

รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2567

SUSTAINABILITY REPORT 2024



สารบัญ

	หน้า
สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	4
รางวัลแห่งความสำเร็จ	6
1. เกี่ยวกับองค์กร	7
1.1. วิสัยทัศน์&พันธกิจ	8
1.2. โครงสร้างการประกอบธุรกิจ	9
1.3. ลักษณะของสินค้าและบริการเงินทุน	10
1.4. ทรัพย์สินทางปัญญา	15
1.5. กลยุทธ์องค์กร	19
1.6. ห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร	20
2. เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	23
3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	24
3.1. นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน	24
3.2. การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน	28
3.3. ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท (Stakeholder)	33
3.4. ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Material Topic)	37
3.5. กรอบดำเนินงานด้านความยั่งยืน	39
4. ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่สำคัญ	40
5. มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ	42
5.1. การเติบโตทางธุรกิจ	42
5.2. การกำกับดูแลกิจการ และการปฏิบัติตามกฎหมาย	45
5.3. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ	54
5.4. การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	58
5.5. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	60
5.6. นวัตกรรมและเทคโนโลยี	63
5.7. การรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	66

	หน้า
6. มิติสิ่งแวดล้อม	70
6.1. การบริหารจัดการด้านพลังงาน	70
6.2. การบริหารจัดการน้ำ	73
6.3. การบริหารจัดการขยะ	74
6.4. ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	76
6.5. การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	78
7. มิติสังคม	82
7.1. การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	82
7.2. การเคารพสิทธิมนุษยชน	84
7.3. การพัฒนาและการดูแลคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน	87
7.4. การสนับสนุนและช่วยเหลือสังคม	93
8. สรุปผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน	100
9. แบบสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2567	110



สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



บริษัท ชัคเชสมอร์ บิอิงค์ จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นการบริหารงานภายใต้วิสัยทัศน์ “เครือข่ายแห่งการสร้างความสำเร็จ สุขและการบรรลุจุดมุ่งหมายแห่งตน” และพันธกิจที่ว่า “การเป็นแรงบันดาลใจ และโอกาสแห่งการเปลี่ยนแปลงชีวิตของผู้คน” บริษัทฯ จึงตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยยึดหลักธรรมาภิบาล สร้างความสมดุล ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บูรณาการแนวคิดเข้าไปในกระบวนการดำเนินงานทุกระดับของบริษัทฯ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายได้รับประโยชน์และบรรลุผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์และพันธกิจ

ท่ามกลางโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ มุ่งมั่นปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับแนวโน้มดิจิทัล โดยพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ เสริมศักยภาพให้แก่สมาชิกผ่านเครื่องมือการตลาดดิจิทัล

พร้อมทั้งระบบ CRM อันทันสมัยที่ช่วยบริหารจัดการฐานข้อมูลสมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพนอกเหนือจากการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการสร้างชุมชนแห่งสุขภาพ ภายใต้แนวคิด “Health & Wellness” ผ่านการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดี สนับสนุนการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน รวมถึงให้บริการคำแนะนำจากทีมที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ผู้บริโภคมีชีวิตที่สมดุลและแข็งแรง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นที่จะสร้างแบรนด์ขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับผ่านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีความปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคมไปพร้อมกัน

นับเป็นปีที่ 2 ที่บริษัทฯ ได้จัดทำ รายงานด้านความยั่งยืน (Sustainability Report) แยกจากรายงานประจำปี (Annual Report) เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลด้านความยั่งยืนมีความชัดเจนและเข้าถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย โดยรายงานฉบับนี้สะท้อนผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ และนโยบายด้านความยั่งยืน ตามกรอบแนวคิดของ ESG ซึ่งสามารถสรุปในแต่ละมิติได้ดังนี้

มิติด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะใช้พลังงานให้สอดคล้องกับแผนธุรกิจ โดยเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด โดยในปี 2567 ผู้บริหารและพนักงานได้ร่วมกันขับเคลื่อนโครงการ “SUCCESSMORE GO GREEN” เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การลดการใช้พลาสติก ภายในองค์กรและกับลูกค้า การรณรงค์ใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า เช่น การปิดไฟ ถอดปลั๊กเมื่อไม่ใช้งาน ตลอดจนการบริหารจัดการด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะออกสู่ตลาดของบริษัทฯ โดยจะใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ ECO Product มากขึ้น เป็นต้น

มิติด้านสังคม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลและพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน เคารพสิทธิมนุษยชน และมีการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่ดี เพื่อให้พนักงานทำงานอย่างมีคุณภาพ ซึ่งผลประเมินความผูกพันหรือความพึงพอใจของพนักงานต่อองค์กรในปี 2567 อยู่ที่ร้อยละ 85 นอกจากนี้ บริษัทฯ มุ่งส่งเสริมการแบ่งปัน และช่วยเหลือสังคมภายใต้แนวคิด "The Empowerment of Sharing" ผ่านโครงการและกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ เช่น โครงการเย็บเต้านมเทียม เพื่อผู้ป่วยมะเร็งเต้านม, การจัดซื้อแซนด์วิชแจกผู้พิการ, กิจกรรมบริจาคโลหิต และการสนับสนุนวิทยากรสำหรับการอบรมหน่วยงานต่างๆ บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการส่งต่อความช่วยเหลือและโอกาสที่ดี ไม่เพียงสร้างคุณค่าให้แก่ผู้รับ แต่ยังเป็นแรงขับเคลื่อนที่ช่วยให้ชุมชนเติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

มิติด้านการกำกับดูแลกิจการ บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัดเพื่อส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืน สร้างความโปร่งใส และเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน รวมถึงสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยคำนึงถึงการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ดีและการบริหารความเสี่ยงในภาวะวิกฤตเพื่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาเป็นเครื่องยืนยันถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบธรรมาภิบาล โดยบริษัทฯ ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทย ในระดับ ดีเลิศ (Excellent) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นเวลา 4 ปีติดต่อกัน นอกจากนี้ ยังได้รับการรับรองมาตรฐานการต่อต้านคอร์รัปชัน (CAC Certification) จากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย สะท้อนถึงเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส และมีจรรยาบรรณอีกด้วย

สุดท้ายนี้ ผมขอแสดงความขอบคุณจากใจจริงต่อคณะกรรมการบริษัทฯ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ตัวแทนจำหน่าย พันธมิตรทางธุรกิจ และพนักงานทุกท่าน ที่ร่วมเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนบริษัทฯ ด้วยความไว้วางใจและการสนับสนุนที่มีมาอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ขอยืนยันเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล โปร่งใส และยึดมั่นในหลัก การกำกับดูแลกิจการที่ดี พร้อมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเด็ดขาด ควบคู่ไปกับการดูแลสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เพราะเราเชื่อว่า ความสำเร็จที่แท้จริง ไม่ใช่เพียงการเติบโตขององค์กร แต่คือการสร้างคุณค่าร่วมกันอย่างสมดุลและยั่งยืน

เราจะมุ่งมั่นบริหารธุรกิจด้วยความรอบคอบ คำนึงถึงความเสี่ยง และสร้างผลประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย เพื่อให้บริษัทฯ เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่แข็งแกร่ง เป็นองค์กรที่ไม่เพียงขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แต่ยังเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างโลกที่ดียิ่งขึ้นสำหรับทุกคน



(นายณพกฤษฎ์ นิธิเลิศวิจิตร)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

รางวัลแห่งความสำเร็จ



รางวัล “Thailand's Smart Awards 2018” สาขาบริหารงานและจัดการธุรกิจยอดเยี่ยม ประเภทองค์กร โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ประจำปี 2561



รางวัล “ชีวจิต Awards 2020” สาขา Innovation Reader's Vote จากผลิตภัณฑ์ S.O.D More และ S Vera Plus



รางวัลเหรียญทองในเวทีนานาชาติ “International Invention Innovation Competition in Canada, iCAN 2021 ประเทศแคนาดา” จากผลิตภัณฑ์ S.O.D.



รางวัล “ASIA GLOBAL MAKEUP AWARDS 2022” จากผลิตภัณฑ์ S MONE' CLAIRE ELASTIN FOAM



รางวัล “International Agricultural Excellence Brand Award 2022 (MAEA)” จากประเทศมาเลเซีย จากผลิตภัณฑ์ธาตุอาหารรอง – เสริมพืช Transform Plus



รางวัลส่งเสริมจรรยาบรรณการขายตรงโลกระดับทองคำ จากสมาคมการขายตรงโลก (“WFDSA”)



รางวัลผลิตภัณฑ์เพื่อเกษตรกรยอดเยี่ยม จากงาน SIAMRATH ONLINE AWARD 2023 จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ Growing More



รางวัล Corporate of The Years 2024 จากงานประกาศรางวัล The People Awards 2024 เป็นรางวัลที่มอบหมายให้กับบริษัทที่มีเป้าหมายสร้างธุรกิจที่เป็น HERO ในการสร้างแรงบันดาลใจและส่งต่อโอกาสในการเปลี่ยนแปลงชีวิตผู้คนให้ประสบความสำเร็จ



รางวัลส่งเสริมจรรยาบรรณการขายตรงโลก “ระดับทองคำ” จากงานประกาศรางวัล TDSA AWARD 2024 “Glamorous Night”

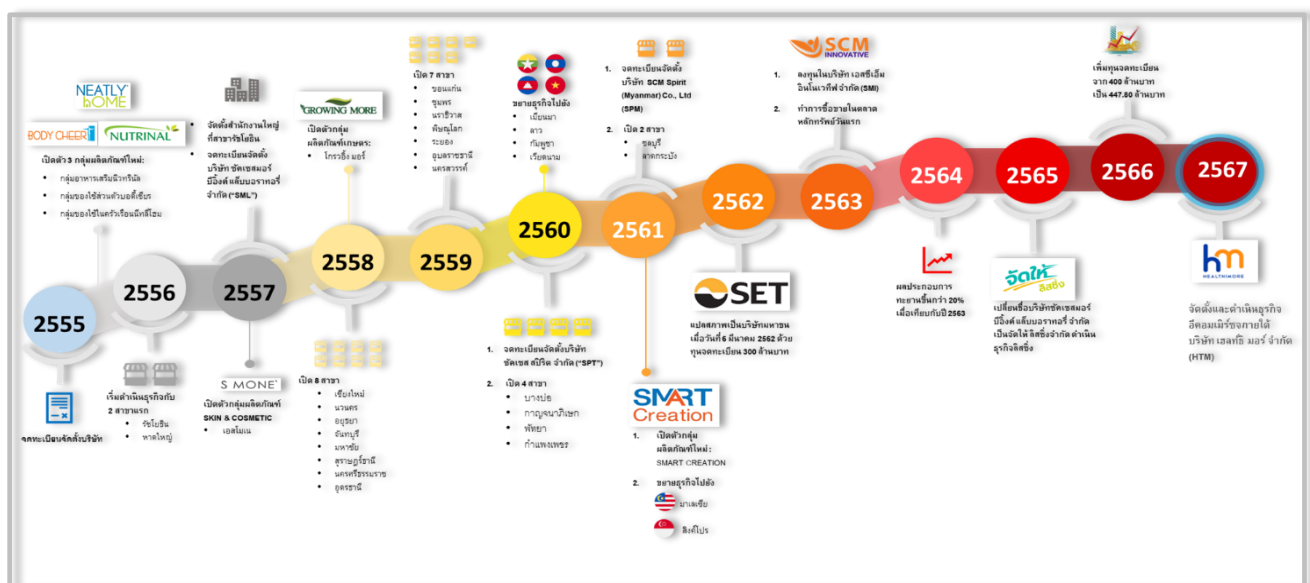




รู้จัก “ชัคเซสมอร์ บียิ่งค์”

- บริษัท ชัคเซสมอร์ บียิ่งค์ จำกัด (มหาชน)
- ชื่อในตลาดหุ้น : SCM
- ก่อตั้งเมื่อ : 8 พฤศจิกายน 2555
- จัดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : 8 กันยายน 2563
- ทุนจดทะเบียน 447,800,000 บาท
- จำนวนพนักงานทั้งหมด 179 คน
- ดำเนินธุรกิจ : จำหน่ายสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์อุปโภคและบริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศในลักษณะเครือข่ายขายตรง (Multi-level Marketing หรือ “MLM”)
- ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 10/1-2 ถนนรัชดาภิเษก แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของบริษัท



บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจเครือข่ายที่มั่นคงและได้มาตรฐานระดับสูง โดยมุ่งเน้นการส่งมอบความสำเร็จที่ยั่งยืนให้กับนักธุรกิจ ด้วยการคัดสรรผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคคุณภาพเยี่ยมจากทั่วโลก เพื่อให้มั่นใจว่าทุกชิ้นเป็นสินค้าที่ตอบโจทย์ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานสากล และด้วยแผนธุรกิจ โซเชียลเมทซิ่ง ซึ่งเป็นแผนการจ่ายผลตอบแทนที่เป็นนวัตกรรมแห่งยุคที่ส่งผลให้นักธุรกิจของบริษัทฯ สามารถสร้างรายได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีความตั้งใจที่มุ่งเน้นการสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้คน เพื่อให้ก้าวสู่การเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ บรรลุเป้าหมาย ทั้งทางด้านการเงิน การมีสุขภาพที่ดีและมีความสุข โดยผ่านกระบวนการของการเรียนรู้และลงมือทำอย่างระบบ



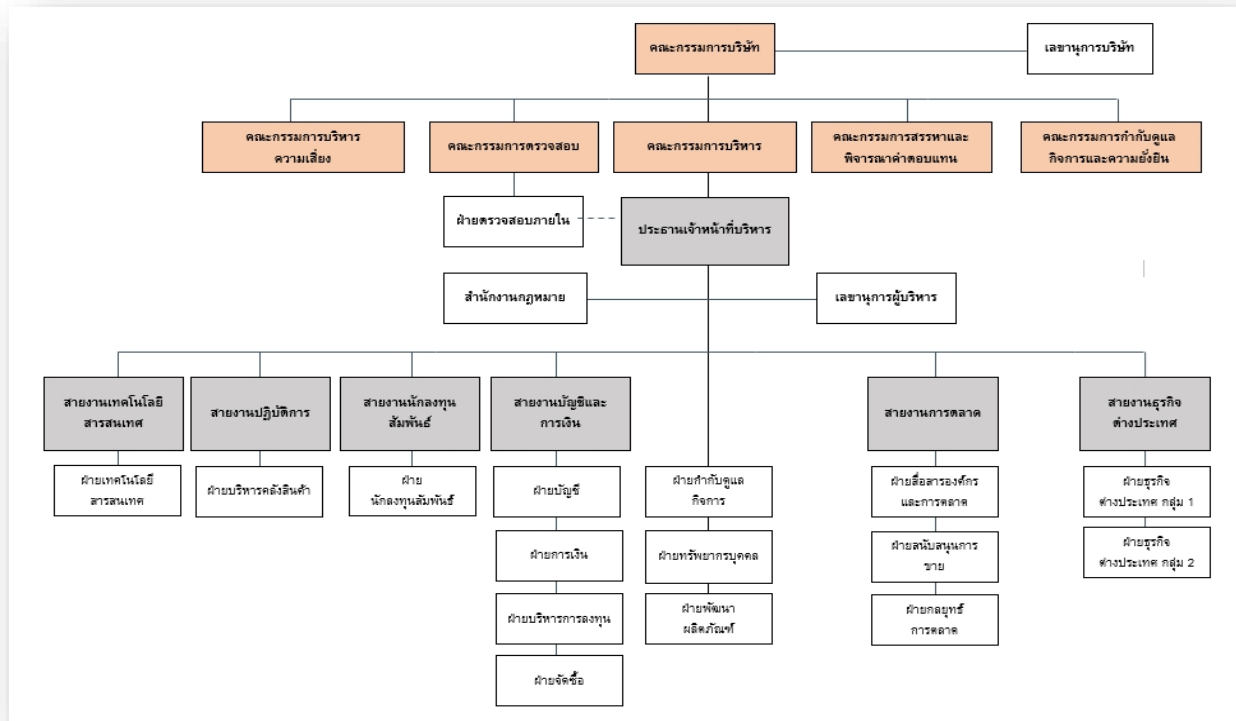
ด้วยวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัทฯ ที่มุ่งมั่นจะเป็นธุรกิจเครือข่ายที่ได้รับการยอมรับในฐานะผู้สร้างแรงบันดาลใจและพัฒนาองค์กร ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และระบบการพัฒนาคนที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นโอกาสในการสร้างสรรคชีวิตที่ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนสำหรับผู้คน เราเชื่อว่าการก้าวสู่เป้าหมายที่ยิ่งใหญ่จำเป็นต้องมีวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งเป็นรากฐาน บริษัทฯ สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งผ่าน "SPIRIT" ซึ่งเป็นค่านิยมหลักที่ทุกคนยึดมั่นและปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนขององค์กร ซึ่งค่านิยมนี้ไม่เพียงสะท้อนถึงแนวคิดและพฤติกรรม แต่ยังเป็นพลังที่รวมทุกคนให้เป็นหนึ่งเดียว พร้อมขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้าอย่างมั่นคงโดยคำว่า "SPIRIT" สามารถแยกความหมายในแต่ละตัวอักษร ออกมาเป็นคำ 6 คำ ดังนี้

S P I R I T

Our Values ค่านิยมของเรา

Service การให้บริการด้วยใจ	- จิตบริการ คือหัวใจสำคัญในการเอาชนะใจลูกค้า - ระบบการให้บริการที่ดี คือต้นเหตุสำคัญของการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ
Performance การสร้างผลงานที่ดี	- การสร้างผลลัพธ์คือการส่งมอบคุณค่าที่แท้จริง - การจذبต่อผลลัพธ์คือการเติบโตของมนุษย์และองค์กร
Integrity การมีความซื่อสัตย์	- ความซื่อสัตย์เป็นบ่อเกิดของความโปร่งใส และความไว้วางใจ
Respect การให้ความเคารพและให้เกียรติผู้คน	- การเคารพผู้อื่นส่งผลต่อการเข้าถึงพลังแห่งศักยภาพของผู้คนและเกิดการยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง
Innovation การมีนวัตกรรม	- นวัตกรรมก่อให้เกิดผลผลิตหรือกระบวนการที่เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
Teamwork การทำงานเป็นทีม	- พลังทีมช่วยสร้างสิ่งที่เป็นไปได้ให้กลายเป็นจริง

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567



1.2. โครงสร้างการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ณ 31 ธันวาคม 2567



1.3. ลักษณะของสินค้าและบริการเงินทุน

ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

(1) ธุรกิจเครือข่าย

ธุรกิจเครือข่ายเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และสินค้าอุปโภคและบริโภค ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เป็นธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัท

กลุ่มบริษัทฯ มีแรงบันดาลใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีที่สุด โดยคำนึงถึงความต้องการ และความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก ผลิตภัณฑ์ทุกรายการได้รับการดูแลอย่างพิถีพิถันตั้งแต่กระบวนการพัฒนาสูตร การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การคัดเลือกโรงงานผลิตที่ได้มาตรฐานและมีนวัตกรรมใหม่ๆ การประเมินผลลัพธ์จากการใช้ผลิตภัณฑ์จากกลุ่มตัวอย่างจนได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในระดับสูงสุด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและทันสมัย ตลอดจนการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถจ่ายได้อย่างคุ้มค่าเงิน เพื่อให้ลูกค้ามีความชื่นชอบ รับรู้ถึงความคุ้มค่า และเกิดความผูกพันต่อสินค้า แบรินด์ และองค์กร ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อซ้ำ

ปัจจุบัน บริษัทฯ เน้นการว่าจ้างผู้ผลิตสินค้าภายนอกที่เป็นโรงงานเพื่อผลิตสินค้าในแบรนด์ของตนเอง (Original Equipment Manufacturer : OEM) เป็นหลัก และมีการผลิตสินค้าด้วยตนเองเป็นส่วนน้อย บริษัทฯ มีสินค้าอุปโภคและบริโภคที่จัดจำหน่าย สามารถดูได้จากเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.successmore.com จำแนกได้เป็น 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. นิวทริแนล (Nutrinal)	2. บอดี เชียร์	3. นีทลี่ โฮม (Neatly Home)	4. เอส โมเน่ (S Mone')	5. โกรวอิง มอร์	6. สมาร์ท ครีเอชัน
 กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ทางเลือกใหม่ในการดูแลสุขภาพแบบครบวงจร โดยการรวบรวมสารอาหารที่ทรงคุณค่าจากแหล่งวัตถุดิบชั้นเลิศทุกมุมโลก และนวัตกรรมในกระบวนการผลิต ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและเห็นผลจากการบริโภคอย่างชัดเจน 	 กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อทำความสะอาดร่างกายและบำรุงผิวพรรณ ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายเหมาะสมสำหรับผู้ใช้งานทุกเพศทุกวัย และมีความปลอดภัย สามารถเห็นผลจากการใช้ได้อย่างชัดเจน ราคาคุ้มค่ากับคุณภาพที่ได้รับ 	 กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในครัวเรือน ที่เน้นการใช้วัตถุดิบที่อ่อนโยน ปลอดภัยต่อผู้ใช้ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม คุณภาพคุ้มค่ากับราคา ผลิตภัณฑ์มีความเข้มข้นสูง จึงสามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า 	 กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้าแบบครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการทำความสะอาด บำรุงรักษาผิว และแต่งแต้มสีส้นบนใบหน้า โดยส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์สกัดมาจากธรรมชาติ ปราศจากสารต้องห้ามที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ 	 กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารพืชที่ช่วยในการเพิ่มผลผลิตทางด้านการเกษตร วัตถุดิบใช้มาจากธรรมชาติ ปราศจากสารเคมีสามารถใช้ได้กับพืชทุกชนิด ช่วยลดต้นทุนการเพาะปลูก นับเป็นทางเลือกใหม่สำหรับเกษตรกร 	 กลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมทันสมัย เช่น เครื่องกรองน้ำที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนยุคใหม่ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น 

(2) ธุรกิจให้บริการคำปรึกษาในการดำเนินธุรกิจเครือข่ายและรับจัดงานสัมมนา

ธุรกิจให้บริการคำปรึกษาในการดำเนินธุรกิจเครือข่าย ดำเนินธุรกิจโดย SPT และ SPM ซึ่ง SPT และ SPM มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการคำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครือข่าย เช่น การบริหารจัดการทั่วไป การบริหารจัดการนักธุรกิจ การตลาด การบัญชี การวางแผนภาษี ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น ปัจจุบัน SPT จะให้บริการลูกค้าภายในกลุ่มบริษัท และตัวแทนจำหน่ายสินค้าต่างประเทศของบริษัทฯ ทุกราย ยกเว้น SPM ที่ให้บริการเฉพาะตัวแทนจำหน่ายในประเทศพม่า ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังไม่มีนโยบายให้บริการลูกค้าภายนอกกลุ่มบริษัทฯ นอกเหนือจากตัวแทนจำหน่ายสินค้าต่างประเทศ

สำหรับธุรกิจรับจัดงานสัมมนา ดำเนินธุรกิจโดย SPT ซึ่ง SPT จะให้บริการจัดงานสัมมนาตามหลักสูตรของบริษัทฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะด้านธุรกิจเครือข่าย ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ การสร้างแรงบันดาลใจให้ประสบความสำเร็จ ตลอดจนกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาตนเองของผู้เข้าร่วมสัมมนา โดยรายละเอียดหลักสูตรทั้งหมดที่ SPT เปิดให้บริการมีดังนี้

ลำดับ	หลักสูตร	คำอธิบาย
1.	The Success 	งานอบรมสัมมนาสำหรับนักธุรกิจชัคเชมอร์จากทั่วประเทศ จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณให้กับนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในระดับ Platinum และระดับสูงขึ้นไป พร้อมแขกรับเชิญพิเศษจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ และภายในงานจะมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ทุกครั้ง
2.	Start Your Business with WHY 	งานอบรมสัมมนา โดยมีเนื้อหาหลักสูตรที่ได้แรงบันดาลใจมาจากคอร์สสัมมนาระดับโลก เพื่อกระตุ้นให้นักธุรกิจเกิดคำถามและค้นหาเป้าหมายของชีวิต เพื่อยกระดับศักยภาพของนักธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายที่ตนเองตั้งไว้ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ โดยจัดขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยนายพกฤษณ์ นิธิเลิศวิจิตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
3.	Inspiration 	งานอบรมสัมมนาสำหรับนักธุรกิจของบริษัทฯ ตามแต่ละภูมิภาค จัดขึ้นเพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณให้กับนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในระดับ Bronze, Silver, และ Gold พร้อมแขกรับเชิญพิเศษในระดับ Diamond ขึ้นไป เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์การทำงานจริง และถ่ายทอดเคล็ดลับในการเปลี่ยนตำแหน่งให้สูงขึ้นไปอีกระดับ

ลำดับ	หลักสูตร	คำอธิบาย
4.	The 5 Levels of Leadership 	งานอบรมสัมมนา โดยมีเนื้อหาหลักสูตรเพื่อพัฒนาภาวะความเป็นผู้นำ 5 ระดับ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมก้าวไปสู่ “ระดับภาวะผู้นำ” ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงชีวิตผู้คน กล่าวคือ ผู้นำต้องมีฝีมือและความสามารถในการผูกใจคน สร้างแรงบันดาลใจ และต้องสามารถช่วยให้คนอื่นพัฒนาตัวเองเพื่อเป็นผู้นำในอนาคตได้ ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยนายนพกฤษฎ์ นิธิเลิศวิจิตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
5.	Platinum & Up Meet CEO 	งานอบรมสัมมนานักธุรกิจระดับ Platinum ขึ้นไป เพื่อสร้างระบบการพัฒนาผู้นำอย่างเป็นขั้นตอน โดยในแต่ละหัวข้อจะออกแบบให้นักธุรกิจหรือผู้นำเรียนรู้ ปลุกฝังการทำงาน สร้างผู้นำให้ส่งต่อทักษะการทำงานและแรงบันดาลใจสู่องค์กรของสายงานตนเอง ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยนาย นพกฤษฎ์ นิธิเลิศวิจิตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยจัดขึ้นเดือนเว้นเดือน
6.	Coaching Bronze & Up 	งานอบรมสัมมนา เพื่อให้ความรู้การทำงานตั้งแต่ระดับพื้นฐานจนถึงระดับกลาง พร้อมสอนเรื่องแนวคิด ทักษะคิด หลักการบริหารบุคคล และความรู้เกี่ยวกับธุรกิจทั่วไปที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดในการบริหารองค์กร สำหรับนักธุรกิจซัคเซสมอร์ที่ดำรงตำแหน่ง Bronze ขึ้นไป ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยนายนพกฤษฎ์ นิธิเลิศวิจิตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยจัดขึ้นเดือนเว้นเดือน
7.	President Talk 	งานอบรมสัมมนาเพื่อยกระดับความเชื่อมั่นต่อบริษัทฯ โดยนายแพทย์สิทธิวิทย์ เกียรติชวรัตน์ ประธานกรรมการบริหาร เพื่อบอกเล่าถึงโอกาสทางธุรกิจ และการสนับสนุนของบริษัท ที่สามารถเป็นเครื่องมือเพื่อให้ผู้คนสามารถยกระดับความสำเร็จให้กับชีวิตได้ โดยจัดขึ้นเป็นประจำทุกเดือน

ลำดับ	หลักสูตร	คำอธิบาย
8.	SCM Leaders Forum 	งานอบรมสัมมนา เพื่อให้ความรู้การทำงานตั้งแต่ระดับพื้นฐานจนถึงระดับกลาง พร้อมสอนเรื่องแนวคิด ทักษะคิด หลักการบริหารบุคคล และความรู้เกี่ยวกับธุรกิจทั่วไปที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดในการบริหารองค์กร สำหรับนักธุรกิจชัคเชสมอร์ที่ดำรงตำแหน่ง Bronze ขึ้นไป ถ่ายทอดองค์ความรู้โดย นายแพทย์สิทธิวิทย์ เกียรติชวรัตน์ ประธานกรรมการบริหาร จัดขึ้นเดือนเว้นเดือน
9.	Diamond Forum 	งานอบรมสัมมนาที่มีวัตถุประสงค์ให้แนวคิด ความรู้ และวิธีการทำงานให้ประสบความสำเร็จในตำแหน่งระดับสูง ยิ่งขึ้นไป ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยนายแพทย์สิทธิวิทย์ เกียรติชวรัตน์ ประธานกรรมการบริหาร และ นายณพกฤษฎ์ นิธิเลิศวิจิตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร จัดขึ้นสำหรับนักธุรกิจของบริษัท ที่ดำรงตำแหน่ง Diamond ขึ้นไป โดยจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี
10.	Product Insight เจาะลึกผลิตภัณฑ์ 	งานอบรมสัมมนาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ จากผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท หรือจากวิทยากรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญด้านสุขภาพ ภายในงานจะมีนักธุรกิจของบริษัท ร่วมแบ่งปันประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ โดยจัดขึ้นเป็นประจำทุกเดือนทั้งในประเทศและต่างประเทศ
11.	ทางลัดสู่ความสำเร็จด้วย NLP 	การเทรนนิ่งทางลัดสู่ความสำเร็จ ในหัวข้อ “หลักการสร้างความสำเร็จด้วยการคิดบวกแบบ NLP” เพื่อสร้างให้สมาชิกและผู้ที่มีทักษะ ในการนำเสนอและการปิดการขาย กับผู้มุ่งหวังใหม่ เพื่อนำไปสู่การสร้างยอดขายและเพิ่มจำนวนสมาชิกใหม่ในองค์กร โดยสมาชิกทุกระดับสามารถเข้าร่วมเทรนนิ่งได้
12.	Success Night Party 	งานเลี้ยงขอบคุณนักธุรกิจ เพื่อเป็นการให้เกียรติและเฉลิมฉลองความสำเร็จให้กับนักธุรกิจของบริษัทฯ ในตำแหน่งระดับ Platinum ใหม่ ภายใต้การจัดงานกาล่าดินเนอร์อย่างเป็นทางการ

(3) ธุรกิจโรงงานผลิตสินค้า

บริษัทฯ พิจารณาร่วมลงทุนกับผู้รับจ้างผลิตสินค้าภายนอก เพื่อเป็นโรงงานผลิตสินค้าแห่งใหม่ โดยบริษัทฯ ได้เข้าถือหุ้นของบริษัท เอสซีเอ็ม อินโนเวทีฟ จำกัด (“SMI”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในประเทศไทย โดยทำการถือหุ้นจากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิม คือ บริษัท เซน ไบโอเทค จำกัด (“ZEN”) ในสัดส่วนร้อยละ 55 ของทุนที่ออกและชำระแล้วของ SMI คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 115 ล้านบาท โดยการเข้าลงทุนดังกล่าวจะช่วยให้บริษัทฯ ลดต้นทุนการผลิตสินค้าในระยะยาวจากการประหยัดเนื่องจากขนาด (Economy of scale) เพิ่มความยืดหยุ่นในการวางแผนการผลิตและการบริหารจัดการ ช่วยลดการพึ่งพิงผู้รับจ้างผลิตสินค้านำเข้า นอกจากนี้ ZEN ยังเป็นผู้มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าหลักของบริษัทฯ

(4) ธุรกิจลิซซิ่ง

ธุรกิจลิซซิ่ง ดำเนินธุรกิจภายใต้บริษัท จัดให้ ลิซซิ่ง จำกัด (CHL) ซึ่งธุรกิจหลักคือ สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยในระยะเริ่มต้น ทาง CHL จะเน้นบริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองไปยังกลุ่มเครือข่ายสมาชิก โดยใช้พื้นที่สาขาทั่วประเทศของ SCM เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับเครือข่ายสมาชิกทั้งหมด ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ยุติการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพิ่มเติมแล้ว และเน้นการบริหารจัดการลูกค้าที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในปี 2567 บริษัท จัดให้ ลิซซิ่ง จำกัด เริ่มให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อโดรนเพื่อการเกษตรให้กับเกษตรกร เพื่อสร้างโอกาสการเข้าถึงเครื่องจักรกลการเกษตรสมัยใหม่ และเป็นการยกระดับเกษตรกรสู่ Smart Farmer รวมถึงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร

(5) ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ดำเนินธุรกิจภายใต้บริษัท เฮลท์ธิ มอร์ จำกัด (HTM) ประกอบธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ และผลิตภัณฑ์สำหรับอุปโภคบริโภคทั่วไปผ่านช่องทางออนไลน์อย่างเว็บไซต์รวมถึงแพลตฟอร์ม TikTok Facebook Shopee Lazada และ Line OA ทั้งนี้ครอบคลุมถึงการจัดส่งสินค้า การชำระเงิน และการตลาดออนไลน์



1.4. ทรรศนทางปัญญา

บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เครื่องหมายการค้า		รูปภาพ	รายการสินค้า	ทะเบียนเลขที่	วันที่จดทะเบียน	วันที่สิ้นสุดอายุ
1.	ORYSAMIN		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	181104678	2 ก.ย. 2559	1 ก.ย. 2569
2.	EASE		ผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำ	171135644	27 ส.ค. 2557	26 ส.ค. 2567
3.	FN FAIRNEZZ		ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง	171121516	28 ธ.ค. 2558	27 ธ.ค. 2568
4.	NUTRINAL SQUARE		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	171121513	28 ธ.ค. 2558	27 ธ.ค. 2568
5.	BODY CHEER		ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว	ค410686	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
6.	NUTRIGA		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	ค406730	27 ส.ค. 2557	26 ส.ค. 2567
7.	PHYTOVY		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	ค404837	27 ส.ค. 2557	27 ส.ค. 2567
8.	NUTRINAL		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	ค404828	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
9.	DEWY		ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย	ค404846	27 ส.ค. 2557	27 ส.ค. 2567
10.	NUTRINAL COFFEE		ผลิตภัณฑ์กาแฟ	ค404827	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
11.	ULTIMATCH		ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย	ค404835	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
12.	S VERA		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	ค404836	27 ส.ค. 2557	26 ส.ค. 2567

เครื่องหมายการค้า		รูปภาพ	รายการสินค้า	ทะเบียน เลขที่	วันที่จด ทะเบียน	วันที่สิ้นอายุ
13.	S VERA		ผลิตภัณฑ์ บำรุงผิวกาย	161105551	27 ส.ค. 2557	26 ส.ค. 2567
14.	SUCCESSMORE Inspiration for your Being		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	ค398153	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
15.	SUCCESSMORE Inspiration for your Being		ผลิตภัณฑ์ กาแฟ	ค398154	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
16.	FILLYMOR		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	ค393926	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
17.	COVERMOR		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	ค393958	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
18.	MORES		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	ค393879	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
19.	FALITY		ผลิตภัณฑ์ ทำความสะอาด ร่างกาย	191106969	8 ธ.ค. 2560	8 ธ.ค. 2570
20.	ALKAMAG		ผลิตภัณฑ์ เครื่องกรอง น้ำแร่	180135687	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571
21.	ANADRA		ผลิตภัณฑ์ บำรุงผิวหน้า	201109577	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571
22.	BENFITE' Total care mouth wash		ผลิตภัณฑ์ ของใช้ส่วนตัว	201110580	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571
23.	BENFITE' mouth spray		ผลิตภัณฑ์ ของใช้ส่วนตัว	201110537	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571

เครื่องหมายการค้า		รูปภาพ	รายการสินค้า	ทะเบียน เลขที่	วันที่จด ทะเบียน	วันที่สิ้นอายุ
24.	FIZZY		ผลิตภัณฑ์ บำรุงผิวหน้า	201109560	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571
25.	GIENA		ผลิตภัณฑ์ ทำความสะอาด ร่างกาย	201109586	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571
26.	Successmore (สำหรับผลิตภัณฑ์ Radiwise)		ผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ ป้องกันรังสี	201110545	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571
27.	PROTRI PRO		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	200105140	12 ก.พ. 2563	11 ก.พ. 2573
28.	DEER		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	200105141	12 ก.พ. 2563	11 ก.พ. 2573
29.	FLOW		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	200105142	12 ก.พ. 2563	11 ก.พ. 2573
30.	PHYTOVY LIV		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	200105144	12 ก.พ. 2563	11 ก.พ. 2573
31.	MARINA		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	200105145	12 ก.พ. 2563	11 ก.พ. 2573
32.	MULTI POTENTIAL		เครื่องหมาย บริการ	200122841	22 มิ.ย. 2563	21 มิ.ย. 2573
33.	PHYTAPLEX		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	221120733	28 ม.ค. 2563	27 ม.ค. 2573
34.	VISTAPLEX		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	221120774	28 ม.ค. 2563	27 ม.ค. 2573
35.	COLLAVY		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	211123299	12 ก.พ. 2563	11 ก.พ. 2573

ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการดำเนินการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ โดยมีทั้งอยู่ในระหว่างยื่นจดทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา และอยู่ระหว่างการหารือภายในบริษัทฯ โดยรายละเอียดเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระหว่างยื่นจดทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา มีดังนี้

เครื่องหมายการค้า	รูปภาพ	รายการสินค้า	เลขที่คำขอ	วันที่ยื่นคำขอ	สถานะคำขอ
1. ALL PRO		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	180136428	30 ต.ค. 2561	อยู่ระหว่าง การพิจารณา
2. SOD MORE		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	180136429	30 ต.ค. 2561	อยู่ระหว่าง การพิจารณา
3. SUCCESSMORE Inspiration for your Being		เครื่องหมาย บริการ	180117800	11 มิ.ย. 2561	อยู่ระหว่าง การพิจารณา
4. RIGHT		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	200103381	28 ม.ค. 2563	อยู่ระหว่าง การพิจารณา
5. SUCCESSMORE LEADERSHIP ACADEMY		เครื่องหมาย บริการ/สัมมนา วิชาการ	200103382	28 ม.ค. 2563	อยู่ระหว่าง การพิจารณา
6. S MONE'		ผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอาง	200103377	28 ม.ค. 2563	อยู่ระหว่าง การพิจารณา
7. SiTEMS		ผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	200103379	28 ม.ค. 2563	อยู่ระหว่าง การพิจารณา

1.5. กลยุทธ์องค์กร



ในปี 2567 บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจ ผ่านการขับเคลื่อนด้วย 6 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

- 1. การตลาดออฟไลน์** - พัฒนาช่องทางและเครื่องมือให้สมาชิกนักธุรกิจเครือข่าย สามารถทำธุรกิจได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และสามารถขยายต่อสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ได้มากขึ้น ร่วมกับการทำโปรโมชั่นที่ตอบโจทย์อย่างต่อเนื่อง
- 2. การตลาดดิจิทัล** - ก้าวเข้าสู่การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์แบบเต็มรูปแบบในทุกช่องทางพร้อมพัฒนา เครื่องมือทำการตลาดออนไลน์สำหรับสมาชิกใหม่ รวมถึงสร้างระบบ CRM เพื่อช่วยในการบริหารจัดการฐานข้อมูล สมาชิก และแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อรองรับการขายครอบคลุมการขายปลีก และการบริหารเครือข่าย
- 3. สร้างชุมชนของคนมีสุขภาพและสุขภาวะ** - ผลิตสินค้าคุณภาพหลายรายการเพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของ ผู้คน (Health & Wellness) ควบคู่ไปกับ ส่งมอบแนวคิดในการดูแลสุขภาพ เพื่อทำให้คนอื่นมีสุขภาพที่แข็งแรง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยจัดทีมที่ปรึกษาสำหรับให้คำแนะนำด้านสุขภาพ
- 4. โรงเรียนธุรกิจ** - จัดอบรมและสัมมนาเพื่อพัฒนาทักษะของสมาชิก โดยใช้ระบบออนไลน์และออฟไลน์ร่วมกันในการ ให้ความรู้ รวมถึงพัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้เพื่อสนับสนุนสมาชิกในการทำธุรกิจ
- 5. ขยายธุรกิจใหม่** - ด้วยจุดมุ่งหมายของบริษัทฯ ที่ต้องการสร้างการเติบโตในระยะยาว บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญใน การ Diversify ธุรกิจเพื่อเพิ่มเติมรายได้ให้สูงขึ้น นอกเหนือจากธุรกิจเครือข่ายที่มีความแข็งแกร่งอยู่แล้ว ไปสู่ธุรกิจ ใหม่ที่ต่อยอดเป็น New S Curve ให้บริษัทฯ โดยเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่สามารถแข่งขันกับตลาดได้
- 6. ขยายตลาดในต่างประเทศ** - ก้าวสู่ตลาดต่างประเทศด้วยการปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคใน แต่ละประเทศ โดยจะมีการขยายธุรกิจสู่ประเทศใหม่ๆเพิ่มเติม เช่น อินโดนีเซีย ไนนาจะขยายไปยังประเทศ นอกกลุ่ม AEC เช่น ประเทศจีน ซาอุดีอาระเบีย และยูกันดาพร้อมมุ่งเน้นการสร้าง เครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเสริมความแข็งแกร่งในตลาดต่างประเทศ

1.6. ห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร

ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

กระบวนการในห่วงโซ่คุณค่าถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่จะส่งผลสำเร็จทางธุรกิจของบริษัทฯ จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าทำให้บริษัทฯ สามารถวางแนวทางในการจัดการห่วงโซ่คุณค่าได้ดียิ่งขึ้นซึ่งสามารถสรุปบริบทและประเด็นสำคัญได้ดังต่อไปนี้

การบริหารปัจจัยการผลิตและการผลิต

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีที่สุด และความปลอดภัยกับผู้บริโภคมากที่สุด ด้วยการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ คัดเลือกโรงงานผลิตที่ได้มาตรฐานและมีนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงการคัดเลือกคู่ค้าที่ปฏิบัติตามกฎหมายและมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และสิทธิมนุษยชน ทั้งนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดซื้อจัดหาที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส โดยมุ่งเน้นการรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ ด้วยการกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสินค้าและบริการ ควบคู่ไปกับตรวจสอบผลงานให้เป็นไปตามมาตรฐานและกระบวนการจัดการที่เหมาะสม และในส่วนของ การจ้างผู้ผลิตภายนอกเป็นผู้ผลิตสินค้าในรูปแบบ OEM บริษัทฯ ก็ให้ความสำคัญและใส่ใจในกระบวนการคัดเลือกผลิตทุกขั้นตอน ด้วยการควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ถูกต้องตามข้อกำหนดทางกฎหมายและมาตรฐานการจัดการต่าง ๆ ตามหลักสากล ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และผู้บริโภค เช่น มาตรฐาน ISO 9001, ISO 22000, GMP, HACCP เครื่องหมายรับรองคุณภาพของน้ำดื่ม National Sanitation Foundation: NSF เป็นต้น นอกจากนี้

การจัดเก็บและกระจายสินค้า

ในปัจจุบันบริษัทฯ ไม่มีตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยการกระจายสินค้าทำผ่านหน้าร้านจำนวน 22 สาขาทั่วประเทศ โดยบริษัทฯ ได้เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการสำหรับการสั่งซื้อสินค้าของสมาชิกโดยการเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ ระบบการสั่งซื้อออนไลน์ ซึ่งเพิ่มความสะดวกและเพิ่มความถูกต้องของรายการสั่งซื้อ โดยสมาชิกสามารถรับสินค้าได้ที่สาขาหรือให้บริษัทฯ จัดส่งให้ตามชื่อและที่อยู่ที่ระบุไว้ในใบสมัครสมาชิก ทั้งนี้บริษัทฯ มีการนำระบบ Warehouse Management System (WMS) มาใช้ในการบริหารจัดการคลังสินค้าเพื่อการบริหารจัดเก็บสินค้าที่พร้อมจำหน่ายให้สอดคล้องกับแผนกระจายสินค้า และมีการใช้ระบบ Power BI มาช่วยในการเก็บข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการกระจายสินค้าไปยังสาขาอีกด้วย

ในส่วน of ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ บริษัทฯ จะแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ โดยให้สิทธิในการใช้ชื่อและเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ในการเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ โดยตัวแทนจำหน่ายจะมีหน้าที่บริหารจัดการนักธุรกิจในประเทศ บริหารจัดการสาขาต่างประเทศ นำเข้าและกระจายสินค้าจากประเทศไทย ส่งต่อไปให้นักธุรกิจต่างประเทศทำการตลาดในประเทศดังกล่าว รวมถึงจ่ายผลตอบแทนตามแผนธุรกิจให้นักธุรกิจในประเทศตนเอง

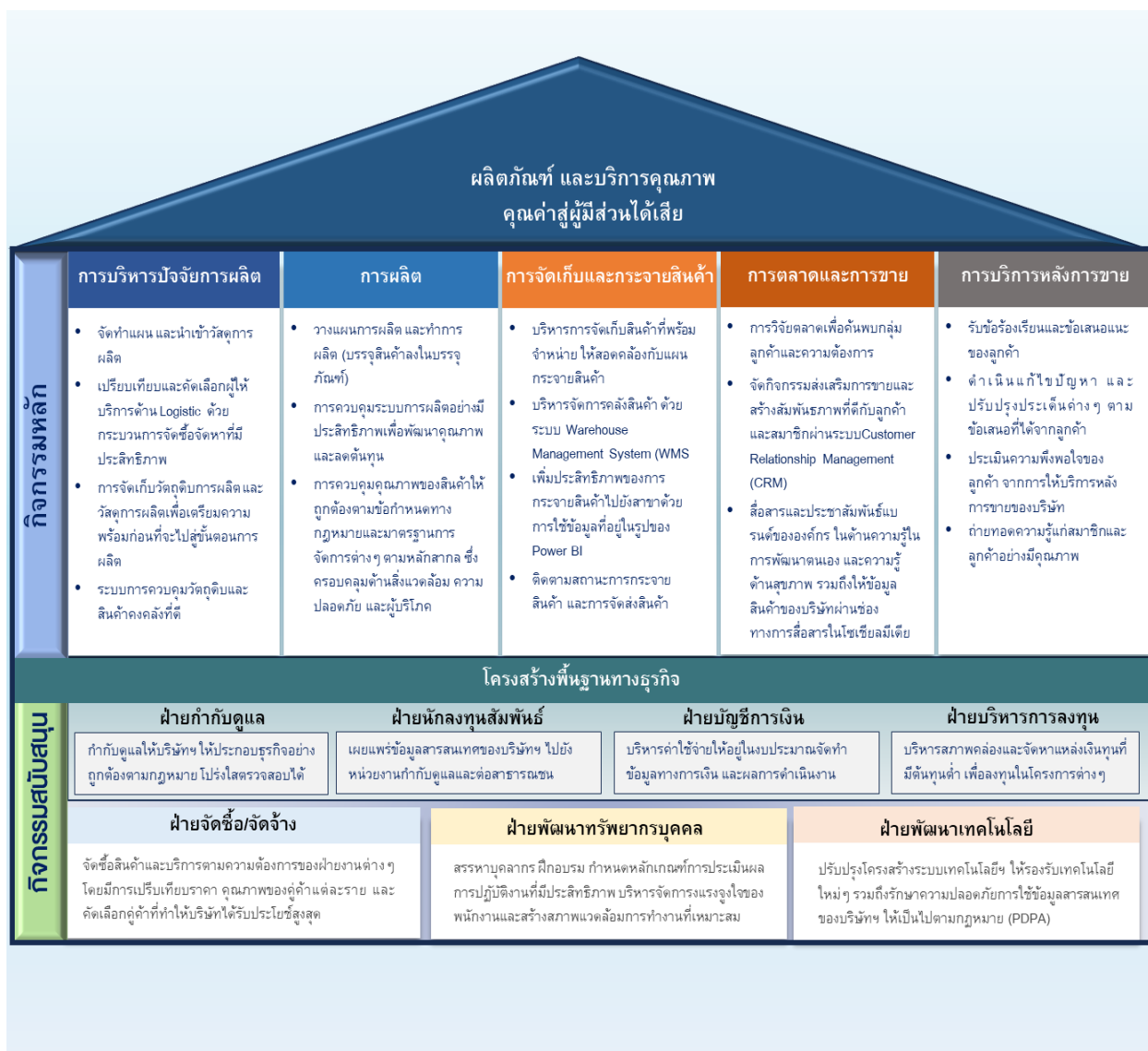
ทั้งนี้บริษัทฯ จะแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศที่คาดว่าผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูง และมีโอกาสในการขยายธุรกิจได้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการเข้าไปดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง เนื่องจากตัวแทนจำหน่ายจะมีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจในประเทศดังกล่าวมากกว่าและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในประเทศดังกล่าวได้ดีกว่า โดยบริษัทฯ จะกำกับดูแลตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศอย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการดำเนินงานของตัวแทนจำหน่ายที่อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัทฯ โดยจะดำเนินการติดตามข้อมูลข่าวสารของตัวแทนจำหน่ายผ่านทางช่องทางออนไลน์ และสื่อต่างๆ ที่ตัวแทนนำเสนอต่อสื่อมวลชนเพื่อติดตามและตรวจสอบว่ามีการปฏิบัติที่เหมาะสมหรือไม่ รวมถึงบริษัทฯ จะมีฝ่ายขายที่รับผิดชอบดูแลตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ โดยจะเดินทางไปพบตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ เพื่อประชุมสรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาและวางแผนการดำเนินงานในอนาคตเป็นประจำในทุก ๆ เดือน

ลูกค้าการตลาดและการขายและการบริการหลังการขาย

ปัจจุบันมีบริษัทที่ทำธุรกิจขายตรงที่อยู่รอดในอุตสาหกรรมไม่มาก เมื่อเทียบกับจำนวนบริษัทที่มีการเลิกกิจการไป ซึ่งบริษัทฯ ถือเป็นหนึ่งในผู้นำของธุรกิจขายตรงที่ยังดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบัน และมุ่งเน้นการขยายเครือข่ายอย่างยั่งยืนหัวใจสำคัญที่จะสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจ คือ กลยุทธ์การขยายฐานสมาชิก บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้นำของนักธุรกิจ ผ่านหลักสูตรการอบรมสัมมนาและคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้เกิดการสร้างเครือข่ายที่มั่นคง ตลอดจนช่วยพัฒนาให้เกิดสมาชิกใหม่เพื่อเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังใช้กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ โดยการให้ความสำคัญกับเครื่องมือทางการตลาดและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ ระบบโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนที่เป็นธรรมและการคำนวณผลตอบแทนที่มีความเที่ยงตรงกับสมาชิก การใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น เว็บไซต์ การให้บริการแอปพลิเคชันมือถือ รวมถึงกลยุทธ์สร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า โดยการสร้างความสัมพันธ์กับสมาชิกเพื่อให้มีความสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้น มีค่านิยมองค์กรร่วมกันผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การสัมมนา กิจกรรมเวิร์คช็อป กิจกรรมท่องเที่ยวสันทนาการ ฯลฯ เพื่อรักษาสมาชิกเก่า และดึงดูดสมาชิกใหม่เข้ามาในธุรกิจ

ในแง่ของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ มีการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของตลาดมีความหลากหลาย และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า รวมถึงมีความปลอดภัยด้วยการประเมินผลลัพธ์การใช้ผลิตภัณฑ์จากกลุ่มตัวอย่างจนได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในระดับสูงสุด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและทันสมัย ตลอดจนการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสามารถจ่ายได้อย่างคุ้มค่าเงิน เพื่อให้ลูกค้ามีความชื่นชอบ รับรู้ถึงความคุ้มค่าและเกิดความผูกพันต่อสินค้า แบรินด์ และองค์กร ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ

ทั้งนี้บริษัทฯ มีกิจกรรมทางธุรกิจ 5 กิจกรรมหลักได้แก่ การบริหารจัดการการผลิต การผลิต การจัดเก็บและกระจายสินค้า การตลาดและการขาย ตลอดไปจนถึงการให้บริการหลังการขาย และมีกิจกรรมสนับสนุนซึ่งแบ่งเป็น 4 กิจกรรมได้แก่ กิจกรรมโครงสร้างพื้นฐาน การบริหารทรัพยากรบุคคล การพัฒนาเทคโนโลยี และการจัดซื้อจัดจ้าง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัทฯ จัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืนในปีนี้เป็นปีแรก ตามกรอบการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียนและเอกสารแนะนำตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อสื่อสารความก้าวหน้าของผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลกิจการและตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ขอบเขตของรายงาน

รายงานฉบับนี้แสดงผลการดำเนินงานในประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อภารกิจอย่างยั่งยืนตามปีปฏิทินตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2567 ครอบคลุมรายละเอียดการดำเนินงานในส่วนของบริษัท ซัคเซสมอร์ บิอิงค์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ซัคเซส สปริต จำกัด เปิดเผยเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2568 โดยไม่รวมผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยทั้งหมด ข้อมูลผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยจะถูกเพิ่มเติมเข้ามาในการรายงานในอนาคต

การให้ความเชื่อมั่นต่อรายงาน

รายงานฉบับนี้มีการทบทวนเนื้อหาสำคัญโดยฝ่ายบริหารแต่ละส่วนงานเพื่อมั่นใจว่ามีข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน และครอบคลุมการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย



สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

คณะทำงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

บริษัท ซัคเซสมอร์ บิอิงค์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

10/1-2 ถนนรัชดาภิเษก แขวงจตุจักร เขตจตุจักร

กรุงเทพมหานคร 10900

อีเมล : info.ir@successmore.com

เบอร์โทร: 02-511-5955 ต่อ 113

3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

3.1. นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน



บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในรูปแบบการตลาดเครือข่าย (MLM) โดยเป็นบริษัท MLM แห่งแรกและแห่งเดียวที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ด้วยความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความโปร่งใส เป็นธรรม และมีจริยธรรม บริษัทฯ จึงมีเป้าหมายในการส่งมอบโอกาสทางธุรกิจและผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ได้รับการคัดสรรอย่างพิถีพิถัน ภายใต้แนวคิด "Inspiration for your Being" หรือ "แรงบันดาลใจเปลี่ยนชีวิตคุณ" บริษัทฯ ตระหนักว่าความสำเร็จที่แท้จริงไม่ได้วัดจากการเติบโตขององค์กรเพียงอย่างเดียว แต่ต้องเป็นการเติบโตไปพร้อมกันของทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการสร้างมูลค่าแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน นักลงทุน ผู้ถือหุ้น หรือพันธมิตรทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมศักยภาพและเปิดโอกาสในการพัฒนาาร่วมกันผ่านการยึดหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) และการกำกับดูแลกิจการที่ดี

และด้วยวิสัยทัศน์และความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในด้าน ESG (Environmental, Social, and Governance) โดยนำแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับหลักการดังกล่าวมาบูรณาการเข้ากับทุกแผนงานขององค์กร เพื่อให้แน่ใจว่าการดำเนินงานของทุกฝ่ายเป็นไปตามเป้าหมายและกลยุทธ์ของบริษัทฯ ซึ่งมีเป้าหมายด้านความยั่งยืน ดังนี้

- ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ บริษัทฯ มุ่งเน้นการลดปริมาณการใช้น้ำและลดปริมาณของเสีย รวมถึงการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และปฏิบัติตามกฎหมาย มาตรฐาน และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด
- ด้านสังคม (Social) บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดูแลและยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานผ่านการส่งเสริมสวัสดิการที่เหมาะสม ควบคู่ไปกับการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชนในทุกกระบวนการดำเนินงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาสังคม โดยนำความเชี่ยวชาญขององค์กรไปใช้ในการสร้างโครงการและกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้คน ชุมชน และสังคมในวงกว้าง
- ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแล (Economic & Governance) บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี ยึดมั่นในความโปร่งใส มีธรรมาภิบาล และปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและความพึงพอใจสูงสุด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีบนพื้นฐานของการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

แนวทางการบริหารจัดการเพื่อบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืน

Environmental

- ✓ ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ: มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพตามหลักการ 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) โดยครอบคลุมถึงการจัดการพลังงานไฟฟ้า น้ำ และขยะ เพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน
- ✓ ออกแบบผลิตภัณฑ์และเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: ลดการใช้พลังงานและป้องกันการเกิดขยะหรือมลพิษ โดยให้มีส่วนประกอบที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ตามกระบวนการ 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle)
- ✓ จัดการพลังงานลดผลกระทบภูมิอากาศ: จัดการพลังงานลดผลกระทบภูมิอากาศคำนึงถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ด้วยการจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ลดการใช้พลังงาน และตั้งตัวชี้วัดและเป้าหมายเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

Social

- ✓ ส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยในที่ทำงาน: พัฒนาระบบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยที่เอื้อต่อการทำงาน เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยและคุณภาพชีวิตของพนักงานทุกคน
- ✓ นโยบายแรงงานที่เป็นธรรม: กำหนดนโยบายที่คำนึงถึงสิทธิแรงงานอย่างเหมาะสม เช่น การจัดให้ค่าแรงและเงินเดือนที่เป็นธรรม รวมถึงการส่งเสริมความหลากหลายและความเคารพซึ่งกันและกันในองค์กร
- ✓ พัฒนาศักยภาพพนักงาน: สนับสนุนให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพของตนเองและมีโอกาสก้าวหน้าในสายงานอย่างยั่งยืน โดยจัดสวัสดิการและผลตอบแทนที่เหมาะสม เพื่อให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่สมบูรณ์
- ✓ สร้างคุณค่าร่วมกับชุมชน: ใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของ Successmore มาสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนและสังคม ผ่านกิจกรรมและโครงการที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและชุมชน

Governance

- ✓ โปร่งใสและปฏิบัติตามมาตรฐาน: ดำเนินการและเปิดเผยข้อมูลตามมาตรฐานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ
- ✓ บริหารจัดการคู่ค้าอย่างยั่งยืน: สนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบ โปร่งใส และยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน
- ✓ พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ: รับฟังความคิดเห็นลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการตามมาตรฐาน ISO 9001:2015
- ✓ พัฒนานวัตกรรมและระบบสารสนเทศ: สร้างสินค้าและระบบที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคตามมาตรฐาน SRS และ IT Procedure
- ✓ ปกป้องข้อมูลและความปลอดภัยไซเบอร์: ปฏิบัติตามข้อกำหนด PDPA และ Cyber Security ปี 2562 เพื่อคุ้มครองข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ✓ บริหารงานต่อเนื่องในภาวะฉุกเฉิน: จัดทำแผนสภาพคล่องทางการเงิน ควบคุมรายได้-ค่าใช้จ่าย และติดตามหนี้ค้างชำระ เพื่อความต่อเนื่องและประสิทธิภาพธุรกิจในทุกสถานการณ์

ทั้งนี้ นโยบายแนวทางการบริหาร และเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนของกลุ่มชัคเชสมอร์ สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ขององค์การสหประชาชาติ ดังนี้

SDG ข้อที่ 3 การมีชีวิตที่มีสุขภาพดี และความเป็นอยู่ที่ดี (Good Health and Wellbeing)

SDG ข้อที่ 4 การศึกษาที่มีคุณภาพ และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ (Quality Education)

SDG ข้อที่ 12 การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (Responsible Consumption and Production)

SDG ข้อที่ 13 การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบ (Climate Action)

SDG ข้อที่ 16 สังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ (Peace, Justice and Strong Institutions)

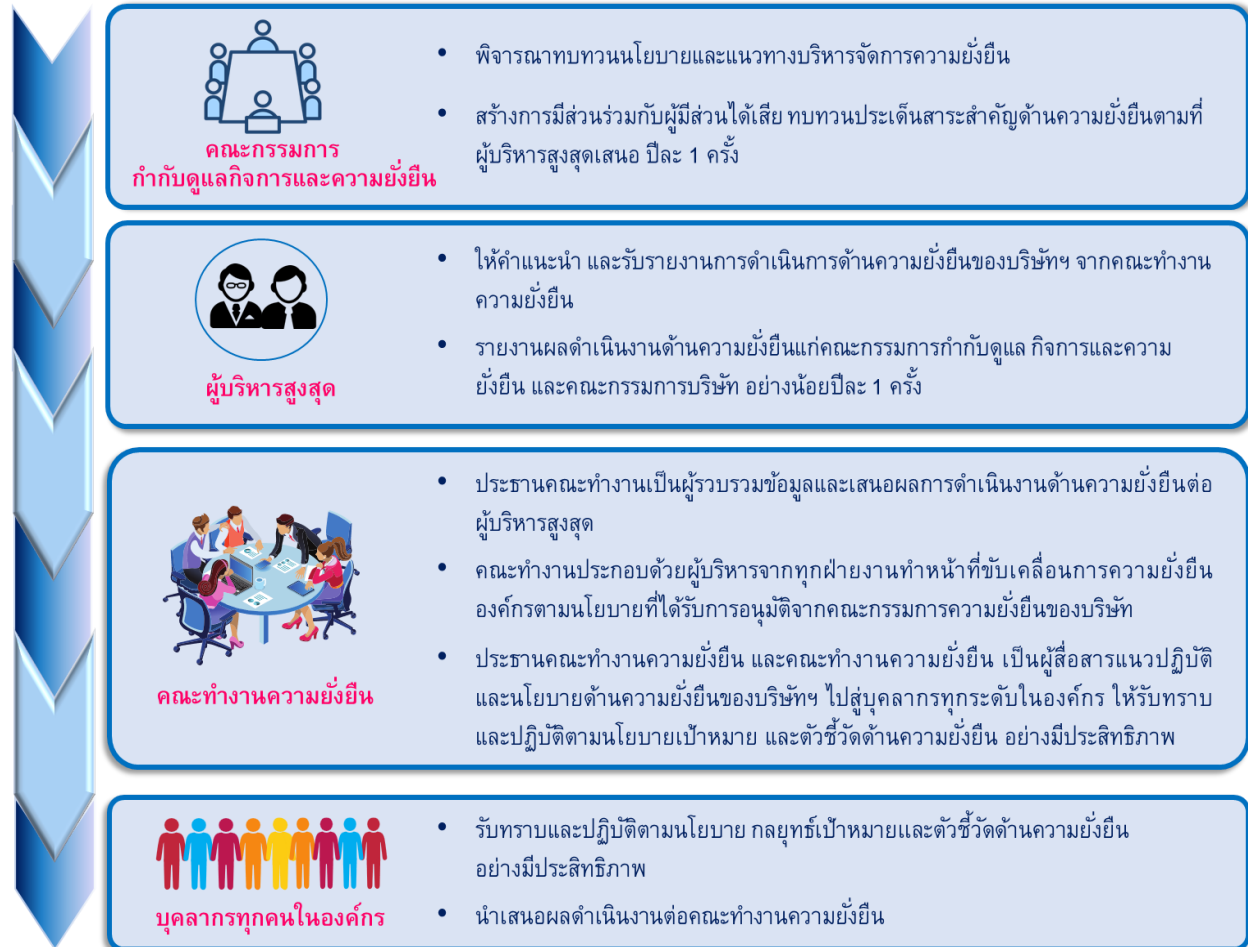


โครงสร้างการกำกับดูแลและบริหารจัดการความยั่งยืน

เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดกรอบงานตามที่ได้รับมอบหมายอย่างรอบคอบ ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีเลขานุการบริษัทเป็นผู้ประสาน ซึ่งจะดำเนินการปรับปรุงโครงสร้างของคณะกรรมการให้มีขอบเขตความรับผิดชอบที่มีความเชื่อมโยงกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผังโครงสร้างมีดังนี้



บทบาทในการกำกับดูแลและบริหารจัดการความยั่งยืน



3.2. การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

บริษัท ชัคเซสมอร์ บิอิงค์ จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงในทุกมิติของการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากการจัดการและระบุความเสี่ยงอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพเป็นรากฐานสำคัญที่จะทำให้องค์กรเติบโตอย่างมั่นคงในสภาวะแวดล้อมที่ไม่แน่นอนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงได้พัฒนานโยบายการบริหารความเสี่ยงที่ผสมผสานแนวคิดด้านความยั่งยืนและการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) เพื่อส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดี ลดความเสี่ยงที่อาจกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงช่วยให้องค์กรสามารถจัดการกับความเสี่ยงใหม่ ๆ (Emerging Risks) ที่อาจส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงได้อย่างทันท่วงที ผ่านแนวทางการบริหารดังนี้

- 1. สร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงทั่วองค์กร:** บริษัทฯ ส่งเสริมให้ทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง โดยจัดการอบรมเพื่อสร้างความรู้และจิตสำนึกที่ดีในการรับผิดชอบร่วมกัน ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับมีหน้าที่ในการประเมินและจัดการความเสี่ยงตามบทบาทหน้าที่ของตน
- 2. กระบวนการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ:** บริษัทฯ กำหนดแนวทางและข้อกำหนดที่ชัดเจนในกระบวนการบริหารความเสี่ยง โดยผสานให้เข้ากับกลยุทธ์และเป้าหมายธุรกิจตามมาตรฐานสากล เช่น COSO ERM เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัท
- 3. การกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite):** บริษัทฯ กำหนดกรอบความเสี่ยงที่ยอมรับได้เพื่อให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับเป้าหมายทางกลยุทธ์ โดยจัดทำแผนธุรกิจประจำปีและมีการบริหารความเสี่ยงเชิงรุกก่อนการลงทุนในโครงการต่าง ๆ
- 4. วิเคราะห์และจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืน:** บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการประเมินและจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล โดยมีการควบคุมและติดตามผลการบริหารความเสี่ยง รวมถึงรายงานให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบเป็นประจำ
- 5. การบริหารจัดการความเสี่ยงในภาวะฉุกเฉินและวิกฤต:** บริษัทฯ มีแผนจัดการและมาตรการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉินและแนวโน้มความเสี่ยงใหม่ ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงการติดตามการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายและข้อบังคับที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ
- 6. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารความเสี่ยง:** บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานเข้าถึงข้อมูลการบริหารความเสี่ยงได้อย่างทั่วถึง พร้อมพัฒนาระบบรายงานการบริหารความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพในการจัดการ
- 7. การตรวจสอบและควบคุมการบริหารความเสี่ยง:** บริษัทฯ มีการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แน่ใจว่าการจัดการความเสี่ยงขององค์กรเป็นไปตามมาตรฐานและมีความเหมาะสม



ทั้งนี้มียรายละเอียดประเด็นโอกาสและความเสี่ยงด้านความยั่งยืนมีดังนี้

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม	โอกาส	ความเสี่ยง
การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (การจัดการพลังงาน การบริหารจัดการน้ำ และการจัดการขยะ)	- แนวโน้มของ Net Zero และการลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) มีความสำคัญมากขึ้นในภาคธุรกิจ บริษัทฯ ที่ให้ความสำคัญกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและใช้พลังงานหมุนเวียนจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน - การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบมากขึ้นมีโอกาสในการเข้าถึง Green Financing หรือ Sustainability-linked Loans จากสถาบันการเงินและนักลงทุนที่ให้การสนับสนุนธุรกิจที่ดำเนินงานตามแนวทาง ESG	- แรงกดดันจากผู้บริโภคและนักลงทุนที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน หากบริษัทฯ ไม่มีแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ชัดเจน อาจทำให้สูญเสียโอกาสทางธุรกิจ และหากไม่มีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี อาจเกิดค่าปรับหรือบทลงโทษจากหน่วยงานกำกับดูแลที่เข้มงวดมากขึ้นในหลายประเทศ
การบริหารจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและบรรจุภัณฑ์	- Circular Economy หรือเศรษฐกิจหมุนเวียน กลายเป็นแนวทางที่ธุรกิจให้ความสนใจมากขึ้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลหรือย่อยสลายได้จะช่วยสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ - Green Supply Chain Management การทำงานร่วมกับซัพพลายเออร์ที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนจะช่วยลดต้นทุนระยะยาวและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท	- ต้นทุนวัตถุดิบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอาจสูงขึ้นในช่วงเปลี่ยนผ่านทำให้มีผลกระทบต่อกำไรของบริษัท - การจัดการของเสียจากบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์
การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	บริษัทฯ มีการวางแผนรับมือกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศที่อาจเกิดขึ้นได้ทันทั่วทั้งที่ เช่น แผนรองรับความเสี่ยงจากภัยทางธรรมชาติเพื่อทำให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจน้อยที่สุด	- ผลกระทบจากสภาพอากาศแปรปรวน เช่น ภัยแล้ง น้ำท่วม หรืออุณหภูมิที่สูงขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทฯ หากไม่มีการวางแผนปรับตัวที่ดี ธุรกิจอาจเผชิญกับความเสียหายจากการดำเนินงานที่ไม่ต่อเนื่อง - แรงกดดันจาก TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) และมาตรฐาน ESG ของสถาบันการเงิน อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการระดมทุน

ปัจจัยความเสี่ยงด้านสังคม	โอกาส	ความเสี่ยง
การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	- มาตรฐานด้านความปลอดภัยที่สูงขึ้น จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสร้างขวัญกำลังใจให้พนักงาน ลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุและการขาดงาน ซึ่งส่งผลให้ประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรดีขึ้น - บริษัทให้ความสำคัญกับ Well-being และสุขภาพจิตของพนักงาน จะสามารถดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพไว้ได้	- หากไม่มีการลงทุนใน โครงสร้างพื้นฐานด้านความปลอดภัย และสุขอนามัย อาจทำให้พนักงานเผชิญกับความเสี่งด้านสุขภาพ และส่งผลกระทบต่ออัตราการลาออก - สภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม และไม่มีความปลอดภัยในการทำงาน จะเพิ่มความเสี่ยงในการปฏิบัติงานและอาจทำให้พนักงานได้รับอุบัติเหตุจากการทำงาน
การเคารพสิทธิมนุษยชน	- การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับ ความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ ช่วยเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานและสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	- เกิดข้อพิพาทเรื่องสิทธิมนุษยชนระหว่างพนักงานและบริษัท เช่น การใช้แรงงานเกินเวลา หรือการเลือกปฏิบัติในสถานที่ทำงาน อาจส่งผลให้ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท ได้รับความเสียหาย
การพัฒนาและการดูแลคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน	- บริษัทที่มีลงทุนใน Upskilling และ Reskilling พนักงาน จะสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันได้ดียิ่งขึ้น และช่วยลดต้นทุนจากการสรรหาพนักงานใหม่	- หากไม่มีมาตรการสนับสนุนด้านสุขภาพ และความเป็นอยู่ของพนักงาน อาจทำให้บริษัทสูญเสียบุคลากรที่มีศักยภาพ และส่งผลต่อผลิิตภาพการทำงาน - แนวโน้มของพนักงาน Generation Z ที่ให้ความสำคัญกับองค์กรที่มีวัฒนธรรมการทำงานที่ดี หากบริษัทไม่มีแผนพัฒนาสวัสดิการที่เพียงพอ อาจทำให้เกิดปัญหาการดึงดูดและรักษาพนักงาน
การสนับสนุนและช่วยเหลือสังคม	- การมีโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และ Shared Value Initiatives สามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความไว้วางใจจากผู้บริโภค และสร้างบรรยากาศการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข - บริษัทที่มุ่งเน้น Sustainable Community Development จะได้รับการยอมรับจากหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ ทำให้สามารถขยายโอกาสทางธุรกิจได้มากขึ้น	- หากไม่มีแผนงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ชัดเจน บริษัทอาจสูญเสียโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคและชุมชน - องค์กรที่ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึง Impact Measurement ของโครงการ CSR อาจถูกมองว่าใช้กลยุทธ์ Greenwashing ซึ่งส่งผลเสียต่อความน่าเชื่อถือของแบรนด์

ปัจจัยความเสี่ยงด้านกำกับดูแล	โอกาส	ความเสี่ยง
ความเสี่ยงด้านการเติบโตทางธุรกิจ	- การใช้ Data Analytics และ AI ช่วยให้บริษัทสามารถวิเคราะห์แนวโน้มและคาดการณ์ความต้องการของตลาดได้แม่นยำยิ่งขึ้น	- ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น และภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ อาจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของลูกค้า
ความเสี่ยงด้านจริยธรรม และการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ	- องค์กรที่มี Good Governance และ ESG Compliance จะได้รับความเชื่อมั่นจากนักลงทุนและผู้บริโภค	- บริษัทฯ ได้รับความเสียหายทั้งทางด้านชื่อเสียงและผลการดำเนินงาน รวมถึงอาจจะได้รับข้อร้องเรียนและการฟ้องร้องจากผู้ที่ได้รับผลกระทบ และอาจถูกเพิกถอนใบอนุญาตการดำเนินธุรกิจ
ห่วงโซ่อุปทานที่มีความซับซ้อน	- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนจะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาวให้กิจการ	- การดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ด้านสังคม หรือบรรษัทภิบาล อาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของธุรกิจและชื่อเสียงของบริษัทฯ
การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	- บริษัทสามารถปรับตัวและดำเนินธุรกิจต่อไปได้แม้ในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน	- หากบริษัทฯ ไม่มีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันทั่วทั้งที่ อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจจนไม่สามารถทำธุรกิจต่อไปได้
การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	- Customer Relationship Management (CRM) และ AI Chatbots จะช่วยเพิ่มประสบการณ์ของลูกค้าและปรับปรุงการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น	- การขาดกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า องค์กรได้รับความเสียหายจากความไม่พึงพอใจของลูกค้า ขาดโอกาสในการเพิ่มยอดขาย - ชื่อเสียงและภาพลักษณ์เสียหายเกิดผลกระทบในทางลบต่อการสร้างคุณค่าแบรนด์สินค้าของบริษัทฯ
นวัตกรรมและเทคโนโลยี	- การนำ Digital Transformation และ AI Integration มาใช้จะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และลดต้นทุน	- หากบริษัทไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ทันทั่วทั้งที่ อาจทำให้บริษัทเสียเปรียบในการแข่งขัน - ความเสี่ยงจาก Cyber Attacks และ Data Breaches อาจส่งผลกระทบต่อข้อมูลสำคัญขององค์กร
การรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	- การลงทุนใน Cybersecurity และ Data Protection จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและคู่ค้า	- การถูกโจมตีทางไซเบอร์เช่น Ransomware Attacks และ Phishing อาจส่งผลให้เกิดความเสียหายด้านการเงินและชื่อเสียง - การไม่ปฏิบัติตาม กฎหมายด้านคุ้มครองข้อมูล เช่น GDPR และ PDPA อาจนำไปสู่ค่าปรับจำนวนมากและการสูญเสียความไว้วางใจจากลูกค้า

