องจากสภาพหรือสภาวะการทำงานที่ผิดปกติหรือโรคภัยต่าง ๆ และยังคงดำเนินการปกป้องคุ้มครองพนักงานมิให้มีการทำงานที่เสี่ยงอันตรายหรือเกิดโรคภัยไข้เจ็บ มีการจัดการสภาพสิ่งแวดล้อมในการทำงานให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพความต้องการของร่างกายและจิตใจของพนักงาน

ในปี 2565 บริษัทมีสถิติการลาป่วยของพนักงานรายเดือน (ไม่ใช่กรณีอุบัติเหตุจากการทำงาน) สรุปดังนี้

วันลาป่วยของพนักงานรวมทั้งปี จำนวน 36,516.00 ชั่วโมง คิดเป็น Absenteeism Rate = 1.98%
 ทั้งนี้ จำนวนพนักงานเฉลี่ย ปี 2565 = 774 คน และจำนวนวันที่ต้องปฏิบัติงาน 298 วัน หรือ 2,384 ชั่วโมง



$$\text{Absenteeism Rate} = \frac{100 \times (\text{จำนวนพนักงานทั้งหมด} \times \text{จำนวนชั่วโมงที่มีการลาป่วย})}{(\text{จำนวนพนักงานทั้งหมด} \times \text{จำนวนชั่วโมงการทำงานทั้งหมด})}$$

3.2.2 คณะกรรมการสวัสดิการแรงงาน

บริษัทกำหนดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ ตาม พรบ.คุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 เพื่อให้พนักงานได้เสนอความคิดเห็นและเสนอแนวทางในการจัดสวัสดิการที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน โดยกำหนดให้คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ มีหน้าที่ในการร่วมหารือกับนายจ้างเพื่อจัดสวัสดิการให้แก่ลูกจ้าง ให้คำปรึกษาหารือ และเสนอแนะความเห็นแก่นายจ้างในการจัดสวัสดิการสำหรับลูกจ้าง และตรวจตรา ควบคุม ดูแล การจัดการสวัสดิการที่นายจ้างจัดให้แก่ลูกจ้าง ตลอดจนเสนอข้อคิดเห็น และแนวทางในการจัดสวัสดิการที่เป็นประโยชน์สำหรับลูกจ้างต่อคณะกรรมการสวัสดิการแรงงาน โดยจัดให้มีการประชุมคณะกรรมการ อย่างน้อย 3 เดือนต่อครั้ง

ข้อมูลคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ

สำนักงาน	วาระการดำรงตำแหน่ง (2 ปี)
คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ สำนักงานใหญ่	18 ก.ย. 65-17 ก.ย. 67
คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ สาขา 00001	02 ส.ค. 64-01 ส.ค. 66
คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ สาขา 00002	18 ก.ย. 65-17 ก.ย. 67
คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ สาขา 00003	29 ก.ค. 64-28 ก.ค. 66
คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ สาขา 00004	02 ก.พ. 65-01 ก.พ.67

การตรวจสุขภาพประจำปี และห้องพยาบาล

นอกจากการจัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ บริษัทได้จัดให้มีห้องพยาบาลที่ให้คำปรึกษาด้านการป้องกัน และการรักษาสุขภาพร่างกาย การตรวจสุขภาพร่างกาย ประจำปีจากโรงพยาบาลชั้นนำ การประกันสุขภาพ พร้อมทั้งการจัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งให้พนักงานสามารถเลือกการออมได้ตามความสามารถของแต่ละคน เป็นต้น โครงการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นก็เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงานทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา โดยบริษัทเชื่อมั่นว่าบุคลากรที่มีความสุขจะทำงานได้อย่างมีความสุขและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อพนักงานและบริษัทเองด้วย



สวัสดิการบริษัท SNNP

สวัสดิการกลุ่ม SNNP	สวัสดิการที่ได้รับตามประเภทพนักงาน	
	พนักงานรายเดือน	พนักงานรายวัน
การประกันชีวิต และค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องจากอุบัติเหตุ	✓	-
ประกันสุขภาพกลุ่ม	✓	-
ห้องพยาบาล	✓	✓
การตรวจร่างกายประจำปี	✓	✓
กองทุนเงินทดแทน	✓	✓
กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	✓	-
กองทุนประกันสังคม	✓	✓
การช่วยเหลืองานศพ	✓	✓
ชุดฟอร์มพนักงาน	✓	✓
หอพักพนักงาน	✓	✓
จัดอาหารราคาถูกจำหน่ายให้พนักงาน	✓	✓
การเลี้ยงสังสรรค์ประจำปี	✓	✓

เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2566-2567 จัดหาสวัสดิการเงินกู้ หรือจัดหาแหล่งเงินกู้สำหรับพนักงาน อาทิ สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ สินเชื่อเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ สวัสดิการเงินกู้ และ/หรือ จัดหาแหล่งเงินกู้เพื่อบ้านอยู่อาศัย ต่อเติมบ้าน และซ่อมแซมบ้านสวัสดิการเงินกู้เพื่อกรณีฉุกเฉิน และเงินกู้บรรเทาภาวะการครองชีพ เป็นต้น

3.2.3 การสรรหา ค่าตอบแทน อัตราการลาออก และการส่งเสริมผู้ด้อยโอกาส

การสรรหา

บริษัทมีนโยบายการสรรหาว่าจ้างพนักงานอย่างชัดเจน โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลมีหน้าที่ในการจัดหาเครื่องมือที่เหมาะสมในการรับสมัครและคัดสรรพนักงาน ส่วนการตัดสินใจว่าจ้างเป็นความรับผิดชอบของผู้บริหารในสังกัดนั้น ๆ นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายการเลื่อนตำแหน่ง หรือโยกย้ายตำแหน่งจากภายในบริษัทในกรณีที่ไม่มีตำแหน่งว่างเพื่อความเหมาะสม ความต่อเนื่องและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายของบริษัท

ผลการดำเนินงาน ปี 2565 ด้วยสถานการณ์ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในปี 2565 บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับวิธีปฏิบัติในการจ้างงานอย่างปลอดภัย ทั้งกับผู้สมัครและพนักงาน โดยเน้นการคัดกรองและการสัมภาษณ์เบื้องต้นทางโทรศัพท์หรือผ่านวิดีโอคอลก่อน และเมื่อผู้สมัครได้เข้ามาติดต่อที่สำนักงานของบริษัทก็จัดให้มีการดำเนินการตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 อย่างเคร่งครัด

ปัจจุบันบริษัทมีพนักงานทั้งหมด 5 สาขา (รวมสำนักงานใหญ่) มีพนักงานจำนวนทั้งสิ้น 4,210 คน (รวมคณะผู้บริหาร 18 คน) โดยแยกตาม เพศ ช่วงอายุ และเกณฑ์ความหลากหลายอื่น ๆ มีรายละเอียด ดังนี้

เกณฑ์องค์ประกอบพนักงาน	ปี 2563		ปี 2564		ปี 2565	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนพนักงานทั้งหมด	3,192	100	2,755	100	4,210	100
ประเภทพนักงาน						
รายเดือน	812	25.44	764	27.73	792	18.81
รายวัน	2,380	74.56	1,991	72.27	3,418	81.19
เพศ						
ชาย	1,348	42.23	1,144	41.52	1,547	36.75
หญิง	1,844	57.77	1,611	58.48	2,663	63.25
สัญชาติ						
ไทย	1,308	40.98	1,270	46.1	1,416	33.63
ต่างชาติ	1,884	59.02	1,485	53.9	2,794	66.37
ช่วงอายุ						
อายุ < น้อยกว่า 30 ปี	1,333	41.76	1,065	38.66	2,150	51.07
อายุ 31 – 40 ปี	1,229	38.5	1,010	36.66	1,501	35.65
อายุ 41 ปีขึ้นไป	630	19.74	680	24.68	559	13.28

