



MOONG
PATTANA

UNLOCK

POSSIBILITIES

GREATER RESULT

SD REPORT

2018

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน
ประจำปี 2018



สารบัญ

สารประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	02
รู้จัก MPI มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชั่นแนล	03
มุ่งพัฒนา...มุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน	12
1. การกำกับดูแลกิจการอย่างยั่งยืน	16
1.1 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย	17
1.2 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	20
1.3 นโยบายการจัดซื้อจัดหาอย่างยั่งยืน	21
1.4 ปัจจัยความเสี่ยง	22
2. การดูแลทรัพยากรบุคคล	28
2.1 พัฒนาบุคลากรอย่างยั่งยืน	28
2.2 สานสัมพันธ์วัฒนธรรมองค์กร	32
2.3 สื่อสาร สร้างสรรค์	35
กระชับความสัมพันธ์ในองค์กร	
2.4 เสริมสร้างทัศนคติการเป็นผู้ให้	36
2.5 สร้างเสริมเครือข่ายทางสังคม	37
2.6 ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการปฏิบัติงาน	39
2.7 การเคารพสิทธิมนุษยชน	39
3. ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง	40
3.1 ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์	40
3.2 มาตรฐานความปลอดภัยผลิตภัณฑ์	41
3.3 นโยบายข้อมูลส่วนตัวและ	41
การรักษาความปลอดภัย	
3.4 กระบวนการช่วยเหลือและจัดการ	41
ปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์	
3.5 กิจกรรมส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่	42
4. การเพิ่มคุณค่าทางสังคม สร้างการยอมรับจากชุมชน	44
4.1 การส่งเสริมและสร้างคุณค่าร่วมในสังคม	44
4.2 มุ่งพัฒนาสร้างความยั่งยืนได้อย่างไร	48
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	49



สารประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



ด้วยความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจสู่ความเป็นเลิศในด้านสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและคู่ค้า เรามุ่งส่งมอบความสุขให้กับลูกค้าผ่านกลุ่มผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคที่หลากหลาย ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้คุณธรรมจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมมาตลอดระยะเวลา 37 ปีที่ผ่านมา

บริษัทได้มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจระยะสั้นและระยะกลางเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนองค์กรไปในทิศทางที่กำหนด และบรรลุตามเป้าหมายด้านธุรกิจ ซึ่งหัวใจหลักในการกำหนดกลยุทธ์องค์กร คือ การสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีแนวการดำเนินธุรกิจที่ยึดมั่นในการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) มีความโปร่งใส ภายใต้แนวปฏิบัติ (Code of Conduct) และจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Business Ethics) โดยได้มีการสื่อสารกับพนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกัน ในขณะที่ปัจจัยภายนอกมีการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบทั้งในด้านบวกและลบ ไม่ว่าจะเป็นด้านภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว การเปลี่ยนแปลงของสังคม พฤติกรรมและวิถีชีวิตของผู้บริโภค รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามา มีบทบาทมากขึ้น พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้บริษัทต้องมีการเตรียมความพร้อมและทำความเข้าใจผู้บริโภคให้มากขึ้น เพื่อตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่าง

รวดเร็ว โดยผู้ที่ช่วยขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงและการเติบโตที่สำคัญคือ บุคลากร ดังนั้นการพัฒนาบุคลากร จึงเป็นหัวใจสำคัญที่ทางบริษัทตระหนักเป็นอย่างดี จึงได้จัดให้มีการส่งเสริม พัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานทุกระดับให้มีศักยภาพและขีดความสามารถที่เป็นเลิศ เพื่อเป็นแรงผลักดันแผนกลยุทธ์บริษัทไปสู่ผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ด้วยการเป็นองค์กรที่มีผลการดำเนินงานที่โดดเด่นและได้รับความไว้วางใจจากผู้บริหาร คู่ค้า ผู้ถือหุ้น นักลงทุน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

ปี 2561 บริษัทฯ ได้มีแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม/ชุมชน สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสีย มีการขยายขอบเขตกิจกรรมสร้างการรับรู้ในด้านการต่อต้านคอร์รัปชันไปยังคู่ค้าและบริษัทร่วม มีการส่งเสริมทักษะของพนักงานระดับผู้นำในด้านต่างๆ เพื่อสามารถขับเคลื่อนแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ การส่งเสริมกิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าให้แก่สังคมควบคู่กับการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้ถือหุ้น และการทำกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค ร้านค้า เพื่อส่งผลให้เกิดเป็นผลสำเร็จในระยะยาวอย่างยั่งยืน

บริษัทยังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์กรด้วยการสร้างความ เป็นเลิศในด้านการดำเนินงาน การให้ความสำคัญในการสร้าง วัฒนธรรมองค์กรและค่านิยมร่วมของพนักงาน เพื่อส่งผลต่อความ สำเร็จตามเป้าหมายการพัฒนาและสร้างคุณค่าของธุรกิจอย่าง ยั่งยืน มีการขยายขอบเขตกิจกรรมส่งเสริมความรับผิดชอบต่อ สังคม สร้างการตระหนักถึงความสำคัญผ่านโครงการต่างๆที่บริษัท ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยความร่วมมือจากลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนของบริษัท เราเชื่อมั่น ว่าการเริ่มต้นจากจุดเล็กๆในบริษัท จะส่งต่อการตระหนักถึง ความรับผิดชอบต่อซึ่งการพัฒนายั่งยืนไปยังชุมชน สังคม และเศรษฐกิจที่เป็นรากฐานที่แห่งความยั่งยืนต่อไป

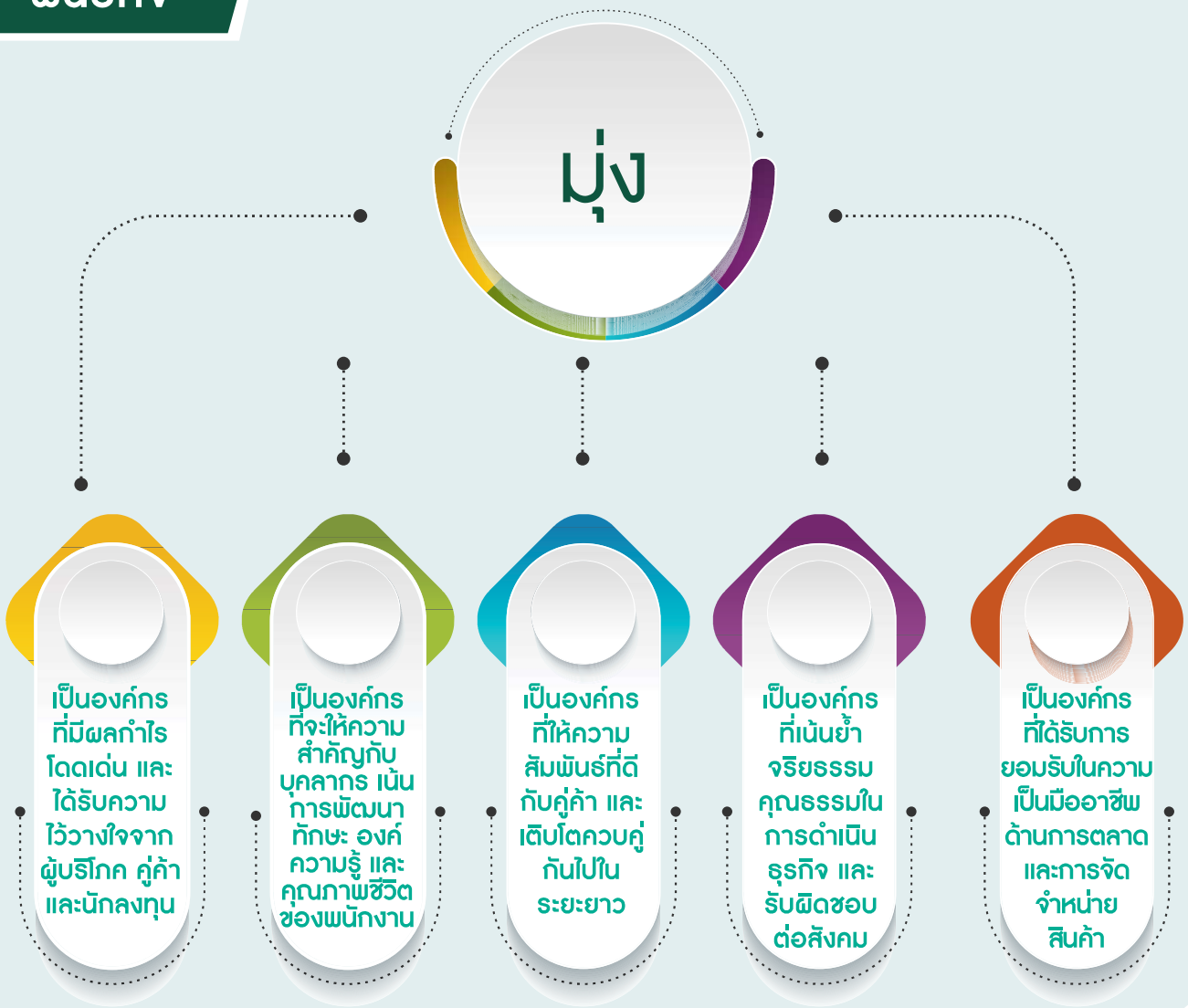
นางสาวสุวรรณา โชคดีอนันต์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

รู้จัก MPI มุ่งพัฒนา อินเตอร์เนชชั่นแนล

วิสัยทัศน์

“**มุ่ง** พัฒนาสู่ความเป็นเลิศในด้านสินค้าและบริการ ภายใต้คุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อ การดำเนินธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นักลงทุน และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า”

พันธกิจ



ข้อมูลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจและสังคม

	2561	2560	2559
มูลค่าทางเศรษฐกิจที่สร้างขึ้น			หน่วย: ล้านบาท
สินทรัพย์รวม	954.4	881.3	830.0
รายได้รวม	930.6	816.5	722.9
มูลค่าเชิงเศรษฐกิจที่กระจายสู่สังคม			หน่วย: ล้านบาท
ต้นทุนการดำเนินงาน	739.7	673.3	592.1
ค่าจ้างและสวัสดิการพนักงาน	141.1	126.9	115.6
เงินบริจาคเพื่อสนับสนุนชุมชนและสังคม	0.6	0.8	0.1
เงินที่จ่ายให้แก่ภาครัฐ (ภาษี)	8.8	1.5	1.6
เงินที่ชำระคืนให้กับเจ้าของเงินทุน			หน่วย: ล้านบาท
เงินปันผล	30.3	28.2	21.6
ต้นทุนทางการเงิน	1.3	2.0	2.8
มูลค่าเชิงเศรษฐกิจสะสม			หน่วย: ล้านบาท
กำไรก่อนหักภาษี ดอกเบี้ยจ่าย และค่าเสื่อมราคา	149.3	92.3	91.0
กำไรสุทธิ	129.1	78.5	77.8
การจ้างงาน			หน่วย: คน
จำนวนพนักงานทั้งหมด	158	161	141
ผู้บริหาร			
ชาย	2	3	3
หญิง	3	3	3
พนักงาน			
ชาย	60	57	52
หญิง	93	98	83

รู้จัก MPI มุ่งพัฒนา อินเทอร์เน็ตชนชั้นเนค

2524

ก่อตั้ง บจก. มุ่งพัฒนา มาร์เกตติ้ง เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2524 โดย คุณสุเมธ เลอสุมิตรกุล ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องครัวที่มีคุณภาพ

2531

ได้รับสิทธิในการผลิต การใช้ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การใช้เครื่องหมายการค้า “พีเจ้น” แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย พีเจ้นเป็นโรงงานผลิต จำหน่าย นำเข้า และส่งออกผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทารกและเด็กผลิตภัณฑ์สำหรับมารดาและผู้หญิง ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ ในครัวเรือน และอุปกรณ์การแพทย์ที่มีชื่อเสียงจากประเทศญี่ปุ่น