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจไปอีก 3-5 ปี ข้างหน้า จึงได้วิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นรวมถึงผลกระทบต่อธุรกิจและการดำเนินงานของแต่ละปัจจัยเสี่ยง ทั้งนี้บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการลดความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ และติดตามความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ทั้งในระยะปานกลางไปจนถึงระยะยาวอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่และช่วยให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายตามกลยุทธ์และทิศทางตามที่กำหนด



ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการ
ภาวะโลกร้อนและภัยพิบัติทางธรรมชาติ ส่งผลต่อปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รวมถึงความไม่แน่นอนของซัพพลายเชนในการขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญ เช่น สมุนไพร แร่ธาตุ	- พัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้วัตถุดิบทดแทนได้ เพื่อรองรับการขาดแคลนในอนาคต - กระจายความเสี่ยงโดยใช้ Supplier Diversification และทำสัญญาระยะยาวกับผู้ผลิตวัตถุดิบ
การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	- ติดตามวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐ อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการเลือกใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในการผลิตเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจ
ความกังวลของผู้บริโภค ต่อความโปร่งใสของข้อมูลโภชนาการและฉลากผลิตภัณฑ์ (Health Conscious Behavior Risk): แนวโน้มผู้บริโภคส่วนใหญ่ พยายามเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีจริยธรรม จากการที่ผู้บริโภคมองหาความโปร่งใส ในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น	- กำหนดให้มีการบริหารจัดการด้านการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) สามารถตรวจสอบทุกกระบวนการดำเนินงานด้านการผลิต - พัฒนาสินค้าด้านสุขภาพอย่างต่อเนื่องพร้อมระบุข้อมูลฉลากผลิตภัณฑ์ หรือข้อมูลด้านการบริโภคที่ชัดเจนถูกต้อง เพื่อสร้างความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้าของบริษัทฯ
การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Shift) โดยผู้บริโภคเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าสารอาหารสูงและออกฤทธิ์ตามหลักวิทยาศาสตร์ (Science-backed Supplements) มากขึ้น ทำให้สินค้าที่ไม่มีหลักฐานทางการแพทย์รองรับขายยากขึ้น ความต้องการอาหารเสริมที่ผลิตจากพืช (Plant-Based) หรือ Functional Food เพิ่มสูงขึ้น	- พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองทางวิทยาศาสตร์ และมีงานวิจัยรองรับ (Science-backed & Clinically Tested Products) - พัฒนาอาหารเสริมที่สอดคล้องกับเทรนด์สุขภาพ เช่น อาหารเสริมจากพืช, โปรไบโอติก, คอลลาเจนจากแหล่งธรรมชาติ - ปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้เน้นไปที่ ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ และความโปร่งใสของผลิตภัณฑ์

3.3. ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท (Stakeholder)

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล เคารพสิทธิและคำนึงถึงประโยชน์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งบริษัทฯ วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 8 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า หน่วยงานภาครัฐ สื่อมวลชน ชุมชนสังคม และเจ้าหน้าที่ ว่าธุรกิจของบริษัทฯ มีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ในแต่ละกิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าอย่างไร เพื่อให้สามารถพัฒนาและยกระดับความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสมเพื่อความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ผู้มีส่วนได้เสียและความสัมพันธ์	ช่องทางและความถี่ในการสร้างส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อประเด็นความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
 1. ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มย่อย • ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ • ผู้ถือหุ้นรายย่อย • สถาบันการเงิน • นักวิเคราะห์ ซึ่งเป็นแหล่งระดมเงินทุนจากผู้ถือหุ้นและเป็นแหล่งระดมเงินทุนจากสถาบันการเงิน	• รายงานผลประกอบการ และแจ้งข้อมูลสำคัญของบริษัท ผ่านทางเว็บไซต์ SET และ SEC ภายในระยะเวลาที่กำหนด • ให้ข้อมูลผ่าน รายงานประจำปี และรายงาน 56-1 One Report ปีละ 1 ครั้ง • ชี้แจงและให้ข้อมูล ในกิจกรรม Opportunity Day ไตรมาสละ 1 ครั้ง • ชี้แจงและให้ข้อมูล ผ่านการประชุมผู้ถือหุ้นปีละ 1-2 ครั้ง • การเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์และสื่อ Online / Offline ต่างๆ	• ผลการดำเนินงาน และการเติบโตทางธุรกิจ • ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ • ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้อง ครบถ้วน ภายในระยะเวลาที่เหมาะสม • นโยบายทางการเงินและบัญชี • การบริหารกระแสเงินสด • การควบคุมค่าใช้จ่าย • การได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียม และเป็นธรรม ตามหลักธรรมาภิบาล	• สื่อสาร และให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท, สินค้า, รวมถึงกิจกรรมสำคัญต่างๆ อย่างครบถ้วน ถูกต้อง รวดเร็ว ให้แก่ผู้ถือหุ้น, นักลงทุน, บุคคลทั่วไป อย่างเท่าเทียม • ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ • สร้างผลการดำเนินงานที่ดี มีการเติบโตอย่างมั่นคง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว • ให้ความสำคัญกับผู้ถือหุ้น โดยยึดหลักความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้น • รักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น โดยจัดให้มีมาตรการป้องกันการรั่วไหลข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ส่วนตนของกรรมการหรือผู้บริหาร

ผู้มีส่วนได้เสีย และความสัมพันธ์	ช่องทางและความถี่ในการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อประเด็นความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
 2. พนักงาน กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มย่อย - คณะกรรมการ - พนักงาน โดยคณะกรรมการกำหนดกลยุทธ์ นโยบายบริษัท และพนักงานปฏิบัติตามกฎระเบียบ	- สำรวจความพึงพอใจของพนักงานประจำปี - สำรวจความผูกพันของพนักงานประจำปี - สำรวจความสอดคล้องของพฤติกรรมพนักงานกับวัฒนธรรมองค์กรประจำปี - ช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทและพนักงาน ประจำเดือน (Town Hall) - ระบบการประเมินผลงาน ปีละ 2 ครั้ง - การเปิดช่องทางรับข้อร้องเรียน - การประชุมภายในบริษัท ในวาระต่างๆ	- สภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในการทำงาน - การมีผลตอบแทนและสวัสดิการที่ดี - การประเมินผลงานที่เป็นธรรม - ความก้าวหน้าในอาชีพการงาน - ได้รับการพัฒนาศักยภาพและการฝึกอบรม - การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และโอกาสในการแสดงความคิดเห็น	- ตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการทำงานและความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ - มีระบบการจ่ายค่าตอบแทน ผลประโยชน์ และสวัสดิการที่เหมาะสม เช่น การเบิกสินค้าสวัสดิการรายเดือน, กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ - มีการประเมินผลการทำงานของพนักงาน (KPI) ที่ชัดเจน เป็นธรรม - จัดทำโครงสร้างตำแหน่งงานให้มีโอกาสก้าวหน้าอย่างชัดเจน เพื่อให้พนักงานเติบโตตามความสามารถ - จัดให้มีการอบรมทั้งภายในและภายนอกบริษัท เพื่อพัฒนาทักษะและเสริมสร้างความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง - สร้างวัฒนธรรมองค์กร SCM SPIRIT
 3. ลูกค้า กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มย่อย - สมาชิก - ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ ซึ่งเป็นผู้สั่งซื้อสินค้าจากบริษัท	- การประชุมร่วมกันเพื่อกำหนดแผนงาน และชี้แจงข้อมูลต่าง ๆ รายเดือน - กิจกรรมอบรมสัมมนารายสัปดาห์ - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า - การติดต่อผ่าน Call Center - การติดต่อผ่านสาขาและสำนักงานใหญ่ - การติดต่อผ่านช่องทาง Online (Line, Facebook, E-mail, etc.)	- สินค้าและบริการที่ดี มีคุณภาพ - สินค้าที่มีราคาและคะแนน (PV) ที่สามารถทำการแข่งขันในธุรกิจเครือข่าย - การขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ - การสื่อสารข้อมูลด้านต่าง ๆ ของบริษัท ที่ถูกต้อง ทันเวลา - การตอบสนอง และแก้ไขปัญหา - ความหลากหลาย และมีประสิทธิภาพ ของช่องทางในการติดต่อบริษัท - การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม - ได้รับคำคอมมิชชั่นถูกต้องตรงเวลา	- ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาด และสินค้าของบริษัทฯ ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว - พัฒนาเครื่องมือการขาย ที่ช่วยทำการตลาดให้กับสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ - พัฒนา, ปรับปรุง, แก้ไขคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง - จัดกิจกรรมทางการตลาด ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม - มีกระบวนการตั้งราคาสินค้า และคะแนน (PV) ที่มีประสิทธิภาพ แข่งขันได้ - ตอบสนอง และแก้ปัญหาต่างๆ ที่ได้รับ Feedback โดยทันที - มีช่องทางให้ลูกค้าแจ้งปัญหาหลายช่องทาง รับผิดชอบความเสียหาย หากสินค้าเกิดความเสียหายในขั้นตอนการจัดส่งสินค้า - ใช้ระบบการติดตามสถานะการจัดส่ง (Tracking) แบบออนไลน์ - มีแผนงานตรวจสอบความถูกต้องของระบบการคำนวณค่าคอมมิชชั่นอยู่เสมอ

ผู้มีส่วนได้เสีย และความสัมพันธ์	ช่องทางและความถี่ในการมีส่วน ร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ความต้องการและความ คาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อประเด็นความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย
 4. คู่ค้า กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มย่อย • ผู้ขายสินค้า • ผู้ผลิตสินค้า • ผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นผู้ส่งมอบสินค้า และบริการให้แก่ บริษัทฯ	• การประชุมร่วมกันเพื่อกำหนด แผนการทำงาน • เข้าเยี่ยมชมกิจการ และกระบวนการ การผลิตสินค้าของคู่ค้าปีละ 1 ครั้ง • การสำรวจความพึงพอใจของคู่ค้า	• กระบวนการคัดเลือกคู่ค้าที่ โปร่งใส และเป็นธรรม • การดำเนินธุรกิจร่วมกัน อย่างยั่งยืน • แผนการดำเนินงานใน โครงการ, ขั้นตอนต่างๆ ที่ เกี่ยวข้อง • ได้รับการชำระเงินที่ ครบถ้วน ในระยะเวลาที่ กำหนด	• ปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกรายอย่างเสมอภาค และเป็นธรรม • ไม่เรียกรับหรือยอมรับทรัพย์สิน หรือ ประโยชน์อื่นใดที่ไม่สุจริตจากคู่ค้า • มีการลงนามในสัญญาที่ระบุขอบเขต และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ระหว่างบริษัทและคู่ค้า • จ่ายชำระเงินให้กับคู่ค้า ครบถ้วน ตรง เวลา • รักษาสัมพันธภาพที่ดีกับคู่ค้า, ไม่ สนับสนุนคู่ค้า ที่ทำธุรกิจผิดกฎหมาย หรือเป็นภัยต่อสังคม
 5. หน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มย่อย • สำนักงาน ก.ล.ต. • ตลาดหลักทรัพย์ฯ • กรมสรรพากร ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ กำกับดูแลการดำเนิน งานของบริษัทฯ ให้มีความโปร่งใส เปิดเผยข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา	• การส่งรายงานและข้อมูลตามที่ กฎหมายกำหนด • การเปิดเผยข้อมูลตามที่ร้องขอ • การเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์ • การเข้าเยี่ยมชมกิจการ และตรวจ การดำเนินงานจากหน่วยงาน ภาครัฐ • การจัดทำรายงานประจำปี และ รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	• ดำเนินธุรกิจตามกฎหมาย อย่างเคร่งครัด • การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง	• ปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ ต่างๆ อย่างเคร่งครัด • รับผิดชอบการแก้ไขโดยทันที ที่ได้รับ แจ้งว่ามีการกระทำผิดหลักเกณฑ์ที่ กำหนดไว้ • ทบทวนความรู้ในเรื่องกฎหมาย และ ข้อกำหนดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นประจำทุกปี • นำส่งงบการเงิน และชำระภาษี อย่าง ถูกต้องและตรงเวลา • ดำเนินการให้การจ้างงาน และการจ่าย ค่าตอบแทนของบริษัท เป็นไปตามที่ กฎหมายกำหนด • ส่งเสริมการจ้างงานคนพิการ และ สนับสนุนอาชีพคนพิการ
 6. สื่อมวลชน กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มย่อย • นักข่าว • นักวิเคราะห์ • สื่อ online- offline เป็นผู้สื่อสารและ วิเคราะห์ข้อมูลของ บริษัทฯ ให้นักลงทุน ผู้ถือหุ้น บุคคลทั่วไป	• ให้ข้อมูลกับสื่อ Online / Offline ในทุกครั้งที่มีการนำเสนอที่น่าสนใจที่ บริษัทฯ ต้องการสื่อสาร • พบปะสื่อฯ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดี	• การปฏิบัติต่อสื่อฯ ทุกราย อย่างเท่าเทียม • การให้ ข้อมูลที่ ถูกต้อง รวดเร็ว	• เปิดเผยข้อมูลข่าวสารให้แก่สื่อฯ อย่าง รวดเร็ว ถูกต้อง โปร่งใส • สร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับ สื่อฯ ทุกรายอย่างต่อเนื่องและเท่า เทียม

ผู้มีส่วนได้เสีย และความสัมพันธ์	ช่องทางและความถี่ในการมีส่วน ร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ความต้องการและความ คาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อประเด็นความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย
 7. ชุมชนและสังคม กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มย่อย • หน่วยงานภายนอก ที่มีส่วนร่วมกับ กิจกรรม CSR ของ บริษัทฯ เช่น มูลนิธิ องค์กรการกุศล ซึ่ง เป็นผู้มีส่วนร่วมใน กิจกรรม CSR ของ บริษัทฯ	• กิจกรรม CSR ที่บริษัทฯ จัดขึ้น เป็นรายครึ่ง • การเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์ • การจัดทำรายงานประจำปี และ รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	• โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม • การจัดการสิ่งแวดล้อม	• ดำเนินการช่วยเหลือชุมชนและสังคม ในช่วงที่มีภัยพิบัติอย่างเร่งด่วน เช่น การช่วยเหลือในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 • มีนโยบายสนับสนุนการรักษา สิ่งแวดล้อม ด้วยการติดตั้งแผง Solar Cell บนหลังคาสถานที่ทำการของ บริษัทฯ เพื่อผลิตและใช้ไฟฟ้าจาก พลังงานแสงอาทิตย์
 8. เจ้าหนี้ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มย่อย • สถาบันการเงิน ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุน ของบริษัทฯ	• สรุปผลการดำเนินงาน และ แผนงานของบริษัทฯ ให้กับเจ้าหนี้ สถาบันการเงิน ทุก ๆ 6 เดือน • รายงานผลประกอบการ และแจ้ง ข้อมูลสำคัญของบริษัท ผ่านทาง เว็บไซต์ SET และ SEC ภายใน ระยะเวลาที่กำหนด • ชี้แจงและให้ข้อมูล ในกิจกรรม Opportunity Day ไตรมาสละ 1 ครั้ง	• ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อ เจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด • รายงานสถานะทางการเงิน อย่างถูกต้อง โปร่งใส และ สามารถตรวจสอบได้	• ควบคุมการชำระหนี้เงินกู้ และ ดอกเบี้ย ให้แก่เจ้าหนี้ทุกประเภท ครบถ้วนตามกำหนดเวลา • รักษาและปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อ เจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด • ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและสื่อสารกับเจ้าหนี้ ถึงสถานะทางการเงินของบริษัทฯ และ ทิศทางในการดำเนินธุรกิจอย่าง สม่ำเสมอ • ไม่ปกปิดข้อมูลเกี่ยวกับสถานะทาง การเงิน หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการ ดำเนินงาน ที่อาจทำให้เจ้าหนี้ได้รับ ความเสียหาย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้วิเคราะห์ระดับความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียโดยพิจารณาจากระดับการพึ่งพาระหว่างบริษัทฯ กับผู้มีส่วนได้เสีย (Dependency) ระดับความตึงเครียดของผู้มีส่วนได้เสียต่อบริษัทในการดำเนินการด้านความยั่งยืนอย่างทันท่วงที (Tension) และระดับการสร้างผลกระทบต่อกิจกรรมหรือการดำเนินธุรกิจ (Influence) และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า และคู่ค้า

3.4. ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Material Topic)

ขั้นตอนการประเมินประเด็นสาระสำคัญ

1. การระบุประเด็นสาระสำคัญ (Materiality Identification)

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนโดยพิจารณาจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความยั่งยืน ตลอดจนศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอกองค์กร การประเมินครอบคลุมถึงการพิจารณาห่วงโซ่อุปทาน การคาดการณ์แนวโน้มอุตสาหกรรม และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านกระบวนการหารือจากที่ประชุมในระดับต่างๆ เพื่อให้สามารถระบุประเด็นสาระสำคัญที่สอดคล้องกับทิศทางของอุตสาหกรรมและแนวโน้มระดับโลก บริษัทฯ ได้ศึกษาข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงที่มีมาตรฐาน เช่น World Economic Forum (WEF) และ World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) ควบคู่ไปกับการติดตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ จากกระบวนการดังกล่าว บริษัทฯ สามารถระบุประเด็นสาระสำคัญออกมาได้ทั้งสิ้น 16 ประเด็น ได้แก่

มิติเศรษฐกิจและธรรมาภิบาล	มิติสิ่งแวดล้อม	มิติสังคม
• การเติบโตทางธุรกิจ • การกำกับดูแลกิจการและการปฏิบัติตามกฎหมาย • การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ • การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต • การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า • นวัตกรรมและเทคโนโลยี • การรักษาความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	• การบริหารจัดการด้านพลังงาน • การบริหารจัดการน้ำ • การบริหารจัดการขยะ • ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม • การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	• การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย • การเคารพสิทธิมนุษยชน • การพัฒนาและการดูแลคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน • การสนับสนุนและช่วยเหลือสังคม

2. การจัดลำดับความสำคัญของประเด็นสาระสำคัญ (Materiality Prioritization)

บริษัทฯ ได้จัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนดังกล่าวโดยเกณฑ์การประเมินระดับผลกระทบต่อธุรกิจทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น ระดับความน่าจะเป็นที่ความเสี่ยงเกิดขึ้นภายในองค์กร แนวโน้มผลกระทบที่ส่งผลต่อกำไรสุทธิ แนวโน้มผลกระทบเชิงบวกหรือเชิงลบที่ส่งผลต่อจำนวนสมาชิกขององค์กร และแนวโน้มของผลกระทบที่ส่งผลต่อชื่อเสียงของบริษัทฯ ในส่วนของระดับผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ระดับความสนใจ ผลกระทบและความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อใช้ในการจัดลำดับประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ประเด็นสาระสำคัญซึ่งได้รับการทบทวนและอนุมัติผลการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนโดยผู้บริหารระดับสูงดังนี้

ผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



3. การทบทวนและอนุมัติประเด็นสาระสำคัญโดยผู้บริหาร

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ประเด็นสาระสำคัญจะได้รับการ ทบทวนและอนุมัติโดยผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้มั่นใจว่าสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรและแนวโน้มอุตสาหกรรม หลังจากนั้น บริษัทฯ จะสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อส่งเสริมความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในแนวทางความยั่งยืนขององค์กร นอกจากนี้ บริษัทฯ จะดำเนินการติดตามและทบทวนประเด็นสาระสำคัญเป็นระยะ เพื่อให้สามารถปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของบริบททางธุรกิจ และสร้างคุณค่าให้กับทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง

3.5. กรอบดำเนินงานด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ได้กำหนด "กรอบการบริหารความยั่งยืน" เพื่อเป็นแนวทางหลักในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างมั่นคง โดยคำนึงถึงความสมดุลของ มิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม กรอบการดำเนินงานดังกล่าวได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับ มาตรฐานและแนวทางปฏิบัติระดับสากล โดยมุ่งเน้นการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม การพัฒนาสังคมอย่างมีส่วนร่วม และการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ได้ผนวกกรอบความยั่งยืนเข้ากับแผนกลยุทธ์องค์กร และกำหนด เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ที่สามารถวัดผลได้ รวมถึงมีการติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นให้ทุกภาคส่วนในองค์กรมีบทบาทในการขับเคลื่อนความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับองค์กรในระยะยาว และสร้างคุณค่าแก่สังคมโดยรวม



ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแล

มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจให้มีการเติบโตตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการปฏิบัติตามกฎหมาย รวมถึงสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยคำนึงถึงการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ดีและการบริหารความเสี่ยงในภาวะวิกฤตเพื่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ



ด้านสิ่งแวดล้อม

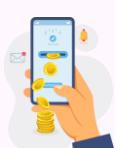
สร้างความตระหนักรู้ในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยยกระดับการบริหารจัดการน้ำ และพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการขยะและการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



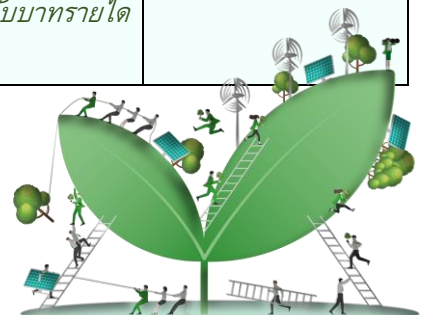
ด้านสังคม

ส่งเสริมสวัสดิภาพและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน ให้ความสำคัญต่อการเคารพสิทธิมนุษยชน ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน รวมทั้งการสนับสนุนช่วยเหลือสังคม

4. ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

ด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ	ผลการดำเนินงาน	เป้าหมาย
 การเติบโตทางธุรกิจ	อัตรากำไรสุทธิเติบโต -0.16%	เติบโตร้อยละ 5
 การกำกับดูแลกิจการ และ การปฏิบัติตามกฎหมาย	จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน เท่ากับ 0 กรณี	0 กรณี
 บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน อย่างมีความรับผิดชอบต่อ	คู่ค้ารายสำคัญร้อยละ 44 ของคู่ค้าทั้งหมด ทำการลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30
 การบริหารความเสี่ยงและ ภาวะวิกฤต	อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน 5.79 เท่า	อย่างน้อย 1 เท่า
 การบริหารความสัมพันธ์กับ ลูกค้า	ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ที่ ร้อยละ 80	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80
 นวัตกรรมและเทคโนโลยี	ปริมาณการใช้งานแพลตฟอร์มเทคโนโลยี สารสนเทศจากลูกค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 7	เพิ่มขึ้นร้อยละ 25
 การรักษาความปลอดภัยและ ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่บริษัทถูกโจมตี ทางไซเบอร์ 0 กรณี	0 กรณี

ด้านสิ่งแวดล้อม	ผลการดำเนินงาน	เป้าหมาย
 การบริหารจัดการพลังงาน	ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหน่วยรายได้ของบริษัท เพิ่มขึ้นร้อยละ 23	ลดลงร้อยละ 3
 การบริหารจัดการน้ำ	ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ของบริษัท เพิ่มขึ้นร้อยละ 30	ลดลงร้อยละ 3
 ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	มีบรรจุภัณฑ์ที่มีวัสดุ Recycle เป็นส่วนประกอบร้อยละ 3 ของจำนวนสินค้าทั้งหมด	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5
 การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมต่อรายได้รวม (kg CO2eq/เทียบกับบาทรายได้) เพิ่มขึ้นร้อยละ 227	ลดลงร้อยละ 2



ด้านสังคม	ผลการดำเนินงาน	เป้าหมาย
 การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) ของพนักงาน 0 กรณี	0 กรณี
 การเคารพสิทธิมนุษยชน	จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน 0 กรณี	0 กรณี
 การพัฒนาและการดูแลคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน	ผลประเมินความผูกพันหรือความพึงพอใจของพนักงานต่อองค์กรร้อยละ 80	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80
 การสนับสนุนและช่วยเหลือสังคม	จำนวนชุมชนที่มีโครงการการมีส่วนร่วมและ/หรือการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นที่ได้รับผลประโยชน์ 9 ชุมชน	อย่างน้อย 5 ชุมชน

5. มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

5.1. การเติบโตทางธุรกิจ

ความมั่นคงทางเศรษฐกิจขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของภาคธุรกิจและเศรษฐกิจโดยรวม องค์กรที่สามารถขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องย่อมสร้างรายได้ที่มั่นคง พร้อมส่งมอบผลตอบแทนที่ดีแก่ผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนลูกค้า ทั้งนี้เพื่อการเติบโตทางธุรกิจ บริษัทจึงมีการกำหนดกลยุทธ์ที่ชัดเจน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน รวมถึงการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และการลงทุนในทรัพยากรบุคคลซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการเติบโตขององค์กร นอกจากนี้บริษัทยังมีการบริหารความเสี่ยงและปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอจะช่วยให้องค์กรสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันได้ในระยะยาว เพราะ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยผลักดันองค์กรไปสู่ความสำเร็จ และความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระยะยาว

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- บริษัทมีอัตรากำไรสุทธิไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี
- มีการจ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิ
- ไม่มีการผิดนัดชำระหนี้ต่อเจ้าหนี้
- มีการชำระเงินให้เจ้าหนี้ล่าช้าไม่เกิน 15 ครั้งต่อปี
- การรายงานผลประกอบการของบริษัทต้องผิดพลาดไม่เกิน 2 ครั้งต่อปี
- การรายงานผลประกอบการจะล่าช้าไม่เกิน 1 ครั้งต่อปี



แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

1. บริหารกิจการของบริษัทฯ ให้มีความเจริญก้าวหน้า มั่นคง และก่อให้เกิดผลตอบแทนที่ดีให้แก่ผู้ถือหุ้น
2. บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้นทุกรายในอัตราที่เท่าเทียมกัน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมั่นใจว่าจะได้รับผลตอบแทนตามสิทธิอย่างถูกต้องและครบถ้วน
3. บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางในการบริหารเงินทุนเพื่อความมั่นคงและแข็งแกร่ง ตลอดจนมีการบริหารสภาพคล่อง เพื่อสามารถชำระหนี้คืนแก่เจ้าหนี้ได้ครบตามกำหนดระยะเวลา ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการผิดนัดชำระหนี้โดยมีแนวปฏิบัติต่อเจ้าหนี้ดังนี้
 - 3.1. ปฏิบัติต่อเจ้าหนี้ทุกกลุ่มอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม
 - 3.2. ปฏิบัติตามสัญญาหรือเงื่อนไขที่มีต่อเจ้าหนี้โดยเคร่งครัด โดยเฉพาะเรื่องเงื่อนไขการค้ำประกันการบริหารเงินทุน และการชำระหนี้
 - 3.3. ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่งให้รีบแจ้งให้เจ้าหนี้ทราบเป็นการล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย

3.4 บริษัทฯ ใช้วิธีการโอนเงินผ่านธนาคารในระบบ Media Clearing ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกแก่เจ้าหนี้

4. จัดทำงบการเงิน ซึ่งผ่านกระบวนการพิจารณาตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีของบริษัทและผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ และอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทก่อนเผยแพร่ต่อผู้ถือหุ้น และนำส่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงาน ก.ล.ต.

5. เปิดเผยแพร่ข้อมูลและสารสนเทศทั้งทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงิน ที่เกี่ยวกับธุรกิจและผลประกอบการของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ที่ ทจ.44/2556 เรื่องหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการรายงานการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทที่ออกหลักทรัพย์ และข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์ เรื่อง หลักเกณฑ์ เงื่อนไขและวิธีการเกี่ยวกับการเปิดเผยสารสนเทศและการปฏิบัติการใดๆ ของบริษัทจดทะเบียน พ.ศ. 2560

แผนการดำเนินงาน

✚ มีการจัดทำข้อมูลเพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์ และการตัดสินใจในระดับนโยบายภายในบริษัทฯ เพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การเติบโตทางธุรกิจทั้งระยะสั้นและระยะยาวโดยคำนึงถึงปัจจัยเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกอย่างครบถ้วน เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไร และสามารถปรับกลยุทธ์ในการบริหารได้ทันต่อสถานการณ์ และจัดอบรมให้ความรู้คุณค่าและการปฏิบัติในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

✚ จัดทำคู่มือปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงิน และมีการทบทวนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง



ผลดำเนินงานปี 2567

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	2565	2566	2567
รายได้จากการขายและการให้บริการ (ล้านบาท)	1,123.69	920.17	641.84
กำไร (ขาดทุน) สุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้น	167.40	86.16	0.47
สินทรัพย์รวม (ล้านบาท)	984.61	887.59	750.46
หนี้สินรวม (ล้านบาท)	219.17	183.97	126.80
ส่วนของผู้ถือหุ้น (ล้านบาท)	765.44	703.62	623.67
อัตราส่วนทางการเงิน			
อัตรากำไรขั้นต้น	77.17	76.43	65.81
อัตรากำไรสุทธิ	14.46	9.06	(0.16)
อัตราส่วนสภาพคล่อง	3.21	4.07	5.79
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.29	0.26	0.20



ข้อมูลการจ่ายเงินปันผล

บริษัท ชัคเชสมอร์ บิอังก์ จำกัด (มหาชน) (งบการเงินเฉพาะกิจการ)	ปี 2567*	ปี 2566	ปี 2565	ปี 2564
อัตรากำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท)	0.003	0.19	0.31	0.34
อัตราเงินปันผลต่อหุ้น (บาท)	0.05	0.15	0.26	0.29
อัตรการจ่ายเงินปันผลต่อกำไรสุทธิ (%)	263.48	80.32	84.80	85.71

หัวข้อ	เป้าหมาย ปี 2567	ผลการดำเนินงาน ปี 2567
อัตรากำไรสุทธิ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5	-0.16 %
การชำระเงินล่าช้า	ไม่เกิน 15 ครั้งต่อปี	ไม่มีการชำระเงินล่าช้า
การผิดนัดชำระหนี้ต่อเจ้าหนี้	ไม่มีการผิดนัดชำระหนี้	ไม่มีการผิดนัดชำระหนี้
ความถูกต้องของรายงานผลประกอบการของบริษัท	ผิดพลาดไม่เกิน 2 ครั้งต่อปี	ข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน
ความตรงเวลาในการรายงานผลประกอบการบริษัท	ล่าช้าไม่เกิน 1 ครั้งต่อปี	รายงานตรงตามเวลาที่กำหนด

ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 ลดลง 137.1 ล้านบาท จาก 887.6 ล้านบาทเป็น 750.5 ในปี 2567 หรือลดลงร้อยละ 15.4 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด และการลดลงของลูกหนี้ตามสัญญาเช่าซื้อ และการลดลงของสินทรัพย์ทางการเงินที่บริษัท ถือลงทุนไว้เพื่อบริหารสภาพคล่องทางการเงิน

ในปี 2567 บริษัทฯ เผชิญกับการชะลอตัวของรายได้อย่างต่อเนื่อง โดยรายได้จากการขายและการให้บริการ ลดลงจาก 920.17 ล้านบาท ในปี 2566 เหลือ 641.84 ล้านบาท ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิในปี 2567 อยู่ที่ -0.16% ลดลงจากร้อยละ 9.06 ในปี 2566 เนื่องจากยอดขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดลงจากภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ สามารถลดภาระหนี้สินรวมลงอย่างต่อเนื่องจาก 183.97 ล้านบาท ในปี 2566 เหลือ 126.80 ล้านบาทในปี 2567 โดยอัตราส่วนสภาพคล่องปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 4.07 เท่า ในปี 2566 เป็น 5.79 เท่า ในปี 2567 การบริหารสภาพคล่องและการลดภาระหนี้สินสะท้อนถึงแนวทางการดำเนินงานที่ระมัดระวัง และเป็นรากฐานสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

ในส่วนการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในปี 2567 บริษัทฯ มีการจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นจำนวน 1 ครั้ง ซึ่งนับว่าเป็นการจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องติดต่อกันเป็นเวลา 3 ปี นับตั้งแต่ปี 2563 ในขณะที่ไม่มีกรณีที่ชำระเงินล่าช้าหรือผิดนัดการชำระหนี้แต่อย่างใด นอกจากนี้ในส่วนของการรายงานผลประกอบการของบริษัท บริษัทฯ ปฏิบัติตามมาตรฐานทางบัญชีที่ยอมรับโดยทั่วไปตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในการรายงานงบการเงินรายไตรมาส งบการเงินประจำปีของบริษัทฯ ตามที่ควรอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีกระบวนการจัดทำและเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินอย่างถูกต้องครบถ้วนเพียงพอ และทันเวลา เพื่อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้อีกด้วย

5.2. การกำกับดูแลกิจการ และการปฏิบัติตามกฎหมาย

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีจริยธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ และถูกต้องตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับและจรรยาบรรณ รวมถึงมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักการบริหารงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ทุกผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม เคารพสิทธิ ตลอดจนมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าให้ธุรกิจเพื่อให้บริษัทมีการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในอนาคต

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการแบบรายคณะต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90
- ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการชุดย่อยแต่ละชุดต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90
- ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการแบบรายบุคคลต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90
- จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจหรือการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมมาตรการแก้ไขเท่ากับ 0 กรณี
- ขอร้องเรียนจากหน่วยงานรัฐหรือบุคคลภายนอกไม่เกิน 5 กรณีต่อปี
- ขอร้องเรียนจากนักธุรกิจชัคเซสมอร์ไม่เกินร้อยละ 0.03 ของจำนวนสมาชิกทั้งหมด
- พนักงานได้รับการอบรมความรู้เรื่องกฎจรรยาบรรณ เงื่อนไข และกฎหมายที่เป็นประโยชน์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมด
- จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจของนักธุรกิจเครือข่าย พร้อมมาตรการแก้ไขไม่เกินร้อยละ 0.03 ของจำนวนสมาชิกทั้งหมด



แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

1. บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ที่สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน
2. บริษัทฯ มีการกำกับดูแลกิจการและการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้พระราชบัญญัติขายตรง และ กฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. บริษัทฯ มีการบริหารจัดการ และการควบคุมภายในที่เพียงพอ เหมาะสม และมีการปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และสอดคล้องกับกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

แผนการดำเนินงาน

- ✚ สื่อสารให้พนักงานในทุกระดับตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใส และไม่มีข้อร้องเรียนจากหน่วยงานรัฐและบุคคลภายนอก
- ✚ กำกับดูแลนักธุรกิจของบริษัทฯ ให้ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมายจรรยาบรรณและเงื่อนไขของบริษัทฯ
- ✚ จัดการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน และนักธุรกิจของบริษัทฯ ในเรื่อง กฎจรรยาบรรณของบริษัทฯ และกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและนำไปปฏิบัติ



ผลดำเนินงานปี 2567

องค์ประกอบของคณะกรรมการ

เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และให้มีการถ่วงดุลกันระหว่างกรรมการอิสระ กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร และกรรมการที่เป็นผู้บริหาร ดังนั้น องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท จำนวน 7 ท่าน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 ประกอบด้วย

