



**MOONG
PATTANA**

เคียงข้างคุณภาพชีวิตที่ดี

บริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
Moong Pattana International Public Company Limited

Sustainability Report 2023

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2566

*Celebrate Life's
Daily Moments*



ร่วมสร้างสรรค์ความสุขของชีวิตในทุกๆ วัน

สารบัญ

สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	4
รู้จักมุ่งพัฒนา	6
รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ	21
ความก้าวหน้าการดำเนินธุรกิจสู่เป้าหมายความยั่งยืน 2565	22
มุ่งพัฒนา... มุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน	26
การกำกับดูแลกิจการอย่างยั่งยืน	
• ประเด็นความยั่งยืน	42
• การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	46
• การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า	49
• นโยบายการจัดซื้อจัดหาอย่างยั่งยืน	50
• การบริหารความเสี่ยง	51
• นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	55
• นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม	57
การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตของพนักงาน	
• ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการปฏิบัติงาน	69
• การเคารพสิทธิมนุษยชน	70
การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้ทุกคน	
• ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์	72
• มาตรฐานความปลอดภัยผลิตภัณฑ์	73
• นโยบายข้อมูลส่วนตัวและการรักษาความปลอดภัย	73
• กิจกรรมส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ และให้ความรู้กับคุณแม่่มือใหม่ในยุคดิจิทัล	74
• ผลิตภัณฑ์ Own Brand ที่ตอบโจทย์ทุกช่วงวัย	76
• การส่งเสริมและสร้างคุณค่าร่วมในสังคม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	79
มุ่งมั่นเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจหมุนเวียน	
• การพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างยั่งยืน	83
• การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียว	84
• กระบวนการช่วยเหลือและจัดการปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์	85
• เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	86

สารจากประธาน เจ้าหน้าที่บริหาร

ด้วยความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบความยั่งยืน ในปีที่ผ่านมามุ่งพัฒนา ให้ความสำคัญและยกระดับเรื่องการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทได้มีการรักษามาตรฐานในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ด้าน ESG (Environment, Social and Governance) อย่างต่อเนื่องและประสบความสำเร็จทำให้บริษัทได้รับรางวัล **SET ESG Rating 2023 Rating A**

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาทั่วโลกยังเผชิญกับความท้าทายในด้านต่างๆ เป็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก ทั้งด้านการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สภาพเศรษฐกิจ สุขภาพและโรคระบาด ความไม่แน่นอนของการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถคาดเดาได้ บริษัทมีการปรับแผนกลยุทธ์และการดำเนินธุรกิจให้รับมือกับความท้าทายดังกล่าวมาโดยตลอด การนำเอานวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาขับเคลื่อนการทำงาน เพื่อก้าวสู่ธุรกิจยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อปรับระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่พนักงาน สังคม และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

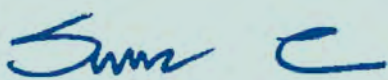
บริษัทตระหนักถึงความสำคัญและการนำหลักการความยั่งยืนมาผสมผสานในการดำเนินธุรกิจ เราจะมุ่งมั่นยกระดับแผนงานด้านความยั่งยืนให้เป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายและกลยุทธ์การสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยยังคงมุ่งเน้นแผนงานสำคัญในด้านต่างๆ ดังนี้

1. เรื่องการลดภาวะโลกร้อน ก๊าซเรือนกระจก ศึกษาเพิ่มเติมถึงวิธีการต่างๆ เพื่อลดก๊าซเรือนกระจกในกิจกรรมที่เกิดจากการทำงานในสำนักงาน มีการริเริ่มวางแผนการตั้งเป้าการลดก๊าซเรือนกระจกให้ชัดเจนขึ้น
2. เข้าร่วมโครงการแยกขยะกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) และสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทยในโครงการ Ting to Trash (ทิ้งทุแพร่ช) สร้าง

จิตสำนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่อเนื่อง โดยเฉพาะ
การรณรงค์ การลดใช้พลังงานไฟฟ้า และการแยกขยะ
ให้ถูกต้อง

3. โครงการมุ่งทำดีปลูกป่า ร่วมกับภาคีสนับสนุนป่า
ชุมชนลดโลกร้อน ปกป้องผืนป่าต่อเนื่อง โดยการ
ปลูกป่าร่วมกับบริษัท ไทยพีเอ็น จำนวน 10 ไร่
4. โครงการต่อเนื่อง Green Packaging
5. การยกระดับร่วมกับคู่ค้าในเรื่อง code of conduct
for supplier

เรายังคงมุ่งมั่นยกระดับแผนงานด้านความยั่งยืนให้เป็น
ส่วนหนึ่งของเป้าหมายและกลยุทธ์การสร้างการเติบโตอย่าง
ยั่งยืน โดยจะเพิ่มสร้างการตระหนักถึงความสำคัญไปยังคู่ค้า
พันธมิตร ควบคู่กับการพัฒนา ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสู่
สังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้ปณิธาน มุ่งพัฒนา เคียงข้าง
คุณภาพชีวิตที่ดี โอกาสนี้ ขอขอบคุณพนักงานทุกคนที่ยึดมั่นใน
ค่านิยมขององค์กรและมีส่วนร่วมในโครงการต่างๆ ที่ทำให้เกิด
ความก้าวหน้าพัฒนาจนได้รับความสำเร็จอีกปีหนึ่ง ด้วยความ
ร่วมมือร่วมใจของพนักงานทุกคนจะสามารถทำให้เกิดความ
เจริญก้าวหน้าเติบโตอย่างมั่นคงและสามารถบรรลุเป้าหมายที่
ตั้งไว้ได้อย่างยั่งยืน



นางสาว สุวรรณฯ โชคดีอนันต์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร





รู้จัก MOONG มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชั่นแนล



พันธกิจ

ร่วมสร้างสรรค์ความสุขของชีวิตในทุกๆ วัน

วิสัยทัศน์

มุ่งพัฒนา ร่วมสร้างโลกแห่งความเป็นอยู่ที่ดีด้วยการ
เสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตของทุกคนในครอบครัวตลอดทุกช่วงวัย



ข้อมูลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจและสังคม	2566	2565	2564
มูลค่าทางเศรษฐกิจที่สร้างขึ้น (หน่วย : ล้านบาท)			
สินทรัพย์รวม	1,337.9	1,352.1	1,364.9
รายได้รวม	810.8	831.0	813.6
มูลค่าเชิงเศรษฐกิจที่กระจายสู่สังคม (หน่วย : ล้านบาท)			
ต้นทุนการดำเนินงาน	638.8	661.7	630.8
ค่าจ้างและสวัสดิการพนักงาน	151.1	150.8	158.3
เงินบริจาคเพื่อสนับสนุนชุมชนและสังคม	0.8	0.3	0.6
เงินที่จ่ายให้แก่ภาครัฐ (ภาษี)	3.5	2.8	3.6
เงินที่ชำระคืนให้กับเจ้าของเงินทุน (หน่วย : ล้านบาท)			
เงินปันผล	33.7	35.4	30.4
ต้นทุนทางการเงิน	1.2	1.5	0.4
มูลค่าเชิงเศรษฐกิจสะสม (หน่วย : ล้านบาท)			
กำไรก่อนหักภาษี ดอกเบี้ยจ่าย และค่าเสื่อมราคา	60.1	56.4	103.2
กำไรสุทธิ	40.5	35.7	82.3
การจ้างงาน (หน่วย : คน)			
จำนวนพนักงานทั้งหมด	140	148	154
ผู้บริหาร			
ชาย	1	1	1
หญิง	4	4	3
พนักงาน			
ชาย	52	55	58
หญิง	83	88	92

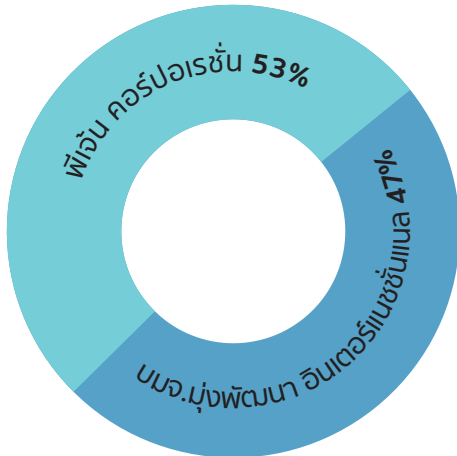
พัฒนาการที่สำคัญ

- | | |
|------|--|
| 2524 | <ul style="list-style-type: none"> ก่อตั้ง บจก. มุ่งพัฒนา มาร์เก็ตติ้ง เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2524 โดยคุณสุเมธ เลอสุมิตรกุล ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องครัวที่มีคุณภาพ |
| 2531 | <ul style="list-style-type: none"> ได้รับสิทธิในการผลิต การใช้ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การใช้เครื่องหมายการค้า “พีเจ็น” แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย พีเจ็นเป็นโรงงานผลิต จำหน่าย นำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทารกและเด็ก ผลิตภัณฑ์สำหรับมารดาและผู้หญิง ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพในครัวเรือน และอุปกรณ์การแพทย์ที่มีชื่อเสียงจากประเทศญี่ปุ่น |
| 2533 | <ul style="list-style-type: none"> ร่วมกับ พีเจ็น คอร์ป ก่อตั้ง บจก. ไทยพีเจ็น ประกอบธุรกิจโรงงานผลิตจุกนมซิลิโคน ขวดนม ผลิตภัณฑ์พลาสติกสำหรับเด็กภายใต้ตราสินค้าพีเจ็น |
| 2537 | <ul style="list-style-type: none"> ร่วมกับ โยชิโน โคเคียวโซ ก่อตั้ง บจก. โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติก ชิ้นส่วน ส่วนประกอบและอะไหล่ที่เป็นพลาสติก เช่น หัวฉีดน้ำ หัวปั๊ม ขวดแชมพู เป็นต้น |
| 2539 | <ul style="list-style-type: none"> ร่วมกับ พีเจ็น คอร์ป ก่อตั้ง บจก. พีเจ็น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) ประกอบธุรกิจผลิตผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวของทารกและผู้ใหญ่ ผ้าทากันยุง แผ่นซับน้ำมัน น້ายาทำความสะอาดจุกนมและขวดนม |
| 2551 | <ul style="list-style-type: none"> แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อเป็น บมจ. มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชั่นแนล และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ |
| 2560 | <ul style="list-style-type: none"> การเปิดช่องทางจำหน่ายผ่านออนไลน์ – www.moong-shop.com และช่องทางการจำหน่ายผ่าน Foodservice (อุตสาหกรรมอาหารและจัดเลี้ยง หรือ Catering service ได้แก่ ร้านอาหาร โรงแรม และร้านอาหารในโรงเรียน โรงพยาบาล เป็นต้น) การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พีเจ็นอย่างเป็นทางการในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว |
| 2563 | <ul style="list-style-type: none"> ขยายตลาดต่างประเทศ กัมพูชา เมียนมา และขยายธุรกิจเข้าสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี (Health and Wellness) ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เครื่องต้มน้ำสมุนไพรจับเลี้ยง ไม่มีน้ำตาล แบรินด์ เบา (BAO) |
| 2564 | <ul style="list-style-type: none"> ขยายตลาดต่างประเทศ โดยการแนะนำผลิตภัณฑ์นมอัดเม็ด Milk me ในประเทศเวียดนาม และออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เครื่องต้มน้ำหว่าป्ली แบรินด์ เบา (BAO) |

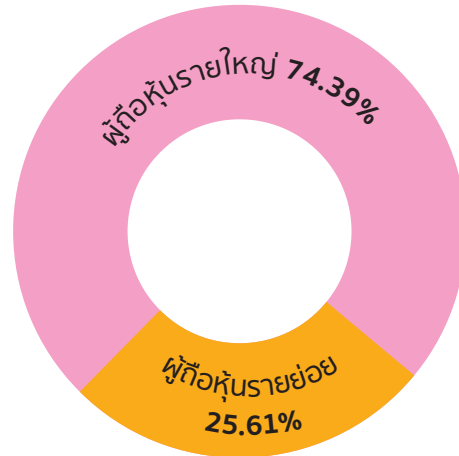
ข้อมูลทั่วไป

สำนักงานใหญ่	เลขที่ 2/97 – 104 ชั้น 18 – 19 อาคารบางนาคอมเพล็กซ์ ออฟฟิศทาวเวอร์ ซอยบางนา-ตราด 25 แขวงบางนาเหนือ เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260	
คลังสินค้า	เลขที่ 159/1 หมู่ 7 ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี สมุทรปราการ 10540	
ทุนจดทะเบียน	221,339,423 บาท	
ทุนจดทะเบียน	168,722,633 บาท	
ชำระแล้ว	หุ้นละ 0.50 บาท	
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 10 รายแรก 74.39%	
สัดส่วนการถือหุ้น	กลุ่มผู้ถือหุ้นรายย่อย	25.61%

สัดส่วนการถือหุ้น
 บจ.ไทยพีเอ็น



สัดส่วนการถือหุ้น
 บมจ. มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชั่นแนล
 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566



บริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) เดิมชื่อ บริษัท มุ่งพัฒนา มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี 2524 และเริ่มดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องครัวที่มีคุณภาพ ในปี 2531 บริษัท ได้รับสิทธิในการผลิต การใช้ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้เครื่องหมายการค้า “พีเอ็น” แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ซึ่งพีเอ็นเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็กอันดับหนึ่งในประเทศญี่ปุ่น

ด้วยความเชี่ยวชาญและบริษัทที่มีความชำนาญในด้านการตลาดโดยจะบริหารแบรนด์หรือตราสินค้าที่บริษัทเป็นคัสตรและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริหาร และให้เป็นที่รู้จักและรักษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้คงความนิยมในผลิตภัณฑ์และตราสินค้าอย่างต่อเนื่องผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทได้กำหนดไว้ รวมถึงมีความชำนาญในด้านการจัดจำหน่ายโดยมีเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศทั้งร้านค้าสมัยใหม่หรือโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) หน่วยรถขายเงินสด (Cash Van) และหน่วยขาย Pre-order รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ อาทิ Food Service และ E-commerce เป็นต้น

บริษัทมีความชำนาญในการบริหารตราสินค้าและการมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศไทย ทำให้บริษัทได้มีการขยายธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายโดยได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการทำการตลาดในประเทศไทย กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม ส่งผลให้บริษัท มีจำนวนสินค้าที่จัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นและมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

บริษัทประกอบธุรกิจใน 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่

1) กลุ่มธุรกิจภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (Own brand) ได้แก่

- 1.1. วีแคร์ (Vcare) ผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวสำหรับผู้ใหญ่ แปรงสีฟัน และและยาสีฟัน
- 1.2. ฟ็อกกี้ (Foggy) ผลิตภัณฑ์กระบอกฉีดน้ำ
- 1.3. สไมล์วี (Smile V) ผลิตภัณฑ์กระบอกฉีดน้ำ
- 1.4. เบา (Bao) เครื่องดื่มสมุนไพร

2) กลุ่มธุรกิจตัวแทนจัดจำหน่าย (Distributor business) สินค้าอุปโภคบริโภค โดยเน้น 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) กลุ่มผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก 2) สินค้าของใช้ประจำวันและของใช้ในครัวเรือน 3) กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม และ 4) กลุ่มสินค้าผู้สูงอายุ

3) กลุ่มธุรกิจร่วมค้า (Joint venture business) นอกจากการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคแล้ว บริษัทยังมีกิจการร่วมค้ารวมทั้งสิ้น 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท ไทยพีเจ็น จำกัด (TP) บริษัท พีเจ็น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด (PIT) และ บริษัท โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) จำกัด (YMP) โดยมีสัดส่วนการร่วมลงทุนอยู่ที่ร้อยละ 47 ร้อยละ 2.5 และร้อยละ 6 ตามลำดับ ในการร่วมลงทุนดังกล่าวบริษัทฯ ได้รับประโยชน์จากการได้สิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่แต่ละบริษัทร่วมค้าแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย รวมถึงได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผล

บริษัทมุ่งเน้นการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคโดยได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มหลัก ดังนี้

กลุ่มสินค้าสำหรับแม่และเด็ก (Baby and mom)

- พิวจิน (Pigeon) ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงประเทศญี่ปุ่น สำหรับแม่และเด็กทารกที่มีอายุระหว่าง 0-3 ปี
- ไออุ่น เซรัมอัญชัน สำหรับเด็ก บาล์มบัวหิมะ และโรสฮิปเจล
- เมจิ (Meiji) นมผงเด็กอัดก้อน
- ซันมัม (Sunmom) ฤกษ์น้ำข้าวสำหรับเด็ก

กลุ่มสินค้าของใช้ส่วนบุคคล
และของใช้ในครัวเรือน
(Personal care & household)

- วีแคร์ (V care) ส่าสี ผ้าเช็ดทำความสะอาดแบบเปียก สำหรับผู้ใหญ่ แปรงสีฟัน ยาสีฟัน
- ฟ็อกกี้ (Foggy) กระบอกฉีดน้ำ
- สไมล์วี (Smile V) กระบอกฉีดน้ำ
- โปรดENTALบี (ProdentalB) แปรงสีฟันสำหรับเด็ก อายุ 1 ปีขึ้นไป และผู้ใหญ่ และยาสีฟัน fruity strawberry และองุ่น
- ZP แปรงสีฟัน
- แคร่บีว (Carebeau) แชมพูเปลี่ยนสีผม
- ซันบิน (Sunbin) กุญชยะแบบพับ สีดำ

กลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม
(Food and beverage)

- เบา (BAO) เครื่องดื่มสมุนไพรพร้อมดื่ม
- หิมาลายา (Himalaya) ซอท์ เลมอน แคนดี้ ลูกอมมินท์
- 4 แคร่บาลานซ์ (4 Care Balance) เครื่องดื่มและขนมข้าวอออร์แกนิก (จัดจำหน่ายทาง online)
- เบ็บบี้ (Bebby) อาหารเสริมสำหรับการกและเด็ก (ชนิดข้าวหอมมะลิอออร์แกนิกคุ่นและน้ำสต็อก) และขนมสำหรับเด็ก Coco Roll
- วอส (Voss) น้ำแร่ธรรมชาติผลิตจากประเทศนอร์เวย์
- วีเวลมีแพค (Vvell Mepak) ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มผักผลไม้ชนิดผงชงพร้อมดื่ม

กลุ่มสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ
(Senior)

- วีแคร์ (V care) ผลิตภัณฑ์สบู่เหลวและแชมพูแบบไม่ต้องล้างออกสำหรับผู้สูงอายุ
- มูมู (MUMU) ผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมสำหรับผู้ใหญ่ และแบบ Tape SuperSave

ในปี 2566 บริษัทมีสินค้าใหม่จากแบรนด์สินค้าเดิม ซึ่งเป็นการพัฒนาร่วมกัน
ระหว่างผู้ผลิตและเจ้าของตราสินค้า เช่น

ผลิตภัณฑ์มูมู (MUMU) รุ่น Tape SuperSave
ผลิตภัณฑ์เบ็บบี้ (Bebby) ขนมสำหรับเด็ก และ Sunbin เพิ่ม SKU กุญชยะ เป็นต้น

กลุ่มธุรกิจภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (Own Brand)

1. ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล ตราสินค้า วีแคร์ (V care)

วีแคร์ พิถีพิถัน ใส่ใจ ในการคิดค้น พัฒนาผลิตภัณฑ์ทุกกลุ่มจากความต้องการของผู้บริโภค ให้ความสำคัญในทุกรายละเอียด ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน ช่วยให้ผู้บริโภคมีคุณภาพชีวิตที่ดีในทุกๆ วัน ปัจจุบันกลุ่มผลิตภัณฑ์ ภายใต้ตราสินค้า วีแคร์ ที่ทางบริษัทพัฒนาตราสินค้า บริหารจัดการด้านการตลาด และการจัดจำหน่าย ครอบคลุมความต้องการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองคนรุ่นใหม่ มีดังนี้

กลุ่มสำลี

สำลีวีแคร์ ผลิตจากใยฝ้าย 100% และยกระดับมาตรฐานใหม่ของสำลี ด้วยการผสมเทคโนโลยีการถักทอด้วยน้ำ และกระบวนการฆ่าเชื้อถึง 2 ครั้ง เพื่อการันตีคุณภาพ ความสะอาด และปลอดภัย ปราศจากสารเคมี พร้อมเนื้อสำลีละเอียดเนียน นุ่ม สำหรับทุกผิวสัมผัส

วีแคร์เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์สำลีที่ครอบคลุมทุกประเภทการใช้งาน ทั้งสำลีสำหรับแม่และเด็ก และสำลีสำหรับผู้หญิงมากที่สุดในปัจจุบัน



กลุ่มผ้าเช็ดทำความสะอาดแบบเปียก

วีแคร์ ตอบรับกับพฤติกรรมผู้บริโภค ในยุคการดำเนินชีวิตวิถีใหม่ ที่ให้ความสำคัญ ใส่ใจในสุขอนามัยมากยิ่งขึ้นในทุกๆ การสัมผัส กับทุกกิจกรรมระหว่างวัน ด้วยการพัฒนาผ้าเช็ดทำความสะอาดแบบเปียกที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับการใช้งานที่แตกต่าง มอบความสะอาด พร้อมอำนวยความสะดวกกับการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน ด้วยผ้าเช็ดทำความสะอาดแบบเปียกสำหรับผู้ใหญ่ ทั้ง 4 สูตร



สูตรออลเวอริเดย์ ไอยูนิโอฟส์

สูตร เอ็กซ์ตราไอยูนิโอฟส์

สูตร แบนเชอรัล

สูตรน้ำบริสุทธิ์ 99%

เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่ใส่ใจสุขภาพช่องปากและฟัน มุ่งเน้นการดูแลอย่างเป็นธรรมชาติ
 วีแคร์จึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มยาสีฟัน และแปรงสีฟัน ให้ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่

กลุ่มยาสีฟัน

วีแคร์คิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาสีฟันสมุนไพรสูตรเฉพาะ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดูแลสุขภาพปากและฟันอย่างเป็นธรรมชาติ ทำความสะอาดได้อย่างล้ำลึก ปลอดภัย ด้วยสารสกัดจากสมุนไพรแท้ ปกป้องและดูแลผู้บริโภควัยผู้ใหญ่ทั้ง 2 สูตร



สูตร Fresh care

สูตร Sensitive care

กลุ่มแปรงสีฟัน

แปรงสีฟัน วีแคร์ ครอบคลุมความต้องการ ตั้งแต่กลุ่มผู้ปกครองวัยเด็ก จนถึงผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มผู้
 บริโภคยุคใหม่ ที่มีความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม ด้วย
 การพัฒนาแปรงสีฟันใหม่ อีโค เฟรนด์ลี่ ที่สามารถ
 รีไซเคิลได้ 100%



แปรงสีฟันเด็ก



แปรงสีฟันผู้ใหญ่

กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลสุขอนามัยผู้สูงอายุ

เพื่อรองรับความต้องการสินค้าสำหรับผู้สูงอายุที่มี
 อัตราเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ วีแคร์ ได้ออกสินค้าเพื่อ
 ดูแลสุขอนามัยผู้สูงอายุ โดยมุ่งเน้นสูตรที่
 ปลอดภัย ได้มาตรฐาน เพื่อชีวิตที่สะดวกขึ้น
 ของทั้งผู้สูงอายุและผู้ดูแล



สบู่เหลวสูตรอ่อนโยน
 แบบไม่ต้องล้างออก



แชมพูโฟมสูตรอ่อนโยน
 แบบไม่ต้องล้างออก

กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างแบรนด์วีแคร์ (V care) ซึ่งเป็นตราสินค้าของบริษัทให้มีความแข็งแกร่งเป็นที่รู้จัก ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มี
 นวัตกรรม พัฒนามาจากความใส่ใจในทุกรายละเอียดของการทำงานในทุกกลุ่ม มีจุดขายและความโดดเด่นเมื่อเทียบกับกลุ่มผลิตภัณฑ์
 เดียวกันในท้องตลาด ไม่เพียงแต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มาตรฐานระดับสูง แต่ยังเน้นย้ำการส่งเสริมความเป็นอยู่และไลฟ์สไตล์ของผู้
 บริโภคยุคใหม่ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็กลุ่มสำคัญ ผ้าเช็ดทำความสะอาดแบบเปียก ยาสีฟัน และ
 แปรงสีฟัน

ตลอดปีที่ผ่านมา บริษัทยังคงเน้นย้ำและส่งเสริมการสร้างแบรนด์วีแคร์ให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้วีแคร์เป็นแบรนด์
 ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายนึกถึงเป็นอันดับแรก ด้วยการสื่อสารและกิจกรรมทางการตลาดผ่านผลิตภัณฑ์หลัก
 โดยสื่อสารผ่านช่องทาง ทั้งในรูปแบบออนไลน์ สื่อหน้าร้าน และกิจกรรมที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

มุ่งเน้นให้ความรู้ การดูแลผิวที่ถูกต้อง และการเลือกใช้สำลี ที่เหมาะสมทั้งสำหรับเด็กและผิวหน้า



ควบคู่กับส่งเสริมการดูแลความสะอาด และสุขอนามัยที่ดีในทุกๆ วัน โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่มีโรคระบาด และมลภาวะเช่นปัจจุบัน



รวมถึงสื่อสารยังกลุ่มเป้าหมายสินค้าเพื่อ ดูแลสุขอนามัยผู้สูงอายุในการให้ความรู้และ คำแนะนำในการดูแล ผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทจัดจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์วีแคร์ทั้งหมดผ่านช่องทางเครือข่ายร้านค้าที่ครอบคลุมทั่วประเทศ โดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิม (General Trade) ซึ่งประกอบด้วยร้านค้าส่ง-ปลีกทั่วไป ที่กระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ และช่องทางอื่นๆ ที่กำลังมีการเติบโตดี สามารถตอบสนองต่อความต้องการผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านตัวแทนจำหน่ายเฉพาะ (Specialty Shop) ร้านค้าเพื่อสุขภาพ บิวตี้สโตร์ โรงพยาบาล สถานเสริมความงาม สถานดูแลผู้สูงอายุ รวมถึงการส่งออกและการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ผ่าน e-commerce platform รายใหญ่ ครอบคลุมทุกรูปแบบการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคสมัยใหม่ ได้แก่ Lazada และ Shopee รวมถึง Line Shopping และ Tiktok Shop

2. ผลิตภัณฑ์เครื่องครัว ได้แก่ กระจกฉีดน้ำฟ็อกกี้ และสไมล์วี

ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนที่บริษัทจัดจำหน่ายได้แก่ กระจกฉีดน้ำฟ็อกกี้ (Foggy) และกระจกฉีดน้ำ สไมล์วี (Smile V) ซึ่งบริษัทเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายฟ็อกกี้ โดยได้จดเครื่องหมายการค้า ฟ็อกกี้ และ สไมล์วี เป็นของบริษัท และยังเป็นผู้ผลิตรายแรกของประเทศไทยที่ให้ความสนใจพัฒนาสินค้ากระจกฉีดน้ำ แบรินด์ฟ็อกกี้เป็นที่ยอมรับมากกว่า 30 ปีในเรื่องของคุณภาพ โดยเฉพาะหัวฉีดที่ได้ผ่านการพัฒนาให้สามารถใช้งานได้หลากหลาย และมีความทนทาน



กระจกฉีดน้ำฟ็อกกี้



กระจกฉีดน้ำสไมล์วี

กลยุทธ์การแข่งขัน

สำหรับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มกระจกฉีดน้ำ บริษัทวางตำแหน่งแบรินด์ฟ็อกกี้ ในระดับพรีเมียม มีสินค้าหลากหลายรุ่น ที่เหมาะทั้งอุตสาหกรรมหนักและการใช้งานทั่วไป โดย ฟ็อกกี้ ดีวดี เน้นจับกลุ่มตลาดที่ต้องการสินค้าคุณภาพดี มีความทนทานสูง เช่นธุรกิจซักรีด ล้างรถ และ ฟ็อกกี้ มัลติ เน้นร้านอาหาร เสริมสวย ทำสวน เป็นต้น

ในส่วนของแบรินด์สไมล์วี ซึ่งเป็นอีกหนึ่งแบรินด์ในกลุ่มกระจกฉีดน้ำนั้น บริษัทมุ่งจับกลุ่มตลาดลูกค้าทั่วไป เน้นราคาอ่อนโยนหลากหลายดีไซน์ เน้นการกระจายสินค้าอย่างทั่วถึง โดยในปีที่ผ่านมาได้ออกสินค้าใหม่เช่นกัน โดยเน้นกระจกที่มีลวดลายใหม่ สดใส เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขายให้กลุ่มสินค้าในภาพรวม

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางเครือข่ายร้านค้าที่ครอบคลุมอยู่ทั่วประเทศ รวมถึงช่องทางอุตสาหกรรม และธุรกิจต่างๆ

3. ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสมุนไพร ตราเบา (BAO)

เพื่อดำเนินการตามทิศทางการเติบโตของบริษัทที่มุ่งเน้นการขยายสินค้า ส่งเสริมการดูแลสุขภาพ และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภค บริษัทจึงมุ่งเน้นการเติบโตในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ขยายฐานลูกค้าจากผู้รักสุขภาพทั่วไป สู่กลุ่มเป้าหมาย คุณแม่ยุคใหม่ที่ต้องการการดูแลตนเอง และลูกน้อย ด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่ เบา น้ำห้วปลีผสมอินทผลัม ที่ได้คุณค่าจากสมุนไพรแท้ มีคุณประโยชน์ต่อร่างกายด้วยโภชนาการที่เหมาะสม



กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัท เน้นและต่อยอด การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก และให้เกิดการตลาดโดยตรงในกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ บน platform สื่อโซเชียลของแบรนด์ และลูกค้า พร้อมสนับสนุนสื่อหน้าร้านที่โดดเด่น รวมถึงงานแสดงสินค้าต่างๆ เพื่อสร้างให้เกิดการตลาด และรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าที่แตกต่างจากเครื่องดื่มสมูททั่วไป



เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในสถานที่ต่างๆ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ และการดูแลสุขภาพ ด้วยอาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากวัตถุดิบธรรมชาติ คงคุณค่าประโยชน์ต่อร่างกาย



โดยในปี 2566 เครื่องดื่มน้ำหัวปลีผสมน้ำอินทผลัมตราเบา ได้รับรางวัล **THE ASIANPARENT'S AWARDS** ในสาขา **Best Supplement for Breastmilk**