2533

ร่วมกับ พีเจ้น คอร์ป ก่อตั้ง บจก. ไทยพีเจ้น ประกอบธุรกิจโรงงานผลิต จุกนมซิลิโคน ขวดนม ผลิตภัณฑ์พลาสติก สำหรับเด็กภายใต้ตราสินค้าพีเจ้น

2537

ร่วมกับ โยชิโน โคเคียวโซ ก่อตั้ง บจก. โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติก ชิ้นส่วน ส่วนประกอบ และอะไหล่ที่เป็นพลาสติก เช่น หัวฉีดน้ำ หัวปั๊ม ขวดแชมพู เป็นต้น

2539

ร่วมกับ พีเจ้น คอร์ป ก่อตั้ง บจก. พีเจ้น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) ประกอบธุรกิจผลิตผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวของทารกและผู้ใหญ่ ผ้าทากันยุง แผ่นซับน้ำมัน น้ำยาทำความสะอาดจุกนมและขวดนม

2551

แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนและเปลี่ยนชื่อเป็น บมจ. มุ่งพัฒนา อินเทอร์เน็ตชนชั้นเนค และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

2560

- การเปิดช่องทางจำหน่ายผ่านออนไลน์ www.moong-shop.com และช่องทางการจำหน่ายผ่าน Foodservice Solution (อุตสาหกรรมอาหารและจัดเลี้ยง หรือ Catering service ได้แก่ ร้านอาหาร โรงแรม และ โรงอาหารในโรงเรียน โรงพยาบาล เป็นต้น)
- การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พีเจ้นอย่างเป็นทางการในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ข้อมูลทั่วไป

สำนักงานใหญ่

เลขที่ 2/97-104 ชั้น 18-19 อาคารบางนาคอมเพล็กซ์ ออฟฟิศทาวเวอร์
ซอยบางนา-ตราด 25 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนาเหนือ เขตบางนา
กรุงเทพมหานคร 10260

คลังสินค้า

เลขที่ 444/11-12 หมู่ 7 ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี สมุทรปราการ 10540

ทุนจดทะเบียน

170,254,253 บาท

ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว

166,092,744 บาท

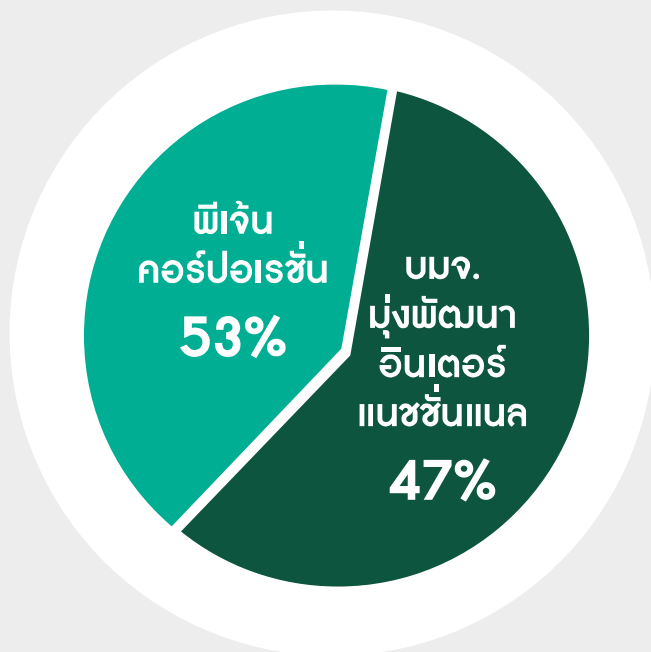
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้

หุ้นละ 1.00 บาท

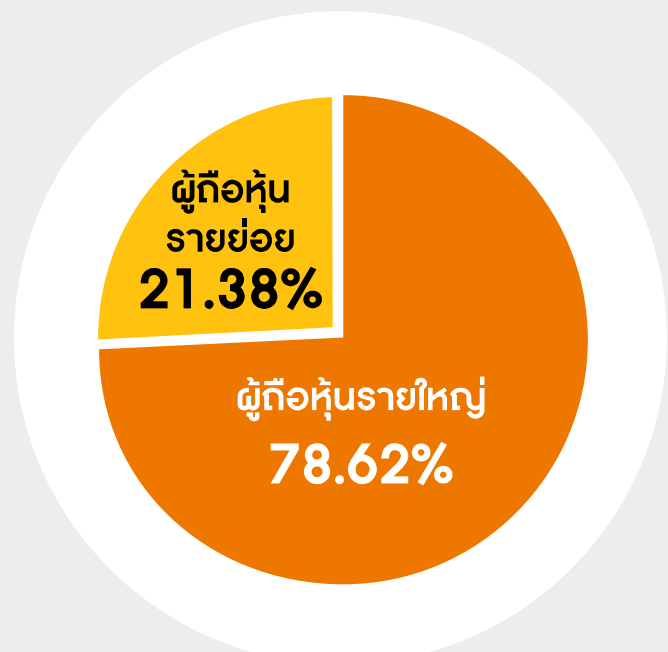
สัดส่วนการถือหุ้น

กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 10 รายแรก 78.62%

กลุ่มผู้ถือหุ้นรายย่อย 21.38%



สัดส่วนการถือหุ้น
บจ. ไทยพีเอฟไอ



สัดส่วนการถือหุ้น
บมจ. มุ่งพัฒนา อินเทอร์เน็ตแชนแนล
ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2561

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

ด้วยความเชี่ยวชาญและความชำนาญในการบริหารตราสินค้า และการมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศไทย ทำให้บริษัทฯ ได้มีการขยายธุรกิจด้านการจัดจำหน่าย โดยได้รับการแต่งตั้งให้ เป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการทำการตลาดในประเทศไทย กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนามส่งผลให้บริษัทฯ มีจำนวนสินค้าที่จัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นและมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันบริษัทฯ ประกอบธุรกิจใน 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่

1) กลุ่มธุรกิจภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (Ownbrand) ได้แก่

- 1.1 วีแคร์ (Vcare) ผลิตภัณฑ์สำลี ผ้าเช็ดทำความสะอาดผิวสำหรับผู้ใหญ่ แปรงสีฟัน และสบู่โฟมอาบน้ำ
- 1.2 ฟ็อกกี้ (Foggy) ผลิตภัณฑ์กระบอกฉีดน้ำ
- 1.3 สไมล์วี (Smile V) ผลิตภัณฑ์กระบอกฉีดน้ำ

2) กลุ่มธุรกิจตัวแทนจัดจำหน่าย (Distributor business)

ด้วยบริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในด้านการตลาดโดยจะบริหารแบรนด์หรือตราสินค้าที่บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายให้เป็นที่รู้จักและรักษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้คงความนิยมในผลิตภัณฑ์และตราสินค้าอย่างต่อเนื่องผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้ รวมถึงมีความชำนาญในด้านการจัดจำหน่ายโดยมีเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศทั้งร้านค้าสมัยใหม่หรือโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ร้านค้าแบบดั้งเดิม (General trade) หน่วยรถขายเงินสด (Cash Van) รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ อาทิ Food Service Solution, E-commerce เป็นต้น

3) กลุ่มธุรกิจร่วมค้า (Joint venture business)

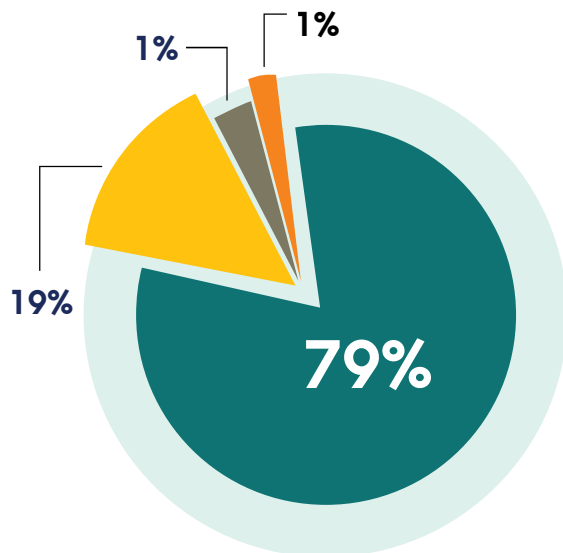
นอกจากการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคแล้วบริษัทฯ ยังมีกิจการร่วมค้ารวมทั้งสิ้น 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท ไทยพีเจ็น จำกัด (TP) บริษัท พีเจ็น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด (PIT) และ บริษัท โยชิโน มุ่งพัฒนา (ประเทศไทย) จำกัด (YMP) โดยมีสัดส่วนการร่วมลงทุนอยู่ที่ร้อยละ 47 ร้อยละ 2.5 และร้อยละ 6 ตามลำดับ ในการร่วมลงทุนดังกล่าวบริษัทฯ ได้รับประโยชน์จากการได้สิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่แต่ละบริษัทร่วมค้าแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย รวมถึงได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของเงินปันผล

บริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคโดยได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มหลัก ดังนี้

<p>กลุ่มสินค้าสำหรับแม่และเด็ก (Baby and mom)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • พีเจ้น (Pigeon) ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงประเทศญี่ปุ่นสำหรับแม่และเด็กทารกที่มีอายุระหว่าง 0-3 ปี • Splash About ชุดว่ายน้ำและอุปกรณ์ว่ายน้ำสำหรับทารกและเด็กเล็กจากประเทศอังกฤษ • ไออุ่น เซรัมอัญชัน สำหรับเด็ก และบาล์มบัวหิมะ
<p>กลุ่มสินค้าของใช้ประจำวัน และของใช้ในครัวเรือน (Personal care & house hold)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • วีแคร์ (V care) ผ้าเช็ดทำความสะอาด สำลีแผ่น สำลีก้อน สำลีก้อน • จอร์แดน (Jordan) ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปาก แปรงสีฟัน และไหมขัดฟัน • Tree herb ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรสมุนไพร • Hero ผลิตภัณฑ์ถุงขยะ ถุงซิป และถุงหิ้ว • มือกซ์การ์ด แผ่นแปะและสเปรย์ป้องกันยุง • มือกซ์ ครีมผสมสารสกัดจากธรรมชาติ ลดผื่นคัน รอยแผลเป็น ลมพิษ ผิวผด บวมแดง และรอยคล้ำ • โพลาร์ สเปรย์ น้ำหอมปรับอากาศกลิ่นยูคาลิปตัส • แพลนเต้ แชมพูปิดผมขาวเร่งด่วน ภายใน 5 นาที • ฟ็อกกี้ กระบอกฉีดน้ำสำหรับบรรจุน้ำหรือน้ำยา • สไมล์วี กระบอกฉีดน้ำเอนกประสงค์ • ดอกเตอร์เทมป์ แผ่นคลุมเจลช่วยระบายความร้อน ลดไข้ แก้ปวดศีรษะ • ไบโอวูแมน เซรัมบำรุงเส้นผม
<p>กลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม (Food and beverage)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ไอโยรา ยาน้ำแก้อาเจียน • บิ๊กฟุต ลูกอมรสบ๊วยและรสชาวาเดอร์ โลลี่ป๊อปขนมสำหรับเด็ก • แคล-อัส-ซ็อคโก ผลิตภัณฑ์เสริมแคลเซียมชนิดเม็ดเคี้ยว รสโกโก้ • อิมาลายา ซอลท์ เลมอน แคนดี้ ลูกอมมินท์ ผสมเกลือหิมาลายา • ไวต้า-ซี มีลตีฟรุต กัมมี่ ผสมวิตามินซี • Forest ผลิตภัณฑ์แยมผลไม้ สูตรจากประเทศอังกฤษ
<p>กลุ่มสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ (Senior)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mumu ผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมสำหรับผู้ใหญ่

