SUCCESSMORE

Inspiration for your Being

รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566

SUSTAINABILITY REPORT 2023

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	29
	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	59
	5.4. การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	63
	5.5. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	65
	5.6. นวัตกรรมและเทคโนโลยี	67
	5.7. การรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	70

หน้า

6.	**มิติสิ่งแวดล้อม**	**74**
	6.1. การบริหารจัดการด้านพลังงาน	74
	6.2. การบริหารจัดการน้ำ	77
	6.3. การบริหารจัดการขยะ	78
	6.4. ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	80
	6.5. การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	82
7.	**มิติสังคม**	**84**
	7.1. การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	84
	7.2. การเคารพสิทธิมนุษยชน	86
	7.3. การพัฒนาและการดูแลคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน	89
	7.4. การสนับสนุนและช่วยเหลือสังคม	95
8.	**สรุปผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน**	**102**
9.	**แบบสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566**	**113**

สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

บริษัท ซัคเซสมอร์ บีอิ้งค์ จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นการบริหารงานภายใต้วิสัยทัศน์ เป็นธุรกิจเครือข่ายที่ได้รับการยอมรับในฐานะผู้สร้างแรงบันดาลใจ หล่อหลอมจิตวิญญาณ พัฒนาและเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตของผู้คน” และพันธกิจที่จะ “พัฒนาองค์กรสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และระบบการพัฒนาคนที่มีประสิทธิผล เพื่อเป็นโอกาสในการสร้างสรรค์ชีวิตที่ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนสำหรับผู้คน” บริษัทฯ จึงตระหนักถึงบทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบในการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยยึดหลักธรรมาภิบาล สร้างความสมดุล ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บูรณาการแนวคิดเข้าไปในกระบวนการดำเนินงานทุกระดับของบริษัทฯ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายได้รับประโยชน์และบรรลุผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์และพันธกิจได้ในที่สุด

ท่ามกลางการชะลอตัวของเศรษฐกิจ ภาวะเงินเฟ้อที่ทำให้ต้นทุนทางการเงินสูงขึ้น การบริโภคของภาคครัวเรือนที่เปราะบางจากภาระหนี้ที่สูงขึ้นและรายได้ที่ฟื้นตัวช้า รวมถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกธุรกิจ บริษัทฯ ตระหนักดีถึงความเสี่ยงที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ จึงมีการปรับเปลี่ยนแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลง ในขณะเดียวกันก็มองหาโอกาสที่จะขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นไปที่การขยายฐานสมาชิก การสร้างแบรนด์ขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับผ่านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีความปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคมไปพร้อมกัน

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้จัดทำรายงานด้านความยั่งยืน (Sustainability Report) แยกจากรายงานประจำปี (Annual Report) เนื่องจากเล็งเห็นความสำคัญในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเพื่อสื่อไปถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้ได้ทราบถึงกลยุทธ์ นโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทฯ ซึ่งสามารถสรุปในแต่ละมิติตามแนวคิดด้านความยั่งยืนหรือ ESG ได้ดังนี้

มิติด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะบริหารจัดการพลังงานให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้ความใส่ใจกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนด กฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งในปี 2566 บริษัทฯ ไม่มีกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายหรือสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

มิติด้านสังคม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลและพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน เคารพสิทธิมนุษยชน และมีการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่ดีเพื่อให้พนักงานทำงานอย่างมีคุณภาพ ซึ่งผลประเมินความผูกพันหรือความพึงพอใจของพนักงานต่อองค์กรในปี 2566 อยู่ที่ร้อยละ85 นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการสนับสนุนการแบ่งปันและช่วยเหลือสังคมด้วยการใช้ความเชี่ยวชาญของบริษัทฯ ในโครงการหรือกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ให้แก่ผู้คน ชุมชน และสังคมไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนวิทยากรสำหรับการอบรม หรือการจัดกิจกรรมการกุศลต่าง ๆ

มิติด้านการกำกับดูแลกิจการ บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจให้มีการเติบโตตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการปฏิบัติตามกฎหมาย รวมถึงสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยคำนึงถึงการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ดีและการบริหารความเสี่ยงในภาวะวิกฤตเพื่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาพิสูจน์ความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลที่ดี โดยบริษัทฯ ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ จดทะเบียนไทยประจำปี ในระดับดีเลิศ(Excellent) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นเวลา 3 ปีติดต่อกัน นอกจากนี้บริษัทฯยังได้รับรางวัลรับรองมาตรฐานการต่อต้านการคอร์รัปชัน จากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย (CAC) อีกด้วย

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณคณะกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ตัวแทนจำหน่าย พันธมิตรธุรกิจและพนักงานทุกท่านที่ได้ให้การสนับสนุนบริษัทฯ เป็นอย่างดีมาตลอด ทั้งนี้บริษัทฯ ขอให้คำมั่นว่าจะดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ควบคู่ไปกับการดูแลรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม บริหารความเสี่ยงอย่างรอบคอบ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายได้รับประโยชน์ และทำให้บริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับสังคมที่มีคุณภาพต่อไป

(นายนพกฤษฎ์ 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

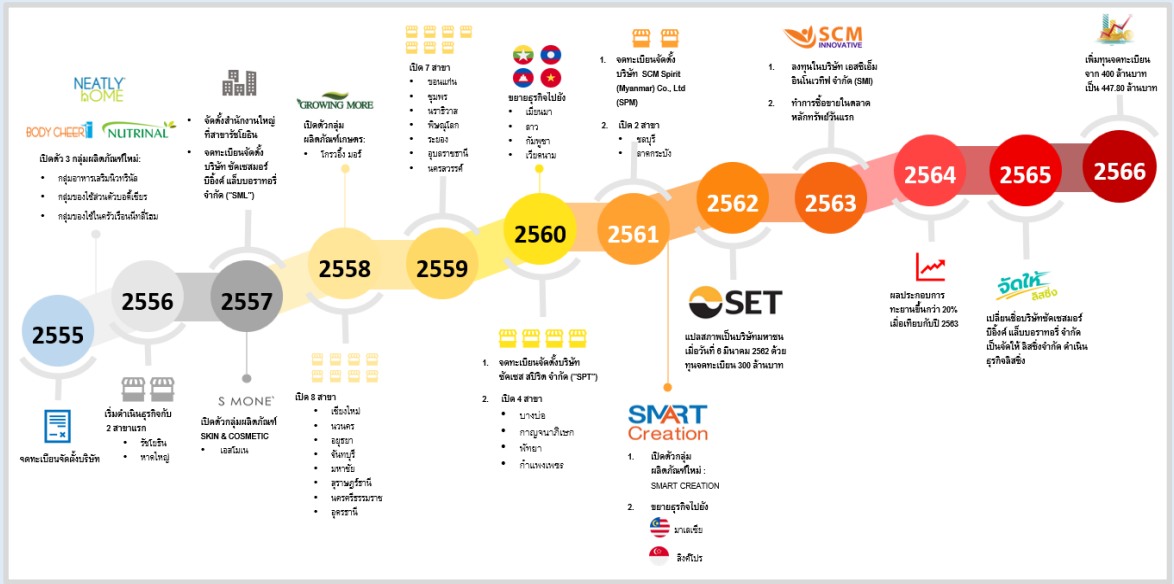
SUCCESSMORE
Inspiration for your Being

1. เกี่ยวกับองค์กร

รู้จัก “ซัคเซสมอร์ บีอิ้งค์”

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

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของบริษัท



บริษัทฯ มีความตั้งใจที่จะดำเนินธุรกิจแบบเครือข่ายที่มั่นคง และมีมาตรฐานสูงที่สามารถส่งมอบความสำเร็จอย่างยั่งยืนให้แก่นักธุรกิจ โดยให้บริการจัดจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคที่ผ่านการคัดสรรคุณภาพระดับดีเยี่ยมและมาตรฐานสูงจากทั่วทุกมุมโลก ด้วยแผนธุรกิจแบบไซเคิลแมทชิ่ง ซึ่งเป็นแผนการจ่ายผลตอบแทนที่เป็นนวัตกรรมแห่งยุคที่ส่งผลให้นักธุรกิจของบริษัทฯ สามารถสร้างรายได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีความตั้งใจที่มุ่งเน้นการสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้คน เพื่อให้ก้าวสู่การเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ บรรลุเป้าหมายทั้งทางด้านการเงิน การมีสุขภาพที่ดีและมีความสุข โดยผ่านกระบวนการของการเรียนรู้และลงมือทำ

1.1. วิสัยทัศน์ & พันธกิจ

ปณิธาน

เป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจ หล่อหลอมจิตวิญญาณ พัฒนาและเปลี่ยนแปลงชีวิตผู้คนอย่างเต็มความสามารถ ภายใต้ปรัชญา Inspiration for your Being “แรงบันดาลใจเปลี่ยนชีวิตคุณ” โดยเสนอโอกาสพร้อมด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ผ่านการคัดสรรจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และระบบพัฒนาศักยภาพมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้คุณเข้าถึงศักยภาพสูงสุดของตนเอง เพราะเราเชื่อว่า ทุกการเปลี่ยนแปลงจะนำไปสู่ความสำเร็จทั้งการยกระดับฐานะการเงิน ความสุข และบรรลุจุดมุ่งหมายแห่งชีวิต เพื่อแบ่งปันชีวิตที่มีคุณค่า สู่สังคมอย่างยั่งยืน

วิสัยทัศน์

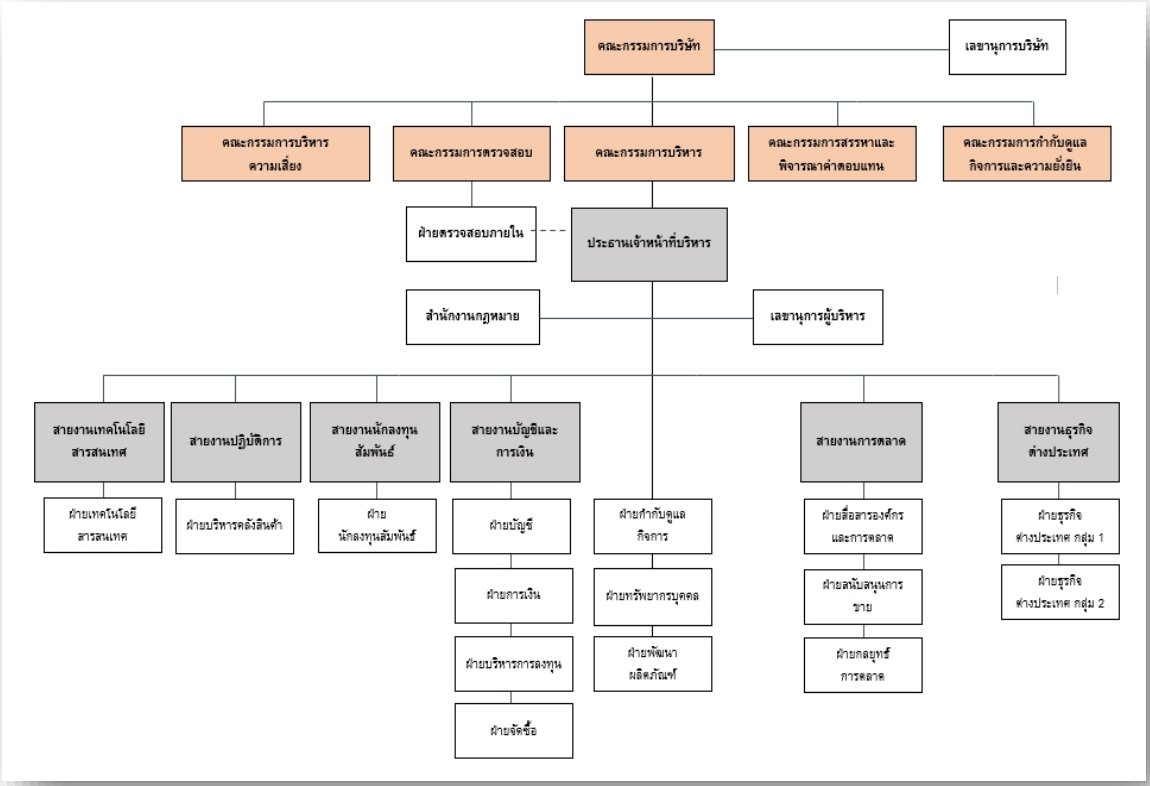
“เป็นธุรกิจเครือข่ายที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด เป็นที่รู้จักในฐานะผู้สร้างแรงบันดาลใจ หล่อหลอมจิตวิญญาณ พัฒนาและเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตของผู้คน”

พันธกิจ

มุ่งมั่นพัฒนาองค์กร ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และระบบการพัฒนาคนที่มีประสิทธิผล เพื่อเป็นโอกาสในการสร้างสรรค์ชีวิตที่ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนสำหรับผู้คน

บริษัทฯ ก้าวเดินไปสู่เป้าหมายด้วยการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง ประกอบด้วยรากฐานของค่านิยมที่มี "SPIRIT" ซึ่งประกอบด้วยการคิด การพูด และปฏิบัติตนตามค่านิยมที่ถูกต้องอย่างคงเส้นคงวา กลายเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนและโดดเด่น จนสามารถส่งผลกระทบต่อความร่วมแรงร่วมใจและพลังแห่งความเป็นหนึ่งเดียวที่ยิ่งใหญ่ โดยคำว่า "SPIRIT" สามารถแยกความหมายในแต่ละตัวอักษร ออกมาเป็นคำ 8 คำ ดังนี้

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566



1.2. โครงสร้างการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ณ 31 ธันวาคม 2566

1.3. ลักษณะของสินค้าและบริการเงินทุน

ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

(1) ธุรกิจเครือข่าย

ธุรกิจเครือข่ายที่จำหน่ายสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และสินค้าอุปโภคและบริโภค ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เป็นธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯ

กลุ่มบริษัทฯ มีแรงบันดาลใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีที่สุด โดยคำนึงถึงความต้องการ และความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก ผลิตภัณฑ์ทุกรายการได้รับการดูแลอย่างพิถีพิถันตั้งแต่กระบวนการพัฒนาสูตร การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การคัดเลือกโรงงานผลิตที่ได้มาตรฐานและมีนวัตกรรมใหม่ๆ การประเมินผลลัพธ์จากการใช้ผลิตภัณฑ์จากกลุ่มตัวอย่างจนได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในระดับสูงสุด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและทันสมัย ตลอดจนการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถจ่ายได้อย่างคุ้มค่าเงิน เพื่อให้ลูกค้ามีความชื่นชอบ รับรู้ถึงความคุ้มค่าและเกิดความผูกพันต่อสินค้า แบรนด์ และองค์กร ซึ่งจะส่งให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อซ้ำ

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

1. นิวทรินัล (Nutrinal)	กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ทางเลือกใหม่ในการดูแลสุขภาพและตอบโจทย์การดูแลสุขภาพแบบครบวงจร โดยการรวบรวมสารอาหารที่ทรงคุณค่าจากแหล่งวัตถุดิบชั้นเลิศจากทั่วทุกมุมโลก และนวัตกรรมในกระบวนการผลิต ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและเห็นผลจากการบริโภคอย่างชัดเจน
2. บอดี้ เชียร์ (Body Cheer)	กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อทำความสะอาดร่างกายและบำรุงผิวพรรณ โดยผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย เหมาะสำหรับผู้ใช้งานทุกเพศทุกวัย ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและสามารถเห็นผลจากการใช้ได้อย่างชัดเจน และราคาคุ้มค่ากับคุณภาพที่ได้รับ
3. นีทลี่ โฮม (Neatly Home)	กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในครัวเรือน ที่เน้นการใช้วัตถุดิบที่อ่อนโยน ปลอดภัยต่อผู้ใช้ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม คุณภาพคุ้มค่าคุ้มราคา ผลิตภัณฑ์มีความเข้มข้นสูง จึงสามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า นับเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่แม่บ้าน ส่วนใหญ่ไว้วางใจและต้องมีติดบ้านไว้เสมอ
4. เอส โมเน่ (S Mone')	กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้าแบบครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการทำความสะอาด บำรุงรักษาผิว และแต่งแต้มสีสันบนใบหน้า โดยส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์สกัดมาจากธรรมชาติ ปราศจากสารต้องห้ามที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เพื่อตอบโจทย์ทุกสภาพผิว ช่วยให้ผู้หญิงสวยแบบปลอดภัย และมีความมั่นใจยิ่งขึ้น

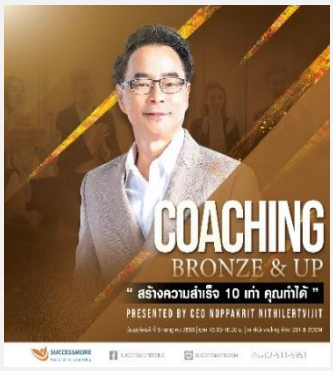
5. โกรวอิ้ง มอร์ (Growing More)	กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารพืชที่ช่วยในการเพิ่มผลผลิตทางด้านการเกษตร วัตถุดิบที่ใช้มาจากธรรมชาติ ปราศจากสารเคมีสามารถใช้ได้กับพืชทุกชนิด ช่วยลดต้นทุนการเพาะปลูก นับเป็นทางเลือกใหม่สำหรับเกษตรกร ที่ต้องการปลูกพืชผักปลอดสารพิษหรือต้องการลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตให้งอกงามยิ่งขึ้น
6. สมาร์ท ครีเอชั่น	กลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมทันสมัย เช่นเครื่องกรองน้ำที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนยุคใหม่ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

(2) ธุรกิจให้บริการคำปรึกษาในการดำเนินธุรกิจเครือข่ายและรับจัดงานสัมมนา

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

สำหรับธุรกิจรับจัดงานสัมมนา ดำเนินธุรกิจโดย SPT ซึ่ง SPT จะให้บริการจัดงานสัมมนาตามหลักสูตรของบริษัทฯ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาทักษะด้านธุรกิจเครือข่าย ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ การสร้างแรงบันดาลใจให้ประสบความสำเร็จ ตลอดจนกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาตนเองของผู้เข้าร่วมสัมมนา โดยรายละเอียดหลักสูตรทั้งหมดที่ SPT เปิดให้บริการมีดังนี้

ลำดับ	หลักสูตร	คำอธิบาย
1.	**The Success** 	งานอบรมสัมมนาสำหรับนักธุรกิจซัคเซสมอร์จากทั่วทุกประเทศ จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณให้กับนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในระดับ Platinum และระดับสูงขึ้นไป พร้อมแขกรับเชิญพิเศษจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ และภายในงานจะมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ทุกครั้ง
2.	**Start Your Business with WHY** 	งานอบรมสัมมนา โดยมีเนื้อหาหลักสูตรที่ได้แรงบันดาลใจมาจากคอร์สสัมมนาระดับโลก เพื่อกระตุ้นให้นักธุรกิจเกิดคำถามและค้นหาเป้าหมายของชีวิต เพื่อยกระดับศักยภาพของนักธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายที่ตนเองตั้งไว้ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ โดยจัดขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยนายนพกฤษฎ์ นิธิเลิศวิจิตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ลำดับ	หลักสูตร	คำอธิบาย
3.	**Inspiration** 	งานอบรมสัมมนาสำหรับนักธุรกิจของบริษัทฯ ตามแต่ละภูมิภาค จัดขึ้นเพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณให้กับนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในระดับ Bronze, Silver, และ Gold พร้อมแขกรับเชิญพิเศษในระดับ Diamond ขึ้นไป เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์การทำงานจริง และถ่ายทอดเคล็ดลับในการเปลี่ยนตำแหน่งให้สูงขึ้นไปอีกระดับ
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 โดยในแต่ละหัวข้อ จะออกแบบให้นักธุรกิจหรือผู้นำเรียนรู้ ปลูกฝังการทำงาน สร้างผู้นำให้ส่งต่อทักษะการทำงานและแรงบันดาลใจสู่องค์กรของสายงานตนเอง ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยนายนพกฤษฎ์ นิธิเลิศวิจิตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยจัดขึ้นเดือนเว้นเดือน
6.	**Coaching Bronze & Up** 	งานอบรมสัมมนา เพื่อให้ความรู้การทำงานตั้งแต่ระดับพื้นฐานจนถึงระดับกลาง พร้อมสอนเรื่องแนวคิด ทัศนคติ หลักการบริหารบุคคล และความรู้เกี่ยวกับธุรกิจทั่วไปที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดในการบริหารองค์กร สำหรับนักธุรกิจซัคเซสมอร์ที่ดำรงตำแหน่ง Bronze ขึ้นไป ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยนายนพกฤษฎ์ นิธิเลิศวิจิตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยจัดขึ้นเดือนเว้นเดือน

ลำดับ	หลักสูตร	คำอธิบาย
7.	**President Talk** 	งานอบรมสัมมนา เพื่อยกระดับความเชื่อมั่นต่อบริษัทฯ โดยนายแพทย์สิทธวีร์ เกียรติชวนันต์ ประธานกรรมการบริหาร เพื่อบอกเล่าถึงโอกาสทางธุรกิจและการสนับสนุนของบริษัทฯ ที่สามารถเป็นเครื่องมือเพื่อทำให้ผู้คนสามารถยกระดับความสำเร็จให้กับชีวิตได้ โดยจัดขึ้นเป็นประจำทุกเดือน
8.	**SCM Leaders Forum** 	งานอบรมสัมมนา เพื่อให้ความรู้การทำงานตั้งแต่ระดับพื้นฐานจนถึงระดับกลาง พร้อมสอนเรื่องแนวคิด ทัศนคติ หลักการบริหารบุคคล และความรู้เกี่ยวกับธุรกิจทั่วไปที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดในการบริหารองค์กร สำหรับนักธุรกิจซัคเซสมอร์ที่ดำรงตำแหน่ง Bronze ขึ้นไป ถ่ายทอดองค์ความรู้โดย นายแพทย์สิทธวีร์ เกียรติชวนันต์ ประธานกรรมการบริหาร โดยจัดขึ้นเดือนเว้นเดือน
9.	**Diamond Forum** 	งานอบรมสัมมนาที่มีวัตถุประสงค์ให้แนวคิด ความรู้ และวิธีการทำงานให้ประสบความสำเร็จในตำแหน่งระดับสูงยิ่งขึ้นไป ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยนายแพทย์สิทธวีร์ เกียรติชวนันต์ ประธานกรรมการบริหาร และ นายนพกฤษฎ์ นิธิเลิศวิจิตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร จัดขึ้นสำหรับนักธุรกิจของบริษัทฯ ที่ดำรงตำแหน่ง Diamond ขึ้นไป โดยจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี
10.	**Product Insight เจาะลึกผลิตภัณฑ์** 	งานอบรมสัมมนาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ จากผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ หรือจากวิทยากรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญด้านสุขภาพ ภายในงานจะมีนักธุรกิจของบริษัทฯ ร่วมแบ่งปันประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ โดยจัดขึ้นเป็นประจำทุกเดือนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ลำดับ	หลักสูตร	คำอธิบาย
11.	ทางลัดสู่ความสำเร็จด้วย NLP	การเทรนนิ่งทางลัดสู่ความสำเร็จ ในหัวข้อ “หลักการสร้างความสำเร็จด้วยการคิดบวกแบบ NLP” เพื่อสร้างให้สมาชิกและผู้นำมีทักษะ ในการนำเสนอและการปิดการขาย กับผู้มุ่งหวังใหม่ เพื่อนำไปสู่การสร้างยอดขายและเพิ่มจำนวนสมาชิกใหม่ในองค์กร โดยสมาชิกทุกระดับสามารถเข้าร่วมเทรนนิ่งได้
12.	Success Night Party	งานเลี้ยงขอบคุณนักธุรกิจ เพื่อเป็นการให้เกียรติและเฉลิมฉลองความสำเร็จให้กับนักธุรกิจของบริษัทฯ ในตำแหน่งระดับ Platinum ใหม่ ภายใต้การจัดงานกาล่าดินเนอร์อย่างเป็นทางการ

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายพิจารณาการจัดคอร์สสัมมนาและหลักสูตรอบรมอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่เหมาะสมในการจัดงาน ทั้งนี้ เนื้อหาหลักสูตรทั้งหมดจะมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้นักธุรกิจได้พัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ และอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา

(3) ธุรกิจโรงงานผลิตสินค้า

บริษัทฯ พิจารณาร่วมลงทุนกับผู้รับจ้างผลิตสินค้าภายนอก เพื่อเป็นโรงงานผลิตสินค้าของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้นของบริษัท เอสซีเอ็ม อินโนเวทีฟ จำกัด (“SMI”) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในประเทศไทย โดยทำการซื้อหุ้นจากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิม คือ บริษัท เซน ไบโอเทค จำกัด (“ZEN”) ในสัดส่วนร้อยละ 55 ของทุนที่ออกและชำระแล้วของ SMI คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 115 ล้านบาท โดยการเข้าลงทุนดังกล่าวจะช่วยให้บริษัทฯ ลดต้นทุนการผลิตสินค้าในระยะยาวจากการประหยัดเนื่องจากขนาด (Economy of scale) เพิ่มความยืดหยุ่นในการวางแผนการผลิตและการบริหารจัดการ ช่วยลดการพึ่งพิงผู้รับจ้างผลิตสินค้ารายนอก นอกจากนี้ ZEN ยังเป็นผู้มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าหลักของบริษัทฯ

(4) ธุรกิจลิสซิ่ง

ธุรกิจลิสซิ่ง ดำเนินธุรกิจภายใต้บริษัท จัดให้ ลิสซิ่ง จำกัด (CHL) ซึ่งธุรกิจหลักจะประกอบไปด้วย สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสอง และสินเชื่อแบบมีหลักประกัน ที่ครอบคลุมทั้ง จำนำทะเบียนรถยนต์ จำนองที่ดิน และสิ่งปลูกสร้าง โดยในระยะเริ่มต้น ทาง CHL จะเน้นบริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองไปยังกลุ่มเครือข่ายสมาชิก โดยใช้พื้นที่สาขาทั่วประเทศของ SCM เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับเครือข่ายสมาชิกทั้งหมด และในระยะถัดไป ทาง CHL มีแผนจะขยายบริการจากสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสอง ไปสู่สินเชื่อเพื่อซื้อโดรนเพื่อการเกษตร

1.4. ทรัพย์สินทางปัญญา

บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เครื่องหมายการค้า		รูปภาพ	รายการสินค้า	ทะเบียนเลขที่	วันที่จดทะเบียน	วันที่สิ้นอายุ
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
13.	S VERA		ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย	161105551	27 ส.ค. 2557	26 ส.ค. 2567

เครื่องหมายการค้า		รูปภาพ	รายการสินค้า	ทะเบียนเลขที่	วันที่จดทะเบียน	วันที่สิ้นอายุ
14.	SUCCESSMORE Inspiration for your Being	SUCCESSMORE Inspiration for your Being	ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	ค398153	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
15.	SUCCESSMORE Inspiration for your Being	SUCCESSMORE Inspiration for your Being	ผลิตภัณฑ์กาแฟ	ค398154	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
16.	FILLYMOR	FILLYMOR	ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	ค393926	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
17.	COVERMOR	COVERMOR	ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	ค393958	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
18.	MORES	MORES COLLAGEN	ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	ค393879	18 ก.ค. 2566	17 ก.ค. 2576
19.	FALITY	FALITY	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย	191106969	8. ธ.ค. 2560	8 ธ.ค. 2570
20.	ALKAMAG	ALKAMAG Mineral & Alkaline Water	ผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำแร่	180135687	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571
21.	ANADRA	ANADRA	ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	201109577	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571
22.	BENFITE' Total care mouth wash	Benfite' TOTAL CARE MOUTH WASH	ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว	201110580	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571
23.	BENFITE' mouth spray	Benfite' BENFITE' MOUTH SPRAY	ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว	201110537	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571
24.	FIZZY	FIZZY	ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	201109560	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571

เครื่องหมายการค้า		รูปภาพ	รายการสินค้า	ทะเบียนเลขที่	วันที่จดทะเบียน	วันที่สิ้นอายุ
25.	GIENA		ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย	201109586	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571
26.	Successmore (สำหรับผลิตภัณฑ์ Radiwise)		ผลิตภัณฑ์เครื่องมือป้องกันรังสี	201110545	24 ต.ค. 2561	23 ต.ค. 2571
27.	PROTRI PRO		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	200105140	12 ก.พ.2563	11 ก.พ. 2573
28.	DEER		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	200105141	12 ก.พ.2563	11 ก.พ. 2573
29.	FLOW		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	200105142	12 ก.พ.2563	11 ก.พ. 2573
30.	PHYTOVY LIV		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	200105144	12 ก.พ.2563	11 ก.พ. 2573
31.	MARINA		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	200105145	12 ก.พ.2563	11 ก.พ. 2573
32.	MULTI POTENTIAL		เครื่องหมายบริการ	200122841	22 มิ.ย. 2563	21 มิ.ย. 2573
33.	PHYTAPLEX		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	221120733	28 ม.ค. 2563	27 ม.ค. 2573
34.	VISTAPLEX		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	221120774	28 ม.ค. 2563	27 ม.ค. 2573
35.	COLLAVY		ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	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	ALL PRO	ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	180136428	30 ต.ค. 2561	อยู่ระหว่างการพิจารณา
2.	SOD MORE	SOD MORE	ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	180136429	30 ต.ค. 2561	อยู่ระหว่างการพิจารณา
3.	SUCCESSMORE Inspiration for your Being	SUCCESSMORE Inspiration for your Being	เครื่องหมายบริการ	180117800	11 มิ.ย. 2561	อยู่ระหว่างการพิจารณา
4.	RIGHT	RIGHT DIETARY SUPPLEMENT PRODUCT	ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	200103381	28 ม.ค. 2563	อยู่ระหว่างการพิจารณา
5.	SUCCESSMORE LEADERSHIP ACADEMY	SUCCESSMORE LEADERSHIP ACADEMY	เครื่องหมายบริการ/สัมมนาวิชาการ	200103382	28 ม.ค. 2563	อยู่ระหว่างการพิจารณา
6.	S MONE’	S MONE’	ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง	200103377	28 ม.ค. 2563	อยู่ระหว่างการพิจารณา
7.	SiTEMS	SiTEMS Innovation Dietary Supplement Product	ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	200103379	28 ม.ค. 2563	อยู่ระหว่างการพิจารณา

1.5. กลยุทธ์องค์กร

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเครือข่าย โดยหัวใจสำคัญที่จะสร้างโอกาสการเติบโตให้กับธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน คือการเป็น "Top of Mind" ในใจของผู้บริโภค ผ่านการขับเคลื่อนด้วย 4 กลยุทธ์หลัก คือ

1. ขยายฐานสมาชิก โดยบริษัทฯ วางเป้าขยายฐานสมาชิกในประเทศไทย แตะระดับ 180,000 ราย จากปัจจุบัน 120,000 ราย ซึ่งหากรวมสมาชิกที่อยู่ในต่างประเทศที่ตั้งเป้าว่าจะขยายไปสู่ 40,000 ราย จากปัจจุบัน 30,000 ราย จะทำให้ฐานสมาชิกรวมขยายไปแตะระดับ 220,000 ราย ในปี 2568

2.สร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ ยกระดับพลังแบรนด์องค์กรและสินค้าให้สามารถขยายกลุ่มเป้าหมายและสร้างแบรนด์เลิฟเวอร์ โดยสร้าง Hero Brand

3. ยกระดับมาตรฐานระบบงานและคน สร้างต้นแบบนักธุรกิจซัคเซสมอร์ที่ประสบความสำเร็จ และพัฒนาทีมประจำภูมิภาคให้ได้ 10-15 ทีม เพื่อการสร้างการรับรู้แบรนด์และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น

4. สร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า การบริหารจัดการประสบการณ์ที่ดีต่อแบรนด์ของลูกค้า

1.6. ห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร

ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

กระบวนการในห่วงโซ่คุณค่าถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่จะส่งผลสำเร็จทางธุรกิจของบริษัทฯ จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าทำให้บริษัทฯ สามารถวางแนวทางในการจัดการห่วงโซ่คุณค่าได้ดียิ่งขึ้นซึ่งสามารถสรุปบริบทและประเด็นสำคัญได้ดังต่อไปนี้