หมายเหตุ

- 1) จำนวนพนักงาน หมายถึง พนักงานรายเดือน และพนักงานรายวัน
- 2) จำนวนและอัตราการลาออกของพนักงาน นับรวมเกษียณอายุ เกษียณก่อนกำหนด ถึงแก่กรรม ไม่บรรจุ สละสิทธิ์ และเลิกจ้างทุกกรณี
- 3) สัดส่วนร้อยละที่แสดงในตารางเป็นสัดส่วนที่คำนวณเทียบกับจำนวนของพนักงานทั้งหมดในแต่ละปี

เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2566-2567 จัดทำแผนสรรหาในเชิงรุก โดยการเดินสายประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ (Roadshow) และทำ Job Fair ตามมหาวิทยาลัยกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้รู้จัก และอยากร่วมงานกับบริษัท อาทิเช่น การเปิดรับนักศึกษาฝึกงาน การขยายช่องทางการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทออกไปยังสถาบันการศึกษาต่าง ๆ รวมทั้งพัฒนาเว็บไซต์การรับสมัครงาน เพิ่มความถี่ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Social Media เช่น Facebook / Line เป็นต้น

คำตอบแทน

บริษัทมีนโยบายในการให้ค่าตอบแทนที่ดี มีโครงสร้างที่เป็นธรรม และมีผลในการจูงใจให้กับพนักงาน ได้แก่ เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส เงินจูงใจต่าง ๆ เช่น เบี้ยขยัน ค่าความรับผิดชอบ ค่าตำแหน่งงาน ตลอดจนเงินสมทบกองทุนประกันสังคม นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการออมในระยะยาวเพื่อเสริมสร้างสุขภาพทางการเงินเมื่อพ้นวัยทำงาน หรือเกษียณอายุให้แก่พนักงาน ได้แก่ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งสมาชิกจะจ่ายเงินสะสมเข้ากองทุนในอัตราเดียวกันกับอัตราเงินสมทบของนายจ้าง เริ่มต้นในอัตราร้อยละ 2 หรือสูงสุดในอัตราร้อยละ 15 ขึ้นอยู่กับความสมัครใจของสมาชิก

ผลการดำเนินงาน ปี 2565 จากรายงานข้อมูลสถิติสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ของพนักงานในปี 2565 พบว่ามีพนักงานสมัครสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ 431 คน คิดเป็นร้อยละ 54.42 ซึ่งในปี 2564 มีพนักงานสมัครสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ 440 คน คิดเป็นร้อยละ 57.59 ลดลงร้อยละ 3.17

ข้อมูลสถิติสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

พนักงาน	ปี 2563		ปี 2564		ปี 2565	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนพนักงานทั้งหมด	812	100	764	100	792	100
จำนวนสมาชิกกองทุนฯ	461	56.77	440	57.59	431	54.42

หมายเหตุ

- 1) จำนวนพนักงานทั้งหมด หมายถึง พนักงานรายเดือน
- 2) สัดส่วนร้อยละที่แสดงในตารางเป็นสัดส่วนที่คำนวณเทียบกับจำนวนของพนักงานทั้งหมดในแต่ละปี

เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2566-2567 เพิ่มสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ภายในปี 2567

ค่าจ้างแรงงาน ในปี 2565 บริษัทได้ปรับอัตราค่าจ้างแรงงานให้เป็นไปตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ 19 กันยายน 2565 เรื่องอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ (ฉบับที่ 11) จากอัตราเดิม 331 บาท/วัน เป็น 353 บาท/วัน (สำนักงานใหญ่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และสาขาในจังหวัดสมุทรสาคร) และอัตราเดิม 315 บาท/วัน เป็น 332 บาท/วัน (สาขาในจังหวัดราชบุรี)

นอกจากนี้บริษัทยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ สู่อุปการะบริหารทรัพยากรบุคคล โดยการพัฒนาโปรแกรม Tiger soft ให้สามารถดาวน์โหลดผ่านโทรศัพท์มือถือ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับพนักงานในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เช่น วันหยุดประจำปี สวัสดิการต่าง ๆ รวมถึงพนักงานสามารถตรวจสอบข้อมูลของตนเอง อาทิเช่น ข้อมูลการลา และเวลาการทำงานซึ่งเป็นข้อมูลเฉพาะบุคคล ผ่านทางช่องทางนี้ได้อีกด้วย

อัตราการลาออก

ในปี 2565 อัตราการลาออกของพนักงานรายเดือน เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 2.89 และอัตราการลาออกของพนักงานรายวัน ลดลงจากปี 2564 ร้อยละ 4.79

อัตราการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน

พนักงาน	พนักงานเข้าใหม่ขององค์กร						พนักงานออกจากองค์กร					
	ปี 2563		ปี 2564		ปี 2565		ปี 2563		ปี 2564		ปี 2565	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนพนักงานทั้งหมด	3,192	100	2,755	100	4,210	100	3,192	100	2,755	100	4,210	100
พนักงานรายเดือน	812	25.44	764	27.73	792	18.81	812	25.44	764	27.73	792	18.81
พนักงานรายวัน	2,380	74.56	1,991	72.27	3,418	81.19	2,380	74.56	1,991	72.27	3,418	81.19
จำนวนการเปลี่ยนแปลง						จำนวนการเปลี่ยนแปลง						
พนักงานรายเดือน	91	11.21	120	15.71	145	18.31	149	18.35	111	14.53	138	17.42
พนักงานรายวัน	716	30.08	430	21.6	2,454	71.8	1,329	55.84	685	34.4	1,012	29.61

เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2566 - 2567 : ลดอัตราการลาออกของพนักงานรายเดือน ไม่เกิน 10% และพนักงานรายวัน ไม่เกิน 30% ในปี 2567

การส่งเสริมผู้ด้อยโอกาส

บริษัทมีการส่งเสริมผู้ด้อยโอกาส โดยจัดให้มีการจ้างงานคนพิการ ซึ่งในปี 2565 มีการจ้างงานผู้พิการตามมาตรา 33 จำนวน 12 คน และมีการจ้างงานผู้พิการ ตามมาตรา 35 จำนวน 17 คน ซึ่งเป็นผู้พิการทางด้านร่างกาย การเคลื่อนไหว และการได้ยิน รวมจำนวนการจ้างงานผู้พิการทั้งสิ้น 29 คน ครบตามสัดส่วนร้อยละ 1 ของพนักงานทั้งหมด ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2556

ข้อมูลการจ้างงานผู้พิการ

ข้อมูลผู้พิการ	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
สมาคมคนพิการ จ.นครปฐม (มาตรา 35)	30	18	17
การจ้างงานโดยตรง (มาตรา 33)	14	12	12
รวมผู้พิการ	44	30	29

3.3 การพัฒนาศักยภาพ และโอกาสในการเติบโตของบุคลากร

3.3.1 การวิเคราะห์ความจำเป็นในการพัฒนาและการประเมินผลการพัฒนา

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเพิ่มพูนทักษะการทำงานของพนักงาน (Upskill) จึงได้จัดทำแผนฝึกอบรมประจำปีสำหรับพนักงานในองค์กร โดยแยกตามแต่ละสายงาน มีการวางแผนการฝึกอบรม การระบุชื่อหลักสูตร กลุ่มเป้าหมายพนักงานที่ต้องเข้ารับการฝึกอบรมในหลักสูตรนั้น ๆ รวมไปถึงระยะเวลาที่จะต้องเข้ารับการฝึกอบรม อีกทั้งบริษัทได้กำหนดระเบียบปฏิบัติเรื่องขั้นตอนการฝึกอบรมไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้พนักงานใช้เป็นแนวทางการดำเนินงาน ด้วยถือว่าการอบรมเป็นเรื่องสำคัญสำหรับพนักงานทุกคน

3.3.2 เป้าหมายการพัฒนาบุคลากร

บริษัทได้ตั้งเป้าหมายการพัฒนาบุคลากร ปี 2566-2567 มุ่งหวังให้พนักงานเข้ารับการฝึกอบรม ร้อยละ 60 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และมีชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 10 ชั่วโมง/คน/ปี ภายในปี 2567