การจำหน่ายและช่องทางจัดจำหน่าย

บริษัทมุ่งเน้นการกระจายสินค้า และจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก แบบสมัยใหม่ (Modern Trade) แบบดั้งเดิม (General Trade) ซึ่งประกอบด้วยร้านค้าส่ง-ปลีกทั่วไป ช่องทางเฉพาะสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม (Food service) รวมถึงการส่งออก และการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ของบริษัทผ่าน E commerce platform รายใหญ่ ครอบคลุมทุกรูปแบบการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคสมัยใหม่ ได้แก่ Lazada และ Shopee รวมถึง Line Shopping และ Tiktok Shop พร้อมทั้งขยายโอกาสสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ

4. ผลิตภัณฑ์พีเจ้น

ผลิตภัณฑ์พีเจ้น มีความโดดเด่นเรื่องนวัตกรรม การค้นคว้า วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากแบรนด์พีเจ้นให้ความสำคัญ และมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้คุณแม่สามารถส่งมอบความรักให้กับลูกน้อยผ่านการใช้งานผลิตภัณฑ์สำหรับคุณแม่ ทารก และเด็กเล็ก ที่มีคุณภาพสูง มีความพิถีพิถัน ใส่ใจในทุกรายละเอียด เพื่อการเลี้ยงดูลูกน้อยที่ราบรื่น และมีความสุขที่สุด ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์พีเจ้นที่จัดจำหน่ายในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 8 กลุ่มสินค้า ได้แก่

- กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับป้อนนม (Feeding Accessories)
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ดทำความสะอาด (Baby Wipes)
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการให้นมมารดา (Mother Care & Accessories)
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ฝึกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มนม (Weaning & Accessories)
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและอนามัย (Health Care & Hygiene Care)
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและดูแลผิว (Toiletries & Skincare)
- กลุ่มผลิตภัณฑ์จุกนมหลอกและยางกัด (Pacifier & Teether)
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเครื่องใช้เด็กทารก (Cleansing and Sterilizing Accessories)

ซึ่งถือว่ามีความครอบคลุมทุกความต้องการของคุณแม่ อีกทั้งยังตอบโจทย์พัฒนาการในทุกช่วงวัยของลูกน้อย

กลยุทธ์การแข่งขัน

พีเจ้นเป็นผู้นำตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์แม่และเด็กมากกว่า 60 ปี ในประเทศญี่ปุ่น และเป็นหนึ่งในตลาดประเทศไทยมากกว่า 40 ปี โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ที่คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหัวใจสำคัญ

พีเจ้นจึงเป็นแบรนด์ที่สามารถรักษาความเป็นผู้นำที่มีส่วนแบ่งการตลาด และยอดขายอันดับหนึ่งมาโดยตลอด ถึงแม้จะเผชิญกับสถานการณ์ที่อัตราเด็กเกิดใหม่ลดน้อยลงอย่างต่อเนื่องในหลายปีที่ผ่านมา

พีเจ้น นำเสนอนวัตกรรมใหม่ที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าออกสู่ตลาด เพื่อสนับสนุนการเลี้ยงดูลูกน้อยตั้งแต่แรกเกิดจนถึง 3 ปี พร้อมดูแลคุณแม่ด้วยความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ด้วยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่มีการคิดค้น พัฒนาอย่างใส่ใจในความต้องการของคุณแม่และลูกน้อย คำนึงถึงความปลอดภัย และคุณภาพ จนเป็นที่ไว้วางใจจากคุณแม่ และทุกคนในครอบครัว โดยได้พัฒนาสินค้าใหม่ ให้ครอบคลุมแต่ละช่วงเวลาสำคัญตั้งแต่ตั้งครรภ์ ทารก และเด็กเล็ก มีความโดดเด่น และแตกต่าง สู่ตลาดตลอดช่วงปี 2566 ได้แก่



* จุกนมเสมือนนมมารดา รุ่นซอฟท์ทัช (SoftTouch) นวัตกรรมใหม่ล่าสุด ครอบคลุมทุกขนาด ตั้งแต่ขนาด SS จนถึงขนาดใหม่ LLL

ที่คิดค้น และพัฒนาจากสถาบันวิจัย พีเจ้น ประเทศญี่ปุ่น จากการติดตามธรรมชาติของทารก “อัม รีด กลิ่น” โดยพัฒนาจากรุ่นเดิม ให้วัสดุซิลิโคนมีความนุ่ม อ่อนโยน และใกล้เคียงนมมารดามากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งมีเส้นกำหนดริมฝีปาก เพื่อแนะนำตำแหน่งที่เหมาะสม ช่วยทำให้การป้อนนมเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและมีครบทุกขนาดตามช่วงอายุของทารก

*** ขวดนมร่นคอกว้าง (วัสดุ PPSU สีขา และ PP สีขาวขุ่น)**

ที่ปรับรูปทรงให้มีขนาดพอเหมาะ จับถนัดมือ พร้อม ลวดลายใหม่ น่ารัก ทันสมัย เหมาะกับไลฟ์สไตล์แม่ยุคใหม่



*** กางเกงพยุงครรภ์ และเซตกระชับสัดส่วน**

ที่ช่วยดูแล ปกป้องตั้งแต่คุณแม่ตั้งครรภ์ จนถึงช่วงหลังคลอด



*** ข้อต่อคลิปหนีบถุงเก็บน้ำนม**

เพื่อสนับสนุน และดูแลการเก็บน้ำนม ที่มีค่าให้ มีความสะอาดยิ่งขึ้น
 ปลอดภัยด้วยวัสดุที่ปราศจากโลหะ สามารถทำความสะอาดได้ด้วย การต้ม นึ่งและเข้าเครื่องอบยูวีได้
 ทนความร้อนได้สูงถึง 120 องศา ปราศจาก BPA & BPS



*** ผ้าเปียกเช็ดทำความสะอาด คลีนซิง โอดอร์ (Cleansing Odor Baby Wipes)**

ดูแลความสะอาดโดยเฉพาะการเปลี่ยนผ้าอ้อม และช่วย เปลี่ยนกลิ่นไม่พึงประสงค์เป็นกลิ่นหอม สดชื่นจากส้ม Citrus ด้วยเทคโนโลยีพีดีแอรนท์ สะอาด อ่อนโยน และปลอดภัย ใช้ได้ ตั้งแต่ทารกแรกเกิด



*** แผ่นพรีเมียมสำหรับรองเปลี่ยนผ้าอ้อม (Premium Disposable Baby Pad)**

แผ่นรองซับอเนกประสงค์ แบบใหม่ แผ่นบาง มีขนาดใหญ่พิเศษ ซึมซับ แห้งเร็ว สะดวก และดูแลความสะอาด ปลอดภัย ผ่านการทดสอบแม่แพ้ เหมาะสำหรับการใช้ทั้งในบ้าน และนอกบ้าน



นอกจากนี้ยังคงมีการสื่อสาร และทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องในทุกช่องทาง ซึ่งในปี 2566 ที่ผ่านมา พีเจ้น ยังคงได้รับคามนิยม และครองใจจากผู้บริโภค โดยการันตีได้จาก 3 รางวัลที่น่าภาคภูมิใจ ได้แก่



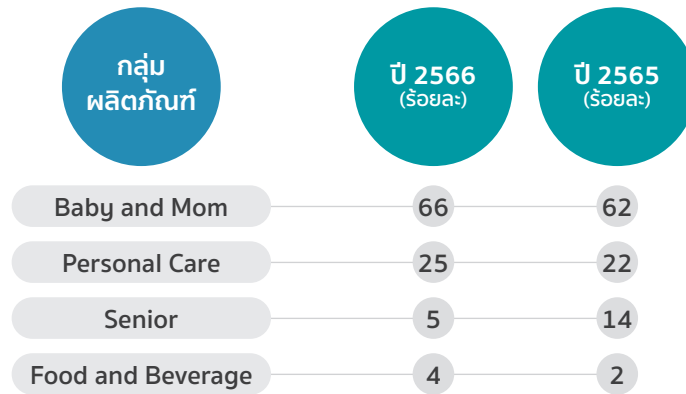
การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์พีเจ้น มีความครอบคลุม ในทุกช่องทางทั่วประเทศ ทั้งร้านค้า Modern Trade, ร้านค้าแม่และเด็ก ร้านค้าปลีกทุกภาคในประเทศ รวมถึงการจัดจำหน่ายในประเทศลาว, การออกบูธกิจกรรมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และช่องทางใหม่ที่มีความสำคัญในยุคปัจจุบัน คือช่องทาง E-Commerce จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เน้นความสะดวกสบายมากขึ้น ผ่าน www.moongshop.com และ Pigeon Official store ในช่องทาง Shopee, Lazada และ Tiktok เพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้สะดวกยิ่งขึ้น ส่งผลให้ยอดขายพีเจ้นในช่องทาง E-Commerce เติบโตอย่างต่อเนื่อง

การสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค

นอกจากการสื่อสารทางการตลาด และการทำงานกับผู้บริโภคแล้ว กิจกรรม CRM (Customer Relationship Management) เป็นกิจกรรมที่บริษัทให้ความสำคัญและสร้างความสัมพันธ์เชิงลึกกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายใต้ "Pigeon Little Moments Club" (พีเจ้น ลิตเติ้ล โมเมนต์ คลับ) ความผูกพันที่เกิดจากรักความเข้าใจอย่างแท้จริง เพื่อสร้างความผูกพัน ความมั่นใจ ความน่าเชื่อถือ ความสัมพันธ์ที่ดีกับสมาชิกคลับ และความจงรักภักดีต่อตราสินค้าพีเจ้น ซึ่งจำนวนสมาชิกคลับได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยการดูแลสมาชิกแบบองค์รวม เช่น การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องผ่านทุกช่องทางทั้งออนไลน์ Call Center การให้คำปรึกษาในการดูแลคุณแม่และลูกน้อย โดยทีมผู้เชี่ยวชาญทั้งความรู้ในรูปแบบของบทความ และการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เป็นกิจกรรมที่จัดต่อเนื่อง กิจกรรมให้ความรู้คุณแม่ตั้งครรภ์ ส่งเสริมให้ความรู้ในการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ รวมถึงพัฒนาการต่างๆ ของลูกน้อยในแต่ละช่วงวัย ซึ่งมีสมาชิกให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมาก ทั้งนี้สมาชิก Pigeon Little Moments Club ยังได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการกับรูปแบบชีวิตปัจจุบัน สร้างสังคมคุณภาพที่อบอุ่นในสังคมออนไลน์ เข้าถึงการใช้ชีวิตสำหรับคุณแม่ยุคใหม่มากยิ่งขึ้น พีเจ้นเป็นแบรนด์แรกและแบรนด์เดียวในกลุ่มผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก ที่ริเริ่มนำการสื่อสารทางการตลาดทุกช่องทาง ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลในทุก Platform

สัดส่วนการขายจำแนกตามกลุ่มสินค้า



รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ



SET Awards 2023
 รางวัลดีเด่น กลุ่มรางวัลความเป็นเลิศทางธุรกิจ
 (Business Excellence)
 ประเภท Outstanding Best Investor Relations Awards
 กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai
 ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ ตามราคาไม่เกิน 1,500 ล้านบาท



SET Awards 2022
 รางวัลดีเด่น กลุ่มรางวัลความเป็นเลิศทางธุรกิจ
 (Business Excellence)
 ประเภท Outstanding Best Investor Relations Awards
 กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai
 ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ ตามราคาไม่เกิน 1,500 ล้านบาท



SET Awards 2019
 รางวัล Outstanding Company Performance Awards
 กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai



SET Awards 2019
 รางวัล Best CEO Awards ตลาดหลักทรัพย์ mai



SET ESG Ratings 2023 "Rating A"



ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ "ดีเลิศ"
 ตามโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการ
 บริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2565
 โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4










ใบรับรองการประกาศเข้าร่วมเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของ
 ภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (ต่ออายุเป็นครั้งที่ 2)
















ผลคะแนน AGM Checklist ได้เต็ม 100
 คะแนนต่อเนื่องเป็นปีที่ 4


















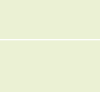
ความก้าวหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนปี 2566

บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีรายละเอียดดังนี้

MOONG SD	การขับเคลื่อนเป้าหมายความยั่งยืน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	SDGs
Governance	ธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลกิจการ คะแนน CG Score ดีเลิศ	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	
	การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน (อัตรา การเกิดทุจริตและคอร์รัปชัน)	อัตราการเกิดทุจริต และคอร์รัปชัน ร้อยละ 0	ร้อยละ 100	
	การไม่กระทำผิดตามนโยบายสิทธิ มนุษยชน (อัตราการกระทำผิดนโยบาย สิทธิมนุษยชน)	อัตราการกระทำผิด นโยบายสิทธิมนุษยชน ร้อยละ 0	ร้อยละ 100	
	การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม กัน และสัดส่วนของพนักงานเพศหญิง ในระดับผู้บริหาร และหัวหน้างาน	สัดส่วนของพนักงาน เพศหญิงในระดับผู้บริหาร และหัวหน้างาน มากกว่า ร้อยละ 50	ร้อยละ 125	
	ไม่มีการใช้แรงงานเด็กทั้งในบริษัท และ คู่ค้าที่สำคัญ (อัตราการใช้แรงงานเด็ก)	อัตราการใช้แรงงานเด็ก ร้อยละ 0	ร้อยละ 100	
	จ้างงานผู้พิการจำนวน 2 คน	2 คน	ร้อยละ 100	
	การดูแลความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	อุบัติเหตุเท่ากับศูนย์ LTIFR เท่ากับศูนย์	ร้อยละ 100	
Social	จัดหลักสูตรอบรมพนักงาน เพื่อเพิ่ม ทักษะและศักยภาพในการทำงานแก่ พนักงานทุกระดับ	จำนวน 12 ชั่วโมง ต่อคนต่อปี	ร้อยละ 75	

MOONG SD	การขับเคลื่อนเป้าหมายความยั่งยืน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	SDGs
Social	ให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์กับลูกค้า ดูแลให้คำปรึกษาผ่านศูนย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างมาตรฐานสูงสุดในการให้บริการ เช่น การดูแลด้านผลิตภัณฑ์ การตอบคำถาม การช่วยเหลือต่างๆ อย่างครบวงจร	ลูกค้ามีความพึงพอใจ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 90	ร้อยละ 106	 
	จัดให้มี mom class, mom expert talk ซึ่งเป็นกิจกรรมการให้ความรู้คุณแม่ตั้งครรภ์ และส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ โดยมีทีมผู้เชี่ยวชาญ และบุคลากรทางการแพทย์ให้ความรู้คุณแม่ รวมถึงการให้ความรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ ช่องทางโรงพยาบาล และห้างร้านต่างๆ	มีคุณแม่เข้าร่วมสัมมนาอย่างน้อย 2,000 คนต่อปี	ร้อยละ 1,546	  
	แจกสินค้าตัวอย่างให้กับโรงพยาบาลที่มีคุณแม่ตั้งครรภ์	40,000 ชุดต่อปี	ร้อยละ 72	 
	จัดทำห้องให้นมในโรงพยาบาล และโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อเป็นสถานที่ให้กับคุณแม่ได้มีพื้นที่ในการศึกษาหาข้อมูลและมีผู้เชี่ยวชาญคอยแนะนำการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่	76 ห้องทั่วประเทศ ภายในปี 2037	ร้อยละ 61	
	ระบบสมาชิก Pigeon Little Moments Club เพื่อดูแลกลุ่มลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของพีเอจัน	มีสมาชิก 100,000 คน ภายในปี 2024	ร้อยละ 48	
	สนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำหิวปัส และการแจกสินค้าตัวอย่าง	แจกสินค้าตัวอย่างจำนวน 2,000 คนต่อปี	ร้อยละ 119	

MOONG SD	การขับเคลื่อนเป้าหมายความยั่งยืน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	SDGs
Social	ให้ความรู้แก่ผู้บริโภค เพื่อความเป็นอยู่ที่ดี ผ่านสื่อ online/ offline ทุกกลุ่มสินค้า	ให้ความรู้ทุกกลุ่มสินค้า จำนวน 500,000 คนต่อปี	ร้อยละ 1,476	 
	พัฒนาสินค้าในกลุ่ม Health & Wellness เพื่อสนับสนุนคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภค	เพิ่มสัดส่วนยอดขายร้อยละ 20 ของยอดขายรวม ภายในปี 2567	ร้อยละ 70	
	พัฒนาสินค้าใหม่เพื่อสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคนในครอบครัว ตั้งแต่แรกเกิดจนถึงผู้สูงอายุ	เพิ่มสัดส่วนยอดขายร้อยละ 5 ของกลุ่มสินค้า Own Brand ภายในปี 2567	ร้อยละ 0	
	ขยายกลุ่มสินค้าเครื่องดีมเพื่อสุขภาพ ด้วยนวัตกรรมสินค้าใหม่	เติบโตร้อยละ 10 ของกลุ่มสินค้า Own Brand ภายในปี 2567	ร้อยละ 53	
	เพิ่มสัดส่วน OEM-Local supplier เพื่อส่งเสริมการจ้างงาน และมาตรฐานของคุณภาพสินค้าให้ครอบคลุมสินค้ากลุ่ม OB	เพิ่มสัดส่วน OEM-Local supplier 80% ของยอดขายสินค้ากลุ่ม OB ภายในปี 2567	ร้อยละ 0	
	จัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานขาย จนถึงพนักงานหน้าร้าน เพื่อประโยชน์ต่อผู้บริโภคให้เกิดความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และเลือกสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับการบริโภคได้	อบรม 4 ครั้งต่อปี	ร้อยละ 100	  
Environment	ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าภายในองค์กร จาก full operation *2022 บริษัทประกาศ WFH เป็นบางวัน (Hybrid)	ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เป้าหมายค่าไฟฟ้าไม่เกิน ปีละ 840,000 บาท	ร้อยละ 50	 

MOONG SD	การขับเคลื่อนเป้าหมายความยั่งยืน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	SDGs
Environment	สร้างความตระหนักรู้ให้กับพนักงาน เพื่อการลดใช้ปริมาณกระดาษในสำนักงาน	ลดใช้ปริมาณกระดาษในสำนักงานลง ร้อยละ 10 ต่อปี	ร้อยละ 83	  
	ลดการใช้กระดาษ โดยการส่งใบกำกับภาษีในรูปแบบ e-tax invoice	การออกใบกำกับภาษีในรูปแบบ e-tax invoice จำนวน 500,000 แผ่นต่อปี	ร้อยละ 49.5	  
	ผลักดัน สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลุ่ม Natural Wipes	ออกสินค้าใหม่กลุ่ม Nuatural Wipes อย่างน้อย 1 SKU	ร้อยละ 100	  
	โครงการพลังงานสะอาด ริเริ่มการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ทดแทน โดยการติดตั้ง Solar Roof บนหลังคาโรงงานทั้งหมด	สัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดร้อยละ 13 ของการใช้ไฟฟ้ารวมของบริษัทร่วม TPG ในปี 2566	ร้อยละ 172	  
	ปลูกป่าทดแทนร่วมกับพันธมิตร เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET), บริษัทร่วม ไทยพีบีเอส	การปลูกป่า/ บำรุงป่าปลูกซ่อม ต่อเนื่องทุกปี	ปลูกป่าจำนวน 2,000 ต้นในปี 2566 (ปลูกป่าสะสมจำนวน 7,800 ต้น ตั้งแต่ปี 2564 - 2566)	 
	ลดการใช้พลังงานเชื้อเพลิงจากการส่งสินค้าระหว่างคลังสินค้าและสำนักงาน	ลดการใช้เชื้อเพลิงจากการขนส่งสินค้าระหว่างคลังสินค้าและสำนักงานให้ได้ 850 ลิตรต่อปี	ร้อยละ 64	
	Reused Carton นำกล่องกระดาษกลับมาใช้ซ้ำเพื่อการบรรจุสินค้า	ลดจำนวนจัดซื้อกล่องสำหรับช่องทาง E-commerce ในปี 2566 จำนวน 61,464 ลัง	ร้อยละ 72.47	  

มุ่งพัฒนา...มุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Framework)

มุ่งพัฒนาเป็นองค์กรที่เป็นเลิศด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพ ปลอดภัยและได้มาตรฐานทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยมีการยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ต่อเนื่องเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ด้วยการปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีและพัฒนาบุคลากรให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้กรอบของกฎหมาย คุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการให้ความสำคัญในเชิงกลยุทธ์ด้านการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างธุรกิจกับสังคม มุ่งเน้นวัฒนธรรมองค์กรที่มีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ เติบโตอย่างต่อเนื่องไปด้วยกันกับผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท ทั้งคู่ค้า ลูกค้า ผู้ถือหุ้น นักลงทุน พนักงาน ตลอดจนสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม พร้อมขับเคลื่อนธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อนำไปสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน

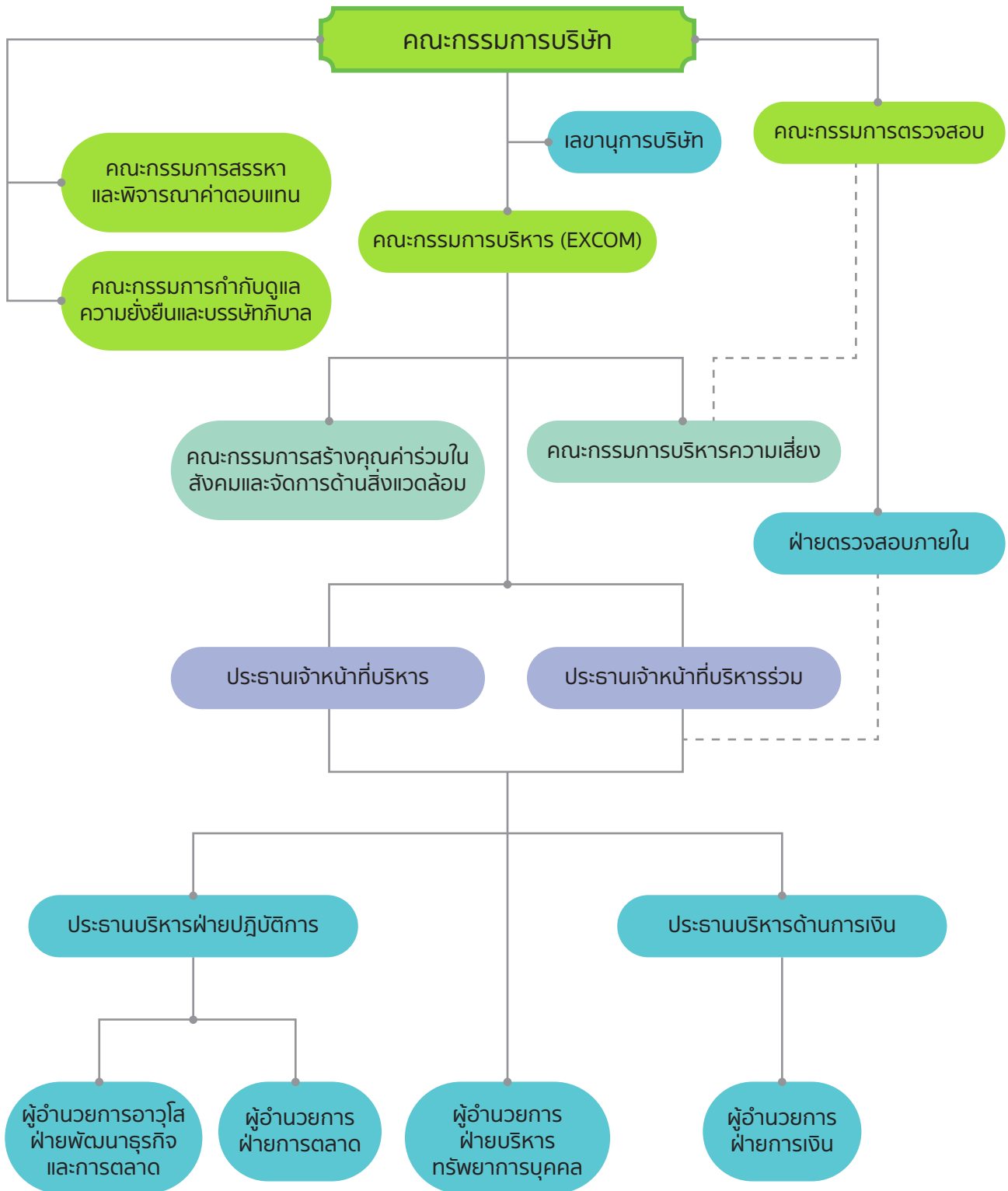
บริษัทมุ่งพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยความมุ่งมั่นในการร่วมสร้างสรรค์ความสุขของชีวิตในทุกๆ วัน เราคัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับทุกช่วงวัยให้กับคนที่คุณรักและห่วงใย โดยยึดแนวทาง Sustainable Development Goals – United Nations ดังนี้



นอกจากนี้ ภายใต้กรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน บริษัทยังให้ความสำคัญในการสนับสนุนการกำหนดเป้าหมาย และนโยบาย การดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนในกรอบสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาล (Environment, Social and Governance :ESG) ดังนี้

มิติ	กรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน
ด้านสิ่งแวดล้อม Environment	<ul style="list-style-type: none"> • การดำเนินนโยบายสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ การลดใช้พลังงาน ทรัพยากร และการลดของเสีย • โครงการปลูกป่าทดแทน • Go Green 	
ด้านสังคม Social	<ul style="list-style-type: none"> • การเคารพสิทธิมนุษยชน • การดูแลความปลอดภัยและ อาชีวอนามัยในการปฏิบัติงาน • เสริมสร้างคุณค่า พัฒนาศักยภาพ บุคลากรในองค์กร ชุมชน และสังคม • Product Safety, Quality & Nutrition • สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับพนักงาน ชุมชน และสังคม 	
ด้านธรรมาภิบาล Governance	<ul style="list-style-type: none"> • การดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี • การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) • การบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ • การรักษาความปลอดภัยและปกป้องข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า • การรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ • การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน 	

โครงสร้างการบริหารจัดการ



คณะกรรมการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมและจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (Creating Shared Value and Environment Management Committee)

คณะกรรมการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมและจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยกรรมการบริษัทจำนวน 2 คน และพนักงาน 4 คน รวมทั้งหมด 6 คน โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นประธานคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัทเพื่อทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปอย่างเป็นรูปธรรม ปี 2566 มีการประชุมรวม 2 ครั้ง

รายชื่อคณะกรรมการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมและจัดการด้านสิ่งแวดล้อม มีดังนี้

1. นางสาวสุวรรณา โชคดีอนันต์	ประธานกรรมการ
2. นายเมธิน เลอสุมิตรกุล	กรรมการ
3. นางศศิธร เลอสุมิตรกุล	กรรมการ
4. นางพรพิมล สุวรรณขจิต	กรรมการ
5. นายธีระพงษ์ สงเคราะห์	กรรมการ
6. นางสาววีราภรณ์ วรวิวัฒน์	กรรมการและเลขานุการ

บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ

- 1) กำหนดนโยบายทิศทาง และแนวทางในการดำเนินการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมของบริษัท
- 2) ดำเนินการสื่อสารให้พนักงานทุกระดับ คู่ค้า และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนรับรู้ เข้าใจ และเกิดความตระหนักในการสร้างคุณค่าร่วมในสังคม
- 3) จัดทำงบประมาณ ติดตามและประเมินผลงานตลอดจนการรายงานด้านการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมของฝ่าย / แผนกต่างๆ ในหน่วยงาน พร้อมทบทวนแผนงานและงบประมาณให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ
- 4) ดำเนินการตามแผนงานและงบประมาณที่ได้รับอนุมัติ ทั้งนี้ อาจกำหนดบุคคล หน่วยงาน หรือมอบหมายให้ผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกในการดำเนินการแต่ละเรื่องก็ได้
- 5) สนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยน ความรู้ ความสำเร็จ และประสบการณ์ด้านการสร้างคุณค่าร่วมในสังคม ระหว่างหน่วยงาน ภายในและหน่วยงานภายนอกอย่างสม่ำเสมอ
- 6) ประชุมคณะกรรมการและรายงานผลการดำเนินงานด้านการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมของบริษัทต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหารอย่างต่อเนื่อง
- 7) วางแผนงานเพื่อขับเคลื่อนให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท
- 8) ส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมที่ช่วยลดปริมาณการใช้ทรัพยากร ลดปริมาณของเสีย และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากทุกกิจกรรม
- 9) สร้างความตระหนักและความเข้าใจการจัดการดูแลรับผิดชอบการใช้ทรัพยากร เช่น พลังงานไฟฟ้า น้ำ การจัดการขยะ รวมถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแก่บุคลากรทุกระดับของบริษัท
- 10) ติดตามผลการดำเนินงานตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมรายงานต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

Environment

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

การจัดการขยะ แยกขยะในสำนักงาน



เพื่อให้นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทสัมฤทธิ์ผลอย่างเป็นรูปธรรม บริษัทจึงได้สืบสานโครงการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง รมณงค์ให้พนักงานใช้แก้วน้ำส่วนตัวแทนการใช้แก้วพลาสติก ลดการใช้กล่องอาหารแบบใช้ครั้งเดียว (single use plastic) ลดการใช้ถุงพลาสติก ส่งเสริมการใช้ถุงผ้าทดแทน และแยกขยะอย่างมีวินัยและจริงจัง

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการเสนอข้อคิดเห็น เพื่อพัฒนาระดับการลดใช้ทรัพยากรในสำนักงานและสนับสนุนให้ผู้บริหาร และพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมอบรมสัมมนาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดการลดก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2566 นี้ บริษัทเป็นหนึ่งในบริษัทจดทะเบียนจำนวน 121 แห่งเข้าร่วมโครงการ Ting to Trash (ทิ้งทุแทร์ช) ของสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย ร่วมกับสำนักงาน ก.ล.ต. เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในวิธีแยกขยะที่ถูกต้องและสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เริ่มต้นดำเนินการลดก๊าซเรือนกระจกและเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเรื่องการแยกขยะในแบบ 56-1 One Report



ESG คืออะไร ?
 เราแยกขยะ เพื่ออะไร ? HOW TO SAVE THE EARTH ?
 ความยั่งยืน ในการดำเนินงาน คืออะไร ?