การบริหารปัจจัยการผลิตและการผลิต

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีที่สุด และความปลอดภัยกับผู้บริโภคมากที่สุดด้วยการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ คัดเลือกโรงงานผลิตที่ได้มาตรฐานและมีนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงการคัดเลือกคู่ค้าที่ปฏิบัติตามกฎหมายและมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และสิทธิมนุษยชน ทั้งนี้บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดซื้อจัดหาที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส โดยมุ่งเน้นการรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ ด้วยการกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสินค้าและบริการ ควบคู่ไปกับตรวจสอบผลงานให้เป็นไปตามมาตรฐานและกระบวนการจัดการที่เหมาะสม และในส่วนของการจ้างผู้ผลิตภายนอกเป็นผู้ผลิตสินค้าในรูปแบบ 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 ไม่มีตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย การกระจายสินค้าทำโดยผ่านหน้าร้านจำนวน 22 สาขาทั่วประเทศ โดยบริษัทฯ ได้เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการสำหรับการสั่งซื้อสินค้าของสมาชิกโดยการเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ ระบบการสั่งซื้อออนไลน์ ซึ่งเพิ่มความสะดวกและเพิ่มความถูกต้องของรายการสั่งซื้อ โดยสมาชิกสามารถรับสินค้าได้ที่สาขาหรือให้บริษัทฯ จัดส่งให้ตามชื่อและที่อยู่ที่ระบุไว้ในใบสมัครสมาชิก ทั้งนี้บริษัทฯ มีการนำระบบ Warehouse Management System (WMS) มาใช้ในการบริหารจัดการคลังสินค้าเพื่อบริหารการจัดเก็บสินค้าที่พร้อมจำหน่ายให้สอดคล้องกับแผนกระจายสินค้า และมีการใช้ระบบ Power BI มาช่วยในการเก็บข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการกระจายสินค้าไปยังสาขาอีกด้วย

ในส่วนของตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ บริษัทฯ จะแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ โดยให้สิทธิในการใช้ชื่อและเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ในการเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ โดยตัวแทนจำหน่ายจะมีหน้าที่บริหารจัดการนักธุรกิจในต่างประเทศ บริหารจัดการสาขาต่างประเทศ นำเข้าและกระจายสินค้าจากประเทศไทยส่งต่อไปให้แก่นักธุรกิจต่างประเทศทำการตลาดในประเทศดังกล่าว รวมถึงจ่ายผลตอบแทนตามแผนธุรกิจให้แก่นักธุรกิจในประเทศตนเอง ทั้งนี้บริษัทฯ จะแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศที่คาดว่าผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงและมีโอกาสในการขยายธุรกิจได้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการเข้าไปดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง เนื่องจากตัวแทน

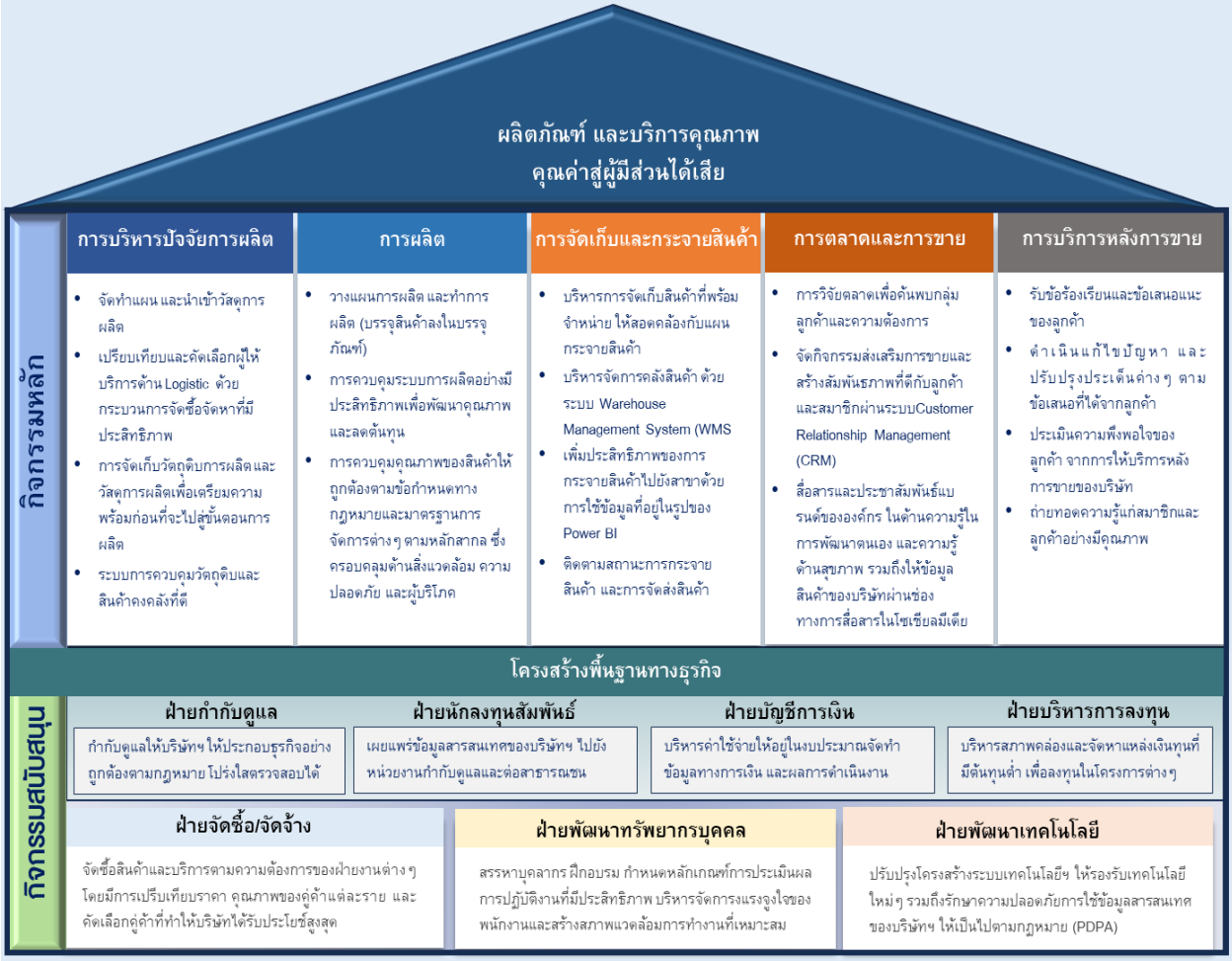
จำหน่ายจะมีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจในประเทศดังกล่าวมากกว่าและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในประเทศดังกล่าวได้ดีกว่า โดยบริษัทฯ จะกำกับดูแลตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศอย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการดำเนินงานของตัวแทนจำหน่ายที่อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัทฯ โดยจะดำเนินการติดตามข้อมูลข่าวสารของตัวแทนจำหน่ายผ่านทางช่องทางออนไลน์และสื่อต่างๆ ที่ตัวแทนนำเสนอต่อสื่อมวลชน เพื่อติดตามและตรวจสอบว่ามีการปฏิบัติที่เหมาะสมหรือไม่ รวมถึงบริษัทฯ จะมีฝ่ายขายที่รับผิดชอบดูแลตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ โดยจะเดินทางไปพบตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ เพื่อประชุมสรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาและวางแผนการดำเนินงานในอนาคตเป็นประจำในทุก ๆ เดือน

ลูกค้าการตลาดและการขายและการบริการหลังการขาย

ปัจจุบันประเทศไทยมีบริษัทที่ทำธุรกิจเครือข่ายอยู่รอดในอุตสาหกรรมไม่มาก เมื่อเทียบกับจำนวนบริษัทที่มีการเลิกกิจการไป ซึ่งบริษัทฯ ถือเป็นหนึ่งในผู้นำของธุรกิจเครือข่ายที่ยังดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบัน 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 มีการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของตลาดมีความหลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า รวมถึงมีความปลอดภัยด้วยการประเมินผลลัพธ์การใช้ผลิตภัณฑ์จากกลุ่มตัวอย่างจนได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในระดับสูงสุด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและทันสมัย ตลอดจนการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสามารถจ่ายได้อย่างคุ้มค่าเงิน เพื่อให้ลูกค้ามีความชื่นชอบ รับรู้ถึงความคุ้มค่าและเกิดความผูกพันต่อสินค้า แบรนด์ และองค์กร ซึ่งจะส่งให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ

ทั้งนี้บริษัทฯ มีกิจกรรมทางธุรกิจ 5 กิจกรรมหลักได้แก่ การบริหารปัจจัยการผลิต การผลิต การจัดเก็บและกระจายสินค้า การตลาดและการขาย ตลอดไปจนถึงการให้บริการหลังการขาย และมีกิจกรรมสนับสนุนซึ่งแบ่งเป็น 4 กิจกรรมได้แก่ กิจกรรมโครงสร้างพื้นฐาน การบริหารทรัพยากรบุคคล การพัฒนาเทคโนโลยี และการจัดซื้อจัดหา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้


ผลิตภัณฑ์ และบริการคุณภาพ
คุณค่าสู่ผู้มีส่วนได้เสีย
กิจกรรมหลัก
การบริหารปัจจัยการผลิต
การผลิต
การจัดเก็บและกระจายสินค้า
การตลาดและการขาย
การบริการหลังการขาย
จัดทำแผน และนำเข้าวัสดุการผลิต
เปรียบเทียบและคัดเลือกผู้ให้บริการด้าน Logistic ด้วยกระบวนการจัดซื้อจัดหาที่มีประสิทธิภาพ
การจัดเก็บวัตถุดิบการผลิต และวัสดุการผลิตเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนที่จะไปสู่ขั้นตอนการผลิต
ระบบการควบคุมวัตถุดิบและสินค้าคงคลังที่ดี
วางแผนการผลิต และทำการผลิต (บรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์)
การควบคุมระบบการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุน
การควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ถูกต้องตามข้อกำหนดทางกฎหมายและมาตรฐานการจัดการต่าง ๆ ตามหลักสากล ซึ่งครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และผู้บริโภค
บริหารการจัดเก็บสินค้าที่พร้อมจำหน่าย ให้สอดคล้องกับแผนกระจายสินค้า
บริหารจัดการคลังสินค้า ด้วยระบบ Warehouse Management System (WMS
เพิ่มประสิทธิภาพของการกระจายสินค้าไปยังสาขาด้วยการใช้ข้อมูลที่อยู่ในรูปของ Power BI
ติดตามสถานะการกระจายสินค้า และการจัดส่งสินค้า
การวิจัยตลาดเพื่อค้นพบกลุ่มลูกค้าและความต้องการ
จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้าและสมาชิกผ่านระบบCustomer Relationship Management (CRM)
สื่อสารและประชาสัมพันธ์แบรนด์ขององค์กร ในด้านความรู้ในการพัฒนาตนเอง และความรู้ด้านสุขภาพ รวมถึงให้ข้อมูลสินค้าของบริษัทผ่านช่องทางการสื่อสารในโซเชียลมีเดีย
รับข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะของลูกค้า
ดำเนินแก้ไขปัญหา และปรับปรุงประเด็นต่าง ๆ ตามข้อเสนอที่ได้จากลูกค้า
ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า จากการให้บริการหลังการขายของบริษัท
ถ่ายทอดความรู้แก่สมาชิกและลูกค้าอย่างมีคุณภาพ
โครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจ
กิจกรรมสนับสนุน
ฝ่ายกำกับดูแล
กำกับดูแลให้บริษัทฯ ให้ประกอบธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย โปร่งใสตรวจสอบได้
ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์
เผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศของบริษัทฯ ไปยังหน่วยงานกำกับดูแลและต่อสาธารณชน
ฝ่ายบัญชีการเงิน
บริหารค่าใช้จ่ายให้อยู่ในงบประมาณจัดทำข้อมูลทางการเงิน และผลการดำเนินงาน
ฝ่ายบริหารการลงทุน
บริหารสภาพคล่องและจัดหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำ เพื่อลงทุนในโครงการต่าง ๆ
ฝ่ายจัดซื้อ/จัดจ้าง
จัดซื้อสินค้าและบริการตามความต้องการของฝ่ายงานต่าง ๆ โดยมีการเปรียบเทียบราคา คุณภาพของคู่ค้าแต่ละราย และคัดเลือกคู่ค้าที่ทำให้บริษัทได้รับประโยชน์สูงสุด
ฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคล
สรรหาบุคลากร ฝึกอบรม กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ บริหารจัดการงแรงจูงใจของพนักงานและสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม
ฝ่ายพัฒนาเทคโนโลยี
ปรับปรุงโครงสร้างระบบเทคโนโลยีฯ ให้รองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมถึงรักษาความปลอดภัยการใช้ข้อมูลสารสนเทศของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมาย (PDPA)

2. เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัทฯ จัดทำรายงานเพื่อความยั่งยืนในปีนี้เป็นปีแรก ตามกรอบการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียนและเอกสารแนะนำตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อสื่อสารความก้าวหน้าของผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลกิจการและตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ขอบเขตของรายงาน

รายงานฉบับนี้แสดงผลการดำเนินงานในประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปีปฏิทินตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2566 ครอบคลุมรายละเอียดการดำเนินงานในส่วนของบริษัท ซัคเซสมอร์ บีอิ้งค์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ซัคเซส สปิริต จำกัด เปิดเผยเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2567 โดยไม่รวมผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยทั้งหมด ข้อมูลผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยจะถูกเพิ่มเติมเข้ามาในการรายงานในอนาคต

การให้ความเชื่อมั่นต่อรายงาน

รายงานฉบับนี้มีการทบทวนเนื้อหาสำคัญโดยฝ่ายบริหารแต่ละส่วนงานเพื่อมั่นใจว่ามีข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนและครอบคลุมการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

คณะทำงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

บริษัท ซัคเซสมอร์ บีอิ้งค์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

10/1-2 ถนนรัชดาภิเษก แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

อีเมล์ : info.ir@successmore.com

เบอร์โทร: 02-511-5955 ต่อ 113

3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

3.1. นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะเครือข่าย (MLM) และเป็นบริษัท MLM รายแรกและรายเดียวที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีพันธกิจที่ต้องการเป็นแรงบันดาลใจในการยกระดับความเป็นอยู่และชีวิตของผู้คนให้ดีขึ้นภายใต้ปรัชญา “Inspiration for your Being” “แรงบันดาลใจเปลี่ยนชีวิตคุณ” โดยเสนอโอกาสทางธุรกิจพร้อมด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ผ่านการคัดสรรจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และระบบพัฒนาศักยภาพมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มตั้งแต่พนักงาน ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ บนพื้นฐานการดำเนินทางธุรกิจที่เป็นเลิศ และการสร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้ความสุจริต เป็นธรรม โปร่งใส และคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

จากวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ คณะกรรมการบริษัทได้ตระหนักถึงบทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบในการกำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมาย และนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าและประโยชน์ทั้งภาคธุรกิจและสังคมไปพร้อมกัน ซึ่งสะท้อนอยู่ในทุก ๆ แผนดำเนินการของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าทุกฝ่ายงานของบริษัทได้ดำเนินการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมายและแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ และคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียในทุก ๆ ด้าน ทั้งนี้รวมถึงการติดตามให้ฝ่ายบริหารจัดการทรัพยากรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

- **ด้านความยั่งยืน :** บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนและสมดุลทั้ง 3 ด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยบูรณาการแนวคิดเข้าไปในกระบวนการดำเนินงานทุกระดับของบริษัทฯ สร้างผลตอบแทนและคุณค่าทางธุรกิจไปพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายได้รับประโยชน์และบรรลุผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์ได้ในที่สุด
- **ด้านสิ่งแวดล้อม :** บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะบริหารจัดการการใช้พลังงานให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยลดปริมาณการใช้น้ำและลดปริมาณขยะ มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และให้ความ ใส่ใจกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนด กฎหมาย และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม
- **ด้านสังคม :** บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลและพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน มีการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่ดี รวมถึงการเคารพสิทธิมนุษยชน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังสนับสนุนการแบ่งปันและช่วยเหลือสังคมด้วยการใช้ความเชี่ยวชาญของบริษัทฯ ในการทำโครงการหรือกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ให้แก่ผู้คน ชุมชน และสังคม
- **ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแล** : บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะสร้างการเติบโตทางธุรกิจควบคู่ไปกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและปฏิบัติตามกฎหมาย มีการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ มีการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีบนพื้นฐานของการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

แนวทางการบริหารจัดการเพื่อบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืน

- **ด้านสิ่งแวดล้อม**
  - ตระหนักและดำเนินการใช้ทรัพยากรและพลังงานตามหลักการ 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) ครอบคลุมด้านพลังงานไฟฟ้า น้ำ และการจัดการขยะ
  - มุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์และเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่สิ้นเปลืองพลังงาน และไม่ก่อขยะหรือมลพิษให้กับโลก โดยที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์หรือทั้งหมดสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้โดยผ่านกระบวนการ 3Rs ได้แก่ (Reduce, Reuse, Recycle)
  - คำนึงถึงผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก ด้วยการบริหารจัดการการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่นการลดปริมาณการใช้พลังงานโดยกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

- **ด้านสังคม**
  - ส่งเสริมการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน ให้มีระบบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยที่และเอื้อต่อการทำงานช่วยลดและควบคุมความเสี่ยงที่เกิดจากการปฏิบัติงาน และสามารถบรรเทาป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้กับความปลอดภัยในชีวิต
  - กำหนดนโยบายที่คำนึงถึงสิทธิด้านแรงงานที่ผู้ปฏิบัติงานขององค์กรควรได้รับอย่างเหมาะสม เช่น ค่าแรง เงินเดือน และการเสริมสร้างความหลากหลายและ การเคารพซึ่งกันและกัน และการไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงการยอมรับความแตกต่างหลากหลายในเรื่องอายุ เพศ รสนิยมทางเพศ ศาสนา ความพิการ การศึกษา และสัญชาติ ตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน
  - ส่งเสริมศักยภาพให้พนักงานสามารถพัฒนาตนเองและมีความก้าวหน้าในสายงาน จัดให้มีสวัสดิการและผลตอบแทนที่เหมาะสม ที่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี
  - สร้างคุณค่าร่วมกับชุมชนและสังคมโดยใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของซัคเซสมอร์ในการกำหนดแนวทางการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่สร้างประโยชน์แก่ชุมชนและสังคม ตามมาตรฐาน SDGs เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นของชุมชนที่มีต่อองค์กรโดยกิจกรรม CSR ที่ตั้งเป้าหมายไว้ที่ 3 โครงการต่อปี เช่น โครงการให้ความรู้ด้านสุขภาพกับชุมชน โครงการวิ่งเพื่อส่งเสริมการออกกำลังกาย เป็นต้น

- **ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแล**
  - ดำเนินการและเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามข้อกำหนดและมาตรฐานเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
  - ส่งเสริมความโปร่งใสในการบริหารจัดการคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน อย่างมีความรับผิดชอบ ตามนโยบายและแนวปฏิบัติจริยธรรมการดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าของบริษัท
  - รับฟังและการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการอยู่เสมอ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีความมั่นใจในการเลือกใช้สินค้าและบริการของบริษัทฯ โดยครอบคลุมไปถึงการจัดการคุณภาพและเรียกคืนผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานสากล ISO 9001: 2015 และสอดคล้องตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

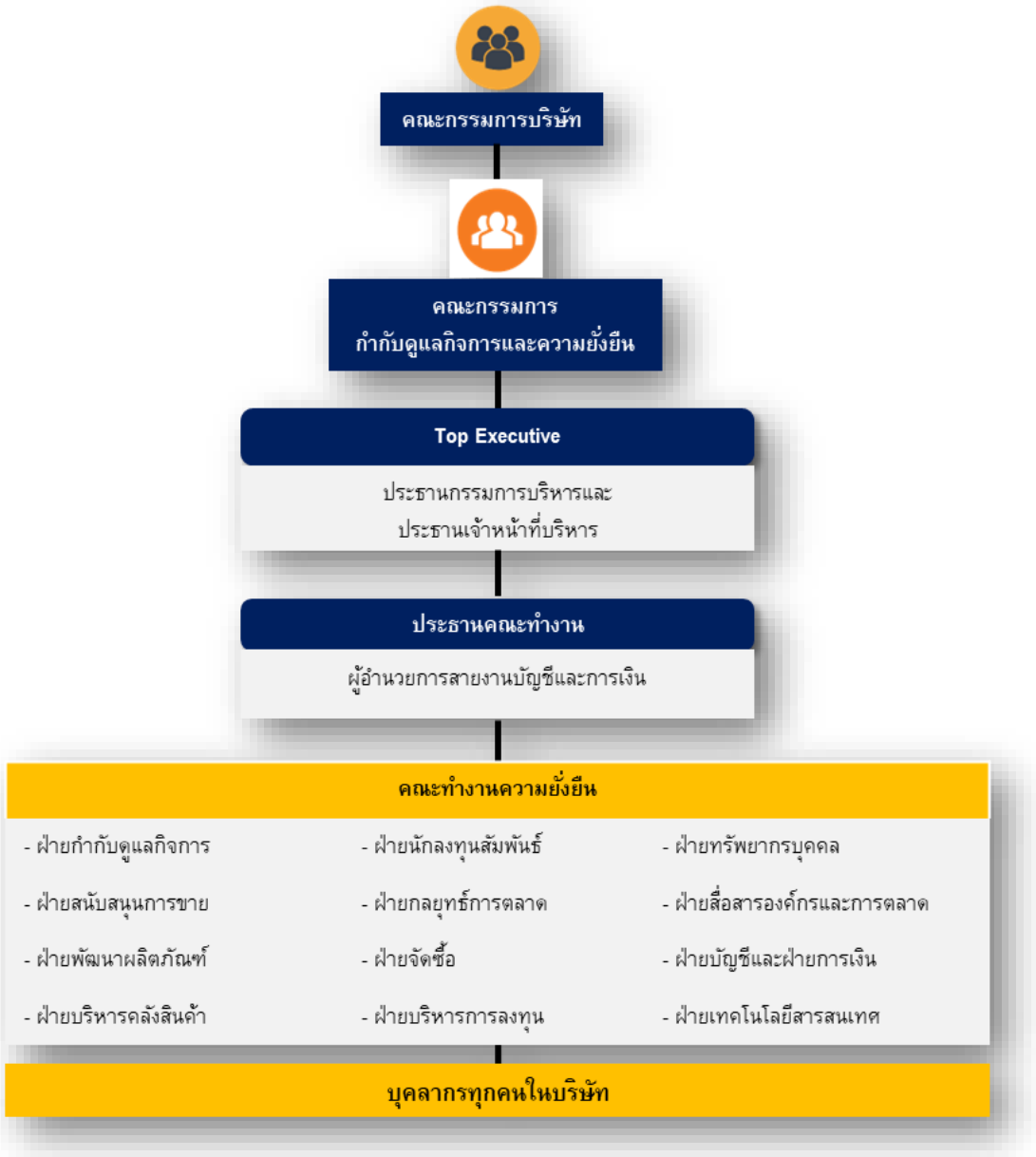
- ดำเนินการพัฒนานวัตกรรมด้านสินค้าเพื่อให้มีประสิทธิภาพต่อผู้บริโภค ร่วมถึงการพัฒนาแพลตฟอร์มระบบสารสนเทศต่อลูกค้าเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามหลัก Software Requirements Specification (SRS) และ IT Procedure ของบริษัทฯ
- คุ้มครองความปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยทาง Cyber ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยดำเนินการจัดการการเข้าถึงข้อมูลความเป็นส่วนตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามข้อกำหนดด้าน PDPA ปี 2562 และดำเนินการด้านระบบสารสนเทศในด้านการทดสอบความปลอดภัยของระบบสาสนเทศ ตามข้อกำหนดของ Cyber Security ปี 2562
- บริหารความต่อเนื่องในการทำงาน จากเหตุการณ์ที่มีความไม่แน่นอนหรือภาวะฉุกเฉินที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ ด้วยการจัดทำแผนบริหารสภาพคล่องทางการเงิน การติดตามหนี้ค้างชำระที่เกินกำหนดระยะเวลา และการจัดทำแผนงานควบคุมรายได้ค่าใช้จ่าย เพื่อให้บริษัทฯ ยังคงสามารถดำเนินธุรกิจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เป็นปกติ และก้าวผ่านสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ นโยบายแนวทางการบริหาร และเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนของกลุ่มซัคเซสมอร์ สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ขององค์การสหประชาชาติ ดังนี้

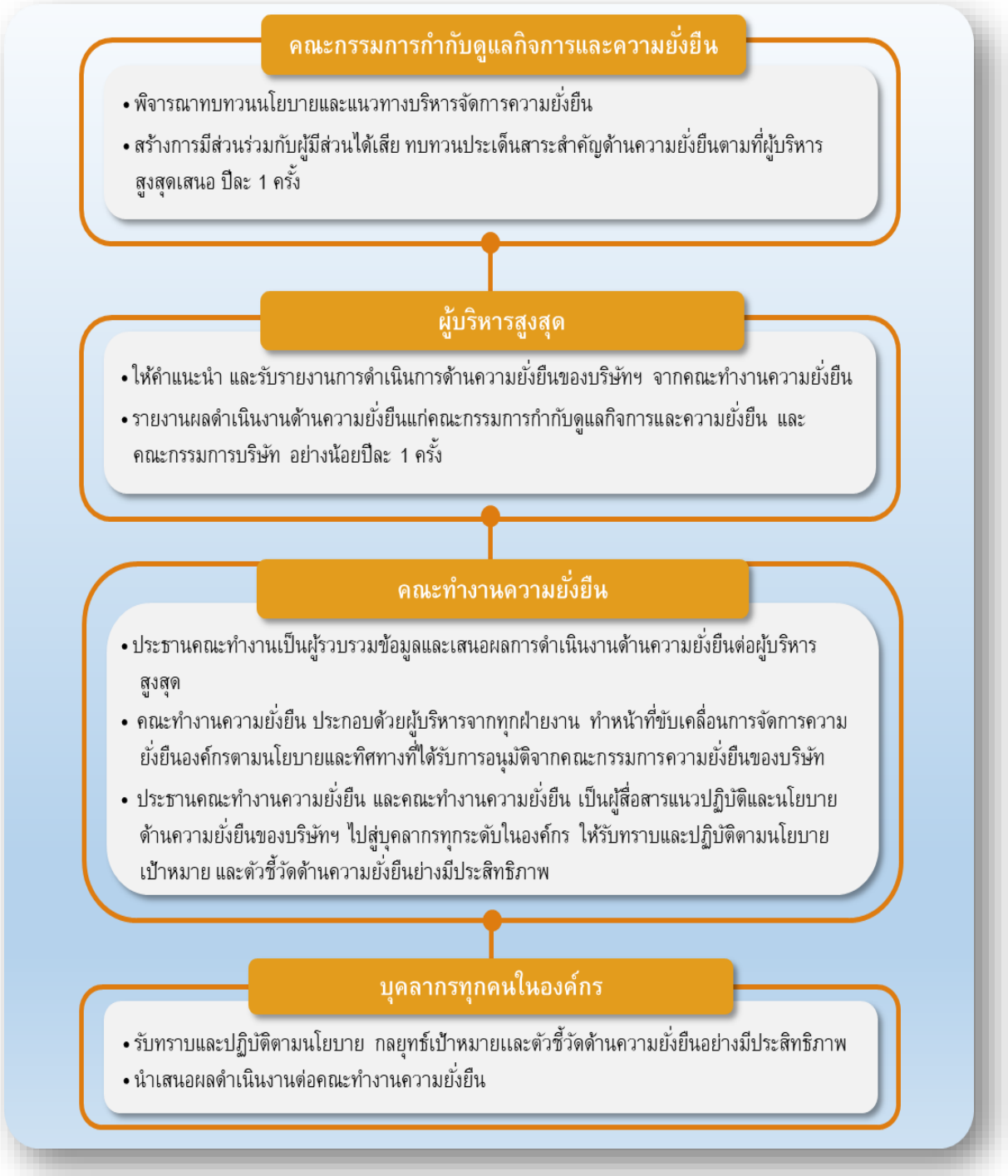
SDG ข้อที่ 3 การมีชีวิตที่มีสุขภาพดี และความเป็นอยู่ที่ดี (Good Health and Wellbeing)
SDG ข้อที่ 4 การศึกษาที่มีคุณภาพ และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ (Quality Education)
SDG ข้อที่ 12 การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (Responsible Consumption and Production)
SDG ข้อที่ 13 การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบ (Climate Action)
SDG ข้อที่ 16 สังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ (Peace, Justice and Strong Institutions

โครงสร้างการกำกับดูแลและบริหารจัดการความยั่งยืน

เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกลั่นกรองงานตามที่ได้รับมอบหมายอย่างรอบคอบ ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีเลขานุการบริษัทเป็นผู้ประสาน ซึ่งจะดำเนินการปรับปรุงโครงสร้างของคณะกรรมการให้มีขอบเขตความรับผิดชอบที่มีความเชื่อมโยงกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผังโครงสร้างมีดังนี้



บทบาทในการกำกับดูแลและบริหารจัดการความยั่งยืน



3.2. การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

บริษัท ซัคเซสมอร์ บีอิ้งค์ จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากการระบุและจัดการความเสี่ยงที่ดี เป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมีเสถียรภาพท่ามกลางสถานการณ์ที่มีความผันผวนและมีความไม่แน่นอน ทั้งนี้บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายการบริหารความเสี่ยงโดยผนวกแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม การกำกับดูแล (ESG - Environment, Social, Governance) มาเป็นแนวทางในการบริหารความเสี่ยงของบริษัท เพื่อสนับสนุนให้เกิดการกำกับดูแลกิจการที่ดี สร้างโอกาสและลดความเสี่ยงทางด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม และทำให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ มีการบริหารจัดการความเสี่ยง อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพตลอดจนสามารถบรรเทาผลกระทบจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ซึ่งมีผลต่อความสามารถในการสร้างผลกำไร การแข่งขัน ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงองค์กร โดยมีแนวปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. บริษัทฯ จะส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร โดยการให้ความรู้ ความเข้าใจสร้างจิตสำนึก และความรับผิดชอบร่วมกันในเรื่องการบริหารความเสี่ยง โดยกำหนดให้ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนในทุกระดับ มีหน้าที่และมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการความเสี่ยงและประเมินความเสี่ยงเกี่ยวกับงานที่ตนเองรับผิดชอบตามที่บริษัทฯ กำหนด

2. กำหนดให้มีกระบวนการ แนวทาง และข้อกำหนดต่างๆ ในการบริหารความเสี่ยงที่มีความเหมาะสม และมีประสิทธิภาพสูง รวมถึงมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงให้สอดรับกับกลยุทธ์และเป้าหมายทางธุรกิจตามมาตรฐานสากล เช่น COSO ERM

3. บริษัทฯ จะบริหารความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) หรือเบี่ยงเบนไม่เกินกว่าระดับที่ยอมรับได้ (Risk Tolerance) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัทฯ โดยกำหนดให้มีการจัดทำแผนธุรกิจประจำปี รวมถึงมีการบริหารงานและบริหารความเสี่ยงก่อนการตัดสินใจลงทุนในโครงการต่าง ๆ

4. มีการระบุความเสี่ยงหลักในการดำเนินธุรกิจ (Key Risk) และความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Sustainable Risk) ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่เกี่ยวของกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Social) และบรรษัทภิบาล (Governance) ขององค์กร เพื่อดำเนินการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยง จัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงแล้วดำเนินการจัดการความเสี่ยงที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของบริษัทฯ ควบคุมการดำเนินงานติดตามประเมินผล และรายงานสถานะความเสี่ยงให้คณะกรรมการบริษัทได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องภายในองค์กร

5. บริษัทฯ จะกำหนดเหตุการณ์ที่อาจจะเกิด หรือความเสี่ยงด้านเหตุการณ์วิกฤตฉุกเฉินเฉพาะกิจ (Emergency & Crisis Risk) รวมถึงติดตามแนวโน้มของโลก กฎระเบียบและข้อบังคับใหม่ ๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) เพื่อวางแผนรับมือและกำหนดแนวทางป้องกันหรือลดความเสี่ยง เพื่อให้ผู้รับผิดชอบในกระบวนการบริหารความเสี่ยงสามารถนำเอามาตรการจัดการกับความเสี่ยงมาใช้ได้อย่างทันท่วงทีลดโอกาสเกิดความเสียหาย หรือช่วยบรรเทาผลกระทบที่อาจจะเกิดกับบริษัทฯ

6. ส่งเสริมและพัฒนาการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ และสนับสนุนให้พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารการบริหารความเสี่ยงอย่างทั่วถึง ตลอดจนการจัดระบบการรายงานการบริหารความเสี่ยงให้คณะทำงานบริหารความเสี่ยงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

7. กำหนดให้มีการติดตาม ตรวจสอบ และควบคุมการปฏิบัติงานด้านการบริหารความเสี่ยงขององค์กรให้เป็นไปตามนโยบายนี้

ทั้งนี้มีรายละเอียดประเด็นโอกาสและความเสี่ยงด้านความยั่งยืนมีดังนี้

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม	โอกาส	ความเสี่ยง
การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (การจัดการพลังงาน การบริหารจัดการน้ำและการจัดการขยะ)	บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่จะสะท้อนความรับผิดชอบของธุรกิจในการลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่ดีกับบริษัทฯ	บริษัทฯ จะมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อสังคม หากเป็นองค์กรที่ไม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และในอนาคตบริษัทฯ อาจมีค่าใช้จ่ายการละเมิดข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมได้หากไม่มีการบริหารจัดการที่ดี
การบริหารจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและบรรจุภัณฑ์	แนวโน้มพฤติกรรม ผู้บริโภคทั่วโลกเริ่มสนใจสินค้าและบริการสีเขียว (Green Consumption) มากขึ้น จึงเป็นโอกาสให้ธุรกิจสร้างฐานลูกค้ารายใหม่ได้กว้างขึ้นมีโอกาสเพิ่มรายได้จากสินค้า และบริการใหม่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงเพิ่มโอกาสการกลับมาซื้อซ้ำ	ต้นทุนสินค้าสูงขึ้น จากการเลือก supplier ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ หรือสามารถนำกลับมาใช้ได้อีก ทำให้เกิดต้นทุนมีราคาสูงกว่าบรรจุภัณฑ์ปกติ ทำให้บริษัทฯ มีกำไรน้อยลงจากต้นทุนที่สูงขึ้น
การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	บริษัทฯ มีการวางแผนรับมือกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศที่อาจเกิดขึ้นได้ทันท่วงที เช่น แผนรองรับความเสี่ยงจากภัยทางธรรมชาติเพื่อทำให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจน้อยที่สุด	ภาวะโลกร้อนทำให้เกิดพายุฝนและน้ำท่วมอย่างรุนแรงบ่อยขึ้น ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น น้ำท่วมคลังสินค้าและสาขา ทำให้การดำเนินธุรกิจต้องหยุดชะงักลง ซึ่งส่งผลเสียหายในแง่ทรัพย์สินบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการซ่อมบำรุงหลังน้ำท่วม ค่าใช้จ่ายในการจัดหาอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ได้รับความเสียหาย
ปัจจัยความเสี่ยงด้านสังคม	**โอกาส**	**ความเสี่ยง**
การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	สภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงานจะทำให้พนักงานมีความปลอดภัย มีสุขอนามัยที่ดี และมีความสุขในการทำงาน ลดความเสี่ยงที่เกิดจากการปฏิบัติงาน	สภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม และไม่มีความปลอดภัยในการทำงาน จะเพิ่มความเสี่ยงในการปฏิบัติงานและอาจทำให้พนักงานได้รับอุบัติเหตุจากการทำงาน

ปัจจัยความเสี่ยงด้านสังคม	โอกาส	ความเสี่ยง
การเคารพสิทธิมนุษยชน	ลดโอกาสในการเกิดข้อพิพาทเรื่องสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ สร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีรวมทั้งได้รับความไว้วางใจจากสาธารณชน	เกิดข้อพิพาทเรื่องสิทธิมนุษยชนระหว่างพนักงานและบริษัทฯ ทำให้ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัทฯ ได้รับความเสียหาย
การพัฒนาและการดูแลคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน	เพิ่มความผูกพันของพนักงานที่มีต่อบริษัทฯ ทำให้ลดการ Turnover Rate ของพนักงาน ลดความเสี่ยงในการขาดแคลนบุคลากรและลดต้นทุนในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานใหม่เพื่อทดแทนพนักงานที่ลาออก	- องค์กรขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ - พนักงานไม่สามารถพัฒนาสิ่งใหม่ๆ หรือตอบสนองต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ - พนักงานไม่มีความผูกพันกับองค์กร ทำให้อัตราการลาออกสูง
การสนับสนุนและช่วยเหลือสังคม	ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต่อสังคม และสามารถช่วยยกระดับ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คน สร้างบรรยากาศการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข	เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อองค์กร หากไม่มีกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบหรือแบ่งปันต่อสังคมและชุมชน
ปัจจัยความเสี่ยงด้านกำกับดูแล	**โอกาส**	**ความเสี่ยง**
ความเสี่ยงด้านการเติบโตทางธุรกิจ	- นักลงทุนเชื่อมั่นในบริษัทฯ - ผลการดำเนินของธุรกิจของบริษัทฯ เติบโตมากขึ้นจากการเข้าร่วมของคู่ค้า และนักลงทุน	- นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียขาดความเชื่อมั่นในองค์กร - ขาดสภาพคล่องทางการเงิน
ความเสี่ยงด้านจริยธรรม และการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ	ป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการถูกร้องเรียนและเพิกถอนใบอนุญาตการดำเนินธุรกิจ หรือความขัดแย้งกับผู้มีส่วนได้เสียซึ่งนำไปสู่การสูญเสียความน่าเชื่อถือ รายได้และการฟ้องร้องจากผู้ที่ได้รับผลกระทบ	บริษัทฯ ได้รับความเสียหายทั้งทางด้านชื่อเสียงและผลการดำเนินงาน รวมถึงอาจจะได้รับข้อร้องเรียนและการฟ้องร้องจากผู้ที่ได้รับผลกระทบ และอาจถูกเพิกถอนใบอนุญาตการดำเนินธุรกิจ
ห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบ	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนจะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาวให้กิจการ	การดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ด้านสังคม หรือ บรรษัทภิบาล อาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของธุรกิจและชื่อเสียงของบริษัทฯ ได้
การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	บริษัทฯ ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันท่วงที เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ยามเกิดวิกฤต	หากบริษัทฯ ไม่มีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันท่วงที อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจนไม่สามารถทำธุรกิจต่อไปได้

ปัจจัยความเสี่ยงด้านกำกับดูแล	โอกาส	ความเสี่ยง
การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทฯ และลูกค้า และเป็นส่วนสำคัญในการทำให้เกิดความสำเร็จให้บริษัทฯ และผลกระทบในทางบวกต่อการสร้างคุณค่าต่อแบรนด์สินค้าของบริษัทฯ	- องค์กรได้รับความเสียหายจากความไม่พึงพอใจของลูกค้า ขาดโอกาสในการเพิ่มยอดขาย - ชื่อเสียงและภาพลักษณ์เสียหาย เกิดผลกระทบในทางลบต่อการสร้างคุณค่าแบรนด์สินค้าของบริษัทฯ
นวัตกรรมและเทคโนโลยี	มีโอกาสที่จะผลิตสินค้าและนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้มากขึ้น	การลงทุนในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ อาจทำให้บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและต้นทุนในการผลิตที่สูงขึ้น
การรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	ทำให้ได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย ในกรณีที่บริษัทฯ จะรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและปราศจากการถูกโจรกรรมทางไซเบอร์ที่ร้ายแรง	การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล ส่งผลให้เกิดค่าใช้จ่ายจากการฟ้องร้อง รวมถึงทำให้ชื่อเสียงและภาพลักษณ์บริษัทฯ เสียหาย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในอีก 3-5 ปี ข้างหน้า จึงได้วิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นรวมถึงผลกระทบต่อธุรกิจและการดำเนินงานของแต่ละปัจจัยเสี่ยง ทั้งนี้บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการลดความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพและติดตามความเสี่ยงต่างๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ทั้งในระยะปานกลางไปจนถึงระยะยาวอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่และช่วยให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายตามกลยุทธ์และทิศทางตามที่กำหนด

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการ
ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ติดตามวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการเลือกใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในการผลิตเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจ
ความเสี่ยงต่อความกังวลของผู้บริโภค ต่อความโปร่งใสของข้อมูล โภชนาการและฉลากผลิตภัณฑ์ (Health Conscious Behavior Risk): แนวโน้มผู้บริโภคส่วนใหญ่ พยายาม เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีจริยธรรมจากการที่ผู้บริโภคมองหาความโปร่งใส ในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น	- กำหนดให้มีการบริหารจัดการด้านการตรวจสอบ ย้อนกลับ (Traceability) สามารถตรวจสอบทุกกระบวนการดำเนินงานด้านการผลิต - พัฒนาสินค้าด้านสุขภาพอย่างต่อเนื่องพร้อมระบุข้อมูลฉลากผลิตภัณฑ์ หรือข้อมูลด้านการบริโภค ที่ชัดเจนถูกต้องเพื่อสร้างความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้าของบริษัทฯ

3.3. ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท (Stakeholder)

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล เคารพสิทธิ คำนึงถึงประโยชน์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งบริษัทฯ วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 8 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า หน่วยงานภาครัฐ สื่อมวลชน ชุมชนสังคม และเจ้าหนี้ 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 และให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับบริษัท, สินค้า, รวมถึงกิจกรรมสำคัญต่างๆ อย่างครบถ้วน ถูกต้อง รวดเร็ว ให้แก่ผู้ถือหุ้น, นักลงทุน, บุคคลทั่วไป อย่างเท่าเทียม • ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ • สร้างผลการดำเนินงานที่ดี มีการเติบโตอย่างมั่นคง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว • ให้ความสำคัญกับผู้ถือหุ้น โดยยึดหลักความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้น • รักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น โดยจัดให้มีมาตรการป้องกันการใช้ข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ส่วนตนของกรรมการหรือผู้บริหาร

ผู้มีส่วนได้เสียและความสัมพันธ์	ช่องทางและความถี่ในการสร้างส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อประเด็นความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
 2. พนักงาน กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มย่อย ● คณะกรรมการ ● พนักงาน โดยคณะกรรมการกำหนดกลยุทธ์นโยบายบริษัทฯ 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 • จัดให้มีการอบรมทั้งภายนอกและภายในบริษัท เพื่อพัฒนาทักษะและเสริมสร้างความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง • สร้างวัฒนธรรมองค์กร SCM SPIRIT
 3. ลูกค้า กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มย่อย ● สมาชิก ● ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ ซึ่งเป็นผู้สั่งซื้อสินค้าจากบริษัทฯ	• 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 ที่ถูกต้องทันเวลา • การตอบสนอง และแก้ไขปัญหา • ความหลากหลาย และมีประสิทธิภาพ ของช่องทางในการติดต่อบริษัทฯ • การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม • ได้รับค่าคอมมิชชั่นถูกต้องตรงเวลา	• ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาด และสินค้าของบริษัทฯ ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว • พัฒนาเครื่องมือการขาย ที่ช่วยทำการตลาดให้กับสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ • พัฒนา, ปรับปรุง, แก้ไขคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง • จัดกิจรรมทางการตลาด ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม • มีกระบวนการตั้งราคาสินค้า และคะแนน (PV) ที่มีประสิทธิภาพแข่งขันได้ • ตอบสนอง และแก้ปัญหาต่างๆ ที่ได้รับ Feedback โดยทันที • มีช่องทางให้ลูกค้าแจ้งปัญหาหลายช่องทาง รับผิดชอบความเสียหายหากสินค้าเกิดความเสียหายในขั้นตอนการจัดส่งสินค้า • ใช้ระบบการติดตามสถานะการจัดส่ง (Tracking) แบบออนไลน์ • มีแผนงานตรวจสอบความถูกต้องของระบบการคำนวณค่าคอมมิชชั่นอยู่เสมอ

ผู้มีส่วนได้เสียและความสัมพันธ์	ช่องทางและความถี่ในการสร้างส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อประเด็นความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
 4. คู่ค้า กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มย่อย ● ผู้ขายสินค้า ● ผู้ผลิตสินค้า ● ผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นผู้ส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่บริษัทฯ	• การประชุมร่วมกันเพื่อกำหนดแผนการทำงาน • เข้าเยี่ยมชมกิจการ และกระบวนการผลิตสินค้าของคู่ค้าปีละ 1 ครั้ง • การสำรวจความพึงพอใจของคู่ค้า	• กระบวนการคัดเลือกคู่ค้าที่โปร่งใส และเป็นธรรม • การดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน • แผนการดำเนินงานในโครงการ, ขั้นตอนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง • ได้รับการชำระเงินที่ครบถ้วน ในระยะเวลาที่กำหนด	• ปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกรายอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม • ไม่เรียกรับหรือยอมรับทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดที่ไม่สุจริตจากคู่ค้า • มีการลงนามในสัญญาที่ระบุขอบเขตและความรับผิดชอบอย่างชัดเจนระหว่างบริษัทและคู่ค้า • จ่ายชำระเงินให้กับคู่ค้า ครบถ้วนตรงเวลา • รักษาสัมพันธภาพที่ดีกับคู่ค้า, ไม่สนับสนุนคู่ค้า ที่ทำธุรกิจผิดกฎหมายหรือเป็นภัยต่อสังคม
 5. หน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มย่อย ● สำนักงาน ก.ล.ต. ● ตลาดหลักทรัพย์ฯ ● กรมสรรพากร ซึ่งเป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้มีความโปร่งใส เปิดเผยข้อมูลถูกต้องครบถ้วน ทันเวลา	• การส่งรายงานและข้อมูลตามที่กฎหมายกำหนด • การเปิดเผยข้อมูลตามที่ร้องขอ • การเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์ • การเข้าเยี่ยมชมกิจการ และตรวจการดำเนินงานจากหน่วยงานภาครัฐ • การจัดทำรายงานประจำปี และรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	• ดำเนินธุรกิจตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด • การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง	• ปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ อย่างเคร่งครัด • รีบดำเนินการแก้ไขโดยทันที ที่ได้รับแจ้งว่ามีการกระทำผิดหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ • ทบทวนความรู้ในเรื่องกฎหมาย และข้อกำหนดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกปี • นำส่งงบการเงิน และชำระภาษี อย่างถูกต้องและตรงเวลา • ดำเนินการให้การจ้างงาน และการจ่ายค่าตอบแทนของบริษัท เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด • ส่งเสริมการจ้างงานคนพิการ และสนับสนุนอาชีพคนพิการ
 6. สื่อมวลชน กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มย่อย ● นักข่าว ● นักวิเคราะห์ ● สื่อ online และ offline เป็นผู้สื่อสารและวิเคราะห์ข้อมูลของบริษัทฯ ให้แก่นักลงทุน ผู้ถือหุ้น รวมถึงบุคคลทั่วไป	• ให้ข้อมูลกับสื่อ Online / Offline ในทุกครั้งที่มีประเด็นน่าสนใจที่บริษัทฯ ต้องการสื่อสาร • พบปะสื่อฯ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดี	• การปฏิบัติต่อสื่อฯ ทุกรายอย่างเท่าเทียม • การให้ข้อมูลที่ถูกต้องรวดเร็ว	• เปิดเผยข้อมูลข่าวสารให้แก่สื่อฯ อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง โปร่งใส • สร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับสื่อฯ ทุกรายอย่างต่อเนื่องและเท่าเทียม

ผู้มีส่วนได้เสียและความสัมพันธ์	ช่องทางและความถี่ในการสร้างส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อประเด็นความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
 7. ชุมชนและสังคม กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มย่อย ● หน่วยงานภายนอกที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ เช่น มูลนิธิองค์กรการกุศล ซึ่งเป็นผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรม CSR ของบริษัทฯ	• กิจกรรม CSR ที่บริษัทฯ จัดขึ้นเป็นรายครั้ง • การเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์ • การจัดทำรายงานประจำปี และรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	• โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม • การจัดการสิ่งแวดล้อม	• ดำเนินการช่วยเหลือชุมชนและสังคมในช่วงที่มีภัยพิบัติอย่างเร่งด่วน เช่น การช่วยเหลือในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 • มีนโยบายสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้วยการติดตั้งแผง Solar Cell บนหลังคาสถานที่ทำการของบริษัทฯ เพื่อผลิตและใช้ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์
 CREDIT **8.เจ้าหนี้** กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มย่อย ● สถาบันการเงิน ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนของบริษัทฯ	• สรุปผลการดำเนินงาน และแผนงานของบริษัท ให้กับเจ้าหนี้สถาบันการเงิน ทุก ๆ 6 เดือน • รายงานผลประกอบการ และแจ้งข้อมูลสำคัญของบริษัท ผ่านทางเว็บไซต์ SET และ SEC ภายในระยะเวลาที่กำหนด • ชี้แจงและให้ข้อมูล ในกิจกรรม Opportunity Day ไตรมาสละ 1 ครั้ง	• ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด • รายงานสถานะทางการเงินอย่างถูกต้อง โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	• ควบคุมการชำระเงินคืน เงินกู้ และดอกเบี้ย ให้แก่เจ้าหนี้ทุกประเภทครบถ้วนตามกำหนดเวลา • รักษาและปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด • ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและสื่อสารกับเจ้าหนี้ ถึงสถานะทางการเงินของบริษัทฯ และทิศทางในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ • ไม่ปกปิดข้อมูลเกี่ยวกับสถานะทางการเงิน หรือข้อมูลที่เกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ที่อาจทำให้เจ้าหนี้ได้รับความเสียหาย

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

3.4. ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Material Topic)

ขั้นตอนการประเมินประเด็นสาระสำคัญ

1. การระบุประเด็นสาระสำคัญ (Materiality Identification)

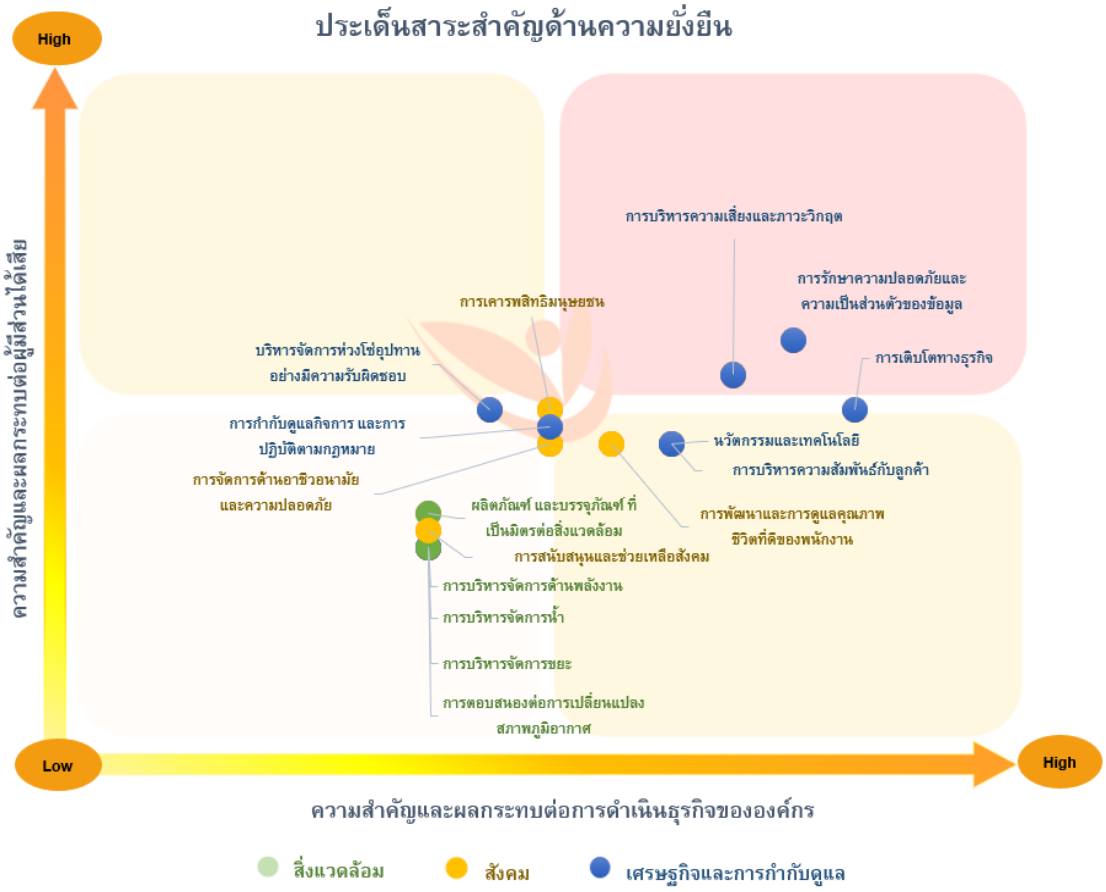
ในปี 2566 บริษัทฯ ได้วิเคราะห์และระบุประเด็นด้านความยั่งยืนโดยพิจารณาแหล่งข้อมูลปัจจัยความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนมีการทบทวนบริบทขององค์กร ตลอดห่วงโซ่คุณค่า และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียผ่านการหารือจากที่ประชุมต่างๆ พร้อมทั้งมีการศึกษาแนวโน้ม ทิศทางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอุตสาหกรรมที่บริษัทฯ เกี่ยวข้องและบริษัทคู่เทียบในภาคอุตสาหกรรมในระดับประเทศหรือระดับสากล เพื่อกำหนดประเด็นสาระสำคัญ โดยบริษัทฯ ได้ทบทวนและติดตามแนวโน้มและการดำเนินกิจการของกลุ่มอุตสาหกรรมในระดับสากลจาก World Economic Forum, WBCSD รวมถึงทิศทางกฎหมายและกฎระเบียบที่สำคัญภายในประเทศ สามารถกำหนดประเด็นสาระสำระคัญที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้ง 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมและสามารถระบุประเด็นออกมาได้ทั้งสิ้น 16 ประเด็น ได้แก่

มิติเศรษฐกิจและธรรมาภิบาล	มิติสิ่งแวดล้อม	มิติสังคม
• การเติบโตทางธุรกิจ • การกำกับดูแลกิจการและการปฏิบัติตามกฎหมาย • การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิชอบ • 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 ผลกระทบ และความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อใช้ในการจัดลำดับประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ประเด็นสาระสำคัญซึ่งได้รับการทบทวนและอนุมัติผลการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนโดยผู้บริหารระดับสูงดังนี้

ผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



3. การทบทวนและอนุมัติประเด็นสาระสำคัญโดยผู้บริหาร

รายละเอียดผลการวิเคราะห์ประเด็นสาระสำคัญจะได้รับการทบทวนและอนุมัติผลการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนโดยผู้บริหารระดับสูงเพื่อสื่อสารให้กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มในลำดับถัดไป

3.5. กรอบดำเนินงานด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ได้กำหนด “กรอบการบริหารความยั่งยืน” เพื่อใช้เป็นกรอบการดำเนินงานเพื่อสร้างความยั่งยืนองค์กรในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการเติบโตของธุรกิจบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างสมดุลและมีคุณภาพ พร้อมทั้งสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

4. ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

ด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

รายละเอียดสามารถดูได้ในรายงานประจำปี 2566 ของบริษัทฯ

การเติบโตทางธุรกิจ

อัตรากำไรสุทธิ **9.06%**

Target >5%

การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน **4.07** เท่า

Target อย่างน้อย 1 เท่า

การรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

กรณีบริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์ **0 กรณี**

Target อย่างน้อย 0 กรณี

การกำกับดูแลกิจการและการปฏิบัติตามกฎหมาย

0 กรณี

การละเมิดจรรยาบรรณทุจริตคอร์รัปชัน

Target อย่างน้อย 0 กรณี

บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ

จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้าทางธุรกิจแล้วเสร็จ

Target แล้วเสร็จ 100%

การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า **85%**

Target ผลการประเมินความพึง > 70

นวัตกรรมและเทคโนโลยี

เหตุการณ์ร้องเรียนปัญหาการใช้งานแพลตฟอร์มจากลูกค้า **0.69%**

Target จำนวนเหตุการณ์ < 0.5 ของกรณีทั้งหมด

ด้านสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการน้ำ

ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ของบริษัท **23%**

Target ปริมาณการใช้น้ำ 3%

การบริหารจัดการด้านพลังงาน

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหน่วยรายได้ของบริษัท **40%**

Target ปริมาณการใช้ไฟฟ้า 3%

การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้รวม **442%**

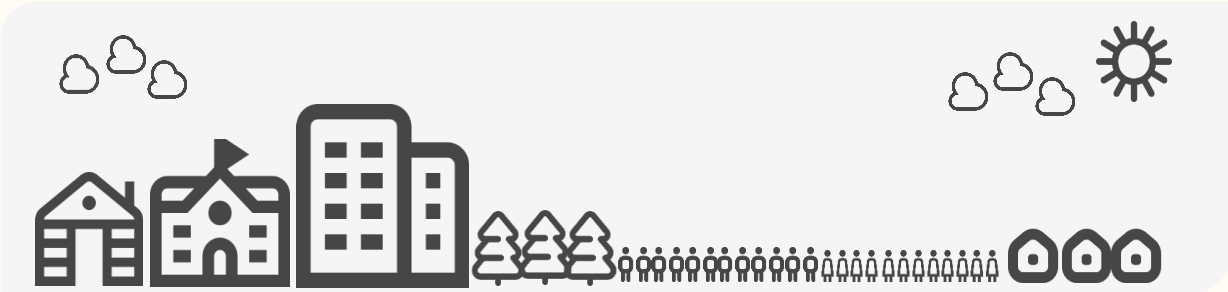
Target ปล่อยก๊าซเรือนกระจก 2%

ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การละเมิดละเมิดกฎหมาย หรือสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม **0 กรณี**

Target การละเมิดละเมิดกฎหมาย 0 กรณี

ด้านสังคม



การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน **0** *กรณี*

Target อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน **0** กรณี

การเคารพสิทธิมนุษยชน

ผลการประเมินความพึงพอใจของพนักงานต่องค์กร **85%**

Target ผลการประเมินความพึงพอใจ **> 80%**

การสนับสนุนและช่วยเหลือสังคม

การพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นที่ได้รับผลประโยชน์ **6** *ชุมชน*

Target จำนวนชุมชน **5**

การพัฒนาและการดูแลคุณภาพชีวิต

จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน **0** *กรณี*

Target เหตุการณ์การละเมิดสิทธิมนุษยชน **0** กรณี

หมายเหตุ

1. อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน คำนวนจาก $\frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}}$

2. ประเด็นสาระสำคัญด้านการบริหารจัดการขยะ ซึ่งกำหนดเป้าหมายต้องการลดปริมาณขยะให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 3 ยังไม่สามารถวัดผลการดำเนินงานได้เนื่องจากเพิ่งเริ่มมีการเก็บข้อมูล เดือนตุลาคม 2566 ทั้งนี้จะมีการเก็บข้อมูลไปตลอดปี 2567

3. การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมต่อรายได้รวม (kg CO2eq/บาทรายได้) เพิ่มขึ้นร้อยละ 442 จากปี 2565 เนื่องจากในปี 2566 มีการจัดเก็บข้อมูลการเดินทางของพนักงานด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล

5. มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

5.1. การเติบโตทางธุรกิจ

การสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจภายในบริษัทถือเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศ เนื่องจากบริษัทที่มีการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ย่อมสร้างรายได้และผลตอบแทนที่ดีให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทตลอดห่วงโซ่คุณค่า อีกทั้งยังสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร หากองค์กรไม่สามารถสร้างการเติบโตทางธุรกิจได้ตามเป้าหมายอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน ความเสี่ยงจากการสูญเสียความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสีย และโอกาสการร่วมลงทุนในอนาคต

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- *บริษัทมีอัตรากำไรสุทธิไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี*
- *มีการจ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิ*
- *ไม่มีการผิดนัดชำระหนี้ต่อเจ้าหนี้*
- *มีการชำระเงินให้เจ้าหนี้ล่าช้าไม่เกิน 15 ครั้งต่อปี*
- *การรายงานผลประกอบการของบริษัทผิดพลาดไม่เกิน 2 ครั้งต่อปี*
- *การรายงานผลประกอบการล่าช้าไม่เกิน 1 ครั้งต่อปี*

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

1. บริหารกิจการของบริษัทฯ ให้มีความเจริญก้าวหน้า มั่นคง และก่อให้เกิดผลตอบแทนที่ดีให้แก่ผู้ถือหุ้น

2. บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้นทุกรายในอัตราที่เท่าเทียมกัน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมั่นใจว่าจะได้รับผลตอบแทนตามสิทธิอย่างถูกต้องและครบถ้วน

3. บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางในการบริหารเงินทุนเพื่อความมั่นคงและแข็งแกร่ง ตลอดจนมีการบริหารสภาพคล่อง เพื่อสามารถชำระหนี้คืนแก่เจ้าหนี้ได้ครบตามกำหนดระยะเวลา ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้บริษัทฯ เกิดการผิดนัดชำระหนี้โดยมีแนวปฏิบัติต่อเจ้าหนี้ดังนี้

3.1. ปฏิบัติต่อเจ้าหนี้ทุกกลุ่มอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม

3.2. ปฏิบัติตามสัญญาหรือเงื่อนไขที่มีต่อเจ้าหนี้โดยเคร่งครัด โดยเฉพาะเรื่องเงื่อนไขการค้ำประกัน การบริหารเงินทุน และการชำระหนี้

3.3. ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่งให้รีบแจ้งให้เจ้าหนี้ทราบเป็นการล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย

3.4. บริษัทฯ ใช้วิธีการโอนเงินผ่านธนาคารในระบบ Media Clearing ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกแก่เจ้าหนี้

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

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

แผนการดำเนินงาน

- มีการจัดทำข้อมูลเพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์ และการตัดสินใจในระดับนโยบายภายในบริษัทฯ เพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การเติบโตทางธุรกิจทั้งระยะสั้นและระยะยาวโดยคำนึงถึงปัจจัยเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกอย่างครบถ้วน เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไร และสามารถปรับกลยุทธ์ในการบริหารได้ทันต่อสถานการณ์ แผนงานที่ 2 จัดอบรมให้ความรู้คู่ค้าและการปฏิบัติในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน
- จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงิน และมีการทบทวนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

ผลดำเนินงานปี 2566

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	2564	2565	2566
รายได้จากการขายและการให้บริการ (ล้านบาท)	1,208.32	1,123.69	920.17
กำไร (ขาดทุน) สุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้น	223.11	172.46	87.52
งบแสดงฐานะทางการเงิน			
สินทรัพย์รวม (ล้านบาท)	1,048.00	984.61	887.59
หนี้สินรวม (ล้านบาท)	257.41	219.17	183.97
ส่วนของผู้ถือหุ้น (ล้านบาท)	790.59	765.44	703.62
อัตราส่วนทางการเงิน			
อัตรากำไรขั้นต้น	75.90	77.17	76.43
อัตรากำไรสุทธิ	17.44	14.46	9.06
อัตราส่วนสภาพคล่อง	4.06	3.21	4.07
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.37	0.33	0.30

ฐานะทางการเงิน

บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 887.6 ล้านบาท เป็นสินทรัพย์หมุนเวียน 556.6 ล้านบาท สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 331 ล้านบาท ส่วนของผู้ถือหุ้น 703.6 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนสภาพคล่อง 4.07 เท่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 0.30 เท่า จากอัตราส่วนทางการเงินดังกล่าว บริษัทฯ จึงมีสภาพคล่องสูง และมีภาระหนี้สินในอัตราที่ต่ำแสดงถึงความมั่นคงของบริษัทฯ

ข้อมูลการจ่ายเงินปันผล

บริษัท ซัคเซสมอร์ บีอิ้งค์ จำกัด (มหาชน) (งบการเงินเฉพาะกิจการ)	ปี 2566*	ปี 2565	ปี 2564	ปี 2563
อัตรากำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท)	0.19	0.31	0.34	0.14
อัตราเงินปันผลต่อหุ้น (บาท)	0.15	0.26	0.29	0.086
อัตราการจ่ายเงินปันผลต่อกำไรสุทธิ (%)	80.32	84.80	85.71	65.19