นอกจากนี้ จะดำเนินการปรับปรุงแผนพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โดยพิจารณาจากทิศทางกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ เป้าหมาย วิสัยทัศน์ และ พันธกิจขององค์กร เพื่อให้สามารถพัฒนาบุคลากรเพื่อความก้าวหน้าและเป็นเลิศในสายอาชีพ พัฒนาทักษะและความสามารถเพื่อก้าวสู่ความเป็นผู้นำองค์กร ตลอดจนการพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูงในการขึ้นสู่ตำแหน่งสำคัญขององค์กรในอนาคตและเตรียมพร้อมกับการแข่งขัน โดยการพัฒนาทักษะการทำงานใหม่ (Reskill) การยกระดับทักษะที่มีอยู่ให้ดียิ่งขึ้น (Upskills) และการสร้างทักษะใหม่ที่จำเป็นเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ (New Skill) เพื่อให้บุคลากรมีความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านธุรกิจ และเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นตลอดเวลา ตลอดจนเพื่อใช้เป็นแม่บทในการดำเนินการด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างมีมาตรฐานในระยะยาว

3.3.3 การฝึกอบรมและพัฒนา

ในปี 2565 ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ยังคงมีอยู่ ในปี 2565 ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ยังคงใช้รูปแบบการฝึกอบรมสำหรับพนักงาน โดยมุ่งเน้นไปที่การอบรมแบบ In-House Training เป็นหลัก โดยยังคงหลักสูตรที่สำคัญ ๆ สำหรับการปฏิบัติงานเอาไว้ด้วย อาทิ เรื่อง ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการปฏิบัติงาน การพัฒนาทักษะและเทคนิคการปฏิบัติตามสายวิชาชีพที่จำเป็นในแต่ละรอบปี เป็นต้น โดยในปี 2565 บริษัทส่งพนักงานเข้าอบรมทั้งสิ้น 1,124 คน คิดเป็นสัดส่วน 30% ของจำนวนพนักงานเฉลี่ยทั้งปี และมีจำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ย 6 ชั่วโมง/คน/ปี

การฝึกอบรม และพัฒนาพนักงาน

ข้อมูลการฝึกอบรมของพนักงาน	ปี 2563 ชั่วโมง/คน/ปี	ปี 2564 ชั่วโมง/คน/ปี	ปี 2565 ชั่วโมง/คน/ปี
พนักงานได้รับการฝึกอบรม (ร้อยละ)	10	20	30
จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ย (ชม./คน/ปี)	6	6	6

3.3.4 ประโยชน์จากการพัฒนา

นอกจากการอบรมเพื่อให้ความรู้ในระดับต่าง ๆ ตามแผนการฝึกอบรมประจำปีแล้วนั้น บริษัทยังส่งเสริมให้มีโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดค่าใช้จ่าย สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัท

หลักสูตร/โครงการ	ประโยชน์ต่อธุรกิจ	ประโยชน์เชิงปริมาณที่บริษัทได้รับ
ปรับปรุงใบมีดเครื่องตัดปลาเส้น	ลดต้นทุนการสั่งซื้อวัตถุดิบ	เศษปลาลดลง 8,340 kg./ปี และก๊าซเรือนกระจกลดลง 5,727 kg CO ₂ e/ปี
ปรับปรุงเครื่องซีล (Seal)	ลดต้นทุนการสั่งซื้อวัตถุดิบ	เศษบรรจุภัณฑ์ลดลง 3,432 kg./ปี และก๊าซเรือนกระจกลดลง 6,709 kg CO ₂ e/ปี
คัดแยกขยะ	ลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะ	ขยะทั่วไปลดลงร้อยละ 10/เดือน

การฝึกอบรม หลักสูตรจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14000:2015



การฝึกอบรมหลักสูตร ดับเพลิงขั้นต้นและฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ



การฝึกอบรมหลักสูตร สุขลักษณะส่วนบุคคลในการผลิตอาหาร



การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการคัดแยกขยะ



3.4 การจูงใจ และการรักษาพนักงาน

การที่บริษัทจะได้พนักงานหนึ่งคนมาร่วมงานด้วยนั้น ต้องผ่านกระบวนการต่าง ๆ หลายขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การสรรหา การคัดเลือก การสัมภาษณ์ และการพัฒนา ซึ่งแต่ละขั้นตอนบริษัทได้ใช้ทรัพยากรทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ดังนั้นหากบริษัทมีอัตราการลาออกของพนักงานที่สูง ก็จะทำให้บริษัทต้องสูญเสียทรัพยากรเพื่อสรรหาพนักงานทดแทน อีกทั้งพนักงานที่มีความสามารถยังเป็นปัจจัยหลักที่จะช่วยสร้างผลการดำเนินงานให้บรรลุวิสัยทัศน์ได้อย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการรักษาพนักงานอย่างมาก

3.4.1 แนวทางและเกณฑ์การประเมินผลการทำงานของพนักงาน

บริษัทนำระบบบริหารผลการปฏิบัติงานมาใช้ ซึ่งนอกจากจะมุ่งหวังให้เกิดความสอดคล้องของวัตถุประสงค์และ เป้าหมายการทำงาน ในทุกระดับ และทำให้พนักงานมองเห็นถึงคุณค่าในงานของตนที่มีต่อการสร้างความสำเร็จให้กับบริษัทแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมให้พนักงานได้ใช้ความสามารถของตนอย่างเต็มที่เพื่อปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุ เป้าหมาย รวมทั้งได้รับข้อมูลป้อนกลับและการชี้แนะจากผู้บังคับบัญชา เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนด้วย

บริษัทจัดให้มีการประเมินผลงานประจำปี ซึ่งหัวข้อการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีจะมาจากเป้าหมายของบริษัท โดยแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัย คือ คะแนนผลการดำเนินงานส่วนบุคคล (KPI) ในสัดส่วนร้อยละ 50 เป็นการประเมินวัดความสำเร็จของงานตามบทบาท หรือหน้าที่ตามตำแหน่งที่รับผิดชอบ รวมถึงงานที่ได้รับมอบหมายพิเศษ คะแนนพฤติกรรมการทำงานที่พึงประสงค์ซึ่งประเมินจากหัวหน้างานโดยตรง ในสัดส่วนร้อยละ 30 โดยพิจารณาจากสมรรถนะหลัก (Core Competency) ที่บริษัทกำหนดไว้ 6 ด้าน ได้แก่ 1) การมุ่งความสำเร็จ 2) ความสามารถในการเรียนรู้ 3) การทำงานเป็นทีม 4) คุณธรรมและความโปร่งใสในการทำงาน 5) การมีวิสัยทัศน์ และ 6) การขับเคลื่อนทีมงาน และสุดท้ายคะแนนความสม่ำเสมอของการมาปฏิบัติงานตลอดปี ในสัดส่วนร้อยละ 20 โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 2 ครั้งต่อปี คือ ครั้งที่ 1 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 30 มิถุนายน และครั้งที่ 2 ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม ถึง 31 ธันวาคม

ในปี 2565 พนักงานได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานร้อยละ 100 (เป้าหมายร้อยละ 100) และผลการประเมินการปฏิบัติงานร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมด มีผลงานอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน (เกรด B) ตามที่บริษัทกำหนดไว้

3.4.2 สิทธิประโยชน์ของพนักงานที่ได้รับจากการประเมิน

ผลการประเมินการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงาน บริษัทนำมาใช้ในการพัฒนา การปรับปรุงผลการปฏิบัติงานวิธีการทำงาน หรือจัดหาเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงาน ตลอดจนการพิจารณาให้เงินรางวัล (โบนัส) การเลื่อนตำแหน่ง และการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับพนักงาน

ในปี 2565 พนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานสูงกว่ามาตรฐานมาก (เกรด A) บริษัทพิจารณาให้เงินรางวัล (โบนัส) ในอัตราพิเศษ และพิจารณาเลื่อนตำแหน่ง ตลอดจนปรับค่าตอบแทนในอัตราที่เหมาะสม