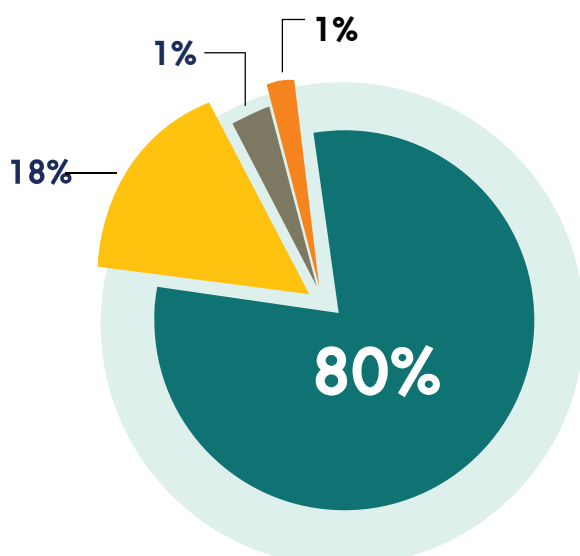
ปี 2561 บริษัทฯ มีผู้ผลิตและเจ้าของตราสินค้าได้ให้ความสนใจบริษัท ในการเป็นตัวแทน
จัดจำหน่ายสินค้า ได้แก่

บิกฟุต (Big Foot)	ลูกอมกลืนเลม่อน
ไออูน (Ai aoon)	เซรั่มอัญชัน
ฮิมาลายา (Himalaya)	ลูกอมรสมินท์ ผสมเกลือหิมาลายา
ไบโอวูเมน (Bio-Women)	เซรั่มบำรุงเส้นผม



สัดส่วนการขายจำแนก
ตามกลุ่มสินค้า 2560

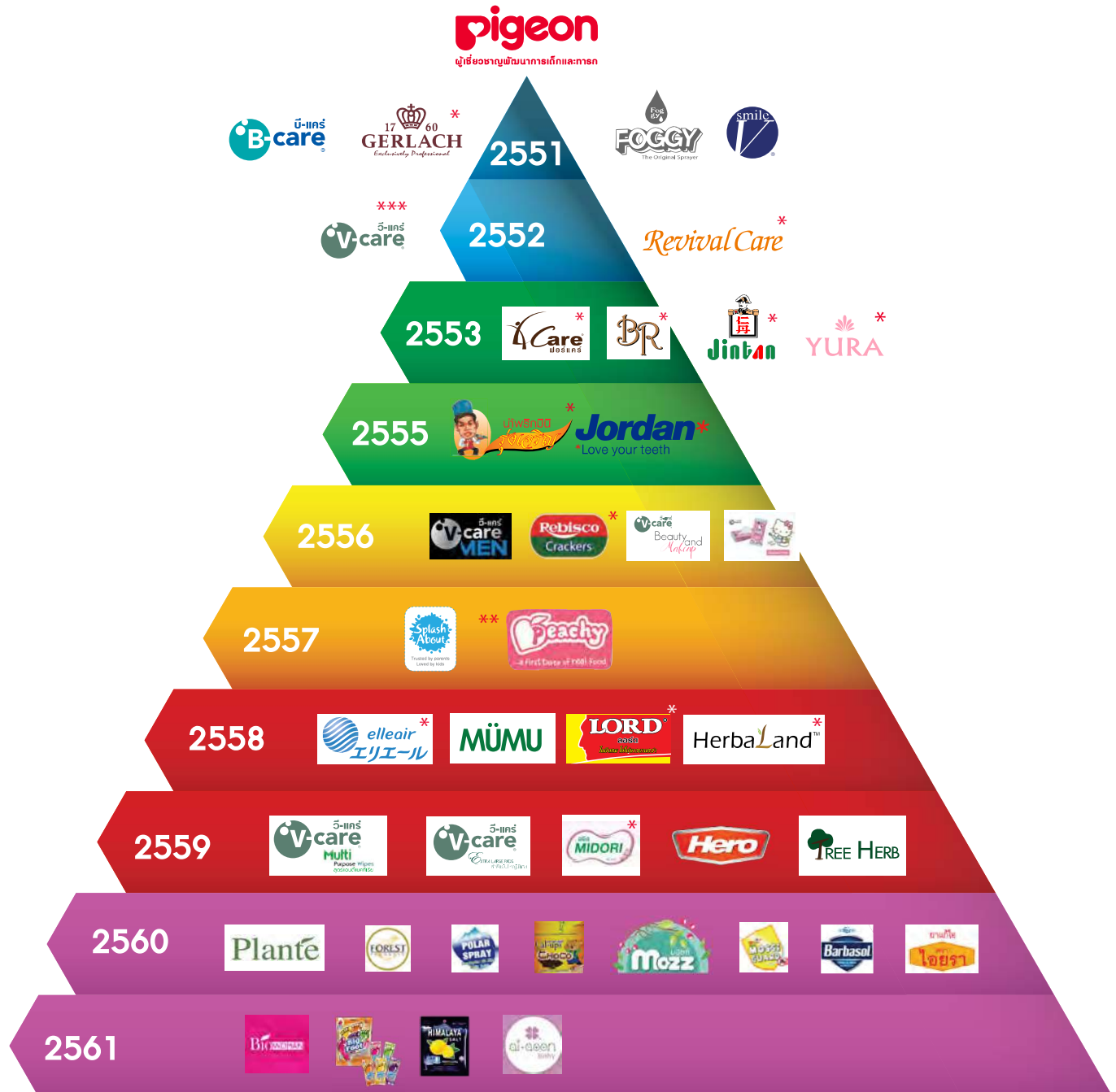
- Baby & Mom
- Personal care
- Senior
- Food & Beverage



สัดส่วนการขายจำแนก
ตามกลุ่มสินค้า 2561

- Baby & Mom
- Personal care
- Senior
- Food & Beverage

การผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ระหว่างปี 2551- 2561



* ยกเลิกการจัดจำหน่ายแล้ว

** Peachy จำหน่ายเฉพาะในประเทศกัมพูชา

*** B Care เปลี่ยนชื่อเป็น V Care

มุ่งพัฒนา...มุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (SUSTAINABLE FRAMEWORK)

บริษัทฯ มุ่งเป็นองค์กรที่เป็นเลิศด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และได้มาตรฐานทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยมีการยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง พร้อมดำเนินกลยุทธ์การสร้างคุณค่าร่วมระหว่างธุรกิจกับสังคม ด้วยการปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีและพัฒนาบุคลากร ให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้กรอบของกฎหมาย คุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อปณิธานในการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน พร้อมขับเคลื่อนธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้วยคุณค่า และวัฒนธรรมองค์กรที่มีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ เติบโตอย่างต่อเนื่องไปด้วยกันกับผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ทั้งคู่ค้า ลูกค้า ผู้ถือหุ้น นักลงทุน พนักงาน ตลอดจนสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม



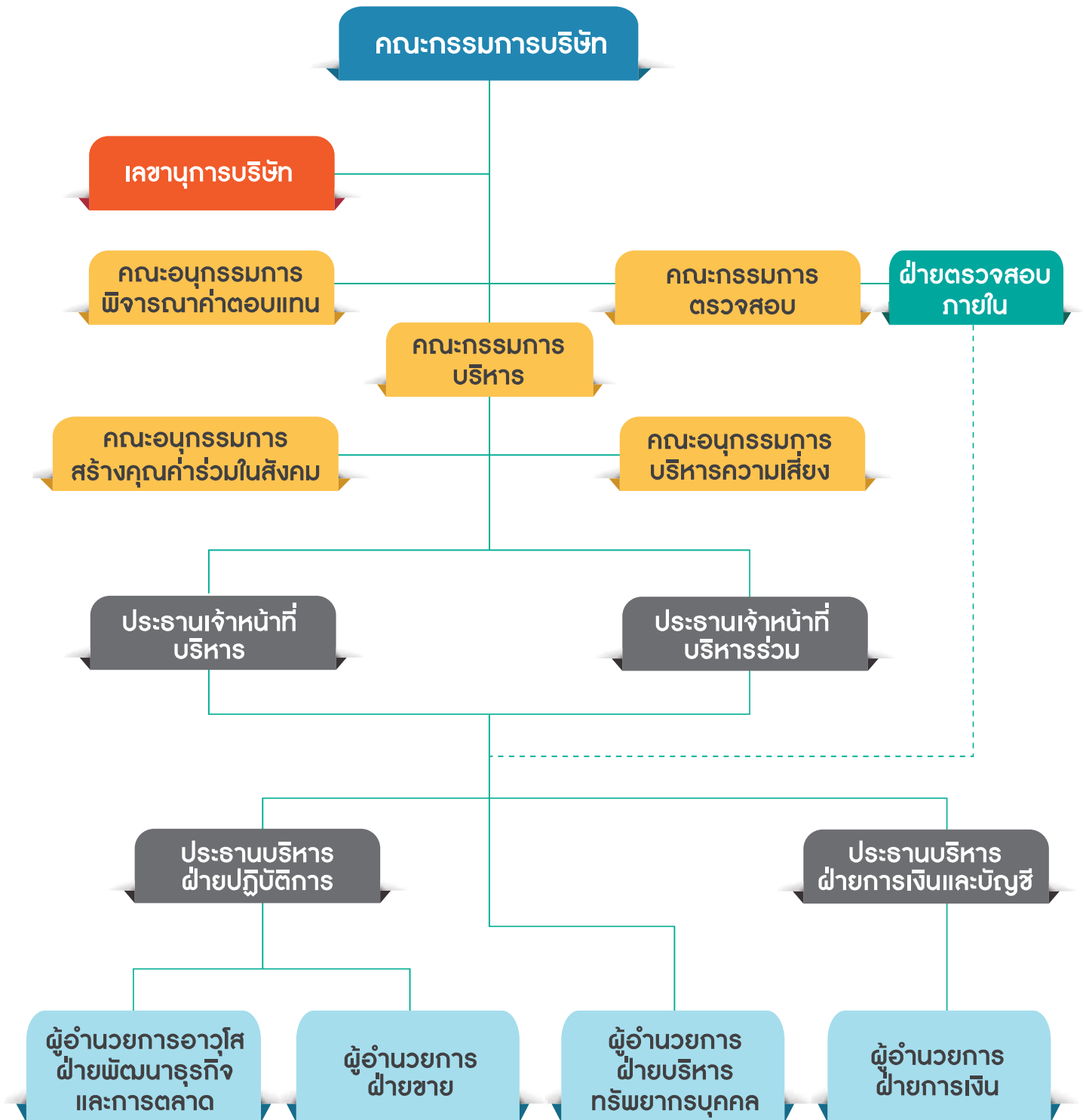
ตามกรอบการพัฒนาดังกล่าว บริษัทยังคงให้ความสำคัญโดยผนวกการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเข้าในโครงสร้างการบริหารดังนี้

โครงสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งดำเนินธุรกิจภายใต้คุณธรรม จริยธรรม และกรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี หลังจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้ประกาศใช้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 (Corporate Governance Code: CG Code) โดยมุ่งหวังให้บริษัทจดทะเบียนสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง รับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงสามารถรักษาการเติบโตและเป็นองค์กรธุรกิจที่มั่นคงและยั่งยืนได้

บริษัทฯ กำหนดให้การสร้างคุณค่าร่วมในสังคมเป็นหนึ่งในเป้าหมายการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ปี 2557 คณะกรรมการบริษัทฯ จึงได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการสร้างคุณค่าร่วมในสังคม (Creating Shared Valued Sub-committee) ซึ่งประกอบด้วยกรรมการและผู้บริหารจากฝ่ายต่างๆ เพื่อให้มีบทบาทนำในการขับเคลื่อนการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างบริษัทฯ สังคม ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ตลอดจนกำหนดนโยบาย ทิศทาง และแนวทางในการดำเนินการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมของบริษัทฯ โดยดำเนินการตามแผนงานและงบประมาณที่ได้รับและสื่อสาร รวมถึงส่งเสริมให้พนักงาน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ทราบผ่านคณะทำงานสร้างคุณค่าร่วมในสังคม (Creating Shared Value Working Team) และผลักดันให้ได้มีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าให้แก่สังคมและชุมชนร่วมกัน