มาร่วมหาคำตอบได้ที่งาน MPI
Corporate meeting & Sales Conference
31 มกราคม 2567 นี้

E ENVIRONMENT
สิ่งแวดล้อม

S SOCIAL
สังคม

G GOVERNANCE
ธรรมาภิบาล

ลดการใช้ทรัพยากรไฟฟ้า



การป้องกันมลภาวะและการลดการใช้ทรัพยากรเป็นเรื่องที่บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญ จึงได้ปลูกจิตสำนึกให้กับผู้บริหารและพนักงานผ่านการสื่อสาร การรณรงค์ให้รู้จักวิธีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างคุ้มค่า ในปี 2566 ผู้บริหารและพนักงานร่วมกันประหยัดพลังงานในสำนักงาน ด้วยมาตรการ “ปิด ปรับ ปลด” (ปิดไฟ ปรับแอร์ ปลดปลั๊ก) ในช่วงเวลาพักกลางวัน หรือเมื่อเลิกใช้



ลดใช้กระดาษจากโครงการ e-tax invoice



ส่งเสริมผลักดันการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพโดยการปรับปรุงระบบและนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการทำงานเพื่อลดขั้นตอนและเวลาในการทำงาน ทำให้เกิดโครงการ e-tax Invoice ขึ้น ตั้งแต่ปี 2564 เพื่อตอบสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมในการลดใช้ทรัพยากรและใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า โดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยบริหารจัดการด้านงานเอกสาร นอกจากนี้ ลูกค้า คู่ค้า หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ยังได้รับความสะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้นจากโครงการดังกล่าว รวมถึงเป็นการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล โดยในปี 2566 บริษัทสามารถขยายการใช้ e-tax invoice ได้กว่า 247,258 รายการ

ปรับปรุงและบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ



ให้ความสำคัญในการปรับปรุงและบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศเป็นประจำอย่างน้อยปีละครั้ง เนื่องจากในการดำเนินธุรกิจบริษัทมีส่วนการใช้พลังงานไฟฟ้าสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับพลังงานประเภทอื่น เพื่อช่วยให้บริษัทสามารถใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างคุ้มค่าและลดการสูญเสียพลังงาน ซึ่งเป็นต้นทุนในกระบวนการธุรกิจ

การสร้างที่ยั่งยืนผ่านบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging for sustainability)



บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพ คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อให้มีการกำหนดเป้าหมายการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่าและลดการใช้พลังงานธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด ตลอดจนสนับสนุนให้บริษัทร่วม คู่ค้า ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบนโยบายและแผนปฏิบัติการปฏิบัติให้เป็นแนวทางเดียวกัน นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อชุมชน สังคม และส่วนรวม ผ่านนโยบายการปฏิบัติต่อบุคคลดังกล่าว โดยการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของผู้คนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท พยายามเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการสร้าง และรักษาไว้ซึ่งชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

บริษัทจึงตั้งเป้าหมายด้านการดำเนินการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สีเขียว (Green Packaging) รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Product) ในอนาคต บริษัทจึงเริ่มทำการคัดสรรและให้การสนับสนุนสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ลดการใช้ทรัพยากร ลดปัญหาขยะ และสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ร่วมกับคู่ค้า/ supplier อาทิ บริษัทสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์กับเอสซีจีแพคเกจจิ้ง (SCGP) ประเภทกล่องกระดาษ โดยทาง SCGP มีโครงการ Recycling ซึ่งเป็นการผลิตกล่องจากเศษกระดาษที่ใช้แล้ว ผ่านกระบวนการจัดเก็บและนำกลับมารีไซเคิล รวมถึงโครงการ Light Weight Paper ซึ่งเป็นการออกแบบคุณสมบัติกระดาษที่มีความบางลดปริมาณการใช้เยื่อกระดาษและยังคงความแข็งแรงเท่าเดิม นับเป็นการพัฒนากระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ได้ผลดี นอกจากนี้ทางบริษัทจะได้รับผลประโยชน์ในเรื่องการลดต้นทุนสินค้าแล้ว ยังเป็นการสร้างประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดปัญหาขยะและดีต่อสุขภาพ ภายใต้แนวคิด Health & Wellness ของบริษัท อีกทั้ง บริษัทมีกลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคและเป็นไปตามเจตน์จางง ที่จะอยู่ “เคียงข้างคุณภาพชีวิตที่ดี” และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม พัฒนากระบวนการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าด้วยการให้ความสำคัญกับนวัตกรรม มีการคัดเลือกและตรวจประเมินคู่ค้า/ Supplier ที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกันในทุกมิติ เช่น จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า การเคารพสิทธิมนุษยชน โดยให้ความสำคัญเพิ่มเติมในมิติสิ่งแวดล้อม การปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม และการจัดทำระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงสื่อสารการตลาดในทุกช่องทางบนพื้นฐานการเคารพกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง และคำนึงถึงสิทธิผู้บริโภค

บริษัทมีคณะทำงานด้านบรรจุภัณฑ์สีเขียว (Green Packaging Working Group) ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหาร และพนักงานจากหลายหน่วยงาน เช่น ฝ่ายการตลาด ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ฝ่ายคลังสินค้า ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่าย Demand & Supply สำหรับรับผิดชอบต่อโครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงศึกษา ทบทวน การบริหารจัดการ กระบวนการดำเนินการ สร้างความตระหนัก ให้ความรู้และเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานในการจัดหา จัดซื้ออย่างมีประสิทธิภาพ โดยผ่านกระบวนการอบรม สัมมนาร่วมกับหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อม เช่น องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (TGO) เพื่อให้ความมุ่งมั่นในการดำเนินการด้าน Green Packaging ของบริษัทสัมฤทธิ์ผล

คณะทำงานด้านบรรจุภัณฑ์สีเขียว ได้ริเริ่มโครงการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ เพื่อยกระดับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของบริษัท เพื่อให้สอดคล้องต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ โดยมีโครงการต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การใช้ประโยชน์สูงสุดจากบรรจุภัณฑ์ (Packaging Utilization)

เป้าหมาย

เพื่อเป็นการลดใช้กระดาษกล่องทั้งในมิติของน้ำหนัก และขนาดของกล่อง inner และ outer ที่มีบรรจุสินค้า และใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม ทั้งการรับสินค้าเข้า การเก็บสินค้าในคลังสินค้า ตลอดจนการส่งออกสินค้าจากคลังสินค้าสู่มือผู้บริโภคทั้งช่องทาง e-commerce และ offline

การดำเนินการ

ภายใต้โครงการนี้ บริษัทได้ทบทวนปริมาณการใช้กล่องกระดาษ outer/ inner ตามจำนวนใช้จริงทั้งปี 2566 เพื่อวิเคราะห์แนวทางการปรับปรุงพัฒนาขนาดของกล่อง (size) และมิติ (dimension) รวมถึง raw material ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในทุก sku ของบริษัท ร่วมกับคู่ค้า และลูกค้า เพื่อการใช้ประโยชน์สูงสุดของบรรจุภัณฑ์ การลดใช้ปริมาณ มีขนาดและน้ำหนักที่เหมาะสม ที่จะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การจัดเก็บ การขนส่ง และการลดใช้ทรัพยากร และสร้างความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการลดค่าใช้จ่าย

นอกจากนี้ คณะทำงานฯ อยู่ระหว่างการศึกษาร่วมกับคู่ค้า ลูกค้า และคลังสินค้า ในการคิดค้นนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์สำหรับจุกนมจากเดิมที่ใช้กล่องลังในการบรรจุ ได้ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในกรณีปรับเปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติก shrink ประเภท POF ที่สามารถ recycle ได้ ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าสร้างประโยชน์จากการลดใช้กล่องลังในการบรรจุสินค้า รวมถึงการประหยัดพื้นที่การจัดเก็บ โครงการนี้เป็นโครงการต่อเนื่องที่บริษัทดำเนินมาเป็นปีที่ 2

2. การนำกล่องบรรจุภัณฑ์มาใช้ซ้ำ (Reused Carton)

เป้าหมาย

เพื่อเป็นการลดขยะจากการใช้กล่องบรรจุภัณฑ์เพียงครั้งเดียว

การดำเนินการ

บริษัทได้ดำเนินโครงการนำกล่องลังในการบรรจุสินค้าที่ยังมีคุณภาพดีมาใช้ซ้ำ สำหรับใช้หมุนเวียนภายในคลังสินค้า สำนักงาน และการบรรจุสินค้าขายช่องทาง e-commerce โดยในปี 2566 บริษัทสามารถประหยัดกล่องลังได้ถึง 68,949 กล่อง ทำให้บริษัทสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้ถึง 0.62 ล้านบาท โครงการนี้เป็นโครงการต่อเนื่องที่บริษัทดำเนินการทุกปี



3. ปรับเปลี่ยนกล่องบรรจุภัณฑ์สำหรับ สินค้าจุกนมพีเจ็น

เป้าหมาย

เพื่อเป็นการลดขยะจากการใช้กล่องบรรจุภัณฑ์เพียงครั้งเดียว

การดำเนินการ

บริษัทมีโครงการปรับกระบวนการบรรจุสินค้า สำหรับกล่องบรรจุสินค้าจุกนมพีเจ็นรุ่นโปรโมชั่น ซึ่งเดิมเป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมาประกอบเป็นของแถมรวมเป็นแพ็คเกจโปรโมชั่น ทำให้ต้องเสียกล่องบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวเพื่อนำมาประกอบเป็นสินค้ารุ่นโปรโมชั่นที่ต้องนำมาบรรจุในกล่องขนาดใหม่ โดยต้องทำการทิ้งกล่องบรรจุเดิมไป หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ปรับกระบวนการบรรจุตั้งแต่ขั้นตอนแรกของประกอบ โดยการประกอบรวมสินค้าแพ็คเกจโปรโมชั่นในกล่องจำนวน 6 ชั้น ตั้งแต่ในกระบวนการผลิต ทำให้บริษัทสามารถประหยัดการใช้กล่องกระดาษ ลดค่าใช้จ่าย และยังสามารถลดขยะได้อีกด้วย โครงการนี้เป็นโครงการต่อเนื่องที่บริษัทดำเนินการมาเป็นปีที่ 3

4. ปรับปรุง คิดค้นนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัท (Own Brand) ทั้งหมด

เป้าหมาย

เพื่อเป็นการตระหนักถึงการใช้บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุสินค้าของบริษัทตั้งแต่การคิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม อีกทั้ง สามารถลดการใช้ทรัพยากรการคิดค้น สร้างสรรค์นวัตกรรมของบรรจุภัณฑ์ของบริษัท เพื่อให้เกิดทั้งนวัตกรรมและความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ควบคู่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พร้อมกับการลดต้นทุนของบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

การดำเนินงาน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำโดยฝ่ายการตลาดทำการทบทวนขั้นตอน กระบวนการผลิตต่างๆ ของสินค้าร่วมกับคู่ค้า โดยมีการตั้งเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และลดการใช้ทรัพยากร รวมถึงการจัดการภายหลังใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อศึกษาความเหมาะสมถึงการปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ยังได้มีการพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของโครงการในอนาคตสำหรับการส่งเสริมให้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความสำคัญต่อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยของสินค้า และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตั้งแต่กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สอดคล้องกับความมุ่งมั่นตั้งใจของบริษัทให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และตอบใจผู้บริโภคที่มีแนวโน้มการใช้สินค้าและบริการที่ห่วงใยสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

โครงการพาล่องกลับบ้าน

เพื่อมุ่งเน้นการลดใช้ทรัพยากร การใช้ซ้ำและนำกลับมาใช้ใหม่ บริษัทจึงมีโครงการพาล่องกลับบ้าน เพื่อคืนกล่องที่ยังคงสภาพดีกลับคลังสินค้าเพื่อนำมาใช้ซ้ำในกิจกรรมดำเนินงานของบริษัท และเป็นหนึ่งในกระบวนการปลูกจิตสำนึก สร้างความตระหนักรู้ ให้พนักงานในองค์กรเกิดความตื่นตัวกับการลดการใช้ทรัพยากรอย่างจริงจัง



ปลูกป่า เพิ่มพื้นที่สีเขียวให้ผืนป่าชุมชน บ้านหนองเนิน จังหวัดนครสวรรค์

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญและมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม รักษ์โลก โดยพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมปลูกป่า ภายใต้โครงการภาคีสันนิบาตชนป่าชุมชนลดโลกร้อน ร่วมกับ บริษัท ไทยพีเอ็น จำกัด ณ ป่าชุมชนบ้านหนองเนิน จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 10 ไร่ (โครงการปลูกป่าสะสมตั้งแต่ปี 2564 – 2566 จำนวน 7,200 ต้น จำนวน 36 ไร่)



นอกจากนี้ บริษัทร่วมสมทบทุนการศึกษาพร้อมมอบสิ่งของจำเป็นให้กับน้องๆ โรงเรียนบ้านหนองเนิน จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 10,000 บาท เพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ในโรงเรียนอีกด้วย



จากความร่วมมือของพนักงานในโครงการข้างต้น ทำให้เกิดการตระหนักรู้ในความสำคัญด้านการจัดการ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่งผลทำให้ลดก๊าซเรือนกระจกซึ่งเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตในระยะยาวที่ควรให้ความสำคัญและยังทำให้เกิดการลดค่าใช้จ่ายขององค์กรและความยั่งยืนขององค์กรด้วย

Social

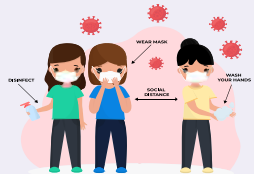
การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม

ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน



สถานการณ์โรคระบาดและโรคติดต่อร้ายแรง

ถึงแม้ว่าสถานการณ์ของการเกิดโรคระบาดและโรคติดต่อร้ายแรงจะมีโอกาสเกิดขึ้นต่ำ แต่เมื่อเกิดเหตุการณ์แล้วสามารถแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว บริษัทจึงมีการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านโรคระบาดและโรคติดต่อร้ายแรง รวมถึงแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจใภาวะวิกฤต ทั้งเรื่องแผนงานการปฏิบัติงานในภาวะวิกฤตให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงอำนวยความสะดวกและรองรับการปฏิบัติงานในสถานการณ์ต่างๆ ให้กับพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า อย่างรับผิดชอบ บริษัทยังคมี นโยบายการทำงานจากที่บ้าน Work From Home โดยพิจารณาจากความจำเป็นและเหมาะสม มีการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการสื่อสาร การประชุมผ่านระบบวิดีโอคอนเฟอเรนซ์หรือสารสนเทศอื่น



การช่วยลดความเครียดจากการทำงาน



ความสำคัญด้านสุขภาพทั้งทางกายและทางใจของพนักงาน บริษัทมุ่งหวังให้พนักงานมีความสุข ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีสอดคล้องกับลักษณะงาน เสริมสร้างสุขภาวะที่ดี พนักงานที่นั่งทำงานเป็นระยะเวลานานอาจประสบภาวะ office syndrome บริษัทจึงจัดให้มีพนักงานนวดซึ่งเป็นผู้บริการทางสายตา เพื่อบริการพนักงานสัปดาห์ละ 2 วัน ลดความเครียดจากการทำงานและเพื่อสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการจ้างงานผู้พิการของบริษัทด้วยอีกทางหนึ่ง

กิจกรรม Health & Wellness MOONG Fit พิษิโตรค

สุขภาพของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญ บริษัทมุ่งหวังให้พนักงานมีสุขภาพกายใจที่ดี ดังนั้นจึงส่งเสริมกิจกรรมสร้าง Health & Wellness โดยการจัดกิจกรรม MOONG Fit พิษิโตรคทุกเดือน เพื่อให้พนักงานได้มีส่วนร่วมมีเวลาออกกำลังกายร่วมกัน สร้างสมดุลของร่างกาย ภายใต้นแนวคิด “สุขภาพดี สร้างได้”

บริษัทได้รับ feedback ที่ดีจากพนักงานที่เข้าร่วม MOOG Fit พิษิโตรค ในครั้งนี้ จากการประเมินหลังการเข้าร่วมกิจกรรม เป็นการสร้างความผูกพันองค์กรด้วยการสร้างสมดุลออกกำลังกาย เสริมสร้างผลสัมฤทธิ์ของการทำงาน มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

Moong Fit พิษิโตรค
 Moongpattana HEALTH&WELLNESS
สุขภาพดี สร้างได้
START
 Class เริ่ม 16.30 - 17.30
 ห้อง Conference Meeting room ชั้น 18
 กิจกรรม: Aerobic Dance by FitLife (10 Aug | 21 Sep | 12 Oct | 8 Nov) / Basic Yoga by FitLife (23 Aug | 28 Sep | 27 Oct | 18 Nov)
 Scan QR Code เพื่อลงทะเบียน (ส่วนนี้ฟรี 8 และ 16 พฤศจิกายน)
 ลงทะเบียนงานในแจ้งที่ 7 พฤศจิกายน
 สุขภาพดีสร้างได้ เริ่มก่อนใครเท่านั้น #Moong ร่วมสร้างสุขภาพดี

Physical Wellness HEALTH & WELLNESS
รู้แล้ว YOUNG
 "ภาวะโภชนาการกับไขมันภายใน"
 วันที่ 6 ตุลาคม 2566 14:00 - 16:00 น.
 CONFERENCE MEETING ROOM ชั้น 18

SCAN เพื่อลงทะเบียน

- วัด BMI ดูว่าอ้วนเกินไป
- พูดคุยโภชนาการที่ดี
- แนวทางป้องกันโรคจากสภาพแวดล้อมปัจจุบัน
- ปรึกษาคุณหมอผู้เชี่ยวชาญ

พบกับอาจารย์พิเศษ : พญ. สุนิณี อ้นตระกูล
 กุมารแพทย์โรคระบบการหายใจและ
 เวชศาสตร์การนอนหลับ

รู้แล้ว young

บริษัทเรียนเชิญอาจารย์หมอ แพทย์หญิงสุนิณี อ้นตระกูล กุมารแพทย์โรคระบบการหายใจและเวชศาสตร์การนอนหลับ มาให้ความรู้กับผู้บริหารและพนักงานในหัวข้อ “ภาวะโภชนาการกับไขมันภายใน” เพื่อให้พนักงานได้เข้าใจถึงโภชนาการที่ดีต่างๆ และแนวทางป้องกันโรคจากสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน ภายใต้โครงการ Health & Wellness นี้ ผู้บริหารและพนักงานให้ความสนใจ และเข้าร่วมกิจกรรมกันอย่างพร้อมเพรียง

Financial Wellness : พลังค์ศรชัย สร้างเงินออมก่อนโต

บริษัทมุ่งมั่นให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยได้เรียนเชิญวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญจาก บริษัทหลักทรัพย์จัดการ กองทุน บัวหลวง เข้ามาร่วมแชร์วิธีการวางแผนเกี่ยวกับการออมและการลงทุน รวมถึงการวางแผนภาษีให้ได้ตามเป้าหมาย ซึ่งเป็นหนึ่งในกิจกรรม Health & Wellness พนักงานให้ความสนใจเข้าร่วมรับฟังแนวทางการวางแผนการเงินกันอย่างเนื่องแน่น

Financial Wellness HEALTH & WELLNESS
พลังค์ศรชัย สร้างเงินออมก่อนโต
 ตอน : วางแผนภาษี...มีแต่ได้
 มาร่วมรับฟังเตรียมวางแผนเกี่ยวกับการออมและการลงทุน วางแผนภาษีให้ได้ตามเป้าหมายกัน

วิทยากร
 คุณรุ่งเรือง ลดาวิวัฒน์วงศ์
 ผู้จัดการ บมจ.บัวหลวง

21 กันยายน 2566
 เวลา 14:00 - 15:00
 ณ CONFERENCE MEETING ROOM ชั้น 18

ปันก๋าวปันสุข ยิ่งวิ่ง.. ยิ่งให้

พนักงานร่วมใจกันจัดกิจกรรม “ปันก๋าวปันสุข ยิ่งวิ่ง.. ยิ่งให้” เดินวิ่งสะสมก๋าวในรูปแบบ Virtual Run เป้าหมาย 100 ล้านก๋าว ทุกๆ 1,000 ก๋าวที่ผู้บริหารและพนักงานเดินวิ่ง บริษัทจะร่วมบริจาคเงินจำนวน 1 บาท เพื่อแบ่งปันให้กับสังคมและชุมชนที่พนักงานร่วมกันเสนอรายชื่อเข้ามาผ่านคณะกรรมการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมและจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และเสนอต่อคณะกรรมการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมและจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (CSVEM Committee)

ในการสะสมก๋าวตั้งแต่วันแรกจนถึงวันปิดโครงการ พนักงานร่วมใจกันสะสมก๋าวได้จำนวน 35 ล้านก๋าว คิดเป็นเงินบริจาคทั้งสิ้น 35,000 บาท โดยเงินสะสมทั้งหมดบริษัทจะใช้สนับสนุนโครงการต่างๆ ที่พนักงานได้ร่วมส่งรายชื่อ เพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนต่อไป

ปันก๋าวปันสุข ยิ่งวิ่งยิ่งให้
VIRTUAL RUN เป้าหมาย 100 ล้านก๋าว
 เดินวิ่งสะสมจำนวนก๋าวออนไลน์
 เริ่มกิจกรรม 18 กันยายน - 16 พฤศจิกายน 2566

1,000 ก๋าวของคุณ = บริษัทบริจาคเงิน 1 บาท
 1,000 ก๋าวของคุณ = 1 แด็บสะสมแลกของรางวัล

มาช่วยเพื่อสุขภาพที่แข็งแรง แด็บได้ร่วมแบ่งปันเพื่อสังคมกัน

สถานที่ปันก๋าวปันสุข

- มูลนิธิเพื่อการฟื้นฟูพัฒนาเด็กและครอบครัว (พอริเด็ก)
- ศูนย์สาธารณสุขส่งเสริมเด็กพิเศษ วัดหัวขม
- โรงเรียนวัดหัวขมลำไย
- ชมรมผู้สูงอายุ นครสวรรค์
- มูลนิธิศุภนิมิต

จำนวนก๋าว สามารถสะสมเป็นแด็บแลกของรางวัลได้ด้วยนะคะ...

การอบรมฝึกซ้อมหนีไฟร่วมกับนิติบุคคล อาคารสำนักงาน

บริษัทให้ความร่วมมือกับการอบรมฝึกซ้อมหนีไฟร่วมกับนิติบุคคลอาคารสำนักงานเป็นประจำทุกปี



ติดตั้งเครื่องฟอกอากาศในบริเวณสำนักงาน

เพื่อลดความเสี่ยงจากการเจ็บป่วยจากสถานการณ์ฝุ่น PM 2.5 และโรคระบาด ด้วยการสังเกตเห็นในระหว่างการทำงาน บริษัทจึงมีการติดตั้งเครื่องฟอกอากาศบริเวณสำนักงาน รวมทั้งดูแลบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจได้ว่าพนักงานมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมและปลอดภัย

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทบรรลุเป้าหมายไม่พบกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LITFR เท่ากับ 0) ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายในการพัฒนาความปลอดภัยจากอุบัติเหตุจากการทำงาน พนักงานมีความสุขในการทำงานมากขึ้น การลาป่วยถึงขั้นหยุดงานต่อเนื่องมากกว่า 2 วันลดลง พนักงานทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ใช้เวลาทำงานลดลง



ส่งมอบโอกาสให้กับชุมชน และสังคม

บริษัทร่วมบริจาค ส่งมอบผลิตภัณฑ์พีเจ้น สิ่งของเครื่องใช้ สำหรับเด็ก ได้แก่ ขวดนม จุกนม จุกหลอก ชุดว่ายน้ำ ชุดฝึกลอยตัว แปรงล้างขวดนม แปรงสีฟัน และอื่นๆ เพื่อช่วยสนับสนุนของใช้ที่จำเป็นให้กับสถาบันสุขภาพเด็กแห่งชาติมหาสารคาม มูลนิธิสงเคราะห์เด็กอ่อนรังสิต มูลนิธิเด็กอ่อนในสลัม และมูลนิธิวัดสวนแก้ว โดยมีจำนวนกลุ่มเปราะบางในชุมชนที่ได้รับการบริจาค มากกว่า 300 ราย มูลค่าการสนับสนุนกว่า 750,000 บาท

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย



บริษัทให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม ความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนได้เสียกับการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ เพื่อลดผลกระทบ สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ร่วมกับกระบวนการดูแลชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ผ่านคณะกรรมการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมและจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท (Creating Shared Value and Environment Committee : CSVEM) โดยคณะกรรมการ CSVEM มีหน้าที่ในการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปอย่างเป็นรูปธรรม โดยในปี 2566 คณะกรรมการ CSVEM มีการประชุมทั้งสิ้น 2 ครั้ง เพื่อพิจารณาเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (ESG Framework) พิจารณาประเด็นความยั่งยืน (Materiality) และโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมิติสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ บริษัทยังมีคณะทำงานสร้างคุณค่าร่วมในสังคมและจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (CSVEM Working Group) ซึ่งประกอบด้วยพนักงานจากแผนกต่างๆ เข้ามา มีบทบาทและส่วนร่วมในการเสนอแนวคิดในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร การพัฒนาการจัดการและดูแลสิ่งแวดล้อม และการสร้างคุณค่าร่วมให้กับสังคม มีหน้าที่ในการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ให้บรรลุเป้าหมายตามกลยุทธ์ของบริษัทตามที่คณะกรรมการ CSVEM มอบหมาย โดยมีการประชุมเป็นประจำทุกเดือน เพื่อเสนอแนวคิด ข้อเสนอแนะกิจกรรมด้านสังคม สิ่งแวดล้อม รวมถึงติดตามสถานการณ์ต่างๆ และรายงานผลการมีส่วนร่วมของบริษัทต่อคณะกรรมการ CSVEM อย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ บริษัทมีการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมีช่องทางต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหัวข้อ “การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย”

Governance

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิตรธรรมาภิบาล



คณะกรรมการส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อสร้างความยั่งยืน โดยมีการทบทวนจรรยาบรรณธุรกิจ นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี และนโยบายสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุกปี และในปี 2566 คณะกรรมการมีการทบทวนจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าเพิ่มเติม มีการติดตามให้กรรมการและผู้บริหาร รวมถึงพนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ รั่มัตระวัง ชื่อสัตย์สุจริตเป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับของบริษัท และนโยบายและแนวปฏิบัติที่ได้กำหนดไว้ จากความมุ่งมั่นในการดำเนินการและมีการยกระดับความสำคัญในด้านนี้มาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทได้รับการประเมินระดับดีเลิศ CG Score 5 ดาว จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 และในปี 2566 นี้ บริษัทมีความภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่ได้รับการประกาศผลหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ในระดับ A นอกจากนี้ คณะกรรมการให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส เพื่อให้สอดคล้องกับประสิทธิภาพของกระบวนการเปิดเผยข้อมูลรายงานทางการเงิน และข้อมูลสำคัญต่างๆ อย่างถูกต้อง เพียงพอ ทันเวลา เป็นไปตามมาตรฐาน ข้อกำหนด และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ผ่านกิจกรรมบริษัทจดทะเบียนพบผู้ลงทุน (Opportunity Day) ทุกไตรมาส และร่วมกิจกรรม mai Forum ส่งผลให้บริษัทสามารถคว้ารางวัล SET Awards 2023 กลุ่มรางวัล Business Excellence ประเภท Outstanding Best Investor Relation Awards จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทเป็นสมาชิกโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) โดยได้รับการต่ออายุ (re-certify) เป็นครั้งที่ 2

นโยบายงดรับของขวัญ

พนักงานปฏิบัติตามนโยบายงดรับของขวัญอย่างเคร่งครัด การประเมินความเสี่ยงประเด็นทุจริตและคอร์รัปชันของบริษัทอยู่ในระดับต่ำมาก ทำให้บริษัทสามารถบริหารจัดการ ดำเนินธุรกิจได้อย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ ลดต้นทุนในการดำเนินงาน สามารถรักษามาตรฐานในการดำเนินธุรกิจสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้มีส่วนได้เสียและไม่พบกรณีร้องเรียนด้านทุจริตและคอร์รัปชัน



การส่งเสริมพนักงานด้านจริยธรรม

ผู้บริหารและพนักงานทุกคน ได้รับการส่งเสริมความรู้ด้านจริยธรรม รวมถึงการปฏิบัติการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน ผ่านช่องทาง e-learning และทำแบบทดสอบร้อยละ 100 โดยได้คะแนนความเข้าใจด้านจริยธรรมร้อยละ 91.98

การรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

บริษัททำการประเมินความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์เพื่อป้องกันการโจรกรรม ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดความเสียหาย โดยเพิ่มสัดส่วนการลงทุนเพื่อปรับปรุงเทคโนโลยีร้อยละ 30 และส่งเสริมวัฒนธรรมการป้องกันความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ด้วยการเผยแพร่ความรู้ จัดอบรม และปรับปรุงกระบวนการทำงาน รวมถึงการป้องกันความเสี่ยงด้านการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) โดยได้กำหนดบุคคลทำหน้าที่กำกับดูแลข้อมูลส่วนบุคคลและกำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งในปี 2566 บริษัทไม่พบความเสียหายต่อการดำเนินธุรกิจจากกิจกรรมหรือธุรกรรมใดที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูลส่วนบุคคล ทำให้บริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนการดำเนินงาน พร้อมกับการรักษามาตรฐานและชื่อเสียงของบริษัทได้อย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่รับจากการดำเนินงานในมิติ ESG

Recycle

ขวดพลาสติก จากการแยกขยะ

12 กิโลกรัม



การลดใช้พลังงานไฟฟ้า

จากการ ปิดไฟ ถอดปลั๊ก เมื่อเลิกใช้ทันที

พนักงานมีความตระหนักรู้ มุ่งมั่นให้ความร่วมมือในการลดใช้ทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง



Reuse

กล่องกระดาษจากการดำเนินธุรกิจ

68,949 กล่อง

10,840 กิโลกรัม

ประหยัดค่าใช้จ่าย 0.62 ล้านบาท



ลดการใช้กระดาษ

จากการออกใบกำกับภาษี e-tax invoice

247,258 แผ่น หรือคิดเป็นร้อยละ 49.5

ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ 0.15 ล้านบาท



การปลูกป่า

ชุมชนบริเวณรอบมีความเข้มแข็ง ต่อยอดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้รับผลประโยชน์จากผืนป่า เป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร สร้างความสมบูรณ์ให้กับผืนป่า และเป็นการสร้างอาชีพให้กับชุมชน