นอกจากการให้สิทธิประโยชน์ เช่น เงินโบนัส ผลการประเมินการปฏิบัติงานจะทำให้พนักงานทราบว่า “ผลการปฏิบัติงานเป็นอย่างไร อยู่ในระดับใด” โดยพนักงานที่มีผลประเมินการปฏิบัติงานต่ำกว่ามาตรฐานจะได้รับการดูแลและรับคำแนะนำจากหัวหน้างานอย่างใกล้ชิด ซึ่งรวมถึงการจัดทำแผนการพัฒนาบุคคลด้วย เมื่อพนักงานมีผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามความคาดหวังของบริษัทจะสนับสนุนให้มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานสูงขึ้น อันจะส่งผลถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานของบริษัทและความสำเร็จของการปฏิบัติงานตามแผนธุรกิจของบริษัทโดยรวม อย่างไรก็ตาม หากพบว่าพนักงานมีผลการปฏิบัติงานต่ำกว่ามาตรฐานอย่างต่อเนื่อง ฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะมีหน้าที่ให้คำแนะนำกับหน่วยงานและพนักงานที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาแนวทางเพิ่มเติมเป็นรายการพัฒนาทักษะและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งรวมไปถึงการพิจารณาปรับเปลี่ยนงานให้เหมาะสมกับคุณสมบัติและความสนใจของพนักงานต่อไป

3.5 ความพึงพอใจ และความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

3.5.1 เป้าหมายระดับความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กร

ในปี 2565 บริษัทได้ศึกษาการกระจายตัวของพนักงานโดยแบ่งตามช่วงอายุ (Generation) เพื่อนำมาจัดทำแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยพบว่าพนักงานในกลุ่ม Generation Y และ Z คิดเป็นร้อยละ 86.95 ของพนักงานทั้งหมด ดังนั้นความหลากหลายของช่วงอายุจึงเป็นความท้าทายอย่างยิ่งที่บริษัทต้องบริหารจัดการและตอบสนองต่อความคาดหวัง ทักษะคิ วิถีชีวิตที่แตกต่างกันของพนักงาน รวมทั้งสร้างสมดุลระหว่างการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และบรรยากาศการทำงานที่มีความสุข เพื่อให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กรมากขึ้น

จากการสำรวจความพึงพอใจ และความผูกพันที่พนักงานมีต่อองค์กร มีพนักงานที่ร่วมทำแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 774 คน พบว่าผลการสำรวจความพึงพอใจ และความผูกพันที่พนักงานมีต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ ที่มีคะแนนเต็ม 5 สรุปได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน จำนวน 12 ด้าน ดังนี้

ลำดับที่	ด้าน	ค่าเฉลี่ย
1	ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	3.14
2	ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	3.19
3	ด้านการได้รับการยอมรับ	3.38
4	ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ	3.45
5	ด้านชีวิตส่วนตัว	3.47
6	ด้านนโยบายและการบริหารงานขององค์กร	3.5
7	ด้านความรับผิดชอบในงาน	3.51
8	ด้านความมั่นคงในการทำงาน	3.54
9	ด้านลักษณะงานที่ทำ	3.63
10	ด้านความสำเร็จในการทำงาน	3.71
11	การบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล	3.74
12	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	3.85

ค่าเฉลี่ยความผูกพันของพนักงาน จำนวน 3 ด้าน ดังนี้

ลำดับที่	ด้าน	ค่าเฉลี่ย
1	ด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร	3.49
2	ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์กร	3.58
3	ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร	3.74

3.5.2 ผลจากการประเมินและแนวทางปฏิบัติ

ในปี 2565 บริษัทได้นำผลการสำรวจความพึงพอใจ และความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรมาวิเคราะห์ พบว่าค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีคะแนนต่ำสุด 3.14 คะแนน และค่าเฉลี่ยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีคะแนนต่ำสุด 3.49 คะแนน

แนวทางการดำเนินงานด้านความพึงพอใจ และความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ปี 2566-2567 ดำเนินการจัดทำแผนความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) เพื่อให้พนักงานได้เห็นถึงความก้าวหน้าในสายอาชีพ ให้มีความรู้ ทักษะ และความสามารถที่ต้องพัฒนาตนเอง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานและมีความผูกพันต่อองค์กร ให้แล้วเสร็จในปี 2567 ตลอดจนการมุ่งเน้นการเข้าถึงพนักงานเพื่อรับฟังความคิดเห็นของพนักงานแยกเป็นสายงานและระดับงาน โดยใช้การสื่อสารที่ทั่วถึงผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ให้มากขึ้น อาทิ

- ✔ กิจกรรม Site Visit โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคล เพื่อสื่อสารกับพนักงานในเรื่องหลักเกณฑ์การประเมินผลงานและการปรับระดับงาน รวมถึงทบทวนหลักเกณฑ์สวัสดิการต่าง ๆ ของบริษัทให้พนักงานได้เข้าใจ
- ✔ กิจกรรมเพื่อสื่อสารทิศทางการดำเนินธุรกิจ ความเคลื่อนไหวในองค์กร และข่าวสารต่าง ๆ ให้พนักงานทราบอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ของบริษัท ระบบ Outlook แอปพลิเคชัน Line รวมทั้งการสื่อสารโดยตรงจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้จัดการและรองกรรมการผู้จัดการ เป็นต้น

- ✔ กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับพนักงาน โดยผ่านโครงการต่าง ๆ ของบริษัทให้มากขึ้น เช่น โครงการบริจาคโลหิต โครงการ 5 ส. โครงการทำบุญประจำปีสำนักงานและสาขา เป็นต้น

3.6 สุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมของการทำงาน

3.6.1 งานอาชีพและสุขอนามัยของพนักงาน

บริษัทกำหนดให้มั่นนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และแนวปฏิบัติในการดำเนินการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อม เพื่อให้พนักงาน และผู้ให้บริการภายนอกที่ปฏิบัติงานในพื้นที่สำนักงานของบริษัท ตลอดจนผู้มาติดต่อมีความปลอดภัยและสุขภาพอนามัยที่ดีในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องตามพระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2554 และตามกฎหมายกระทรวงกำหนดมาตรฐานในการบริหารการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2549

บริษัทกำหนดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของสถานประกอบกิจการ โดยให้คณะกรรมการมีหน้าที่พิจารณานโยบายและแผนงานด้านความปลอดภัยในการทำงาน เพื่อป้องกันและลดการเกิดอุบัติเหตุ การประสบอันตราย การเจ็บป่วย หรือการเกิดเหตุเดือดร้อนรำคาญอันเนื่องมาจากการทำงาน หรือความปลอดภัยในการทำงาน รายงานและเสนอแนะมาตรการหรือแนวทางปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมายเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงานและมาตรฐานความปลอดภัยในการทำงาน พิจารณาโครงการหรือแผนการฝึกอบรม ตลอดจนสำรวจการปฏิบัติการด้านความปลอดภัยในการทำงาน และตรวจสอบสถิติการประสบอันตรายที่เกิดขึ้น อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง และรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี รวมทั้งระบุปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการเมื่อปฏิบัติหน้าที่ครบหนึ่งปี โดยองค์ประกอบของ คณะกรรมการ ประกอบด้วย ประธานกรรมการ ซึ่งเป็นนายจ้าง หรือผู้แทนนายจ้างระดับบริหาร ผู้แทนนายจ้างระดับบังคับบัญชา ผู้แทนลูกจ้าง เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับวิชาชีพ หรือผู้แทนนายจ้างระดับบังคับบัญชาเป็นกรรมการและเลขานุการ โดยพนักงานระดับปฏิบัติการได้แก่ พนักงานประจำและพนักงานสัญญาจ้าง สามารถมีส่วนร่วมเป็นผู้แทนในคณะกรรมการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 95 ของจำนวนแรงงานทั้งหมด

สำนักงาน	วาระการดำรงตำแหน่ง (2 ปี)
คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย สำนักงานใหญ่	18 ก.ย. 65-17 ก.ย. 67
คณะกรรมการสวัสดิการความปลอดภัย อาชีวอนามัย สาขา 00001	21 ก.ค. 65-20 ก.ค. 67
คณะกรรมการสวัสดิการความปลอดภัย อาชีวอนามัย สาขา 00002	20 ก.ย. 65-19 ก.ย. 67
คณะกรรมการสวัสดิการความปลอดภัย อาชีวอนามัย สาขา 00003	29 ก.ค. 64-28 ก.ค. 66
คณะกรรมการสวัสดิการความปลอดภัย อาชีวอนามัย สาขา 00004	22 ม.ค. 65-21 ม.ค. 67