องค์ประกอบของคณะกรรมการ	จำนวน (คน)			สัดส่วนร้อยละ
	ชาย	หญิง	รวม	
กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	2	-	2	29
กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	-	1	1	14
กรรมการอิสระ	3	1	4	57
รวม	5	2	7	100



กรรมการอิสระ 4 ท่าน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57 ของกรรมการทั้งหมดซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากกว่ามาตรฐาน 1 ใน 3 ตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน

นโยบายและหลักเกณฑ์การสรรหากรรมการที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนจะวิเคราะห์ทักษะ ประสบการณ์ ความรู้ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคณะกรรมการ (Board Skill Matrix) เพื่อเป็นข้อมูลใช้ประกอบการพิจารณาสรรหากรรมการให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

นอกจากนี้ ในการสรรหาคัดเลือกกรรมการรายใหม่ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนได้เพิ่มเติมในเรื่องความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่กรรมการและมีความจำเป็นต่อองค์ประกอบของโครงสร้างคณะกรรมการที่ยังขาดอยู่ ทั้งนี้ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีส่วนร่วมในการเสนอชื่อกรรมการที่มีคุณสมบัติเหมาะสมด้วย

การวิเคราะห์ทักษะและประสบการณ์ของกรรมการตามลักษณะของธุรกิจ (Board Skill Matrix)

รายชื่อกรรมการบริษัท		ความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน								
		ธุรกิจขายตรง	แพทย์	กฎหมาย	บัญชีและการเงิน	การบริหารจัดการ	การพัฒนาองค์กรและนวัตกรรม	ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล	สังคมสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย	บริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
1. นายณรงค์ฤทธิ์	ถาวรวิศิษฐพร				✓	✓	✓		✓	
2. นายแพทย์สิทธิวิทย์	เกียรติชวนันต์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
3. นายณพกฤษฏี	นิธิเลิศวิจิตร	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. ผศ. ดร. กัญญารัตน์	सानโอฟาร				✓	✓				✓
5. นายสหศักดิ์	ศรีสรรพางค์			✓	✓	✓				
6. ดร. วิจิตร	เดชะเกษม				✓	✓	✓	✓	✓	✓
7. นางสาวกมลทิพย์	เกียรติชวนันต์	✓			✓	✓	✓			

นโยบายและหลักเกณฑ์

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารค่าตอบแทนของกรรมการและผู้บริหารระดับสูง โดยยึดหลักความเป็นธรรม โปร่งใส และสามารถแข่งขันได้ เพื่อดึงดูดบุคลากรที่มีศักยภาพมาช่วยขับเคลื่อนองค์กร พร้อมสร้างแรงจูงใจให้เกิดการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ค่าตอบแทนของกรรมการ ได้รับการกำหนดให้เหมาะสมกับบทบาทและภาระหน้าที่ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1. **ค่าตอบแทนรายเดือน** – สะท้อนถึงความรับผิดชอบและบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลองค์กร
2. **ค่าเบี้ยประชุม** – จ่ายตามจำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเชิงนโยบาย

การพิจารณาค่าตอบแทนกรรมการจะอ้างอิงจาก แนวปฏิบัติของบริษัทชั้นนำในอุตสาหกรรมเดียวกัน ขนาดธุรกิจ ความเสี่ยง และผลการดำเนินงานของบริษัท ทั้งนี้ กรรมการที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลภารกิจเพิ่มเติมจะได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับภาระงานที่เพิ่มขึ้น สำหรับผู้บริหารระดับสูง ค่าตอบแทนจะประกอบด้วย

1. **ค่าตอบแทนรายเดือน** – กำหนดตามโครงสร้างค่าตอบแทนของบริษัทและภาระหน้าที่ของแต่ละตำแหน่ง
2. **ค่าตอบแทนผันแปร** – คำนวณจากผลการปฏิบัติงานและผลประกอบการของบริษัท เพื่อส่งเสริมการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างผลตอบแทนที่ดีให้แก่ผู้ถือหุ้น

ในส่วนของการพิจารณาค่าตอบแทนผู้บริหารระดับสูง โดยเฉพาะประธานกรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร อยู่ภายใต้การกลั่นกรองของ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ก่อนนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ เพื่อให้มั่นใจว่าค่าตอบแทนสะท้อนถึง ความสามารถ ผลงาน และความเหมาะสมกับโครงสร้างค่าตอบแทนขององค์กรบริษัทที่มุ่งมั่นที่จะสร้างระบบค่าตอบแทนที่ เป็นธรรม โปร่งใส และแข่งขันได้ เพื่อให้กรรมการและผู้บริหารมีแรงจูงใจในการนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ

จำนวนค่าตอบแทนของกรรมการรายบุคคล

จำนวนค่าตอบแทนของกรรมการรายบุคคลได้รับการเปิดเผยในแบบ 56-1 ประจำปี 2567 ภายใต้หัวข้อ 8.1.2 การเข้าร่วมประชุมและการจ่ายค่าตอบแทนคณะกรรมการรายบุคคล ซึ่งแสดงรายละเอียดการจ่ายค่าตอบแทนตามบทบาทและหน้าที่ของกรรมการแต่ละท่าน ค่าตอบแทนดังกล่าวประกอบด้วยค่าตอบแทนรายเดือนและค่าเบี้ยประชุม โดยพิจารณาจากการเข้าร่วมประชุมและภาระหน้าที่ของกรรมการ นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับมาตรฐานอุตสาหกรรม รายละเอียดทั้งหมดสามารถตรวจสอบได้ในเอกสารดังกล่าวเพื่อความโปร่งใสและตรวจสอบได้



ข้อมูล : <https://scm.listedcompany.com/misc/flipbook/index.html?id=265823>

จรรยาบรรณธุรกิจและการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง Code of Conduct and Corporate Compliance

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของจริยธรรม ความโปร่งใส และความเป็นธรรม โดยมุ่งเน้นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ผ่านการกำกับดูแลกิจการที่ได้มาตรฐานและมีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้แนวทางปฏิบัติมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2562 ได้มีมติอนุมัติหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ และจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้เป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้บริหารและพนักงานทุกระดับในการดำเนินงานอย่างถูกต้องตามกฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรฐานสากล นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใส สนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน และก้าวสู่การเป็นองค์กรที่มีธรรมาภิบาลอย่างแท้จริง ซึ่งผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีหน้าที่ต้องยึดมั่นในหลักจรรยาบรรณนี้และนำไปปฏิบัติเป็นแนวทางในการทำงานในฐานะตัวแทนของบริษัทดังนี้

1. ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
2. ปฏิบัติตามนโยบาย “การกำกับดูแลกิจการที่ดี” และ “หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ”
3. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มีคุณธรรม และความรับผิดชอบต่อ
4. ปฏิบัติตนเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพที่มีความรู้ ความชำนาญ และความระมัดระวังรอบคอบ
5. ดำเนินถึงผลประโยชน์และผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กรด้วยความเสมอภาคและเป็นธรรมทางสังคมต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท
6. เก็บรักษาความลับ และไม่ใช้ข้อมูลภายในหรือข้อมูลอันเป็นความลับ เพื่อแสวงหาประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่นในทางที่มิชอบ
7. สร้างระบบงานที่เข้มแข็ง เพื่อป้องกันการทุจริตผ่านระบบการตรวจสอบภายใน
8. กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทั่วทั้งองค์กร มีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริต รายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตในการทำงาน
9. เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียมีช่องทางร้องเรียนและรับฟังความคิดเห็นและมีมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน
10. เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใสและความเชื่อถือได้ต่อผู้ถือหุ้น



ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ทบทวนทุกปีและเผยแพร่หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจกับผู้มีส่วนได้เสียและสังคมให้กับพนักงาน ผู้ถือหุ้น และบุคคลทั่วไปได้รับทราบผ่านเว็บไซต์บริษัทภายใต้หัวข้อ “นักลงทุนสัมพันธ์” หมวดการกำกับดูแลกิจการ : รายงานการกำกับดูแลกิจการและเอกสารดาวโหลด : จรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจ

ข้อมูลเพิ่มเติม: <https://investor.successmore.com/storage/downloads/code-of-conduct/20190925-scm-code-of-conduct-th.pdf>

มาตรการป้องกันการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ

ธุรกิจซัคเซสมอร์เป็นธุรกิจที่เปิดโอกาสให้ผู้คนได้สร้างความมั่นคงและความสำเร็จในชีวิต การดำเนินธุรกิจด้วยความถูกต้องและยุติธรรมจึงเป็นหัวใจสำคัญ หลักของจรรยาบรรณนักธุรกิจซัคเซสมอร์ ถือเป็นความรับผิดชอบสูงสุดของนักธุรกิจซัคเซสมอร์ทุกคนที่จะต้องยึดมั่นในจรรยาบรรณและระเบียบปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ทั้งในด้านการกระทำและจิตใจ การฝ่าฝืนระเบียบปฏิบัติเงื่อนไขหรือข้อกำหนดต่างๆ จนทำให้ผู้อื่นหรือบริษัทฯ ได้รับความเสียหาย จะเป็นผลให้เกิดการดำเนินการตามข้อกำหนดบทลงโทษของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม โปร่งใส และสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับองค์กร ความซื่อสัตย์ เคารพซึ่งกันและกัน และการยึดมั่นในหลักศีลธรรมจะช่วยส่งเสริมความเจริญเติบโตของธุรกิจ พร้อมทั้งรักษาสภาพประโยชน์ของนักธุรกิจทุกคน

ทั้งในปี 2567 บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณทางธุรกิจและมาตรการต่อต้านคอร์รัปชัน โดยพนักงานใหม่ทุกคนต้องผ่านการทดสอบความรู้ในระดับร้อยละ 100 และพนักงานที่เกี่ยวข้องจะได้รับการอบรมด้านกฎหมายและกฎระเบียบที่สำคัญเป็นเวลา 2 ชั่วโมง ซึ่งปีนี้มีผู้เข้ารับการอบรมครบร้อยละ 100 ของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินการตรวจสอบและจัดส่งข้อมูลประจำปีไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วนและตรงเวลาทุกสาขาทั่วประเทศ และนอกจากการกำกับดูแลภายในองค์กรแล้ว บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการส่งเสริมความรู้ให้กับนักธุรกิจซัคเซสมอร์ผ่านการลงพื้นที่ในสาขาต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อให้เข้าใจในกฎหมาย กฎระเบียบ และแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้อง เสริมสร้างวัฒนธรรมธุรกิจที่โปร่งใส แข็งแกร่ง และเติบโตต่อไป

จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจของนักธุรกิจเครือข่าย พร้อมมาตรการแก้ไข

หัวข้อ	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567
จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจหรือการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมมาตรการแก้ไข	95	15	10	14

มาตรการแก้ไข :

เมื่อบริษัทฯ ได้รับข้อร้องเรียน หรือพบการกระทำที่ขัดต่อจรรยาบรรณของนักธุรกิจ บริษัทฯ จะมีการตรวจสอบข้อเท็จจริง ข้อมูล และพยานหลักฐานของข้อร้องเรียนในเบื้องต้นก่อน หากพบว่าการกระทำดังกล่าวส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ หรือนักธุรกิจซัคเซสมอร์รายอื่น บริษัทฯ จะดำเนินการแจ้งเตือนเป็นลายลักษณ์อักษรถึงผู้ที่ถูกร้องเรียน หรือผู้ที่กระทำผิด เพื่อให้รับทราบถึงข้อกล่าวหาและพิจารณาความผิดที่เกิดขึ้น โดยผู้ถูกร้องเรียนจะต้องติดต่อบริษัทฯ เพื่อชี้แจงข้อเท็จจริง โดยในระหว่างกระบวนการตรวจสอบ บริษัทฯ จะระงับสิทธิ์การเข้าระบบของผู้ถูกร้องเรียนเป็นการชั่วคราว จนกว่าการตรวจสอบจะแล้วเสร็จ และสามารถแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่สภาวะปกติ อย่างไรก็ตาม หากพบว่าการกระทำดังกล่าวเป็นความผิดร้ายแรง ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายอย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ หรือนักธุรกิจซัคเซสมอร์รายอื่น บริษัทฯ จะดำเนินการมาตรการขั้นเด็ดขาด โดยเพิกถอนสมาชิกภาพนักธุรกิจและดำเนินการตามกฎหมายต่อไป อ้างอิง: จรรยาบรรณนักธุรกิจซัคเซสมอร์ <https://www.successmore.com/th/rules>



นโยบายและมาตรการการรับ แจ้งเบาะแสและเรื่องร้องเรียน Whistleblowing Policy and Measures

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลและความโปร่งใส โดยให้ความสำคัญกับการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันในทุกระดับขององค์กร เพื่อรักษามาตรฐานด้านจริยธรรมและความเป็นธรรม บริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทางการสื่อสารที่เปิดกว้างและปลอดภัยสำหรับพนักงานทุกคน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มในการแจ้งเบาะแสเมื่อพบเห็นกรณีที่น่าสงสัยเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันทั้งทางตรงและทางอ้อม การกระทำที่ผิดกฎหมาย หรือการละเมิดจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงนโยบายบริษัท ตลอดจนการร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ หรือพฤติกรรมที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท หรือส่งผลกระทบต่อความเป็นธรรมของผู้เกี่ยวข้อง และเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้แจ้งเบาะแส บริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียน ดังนี้:

ทางอีเมล ติดต่อ



รศ. ดร. กัญญารัตน์ สานโอพาร (ประธานกรรมการตรวจสอบ)

อีเมล : scm.advise.bod@successmore.com

ทางไปรษณีย์ ติดต่อ



รศ. ดร. กัญญารัตน์ สานโอพาร

ที่อยู่ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

254 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

ทั้งนี้ ทุกเบาะแสและข้อร้องเรียนจะได้รับการพิจารณาอย่างเหมาะสมเป็นรายกรณี ภายใต้กระบวนการที่รอบคอบและเป็นธรรม โดยคณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้ ประธานกรรมการตรวจสอบ เป็นผู้รับเรื่องและพิจารณาเบาะแส ข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ก่อนเสนอให้ คณะกรรมการตรวจสอบ ดำเนินการพิจารณา ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบอาจแต่งตั้งบุคคลหรือคณะอนุกรรมการเพื่อสอบสวนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการทุจริต รวมถึงรวบรวมข้อมูลและหลักฐานเพิ่มเติม หากพบว่าการกระทำที่ถูกร้องเรียนเกิดจากความตั้งใจ หรือส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจของบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบจะใช้มาตรการที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหาและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท บริษัทฯ ตระหนักดีว่าความโปร่งใสและจริยธรรมทางธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสีย และเป็นรากฐานของการเติบโตอย่างยั่งยืน



ในปี 2567 บริษัทฯ ไม่มีกรณีการร้องเรียน เรื่องการให้ หรือรับสินบน เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจของบริษัทแต่อย่างใดเป็นผลมาจากการกำกับดูแลที่เข้มงวด มาตรการป้องกันที่มีประสิทธิภาพ และการปลูกฝังจรรยาบรรณทางธุรกิจให้แก่พนักงานทุกคน

ข้อมูลเพิ่มเติม : <https://investor.successmore.com/storage/downloads/corporate-policy/20220517-scm-whistle-blowing-policy-th.pdf>

นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ยังมีมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน (Whistle Blowing) ดังต่อไปนี้

1. ผู้แจ้งเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแสจะได้รับความคุ้มครองที่เหมาะสมจากบริษัทฯ เช่น ไม่มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งงาน หรือลักษณะงาน และสถานที่ทำงาน รวมไปถึงการไม่พักงาน ไม่ข่มขู่ หรือรบกวนการปฏิบัติงาน การเลิกจ้าง หรือการอื่นใดที่มีลักษณะเป็นการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรมต่อผู้นั้น รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้แจ้งเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแส หรือข้อมูลเกี่ยวกับการแจ้งเรื่องร้องเรียน หรือเบาะแส จะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ ไม่เปิดเผยต่อผู้ไม่เกี่ยวข้อง เว้นแต่ที่จำเป็นต้องเปิดเผยตามข้อกำหนดของกฎหมาย

2. บุคคลใดๆ ที่ได้รับทราบเรื่องการแจ้งเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแส หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการแจ้งเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแส จะต้องปกป้องข้อมูลเรื่องการร้องเรียนหรือการแจ้งเบาะแส หรือที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการร้องเรียนหรือการแจ้งเบาะแสให้เป็นความลับและไม่เปิดเผยต่อบุคคลอื่น โดยคำนึงถึงความปลอดภัย และความเสียหายของผู้แจ้งเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแส แหล่งที่มาของข้อมูล หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่กรณีที่มีความจำเป็นในขั้นตอนการดำเนินการตามระเบียบนี้ หรือตามที่กฎหมายกำหนด หากมีการจงใจฝ่าฝืนนำข้อมูลออกไปเปิดเผย บริษัทฯ จะดำเนินการลงโทษทางวินัย และ/หรือ ดำเนินการทางกฎหมายกับผู้ฝ่าฝืน แล้วแต่กรณี

3. บริษัทฯ จะไม่ยอมให้มีการกระทำใดๆ อันเป็นการตอบโต้พนักงานที่ร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแส และจะดำเนินการทางวินัยต่อบุคคลที่พบว่าได้กระทำการตอบโต้ดังกล่าว โดยบริษัทฯ จะดำเนินการตามขั้นตอนที่เหมาะสมเพื่อป้องกันมิให้สภาพแวดล้อมในการทำงานและ/หรือความสัมพันธ์ด้านการทำงานของพนักงานที่แสดงตนและแจ้งเบาะแสเพื่อประโยชน์ของบริษัทฯ โดยรวมได้รับผลกระทบ

4. บริษัทฯ ได้เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะ ตลอดจนข้อร้องเรียนผ่านช่องทางและกิจกรรมที่บริษัทฯ จัดขึ้น อาทิ การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีของบริษัทฯ และบริษัทจัดระเบียบพบผู้ลงทุน (Opportunity Day) ซึ่งข้อซักถาม ข้อติชม ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียนต่างๆ จะส่งต่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไขปรับปรุงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

ในปี 2567 บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยไม่ปรากฏการถูกดำเนินการโดยหน่วยงานกำกับดูแล และไม่มีกรณีฝ่าฝืนกฎหมายด้านแรงงาน การจ้างงาน ผู้บริโภค การแข่งขันทางการค้า และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ไม่ปรากฏข้อร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ มีคณะกรรมการตรวจสอบที่ทำหน้าที่พิจารณาและสอบทานระบบการควบคุมภายใน พร้อมติดตามผลการตรวจสอบภายในอย่างเคร่งครัด

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน โดยให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและการรักษาความลับของข้อมูล รวมถึงป้องกันการตอบโต้หรือกลั่นแกล้งผู้ร้องเรียน ข้อร้องเรียนที่ได้รับจะได้รับการตรวจสอบอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส โดยคณะกรรมการตรวจสอบจะรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทหากพบกรณีทุจริตหรือการกระทำที่ไม่เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล



นโยบาย และแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยดำเนินนโยบายตามกฎหมายและจัดทำ “นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันภายในองค์กร” พร้อมกำหนดแนวปฏิบัติไว้ใน “หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ” เพื่อเป็นแนวทางให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต นอกจากนี้บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตโดยกำหนดให้มีแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการกำกับดูแลและควบคุมดูแลเพื่อป้องกันและติดตามความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน สรุปดังนี้

1. จัดให้มีการบริหารทรัพยากรบุคคลที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นต่อนโยบาย และมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน ตั้งแต่การคัดเลือกบุคลากร การฝึกอบรม การประเมินผลงาน การให้ผลตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง การจัดโครงสร้างองค์กรให้มีการแบ่งแยกหน้าที่งานอย่างเหมาะสม โปร่งใส เป็นธรรม สามารถตรวจสอบได้ ให้เกิดการตรวจสอบถ่วงดุล ตลอดจนดำเนินการเพื่อให้มั่นใจว่ามีบุคลากรที่มีทักษะเพียงพอและเหมาะสมต่อการนำนโยบายนี้ไปปฏิบัติ

2. จัดให้มีการตรวจสอบระบบงานภายในครอบคลุมกิจกรรมที่สำคัญของกลุ่มบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ เช่น งานด้านการบริการลูกค้า การจัดซื้อจัดจ้าง การทำสัญญา เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่าระบบการควบคุมภายในจะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมทั้งตรวจสอบการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามระเบียบวิธีปฏิบัติงาน ข้อกำหนด กฎระเบียบ และให้คำแนะนำในการพัฒนาปรับปรุงระบบการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. จัดให้มีระบบการควบคุมภายในซึ่งครอบคลุมด้านการเงิน การดำเนินการของกระบวนการทางบัญชี และการเก็บบันทึกข้อมูลรวมถึงกระบวนการอื่น ๆ ภายในกลุ่มบริษัทที่เกี่ยวข้องกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน และมีการสื่อสารผลการควบคุมภายในให้บุคลากรที่รับผิดชอบทราบ

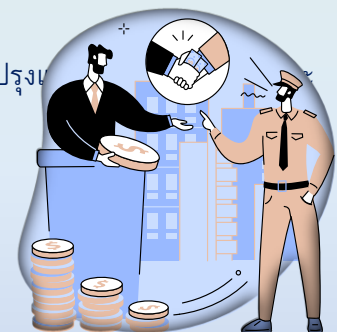
4. จัดให้มีระเบียบปฏิบัติด้านอำนาจดำเนินการภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้

5. จัดให้มีช่องทางการรับแจ้งข้อมูล เบาะแส หรือข้อร้องเรียน การกระทำผิด การฝ่าฝืนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับของบริษัท หรือข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยมีนโยบายการคุ้มครองผู้ให้ข้อมูลหรือเบาะแส และจะเก็บรักษาข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลเป็นความลับ รวมทั้งมีมาตรการในการตรวจสอบและกำหนดบทลงโทษทางวินัยของบริษัท กฎหมายที่เกี่ยวข้องของผู้ให้ข้อมูลเป็นความลับ กรณีที่สามารถติดต่อผู้ให้เบาะแสหรือผู้ร้องเรียนได้ บริษัทฯ จะแจ้งผลการดำเนินการให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

6. หัวหน้าส่วนงานที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบในการติดตามการปฏิบัติ การปรับปรุง และรายงานให้ผู้บังคับบัญชาตามสายงานทราบตามลำดับ

“ในปี 2567 บริษัทฯ ไม่มีกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน”

ข้อมูลเพิ่มเติม: <https://investor.successmore.com/storage/downloads/corporate-policy/20220517-scm-anti-corruption-guideline-th.pdf>



หัวข้อ	เป้าหมาย ปี 2567	ผลการดำเนินงาน ปี2567
จำนวนกรรมการทั้งคณะ	7 ท่าน	7 ท่าน
จำนวนกรรมการอิสระ	ร้อยละ 33.33	ร้อยละ 57
จำนวนกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร	ร้อยละ 50	ร้อยละ 71
จำนวนกรรมการหญิง	ร้อยละ 20	ร้อยละ 29
จำนวนกรรมการอิสระในคณะกรรมการชด้อยแต่ละชุด	ร้อยละ 33.33	ร้อยละ 66.67
จำนวนปีการดำรงตำแหน่งของกรรมการรายบุคคล	วาระการดำรงตำแหน่ง คราวละ 3 ปี	วาระการดำรงตำแหน่ง คราวละ 3 ปี
จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการ	ไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง / ปี	5 ครั้ง / ปี
จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ	ไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง / ปี	4 ครั้ง / ปี
จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการชด้อยแต่ละชุด	ไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง / ปี	2 ครั้ง / ปี
ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการแบบรายคณะ	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90	ร้อยละ 97.57
ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชด้อยแต่ละชุด	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90	ร้อยละ 99.38
ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการแบบรายบุคคล	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90	100 %
จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจของนักธุรกิจเครือข่าย พร้อมมาตรการแก้ไข	ไม่เกินร้อยละ 0.03 ของ จำนวนสมาชิก	ไม่เกินร้อยละ 0.00008 ของ จำนวนสมาชิก
ข้อร้องเรียนจากหน่วยงานรัฐหรือบุคคลภายนอก	ไม่เกิน 5 กรณีต่อปี	0 กรณี
ข้อร้องเรียนจากนักธุรกิจชัคเซสมอร์	ไม่เกินร้อยละ 0.03 ของ จำนวนสมาชิก	ไม่เกินร้อยละ 0.00008 ของ จำนวนสมาชิก
พนักงานได้รับการอบรมความรู้เรื่องกฎจรรยาบรรณเงื่อนไข และกฎหมายที่เป็นประโยชน์	ร้อยละ 80 ของพนักงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง	ร้อยละ 100 ของพนักงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง



5.3. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ

การบริหารห่วงโซ่อุปทานที่ดีไม่ได้เป็นเพียงแค่การส่งมอบสินค้าให้ตรงเวลา แต่ยังรวมถึงการส่งเสริมความโปร่งใสและการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบในทุกขั้นตอน สิ่งเหล่านี้ไม่เพียงช่วยให้กระบวนการดำเนินงานราบรื่น แต่ยังเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาวให้กับองค์กร ในทางกลับกัน หากขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ อาจนำไปสู่ความเสี่ยงในการหยุดชะงักของธุรกิจ ความล่าช้าในการส่งมอบสินค้า และส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัท ซึ่งอาจลดความเชื่อมั่นจากลูกค้าและนักลงทุน นอกจากนี้ ยังอาจก่อให้เกิดต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมและสังคมที่สูงขึ้นจากความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- คู่ค้ารายสำคัญไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของคู่ค้าทั้งหมด ทำการลงนามปฏิบัติจรรยาบรรณคู่ค้า
- คู่ค้าปัจจุบันทั้งหมด (ร้อยละ 100) ได้รับการ On-site ESG Audit



แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นระบบ โดยมอบหมายให้ ฝ่ายจัดซื้อ คลังสินค้า และฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ รับผิดชอบดูแลกระบวนการทั้งหมด ตั้งแต่การกำหนดนโยบาย ไปจนถึงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและหลักจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อสร้างมาตรฐานที่ชัดเจน บริษัทฯ ได้จัดทำและเผยแพร่ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ซึ่งเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม โปร่งใส และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน รวมถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการ ตรวจสอบติดตามและประเมินการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของคู่ค้า อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าทุกรายปฏิบัติตามแนวทางด้านความยั่งยืนและมาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งไม่เพียงช่วยยกระดับคุณภาพของห่วงโซ่อุปทาน แต่ยังเสริมสร้างความมั่นคงและความไว้วางใจในระยะยาวระหว่างบริษัทฯ กับพันธมิตรทางธุรกิจ

ทั้งนี้หลักการของจรรยาบรรณคู่ค้าทางธุรกิจ (Code of Conduct for Business Partners) มีรายละเอียดดังนี้

1. จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ

1.1. การประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส และเป็นธรรม

คู่ค้าต้องดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักการของความถูกต้อง ซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความถูกต้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยคู่ค้าต้องเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องตามที่กฎหมายกำหนดอย่างถูกต้องและครบถ้วน และพร้อมที่จะอนุญาตให้บริษัทหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เข้าตรวจสอบคุณภาพของการผลิต คุณภาพของสินค้าหรือคุณภาพของการบริการ

1.2. การสนับสนุนการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

คู่ค้าต้องไม่กำหนดราคาหรือสร้างรายได้เปรียบด้านราคาในการแข่งขันทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรมและไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่ถูกต้องหรือไม่สุจริต โดยคู่ค้าต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดการแข่งขันทางการค้าภายใต้หลักปฏิบัติการแข่งขันทางการค้าด้วยความเป็นธรรม

1.3. การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

คู่ค้าต้องไม่เรียกรับหรือให้หรือรับว่าจะให้ซึ่งทรัพย์สิน ของขวัญ เงิน หรือผลประโยชน์อื่นๆ ให้แก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ทางการค้ากับบริษัทฯ และไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจบนตัวเงิน ทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์ใดๆ ที่เป็นการส่งผลต่อผลประโยชน์ของคู่ค้า บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้า

1.4. ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

คู่ค้าต้องไม่แสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบหรือเอื้อประโยชน์แก่บุคคล ตลอดจนการแสวงหาผลประโยชน์จากความสัมพันธ์อันใกล้ชิดกับกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานบริษัทหรือจากตำแหน่งหน้าที่และโอกาสต่าง ๆ จากการที่ได้ปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงานของบริษัท

1.5. ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

คู่ค้าต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลทางการค้าที่เป็นความลับของบริษัทฯ รวมถึงไม่นำข้อมูลของบริษัทฯ มาใช้เพื่อผลประโยชน์ของตนเองหรือบุคคลอื่นใด

1.6. การไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

คู่ค้าต้องไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาต่างๆ ของบุคคลอื่น



2. แรงงานและสิทธิมนุษยชน

2.1. การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและหลักสิทธิมนุษยชน

คู่ค้าต้องดำเนินธุรกิจโดยไม่มีใช้แรงงานเด็ก แรงงานบังคับ หรือดำเนินการที่ละเมิดสิทธิแรงงาน รวมถึงแรงงานต่างด้าวต้องได้รับการจ้างงานอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

2.2. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเท่าเทียม

คู่ค้าต้องไม่เลือกปฏิบัติด้วยเหตุผลด้านเชื้อชาติ เพศ อายุ ศาสนา หรือสถานะทางสังคม

2.3. สภาพแวดล้อมในการทำงาน

คู่ค้าต้องจัดให้ลูกจ้างได้รับสิทธิวันลาหยุดตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงต้องจ่ายค่าจ้างและผลประโยชน์ที่ลูกจ้างจะต้องได้รับด้วยความเป็นธรรมบนพื้นฐานความถูกต้องของกฎหมาย โดยไม่บังคับให้ลูกจ้างทำงานเกินกว่าระยะเวลาตามที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้คู่ค้าต้องไม่ยกเลิกสัญญาจ้างของลูกจ้างด้วยเหตุผลที่ไม่เป็นธรรมซึ่งการเลิกจ้างลูกจ้างต้องดำเนินการตามขั้นตอนที่กฎหมายกำหนดไว้เท่านั้น

3. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

3.1. คู่ค้าต้องดูแลสถานที่ทำงานและอาชีวอนามัย ให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีความสะอาด และความปลอดภัยสำหรับพนักงาน และต้องมีการกำหนดกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ป้องกันหรือลดความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุ เพื่อความปลอดภัยและผลกระทบต่อสุขภาพกาย และสุขภาพใจที่อาจเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน

3.2. คู่ค้าต้องมีการกำหนดมาตรการรองรับอุบัติเหตุและสถานการณ์ฉุกเฉินให้เป็นไปตามมาตรฐานของการรักษาความปลอดภัย และต้องมีการฝึกอบรม ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ลูกจ้างของคู่ค้า ในการรักษาความปลอดภัย และการปฏิบัติตามแผนการรับมือในสถานการณ์ฉุกเฉิน



4. การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

4.1. คู่ค้าต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม

4.2. คู่ค้าต้องมีข้อบังคับและมาตรการป้องกันและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกระบวนการผลิต การจัดเก็บ การขนส่ง การทำลาย และแผนการป้องกันเมื่อเกิดสถานการณ์ไม่ปกติเกิดขึ้น

4.3. คู่ค้าต้องควบคุมและเสี่ยงการใช้วัตถุดิบและสารเคมีที่มีอันตรายและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือถูกจำกัดการใช้ในเชิงกฎหมาย และมีมาตรการป้องกันและลดผลกระทบตามที่ระบุในข้อ 4.2

4.4. คู่ค้าต้องมีการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงานและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้า



5. ความต่อเนื่องทางธุรกิจ

5.1. คู่ค้าต้องมีแผนงานประเมินความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน กิจกรรมการผลิต การส่งมอบสินค้าและบริการและวางแผนรองรับที่เหมาะสมตามสถานการณ์

5.2. คู่ค้าต้องรายงานให้ทางบริษัทฯ รับทราบ ในกรณีที่เกิดสถานการณ์ฉุกเฉินที่ส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า

6. ความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจ

6.1. คู่ค้าต้องส่งเสริมบุคคลอื่นหรือคู่ค้าอื่น ๆ ของตนเองให้ปฏิบัติตามหลักการที่กำหนดไว้ในหลักจรรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจฉบับนี้ เพื่อเป็นมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน

แผนการดำเนินงานหรือโครงการดำเนินงาน

✚ แผนงานที่ 1 จัดอบรมให้ความรู้คู่ค้าและการปฏิบัติในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน บริษัทฯ มุ่งมั่นส่งเสริมให้คู่ค้าดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและยั่งยืน ผ่านการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับหลักการดำเนินธุรกิจตามแนวทาง ESG รวมถึงแนวปฏิบัติตาม **Supplier Code of Conduct** อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้คู่ค้าสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โปร่งใส และเป็นไปตามมาตรฐานสากล

- ✦ แผนงานที่ 2 พัฒนาระบบตรวจประเมินคู่ค้า ด้านความยั่งยืนบริษัท มุ่งพัฒนาระบบตรวจประเมินคู่ค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างความโปร่งใสและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด โดยดำเนินการ On-site ESG Audit เพื่อตรวจสอบและให้คำแนะนำในการปรับปรุงมาตรฐาน และช่วยให้คู่ค้าสามารถปรับปรุงแนวทางการดำเนินธุรกิจของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ผลดำเนินงานปี 2567

หัวข้อ	ผลการดำเนินงานปี 2567
จำนวนคู่ค้าทั้งหมดของบริษัท	1,618 ราย
- จำนวนคู่ค้ารายปัจจุบัน (Current approved Vendor)	1,487 ราย
- จำนวนจำนวนคู่ค้ารายใหม่ (New Approved Vendor)	131 ราย
จำนวนคู่ค้ารายสำคัญของบริษัท	80 ราย
จำนวนของคู่ค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน	131 ราย
การ On-site ESG Audit คู่ค้าของบริษัท	6 ราย
ร้อยละของคู่ค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน	ร้อยละ 100
จำนวนคู่ค้าที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	181 ราย
จำนวนคู่ค้ารายสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	80 ราย
ร้อยละของคู่ค้ารายสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	ร้อยละ 44
ร้อยละของคู่ค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน	ร้อยละ 100

5.4. การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงจากปัจจัยภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน ไม่ว่าจะเป็น ความผันผวนทางเศรษฐกิจ วิกฤตค่าครองชีพ หรือความไม่แน่นอนของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครือข่าย ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน และส่งผลให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินต่อไปได้หากขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเพื่อป้องกันความเสี่ยงเหล่านี้ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารกระแสเงินสดอย่างรอบคอบ โดยมุ่งให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและมั่นคง ไม่ว่าจะเป็นการจ่ายค่าแรงพนักงาน ค่าคอมมิชชั่นให้สมาชิก การชำระเงินทุนและดอกเบี้ยให้เจ้าหนี้ รวมถึงต้นทุนวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ทั้งนี้ หากวันใดบริษัทฯ ขาดสภาพคล่องทางการเงิน ไม่เพียงแต่จะส่งผลกระทบต่อกระบวนการทำงานและการส่งมอบสินค้าเท่านั้น แต่ยังอาจกระทบต่อ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กรอีกด้วย

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- รักษาอัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงินให้ได้อย่างน้อย 1 เท่า
- มีแหล่งเงินทุนสำรองฉุกเฉิน 1 แหล่ง
- บริหารลูกหนี้คงค้างที่เกินกำหนด ไม่เกินร้อยละ 70 เทียบกับลูกคงค้างทั้งหมด

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

1. มีหน่วยงานเฉพาะที่ทำหน้าที่ประเมินกระแสเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด รวมถึงวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่ามีเงินทุนเพียงพอสำหรับการดำเนินธุรกิจอย่างราบรื่น ป้องกันปัญหาการขาดสภาพคล่องที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน

2. บริหารเงินลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มผลตอบแทนและรักษาสภาพคล่องทางการเงินอย่างสมดุล โดยมีการจัดหาแหล่งเงินทุนสำรอง เช่น วงเงินกู้เบิกเกินบัญชี (Overdraft – OD) จากธนาคารอย่างน้อยสองแห่ง เพื่อรองรับความต้องการทางการเงินระยะสั้น นอกจากนี้ ยังมีการลงทุนในตราสารหนี้ระยะสั้นที่สามารถขายได้ตลอดเวลา เพื่อให้มีเงินทุนหมุนเวียนเมื่อจำเป็น อีกทั้งยังมีการวางแผนแหล่งเงินทุนระยะยาวผ่านการออกหุ้นกู้ เพื่อรองรับการขยายธุรกิจและเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน

3. คัดเลือกตัวแทนจำหน่ายและการบริหารลูกหนี้การค้าเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านลูกหนี้การค้าและรักษาสภาพคล่องของบริษัทฯ มีแนวทางปฏิบัติดังต่อไปนี้

- **คัดเลือกตัวแทนจำหน่ายอย่างรอบคอบ** โดยให้ความสำคัญกับประเทศที่มีกฎหมายเกี่ยวกับการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจขายตรงที่ชัดเจน เพื่อลดความเสี่ยงทางกฎหมายและป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
- **ตรวจสอบสถานะทางการเงินของตัวแทนจำหน่าย** โดยพิจารณางบการเงิน ประวัติการดำเนินธุรกิจ และประสบการณ์ในธุรกิจเครือข่าย เพื่อให้แน่ใจว่ามีความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ
- **กำหนดวงเงินเครดิตที่เหมาะสม** เพื่อลดความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้ โดยพิจารณาปัจจัยต่างๆ เช่น สถานการณ์ทางเศรษฐกิจในแต่ละประเทศ ยอดขายสินค้า และสภาพคล่องของตัวแทนจำหน่าย



1. จัดทำรายงานการควบคุมรายได้ ค่าใช้จ่าย รวมถึงมีการตรวจสอบและวิเคราะห์แนวโน้มทางการเงินอย่างต่อเนื่องเพื่อลดความเสี่ยงจากปัญหาสภาพคล่อง โดยมุ่งเน้นการบริหารสภาพคล่องให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีการรายงานให้กับผู้บริหารได้อย่างถูกต้อง ทันเวลาเพื่อการวางแผนทางกลยุทธ์และการตัดสินใจ

2. จัดทำแนวทางปฏิบัติสำหรับการติดตามลูกหนี้การค้า และการป้องกันลูกหนี้ชำระเงินเกินกำหนดชำระซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

พิจารณาแต่งตั้งคณะทำงานติดตามหนี้สำหรับตัวแทนจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ และทีมที่ปรึกษาเพื่อติดตามยอดลูกหนี้การค้าและรายได้ค้างรับจากตัวแทนจำหน่าย รายงานสถานะยอดลูกหนี้การค้าให้เป็นปัจจุบัน คอยเตือนและทวงถามยอดลูกหนี้การค้าที่ใกล้ครบกำหนดชำระ และดำเนินการให้ทีมผู้บริหารระดับสูงให้คำแนะนำและดูแลอย่างใกล้ชิด รวมถึงลงพื้นที่เพื่อติดตามหนี้ในกรณีที่ใกล้กำหนดชำระและได้ติดตามทวงถามแล้ว

พิจารณานำเสนอข้อมูลสถานะปัจจุบันเกี่ยวกับการติดตามหนี้เพื่อรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริหารเป็นประจำในทุก ๆ การประชุม ซึ่งจัดประชุมเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อให้กรรมการบริหารทุกท่านรับทราบถึงสถานะลูกหนี้และรายได้ค้างรับดังกล่าว เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและแนวทางติดตามหนี้ที่ใกล้ครบกำหนดชำระ นอกจากนี้บริษัทฯ จะนำเสนอข้อมูลสถานะปัจจุบันเกี่ยวกับการติดตามหนี้เพื่อรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อให้รับทราบสถานะปัจจุบันเรื่องลูกหนี้และรายได้ค้างรับ เพื่อพิจารณาแนวทางแก้ไขและให้คำแนะนำเป็นลำดับต่อไป

ผลดำเนินงานปี 2567

หัวข้อ	เป้าหมาย ปี 2567	ผลการดำเนินงาน ปี 2567
อัตราส่วนสภาพคล่อง	อย่างน้อย 1 เท่า	5.79 เท่า
แหล่งเงินทุนสำรองฉุกเฉิน	อย่างน้อย 1 แหล่ง	มีวงเงินกู้เบิกเกินบัญชีหรือ OD กับธนาคารสองแห่ง
การบริหารลูกหนี้คงค้างที่เกินกำหนด	ไม่เกินร้อยละ 70 เทียบกับลูกคงค้างทั้งหมด	ร้อยละ 22

ในปี 2567 บริษัทฯ สามารถรักษาสภาพคล่องได้อย่างแข็งแกร่ง โดยมีอัตราส่วนสภาพคล่องสูงถึง 5.79 เท่า ชะท้อนถึงความสามารถในการบริหารจัดการสินทรัพย์หมุนเวียนและหนี้สินหมุนเวียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการดำเนินมาตรการเชิงรุกในการจัดสรรเงินทุนให้เหมาะสมกับโครงสร้างทางการเงิน ควบคู่ไปกับการควบคุมต้นทุน และค่าใช้จ่ายอย่างเคร่งครัด รวมถึงการบริหารเงินสดสำรองอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นในการติดตามและบริหารลูกหนี้การค้าเพื่อลดความเสี่ยงจากหนี้ค้างชำระ โดยมีการแต่งตั้งคณะทำงานติดตามหนี้ ที่จะทำการแจ้งเตือนก่อนครบกำหนดชำระ และรายงานสถานะลูกหนี้ต่อที่ประชุมผู้บริหารอย่างสม่ำเสมอ ด้วยแนวทางปฏิบัติเหล่านี้ บริษัทฯ สามารถลดความเสี่ยงทางการเงิน เสริมสร้างความมั่นคงของกระแสเงินสด และช่วยให้บริษัทมีความสามารถในการรับมือกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและสามารถรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ



5.5. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ ลูกค้าไม่ได้เป็นเพียงผู้ใช้สินค้าและบริการ แต่ยังเป็นกำลังขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการเติบโตขององค์กร การได้รับการสนับสนุนจากลูกค้าจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ มุ่งมั่นรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ผ่านการสำรวจความพึงพอใจประจำปี และนำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ช่วยยกระดับคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ เพราะความสำเร็จขององค์กรไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงแค่การดำเนินธุรกิจ แต่ขึ้นอยู่กับความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นและเติบโตร่วมกันในระยะยาว

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- พนักงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของพนักงานทั้งหมดได้รับการอบรมให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ
- พนักงานที่ได้รับการอบรมต้องมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60
- จำนวนการถูกฟ้องร้องหรือถูกปรับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลไม่เกิน 5 กรณีต่อปี
- ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70
- จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์เรียกคืนผลิตภัณฑ์ กลับมาจากลูกค้าไม่เกิน 3 กรณีต่อปี



แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับ การสร้างความพึงพอใจของลูกค้า โดยยึดมั่นในมาตรฐานคุณภาพระดับสากลและข้อกำหนดตามกฎหมาย อาทิ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2541, องค์การอาหารและยา (อย.), และมาตรฐาน ISO 9001:2015 เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว

1. **พัฒนาศักยภาพพนักงานเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า** - บริษัทฯ มีการจัดอบรมเชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการให้บริการแก่พนักงาน เพื่อแนะนำและให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องและครบถ้วนโดยมีการประเมินผลการอบรมของพนักงานเป็นระยะ เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการให้บริการและความเข้าใจในผลิตภัณฑ์
2. **เก็บข้อมูลและวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้า** - บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าและบริการที่นำเสนอสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง บริษัทฯ จึงดำเนินการสำรวจความคิดเห็นและประเมินความพึงพอใจของลูกค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยมุ่งเน้นให้ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างสะดวกและตรงไปตรงมา ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งปันประสบการณ์หลังการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงในอนาคต ซึ่งหนึ่งในกระบวนการสำคัญที่บริษัทฯ ดำเนินการคือการจัดทำแบบสอบถามทั้งก่อนและหลังเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ เราต้องการให้แน่ใจว่า สินค้าทุกชิ้นที่ออกสู่ตลาดไม่เพียงแต่มีคุณภาพดี แต่ยังตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ข้อมูลที่ได้รับจากลูกค้าเหล่านี้จะถูกนำไปวิเคราะห์อย่างละเอียด เพื่อปรับปรุงและพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น ตอบสนองทั้งด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพ และประสบการณ์การใช้งาน ทั้งนี้เพื่อให้การรับฟังความคิดเห็นเป็นไปอย่างครอบคลุมในทุกๆ ด้าน

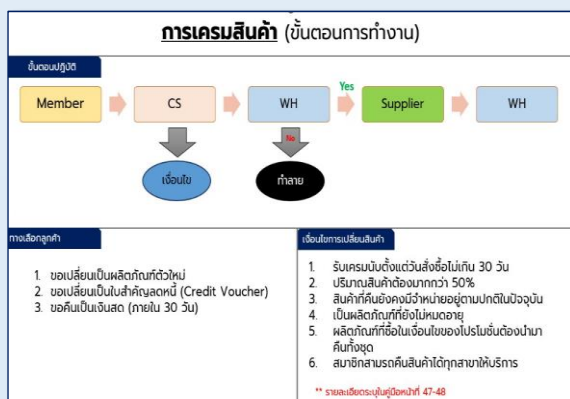
ทั้งนี้บริษัทฯ ได้เปิดช่องทางที่หลากหลายสำหรับลูกค้าในการแสดงความคิดเห็น ได้แก่

- **Line Official Account Group** แพลตฟอร์มที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถส่งความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ หรือสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้โดยตรง
- **สาขาทั่วประเทศ** ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามหรือให้ข้อเสนอแนะโดยตรงกับพนักงานที่ประจำสาขาซึ่งช่วยให้ได้รับข้อมูลที่สดใหม่และนำไปพัฒนาการบริการในแต่ละพื้นที่
- **งานอีเว้นท์และกิจกรรมของบริษัท** เช่นงานอบรม สัมมนา งานเปิดตัวสินค้าของบริษัท
- **การประชุมรายเดือนระหว่าง CEO และนักธุรกิจชัคเซมอร์** ลูกค้าและนักธุรกิจสามารถสะท้อนมุมมองของตนเองโดยตรงไปยังฝ่ายบริหาร เพื่อให้บริษัทฯ นำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจและพัฒนาธุรกิจในระยะยาว

3. **จัดทำแผนงานด้านลูกค้าสัมพันธ์** - เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยเปิดช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย อาทิ ศูนย์บริการลูกค้า (Call Center), อีเมล, เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย และแอปพลิเคชัน เพื่อให้ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า รวมถึงแสดงความคิดเห็นหรือร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัท ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้บริษัทฯ จะรวบรวมข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียนที่ได้รับ เพื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการและปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน รวมถึงพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า



4. **จัดทำแผนการปฏิบัติงานเมื่อมีการตรวจพบปัญหาที่ทำให้ต้องเรียกคืนผลิตภัณฑ์** โดยเมื่อพบปัญหา จะมีการประเมินระดับความรุนแรงและแจ้งผู้บริหารทันที จากนั้นตั้งคณะทำงานเพื่อจัดการกระบวนการเรียกคืนสินค้า พร้อมแจ้งหน่วยงานกำกับดูแลและคู่ค้าเกี่ยวกับมาตรการที่ดำเนินการ สื่อสารกับลูกค้าอย่างโปร่งใสผ่านช่องทางต่างๆ และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการคืนสินค้า รวมถึงวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ สุดท้าย ทบทวนผลลัพธ์ของการเรียกคืนและปรับแผนรับมือให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น



แผนการดำเนินงาน

- ในปี 2567 บริษัทฯ มีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ให้กับฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องทั้งในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายงานขาย การตลาด ลูกค้าสัมพันธ์และส่วนงานสาขารวมถึงนักธุรกิจของบริษัท โดยจะมีการประเมินความรู้ก่อนและหลังอบรม นอกจากนี้ยังจัดให้มีช่วงเวลาในการนำเสนอรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบ คุณประโยชน์และวิธีการใช้ผ่านการ ZOOM ที่มีขึ้นในทุก ๆ เดือน เพื่อให้พนักงานและนักธุรกิจที่เป็นตัวแทนจำหน่ายทุกคนทุกส่วนงานมีความรู้ความเข้าใจและสามารถตอบคำถามลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
- บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า จึงดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ทั้งก่อนและหลังเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในปี 2567 โดยนำผลตอบรับมาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงใจผู้บริโภคมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าผ่านกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น กิจกรรม “แซะ แซร์ ชวนรีวิว” ที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าแบ่งปันประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ผ่านโซเชียลมีเดีย พร้อมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและลุ้นรับของรางวัลเพื่อให้บริษัทฯ นำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ยุคดิจิทัล รวมถึงจัดกิจกรรมสนับสนุนให้ลูกค้าโพสต์ภาพคู่กับผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์และความผูกพันกับลูกค้า ทั้งนี้ กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ แต่ยังช่วยให้ลูกค้ารู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในอนาคต บริษัทฯ มีแผนต่อยอดการสำรวจและกิจกรรมให้ทันสมัยขึ้น เช่น การใช้ AI วิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้า และการสร้างคอมมูนิตี้ออนไลน์เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง



ผลดำเนินงาน

- บริษัทได้จัดการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการให้บริการแก่พนักงาน โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งหมด 90 คน ทั้งนี้ ผลการประเมินการฝึกอบรมอยู่ที่ 80%
- ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ก่อนและหลังเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวน 3 รายการ ครอบคลุมหัวข้อด้านคุณภาพสินค้า บรรลุภัณฑ์ ความสะดวกในการใช้งาน ราคาจำหน่าย และสื่อส่งเสริมการขาย พบว่าทุกผลิตภัณฑ์ได้รับคะแนนความพึงพอใจจากลูกค้าเกิน 80% ในทุกรายการ
- ในปี 2567 พบปัญหาสินค้าที่เกิดจากการผลิตทั้งหมด 2 รายการคือ กาแฟ Arabica และ Phytovy LIV ซึ่งทีมคลังสินค้าได้ดำเนินการประสานงานกับเจ้าหน้าที่สาขาทั่วประเทศ รวมถึงโรงงานผู้ผลิต เพื่อดำเนินการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจากทุกสาขาโดยเร็วที่สุด พร้อมทั้งส่งคืนสินค้าให้กับโรงงานผู้ผลิตเพื่อดำเนินการตรวจสอบและเคลมสินค้าในรอบการผลิตนั้น จากเหตุการณ์นี้ บริษัทได้เพิ่มมาตรการตรวจสอบคุณภาพสินค้าให้เข้มงวดขึ้นเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าวซ้ำอีกในอนาคต พร้อมทั้งเน้นย้ำถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้วยการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วและโปร่งใส บริษัทให้ความสำคัญกับความไว้วางใจของลูกค้าเป็นอันดับแรก และมุ่งมั่นที่จะรักษามาตรฐานในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสูงสุดให้แก่ลูกค้า

5.6. นวัตกรรมและเทคโนโลยี

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาองค์กรให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยผสานนวัตกรรมเข้ากับกลยุทธ์ทางธุรกิจ อย่างสมดุล พร้อมขับเคลื่อนองค์กรด้วยเทคโนโลยีเป็นแรงขับเคลื่อนหลัก นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังส่งเสริม วัฒนธรรมการคิดนอกกรอบ และผลักดันการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อยกระดับการให้บริการ บริษัทฯ ได้ออกแบบและพัฒนา แพลตฟอร์มระบบสารสนเทศที่ทันสมัย รองรับความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และตรงจุด ทั้งนี้ การพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะช่วยเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนให้แก่องค์กร ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นองค์รวม

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- จำนวนเหตุการณ์ร้องเรียนปัญหาการใช้งานแพลตฟอร์มจากลูกค้าไม่เกินร้อยละ 0.50 ของเคสทั้งหมดที่เกิดขึ้น
- ปริมาณการใช้งานแพลตฟอร์มเทคโนโลยีสารสนเทศจากลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 25
- พนักงานในองค์กรรับทราบถึงระบบสารสนเทศและมีการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 50
- พนักงานและลูกค้ารับทราบนโยบายการใช้งานแพลตฟอร์ม และ นวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมระดับองค์กรให้แล้วเสร็จในปี 2568



แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

1. ในการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมด้านเทคโนโลยี บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับนโยบายการเข้าถึงข้อมูล (IT Policy) และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตาม PDPA ควบคู่ไปกับการตรวจสอบประจำปีจากหน่วยงานภายในและภายนอก เพื่อให้มั่นใจว่าระบบมีความปลอดภัยและเป็นไปตามมาตรฐาน การพัฒนานวัตกรรมของบริษัทฯ ดำเนินการภายใต้หลัก Software Requirements Specification (SRS) รวมถึงปฏิบัติตาม พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และ พระราชบัญญัติการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ พ.ศ. 2562 ทั้งนี้ นโยบายด้านระบบสารสนเทศและการคุ้มครองข้อมูล (IT Policy) ได้รับการอนุมัติจากผู้บริหารและเป็นไปตาม ระเบียบการปฏิบัติด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Procedure) ของบริษัทฯ ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวช่วยควบคุม ค่าใช้จ่าย ความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสีย และการพัฒนาที่ตอบโจทย์ธุรกิจ โดยมี ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และ ผู้ให้บริการด้านการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี เป็นผู้รับผิดชอบหลัก เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและปลอดภัยสูงสุด

2. ในโลกที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าถือเป็นหัวใจสำคัญ ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำออกแบบสินค้าใหม่ที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และความต้องการของลูกค้า นอกจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับเสียงของผู้บริโภคโดยตรง ผ่านแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าผ่าน Line Official Account รวมถึงการเก็บข้อมูลจากงานกิจกรรมสำคัญ เช่น งานเปิดตัวสินค้าและงานอบรมสัมมนา สำหรับนักธุรกิจชัคเชสมอร์ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงใจตลาดมากที่สุดไม่เพียงเท่านั้น บริษัทฯ ยังมุ่งสร้างความแตกต่างด้วย ความร่วมมือกับบริษัทคู่ค้า ในการคิดสรร วัตถุดิบและสารสกัดใหม่ๆ ที่มีงานวิจัยรับรอง เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณภาพของสินค้า ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด และสร้างยอดขายให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

แผนการดำเนินงาน

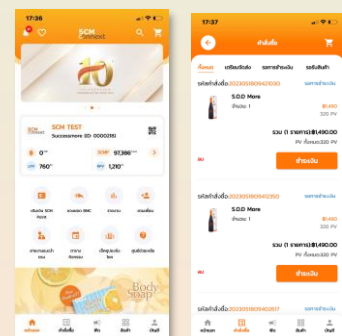
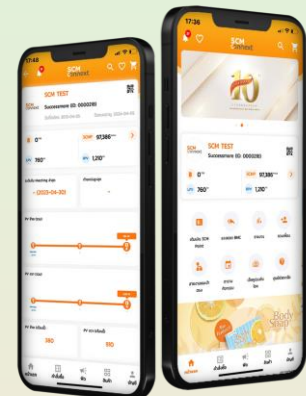
แผนงานขับเคลื่อนองค์กรสู่อนาคตด้วยเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์

1. พัฒนาศักยภาพบุคลากร – ส่งเสริมให้พนักงาน ผู้บริหาร และคณะทำงานมีทักษะด้านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและขับเคลื่อนธุรกิจด้วยแนวคิดใหม่ๆ
2. บูรณาการเทคโนโลยีในทุกกระบวนการ – นำ นวัตกรรมและดิจิทัลเทคโนโลยี มาสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และขยายโอกาสทางธุรกิจ
3. สร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งนวัตกรรม – ผู้บริหารทุกระดับมีบทบาทสำคัญในการผลักดันนวัตกรรม โดยเปิดกว้างให้มีการร่วมมือกับ ผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อต่อยอดธุรกิจและสร้างมูลค่าเพิ่ม
4. จัดสรรทรัพยากรเพื่อพัฒนานวัตกรรม – สนับสนุน งบประมาณ เทคโนโลยี และองค์ความรู้ อย่างเหมาะสม ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
5. ระบบบริหารจัดการและติดตามผล – ใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล ในการบริหารจัดการองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม พร้อมกระบวนการติดตามและประเมินผล เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการใหม่ๆ สร้างคุณค่าให้กับลูกค้าและองค์กรอย่างแท้จริง

แผนงานพัฒนาแพลตฟอร์มและเสริมสร้างความปลอดภัยในการให้บริการ

บริษัทฯ มีการพัฒนา Web Application และ Mobile Application “SCM CONNEXT” อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพภายในองค์กรและยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า โดย SCM CONNEXT เป็นแพลตฟอร์มบนแอปพลิเคชันมือถือที่ออกแบบมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและสมาชิก สามารถ ซื้อ-ขายสินค้า ตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคล และเข้าถึงข่าวสารของบริษัท ได้อย่างง่ายดายและปลอดภัย รวมถึงช่วยให้สมาชิกสามารถเพิ่มยอดขายได้ผ่านการแชร์สินค้าในโซเชียลมีเดียต่างๆ และสามารถทำธุรกรรมการซื้อขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้สมาชิกสามารถสร้างรายได้และเสริมประสบการณ์การใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาอย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ

เพื่อให้การใช้งานเป็นไปอย่างราบรื่น บริษัทฯ มุ่งเน้นความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูล โดยผ่านการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบภายใน พร้อมทั้งติดตาม ข้อร้องเรียนจากผู้ใช้ เพื่อลดปัญหาการใช้งานให้เหลือน้อยที่สุด นอกจากนี้ ยังมีเป้าหมายในการเพิ่ม ปริมาณการใช้งานแพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่อนาคตอย่างมั่นคงและยั่งยืน



ผลดำเนินงาน

หัวข้อ	เป้าหมาย ปี 2567	ผลการดำเนินงาน ปี 2567
1. จำนวนเหตุการณ์ร้องเรียนปัญหาการใช้งานแพลตฟอร์มจากลูกค้า	ไม่เกินร้อยละ 0.50 ของเคสทั้งหมดที่เกิดขึ้น	จำนวนเหตุการณ์ร้องเรียนปัญหาการใช้งานแพลตฟอร์มจากลูกค้าจำนวนร้องเรียนทั้งหมด: 4,941 กรณี สมาชิกที่แจ้ง: 1,191 คน คิดเป็นร้อยละ 0.69 ของกรณีทั้งหมด ทั้งนี้แผนงานดำเนินการของปี 2567 จะมีแผนการดำเนินการลดปริมาณเหตุการณ์ร้องเรียนจากการใช้แพลตฟอร์มจากลูกค้าให้ลดลงร้อยละ 0.50 และจะไม่เกินร้อยละ 0.50 ของกรณีทั้งหมด ในปีต่อ ๆ ไป โดยจะพัฒนาและประเมินปัญหาของแพลตฟอร์มก่อนส่งถึงมือลูกค้าตามกระบวนการ Digital Transformation
2. ปริมาณการใช้งานแพลตฟอร์มเทคโนโลยีสารสนเทศจากลูกค้า	เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 25	ในปี 2567 มีจำนวนลูกค้าเข้าถึงแพลตฟอร์ม 49,329 ราย เทียบสัดส่วนลูกค้าทั้งหมดเป็นร้อยละ 7 ทั้งนี้แผนงานดำเนินการของปี 2568 จะมีแผนการดำเนินการเพิ่มปริมาณการใช้แพลตฟอร์มเทคโนโลยีสารสนเทศจากลูกค้าให้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25 เพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการ Digital Transformation โดยจะใช้หลักการของการเจาะกลุ่มลูกค้าและสร้างแรงกระตุ้นการใช้งานผ่านกระบวนการ CRM Platform
3. พนักงานในองค์กรรับทราบถึงระบบสารสนเทศและมีการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน	พนักงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 รับทราบนโยบายเทคโนโลยี และการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศในการปฏิบัติงาน	พนักงานในองค์กรมีการรับทราบนโยบายด้านเทคโนโลยี และการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศร้อยละ 100 จากการประกาศใช้และการอบรมจากฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้แผนงานในปี 2567 จะมีการสร้างการตระหนักรู้ถึงประโยชน์และโทษของเทคโนโลยี เพื่อให้พนักงานในองค์กรไม่กระทำผิดต่อองค์กรและตนเอง ผ่านการอบรมและการทำกิจกรรมโดยวัดผลจากการทำแบบทดสอบโดยผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมภายในปี 2567 ต้องมีร้อยละ 50 ของจำนวนพนักงานในองค์กร และต้องได้คะแนนการทดสอบร้อยละ 75 ขึ้นไป
4. พนักงานและลูกค้ารับทราบนโยบายการใช้งานแพลตฟอร์ม และ นวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	- ลูกค้ารับทราบนโยบายการใช้งานแพลตฟอร์มร้อยละ 100 จากกระบวนการสร้าง Consent ให้ลูกค้ายอมรับถึงการใช้งานและการให้สิทธิ์การเข้าถึง - พนักงานรับทราบนโยบายด้านการใช้งานแพลตฟอร์มร้อยละ 100 ผ่านกระบวนการสร้างขั้นตอนการขอใช้งานแพลตฟอร์มตามความประสงค์ของพนักงาน และมีมาตรการให้สิทธิ์การเข้าถึงตาม IT Policy พร้อมแจ้งนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้รับทราบ ก่อนเริ่มงานจริง

5.7. การรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

ในยุคดิจิทัลที่ธุรกรรมทางการเงิน การซื้อขาย และกิจกรรมทางการตลาดดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง บริษัทฯ ตระหนักถึงความจำเป็นในการปกป้องข้อมูลของลูกค้า สมาชิก และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย เนื่องจากการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต้องมีการจัดเก็บและใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในกระบวนการทำธุรกรรมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูลและภัยคุกคามทางไซเบอร์ บริษัทฯ จึงได้กำหนด นโยบายด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล อย่างเข้มงวด รวมถึงมาตรการป้องกันและแนวทางการตอบสนองต่อเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม เพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น นโยบายดังกล่าวครอบคลุมการควบคุมการเข้าถึงข้อมูล การเข้ารหัสข้อมูล การเฝ้าระวังภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการจัดการเหตุการณ์ฉุกเฉิน ตลอดจนการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรว่าข้อมูลส่วนบุคคลจะได้รับการคุ้มครองตามมาตรฐานที่เคร่งครัดและปลอดภัย

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- มีพนักงานที่ได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลอย่างน้อยร้อยละ 50 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และต้องได้คะแนนประเมินความรู้มากกว่า 75 คะแนนถึงจะผ่านการอบรม
- จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่บริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์ไม่เกิน 3 ครั้งต่อปี
- จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหลไม่เกิน 3 ครั้งต่อปี
- จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภคไม่เกิน 3 กรณีต่อปี
- จำนวนเหตุการณ์การร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูล ที่ได้รับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่เกิน 5 กรณีต่อปี
- ต้องไม่มีความเสี่ยงจากหน่วยงาน IT Security
- การรับรู้ของพนักงานในองค์กรถึงความเสี่ยงและนโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมด
- การรับรู้ถึงนโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและช่องทางที่เกี่ยวข้องในการแจ้งปัญหาของลูกค้าไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมด
- ผลการตรวจสอบจาก Internal Audit ต้องมีผลการประเมินไม่ต่ำกว่าร้อยละ 65
- แพลตฟอร์มในการให้บริการต้องมีความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลโดยผ่านการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบภายในร้อยละ 100



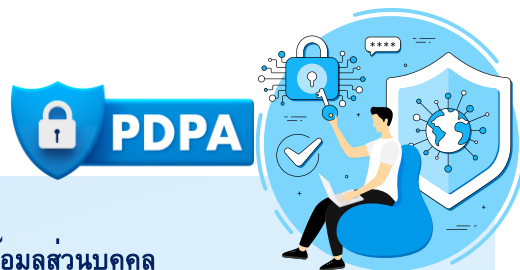
แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

ปัจจุบันความปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจึงเป็นประเด็นที่องค์กรทั่วโลกให้ความสำคัญ เนื่องจากภัยคุกคามทางไซเบอร์อาจส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ความเชื่อมั่นในองค์กร และความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจบริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการปกป้องข้อมูลและระบบสารสนเทศจากภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้น จึงได้กำหนด แนวทางและกรอบการดำเนินงานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ที่ครอบคลุมทั้งการป้องกัน ตรวจจับ รับมือ และกู้คืนระบบให้กลับมาดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นในการพัฒนาและปรับปรุงมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า สมาชิก และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายว่าข้อมูลส่วนบุคคลและระบบของบริษัทฯ จะได้รับการคุ้มครองตามมาตรฐานสากลอย่างยั่งยืน

รายละเอียดเพิ่มเติม : <https://investor.successmore.com/storage/downloads/corporate-policy/20220517-scm-cyber-security-th.pdf>

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้กำหนด นโยบายและแผนการตรวจสอบด้าน Cyber Security โดยมีการตรวจสอบประจำปี จากหน่วยงานภายในและภายนอก ตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นโยบายระบบสารสนเทศและการคุ้มครองข้อมูลสารสนเทศ (IT Policy) ซึ่งได้รับการรับรองจากผู้บริหาร รวมถึงการปฏิบัติตาม พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และ พระราชบัญญัติการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ พ.ศ. 2562 ทั้งนี้ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ หน่วยงานตรวจสอบภายในและภายนอก (IT Audit) และฝ่ายกฎหมาย เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการกำกับดูแลและดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยที่กำหนด

แผนการดำเนินงานหรือโครงการดำเนินงาน



1. แผนงานมาตรการด้านความปลอดภัยของข้อมูลและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับ การเสริมสร้างความรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ แก่พนักงาน โดยฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศจะจัดอบรมเป็นประจำ พร้อมแบบทดสอบวัดความเข้าใจ ซึ่งพนักงานต้องได้คะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ 65 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินการขอ ความยินยอมในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล (Consent) จากพนักงานและนักธุรกิจผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Web Application และ Mobile Application และเพื่อเพิ่มความโปร่งใสและคุ้มครองสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ ได้จัดทำ ช่องทางร้องเรียนด้านข้อมูลส่วนบุคคล สำหรับการขอ ยกเลิก แก้ไข หรือแจ้งปัญหาเกี่ยวกับข้อมูล โดยมีเกณฑ์การวัดผลเพื่อให้การจัดการข้อร้องเรียนเป็นไปตาม มาตรฐาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดตั้ง คณะกรรมการตรวจสอบด้านข้อมูลส่วนบุคคล (CPO) เพื่อพิจารณาและ ดำเนินการแก้ไขข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ

ทั้งนี้ บริษัทฯ มี แผนการตรวจสอบประจำปี จากหน่วยงานภายในและภายนอก เพื่อประเมินความเสี่ยง ด้านระบบสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการปรับปรุง นโยบายด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ อย่าง ต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามมาตรฐานและสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

2. แผนงานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

ในอนาคตกบริษัทฯ มีแผนดำเนินการ เพิ่มมาตรการปกป้องข้อมูล โดยนำเทคโนโลยี Data Masking มาใช้ บนแพลตฟอร์ม Web Application และ Mobile Application เพื่อลดความเสี่ยงจากการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับ อนุญาต และสร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียนอกจากนี้ บริษัทฯ กำลังดำเนินการตาม แผนงานด้านความ ปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยมีแนวทางสำคัญ ได้แก่

- ✓ อบรมพนักงาน เกี่ยวกับนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้าน Cyber Security
- ✓ จัดทำแบบทดสอบ ทั้ง Pre-test และ Post-test เพื่อประเมินความเข้าใจของพนักงาน
- ✓ เผยแพร่ข้อมูล และแนวทางปฏิบัติผ่าน เว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานและผู้เกี่ยวข้องสามารถ เข้าถึงข้อมูลด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ได้สะดวกยิ่งขึ้น

ผลดำเนินงานปี 2567

หัวข้อ	เป้าหมายปี 2567	ผลการดำเนินงานปี 2567
1. พนักงานที่ได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	มีผู้เข้าอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และต้องได้คะแนนประเมินความรู้มากกว่า 75 คะแนน	มีพนักงานทั่วไปเข้าอบรมในหัวข้อ Cyber Security ผ่านระบบ Online และผ่านเกณฑ์การประเมินร้อยละ 50 ของพนักงานทั้งหมด
2. จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่บริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์พร้อมมาตรการแก้ไข	ไม่เกิน 3 ครั้งต่อปี	ในปี 2567 ไม่มีกรณีที่บริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์ อย่างไรก็ตามบริษัท มีมาตรการป้องกันและแก้ไขด้านความปลอดภัย Cyber Security โดยมีการกำหนดความเสี่ยง และ บทลงโทษ หากพบการละเมิดหรือการกระทำ ความผิด บริษัทฯ จะตั้งคณะกรรมการตรวจสอบและประเมินความเสียหายเพื่อแก้ไขตามลำดับขั้น และแจ้งผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ได้รับผลกระทบให้รับทราบโดยทันที
3. จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล 	ไม่เกิน 3 ครั้งต่อปี	ในปี 2567 ไม่พบการร้องเรียนจากเจ้าของข้อมูล ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายและมาตรการในการป้องกันความปลอดภัยและการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศที่บังคับใช้ในองค์กร รวมถึงมีการตรวจสอบการเข้าถึงข้อมูลตามสิทธิ ผู้ใช้ว่ามีความเสี่ยงหรือมีการละเมิดหรือไม่หากมีการละเมิดจะดำเนินการลงโทษตามความเสียหายที่เกิดขึ้นจากขั้นแรก ไปจนถึงขั้นสูงสุด
4. จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค	ไม่เกิน 3 กรณีต่อปี	จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภคเท่ากับ 0 กรณี
5. จำนวนเหตุการณ์การร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูล ที่ได้รับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ต้องไม่เกิดขึ้นร้อยละ 99.99	ในปี 2567 เหตุการณ์ร้องเรียนเท่ากับ 0 กรณี
6. ต้องไม่มีความเสี่ยงจากหน่วยงาน IT Security	ไม่มีความเสี่ยงจากการตรวจสอบร้อยละ 99.99	ผลการตรวจสอบในปี 2567 พบว่าผลประเมินความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ

7. การรับรู้ของพนักงานในองค์กรถึงความเสี่ยงและนโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมด	พนักงานในองค์กรต้องตระหนักถึงความเสี่ยงทั้งทางด้านระบบสารสนเทศและข้อมูลสารสนเทศร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมด โดยจะมีการให้ความรู้ผ่านการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ผ่าน Web Application Knowledge รวมถึงการอบรมประจำปีและการทดสอบ Pre-test / Post-test
8. การรับรู้ถึงนโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและช่องทางที่เกี่ยวข้องในการแจ้งปัญหาของลูกค้า	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมด	ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศจะมีการจัดกิจกรรมการรับรู้ปีละ 3 ครั้ง รวมถึงการให้ทำแบบทดสอบประจำปีในหัวข้อการตระหนักรู้ถึงความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และกระบวนการแจ้งปัญหา
9. ผลการตรวจสอบจาก Internal Audit 	มีผลการประเมินไม่ต่ำกว่าร้อยละ 65	แผนการตรวจสอบจะเป็นการตรวจสอบประจำปี โดยจะมีการตรวจสอบจาก Audit ภายในเพื่อรับรองรายงานและส่งต่อการตรวจสอบไปยัง Audit ภายนอก โดยรายการตรวจสอบจะเน้นในเรื่อง ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ ความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ รวมถึง Cyber Security
10. แพลตฟอร์มในด้านการบริการต้องมีความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูล 	ผ่านการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบภายในร้อยละ 100	การตรวจสอบระบบต้องเป็นไปตาม IT Policy ขององค์กรร้อยละ 100 โดยกระบวนการตรวจสอบจะมีหัวข้อใน IT Policy ดังนี้ 1. สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ 2. การตั้งค่าการเข้าถึงระบบ เช่น Password ต้องมีรูปแบบตาม Policy กำหนด 3. Log การใช้งานในการแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคลต้องมีการเก็บที่ถูกต้อง 4. ขั้นตอนการขอเปลี่ยนแปลงหรือเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลต้องผ่านการร้องขอทาง Mail, IT Document ทั้งนี้คาดว่าจะดำเนินแผนงานในปี 2568 จะมีการตรวจสอบภายในโดยใช้ทีม IT In House ตรวจสอบตาม Policy และควบคุมกระบวนการตาม IT Procedure รายไตรมาส และต้องไม่พบเคสที่มีความเสี่ยงหรือหลุดกระบวนการอย่างน้อย 3 เคสต่อไตรมาส และจะมีการให้บริการการตรวจสอบจากภายนอกแบบรายประจำปีเพื่อให้ได้มาซึ่งผลรายงานการยืนยันความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ

6. มิติสิ่งแวดล้อม

6.1. ประเด็นสาระสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม : การบริหารจัดการด้านพลังงาน