หมายเหตุ * *ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2567 มีมติให้เสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2567 ซึ่งกำหนดให้มีขึ้นในวันที่ 25 เมษายน 2567 เพื่ออนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงานประจำปี 2566 ในอัตราหุ้นละ 0.15 บาท ซึ่งบริษัทฯ ได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลแล้ว ในอัตราหุ้นละ 0.10 บาท ดังนั้น ส่วนที่เหลือจะจ่ายในอัตรา หุ้นละ 0.05 บาท*

หัวข้อ	เป้าหมาย ปี 2566	ผลการดำเนินงาน ปี 2566
อัตรากำไรสุทธิ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5	อัตรากำไรสุทธิ 9.1%
การชำระเงินล่าช้า	ไม่เกิน 15 ครั้งต่อปี	ไม่มีการชำระเงินล่าช้า
การผิดนัดชำระหนี้ต่อเจ้าหนี้	ไม่มีการผิดนัดชำระหนี้	ไม่มีการผิดนัดชำระหนี้
ความถูกต้องของรายงานผลประกอบการของบริษัท	ผิดพลาดไม่เกิน 2 ครั้งต่อปี	ข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน
ความตรงเวลาในการรายงานผลประกอบการของบริษัท	ล่าช้าไม่เกิน 1 ครั้งต่อปี	รายงานตรงตามเวลาที่กำหนด

ในส่วนการกำกับดูแลกิจการที่ดีในปี 2566 บริษัทฯ มีการจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นจำนวน 2 ครั้ง ซึ่งนับว่าเป็นการจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องติดต่อกันเป็นเวลา 3 ปี นับตั้งแต่ปี 2563 ไม่มีกรณีที่ชำระเงินล่าช้าหรือผิดนัดการชำระหนี้แต่อย่างใด นอกจากนี้ในส่วนของการรายงานผลประกอบการ บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามมาตรฐานทางบัญชีที่ยอมรับโดยทั่วไป ตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในการรายงานงบการเงินรายไตรมาส งบการเงินประจำปีของบริษัทฯ ตามที่ควรอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีกระบวนการจัดทำและเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินอย่างถูกต้องครบถ้วนเพียงพอ และทันเวลา เพื่อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้อีกด้วย

5.2. การกำกับดูแลกิจการ และการปฏิบัติตามกฎหมาย

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีจริยธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ และถูกต้องตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับและจรรยาบรรณ รวมถึงมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักการบริหารงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ทุกผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม เคารพสิทธิ ตลอดจนมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าให้ธุรกิจเพื่อให้บริษัทมีการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในอนาคต

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

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

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

1. บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ให้มีประสิทธิภาพและมีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งจะนำไปสู่ประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ตั้งแต่พนักงาน ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ดังนั้นคณะกรรมการบริษัทจึงเห็นควรให้มีการจัดทำนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีขึ้น โดยยึดหลักปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 ซึ่งจัดทำโดยคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ โดยครอบคลุมหลักปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) 8 หลักปฏิบัติ ดังนี้

หลักปฏิบัติที่ 1 ตระหนักถึงบทบาทความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทในฐานะผู้นำองค์กรที่สร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืน
(Establish Clear Leader ship Role and Responsibilities of Board)

หลักปฏิบัติที่ 2 กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของกิจการที่เป็นไปเพื่อความยั่งยืน
(Define Objectives that Promote Sustainable Value Creation)

หลักปฏิบัติที่ 3 เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิผล
(Strengthen Board Effectiveness)

หลักปฏิบัติที่ 4 สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูง และการบริหารบุคลากร

(Ensure Effective CEO and People Management)

หลักปฏิบัติที่ 5 ส่งเสริมนวัตกรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ

(Nurture innovation and Responsibility Business)

หลักปฏิบัติที่ 6 ดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายในที่เหมาะสม

(Strengthen Effective Risk Management and Internal Control)

หลักปฏิบัติที่ 7 รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงิน และการเปิดเผยข้อมูล

(Ensure Disclosure and Financial Integrity)

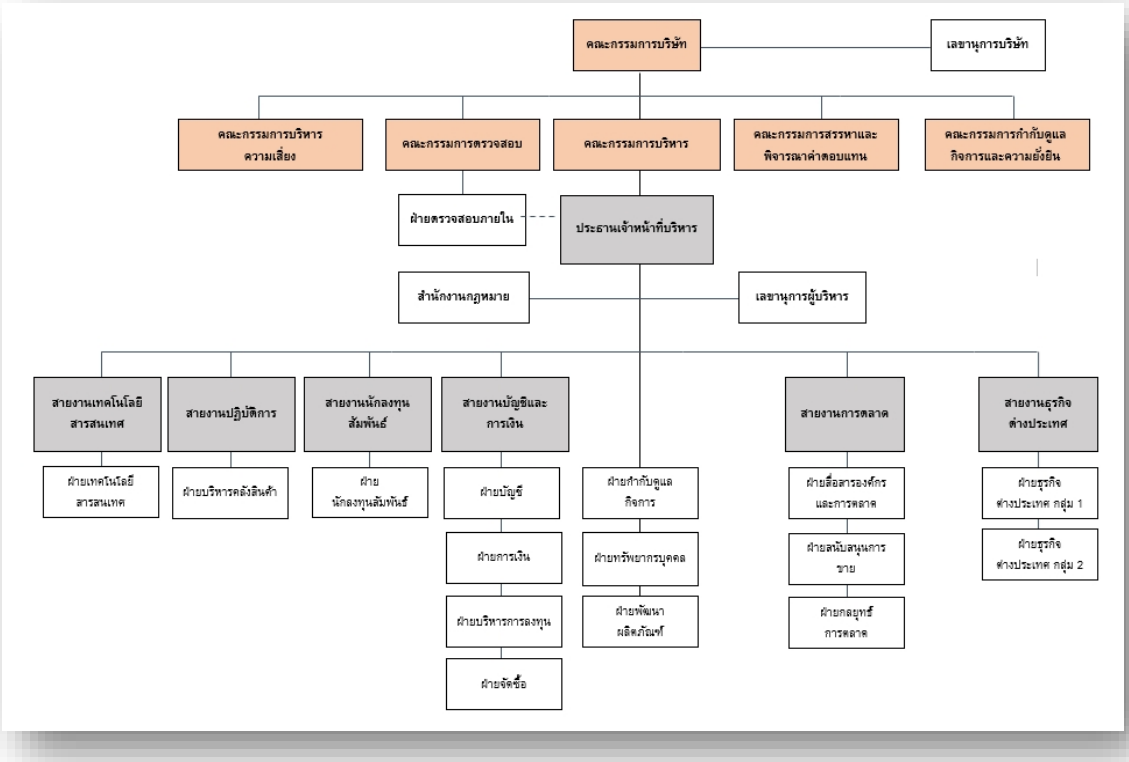
หลักปฏิบัติที่ 8 สนับสนุนการมีส่วนร่วม และการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

(Ensure Engagement and Communication with Shareholders)

ในปี 2566 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2566 เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2566 ได้ทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการ โดยบริษัทฯ ได้เผยแพร่นโยบายการกำกับดูแลกิจการ ทั้ง 8 หลักปฏิบัติ ให้กับพนักงาน ผู้ถือหุ้น และบุคคลทั่วไปได้รับทราบผ่านเว็บไซต์บริษัทฯ ภายใต้หัวข้อ “นักลงทุนสัมพันธ์” หมวดการกำกับดูแลกิจการ : รายงานการกำกับดูแลกิจการและเอกสารดาวน์โหลด : นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

ข้อมูล : https://investor.successmore.com/storage/downloads/corporate-policy/20220517-scm-corporate-governance-policy-th.pdf

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566



2. บริษัทมีการกำกับดูแลกิจการและการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้พระราชบัญญัติขายตรงและและกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. บริษัทมีการบริหารจัดการ และการควบคุมภายในที่เพียงพอ เหมาะสม และมีการปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และสอดคล้องกับกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

แผนการดำเนินงาน

- สื่อสารให้พนักงานในทุกระดับตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใส และไม่มีข้อร้องเรียนจากหน่วยงานรัฐและบุคคลภายนอก
- กำกับดูแลนักธุรกิจของบริษัทฯ ให้ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎจรรยาบรรณและเงื่อนไขของบริษัทฯ
- จัดการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน และนักธุรกิจของบริษัท ในเรื่อง กฎจรรยาบรรณของบริษัทฯ และกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและนำไปปฏิบัติ

ผลดำเนินงานปี 2566

องค์ประกอบของคณะกรรมการ

เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และให้มีการถ่วงดุลกันระหว่างกรรมการอิสระ กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร และกรรมการที่เป็นผู้บริหาร ดังนั้น องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท จำนวน 7 ท่าน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 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 คิดเป็นสัดส่วน**ร้อยละ 57** ของกรรมการทั้งคณะซึ่งเป็นสัดส่วนที่**มากกว่ามาตรฐาน** 1 ใน 3 หรือร้อยละ 33.33 ตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน
- กรรมการที่เป็นผู้บริหาร จำนวน 2 ท่าน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29 ของกรรมการทั้งคณะ
- กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร จำนวน 5 ท่าน **คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71** ของกรรมการทั้งคณะ
- กรรมการที่เป็นผู้หญิง **จำนวน 2 ท่าน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29** ของกรรมการทั้งคณะ
- กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร **จำนวน 1 ท่าน** ที่มีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริษัท

หลักเกณฑ์การสรรหากรรมการที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะวิเคราะห์ทักษะ ประสบการณ์ ความรู้ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคณะกรรมการ (Board Skill Matrix) เพื่อเป็นข้อมูลใช้ประกอบการพิจารณาสรรหากรรมการให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ในการสรรหาคัดเลือกกรรมการรายใหม่ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนได้เพิ่มเติมในเรื่องความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่กรรมการและมีความจำเป็นต่อองค์ประกอบของโครงสร้างคณะกรรมการที่ยังขาดอยู่ ทั้งนี้ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีส่วนร่วมในการเสนอชื่อกรรมการที่มีคุณสมบัติเหมาะสมด้วย

การวิเคราะห์ทักษะและประสบการณ์ของกรรมการตามลักษณะของธุรกิจ (Board Skill Matrix)

รายชื่อกรรมการบริษัท		ความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน								
		ธุรกิจขายตรง	แพทย์	กฎหมาย	บัญชีและการเงิน	การบริหารจัดการ	การพัฒนาองค์กรและนวัตกรรม	ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล	สังคมสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย	บริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
1. นายณรงค์ฤทธิ์	ถาวรวิศิษฐพร				✓	✓	✓		✓	
2. นายแพทย์สิทธวีร์	เกียรติชวนันต์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
3. นายนพกฤษฎิ์	นิธิเลิศวิจิตร	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. ผศ. ดร. กัญญารัตน์	สานโอพาร				✓	✓				✓
5. นายสหศักย์	ศรีสรรพางศ์			✓	✓	✓				
6. ดร. วิจิตร	เตชะเกษม				✓	✓	✓	✓	✓	✓
7. นางสาวกมลทิพย์	เกียรติชวนันต์	✓			✓	✓	✓			

ข้อมูลคณะกรรมการและมีผู้อำนาจควบคุมบริษัทรายบุคคล

คณะกรรมกรรรมการบริษัท ซัคเซสมอร์ บีอิ้งค์ จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 มีจำนวนทั้งสิ้น 7 คน ตามหนังสือรับรองการจดทะเบียนของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษท โดยมีรายนามดังนี้

รายชื่อกรรมการบริษัท		ตำแหน่ง	วันที่ได้รับการแต่งตั้ง	จำนวนปีดำรงตำแหน่ง
1. นายณรงค์ฤทธิ์	ถาวรวิศิษฐพร	- กรรมการอิสระ - ประธานกรรมการบริษัท - ประธานกรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน	20 กุมภาพันธ์ 2562	4 ปี 10 เดือน
2. นายแพทย์สิทธวีร์	เกียรติชวนันต์	- รองประธานกรรมการบริษัท - ประธานกรรมการบริหาร - กรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน	20 กุมภาพันธ์ 2562	4 ปี 10 เดือน
3. นายนพกฤษฎิ์	นิธิเลิศวิจิตร	- รองประธานกรรมการบริษัท	20 กุมภาพันธ์ 2562	4 ปี 10 เดือน

รายชื่อกรรมการบริษัท	ตำแหน่ง	วันที่ได้รับการแต่งตั้ง	จำนวนปีดำรงตำแหน่ง
	- รองประธานกรรมการบริหาร - ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง - กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน - กรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน		
4. รศ. ดร. กัญญารัตน์ สานโอพาร	- กรรมการอิสระ - ประธานกรรมการตรวจสอบ - กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน - กรรมการบริหารความเสี่ยง - กรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน	20 กุมภาพันธ์ 2562	4 ปี 10 เดือน
5, นายสหศักย์ ศรีสรรพางศ์	- กรรมการอิสระ - กรรมการตรวจสอบ - ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน - กรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน	20 กุมภาพันธ์ 2562	4 ปี 10 เดือน
6. ดร. วิจิตร เตชะเกษม	- กรรมการอิสระ - กรรมการบริหารความเสี่ยง - กรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน	20 กุมภาพันธ์ 2562	4 ปี 10 เดือน
7. นางสาวกมลทิพย์ เกียรติชวนันต์	- กรรมการบริษัท - กรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน	20 กุมภาพันธ์ 2562	4 ปี 10 เดือน

การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน ได้กำหนดตารางการประชุมตามปกติของแต่ละคณะ ไว้เป็นการล่วงหน้า 1 ปี และอาจนัดหมายเพิ่มเติมเป็นการประชุมพิเศษตามความจำเป็น คณะกรรมการแต่ละชุดมีการประชุมโดยการเข้าร่วมประชุม สรุปได้ดังนี้

การประชุมของคณะกรรมการแต่ละชุด	ปี 2566 รวมจำนวนครั้งทั้งสิ้น
สามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2566	1
วิสามัญผู้ถือหุ้น	1
คณะกรรมการบริษัท	5
คณะกรรมการตรวจสอบ	4
คณะกรรมการบริหาร	12
คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน	2
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	2
คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน	-

รายชื่อกรรมการ		การเข้าประชุม / การประชุมทั้งหมด (ครั้ง)							
		สามัญผู้ถือหุ้น	วิสามัญผู้ถือหุ้น	คณะกรรมการบริษัท	คณะกรรมการตรวจสอบ	คณะกรรมการบริหาร	คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน
1. นายณรงค์ฤทธิ์	ถาวรวิศิษฐพร	1/1	1/1	5/5	4/4	-	-	-	-
2. นายแพทย์สิทธวีร์	เกียรติชวนันต์	1/1	1/1	5/5	-	12/12	-	-	-
3. นายนพกฤษฎิ์	นิธิเลิศวิจิตร	1/1	1/1	5/5	-	12/12	2/2	2/2	-
4. รศ. ดร.กัญญารัตน์	สานโอพาร	1/1	1/1	5/5	4/4	-	2/2	2/2	-
5. นายสหศักย์	ศรีสรรพางศ์	1/1	1/1	5/5	4/4	-	2/2	-	-
6. ดร.วิจิตร	เดชะเกษม	1/1	1/1	5/5	-	-	-	2/2	-
7. นางสาวกมลทิพย์	เกียรติชวนันต์	1/1	1/1	5/5	-	-	-	-	-

	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
จำนวนการประชุมของคณะกรรมการ	*ไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง / ปี*	*5 ครั้ง / ปี*
จำนวนการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ	*ไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง / ปี*	*4 ครั้ง / ปี*
จำนวนการประชุมของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด	*ไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง / ปี*	*2 ครั้ง / ปี*

ผลการประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ

หัวข้อ	เป้าหมาย ปี 2566	ผลการดำเนินงาน ปี2566
จำนวนกรรมการทั้งคณะ	7 ท่าน	7 ท่าน
จำนวนกรรมการอิสระ	ร้อยละ 33.33	ร้อยละ 57
จำนวนกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร	ร้อยละ 50	ร้อยละ 71
จำนวนกรรมการหญิง	ร้อยละ 20	ร้อยละ 29
จำนวนกรรมการอิสระในคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด	ร้อยละ 33.33	ร้อยละ 66.67
จำนวนปีการดำรงตำแหน่งของกรรมการรายบุคคล	วาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี	วาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี
ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่คณะกรรมการแบบรายคณะ	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90	ร้อยละ 98.32
ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่คณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90	ร้อยละ 96.29 – 98.38
ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการแบบรายบุคคล	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90	ร้อยละ 99.07

นโยบายและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนของกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนกรรมการ แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. ค่าตอบแทนที่จ่ายเป็นรายเดือน
2. ค่าเบี้ยประชุมจ่ายทุกครั้งที่เข้าร่วมประชุม

การจ่ายค่าตอบแทนจะคำนึงถึงหน้าที่ความรับผิดชอบความเหมาะสมและสอดคล้องกับผลการปฏิบัติงาน ผลการดำเนินงานของบริษัท โดยพิจารณาเปรียบเทียบกับแนวปฏิบัติของบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันซึ่งมีขนาดของธุรกิจใกล้เคียงกัน ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการจูงใจให้กรรมการที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับความจำเป็นของบริษัทฯ เข้ามาเป็นกรรมการบริษัทได้ โดยกรรมการที่ได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่และความรับผิดเพิ่มมากขึ้นจะได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายเพิ่มขึ้นด้วย และค่าตอบแทนผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนผู้บริหารระดับสูง ซึ่งได้แก่ ค่าตอบแทนรายเดือน และค่าตอบแทนผันแปรสำหรับผู้บริหาร โดยมีคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนเป็นผู้พิจารณาทบทวนค่าตอบแทนของประธานกรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ ซึ่งค่าตอบแทนดังกล่าว มีการกำหนดอย่างเหมาะสม ตามโครงสร้างค่าตอบแทนของบริษัท และพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานและสอดคล้องกับภาระหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย

จำนวนค่าตอบแทนของกรรมการรายบุคคล

จำนวนค่าตอบแทนของกรรมการรายบุคคล ปรากฏใน แบบ 56-1 ประจำปี 2566 หัวข้อ 8.1.2 การเข้าร่วมประชุมและการจ่ายค่าตอบแทนคณะกรรมการรายบุคคล

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

จรรยาบรรณธุรกิจและการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง Code of Conduct and Corporate Compliance

บริษัทฯ ตั้งมั่นในความยุติธรรม และจริยธรรม ในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนได้เสีย ให้ความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดีพร้อมทั้งเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2562 มีมติอนุมัติหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ และจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อสร้างความยั่งยืนแก่ธุรกิจและรักษาประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียและสังคม เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียแสดงความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินกิจการ เพื่อเป็นกลไกและกระบวนการที่จะดูแลให้มีการดำเนินกิจการอย่างจริงจัง นำไปสู่การเป็นองค์กรธรรมาภิบาลที่แท้จริง ซึ่งผู้บริหารและพนักงานของบริษัทจะต้องยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานในฐานะตัวแทนของบริษัทดังนี้

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

บริษัทฯ ได้ทบทวนทุกปีและเผยแพร่หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจกับผู้มีส่วนได้เสียและสังคม ให้กับพนักงาน ผู้ถือหุ้น และบุคคลทั่วไปได้รับทราบผ่านเว็บไซต์บริษัทภายใต้หัวข้อ “นักลงทุนสัมพันธ์” หมวดการกำกับดูแลกิจการ : รายงานการกำกับดูแลกิจการและเอกสารดาวน์โหลด : จรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจ

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

มาตรการป้องกันการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ

ในปี 2566 บริษัทฯ ยังคงดำเนินการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ โดยมุ่งเน้นความรู้ความเข้าใจต่อจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท รวมถึงมาตรการต่อต้านคอร์รัปชันในองค์กร ซึ่งพนักงานใหม่ทุกคนจะต้องผ่านการทำแบบทดสอบ โดยจะต้องผ่านให้ได้ร้อยละ 100 ในส่วนของพนักงานที่มีความเกี่ยวข้องจะได้รับการอบรมความรู้เรื่องกฎหมาย กฎจรรยาบรรณ เงื่อนไขต่างๆ เป็นเวลา เวลา 2 ชั่วโมง โดยในปี 2566 มีผู้อบรม 100 คน คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ ต่อพนักงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งนี้บริษัทมีการติดตามตรวจสอบใบอนุญาตและการจดทะเบียน ตลอดถึงการส่งข้อมูลประจำปีไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้ถูกต้องครบถ้วนตรงเวลาทุกสาขาทั่วประเทศ ในส่วนของนักธุรกิจซัคเซสมอร์ก็จะมีการลงพื้นที่เพื่อให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย กฎระเบียบ จรรยาบรรธุรกิจและข้อกำหนดในสาขา ต่าง ๆ ทั่วประเทศ

จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจของนักธุรกิจเครือข่าย พร้อมมาตรการแก้ไข

หัวข้อ	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจหรือการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมมาตรการแก้ไข	50	95	15	10

จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจของนักธุรกิจเครือข่าย พร้อมมาตรการแก้ไข

เป้าหมาย

ไม่เกินร้อยละ 0.03 ของจำนวนสมาชิก

ผลการดำเนินงาน

ไม่เกินร้อยละ 0.00008 ของจำนวนสมาชิก

มาตรการแก้ไข :

ในกรณีที่บริษัทฯ ได้รับข้อร้องเรียน หรือตรวจพบว่ามีการทำผิดจรรยาบรรณนักธุรกิจ และเมื่อพิจารณาข้อเท็จจริง ข้อมูล พยานหลักฐานแล้วเห็นว่า ข้อร้องเรียนหรือการละเมิดนั้น สร้างผลกระทบต่อบริษัทฯ หรือนักธุรกิจซัคเซสมอร์ ท่านอื่นจริง บริษัทฯ จะดำเนินการออกหนังสือแจ้งเตือนถึงให้ผู้ที่ถูกร้องเรียน ผู้ละเมิด ผู้ทุจริตให้ทราบเรื่องที่ถูกร้องเรียนและชี้มูลความผิดนั้นๆ เพื่อให้ผู้ที่ถูกร้องเรียนติดต่อชี้แจงข้อเท็จจริงมายังที่บริษัทฯ โดยผู้ที่ถูกร้องเรียนจะถูกระงับรหัสมิให้เข้าระบบนักธุรกิจซัคเซสมอร์เป็นการชั่วคราว จนกว่าจะสามารถชี้แจงข้อเท็จจริงและแก้ไขให้เรื่องที่ถูกร้องเรียนนั้นกลับมาอยู่ในสภาวะปกติได้

ทั้งนี้ในกรณีที่เรื่องที่ถูกร้องเรียนหรือความผิดนั้นเป็นความผิดร้ายแรงจนทำให้บริษัทฯ หรือนักธุรกิจของซัคเซสมอร์ หรือผู้อื่นได้รับความเสียหายอย่างร้ายแรง บริษัทฯ จะเพิกถอนสมาชิกภาพนักธุรกิจซัคเซสมอร์ (ยกเลิกรหัส) และดำเนินตามกฎหมายในลำดับถัดไป

อ้างอิง: *จรรยาบรรณนักธุรกิจซัคเซสมอร์ https://www.successmore.com/th/rules*

นโยบายและมาตรการการรับ แจ้งเบาะแสและเรื่องร้องเรียน Whistleblowing Policy and Measures

บริษัทฯ ได้เปิดช่องทางให้มีพนักงานทุกคนและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถติดต่อสื่อสาร หรือแจ้งเบาะแสเมื่อพบเรื่องที่อาจเป็นการทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งทางตรงและทางอ้อม การกระทำผิดกฎหมาย หรือหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ หรือนโยบายบริษัทหรือการร้องเรียนการถูกละเมิดสิทธิ ตลอดจนพฤติกรรมที่อาจเป็นปัญหาและก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท หรือไม่ได้รับความเป็นธรรม บริษัทฯ จึงจัดให้มีช่องทางในการแจ้งเบาะแสและร้องเรียน 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

โดยเบาะแส ข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะต่างๆ จะได้รับการพิจารณาและดำเนินการตามความเหมาะสมโดยพิจารณาเป็นรายกรณีไป

1. คณะกรรมการบริษัทจะมอบหมายให้กรรมการตรวจสอบ เป็นผู้ดูแลและกำหนดแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนหรือข้อมูลเบาะแสที่ผ่านเข้ามาตามช่องทางที่กำหนด
2. คณะกรรมการตรวจสอบแต่งตั้งให้บุคคลซึ่งมีความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานและรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ทำหน้าที่เป็นผู้รับเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแส
3. ผู้ที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการตรวจสอบ ทำหน้าที่ จัดการ รวบรวม คัดกรอง ตรวจสอบ ข้อร้องเรียน หากมีข้อมูลความจริงจะดำเนินการตรวจสอบเพื่อรวบรวมหลักฐานและพยานเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ
4. คณะกรรมการตรวจสอบอาจแต่งตั้งบุคคลหรือคณะอนุกรรมการเพื่อสอบสวนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการทุจริต หากเห็นว่าการประพฤติผิดที่เกิดขึ้น มีผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีสาระสำคัญ คณะกรรมการตรวจสอบจะพิจารณาดำเนินการโดยใช้มาตรการที่เหมาะสม เพื่อปรับปรุงแก้ไขสถานการณ์ดังกล่าวให้ถูกต้อง
5. บริษัทฯ จะแจ้งการดำเนินการ แก้ไข ปรับปรุง ข้อร้องเรียน ให้ผู้ร้องเรียนได้ทราบภายในระยะเวลาที่เหมาะสม
6. ในการพิจารณาเรื่องที่ได้รับร้องเรียน หากพบว่ามีบุคคลอื่นเป็นผู้ร่วมกระทำการสนับสนุนการกระทำ จ้างวาน หรือสั่งการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนด้วย ให้ถือว่าบุคคลอื่นนั้นเป็นผู้ถูกร้องเรียนด้วย
7. ผู้ให้ความร่วมมือในการตรวจสอบเรื่องร้องเรียน ได้แก่ กรรมการ พนักงาน หรือบุคคลภายนอกที่ได้รับการขอความร่วมมือจากคณะกรรมการตรวจสอบ ในการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง หรืออาจเกี่ยวข้องกับเรื่องร้องเรียน

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 และความเสียหายของผู้แจ้งร้องเรียนหรือเบาะแส แหล่งที่มาของข้อมูล หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่กรณีที่มีความจำเป็นในขั้นตอนการดำเนินการตามระเบียบนี้ หรือตามที่กฎหมายกำหนด หากมีการจงใจฝ่าฝืนนำข้อมูลออกไปเปิดเผย บริษัทฯ จะดำเนินการลงโทษทางวินัย และ/หรือ ดำเนินการทางกฎหมายกับผู้ที่ฝ่าฝืน แล้วแต่กรณี

3. บริษัทฯ จะไม่ยอมให้มีการกระทำใดๆ อันเป็นการตอบโต้พนักงานที่ร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแส และจะดำเนินการทางวินัยต่อบุคคลที่พบว่าได้กระทำการตอบโต้ดังกล่าว โดยบริษัทฯ จะดำเนินการตามขั้นตอนที่เหมาะสมเพื่อป้องกันมิให้สภาพแวดล้อมในการทำงานและ/หรือความสัมพันธ์ด้านการทำงานของพนักงานที่แสดงตนและแจ้งเบาะแสเพื่อประโยชน์ของบริษัทฯ โดยรวมได้รับผลกระทบ

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

ข้อร้องเรียนจากหน่วยงานรัฐหรือบุคคลภายนอก

เป้าหมาย

ไม่เกิน 5 กรณีต่อปี

ผลการดำเนินงาน

0 กรณี

ข้อร้องเรียนจากนักธุรกิจซัคเซสมอร์

เป้าหมาย

ไม่เกิน 0.03% ของจำนวนสมาชิก

ผลการดำเนินงาน

0.00008% ของจำนวนสมาชิก

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

ด้วยบริษัทฯ เห็นถึงความสำคัญของการต่อต้านการทุจริต และเพื่อสร้างมาตรฐานการประกอบธุรกิจอย่างโปร่งใสของบริษัทฯ ในปี 2563 บริษัทฯ ได้แสดงเจตนารมณ์เข้าร่วมกับโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนในการต่อต้านการทุจริต (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: “CAC”) จึงเห็นควรกำหนดนโยบายให้มีแนวปฏิบัติการต่อต้านคอร์รัปชั่น โดยกำหนดให้มีนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่นภายในองค์กร และหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ในเรื่อง “การต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชั่น และการให้หรือรับสินบน เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ” และ “การให้หรือรับของขวัญหรือผลประโยชน์อื่นใด” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันให้เกิดการต่อต้านการทุจริตในวงกว้าง ทั้งนี้ในปี 2564 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2564 เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564 มีมติอนุมัติแบบประเมินตนองเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชั่น เพื่อนำส่งให้คณะกรรมการ CAC เข้าสู่กระบวนการรับรอง และในปี 2565 ซึ่งบริษัทฯ ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย (CAC) และในอนาคตจะดำเนินการผลักดันให้บริษัทย่อย บริษัทคู่ค้า เข้ามาเป็นแนวร่วมในการต่อต้านคอร์รัปชั่นในลำดับต่อไป

ในปี 2566 คณะกรรมการบริษัทได้ทบทวน “แนวทางปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่น” เป็นลายลักษณ์อักษร และมีการจัดทำ “นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่นภายในองค์กร” (Anti-corruption Policy) และได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2566 เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2566 เพื่อใช้เป็นแนวทางให้บริษัทฯและบริษัทในเครือได้มีความตระหนักยึดมั่นการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงจรรยาบรรณทางธุรกิจของกลุ่มบริษัท ซึ่งเป็นการสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่บริษัทฯ โดยนโยบายดังกล่าวให้ขยายไปถึงตัวแทน คู่สัญญาหรือบุคคลใดที่กระทำการในนามของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

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

แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการกำกับดูแลและควบคุม เพื่อป้องกันและติดตามความเสี่ยงจากทุจริต

บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตโดยกำหนดให้มีแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการกำกับดูแลและควบคุมดูแลเพื่อป้องกันและติดตามความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน สรุปได้ดังนี้

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

2. จัดให้มีการตรวจสอบระบบงานภายในครอบคลุมกิจกรรมที่สำคัญของกลุ่มบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ เช่น การจัดซื้อจัดจ้าง การทำสัญญา เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่าระบบการควบคุมภายบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตรวจสอบการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามระเบียบวิธีปฏิบัติงาน กฎระเบียบ และปรับปรุงระบบการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. จัดให้มีระบบการควบคุมภายในซึ่งครอบคลุมด้านการเงิน การดำเนินการของกระบวนการทางบัญชี และการเก็บบันทึกข้อมูลรวมถึงกระบวนการอื่น ๆ ภายในกลุ่มบริษัทที่เกี่ยวข้องกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน และมีการสื่อสารผลการควบคุมภายในให้บุคลากรที่รับผิดชอบทราบ

4. จัดให้มีระเบียบปฏิบัติด้านอำนาจดำเนินการภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้

5. จัดให้มีช่องทางการรับแจ้งข้อมูล หรือข้อร้องเรียน การกระทำผิด การฝ่าฝืนกฎมาย ระเบียบ ข้อบังคับของบริษัท หรือข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยมีนโยบายการคุ้มครองผู้ให้ข้อมูล และเก็บรักษาข้อมูลเป็นความลับ รวมทั้งมีมาตรการในการตรวจสอบและกำหนดบทลงโทษทางวินัยของบริษัท

6. หัวหน้าส่วนงานที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบในการติดตามการปฏิบัติ การปรับปรุงแก้ไขบกพร่อง (ถ้ามี) และรายงานให้ผู้บังคับบัญชาตามสายงานทราบตามลำดับ

แนวทางในการติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทฯ กำหนดให้มีแนวทางการติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ดังนี้