โครงสร้างการบริหารจัดการ



คณะกรรมการสร้างคุณค่าร่วมในสังคม (Creating Shared Value Sub-committee)

คณะกรรมการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมประกอบด้วยกรรมการบริษัทฯ จำนวน 2 คน ผู้บริหาร 3 คน และพนักงาน 3 คน รวมทั้งหมด 8 คน โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นประธานคณะกรรมการฯ ที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านการสร้างคุณค่าให้กับสังคมเป็นไปอย่างเป็นรูปธรรม ปี 2561 มีการประชุมรวม 4 ครั้ง

1. คุณสุวรรณา โชคดีอนันต์	กรรมการ
2. คุณเมธิน เลอสุมิตรกุล	กรรมการ
3. คุณกิงกาญจน์ ตียะประเสริฐกุล	บริหาร
4. คุณพรพิมล สุวรรณขจิต	บริหาร
5. คุณอนุศาสตร์ สระทองเวียน	บริหาร
6. คุณจิตรนาถ บัวเจริญ	พนักงาน
7. คุณธีระพงษ์ สงเคราะห์	พนักงาน
8. คุณมะลิวรรณ เทียมทัน	พนักงาน

บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบ

- 1) กำหนดนโยบายทิศทาง และแนวทางในการดำเนินการสร้างคุณค่าร่วมในสังคม (Creating Shared Value : CSV) ของบริษัทฯ
 - 2) ดำเนินการสื่อสารให้พนักงานทุกระดับ คู่ค้า และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนรับรู้ เข้าใจ และเกิดความตระหนักในการสร้างคุณค่าร่วมในสังคม (CSV)
 - 3) จัดทำงบประมาณ ติดตามและประเมินผลงานตลอดจนการรายงานด้านการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมของฝ่าย/แผนกต่างๆ ในหน่วยงาน พร้อมทบทวนแผนงานและงบประมาณให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ
 - 4) ดำเนินการตามแผนงานและงบประมาณที่ได้รับอนุมัติ ทั้งนี้ อาจกำหนดบุคคล หน่วยงาน หรือมอบหมายให้ผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกในการดำเนินการแต่ละเรื่องก็ได้
 - 5) สนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยน ความรู้ ความสำเร็จ และประสบการณ์ด้านการสร้างคุณค่าร่วมในสังคม (CSV) ระหว่างหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกอย่างสม่ำเสมอ
 - 6) ประชุมคณะกรรมการและรายงานผลการดำเนินงาน ด้านการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมของบริษัทฯ ต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหารอย่างต่อเนื่อง
- โดยในแต่ละปี บริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ที่หลากหลายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้กรอบการดำเนินการเพื่อตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย สังคม/ชุมชน เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อหลักคือ การกำกับดูแลกิจการอย่างยั่งยืน, การดูแลทรัพยากรบุคคล, ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง, และ การเพิ่มคุณค่าทางสังคม สร้างการยอมรับจากชุมชน ที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและกำหนดเป็นมาตรฐานในการดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การกำกับดูแลกิจการอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ได้มีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีทุกปี เพื่อให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ นโยบาย และแนวปฏิบัติที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งรวมถึงนโยบายการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันที่บริษัทฯ ได้ประกาศเจตนารมณ์เข้าเป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน (CAC) ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายว่า บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และมุ่งสร้างคุณค่ากิจการอย่างยั่งยืน สามารถแข่งขันและปรับตัวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ โดยคำนึงถึงประโยชน์และความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ดังมีประเด็นที่บริษัทฯ ได้แยกออกมาเป็นมิติดังนี้

ประเด็นความยั่งยืน (Materiality)

บริษัทฯ จัดให้มีการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียหลักอย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้บริษัทฯ สามารถจัดลำดับความสำคัญด้านความยั่งยืนและกำหนดทิศทางการบริหารจัดการที่เหมาะสมได้ โดยการพิจารณาแบ่งเป็น 4 มิติ ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม/ชุมชน มิติสิ่งแวดล้อม และมิติผู้มีส่วนได้เสีย โดยประเด็นที่คัดเลือกมานั้นสอดคล้องกับเป้าหมาย กลยุทธ์ และการบริหารจัดการความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ครอบคลุมผลกระทบทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ ส่วนการจัดระดับความสำคัญของประเด็นความยั่งยืนจะพิจารณาจากโอกาสและผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร ระดับความสนใจและผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย



ประเด็นที่มีความสำคัญ	แนวทางในการบริหารจัดการ	ผลการดำเนินงาน
1.1 การสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า/พันธมิตร การขยาย/เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่งเสริม/สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีการจัดทำ Cost Saving Initiatives (CSIs) 	<ul style="list-style-type: none"> การเพิ่มคู่ค้า/สินค้าที่จัดจำหน่ายและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม/ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน สามารถลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้สูงกว่าแผนงานที่กำหนด
1.2 การบริหารจัดการความเสี่ยง	<ul style="list-style-type: none"> การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ การกำหนดแนวทางและมาตรการในการป้องกันและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงควบคุมและติดตามการบริหารความเสี่ยงให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด
1.3 นโยบายการต่อต้านคอร์รัปชัน	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำแผนการสื่อสารให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในนโยบายเป็นประจำทุกปี จัดทำนโยบายจัดซื้อจัดหาอย่างยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดเป็นหลักสูตรในการจัดปฐมนิเทศน์พนักงานใหม่ จัดอบรม/ทบทวนความรู้เกี่ยวกับนโยบายฯ ตามแผนงานที่กำหนด เข้าร่วมและหรือจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย เช่น การให้องค์ความรู้เรื่องการต่อต้านการทุจริตให้กับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ประกาศเจตนารมณ์เข้าเป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน (CAC)

1.1. การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

บริษัทฯ มุ่งดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยจัดให้มีช่องทางการสื่อสารและแสดงความคิดเห็นได้ตามความเหมาะสม และในการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement Analysis) บริษัทฯ ได้นำข้อมูลที่ได้จากการติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมาพิจารณาและปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างแท้จริง

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement Analysis)

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
พนักงาน - Employee	<ul style="list-style-type: none"> ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม ความมั่นคงและโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การพัฒนาความรู้ความสามารถต่อเนื่อง ได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> การจัดปฐมนิเทศพนักงาน การประชุมประจำปี และการให้ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะกรรมการสวัสดิการ 	<ul style="list-style-type: none"> การจัดปฐมนิเทศพนักงาน การประชุมประจำปี และการให้ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะกรรมการสวัสดิการ
ลูกค้า - Customer	<ul style="list-style-type: none"> สินค้าคุณภาพ ปลอดภัย และราคาเหมาะสม จัดส่งตามเวลาที่กำหนด หลากหลายข้อมูลผลิตภัณฑ์ และวิธีการใช้งานถูกต้อง ชัดเจน บริการหลังการขายที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Services) Call center กิจกรรมต่างๆ เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ การตอบข้อซักถาม รับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน การสำรวจความพึงพอใจลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งสินค้าที่มีคุณภาพตามกำหนดเวลา เปิดเผยข้อมูลสินค้าและวิธีการใช้งานถูกต้อง ชัดเจน รับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ จัดกิจกรรมส่งเสริมและให้ความรู้ลูกค้าสม่ำเสมอ
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 การรับฟังข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน 	<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 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจในการกรอบของกฎหมาย จรรยาบรรณธุรกิจ และจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับบริษัทคู่ค้า
สังคม/ชุมชน - Community/Social	<ul style="list-style-type: none"> การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน ให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของชุมชน มีกระบวนการดูแลรับเรื่องร้องเรียนอย่างเป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ การจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน การรับฟังข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน 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 กิจกรรมบริษัท จัดทะเบียนพบผู้ลงทุน (Opportunity Day) กิจกรรมพบนักลงทุน (Company Visit) การเปิดเผยข้อมูลผ่านระบบ SET Portal ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ นักลงทุนสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างผลกำไรและจ่ายเงินปันผลในอัตราที่เหมาะสม การกำกับดูแลกิจการที่ดี เปิดเผยข้อมูล ถูกต้อง เพียงพอ และทันเวลา
สถาบันการเงิน/เจ้าหนี้-Financial Institution/Creditor	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลง รายงานข้อมูลทางการเงินถูกต้อง จ่ายดอกเบี้ยและชำระเงินตามกำหนดเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมหารือร่วมกัน การเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานและรายงานทางการเงินต่างๆ การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามข้อตกลงทางการเงิน การชำระคืนเงินกู้และดอกเบี้ยตามกำหนดเวลา การปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ
หน่วยงานกำกับดูแล - Regulator	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบและประกาศที่เกี่ยวข้อง มีการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในที่เหมาะสม มีผลประกอบการที่ดี เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> เว็บไซต์/อีเมล การประกาศใช้กฎหมาย กฎระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้อง การประชุมหารือร่วมกัน การเข้าร่วมกิจกรรมสัมมนา และหลักสูตรต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ติดตามการเปิดรับฟังความคิดเห็นของหน่วยงานกำกับดูแล ปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแนวปฏิบัติที่ดี
สิ่งแวดล้อม - Environment	<ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ กิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานและใช้ทรัพยากรในสำนักงาน ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

1.2. การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า

ด้วยมุ่งหวังให้บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อและเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยไม่ส่งผลกระทบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า บริษัทฯ จึงได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียในจรรยาบรรณธุรกิจและจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับบริษัทคู่ค้า รวมถึงดูแลให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจดังกล่าวอย่างเคร่งครัด และเพื่อให้การขับเคลื่อนการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่ามีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ได้กำหนดให้การจัดซื้อจัดหาต้องปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้าง ตั้งแต่การคัดเลือกและตรวจสอบการดำเนินงานของคู่ค้า ประเมินศักยภาพ เปรียบเทียบราคา จนถึงการตัดสินใจจัดซื้อผลิตภัณฑ์/บริการ



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

หากพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของคู่ค้าหลักของบริษัทฯ จากมูลค่าการซื้อขายสินค้า/บริการแล้ว คู่ค้าหลักของบริษัทฯ คือ บริษัท ไทยฟิเจ้น จำกัด ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัทฯ กับฟิเจ้น คอร์ป (ประเทศญี่ปุ่น) และด้วยบริษัทฯ มีการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ฟิเจ้นจากผู้ผลิตรายอื่นด้วยทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้น คู่ค้าหลักของบริษัทฯ แท้จริงแล้ว คือ ฟิเจ้น คอร์ปซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าแม่และเด็กที่มีชื่อเสียงของประเทศญี่ปุ่นที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก ทั้งในภูมิภาคยุโรป อเมริกา แอฟริกา ตะวันออกกลาง และเอเชียแปซิฟิก ปัจจุบันฟิเจ้น คอร์ปผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับทารกและเด็ก ผลิตภัณฑ์สำหรับมารดาและผู้หญิง ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพในครัวเรือน รวมถึงอุปกรณ์การแพทย์อีกด้วย