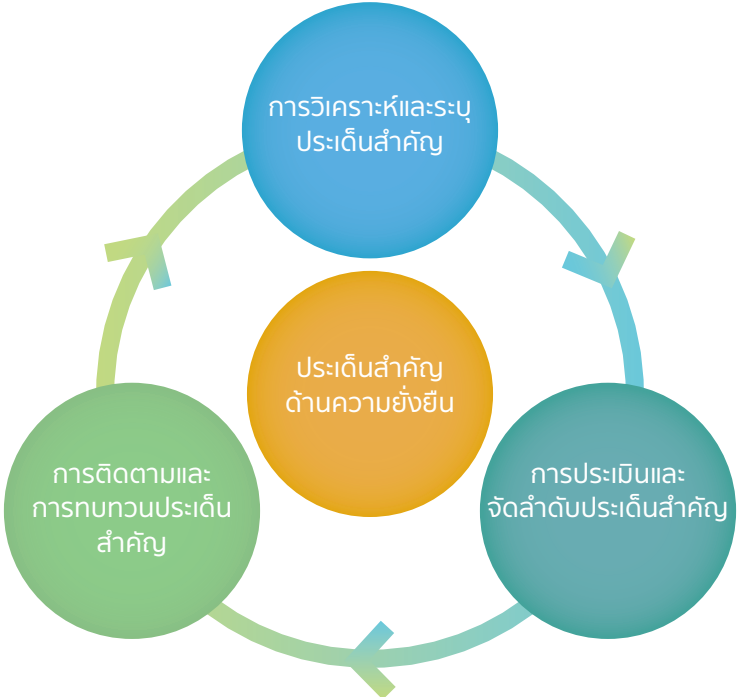
การกำกับดูแลกิจการอย่างยั่งยืน

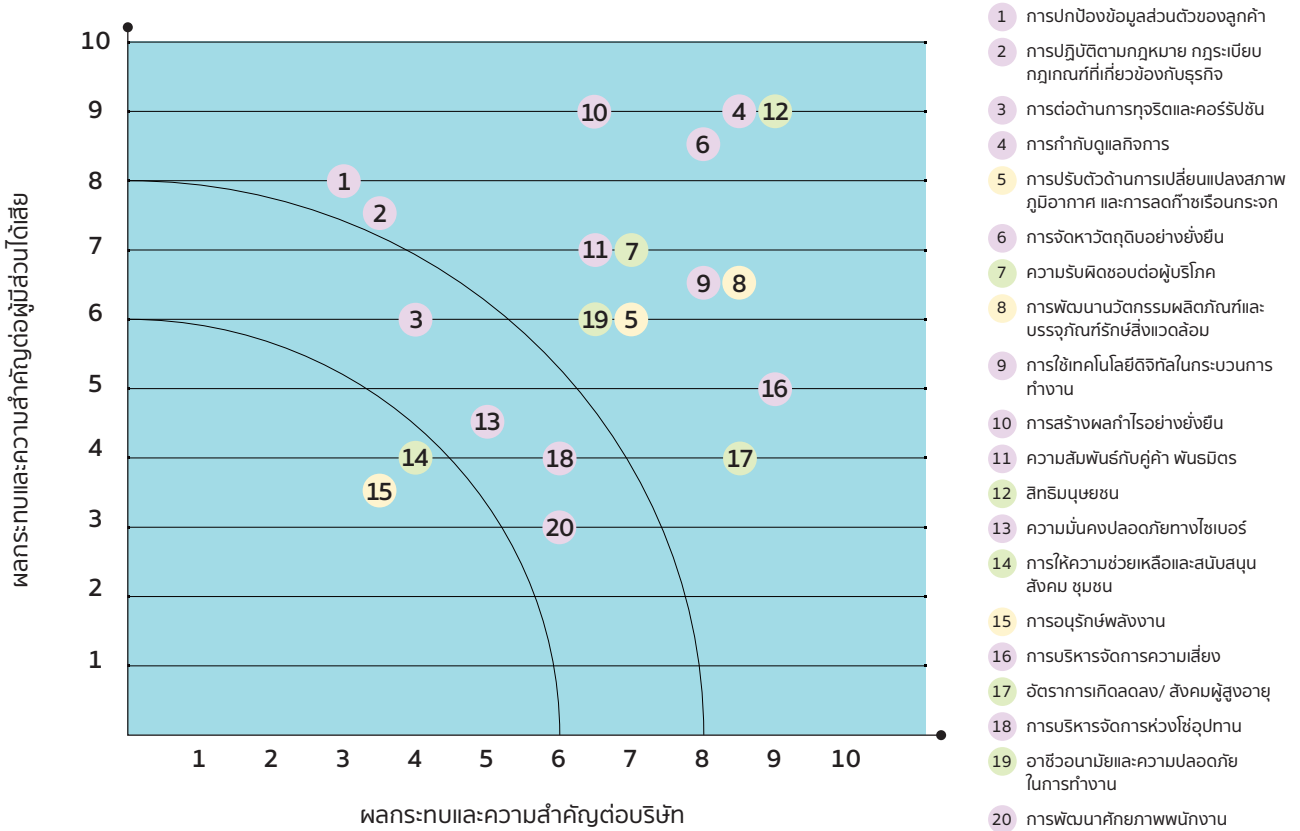
บริษัทได้มีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีทุกปีเพื่อให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ นโยบาย และแนวปฏิบัติที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งรวมถึงนโยบายการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันที่บริษัทได้ประกาศเจตนารมณ์เข้าเป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน (CAC) และได้รับการต่ออายุการรับรองครั้งที่ 2 ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายว่า บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และมุ่งสร้างคุณค่ากิจการอย่างยั่งยืน สามารถแข่งขันและปรับตัวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ โดยคำนึงถึงประโยชน์และความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ดังมีประเด็นที่บริษัทได้แยกเป็นมิติดังนี้

ประเด็นความยั่งยืน (Materiality)

บริษัทจัดให้มีการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียหลักอย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้บริษัทสามารถจัดลำดับความสำคัญด้านความยั่งยืน และกำหนดทิศทางการบริหารจัดการที่เหมาะสมได้ โดยการพิจารณาแบ่งเป็น 4 มิติ ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม/ชุมชน มิติ สิ่งแวดล้อม และมิติผู้มีส่วนได้เสีย โดยประเด็นที่คัดเลือกลำดับความสำคัญกับเป้าหมาย กลยุทธ์ และการบริหารจัดการความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่าครอบคลุมผลกระทบทั้งภายในและภายนอกบริษัท ส่วนการจัดระดับความสำคัญของประเด็นความยั่งยืนจะพิจารณาจากโอกาสและผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร ระดับความสนใจและผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย

แนวทางการจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน





Environment	Social	Governance/ Economy
<ol style="list-style-type: none"> 1. การปรับตัวด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการลดก๊าซเรือนกระจก 2. การอนุรักษ์พลังงาน 3. การพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน 2. การพัฒนาศักยภาพพนักงาน 3. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 4. การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนสังคม ชุมชน 5. สิทธิมนุษยชน 6. อัตราการเกิดผลลบล/ สังคมผู้สูงอายุ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การกำกับดูแลกิจการ 2. การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน 3. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการทำงาน 4. ความสัมพันธ์กับคู่ค้าพันธมิตร 5. ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ 6. การสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืน 7. การบริหารจัดการความเสี่ยง 8. การปกป้องข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า 9. การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ กฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ 10. การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน 11. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

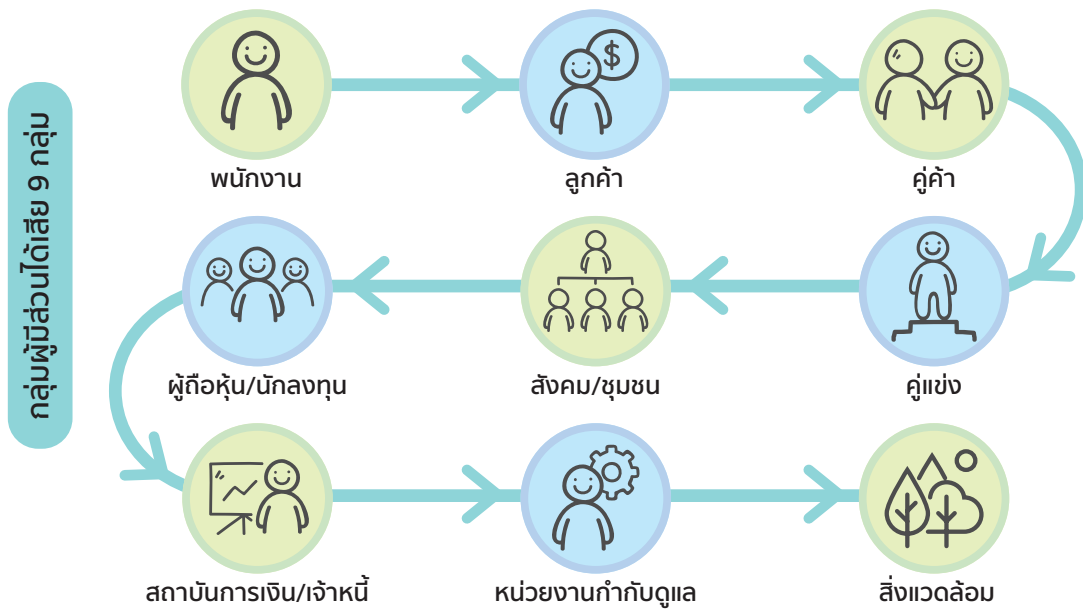
มิติ	ประเด็นความยั่งยืน	ขอบเขตผลกระทบภายใน	ขอบเขตผลกระทบภายนอก	ความสำคัญ	การพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)
Governance / Economy	การกำกับดูแลกิจการ	บริษัท กรรมการ พนักงาน	ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง สังคม/ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม	การกำกับดูแลกิจการด้วยหลัก ธรรมาภิบาล การกำหนดนโยบายและ แนวปฏิบัติการกำกับดูแลอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัท ดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแล กิจการที่ดี เพื่อความยั่งยืนในระยะยาว	
	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการทำงาน	บริษัท พนักงาน	ลูกค้า คู่ค้า สังคม/ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม	มีการปรับตัวและการวางแผนในระยะ ยาวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง พร้อมยกระดับกระบวนการดำเนิน ธุรกิจให้รวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ และมีความปลอดภัยของข้อมูล สามารถส่งเสริมการทำงานให้มี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถแข่งขัน และสามารถทำกำไรได้ในระยะยาว	
	ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์	บริษัท พนักงาน	ลูกค้า คู่ค้า	การบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี สารสนเทศให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ใน การดำเนินธุรกิจ มีการประเมินและ วางแผนบริหารความเสี่ยง และเตรียม รับมือและตอบสนองต่อภัยคุกคาม ทางไซเบอร์	
	การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	บริษัท กรรมการ พนักงาน	ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง สังคม/ชุมชน หน่วยงานกำกับดูแล ภาครัฐ	บริษัทกำหนดนโยบายและแนว ปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและ คอร์รัปชัน รวมถึงกระบวนการแจ้ง เบาะแสและข้อร้องเรียน	
	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	บริษัท พนักงาน	ลูกค้า คู่ค้า	เพื่อสร้างความมั่นใจว่าคู่ค้า พันธมิตร ลูกค้า มีการพัฒนาแนวปฏิบัติด้าน ความยั่งยืนร่วมกัน โดยคำนึงถึง ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บริษัทมีกระบวนการ การคัดเลือก การประเมินเป็นประจำ ทุกปี โดยมีหัวข้อจริยธรรม และ มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมในการ ประเมิน และการดำเนินธุรกิจร่วมกัน อย่างมีคุณภาพ	 

มิติ	ประเด็นความยั่งยืน	ขอบเขตผลกระทบภายใน	ขอบเขตผลกระทบภายนอก	ความสำคัญ	การพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)
สังคม	อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน	บริษัท พนักงาน	ลูกค้า สังคม/ชุมชน	เพื่อส่งเสริมด้านอาชีวอนามัย สุขภาพ และสถานที่ทำงานที่มีความปลอดภัย รวมถึงมุ่งเน้นเป้าหมายจำนวนอุบัติเหตุเป็นศูนย์ เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินงาน	  
	การพัฒนาศักยภาพพนักงาน	บริษัท กรรมการ พนักงาน	ลูกค้า หน่วยงาน กู้กับดูแล ภาครัฐ	เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของพนักงาน และเพิ่มทักษะในงานที่ทำ จัดให้มีการอบรม เพิ่มพูนความรู้ ความชำนาญ เข้าใจสินค้าและบริการของบริษัท มีการวัดผล และพัฒนาทักษะเพื่อรักษาพนักงานและพัฒนาศักยภาพพนักงานของบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการขยายความรู้ การฝึกอบรมไปยังลูกค้า พันธมิตร	  
	ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	บริษัท กรรมการ พนักงาน	ลูกค้า ลูกค้า	เพื่อปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการ ด้วยนวัตกรรมที่ตอบโจทย์กับผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนาสินค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น (well-being)	   
	สิทธิมนุษยชน	บริษัท กรรมการ พนักงาน	ลูกค้า ลูกค้า พันธมิตร ชุมชน/สังคม	เพื่อประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและหาแนวทางการลดผลกระทบอย่างเป็นระบบ และมั่นใจได้ว่าการดูแลให้โอกาสพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	  
สิ่งแวดล้อม	การปรับตัวด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการลดก๊าซเรือนกระจก	บริษัท กรรมการ พนักงาน	ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ลูกค้า สังคม/ชุมชน สิ่งแวดล้อม หน่วยงาน กู้กับดูแลภาครัฐ	เพื่อเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกฎหมายใหม่ๆ เช่น (ร่าง) พรบ. สภาพภูมิอากาศ ที่จะบังคับใช้ในอนาคต และเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	     

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

บริษัทมุ่งดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยจัดให้มีช่องทางในการสื่อสารและแสดงความคิดเห็นได้ตามความเหมาะสม และในการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement Analysis) บริษัทได้นำข้อมูลที่ได้จากการติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมาพิจารณาและปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างแท้จริง

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement Analysis)



ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
พนักงาน Employee	<ul style="list-style-type: none"> ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม ความมั่นคงและโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การพัฒนาความรู้ความสามารถต่อเนื่อง ได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม การมีสุขภาพทางด้านร่างกายและจิตใจที่ดีในการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> การจัดปฐมนิเทศพนักงาน การประชุมเพื่อสื่อสารกับพนักงานปีละ 2 ครั้ง การให้ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะกรรมการสวัสดิการ ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร การจัดให้มีการทดสอบจรรยาบรรณธุรกิจปีละ 1 ครั้ง 	<ul style="list-style-type: none"> ค่าตอบแทนและผลประโยชน์ต่างๆ เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ จัดทำคู่มือพนักงาน/คู่มือสวัสดิการ จัดทำแผนฝึกอบรมพัฒนาทักษะพนักงานตามสายงานที่รับผิดชอบ การประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ 360°

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
ลูกค้า Customer	<ul style="list-style-type: none"> สินค้าคุณภาพ ปลอดภัย และราคาเหมาะสม จัดส่งตามเวลาที่กำหนด ฉลากแสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์และวิธีการใช้งานถูกต้องชัดเจน บริการหลังการขายที่ดี การปกป้องข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Services) Call center กิจกรรมต่างๆ เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ การตอบข้อซักถาม รับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน การสำรวจความพึงพอใจลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งสินค้าที่มีคุณภาพตามกำหนดเวลา เปิดเผยข้อมูลสินค้าและวิธีการใช้งานถูกต้อง ชัดเจน รับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ จัดกิจกรรมส่งเสริมและให้ความรู้ลูกค้าสม่ำเสมอ รับคำแนะนำ ดีชม ร้องเรียนผ่านช่องทางโทรศัพท์ อีเมล หรือเว็บไซต์ ปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
คู่ค้า Business Partner	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมและเติบโตไปด้วยกัน การปฏิบัติตามสัญญา/ข้อตกลงทางการค้า ดำเนินธุรกิจโปร่งใส ตามกรอบของกฎหมาย คุณธรรม และจริยธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมหารือร่วมกัน การจัดประชุมคู่ค้าประจำปี การสำรวจความพึงพอใจของคู่ค้า การรับฟังข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับบริษัทคู่ค้า ชำระเงินตามมูลค่าและกำหนดเวลา การปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม
คู่แข่ง Competitor	<ul style="list-style-type: none"> การแข่งขันที่เป็นธรรม การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง 	<ul style="list-style-type: none"> รายงานประจำปี รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน สมาคมการค้า 	<p>ดำเนินธุรกิจในรอบของกฎหมาย จรรยาบรรณธุรกิจและจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับบริษัทคู่ค้า</p>
สังคม /ชุมชน Community / Social	<ul style="list-style-type: none"> การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน ให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของชุมชน มีกระบวนการดูแลรับเรื่องร้องเรียนอย่างเป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ การจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน การรับฟังข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในชุมชน รับฟังและตอบสนองต่อความคิดเห็นและข้อร้องเรียนอย่างเป็นธรรม

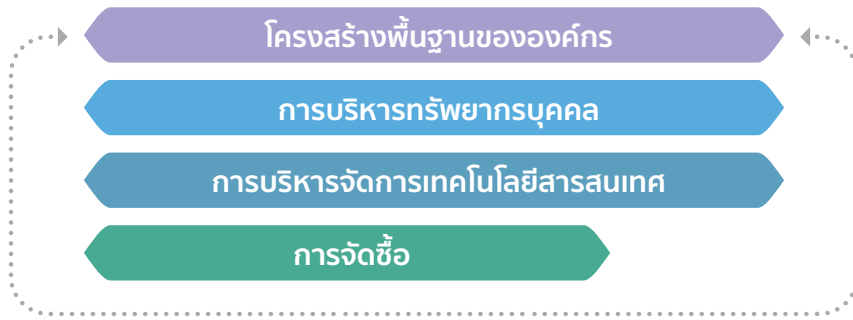
ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน Shareholder / Investor	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทเจริญเติบโต มั่นคง และมีกำไร จ่ายเงินปันผลทุกปีในระดับที่เหมาะสม ผลตอบแทนเหมาะสม การกำกับดูแลกิจการที่ดี บริหารจัดการความเสี่ยง เปิดเผยข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมผู้ถือหุ้น กิจกรรมบริษัทจดทะเบียนพบผู้ลงทุน (Opportunity Day) รายไตรมาส กิจกรรมพบนักลงทุน (Company Visit) การเปิดเผยข้อมูลผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ นักลงทุนสัมพันธ์ รายงานประจำปี รายงานการพัฒนายั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างผลกำไรและจ่ายเงินปันผลในอัตราที่เหมาะสม การกำกับดูแลกิจการที่ดี เปิดเผยข้อมูล ถูกต้อง เพียงพอ และทันเวลา
สถาบันการเงิน / เจ้าหนี้ Financial Institution / Creditor	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลง รายงานข้อมูลทางการเงิน ถูกต้อง จ่ายดอกเบี้ยและชำระเงินตามกำหนดเวลา การกำกับดูแลกิจการที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมหารือร่วมกัน การเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานและรายงานทางการเงินต่างๆ การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เปิดเผยข้อมูลผ่านเว็บไซต์ รายงานประจำปี หรือรายงานความยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามข้อตกลงทางการเงิน การชำระคืนเงินกู้และดอกเบี้ยตามกำหนดเวลา การปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ
หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ Regulators	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบและประกาศที่เกี่ยวข้อง มีการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในที่เหมาะสม มีผลประกอบการที่ดี เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน 	<ul style="list-style-type: none"> เว็บไซต์/อีเมล การประกาศใช้กฎหมาย กฎระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้อง การประชุมหารือร่วมกัน การเข้าร่วมกิจกรรม สัมมนา และหลักสูตรต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ติดตามการเปิดรับฟังความคิดเห็นของหน่วยงานกำกับดูแล ปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแนวปฏิบัติที่ดี

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
สิ่งแวดล้อม Environment	<ul style="list-style-type: none"> • ผลិតภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของบริษัท เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม • พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม • ปรับตัวด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและลดก๊าซเรือนกระจก • plugged สำนึกในการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างรู้คุณค่า 	<ul style="list-style-type: none"> • เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ • การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ • กิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม • ฝึกอบรม ประชาสัมพันธ์ สื่อสาร และสนับสนุนเวลาในการทำงานในการฝึกอบรม 	<ul style="list-style-type: none"> • พนักงานมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานและลดใช้ทรัพยากรในสำนักงาน • ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม • ฝึกอบรม สนับสนุนให้พนักงานเข้าฝึกอบรมประเด็นสิ่งแวดล้อม และการลดก๊าซเรือนกระจก • เคารพ ยึดถือ ปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด

การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า

ด้วยมุ่งหวังให้บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อและเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยไม่ส่งผลกระทบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า บริษัทจึงได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียในจรรยาบรรณธุรกิจและจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับบริษัทคู่ค้า รวมถึงดูแลให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจดังกล่าวอย่างเคร่งครัด และเพื่อให้การขับเคลื่อนการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่ามีประสิทธิภาพ บริษัทได้กำหนดให้การจัดซื้อจัดหาต้องปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้าง ตั้งแต่การคัดเลือกและตรวจสอบการดำเนินงานของคู่ค้า ประเมินศักยภาพ เจริญต่อรอง จนถึงการตัดสินใจจัดซื้อผลิตภัณฑ์ / บริการ





ตามแนวปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้างบริษัทจะคัดเลือกคู่ค้าที่มีสภาพธุรกิจที่ดีและมั่นคง มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย สามารถผลิตและส่งมอบสินค้า / บริการที่ดีมีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด ราคาเหมาะสม (Fair price) ตรงตามกำหนดเวลา รวมถึงต้องสามารถส่งมอบสินค้า / บริการได้อย่างสม่ำเสมอ และรองรับการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทานได้ นอกจากนี้ บริษัทกำหนดให้จัดทำทะเบียนประวัติคู่ค้าทุกรายที่มีปริมาณการซื้อขายสูง (Main business partners) ตรวจสอบและประเมินความเสี่ยง ซึ่งจัดให้มีการประเมินอย่างรอบด้านโดยผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยปีละครั้ง ซึ่งรวมถึงการตรวจเยี่ยม (On site visit) ด้วย โดยพิจารณาจากกำลังการผลิต การขนส่ง อาชีวอนามัยและความปลอดภัย และมาตรฐานอุตสาหกรรม จากนั้นจัดทำสรุปผลการประเมินมาพิจารณาปรับปรุงกระบวนการทำงานร่วมกันต่อไป โดยรวมแล้วบริษัท คาดหวังให้บริษัทคู่ค้าดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี ด้าน ESG (Environmental, Social and Governance) ครบทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี

หากพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของคู่ค้าหลักของบริษัท จากมูลค่าการซื้อขายสินค้า / บริการแล้ว คู่ค้าหลักของบริษัท คือ บริษัท ไทยพีเอ็น จำกัด ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างบริษัทกับพีเอ็น คอร์ป (ประเทศญี่ปุ่น) และด้วยบริษัทมีการจัดซื้อผลิตภัณฑ์พีเอ็นจากผู้ผลิตรายอื่นด้วยทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้น คู่ค้าหลักของบริษัทแท้จริงแล้ว คือ พีเอ็น คอร์ปซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าแม่และเด็กที่มีชื่อเสียงของประเทศญี่ปุ่นที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก ทั้งในภูมิภาคยุโรป อเมริกา แอฟริกา ตะวันออกกลาง และเอเชียแปซิฟิก ปัจจุบันพีเอ็น คอร์ป ผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับทารกและเด็ก ผลิตภัณฑ์สำหรับมารดาและผู้หญิง ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพในครัวเรือน รวมถึงอุปกรณ์การแพทย์อีกด้วย

นโยบายการจัดซื้อจัดหายั่งยืน

ด้วยความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และการมีความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัท จึงกำหนดให้การพิจารณาเลือกบริษัทคู่ค้าต้องเป็นตามจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับบริษัทคู่ค้าและแนวปฏิบัติการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันของบริษัท โดยฝ่ายจัดซื้อจะแจ้งให้บริษัทคู่ค้าลงนามรับทราบก่อนทำธุรกิจร่วมกัน และในขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้างต้องถือปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้การสรรหาคู่ค้ามีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ โดยมีเกณฑ์การพิจารณาจากศักยภาพของคู่ค้า ต้นทุนคุณภาพ ปริมาณ การส่งมอบสินค้า / บริการที่ได้รับ รวมถึงการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐานสากลในด้านต่างๆ และเป็นไปตามกฎหมาย

นโยบายการคัดเลือกผู้ขายและผู้ให้บริการ

- ปฏิบัติตามกฎหมาย มาตรฐานทางจริยธรรมของสังคมและสิ่งแวดล้อม
- มีสภาพการดำเนินธุรกิจที่ดีและมั่นคง
- ผลิตและส่งมอบสินค้าหรือบริการที่ดีมีคุณภาพ ราคาที่เหมาะสม ส่งมอบสินค้าและบริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้
- สามารถส่งมอบสินค้าและบริการได้อย่างสม่ำเสมอและมีความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทานได้
- มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่เป็นประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดงาน Supplier Conference เป็นประจำทุกปี เพื่อต่อยอดแนวทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัท กับ บริษัทคู่ค้าและเป็นช่องทางในการสื่อสาร รับฟังความคิดเห็น ข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะจากคู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสียอื่น อาทิ คลังสินค้า และ Customs broker เป็นต้น รวมถึงหารือแนวทางปรับปรุง / แก้ไขกระบวนการทำงานร่วมกันให้ดีขึ้นต่อไป

ในปี 2566 บริษัทจัด Supplier Conference ผ่านระบบออนไลน์ เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2566 โดยคู่ค้าให้ความร่วมมือเข้าร่วมประชุมอย่างพร้อมเพรียง

บริษัทมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท และส่งเสริมคุณค่าร่วมในสังคม โดยการจัดอบรมสัมมนาการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันให้กับคู่ค้าด้วย โดยมีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้บรรยายให้ความรู้ เสริมสร้างความตระหนักรู้ โดยคู่ค้าที่เข้าร่วมอบรมในครั้งนี้ได้รับความรู้ ความเข้าใจ และร่วมเป็นแนวร่วมในการมุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

การบริหารความเสี่ยง

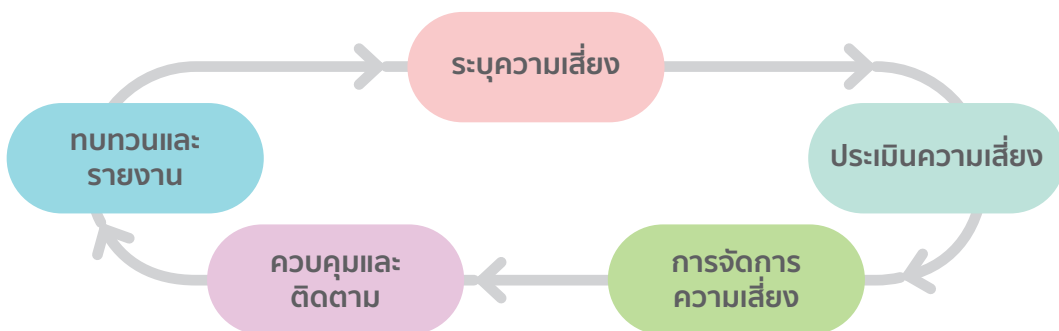
บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงและจัดให้มีการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงในด้านต่างๆ ทั้งโอกาสในการเกิดความเสี่ยงและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นเพื่อให้สามารถบ่งชี้เหตุการณ์ที่อาจเกิดผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท และสามารถจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ และช่วยให้บริษัทบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

กระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) มีบทบาทหน้าที่ในการวิเคราะห์ความเสี่ยง ประเมินและจัดลำดับความเสี่ยง ตลอดจนกำหนดแผนกลยุทธ์ด้านความเสี่ยงที่ยอมรับได้ จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อให้มีระดับผลกระทบต่อความเสียหายน้อยลง รวมถึงการติดตามดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแนวทางการจัดการความเสี่ยงที่กำหนดไว้อย่างรัดกุม เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสี่ยงนั้นอีกในอนาคต หรือหากเกิดขึ้นก็สามารถฟื้นฟูการดำเนินงานให้สามารถกลับคืนสู่ภาวะปกติได้ในเวลาอันสั้น

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงยังต้องดูแลให้มั่นใจว่าการบริหารความเสี่ยง กลยุทธ์ และทรัพยากรที่ใช้ในการบริหารจัดการกับความเสี่ยงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และรายงานให้คณะกรรมการตรวจสอบทราบเพื่อพิจารณาและเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยทุกไตรมาส

ทั้งนี้ บริษัทจัดแบ่งความเสี่ยงหลักออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ ความเสี่ยงจากการปฏิบัติการ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ และความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งบริษัทได้กำหนดแนวทางและมาตรการในการบริหารจัดการความเสี่ยงข้างต้นให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้



ความเสี่ยงจากอัตราการเกิดของประชากรลดน้อยถอยลง

อัตราการเกิดของประชากรในประเทศที่ผ่านมามีแนวโน้มลดลง และคาดว่าอัตราการเกิดของประชากรไทยยังมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการลดลงของอัตราการเกิดของประชากรไทยส่งผลกระทบต่อปริมาณการซื้อสินค้าแม่และเด็กทำให้มีจำนวนลดลงตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าอัตราการเกิดจะลดน้อยถอยลง แต่ความต้องการใช้สินค้าที่มีคุณภาพ มีนวัตกรรมที่เหมาะสมกับคุณแม่ที่เป็นคนรุ่นใหม่และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อแม่และเด็กกลับมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น บริษัทจึงได้มีการพัฒนาและจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีความหลากหลายครอบคลุมในทุกๆ ด้าน สามารถตอบสนองความต้องการของคุณแม่ยุคใหม่ที่ใส่ใจในคุณภาพ ความปลอดภัยและให้ความสำคัญต่อสุขภาพของลูกมากขึ้น บริษัทบริหารความเสี่ยงด้วยการสรรหาผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็กใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์คุณแม่ยุคใหม่ ด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ เพิ่มขึ้นใน portfolio เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทเล็งเห็นถึงโอกาสในการพัฒนาสินค้าสำหรับผู้สูงวัยซึ่งมีความต้องการผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม health & wellness มากขึ้น บริษัทจึงขยายตลาดสินค้าไปยังสินค้าสำหรับผู้สูงวัย โดยบริษัทมีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจครอบคลุมในทุกช่วงวัยตั้งแต่เด็กแรกเกิด จนถึงผู้สูงวัย

ความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านธุรกิจและสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัว

บริษัทดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ได้รับการยอมรับในด้านการบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพ สินค้าอุปโภคบริโภคที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้าเครื่องใช้ประจำวัน อาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงและมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องทุกปีส่งผลให้การแข่งขันด้านการให้บริการจัดจำหน่ายหรือเป็นตัวแทนจำหน่ายสูงขึ้นตามไปด้วย บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการปรับตัวในภาวะตลาดที่มีการแข่งขันสูงดังกล่าวด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยเฉพาะช่องทาง E-commerce ซึ่งเป็นช่องทางที่มีศักยภาพการเติบโตซึ่งเป็นไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ยังเพิ่มยอดการจัดจำหน่ายสินค้ารวมถึงการรองรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีแผนขยายธุรกิจของตนไปยังภูมิภาคอื่นเพิ่มขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะในกลุ่ม CLMV รวมถึงประเทศจีนด้วย

บริษัทได้มีการพัฒนาและสรรหาสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้ตราสินค้าบริษัทและกลุ่มบริษัทให้มากขึ้น เพื่อสร้างสมดุลของรายได้ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายเพื่อรองรับสินค้าใหม่จากผู้ผลิตหรือเจ้าของสินค้า สร้างฐานลูกค้าให้มีความเหนียวแน่น สรรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีแผนงานด้านการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพและการปฏิบัติงานในพื้นที่ตามแผนที่กำหนดจัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจของเจ้าของสินค้าที่มีต่อบริษัท เพื่อใช้ในการปรับปรุงวิธีการทำงาน สามารถตอบสนองความต้องการของเจ้าของสินค้าได้เป็นอย่างดี สร้างเครือข่ายพันธมิตรด้าน CRM ให้บริษัทเป็นที่รู้จักและสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของตลาด พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้ใช้ประโยชน์ได้มากขึ้นและเหมาะสมกับธุรกิจของบริษัท วางระบบการทำงานของคลังสินค้าให้เหมาะสมกับธุรกิจการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายทั้งในด้านประสิทธิภาพและต้นทุน

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

จากความผันผวนของค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อต้นทุนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศของบริษัทเพื่อนำมาจัดจำหน่ายในประเทศ ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อส่วนแบ่งรายได้จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและรายได้เงินปันผลจากเงินลงทุนในบริษัทอื่น เนื่องจากบริษัทร่วมและบริษัทอื่นดังกล่าวประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ บริษัท จึงได้มีการติดตามความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนในสกุลเงินสำคัญอย่างใกล้ชิด อีกทั้งยังมีนโยบายในการป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยจะทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าหากพบว่าแนวโน้มค่าเงินบาทจะอ่อนตัวลงเพื่อคุ้มครองความเสี่ยงดังกล่าว นอกจากนี้ ยังได้มีการสื่อสารกับบริษัทร่วมและบริษัทอื่น เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทเหล่านั้นได้มีมาตรการป้องกันความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนแล้วเช่นกัน

ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

เทคโนโลยีในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้บริษัทต้องปรับตัวและมีการวางแผนในระยะยาวเพื่อพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง เพื่อการปฏิบัติการที่เป็นเลิศให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร โดยพิจารณาจากความทันสมัย ใช้งานง่ายและมีความปลอดภัย บริษัทมีกระบวนการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงแนวปฏิบัติต่างๆ ในการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีการกำหนดให้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและผู้บริหารระดับสูง มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงในระดับองค์กร นอกจากนี้ มีการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักในการปฏิบัติงาน การบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายและการตรวจสอบด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการรักษาความมั่นคงปลอดภัยและบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น โดยมีการบริหารจัดการโครงการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรัดกุมและมีประสิทธิภาพ บริษัทได้พัฒนารูปแบบการทำงานแบบ Intelligent Workplace หรือสำนักงานอัจฉริยะ สำหรับสนับสนุนการทำงานของพนักงาน และการรองรับระบบงานเมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤต นอกจากนี้ การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ยังช่วยให้การบริหารจัดการข้อมูลต่างๆ ภายในองค์กร มีความถูกต้อง ปลอดภัย สามารถส่งเสริมการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถแข่งขันได้ และสามารถทำกำไรได้ในระยะยาว

ความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

ในการดำเนินธุรกิจ บริษัทต้องพึ่งพิงเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงในการเก็บฐานข้อมูลต่างๆ ของลูกค้า ข้อมูลส่วนบุคคล การพัฒนารูปแบบการทำงานแบบ Intelligent Workplace เพื่อสนับสนุนการทำงานของพนักงาน รวมถึงการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) และการรองรับระบบงานอื่นๆ เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดจากโรคติดต่อ ภัยธรรมชาติ หรือการก่อการร้าย บริษัทเห็นความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน ทำให้ธุรกิจหยุดชะงัก ส่งผลกระทบต่อลูกค้า คู่ค้า หรือผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ในประเด็นการละเมิดด้านความปลอดภัย การรั่วไหลของข้อมูลต่างๆ บริษัทจึงมีมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อเป็นการป้องกันการโจรกรรมจาก hacker ที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายของระบบคอมพิวเตอร์ของบริษัท บริษัทได้เพิ่มสัดส่วนการลงทุนเพื่อปรับปรุงระบบเทคโนโลยีของบริษัท และมีมาตรการควบคุม ดูแล ติดตามการปฏิบัติตามนโยบายสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งมีการส่งเสริมวัฒนธรรมการป้องกันความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ตั้งแต่ระดับคณะกรรมการบริษัท ผ่านนโยบายสารสนเทศ การจัดสัมมนาโดยอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ การให้องค์ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่แก่พนักงานทุกระดับ เป็นต้น

ความเสี่ยงด้านการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการละเมิดกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ที่มีผลบังคับใช้เมื่อเดือนมิถุนายน 2565 บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงเรื่อง PDPA โดยมีการจัดอบรมกรรมการ ผู้บริหาร และหัวหน้างาน เรื่อง พรบ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 มีการจัดตั้งคณะทำงานด้านการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้เกิดความตระหนัก และเข้าใจในกฎหมายดังกล่าว นอกจากนี้ มีการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล โดยมีการเพิ่มสัดส่วนการลงทุนของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อป้องกันการโจรกรรมข้อมูล นอกจากนี้ มีการแต่งตั้งผู้รับผิดชอบโดยตรงทำหน้าที่กำกับดูแลควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงกำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การกำหนดขอบเขตการใช้ข้อมูล การจัดเก็บข้อมูล การจำกัดการเข้าถึงข้อมูล รวมถึงการบันทึกกิจกรรมการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล โดยทุกหน่วยงานต้องปฏิบัติตามเพื่อให้สอดคล้องกับ พรบ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

ความเสี่ยงจากการคอร์รัปชัน

ในการประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัท ทำให้บริษัทมีธุรกรรมนำเข้า-ส่งออกสินค้ากับต่างประเทศ การยื่นขอใบอนุญาตขายสินค้าประเภทอาหารและยา การยื่นขอใบอนุญาตมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งบริษัทให้

ความสำคัญกับการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ ตลอดจนระเบียบ และวิธีปฏิบัติต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน อย่างไรก็ตาม มีการใช้ดุลยพินิจในการพิจารณาออกใบอนุญาต รวมถึงการตีความเอกสารค่าขอและเอกสารประกอบที่แตกต่าง กันของเจ้าหน้าที่ ทำให้การวางจำหน่ายสินค้าล่าช้า มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และไม่สามารถกำหนดระยะเวลาการดำเนินงานแล้วเสร็จที่ แน่นนอนได้

บริษัทจึงดูแลให้มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับบริษัทคู่ค้าว่าด้วยการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ เกณฑ์ ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ในกรณีที่พบว่ามียุทธการค่าใช้จ่ายที่นาสงสัย บริษัท จะขอคำแนะนำจากผู้ เชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่กรมสรรพากร ผู้ชำนาญการด้านภาษีศุลกากร ผู้ชำนาญการด้านมาตรฐานอาหารและยา ผู้ตรวจสอบภายใน และผู้สอบบัญชี เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทได้ปฏิบัติตามขั้นตอนถูกต้อง ชำระภาษีครบถ้วน โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ และ กำกับดูแลไม่ให้ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทกระทำการใดที่ส่อไปในทางทุจริตกับเจ้าหน้าที่รัฐและเอกชนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเด็ดขาด

การจัดการภาวะวิกฤต

บริษัทจัดตั้งคณะทำงาน BCP (Business Continuity Plan Working Group) เพื่อบริหารจัดการให้บริษัทสามารถดำเนินงาน ปกติภายใต้ภาวะวิกฤต และเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่มีความแน่นอน โดยจัดให้มีการประชุมเพื่อติดตามงานด้านต่างๆ อย่างใกล้ชิด อาทิ มีการรายงานความคืบหน้าด้านการขาย การตลาด การเงิน Supply Chain และทรัพยากรบุคคล โดยมีเป้าหมายให้ พนักงานปลอดภัย บริหารสภาพคล่องของบริษัท กำหนดระบบการสื่อสารกับพนักงานในองค์กร และติดตามสถานการณ์ต่างๆ อย่าง ใกล้ชิด ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์ในประเทศหรือสถานการณ์ในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศของคู่ค้า ลูกค้า และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อ กำหนดมาตรการต่างๆ ให้สอดคล้องกับการดำเนินงานเพื่อนำไปปฏิบัติให้เกิดความปลอดภัยกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนสูงสุด มีการติดตาม พิจารณาจำนวนผู้ติดเชื้อ สถานที่ที่มีการรายงานการติดเชื้อ พื้นที่ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท หรือพนักงานของ บริษัทเพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานปลอดภัย นอกจากนี้ ยังมีการคาดการณ์และประเมินสถานการณ์ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการธุรกิจ (Business Operation), Supply Chain, สถานะทางการเงิน และเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เป็นต้น

สำหรับการจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทได้พัฒนารูปแบบการทำงานแบบ Intelligent Workplace หรือสำนักงาน อัจฉริยะ เพื่อเตรียมความพร้อมในทุกสถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้น ให้สามารถรองรับการทำงานที่มีรูปแบบเปลี่ยนไป สามารถ ทำงานได้จากทุกสถานะแวดล้อม ทั้งจากที่บ้าน ที่ทำงาน หรือจากทุกสถานที่ โดยการทำงานแบบ Remote Working และเพิ่มความ สะดวกในการทำงานแบบ Work Form Home สำหรับการสื่อสารที่มีทั้งข้อความ เสียง รูปภาพ

ความเสี่ยงจากเหตุการณ์ฉุกเฉิน

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง และจัดการความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น อัคคีภัย ภัย ธรรมชาติ หรือการก่อการร้าย โดยมีการวางแผนป้องกันภัยตามมาตรฐานความปลอดภัยและอาชีวอนามัย บริษัทจัดให้มีแผนฉุกเฉิน (BCP) เพื่อรองรับการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่องกรณีเกิดเหตุการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานตามปกติ ซึ่งพนักงานสามารถทำงานจาก ที่บ้าน (Work From Home) อย่างต่อเนื่อง บริษัทมีระบบการรายงานสถานการณ์ฉุกเฉินอย่างเป็นขั้นตอน การติดตามสถานการณ์ อย่างใกล้ชิด รวมถึงมีแผนรองรับระบบสารสนเทศที่มีความเหมาะสม เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นจริง นอก จากนี้ บริษัทมีการฝึกซ้อมการอพยพหนีไฟปีละ 1 ครั้ง ร่วมกับนิติบุคคลอาคารสำนักงาน มีป้ายบอกทางหนีไฟที่ชัดเจน และดูแลพื้นที่ บริเวณทางหนีไฟไม่มีสิ่งกีดขวาง อีกทั้งมีการทำประกันภัยคุ้มครองความเสียหายอันอาจเกิดจากภัยต่างๆ รวมถึงภัยธรรมชาติอย่าง ต่อเนื่อง โดยปัจจุบันมีวงเงินคุ้มครองรวม 198.50 ล้านบาท

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ น้ำมันเชื้อเพลิง ผลผลิตทางการเกษตร การดำเนินชีวิตของประชากร รวมถึงอาจจะส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานในการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้ นอกจากนี้ ประเทศไทยมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายและกฎหมาย ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ (Transition Risk) และการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น มีกฎหมายใหม่ที่เกี่ยวข้อง เช่น (ร่าง) พระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การจัดเก็บภาษีคาร์บอน หรือการเพิ่มมาตรฐานสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น บริษัทจึงได้ตระหนักถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่จะส่งผลกระทบต่อต้นทุนสินค้า กระบวนการผลิต การขนส่ง และห่วงโซ่อุปทาน ต้นทุนการดำเนินงาน เช่น ค่าใช้จ่ายในการทวนสอบการจัดทำรายงานก๊าซเรือนกระจก จึงให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม และติดตามผลการปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมให้พนักงานมีความตระหนัก มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน เคารพ ยึดถือ และปฏิบัติตามข้อกำหนด และกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด รวมถึงมีการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้บริษัทมั่นใจว่าจะสามารถดำเนินธุรกิจภายใต้ความเสี่ยงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทได้กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้างของบริษัทปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและแนวปฏิบัติการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด โดยไม่กระทำการอันใดที่เป็นการศึกษาหรือเกี่ยวข้องกับการทุจริตและคอร์รัปชันเพื่อประโยชน์ทางตรงหรือทางอ้อมของตนเอง ครอบครัว เพื่อน และคนรู้จัก ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะเป็นผู้รับ ผู้ให้ หรือผู้เสนอให้สินบน ทั้งที่เป็นตัวเงินหรือไม่เป็นตัวเงินแก่หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่บริษัทได้ดำเนินธุรกิจหรือติดต่อด้วย

คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดนโยบายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยรวมถึงการห้ามจ่ายสินบนเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจของบริษัทด้วย บริษัทมีกระบวนการประเมินความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจของบริษัทอย่างสม่ำเสมอทุกปี พร้อมทั้งกำหนดแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการกำกับดูแลและควบคุมดูแลเพื่อป้องกันและติดตามความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้นโดยฝ่ายตรวจสอบภายในจะทำหน้าที่ติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท

บริษัทได้มีการจัดฝึกอบรมพนักงานทุกระดับชั้นเพื่อให้ทราบนโยบายและแนวทางการปฏิบัติดังกล่าว

โดยในปี 2566 บริษัทได้จัดฝึกอบรมกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน ในวันที่ 3 พฤศจิกายน 2566 และพนักงานทุกคนทำแบบทดสอบได้คะแนนร้อยละ 91.98

นอกจากนี้ บริษัทจะไม่ให้การสนับสนุนใดๆ ต่อการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองของพรรคการเมือง และจะวางตัวเป็นกลาง ไม่ฝักใฝ่พรรคหรือกลุ่มทางการเมืองใด แต่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานสามารถใช้สิทธิในการมีส่วนร่วมหรือสนับสนุนกิจกรรมทางการเมืองได้ โดยต้องกระทำนอกเวลาทำการและไม่ใช้ในนามบริษัท

ในปี 2566 บริษัทได้รับการรับรองฐานะสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทยสำหรับโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Collective Action Coalition: CAC) ซึ่งเป็นการต่ออายุการรับรองเป็นครั้งที่ 2



การรับแจ้งเบาะแส ขอร้องเรียน ข้องกังวล และมาตรการคุ้มครองผู้แจ้ง

เรื่องที่ได้รับแจ้ง

- พบเห็นการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือมีการดำเนินธุรกิจอย่างไม่ซื่อสัตย์สุจริต
- พบเห็นการกระทำทุจริตที่เกี่ยวข้องกับบริษัทไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม
- พบเห็นการกระทำที่ผิดขั้นตอนตามระเบียบปฏิบัติของบริษัท หรือมีผลกระทบต่อระบบการควบคุมภายในของบริษัทจนทำให้สงสัยได้ว่า อาจจะเป็นช่องทางในการทุจริตและคอร์รัปชัน
- พบเห็นการกระทำที่ทำให้บริษัทเสียหายประโยชน์กระทบต่อชื่อเสียงของบริษัท
- พบเห็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย ผิดศีลธรรม และจรรยาบรรณธุรกิจ
- การแจ้งข้อเสนอนะ / ขอคำแนะนำ

ช่องทางการรับแจ้ง

- 1) แจ้งผ่านช่องทางอีเมลของประธานคณะกรรมการตรวจสอบที่
ind.director@moongpattana.com
- 2) แจ้งผ่านช่องทางอีเมลของประธานเจ้าหน้าที่บริหารที่
ceo@moongpattana.com
- 3) แจ้งผ่านช่องทางอีเมลของเลขานุการบริษัทที่
company.secretary@moongpattana.com
- 4) หมายเลขโทรศัพท์ 080 826 3599

ในกรณีผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียนมีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ขอให้ส่งเรื่องร้องเรียนมายังประธานคณะกรรมการตรวจสอบโดยตรง

แนวปฏิบัติเกี่ยวกับมาตรการคุ้มครองและรักษาความลับ

บริษัทจัดให้มีมาตรการคุ้มครองบุคคลที่แจ้งเบาะแสและข้อมูลการทุจริตและคอร์รัปชันไว้เป็นความลับ โดยจะไม่เปิดเผยชื่อผู้แจ้งเบาะแสและผู้ที่เกี่ยวข้องโดยจำกัดเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้

ทั้งนี้ ผู้ที่ได้รับข้อมูลจากการปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องร้องเรียน มีหน้าที่เก็บรักษาข้อมูลข้อร้องเรียนและเอกสารหลักฐานของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ ห้ามเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลอื่นที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด

แนวปฏิบัติกรดำเนินการสืบสวนและบทลงโทษ

เมื่อได้รับการแจ้งเบาะแส คณะทำงานการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันจะเป็นผู้กลั่นกรองสืบสวนข้อเท็จจริง หรืออาจจะมอบหมายให้ตัวแทนเป็นผู้ดำเนินการ และให้รายงานผลการสืบสวนและความคืบหน้าให้ผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียนได้ทราบเป็นระยะ

ทั้งนี้ หากการสืบสวนพบว่า มีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าผู้ที่ถูกกล่าวหาได้กระทำการทุจริตและคอร์รัปชันจริง บริษัท จะเปิดโอกาสให้ผู้ถูกกล่าวหาได้พิสูจน์ตนเอง หากผู้ถูกกล่าวหาได้กระทำการทุจริตและคอร์รัปชันจริง จะต้องได้รับโทษทางวินัยตามระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานที่บริษัทได้กำหนดไว้ และหากการกระทำทุจริตและคอร์รัปชันผิดกฎหมายนั้น ผู้กระทำผิดอาจจะต้องได้รับโทษทางกฎหมายด้วย

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพ โดยตระหนักและให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการ จึงมีนโยบายส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า สร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น มีการกำหนดเป้าหมายการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่าและลดการใช้พลังงานธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด ตลอดจนสนับสนุนให้บริษัทร่วม คู่ค้า ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบนโยบาย เพื่อเป็นหลักในการปฏิบัติให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ดังนี้

1. เคารพ ยึดถือ และปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด
2. ปฏิบัติหน้าที่ให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคน ในการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างประหยัดรู้คุณค่า รวมถึงมุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการ เพื่อควบคุม ป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ เช่น การใช้ทรัพยากร การลด การใช้ซ้ำ การนำกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น
3. จัดให้มีการฝึกอบรม การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารกับพนักงานและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ตระหนักถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง บริษัทจะสนับสนุนทรัพยากรบุคคล งบประมาณ และเวลาในการทำงานในการฝึกอบรม
4. จัดให้มีช่องทาง การรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียนจากพนักงาน เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการจัดการสิ่งแวดล้อม
5. อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงานโดยให้ถือเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบต่อของผู้บริหารและพนักงานทุกคนที่จะให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด

การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตของพนักงาน

มุ่งพัฒนา ให้ความสำคัญในเรื่องของ “บุคลากรและวัฒนธรรมองค์กร” ว่าเป็นหัวใจของการขับเคลื่อนความสำเร็จทางธุรกิจ บริษัทจึงมุ่งส่งเสริมการบริหารจัดการความหลากหลายของบุคลากรบนพื้นฐานความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานที่เอื้อต่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการสนับสนุนให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่โดยยึดค่านิยมหลักขององค์กร MPI DNA ได้แก่ OPEC



บุคลากรเป็นทรัพยากรพื้นฐานสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรอย่างยั่งยืน ดังนั้น การจัดการทรัพยากรบุคคลจึงนับว่าเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ บริษัทจึงได้ให้ความสำคัญเรื่องการพัฒนาบุคลากรให้มีความเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับพนักงานภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยสร้างความเข้าใจการทำงานภายใต้การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital mindset) รวมถึงสร้างทักษะใหม่ที่จำเป็นในการทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการ (Re-skill) และพัฒนาทักษะเดิมให้ดีขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต (Up-skill) และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทยังได้ให้ความสำคัญกับการรักษาพนักงานและการดึงดูดพนักงานกลุ่มเป้าหมาย (Talent Attraction and Retention) และการเติบโตและความก้าวหน้าทางสายอาชีพ (Career Development and Career Path) โดยมีกลยุทธ์ กรอบแนวคิดเป้าหมาย และการดำเนินงาน ดังนี้

กลยุทธ์การดูแลพนักงานภายใต้แนวคิด 3 R

การรักษาพนักงานและ การดึงดูดพนักงาน Retain and attraction

- เสริมสร้างศักยภาพของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย
- สร้างผู้นำและทีมที่มีความไว้วางใจ
- สร้างความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

พัฒนาทักษะเดิมและเพิ่มเติม ทักษะใหม่ Re-skill and up-skill

- เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของพนักงาน
- สร้างความคล่องตัวและสนับสนุนให้พนักงานมีความพร้อมในการทำงานโดยส่งเสริมด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ

การพัฒนาแนวคิดที่ยืดหยุ่น และเติบโต Resilient & Growth mindset

- เตรียมพร้อม มีความคล่องตัวและความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง
- การมีกรอบความคิดแบบเติบโต


บริษัทได้พัฒนารอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาบุคลากรและโอกาสทางอาชีพอย่างยั่งยืน (MPI Sustainability Employee Journey) ขึ้นมาครอบคลุมตั้งแต่การให้ความสำคัญกับการสรรหาและเตรียมความพร้อมก่อนการบรรจุ การพัฒนาทักษะให้กับพนักงานปัจจุบัน ตลอดจนการดูแล การพัฒนาทักษะและมอบโอกาสความก้าวหน้าตลอดเส้นทางอาชีพพนักงาน เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานได้รับการดูแลและพัฒนาศักยภาพทางสายอาชีพอย่างเหมาะสม

กรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาบุคลากรและโอกาสทางอาชีพอย่างยั่งยืน (MPI Sustainability Employee Journey)



1. การวางแผนกำลังคนและการสรรหาบุคลากรที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับงานและค่านิยม วัฒนธรรมขององค์กร

ด้วยการเติบโตอย่างต่อเนื่องของบริษัท การวางแผนอัตรากำลังและการสรรหาคัดเลือกบุคลากรจากทั้งภายในและภายนอกเข้ามา ร่วมงานกับบริษัทเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องเตรียมพร้อมและดำเนินการอย่างเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมาย ของบริษัท โดยบริษัทพิจารณาคัดเลือกบุคลากรที่เป็นทั้ง “คนเก่งและคนดี” โดยมีคุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถที่เหมาะสม

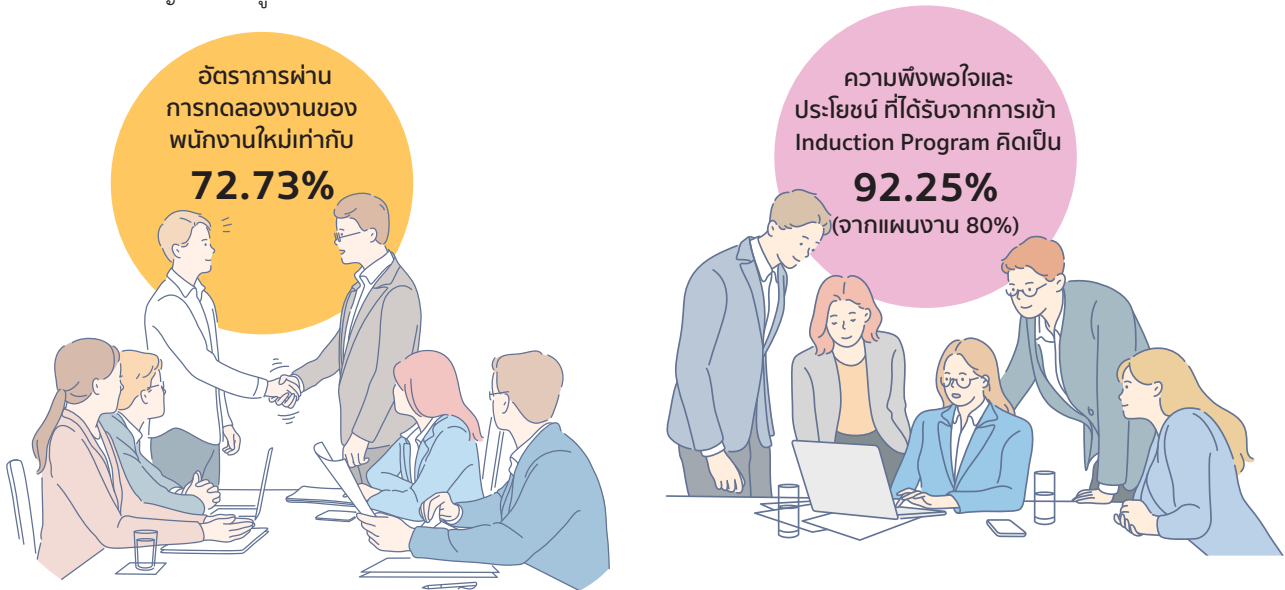
กลยุทธ์	ผลการดำเนินงานปี 2566
1. วางแผนกำลังคนและขีดความสามารถ ให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของบริษัท	จัดทำแผนงานสรรหาในเชิงรุก (Proactive Recruitment) โดยการประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและแผนกลยุทธ์ของบริษัทที่ต้องการสร้าง Employer Branding
2. จ้างงานอย่างมีคุณค่าและเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ เปิดโอกาสในการจ้างงานคนพิการและผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความยั่งยืนแก่สังคม	<ul style="list-style-type: none"> • จ้างงานคนพิการเข้าทำงานจำนวน 2 คน ครบตามสัดส่วนร้อยละ 1 ของพนักงานทั้งหมด ตามมาตรา 35 ของพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 ทั้งยังเป็นการตอบสนองต่อเป้าหมายที่ 8 ของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)  • การต่ออายุพนักงานที่เกษียณอายุแต่มีศักยภาพในการทำงานเพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนแก่สังคม และสร้างคุณค่าความภูมิใจแก่ผู้สูงอายุ
3. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ผ่านสื่อออนไลน์ ต่างๆ เพื่อดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้รู้จัก และอยากร่วมงานกับองค์กร	โครงการฝึกงาน (Internship Program) เปิดรับนักศึกษาฝึกงานจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั้งจากกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อตอบโจทย์กับสถานการณ์และการปรับเปลี่ยนการทำงานสู่ยุคดิจิทัล ทำให้นักศึกษามีประสบการณ์จริงจากการทำงาน เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่สถานประกอบการในอนาคต

2. การให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมก่อนบรรจุเป็นพนักงาน

บริษัทมีความห่วงใยต่อพนักงานทุกระดับ โดยเฉพาะกลุ่มพนักงานเข้าใหม่ ที่จะเข้ามาช่วยเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนให้ องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน นำไปสู่แนวคิดในการดูแลพนักงานใหม่ ด้วยโปรแกรมดูแลรักษาพนักงานใหม่ (On-Boarding Program) เพื่อให้พนักงานเข้าใหม่สามารถเรียนรู้และปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมภายในองค์กรและวัฒนธรรมภายในหน่วยงานได้อย่าง โดยการสร้างความประทับใจแรกให้พนักงานในวันเริ่มงาน โดยพนักงานใหม่ที่มาเริ่มงานจะได้รับกระเป๋า welcome bag , Employee Handbook และ กิจกรรม Induction ที่จะให้ข้อมูลบริษัทที่สำคัญและจำเป็นต่อการทำงาน เพื่อให้พนักงานใหม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับบรรยากาศ สภาพแวดล้อมการทำงาน ทำงานอย่างมีความสุข และตอบสนองความต้องการของบริษัทได้ รวมถึงจัดให้มี Buddy & Mentoring Program ให้หน่วยงานต้นสังกัดจัดหาพี่เลี้ยงรับผิดชอบดูแลพนักงานใหม่ การให้ความเข้าใจใน Team Culture พร้อมทั้งมีการช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานทรัพยากรบุคคลในการให้ความรู้ความเข้าใจในรากฐานวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร ภาพรวมธุรกิจ และ นโยบายที่สำคัญต่างๆ



ในปี 2566 อัตราการผ่านการทดลองงานของพนักงานใหม่เท่ากับ 72.73% แสดงให้เห็นการคัดเลือกพนักงานที่เหมาะสมและการให้ความสำคัญของการดูแลพนักงานระหว่างการทดลองงาน



3. การสร้างความผูกพันองค์กร

การที่บริษัทจะได้พนักงานหนึ่งคนมาร่วมงานด้วยนั้น ต้องผ่านกระบวนการต่างๆ หลายขั้นตอน ตั้งแต่การสรรหา การคัดเลือก การสัมภาษณ์ และการพัฒนา แต่ละขั้นตอนบริษัทใช้ทรัพยากรทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ว่าเงิน ดังนั้น หากบริษัทที่มีอัตราการลาออกของพนักงานสูง จะส่งผลให้บริษัทต้องสูญเสียทรัพยากรเพื่อสรรหาพนักงานทดแทน อีกทั้ง พนักงานที่มีความสามารถยังเป็นปัจจัยหลักที่จะช่วยสร้างผลการดำเนินงานให้บรรลุวิสัยทัศน์ได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการที่จะดูแลและรักษาพนักงานอย่างจริงจังและเต็มที่ โดยมีการดำเนินการด้านต่างๆ ดังนี้

• การบริหารค่าตอบแทน

การบริหารค่าตอบแทนพนักงานอย่างเหมาะสมในแต่ละระดับเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความผูกพัน บริษัทมุ่งเน้นการจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานอย่างเป็นธรรมและแข่งขันได้ โดยการไม่เลือกปฏิบัติ ความแตกต่างทางเพศ เชื้อชาติ และศาสนาของพนักงาน แต่ขึ้นอยู่กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคน ในแต่ละปี บริษัทได้ทำการสำรวจค่าตอบแทนและสวัสดิการเทียบเคียง (Benchmark) กับอุตสาหกรรมใกล้เคียง รวมถึงสภาวะแวดล้อมภายนอก เพื่อนำมาทบทวนและปรับปรุงหลักเกณฑ์ค่าตอบแทนให้เหมาะสม อีกทั้ง ยังคงมีการทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถบริหารค่าตอบแทนได้สอดคล้องกับแนวโน้ม ความต้องการของพนักงานรุ่นใหม่

• การบริหารและจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม

บริษัทได้มีการจัดเตรียมอุปกรณ์และสิ่งแวดลอมในการทำงานที่เหมาะสม ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ตามกฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานในการบริหารและการจัดการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานดังต่อไปนี้

- จัดเตรียมเก้าอี้ทำงานที่สามารถปรับระดับตามสรีระของผู้ใช้งานและเหมาะสมกับระดับความสูงของโต๊ะทำงาน
- ออกแบบให้ห้องถ่ายเอกสารและทำลายเอกสารแยกห่างจากบริเวณที่นั่งทำงาน
- มีห้องเก็บเอกสารและห้องเก็บของแยกพื้นที่โดยเฉพาะ เพื่อลดความแออัดและฝุ่นละอองที่อาจจะเกิดขึ้นได้
- ติดตั้งไฟ LED ที่มีระยะห่างของการกระจายแสงเพียงพอ และเหมาะสมต่อการทำงานตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด
- จัดเตรียมเครื่องฟอกอากาศในจุดต่างๆ ของสำนักงาน
- ตรวจสอบวัดคุณภาพอากาศในที่ทำงานและทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศเป็นประจำ
- จัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปีให้กับพนักงานทุกคน รวมถึงทั้งวัดคลื่นหัวใจวัดใหญ่ตามฤดูกาล การตรวจมะเร็งปากรวมตรวจสำหรับพนักงานหญิงที่อายุถึงเกณฑ์ในการตรวจ
- สำหรับพนักงานภาคสนามซึ่งจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์เครื่องมือเพื่ออำนวยความสะดวกช่วยในการยกของหรือสินค้าในระหว่างการทำงานด้วย
- มีการตรวจสอบความปลอดภัยและบำรุงรักษารถยกสำหรับพนักงานขายหน่วยรถ เป็นประจำทุกเดือน เพื่อความปลอดภัยสำหรับพนักงานและผู้อื่นด้วย

• การสื่อสารที่ทั่วถึง

บริษัทมุ่งเน้นกิจกรรมเพื่อสื่อสารทิศทางการดำเนินธุรกิจ ความเคลื่อนไหวในองค์กร และข่าวสารต่างๆ ให้พนักงานทราบอย่างต่อเนื่องด้วยช่องทางที่หลากหลาย เช่น ระบบ Email Outlook, ระบบ Line@ (HR@Moongpattana), ระบบ Facebook (Smile Moong Pattana) รวมถึง การสื่อสารโดยตรงจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ในรูปแบบของกิจกรรม Corporate Meeting ที่เน้นการสร้างความเข้าใจของทิศทางการธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นและการสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงานในการทำงาน โดยปี 2566 ได้จัดกิจกรรม Corporate Meeting ทั้งสิ้น 2 ครั้ง ในช่วงต้นต้นปีและกลางปี



• รางวัลบุคคลต้นแบบ MPI DNA

คือ recognition award ให้กับพนักงานหรือทีมงานที่มีความตั้งใจและทุ่มเทในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ หรือได้รับมอบหมายให้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้อย่างยอดเยี่ยมจนเป็นที่ยอมรับของคณะผู้บริหารและเพื่อนพนักงาน ซึ่งบุคคลหรือทีมนั้นๆ ได้แสดงออกถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีจนเป็นที่ยอมรับ และตรงกับค่านิยมองค์กร โดยบุคคลหรือทีมนั้นๆ จะมาเป็น บุคคลต้นแบบ MPI DNA เพื่อเป็นแรงบันดาลใจและเป็นแบบอย่างที่ดีให้พนักงานในด้านการปฏิบัติงาน

<p>Operation Excellence การปฏิบัติงานเป็นเลิศ: มุ่งมั่นและทำได้จริง</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • กระตือรือร้นที่จะทำงานให้ดีที่สุดจนมาเจอไอเดียใหม่ที่ดีขึ้น • ส่งมอบงานตามเป้าหมายหรือมาตรฐานการทำงานที่ตรงตามดีให้ค่านับสัญญา • ริเริ่ม พยายาม และตระหนักถึงความสำคัญของการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของทีมงานต้องปรับเปลี่ยนอะไรเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง
<p>Partnership พันธมิตร: ร่วมสร้างและเติบโต</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • ได้ได้ในการทำงานเพื่อให้เกิดความพึงพอใจไปตามวิสัยทัศน์ที่มีโอกาสและผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) • ทำงานร่วมกับพันธมิตรหรือคู่ค้าอย่างมีน้ำใจและภาคภูมิใจเพื่อความสำเร็จขององค์กรซึ่งการที่หลากหลายและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและพันธมิตร • ให้ความสำคัญกับทีมงาน มีมารยาทที่ดีกับคู่ค้าเป็นพันธมิตรอย่างจริงจังทั้งในทางการทำงานและสังคม รับฟังข้อคิดเห็นของลูกค้า
<p>Employee พนักงาน: พัฒนาและปลูกฝัง</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • ทำงานเป็นทีมอย่างมีความสุข และยอมรับผลสำเร็จของทีมงานร่วมกันได้ ให้เกียรติและเคารพในสิทธิและหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น • ช่วยเหลือและสนับสนุนเพื่อนร่วมทีมในการพัฒนาศักยภาพและผลงาน • มีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรด้วยความเต็มใจมีจิตอาสา รวมถึงมีทัศนคติที่ดีและการไม่ให้อับอายแก่ผู้อื่น • กระตือรือร้นที่จะเรียนรู้และพัฒนาความรู้ความสามารถ
<p>Customer Centric ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง: เข้าใจและผูกพัน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • ให้ความสำคัญและเกิดความต้องการของลูกค้าเป็นศูนย์กลางในการดำเนินงาน • ค้นหาความใหม่ ความหลากหลายความเป็นเลิศการสร้างสร้างนวัตกรรมความคิดบวกเลือกปฏิบัติในสิ่งใหม่ๆ ส่งมอบคุณค่าผ่านผลิตภัณฑ์ที่จัดสรรด้วยความใส่ใจเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง • มุ่งให้เกิดการบริการที่ตอบสนองลูกค้าได้จึงให้เกิดผลดีสุดเพื่อสามารถแข่งขันได้ • ทำงานด้วยความรู้ความเชี่ยวชาญมุ่งเน้นให้เกิดความพึงพอใจและความสำเร็จตามเป้าหมายและมาตรฐานในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

• การสานสัมพันธ์ในองค์กร

มีการจัดกิจกรรม Ice breaking ในแต่ละแผนก บริษัทได้ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ของพนักงานทั้งในแผนกและต่างแผนก จึงได้สนับสนุนกิจกรรมการสานสัมพันธ์ในทีม โดยการสนับสนุนในช่วงบ่ายของวันศุกร์ในการทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อเปิดโอกาสในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน โดยเน้นหลักของ Core value (MPI DNA) ซึ่งได้แก่ OPEC (Operational Excellence, Partnership, Employee, Customer Centric) เป็นแนวทางในการทำกิจกรรม Ice breaking มีกิจกรรมสานสัมพันธ์สร้างความสุข รวมไปถึงกิจกรรมที่เสริมสร้างสุขภาพที่ดีให้กับพนักงานทั้ง Virtual run, กิจกรรม Aerobic yoga กับพนักงาน





MOONG PATTANA
 (มหาชน) MOONG PAT. (P.0000000000)

สารจาก CEO

ถึงพนักงาน MPI HAPPY NEW YEAR 2024

สปีดคำนี้จะเป็นสปีดสุดท้ายของการทำงานในปี 2023 พอดีจนส่วนใหญ่นี้ เ็นต้นทากลับบ้านและไม่พีกผ่อนกับครอบครัว สารถึงพนักงานฉบับนี้ จะเป็นสารสุดท้ายของปี

เราได้ผ่านช่วงเวลาที่หลายปีที่มีความผันผวนในหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สงคราม โรคระบาด วิกฤตต่างๆ ที่ยังคงเข้ามาอย่างต่อเนื่องทำให้ส่งผลกระทบต่อ Ripple effect (ปรากฏการณ์สะอึกสะอื้นที่เกี่ยวเนื่องจากจุดเริ่มต้นถูกรบกวนและกระทบต่อเนื่องเป็นวงกว้างออกไปจนกระทบส่วนที่ใหญ่ขึ้นของระบบ เช่น สลอลงลิ้นที่ทยอยไปทั่วน้ำเมื่อวิกฤตที่ส่งออกไปในการกระจายของครัว) สถานการณ์ส่งผลกระทบต่อ 19 ที่ยังคงเกิดการกระทบส่งผลกระทบต่อ และใช้เวลาในการฟื้นฟู ในขณะที่เกิดการกระทบจากด้านอื่นๆ เพื่อเป็นประลลักษ์เตือนใจให้ระวัง ซึ่งในสิ่งที่คาดหวังคือการรวม และ ยืนหยัดไว้ว่าจะสามารถฟื้นกลับมาให้ได้ ยืนหยัดให้หรืออาจจะเผชิญกับอุปสรรคใหม่ๆ

คุณชวสนา โสภณรัตน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

จากที่ผ่านมาในช่วงหลายปี บริษัทฯ ได้พยายามบริหารความเสี่ยงต่างๆ เพื่อให้สามารถผ่านวิกฤตมาได้ด้วยดี ทั้งนี้ถึงทางพนักงานทุกคนให้ช่วยรับมือและทุ่มเทในการทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ในฐานะลูกเรือ ขององค์กรทุกคนที่มีความไว้วางใจในแนวทางการของเรามากและมุ่งมั่นที่จะทำให้ดีที่สุดอย่างไม่ยอมแพ้ บางทีปีนี้ ถึงแม้จะยังออกไปไม่ถึงเป้าหมายที่เราคาดหวัง

MOONG PATTANA
 (มหาชน) MOONG PAT. (P.0000000000)

สารจาก CEO

มาเน้นย้ำในแนวทางที่อยากให้เราทุกคนตระหนัก ในทุกการทำงาน เราทุกคนสามารถทำให้เกิดขึ้นได้ โดยไม่ยอมแพ้ สิ่งที่เราทำได้และยังต้องทำอย่างต่อเนื่อง คือ

- 1 เน้นการขายสินค้าใหม่ New Cash cow และสินค้าเล็กที่สามารถสร้างการเติบโตได้ การกระจายสินค้าเพิ่มขึ้นในร้านค้าที่ถูกต้อง
- 2 การใช้ข้อมูลในมากขึ้นในการขาย การตลาด การบริการ Demand & Supply การสร้าง off take ของผลิตภัณฑ์ที่จุดขาย เพื่อลด Stock สินค้าที่ค้างไม่ไหล
- 3 เราสามารถทำการลดหนี้ในด้านต่างๆ ได้ โดยเฉพาะ Supply Chain ที่เป็นหัวใจสำคัญในการบริหารต้นทุน ค่าใช้จ่าย การใช้งานในด้านการขายไม่เกิดประสิทธิผล
- 4 การเติบโตของ EC ที่ทำได้เป็นเป้าหมายที่ส่งผลกระทบต่อช่องทาง MT, GT และ EXP มีผลต่อการเติบโตในการทำการเติบโตในไปตลอด

และสิ่งที่เราต้องเน้น คือ MPI Whenever Wherever และ SPEED 50%+ ที่ตั้งมั่นในการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนในช่วงที่ผ่านมา

กฎ 5 ข้อแห่งความสำเร็จ MPI

ทุกครั้งที่มีการทำงาน นำพาทางที่ส่งผลกระทบต่อ 2X เมื่อ off take ที่จุดขาย Happy Customer Healthy Offtake

ขอให้นักทุกท่านนำที่ใหม่ซึ่งแต่ความสำเร็จร่วมกัน "ONE GOAL" ในไตรมาสสุดท้ายนี้ เราทำได้ ถ้าเชื่อว่าเราทำได้

#Nevergiveup #EBIT2X #SPEED50%+ #MPIWheneverWherever

Moong Mondee on Monday

4 TIPS FOR HEALTH & WELLNESS

ชาว MPI ร่วมสร้างชีวิตสุขภาพดีไปด้วยกัน

- 1 ทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ ครบหมู่ เงินอาหารสุขภาพดี
- 2 ออกกำลังกายเป็นประจำ ป้อนกันรักขานและป้อนสุขภาพดี
- 3 มีเวลาพักผ่อนก่อนเข้างาน นอนหลับพักผ่อนให้เพียงพอ
- 4 ทำกิจกรรมผ่อนคลายความเครียด

5 วิธีคิดที่จะทำให้ชีวิตเราพัฒนา และดีขึ้นได้ในทุกด้าน

- 1 Growth Mindset: สิ่งมีชีวิต เราสามารถพัฒนาได้ เ็นได้ไม่ได้ ไม่มีอะไรยากที่เราทำได้ มีโอกาสในทุกๆ จุดที่เราที่คิดขึ้นในชีวิตเรา
- 2 Positive Mindset: สิ่งมีชีวิตอยู่ในโลกของเรา เราต้องมองชีวิตในแง่บวกเสมอ เราต้องมองแต่สิ่งดีๆ เข้ามาในชีวิต โลกที่เราได้มีขึ้นในชีวิตเราๆ ของพวกเราเพื่อได้ชีวิตที่ดี
- 3 Open Mindset: เปิดใจรับสิ่งใหม่ ๆ ใจที่เปิดรับสิ่งใหม่ที่แตกต่างจากสิ่งที่เรารู้ เราจะได้รู้จากผู้อื่นแล้วคนอื่นที่ทำได้ สิ่งที่เราทำได้ เราทำไม่ได้
- 4 Creative Mindset: คิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ทุกอย่างในชีวิตไม่ได้เสมอ แต่เพียงความคิดสร้างสรรค์ คิดอุปมาอุปไมยที่ช่วยให้ชีวิตดีขึ้นกว่าเดิม
- 5 Confident Mindset: มีจิตใจที่เชื่อมั่นในตนเอง แต่ไม่โอ้อวด มีชีวิตที่ดี และมีความสุขที่ได้ทำอะไรก็ตามที่ตัวเองคิดว่าดี

Think People Connect People

Moong Mondee on Monday

Saving Challenge

เป้าหมายของเรา มีเงินออม

ไม่กินไม่ดื่มของหวานและเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล

ใช้ 5% ของเงินเดือนไปออม

ออมทุกวัน เพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงิน

ปิดไฟและน้ำในอ่างอาบน้ำทุกครั้ง

ปิดมือถือทุกคืน

ลด 20% ของค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น

Moong Mondee on Monday

6 ทักษะ สำคัญความสำเร็จของชาว MPI

- 01 Growth Mindset: ตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย
- 02 Resilience: อดทน พริ้วไหว รับมือความเปลี่ยนแปลง
- 03 Agile & Speed: ปรับตัวเร็วและสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้
- 04 Digital Knowledge: ลงมือเรียนรู้ ทักษะด้านดิจิทัล และใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
- 05 Think Differently: คิดนอกกรอบ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่
- 06 Collaboration team: ร่วมมือร่วมใจในการทำงานร่วมกัน

ชาว MPI ไม่หยุดพัฒนาตนเอง



• การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงาน

บริษัทมีระบบการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) และหน้าจอแสดงผลการวิเคราะห์สำหรับผู้บริหาร (Executive Dashboard) ให้สอดคล้องกับทิศทางของธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว สนับสนุนช่องทางดิจิทัลที่ใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างการทำงานที่รวดเร็วและหลากหลาย โดยสามารถใช้ผ่าน mobile application เช่น Microsoft Office 365, MS Team, ระบบ Employee Self Service เป็นต้น รวมถึงการใช้ social media ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมบริษัทผ่านทาง Line Official

นอกจากนี้ บริษัทมีการดำเนินการประเมินผลความผูกพันของพนักงาน เพื่อกำหนด ทบทวนแนวทางยกระดับความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงาน ที่มีต่อองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ภาพรวมความผูกพัน และความพึงพอใจ เท่ากับ

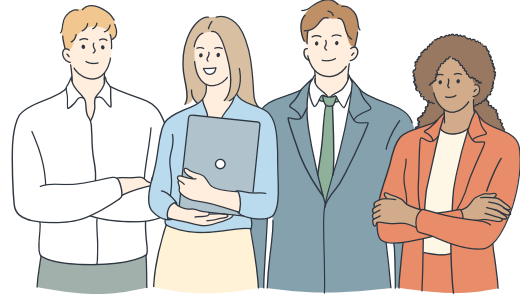
89.26%

จากเป้าหมาย 80%



หัวข้อสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่

- ความสัมพันธ์กับหัวหน้างานโดยตรง
- ความเป็นผู้นำและการวางแผนองค์กร
- วัฒนธรรมและการสื่อสารภายในองค์กร



4. การประเมินผลการปฏิบัติงาน

บริษัทมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงาน โดยการใช้รูปแบบการประเมินดัชนีชี้วัดผลสำเร็จ (KPIs) เพื่อให้ผลการประเมินมีความชัดเจนเป็นธรรม และยังสามารถนำแนวคิดของ OKR (Objective Key Result) ซึ่งเป็นวิธีการตั้งเป้าหมายเพื่อวัดผลสำเร็จ โดยได้ปลูกฝังให้พนักงานตระหนักว่าระบบการวัดผลเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง (continuous improvement) เพื่อการพัฒนาองค์กรในภาพรวมและสามารถนำเป้าหมายเหล่านั้นมาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกไตรมาสจะมีการประชุมสรุปผลของ OKR ของผู้บริหารของทุกแผนก โดยจะมีการนำเสนอผลของไตรมาสที่ผ่านมาและเป้าหมายที่ตั้งไว้สำหรับไตรมาสถัดไป

5. การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

ทรัพยากรบุคคลถือเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่ง พนักงานทุกคนมีต้นทุนศักยภาพที่หลากหลาย บริษัทจึงได้จัดเตรียมแผนการพัฒนาที่เหมาะสมสำหรับพนักงานทุกระดับให้มีขีดความสามารถตามมาตรฐานตำแหน่งงานที่กำหนดไว้ โดยบริษัทได้กำหนดทักษะและคุณลักษณะที่จำเป็นต้องมีของงานในแต่ละสายอาชีพ (Competency) และดึงศักยภาพภายในตัวบุคคล เพื่อมุ่งเน้น การบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้แบบใหม่ด้วย Virtual Learning โดยปรับกระบวนการเรียนรู้พัฒนาบุคลากรผ่าน Digital Platform

อีกทั้งบริษัทยังให้ความสำคัญของการเตรียมความพร้อมของผู้นำ และบุคลากรเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจให้ต่อเนื่อง อย่างยั่งยืน ผ่านโครงการ MPI New Age Academy โดยมีกระบวนการจัดการและพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูงด้วยการประเมินศักยภาพจัดทำแผนพัฒนาตนเอง (Individual Development Plan : IDP) เพื่อสร้างจุดแข็งและลดอุปสรรคต่อการเจริญเติบโตในสายอาชีพ รวมทั้ง ยังมีการออกแบบโครงการพัฒนาเฉพาะสำหรับกลุ่มดังกล่าว โดยใช้โมเดลการเรียนรู้และพัฒนา 70:20:10



MPI NEW AGE ACADEMY PROJECT

1

การคัดเลือกพนักงานตามเกณฑ์ที่กำหนดเบื้องต้น

2

ประเมินศักยภาพ, สรุปผล

3

รายงานผลการคัดเลือก

4

วางแผนการพัฒนาศักยภาพ

5

ดำเนินการพัฒนา Model : 70 -20-10

6

ติดตามผลการพัฒนา

7

ประเมินผลการพัฒนา

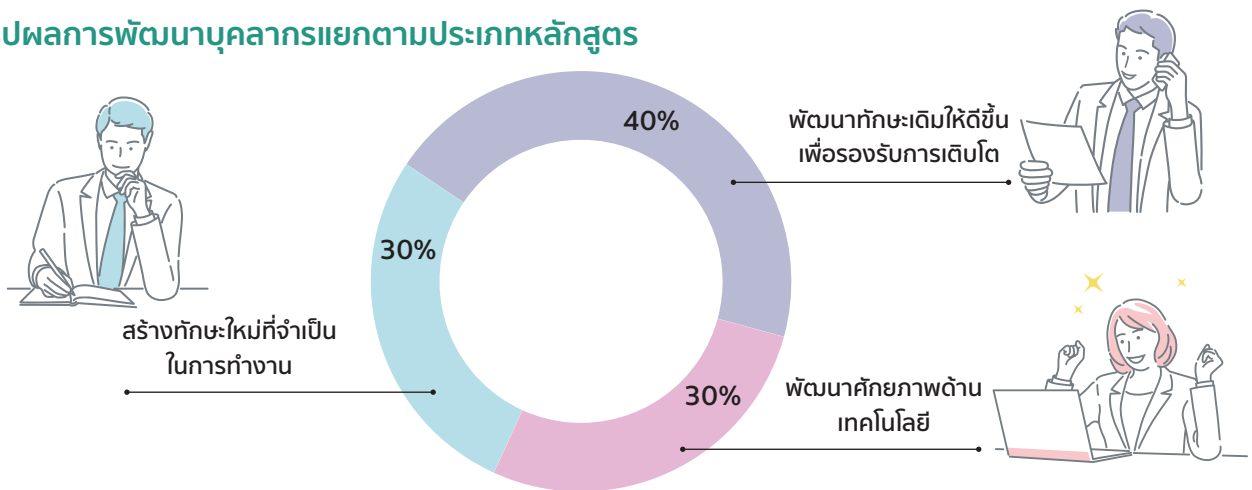
ในปี 2566 บริษัทจัดหลักสูตรอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มทักษะและศักยภาพในการทำงานแก่พนักงานจำนวน 22 หลักสูตร โดยมีจำนวนชั่วโมงอบรมหรือกิจกรรมพัฒนาความรู้เฉลี่ยของพนักงาน 9.38 ชั่วโมงต่อคนต่อปี จากเป้าหมาย 12 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

ตารางแสดงข้อมูลการฝึกอบรมประจำปี 2566

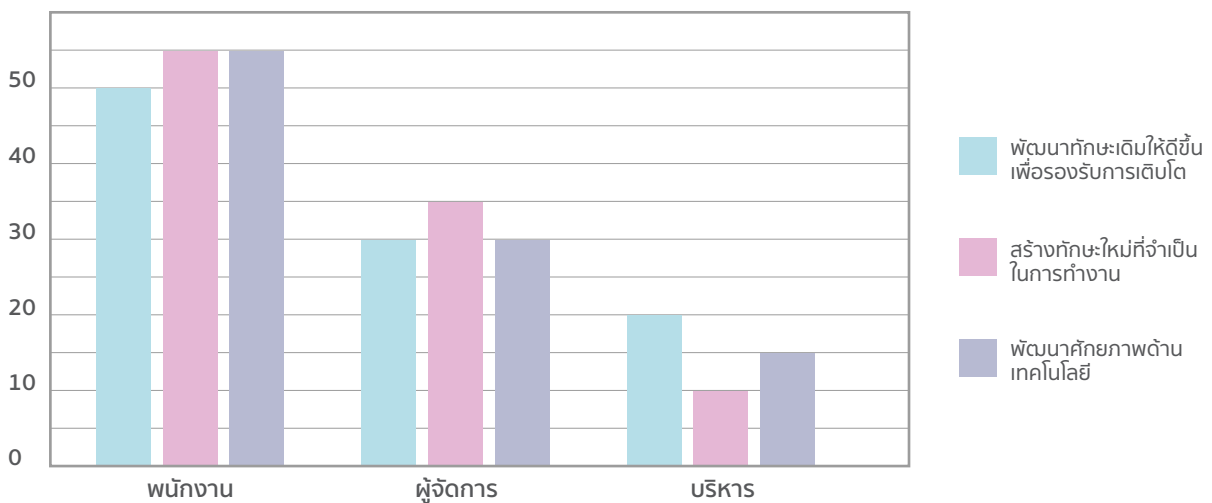
ประเภท Competency	ชื่อหลักสูตร	จำนวนพนักงาน	จำนวนชั่วโมง
Core Competency	ผลกระทบจาก Climate Change ต่อธุรกิจ	1	1.30
	Cyber Risk 2023	2	4
	Power Automate Basic	16	104
	Power Apps Basic	16	104
	Sustainability Trends in Business Across Industries	1	1.40
Leadership Competency	ภาวะผู้นำในตนเอง (Self Leadership)	52	312
	Creative Think & Design Thinking	54	352
	The 4 Essential Roles of Leadership	12	168
Functional Competency	การดูแลบำรุงรักษาและการขับขี้อย่างปลอดภัย	9	27
	การทุจริตที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศเบื้องต้น	1	6.30
	การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนตามมาตรฐาน ISSB และความเชื่อมโยงกับรายงาน 56-1 One Report	1	3
	การพัฒนาศักยภาพทีมขายให้เป็น Business manager	26	156
	ถอดรหัสงบการเงิน : กรณีศึกษาที่นักวิเคราะห์การลงทุนควรรู้ก่อนใช้ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงิน	1	2
	ประเด็นทุจริตที่องค์กรต้องรู้เท่าทัน และการประเมินความเสี่ยงทางทุจริต	1	13
	C&B Specialist	1	19.30
	How Planet and People Lead to Profit Series with Thantawan Industry PLC.	1	1.30
	LCA : CFO CPD No. 6/2023 - What is the future of the CFO role	1	2

ประเภท Competency	ชื่อหลักสูตร	จำนวน พนักงาน	จำนวน ชั่วโมง
Functional Competency	Lifestyle Modification for Better Health	1	3
	TLCA CFO Professional Development Program : RPA in Finance and Accounting	1	2
	The Art of CFO Leadership 2023	1	14
	The Corporate Responsibility to Respect Human Rights	1	2.30
	SMART FSCOMP	1	6

สรุปผลการพัฒนาบุคลากรแยกตามประเภทหลักสูตร



สรุปผลการพัฒนาบุคลากรแยกตามประเภทหลักสูตรในแต่ละระดับบังคับบัญชา



ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน

เพื่อเป็นการส่งเสริมความยั่งยืนภายใต้การดำเนินงานของบริษัทซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญขององค์กร และให้เป็นไปตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพ ความปลอดภัย และคุณภาพชีวิตของพนักงาน และร่วมสร้างเสริมความปลอดภัย และอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเทียบเท่าเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทจึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ความปลอดภัย (Safety Vision) และพันธกิจความปลอดภัย (Safety Mission) ดังนี้

Safety Vision:

สร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม ปลอดภัย ปราศจากความเสี่ยง มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพของพนักงาน เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่พนักงาน

Safety Mission:

- ดูแลให้มีกรรภัยระดับ และพัฒนาสภาพแวดล้อมให้มีความปลอดภัย เหมาะสม ถูกสุขลักษณะ
- ให้ความรู้ สร้างความตระหนัก และปลูกจิตสำนึกซึ่งความปลอดภัยในการทำงานให้กับพนักงาน
- สร้างเสริมให้พนักงานมีสุขภาพที่ดีทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม

โดยบริษัทมีนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานดังต่อไปนี้

- ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ถือเป็นหน้าที่รับผิดชอบในการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคน
- บริษัทจะดำเนินการติดตาม เฝ้าระวัง ประเมิน ควบคุมอันตราย และจัดให้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานรวมถึงในสถานที่ทำงาน
- มีการเผยแพร่ให้ความรู้ สร้างความตระหนักรู้ และปลูกจิตสำนึกในเรื่องความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงานแก่ผู้บริหารและพนักงานอย่างต่อเนื่อง
- พนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบความปลอดภัย มาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานและข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ไม่ฝ่าฝืนหรือละเลยการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว ซึ่งอาจจะถูกพิจารณาโทษตามระเบียบของบริษัท

บริษัทมีเป้าหมายในการพัฒนาความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานและคู่ค้าให้เป็นไปตามกฎระเบียบด้านความปลอดภัยและสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดเป้าหมายการบริหารงานด้านความปลอดภัยส่วนบุคคล อัตราความถี่ของการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost-Time Injuries Frequency Rate: LTIFR) เท่ากับศูนย์กรณี (Zero Case) นอกจากนี้ ในปี 2566 บริษัทพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความเสี่ยงจากการเจ็บป่วย บาดเจ็บ และดูแลคุณภาพชีวิตพนักงานอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องโรคระบาด โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้

1. มีนโยบายให้พนักงานทำงานที่บ้าน (Work From Home) โดยพิจารณาจากความจำเป็นและเหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยงจากการเดินทางมาทำงาน และลดความแออัดในสำนักงาน
2. ให้พนักงานประชุมผ่านระบบ Teleconference แทนการเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการแพร่กระจายเรื่องโรคระบาด

3. ส่งเสริมให้พนักงานทุกคนในองค์กรดูแลสุขภาพ ส่งเสริมด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยจากโรคระบาด
4. การอบรมการซ้อมหนีไฟร่วมกับนิติบุคคลอาคารสำนักงานเป็นประจำทุกปี
5. ติดตั้งเครื่องฟอกอากาศภายในสำนักงาน

โดยในปี 2566 ไม่พบกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LITFR เท่ากับ 0) ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายในการพัฒนาความปลอดภัยจากอุบัติเหตุจากการทำงาน

การเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทมีนโยบายที่จะไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน บริษัทตระหนักและมีอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่แข่งทางการค้า คู่ค้าทางธุรกิจ เจ้าหนี้ พนักงาน สังคมและสิ่งแวดล้อม ตามหลักธรรมาภิบาลและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในด้านสิทธิมนุษยชนนั้น บริษัทยึดถือหลักสิทธิมนุษยชนอันเป็นสิทธิพื้นฐานของมนุษย์ และเล็งเห็นว่าหลักการสิทธิมนุษยชนเป็นรากฐานสำคัญในการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและสงบสุข เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นไปด้วยความรอบคอบ ระมัดระวัง ไม่กระทำการใดๆ ที่จะก่อให้เกิดการละเมิดหรือสร้างผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชนทั้งทางตรงหรือทางอ้อม รวมทั้งไม่ส่งเสริมหรือเข้าไปเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน บริษัทมีแนวปฏิบัติดังนี้

1. สนับสนุนและเคารพสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อกันด้วยความเคารพให้เกียรติซึ่งกันและกัน และปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียมต่อพนักงาน ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า และกลุ่มเปราะบางทุกกลุ่ม โดยไม่สนับสนุน ไม่กระทำ และไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนครอบคลุมกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน และครอบคลุมสิทธิมนุษยชนด้านต่างๆ เช่น สิทธิแรงงาน ไม่ใช่แรงงานเด็กและแรงงานบังคับ แรงงานที่ผิดกฎหมาย เคารพต่อหลักสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติตนอยู่บนมาตรฐานสากลเกี่ยวกับหลักการด้านสิทธิมนุษยชน สิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาค รวมถึงต่อต้านการคุกคามทางเพศทุกรูปแบบ สิทธิชุมชน ห่วงโซ่อุปทาน ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และสิทธิผู้บริโภค
2. ให้ความสำคัญกับสิทธิเท่าเทียมกันของสตรี รวมถึงให้ความสำคัญเป็นพิเศษต่อสิทธิของกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้พิการ สตรีมีครรภ์และให้นมบุตร เป็นต้น
3. ให้ความสำคัญและเคารพเสรีภาพในเรื่องสัญชาติ สถานภาพทางสังคม สุขภาพ การศึกษา สิทธิในการทำงาน ชนชั้นทางสังคม ลักษณะเชื้อชาติ ศาสนา
4. ใช้ความระมัดระวังในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนมุ่งมั่นป้องกันการคุกคามในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการคุกคามทางเพศ และการคุกคามในรูปแบบอื่น
5. มีการจ้างงานพนักงานอย่างเป็นธรรม เท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ รวมไปถึงการจ้างงานบุคคลทุพพลภาพ โดยพนักงานทุกคนได้รับโอกาสในการเติบโตในอาชีพการงาน และได้รับสวัสดิการต่างๆ อย่างเท่าเทียมกัน
6. จัดให้มีนโยบายและมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงระบบควบคุมภายในทางด้านข้อมูล
7. จัดให้มีกระบวนการระบุความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและกลไกร้องเรียนเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชน
8. มุ่งมั่นและรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนตามนโยบายสิทธิมนุษยชน
9. เปิดโอกาสให้พนักงานสามารถร้องทุกข์ในเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชน หรือแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชน บริษัทยึดมั่นในนโยบายการไม่เลือกปฏิบัติ ต่อต้านการล่วงละเมิด และไม่ยอมให้มีการล่วงละเมิดในทุกรูปแบบ โดยจัดให้มีช่องทางร้องทุกข์ แจ้งเบาะแส ร้องเรียนใดๆ ที่บริษัทได้รับจะได้รับการพิจารณาอย่างจริงจัง รักษาเป็นความลับ หากการกล่าวหาที่ได้รับกรยืนยัน จะดำเนินการตามมาตรการเยียวยา ลงโทษทางวินัย เลิกจ้าง หรือดำเนินคดีตามกฎหมาย ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดแนวปฏิบัติเกี่ยวกับมาตรการคุ้มครองและรักษาความลับ รวมถึงแนวปฏิบัติการดำเนินการสืบสวนและบทลงโทษสำหรับผู้กระทำความผิดในเรื่องดังกล่าว

10. สื่อสาร เผยแพร่ นโยบาย ให้ความรู้ ทำความเข้าใจ กำหนดแนวทาง และให้การสนับสนุนอื่นใดแก่พนักงาน คู่ค้า ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม เคารพต่อสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติต่อทุกคนตามหลักสิทธิมนุษยชนตามแนวนโยบายนี้

การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญและเคารพต่อสิทธิมนุษยชนในทุกด้านของบุคลากรทุกคน ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกกิจกรรมของบริษัท นอกจากนี้ ยังคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม และได้ยึดถือปฏิบัติตามกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง บริษัทมีกระบวนการตรวจสอบสถานะด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน และประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้น ในปี 2566 บริษัทดำเนินงานตามนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และมุ่งมั่นสร้างความร่วมมือ สนับสนุน ให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมีความมุ่งมั่น และตระหนักในการเคารพสิทธิมนุษยชน

กระบวนการจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

1. กำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน
2. กำหนดประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจ
3. ระบุกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบ
4. กำหนดมาตรการป้องกัน และแก้ไขผลกระทบ กำหนดมาตรการเยียวยา รวมถึงจัดตั้งกลไกรับข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน
5. ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

ในปี 2566 บริษัทไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการรายงานในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนทั้งจากกิจกรรมของบริษัท การดำเนินธุรกิจ และตลอดห่วงโซ่คุณค่า

กระบวนการจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

กำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

กำหนดประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจ

ระบุกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบ

กำหนดมาตรการป้องกัน แก้ไขผลกระทบ เยียวยา กลไกรับข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน

ติดตามและรายงานผลการดำเนินงาน

นโยบายสิทธิมนุษยชน	ประเมินผลกระทบและความเสี่ยงในขั้นตอนการดำเนินธุรกิจ	พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า สังคม/ ชุมชน	ช่องทางร้องเรียน แจ้งเบาะแส กระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย กำหนดกลไกเยียวยาเมื่อเกิดผลกระทบเชิงลบด้านสิทธิมนุษยชน	ติดตามผลการดำเนินงาน รายงานต่อผู้บริหารเมื่อเกิดผลกระทบ เชิงลบและดำเนินการเยียวยาเปิดเผยต่อผู้มีส่วนได้เสีย
--------------------	---	---	--	---

การสร้างคุณภาพชีวิตให้ทุกคน

บริษัทมุ่งมั่นที่จะจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและบริการที่ดีที่สุดเพื่อสร้างความพึงพอใจและความผูกพันแก่ลูกค้า ครอบคลุมถึงการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ดังนั้น บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและส่วนรวมอย่างยั่งยืน ครอบคลุมถึงการรักษาสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชนในท้องถิ่นที่บริษัท ประกอบกิจการอยู่ ดังตัวอย่างเช่น

ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ (Product Responsibility)

ด้วยบริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้ให้บริการด้านการตลาดและจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงต้องให้ความสำคัญตั้งแต่การคัดเลือกคู่ค้า ได้แก่ บริษัทเจ้าของสินค้า บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้าสินค้า บริษัทผู้รับจ้างผลิต และบริษัทผู้รับจ้างประกอบสินค้า จนถึงการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การใช้งานและการเก็บรักษาที่ถูกต้อง ไม่กล่าวอ้างเกินจริงอันอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดได้

ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (Own brand)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์	บริษัทให้ความสำคัญกับผู้บริโภคผ่านทางผลิตภัณฑ์ ด้วยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ รวมถึงสรรหานวัตกรรมใหม่ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปลอดภัยและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายได้
ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	บริษัทดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพ ปลอดภัย มีการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และมีการรับประกันสินค้า หากสินค้าชำรุด เสียหายหรือไม่ได้มาตรฐานอันเนื่องมาจากการขนส่งหรือเหตุอื่นใด สามารถแจ้งมาที่ Call Center โทร 02 020 8989
การแสดงผลข้อมูลกำกับผลิตภัณฑ์	บริษัทจัดให้มีการแสดงผลข้อมูลบนฉลากผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์เป็นไปตามหลักสากลและตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง รวมถึงแสดงเครื่องหมายรับรองคุณภาพมาตรฐานต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค
อายุผลิตภัณฑ์ (Shelf Life)	การกำหนดอายุผลิตภัณฑ์จะกำหนดโดยบริษัทผู้ผลิต ซึ่งบริษัท จะจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับอายุผลิตภัณฑ์แต่ละตัวในระบบคลังสินค้า เพื่อให้สามารถตรวจสอบอายุและเก็บคืนผลิตภัณฑ์ออกจากชั้นสินค้าได้ตามกำหนดเวลา ทั้งนี้ การเรียกเก็บผลิตภัณฑ์จะดำเนินการตั้งแต่สินค้าใกล้วันหมดอายุ เพื่อส่งคืนให้โรงงานผู้ผลิตบริษัท นำไปทำลายต่อไป

มาตรฐานความปลอดภัยผลิตภัณฑ์

บริษัทตระหนักเป็นอย่างดีถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัยจึงได้ดูแลให้มีการจัดซื้อจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพผ่านการรับรองมาตรฐานระบบต่างๆ อาทิ มาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9001 มาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร GMP มาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 มาตรฐานการผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ ISO 13485 เป็นต้น และเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทคู่ค้าได้ปฏิบัติตามมาตรฐานทั้งด้านแรงงาน สุขภาพ ความปลอดภัย และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ บริษัท กำหนดให้ฝ่ายจัดซื้อเข้าตรวจสอบประเมินบริษัทคู่ค้าหลักอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และจัดทำประวัติการจัดซื้อเพื่อประโยชน์ในการพิจารณาจัดซื้อสินค้าในครั้งต่อไป

การเปิดเผยข้อมูลรายละเอียดของสินค้า

บริษัทมีนโยบายและแนวปฏิบัติต่อลูกค้า ผู้บริโภค ในการมุ่งมั่นพัฒนาและส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐานสูงตรงตามความต้องการของลูกค้าภายในเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูงอย่างต่อเนื่องและมีระบบการตรวจสอบคุณภาพสินค้าในทุกขั้นตอน รวมถึงมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายการสื่อสารทางการตลาด รวมถึงช่องทางดิจิทัล บนพื้นฐานการเคารพกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง และคำนึงถึงสิทธิของผู้บริโภค

โดยมีแนวปฏิบัติในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่ถูกต้อง เพียงพอ ทันต่อเหตุการณ์เพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ ละเว้นการกระทำที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด หรือทำให้หลงเชื่อในคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่เกินจริง และมีการติดสลากสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงรายละเอียดที่จำเป็นอย่างมีความรับผิดชอบ เช่น ผู้ผลิต วันที่ผลิตและหมดอายุ วิธีการใช้งาน ช่องทางการติดต่อสำหรับลูกค้าผู้ใช้งาน เป็นต้น

นโยบายข้อมูลส่วนตัวและการรักษาความปลอดภัย

บริษัทกำหนดว่าข้อมูลใดที่ลูกค้าให้ไว้กับบริษัทเป็นข้อมูลสำคัญซึ่งจะถือเป็นความลับและต้องดูแลให้มีความปลอดภัย จึงได้กำหนดมาตรการทางเทคนิคที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูลและการใช้ข้อมูลผิดวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ บริษัทจะไม่เผยแพร่จำหน่าย จ่าย แจก ข้อมูลส่วนบุคคลใดของท่านที่ไว้ไว้กับบริษัท แก่บุคคลภายนอกอื่น

โดยคณะกรรมการบริษัทได้กำหนดนโยบายสิทธิมนุษยชน จัดให้มีนโยบายและมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงระบบควบคุมภายในทางด้านข้อมูล (สามารถศึกษาเพิ่มเติมในหัวข้อ “การเคารพสิทธิมนุษยชน”) และเน้นย้ำให้พนักงานทุกคนเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา และมีนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ดังนี้

บริษัทเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา และมีนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ดังนี้

- พนักงานทุกคนมีหน้าที่ปกป้องและรักษาความลับอันเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท เพื่อมิให้ข้อมูลเหล่านั้นรั่วไหล และต้องไม่นำทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่างๆ ของบริษัทไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือบุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต
- พนักงานทุกคนต้องเคารพและให้เกียรติต่อทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น และไม่นำผลงานอันมีทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น ไม่ว่าทั้งหมด หรือบางส่วนของผลงานไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของผลงาน

นอกจากนี้บริษัท ยังมีหน่วยงานที่ดูแลในส่วนของผู้บริโภคผ่านช่องทางต่างๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสานสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัท และผู้บริโภค

กิจกรรมส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่และให้ความรู้กับคุณแม่มือใหม่ในยุคดิจิทัล



บริษัทเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็กแบรนด์ “พีเจ็น” ตระหนักถึงความสำคัญของการเลี้ยงลูกให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ กับคุณพ่อคุณแม่ยุคใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน พีเจ็นจึงมีความตั้งใจจะเป็นผู้ช่วยสำคัญที่มีส่วนช่วยในการให้ความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้คุณพ่อคุณแม่สามารถเลี้ยงลูกได้ง่ายขึ้น

อย่างมีความสุข ด้วยองค์ความรู้ที่ถูกต้อง จากทีมผู้เชี่ยวชาญพีเจ็นรวมถึงบุคลากรทางแพทย์ พร้อมทั้งสนับสนุนให้คุณแม่ในประเทศไทยประสบความสำเร็จในการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่มากยิ่งขึ้น เพื่อให้เด็กทารกทุกคน เติบโตขึ้นอย่างมีพัฒนาการสมวัย สุขภาพที่ดี และมีความสุข เพราะการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่นอกจากประโยชน์จากน้ำนมแม่แล้ว ยังเป็นช่วงเวลาที่มีความหมายของแม่และลูกน้อยที่มีร่วมกัน คือความรักความผูกพัน ความอบอุ่นเมื่อลูกได้ออกกำลังกายในอ้อมกอดแม่ โดยถือเป็นภาคเอกชนรายแรกที่รณรงค์ และส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างจริงจังผ่านกิจกรรม Workshop ผ่านช่องทางออฟไลน์ และออนไลน์เพื่อให้ความรู้ และกิจกรรมทางการตลาดมากมาย ที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจส่งต่อกำลังใจให้คุณแม่ สามารถให้นมลูกได้ด้วยตนเอง

MOM EXPERT TALK ❤️
พัฒนาการด้าน EF ให้ลูกน้อยสร้างได้ตั้งแต่อยู่ในครรภ์
 โดย พญ.พรนิกา ศรีประเสริฐ (หมอแอม)
 วันศุกร์ที่ 6 ตุลาคม 2566
 เวลา 18.00 – 19.00 น.
 LIVE Pigeon Little Moments Club
 ณ เวทีกลาง Challenger 3 เมืองทองธานี
 ลงทะเบียน **รับฟรี Pigeon Gift set**
 ร่วมลุ้นรางวัลในช่วง **Expert Talk**

MOM EXPERT TALK ❤️
เลี้ยงลูกด้วยนมแม่ เรื่องง่ายๆ 🐣
ที่ พ่อพ่อ ก็ช่วยได้ 🤝
 โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์วาสนา จิตินา
 อาจารย์คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
 ผู้เชี่ยวชาญด้านการพยาบาลทารกแรกเกิด-คนดัดจริต
 วันเสาร์ที่ 21 ตุลาคม 2566
 เวลา 14.00 – 15.00 น.
 LIVE Pigeon Little Moments Club
 Baby fair ลานโปรโมชั่น 1 เซ็นทรัลเวิลด์
 ลงทะเบียน **รับฟรี Pigeon Gift set**
 ร่วมลุ้นรางวัลในช่วง **Expert Talk**





ผลิตภัณฑ์ Own Brand ที่ตอบโจทย์ทุกช่วงวัย



ด้วยความมุ่งมั่นของบริษัทในการดำเนินธุรกิจ ที่ต้องการดูแลสุขภาพและการดำเนินชีวิตประจำวันที่ดีของผู้บริโภค จึงพัฒนาทุกผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทให้มีคุณภาพสูง ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ เน้นย้ำการให้คุณค่าที่ตอบสนองความต้องการมากกว่ามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ทั่วไป พร้อมการคำนึงถึงการดูแลรับผิตชอบและการตอบแทนคืนสู่สังคมเป็นสำคัญ

วีแคร์ (V care) หนึ่งในตราสินค้าของบริษัท ที่มีสัดส่วนสำคัญในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งหมด มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล (Personal Care) ด้วยความใส่ใจ พิถีพิถัน มองเห็นคุณค่าในรายละเอียดที่ผู้บริโภคต้องการที่แตกต่างกัน และส่งมอบคุณค่าเหล่านั้นด้วยความห่วงใย ในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ จึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์จากความต้องการของผู้บริโภคเป็นพื้นฐาน มีการทำวิจัยผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ รับฟังปัญหาและความต้องการจากการใช้งาน เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง



ปัจจุบันกลุ่มผลิตภัณฑ์สำลี วีแคร์ มีผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมความต้องการที่หลากหลาย ตั้งแต่สำลีสำหรับเช็ดทำความสะอาดสำหรับทารก จนกระทั่งสำลีสำหรับเช็ดเครื่องสำอาง โดยสำลีของวีแคร์ทุกประเภท มีความสะอาด และปลอดภัยอย่างแท้จริง นอกจากนี้ผ่านกระบวนการตรวจสอบตามมาตรฐานในการผลิตทุกครั้ง วีแคร์ ยังคงใส่ใจในรายละเอียดกับสิ่งที่คุณไม่สามารถเห็นได้ด้วยคุณลักษณะทางกายภาพด้านนอก ด้วยการเน้นถึงคุณภาพของเนื้อสำลีตั้งแต่กระบวนการเลือกวัตถุดิบ ด้วยใยฝ้ายธรรมชาติ 100% และใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย การถักทอด้วยน้ำ (Hydro knitting) พร้อมผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อน 2 ครั้ง เพื่อให้มั่นใจได้เป็นอย่างดีว่าสำลีวีแคร์ที่มอบสู่มือผู้บริโภค จะเป็นสำลีที่สะอาด บริสุทธิ์ ปราศจากสารเคมีตกค้างอย่างแท้จริง อีกทั้ง สำลีที่ผ่านการใช้งานยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผลิตจากใยฝ้ายบริสุทธิ์ 100% จึงย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

ผลิตภัณฑ์วีแคร์ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องในกลุ่มผ้าเช็ดทำความสะอาดแบบเปียก ซึ่งได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ตอบโจทย์ทุกความต้องการทางด้านความสะอาดและสุขอนามัย พร้อมเพิ่มความสะดวกสบายของผู้บริโภคในยุควิถีใหม่ นำเสนอครบทุกความต้องการตั้งแต่ ผ้าเช็ดทำความสะอาดแบบเปียก สูตรเอ็กซ์ตร้า ไฮยีนไวพส์ ที่ผสมแอลกอฮอล์แท้ 70% ผ่านการรับรองมาตรฐานจากอย. สูตรเนซเซอร์รัล ไวพส์ ดูแลความสะอาดอย่างเป็นธรรมชาติ พร้อมดูแลสิ่งแวดล้อมด้วยผ้าที่ผลิตจากเยื่อไผ่ ย่อยสลายได้ 100% สูตรเอฟเวอร์ไคยไฮยีนไวพส์ กำจัดและลดการสะสมของแบคทีเรีย ดูแลสุขอนามัยในทุกช่วงเวลา พร้อม สูตรน้ำบริสุทธิ์ 99% ที่ถูกพัฒนาขึ้นมารองรับการใช้งานสำหรับการดูแลผู้สูงอายุโดยเฉพาะ เพื่อตอบรับการขยายตัวของประชากรสูงวัยของประเทศไทย รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปที่มองหาผ้าทำความสะอาดแบบเปียกขนาดใหญ่ และอ่อนโยน ใช้งานได้สะดวกระหว่างการเดินทาง



สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลช่องปากและฟัน ทางบริษัทได้มีการติดตาม และตรวจสอบประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ยาสีฟันสมุนไพร วิแคร์ อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภคผ่านช่องทาง call center ช่องทางหน้าร้าน รวมถึงช่องทางออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดียอย่าง Facebook และ Line Official Account และได้จัดทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภค ต่อผลิตภัณฑ์ หลังการใช้งาน เพื่อนำมาพัฒนา และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

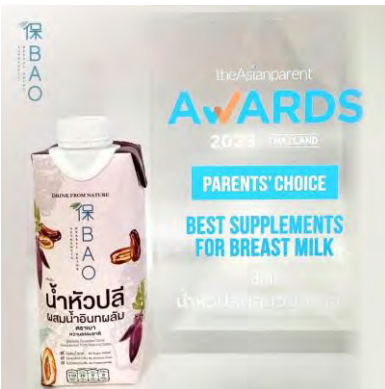
เพื่อตอบรับกับการขยายตัวของความต้องการสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ วิแคร์ ได้พัฒนาสินค้าเพื่อดูแลสุขอนามัยผู้สูงอายุ เริ่มต้นที่ 2 สินค้าแรก สบู่เหลวสูตรอ่อนโยนแบบไม่ต้องล้างออก และแชมพูโฟมสูตรอ่อนโยนแบบไม่ต้องล้างออก โดยเป็นสูตรที่คิดค้นและออกแบบมาสำหรับผู้สูงอายุ

นอกจากการพิถีพิถัน ใส่ใจในกระบวนการคัดสรรวัตถุดิบ และขั้นตอนการผลิตในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าวิแคร์แล้วนั้น บริษัทยังมุ่งเน้นการให้ความรู้ ความเข้าใจ เพื่อการดูแลสุขอนามัยที่ดีต่อผู้บริโภค ผ่านการอบรมความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้แก่พนักงานขาย และพนักงานแนะนำสินค้าหน้าร้านอย่างเป็นประจำ ต่อเนื่องตลอดทั้งปี รวมถึงให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการดูแลสุขอนามัยส่วนบุคคล แก่ผู้บริโภคโดยตรง ผ่านสื่อหน้าร้าน ใบปลิวที่แนบไปกับสินค้า รวมถึงช่องทางออนไลน์





เพื่อดำเนินการตามทิศทางการเติบโตของบริษัทที่มุ่งเน้นการขยายสินค้า ส่งเสริมการดูแลสุขภาพ และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภค บริษัทจึงมุ่งเน้น การเติบโตในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ด้วย เบบี้ น้ำจืดเลี้ยงแม่ ไม่มี น้ำตาล พร้อมขยายฐานลูกค้า สู่กลุ่มเป้าหมาย คุณแม่ยุคใหม่ที่ต้องการการดูแล ตนเอง และลูกน้อย ผ่านตราสินค้าของบริษัทด้วย เบบี้ น้ำห้วปลีผสมน้ำ อินทผลัม ที่ได้คุณค่าจากสมุนไพรแท้ มีคุณประโยชน์ต่อร่างกายด้วยโภชนาการ ที่เหมาะสม



ซึ่งเป็นสัดส่วนสำคัญในการผลักดันการเติบโตของผลิตภัณฑ์ตรา เบบี้ ให้ มีมูลค่าเติบโตถึงกว่า 92% ในปี 2566 และเติบโตเป็นสัดส่วน 10% ของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ภายในตราสินค้าของบริษัททั้งหมด โดยผลิตภัณฑ์น้ำห้วปลีผสมน้ำ อินทผลัมตรา เบบี้ ยังได้รับรางวัล The Asianparent Awards ในสาขา Best Supplements for Breast Milk จากการลงคะแนนตามความพึงพอใจของคุณ แม่และผู้บริโภคทั่วประเทศ

แบรนด์ เบบี้ ได้ทำการสื่อสารความรู้ทั้งในเรื่องการดูแลสุขภาพ โภชนาการ และสาระเกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวันรวมถึงเทศกาลต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างสม่ำเสมอ



โดย เบบีย ยังคงเน้นย้ำการสนับสนุนการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคทั่วไป และคุณแม่ในช่วงให้นม ด้วยการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ทดลอง และการให้ความรู้ต่างๆในปีที่ผ่านมา รวมถึงการส่งมอบประสบการณ์สุขภาพดี ผ่านการทดลองชิมตามเทศกาล และสถานที่ต่างๆ ตลอดทั้งปี



นอกจากการดูแลสุขภาพสำหรับผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสมุนไพร ตราเบบี้ ยังใส่ใจต่อสังคม สิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนจึงเลือกผลิตด้วยบรรจุภัณฑ์ทันสมัยซึ่งวัตถุดิบหลักผลิตจากกระดาษจากบริษัทชั้นนำของโลกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะความรับผิดชอบต่อแหล่งที่มาของวัตถุดิบพร้อมผ่านกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพและปลอดภัยจากโรงงานที่ให้ความใส่ใจกับการกำกับดูแลกิจการอย่างยั่งยืน ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับโลกจากหลายสถาบัน เช่น Food safety System Certification (FSSC) 22000, GMP, HACCP รวมถึงระบบการจัดการเพื่อการดูแลสิ่งแวดล้อมภายในโรงงาน เช่น การบำบัดน้ำเสีย การใช้ระบบพลังงานแสงอาทิตย์

การส่งเสริมและสร้างคุณค่าร่วมในสังคม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

มุ่งพัฒนาฯ ตระหนักอยู่เสมอว่าบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสรรค์คุณค่าให้กับสังคมได้ จึงให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value: CSV) ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value) สำหรับกิจการและสังคมไปพร้อมกัน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนควบคู่กับการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชนอย่างยั่งยืนตามแนวทาง “มุ่งพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยความมุ่งมั่นเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของทุกคน” ทั้งนี้บริษัทมุ่งมั่นและตั้งใจที่จะพัฒนาศักยภาพของเด็กที่จะเป็นอนาคตของครอบครัว ชุมชน สังคมและประเทศชาติให้เติบโตขึ้นอย่างแข็งแรง และกลายมาเป็นกำลังสำคัญให้กับครอบครัวและชุมชน รวมถึงโอกาสที่จะมาเป็นพนักงานของมุ่งพัฒนาในอนาคตเช่นกัน



การสร้างอนาคตให้กับชุมชนของมุ่งพัฒนาฯ มีจุดเริ่มต้นมาจากการให้ความสำคัญในการพัฒนาเด็ก ๆ ในด้านการศึกษา ซึ่งเป็นอนาคตของชุมชน สังคมและประเทศชาติและเป็นพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีโรงเรียนเป็นบ้านหลังที่สองที่นอกจากจะให้ความรู้แล้วยังจะช่วยกล่อมเกลาวางรากฐานความคิด คุณธรรม จริยธรรมและการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมให้กับเด็ก ๆ ไปพร้อมกัน ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้คนที่ในทุกช่วงวัยตั้งแต่แรกเกิดจนถึงผู้สูงอายุ ดังนั้น ครอบครัวจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญสำหรับทุกคน การเริ่มต้นของเด็กที่จะเติบโตไปเป็นคนที่มีคุณภาพต้องได้รับการศึกษาที่ดีเพื่อที่จะสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีได้ต่อไปในอนาคต แนวคิดนี้เป็นหนึ่งในนโยบายที่สำคัญของบริษัทในการสร้างสรรค์คุณค่าร่วมสู่สังคม โดยมุ่งเน้นที่ “การให้อย่างยั่งยืน” ภายใต้ชื่อ โครงการ “มุ่ง” พัฒนา ทำดี สร้างอนาคตชุมชน เริ่มจากการปลูกฝังให้พนักงานเกิดจิตสำนึกของการทำความดี จนนำไปสู่การตอบแทนกลับคืนสู่ชุมชนของตนเอง

บริษัทได้ร่วมกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลทุ่งขวาง จังหวัดชลบุรี จัดโครงการ “สอนน้องแพร่งฟัน” เพื่อรณรงค์ให้น้องๆ เห็นความสำคัญกับการแปรงฟันอย่างถูกวิธีและปรับเปลี่ยนทัศนคติให้การแปรงฟันให้เป็นเรื่องสนุกและมีประโยชน์ บริษัทได้เชิญเจ้าหน้าที่สาธารณสุขด้านทันตกรรมให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพช่องปากและวิธีการแปรงฟันที่ถูกวิธีให้กับน้องๆ นักเรียนชั้นประถมศึกษา จำนวน 76 คน



นอกจากนี้ บริษัทได้มอบอุปกรณ์คัดแยกขยะ Recycle และมีพีๆ พนักงานเข้าร่วมสร้างสรรคกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ การจัดทำธนาคารขยะ ให้กับน้องๆ นักเรียน โรงเรียนหนองหัวหมู ปลูกจิตสำนึกเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนให้กับเด็ก ๆ ไปพร้อมกันด้วย ตรงกับวัตถุประสงค์ของบริษัทที่มุ่งหวังปลูกเมล็ดพันธุ์ให้เป็นอนาคตของชุมชนอย่างยั่งยืน ด้วยเราเชื่อว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนจะสามารถเกิดขึ้นได้โดยการตั้งศักยภาพที่ซ่อนอยู่ในตัวบุคคลออกมา และให้การส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของทั้งองค์กรและสังคม



พี่ๆ พนักงานยังร่วมมือร่วมใจกันปรับปรุงทัศนียภาพให้กับโรงเรียนหนองหัวหมู โดยการทาสีรั้วพื้นที่อเนกประสงค์ ปรับปรุงทาสีเครื่องเล่น ทาสีถังเก็บน้ำ ปรับภูมิทัศน์สวนหย่อม และเพิ่มพื้นที่การปลูกผักสวนครัว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้น้องๆ มีพื้นที่อเนกประสงค์ในการทำกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงเรียน ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่อ่านหนังสือ ทำการบ้าน ทำกิจกรรมร่วมกัน หรือพักผ่อนหย่อนใจ





และในระหว่างปี พี่ๆ มุ่งพัฒนาได้ร่วมกิจกรรมปลูกผักกับน้องๆ ที่โรงเรียนวัดห้วยลำไย จังหวัดนครสวรรค์ โดยการสนับสนุนชุดปลูกผักไฮโดรโปนิคส์ เพื่อให้น้องๆ ได้ใช้เวลาว่างมาเรียนรู้จากปลูกผักไฮโดรโปนิคส์นอกเหนือจากการปลูกผักบนพื้นดิน เพื่อให้สามารถต่อยอดการสร้างอาชีพให้กับน้องๆ และผู้ปกครองในชุมชนได้



มุ่งมั่นเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจหมุนเวียน

การพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างยั่งยืน

เพื่อให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ และนโยบายการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าให้เกิดคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกช่วงวัย ครอบคลุมหลากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างให้เกิดคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ที่ดี พร้อมทั้งรองรับการเปลี่ยนแปลงของสังคมในอนาคตอย่างยั่งยืน

คุณภาพของสินค้า จึงเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับความไว้วางใจ และน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภค บริษัทให้ความสำคัญเป็นพิเศษในทุกขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ตั้งแต่การคิดค้นนวัตกรรมที่ส่งเสริมชีวิต ความเป็นอยู่ที่ดี การคัดสรรวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ ส่วนประกอบต่างๆ ที่มีคุณภาพผ่านมาตรฐาน คัดเลือกผู้รับจ้างผลิต และผู้รับช่วงผลิตที่มีนโยบายการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับนโยบายการเติบโตอย่างยั่งยืน มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคุมการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีขั้นตอนการควบคุมการผลิต การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการใช้งาน ด้วยขั้นตอนที่ได้มาตรฐานสากล รวมไปถึงการทำวิจัยโดยตรงกับผู้บริโภค ติดตามความพึงพอใจต่อคุณภาพ และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ พร้อมนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุง พัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง สร้างให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีในทุกช่วงวัย