1. กำหนดช่องทางการแจ้งเบาะแสข้อร้องเรียน การดำเนินการสืบสวนและบทลงโทษ และมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส เผยแพร่บนเว็บไซต์บริษัทฯ และสื่อสารให้พนักงานทุกระดับรับทราบ
2. กำหนดให้คณะกรรมการตรวจสอบสอบทานโอกาสที่จะเกิดการทุจริตในธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันของบริษัท และสอบทานให้บริษัทฯ มีระบบการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ที่เหมาะสมและมีประสิทธิผล และรายงานให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบ
3. ให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนถือปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด และถือเป็นเงื่อนไขหนึ่งของการว่าจ้าง หากผู้ใดละเมิดจะได้รับการพิจารณาโทษตามระเบียบบริษัท และโทษตามที่กฎหมายกำหนด (ถ้ามี)

ในปี 2566 ไม่พบการกระทำผิดเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัทฯ

การฝึกอบรมและการสื่อสาร

บริษัทฯ สื่อสารนโยบายและมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมทั้งช่องทางการแจ้งข้อมูล ข้อร้องเรียน บทลงโทษ หรือข้อเสนอแนะ ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของกลุ่มบริษัทผ่านทางช่องทางต่างๆ เช่น การปฐมนิเทศกรรมการและพนักงาน ระบบอินเตอร์เน็ต เว็บไซต์ของบริษัทฯ และรายงานประจำปี เป็นต้น เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและนำนโยบายไปปฏิบัติ

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้จัดทำหลักสูตรเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยกำหนดให้พนักงานทุกคนต้องอบรมและทดสอบความรู้ ความเข้าใจแนวปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน นโยบายของขวัญและการเลี้ยงรับรอง และพนักงานทุกคนที่เข้าอบรมต้องจัดทำแบบประเมินการฝึกอบรมหลักสูตร “มาตรการต่อต้านคอร์รัปชันและแนวทางปฏิบัติ” เพื่อให้ทราบถึงความเข้าใจของพนักงาน โดยหัวข้อดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งในหัวข้อการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ทุกคน โดยพนักงานของบริษัทฯ ได้ลงนามรับทราบและผ่านการอบรมครบทุกคนในอัตราร้อยละ 100

การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในเรื่องอื่นๆ

ในปี 2566 บริษัทฯได้รับคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ 5 ดาว”ดีเลิศ” จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ประจำปี 2566 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จัดโดย สมาคมส่งเสริมกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัทฯได้รับคะแนนการประเมินเต็ม 100 คะแนนจากผลการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2566 (AGM Checklist) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย

5.3. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ดี ครอบคลุม การส่งเสริมความโปร่งใสในการบริหารจัดการคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงส่งเสริมส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า เพื่อให้คู่ค้าสามารถส่งมอบความรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาวให้กิจการ หากบริษัทฯ มีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ไม่มีประสิทธิภาพ อาจเกิดความเสี่ยงในการหยุดชะงักของธุรกิจ ทำให้การส่งมอบสินค้าไปยังผู้บริโภคเกิดความล่าช้า ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ และอาจทำให้เกิดต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมที่สูงขึ้นจากความคาดหวังของสังคม และนักลงทุน

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- *คู่ค้าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของคู่ค้าทั้งหมด ทำการลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าในปี 2567*
- *คู่ค้าปัจจุบันทั้งหมด (ร้อยละ 100) ได้รับการ On-site ESG Audit*

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ มอบหมายให้ฝ่ายจัดซื้อ คลังสินค้า และฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นผู้รับผิดชอบใน การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ โดยทำหน้าที่ดูแลการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน พัฒนานโยบายและแนวปฏิบัติของบริษัทฯ ให้สอดคล้อง กับมาตรฐานสากลและมาตรฐานจริยธรรม ตลอดจนดำเนินการจัดทำและเผยแพร่คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) เพื่อสื่อสารเจตนารมณ์ของบริษัทฯ ที่จะดำเนินการอย่างมีคุณธรรม โปร่งใส และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงได้มีการตรวจติดตามการปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) และการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนกับคู่ค้าปัจจุบันของบริษัทฯ

แผนการดำเนินงานหรือโครงการดำเนินงาน

- แผนงานที่ 1 จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานและจรรยาบรรณคู่ค้าเพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน
- แผนงานที่ 2 จัดอบรมให้ความรู้คู่ค้าและการปฏิบัติในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน
- แผนงานที่ 3 พัฒนาระบบตรวจประเมินคู่ค้า ด้านความยั่งยืน

ผลดำเนินงานปี 2566

หัวข้อ	เป้าหมายปี 2566	ผลการดำเนินงานปี 2566
การจัดทำจรรยาบรรณคู่ค้าทางธุรกิจ	จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้า	ดำเนินการเสร็จตามเป้าหมาย
การประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนกับคู่ค้าปัจจุบันของบริษัทฯ	ดำเนินการประเมิน	อยู่ในระหว่างดำเนินการ

บริษัทฯ มีการจัดทำจรรยาบรรณคู่ค้าทางธุรกิจ (Code of Conduct for Business Partners) ที่มุ่งเน้นเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจการปฏิบัติต่อแรงงานตามหลักสิทธิมนุษยชน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ความต่อเนื่องทางธุรกิจและความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้คู่ค้ายึดถือเป็นแนวปฏิบัติ และนำไปสู่การประยุกต์ใช้กับคู่ค้าตามความเหมาะสม โดยในปี 2566 บริษัทฯ มีการสื่อสารจรรยาบรรณคู่ค้าที่จัดทำขึ้นเพื่อให้คู่ค้าทราบและเข้าใจตรงกัน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

หลักการของจรรยาบรรณคู่ค้าทางธุรกิจ (Code of Conduct for Business Partners)

1. จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ

1.1. การประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส และเป็นธรรม

คู่ค้าต้องดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักการของความถูกต้อง ซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความถูกต้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยคู่ค้าต้องเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องตามที่กฎหมายกำหนดอย่างถูกต้องและครบถ้วน และพร้อมที่จะอนุญาตให้บริษัทหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าตรวจสอบคุณภาพของการผลิต คุณภาพของสินค้าหรือคุณภาพของการบริการ

1.2. การสนับสนุนการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

คู่ค้าต้องไม่กำหนดราคาหรือสร้างความได้เปรียบด้านราคาในการแข่งขันทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรมและไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่ถูกต้องหรือไม่สุจริต โดยคู่ค้าต้องปฏิบัติต่อคู่แข่งขันทางการค้าภายใต้หลักปฏิบัติการแข่งขันทางการค้าด้วยความเป็นธรรม

1.3. การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

คู่ค้าต้องไม่เรียกรับหรือให้หรือรับว่าจะให้ซึ่งทรัพย์สิน ของขวัญ เงิน หรือผลประโยชน์อื่นๆ ให้แก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ทางการค้ากับบริษัทฯ และไม่เกี่ยวข้องกับการติดสินบนไม่ว่าจะเป็นการติดสินบนด้วยเงิน ทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์ใด ๆ ก็ตามที่เป็นการส่งผลต่อผลประโยชน์ของคู่ค้า บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้า

1.4. ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

คู่ค้าต้องไม่แสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบหรือเอื้อประโยชน์แก่บุคคล ตลอดถึงการแสวงหาผลประโยชน์จากความสัมพันธ์อันใกล้ชิดกับกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานบริษัทหรือจากตำแหน่งหน้าที่และโอกาสต่าง ๆ จากการที่ได้ปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงานของบริษัทฯ

1.5. ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

คู่ค้าต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลทางการค้าที่เป็นความลับของบริษัทฯ รวมถึงไม่นำข้อมูลของบริษัทฯ มาใช้เพื่อผลประโยชน์ของตนเองหรือบุคคลอื่นใด

1.6. การไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

คู่ค้าต้องไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาต่างๆ ของบุคคลอื่น

2. แรงงานและสิทธิมนุษยชน

2.1. การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและหลักสิทธิมนุษยชน

คู่ค้าต้องดำเนินธุรกิจโดยไม่มีการบังคับขู่เข็ญ การทำร้ายร่างกาย การกักขัง การค้ามนุษย์ การล่วงละเมิดทางเพศ และการใช้ความรุนแรงใดๆ กับการใช้แรงงานในทุกรูปแบบ รวมถึงต้องไม่มีการใช้แรงงานเด็กที่อายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดและต้องไม่มีการใช้แรงงานที่ผิดกฎหมาย ในกรณีที่เป็นแรงงานต่างด้าวหรือแรงงานที่อพยพมาจากต่างประเทศ คู่ค้าต้องดำเนินการขออนุญาตและลงทะเบียนการว่าจ้างนั้น ต่อหน่วยงานรัฐให้ถูกต้องตามกฎหมาย

2.2. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเท่าเทียม

คู่ค้าต้องส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกเรื่องสิทธิมนุษยชน โดยไม่เลือกปฏิบัติจากความแตกต่างทางเชื้อชาติ สัญชาติ เพศสภาพ อายุ สีผิว ศาสนา ถิ่นกำเนิด สถานะการสมรส สภาพร่างกาย การแสดงออกทางความคิด และสถานะทางสังคม

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. คู่ค้าต้องควบคุมและเลี่ยงการใช้วัตถุดิบและสารเคมีที่มีอันตรายและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือถูกจำกัดการใช้ในเชิงกฎหมาย ทั้งนี้หากกระบวนการผลิตจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบหรือสารเคมีที่อันตราย คู่ค้าจะต้องมีมาตรการป้องกันและลดผลกระทบตามที่ระบุในข้อ 4.2

4.4. คู่ค้าต้องมีการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงาน และ บุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้า

5. ความต่อเนื่องทางธุรกิจ

5.1. คู่ค้าต้องมีแผนงานประเมินความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน กิจกรรมการผลิต รวมถึงความเสี่ยงอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความสามารถในการผลิต การส่งมอบสินค้าและบริการอื่น ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจและวางแผนรองรับที่เหมาะสมตามสถานการณ์

5.2. คู่ค้าต้องรายงานให้ทางบริษัทฯ รับทราบ ในกรณีที่เกิดสถานการณ์ฉุกเฉินที่ส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า

6. ความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจ

6.1. คู่ค้าต้องส่งเสริมบุคคลอื่นหรือคู่ค้าอื่น ๆ ของตนเองให้ปฏิบัติตามหลักการที่กำหนดไว้ในหลักจรรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจฉบับนี้ เพื่อเป็นมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน

ทั้งนี้ทางบริษัทฯ จะมีการประเมินและคัดกรองคู่ค้าเพื่อลงนามความร่วมมือให้แล้วเสร็จภายในปี 2567

5.4. การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงภายใต้การเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของธุรกิจ อาทิเช่น ความผันผวนทางเศรษฐกิจ วิกฤตค่าครองชีพ การแพร่กระจายของโรคระบาด สถานการณ์ความไม่แน่นอนของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจเครือข่าย ซึ่งอาจส่งผลกระทบให้ธุรกิจต้องเผชิญความเสี่ยงและปัญหาสภาพคล่องทางการเงินเพิ่มขึ้น และอาจจะถึงขั้นทำให้ธุรกิจไปต่อไม่ได้ หากไม่มีแนวทางบริหารจัดการเรื่องดังกล่าวที่ดีและมีประสิทธิภาพเพียงพอ ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการให้ธุรกิจมีกระแสเงินสดเพียงพอที่จะดำเนินธุรกิจได้ต่อเนื่อง ราบรื่น โดยไม่เกิดปัญหาใด ๆ ตามมา กล่าวคือ มีเงินสดสำหรับจ่ายค่าแรงให้พนักงาน จ่ายค่าคอมมิชชั่นให้แก่สมาชิก จ่ายเงินต้นและดอกเบี้ยให้เจ้าหนี้ รวมถึงค่าวัตถุดิบ และต้นทุนอื่นที่ใช้ดำเนินธุรกิจ เพราะหากวันใด กิจการไม่มีกระแสเงินสดเพียงพอสำหรับค่าใช้จ่าย ไม่เพียงแต่จะกระทบถึงงานที่จะแล้วเสร็จ ยังกระทบต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อของกิจการอีกด้วย

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- *รักษาอัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงินให้ได้อย่างน้อย 1 เท่า*
- *มีแหล่งเงินทุนสำรองฉุกเฉินอย่างน้อย 1 แหล่ง*
- *บริหารลูกหนี้คงค้างไม่ให้เกินร้อยละ 70 ของหนี้สินรวมทั้งหมด*

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

1. มีฝ่ายงานที่ประเมินกระแสเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด รวมถึงวิเคราะห์สภาพคล่องของบริษัทฯ เพื่อบริหารและจัดการให้เงินทุนที่ใช้ในธุรกิจเพียงพอสำหรับการดำเนินกิจการและสามารถดำเนินธุรกิจไปได้โดนไม่หยุดชะงัก

2. บริหารเงินลงทุนให้มีประสิทธิภาพเป็นไปตามแผนการลงทุนของบริษัทฯ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยจัดหาแหล่งเงินทุน เช่น วงเงินกู้เบิกเกินบัญชี (Overdraft - OD) กับธนาคารอย่างน้อยสองแห่งไว้สำหรับสำรองสภาพคล่องของบริษัทฯ ในช่วงระยะสั้น รวมถึงการมีเงินลงทุนอยู่ในตราสารหนี้ระยะสั้นที่สามารถขายได้ตลอดเวลาเมื่อมีความจำเป็นต้องใช้เงินหมุนเวียนในธุรกิจ รวมถึงจัดหาแหล่งเงินทุนให้เพียงพอที่จะรองรับการลงทุน เช่นการออกหุ้นกู้

3. พิจารณาอนุมัตินโยบายการคัดเลือกและแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้าและแนวทางปฏิบัติสำหรับการติดตามลูกหนี้การค้าและการป้องกันลูกหนี้การค้าเกินกำหนดชำระ ดังนี้

- คัดเลือกตัวแทนจำหน่ายสินค้า โดยจะพิจารณาประเทศที่มีกฎหมายเรื่องการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจขายตรงที่ชัดเจนไม่คลุมเครือเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นตามมาในอนาคต
- พิจารณาสถานะทางการเงินและเครดิตทางการค้าของตัวแทนจำหน่ายอย่างละเอียดถี่ถ้วน ทั้งในส่วนของงบการเงินของตัวแทน ประวัติในการประกอบธุรกิจต่าง ๆประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจเครือข่าย

- พิจารณาจำกัดวงเงินการซื้อสินค้าด้วยเงินเชื่อ เพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการผิดนัดชำระหนี้ของตัวแทนจำหน่ายสินค้า โดยจะพิจารณาตามแต่ละประเทศเพื่อกำหนดวงเงินที่เหมาะสม กับสถานการณ์ ยอดขายสินค้า และสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจของตัวแทนจำหน่าย

แผนการดำเนินงานหรือโครงการดำเนินงาน

1. จัดทำรายงานการควบคุมรายได้ ค่าใช้จ่าย รวมถึงการบริหารสภาพคล่องทางการเงินให้กับผู้บริหารได้อย่างถูกต้อง ทันเวลาเพื่อการวางแผนทางกลยุทธ์และการตัดสินใจ

2. จัดทำแนวทางปฏิบัติสำหรับการติดตามลูกหนี้การค้าและการป้องกันลูกหนี้เกินกำหนดชำระซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- พิจารณาแต่งตั้งคณะทำงานติดตามหนี้สำหรับตัวแทนจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ และทีมที่ปรึกษาเพื่อติดตามยอดลูกหนี้การค้าและรายได้ค้างรับจากตัวแทนจำหน่าย รายงานสถานะยอดลูกหนี้การค้าให้เป็นปัจจุบัน คอยเตือนและทวงถามยอดลูกหนี้การค้าที่ใกล้ครบกำหนดชำระ และดำเนินการให้ทีมผู้บริหารระดับสูงให้คำแนะนำและดูแลอย่างใกล้ชิด รวมถึงลงพื้นที่เพื่อติดตามหนี้ในกรณีที่ใกล้กำหนดชำระและได้ติดตามทวงถามแล้ว

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

ผลดำเนินงานปี 2566

หัวข้อ	เป้าหมาย ปี 2566	ผลการดำเนินงาน ปี 2566
อัตราส่วนสภาพคล่อง	อย่างน้อย 1 เท่า	4.07 เท่า
แหล่งเงินทุนสำรองฉุกเฉิน	อย่างน้อย 1 แหล่ง	มีวงเงินกู้เบิกเกินบัญชีหรือ OD กับธนาคารสองแห่ง
การบริหารลูกหนี้คงค้าง	ไม่เกินร้อยละ 70 ของหนี้สินรวม	46%

5.5. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของบริษัทฯ เนื่องด้วยลูกค้าถือเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินกิจการ การได้รับการสนับสนุนจากลูกค้าถือเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งประการหนึ่งที่ทำให้องค์กรมีความก้าวหน้าและเติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นบริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการรับฟังความคิดเห็นตลอดจนดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำทุกปีเพื่อให้เกิดการพัฒนาการบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยข้อเสนอแนะที่ได้รับจากลูกค้า บริษัทฯ จะนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการทำงาน รวมถึงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าโดยคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

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

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ มีนโยบายในการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจบริษัทฯ ด้วยการปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า โดยมีแนวทางปฏิบัติการจัดการด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐาน พรบ.คุ้มครองผู้บริโภค 2541 (สคบ.) / อย. และมาตรฐานสากล ISO 9001:2015 โดยมีฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ และฝ่ายทรัพยากรบุคคลเป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งทางองค์กรมีแนวทางการปฏิบัติดังนี้

1. จัดอบรมให้ความรู้ผลิตภัณฑ์และการให้บริการแก่พนักงานเพื่อสามารถแนะนำสินค้าและบริการให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวมถึงมีการประเมินพนักงานหลังจากฝึกอบรม

2. บริษัทฯ มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้สินค้าและบริการของบริษัทฯ ผ่านช่องทางการรับฟังความคิดเห็นของบริษัทฯ ที่หลากหลาย โดยบริษัทฯ มีการทำแบบสอบถามความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ทั้งก่อน-หลังออกผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับทุกผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า เพื่อนำผลการตอบกลับ มาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการต่อไปในอนาคต โดยผ่านช่องทาง

a. Line Official Account Group
b. สาขาทั่วประเทศ
c. งานอีเว้นท์ต่างๆของบริษัท เช่นงานอบรม สัมนา งานเปิดตัวสินค้า
d. วาระการประชุมรายเดือนสำหรับนักธุรกิจ เป็นการประชุมระหว่าง CEO หน่วยงานภายในกับนัก

ธุรกิจซัคเซสมอร์ เพื่อเป็นการให้นักธุรกิจซัคเซสมอร์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์และลูกค้ามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอข้อแนะนำต่าง ๆ

3. บริษัทฯ มีแผนกลูกค้าสัมพันธ์ที่ลูกค้าสามารถปรึกษา หรือขอข้อมูลคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า รวมทั้งส่งความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยบริษัทฯ จะรวบรวมนำความคิดเห็น โดยข้อเสนอแนะที่ได้รับจากลูกค้า บริษัทฯ จะนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการทำงาน รวมถึงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

4. บริษัทฯ มีการจัดทำแผนการปฏิบัติงานเมื่อมีการตรวจพบปัญหาที่ทำให้ต้องเรียกคืนผลิตภัณฑ์

แผนการดำเนินงาน

- บริษัทฯ มีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับ 8 ผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ให้กับฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องทั้งในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายงานขาย การตลาด ลูกค้าสัมพันธ์ และส่วนงานสาขาโดยจะมีการประเมินความรู้หลังอบรม นอกจากนี้ยังจัดให้มีช่วงเวลาในการนำเสนอรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบ คุณประโยชน์ และวิธีการใช้ในการประชุม Town Hall ที่มีขึ้นในทุก ๆ เดือน เพื่อให้พนักงานทุกคนทุกส่วนงานมีความรู้ความเข้าใจและสามารถตอบคำถามลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
- บริษัทฯ มีการทำแบบสำรวจความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ทั้งก่อน -หลังออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในปี 2566 ทั้งหมด 8 ผลิตภัณฑ์ ในหัวข้อ คุณภาพของสินค้า บรรจุภัณฑ์ของสินค้า ความสะดวกในการใช้งาน ราคาในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย เพื่อนำผลการตอบกลับ มาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการต่อไปในอนาคต
- จัดกิจกรรมสร้างความผูกพันและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและบริษัทฯ อาทิ เช่น การจัดกิจกรรม S MONE' ชวนรีวิว เพื่อให้ลูกค้าได้มาบอกเล่าประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อที่บริษัทฯ จะได้นำไปเป็นข้อมูลในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่จะมาตอบสนองความต้องการของลูกค้าต่อไปในอนาคต

ผลดำเนินงาน

- *บริษัทมีการจัดอบรมให้ความรู้ผลิตภัณฑ์และการให้บริการแก่พนักงาน โดยมีพนักงานเข้าร่วมเป็นจำนวน 90 คน และมีผลการประเมินการฝึกอบรบอยู่ที่ 80%*
- *ผลจำนวนการถูกฟ้องร้อง หรือการถูกปรับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล 0 กรณี*
- *ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าทั้งก่อน-หลังออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งหมด 8 ผลิตภัณฑ์ ในหัวข้อด้านคุณภาพของสินค้า บรรจุภัณฑ์ของสินค้า ความสะดวกในการใช้งาน ราคาในการจัดจำหน่าย และสื่อส่งเสริมการขาย พบว่าผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในทุกผลิตภัณฑ์มากกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไปทุกรายการสินค้า*

ในปี 2566 พบปัญหาสินค้าที่เกิดจากการผลิตทั้งหมด 3 รายการคือ กาแฟ Arabica, Phytovy LIV และ Nutriga Surin ซึ่งทางฝ่ายคลังสินค้าดำเนินการติดต่อกับเจ้าหน้าที่สาขาและโรงงานผู้ผลิตเพื่อทำการเรียกคืนผลิตภัณฑ์จากสาขาทั่วประเทศ จากนั้นส่งเคลมสินค้าในรอบการผลิตนั้นกับทางโรงงาน

5.6. นวัตกรรมและเทคโนโลยี

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการนวัตกรรม และนำนวัตกรรมมาเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนองค์กร โดยสนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และผลักดันให้มีการใช้เทคโนโลยีและระบบดิจิทัลเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และพัฒนาแพลตฟอร์มระบบสารสนเทศต่อลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้สามารถตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงทั้งในปัจจุบันและอนาคตไปจนถึงเพิ่มขีดจำกัดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรให้สูงขึ้นอีกด้วย

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- *จำนวนเหตุการณ์ร้องเรียนปัญหาการใช้งานแพลตฟอร์มจากลูกค้าไม่เกินร้อยละ 0.50 ของเคสทั้งหมดที่เกิดขึ้น*
- *ปริมาณการใช้งานแพลตฟอร์มเทคโนโลยีสารสนเทศจากลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 25*
- *พนักงานในองค์กรรับทราบถึงระบบสารสนเทศและมีการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 50*
- *พนักงานและลูกค้ารับทราบนโยบายการใช้งานแพลตฟอร์ม และ นวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 80*
- *จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมระดับองค์กรให้แล้วเสร็จในปี 2567*

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

1. ในการออกแบบสร้างนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสิ่งที่สำคัญที่สุดต้องคำนึงถึงนโยบายการเข้าถึงข้อมูลและระบบสารสนเทศของบริษัท (IT Policy) นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามหลัก PDPA ไปจนถึงนโยบายการตรวจสอบประจำปีจากหน่วยงานภายใน และภายนอก และต้องมีมาตรฐานการดำเนินงานพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีตามหลัก Software Requirements Specification (SRS) ทั้งนี้บริษัทฯ มีนโยบายด้านระบบสารสนเทศและการคุ้มครองข้อมูลสารสนเทศ (IT Policy) ที่ประกาศใช้อย่างเป็นทางการโดยการอนุมัติจากผู้บริหาร ซึ่งเป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 และพระราชบัญญัติการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ พ.ศ. 2562 รวมถึงอยู่ภายใต้ระเบียบการปฏิบัติตามกระบวนการทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Procedure) ของบริษัทฯ ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวจะควบคุมทั้งในเรื่องค่าใช้จ่าย ความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมถึงความต้องการที่ตรงต่อการสร้างสรรค์ โดยมีฝ่ายที่เกี่ยวข้องคือ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และผู้ให้บริการด้านการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี (Supplier)

2. ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านงานวิจัยต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำแนวโน้มมาพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ตลอดจนมีการจัดทำแบบสอบถามความต้องการสินค้าใหม่ผ่านทางช่องทาง Line Official Account และงานกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทฯ อาทิเช่น งานเปิดตัวสินค้า งานอบรมสัมมนาสำหรับนักธุรกิจซัคเซสมอร์ เพื่อนำความต้องการของผู้บริโภคมาต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการร่วมมือกับบริษัทคู่ค้าในการนำวัตถุดิบ และสารสกัดใหม่ ๆ ที่มีงานวิจัยรับรองมาสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้ และสามารถสร้างยอดขายให้บริษัทฯ ได้มากขึ้น

แผนการดำเนินงาน

โครงการที่ 1 จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมระดับองค์กร

1. ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในระดับบุคคล ระดับจัดการ และคณะทำงานในการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ให้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และสร้างสรรค์รูปแบบธุรกิจใหม่ให้แก่องค์กร

2. ส่งเสริมการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการสนับสนุนการดำเนินงานในทุกกระบวนการเพื่อเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจองค์กรควบคู่ไปกับการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

3. ผู้บริหารทุกระดับมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการผลักดันและมีส่วนรวมต่อการสร้างนวัตกรรมและวัฒนธรรมขององค์กร ด้วยการเปิดกว้างในสร้างความร่วมมือด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระหว่างองค์กรเพื่อต่อยอดธุรกิจขององค์กร

4. จัดให้มีการสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรอื่นๆ เพื่อการพัฒนานวัตกรรมทั้งในระยะสั้นและระยาวอย่างเหมาะสม

5. ใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ วางแผน และตัดสินใจ รวมถึงให้ความสำคัญกับการจัดการองค์ความรู้ ด้านนวัตกรรม เพื่อนำไปใช้แบ่งปันความรู้ภายในองค์กร และนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการให้ตอบสนอง ความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

6. กำหนดให้มีการพัฒนาระบบบริหารจัดการนวัตกรรมโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้พนักงาน เข้าถึงองค์ความรู้ได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว

7. จัดให้มีกระบวนการกำกับดูแลที่สามารถติดตาม ทบทวนและให้ความเห็น รวมถึงพิจารณาแต่ละขั้นตอนอย่างมีประสิทธิผล เพื่อทำให้มั่นใจว่าจะได้นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการทำงานใหม่ที่สร้างมูลค่าต่อธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าต่อลูกค้าและผู้เกี่ยวข้อง

โครงการที่ 2 พัฒนาแพลตฟอร์มและเสริมสร้างความปลอดภัยในการให้บริการ

โดยในปัจจุบันมีการพัฒนาแพลตฟอร์มในหลากหลายรูปแบบทั้งใน Web Application และ Mobile Application โดยโครงการนี้จะเน้นการสร้างกระบวนการและกระตุ้นการใช้งานแพลตฟอร์มทั้งภายในและภายนอก โดยแพลตฟอร์มภายใน ก็คือ การใช้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีในการดำเนินการในหน่วยงานภายในองค์กร โดยทางบริษัทฯ มีการกระตุ้นให้พนักงานในองค์กรใช้เทคโนโลยีในการทำงานมากขึ้น เพื่อลดปัญหาการสูญหายของข้อมูล และระยะเวลาสำหรับแพลตฟอร์มภายนอกก็คือ การให้บริการด้านเทคโนโลยีกับลูกค้า / สมาชิก ในด้านการซื้อ – ขายสินค้ารวมถึงการตรวจสอบข้อมูลสารสนเทศของตนเอง รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของบริษัทฯ ดังนั้นการให้บริการแพลตฟอร์มหรือนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีต้องมีความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลโดยผ่านการตรวจสอบทางผู้ตรวจสอบภายใน รวมถึงจำนวนเหตุการณ์ร้องเรียนปัญหาการใช้งานแพลตฟอร์มจากลูกค้าต้องไม่เกิดขึ้นและปริมาณการใช้งานแพลตฟอร์มเทคโนโลยีสารสนเทศจากลูกค้าต้องมีการเพิ่มมากขึ้น

ผลดำเนินงาน

ในปี 2566 มีการพัฒนานวัตกรรมด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อลูกค้าโดยใช้แพลตฟอร์ม Line CRM เข้ามาช่วยกระตุ้นการใช้งานและสร้างชุมชน (Community) บนไลน์เพื่อเชื่อมต่อลูกค้ากับบริษัทฯ ซึ่งมีการเปิดตัวในเดือนตุลาคม 2566 โดยมียอดผู้ใช้งานทั้งหมด 2,436 คนจากสมาชิกที่มีสถานะเคลื่อนไหว (Active) ทั้งหมด 12,331 คน โดยเทียบเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.76 ของสมาชิกที่มีสถานะเคลื่อนไหว (Active) เทียบเป็นยอดขายที่ได้จาก CRM ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2566 ถึง พฤศจิกายน 2566 มียอดขายประมาณ 46,544,375 บาท เฉลี่ยการซื้อต่อคนเป็น 19,106.89 บาท โดยมีการใช้ข้อมูลจากการทำ CRM มาทำกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่องผ่านกระบวนการ Customer Data Platform (CDP)

หัวข้อ	เป้าหมาย ปี 2566	ผลการดำเนินงาน ปี 2566
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 2566 มีจำนวนลูกค้าเข้าถึงแพลตฟอร์ม 49,329 ราย เทียบสัดส่วนลูกค้าทั้งหมดเป็นร้อยละ 6.87 ทั้งนี้แผนงานดำเนินการของปี 2567 จะมีแผนการดำเนินการเพิ่มปริมาณการใช้แพลต์ฟอร์มเทคโนโลยีสารสนเทศจากลูกค้าให้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25 เพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการ Digital Transformation โดยจะใช้หลักการของการเจาะกลุ่มลูกค้าและสร้างแรงกระตุ้นการใช้งานผ่านกระบวนการ CRM Platform
3. พนักงานในองค์กรรับทราบถึงระบบสารสนเทศและมีการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน	พนักงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 รับทราบนโยบายเทคโนโลยีและการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศในการปฏิบัติงาน	พนักงานในองค์กรมีการรับทราบนโยบายด้านเทคโนโลยี และการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศร้อยละ 100 จากการประกาศใช้และการอบรมจากฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้แผนงานในปี 2567 จะมีการสร้างการตระหนักรู้ถึงประโยชน์และโทษของเทคโนโลยีเพื่อให้พนักงานในองค์กรไม่กระทำผิดต่อองค์กรและตนเอง ผ่านการอบรมและการทำกิจกรรมโดยวัดผลจากการทำแบบทดสอบโดยผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมภายในปี 2567 ต้องมีร้อยละ 50 ของจำนวนพนักงานในองค์กร และต้องได้คะแนนการทดสอบร้อยละ 75 ขึ้นไป
4. พนักงานและลูกค้ารับทราบนโยบายการใช้งานแพลตฟอร์ม และนวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	- ลูกค้ารับทราบนโยบายการใช้งานแพลตฟอร์มร้อยละ 100 จากกระบวนการสร้าง Consent ให้ลูกค้ายอมรับถึงการใช้งานและการให้สิทธิ์การเข้าถึง - พนักงานรับทราบนโยบายด้านการใช้งานแพลตฟอร์มร้อยละ 100 ผ่านกระบวนการสร้างขั้นตอนการขอใช้งานแพลตฟอร์มตามความประสงค์ของพนักงาน และมีมาตราการให้สิทธิ์การเข้าถึงตาม IT Policy พร้อมแจ้งนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้รับทราบ ก่อนเริ่มงานจริง