1.3. นโยบายการจัดซื้อจัดหาอย่างยั่งยืน

ด้วยมุ่งดำเนินธุรกิจตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และการมีความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทฯ จึงกำหนดให้การพิจารณาเลือกบริษัทคู่ค้าต้องเป็นตามจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับบริษัทคู่ค้าและแนวปฏิบัติการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันของบริษัทฯ โดยฝ่ายจัดซื้อจะแจ้งให้บริษัทคู่ค้าลงนามรับทราบก่อนทำธุรกิจร่วมกัน และในขั้นตอนการจัดซื้อจ้างต้องถือปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้การสรรหาคู่ค้ามีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ โดยมีเกณฑ์การพิจารณาจากศักยภาพของคู่ค้า ต้นทุน คุณภาพ ปริมาณ การส่งมอบสินค้า/บริการที่ได้รับ รวมถึงการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐานสากลในด้านต่างๆ และเป็นไปตามกฎหมาย

นโยบายการคัดเลือกผู้ขายและผู้ให้บริการ

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

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดงาน Supplier Conference เป็นประจำทุกปี เพื่อต่อยอดแนวทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ กับบริษัทคู่ค้าและเป็นช่องทางในการสื่อสาร รับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อเสนอแนะจากคู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสียอื่น อาทิ คลังสินค้า และ Customs broker เป็นต้น รวมถึงหารือแนวทางการปรับปรุง/แก้ไขกระบวนการทำงานร่วมกันให้ดีขึ้นต่อไป

และตามทีบริษัทฯ ได้ประกาศเจตนารมณ์เข้าเป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน (CAC) แล้วนั้น ในปี 2561 ในงานประชุม Supplier Conference ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้เชิญชวน Supplier เข้าร่วมนโยบายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันฯ กับบริษัทฯ ด้วยความสมัครใจ ปรากฏว่ามี Supplier ที่เข้าร่วมฯ ทั้งหมดจำนวน



1.4. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้กำหนดกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้หลักปรัชญาการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ โดยเริ่มจากการกำหนดแผนกลยุทธ์ด้านความเสี่ยงที่ยอมรับได้ มีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว เพื่อนำไปปฏิบัติในทุกภาคส่วน มีการกำกับดูแลความเสี่ยงอย่างชัดเจน ตลอดจนมีการติดตามและรายงานให้ผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการบริษัทฯ ทราบเป็นประจำอย่างน้อยทุกไตรมาส เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทฯ สามารถป้องกันและลดความเสี่ยง รวมถึงความไม่แน่นอนที่จะกระทบต่อเป้าหมายและกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทฯ และฟื้นฟูการดำเนินงานให้สามารถกลับคืนสู่ภาวะปกติได้ในเวลาอันสั้น

สำหรับปี 2561 บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบสารสนเทศต่อเนื่องจากปีก่อน เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ลดต้นทุนการบริหารจัดการ และก้าวสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจในอนาคต โดยบริษัทฯ ได้จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงไว้ ดังนี้

1. ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risks)

1.1 ความเสี่ยงจากอัตราการเกิดของประชากรลดน้อยถอยลง

อัตราการเกิดของประชากรในประเทศมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา โดยลดลงจาก 702,755 คนต่อปีในปี 2560 เหลือเพียง 666,109 คนต่อปี ในปี 2561 และคาดว่า อัตราการเกิดของประชากรไทยยังมีแนวโน้มลดลง ซึ่งการลดลงของอัตราการเกิดของประชากรไทยส่งผลกระทบต่อปริมาณการซื้อสินค้าแม่และเด็กให้มีจำนวนลดลงตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าอัตราการเกิดจะลดน้อยลง แต่ความต้องการใช้สินค้าที่ดีมีคุณภาพ มีนวัตกรรมที่เหมาะสมกับคุณแม่ที่เป็นคนรุ่นใหม่และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อแม่และเด็กกลับมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ จึงได้มีการพัฒนาและจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีความหลากหลายครอบคลุมในทุกๆ ด้าน สามารถตอบสนองความต้องการของคุณแม่ยุคใหม่ที่ใส่ใจในคุณภาพ ความปลอดภัยและให้ความสำคัญต่อสุขอนามัยของลูกมากขึ้น ซึ่งเห็นได้จากการที่รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์แม่และเด็กเพิ่มขึ้นทุกปี และไม่มีผลกระทบจากการลดลงของอัตราการเกิด

1.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ได้รับการยอมรับในด้านการบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพ สินค้าอุปโภคบริโภคที่บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้าเครื่องใช้ประจำวัน อาหาร และเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง และมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องทุกปี ส่งผลให้การแข่งขันด้านการให้บริการจัดจำหน่ายหรือเป็นตัวแทนจำหน่ายสูงขึ้นตามไปด้วย บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการปรับตัวในภาวะตลาดที่มีการแข่งขันสูง ดังกล่าว ด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อตอบสนองต่อการเจริญเติบโตของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการขยายตลาด และเพิ่มยอดการจำหน่ายสินค้า รวมถึงการรองรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีแผนขยายธุรกิจของตนไปยังภูมิภาคอื่นเพิ่มขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะในกลุ่ม CLMV

บริษัทฯ จึงได้มีการพัฒนาและสรรหาสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้ตราสินค้าบริษัทฯ และกลุ่มบริษัทฯ ให้มากขึ้น ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายเพื่อรองรับสินค้าใหม่จากผู้ผลิตหรือเจ้าของสินค้า สร้างฐานลูกค้าให้มีความเหนียวแน่น สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีแผนงานด้านการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพและการปฏิบัติงานในพื้นที่ตามแผนที่กำหนด จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจของเจ้าของสินค้าที่มีต่อบริษัทฯ เพื่อใช้ในการปรับปรุงวิธีการทำงาน สามารถตอบสนองความต้องการของเจ้าของสินค้าได้เป็นอย่างดี สร้างเครือข่ายพันธมิตรด้าน CRM ให้บริษัทฯ เป็นที่รู้จัก และสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของตลาด พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้ใช้ประโยชน์ได้มากขึ้นและเหมาะสมกับธุรกิจของบริษัทฯ วางระบบการทำงานของคลังสินค้าให้เหมาะสมกับธุรกิจการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายทั้งในด้านประสิทธิภาพและต้นทุน

1.3 ความเสี่ยงจากการพึ่งพา พีเจ็น คอร์ป ซึ่งเป็นผู้ผลิตและเจ้าของตราสินค้าพีเจ็น

นอกจากการดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แม่และเด็กภายใต้ตราสินค้า “พีเจ็น” แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยมาตั้งแต่ปี 2531 แล้ว บริษัทฯ ยังได้ร่วมก่อตั้งบริษัท ไทยพีเจ็น จำกัด และบริษัท พีเจ็น อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้า “พีเจ็น” ให้บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวภายในประเทศอีกด้วย ที่ผ่านมาสัดส่วนรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ “พีเจ็น” มีสัดส่วนที่สูงเกินกว่าร้อยละ 80 ล่าสุดในปี 2561 บริษัทฯ มีสัดส่วนการขายสินค้า “พีเจ็น” ลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 79.5 แต่ก็ยังถือได้ว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ พึ่งพิงสินค้าตรา “พีเจ็น” พอสมควร แต่ด้วยความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นยาวนาน ประกอบกับยอดขายสินค้า “พีเจ็น” ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงได้รับความไว้วางใจจาก พีเจ็น คอร์ป ในการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้า “พีเจ็น” ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวแต่เพียงผู้เดียวในปี 2559 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ และ พีเจ็น คอร์ป อย่างไรก็ตาม การพึ่งพาพีเจ็น คอร์ป แต่เพียงอย่างเดียวอาจส่งผลกระทบต่อการเติบโตของกิจการในอนาคต บริษัทฯ จึงได้พัฒนาสินค้าใหม่ๆ ภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ เองซึ่งจะเห็นได้ว่าสัดส่วนการขายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยในปี 2561 มีสัดส่วนร้อยละ 12.1 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจให้บริการจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคภายใต้ตราสินค้าอื่นนอกเหนือจากสินค้าตรา “พีเจ็น” เพิ่มขึ้น

1.4 ความเสี่ยงจากการให้บริการด้านการจัดจำหน่ายสินค้า

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค โดยการซื้อสินค้าจากเจ้าของสินค้าเพื่อนำไปขายให้แก่ร้านค้าตามช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นตามห้างสรรพสินค้า ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ หรือร้านค้าย่อย ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด สินค้าที่บริษัทฯ ให้บริการด้านการจัดจำหน่ายเหล่านี้ บริษัทฯ และเจ้าของผลิตภัณฑ์มีการวางแผนร่วมกันในการจัดรายการส่งเสริมการขาย รวมทั้งผลักดันสินค้าให้เข้าสู่ร้านค้า บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการประสานงานกับเจ้าของสินค้าอย่างใกล้ชิด จัดทำข้อตกลงการให้บริการจัดจำหน่ายสินค้า รวมถึงบทบาทและหน้าที่ของแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน เพื่อให้การขายสินค้าเป็นไปตามเป้าหมายและได้ประโยชน์กันทั้งสองฝ่าย

2. ความเสี่ยงจากการปฏิบัติการ (Operational Risks)

2.1 ความเสี่ยงจากความล่าช้าในการสรรหาบุคลากรที่มีศักยภาพมาร่วมงานกับบริษัทฯ

จากการที่ประเทศไทยประสบกับภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ขาดการขยายการลงทุนในภาครัฐและเอกชนติดต่อกันมาเป็นเวลานาน ส่งผลกระทบต่อการผลิตบุคลากรที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ทำให้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์และคุณสมบัติที่เหมาะสมเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานมาก การสรรหาบุคลากรให้ได้อัตรากำลังคนตามโครงสร้างและผังองค์กรจึงค่อนข้างยากและใช้เวลาในการสรรหา และอาจส่งผลให้ธุรกิจขยายตัวไม่เป็นไปตามเป้าหมายหรือแผนงานที่กำหนด บริษัทฯ จึงได้วางแผนการสรรหาบุคลากรล่วงหน้า รวมถึงหาช่องทางในการสรรหาที่หลากหลาย เก็บประวัติผู้สมัครที่เคยมาสมัครงานไว้เป็นฐานข้อมูล เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการพิจารณาคัดเลือกบุคลากร ทั้งในกรณีทดแทนตำแหน่งงานเดิมหรือตำแหน่งงานใหม่ สำหรับหน่วยงานส่วนขยาย ขณะเดียวกันบริษัทฯ มีแผนพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่เป็นรายบุคคลให้มีศักยภาพและเพิ่มทักษะในงานที่ทำ เพื่อให้สามารถทำงานทดแทนหรือสนับสนุนส่วนงานอื่นที่ขาดกำลังคนได้ทันที มีการวัดช่องว่างทักษะของพนักงาน และจัดให้ได้รับการอบรม เพิ่มพูนความรู้ความชำนาญ เข้าใจในสินค้าและบริการของบริษัทฯ ตรวจสอบติดตาม วัดผลการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการหาพันธมิตรทางธุรกิจในการฝึกอบรมและสร้างนักศึกษาฝึกงานให้พร้อมบรรจุเป็นพนักงานได้ทันที

2.2 ความเสี่ยงจากการใช้บริการคลังสินค้าและจัดส่งจากผู้ให้บริการภายนอกเพียงรายเดียว

บริษัทฯ ใช้บริการคลังสินค้าและจัดส่งจากผู้ให้บริการภายนอกเพียงรายเดียวในการบริหารจัดการคลังสินค้า และจัดส่งของบริษัทฯ ทำให้สามารถควบคุมต้นทุนการจัดเก็บสินค้า, ค่าใช้จ่ายในการบริหารคลังสินค้า และค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม หากผู้ให้บริการคลังสินค้าไม่สามารถบริหารคลังสินค้า และจัดส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอ อาจส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการรับสินค้าของลูกค้าได้ และทำให้ต้นทุนในการบริหารสินค้าคงคลังและจัดส่งสินค้าสูงเกินความจำเป็น