บริษัทฯ มุ่งมั่นลดการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลและเพิ่มสัดส่วนพลังงานทดแทน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและบรรเทาวิกฤตสภาพภูมิอากาศ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคม ตอบสนองความคาดหวังของนักลงทุน พันธมิตรทางธุรกิจ และลูกค้า ช่วยให้พนักงานและชุมชนรอบข้างได้รับประโยชน์จากสภาพแวดล้อมที่ยั่งยืน พร้อมกับช่วยลดต้นทุนพลังงานของบริษัทฯ ในระยะยาว

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- ปริมาณการใช้ไฟฟ้าและปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วย (energy intensity) ในระยะสั้นลดลง (1 ปี) ร้อยละ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลกับปีฐาน 2566

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์พลังงานในฐานะส่วนหนึ่งของแนวทางดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดเป็นนโยบายย่อยภายใต้นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพและความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งมีแนวทางดำเนินงานดังนี้

1. **บูรณาการการจัดการพลังงาน** : บริษัทฯ จะพัฒนาระบบการจัดการพลังงานที่มีประสิทธิภาพพร้อมกำหนดให้การอนุรักษ์พลังงานเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานหลักขององค์กร โดยปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง
2. **พัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง** : บริษัทฯ มุ่งมั่นปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานให้เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจ เทคโนโลยี และแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อให้เกิดการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
3. **ตั้งเป้าหมายและสร้างความเข้าใจร่วมกัน** : บริษัทฯ กำหนดแผนและเป้าหมายการอนุรักษ์พลังงานในแต่ละปี พร้อมสื่อสารให้พนักงานทุกระดับรับทราบและปฏิบัติได้อย่างถูกต้องผ่านช่องทางที่เข้าถึงง่าย
4. **สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ใส่ใจพลังงาน** : การอนุรักษ์พลังงานเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ บริษัทฯ ส่งเสริมให้บุคลากรมีจิตสำนึกด้านการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และร่วมมือปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด
5. **สนับสนุนทรัพยากรและการมีส่วนร่วม** : บริษัทฯ จะจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็น ทั้งบุคลากร งบประมาณ เวลาในการดำเนินงาน รวมถึงการฝึกอบรมและการเปิดโอกาสให้พนักงานเสนอแนวคิดในการพัฒนาระบบการจัดการพลังงาน
6. **ทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง** : ผู้บริหารและคณะทำงานด้านพลังงานจะทำการทบทวนและปรับปรุงเป้าหมาย รวมถึงแผนการดำเนินงานด้านพลังงานทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่านโยบายนี้จะสามารถสร้างผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมและนำพาองค์กรสู่การเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืน

แผนการดำเนินงาน

1. จัดทำโครงการรณรงค์การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าและลดการใช้ไฟฟ้าที่ไม่จำเป็นภายในองค์กร ผ่านมาตรการต่างๆ เช่น การปิดไฟและถอดปลั๊กเมื่อไม่ได้ใช้งาน รวมถึงปรับอุณหภูมิแอร์ให้เหมาะสม โดยจัดกิจกรรมการแข่งขันลดการใช้พลังงานระหว่างสาขา และ “Green Hour” ชั่วโมงปิดไฟเพื่อลดการใช้พลังงาน กำหนดช่วงเวลาเปิดเครื่องปรับอากาศ เป็นช่วงเวลาตั้งแต่ 09.00-12.00 น. และเวลา 13.00-18.00 น. รวมถึงปรับอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศให้เหมาะสม โดยมีการติดตามผลเป็นรายเดือน พร้อมมอบรางวัลให้สาขาที่สามารถลดการใช้ไฟฟ้าได้มากที่สุด โครงการนี้มีเป้าหมายเพื่อปลูกฝังวัฒนธรรมการประหยัดพลังงาน สร้างความตระหนักรู้ในหมู่พนักงาน และช่วยลดต้นทุนค่าไฟขององค์กร รวมถึงส่งเสริมให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
2. จัดการประชุมประจำเดือนของผู้นำผ่าน Zoom Meeting เพื่อลดการเดินทาง ลดการใช้พลังงาน และช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย การประชุมออนไลน์ช่วยเพิ่มความสะดวก ลดเวลาเดินทาง และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงาน นอกจากนี้ ยังช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สนับสนุนแนวทางองค์กรที่มุ่งสู่ความยั่งยืน ภายใต้แนวคิด “ประชุมอย่างชาญฉลาด ลดการเดินทาง รักษาสิ่งแวดล้อม”
3. บริษัทฯ กำลังเดินหน้านำสู่การใช้พลังงานสะอาดอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยการวางแผนติดตั้ง Solar Rooftop เพื่อผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ณ สำนักงานใหญ่ภายในปี 2567 ขณะนี้อยู่ระหว่างการสำรวจพื้นที่และดำเนินการขออนุญาตจากฝ่ายอาคารและเจ้าของพื้นที่ เพื่อให้การติดตั้งเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย นอกจากนี้โครงการหลัก องค์กรยังริเริ่มโครงการนำร่องโดย ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ขนาดเล็กบนหลังคาที่จอดรถเพื่อใช้ในการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งถือเป็นก้าวแรกของการเปลี่ยนผ่านไปสู่พลังงานหมุนเวียน และช่วยสร้างต้นแบบการใช้พลังงานทดแทนในองค์กร



ผลการดำเนินงานในปี 2567



ปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง 18,270.73 ลิตร



ปริมาณการใช้ไฟฟ้า 836,624 กิโลวัตต์ชั่วโมง (kWh)

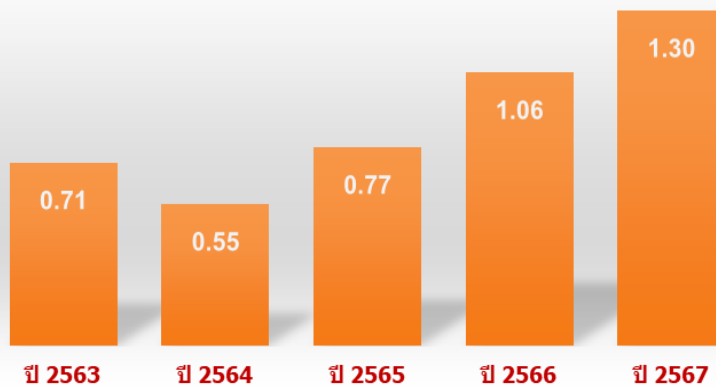
ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน

บริษัทฯ ยังไม่มีการใช้พลังงานทดแทน ในปี 2567 บริษัทฯ มีการเปลี่ยนรถยนต์ของบริษัทมาเป็นรถยนต์ไฟฟ้า ทดแทนรถที่ใช้ น้ำมันเชื้อเพลิงจำนวน 1 คันและมีเป้าหมายที่จะเพิ่มปริมาณการใช้รถยนต์ไฟฟ้าในอนาคต



ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหน่วย (Energy Intensity)

หน่วย : กิโลวัตต์-ชั่วโมง / พันบาทรายได้



ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหน่วยรายได้ของบริษัท



เพิ่มขึ้นร้อยละ **23**

ในปี 2567 บริษัทฯ ยังไม่บรรลุเป้าหมายที่ต้องการให้ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วย (energy intensity) ในระยะสั้น (1 ปี) ลดลงร้อยละ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปี 2566 ทั้งนี้ในปี 2568 บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะขับเคลื่อนกลยุทธ์การลดการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างเป็นระบบและยั่งยืน โดยมีแผนงานที่ชัดเจนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดต้นทุนในระยะยาว แนวทางแรกคือการปรับปรุงระบบแสงสว่างทั่วทั้งองค์กร ด้วยการเปลี่ยนไปใช้หลอดไฟ LED ที่ประหยัดพลังงาน พร้อมติดตั้งระบบควบคุมอัตโนมัติ เช่น เซ็นเซอร์ตรวจจับการเคลื่อนไหวและแสงธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยลดการใช้ไฟฟ้าในพื้นที่ที่ไม่จำเป็นได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทฯ จะลงทุนในอุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีเทคโนโลยีประหยัดพลังงาน และปรับปรุงระบบปรับอากาศด้วยการติดตั้งระบบอัจฉริยะที่ควบคุมอุณหภูมิได้อย่างแม่นยำ รวมถึงการบำรุงรักษาอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทำงานได้เต็มประสิทธิภาพและลดการสูญเสียพลังงาน

แผนงานสำคัญอีกประการคือการติดตั้ง Solar Rooftop ที่สำนักงานใหญ่ ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการสำรวจพื้นที่และขออนุญาต โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2568 โครงการนี้จะช่วยเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนและลดการพึ่งพาพลังงานจากแหล่งเดิม รวมถึงมุ่งส่งเสริมวัฒนธรรมการประหยัดพลังงานภายในองค์กร ผ่านการฝึกอบรมพนักงานและรณรงค์สร้างความตระหนัก เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างยั่งยืน พร้อมเก็บข้อมูลและวิเคราะห์แนวโน้มการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวสู่การเป็นองค์กรสีเขียวอย่างเต็มรูปแบบ



6.2. ประเด็นสาระสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม : การบริหารจัดการน้ำ

การบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพเริ่มต้นจากการรณรงค์ประหยัดน้ำและใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าภายในองค์กร เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้น้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากช่วยลดต้นทุนด้านทรัพยากรแล้ว ยังสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับเป้าหมาย Sustainable Development Goals (SDGs) ในมิติของการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ทั้งนี้การดำเนินการดังกล่าวยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ ในฐานะองค์กรที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

-ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ (ลูกบาศก์เมตร/หมื่นบาท) ในระยะสั้นลดลงร้อยละ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปี 2566

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการลดการใช้น้ำที่ไม่จำเป็นผ่านการปรับปรุงกระบวนการทำงานภายใน และส่งเสริมการใช้น้ำอย่างคุ้มค่าในทุกแผนก พร้อมปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด อีกทั้งยังจัดกิจกรรมสร้างความตระหนักรู้ให้พนักงานเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้น้ำต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสะท้อนความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดูแลและรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุดในระยะยาว

แผนการดำเนินงาน

จัดทำโครงการรณรงค์ประหยัดการประหยัดน้ำเพื่อสร้างการตระหนักรู้ให้กับบุคลากรและลูกค้า โดยดำเนินการติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ที่จุดใช้น้ำสำคัญในบริษัท เช่น ห้องน้ำและโรงอาหาร พร้อมเผยแพร่สื่อรณรงค์ผ่านช่องทางออนไลน์ขององค์กร รวมถึงจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการประหยัดน้ำอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืนในองค์กรอย่างต่อเนื่อง



ผลการดำเนินงาน

ในปี 2567 บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นลดปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้แม้จะยังไม่สามารถบรรลุผลในระยะสั้นได้สำเร็จ บริษัทฯ ได้ทบทวนแนวทางการดำเนินงานและเตรียมปรับปรุงมาตรการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้น้ำ โดยวางแผนปรับปรุงมาตรการรณรงค์ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการใช้น้ำ และตั้งเป้าหมายการลดการใช้น้ำรายเดือนเพื่อกระตุ้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ติดตั้งสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำและระบบตรวจจับการรั่วไหลเพื่อป้องกันการสูญเสียโดยไม่จำเป็น ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมของพนักงาน เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความร่วมมือในการดูแลทรัพยากรน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วย (Water Intensity)



ปริมาณการใช้น้ำ 8,503 ลูกบาศก์เมตร

ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้เพิ่มขึ้น 30%

6.3. ประเด็นสาระสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม : การบริหารจัดการขยะ

ปัญหาขยะล้นเมืองเป็นผลมาจากการขาดความรู้และความเข้าใจในการคัดแยกขยะอย่างถูกวิธี บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาผ่านการบริหารจัดการขยะภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เราให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า ลดการสร้างขยะที่ไม่จำเป็น และส่งเสริมพฤติกรรมจัดการขยะอย่างยั่งยืน เป้าหมายของเราคือการลดผลกระทบที่มีต่อคุณภาพชีวิตของคนในสังคม ปกป้องระบบนิเวศ และรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่ เราเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงเล็ก ๆ ในวันนี้ จะสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ในอนาคต บริษัทฯ พร้อมเดินหน้ารื้อสร้างผลลัพธ์ที่ดีและยั่งยืนในระยะยาว

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- ลดปริมาณขยะให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 3 ในปี 2567 เมื่อเทียบกับปี 2566
- ลดการใช้พลาสติกในองค์กรร้อยละ 3 ในปี 2567 เมื่อเทียบกับปี 2566
- สัดส่วนปริมาณขยะอันตราย ต่อปริมาณขยะทั่วไปน้อยกว่าร้อยละ 10
- สัดส่วนปริมาณขยะ Recycle ต่อปริมาณขยะทั่วไปไม่น้อยกว่าร้อยละ 5



แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ ยึดหลักการ **3Rs (Reduce, Reuse, Recycle)** เพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และลดปริมาณขยะที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการปฏิบัติในแต่ละด้านดังนี้:



- ✓ **Reduce (ลดการใช้):** ควบคุมปริมาณการใช้ทรัพยากรให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อลดการสิ้นเปลือง เช่น การใช้วัสดุที่สามารถใช้ซ้ำได้อย่างถุงผ้าแทนถุงพลาสติก และลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่จำเป็น
- ✓ **Reuse (การนำกลับมาใช้ซ้ำ):** ส่งเสริมการใช้วัสดุหรืออุปกรณ์ซ้ำ เช่น การใช้งานกระดาษสองหน้า การนำกล่องหรือบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วกลับมาใช้งานใหม่ ตลอดจนการนำวัสดุเหลือใช้ในสำนักงานไปปรับเปลี่ยนรูปแบบให้สามารถใช้งานได้อีก
- ✓ **Recycle (การนำกลับมาใช้ใหม่):** จัดทำระบบการคัดแยกขยะอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การแยกขยะพลาสติก ขวดแก้ว และกระดาษ เพื่อส่งต่อเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลและแปรรูปเป็นวัสดุใหม่ พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกให้พนักงานมีส่วนร่วมในกระบวนการนี้

บริษัทฯ คาดหวังว่าแนวทางปฏิบัติเหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดการใช้ทรัพยากรและปริมาณขยะในองค์กรเท่านั้น แต่ยังสร้างวัฒนธรรมการจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในปัจจุบันและอนาคตอีกด้วย

แผนการดำเนินงาน

ในปี 2567 บริษัทฯ มีการจัดทำโครงการส่งเสริมให้พนักงานทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการดำเนินการลดปริมาณขยะภายในองค์กรอย่างจริงจังโดยยึดหลักการ 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ผ่านกิจกรรม ดังต่อไปนี้

บริษัทฯ ยังคงดำเนินโครงการ “SUCCESSMORE GO GREEN” ต่อเนื่องจากปี 2566 เพื่อส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกในองค์กรและกับลูกค้า โดยรณรงค์ให้พนักงานใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติกในการรับของใช้ส่วนตัว พร้อมทั้งกระตุ้นให้ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าประจำสาขานำถุงผ้ามาใช้แทนถุงพลาสติก ทั้งนี้มีการจัดเก็บข้อมูลจากจำนวนถุงพลาสติกที่ลดลงในแต่ละสาขา เพื่อวัดผลและพัฒนาการดำเนินงานในระยะยาวเป้าหมายคือการสร้างวิถีชีวิตที่ใส่ใจโลก และดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งในองค์กรและสังคม

จัดทำโครงการ ลดการใช้กระดาษและทรัพยากรธรรมชาติ โดยรณรงค์ให้พนักงานเปลี่ยนมาใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์และระบบแทนเอกสารแทนเอกสารตัวจริง รวมถึงสื่อสารผ่าน Social Network เช่น LINE และ E-mail นอกจากนี้ได้จัดตั้ง “Reuse Corner” ในจุดถ่ายเอกสารทุกชั้นเพื่อรวบรวมกระดาษหน้าเดียวที่ยังใช้ได้สำหรับงานทั่วไป พร้อมทั้งรวบรวมขยะกระดาษที่ไม่สามารถใช้งานได้เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล โครงการนี้มุ่งลดปริมาณขยะกระดาษ เพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน และสร้างจิตสำนึกให้พนักงานใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในทุกส่วนงาน

จัดกิจกรรมส่งเสริมการลดและคัดแยกขยะอย่างถูกวิธี โดยติดตั้งถังคัดแยกขยะรีไซเคิลในห้องครัวทุกชั้นของสำนักงาน พร้อมทั้งให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกผ่านการอบรม โดยมีการประเมินผลก่อนและหลังอบรมเพื่อวัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม นอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบและจัดบันทึกการคัดแยกขยะที่ถูกประเภท พร้อมรณรงค์ผ่านสื่อในองค์กร เช่น Grup LINE, Microsoft Teams และป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างวัฒนธรรมการจัดการขยะที่ยั่งยืน



ผลดำเนินงานในปี 2567



ปริมาณการใช้กระดาษ

202 กิโลกรัม

ปริมาณขยะที่ผ่านกระบวนการ reuse และ/หรือ recycle

313 กิโลกรัม

ร้อยละของปริมาณขยะอันตราย ต่อปริมาณขยะทั่วไป

ร้อยละ 4.6

ร้อยละของปริมาณขยะRecycle ต่อปริมาณขยะทั่วไป

ร้อยละ 4.5

6.4. ประเด็นสาระสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม : ผลิตภัณฑ์ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ในยุคที่ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นความท้าทายระดับโลก การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถือเป็นการตอบสนองต่อกระแสความใส่ใจในการอนุรักษ์ธรรมชาติ บริษัทจึงมีความมุ่งมั่นในการลดขนาดและปริมาณบรรจุภัณฑ์ เพื่อลดของเสียที่เกิดขึ้นและสนับสนุนแนวทาง Zero Waste ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กร รวมถึงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้เองหรือรีไซเคิลได้เพื่อช่วยลดปัญหาขยะพลาสติกและผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อระบบนิเวศ สะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยลดผลกระทบต่อโลก แต่ยังเสริมสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นในฐานะองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในสายตาของผู้บริโภคและนักลงทุนอีกด้วย

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรองการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล ISO 14020 Environmental Label ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนสินค้าทั้งหมด
- ปริมาณบรรจุภัณฑ์สินค้าของบริษัทฯ ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนสินค้าทั้งหมด
- ร้อยละของบรรจุภัณฑ์ที่มีวัสดุ Recycle เป็นส่วนประกอบ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนสินค้าทั้งหมด
- จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมไม่เกิน 2 กรณีต่อปี
- มูลค่าความเสียหายหรือค่าปรับที่เกิดจากการละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เท่ากับ 0 บาท

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

ในปี 2567 ทางบริษัทฯ ได้มีแนวคิดที่จะผลิตสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ ECO Product จะจัดทำนโยบายและแนวทางปฏิบัติเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งคาดว่าจะประกาศใช้ภายในปี 2568

แผนการดำเนินงาน

- ✚ จัดวาระการประชุมกับทางผู้รับจ้างผลิตวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์เพื่ออัปเดตข้อมูลข่าวสารของเทคโนโลยีหรือวัตถุดิบจากธรรมชาติที่สามารถนำมาใช้ผลิตสินค้าได้อย่างทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายในปี 2567
- ✚ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายนอก (กล่อง) ลดการใช้พลาสติกจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้มีความเหมาะสมต่อขนาดของสินค้าเพื่อลดความเสียหาย โดยการลดช่องว่างของสินค้าในกล่อง
- ✚ จัดทำโครงการ SCM ECO Product โดยในปี 2567 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะออกสู่ตลาดของบริษัทฯ จะใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ ECO Product มากขึ้น เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งในการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

ผลดำเนินงานในปี 2567

แม้ว่าในปี 2567 ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จะยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14020 Environmental Label แต่ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายได้รับการยืนยันมาตรฐานระดับสากลด้านคุณภาพและความปลอดภัยที่สำคัญ ได้แก่ ISO 9001 ซึ่งเป็นระบบบริหารงานคุณภาพตามมาตรฐานสากล BRCGS มาตรฐานสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่เน้นความปลอดภัยและความเหมาะสมในการใช้งานกับอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค และ SMETA ระบบตรวจสอบด้านจริยธรรมทางการค้า ที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมในกระบวนการผลิต การปฏิบัติตามมาตรฐานเหล่านี้ตอกย้ำถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 รายการ ได้แก่ Body Cheer Gray Care Hair Shampoo, Advance Damage Hair Shampoo และ Intensive Repair Conditioner ซึ่งทั้งหมดเลือกใช้ขวดบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุประเภทที่ 1 PETE ที่มีส่วนผสมของวัสดุรีไซเคิล (Recycled Material) การเปลี่ยนแปลงนี้แม้ยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมายการใช้วัสดุรีไซเคิลให้ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด แต่ถือเป็นก้าวแรกสำคัญในการนำบรรจุภัณฑ์ที่มีความยั่งยืนมาใช้อย่างจริงจัง ซึ่งขวดบรรจุภัณฑ์ PETE ไม่เพียงแต่ช่วยลดปริมาณขยะพลาสติก แต่ยังช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากกระบวนการผลิตพลาสติกใหม่ ลดมลพิษต่อดินและน้ำ ส่งผลเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างความสมดุลในระบบนิเวศ อีกทั้งยังตอบโจทย์แนวโน้มการบริโภคที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจต่อความยั่งยืนของโลก

ทั้งนี้บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์ นีทลี่ โฮม (Neatly Home) ได้แก่ น้ำยาซักผ้าและน้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรเข้มข้น รวมถึงผลิตภัณฑ์ล้างจานสูตรเข้มข้นซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนในระยะยาว โดยผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ผลิตจากสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น น้ำมันปาล์ม น้ำมันมะพร้าว น้ำมันดอกทานตะวัน สารสกัดจากข้าวโพด และว่านหางจระเข้ ซึ่งสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (biodegradable) ช่วยลดการปนเปื้อนและการสะสมของสารเคมีในสิ่งแวดล้อม ตอกย้ำความตั้งใจของบริษัทฯ ในการสร้างสมดุลระหว่างคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคและการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง



	ร้อยละยอดขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต่อยอดขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด	1.94 %
	ร้อยละของบรรจุภัณฑ์ที่มีวัสดุ Recycle เป็นส่วนประกอบ	3 %
	จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	0 กรณี
	มูลค่าความเสียหายหรือค่าปรับที่เกิดจากการละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	0 บาท

6.5. ประเด็นสาระสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม : การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการลดการใช้พลังงานและแสวงหาพลังงานทดแทน เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นการตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคมที่เผชิญกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การลดผลกระทบดังกล่าวอาจส่งผลต่อชีวิต สุขภาพ และความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ภัยแล้งและน้ำท่วมที่ส่งผลกระทบต่อการจัดหาและส่งมอบวัตถุดิบ การจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจเพื่อรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมต่อรายได้รวม (kg CO₂eq/เทียบกับบาทรายได้) ให้ได้ร้อยละ 2 ในทุกๆ ปี
- มีสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนเทียบกับพลังงานทั้งหมดไม่น้อยกว่าร้อยละ 2

บริษัทฯ มีเจตนารมณ์ในการร่วมลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกเพื่อบรรเทาปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยการกำหนดกรอบการดำเนินงานเพื่อบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยกำหนดนโยบายและเป้าหมายที่ครอบคลุมถึงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การใช้พลังงานหมุนเวียน การจัดการของเสีย การลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก มีการประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการดำเนินงาน

➤ โครงการรณรงค์ให้ลดการใช้ถุงพลาสติก

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการลดปริมาณขยะพลาสติก ผ่าน โครงการรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติก โดยสนับสนุนให้ลูกค้าและพนักงานเปลี่ยนมาใช้ถุงผ้าหรือถุงที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ พร้อมให้สิทธิพิเศษหรือส่วนลดสำหรับลูกค้าที่นำถุงมาเอง เพื่อขยายผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงกว้าง นอกจากนี้บริษัทใช้ช่องทางสื่อสารขององค์กร เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และแคมเปญประชาสัมพันธ์ในร้านค้า เพื่อให้ความรู้และเชิญชวนให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการลดการใช้พลาสติก รวมถึงมีการจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของขยะพลาสติกและแนวทางลดการใช้พลาสติกในชีวิตประจำวัน เพื่อสร้างพฤติกรรมที่เป็นมิตรกับโลกกลมดิกและสร้างสังคมที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น



➢ จัดกิจกรรมและโครงการสนับสนุนการลดการใช้พลาสติก โครงการ “Cafe” รักโลก ลดแก้ว ลดโลกร้อน

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการลดปริมาณขยะพลาสติก ผ่าน โครงการรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติก โดยสนับสนุนให้ลูกค้าและพนักงานเปลี่ยนมาใช้ถุงผ้าหรือถุงที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ พร้อมให้สิทธิพิเศษหรือส่วนลดสำหรับลูกค้าที่นำถุงมาเอง เพื่อขยายผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงกว้าง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังช่องทางสื่อสารขององค์กร เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และแคมเปญประชาสัมพันธ์ในร้านค้า เพื่อให้ความรู้และเชิญชวนให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการลดการใช้พลาสติก รวมถึงมีการจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของขยะพลาสติกและแนวทางลดการใช้พลาสติกในชีวิตประจำวัน เพื่อสร้างพฤติกรรมที่เป็นมิตรกับโลกกลมพิชและสร้างสังคมที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

โครงการ “Cafe” รักโลก ลดแก้ว ลดโลกร้อน
เมื่อธุรกิจ “รักโลก” ลูกค้าจะรักคุณ

Date : 16 - 07 - 2024
have by : Purchasing
Approved by : CFO

- ทำให้องค์กรลดพลาสติก**
พลาสติกถูกใช้ 8.3 พันล้านตันต่อปีทั่วโลก
ถ้าใช้แก้วน้ำพลาสติก 25,000 แก้ว
(ใช้แก้วน้ำพลาสติก 1 แก้วต่อคน = 31,000 แก้ว)
แล้ว
ถ้าใช้แก้วน้ำ 1 แก้วต่อคน
(ใช้แก้วน้ำ 1 แก้วต่อคน = 75 คน)
- วัตถุประสงค์**
องค์กรเป็นแบบอย่างในการลดการใช้พลาสติก
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
มีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคม
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- แผนการดำเนินงาน**
01. มอบสิทธิการลดราคา
02. กำหนดและแจ้งการรณรงค์
03. รณรงค์ประชาสัมพันธ์
04. ดำเนินการรณรงค์
05. ประเมินผลโครงการ
- งบประมาณ**
แก้วพลาสติก 362 บาท/ถุง 5,430 บาท/เดือน
แก้วกระดาษ 376 บาท/ถุง 5,640 บาท/เดือน
แพคเกจ 0.14 บาท/ถุง แพคเกจ 210 บาท/เดือน
หมายเหตุ: แยกแก้ว 1500 ถุง / เดือน แล้ว 1 ถุง = 1 แก้ว/วัน/คน/คน
- สิ่งที่คาดว่าจะได้รับ**
สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร
มีส่วนร่วมในการลดการใช้พลาสติก
รายงานความยั่งยืน
สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร
สร้างจิตสำนึก
ผู้เกี่ยวข้องมีความรู้และเข้าใจ

เปรียบเทียบแก้วแบบเก่า - ใหม่

แก้วแบบเก่า	แก้วแบบใหม่
แก้วพลาสติก 362 บาท/ถุง	แก้วกระดาษ 376 บาท/ถุง
แก้วกระดาษ 376 บาท/ถุง	แก้วพลาสติก 362 บาท/ถุง
แก้วพลาสติก 362 บาท/ถุง	แก้วกระดาษ 376 บาท/ถุง
แก้วกระดาษ 376 บาท/ถุง	แก้วพลาสติก 362 บาท/ถุง

เปรียบเทียบแก้วแบบเก่า - ใหม่

แก้วแบบเก่า	แก้วแบบใหม่
แก้วพลาสติก 362 บาท/ถุง	แก้วกระดาษ 376 บาท/ถุง
แก้วกระดาษ 376 บาท/ถุง	แก้วพลาสติก 362 บาท/ถุง
แก้วพลาสติก 362 บาท/ถุง	แก้วกระดาษ 376 บาท/ถุง
แก้วกระดาษ 376 บาท/ถุง	แก้วพลาสติก 362 บาท/ถุง



➢ รณรงค์ลดการใช้รถยนต์ส่วนตัว “Happy Car Free Day”

บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบจากภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศที่ทวีความรุนแรงขึ้นจากปริมาณก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases - GHGs) ที่ปล่อยออกมาสู่ชั้นบรรยากาศ โดยหนึ่งในสาเหตุสำคัญคือ การใช้รถยนต์ส่วนตัวซึ่งปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) ในปริมาณมหาศาล เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการลดปัญหานี้ บริษัทฯ จึงจัดโครงการ “Happy Car Free Day” เชิญชวนให้พนักงานและลูกค้าใช้ระบบขนส่งสาธารณะ แทนการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว โดยมอบส่วนลดเครื่องดื่ม 10 บาทที่ SCM Café สำหรับผู้ที่แสดงหลักฐานการเดินทางด้วย BTS, MRT, รถเมล์ หรือแท็กซี่ นอกจากนี้จะช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว ยังช่วยลดปัญหาฝุ่นละออง PM2.5 และสร้างคุณภาพอากาศที่ดีขึ้น บริษัทฯ ใช้โซเชียลมีเดียและสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ โครงการนี้เป็นก้าวสำคัญในการส่งเสริมพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และร่วมกันสร้างอนาคตที่ยั่งยืน

HAPPY CAR FREE DAY
คาร์ฟรี GO คาเฟ่

เพียงแค่ภาพการเดินทางมาที่ SCM Café ด้วยรถสาธารณะ

รับส่วนลดเครื่องดื่ม 10 บาท ทุกเมนู

รวมพลังใช้รถสาธารณะลดภาวะโลกร้อน

เฉพาะวันที่ 22 ก.ย. 67 ตั้งแต่เวลา 09.00-15.00 น.



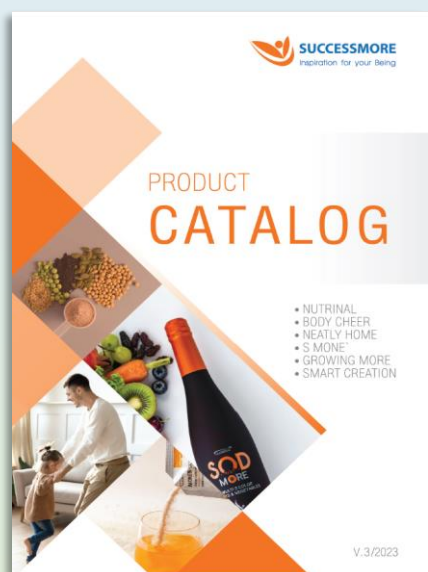
➤ บริษัทฯ จึงจัดทำ โครงการ “Smart Work ไร้กระดาษ” เพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานให้ทันสมัย ลดการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง โดยเฉพาะ กระดาษ ที่เป็นหนึ่งในวัสดุที่ก่อให้เกิดขยะจำนวนมาก โครงการนี้จะช่วยลดปริมาณขยะ ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน อาทิเช่น

✚ บริษัทฯ เดินหน้าสู่ ยุคไร้กระดาษ (Paperless) เพื่อลดการใช้ทรัพยากรและเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร โดยเปลี่ยนจากการพิมพ์เอกสารแจกเป็น **Soft files** และส่งข้อมูลผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ แทน เช่น รายงาน 56-1 ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านหน้าเว็บไซต์ของบริษัทฯ และ **QR Code** นอกจากนี้ การประชุมผู้ถือหุ้นและกรรมการจะ ไม่มีการแจกเอกสารแบบรูปเล่ม แต่จะ **อัปโหลดข้อมูลทั้งหมดบน Google Drive** เพื่อให้สามารถเข้าถึงและเรียกดูผ่าน **Tablet** ได้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย โครงการนี้ไม่เพียงช่วยลดปริมาณขยะกระดาษ แต่ยังช่วยให้ข้อมูลเป็นปัจจุบัน เข้าถึงง่าย



✚ บริษัทฯ นำระบบออนไลน์มาใช้แทนเอกสารแบบเดิม ลดการใช้กระดาษและเพิ่มความสะดวกให้พนักงาน ใบสมัครงานผ่าน Google Form ทำให้การรับสมัครรวดเร็วขึ้น ขณะที่เอกสารสำคัญ เช่น ใบแจ้งเงินเดือน การขาดลา การจองรถ การเบิกอุปกรณ์และห้องประชุม ถูกจัดการผ่านระบบออนไลน์ทั้งหมด นอกจากนี้ ยังใช้แบบสอบถามดิจิทัลในการสำรวจความคิดเห็น ลดขั้นตอนการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการข้อมูล พนักงานสามารถเข้าถึงเอกสารได้ทุกที่ ทุกเวลา ปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและรองรับการทำงานแบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ

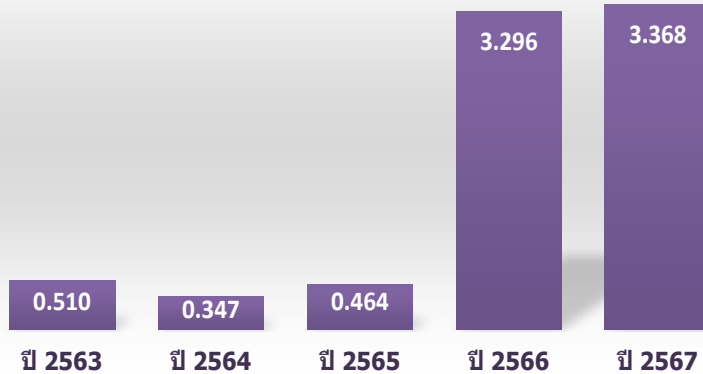
✚ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งลดผลกระทบผ่านการเปลี่ยนแปลงจากแค็ตตาล็อกกระดาษสู่แค็ตตาล็อกสินค้าออนไลน์ ซึ่งนอกจากสมาชิกสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าและโปรโมชั่นได้แบบเรียลไทม์ ยังมีส่วนร่วมในการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ลดขยะกระดาษ รวมถึงลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิตและขนส่งแค็ตตาล็อกได้อีกด้วย โดยทุกครั้งที่สมาชิกเลือกซื้อแค็ตตาล็อกออนไลน์ นั่นคือการร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลโลกให้ยั่งยืนยิ่งขึ้น ทั้งนี้บริษัทฯ ยังส่งเสริมและรณรงค์ให้สมาชิกปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเล็กๆ ที่สามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม เพราะเราเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงที่เริ่มต้นจากตัวเราสามารถนำไปสู่การรักษโลกที่ยั่งยืนได้ในระยะยาว



ผลดำเนินงานในปี 2567

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้

หน่วย : กิโลวัตต์-ชั่วโมง / พันบาท



ปริมาณการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจก
ต่อรายได้รวม

↑ ร้อยละ 227

ในปี 2567 บริษัทฯ พบว่าปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 3.296 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์ต่อหน่วยรายได้ (kg CO₂eq) ในปี 2566 เป็น 3.368 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์ต่อหน่วยรายได้ (kg CO₂eq) ซึ่งคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 227 อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบอัตราการเพิ่มขึ้นดังกล่าวจากช่วงเวลาเดียวกันพบว่า อัตราการเพิ่มขึ้นลดลงจากร้อยละ 442 ในปี 2566 ซึ่งการชะลอตัวของการเพิ่มขึ้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกนี้ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากมาตรการที่บริษัทฯ ดำเนินการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเก็บข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้นในปี 2566 เช่น การติดตามการรั่วไหลของสารทำความเย็น การจัดการขยะ และการเดินทางของพนักงาน ซึ่งช่วยให้สามารถประเมินและควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ดีขึ้น และแม้ว่าบริษัทฯ จะยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมายการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้รวมให้ได้ร้อยละ 2 ต่อปี แต่แนวโน้มการชะลอตัวของอัตราการเพิ่มขึ้นสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการที่ดีขึ้นในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการมุ่งสู่เป้าหมายการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในอนาคต

อย่างไรก็ตามเพื่อแก้ไขปัญหา บริษัทฯ วางแนวทางต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมการใช้ระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อลดการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล รวมถึงการตรวจสอบและซ่อมบำรุงระบบทำความเย็นเพื่อลดการรั่วไหลของสารทำความเย็น และเปลี่ยนมาใช้สารที่มีค่า GWP ต่ำ นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการประหยัดพลังงานในสำนักงาน เช่น การติดตั้งเซ็นเซอร์ควบคุมไฟฟ้าและอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน การเปลี่ยนไปใช้หลอดไฟ LED แทนหลอดฟลูออเรสเซนต์ เพราะใช้พลังงานน้อยกว่าและมีอายุการใช้งานนานกว่า รวมถึงการติดตั้งแหล่งผลิตพลังงานทดแทน เช่น การติดตั้ง Solar cell