5.7. การรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

ในปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในการทำธุรกรรมทางการเงิน และ การซื้อขายไปจนถึงกิจกรรมทางการตลาด จึงทำให้ต้องมีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลในส่วนของ และลูกค้าสมาชิก ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงต้องดำเนินการจัดทำนโยบายด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อป้องกันเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์ รวมถึงมาตราการและนโยบายด้านความปลอดภัยตลอดจนการตอบสนองและจัดการเหตุการณ์ร้ายแรงด้านความปลอดภัยของข้อมูลได้อย่างเหมาะสม โดยลดผลกระทบที่เกิดขึ้นดังนี้ ระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลต้องเป็นไปตามนโยบายของบริษัทฯ และ สร้างความมั่นใจในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- *จำนวนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ เช่น ISO 27001 หรือมาตรฐานอื่น ๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10*
- *มีพนักงานที่ได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลอย่างน้อยร้อยละ 50 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และต้องได้คะแนนประเมินความรู้มากกว่า 75 คะแนนถึงจะผ่านการอบรม*
- *จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่บริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์ไม่เกิน 3 ครั้งต่อปี*
- *จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหลไม่เกิน 3 ครั้งต่อปี*
- *จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภคไม่เกิน 3 กรณีต่อปี*
- *จำนวนเหตุการณ์การร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูล ที่ได้รับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่เกิน 5 กรณีต่อปี*
- *ต้องไม่มีความเสี่ยงจากหน่วยงาน IT Security*
- *การรับรู้ของพนักงานในองค์กรถึงความเสี่ยงและนโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมด*
- *การรับรู้ถึงนโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและช่องทางที่เกี่ยวข้องในการแจ้งปัญหาของลูกค้าไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมด*
- *ผลการตรวจสอบจาก Internal Audit ต้องมีผลการประเมินไม่ต่ำกว่าร้อยละ 65*
- *แพลตฟอร์มในด้านการบริการต้องมีความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลโดยผ่านการตรวจสอบทางผู้ตรวจสอบภายในร้อยละ 100*

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศได้พัฒนาอย่างรวดเร็วและได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ขณะที่ภัยคุกคามไซเบอร์นับเป็นประเด็นที่สำคัญ และท้าทายขององค์กรทั่วโลกทั้งในระดับประเทศ และระดับสากล การละเลยด้านความปลอดภัยด้านไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลไม่เพียงแต่จะอาจส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย และความเชื่อมั่นต่อบริษัทฯ แต่อาจกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความปลอดภัยไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จึงได้วางแนวทาง และกรอบการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อภัยคุกคามทางไซเบอร์ และทางสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนกู้คืนระบบให้กลับมาดำเนินการตามปกติได้อย่างยั่งยืน

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

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีนโยบายและแผนการตรวจสอบประจำปีจากหน่วยงานตรวจสอบภายในและภายนอก นโยบายด้าน Cyber Security โดยมีมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการรับรองคือ นโยบายด้านระบบสารสนเทศและการคุ้มครองข้อมูลสารสนเทศ (IT Policy) ของบริษัทฯ ที่มีการประกาศใช้อย่างเป็นทางการโดยรับรองจากผู้บริหาร, พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 และ พระราชบัญญัติการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ พ.ศ. 2562 โดยมีผู้รับผิดชอบดังนี้ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ, หน่วยงานตรวจสอบภายในและภายนอก (IT Audit) และฝ่ายกฎหมาย

แผนการดำเนินงานหรือโครงการดำเนินงาน

1. ทางฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศจะทำการจัดอบรมให้ความรู้ทางด้านความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศให้กับพนักงานทั้งหมดในองค์กรและมีการทำแบบทดสอบโดยจะวัดคะแนนความเข้าใจจากการทำแบบทดสอบอย่างน้อยต้องได้คะแนน > ร้อยละ 65 ขึ้นไป รวมถึงจัดทำการขออนุมัติการยินยอมการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล (Consent) กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย อาทิเช่น พนักงาน และ นักธุรกิจ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Web Application และ Mobile Application รวมถึงจัดทำช่องทางการร้องเรียนให้กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในด้านข้อมูลส่วนบุคคลในด้านการขอยกเลิก เปลี่ยนแปลง หรือ ร้องเรียนปัญหาที่เกิดขึ้นโดยจะมีเกณฑ์การวัดผลการร้องเรียนปัญหาดังกล่าวให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่กำหนด รวมถึงมีการจัดตั้งทีมคณะกรรมการตรวจสอบ (CPO) ในการตรวจสอบข้อร้องเรียนที่ได้รับจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนั้นทางบริษัทฯ ยังมีแผนการดำเนินการตรวจสอบประจำปีจากหน่วยงานการตรวจสอบทั้งภายในและภายนอก เพื่อประเมินความเสี่ยงทางด้านระบบสารสนเทศและข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงมีการจัดทำนโยบายด้าน Cyber Security

2. แผนงานการขอรับรอง ISO 27001 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและมาตรฐานที่ผ่านการรับรองในระดับสากล

3. แผนงานในอนาคตจะมีการทำ Data Masking บนแพลตฟอร์ม ทั้ง Web Application และ Mobile Application เพื่อเพิ่มการป้องกันการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศเพื่อสร้างความมั่นใจกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียนอกจากนี้บริษัทฯ อยู่ระหว่างการจัดทำแผนงานซึ่งจะแล้วเสร็จในปี 2567 โดยมีแผนงานดังนี้

- อบรมนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้าน Cyber Security
- ทำแบบทดสอบ Pre-test / Post-test
- Upload เนื้อหาและแนวทางการปฏิบัติลงบน Website Company

4. จัดจ้างหน่วยงานที่ได้รับใบรับรอง ISO 27001 ให้ทำการตรวจสอบโครงสร้างและควบคุมการปรับเปลี่ยนจัดทำเอกสารและยื่นเรื่องการรับรอง ISO 27001

ผลดำเนินงานปี 2566

หัวข้อ	เป้าหมายปี 2566	ผลการดำเนินงานปี 2566
1. ร้อยละของจำนวนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ เช่น ISO 27001 หรือมาตรฐานอื่น ๆ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10	อยู่ระหว่างการจัดทำแผนการดำเนินการเพื่อรับการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ ISO 27001 จะแล้วเสร็จภายในปี 2567
2. พนักงานที่ได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	มีผู้เข้าอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ50 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และต้องได้คะแนนประเมินความรู้มากกว่า 75 คะแนน	มีพนักงานทั่วไปเข้าอบรมในหัวข้อ Cyber Security ผ่านระบบ Online และผ่านเกณฑ์การประเมินร้อยละ 50 ของพนักงานทั้งหมด
3. จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่บริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์พร้อมมาตรการแก้ไข	ไม่เกิน 3 ครั้งต่อปี	ในปี 2566 ไม่มีกรณีที่บริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีมาตรการป้องกันและแก้ไขด้านความปลอดภัย Cyber Security โดยมีการกำหนดความเสี่ยง และ บทลงโทษ หากพบการละเมิดหรือการกระทำความผิด บริษัทฯ จะตั้งคณะกรรมการตรวจสอบและประเมินความเสียหายเพื่อแก้ไขตามลำดับขั้น และแจ้งผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ได้รับผลกระทบให้รับทราบโดยทันที
4. จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล	ไม่เกิน 3 ครั้งต่อปี	ในปี 2566 ไม่พบการร้องเรียนจากเจ้าของข้อมูล ทั้งนี้บริษัทฯ มีนโยบายและมาตรการในการป้องกันความปลอดภัยและการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศที่บังคับใช้ในองค์กร รวมถึงมีการตรวจสอบการเข้าถึงข้อมูลตามสิทธิผู้ใช้ว่ามีความเสี่ยงหรือมีการละเมิดหรือไม่หากมีการละเมิดจะดำเนินการลงโทษตามความเสียหายที่เกิดขึ้นจากขั้นแรก ไปจนถึงขั้นสูงสุด
5. จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค	ไม่เกิน 3 กรณีต่อปี	จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภคเท่ากับ 0 กรณี
6. จำนวนเหตุการณ์การร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูล ที่ได้รับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ต้องไม่เกิดขึ้นร้อยละ 99.99	ในปี 2566 เหตุการณ์ร้องเรียนเท่ากับ 0 กรณี
7. ต้องไม่มีความเสี่ยงจากหน่วยงาน IT Security	ไม่มีความเสี่ยงจากการตรวจสอบร้อยละ 99.99	ผลการตรวจสอบในปี 2566 ผลความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ

หัวข้อ	เป้าหมายปี 2566	ผลการดำเนินงานปี 2566
8. การรับรู้ของพนักงานในองค์กรถึงความเสี่ยงและนโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมด	พนักงานในองค์กรต้องตระหนักถึงความเสี่ยงทั้งทางด้านระบบสารสนเทศและข้อมูลสารสนเทศร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมด โดยจะมีการให้ความรู้ผ่านการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ผ่าน Web Application Knowledge รวมถึงการอบรมประจำปีและการทดสอบ Pre-test / Post-test
9. การรับรู้ถึงนโยบายความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและช่องทางที่เกี่ยวข้องในการแจ้งปัญหาของลูกค้า	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมด	ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศจะมีการจัดกิจกรรมการรับรู้ปีละ 3 ครั้ง รวมถึงการให้ทำแบบทดสอบประจำปีในหัวข้อการตระหนักรู้ถึงความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และกระบวนการแจ้งปัญหา
10. ผลการตรวจสอบจาก Internal Audit	มีผลการประเมินไม่ต่ำกว่าร้อยละ 65	แผนการตรวจสอบจะเป็นการตรวจสอบประจำปี โดยจะมีการตรวจสอบจาก Auditภายในเพื่อรับรองรายงานและส่งต่อการตรวจสอบไปยัง Audit ภายนอก โดยรายการตรวจสอบจะเน้นในเรื่อง ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ ความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ รวมถึง Cyber Security
11. แพลตฟอร์มในด้านการบริการต้องมีความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูล	ผ่านการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบภายในร้อยละ 100	การตรวจสอบระบบต้องเป็นไปตาม IT Policy ขององค์กรร้อยละ 100 โดยกระบวนการตรวจสอบจะมีหัวข้อใน IT Policy ดังนี้ 1. สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ 2. การตั้งค่าการเข้าถึงระบบ เช่น Password ต้องมีรูปแบบตาม Policy กำหนด 3. Log การเข้าใช้งานในการแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคลต้องมีการเก็บที่ถูกต้อง 4. ขั้นตอนการขอเปลี่ยนแปลงหรือเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลต้องผ่านการร้องขอทาง Mail, IT Document ทั้งนี้คาดว่าจะดำเนินแผนงานในปี 2567 จะมีการตรวจสอบภายในโดยใช้ทีม IT In House ตรวจสอบตาม Policy และควบคุมกระบวนการตาม IT Procedure รายไตรมาส และต้องไม่พบเคสที่มีความเสี่ยงหรือหลุดกระบวนการอย่างน้อย 3 เคสต่อไตรมาส และจะมีการใช้บริการการตรวจสอบจากภายนอกแบบรายประจำปี เพื่อให้ได้มาซึ่งผลรายงานการยืนยันความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ

6. มิติสิ่งแวดล้อม

6.1. การบริหารจัดการด้านพลังงาน

บริษัทฯ ตระหนักและมุ่งมั่นที่จะควบคุมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการลดการใช้ไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลมาใช้ไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน ซึ่งจะช่วยลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและช่วยลดวิกฤตการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียและมนุษย์ทุกคนบนโลกนี้ นอกจากนี้ยังส่งผลดีต่อภาพลักษณ์บริษัทในเรื่องสิ่งแวดล้อมยังสามารถลดต้นทุนด้านพลังงานของบริษัทฯ ในระยะยาว

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- *ปริมาณการใช้ไฟฟ้าและปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วย (energy intensity) ในระยะสั้นลดลง (1 ปี) ร้อยละ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลกับปีฐาน 2565*
- *มีสัดส่วนของการใช้พลังงานทดแทนเทียบกับการใช้พลังงานไฟฟ้าแบบดั้งเดิมไม่น้อยกว่าร้อยละ 2*
- *มีจำนวนการใช้รถไฟฟ้าทดแทนรถที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงกับรถของผู้บริหารอย่างน้อย 1 คัน*

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้มีการจัดทำนโยบายด้านการอนุรักษ์พลังงานเป็นนโยบายย่อยภายใต้นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

นโยบายด้านการอนุรักษ์พลังงาน

1. บริษัทฯ จะพัฒนาระบบการจัดการพลังงานให้เหมาะสม โดยกำหนดให้การอนุรักษ์พลังงานเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานของบริษัทสอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. บริษัทฯ จะดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง และเหมาะสมกับการดำเนินการทางธุรกิจ เทคโนโลยีที่ใช้ และแนวทางปฏิบัติที่ดี

3. บริษัทฯ จะกำหนดแผนและเป้าหมายการอนุรักษ์พลังงานในแต่ละปี และสื่อสารโดยการปิดประกาศให้พนักงานทุกคนเข้าใจและปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

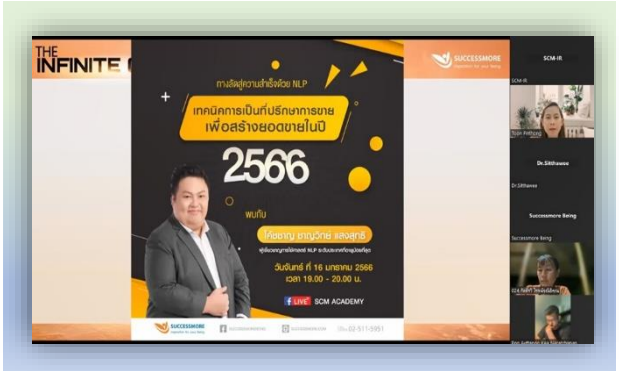
4. บริษัทฯ ถือว่าการอนุรักษ์พลังงานเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของเจ้าของ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัททุกระดับที่จะต้องให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด

5. บริษัทฯ จะให้การสนับสนุนที่จำเป็น รวมถึงทรัพยากรด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ เวลาในการทำงาน การฝึกอบรมและการมีส่วนร่วมในการนำเสนอข้อคิดเห็น เพื่อนำไปพัฒนาด้านการจัดการพลังงาน

6. ผู้บริหารและคณะทำงานด้านการจัดการพลังงานจะทบทวนและปรับปรุง เป้าหมายและแผนการดำเนินงานด้านพลังงานทุกปี

แผนการดำเนินงาน

1. จัดทำโครงการรณรงค์ประหยัดพลังงานด้วยการลดการใช้ไฟฟ้า เช่น การปิดไฟและถอดปลั๊กหลังเลิกใช้อุปกรณ์ไฟฟ้า การเปิด-ปิดเครื่องใช้ไฟฟ้า การใช้งานระบบปรับอากาศ เช่น กำหนดช่วงเวลาเปิดเครื่องปรับอากาศตั้งแต่ 09.00-12.00 น.และเวลา 13.00-18.00 น. โดยเปิด-ปิดตามสภาพอากาศ ทั้งปรับอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศให้เหมาะสม โดยกิจกรรมจะดำเนินการพร้อมกันทั้ง 22 สาขา ในปี พ.ศ. 2566 ต่อเนื่องไปจนถึงปี 2567 ซึ่งในโครงการนี้จะเป็นการแข่งขันกันประหยัดพลังงานระหว่างสาขาโดยมีการติดตามและประเมินผลรายเดือนว่าสาขาไหนสามารถลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าได้มากที่สุดสามอันดับแรกโดยจะมีการประกาศผลให้ทราบและมีรางวัลให้เพื่อจูงใจให้ทุกคนมีส่วนรวมในการช่วยกันประหยัดพลังงาน



2. จัดการประชุมทั้งในส่วนของสาขา และการประชุมกับผู้นำที่ต้องทำเป็นประจำทุกเดือนผ่านระบบ Zoom เพื่อลดการใช้รถยนต์ในการเดินทางไปประชุม

3. วางแผนการดำเนินโครงการ solar rooftop เพื่อผลิตไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน (solar cell) ที่สำนักงานใหญ่ภายในปี 2567 ซึ่งในขณะนี้อยู่ในระหว่างการสำรวจพื้นที่ติดตั้งขออนุญาตจากฝ่ายอาคารและเจ้าของพื้นที่ ทั้งนี้บริษัทมีการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ขนาดเล็กบนหลังคาที่จอดรถเพื่อใช้ชาร์จรถยนต์และถือเป็นโครงการนำร่องสำหรับการใช้พลังงานทดแทน

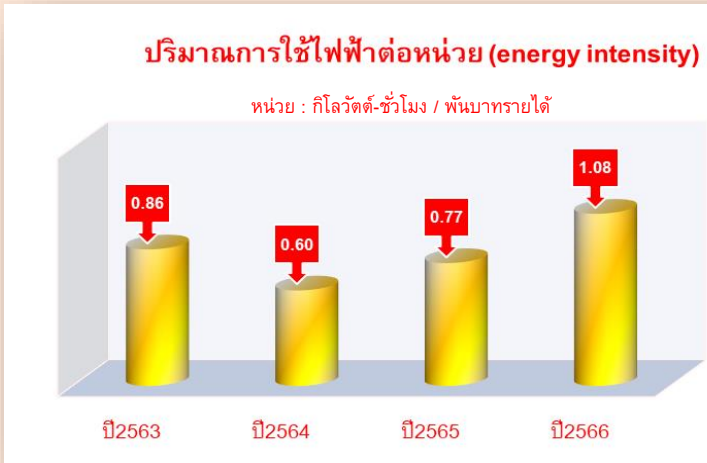
ผลดำเนินงานปี 2566

ปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง 17,648.84 ลิตร

ปริมาณการใช้ไฟฟ้า 977,778 กิโลวัตต์ชั่วโมง (kwh)

ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน

บริษัทฯยังไม่มีการใช้พลังงานทดแทน ในปี 2566 ทั้งนี้บริษัทมีการเปลี่ยนรถยนต์ของบริษัทมาเป็นรถยนต์ไฟฟ้า ทดแทนรถที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงจำนวน 1 คันและมีเป้าหมายที่จะเพิ่มปริมาณการใช้รถยนต์ไฟฟ้าในอนาคต



ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหน่วยรายได้ของบริษัท

40%

ในปี 2566 บริษัทฯ ยังไม่บรรลุเป้าหมายที่ต้องการให้ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วย (energy intensity) ในระยะสั้น (1 ปี) ลดลงร้อยละ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปี 2565 ทั้งนี้บริษัทฯ จะวางแผนที่ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในปี 2567 โดยการปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องใช้และอุปกรณ์ไฟฟ้าอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED ให้มากขึ้น เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีเทคโนโลยีประหยัดพลังงาน รวมถึงเริ่มดำเนินโครงการติดตั้ง solar rooftop เพื่อผลิตไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน solar cell ที่สำนักงานใหญ่ซึ่งในขณะนี้อยู่ในระหว่างการสำรวจพื้นที่ติดตั้งและขออนุญาตจากฝ่ายอาคารเจ้าของพื้นที่ให้แล้วเสร็จภายในปี 2567

6.2. การบริหารจัดการน้ำ

การรณรงค์ช่วยกันประหยัดน้ำและการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าจากภายในบริษัทฯ เป็นการปรับพฤติกรรมการใช้น้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุดซึ่งนอกจากจะช่วยลดค่าใช้จ่ายให้กับบริษัทฯ ยังส่งผลต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ ในเรื่องสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ (ลูกบาศก์เมตร/หมื่นบาท) ในระยะสั้นลดลงร้อยละ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปี 2565

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรน้ำให้ความสำคัญของการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดให้เป็นหนึ่งในประเด็นด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทฯ มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และบริหารจัดการน้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำ และเพื่อแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม

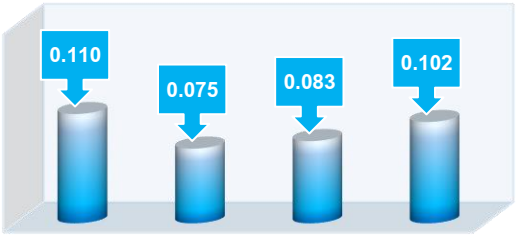
แผนการดำเนินงาน

จัดทำโครงการรณรงค์ประหยัดการประหยัดน้ำเพื่อสื่อสารและสร้างการตระหนักรู้เกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างรู้คุณค่าและการประหยัดน้ำอย่างสร้างสรรค์ให้กับบุคลากรและลูกค้าโดยมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ ที่มีการใช้น้ำภายในบริษัทฯ

ปริมาณการใช้น้ำ 9,242 ลูกบาศก์เมตร

ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วย (Water Intensity)

หน่วย : ลูกบาศก์เมตร / หมื่นบาท



ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ของบริษัทเพิ่มขึ้น 23%

ผลดำเนินงาน

ในปี 2566 บริษัทฯ ยังไม่บรรลุเป้าหมายที่ต้องการให้ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วย (energy intensity) ในระยะสั้น (1ปี) ลดลงร้อยละ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปี 2565 ทั้งนี้บริษัทฯ มีแผนที่จะยังคงรณรงค์เรื่องการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่าต่อเนื่องจากปี 2566 ด้วยการจัดกิจกรรมแข่งขันประหยัดน้ำระหว่างสาขาเพื่อให้เกิดแรงจูงใจและสร้างการมีส่วนรวมของพนักงานในการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างมีคุณค่า รวมถึงจัดให้มีโครงการตรวจสอบอุปกรณ์ซ่อมบำรุง และเปลี่ยนอุปกรณ์หรือสุขภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดการเสียน้ำโดยไม่จำเป็นและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ได้การรับรองฉลากประหยัดน้ำ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรองด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในที่สุด

6.3. การบริหารจัดการขยะ

ปัญหาขยะล้นเมืองนั้นมีสาเหตุมาจากการขาดความเข้าใจในการคัดแยกขยะก่อนนำไปทิ้ง บริษัทจึงมุ่งมั่นที่จะร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการลดปริมาณขยะ ด้วยการบริหารจัดการขยะในบริษัทให้มีประสิทธิภาพเพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ลดปัญหาขยะที่กระทบต่อคุณภาพชีวิต ระบบนิเวศ และทรัพยากรธรรมชาติในระยะยาวอีกด้วย

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

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

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ มีการลดขยะภายในองค์กรตามแนวคิด 3Rs ซึ่งเป็นแนวคิดและแนวทางในการปฏิบัติเพื่อการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า สามารถช่วยลดปริมาณขยะให้น้อยลง ด้วยการลดการใช้ การนำกลับมาใช้ซ้ำ และการนำขยะกลับมาใช้ใหม่ (Reduce Reuse and Recycle: 3Rs) เพื่อลดปริมาณการใช้ทรัพยากร ปริมาณการเกิดของเสีย และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

Reduce

ควบคุมปริมาณการใช้ให้อยู่ในสัดส่วนที่พอเหมาะ ลดการใช้การบริโภคทรัพยากรที่ไม่จำเป็นลงจะช่วยให้เราลดปริมาณขยะที่สร้างขึ้นได้ เช่น ใช้ถุงผ้าและ ตระกร้า เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก

Reuse

การนำกลับมาใช้ซ้ำ (ใช้แล้วใช้อีก) นำสิ่งของเครื่องใช้มาใช้ซ้ำ เช่น การใช้กระดาษ 2 หน้า

Recycle

นำกลับมาใช้ใหม่ คัดแยกขยะมูลฝอยแต่ละประเภท ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หมุนเวียนกลับเข้าสู่กระบวนการผลิตของแต่ละประเภทได้ เช่น ขวดแก้ว กระดาษ พลาสติก

แผนการดำเนินงาน

ในปี 2566 บริษัทฯ มีการจัดทำโครงการส่งเสริมให้พนักงานทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการลดและแยกขยะหรือการนำมาใช้ใหม่ ผ่านกิจกรรม ดังต่อไปนี้

- กิจกรรมการลดการใช้กระดาษ โดยรณรงค์ให้มีการนำกระดาษหน้าเดียวมาใช้อีกครั้งด้วยการวางจุดใช้งานกระดาษ Reuse ในพื้นที่ถ่ายเอกสารภายในสำนักงานทุกชั้น และรวบรวมขยะกระดาษที่ไม่ใช้ประโยชน์เพื่อนำกลับไปใช้เป็นวัตถุดิบการผลิตกระดาษใหม่ (Recycle)

- จัดทำแผนปฏิบัติการลดและแยกขยะในองค์กรให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง และจัดถังคัดแยกขยะรีไซเคิลในห้องครัวของทุกชั้นของสำนักงาน ทั้งนี้การให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกจะทำผ่านการอบรมซึ่งจะมีการประเมินก่อนและหลังอบรม รวมถึงตรวจสอบและจดบันทึกว่ามีการคัดแยกขยะในการทิ้งที่ถูกประเภท ผ่านสื่อในองค์กรเช่น กรุ๊ป LINE, Microsoft Teams และป้ายรณรงค์ตามจุดต่าง ๆ
- รณรงค์ให้พนักงานในองค์กรนำถุงผ้ามาใช้ทดแทนถุงพลาสติกในการเบิกของใช้สวัสดิการเพื่อลดขยะพลาสติก
- จัดทำโครงการ SUCCESSMORE GO GREEN เป็นโครงการที่เพิ่งเริ่มในช่วงเดือนกันยายน 2566 วัตถุประสงค์โครงการเพื่อรณรงค์ให้ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าในสาขาลดการใช้ถุงพลาสติกเพื่อลดปริมาณขยะและพลาสติก จัดเก็บข้อมูลจากปริมาณการสั่งซื้อถุงพลาสติกที่สมาชิกใช้ใส่สินค้าของสาขา

ผลดำเนินงาน

- *ปริมาณการใช้กระดาษ **1,167** กิโลกรัม*
- *ปริมาณขยะและของเสียที่ผ่านกระบวนการ reuse และ/หรือ recycle **79** กิโลกรัม**
- *ปริมาณขยะ Recycle ต่อปริมาณขยะทั่วไปเท่ากับร้อยละ **0.775***

**เป็นข้อมูลปริมาณขยะตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 จนถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2566*

เนื่องจากบริษัทฯ เริ่มมีการรณรงค์และเริ่มโครงการคัดแยกขยะในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2566 ซึ่งเริ่มมีการเก็บข้อมูลปริมาณขยะในแต่ละวันโดยการให้แม่บ้านชั่งน้ำหนักและจดบันทึกตั้งแต่เดือนตุลาคม 2566 เป็นต้นมา ทั้งนี้บริษัทฯ จะจัดเก็บข้อมูลขยะแยกประเภทและรณรงค์เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ตลอดทั้งปี 2567

6.4. ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กระแสภาวะโลกร้อน สภาพอากาศแปรปรวน ภัยพิบัติและมลภาวะที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ ทำให้เกิดการรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ย่อยสลายได้เองหรือสามารถนำไปรีไซเคิล รวมถึงการลดขนาดของบรรจุภัณฑ์ เพื่อลดขยะจากบรรจุภัณฑ์ จะช่วยลดปัญหาขยะพลาสติกถูกทิ้งและตกค้างอยู่ในสิ่งแวดล้อมจำนวนมากซึ่งส่งผลดีต่อระบบนิเวศโดยรวมของโลก นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและนอกองค์กรในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- *จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรองการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล ISO 14020 Environmental Label ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนสินค้าทั้งหมด*
- *ปริมาณบรรจุภัณฑ์สินค้าของบริษัทฯ ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนสินค้าทั้งหมด*
- *ร้อยละของบรรจุภัณฑ์ที่มีวัสดุ Recycle เป็นส่วนประกอบไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของจำนวนสินค้าทั้งหมด*
- *ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น ความสวยงามความสะดวกต่อการใช้งานประหยัดพื้นที่จัดเก็บของผู้บริโภคไม่น้อยกว่าร้อยละ 50*
- *จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมไม่เกิน 2 กรณีต่อปี*
- *มูลค่าความเสียหายหรือค่าปรับที่เกิดจากการละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมเท่ากับ 0 บาท*

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

ในปี 2566 ทางบริษัทฯ ได้มีแนวคิดที่จะผลิตสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ ECO Product จะจัดทำนโยบายและแนวทางปฏิบัติเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งคาดว่าจะประกาศใช้ภายในปี 2567

แผนการดำเนินงาน

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

ผลดำเนินงาน

จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม **0 กรณี**

มูลค่าความเสียหายหรือค่าปรับที่เกิดจากการละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม **0 บาท**

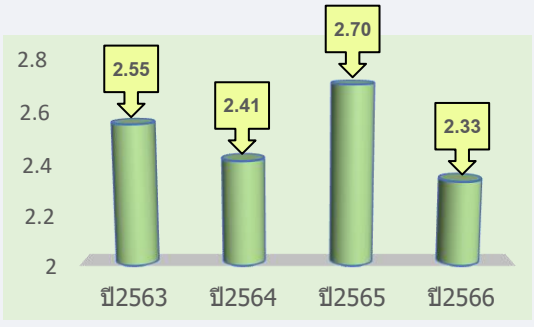
การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบรรจุภัณฑ์

บริษัทฯ มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น ความสวยงาม ความสะดวกต่อการใช้งาน การประหยัดพื้นที่ โดยจะเริ่มสำรวจในทุกๆ ผลิตภัณฑ์ที่จะออกใหม่ในอนาคต

ทั้งนี้แบบสอบถามแบ่งระดับความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 5 ระดับได้แก่ 5=พึงพอใจมากที่สุด, 4=พึงพอใจมาก, 3=พึงพอใจปานกลาง, 2=พึงพอใจน้อย, 1=พึงพอใจน้อย

รายละเอียด	ค่าเฉลี่ย X	ผลการประเมินความพึงพอใจ
ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.8	พึงพอใจระดับมากที่สุด
ลดการใช้บรรจุภัณฑ์ซ้ำซ้อน	4.8	พึงพอใจระดับมากที่สุด
ความสะดวกต่อการใช้งาน	5	พึงพอใจระดับมากที่สุด
ประหยัดพื้นที่จัดเก็บ	5	พึงพอใจระดับมากที่สุด
ความสวยงาม	5	พึงพอใจระดับมากที่สุด

ยอดขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต่อยอดขายผลิตภัณฑ์



บริษัทฯ มีกลุ่มผลิตภัณฑ์นีทลี่ โฮม (Neatly Home) ซึ่งเป็นเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในครัวเรือน ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (eco products) เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทำด้วยสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ปาล์ม น้ำมันมะพร้าว น้ำมันดอกทานตะวัน สารสกัดจากข้าวโพดและว่านหางจระเข้ จึงสามารถที่จะย่อยสลายได้ตามธรรมชาติไม่ตกค้างอยู่ในสิ่งแวดล้อม สินค้าในกลุ่มนี้จะประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์น้ำยาซักผ้าและน้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรเข้มข้น และผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างจานสูตรเข้มข้น

ในปี 2566 บริษัทฯ ยังไม่มีการจำหน่ายสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คาดว่าในปี 2568 บริษัทฯ จะมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ลดปริมาณวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ให้น้อยลง เช่น บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก ฟิล์มห่อหุ้มแต่ละชั้น ป้ายห้อยข้างบรรจุภัณฑ์ สติกเกอร์ และเทปกาวที่ปิดฝากล่องกระดาษ กล่องลูกฟูก และบรรจุภัณฑ์อื่น เพื่อเป็นการประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ และลดปริมาณขยะที่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยที่บรรจุภัณฑ์เหล่านั้นยังทำหน้าที่ปกป้องสินค้าได้ดีเท่าเดิม

6.5. การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการลดการใช้พลังงาน หรือหาพลังงานทดแทนที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นการตอบสนองความคาดหวังของสังคมที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งนี้การดำเนินธุรกิจโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก อาจส่งผลต่อการดำเนินชีวิต สุขภาพ และความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสียตลอด ห่วงโซ่คุณค่า อาทิเช่น ผลกระทบจากภัยแล้งและน้ำท่วมต่อคู่ค้าในการจัดหา รวมถึงส่งมอบสินค้าและวัตถุดิบ นอกจากนี้หากบริษัทฯ มีแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจที่รองรับสำหรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศก็ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียอีกด้วย

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

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

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ มีเจตนารมณ์ในการร่วมลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกเพื่อบรรเทาปัญหาการ เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยบริษัทฯ มีการกำหนดกรอบการดำเนินงานเพื่อบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่อุปทาน กำหนดนโยบายและเป้าหมายที่ครอบคลุมถึงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การใช้พลังงานหมุนเวียน การจัดการของเสีย การลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก มีการประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนจัดทำ Scenario Analysis ตามแนวทางของ Task Force on Climate Climate-Related Financial Disclosure (TCFD) เพื่อจัดทำข้อมูลความเสี่ยงและโอกาส รวมถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