หน่วยงานรับประกันคุณภาพ (Quality assurance) มีการกำหนดมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์และวิธีการตรวจสอบคุณภาพ โดยใช้มาตรฐานระดับสากล ที่เชื่อถือได้ เพื่อให้ลูกค้าและผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจัดจำหน่าย และจัดทำโครงการพัฒนางานด้านคุณภาพอย่างยั่งยืน ร่วมกับบริษัทคู่ค้าและผู้รับช่วงผลิตหลักของบริษัท โดยเป็นการจัดอบรมแลกเปลี่ยนความรู้ให้กับ พนักงานฝ่ายประกอบ หน่วยงานตรวจสอบและรับประกันคุณภาพของบริษัทคู่ค้า

ซึ่งวัตถุประสงค์ของโครงการนี้ ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็น การลดปริมาณของเสียที่เกิดจากการผลิต การลดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการการผลิตที่ไม่เป็นมาตรฐานคุณภาพที่กำหนด การกระตุ้นให้พนักงานของทั้งสองบริษัทได้นำเสนอความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความรู้ทักษะการทำงานร่วมกัน เพื่อเพิ่มทักษะการทำงานของพนักงานฝ่ายประกอบ เพิ่มทักษะความรู้ด้านการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในแต่ละประเภท

การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสีเขียว (Green Supply Chain Management)

บริษัท ร่วมงานกับบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่ส่งเสริมและมีนโยบายทางด้าน Green Logistics เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และรักษาสิ่งแวดล้อม โดยใช้หลักการ Reduce (การลด) Reuse (การนำกลับมาใช้ใหม่) และ Recycle (การใช้หมุนเวียน)

สำหรับการดำเนินงานทางด้านคลังสินค้า มีกิจกรรมดังต่อไปนี้

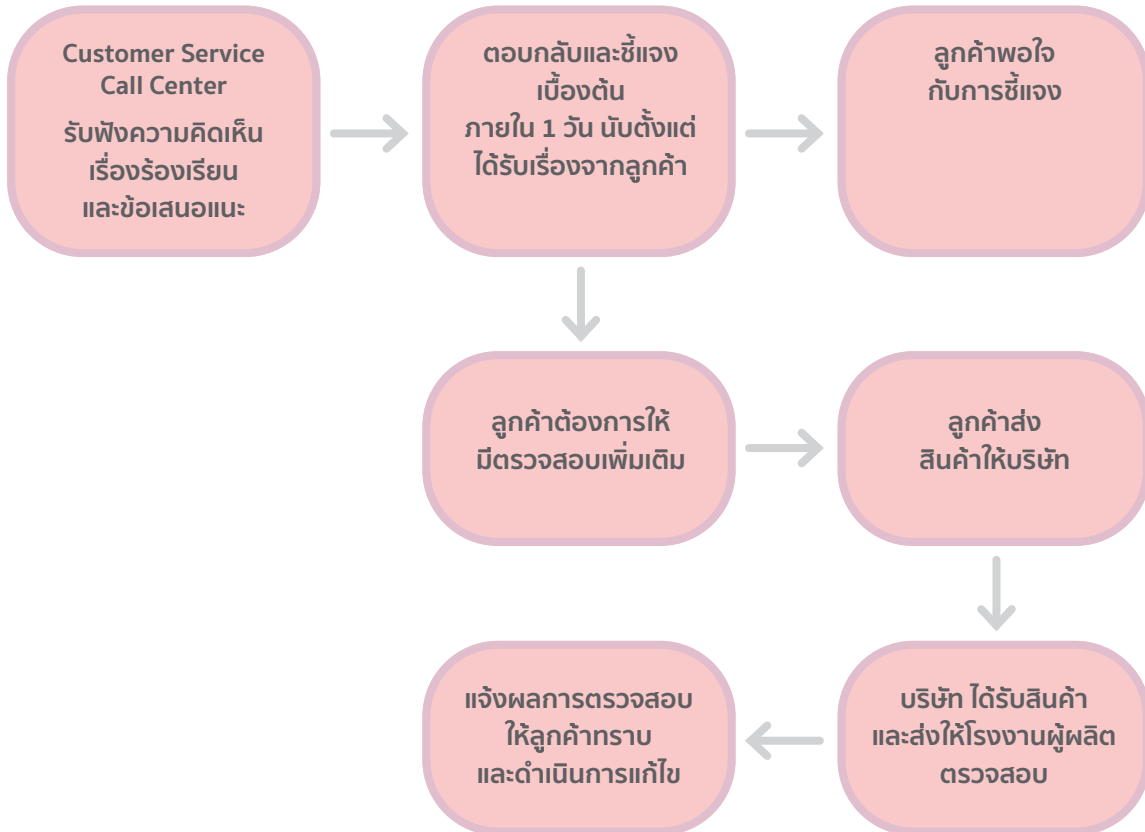
- ลดการใช้กระดาษในการพิมพ์เอกสารเพื่อใช้ในประกอบการทำงาน เปลี่ยนไปใช้ระบบการจัดเก็บเอกสารและดึงข้อมูลผ่านระบบคลาวด์ (Cloud) และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แทน
- หากมีความจำเป็นต้องพิมพ์เอกสาร เครื่องถ่ายเอกสารถูกตั้งค่าพิมพ์ 2 หน้า เพื่อลดการใช้ทรัพยากรกระดาษ และประหยัดจากการใช้กระดาษสูงสุด
- บริหารจัดการการใช้ลังคาร์ตัน (carton) โดยการนำกลับมาใช้ใหม่ (reuse) ในการแพ็คสินค้าวัตถุดิบสำเร็จรูปในหีบ Copacker ระหว่างรอประกอบเป็นสินค้าสำเร็จรูป หรือ การแพ็คสินค้าส่งให้ลูกค้าในกลุ่ม E-commerce
- การลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง (Consumable supply) ในการทำงาน เช่น การลดขนาดสติ๊กเกอร์ป้ายติดที่กล่องคาร์ตันในการแสดงข้อมูลสินค้าให้เหมาะสม ลดการใช้ถุงพลาสติกในขั้นตอนการคัดแยกสินค้าที่ได้รับคืนจากร้านค้า (Customer Returns) เปลี่ยนเป็นการใช้ถุงซิปลิที่ได้มาจากการ Repack สินค้าอื่นนำมาใช้ซ้ำแทน เป็นต้น

สำหรับด้านการขนส่งสินค้า มีกิจกรรมดังต่อไปนี้

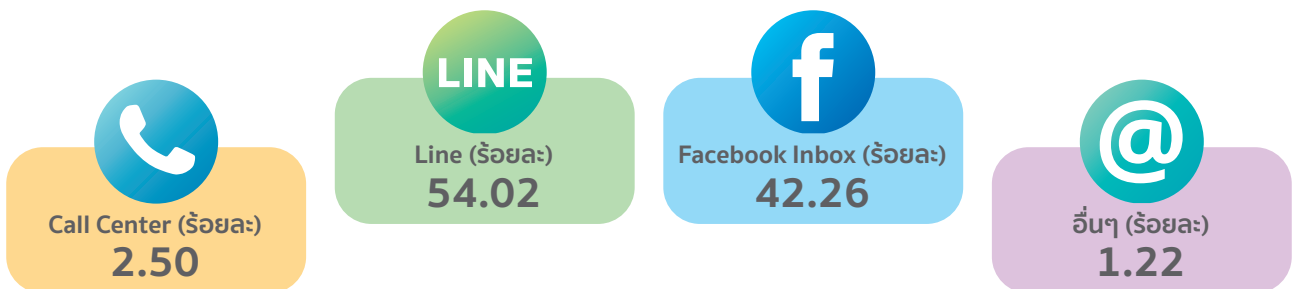
- ฝึกอบรมหลักสูตร Eco Driving เน้นเรื่องการขับขี่ประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ขนถ่ายสินค้าอย่างถูกต้องปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายต่อพนักงานขนส่ง และบุคคลที่อยู่ในพื้นที่ข้างเคียง
- ขับรถด้วยความเร็วที่เหมาะสม รถขนส่งประเภทสิบล้อจะมีอุปกรณ์ GPS ในการตรวจจับเส้นทางเดินรถ และความเร็วในการขับรถ ซึ่งกำหนดไว้ให้ไม่ควรเกิน 80 กิโลเมตร/ชั่วโมง
- กำหนดให้พนักงานขับรถ หมั่นดูแลรักษารถยนต์ที่ใช้ในการขนส่ง ตรวจสอบเช็คสภาพตามระยะเวลา หรือระยะทางที่กำหนด เพื่อเป็นการบำรุงรักษาอุปกรณ์ต่างๆ ของรถยนต์ไม่ให้สึกหรอ และสามารถใช้งานได้อย่างปลอดภัยและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- กำหนดเส้นทางในการจัดส่งสินค้าและการจัดเรียงสินค้าในตู้บรรทุกสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อประหยัดเวลา ประหยัดน้ำมัน และลดการก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้สูงสุด

กระบวนการช่วยเหลือและจัดการปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์

บริษัทจัดให้มีหน่วยงานดูแลตอบข้อซักถามและให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้งานสินค้าของบริษัท รวมถึงรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ หลากหลายช่องทาง เช่น Customer Service Call Center ที่หมายเลข 02 020 8989, ช่องทาง Social Media Facebook, Line, ช่องทางอื่นๆ เช่น e-mail เป็นต้น



ผลการดำเนินงานด้านการจัดการข้อซักถาม ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียนปี 2566



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2566 ซึ่งเป็นรายงานฉบับที่ 10 นับแต่แยกการรายงานออกจากรายงานประจำปีในปี 2557 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2566 ขอบเขตเนื้อหาของรายงานฉบับนี้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาต่อเนื่องกับปีที่ผ่านมา ด้วยเป็นรากฐานสำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจของบริษัทในการจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า โดยการพัฒนาทักษะองค์ความรู้ และคุณภาพชีวิตของพนักงาน นอกจากการพัฒนาบุคลากรในองค์กรแล้ว บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าร่วมให้กับกิจการและสังคมไปพร้อมกัน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนควบคู่กับการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชนอย่างยั่งยืน และความมุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการเพื่อควบคุมป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ สนับสนุนการดูแลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตามแนวทาง “มุ่งพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยความมุ่งมั่นเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของทุกคน”

ทั้งนี้ การพิจารณาเลือกประเด็นด้านความยั่งยืนนั้น บริษัทเลือกดำเนินการในประเด็นที่สอดคล้องกับธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียหลัก ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า และคู่ค้าก่อน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทให้เติบโต แข็งแรงและสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้ถือหุ้น นักลงทุน ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียอื่น รวมถึงส่งมอบคุณค่าให้แก่ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมได้

ติดต่อ/สอบถาม

บริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

2/97-104 ชั้น 18-19 อาคารบางนาคอมเพล็กซ์ ออฟฟิศทาวเวอร์

ซอยบางนา-ตราด 25 ถนนบางนา-ตราด

แขวงบางนาเหนือ เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260

โทรศัพท์ **0 2020 8999** โทรสาร **0 2020 8990**

www.moongpattana.com

การขอรับรายงานในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์

e-mail: company.secretary@moongpattana.com

GRI CONTENT INDEX

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
STRATEGY AND ANALYSIS			
G4-1	Provide a statement from the most senior decision-maker of the organization (such as CEO, chair, or equivalent senior position) about the relevance of sustainability to the organization and the organization's strategy for addressing sustainability.	4-5	2-3
G4-2	Provide a description of key impacts, risks, and opportunities.	51-55	42-50
ORGANIZATIONAL PROFILE			
G4-3	Report the name of the organization.	9	18, 88-89
G4-4	Report the primary brands, products, and services.	10-19	18-33
G4-5	Report the location of the organization's headquarters.	9	18, 88-89
G4-6	Report the number of countries where the organization operates, and names of countries where either the organization has significant operations or that are specifically relevant to the sustainability topics covered in the report.	26-57	51- 75
G4-7	Report the nature of ownership and legal form.	9	37-38
G4-8	Report the markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customers and beneficiaries).	9-20	18-31
G4-9	Report the scale of the organization, including:		
G4-10	a. Report the total number of employees by employment contract and gender. b. Report the total number of permanent employees by employment type and gender. c. Report the total workforce by employees and supervised workers and by gender. d. Report the total workforce by region and gender.	7	67, 68

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
	e. Report whether a substantial portion of the organization's work is performed by workers who are legally recognized as self-employed, or by individuals other than employees or supervised workers, including employees and supervised employees of contractors. f. Report any significant variations in employment		
G4-11	Report the percentage of total employees covered by collective bargaining agreements.	-	-
G4-12	Describe the organization's supply chain.	49-50	53-54
G4-13	Report any significant changes during the reporting period regarding the organization's size, structure, ownership, or its supply chain	-	-
G4-14	Report whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organization.	-	-
G4-15	List externally developed economic, environmental and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or which it endorses.	-	-
G4-16	List memberships of associations (such as industry associations) and national or international advocacy organizations in which the organization:	-	-
IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES			
G4-17	a. List all entities included in the organization's consolidated financial statements or equivalent documents. b. Report whether any entity included in the organization's consolidated financial statements or equivalent documents is not covered by the report.	7	166-215
G4-18	a. Explain the process for defining the report content and the Aspect Boundaries.	-	-

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
	b. Explain how the organization has implemented the Reporting Principles for Defining Report Content.	-	-
G4-19	List all the material Aspects identified in the process for defining report content.	-	-
G4-20	For each material Aspect, report the Aspect Boundary within the organization	-	-
G4-21	For each material Aspect, report the Aspect Boundary outside the organization	-	-
G4-22	Report the effect of any restatements of information provided in previous reports, and the reasons for such restatements.	-	-
G4-23	Report significant changes from previous reporting periods in the Scope and Aspect Boundaries.	-	-
STAKEHOLDER ENGAGEMENT			
G4-24	Provide a list of stakeholder groups engaged by the organization.	46-49	55-59
G4-25	Report the basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage.	46-49	55-59
G4-26	Report the organization's approach to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group, and an indication of whether any of the engagement was undertaken specifically as part of the report preparation process.	-	-
G4-27	Report key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organization has responded to those key topics and concerns, including through its reporting. Report the stakeholder groups that raised each of the key topics and concerns.	-	-

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
REPORT PROFILE			
G4-28	Reporting period (such as fiscal or calendar year) for information provided.	Cover	Cover
G4-29	Date of most recent previous report (if any).	-	-
G4-30	Reporting cycle (such as annual, biennial).	Cover	Cover
G4-31	Provide the contact point for questions regarding the report or its contents.	86	Last Cover
G4-32	<p>a. Report the 'in accordance' option the organization has chosen.</p> <p>b. Report the GRI Content Index for the chosen option (see tables below).</p> <p>c. Report the reference to the External Assurance Report, if the report has been externally assured. GRI recommends the use of external assurance but it is not a requirement to be 'in accordance' with the Guidelines.</p>	-	-
G4-33	<p>a. Report the organization's policy and current practice with regard to seeking external assurance for the report.</p> <p>b. If not included in the assurance report accompanying the sustainability report, report the scope and basis of any external assurance provided.</p> <p>c. Report the relationship between the organization and the assurance providers.</p> <p>d. Report whether the highest governance body or senior executives are involved in seeking assurance for the organization's sustainability report.</p>	-	-
GOVERNANCE			
G4-34	Report the governance structure of the organization, including committees of the highest governance body. Identify any committees responsible for decision-making on economic, environmental and social impacts.	28	127-128

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
G4-35	Report the process for delegating authority for economic, environmental and social topics from the highest governance body to senior executives and other employees.	28	127
G4-36	Report whether the organization has appointed an executive-level position or positions with responsibility for economic, environmental and social topics, and whether post holders report directly to the highest governance body.	29	137-142
G4-37	Report processes for consultation between stakeholders and the highest governance body on economic, environmental and social topics. If consultation is delegated, describe to whom and any feedback processes to the highest governance body.	-	-
G4-38	Report the composition of the highest governance body and its committees	29	137-142
G4-39	Report whether the Chair of the highest governance body is also an executive officer (and, if so, his or her function within the organization's management and the reasons for this arrangement).	-	137-142
G4-40	Report the nomination and selection processes for the highest governance body and its committees, and the criteria used for nominating and selecting highest governance body members	-	137-142, 154-156
G4-41	Report processes for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided and managed. Report whether conflicts of interest are disclosed to stakeholders,	-	161-162
G4-42	Report the highest governance body's and senior executives' roles in the development, approval, and updating of the organization's purpose, value or mission statements, strategies, policies, and goals related to economic, environmental and social impacts.	-	114, 154-156

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
G4-43	Report the measures taken to develop and enhance the highest governance body's collective knowledge of economic, environmental and social topics.	-	118-122
G4-44	a. Report the processes for evaluation of the highest governance body's performance with respect to governance of economic, environmental and social topics. Report whether such evaluation is independent or not, and its frequency. Report whether such evaluation is a self-assessment. b. Report actions taken in response to evaluation of the highest governance body's performance with respect to governance of economic, environmental and social topics, including, as a minimum, changes in membership and organizational practice.	-	115-116
G4-45	a. Report the highest governance body's role in the identification and management of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities. Include the highest governance body's role in the implementation of due diligence processes. b. Report whether stakeholder consultation is used to support the highest governance body's identification and management of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities.	-	127-131
G4-46	Report the highest governance body's role in reviewing the effectiveness of the organization's risk management processes for economic, environmental and social topics.	-	127-131
G4-47	Report the frequency of the highest governance body's review of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities.	-	127-131
G4-48	Report the highest committee or position that formally reviews and approves the organization's sustainability report and ensures that all material Aspects are covered.	-	130-131

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
G4-49	Report the process for communicating critical concerns to the highest governance body.	-	-
G4-50	Report the nature and total number of critical concerns that were communicated to the highest governance body and the mechanism(s) used to address and resolve them.	-	-
G4-51	a. Report the remuneration policies for the highest governance body and senior executives b. Report how performance criteria in the remuneration policy relate to the highest governance body's and senior executives' economic, environmental and social objectives.	-	117-118
G4-52	Report the process for determining remuneration. Report whether remuneration consultants are involved in determining remuneration and whether they are independent of management. Report any other relationships which the remuneration consultants have with the organization.	-	117-118
G4-53	Report how stakeholders' views are sought and taken into account regarding remuneration, including the results of votes on remuneration policies and proposals, if applicable.	-	-
G4-54	Report the ratio of the annual total compensation for the organization's highest-paid individual in each country of significant operations to the median annual total compensation for all employees (excluding the highest-paid individual) in the same country.	-	142-144
G4-55	Report the ratio of percentage increase in annual total compensation for the organization's highest-paid individual in each country of significant operations to the median percentage increase in annual total compensation for all employees (excluding the highest-paid individual) in the same country.	-	142-144
ETHICS AND INTEGRITY			
G4-56	Describe the organization's values, principles, standards and norms of behavior such as codes of conduct and codes of ethics.	26-27, 42-25	93-126, 154-156

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
G4-57	Report the internal and external mechanisms for seeking advice on ethical and lawful behavior, and matters related to organizational integrity, such as helplines or advice lines.	-	157-160
G4-58	Report the internal and external mechanisms for reporting concerns about unethical or unlawful behavior, and matters related to organizational integrity, such as escalation through line management, whistleblowing mechanisms or hotlines.	-	-
CATEGORY: ECONOMIC			
ASPECT: ECONOMIC PERFORMANCE			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	4-5, 21, 44	8, 10, 12
G4-EC1	Direct economic value generated and distributed	7	18, 32-33
G4-EC2	Financial implications and other risks and opportunities for the organization's activities due to climate change	-	-
G4-EC3	Coverage of the organization's defined benefit plan obligations	-	-
G4-EC4	Financial assistance received from government	-	-
ASPECT: MARKET PRESENCE			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	4-5, 21, 44-45	8, 10, 12
G4-EC5	Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage at significant locations of operation	7	-
G4-EC6	Proportion of senior management hired from the local community at significant locations of operation	7	67-68
ASPECT: INDIRECT ECONOMIC IMPACTS			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	4-5, 21, 44-46	8, 10, 12

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
G4-EC7	Development and impact of infrastructure investments and services supported	-	-
G4-EC8	Significant indirect economic impacts, including the extent of impacts	-	-
ASPECT: PROCUREMENT PRACTICES			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	50	64, 104
G4-EC9	Proportion of spending on local suppliers at significant locations of operation	-	-
CATEGORY: ENVIRONMENTAL			
ASPECT: MATERIALS			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	4-5, 24-27	12, 61, 104
G4-EN1	Report the total weight or volume of materials that are used to produce and package the organization's primary products and services during the reporting period.	-	-
G4-EN2	Report the percentage of recycled input materials used to manufacture the organization's primary products and services.	-	-
ASPECT: ENERGY			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	4-5, 24-27	12, 59-63
G4-EN3	Energy consumption within the organization	24-25	62-63
G4-EN4	Energy consumption outside of the organization	-	-
G4-EN5	Energy intensity	-	-
G4-EN6	Reduction of energy consumption	24-25	62-63
G4-EN7	Reductions in energy requirements of products and services	-	-

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
ASPECT: WATER			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	4-5, 24-27	62
G4-EN8	Total water withdrawal by source	-	-
G4-EN9	Water sources significantly affected by withdrawal of water	-	-
G4-EN10	Percentage and total volume of water recycled and reused	-	-
ASPECT: BIODIVERSITY			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
G4-EN11	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	-	-
G4-EN12	Description of significant impacts of activities, products, and services on biodiversity in protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	-	-
G4-EN13	Habitats protected or restored	-	-
G4-EN14	Total number of IUCN Red list species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations, by level of extinction risk	-	-
ASPECT:EMISSION			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
G4-EN15	Direct greenhouse gas (GHG) emissions (scope 1)	-	-
G4-EN16	Energy indirect greenhouse gas (GHG) emissions (scope 2)	-	-
G4-EN17	Other indirect greenhouse gas (GHG) emissions (scope 3)	-	-
G4-EN18	Greenhouse gas (GHG) emissions intensity	-	-
G4-EN19	Reduction of greenhouse gas (GHG) emissions	-	-
G4-EN20	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	-	-
G4-EN21	NOX, SOX, and other significant air emissions	-	-

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
ASPECT:EFFLUENTS AND WASTE			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
G4-EN22	Total water discharge by quality and destination	-	-
G4-EN23	Total weight of waste by type and disposal method	-	-
G4-EN24	Total number and volume of significant spills	-	-
G4-EN25	Weight of transported, imported, exported, or treated waste deemed hazardous under the terms of the Basel convention ² annex i, ii, iii, and viii, and percentage of transported waste shipped internationally	-	-
G4-EN26	Identity, size, protected status, and biodiversity value of water bodies and related habitats significantly affected by the organization's discharges of water and runoff	-	-
ASPECT:PRODUCTS AND SERVICES			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	4-5, 10-19	12, 19-31, 73-74
G4-EN27	Extent of impact mitigation of environmental impacts of products and services	33-34	86-87
G4-EN28	Percentage of products sold and their packaging materials that are reclaimed by Category	-	-
ASPECT:COMPLIANCE			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
G4-EN29	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with environmental laws and regulations	-	-
ASPECT:TRANSPORT			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	25, 84	59-63
G4-EN30	Significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials for the organization's operations, and transporting members of the Workforce	-	-

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
ASPECT:OVERALL			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	4-5	59-64
G4-EN31	Total environmental protection expenditures and investments by type	-	-
ASPECT:SUPPLIER ENVIRONMENTAL ASSESSMENT			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	4-5, 50	64
G4-EN32	Percentage of new suppliers that were screened using environmental criteria	-	-
G4-EN33	Significant actual and potential negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	-	-
ASPECT:ENVIRONMENTAL GRIEVANCE MECHANISMS			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	45, 49, 56	64-72
G4-EN34	Number of grievances about environmental impacts filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms	-	-
CATEGORY:SOCIAL			
SUB-CATEGORY:LABOR PRACTICES AND DECENT WORK			
ASPECT:EMPLOYMENT			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	46, 59-71	64-72
G4-LA1	Total number and rates of new employee hires and employee turnover by age group, gender and region	7	67-68
G4-LA2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by significant locations of operation	-	-
G4-LA3	Return to work and retention rates after parental leave, by gender	-	68
ASPECT:LABOR/MANAGEMENT RELATIONS			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	46, 59-71	64-72

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
G4-LA4	Minimum notice periods regarding operational changes, including whether these are specified in collective agreements	-	-
ASPECT: OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	69-70	70-71
G4-LA5	Percentage of total workforce represented in formal joint management-worker health and safety committees that help monitor and advise on occupational health and safety programs	-	-
G4-LA6	Type of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and total number of work-related fatalities, by region and by gender	69-70	70-71
G4-LA7	Workers with high incidence or high risk of diseases related to their occupation	-	-
G4-LA8	Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions	-	-
ASPECT: TRAINING AND EDUCATION			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	67-68	66-72
G4-LA9	Average hours of training per year per employee by gender, and by employee category	67	68-69
G4-LA10	Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings	-	-
G4-LA11	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews, by gender and by employee category	-	-
ASPECT: DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	7	64-72
G4-LA12	Composition of governance bodies and breakdown of employees per employee category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity	7	66-68

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
ASPECT: EQUAL REMUNERATION FOR WOMEN AND MEN			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	70-71	46, 66
G4-LA13	Ratio of basic salary and remuneration of women to men by employee category, by significant locations of operation	-	-
ASPECT: SUPPLIER ASSESMENT FOR LABOR PRACTICES			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	70-71	73
G4-LA14	Percentage of new suppliers that were screened using labor practices criteria	-	-
G4-LA15	Significant actual and potential negative impacts for labor practices in the supply chain and actions taken	-	-
ASPECT: LABOR PRACTICES GRIEVANCE MECHANISMS			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	56	58-59
G4-LA16	Number of grievances about labor practices filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms	-	-
SUBCATEGORY: HUMAN RIGHTS			
ASPECT: INVESTMENT			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	70-71	58-59
G4-HR1	Total number and percentage of significant investment agreements and contracts that include human rights clauses or that underwent human rights screening	-	-
G4-HR2	Total hours of employee training on human rights policies or procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations, including the percentage of employees trained	-	-
ASPECT: NON-DISCRIMINATION			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	70-71	64
G4-HR3	Total number of incidents of discrimination and corrective actions taken	-	-

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
ASPECT:FREEDOM OF ASSOCIATION AND COLLECTIVE BARGAINING			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	70-71	55,64
G4-HR4	Operations and suppliers identified in which the right to exercise freedom of association and collective bargaining may be violated or at significant risk, and measures taken to support these rights	-	-
ASPECT:CHILD LABOR			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	70-71	64
G4-HR5	Operations and suppliers identified as having significant risk for incidents of child labor, and measures taken to contribute to the effective abolition of child labor	-	-
ASPECT:FORCED OR COMPULSORY LABOR			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	69-70	64,71
G4-HR6	Operations and suppliers identified as having significant risk for incidents of forced or compulsory labor, and measures to contribute to the elimination of all forms of forced or compulsory labor	-	-
ASPECT:SECURITY PRACTICES			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	69-70	64,71
G4-HR7	Percentage of security personnel trained in the organization's human rights policies or procedures that are relevant to operations	-	-
ASPECT:INDIGENOUS RIGHTS			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
G4-HR8	Total number of incidents of violations involving rights of indigenous peoples and actions taken	-	-
ASPECT:ASSESSMENT			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
G4-HR9	Total number and percentage of operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	-	-

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
ASPECT:SUPPLIER HUMAN RIGHTS ASSESSMENT			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
G4-HR10	Percentage of new suppliers that were screened using human rights criteria	-	-
G4-HR11	Significant actual and potential negative human rights impacts in the supply chain and actions taken	-	-
ASPECT:HUMAN RIGHTS GRIEVANCE MECHANISMS			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	56,71	58-59 64-66
G4-HR12	Number of grievances about human rights impacts filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms	-	-
SUBCATEGORY:SOCIETY			
ASPECT:LOCAL COMMUNITIES			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	103
G4-SO1	Percentage of operations with implemented local community engagement, impact assessments, and development programs	-	-
G4-SO2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	-	-
ASPECT:ANTI-CORRUPTION			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	55-56	105-107
G4-SO3	Total number and percentage of operations assessed for risks related to corruption and the significant risks identified	-	-
G4-SO4	Communication and training on anti-corruption policies and procedures	55-56	71
G4-SO5	Confirmed incidents of corruption and actions taken	-	-
ASPECT:PUBLIC POLICY			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	126
G4-SO6	Total value of political contributions by country and recipient/beneficiary	-	-

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
ASPECT:ANTI-COMPETITIVE BEHAVIOR			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	103
G4-SO7	Total number of legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices and their outcomes	-	-
ASPECT:COMPLIANCE			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	105, 126
G4-SO8	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with laws and regulations	-	-
ASPECT:SUPPLIER ASSESSMENT FOR IMPACTS ON SOCIETY			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	50	104
G4-SO9	Percentage of new suppliers that were screened using criteria for impacts on society	-	-
G4-SO10	Significant actual and potential negative impacts on society in the supply chain and actions taken	-	-
ASPECT:GRIEVANCE MECHANISMS FOR IMPACTS ON SOCIETY			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	56	106-108
G4-SO11	Number of grievances about impacts on society filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms	-	-
SUBCATEGORY:PRODUCT RESPONSIBILITY			
ASPECT:CUSTOMER HEALTH AND SAFETY			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	72-73	73-74
G4-PR1	Percentage of significant product and service categories for which health and safety impacts are assessed for improvement	-	-
G4-PR2	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning the health and safety impacts of products and services during their life cycle, by type of outcomes	-	-

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
ASPECT:PRODUCT AND SERVICE LABELING			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	72-73	73-74
G4-PR3	Type of product and service information required by the organization's procedures for product and service information and labeling, and percentage of significant product and service categories subject to such information requirements	72-73	73-74
G4-PR4	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning product and service information and labeling, by type of outcomes	-	-
G4-PR5	Results of surveys measuring customer satisfaction	23	86
ASPECT:MARKETING COMMUNICATIONS			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	72-73	73-74
G4-PR6	Sale of banned or disputed products	-	-
G4-PR7	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship, by type of outcomes	-	-
ASPECT:CUSTOMER PRIVACY			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	72-73	73-74
G4-PR8	Total number of substantiated complaints regarding breaches of customer privacy and losses of customer data	-	-
ASPECT:COMPLIANCE			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	42	93-94
G4-PR9	Monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services	-	-



**MOONG
PATTANA**

เคียงข้างคุณภาพชีวิตที่ดี

บริษัท มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
Moong Pattana International Public Company Limited