บริษัทฯ จึงได้ควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการคลังสินค้าอย่างใกล้ชิด มีระบบการตรวจสอบข้อมูลการเคลื่อนไหวของสินค้าคงคลัง เพื่อให้มั่นใจว่า สินค้าไม่สูญหาย มีการกำหนด KPI วัดผลการทำงานของผู้ให้บริการคลังสินค้าให้เป็นไปตามข้อตกลง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการกับผู้ให้บริการคลังสินค้าและจัดส่งรายอื่นด้วย ทั้งด้านต้นทุน ประสิทธิภาพ ตลอดจนคุณภาพของงานที่คาดหวัง มีการสรรหาผู้ให้บริการคลังสินค้าและจัดส่งรายอื่นควบคู่ไปด้วย เพื่อป้องกันความเสี่ยงหากผู้ให้บริการรายเดิมไม่สามารถบริหารคลังสินค้าและจัดส่งให้บริษัทฯ ได้ หรือไม่มีประสิทธิภาพตามสัญญา มีการกำหนดกลยุทธ์ / นโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการบริหารคลังสินค้าและจัดส่งทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้ผู้ให้บริการคลังสินค้าและจัดส่งสามารถจัดทำแผนงานด้านการบริหารคลังสินค้าและจัดส่งที่เหมาะสม สอดคล้องกับนโยบายและแนวทางการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risks)

3.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

จากความผันผวนของค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2561 ส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อต้นทุนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศของบริษัทฯ เพื่อนำมาจัดจำหน่ายในประเทศ ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อส่วนแบ่งรายได้จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและรายได้เงินปันผลจากเงินลงทุนในบริษัทอื่น เนื่องจากบริษัทร่วมและบริษัทอื่นดังกล่าวประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ บริษัทฯ จึงได้มีการติดตามความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนในสกุลเงินสำคัญอย่างใกล้ชิด อีกทั้งยังมีนโยบายในการป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยจะทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าหากพบว่า แนวโน้มค่าเงินบาทจะอ่อนตัวลงเพื่อคุ้มครองความเสี่ยงดังกล่าว นอกจากนี้ ยังได้มีการสื่อสารกับบริษัทร่วมและบริษัทอื่น เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทเหล่านั้นได้มีมาตรการป้องกันความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนแล้วเช่นกัน

3.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืม

การทำสัญญากู้ยืมเงินระยะสั้นกับสถาบันการเงินของบริษัทฯ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้การเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจะกระทบโดยตรงกับต้นทุนการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการบริหารจัดการแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการใช้เงิน ด้วยการจัดหาแหล่งเงินทุนหรือเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เพื่อนำมาใช้กับธุรกรรมที่ต่างกันได้อย่างเหมาะสม รวมถึงได้ประสานงานกับสถาบันการเงินเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการใหม่ที่จะช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน และต้นทุนทางการเงินของบริษัทฯ ได้ ตลอดจนช่วยอำนวยความสะดวกให้การทำงานสะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น

ปี 2561 บริษัทฯ มีการบริหารจัดการกระแสเงินสดในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการบริหารสินทรัพย์ถาวรที่ดี มีการขายสินทรัพย์ถาวรที่ไม่ได้ใช้งาน ส่งผลต่อสภาพคล่องของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับเงินเพิ่มทุนจดทะเบียนจากการใช้สิทธิแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิในการซื้อหุ้นสามัญของผู้ถือหุ้นเดิม และมีการใช้สิทธิในการซื้อหุ้นสามัญของพนักงานหรือ ESOP จำนวนหนึ่ง ทำให้บริษัทสามารถลดปริมาณการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน โดยในปี 2561 บริษัทฯ สามารถชำระเงินกู้ยืมระยะสั้นทั้งหมด ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมได้อีกทางหนึ่ง

4. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risks)

4.1 ความเสี่ยงจากความซับซ้อนของข้อกำหนด กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ ระเบียบและวิธีปฏิบัติ

ในการประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ มีธุรกรรมนำเข้า-ส่งออกสินค้ากับต่างประเทศ การยื่นขอใบอนุญาตขายสินค้าประเภทอาหารและยา การยื่นขอใบอนุญาตมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ ตลอดจนระเบียบและวิธีปฏิบัติต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน อย่างไรก็ตาม มีการใช้ดุลยพินิจในการพิจารณาออกใบอนุญาต รวมถึงการตีความเอกสารคำขอและเอกสารประกอบที่แตกต่างกันของเจ้าหน้าที่ ทำให้การวางจำหน่ายสินค้าล่าช้า มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และไม่สามารถกำหนดระยะเวลาการดำเนินงานแล้วเสร็จที่แน่นอนได้

บริษัทฯ จึงดูแลให้มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับบริษัทคู่ค้าว่าด้วยการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ในกรณีที่พบว่ามีรายการค่าใช้จ่ายที่น่าสงสัย บริษัทฯ จะขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่กรมสรรพากร ผู้ชำนาญการด้านภาษีศุลกากร ผู้ชำนาญการด้านมาตรฐานอาหารและยา ผู้ตรวจสอบภายใน และผู้สอบบัญชี เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามขั้นตอนถูกต้อง ชำระภาษีครบถ้วน โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ และกำกับดูแลไม่ให้ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทฯ กระทำการใดที่สื่อไปในทางทุจริตกับเจ้าหน้าที่รัฐและเอกชนในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเด็ดขาด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อส่งเสริมการขายค่อนข้างมาก จึงอาจเกิดความเสี่ยงจากการนำส่งภาษีมูลค่าเพิ่มไม่ถูกต้อง ครบถ้วน บริษัทฯ จึงได้มีการกำหนดมาตรการป้องกัน โดยมีการประชาสัมพันธ์และจัดอบรมความรู้ความเข้าใจ รวมถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานให้กับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีการตรวจสอบของหน่วยงานตรวจสอบภายใน (Internal Audit) อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ มีการนำส่งภาษีมูลค่าเพิ่มได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน

1.5 นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ได้กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานและลูกจ้างของบริษัทฯ ปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและแนวปฏิบัติการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด โดยไม่กระทำการอันใดที่เป็นการเกี่ยวข้องกับการทุจริตและคอร์รัปชัน เพื่อประโยชน์ทางตรงหรือทางอ้อมของตนเอง ครอบครัว เพื่อน และคนรู้จัก ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะเป็นผู้รับ ผู้ให้ หรือผู้เสนอให้สินบน ทั้งที่เป็นตัวเงินหรือไม่เป็นตัวเงินแก่หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจหรือติดต่อด้วย

นอกจากนี้ บริษัทฯ จะไม่ให้การสนับสนุนใดๆ ต่อการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองของพรรคการเมือง และจะวางตัวเป็นกลาง ไม่ฝักใฝ่พรรคหรือกลุ่มทางการเมืองใด แต่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานสามารถใช้สิทธิในการมีส่วนร่วมหรือสนับสนุนกิจกรรมทางการเมืองได้ โดยต้องกระทำนอกเวลาทำการและไม่ใช้ในนามบริษัทฯ

การรับเรื่องร้องเรียน

เรื่องที่รับแจ้ง	ช่องทางการรับแจ้ง
<ul style="list-style-type: none"> พบเห็นการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือมีการดำเนินธุรกิจอย่างไม่ซื่อสัตย์สุจริต พบเห็นการกระทำทุจริตที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม พบเห็นการกระทำที่ผิดขั้นตอนตามระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ หรือมีผลกระทบต่อระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ จนทำให้สงสัยได้ว่า อาจจะเป็นช่องทางในการทุจริตและคอร์รัปชัน พบเห็นการกระทำที่ทำให้บริษัทฯ เสี่ยงผลประโยชน์กระทบต่อชื่อเสียงของบริษัทฯ พบเห็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย ผิดศีลธรรม และจรรยาบรรณธุรกิจ การแจ้งข้อเสนอนแนะ/ขอคำแนะนำ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) แจ้งผ่านช่องทางอีเมลของประธานคณะกรรมการตรวจสอบที่ ind.director@moongpattana.com 2) แจ้งผ่านช่องทางอีเมลของประธานเจ้าหน้าที่บริหารที่ suwanna@moongpattana.com 3) แจ้งผ่านช่องทางอีเมลของเลขานุการบริษัทที่ company.secretary@moongpattana.com <p>ในกรณีผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียนมีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ ขอให้ส่งเรื่องร้องเรียนมายังประธานคณะกรรมการตรวจสอบโดยตรง</p>
แนวปฏิบัติเกี่ยวกับมาตรการคุ้มครองและรักษาความลับ	แนวปฏิบัติกรดำเนินการสืบสวนและบทลงโทษ
<p>บริษัทฯ จัดให้มีมาตรการคุ้มครองบุคคลที่แจ้งเบาะแสและข้อมูลการทุจริตและคอร์รัปชันไว้เป็นความลับ โดยจะไม่เปิดเผยชื่อผู้แจ้งเบาะแสและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยจำกัดเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้</p> <p>ทั้งนี้ ผู้ได้รับข้อมูลจากการปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องร้องเรียน มีหน้าที่เก็บรักษาข้อมูล ข้อร้องเรียนและเอกสารหลักฐานของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ ห้ามเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลอื่นที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด</p>	<p>เมื่อได้รับการแจ้งเบาะแส คณะทำงานการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันจะเป็นผู้กลั่นกรองสืบสวนข้อเท็จจริง หรืออาจจะมอบหมายให้ตัวแทนเป็นผู้ดำเนินการ และให้รายงานผลการสืบสวนและความคืบหน้าให้ผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียนได้ทราบเป็นระยะ</p> <p>ทั้งนี้ หากการสืบสวนพบว่า มีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าผู้ที่ถูกกล่าวหาได้กระทำการทุจริตและคอร์รัปชันจริง บริษัทฯ จะเปิดโอกาสให้ผู้ถูกกล่าวหาได้พิสูจน์ตนเอง หากผู้ถูกกล่าวหาได้กระทำการทุจริตและคอร์รัปชันจริง จะต้องได้รับโทษทางวินัยตามระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานที่บริษัทได้กำหนดไว้ และหากการกระทำทุจริตและคอร์รัปชันผิดกฎหมายนั้น ผู้กระทำผิดอาจจะต้องได้รับโทษทางกฎหมายด้วย</p>

2. การดูแลทรัพยากรบุคคล

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและการปฏิบัติต่อพนักงาน ครอบคลุมถึงการให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรม มีตัวชี้วัดและการประเมินผลที่ชัดเจน มีการพัฒนาบุคลากรอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง รวมทั้งมีการส่งเสริมทักษะความรู้ จัดหาเครื่องมือ เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานตามหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานอย่างเคร่งครัด ดูแลให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ของตนด้วยความเคารพในสิทธิของพนักงานอื่นด้วย ภายใต้กฎระเบียบของบริษัทและการเสริมสร้างความสามัคคีในหมู่พนักงานผ่านกระบวนการดำเนินงานในหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น

2.1 พัฒนาบุคลากรอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ เชื่อมันมาโดยตลอดในเรื่องการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ จะเกิดขึ้นได้ต้องเริ่มจากการปูพื้นฐานความรู้ในหน้าที่หรืองานที่ได้รับมอบหมายให้ชัดเจน มีการสื่อสารทั้งระบบบนลงล่าง ล่างขึ้นบน และท้ายสุดคือการนำระบบเทคโนโลยีใหม่ๆ อันจะทำให้การปฏิบัติงานมีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมาเป็นปัจจัยร่วมเพื่อผลักดันทำให้ผลการดำเนินการเป็นไปตามเป้าหมายกำหนด