แผนการดำเนินงาน

➢ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน จากการใช้ระบบกระดาษมาเป็นองค์กรในแบบ Paperless โดยจัดเก็บเอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อลดการใช้กระดาษและมีส่วนช่วยในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่มาจากการผลิตกระดาษ การใช้หมึกพิมพ์เพื่อพิมพ์เอกสาร ไปจนถึงการทำลายเอกสาร

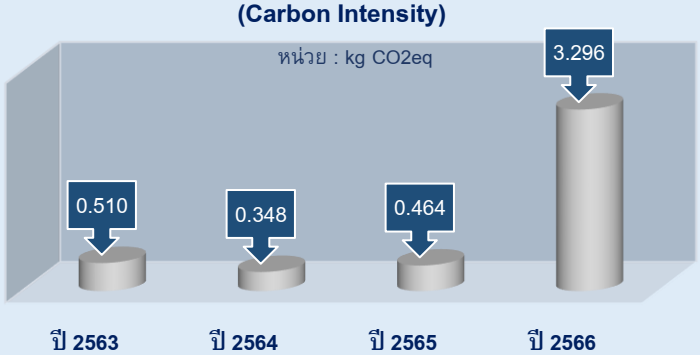
➢ การใช้ใบสมัครงานผ่าน Google Form การใช้ระบบออนไลน์ในการบริหารจัดการระบบ HR เช่นใบแจ้งเงินเดือน เอกสารแจ้งการขาดลา ใบจองรถบริษัท ใบจองห้องประชุม

- การจัดทำสื่อแจก แบบ Soft files และจัดส่งข้อมูลเอกสารการประชุมต่างๆผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แทนที่จะเป็นกระดาษจัดทำเป็นรูปเล่มเพื่อลดปริมาณการใช้กระดาษ เช่นรายงานประจำปี 56-1 จะมีการนำเสนอผ่าน QR Code รายงานการประชุมผู้ถือหุ้น การประชุมกรรมการไม่มีการแจกเอกสารแต่จะใช้การ Upload ข้อมูลทั้งหมดไว้ใน Google Drive และเรียกดูข้อมูลทั้งหมดผ่านการใช้ TABLET
- การจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าออนไลน์ให้กับสมาชิกทดแทนแค็ตตาล็อกในรูปแบบกระดาษ
- จัดทำแผนการดำเนินโครงการ solar rooftop และติดตั้งแผง solar cell ที่สำนักงานใหญ่ภายในปี 2567
- จัดทำแผนการประเมินความเสี่ยงแหล่งการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แผนการตรวจประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อความสอดคล้องตามข้อกำหนด ขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลให้ครบทุกหน่วยธุรกิจในปี 2568
- แผนด้าน Scenario Analysis & TCFD ภายในปี 2568

ผลดำเนินงาน

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมต่อหน่วยรายได้

(Carbon Intensity)



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมต่อรายได้รวม

442%

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2565 สูงมากเนื่องมาจากมาจากการจัดเก็บขอมูลการเดินทางของพนักงานด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล และการเก็บข้อมูลการรั่วไหลจากสารทำความเย็น ทั้งนี้ในปี 2566 บริษัทฯ ยังไม่มีการติดตั้งแหล่งผลิตพลังงานทดแทน เช่น การติดตั้ง Solar cell ทำให้ยังไม่มีข้อมูลสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนเทียบกับพลังงานทั้งหมด อย่างไรก็ตามบริษัทฯจะเริ่มจัดเก็บหลังจากมีการติดตั้ง Solar cell ภายในปี 2567 และจะเปิดเผยข้อมูลในปี 2568 เป็นลำดับถัดไป

7. มิติสังคม

7.1. การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

ด้วยตระหนักดีว่าการบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเป็นประเด็นที่สำคัญต่อการประกอบธุรกิจ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีต่อสุขภาพ และสถานที่ทำงานที่มีความปลอดภัย เอื้อต่อการทำงานทั้งพนักงาน คู่ค้า ผู้รับเหมา ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ที่ปฏิบัติงานให้กับบริษัทฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานที่ดี ปลอดการบาดเจ็บและมีความปลอดภัยในกระบวนการทำงาน รวมถึงลดความเสี่ยงที่เกิดจากการปฏิบัติงานและสามารถบรรเทาป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสูงสุดขององค์กร

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 มีความมุ่งมั่นในการสร้างสถานที่ทำงานให้มีความปลอดภัย เพื่อให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี โดยมุ่งพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างต่อเนื่อง สร้างวัฒนธรรมและพฤติกรรมที่ปลอดภัยด้วยการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้พนักงานและผู้ปฏิบัติงานทุกคนของบริษัทฯ ได้รับความปลอดภัย มีสุขภาพอนามัยที่ดี ทั้งนี้บริษัทฯ มีการสื่อสารให้พนักงานและผู้ปฏิบัติงานทุกคนรับทราบและมีส่วนร่วมในการปฏิบัติดังนี้

1. จัดอบรมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานแก่พนักงาน รวมถึง การปฐมนิเทศด้านความปลอดภัยแก่พนักงานใหม่การฝึกอบรมด้านความปลอดภัยแก่ผู้บริหารและหัวหน้างาน และหลักสูตรอบรมพิเศษด้านความปลอดภัยอื่น ๆ เช่น วิธีการดับเพลิงเบื้องต้นและความปลอดภัยในกรณีอัคคีภัย ความปลอดภัยด้านระบบไฟฟ้า

2. จัดทำคู่มือ/แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งกำหนดขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงานที่ปลอดภัย เพื่อควบคุม กำกับ ดูแล และป้องกันไม่ให้มีการกระทำที่อาจก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยในการทำงาน โดยถือเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบซึ่งพนักงานทุกคนต้องถือปฏิบัติตามคู่มือ

3. บริษัทฯ กำหนดเป็นนโยบายให้ผู้บังคับบัญชาทุกคน ต้องมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบในเรื่องความปลอดภัย ในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชาให้เป็นไปตามระเบียบและกฎแห่งความปลอดภัยที่บริษัทฯ กำหนดขึ้นอย่างเข้มงวด

4. สื่อสารเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับการป้องกันโรค และการดูแลสุขภาพแก่พนักงานผ่านระบบการเผยแพร่ข่าวสารของบริษัทฯ เช่น ผ่านระบบอินทราเน็ต ผ่านกลุ่มไลน์

แผนการดำเนินงาน

การตรวจสุขภาพประจำปี

บริษัทฯ จัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปีสำหรับพนักงานทุกระดับชั้น โดยในปี 2566 พนักงานที่ปฏิบัติงานที่กรุงเทพมหานครได้รับการตรวจสุขภาพประจำปีกับโรงพยาบาลเปาโล พหลโยธิน และพนักงานที่ปฏิบัติงานตามสาขาต่างจังหวัดจะได้รับการตรวจสุขภาพประจำปีกับโรงพยาบาลจังหวัดในเขตพื้นที่การปฏิบัติงาน

สภาพแวดล้อมการทำงาน

บริษัทฯ จัดสร้างห้อง Co - Working Space โดยมีแนวคิดที่จะให้เป็นสถานที่ที่สร้างแรงบันดาลใจในการทำงาน ให้เกิดไอเดียใหม่ และเพื่อเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนความรู้ของคนทำงาน

นอกจากนี้ด้วยความห่วงใยต่อสุขภาพและอนามัยของ พนักงาน ลูกค้า และผู้มาติดต่อ รวมถึงความปลอดภัยต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท จึงได้จัดให้มีการฉีดพ่นยาฆ่าเชื้อในทุกบริเวณของบริษัทฯ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด19 ตามมาตรการป้องกันของบริษัทฯ

โครงการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน

ในปี 2566 บริษัทฯ มีการจัดฝึกอบรมการขับขี่รถยก (Forklift) ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติให้เจ้าหน้าที่คลังสินค้า เพื่อช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการทำงานและสามารถใช้งานรถยกได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ผลดำเนินงานปี 2566

ค่าใช้จ่ายรายเดือนในการป้องกันสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน 68,047 บาท เพิ่มขึ้นจาก 60,614 บาท ในปี 2565 หรือคิดเป็นร้อยละ 12.26

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

7.2. การเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ มีนโยบายเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชนด้วยการคำนึงถึงสิทธิด้านแรงงานที่ผู้ปฏิบัติงานขององค์กรควรได้รับอย่างเหมาะสม เช่น ค่าแรง เงินเดือน การเสริมสร้างความหลากหลายและความเท่าเทียมผ่านการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงาน การเคารพซึ่งกันและกัน และการไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงการยอมรับความแตกต่างหลากหลายในเรื่องอายุ เพศ รสนิยมทางเพศ ศาสนา ความพิการ การศึกษา และสัญชาติ ทั้งนี้หากบริษัทฯ มีการละเมิดสิทธิมนุษยชนจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- *จำนวนพนักงานผู้พิการ และ/หรือ ผู้สูงอายุ อย่างน้อย 1 คน*
- *พนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพไม่น้อยกว่าร้อยละ 60*
- *ความแตกต่างของค่าตอบแทนระหว่างเพศไม่น้อยเกินร้อยละ 25*
- *จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ความเสมอภาค และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา 0 กรณี*
- *กรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน และไม่เป็นธรรม 0 กรณี*
- *จำนวนครั้งที่พนักงานรายงานถึงปัญหาหรือความขัดแย้งเกี่ยวกับการเคารพสิทธิมนุษยชน 0 ครั้ง*

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ มีอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม โดยยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตามหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณในการทำธุรกิจบริษัท 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 ขนบธรรมเนียม หรือเรื่องอื่นใด

2. สื่อสาร เผยแพร่ ให้ความรู้ ทำความเข้าใจ กำหนดแนวทาง และให้การสนับสนุนอื่นใด แก่พนักงานทุกคนในบริษัทฯ ผู้ส่งมอบสินค้าและบริการ (Supplier) ผู้รับเหมา (Contractor) ตลอดจนผู้ร่วมธุรกิจ (Joint Venture) เพื่อให้มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม เคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อทุกคนตามหลักสิทธิมนุษยชนตามนโยบายนี้ รวมถึงการไม่ใช้แรงงานเด็กที่มีอายุไม่ถึงเกณฑ์ตามกฎหมายกำหนดหรือการไม่ใช้แรงงานบังคับ ภายในบริษัทฯ หรือภายในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ

3. สนับสนุนให้พนักงานใช้สิทธิของตนในฐานะพลเมืองโดยชอบธรรมตามรัฐธรรมนูญและตามกฎหมาย

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

5. พัฒนาช่องทางการแจ้งเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ และให้ความเป็นธรรมและคุ้มครองบุคคลที่แจ้งเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชน

6. บริษัทฯ สร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กร ที่ยึดมั่นต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและไม่สนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมใดๆ ที่เป็นการละเมิดหลักสิทธิมนุษยชน ผู้กระทำการละเมิดสิทธิมนุษยชนเป็นการกระทำผิดจรรยาบรรณของบริษัท ต้องได้รับการพิจารณาทางวินัยตามระเบียบบทลงโทษที่บริษัทฯ กำหนดไว้

7. บริษัทฯ ทบทวนนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่านโยบายด้านสิทธิมนุษยชนยังคงสอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพการดำเนินธุรกิจของบริษัทในปัจจุบัน

แผนการดำเนินงาน

1. พัฒนาระบบและกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ภายในบริษัทฯ และกิจการที่บริษัทฯ มีอำนาจบริหารจัดการและห่วงโซ่อุปทาน เพื่อระบุความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ประเมินผลกระทบ และกำหนดมาตรการป้องกันและลดผลกระทบ รวมทั้งมาตรการเยียวยาและกระบวนการบรรเทาผลกระทบที่เหมาะสม หรือมีความชอบธรรม หรือได้รับการยอมรับทั่วไป

2. จัดให้มีการตรวจสอบการละเมิดสิทธิมนุษยชน การติดตามการปฏิบัติตามนโยบายสิทธิมนุษยชน และการรายงานและเปิดเผยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอด้วย

3. เปิดรับเรื่องร้องเรียนหรือการรายงานการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ทั้งที่เกิดจากกิจกรรมของบริษัทฯ และจะให้ความเป็นธรรมและคุ้มครองบุคคลที่ร้องเรียนหรือรายงานการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ตามมาตรการคุ้มครองที่ระบุในจรรยาบรรณบริษัทฯ

4. ดำเนินการทบทวนนโยบายสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุกปีหรือเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญ เพื่อให้นโยบายมีความสอดคล้องกับหลักกฎหมาย หลักปฏิบัติสากล และ/หรือ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจอยู่เสมอ

5. ปลูกฝังและสร้างวัฒนธรรมองค์กร การเคารพสิทธิมนุษยชนโดยดำเนินการสอดส่องดูแล ไม่เพิกเฉยเมื่อพบเห็นการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน โดยสื่อสารเผยแพร่ ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจด้านสิทธิมนุษยชนแก่คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัทอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอผ่านการอบรมหรือการประชุม TOWN HALL

ผลดำเนินงานปี 2566

ด้านสิทธิมนุษยชน

- ✓ *จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน*
- ✓ *กรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน และไม่เป็นธรรม*
- ✓ *จำนวนครั้งที่พนักงานรายงานถึงปัญหาหรือความขัดแย้งเกี่ยวกับการเคารพสิทธิมนุษยชน*

เป้าหมาย **0 กรณี**

ผลการดำเนินงาน **0 กรณี**

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

จำแนกพนักงานแยกตามเพศ

♂ ชาย จำนวน 74 คน (41%)

♀ หญิง จำนวน 105 คน (59%)

จำแนกตามระดับตำแหน่ง

ผู้บริหารระดับสูง 4 คน

2%

♂ 4 คน ♀

ระดับบริหาร 16 คน

9%

♂ 4 คน ♀ 12 คน

ระดับปฏิบัติการ 159 คน

89%

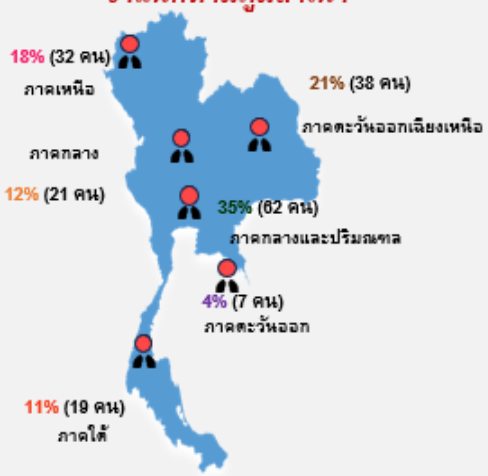
♂ 66 คน ♀ 93คน

จำแนกตามอายุ

- อายุ น้อยกว่า 30 ปี 85 คน (47%)
- อายุ 30-50 ปี 87 คน (49%)
- อายุ มากกว่า 50 ปี 7 คน (4%)

รายการ	หน่วย	2566		
		ชาย	หญิง	รวม
สถิติพนักงานจำแนกตามช่วงอายุ				
• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	33	52	85
• อายุ 30-50 ปี	คน	38	49	87
• อายุ มากกว่า50 ปี	คน	3	4	7

จำแนกตามภูมิลำเนา



7.3. การพัฒนาและการดูแลคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน

บริษัทฯ เชื่อว่าพนักงานเป็นแรงขับเคลื่อนหลักในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ด้วยเหตุผลดังกล่าว บริษัทฯ จึงมีการพัฒนากระบวนการส่งเสริมและพัฒนาความรู้รวมถึงทักษะที่จำเป็นให้กับพนักงานทุกระดับ เพื่อโอกาสในการก้าวหน้าในอาชีพ และเพื่อช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งขององค์กร นอกจากนี้การให้พนักงานได้รับสวัสดิการที่เหมาะสมตามสิทธิขั้นพื้นฐานที่พึงได้รับเป็นการสร้างความผูกพันธ์ระหว่างพนักงานกับบริษัท ลดอัตราการลาออก และยังมีส่วนในการดึงดูดแรงงานที่มีศักยภาพให้เขามาทำงานในบริษัทฯ เพื่อนำพาองค์กรไปสู่การเติบโตอีกด้วย

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- *พนักงานได้รับการอบรมและพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด*
- *มีอัตราการเลื่อนตำแหน่งของพนักงานในแต่ละปีไม่น้อยกว่าร้อยละ 5*
- *มีอัตราการลาออกของพนักงานไม่เกินร้อยละ 20*
- *ผลการประเมินความผูกพันของพนักงานกับองค์กรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80*
- *จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงานไม่น้อยกว่า 9 ชั่วโมงต่อคนต่อปี*

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

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

2. บริษัทฯ จัดให้มีการทบทวนระบบประเมินผลการปฏิบัติงานในระดับบริหารและระดับหัวหน้างานที่สอดคล้องกับกลุ่มที่เป็นตำแหน่งหลัก (Key Position) โดยเริ่มต้นจากการทบทวนสมรรถนะ (Competency) อันประกอบไปด้วย สมรรถนะทางการบริหาร (Managerial Competency) และ สมรรถนะตามสายงาน (Functional Competency) เพื่อให้ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI) สอดคล้องกับแผนการดำเนินงานและกลยุทธ์ของธุรกิจ และพนักงานได้มีส่วนรวมในการกำหนดตัวชี้วัด โดยมีผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับงานที่จะประเมินผลมาเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำกับฝ่ายทรัพยากรบุคคล

3. บริษัทฯ จัดให้มีการทดสอบสมรรถนะเฉพาะบุคคล หรือ Progress Report on Generic Skills (PROG) กับพนักงานระดับบริหารและหัวหน้างานเพื่อใช้ในการทำแผนพัฒนาการฝึกอบรมรายบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้พนักงานในระดับปฏิบัติการและหัวหน้าสายงานสามารถระบุความต้องการในการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะเฉพาะวิชาชีพ หรือการอบรมที่มีความสนใจกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลเพื่อขออนุมัติในการอบรมได้อีกด้วย

แผนการดำเนินงาน

1. แผนพัฒนาศักยภาพและทักษะในการทำงานของพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายพัฒนาพนักงานให้เป็นผู้มีความรู้ความสามารถตามความต้องการของแต่ละหน่วยงาน เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ทั้งในด้านการตลาด พัฒนาวิชาชีพ การจัดการ และคุณภาพชีวิต โดยบริษัทฯ จัดการฝึกอบรมผ่านหลายรูปแบบ ได้แก่ สัมมนา ห้องเรียนออนไลน์ (Virtual Classroom) และบทเรียนออนไลน์ (e-learning) โดยในปี 2566 ทางบริษัทมีการอบรมในหลักสูตรดังต่อไปนี้

ชื่อหลักสูตร	ระดับหัวหน้างาน	ระดับเจ้าหน้าที่	จำนวนชั่วโมง
หลักสูตรความรู้เกี่ยวกับองค์กร			
ผลิตภัณฑ์บริษัท	✓	✓	6
หลักสูตรเกี่ยวกับข้อกฎหมาย หรือตามกฎหมายบังคับ			
เจาะลึก NPAEs for TFRS การบัญชีและภาษีอากรด้านรายจ่าย		✓	6
การวางแผน ควบคุม กำกับดูแล และตรวจสอบงานสำหรับบัญชี		✓	6
หลักสูตรพัฒนาทักษะในการทำงาน (Work Skill)			
RCL	✓	✓	12
เวชศาสตร์ชะลอวัยเพื่อการบริหารเภสัชกรรม		✓	6
Digital marketing		✓	6
ร่วมประเด็นปัญหาภาษีอากรที่ต้องแก้ไขของธุรกิจการขายสินค้าและบริการ		✓	6
Data + AI Business now		✓	6
การตรวจประเมินผู้ขายอย่างมืออาชีพ		✓	3
Microsoft 365 for Business		✓	6
ปัญหาการบันทึกรายการทางบัญชีในช่วงสิ้นปี-ต้นปี		✓	6
UI Design Essentials		✓	6

ชื่อหลักสูตร	ระดับหัวหน้างาน	ระดับเจ้าหน้าที่	จำนวนชั่วโมง
การวางแผนกลยุทธ์ในงานจัดซื้อ		✓	6
หลักสูตรพัฒนาทักษะการบริหารจัดการ			
ร่วมปฏิบัติการ Transforming Business performance	✓		6
Growth Mindset & Versatile Leadership	✓		6
Growth Mindset for Success		✓	12
Change Management	✓	✓	6
การสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ (Constructive communication)		✓	3
หลักสูตร Versatile communication for people champion		✓	6
Productivity Tools บัญชีบริหารภายใต้ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจ		✓	6
การจัดทำงบประมาณเชิงรุกเพื่อควบคุมการปฏิบัติงาน		✓	6
"Design Thinking" พัฒนากระบวนการทำงานและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยแนวคิดนวัตกรรม	✓		24
หลักสูตรพัฒนาทัศนคติในการทำงาน (Soft Skill)			
ไขความลับสร้างนิสัยสู่ความสำเร็จ		✓	3
อยู่ให้เป็น เอาตัวให้รอด		✓	3
เข้าใจวิธีการคิด ยกระดับคุณภาพชีวิตในองค์กร		✓	3
ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยข้อมูล		✓	3
สร้างบริษัทให้โตด้วยพลังคนยุคใหม่		✓	3
พลังของการคิดสร้างสรรค์แบบมีตรรกะ		✓	3
พลังแห่งความพยายามและไม่หยุดเรียนรู้		✓	3
รวมทั้งสิ้น 29 หลักสูตร			**177**

2. แผนพัฒนาค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร

โครงการ People Champion

บริษัทฯ มีการทบทวนโครงสร้างการดำเนินงาน ค่านิยม ตลอดจนถึงวัฒนธรรมองค์กร เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านโครงการ People Champion ซึ่งเป็นโครงการที่มุ่งปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งให้กับพนักงาน ผ่านบุคคลต้นแบบที่ได้รับการคัดเลือกจากแต่ละส่วนงานมาร่วมกันสร้างสรรค์กิจกรรมที่จะทำให้คนในองค์กรตระหนักรู้ และให้ความสำคัญกับค่านิยมและวัฒนธรรมองค์ที่ดีที่จะช่วยให้ทุกคนสามารถใช้ชีวิตในการทำงานได้อย่างมีความสุข โดยมีการวัดผลจากการทำแบบสำรวจความพึงพอใจทั้งก่อนและหลังเพื่อวัดผลว่าพนักงานมีการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ และสามารถนำวัฒนธรรมองค์กรไปประยุกต์ใช้ได้ในการทำงาน

3. แผนการสร้างความผูกพันของพนักงานกับองค์กร

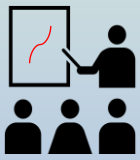
บริษัทฯ จัดกิจกรรมพนักงานสัมพันธ์เพื่อสร้างความผูกพันและรักองค์กร ได้แก่ จัดกิจกรรม Happy Relax กิจกรรมมหาสนุกในเทศกาลต่าง ๆ จัดกิจกรรม HR Live ทุกวันศุกร์ต้นเดือนเพื่อแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์และกิจกรรมร่วมสนุกลุ้นรับโชคผ่านระบบออนไลน์ และมีนโยบายยืดหยุ่นการทำงาน เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพนักงาน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังกำหนดให้มีการประเมินความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการดำเนินการของบริษัทใน 9 หมวด ได้แก่

- ด้านนโยบายและการบริหาร
- ค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม
- สภาพการทำงานที่ปลอดภัย
- การทำงานร่วมกัน
- ความยึดมั่นด้านจริงใจ
- ประชาธิปไตยในองค์กร
- ความมั่นคงก้าวหน้าในการทำงาน
- ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว
- โอกาสในการพัฒนาความสามารถ

ผลการดำเนินงาน

จำนวนเงินลงทุนในการฝึกอบรมพนักงาน

471,868 บาท



จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน

9 ชม. / คน / ปี

ผลประเมินความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ร้อยละ 85

การสำรวจความผูกพันของพนักงานในปี 2566 กลุ่มเป้าหมายคือพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 4 เดือนขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามคือพนักงานทุกคนในองค์กรตอบแบบสำรวจผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งผลการสำรวจพบว่าพนักงานมีคะแนนความผูกพันและความพึงพอใจองค์กรอยู่ที่ร้อยละ 85 ซึ่งบรรลุเป้าหมายประจำปีที่บริษัทตั้งไว้ที่ร้อยละ 80 จากการประเมินระดับความพึงพอใจของพนักงานพบว่า หัวข้อที่พนักงานมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่

หัวข้อที่พนักงานพึงพอใจสูงสุด	ระดับความพึงพอใจของพนักงาน (ระดับ 1 พึงพอใจต่ำสุด และระดับ 5 พึงพอใจสูงสุด)
1. ความพึงพอใจที่ได้รับการประกันสุขภาพ/อุบัติเหตุ	4.41
2. ความพึงพอใจที่องค์กรมีการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	4.36
3. ความพึงพอใจในบรรยากาศของความเป็นมิตร และความสามัคคีในแผนกระหว่างเพื่อนร่วมงาน	4.18

ทั้งนี้จากการประเมินระดับความพึงพอใจของพนักงานมี 3 หัวข้อที่ได้รับความพึงพอใจน้อยสุด ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเพื่อพัฒนาความพึงพอใจ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หัวข้อที่พนักงานพึงพอใจน้อยที่สุด	ระดับความพึงพอใจของพนักงาน (ระดับ 1 พึงพอใจต่ำสุด และระดับ 5 พึงพอใจสูงสุด)	แนวทางการปรับปรุง
1. ความเข้าใจ ในตัวชี้วัดผลงานเพื่อประเมินการทำงาน	3.55	บริษัทฯ มีการปรับปรุงโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทน ในปี 2567 เพื่อให้ได้มาตรฐานเดียวกันกับตำแหน่งต่าง ๆ ในตลาดแรงงาน โดยให้เจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องของค่าตอบแทน ทำการศึกษาเพิ่มเติม ด้วยการส่งไปฝึกอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง
2. ต่อสถานที่ทำงานเป็นสัดส่วนเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน	3.76	บริษัทฯ ได้เพิ่มพื้นที่ Co-working Space ณ บริเวณห้องสันทนาการชั้น 4 สำนักงานใหญ่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เพิ่มไอเดีย และเสริมสร้างบรรยากาศในการระดมสมอง และลดความแออัดในสถานที่ทำงานให้น้อยลง
3. ความพึงพอใจต่อเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานและการขึ้นเงินเดือน	3.96	บริษัทฯ แก้ไขโดยการปรับปรุงระบบการประเมินประจำปี 2566 ซึ่งมีรอบการประเมินในช่วงเดือนธันวาคม 2566 ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น มีการนำเครื่องมือ Balanced Scorecard เข้ามาเป็นตัวช่วยในการกำหนดตัวชี้วัดผลงาน

7.4. การสนับสนุนและช่วยเหลือสังคม

ด้วยตระหนักถึงบทบาทการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคมและชุมชน ซึ่งเป็นภาคส่วนสำคัญในการสนับสนุนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นในการพัฒนายกระดับคุณภาพชีวิตสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้ชุมชน โดยนำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) มาเป็นแนวทางในการดำเนินงานเสริมสร้างความเข้มแข็งและความสุขให้แก่สังคมและชุมชนให้เติบโตไปพร้อมกัน

ตลอด 10 ปีที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารเสริม สินค้าอุปโภคและบริโภค บริษัทฯ มีแรงบันดาลใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีที่สุดโดยคำนึงถึงความต้องการ และความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก รวมถึงจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพผู้คนและแบ่งปันทั้งสิ่งของและความช่วยเหลือให้กับหน่วยงานทางการแพทย์ต่าง ๆ ที่ยังขาดแคลนทุนทรัพย์และเครื่องมือในการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่การมีสุขภาพที่ดีของคนในชุมชนและสังคมโดยส่วนรวม และเนื่องจากบริษัทฯ จำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารพืชที่ช่วยในการเพิ่มผลผลิตทางด้านการเกษตร บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นไปที่การอบรมให้ความรู้กับเกษตรกรโดยการสนับสนุนวิทยากรผู้เชี่ยวชาญทางการเกษตรในการให้ความรู้แก่กลุ่มเกษตรกร ในทางการทำเกษตรปลอดภัย โดยใช้ปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูกได้ในในระดับที่ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภครวมถึงไม่ใช้สารเคมีต้องห้ามในการเพาะปลูกเพื่อความปลอดภัยต่อระบบนิเวศชุมชน และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้บริษัทฯ ยังส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และเข้าถึงศักยภาพสูงสุดของตนเองผ่านการแบ่งปันประสบการณ์และหลักสูตรในการสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักเรียนนักศึกษาเพื่อนำไปปรับใช้ในการทำงานและประกอบอาชีพให้ประสบความสำเร็จ ยกระดับฐานะการเงิน ความสุข และบรรลุจุดมุ่งหมายแห่งชีวิตให้สอดคล้องกับพันธกิจขององค์กรที่ต้องการ “เป็นแรงบันดาลใจและโอกาสแห่งการเปลี่ยนแปลงชีวิตของผู้คน”

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

- *มีจำนวนชุมชมและสังคมที่เข้าร่วมโครงการอย่างน้อย 5 ชุมชน*
- *มีจำนวนข้อพิพาทกับชุมชนไม่เกิน 2 กรณีต่อปี*
- *มีจำนวนชั่วโมงในการทำกิจกรรม CSR เพื่อสังคมของบริษัทฯ อยู่ที่ 2 ชั่วโมงต่อคนต่อปี*

แนวปฏิบัติต่อประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ มีการจัดทำนโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน/สังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจที่มุ่งเน้นการเป็นพลเมืองที่ดีที่สนับสนุนชุมชนและกิจกรรมของชุมชน รวมถึงให้ความสำคัญกับการดูแลชุมชนและสังคมให้มีสภาพแวดล้อม สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี มีความปลอดภัย เพื่อสร้างธุรกิจให้เติบโตควบคู่ไปกับการพัฒนาชุมชนให้แข็งแรง พึ่งพาตัวเองได้

แผนการดำเนินงาน

ในทุก ๆ ปี บริษัทฯ จัดทำโครงการพลังการแบ่งบัน “The Power of Sharing” และในปี 2566 บริษัทฯ สนับสนุนกิจกรรมความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมจำนวน 7 โครงการ 8 กิจกรรม ดังต่อไปนี้

1. โครงการ SCM HERO LIFE HERO RUN 2023

บริษัทฯ มีความมุ่งหวังที่จะส่งเสริมให้ประชาชนทุกเพศทุกวัยเห็นคุณค่าของ “การให้” และ “การมีหัวใจอาสา” ที่มุ่งสร้างประโยชน์ต่อส่วนรวม และการช่วยเหลือ หรือแบ่งปันต่อผู้อื่นด้วยจิตใจของความเป็นเพื่อนมนุษย์ผู้ปรารถนาดีควบคู่กับการมีสุขอนามัยที่ดี ภายใต้แนวคิด HERO BRAND ในกิจกรรมวิ่งเพื่อสุขภาพและการกุศลกิจกรรม “SCM HERO LIFE HERO RUN 2023 โดยเงินรายได้จากการวิ่งสมทบทุนมอบให้กับ

1.1. มูลนิธิสถาบันมะเร็งแห่งชาติ มุ่งให้ความช่วยเหลือเพื่อจัดซื้อเครื่องมืออุปกรณ์การแพทย์ รวมถึงสมทบทุนให้ผู้ป่วยมะเร็งและผู้ป่วยอนาถามีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นพร้อมสนับสนุนโครงการหลักของมูลนิธิฯ เป็นจำนวนเงิน 250,000 บาท

1.2. มูลนิธิพาราลิมปิกแห่งประเทศไทย สมทบกองทุนเพื่อชีวิตใหม่ของผู้พิการที่มีความสามารถและส่งเสริมให้คนพิการเล่นกีฬาเพื่อฟื้นฟูสมรรถภาพทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคมของคนพิการให้ดีขึ้น เป็นจำนวนเงิน 250,000 บาท

2. โครงการมอบผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนกิจกรรมสังคมและสาธารณประโยชน์