3.6.2 แนวทางป้องกันการเกิดเหตุร้ายจากการทำงาน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน ด้วยความปลอดภัยในการทำงานจะเกิดขึ้นได้จำเป็นต้องมีพนักงานทุกคนต้องเข้าใจและร่วมมือร่วมใจกัน ปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง ลดความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดอันตรายต่าง ๆ ทั้งกับตนเองและต่อผู้อื่น บริษัทจึงกำหนดให้พนักงานเข้าใหม่ทุกคนต้องอบรมเรียนรู้เรื่องการป้องกันอุบัติเหตุและความปลอดภัยในการทำงาน และกำหนดให้หัวข้อการเรียนรู้นี้เป็นเงื่อนไขในการผ่านทดลองงานด้วย รวมทั้งในการประชุมโรงงานทุกสัปดาห์จะมีกิจกรรม Safety Talk เพื่อย้ำเตือน พร้อมชี้ให้เห็นจุดเสี่ยงที่จะต้องทำการปรับปรุงแก้ไขและขยายผล และมีการเดินตรวจทั่วโรงงานจากคณะกรรมการความปลอดภัยเพื่อพิจารณาจุดเสี่ยงและวางแนวทางป้องกันแก้ไข ตลอดจนมีการระบุแนวทางการป้องกันอุบัติเหตุและให้ความรู้พนักงานอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางฝึกอบรมหลักสูตรด้านความปลอดภัยแก่ผู้ปฏิบัติงาน อาทิ

- ★ การฝึกอบรมหลักสูตรการขับรถโฟล์คลิฟท์-รถยก อย่างปลอดภัยและถูกวิธี ช่วยให้พนักงานมีทักษะและนำความรู้จากการอบรมไปเคลื่อนย้ายสิ่งของ/ผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบดูแลและบำรุงรักษาโฟล์คลิฟท์-รถยก เบื้องต้นได้อย่างถูกวิธีและปลอดภัย



★ การฝึกอบรมหลักสูตร ความปลอดภัยในการทำงานกับไฟฟ้าและเครื่องจักร เพื่อให้พนักงานผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับไฟฟ้า และเครื่องจักรได้อย่างปลอดภัย ทราบสาเหตุและการป้องกันอันตรายจากไฟฟ้าและอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคล ตลอดจนสามารถให้ความช่วยเหลือผู้ประสบอันตรายจากไฟฟ้าและการปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้



3.6.3 สถิติการบาดเจ็บและอัตราการเสียชีวิตจากการทำงาน

จากรายงานข้อมูลสถิติการบาดเจ็บ โรคจากการทำงาน และจำนวนผู้เสียชีวิตเนื่องจากการปฏิบัติงานของพนักงาน ในปี 2565 พบว่าพนักงานทั้ง 4 โรงงานที่ประสบอุบัติเหตุระหว่างการดำเนินงานมีทั้งสิ้น 69 คน ซึ่งลดลง จากปี พ.ศ. 2564 ที่มีพนักงานประสบอุบัติเหตุระหว่างการดำเนินงานทั้งสิ้น 71 คน และไม่มีพนักงานที่เสียชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน

สถิติการบาดเจ็บและอัตราการเสียชีวิตจากการทำงาน

ข้อมูล	หน่วย	ปี 2563				ปี 2564				ปี 2565			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
จำนวนการเกิดอุบัติเหตุ	คน	4	47	25	11	9	32	17	13	16	23	18	12
ความถี่ของการบาดเจ็บ	ครั้ง	0.94	28.62	9.03	8.99	2.49	22.39	6.1	15.64	3.59	8.84	4.31	8.42
อัตราความรุนแรงของการบาดเจ็บ	ครั้ง	11.27	145.53	51.65	26.17	9.98	-	71.76	24.85	18.86	103.45	24.91	34.38
อัตราความรุนแรงโดยเฉลี่ยของการบาดเจ็บ	วัน	12	5.09	5.72	2.91	4	5.28	11.76	1.58	5.25	11.7	5.78	4.08
ผู้เสียชีวิตจากการทำงาน	คน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ

IFR คือ Injury Frequency Rate หรือ อัตราความถี่ของการบาดเจ็บ
 = (จำนวนพนักงานทั้งหมดที่ได้รับบาดเจ็บต้องหยุดงาน X 1,000,000) / จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งสิ้นของพนักงานในหน่วยงานนั้น
 ISR คือ Injury Severity Rate หรือ อัตราความรุนแรงของการบาดเจ็บ
 = (จำนวนวันทำงานทั้งหมดที่พนักงานสูญเสียไปเนื่องจากการบาดเจ็บ X 1,000,000) / จำนวนชั่วโมงทั้งสิ้นของพนักงานในหน่วยงานนั้น
 ASI คือ Average Severity Index หรือ อัตราความรุนแรงโดยเฉลี่ยของการบาดเจ็บ
 = ISR/IFR หมายถึง อุบัติเหตุแต่ละครั้งที่เกิดขึ้นจะมีความรุนแรง ASI วัน

เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2566-2567 จำนวนการเกิดอุบัติเหตุทั้ง 4 โรงงานรวมกันไม่เกิน 50 ครั้ง/ปี ภายในปี 2567 และพนักงานเสียชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน อัตราร้อยละ 0

3.7 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางว่าองค์กรควรมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนในพื้นที่ดำเนินการ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าว ควรอยู่บนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสนับสนุนการพัฒนาชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งในรูปแบบส่วนบุคคลหรือกลุ่มบุคคลดังกล่าว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและเป็นการสะท้อนการเสริมสร้างค่านิยมประชาธิปไตย รวมถึงสนับสนุนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการทำงานร่วมกัน

3.7.1 การศึกษาผลกระทบจากการดำเนินงานและความต้องการของชุมชน

ในปี 2565 แม้ว่าสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ยังคงมีอยู่ ต้องเว้นระยะห่างทางสังคม แต่บริษัทยังคงมุ่งมั่นดูแลชุมชนรอบข้างควบคู่ไปกับการดำเนินงานที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นโครงการที่ก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างบริษัทกับชุมชน

ในปี 2565 บริษัทโดยสาขา 00003 ยังคงร่วมดำเนินโครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน หรือ CSR-DIW (Corporate Social Responsibility, Department of Industrial Work) โดยจัดกิจกรรมสานเสวนาร่วมกับชุมชนรอบโรงงานในรัศมี 5 กิโลเมตร เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาที่เป็นความต้องการของชุมชน ด้วยทักษะความรู้หรือกระบวนการทางธุรกิจของบริษัทโดยชุมชนหัวข้อ เป็นชุมชนที่เข้าร่วมกับบริษัท

ผลจากการสานเสวนา พบว่าความรู้ในเรื่องของความสะอาด สุขลักษณะ และการอยู่ร่วมกันของผู้ที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนซึ่งส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างชาติดังกล่าว เช่น พม่า ลาว และเขมร ยังมีความรู้ที่น้อย ก่อให้เกิดสุขลักษณะร่างกายที่ไม่สะอาด นำมาซึ่งโรคติดต่อต่าง ๆ ตามมาได้ง่าย อาทิเช่นโรคโควิด-19 นำไปสู่การจัดทำโครงการ จำนวน 2 โครงการ ได้แก่



“โครงการศรีนาทพร ห่วงใย ใส่ใจ ชุมชน”

เป็นโครงการที่มุ่งหวังเสริมสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้ผู้ที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนหัวข้อตระหนัก และให้ความสำคัญกับเรื่องของความสะอาด ความเป็นระเบียบ ข้อควรปฏิบัติในการอยู่ร่วมกัน เพื่อที่คนในชุมชนจะสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข และมีความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมที่ดีของชุมชน สำหรับแผนการอบรมที่บริษัทจัดทำขึ้นนั้น เป็นไปในรูปแบบของสื่อ ซึ่งชุมชนสามารถนำไปจัดให้มีการอบรมเผยแพร่ต่อไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ เป็นการบูรณาการเป้าประสงค์ของการมีคุณภาพชีวิต สุขภาพ สุขลักษณะ และการมีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี การส่งเสริมสุขภาพ เป็นพื้นฐานที่สำคัญ เนื่องจากชุมชนเป็นฐานที่ตั้งที่สำคัญสำหรับสุขภาพ หากสิ่งแวดล้อมของชุมชนมีความเสื่อมโทรม ก็จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพของคนในชุมชน นอกจากนี้การมีสุขภาพ สุขลักษณะ และสิ่งแวดล้อมที่ดี จัดเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนทุกคน

เป้าหมายที่ 1 : ผู้เช่าที่พักอาศัยอยู่ในหอพักชุมชน เข้ารับการอบรมด้านสุขลักษณะที่ดี ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของผู้เช่าทั้งหมด

ผลดำเนินงาน : จัดอบรมให้ความรู้ แก่ผู้ที่พักอาศัยอยู่ในหอพักบริเวณโรงงาน โดยมีผู้ที่พักอาศัยอยู่ในหอพัก ซึ่งทำงานอยู่โรงงานอื่น ๆ และเจ้าของหอพัก เข้าร่วม รับฟังการอบรม โดยจัดการอบรมแบ่งเป็นภาคเช้า-ภาคบ่าย ใช้สถานที่ 2 หอพักในการอบรม โดยมีผู้เช่าที่พักอาศัยอยู่ในหอพักชุมชน เข้ารับการอบรมด้านสุขลักษณะที่ดี ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของผู้เช่าทั้งหมด



เป้าหมายที่ 2 : เจ้าของหอพักในชุมชน ที่เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของผู้เข้าร่วมโครงการ

ผลดำเนินงาน : เจ้าของหอพักในชุมชน ที่เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นถึงร้อยละ 80

“โครงการศรีน่านพร ใส่ใจ หอพักเราน่าอยู่”

เป็นโครงการส่งเสริมให้พนักงานที่พักอาศัยในชุมชนดังกล่าว มีสุขลักษณะและมีสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานมีสุขภาพที่ดี ร่างกายแข็งแรง และไม่เจ็บป่วย และสามารถอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างมีความสุข ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ เป็นการบูรณาการเป้าประสงค์ของการมีคุณภาพชีวิต สุขภาพ สุขลักษณะ และการมีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี การส่งเสริมสุขภาพ เป็นพื้นฐานที่สำคัญ เนื่องจากพนักงานอาศัยอยู่ในชุมชนซึ่งเป็นฐานที่ตั้งที่สำคัญสำหรับสุขภาพ หากพนักงานไม่มีสุขลักษณะที่ดี สิ่งแวดล้อมของชุมชนก็จะมีชื่อเสียงเสื่อม ก็จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพของตัวพนักงาน

เป้าหมายที่ 1 : พนักงานที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนเข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมดที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนและหอพักในโรงงาน



ผลดำเนินงาน : จากการสำรวจพนักงานที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนมีจำนวน 375 คน และได้เข้ารับการอบรมจำนวน 375 คน คิดเป็น 100 % ซึ่งมากกว่าเป้าหมายที่กำหนดไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมดที่พักอาศัยอยู่ในชุมชน โดยจัดอบรมให้ความรู้ตามหัวข้อ ดังนี้

- อบรมให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับสุขลักษณะที่ดี
- อบรมเกี่ยวกับที่พักอาศัย
- อบรมเกี่ยวกับความเป็นอยู่ที่ดีการอยู่ร่วมกับชุมชน



เป้าหมายที่ 2 : พนักงานที่เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของผู้เข้าร่วมโครงการ

ผลดำเนินงาน : จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจต่อแผนงานโครงการห้องพักน่ายุติติดตามรวบรวมข้อมูลและสรุปประมวลผลโครงการ คิดเป็นร้อยละ 92 ของผู้เข้าร่วมโครงการซึ่งมากกว่าเป้าหมายที่กำหนดไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของผู้เข้าร่วมโครงการ

ทั้งนี้ในปี 2565 สาขา 00001 ยังได้เข้าร่วมโครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน หรือ CSR-DIW (Corporate Social Responsibility, Department of Industrial Work) เช่นเดียวกับสาขา 00003 เช่นกัน โดยการจัด “โครงการชุมชนสะอาด ทิ้งขยะไม่เกลื่อนกลาด ปราศจากน้ำหมาก” เป็นกิจกรรมที่บริษัทมีการนำขีดความสามารถขององค์กรและความชำนาญของพนักงานด้านความสามารถในการสื่อสารกับคนต่างดาว เนื่องจากบริษัทมีพนักงานต่างดาวจำนวนมาก และความรู้ในด้านสุขอนามัย เพื่อสร้างสุขอนามัยและสุขภาพที่ดี ลดโอกาสเจ็บป่วย และลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อจากขยะและน้ำหมากที่ทิ้งไม่ถูกสุขลักษณะ โดยใช้บุคลากร เทคโนโลยี อุปกรณ์ต่าง ๆ ในองค์กรมาปรับสอนให้กับผู้พักอาศัยในหอพัก ชุมชนหัวคู้ เพื่อให้ผู้พักอาศัยมีสุขอนามัยที่ดี และสุขภาพที่แข็งแรง และสามารถนำไปต่อยอดในการณรงค์และสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชน ทิ้งขยะให้ถูกที่และไม่บ้วนน้ำหมากตามทางเดิน มีระเบียบวินัยในการอยู่ร่วมกันในสังคม

เป้าหมายที่ 1: คนในชุมชนเข้าร่วมโครงการอย่างน้อย 30 คน

ผลดำเนินงาน : มีคนในชุมชนเข้าร่วมโครงการ 56 คน เป็นตามเป้าหมายที่กำหนดไว้



เป้าหมายที่ 2 : หอพักในชุมชนมีคู่มือระเบียบปฏิบัติตัวเพื่อใช้สื่อสารกับคนต่างด้าวที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่เป็นภาษาไทยและภาษาพม่า

ผลดำเนินงาน : หอพักในชุมชนมีกฎระเบียบเป็นภาษาไทย-พม่า และความรู้ความเข้าใจมากขึ้นในการรักษาความสะอาดบริเวณหน้าห้องพักและมีระเบียบวินัยในการอยู่ร่วมกับชุมชน

กฎระเบียบของหอพัก

1. ห้ามนำสัตว์เลี้ยงเข้ามาในหอพัก
2. ห้ามนำสัตว์เลี้ยงมาเล่นในบริเวณหน้าห้องพัก
3. ห้ามนำสัตว์เลี้ยงมาเล่นในบริเวณหน้าห้องพัก
4. ห้ามนำสัตว์เลี้ยงมาเล่นในบริเวณหน้าห้องพัก
5. ห้ามนำสัตว์เลี้ยงมาเล่นในบริเวณหน้าห้องพัก
6. ห้ามนำสัตว์เลี้ยงมาเล่นในบริเวณหน้าห้องพัก
7. ห้ามนำสัตว์เลี้ยงมาเล่นในบริเวณหน้าห้องพัก

วิธีสังเกตสิ่งผิดปกติ

1. สังเกตดูสีหน้าของผู้พัก
2. สังเกตดูท่าทางของผู้พัก
3. สังเกตดูเสียงของผู้พัก
4. สังเกตดูกลิ่นของผู้พัก
5. สังเกตดูการแต่งกายของผู้พัก
6. สังเกตดูการรับประทานอาหารของผู้พัก
7. สังเกตดูการทำความสะอาดของผู้พัก



ภาพคณะทำงานมอบกฎระเบียบภาษาไทย-พม่าให้หอพักในชุมชน



ภาพคณะทำงานมอบอุปกรณ์ทำความสะอาดให้หอพักในชุมชน



ทำป้ายรณรงค์ และติดป้ายการรักษาความสะอาดในชุมชน เพื่อสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชน

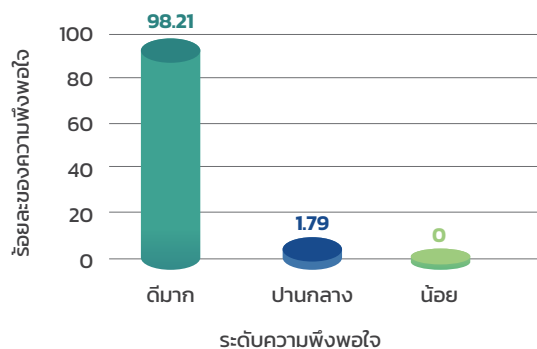


เป้าหมายที่ 3: ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในกิจกรรมร้อยละ 60 ของผู้เข้าร่วมโครงการ