ทั้งนี้บริษัทฯ ยังวางเป้าหมายระยะยาวในการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน และตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ลงร้อยละ 2 ทุกปี พร้อมทั้งศึกษาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการผลิตและบริการ นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วม เช่น การจัดอบรมเกี่ยวกับความสำคัญของการลดก๊าซเรือนกระจก และการจัดกิจกรรมสร้างจิตสำนึก เช่น การแยกขยะและลดการใช้พลาสติกในองค์กรสุดท้าย บริษัทฯ จะติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและรายงานความคืบหน้าในรายงานประจำปี เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเดินทางสู่การเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในอนาคต

7. มิติสังคม

7.1 การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย โดยมุ่งมั่นสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีต่อสุขภาพและปลอดภัยสำหรับพนักงาน คู่ค้า ผู้รับเหมา และผู้เกี่ยวข้องทุกคน การดำเนินงานของบริษัทฯ ถูกออกแบบเพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันอุบัติเหตุในสถานที่ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการปกป้องชีวิตและทรัพย์สินของผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความมั่นใจในกระบวนการทำงานที่ปลอดภัยและมีคุณภาพ โดยตระหนักว่าพนักงานคือทรัพยากรหลักที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จ

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงานของพนักงานไม่เกิน 0 กรณี ต่อปี
- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) ของพนักงาน 0 กรณี ต่อปี
- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) ของผู้รับเหมา/คู่ค้า 0 กรณี ต่อปี

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ มีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ในการสร้างสถานที่ทำงานที่ปลอดภัย เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีสภาพแวดล้อมที่ดีและคุณภาพชีวิตการทำงานที่ยอดเยี่ยม โดยมุ่งเน้นการพัฒนาระบบการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมการทำงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมวัฒนธรรมและพฤติกรรมที่คำนึงถึงความปลอดภัย ด้วยการจัดหาเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น เพื่อให้พนักงานและบุคลากรทุกคนทำงานได้อย่างปลอดภัยและมีสุขภาพที่ดี ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงานให้กับพนักงาน รวมถึงปฐมนิเทศด้านความปลอดภัยสำหรับพนักงานใหม่ พร้อมทั้งจัดการฝึกอบรมเฉพาะทาง เช่น การป้องกันอัคคีภัยเบื้องต้น ความปลอดภัยในการใช้งานระบบไฟฟ้า และหลักสูตรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. จัดทำเอกสารแนวทางและคู่มือการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย โดยระบุขั้นตอนและวิธีการทำงานที่ปลอดภัย เพื่อควบคุมและป้องกันไม่ให้เกิดพฤติกรรมเสี่ยงในสถานที่ทำงาน โดยพนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

3. กำหนดให้หัวหน้างานและผู้บังคับบัญชาทุกระดับ มีหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบด้านความปลอดภัยของผู้ใต้บังคับบัญชา พร้อมทั้งตรวจสอบให้มั่นใจว่าการปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎระเบียบที่บริษัทฯ กำหนด

4. เผยแพร่ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคและการดูแลสุขภาพผ่านช่องทางสื่อสารขององค์กร เช่น ระบบอินทราเน็ตหรือกลุ่มไลน์ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในหมู่พนักงานอย่างต่อเนื่อง

5. จัดตั้งคณะทำงานหรือทีมดูแลความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน เพื่อเฝ้าระวัง วิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย รวมถึงตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยในทุกขั้นตอน พร้อมทั้งให้คำแนะนำและการสนับสนุนที่จำเป็นแก่พนักงานในกรณีฉุกเฉินหรือเกิดเหตุไม่คาดฝัน

แผนการดำเนินงาน

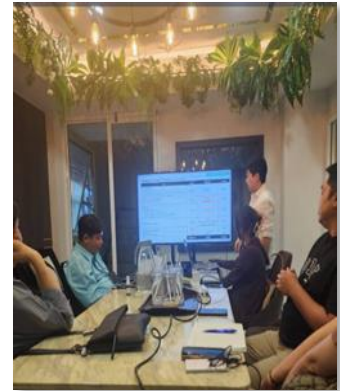
การตรวจสอบภาพประจำปี

บริษัทฯ จัดให้มีการตรวจสอบภาพประจำปีสำหรับพนักงานทุกระดับ เพื่อเฝ้าระวังและป้องกันปัญหาด้านสุขภาพที่อาจเกิดจากการทำงาน ในปี 2567 พนักงานที่ปฏิบัติงานในกรุงเทพฯ ได้รับการตรวจสอบภาพกับโรงพยาบาลเปาโล พหลโยธิน ขณะที่พนักงานในต่างจังหวัดได้รับการตรวจสอบภาพจากโรงพยาบาลในพื้นที่การทำงาน มาตรการดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานทุกคน



สภาพแวดล้อมการทำงาน

บริษัทฯ ได้พัฒนาพื้นที่ Co-Working Space โดยมีเป้าหมายในการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ จุดประกายไอเดียใหม่ๆ และเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนความรู้ของทีมงาน ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน ลูกค้า และผู้มาติดต่อ ด้วยการฉีดพ่นยาฆ่าเชื้อในทุกพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทุกคนได้รับความสะดวกสบาย ปลอดภัย และมีคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน



โครงการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดโครงการอบรมด้านความปลอดภัยในการใช้รถยก (Forklift) ให้กับเจ้าหน้าที่คลังสินค้า โดยเน้นทั้งความรู้ภาคทฤษฎีและการฝึกปฏิบัติจริง เพื่อเสริมสร้างทักษะการใช้งานที่ถูกต้องและปลอดภัย รวมถึงลดความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน โครงการนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการส่งเสริมความรู้และความเข้าใจด้านความปลอดภัยแก่พนักงาน เพื่อสร้างมาตรฐานการทำงานที่มีคุณภาพและปลอดภัยในทุกกระบวนการ



ผลการดำเนินงานในปี 2567



ค่าใช้จ่ายรายเดือนในการป้องกันสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน 72,334 บาท เพิ่มขึ้นจาก 68,047 บาท ในปี 2566 หรือคิดเป็น **ร้อยละ 6.30**



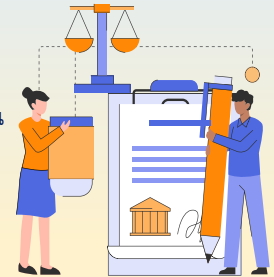
พนักงาน คู่ค้า หรือผู้รับเหมาที่ปฏิบัติงานในพื้นที่บาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) หรืออัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน ของพนักงาน คู่ค้า และผู้รับเหมาที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัทฯ **0 กรณี**

7.2. การเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ดำเนินนโยบายที่ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยให้ความใส่ใจในสิทธิด้านแรงงานที่พนักงานควรได้รับอย่างเหมาะสม เช่น ค่าจ้าง เงินเดือน และสวัสดิการต่าง ๆ พร้อมทั้งส่งเสริมความหลากหลายและความเสมอภาคในที่ทำงาน ผ่านการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเคารพซึ่งกันและกัน และหลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติ นอกจากนี้ บริษัทยังยอมรับและให้คุณค่ากับความแตกต่างด้านอายุ เพศ อัตลักษณ์ทางเพศ ศาสนา ความพิการ การศึกษา และสัญชาติ หากเกิดกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน อาจกระทบต่อความไว้วางใจและภาพลักษณ์ขององค์กรในสายตาผู้มีส่วนได้เสีย

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- พนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพไม่น้อยกว่าร้อยละ 60
- ความแตกต่างของค่าตอบแทนระหว่างเพศไม่น้อยเกินร้อยละ 25
- จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ความเสมอภาค และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา 0 กรณี
- กรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน และไม่เป็นธรรม 0 กรณี
- จำนวนครั้งที่พนักงานรายงานถึงปัญหาหรือความขัดแย้งเกี่ยวกับการเคารพสิทธิมนุษยชน 0 ครั้ง



นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ มีอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม โดยยึดมั่นใน ความรับผิดชอบต่องสังคมและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตามหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณในการทำธุรกิจบริษัท ในด้านการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนนั้น บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎหมาย และมุ่งมั่นที่จะเคารพสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนและปฏิบัติตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact UNGC) หลักการชี้แนะเรื่องสิทธิมนุษยชนสำหรับธุรกิจแห่งสหประชาชาติ (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (The international Labor Organization Declaration on Fundamental Principles and Rights at work: ILO) รวมถึงมุ่งมั่นในการดำเนินการตามจรรยาบรรณและนโยบายว่าด้วยเรื่องสิทธิมนุษยชนต่างๆ ที่บริษัทฯ ประกาศใช้เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ปลอดจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. สนับสนุน ส่งเสริม และเคารพต่อสิทธิมนุษยชน ให้เกียรติซึ่งกันและกัน และปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียม ครอบคลุมพนักงาน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร โดยไม่แบ่งแยกความแตกต่างในทางกาย จิตใจ ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ เพศ ภาษา อายุ สถานะทางสังคม วัฒนธรรม ชนบทธรรมเนียม หรือเรื่องอื่นใด

2. สื่อสาร เผยแพร่ให้ความรู้ ทำความเข้าใจ กำหนดแนวทาง และให้การสนับสนุนอื่นใด แก่พนักงานทุกคน ในบริษัทฯ ผู้ส่งมอบสินค้าและบริการ (Supplier) ผู้รับเหมา (Contractor) ตลอดจนผู้ร่วมธุรกิจ (Joint Venture) เพื่อให้มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม เคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อทุกคนตามหลักสิทธิมนุษยชนตามนโยบายนี้ รวมถึงการไม่ใช้แรงงานเด็กที่มีอายุไม่ถึงเกณฑ์ตามกฎหมายกำหนดหรือการใช้แรงงานบังคับ ภายในบริษัทฯ หรือภายในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ

3. สนับสนุนให้พนักงานใช้สิทธิของตนในฐานะพลเมืองโดยชอบธรรมตามรัฐธรรมนูญและตามกฎหมาย

4. พัฒนาและดำเนินกระบวนการจัดการด้านสิทธิมนุษยชน (Due Diligence Process) อย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะระบุประเด็นและประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน กำหนดกลุ่มหรือบุคคลที่ได้รับผลกระทบ วางแผนและกำหนดแนวทางการแก้ไขและป้องกัน ปัญหาการละเมิดสิทธิมนุษยชน และตรวจสอบติดตามผล โดยจัดให้มีกระบวนการบรรเทาผลกระทบที่เหมาะสมในกรณีที่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน

5. พัฒนาช่องทางการแจ้งเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ และให้เป็นธรรมและคุ้มครองบุคคลที่แจ้งเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชน

6. บริษัทฯ สร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กร ที่ยึดมั่นต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและไม่สนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมใดๆ ที่เป็นการละเมิดหลักสิทธิมนุษยชน ผู้กระทำการละเมิดสิทธิมนุษยชน เป็นการกระทำผิดจรรยาบรรณของบริษัท ต้องได้รับการพิจารณาทางวินัยตามระเบียบบทลงโทษที่บริษัทฯ กำหนดไว้

7. บริษัทฯ ทบทวนนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่านโยบายด้านสิทธิมนุษยชนยังคงสอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพการดำเนินธุรกิจของบริษัทในปัจจุบัน

แผนการดำเนินงาน

1. พัฒนาระบบและกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างครอบคลุม ทั้งภายในบริษัทฯ กิจการในความรับผิดชอบ และห่วงโซ่อุปทาน เพื่อระบุความเสี่ยง ประเมินผลกระทบ และกำหนดมาตรการป้องกัน ลดผลกระทบ รวมถึงดำเนินการเยียวยาและบรรเทาผลกระทบอย่างเหมาะสมและเป็นที่ยอมรับตามหลักสากล

2. จัดให้มีการตรวจสอบการละเมิดสิทธิมนุษยชน การติดตามการปฏิบัติตามนโยบายสิทธิมนุษยชน และการรายงานและรายงานผลการดำเนินงานพร้อมเปิดเผยข้อมูลอย่างต่อเนื่องและโปร่งใส

3. เปิดช่องทางรับเรื่องร้องเรียนหรือรายงานการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ทั้งในส่วนที่เกิดจากกิจกรรมของบริษัทฯ โดยให้ความสำคัญแก่ผู้ร้องเรียน พร้อมดำเนินการคุ้มครองตามมาตรการที่กำหนดไว้ในจรรยาบรรณของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด

4. ทบทวนนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุกปี หรือเมื่อเกิดเหตุการณ์สำคัญ เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมาย มาตรฐานสากล และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

5. ปลูกฝังและสร้างวัฒนธรรมองค์กร การเคารพสิทธิมนุษยชนโดยดำเนินการสอดส่องดูแล ไม่เพิกเฉยเมื่อพบเห็นการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน โดยสื่อสารเผยแพร่ ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจด้านสิทธิมนุษยชนแก่คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัทอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอผ่านการอบรมหรือการประชุม

6. พัฒนาความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อส่งเสริมการเคารพสิทธิมนุษยชนในทุกขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ โดยสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ การกำหนดแนวทางปฏิบัติที่ดี และการสร้างมาตรฐานร่วมกัน เพื่อยกระดับการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ด้านสิทธิมนุษยชน

- ✓ จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- ✓ กรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน และไม่เป็นธรรม
- ✓ จำนวนครั้งที่พนักงานรายงานถึงปัญหาหรือความ



เป้าหมาย

0 กรณี



ผลการดำเนินงาน

0 กรณี

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม



จำนวนพนักงานแยกตามเพศ



ชาย จำนวน 70 คน (40%)



หญิง จำนวน 103 คน (60%)

จำนวนพนักงานตามระดับตำแหน่ง



ผู้บริหารระดับสูง 2 คน

1%



2 คน



ระดับบริหาร 3 คน

2%



3 คน



ระดับปฏิบัติการ 168 คน

97%



65 คน



103 คน

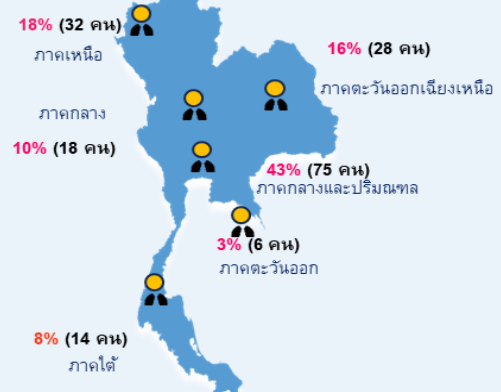
จำนวนพนักงานตามอายุ



- อายุ น้อยกว่า 30 ปี 67 คน (39%)
- อายุ 30-50 ปี 60 คน (57%)
- อายุ มากกว่า 50 ปี 4 คน (4%)

รายการ	หน่วย	2567		
		ชาย	หญิง	รวม
สถิติพนักงานจำแนกตามช่วงอายุ				
• อายุ น้อยกว่า 30 ปี	คน	28	39	67
• อายุ 30-50 ปี	คน	39	60	99
• อายุ มากกว่า 50 ปี	คน	3	4	7

จำนวนพนักงานตามภูมิภาค



7.3. ประเด็นสาระสำคัญด้านสังคม : การพัฒนาและการดูแลคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าพนักงานคือหัวใจสำคัญที่ผลักดันความสำเร็จของธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพของพนักงานในทุกๆ ระดับ ผ่านการส่งเสริมความรู้และทักษะที่จำเป็น เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถเติบโตในสายอาชีพอย่างมั่นคง และช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่องค์กร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการจัดสวัสดิการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสิทธิขั้นพื้นฐานที่พนักงานควรได้รับ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กร ลดอัตราการลาออก และเสริมความน่าสนใจให้บริษัทฯ ในการดึงดูดบุคลากรที่มีศักยภาพมาร่วมงาน ทั้งหมดนี้เพื่อให้บริษัทสามารถก้าวสู่ความสำเร็จและเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- พนักงานได้รับการอบรมและพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด
- มีอัตราการลาออกของพนักงานไม่เกินร้อยละ 20
- ผลการประเมินความผูกพันของพนักงานกับองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงานไม่น้อยกว่า 6 ชั่วโมงต่อคนต่อปี



แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

1. บริษัทฯ นำหลักการสร้างองค์กรแห่งความสุข (Happy Work Place) มาประยุกต์ใช้ในองค์กร โดยกลไกของ Happy Work Place ประกอบด้วยกลไกแห่งความสุข 8 ประการ ดังนี้

Happy Work Place			
 Happy Body รณรงค์ให้พนักงานใส่ใจสุขภาพ ส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อให้พนักงานมีสุขภาพแข็งแรง	 Happy Brain ส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ และพัฒนาตนเองตลอดเวลาโดยจัดหลักสูตรการอบรมให้พนักงานอย่างสม่ำเสมอ	 Happy Family ส่งเสริมการสร้างครอบครัวและสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างครอบครัวของพนักงานกับองค์กร	 Happy Heart ส่งเสริมความมีน้ำใจเอื้ออาทรต่อกันในที่ทำงาน เพื่อให้พนักงานเกิดความรักใคร่ปรองดองสามัคคีกัน
 Happy Money สนับสนุนให้พนักงานรู้จักการเก็บออม การบริหารจัดการเงินให้มีประสิทธิภาพ และมีเงินไว้ใช้ยามเกษียณ	 Happy Relax ส่งเสริมให้พนักงานได้มีกิจกรรมที่ผ่อนคลาย ความเครียด เช่น การรวมกลุ่มรับประทานอาหาร การเล่นเกมส์	 Happy Society ส่งเสริมความสามัคคีเอื้อเฟื้อกันในที่ทำงาน และต่อชุมชนในบริเวณใกล้เคียง รวมถึงสังคมรอบข้าง	 Happy Soul จัดให้มีกิจกรรมประเพณี และวันสำคัญทางศาสนา เพื่อให้พนักงานได้มีส่วนร่วมและเป็นการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม

2. บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานในระดับบริหารและหัวหน้างาน โดยมุ่งเน้นตำแหน่งสำคัญ (Key Position) เริ่มจากการพัฒนาสมรรถนะ (Competency) ซึ่งแบ่งเป็นสมรรถนะด้านการบริหาร (Managerial Competency) และสมรรถนะเฉพาะสายงาน (Functional Competency) เพื่อให้ตัวชี้วัดผลสำเร็จ (KPI) สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์และเป้าหมายทางธุรกิจ นอกจากนี้ ยังเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดตัวชี้วัดดังกล่าว เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความเข้าใจในเป้าหมายองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

3. บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานระดับบริหาร หัวหน้างาน และพนักงานปฏิบัติการ รวมถึงหัวหน้าสายงาน สามารถระบุความต้องการในการพัฒนาทักษะเฉพาะทางหรือการอบรมที่สนใจ ผ่านการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan: IDP) เพื่อยื่นขออนุมัติกับฝ่ายทรัพยากรบุคคล กระบวนการนี้ช่วยส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาตนเอง และเพิ่มทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกัน องค์กรจะได้รับประโยชน์จากการเพิ่มศักยภาพบุคลากร เสริมสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง และพัฒนาทีมงานให้พร้อมรองรับความต้องการและเป้าหมายของธุรกิจในอนาคต.

แผนการดำเนินงาน

1. แผนพัฒนาศักยภาพและทักษะในการทำงานของพนักงาน

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาบุคลากรที่ครอบคลุมการยกระดับความรู้และทักษะในงานปัจจุบัน พร้อมทั้งพัฒนาความสามารถใหม่ที่สอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เหมาะสมและส่งเสริมค่านิยมองค์กร นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ออกแบบหลักสูตรปฐมนิเทศพนักงานใหม่ (Orientation Guide) ที่ครอบคลุม 4 หัวข้อสำคัญ ดังนี้



หลักสูตรอบรมพนักงานใหม่	
Company Profile	แนะนำประวัติ ความเป็นมา และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้พนักงานใหม่เข้าใจและปรับตัวได้อย่างราบรื่น
การต่อต้านคอร์รัปชัน & PDPA	ให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบาย ป้องกันการทุจริตและการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
ข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน & สวัสดิการ	ชี้แจงกฎระเบียบการทำงาน พร้อมทั้งแนะนำสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่พนักงานควรได้รับ
สิทธิประโยชน์ประกันสังคม	ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิและการใช้ ประโยชน์จากระบบประกันสังคมอย่างครบถ้วน

แนวทางนี้จะช่วยส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพพนักงานและสร้างความมั่นใจในการทำงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ และเป้าหมายขององค์กรอย่างยั่งยืน.

บริษัทฯ มุ่งพัฒนาพนักงานให้มีความรู้และความสามารถตามความต้องการของแต่ละหน่วยงาน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันขององค์กร ครอบคลุมด้านการตลาด วิชาชีพ การจัดการ และคุณภาพชีวิต การฝึกอบรมดำเนินการผ่านสัมมนา ห้องเรียนออนไลน์ (Virtual Classroom) และบทเรียนออนไลน์ (e-learning) โดยในปี 2567 มีการจัดอบรมในหลักสูตรที่สำคัญหลากหลายดังต่อไปนี้

หลักสูตร	ชื่อหลักสูตร	จำนวน ชั่วโมง
1	การบริหารจัดการซัพพลายเออร์และการประเมินผล	6
2	Full stack Developer	6
3	วิธีวัดผลงานและการทำรายงานจัดซื้อ	6
4	การซื้อ จัดหาเพื่อความยั่งยืน	6
5	Growth Mindset	6
6	Versatile Communication	6
7	Master of one page summary	18
8	ผลิตภัณฑ์ความงามเพื่อการชะลอวัยและฟื้นฟูผิวพรรณ	6
9	Data Analysis for HR	6
10	การรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาล	6
11	ลดและเดินขอผิดพลาดทางบัญชี	6
12	Data Analytics การบริหารจัดการบัญชี	6
13	การคำนวณผลประโยชน์พนักงาน	6
14	Sale Promotion กับภาระภาษี	6
15	การจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรประจำปี	6
16	การขอใบอนุญาตทำงานคนต่างด้าวในประเทศไทย	6
17	กลยุทธ์และจัดทำแผนงานประจำปี 2568	6
18	Functional food and supplement Business Masterclass	60
19	การเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วย AI	6
20	People management summit 2025	12
21	The Idea of Competitive Advantage	2
22	9 ทักษะสำคัญเปลี่ยนตัวคุณให้เป็นมืออาชีพ	2
รวม 22 หลักสูตร		196



2. แผนพัฒนาค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร

โครงการ People Champion: เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร ด้วยค่านิยม SPIRIT

โครงการ **People Champion** มีเป้าหมายสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง โดยมุ่งเน้นให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของค่านิยมองค์กรและสร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตร โครงการเริ่มต้นด้วยการคัดเลือกพนักงานต้นแบบจากแต่ละแผนกที่มีศักยภาพด้านภาวะผู้นำ การสื่อสาร และความเข้าใจในค่านิยมองค์กร บุคคลเหล่านี้จะได้รับการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะที่จำเป็นกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การทำทีมบิวดิง และกิจกรรมสร้างความร่วมมือถูกออกแบบมาเพื่อเชื่อมโยงพนักงานกับเป้าหมายขององค์กร กระตุ้นความสัมพันธ์ และส่งเสริมการทำงานร่วมกัน มีการประเมินผลผ่านแบบสำรวจความคิดเห็นทั้งก่อนและหลัง เพื่อวัดพัฒนาการด้านความเข้าใจในค่านิยมและการนำไปปฏิบัติ โดยนำแนวทาง **SPIRIT** มาใช้เป็นแกนหลักแนวทางนี้ช่วยสร้างแรงบันดาลใจ พัฒนาความร่วมมือ และเสริมเอกลักษณ์องค์กรที่ชัดเจน ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรในอนาคต



3. แผนการสร้างความผูกพันของพนักงานกับองค์กร

บริษัทฯ จัดกิจกรรมที่มุ่งสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กรผ่านกิจกรรมหลากหลาย เช่น การทานข้าวกับผู้บริหารที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้พูดคุยอย่างใกล้ชิด ลดช่องว่าง และเพิ่มความไว้วางใจ การจัด **Townhall** ไตรมาสละครั้ง เพื่อสื่อสารทิศทางองค์กรและสร้างการมีส่วนร่วม นอกจากนี้ยังมีการเฉลิมฉลองเทศกาลสำคัญ เช่น ตรุษจีน คริสต์มาส และงานปีใหม่ เพื่อสร้างความสุขและส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน กิจกรรมเหล่านี้ช่วยสร้างบรรยากาศการทำงานที่อบอุ่น กระตุ้นความภาคภูมิใจในองค์กร และสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ผลลัพธ์ที่คาดหวังคือการเพิ่มความสุขของพนักงาน ความร่วมมือในทีม และลดอัตราการลาออกในระยะยาว นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการสำรวจความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานในหัวข้อ "Employee Engagement 2024" โดยผลการประเมินจะถูกนำไปใช้พัฒนานโยบายและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน เพราะบริษัทฯ เชื่อว่าความสุขของพนักงานคือรากฐานสำคัญของความสำเร็จขององค์กร



ผลการดำเนินงาน



ในปี 2567 บริษัทฯ กำหนดให้มีการประเมินความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและความพึงพอใจของพนักงานในหัวข้อ "Employee Engagement 2024" โดยแบ่งการสำรวจออกเป็น 6 หมวด

- หมวดที่ 1 หลักปฏิบัติขององค์กร
- หมวดที่ 2 การให้รางวัล
- หมวดที่ 3 บุคคลากรแวดล้อม
- หมวดที่ 4 โอกาสในหน้าที่การงาน
- หมวดที่ 5 คุณภาพชีวิต
- หมวดที่ 6 เนื้อหาของงาน



การสำรวจความผูกพันของพนักงานมุ่งเป้าไปที่พนักงานซึ่งมีอายุงานตั้งแต่ 4 เดือนขึ้นไป โดยการเก็บข้อมูลดำเนินการผ่านแบบสอบถามออนไลน์ที่พนักงานทุกคนมีส่วนร่วม ผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่าจะแนบความผูกพันและความพึงพอใจต่อองค์กรอยู่ที่ 85% ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ 80% จากการประเมินระดับความพึงพอใจของพนักงานพบว่า หัวข้อที่พนักงานมีความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรกในแต่ละหมวดได้แก่

หัวข้อที่พนักงานพึงพอใจสูงสุดในแต่ละหมวด	ระดับความพึงพอใจของพนักงาน (ระดับ 1 พึงพอใจต่ำสุด และระดับ 10 พึงพอใจสูงสุด)
หมวดที่ 1 หลักปฏิบัติขององค์กร ความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กรและการนำแนวทาง SPIRIT มาปรับใช้ใน ชีวิตการทำงานได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	7.9
หมวดที่ 2 การให้รางวัล คะแนนประเมินผลการปฏิบัติงานโดยหัวหน้างานมีความถูกต้องและความ ยุติธรรม	7.2
หมวดที่ 3 บุคคลากรแวดล้อม ได้รับความช่วยเหลือ และคำแนะนำในการทำงานจากหัวหน้างานอยู่เสมอ	7.6
หมวดที่ 4 โอกาสในหน้าที่การงาน ผู้บังคับบัญชาฝึกและสอนงานที่ทำให้มีความก้าวหน้าและเติบโตในอาชีพการ งานได้	7.2
หมวดที่ 5 คุณภาพชีวิต บริษัทฯ มองเห็นคุณค่าและเคารพในความหลากหลายของพนักงาน (เช่น เพศ, อายุ และอื่นๆ)	7.4
หมวดที่ 6 เนื้อหาของงาน ความมุ่งมั่นของบริษัทต่อความยั่งยืน	7.5

ทั้งนี้จากการประเมินระดับความพึงพอใจของพนักงานที่ได้รับความพึงพอใจน้อยสุด 3 อันดับแรก บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเพื่อพัฒนาความพึงพอใจ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หัวข้อที่พนักงานพึงพอใจสูงสุดในแต่ละหมวด	ระดับความพึงพอใจของพนักงาน (ระดับ 1 พึงพอใจต่ำสุด และระดับ 10 พึงพอใจสูงสุด)	แนวทางการปรับปรุง
คุณภาพของการสื่อสารภายในบริษัท	5.9	- จัด Morning Brief ในทุกสัปดาห์ เพื่อสร้างความเข้าใจในเป้าหมายงาน กระตุ้นการมีส่วนร่วม และอัปเดตข้อมูลสำคัญ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็น เพื่อสร้างความเข้าใจและเพิ่มความร่วมมือในทีมและระหว่างทีม - สร้างวัฒนธรรมการให้ Feedback ระหว่างหัวหน้างานและลูกน้อง โดยจัดอบรมวิธีการให้และรับ Feedback อย่างสร้างสรรค์ เพื่อปรับปรุงการสื่อสารสร้างความไว้วางใจและความเข้าใจที่ดีขึ้นในทีม
ขั้นตอนหรือกระบวนการทำงานของบริษัทมีความเรียบง่ายและมีประสิทธิภาพ	6.2	ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการทำงาน โดยวิเคราะห์กระบวนการทำงานที่มีอยู่ในปัจจุบันโดยใช้วิธีการ Process Mapping เพื่อระบุขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนหรือไม่มีประสิทธิภาพ รวมถึงใช้วิธี Lean Management ในการลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น และจัดลำดับความสำคัญของกระบวนการที่สร้างผลลัพธ์สำคัญ
บุคลากรทุกคนในบริษัท จัดการภาระหน้าที่งานของตัวเองได้ดี	6.3	- จัดอบรมเรื่อง การจัดการเวลา (Time Management) และ การตั้งเป้าหมาย (Goal Setting) เพื่อช่วยให้พนักงานวางแผนงานได้ดีขึ้น รวมถึงแนะนำการใช้เครื่องมือช่วยจัดการเวลา เช่น Google Calendar หรือ แอปจัดการงาน เพื่อช่วยพนักงานจัดลำดับความสำคัญของงานได้ง่ายขึ้น - ทำ Job Description สำหรับพนักงานแต่ละตำแหน่ง พร้อมระบุหน้าที่ ความคาดหวัง และตัวชี้วัดผลสำเร็จ (Key Performance Indicators - KPI) โดยหัวหน้าทีมควรจัดประชุม 1:1 กับสมาชิกในทีมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตรวจสอบความก้าวหน้าและแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

7.4. ประเด็นสาระสำคัญด้านสังคม : การสนับสนุนและช่วยเหลือสังคม

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบทบาทในสังคมและชุมชน ซึ่งถือเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน เรามุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนในทุกมิติ พร้อมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชน โดยยึดแนวทางเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เป็นกรอบหลักในการดำเนินงาน เพื่อสร้างสรรค์ความเข้มแข็งและความสุขให้เกิดขึ้นในสังคม

ตลอดเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ผลิตและจำหน่ายสินค้ากลุ่มอาหารเสริมและสินค้าอุปโภคบริโภค โดยมีแรงบันดาลใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงสุด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ริเริ่มกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาพของผู้คนในชุมชน พร้อมแบ่งปันทรัพยากรและสนับสนุนเครื่องมือทางการแพทย์ให้กับหน่วยงานที่ยังขาดแคลน เพื่อช่วยให้คนในสังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในด้านการเกษตร บริษัทฯ มุ่งเน้นการเสริมสร้างองค์ความรู้แก่เกษตรกร โดยจัดการอบรมในเรื่องการทำเกษตรปลอดภัย ร่วมกับวิทยากรผู้เชี่ยวชาญทางการเกษตร ถ่ายทอดแนวทางการใช้ปุ๋ยเคมีในปริมาณที่เหมาะสมและหลีกเลี่ยงสารเคมีอันตราย เพื่อสร้างผลผลิตที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค รวมถึงลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมความสมดุลในระบบนิเวศ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งพัฒนาศักยภาพของเยาวชนและคนรุ่นใหม่ ผ่านกิจกรรมการแบ่งปันประสบการณ์และจัดหลักสูตรที่สร้างแรงบันดาลใจ เพื่อให้นักเรียนนักศึกษาได้นำความรู้ไปปรับใช้ในการประกอบอาชีพและชีวิตประจำวัน โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับฐานะทางการเงิน เสริมสร้างความสุข และช่วยให้บรรลุเป้าหมายในชีวิตพันธกิจของบริษัทฯ คือการเป็นแรงผลักดันแห่งการเปลี่ยนแปลง และสร้างโอกาสให้ผู้คนสามารถก้าวไปสู่ความสำเร็จอย่างมั่นคง บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการดำเนินงานด้วยความมุ่งมั่นและความตั้งใจนี้ จะช่วยสร้างผลกระทบที่ดีต่อทั้งชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมได้ในระยะยาว.

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- มีจำนวนชุมชนและสังคมที่เข้าร่วมโครงการอย่างน้อย 5 ชุมชน
- มีจำนวนข้อพิพาทกับชุมชนไม่เกิน 2 กรณีต่อปี
- มีจำนวนชั่วโมงในการทำกิจกรรม CSR เพื่อสังคมของบริษัทฯ อยู่ที่ 2 ชั่วโมงต่อคนต่อปี



แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ กำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ โดยมุ่งเน้นบทบาทของการเป็นพลเมืองที่ดี พร้อมสนับสนุนกิจกรรมและการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลสภาพแวดล้อม สุขภาพ ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของผู้คนในชุมชนเป้าหมาย หลักคือการพัฒนาธุรกิจควบคู่ไปกับการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ และเติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว.

แผนการดำเนินงาน

ในปี 2567 บริษัทสนับสนุนกิจกรรมความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมจำนวน 9 โครงการ 10 กิจกรรม ดังต่อไปนี้

1. โครงการ "The Empowerment of Sharing"

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือผู้คนและการพัฒนาชุมชน โดยตระหนักว่าการดูแลสุขภาพและการแบ่งปันเป็นรากฐานสำคัญของสังคม กิจกรรมการบริจาคโลหิตจึงเป็นภารกิจที่สะท้อนถึงความตั้งใจในการช่วยชีวิต เพราะการบริจาคโลหิตเพียง 1 ครั้ง สามารถช่วยต่อชีวิตให้ผู้ป่วยได้ถึง 3 คน SCM มุ่งมั่นสร้างแรงบันดาลใจให้ทุกคนมีจิตสำนึกแห่งการแบ่งปัน และสนับสนุนกิจกรรมเพื่อส่วนรวมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้คน บริษัทฯ ภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างคุณค่าให้กับสังคม “เพื่อเป็นองค์กรชั้นนำแห่งการพัฒนาคุณค่าและคุณภาพชีวิตผู้คน”



2. โครงการ Successmore Sewing Cup Sewing Heart

บริษัทฯ ร่วมกับผู้บริหาร พนักงาน และนักธุรกิจซัคเซสมอร์ จัดกิจกรรมเย็บเต้านมเทียมจำนวน 200 ชิ้นเพื่อมอบให้โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ โดยมีเป้าหมายเพื่อช่วยฟื้นฟูความมั่นใจและสร้างกำลังใจให้ผู้ป่วยมะเร็งเต้านมหลังการผ่าตัด กิจกรรมนี้ยังเป็นการสร้างความตระหนักรู้ในสังคมถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพ พร้อมทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน ผ่านการทำกิจกรรมร่วมกัน บริษัทฯ ได้รับการสนับสนุนจากบริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน) ผู้ริเริ่มโครงการ “Sewing Cup Sewing Heart เย็บเต้านมเทียม” ที่ให้การส่งมอบอุปกรณ์และถ่ายทอดวิธีการเย็บที่ถูกต้อง เพื่อให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นสามารถสร้างคุณประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ป่วยและสังคมโดยรวม



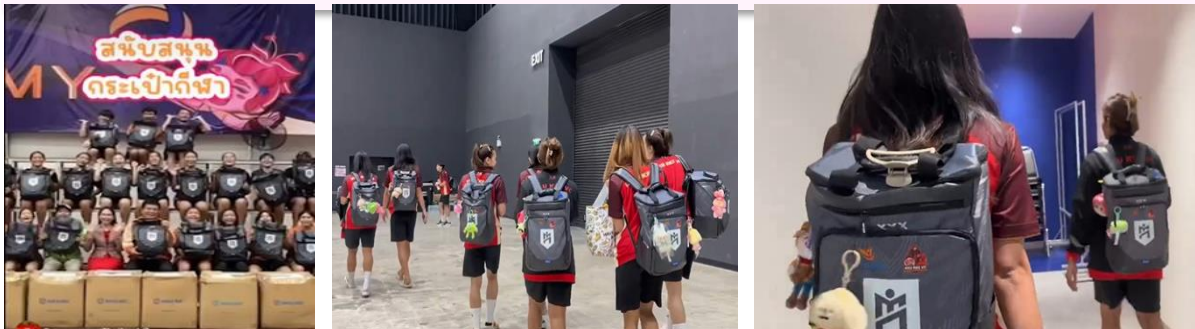
3. โครงการกิจกรรมเดิน - วิ่ง โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บริษัทฯ ร่วมกับโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา สนับสนุนโครงการเดิน-วิ่ง “DS SSRU RUN 2024” ในวันอาทิตย์ที่ 15 กันยายน 2567 ณ สวนสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ซึ่งมีผู้เข้าร่วมประมาณ 1,500 คน เพื่อส่งเสริมสุขภาพและสร้างคุณค่าสู่สังคม บริษัทฯ ได้มอบผลิตภัณฑ์ เวย์โปรตีน ALL PRO และเจลลี่ผักและผลไม้ นิวทริเนล เวจี ที่อุดมด้วยผักผลไม้ 36 ชนิดในรูปแบบเจลลี่ เพื่อสนับสนุนการดูแลสุขภาพที่ดี พร้อมทั้งสะท้อนภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ใส่ใจในสุขภาพ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น.