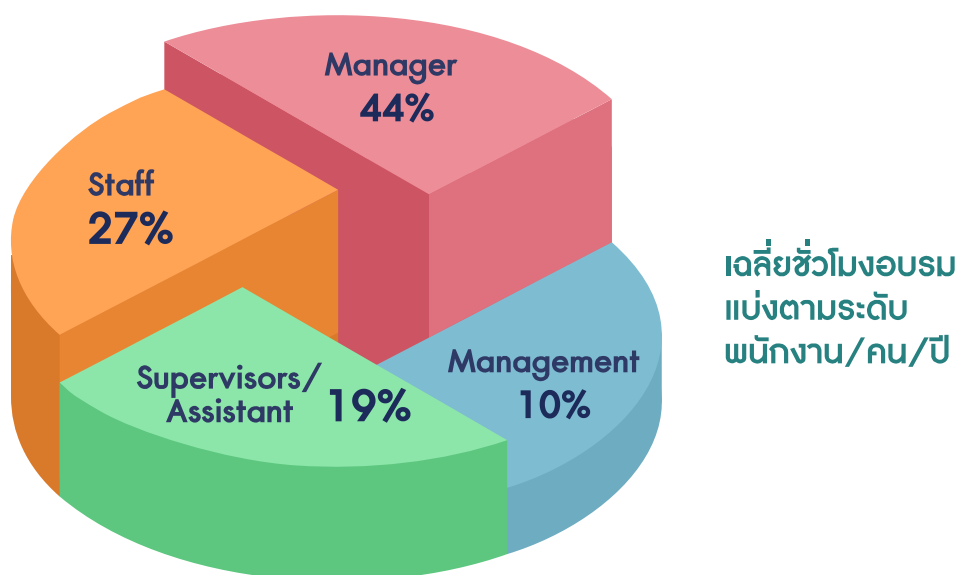
การทำงานตามหน้าที่ที่ตนเองได้รับมอบหมายให้งานเสร็จไปวัน ๆ นั้น อาจไม่เพียงพอและตอบโจทย์ต่อการทำงานในโลกยุคปัจจุบันที่การดำเนินธุรกิจต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วอยู่ตลอดเวลา บริษัทฯ จึงมีความคาดหวังให้คนทำงานต้องสามารถทำงานได้บนสภาพความไม่แน่นอนต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการเตรียมพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงในทุกเมื่อ และเรียนรู้ปัญหาที่เคยเกิดขึ้นในอดีต เพื่อรับมือป้องกันทุกสถานการณ์ได้เสมอ

เพราะบริษัทฯ เชื่อว่าคนทำงานยุคใหม่ต้องสร้างแรงจูงใจในการทำงานด้วยตนเอง เริ่มจากการรักในสิ่งที่ทำ ใส่ใจและใส่ใจกับการทำงานอย่างเต็มร้อย ไม่รอให้หัวหน้าหรือบุคคลอื่นมาคอยกำกับหรือสั่งการในสิ่งที่เราสมควรทำสมควรคิดได้ด้วยตัวเอง ต้องเข้าใจจุดประสงค์ที่แท้จริงของงาน และต้อง Proactive กับงานของตนเอง อยู่เสมอ เพื่อสร้างความแตกต่างและความก้าวหน้าในเส้นทางอาชีพของตนเอง ยกกระตือรือร้นให้กลายเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีค่าขององค์กร เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เดินหน้าสู่ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

โดยในแต่ละปีบริษัทฯ ได้มีการจัดทำแผนในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ทั้งในด้าน Growth Mindset การยกระดับภาวะผู้นำให้กับพนักงานในระดับผู้บังคับบัญชา และการเพิ่มทักษะความรู้ในการทำงาน เพื่อยกระดับความสามารถของพนักงานให้ตระหนักและเรียนรู้ในการพัฒนาตนเองให้มีทักษะที่เหมาะสมกับบทบาทและหน้าที่ที่ได้รับผิดชอบอันจะส่งผลให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนด และส่งผลให้แผนการพัฒนาด้านบุคลากรของบริษัทฯ สำเร็จได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ “การชนะใจลูกน้องได้ คือ ผู้นำที่ไวต่อความรู้สึกและความต้องการของลูกน้อง”

การฝึกอบรมพนักงาน	2561	2560	หน่วย
จำนวนพนักงาน	158	161	คน
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมต่อปี	3,280	4,446	ชั่วโมง
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมต่อคน	21	28	ชั่วโมงต่อคน
หลักสูตรการอบรมภายนอก	20	56	หลักสูตร
หลักสูตรการอบรมภายใน	13	11	หลักสูตร
ค่าใช้จ่ายในการอบรม	1,619,000	1,020,000	ล้านบาท
ค่าใช้จ่ายการอบรมต่อคน	10,247	6,335	บาท/คน/ปี

จากตารางแสดงผลการฝึกอบรมพนักงานจะเห็นว่าแม้อัตราชั่วโมงการอบรมเมื่อมองในภาพรวมลดลงจากปี 2560 แต่จะสังเกตเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการอบรมต่อคนเพิ่มขึ้นสูงถึง 62% หรือหากจะมองในอีกมิติที่ต่างจากเดิมคือเมื่อแบ่งตามระดับของพนักงาน จะเห็นได้ว่าชั่วโมงเฉลี่ยการฝึกอบรมต่อคนต่อปีของพนักงานเพิ่มขึ้นเท่าตัวตามระดับของพนักงานจนถึงระดับผู้บริหาร



นั้นแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ มีความตั้งใจในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเน้นการออกแบบหลักสูตรที่ได้รับการรับรองจากสถาบันชั้นนำและต้องเป็นหลักสูตรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการเพิ่มทักษะและประสิทธิภาพในการที่จะมีส่วนช่วยผลักดันให้พนักงานได้รับการพัฒนาทั้งในด้านทักษะการวางกลยุทธ์ การวิเคราะห์เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน รวมถึงหลักสูตรในด้านการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเองในการสร้างกรอบความคิดใหม่เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าทั้งจากภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในการบรรลุเป้าหมายของบริษัทฯ

โดยหลักสูตรสำคัญๆ ที่บริษัทฯ ได้จัดให้มีการอบรมภายในประจำปี 2561 มีดังนี้

● Strategic Thinking Workshop

เป็นหลักสูตรที่เน้นการพัฒนาทักษะผู้นำ (Leadership) ในด้านการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ Pr



● Performance Indicator Alignment Workshop

เป็นการจัด Workshop แบบ Cross Functional เพื่อให้ผู้บริหารในแต่ละส่วนงานมีความเข้าใจเพิ่มมากขึ้นในการปฏิบัติงานทั้งของส่วนงานที่ตนเองรับผิดชอบและของผู้ร่วมงานเพื่อให้เกิดความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน มุ่งที่จุดมุ่งหมายเดียวกัน



● Facet 5 Top Team Effectiveness

หลักสูตรนี้เป็นการเพิ่มทักษะของผู้นำในด้านการบริหารทีมให้มีประสิทธิภาพ โดยเพิ่มความรู้ความเข้าใจและทักษะในเรื่องของการบริหารทีม การบริหารคนในแต่ละประเภทเพื่อสามารถนำทีมให้มีประสิทธิภาพ บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด





● Effective Meeting & Conflict Management

การลดข้อโต้แย้ง การจัดการกับอุปสรรคต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานหรือระหว่างการประชุม เป็นการร่วมกำหนดข้อตกลงระหว่างทีมเพื่อสามารถบริหารเวลาในการดำเนินกิจกรรมต่างได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระชับฉับไวและทันต่อสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

● Be Proactive the power to success

หลักสูตรนี้จัดสำหรับพนักงานระดับปฏิบัติการจนถึงระดับหัวหน้างาน เพื่อเน้นการสร้างพลังบวกในการทำงาน ฝึกทักษะการคิดในหลากหลายมิติ การมองต่างมุม ในกรณีเผชิญปัญหาให้นำปัญหามาเป็นตัวแปรเพื่อสร้างพลังให้กับตนเองและเพื่อแผ่พลังงานบวกให้ผู้ร่วมงาน



● การช่วยชีวิตขั้นพื้นฐานด้วย CPR

เป็นหลักสูตรที่บริษัทฯ จัดให้พนักงานทุกระดับได้เรียนรู้วิธีการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐานกรณีประสบเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ สามารถนำไปช่วยบุคคลใกล้ชิดหรือผู้อื่นเมื่ออยู่ในสถานการณ์นั้นๆ ได้



2.2. สานสัมพันธ์วัฒนธรรมองค์กร

“ความรัก ความผูกพันในองค์กร” เป็นตัวสานความเป็นหนึ่งเดียวกันขององค์กรและเป็นกุญแจสำคัญที่หลายๆ บริษัทหยิบยกขึ้นมาเป็นประเด็นโดยวัดจากผลสำรวจความพึงพอใจประจำปี หากแต่ผลสำรวจความพึงพอใจที่มีคะแนนสูง วัดได้เพียงเชิงปริมาณ ไม่ได้สามารถเพิ่มผลผลิตภาพในองค์กรเท่าที่ควร หรือบางองค์กรกลับไม่สามารถสร้างความไว้วางใจให้กับพนักงานได้ การสร้างความผูกพันไม่ใช่แค่ความรู้สึกพึงพอใจ รู้สึกรักหรือ อยากอยู่กับองค์กรให้นานที่สุด แต่ยังหมายรวมถึงการสร้างความรู้สึกอยากร่วมเดินไปกับองค์กร เสมือนเป็นเจ้าของธุรกิจร่วมกัน

ในปี 2561 ที่ผ่านมามุ่งพัฒนายังคงมุ่งมั่นใส่ใจในสิ่งเล็กๆ เพื่อจุดประกายความรู้สึกของพนักงาน ด้วยการสรรสร้างสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานให้รู้สึกเหมือนอยู่บ้านทุกครั้งที่มาทำงาน จัดกิจกรรมสนทนากลุ่มต่างๆ ในแบบฉบับ MPI เพื่อหล่อหลอมให้เกิดเป็นวัฒนธรรมภายในองค์กร ทั้งนี้ กิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ จะมีคณะกรรมการสวัสดิการ ซึ่งเป็นพนักงานที่ผ่านการเลือกตั้งมาเป็นตัวแทนในการจัดทำกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ ซึ่งพนักงานที่ได้รับการเลือกตั้งจะมาจากหลากหลายหน่วยงานภายในองค์กรเพื่อเป็นกระบอกเสียงและพลังขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กรให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งคณะกรรมการสวัสดิการที่ได้รับเลือกจะมีวาระในการทำงานสลับหมุนเวียนทุกๆ 2 ปี

ซึ่งนอกจากเป็นการอนุรักษ์และรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามไว้ เหนืออื่นใดคือการสร้างความสัมพันธ์อันดีที่ต้องการให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ และเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจรวมทั้งพัฒนาสภาพแวดล้อม พัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน เพื่อจะได้เป็นกลไกสำคัญในการผลักดันให้องค์กรก้าวไปสู่ความสำเร็จได้ โดยกิจกรรมสำคัญต่างๆ มีดังต่อไปนี้





● เทศกาลแห่งความรัก

เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2561 คณะกรรมการสวัสดิการได้จัดกิจกรรม “14 กุมภาพันธ์ เรื่องของความรักที่ไม่ได้มีแค่คนสองคน” ให้กับพนักงานในบริษัทฯ โดยการย่อนวันวานนำสตีกเกอร์รูปหัวใจไปติดไปมอบให้กับคนที่ใช่คนที่ชอบ เพื่อแสดงความรัก ความขอบคุณ สร้างความสนุกสนานและประทับใจให้กับพนักงานเป็นอย่างมาก

● งานทำบุญบริษัท

เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2561 บริษัทฯ ได้นิมนต์พระพรหมมณี ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดบวรนิเวศวิหารมาเจริญพระพุทธมนต์ และประกอบพิธีทางศาสนา นับเป็นโอกาสดีสำหรับคณะผู้บริหารและพนักงานมุ่งพัฒนาฯ ทุกคนที่ได้เข้าร่วมรับศีลรับพรจากพระพรหมมณี