ผลดำเนินงาน : ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในกิจกรรมร้อยละ 98.21 เป็นตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ร้อยละของความพึงพอใจในภาพรวมของแผนชุมชน

- ดีมาก
- ปานกลาง
- น้อย



นอกจากการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมผ่านโครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรม หรือ CSR-DIW (Corporate Social Responsibility, Department of Industrial Work) แล้วนั้นบริษัทยังดำเนินโครงการ “SNNP แบ่งปันด้วยใจเพื่อสังคมยั่งยืน” ซึ่งเป็นโครงการช่วยเหลือสังคมที่บริษัทดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาชุมชน และสังคม เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน อาทิเช่น มีส่วนร่วมในการสนับสนุนทุนการศึกษาสู่เยาวชนที่ขาดแคลน ส่งเสริมด้านสุขภาพของคนในชุมชนและสังคม ส่งเสริมสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีที่ดีงาม และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมกับประชาชนในชุมชนในหลากหลายกิจกรรม ได้แก่

การสนับสนุนการศึกษาสู่เยาวชน การศึกษาเป็นรากฐานสำคัญเพื่อการพัฒนาสังคม และประเทศชาติอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะเยาวชนที่ขาดโอกาสทางการศึกษา ปี 2565 SNNP ได้ให้ทุนการศึกษาของเยาวชนในหลากหลายโครงการ ประกอบด้วย การสนับสนุนทุนการศึกษา 120 ทุน เป็นเงิน 180,000 บาท ผ่านกองทุนธรรมาพัฒน์ โดย หลวงพ่อวิริยงค์ สิริธโร ให้แก่สถานศึกษาและนักเรียนในพื้นที่ อ.โคกศรีสุพรรณ จ.สกลนคร , ถวายผลิตภัณฑ์เจลล้างมือ ในการสอปนักธรรมโท – เอก ของคณะพระภิกษุและสามเณร ธรรมยุต จำนวน 506 รูป ณ วัดบวรนิเวศราชวรวิหาร และการสนับสนุนเสื้อกีฬา ให้กับนักเรียนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภายใต้ เป็นต้น



การสนับสนุนทุนการศึกษา 120 ทุน เป็นเงิน 180,000 บาท ผ่านกองทุนธรรมาพัฒน์ โดย หลวงพ่อวิริยงค์ สิริธโร



ถวายผลิตภัณฑ์เจลล้างมือ ในการสอปนักธรรมโท – เอก ของคณะพระภิกษุและสามเณร ธรรมยุต จำนวน 506 รูป ณ วัดบวรนิเวศราชวรวิหาร



การสนับสนุนเสื้อกีฬา และผลิตภัณฑ์ของบริษัท ให้กับนักเรียนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ร่วมอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรม บริษัทเล็งเห็นความสำคัญในการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ดั้งเดิม พร้อมส่งเสริมเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้ขยายผลกลายเป็นการเพิ่มมูลค่าให้ชุมชนได้และก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานในโรงงานกับประชาชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรมตามประเพณีต่าง ๆ อาทิ กิจกรรมบำรุงพุทธศาสนา บริษัทร่วมเป็นเจ้าภาพในการทอดกฐินสามัคคีและทอดผ้าป่า ประจำปี 2565 ในพื้นที่ จ.นครปฐม จำนวน 30 วัด และร่วมกิจกรรมงานแห่เทียนเข้าพรรษา ณ วัดอ้อมน้อย ตลอดจนออกโรงทาน ณ วัดศรีรัตนธรรมาราม อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เนื่องในวันวิสาขบูชา เพื่อร่วมสืบสานพระพุทธศาสนา และทำนุบำรุงวัด ซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนในชุมชน



กิจกรรมงานแห่เทียนเข้าพรรษา ณ วัดอ้อมน้อย



เจ้าภาพในการทอดกฐินสามัคคี และทอดผ้าป่า ประจำปี 2565

ออกโรงทาน ณ วัดศรีรัตนธรรมาราม อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เนื่องในวันวิสาขบูชา

สนับสนุนผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อส่งมอบให้กับหน่วยงานราชการต่าง ๆ เพื่อดำเนินกิจกรรมสาธารณสุขประโยชน์ และมอบให้กับบุคลากรทางการแพทย์ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการมอบกำลังใจ สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างราบรื่น เช่น สภากาชาดไทย โรงพยาบาลตำรวจ โรงพยาบาลพระมงกุฎฯ

มอบผลิตภัณฑ์บริษัท ให้ภาคบริการโลหิตแห่งชาติที่ 3 จ.ชลบุรี สภากาชาดไทย



มอบผลิตภัณฑ์บริษัท ให้เหล่ากาชาด จ.สมุทรสงคราม



มอบผลิตภัณฑ์บริษัท ให้โรงพยาบาลตำรวจ



มอบผลิตภัณฑ์บริษัท ให้กับมูลนิธิโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า ในพระราชูปถัมภ์ฯ ในโครงการพระมงกุฎร่วมใจ ต้านภัย Covid-19



มอบของให้กับอาสาสมัครจุดคัดกรองการแพร่ระบาดของ Covid-19 อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร

ทีมงานชุมชนสัมพันธ์ นอกเหนือจากบทบาทในการเป็นตัวแทนของบริษัท ในการติดต่อสื่อสารกับชุมชนโดยตรงแล้ว ทีมงานชุมชนสัมพันธ์ทำหน้าที่ช่วยเหลือดูแลความเป็นอยู่ของชุมชนรอบข้างในหลาย ๆ เรื่อง อาทิ การทำความสะอาดถนนสุขาภิบาล 2 ต. อ้อมน้อย อ. กระทุ่มแบน จ. สมุทรสาคร การบริจาคสิ่งของต่างๆ ตามที่ชุมชนร้องขอ เช่น ถังขยะชุมชน ตลอดจนการสนับสนุนส่งเสริมให้พนักงานของบริษัท เป็นอาสาสมัครบริการชุมชน

การทำความสะอาดถนนสุขาภิบาล 2 ต. อ้อมน้อย อ. กระทุ่มแบน จ. สมุทรสาคร



บริจาคถังวัตถุดิบเหลือใช้ ให้ชุมชนทั่วคู่ เพื่อใช้เป็นถังขยะสำหรับชุมชน



จัดส่งพนักงานบริษัท เข้าอบรมเป็นอาสาสมัครป้องกันภัย (อพปร.)

โครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการ SNNP มุ่งสร้างโอกาสและการปฏิบัติที่เท่าเทียมแก่ผู้พิการ เพื่อสามารถประกอบอาชีพ เลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ โดยในปี 2565 บริษัทมีการจ้างผู้พิการซึ่งอาศัยในพื้นที่จังหวัดนครปฐม และจังหวัดสมุทรสาคร รวมจำนวน 29 คน เข้าเป็นพนักงานของบริษัท ซึ่งเป็นไปตามที่พระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2556 กำหนด โดยผู้พิการทุกคนได้รับค่าตอบแทนที่ดี และยังได้รับสวัสดิการและสิทธิต่าง ๆ เท่าเทียมกับพนักงานทั่วไปของบริษัท และยังได้รับมอบหมายงานที่เหมาะสมกับผู้พิการให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างสะดวกและมีความปลอดภัย

 แบบรายงานผลการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการจ้างงานคนพิการ ประจำปี ..2565...		ส่วนที่ 2
รายงานผลการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการจ้างงาน ประจำปี ..2565... ข้าพเจ้า บริษัท / ห้างหุ้นส่วน / โรงเรียน/อื่นๆ บมจ. ศรีนาถพร มาร์เก็ตติ้ง สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เขต ภูเก็ต เลขทะเบียนนายจ้าง (ประกันสังคม) 1000166473		
การตรวจสอบเอกสารเบื้องต้น <input checked="" type="checkbox"/> เอกสารครบถ้วน	ตรวจสอบย้อนหลังพบว่า ยังไม่ได้ปฏิบัติตามกฎหมาย ปฏิบัติแต่ไม่ครบอัตราส่วน.....	
โทรศัพท์ 02-106-9327 ถึง 29 (31) ส่งชื่อ ผู้แทนนิติบุคคล ลงชื่อ มีติด เจ้าหน้าที่รับเอกสาร อีเมล: borihan.....@gmail.com วันที่ 12/12/2565 วันที่ 12/12/2565		