บริษัทฯ ให้การสนับสนุนมอบผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้กับหน่วยงานที่จัดกิจกรรมทางสังคมและสาธารณประโยชน์ อาทิเช่น มอบผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นของรางวัลในโครงการสื่อสนุกสนานสร้างสรรค์ เพื่อการเรียนการสอน และธนาคารขยะเพื่อโลกสีเขียว ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มูลนิธิคุณร่วมกับเทศบาลบ้านกรูด และสิ่งแวดล้อมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จัดขึ้นเพื่อสานต่อจิตสำนึกการแยกขยะจากผู้ใหญ่สู่เด็กประถมซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายและเป็นกำลังสำคัญที่พร้อมเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมช่วยกันแยกขยะให้ถูกต้อง ผ่านละครหุ่นเชิด Puppet Show ณ หาดบ้านกรูด เพื่อเน้นย้ำให้เด็ก ๆ ตระหนักถึงการแยกขยะ และอันตรายของขยะที่ปนเปื้อนลงสู่ทะเล นอกจากนี้ภายในงานยังมีการจัดกิจกรรมเก็บขยะ และให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

3. โครงการสนับสนุนวิทยากรเพื่อให้ความรู้การทำเกษตรปลอดภัย (Good Agriculture Practices: GAP)

บริษัทฯ ร่วมมือกับศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) จังหวัดมุกดาหาร จัดอบรมการทำเกษตรปลอดภัย ให้กับกลุ่มเกษตรกร ที่เป็น Young Smart Farmer และกลุ่มเกษตรอินทรีย์จำนวน 150 คน เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในการใช้สารเคมีเพื่อกำจัดศัตรูพืชและการใช้ปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูกในปริมาณที่ถูกต้องและเหมาะสม รวมถึงหันมาใช้วัตถุดิบที่ได้มาจากธรรมชาติปราศจากสารเคมีในการเพิ่มผลผลิตทางด้านการเกษตรเพื่อช่วยลดต้นทุนการเพาะปลูก และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพของสภาพแวดล้อมในชุมชนอีกด้วย

4. โครงการสนับสนุนวิทยากรเพื่อให้ความรู้ในโครงการอบรมชาวไร่ เพื่อการทำไร่อ้อยที่ยั่งยืน

โดยบริษัทฯ ร่วมมือกับสำนักงานเกษตรอำเภอชนแดน จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อให้ความรู้เกษตรกรชาวไร่อ้อยในหมู่บ้านเขาปูน ตำบลลาดแค จำนวน 200 คน เพื่อส่งเสริมการปลูกอ้อยโดยเน้นบริหารจัดการความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ ใช้น้ำใช้ดินอย่างเหมาะสม ไม่เผาไร่และไม่ใช้สารเคมีต้องห้าม รวมไปจนถึงเรียนรู้ที่จะใช้เทคโนโลยีใหม่มาปรับปรุงการเพาะปลูก เพื่อยกระดับคุณภาพผลผลิต ยกระดับคุณภาพชีวิต และลดปัญหาสิ่งแวดล้อม

5. โครงการรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติก “ซัคเซสมอร์ X วน”

บริษัทฯ เข้าร่วมโครงการ “วน” โดยการเปิดรับบริจาคถุงพลาสติกที่สะอาดและยืดได้เพื่อนำกลับมารีไซเคิล โดยกิจกรรมนี้ได้รับความร่วมมือจากนักธุรกิจ สมาชิก และลูกค้าซัคเซสมอร์ ที่มาร่วมบริจาคถุงพลาสติกยืด ที่แห้งและสะอาด จำนวนมากกว่า 1,000 ใบ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้มีส่วนได้เสียและชุมชนในการลดปัญหาขยะพลาสติก และใส่ใจสิ่งแวดล้อม

6. โครงการ SCM แบ่งปันกิจกรรมวันเด็ก

บริษัทฯ เชื่อว่าเด็กและเยาวชนที่ดีจะเป็นอนาคตของชาติ ในทุก ๆ ปี บริษัทฯ จะให้การสนับสนุนกิจกรรมวันเด็กให้กับโรงเรียนในพื้นที่ต่าง ๆ ที่มีสาขาอยู่ โดยในปี 2566 ทางบริษัทได้จัดชุดอุปกรณ์การเรียน พร้อมด้วยของเล่นมอบให้กับโรงเรียนเทศบาลวัดโขตทิมทาราม จังหวัดระยอง เพื่อที่จะให้เด็กได้นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และเป็นกำลังใจให้แก่เด็ก ๆ ที่จะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อไป

7. โครงการแบ่งปันคุณค่าผ่านระบบการพัฒนาคน

บริษัทฯ เล็งเห็นและเข้าใจถึงความสำคัญของทรัพยากรบุคคลซึ่งเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนประเทศอุตสาหกรรม รวมถึงธุรกิจของบริษัทฯ จึงได้มุ่งเน้นการส่งมอบคุณค่าด้วยการพัฒนาบุคคลผ่านสถาบัน Successmore Leadership Academy ซึ่งได้นำศาสตร์ Neuro Linguistic Programming หรือเทคนิคการจัดระบบพฤติกรรมและความคิดผ่านจิตใต้สำนึกมาผสมผสานเป็นหลักสูตรเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีทั้งความคิด ความรู้ ทักษะ รวมทั้งวินัย ให้ครบทุกมิติ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้แบ่งปันหลักสูตรนี้แก่สังคม โดยมีนายนพกฤษฎ์ นิธิเลิศวิจิตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทฯ ซึ่งเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ด้านการพัฒนาบุคลากร เป็นวิทยากรรับเชิญให้แก่สถาบันการศึกษาและสื่อต่าง ๆ โดยแบ่งเป็น 8 กิจกรรมดังนี้

1. วิทยากรรับเชิญ ให้กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในหลักสูตร "SET e-Learning Money Style" โดยแชร์ประสบการณ์ในหัวข้อ “งานดี ชีวิตลงตัว ด้วย Work-Life Intergration” ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตในโลกยุคใหม่ พร้อมเคล็ดลับในการสร้างรายได้และวางแผนการเงิน

2. วิทยากรรับเชิญ ร่วมถ่ายทอดประสบการณ์ให้กับนักศึกษาภาคพิเศษ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อสร้าง inspiration ให้กับนักศึกษา ในหัวข้อ "แรงบันดาลใจสู่ความ สำเร็จ" เพื่อให้นักศึกษาได้รับแรงบันดาลใจในการเรียนและการทำงานเพื่อความสำเร็จในอนาคตอีกด้วย

3. วิทยากรรับเชิญ ร่วมถ่ายทอดประสบการณ์ให้กับคณาจารย์และนักศึกษา โดยมีสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาในจังหวัดชุมพรจำนวน 9 แห่ง ในโครงการ “บ่มเพาะนักธุระกิจใหม่ (SME)” ในหัวข้อ “พลังความคิด พิชิตชีวิต”

4. วิทยากรรับเชิญให้ความรู้และพลังบวกกับพนักงาน GenZ และพนักงานในระดับ CCO และ CTO ของบริษัท P-DICTOR จำกัด ซึ่งเป็นบริษัท Technology startup ในเครือกลุ่มยักษ์ใหญ่อย่าง ปตท. ในหัวข้อ “The Power of One” เพื่อนำความรู้ไปปรับใช้ต่อยอดในการทำงานและชีวิตจริง

5. วิทยากรรับเชิญพิเศษถ่ายทำ E-Learning เพื่อนำเสนอใน Platform Edupluz App เป็นแพลตฟอร์มผ่านคอร์สออนไลน์ จากโค้ช อาจารย์ ชื่อดังจากทั่วทุกมุมโลก ซึ่งครั้งนี้พูดในหัวข้อ “Business Networking” เพื่อถ่ายทอดความรู้พร้อมเคล็ดลับรวมถึงประสบการณ์ในธุรกิจให้กับผู้เรียน

6. วิทยากรรับเชิญพิเศษถ่ายทำ E-Learning เพื่อนำเสนอใน Patform Edupluz App เป็นแพลตฟอร์มผ่านคอร์สออนไลน์ จากโค้ช อาจารย์ ชื่อดังจากทั่วทุกมุมโลก ซึ่งครั้งนี้พูดในหัวข้อ “การบริหารเวลาอย่างชาญฉลาด Time Management” เพื่อถ่ายทอดความรู้ให้ผู้เรียนสามารถบริหารชีวิตได้อย่างลงตัว ทั้งชีวิตการทำงาน และชีวิตส่วนตัว ซึ่งส่งผลให้ภาพรวมของชีวิตประสบความสำเร็จ

7. วิทยากรรับเชิญถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในการทำธุรกิจรวมถึง Mindset ให้กับ Super Trader Republic ใน Zero to Hero "คลับธุรกิจพิชิตเงินล้าน" เริ่มธุรกิจจาก 0 เป็นฮีโร่ 1,000 ล้าน ที่ช่วยให้ทุกคนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดในการทำธุรกิจได้

8. วิทยากรรับเชิญเพื่อสร้างแรงบันดาลใจและส่งต่อพลังบวกให้กับ กลุ่มบริษัท ออลล์นาว ในหัวข้อ "Unstoppable ภารกิจพิชิตชัยชนะ" ที่ช่วยให้ทุกคนสามารถนำความรู้ไปปรับใช้ในการบริหารงาน

ผลการดำเนินงานปี 2566

- ❑ *บริษัทฯ ใช้เงินในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมทั้งสิ้น* ***1,023,960 บาท***
- ❑ *จำนวนชั่วโมงในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของพนักงาน* ***8 ชั่วโมง / คน***
  ผ่าน ***7 โครงการหลัก 8 กิจกรรมย่อย***
- ❑ *ชุมชนที่ได้รับประโยชน์* ***6 ชุมชน***

8. สรุปผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน

ผลดำเนินงานด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแล

รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ					
รายได้จากการขายและการให้บริการ	ล้านบาท	990.53	1,208.32	1,123.69	920.17
กำไร (ขาดทุน) ก่อนรายได้และค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	ล้านบาท	715.17	917.12	867.16	703.26
กำไร (ขาดทุน) ก่อนภาษีเงินได้	ล้านบาท	83.00	281.50	219.41	117.38
กำไร (ขาดทุน) สุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท	ล้านบาท	69.81	223.11	172.46	87.52
งบแสดงฐานะทางการเงิน					
สินทรัพย์รวม	ล้านบาท	886.58	1,048.00	984.61	887.59
หนี้สินรวม	ล้านบาท	226.50	257.41	219.17	183.97
ส่วนของผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	659.88	790.59	765.44	703.62
อัตราส่วนทางการเงิน					
อัตรากำไรขั้นต้น	(ร้อยละ)	72.20	75.90	77.17	76.43
อัตรากำไรสุทธิ	(ร้อยละ)	6.47	17.44	14.46	9.06
อัตราส่วนสภาพคล่อง	(เท่า)	3.96	4.06	3.21	4.07
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.40	0.37	0.33	0.30
องค์ประกอบของคณะกรรมการ					
จำนวนกรรมการทั้งคณะ	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	3
คณะกรรมการพิจารณาค่าตอบแทน	คน	3	3	3	3
คณะกรรมการด้านบรรษัทภิบาล	คน	3	3	3	3
นายณรงค์ฤทธิ์ ถาววิศิษฐพร	ปี	1	2	3	4
นายแพทย์สิทธวีร์ เกียรติชวนันต์	ปี	1	2	3	4
นายนพกฤษฎ์ นิธิเลิศวิจิตร	ปี	1	2	3	4
รศ. ดร. กัญญารัตน์ สานโอพาร	ปี	1	2	3	4
นายสหศักย์ ศรีสรรพางค์	ปี	1	2	3	4
ดร. วิจิตร เตชะเกษม	ปี	1	2	3	4
นางสาวกมลทิพย์ เกียรติชวนันต์	ปี	1	2	3	4
บทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ					
จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการบริษัท (ต่อปี)	ครั้ง	5	4	4	4
จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ	ครั้ง	5	4	4	4

รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด					
คณะกรรมการสรรหา	ครั้ง	1	2	2	2
คณะกรรมการพิจารณาค่าตอบแทน	ครั้ง	1	2	2	2
คณะกรรมการด้านบรรษัทภิบาล	ครั้ง	N/A	N/A	0	1
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	ครั้ง	N/A	2	2	2
คณะกรรมการด้านความยั่งยืน	ครั้ง	N/A	N/A	0	1
ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารระดับสูง					
จำนวนค่าตอบแทนรวมของผู้บริหารระดับสูง	บาท	15,979,592	20,976,191	15,641,947	12,392,972
การสื่อสารและการฝึกอบรมเกี่ยวกับนโยบาย และแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขององค์กร					
จำนวนพนักงานทั้งหมดโดยแยกตามตำแหน่งงาน					
ผู้บริหารระดับสูง	คน	N/A	3	4	4
ผู้จัดการอาวุโส	คน	N/A	4	4	3
หัวหน้าแผนก	คน	N/A	23	20	32
พนักงานตำแหน่งอื่นๆ	คน	N/A	147	139	130
จำนวนรวมของพนักงานที่ได้รับการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบาย และแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขององค์กร					
ผู้บริหารระดับสูง	คน	N/A	3	4	4
ผู้จัดการอาวุโส	คน	N/A	4	4	3
หัวหน้าแผนก	คน	N/A	23	20	32
พนักงานตำแหน่งอื่นๆ	คน	N/A	147	139	130
ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบาย และแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขององค์กร					
ผู้บริหารระดับสูง	คน	N/A	1	1	1
ผู้จัดการอาวุโส	คน	N/A	1	1	1
หัวหน้าแผนก	คน	N/A	1	1	1
พนักงานตำแหน่งอื่นๆ	คน	N/A	1	1	1
จำนวนคู่ค้าทางธุรกิจของบริษัท					
คู่ค้า	ราย	1,023	1,199	1,353	1,487
จำนวนคู่ค้าทางธุรกิจที่ได้กับการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบาย และแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขององค์กร					
คู่ค้า	ราย	0	10	0	0
ร้อยละของคู่ค้าทางธุรกิจที่ได้กับการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบาย และแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขององค์กร					
คู่ค้า	% ของคู่ค้า	0	0.8	0	0
จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน					
จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	50	95	15	7
- จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชันที่เกิดจากพนักงานของบริษัท	จำนวนกรณี	50	95	15	7
- จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชันที่เกิดจากคู่ค้าทางธุรกิจของบริษัท	จำนวนกรณี	0	0	0	0

หมายเหตุ

- *N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้*
- *รายได้และรายจ่ายขององค์กรครอบคลุมเฉพาะรายได้และรายจ่ายที่เกิดจากธุรกิจ MLM*

รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน					
จำนวนคู่ค้าทั้งหมดของบริษัท	ราย	1,023	1,199	1,353	1,487
- จำนวนคู่ค้ารายปัจจุบัน (Current approved Vendor)	ราย	787	1,023	1,199	1,353
- จำนวนจำนวนคู่ค้ารายใหม่ (New Approved Vendor)	ราย	236	176	154	134
จำนวนคู่ค้ารายสำคัญของบริษัท	ราย	63	68	70	72
จำนวนของคู่ค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน	ราย	0	0	0	0
การ On-site ESG Audit คู่ค้าของบริษัท	ราย	0	0	0	0
ร้อยละของคู่ค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน	%	0	0	0	0
- จำนวนคู่ค้าที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	ราย	0	0	0	0
- จำนวนคู่ค้ารายสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	ราย	0	0	0	0
ร้อยละของคู่ค้ารายสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	%	0	0	0	0
ร้อยละของคู่ค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน	%	0	0	0	0
การพัฒนานวัตกรรม					
ค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนานวัตกรรม	บาท	0	0	0	3,190,000
ประโยชน์จากการพัฒนานวัตกรรม	บาท	0	0	0	0
การคิดค้นนวัตกรรมด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือสิ่งแวดล้อม					
จำนวนโครงการด้านวัตกรรมที่คิดค้นโดยพนักงานในองค์กร	จำนวนโครงการ	0	0	0	0
จำนวนนวัตกรรมด้านสังคม/สิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ/การดำเนินงานของบริษัท	จำนวนโครงการ	0	0	0	1
ประโยชน์เชิงปริมาณที่บริษัทได้รับจากโครงการนวัตกรรมด้านสังคม/สิ่งแวดล้อม	บาท	0	0	0	46,544,375
ประโยชน์เชิงปริมาณที่สังคมได้รับจากโครงการนวัตกรรมด้านสังคม/สิ่งแวดล้อม	บาท	0	0	0	0
การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า					
จำนวนการถูกฟ้องร้อง หรือการถูกปรับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล	กรณี	0	0	0	0
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์เรียกคืนผลิตภัณฑ์ กลับมาจากลูกค้า	กรณี	0	0	0	3
ประโยชน์เชิงปริมาณที่สังคมได้รับจากโครงการนวัตกรรมด้านสังคม/สิ่งแวดล้อม	บาท	0	0	0	0
การเติบโตทางธุรกิจ					
การชำระเงินล่าช้า	กรณี	0	0	0	0
การผิดนัดชำระหนี้ต่อเจ้าหนี้	กรณี	0	0	0	0
การจ่ายเงินปันผล	ครั้ง	0	2	2	2
อัตรากำไรสุทธิ	ร้อยละ	6.47	17.44	14.46	9.06

รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล					
ร้อยละของจำนวนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ เช่น ISO 27001 หรือมาตรฐานอื่น ๆ เป็นต้น	ร้อยละ	0	0	0	0
- จำนวนโครงสร้างพื้นฐานทั้งหมด	โครงการ	9	12	12	21
- จำนวนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน	โครงการ	0	0	0	0
ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	ร้อยละ	0	0	0	0.54
- จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	172	179	206	179
- จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	คน	0	0	0	97
จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่บริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์ พร้อมมาตรการแก้ไข	กรณี	0	0	0	0

ผลดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
นโยบายและการปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม					
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม พร้อมอธิบายมาตรการแก้ไข	กรณี	0	0	0	0
มูลค่าความเสียหายหรือค่าปรับที่เกิดจากการละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	บาท	0	0	0	0
การจัดการพลังงาน					
พลังงานเชื้อเพลิง					
การเผาไหม้เคลื่อนที่ (Mobile Combustion)					
- น้ำมันเบนซิน (Gasoline)	ลิตร	21,226.87	16,073.31	20,324.07	17,648.84
ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงของบริษัท					
- ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิง	ลิตร	198,347	162,736	251,766	180,306.41
จำนวนการใช้รถไฟฟ้า ทดแทนรถที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง	คัน	0	0	0	1
พลังงานไฟฟ้า					
การใช้พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากหน่วยงานภายนอก					
- ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	752,209	666,852	817,045	977,778
- ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อรายได้รวม	กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อพันบาท	0.86	0.60	0.77	1.4
- อัตราส่วนปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด	บาท/คน/ปี	4,373	3,725	3,966	5,462
ค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้าที่ซื้อจากหน่วยงานภายนอกของบริษัท					
- ค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้า	บาท	3,946,156	3,498,367	4,231,493	5,186,799
- อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้าต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด	บาท/คน/ปี	22,943	19,544	20,541	28,977
การจัดการน้ำ					
ปริมาณการใช้น้ำประปาของบริษัท					
- ปริมาณการใช้น้ำประปา	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	9,668	8,386	8,786	9,242
- ปริมาณการใช้น้ำต่อรายได้รวม	กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อหมื่นบาท	0.11	0.07	0.08	0.13
- อัตราส่วนปริมาณการใช้น้ำประปาต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด	ลูกบาศก์เมตรต่อคนต่อปี	56	47	43	52
ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำประปาของบริษัท					
- ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำประปา	บาท	132,917	115,296	122,999	129,390
- อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการใช้น้ำประปาต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด	บาท/คน/ปี	773	644	597	723

รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
การบำบัดน้ำเสีย					
- ประเมินปริมาณน้ำเสีย	ลูกบาศก์เมตร	7,734	6,709	7,028	7,394
การจัดการขยะและของเสีย					
ปริมาณขยะและของเสีย					
ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายรวม	กิโลกรัม	2,334	1,167	3,501	10,158
- ปริมาณการใช้กระดาษ	กิโลกรัม	2,334	1,167	3,501	1,167
- ปริมาณขวดพลาสติก	กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	50
- ปริมาณขยะไม่อันตรายอื่น ๆ	กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	8,941
ปริมาณขยะและของเสียอันตรายรวม	กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	31
ปริมาณขยะและของเสียรวม	กิโลกรัม	2,334	1,167	1,167	10,189
อัตราส่วนปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายต่อรายได้รวม	กิโลกรัม/พันบาทรายได้	0.00266	0.00105	0.00331	0.01125
อัตราส่วนปริมาณขยะและของเสียอันตรายต่อรายได้รวม	กิโลกรัม/พันบาทรายได้	N/A	N/A	N/A	0.00003
อัตราส่วนปริมาณขยะและของเสียรวมต่อรายได้รวม	กิโลกรัม/พันบาทรายได้	0.00266	0.00105	0.00331	0.01128
ปริมาณขยะและของเสียที่นำไปกำจัดโดยหน่วยงานภายนอก					
การกำจัดขยะทั่วไปด้วยการเผา	กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	8,941
ปริมาณขยะและของเสียที่นำไป Reuse/Recycle ของบริษัท					
ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle)	กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	79
- กระดาษ	กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	12
- กระป๋องอลูมิเนียม	กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	2
- ขวดแก้ว	กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	15
- ขวดพลาสติก	กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	50
ผลรวมของปริมาณขยะและของเสียที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle)	กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	79
ร้อยละปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) ต่อปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายรวม	%	N/A	N/A	N/A	0.778
ร้อยละปริมาณขยะและของเสียอันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) ต่อปริมาณขยะและของเสียอันตรายรวม	%	N/A	N/A	N/A	0.775
การจัดการก๊าซเรือนกระจก					
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 1					
การใช้พลังงานจากแหล่งที่ใช้แล้วหมดไป - การใช้เชื้อเพลิง					
การเผาไหม้เคลื่อนที่ (Mobile Combustion): การเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิลเพื่อการขนส่ง ด้วยยานพาหนะขององค์กร					
- น้ำมันดีเซล (Diesel)	kg CO2eq	58,168	44,046	55,694	48,363
รวมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้เคลื่อนที่	kg CO2eq	58,168	44,046	55,694	48,363

รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
รวมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงาน (ENERGY)	kg CO2eq	58,168	44,046	55,694	48,363
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการรั่วไหล : ปริมาณสารทำความเย็นที่เติมลงในเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ห้องเย็น ในแต่ละปี					
การรั่วไหลจากสารทำความเย็น (ระบบทำความเย็น)					
• R22 (HFC-22)	kg CO2eq	N/A	N/A	5,280	14,080
• R32 (HFC-32)	kg CO2eq	N/A	N/A	3,385	10,155
• R-410A	kg CO2eq	N/A	N/A	3,848	9,620
รวมการรั่วไหลจากอุปกรณ์ไฟฟ้า	kg CO2eq	N/A	N/A	12,513	33,855
รวมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการรั่วไหล (IPPU)	kg CO2eq	N/A	N/A	12,513	33,855
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม - ขอบเขตที่ 1 รวม	kg CO2eq	58,168	44,046	68,207	82,218
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 2					
การใช้พลังงานจากแหล่งที่ใช้แล้วหมดไป - การใช้พลังงานไฟฟ้า					
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	kg CO2eq	376,029	333,359	408,441	488,791
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม - ขอบเขตที่ 2 รวม	kg CO2eq	376,029	333,359	408,441	488,791
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 3					
Category 1 Purchased goods and services					
การซื้อสินค้าและบริการรวม Purchased goods and services	kg CO2eq	12,590	9,118	14,342	9,799
- การใช้น้ำประปา	kg CO2eq	7,684	6,665	6,983	7,346
- ปริมาณการใช้กระดาษ	kg CO2eq	4,906	2,453	7,359	2,453
Category 5 Municipal Solid Waste - MSW Disposal by third party					
การกำจัดขยะทั่วไปโดยผู้ให้บริการรวม	kg CO2eq	N/A	N/A	N/A	10,818
- การกำจัดขยะทั่วไปด้วยการเผา	kg CO2eq	N/A	N/A	N/A	10,818
Category 7 Employee Commuting					
การเดินทาง ทางถนน ของพนักงาน - เดินทางไป-กลับบ้าน/สำนักงาน	kg CO2eq	N/A	N/A	N/A	1,679,643
- ระยะทางรวมของผู้ที่เดินทางโดยยานพาหนะที่ใช้น้ำมันเบนซิน (Gasoline Vehicle)	กิโลเมตร (km)	N/A	N/A	N/A	739,833
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม - ขอบเขตที่ 3 รวม	kg CO2eq	12,590	9,118	14,342	1,700,260
สรุปปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก					
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม - ขอบเขตที่ 1	kg CO2eq	58,168	44,046	68,207	82,218
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม - ขอบเขตที่ 2	kg CO2eq	376,029	333,359	408,441	488,791
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม - ขอบเขตที่ 3	kg CO2eq	12,590	9,118	14,342	1,700,260
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม	kg CO2eq	446,787	386,523	490,990	2,271,269
อัตราส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมต่อรายได้รวม	kgCO2e/พันบาทรายได้	0.50986	0.34753	0.46403	3.29647
อัตราส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด	kgCO2e/คน	2,598	2,159	2,383	12,689

หมายเหตุ

• N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

• ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อรายได้รวม ปริมาณการใช้น้ำต่อรายได้รวม และปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมต่อรายได้รวม คำนวนมาจากรายได้ที่เกิดจากธุรกิจ MLM เท่านั้น

• ปริมาณขยะและของเสียที่อันตรายและไม่อันตราย ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) เป็นตัวเลขที่จัดเก็บในช่วงระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม – 31 ธันวาคม 2566

• ตัวเลขปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 3เพิ่มสูงขึ้นมากเนื่องจากในปี 2566 มีการจัดเก็บข้อมูลการเดินทางของพนักงานด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล

ตัวชี้วัดความยั่งยืน หมวดพาณิชย์

รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม					
ร้อยละของยอดขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (eco products) ต่อยอดขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด	ร้อยละ	2.55	2.41	2.72	2.33
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	N/A	4.92

หมายเหตุ

• N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

ผลการดำเนินงานด้านสังคม

รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
สิทธิมนุษยชน					
จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	กรณี	0	0	0	0

รายการ	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
การจ้างงาน													
จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	61	111	172	73	106	179	86	120	206	74	105	179
สถิติพนักงานจำแนกตามช่วงอายุ													
- อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	31	58	89	43	57	100	40	54	94	33	52	85
- อายุ 30-50 ปี	คน	31	58	89	43	57	100	40	54	94	38	49	87
- อายุมากกว่า 50 ปี	คน	27	48	75	28	45	73	43	62	105	3	4	7
สถิติพนักงานจำแนกตามระดับตำแหน่ง													
- ผู้บริหารระดับสูง	คน	2	0	2	2	0	2	5	0	5	4	0	4
- ระดับบริหาร	คน	4	14	18	5	13	18	3	18	21	4	12	16
- ระดับปฏิบัติการ	คน	55	97	152	66	93	159	78	102	180	66	93	159
สถิติพนักงานจำแนกตามภูมิลำเนา													
- กรุงเทพและปริมณฑล	คน	29	30	59	34	30	64	40	32	72	34	28	62
- ภาคเหนือ	คน	6	26	32	7	26	33	8	29	37	8	24	32
- ภาคกลาง	คน	9	8	17	9	9	18	13	15	28	10	11	21
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คน	4	28	32	7	27	34	9	30	39	8	30	38
- ภาคใต้	คน	11	17	28	13	12	25	13	10	23	11	8	19
- ภาคตะวันออก	คน	2	2	4	3	2	5	3	4	7	3	4	7
จำนวนพนักงานผู้พิการและ/หรือผู้สูงอายุ	คน	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR)													
พนักงาน	กรณี	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
จำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงาน (ประจำปี)	ชม.	145,912	265,512	411,424	173,448	251,856	425,304	203,648	284,160	487,808	184,704	267,584	452,288
อัตรา ต่อ 200,000 ชม. การทำงาน	กรณี / 200,000 ชม. การทำงาน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตรา ต่อ 1,000,000 ชม. การทำงาน	กรณี / 1,000,000ชม. การทำงาน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

รายการ	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
ผู้รับเหมา	กรณี	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
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	2563	2564	2565	2566
การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน					
จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน	บาท	62,968,095	49,024,060	79,542,881	83,390,877
ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	%	100	100	96.6	97.6
ความแตกต่างของค่าตอบแทนระหว่างเพศ	หญิง:ชาย	0.53:1	0.50:1	0.57:1	0.50:1
การพัฒนาพนักงาน					
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน	ชม./คน/ปี	1.5	4	7	9
จำนวนค่าใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาพนักงาน	บาท	100,442	356,678	783,643	471,868
ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน					
จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน	ครั้ง	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายรายเดือนในการป้องกันสุขภาพและความปลอดภัย	บาท/เดือน	N/A	N/A	60,614	68,047
การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน					
พนักงานที่ลาออก	คน	71	44	23	45
	ร้อยละเทียบกับจำนวนพนักงานทั้งหมด	29	25	11	23
พนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ	คน	0	0	0	0
	ร้อยละเทียบกับจำนวนพนักงานทั้งหมด	0	0	0	0
จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0	1
เป้าหมายการพัฒนาความผูกพันหรือความพึงพอใจของพนักงานต่อองค์กร	%	80	80	80	80
ผลประเมินความผูกพันหรือความพึงพอใจของพนักงานต่อองค์กร	%	80	80	96	85

รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
ความรับผิดชอบต่อลูกค้า/ผู้บริโภค - ภาพรวม					
สิทธิผู้บริโภค					
จำนวนกรณีข้อมูลลูกค้ารั่วไหลพร้อมมาตรการแก้ไข	กรณี	0	0	0	0
จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค พร้อมมาตรการแก้ไข	กรณี	0	0	0	0
ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า	%	91	91	96	91
ความรับผิดชอบต่อชุมชน/สังคม					
จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน/สังคมพร้อมมาตรการแก้ไข	กรณี	0	0	0	0
จำนวนเงินรวมที่ใช้ในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน/สังคม	บาท	510,559	100,000	110,000	1,023,960
การดำเนินงานกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การประเมินผลกระทบ และแผนงานพัฒนา					
จำนวนชุมชนที่มีโครงการการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและ/หรือการพัฒนา	ชุมชน	N/A	N/A	N/A	6
การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนหรือแก้ไขปัญหาสังคมอย่างยั่งยืนผ่านกระบวนการทางธุรกิจ					
จำนวนชุมชนที่มีโครงการการมีส่วนร่วมและ/หรือการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นที่ได้รับผลประโยชน์	ชุมชน	N/A	N/A	N/A	6
ร้อยละของชุมชนที่มีโครงการการมีส่วนร่วมและ/หรือการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นที่ได้รับผลประโยชน์	%	N/A	N/A	N/A	100

หมายเหตุ

• N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

แบบสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566
บริษัท ซัคเซสมอร์ บีอิ้งค์ 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 2566

	มาก	**ปานกลาง**	**น้อย**
- ความสมบูรณ์ครบถ้วนของเนื้อหา	○	○	○
- ความน่าสนใจของเนื้อหา	○	○	○
- การใช้ภาษาเข้าใจง่าย	○	○	○
- การออกแบบรูปเล่มรายงานมีความสวยงามและทันสมัย	○	○	○
- ความพึงพอใจต่อรายงานโดยรวม	○	○	○

7. ท่านคิดว่าควรเพิ่มประเด็นใดในรายงานความยั่งยืน

.....

8. กรุณาระบุความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนารายงานความยั่งยืนต่อไป

.....

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือของท่าน
ความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนารายงานความยั่งยืนของบริษัทฯ ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

SUCCESSMORE
Inspiration for your Being

บริษัท ซัคเซสมอร์ บีอิ้งค์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่
10/1-2 ถนนรัชดาภิเษก แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ : +66(0) 2-511-5955
อีเมล : support@successmore.com
เว็ปไซต์ : www.successmore.com