4. โครงการสนับสนุนกระเป๋าให้นักกีฬาสมัครเล่นขอนแก่นสตาร์

บริษัทฯ ได้สนับสนุนกระเป๋ากีฬาแบรนด์ไอมาเน่ จำนวน 70 ใบ ให้กับนักกีฬาสมัครเล่นบอลมหาวิทยาลัยขอนแก่น ขอนแก่นสตาร์ วิชี เพื่อส่งเสริมกิจกรรมเยาวชนและสร้างแรงบันดาลใจในการแข่งขัน การสนับสนุนนี้สะท้อนถึงความตั้งใจของบริษัทฯ ที่ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนไทย พร้อมทั้งปลูกฝังคุณค่าของความมุ่งมั่นและการแบ่งปัน บริษัทฯ เชื่อมมั่นว่าการสนับสนุนเล็กๆ ครั้งนี้จะช่วยเสริมกำลังใจให้นักกีฬาก้าวสู่เป้าหมายด้วยความภาคภูมิใจ และเป็นแรงบันดาลใจให้พวกเขาก้าวไปสู่ความสำเร็จในอนาคต.



5. โครงการ "กายอุปกรณ์เพื่อผู้พิการ" ในการจัดซื้อแขนเทียม

บริษัทฯ จัดโครงการ "กายอุปกรณ์เพื่อผู้พิการ" ในการจัดซื้อแขนเทียมจำนวน 1 คู่ เพื่อสนับสนุนการจัดซื้อแขนเทียมสำหรับผู้พิการที่ขาดโอกาสในการเข้าถึงอุปกรณ์สำคัญ โดยมุ่งช่วยเหลือให้พวกเขาสามารถใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างอิสระและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โครงการนี้ยังมุ่งเน้นการส่งเสริมให้ผู้พิการสามารถประกอบอาชีพและพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว การสนับสนุนครั้งนี้เป็นการสร้างโอกาสและแรงบันดาลใจ เพื่อให้พวกเขาเดินทางสู่นาคตอย่างมั่นคงและมีศักดิ์ศรี.

6. โครงการสนับสนุนวิทยากรในกิจกรรมส่งเสริมการผลิตและบริโภคผักปลอดสารเคมีในครัวเรือน



บริษัทฯ ร่วมมือกับเกษตรอำเภอตากธรรม และผู้นำชุมชนบ้านเขาค่อม จังหวัดกระบี่ จัดโครงการส่งเสริมการปลูกและบริโภคผักปลอดสารเคมีในครัวเรือน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนในหลายมิติ โดยมีการจัดกิจกรรมลงพื้นที่พร้อมทั้งการประชุมให้ความรู้เชิงวิชาการเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนปลูกผักบริโภคเอง และสร้างโอกาสในการจำหน่ายผลผลิตเพื่อสร้างรายได้เสริม รวมถึงการรณรงค์ให้คนในชุมชนลดการใช้สารเคมีในการเพาะปลูกและการทำการเกษตรเพื่อลดผลกระทบเชิงสิ่งแวดล้อมทั้งดิน น้ำ และอากาศให้สะอาด นอกจากนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเพาะปลูกร่วมกัน ทั้งนี้โครงการนี้จึงถือเป็นแนวทางสำคัญในการที่บริษัทมีส่วนร่วมในการสร้างชุมชนที่มีความยั่งยืน สุขภาพดี และพึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นคงในระยะยาว.

7. โครงการสนับสนุนวิทยากรเพื่อให้ความรู้การทำเกษตรปลอดภัย



นับเป็นปีที่ 2 แล้วที่บริษัทฯ ร่วมมือกับศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) อำเภอหนองสูงเนิน จังหวัดมุกดาหาร ในการจัดอบรมด้านเกษตรปลอดภัยให้แก่กลุ่มเกษตรกร Young Smart Farmer เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการเกษตรในชุมชน การอบรมครอบคลุมการใช้สารเคมีในการกำจัดศัตรูพืชและปุ๋ยเคมีอย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อลดผลกระทบต่อสุขภาพของเกษตรกรและ รวมถึงการแนะนำวิธีการเพาะปลูกที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติแทนการพึ่งพาสารเคมี เพื่อเพิ่มผลผลิตอย่างปลอดภัย ลดต้นทุนการเพาะปลูก และลดความเสี่ยงต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว อีกทั้งยังช่วยป้องกันการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศของชุมชน บริษัทฯ เชื่อว่าการส่งเสริมความรู้เชิงปฏิบัติการในครั้งนี้ จะช่วยให้เกษตรกรสามารถพัฒนาทักษะการเพาะปลูกที่สอดคล้องกับแนวทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึงสร้างเครือข่ายเกษตรกรที่มีความรู้ความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

8. โครงการสนับสนุนวิทยากรเพื่อให้ความรู้เกษตรกรในการทำไร่สับปะรดที่ยั่งยืน



บริษัทฯ ได้รับเกียรติจากนายกสมาคมพัฒนาสับปะรดไทยภาคตะวันออกและประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดระยอง ในการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการส่งเสริมการทำไร่สับปะรดที่ยั่งยืน โดยบริษัทฯ ได้สนับสนุน วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเพื่อถ่ายทอดความรู้ให้กับเกษตรกรในชุมชน โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาการเกษตรในชุมชนให้ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงกระบวนการผลิตสับปะรดและพืชผลทางการเกษตรอื่น ๆ ให้มีคุณภาพ และปลอดภัยต่อผู้บริโภค ผ่านการใช้เทคโนโลยีและแนวทางการเพาะปลูกที่ลดการพึ่งพาสารเคมี ด้วยการหันมาใช้ปุ๋ย อินทรีย์และสารเคมีวัดจุดดับที่ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังมีการแนะนำการจัดการดินและน้ำอย่างเหมาะสม เพื่อรักษาความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงรณรงค์เลิกการทำไร่แบบดั้งเดิมด้วยการเผาไร่ซึ่งเป็น สาเหตุของมลพิษทางอากาศ พร้อมกันนี้ยังส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรผ่านการแปรรูป และการสร้างแบรนด์ที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสร้างรายได้ที่มั่นคงให้กับเกษตรกรเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจในชุมชนอีกด้วย

9. โครงการแบ่งปันคุณค่าผ่านระบบการพัฒนาคน

บริษัทฯ เล็งเห็นและเข้าใจถึงความสำคัญของทรัพยากรบุคคลซึ่งเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนประเทศ อุตสาหกรรม รวมถึงธุรกิจของบริษัทฯ จึงได้มุ่งเน้นการส่งมอบคุณค่าด้วยการพัฒนาบุคคลผ่านสถาบัน Successmore Leadership Academy ซึ่งได้นำศาสตร์ Neuro Linguistic Programming หรือเทคนิคการจัดระบบพฤติกรรมและ ความคิดผ่านจิตใต้สำนึกมาผสมผสานเป็นหลักสูตรเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีทั้งความคิด ความรู้ ทักษะ รวมทั้งวินัย ให้ ครบทุกมิติ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้แบ่งปันหลักสูตรนี้แก่สังคม โดยมีนายณพกฤษฎ์ นิธิเลิศวิจิตร ประธานเจ้าหน้าที่ บริหารของบริษัทฯ ซึ่งเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ด้านการพัฒนาบุคลากร เป็นวิทยากรรับเชิญให้แก่ สถาบันการศึกษาและสื่อต่าง ๆ โดยแบ่งเป็น 8 กิจกรรมดังนี้



เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2567 วิทยากรรับเชิญให้กับ สำนักงาน คณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจาก พระราชดำริ (สำนักงาน กปร.) โครงการการนำการพัฒนา ตามแนวพระราชดำริ ระดับกลาง หัวข้อ “ภาวะผู้นำที่ผ่านการ คิดและถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นระบบ” และ “การบริหาร ความขัดแย้งและ Inner Peace” เพื่อนำไปปรับใช้ในการ บริหารงานและปฏิบัติงานในตำแหน่งผู้นำที่ผ่านการคิดและ ถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นระบบ



เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2567 วิทยากรรับเชิญอบรมพัฒนาบุคลากรให้คณะครูและอาจารย์ ให้กับโรงเรียนนวลนรดิศ วิทยาคม รัชมังคลาภิเษก หัวข้อ ครุมืออาชีพ “ทำงานสนุก สะท้อนความสุข ผู้เรียน” โดยส่งมอบแนวคิดในการทำงานและสร้างความรู้ความเข้าใจให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น



เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2567 วิทยากรรับเชิญให้กับธนาคารออมสิน และสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หลักสูตรผู้ประกอบการนวัตกรรม ในโครงการ "STEP In Innovator Network" ในหัวข้อ "CEO Growth Mindset" เพื่อเพิ่มทักษะด้านนวัตกรรมในการต่อยอดธุรกิจ



เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2567 วิทยากรรับเชิญให้กับกองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อแบ่งปันคุณค่าแก่เครือข่ายผู้ประกอบการ อัจฉริยะ "NEC DIPROM BUSINESS PARTNERSHIPS" ในหัวข้อ ก้าวสู่ภาวะความเป็นผู้นำ Leadership "เพราะธุรกิจไม่มีคำว่า One Man Show"



เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2567 วิทยากรรับเชิญให้กับคณะผู้บริหาร ที่ปรึกษาทางการเงิน และตัวแทนฝ่ายขาย บริษัท กรุงธนประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เพื่อสร้างแนวคิดทักษะการทำงานและสร้างแรงบันดาลใจ ในหัวข้อ "Mindset to Success ความสำเร็จไม่มีคำว่า One Man Show"



เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2567 วิทยากรรับเชิญให้กับผู้บริหารระดับสูงสุดและผู้บริหารระดับผู้อำนวยการ สถาบันเทคโนโลยี นวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เพื่อพัฒนาผู้บริหารให้เป็นผู้นำแห่งอนาคตที่มีความพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงและความท้าทายที่กำลังจะเกิดขึ้น ผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะที่จำเป็นในหลากหลายมิติ ในหัวข้อ “Level Up Your Team : เคล็ดลับเปลี่ยนทีมธรรมดา ให้เป็นทีมระดับโลก”



วันที่ 14 พฤศจิกายน 2567 บรรยายพิเศษ Special Exclusive Discussion Panel ในงาน “Function Food & Supplement Business Masterclass (FBM)” โดยบอกเล่าประสบการณ์ในฐานะผู้บริหารใน ธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผ่านระบบตัวแทนจำหน่ายจนประสบความสำเร็จนำธุรกิจสู่ บริษัท (มหาชน) และถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้เข้าเรียนที่เป็นผู้ประกอบการสนใจในธุรกิจนี้ ผู้เข้าเรียนต่างได้รับความรู้ข้อคิดมุมมองในการทำธุรกิจ และมีแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจแบบถูกต้อง



วันที่ 15 ธันวาคม 2567 วิทยากรรับเชิญให้กับมหาวิทยาลัยรามคำแหง ในโครงการกิจกรรมสัมมนาทางวิชาการ หัวข้อ “การปรับตัวของธุรกิจ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนในยุค AI” เพื่อร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองชีวิตและประสบการณ์การทำงาน เกี่ยวกับทักษะสำคัญที่มนุษย์ในยุค AI ต้องมี

ผลการดำเนินงาน

- บริษัทใช้เงินในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมทั้งสิ้น **95,544 บาท**
- จำนวนชั่วโมงในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน **3 ชั่วโมง / คน ผ่าน 9 โครงการหลัก 10 กิจกรรมย่อย**
- ชุมชนที่ได้รับประโยชน์ **9 ชุมชน**



8. สรุปผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน

ผลดำเนินงานด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแล

รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ					
รายได้จากการขายและการให้บริการ	ล้านบาท	1,208.32	1,123.69	920.17	641.84
กำไร (ขาดทุน) ก่อนรายได้และค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	ล้านบาท	917.12	867.16	703.26	422.4
กำไร (ขาดทุน) ก่อนภาษีเงินได้	ล้านบาท	285.03	222.24	119.68	6.12
กำไร (ขาดทุน) สุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท	ล้านบาท	217.61	167.40	86.16	0.47
งบแสดงฐานะทางการเงิน					
สินทรัพย์รวม	ล้านบาท	1,048.00	984.61	887.59	750.46
หนี้สินรวม	ล้านบาท	257.41	219.17	183.97	126.80
ส่วนของผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	790.59	765.44	703.62	623.67
อัตราส่วนทางการเงิน					
อัตรากำไรขั้นต้น	(ร้อยละ)	75.90	77.17	76.43	65.81
อัตรากำไรสุทธิ	(ร้อยละ)	17.44	14.46	9.06	(0.16)
อัตราส่วนสภาพคล่อง	(เท่า)	4.06	3.21	4.07	5.79
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.37	0.29	0.26	0.20
องค์ประกอบของคณะกรรมการ					
จำนวนกรรมการทั้งหมด	คน	7	7	7	7
จำนวนกรรมการอิสระ	คน	4	4	4	4
จำนวนกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร	คน	5	5	5	5
จำนวนกรรมการหญิง	คน	2	2	2	2
จำนวนกรรมการอิสระในคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด					
คณะกรรมการสรรหา	คน	3	3	3	2
คณะกรรมการพิจารณาค่าตอบแทน	คน	3	3	3	2
คณะกรรมการด้านบรรษัทภิบาล	คน	3	3	3	5
นายณรงค์ฤทธิ์ ถาวรวิศิษฐพร	ปี	2	3	4	5
นายแพทย์สิทธิวิทย์ เกียรติชวนันต์	ปี	2	3	4	5
นายณพกฤษฎี นิธิเลิศวิจิตร	ปี	2	3	4	5
รศ. ดร. กัญญารัตน์ สานโอพาร	ปี	2	3	4	5
นายสหศักดิ์ ศรีสรรพางค์	ปี	2	3	4	5
ดร. วิจิตร เตชะเกษม	ปี	2	3	4	5
นางสาวกมลทิพย์ เกียรติชวนันต์	ปี	2	3	4	5
บทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ					
จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการบริษัท (ต่อปี)	ครั้ง	4	4	4	5
จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ	ครั้ง	4	4	4	4

รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด					
คณะกรรมการสรรหา	ครั้ง	2	2	2	2
คณะกรรมการพิจารณาคำตอบแทน	ครั้ง	2	2	2	2
คณะกรรมการด้านบรรษัทภิบาล	ครั้ง	N/A	0	1	5
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	ครั้ง	2	2	2	2
คณะกรรมการด้านความยั่งยืน	ครั้ง	N/A	0	1	5
ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารระดับสูง					
จำนวนค่าตอบแทนรวมของผู้บริหารระดับสูง	บาท	20,976,191	15,641,947	12,392,972	33,833,297
การสื่อสารและการฝึกอบรมเกี่ยวกับนโยบาย และแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขององค์กร					
จำนวนพนักงานทั้งหมดโดยแยกตามตำแหน่งงาน					
ผู้บริหารระดับสูง	คน	3	4	4	4
ผู้จัดการอาวุโส	คน	4	4	3	2
หัวหน้าแผนก	คน	23	20	32	29
พนักงานตำแหน่งอื่นๆ	คน	147	139	130	138
จำนวนรวมของพนักงานที่ได้รับการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบาย และแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขององค์กร					
ผู้บริหารระดับสูง	คน	3	4	4	4
ผู้จัดการอาวุโส	คน	4	4	3	2
หัวหน้าแผนก	คน	23	20	32	29
พนักงานตำแหน่งอื่นๆ	คน	147	139	130	138
ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบาย และแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขององค์กร					
ผู้บริหารระดับสูง	คน	1	1	1	1
ผู้จัดการอาวุโส	คน	1	1	1	1
หัวหน้าแผนก	คน	1	1	1	1
พนักงานตำแหน่งอื่นๆ	คน	1	1	1	1
จำนวนคู่ค้าทางธุรกิจของบริษัท					
คู่ค้า	ราย	1,199	1,353	1,487	1,618
จำนวนคู่ค้าทางธุรกิจที่ได้รับการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบาย และแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขององค์กร					
คู่ค้า	ราย	10	0	0	181
ร้อยละของคู่ค้าทางธุรกิจที่ได้รับการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบาย และแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขององค์กร					
คู่ค้า	% ของคู่ค้า	0.8	0	0	100
จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน					
จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	95	15	7	14
- จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชันที่เกิดจากพนักงานของบริษัท	จำนวนกรณี	95	15	7	0
- จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชันที่เกิดจากคู่ค้าทางธุรกิจของบริษัท	จำนวนกรณี	0	0	0	0

หมายเหตุ

- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารเก็บข้อมูลได้
- รายได้และรายจ่ายขององค์กรครอบคลุมเฉพาะรายได้และรายจ่ายที่เกิดจากธุรกิจ MLM

รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน					
จำนวนลูกค้าทั้งหมดของบริษัท	ราย	1,199	1,353	1,487	1,618
- จำนวนลูกค้ารายปัจจุบัน (Current approved Vendor)	ราย	1,023	1,199	1,353	1,487
- จำนวนจำนวนลูกค้ารายใหม่ (New Approved Vendor)	ราย	176	154	134	131
จำนวนลูกค้ารายสำคัญของบริษัท	ราย	68	70	72	80
จำนวนของลูกค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน	ราย	0	0	0	131
การ On-site ESG Audit ลูกค้าของบริษัท	ราย	0	0	0	6
ร้อยละของลูกค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน	ร้อยละ	0	0	0	100
- จำนวนลูกค้าที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณลูกค้าของธุรกิจ	ราย	0	0	0	181
- จำนวนลูกค้ารายสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณลูกค้าของธุรกิจ	ราย	0	0	0	80
ร้อยละของลูกค้ารายสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณลูกค้าของธุรกิจ	ร้อยละ	0	0	0	44
ร้อยละของลูกค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน	ร้อยละ	0	0	0	100
การพัฒนานวัตกรรม					
ค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนานวัตกรรม	บาท	0	0	3,190,000	0
ประโยชน์จากการพัฒนาวัตกรรม	บาท	0	0	0	0
การคิดค้นนวัตกรรมด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือสิ่งแวดล้อม					
จำนวนโครงการด้านนวัตกรรมที่คิดค้นโดยพนักงานในองค์กร	จำนวนโครงการ	0	0	0	0
จำนวนนวัตกรรมด้านสังคม/สิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ/การดำเนินงานของบริษัท	จำนวนโครงการ	0	0	1	0
ประโยชน์เชิงปริมาณที่สังคมได้รับจากโครงการนวัตกรรมด้านสังคม/สิ่งแวดล้อม	บาท	0	0	0	0
การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า					
จำนวนการถูกฟ้องร้อง หรือการถูกปรับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล	กรณี	0	0	0	0
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์เรียกคืนผลิตภัณฑ์ กลับมาจากรลูกค้า	กรณี	0	0	3	2
ประโยชน์เชิงปริมาณที่สังคมได้รับจากโครงการนวัตกรรมด้านสังคม/สิ่งแวดล้อม	บาท	0	0	0	0
การเติบโตทางธุรกิจ					
การชำระเงินล่าช้า	กรณี	0	0	0	0
การผิดนัดชำระหนี้ต่อเจ้าหนี้	กรณี	0	0	0	0
การจ่ายเงินปันผล	ครั้ง	2	2	2	1
อัตรากำไรสุทธิ	ร้อยละ	17.44	14.46	9.06	(0.16)
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล					
ร้อยละของจำนวนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ เช่น ISO 27001 หรือมาตรฐานอื่น ๆ เป็นต้น	ร้อยละ	0	0	0	0

รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
- จำนวนโครงสร้างพื้นฐานทั้งหมด	โครงการ	12	12	21	21
- จำนวนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน	โครงการ	0	0	0	0
ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	ร้อยละ	0	0	0.54	0.50
- จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	179	206	179	173
- จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	คน	0	0	97	100
จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่บริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์ พร้อมมาตรการแก้ไข	กรณี	0	0	0	0

ผลดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
นโยบายและการปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม					
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมอธิบายมาตรการแก้ไข	กรณี	0	0	0	0
มูลค่าความเสียหายหรือค่าปรับที่เกิดจากการละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	บาท	0	0	0	0
การจัดการพลังงาน					
พลังงานเชื้อเพลิง					
การเผาไหม้เคลื่อนที่ (Mobile Combustion)					
- น้ำมันเบนซิน (Gasoline)	ลิตร	16,073.31	20,324.07	17,648.84	18,270.73
ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงของบริษัท					
- ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิง	บาท	162,736	251,766	180,306.41	176,513.70
จำนวนการใช้รถไฟฟ้า ทดแทนรถที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง	คัน	0	0	1	1
พลังงานไฟฟ้า					
การใช้พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากหน่วยงานภายนอก					
- ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	666,852	817,045	977,778	836,624
- ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อรายได้รวม	กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อพันบาท	0.60	0.77	1.06	1.3
- อัตราส่วนปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด	บาท/คนปี	3,725	3,966	5,462	4,836
ค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้าที่ซื้อจากหน่วยงานภายนอกของบริษัท					
- ค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้า	บาท	3,498,367	4,231,493	5,186,799	4,438,022
- อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้าต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด	บาท/คนปี	19,544	20,541	28,977	25,653

รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
การจัดการน้ำ					
ปริมาณการใช้น้ำประปาของบริษัท					
- ปริมาณการใช้น้ำประปา	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	8,386	8,786	9,242	8,503
- ปริมาณการใช้น้ำต่อรายได้รวม	กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อหมื่นบาท	0.07	0.08	0.10	0.13
- อัตราส่วนปริมาณการใช้น้ำประปาต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด	ลูกบาศก์เมตรต่อคนต่อปี	47	43	52	49
- ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำประปา	บาท	115,296	122,999	129,390	119,056
- อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการใช้น้ำประปาต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด	บาท/คนปี	644	597	723	688

การบำบัดน้ำเสีย					
- ประเมินปริมาณน้ำเสีย	ลูกบาศก์เมตร	6,709	7,028	7,394	6,802
การจัดการขยะและของเสีย					
ปริมาณขยะและของเสีย					
ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายรวม	กิโลกรัม	1,167	3,501	10,158	6,865
- ปริมาณการใช้กระดาษ	กิโลกรัม	1,167	3,501	1,167	2,400
- ปริมาณขวดพลาสติก	กิโลกรัม	N/A	N/A	50	79
- ปริมาณขยะไม่อันตรายอื่น ๆ	กิโลกรัม	N/A	N/A	8,941	4,386
ปริมาณขยะและของเสียอันตรายรวม	กิโลกรัม	N/A	N/A	31	165
ปริมาณขยะและของเสียรวม	กิโลกรัม	1,167	1,167	10,189	7,030
อัตราส่วนปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายต่อรายได้รวม	กิโลกรัม/พันบาทรายได้	0.00105	0.00331	0.01125	0.01070
อัตราส่วนปริมาณขยะและของเสียอันตรายต่อรายได้รวม	กิโลกรัม/พันบาทรายได้	N/A	N/A	0.00003	0.00026
อัตราส่วนปริมาณขยะและของเสียรวมต่อรายได้รวม	กิโลกรัม/พันบาทรายได้	0.00105	0.00331	0.01128	0.01095
ปริมาณขยะและของเสียที่นำไปกำจัดโดยหน่วยงานภายนอก					
การกำจัดขยะทั่วไปด้วยการเผา	กิโลกรัม	N/A	N/A	8,941	4,386
ปริมาณขยะและของเสียที่นำไป Reuse/Recycle ของบริษัท					
ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle)	กิโลกรัม	N/A	N/A	79	313
- กระดาษ	กิโลกรัม	N/A	N/A	12	202
- กระป๋องอลูมิเนียม	กิโลกรัม	N/A	N/A	2	5
- ขวดแก้ว	กิโลกรัม	N/A	N/A	15	27
- ขวดพลาสติก	กิโลกรัม	N/A	N/A	50	79
ผลรวมของปริมาณขยะและของเสียที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle)	กิโลกรัม	N/A	N/A	79	313

รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
ร้อยละปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) ต่อปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายรวม	ร้อยละ	N/A	N/A	0.778	4.6
ร้อยละปริมาณขยะและของเสียอันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) ต่อปริมาณขยะและของเสียอันตรายรวม	ร้อยละ	N/A	N/A	0.775	4.5
การจัดการก๊าซเรือนกระจก					
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 1					
การใช้พลังงานจากแหล่งที่ใช้แล้วหมดไป - การใช้เชื้อเพลิง					
การเผาไหม้เคลื่อนที่ (Mobile Combustion): การเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิลเพื่อการขนส่ง ด้วยยานพาหนะขององค์กร					
- น้ำมันดีเซล (Diesel)	kg CO2eq	44,046	55,694	48,363	50,067
รวมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้เคลื่อนที่	kg CO2eq	44,046	55,694	48,363	50,067
รวมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงาน (ENERGY)	kg CO2eq	44,046	55,694	48,363	50,067
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการรั่วไหล : ปริมาณสารทำความเย็นที่เติมลงในเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ห้องเย็น ในแต่ละปี					
การรั่วไหลจากสารทำความเย็น (ระบบทำความเย็น)					
• R22 (HFC-22)	kg CO2eq	N/A	5,280	14,080	0
• R32 (HFC-32)	kg CO2eq	N/A	3,385	10,155	4,062
• R-410A	kg CO2eq	N/A	3,848	9,620	0
รวมการรั่วไหลจากอุปกรณ์ไฟฟ้า	kg CO2eq	N/A	12,513	33,855	4,062
รวมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการรั่วไหล (IPPU)	kg CO2eq	N/A	12,513	33,855	4,062
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 1 รวม	kg CO2eq	44,046	68,207	82,218	54,129
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 2					
การใช้พลังงานจากแหล่งที่ใช้แล้วหมดไป - การใช้พลังงานไฟฟ้า					
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	kg CO2eq	333,359	408,441	488,791	418,228
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 2 รวม	kg CO2eq	333,359	408,441	488,791	418,228
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 3					
Category 1 Purchased goods and services					
การซื้อสินค้าและบริการรวม Purchased goods and services	kg CO2eq	9,118	14,342	9,799	11,803
- การใช้น้ำประปา	kg CO2eq	6,665	6,983	7,346	6,758
- ปริมาณการใช้กระดาษ	kg CO2eq	2,453	7,359	2,453	5,045
Category 5 Municipal Solid Waste - MSW Disposal by third party					
การกำจัดขยะทั่วไปโดยผู้ให้บริการรวม	kg CO2eq	N/A	N/A	10,818	5,307
- การกำจัดขยะทั่วไปด้วยการเผา	kg CO2eq	N/A	N/A	10,818	5,307
Category 7 Employee Commuting					

รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
การเดินทาง ทางถนน ของพนักงาน - เดินทางไป-กลับ บ้าน/สำนักงาน	kg CO ₂ eq	N/A	N/A	1,679,643	1,672,285
- ระยะทางรวมของผู้ที่เดินทางโดยยานพาหนะที่ใช้ น้ำมันเบนซิน (Gasoline Vehicle)	กิโลเมตร (km)	N/A	N/A	739,833	624,934
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม - ขอบเขตที่ 3 รวม	kg CO ₂ eq	9,118	14,342	1,700,260	1,689,395
สรุปปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก					
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม - ขอบเขตที่ 1	kg CO ₂ eq	44,046	68,207	82,218	54,129
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม - ขอบเขตที่ 2	kg CO ₂ eq	333,359	408,441	488,791	418,228
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม - ขอบเขตที่ 3	kg CO ₂ eq	9,118	14,342	1,700,260	1,689,395
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม	kg CO ₂ eq	386,523	490,990	2,271,269	2,161,753
อัตราส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมต่อรายได้รวม	kgCO ₂ e/ พันบาทรายได้	0.34753	0.46403	3.29647	3.36806
อัตราส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด	kgCO ₂ e/ คน	2,159	2,383	12,689	12,496

หมายเหตุ

- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อรายได้รวม ปริมาณการใช้น้ำต่อรายได้รวม และปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้รวม คำนวณมาจากรายได้ที่เกิดจากธุรกิจ MLM เท่านั้น

ตัวชี้วัดความยั่งยืน หมวดพาณิชย์

รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม					
ร้อยละของยอดขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (eco products) ต่อยอดขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด	ร้อยละ	2.41	2.72	2.33	1.94
การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม					
ปริมาณน้ำหนักรวมของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด โดยจำแนกตามประเภทและคุณสมบัติ	กิโลกรัม	0	0	0	0
- บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ (reusable)	กิโลกรัม	0	0	0	0
- บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาผลิตใหม่ได้ (recyclable)	กิโลกรัม	0	0	0	0
- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ได้ครั้งเดียว (single-use)	กิโลกรัม	0	0	0	0
ร้อยละของบรรจุภัณฑ์ที่มีวัสดุรีไซเคิลเป็นส่วนประกอบ (recycled material)	ร้อยละ	0	0	0	0
ร้อยละของบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ (biodegradable packaging)	ร้อยละ	0	0	0	0
ความพึงพอใจของลูกค้า ในด้านบรรจุภัณฑ์(ประเมินจากหัวข้อเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม/ลดการใช้บรรจุภัณฑ์ซ้ำซ้อน/ความสะดวกต่อการใช้งาน/ประหยัดพื้นที่จัดเก็บของผู้บริโภค/ประหยัดพื้นที่จัดเก็บของผู้บริโภค)	คะแนนเฉลี่ย	N/A	N/A	4.92	N/A

หมายเหตุ

- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

รายการ	หน่วย	2564			2565			2566			2567		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำนวนชั่วโมงการทำงานของผู้รับเหมา (ประจำปี)	ชม.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
จำนวนผู้เสียชีวิตจากการทำงาน													
พนักงาน	กรณี	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ผู้รับเหมา	กรณี	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน					
จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน	บาท	49,024,060	79,542,881	83,390,877	95,859,204
ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	ร้อยละ	100	96.6	97.6	93
ความแตกต่างของค่าตอบแทนระหว่างเพศ	หญิง:ชาย	0.50:1	0.57:1	0.50:1	0.50:1
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน	ชม./คน/ปี	4	7	9	12
จำนวนค่าใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาพนักงาน	บาท	356,678	783,643	471,868	252,252
จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน	ครั้ง	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายรายเดือนในการป้องกันสุขภาพและความปลอดภัย	บาท/เดือน	N/A	60,614	68,047	72,334
การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน					
พนักงานที่ลาออก	คน	44	23	45	50
	ร้อยละเทียบกับจำนวนพนักงานทั้งหมด	25	11	23	29
พนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ	คน	0	0	0	0
	ร้อยละเทียบกับจำนวนพนักงานทั้งหมด	0	0	0	0
จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	1	0
เป้าหมายการพัฒนาความผูกพันหรือความพึงพอใจของพนักงานต่อองค์กร	ร้อยละ	80	80	80	80
ผลประเมินความผูกพันหรือความพึงพอใจของพนักงานต่อองค์กร	ร้อยละ	80	96	85	85

รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
ความรับผิดชอบต่อลูกค้า/ผู้บริโภค - ภาพรวม					
สิทธิผู้บริโภค					
จำนวนกรณีข้อมูลลูกค้ารั่วไหลพร้อมมาตรการแก้ไข	กรณี	0	0	0	0
จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค พร้อมมาตรการแก้ไข	กรณี	0	0	0	0
ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า	ร้อยละ	91	96	91	90
ความรับผิดชอบต่อชุมชน/สังคม					
จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน/สังคมพร้อมมาตรการแก้ไข	กรณี	0	0	0	0
จำนวนเงินรวมที่ใช้ในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน/สังคม	บาท	100,000	110,000	1,023,960	95,544
การดำเนินงานกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การประเมินผลกระทบ และแผนงานพัฒนา					
จำนวนชุมชนที่มีโครงการการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและ/หรือการพัฒนา	ชุมชน	N/A	N/A	6	9
การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนหรือแก้ไขปัญหาสังคมอย่างยั่งยืนผ่านกระบวนการทางธุรกิจ					
จำนวนชุมชนที่มีโครงการการมีส่วนร่วมและ/หรือการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นที่ได้รับผลประโยชน์	ชุมชน	N/A	N/A	6	9
ร้อยละของชุมชนที่มีโครงการการมีส่วนร่วมและ/หรือการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นที่ได้รับผลประโยชน์	ร้อยละ	N/A	N/A	100	100

หมายเหตุ

• N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

แบบสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2567
บริษัท ชัดเชสมอร์ บิอิงค์ จำกัด (มหาชน) (SCM)



ขอความร่วมมือจากท่านโปรดร่วมตอบแบบสำรวจฯ โดยสแกน QR Code
 หรือส่งแบบสำรวจฯ นี้กลับมาตามที่อยู่บริษัทฯ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง และแสดงความคิดเห็นของท่านลงในช่องว่าง

1. โปรดระบุเพศของท่าน

- ☐ ชาย ☐ หญิง ☐ ไม่ต้องการเปิดเผย ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ท่านเป็นผู้ส่วนได้เสียกลุ่มใด

- ☐ ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน ☐ พนักงาน ☐ ลูกค้า ☐ คู่ค้า / ผู้จำหน่ายสินค้า-บริการ
☐ พันธมิตรทางธุรกิจ ☐ หน่วยงานราชการ / หน่วยงานภาครัฐ ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ท่านอ่านรายงานความยั่งยืนของบริษัทฯ จากแหล่งใด

- ☐ การประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ☐ พนักงานของบริษัทฯ ☐ เว็บไซต์ของบริษัทฯ ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. วัตถุประสงค์ในการอ่านรายงานความยั่งยืนของบริษัทฯ

- ☐ เพื่อทราบและเข้าใจการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ☐ เพื่อเป็นข้อมูลการประกอบการตัดสินใจลงทุน
☐ เพื่อการวิจัยและศึกษา ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านสนใจเนื้อหาส่วนใดในรายงานความยั่งยืนของบริษัทฯ มากที่สุด

- ☐ ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทฯ ☐ ข้อมูลการจัดทำรายงาน
☐ ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ ☐ ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสังคม
☐ ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. ความพึงพอใจต่อรูปแบบรายงานความยั่งยืนของบริษัทฯ ประจำปี 2567

	มาก	ปานกลาง	น้อย
- ความสมบูรณ์ครบถ้วนของเนื้อหา	☐	☐	☐
- ความน่าสนใจของเนื้อหา	☐	☐	☐
- การใช้ภาษาเข้าใจง่าย	☐	☐	☐
- การออกแบบรูปเล่มรายงานมีความสวยงามและทันสมัย	☐	☐	☐
- ความพึงพอใจต่อรายงานโดยรวม	☐	☐	☐

7. ท่านคิดว่าควรเพิ่มประเด็นใดในรายงานความยั่งยืน

.....

8. กรุณาระบุความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนา รายงานความยั่งยืนต่อไป

.....

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือของท่าน

ความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนา รายงานความยั่งยืนของบริษัทฯ ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป



บริษัท ซัคเซสมอร์ บีอิงค์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่
10/1-2 ถนนรัชดาภิเษก แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ : +66(0) 2-511-5955

อีเมล : support@successmore.com

เว็บไซต์ : www.successmore.com