ภาพผู้พิการบกร่องทางร่างกาย และการได้ยิน ขณะปฏิบัติงาน

การส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม และการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าบริษัทตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน จึงมีนโยบายที่จะดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน

เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2566-2567 ปัจจุบันบริษัท มีสาขาที่จัดทำกิจกรรม CSR ภายใต้ Corporate Social Responsibility, Department of Industrial Work : CSR-DIW จำนวน 2 สาขา คือ สาขา 00001 และ สาขา 00003 โดยภายในปี 2567 บริษัท ตั้งเป้าหมายให้สาขาที่เหลือ คือ สาขา 00002 และ สาขา 00004 ดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการ CSR-DIW ทั้งหมด

GRI content index

Statement of use Srinanaporn Marketing Public Company Limited has reported the information cited in this GRI content index for the period 1 January 2022 – 31 December 2022 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	56-1 One Report p.131
	2-2 Entities included in the organization’s sustainability reporting	56-1 One Report p.131
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	56-1 One Report Appendix 7, (Cover)
	2-4 Restatements of information	-
	2-5 External assurance	56-1 One Report p.164
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	56-1 One Report pp.17-19
	2-7 Employees	56-1 One Report p.104
	2-8 Workers who are not employees	-
	2-9 Governance structure and composition	56-1 One Report pp.157-160
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	56-1 One Report pp.163-164
	2-11 Chair of the highest governance body	56-1 One Report pp.157-159
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	56-1 One Report p.158
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	56-1 One Report pp.162-166
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	56-1 One Report p.179
	2-15 Conflicts of interest	56-1 One Report pp.201-210
	2-16 Communication of critical concerns	56-1 One Report pp.61-62
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	56-1 One Report pp.294-311
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	56-1 One Report pp.194-195 56-1 One Report pp.168, 181
	2-19 Remuneration policies	56-1 One Report p.181
	2-20 Process to determine remuneration	56-1 One Report p.181
	2-21 Annual total compensation ratio	56-1 One Report pp.67-68
	2-22 Statement on sustainable development strategy	56-1 One Report Attachment 5
	2-23 Policy commitments	Policy and Guidelines in Corporate Governance and Business Ethics

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
	2-24 Embedding policy commitments	“56-1 One Report Attachment 5 Policy and Guidelines in Corporate Governance and Business Ethics”
	2-25 Processes to remediate negative impacts	56-1 One Report pp.52-58
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	56-1 One Report p.146
	2-27 Compliance with laws and regulations	56-1 One Report p.68
	2-28 Membership associations	56-1 One Report pp.183-186
	2-29 Approach to stakeholder engagement	56-1 One Report pp.47-48
	2-30 Collective bargaining agreements	56-1 One Report pp.102-106
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Process to determine material topics	-
	3-2 List of material topics	56-1 One Report p.71
	3-3 Management of material topics	56-1 One Report p.72
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1 Direct economic value generated and distributed	
	201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	56-1 One Report p.56
	201-3 Defined benefit plan obligations and other retirement plans	-
	201-4 Financial assistance received from government	-
GRI 202: Market Presence 2016	202-1 Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage	-
	202-2 Proportion of senior management hired from the local community	-
GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016	203-1 Infrastructure investments and services supported	-
	203-2 Significant indirect economic impacts	-
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1 Proportion of spending on local suppliers	-
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 Operations assessed for risks related to corruption	56-1 One Report p.58
	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	56-1 One Report pp.74-77
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	56-1 One Report p.190

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016	206-1 Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	56-1 One Report pp.65
GRI 207: Tax 2019	207-1 Approach to tax	56-1 One Report pp.86-87
	207-2 Tax governance, control, and risk management	56-1 One Report pp.52-53, 78
	207-3 Stakeholder engagement and management of concerns related to tax	56-1 One Report p.62
	207-4 Country-by-country reporting	56-1 One Report pp.86,126
GRI 301: Materials 2016	301-1 Materials used by weight or volume	-
	301-2 Recycled input materials used	56-1 One Report pp.96-98
	301-3 Reclaimed products and their packaging materials	-
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	56-1 One Report pp.91-94
	302-2 Energy consumption outside of the organization	-
	302-3 Energy intensity	56-1 One Report pp.92-93
	302-4 Reduction of energy consumption	56-1 One Report p.93
	302-5 Reductions in energy requirements of products and services	56-1 One Report p.92
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource	56-1 One Report p.95
	303-2 Management of water discharge-related impacts	56-1 One Report pp.57, 64, 82
	303-3 Water withdrawal	56-1 One Report pp.81-82 , P94
	303-4 Water discharge	56-1 One Report p.95
	303-5 Water consumption	56-1 One Report p.94
GRI 304: Biodiversity 2016	304-1 Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	56-1 One Report p.122
	304-2 Significant impacts of activities, products and services on biodiversity	-
	304-3 Habitats protected or restored	56-1 One Report p.114-123
	304-4 IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations	-
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	56-1 One Report p.60-61
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	56-1 One Report p.60
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	56-1 One Report p.41
	305-4 GHG emissions intensity	56-1 One Report p.6

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
	305-5 Reduction of GHG emissions	56-1 One Report Attachment 8 p.4, 56-1 One Report p.99
	305-6 Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	56-1 One Report Attachment 8 p.4, 56-1 One Report p.99
	305-7 Nitrogen oxides (NOx), sulfur oxides (SOx), and other significant air emissions	56-1 One Report Attachment 8 p.4, 56-1 One Report p.99
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	56-1 One Report p.96-97
	306-2 Management of significant waste-related impacts	56-1 One Report p.96-99
	306-3 Waste generated	56-1 One Report p.96-99
	306-4 Waste diverted from disposal	56-1 One Report p.97
	306-5 Waste directed to disposal	56-1 One Report p.97
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	56-1 One Report p.85
	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	56-1 One Report p.84-85
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	56-1 One Report p.106
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	56-1 One Report p.103
	401-3 Parental leave	-
GRI 402: Labor/ Management Relations 2016	402-1 Minimum notice periods regarding operational changes	56-1 One Report p.56
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	56-1 One Report pp.112-113
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	56-1 One Report p.113
	403-3 Occupational health services	56-1 One Report pp.111-114
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	56-1 One Report pp.111
	403-5 Worker training on occupational health and safety	56-1 One Report pp.112-113
	403-6 Promotion of worker health	56-1 One Report pp.102-104

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	56-1 One Report pp.112-114
	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system	56-1 One Report pp.104-105
	403-9 Work-related injuries	56-1 One Report p.113
	403-10 Work-related ill health	56-1 One Report p.102
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee	56-1 One Report p.107
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	56-1 One Report pp.107-108
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	56-1 One Report p.107
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	56-1 One Report p.104
	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	-
GRI 406: Non-discrimination 2016	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	56-1 One Report p.113
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining 2016	407-1 Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	56-1 One Report pp.201-210
GRI 408: Child Labor 2016	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	56-1 One Report p.102
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	-
GRI 410: Security Practices 2016	410-1 Security personnel trained in human rights policies or procedures	Human Right Policy in Company Website
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	-

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
GRI 413: Local Communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	56-1 One Report pp.114-123
	413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	-
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	56-1 One Report p.86
	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	56-1 One Report pp.56-57
GRI 415: Public Policy 2016	415-1 Political contributions	56-1 One Report p.189
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	56-1 One Report p.84
	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	56-1 One Report p.84
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1 Requirements for product and service information and labeling	56-1 One Report Attachment 9, 10
	417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	56-1 One Report Attachment 9, 10
	417-3 Incidents of non-compliance concerning marketing communications	56-1 One Report p.163
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	56-1 One Report p.63