● งานสงฆ์และรดน้ำดำหัว

วัน “มหาสงกรานต์” หรือ วันเริ่มต้นปีใหม่ ของชาวไทยทุกคน เป็นเทศกาลที่ทางบริษัทฯ จัดให้มีขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยมีคณะกรรมการสวัสดิการซึ่งเป็นตัวแทนพนักงาน เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมในแต่ละปี และในปีที่ บริษัทฯ กำหนดให้จัดขึ้นในวันที่ 3 เมษายน 2561 ภายใต้ชื่องาน “มุ่งพัฒนาฮาเฮ บุปเพอลาวาด” เชิญชวนพนักงานร่วมกันแต่งชุดไทย อิงกระแสน้ำพระและรดน้ำขอพรจากผู้บริหารและผู้สูงอายุภายในบริษัทฯ เพื่อขอสิขพรตามประเพณี





● งานวันเกิดพนักงาน

ส่งมอบความรัก ความสุข ความสดใสให้กับพนักงานที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือน...ทุกคนตั้งตารอวันสำคัญของตัวเองกันทุกๆ เดือน



● งานวันคริสมาส

ส่งมอบความสุขส่งท้ายปีเก่า ให้พนักงานทุกๆ คน ด้วยต้นคริสมาสต์ ของขวัญเล็กๆ น้อยๆ เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจให้พนักงาน กิจกรรมสร้างสรรค์โดยคณะกรรมการสวัสดิการ



● วันแม่แห่งชาติ

คณะกรรมการเล็งเห็นถึงความสำคัญของวันแม่แห่งชาติ จึงได้จัดกิจกรรมให้พนักงานในบริษัทฯ ได้บอกรักแม่ โดยการทำการ์ดและเขียนอวยพรเนื่องในวันแม่ เพราะความรักของแม่ถือว่าเป็นความรักที่บริสุทธิ์ เป็นผู้เสียสละความสุขส่วนตนเพื่อลูก ๆ คอยดูแลเอาใจใส่และประคับประคองลูกจนเติบโตใหญ่



2.3. สื่อสาร สร้างสรรค์ กระชับความสัมพันธ์ในองค์กร

การสื่อสารภายในองค์กรแบบไหนจะเหมาะสมที่สุด เป็นคำถามที่ทุกบริษัทฯ กำลังเผชิญอยู่ในขณะนี้ เนื่องด้วยสถานการณ์ในปัจจุบันคนทำงานรุ่นใหม่รับข้อมูลจากสิ่งที่อยู่รอบตัว เกลียดความจำเจ-ชอบความเสี่ยง-ความท้าทาย-ชอบลองสิ่งใหม่ รับกระแสความสนใจใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ขึ้นเร็ว-ลงเร็วการใช้ชีวิตเป็นการตามหาความฝันมากขึ้น และต้องตอบสนองให้ได้ และในสภาวะการแข่งขันสูงและสถานการณ์เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้ทุกบริษัทฯ ต้องสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนต่อพนักงาน ที่เป็นการบอกข้อเท็จจริงที่เป็นรูปธรรม ไม่ใช่นามธรรม รู้ความสำเร็จของงาน เป้าหมายที่ชัดเจนและการที่องค์กรพร้อมให้ความช่วยเหลืออย่างทันทีและใกล้ชิด

ซึ่งการรู้จักและเข้าใจคนในองค์กร บริษัทฯ ต้องไม่เพียงแค่รู้จักแต่ต้องเข้าใจพนักงานของตนเองด้วย ทั้งพฤติกรรม ทักษะ ความสนใจ รูปแบบการใช้ชีวิต สร้างการเรียนรู้ให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ออกแบบเครื่องมือวิธีการที่สอดคล้องระหว่างเป้าหมายขององค์กร กับลักษณะของงาน ความสนใจ รูปแบบการใช้ชีวิต รู้ว่าควร “ทำ” หรือ “ไม่ทำ” อะไร การส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ หรือการบอกว่าไม่ควรทำอะไรนั้นควรมีเหตุผลมาอธิบายไม่ห้ามแต่บอกผลเสียให้ทราบ กระตุ้นให้เกิดการสื่อสารระหว่างกันในช่วงเวลาที่เหมาะสม

สิ่งที่ต้องทำอย่างสม่ำเสมอก็คือต้องกระตุ้นให้คนในองค์กรสื่อสารในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ให้ องค์กรต้องเปิดใจและใจกว้างพอที่จะรับฟัง เปิดรับความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ หรือสนใจต่อประเด็นที่จะเป็นปัญหาในอนาคต หมั่นสำรวจข้อมูลและติดตาม ทั้งการช่วยกันดูแล มีการชื่นชม หรือแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นโดยรูปแบบการสื่อสารของมุ่งพัฒนาที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องมีหลากหลายรูปแบบ มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้แน่ใจว่าช่องทางการสื่อสารสามารถเข้าถึงพนักงานได้รวดเร็วและตอบสนองความต้องการของพนักงานได้ทันทั่วทั้ง อาทิเช่น

- การจัดทำกลุ่ม line@ ในมือถือเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว โดยเฉพาะพนักงานที่ต้องปฏิบัติงานนอกสถานที่
- การแจ้งข่าวสารต่างๆ ผ่านทางอีเมล หรือ ผ่านช่องทาง face book: hr@moongpattana.com
- การจัดงานงานประชุมใหญ่ประจำปีของบริษัทฯ เป็นการแจ้งและรายงานความเคลื่อนไหวแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงผลประกอบการของบริษัทฯ ให้พนักงานได้รับทราบ โดยจะมีการแยกประเภทการประชุมออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ Corporate Meeting และ Sales Conference Meeting

นอกจากนี้ยังรวมถึงการจัดกิจกรรมอื่นในคราวเดียวกัน อาทิ เช่น การจัดกิจกรรมการสร้างทีม





(Team Building) การจัดอบรมให้ความรู้ทั้งแบบเฉพาะทางหรือหลักสูตรเชิงสร้างสรรค์ กระตุ้นและโน้มน้าวใจ และรวมถึงการจัดทำแบบทดสอบเพื่อทบทวนความรู้ในเรื่องของ Code of Conduct, Corporate Governance และ Anti-Corruption เป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งนอกจากการสื่อสารให้พนักงานได้รับทราบข่าวสารแล้ว บริษัทฯ ต้องสื่อสารให้กับผู้บริโภครเพื่อตอบสนองความต้องการให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดด้วยเช่นกัน

2.4. เสริมสร้างทัศนคติ การเป็นผู้ให้

นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนพนักงานด้วยกันระหว่างพนักงานกับองค์กร เพื่อให้เกิดความรักสามัคคีแล้วนั้น บริษัทฯ มุ่งเน้นและให้ความสำคัญในการส่งเสริมพนักงานให้ตระหนัก

และมีความเข้าใจในคำว่า “ให้” พร้อมสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วยเหลือสังคมในการบริจาคและเป็นผู้ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้บริจาคผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า ฟิชชั่น ให้กับมูลนิธิและโรงพยาบาลทั้งภายในกรุงเทพมหานครและโรงพยาบาลต่างจังหวัด ดังนี้



นอกจากนี้ยังได้มีการส่งผลิตภัณฑ์บริจาคให้กับโรงพยาบาลยุพราชปัว อำเภอปัว จังหวัดน่าน ผ่านทางเจ้าหน้าที่ทหารหน่วยอาสาพัฒนาพื้นที่ 3



2.5. สร้างเสริมเครือข่ายทางสังคม

ตามที่บริษัทฯ ได้ร่วมลงนามใน MOU กับมหาวิทยาลัยชั้นนำต่างๆ ในโครงการรับนักศึกษาเข้าฝึกงานกับบริษัทฯ ตั้งแต่ปี 2556 จนถึงปัจจุบันนั้น วัตถุประสงค์สำคัญที่บริษัทให้การสนับสนุนโครงการดังกล่าวอย่างต่อเนื่องนั้น นอกจากการเสริมสร้างเครือข่ายทางสังคมกับทางมหาวิทยาลัยแล้ว บริษัทฯ ตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญที่ส่งผลให้กับพนักงานโดยตรงให้ได้รับการพัฒนาทักษะในการเป็นผู้ให้ และการเป็นผู้รับได้ในเวลาเดียวกัน ซึ่งสามารถสรุปออกมาได้ 4 ประเด็นสำคัญๆ ดังนี้

1. การมีผู้ช่วยคนสำคัญ

นักศึกษาฝึกงานที่หลายคนละเลย อาจกลายเป็นผู้ช่วยคนสำคัญ ที่ช่วยให้งานบางอย่างสำเร็จได้รวดเร็วมากขึ้น ไม่ใช่ว่าพนักงานจะมีความรู้ความสามารถในทุกด้าน นักศึกษาฝึกงานที่มองว่าเป็นเพียงนักศึกษา ไม่เคยมีประสบการณ์การทำงานมาก่อน จริง ๆ แล้วเขาอาจมีความสามารถอะไรบางอย่างที่ช่วยแบ่งเบาภาระการทำงานหรือช่วยให้พนักงานทำงานออกมาสำเร็จได้อย่างราบรื่นมากขึ้นก็ได้

2. พนักงานได้รับความรู้ และมุมมองที่แปลกใหม่

ทุกครั้งที่พนักงานมีโอกาสได้คุยเรื่องธุรกิจ หรือการทำงาน กับคนอื่น ๆ นอกเหนือจากคนในองค์กร หรือคนที่ต้องทำงานร่วมกันเป็นประจำ จะทำให้พนักงานได้เรียนรู้มุมมองใหม่ ๆ ทั้งที่ไม่เคยรู้หรือไม่ถนัด รวมถึงได้แนวคิดอะไรใหม่ ๆ อยู่เสมอ

3. พนักงานได้พัฒนากิจกรรมด้านการเป็นผู้นำ

การมีนักศึกษาฝึกงานอยู่ในบริษัท นับเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานได้ทำความรู้จัก พูดคุย และสอนงาน นักศึกษาฝึกงานเหล่านั้น ซึ่งการที่พนักงานมีโอกาสดำเนินที่ปรึกษา และสอนงานนักศึกษาฝึกงานนั้นเป็นสิ่งที่มีความประโยชน์ต่อทั้งบริษัทและตัวเด็กเอง การที่พนักงานมีโอกาสดำสอนนักศึกษาฝึกงานในการทำงานแต่ละขั้นตอนจนกระทั่งงานออกมาสำเร็จได้ จะเป็นการช่วยพัฒนาทักษะด้านการเป็นผู้นำที่ดี และทักษะการสื่อสารให้กับพวกเขา ซึ่งเป็นที่รู้กันดีอยู่แล้วว่าเป็นทักษะที่สำคัญมากในการทำงาน และการทำให้บริษัทเจริญก้าวหน้าได้อย่างดี

4. บริษัทฯ ได้พนักงานประจำที่มีความสามารถ

แทนที่จะจ้างพนักงานใหม่ที่คุ้นเคยร่วมงานด้วยมาทำงาน ทำไมถึงไม่จ้างคนที่เคยฝึกงานกับคุณ เคยเรียนรู้ระบบการทำงาน และวัฒนธรรมบริษัทของคุณแล้วแทน เพราะช่วงที่เขามาฝึกงาน ก็เปรียบเสมือนช่วงทดลองงาน มันเป็นเวลาที่ดีที่คุณจะได้ทดสอบว่าเด็กที่บริษัทรับมาฝึกงานนั้นมีความสามารถมากแค่ไหน เข้ากับคนในทีมได้หรือไม่ และหากบริษัทแน่ใจว่าความสามารถและลักษณะนิสัยของเขาเหมาะที่จะทำงานอยู่ในองค์กร ก็สามารถพูดคุยและเสนอให้เขาเข้ามาทำงานหลังจากจบการศึกษาได้ทันที โดยที่บริษัทไม่ต้องเสียเวลามองหาพนักงานใหม่ และไม่ต้องเสี่ยงว่าเขาจะทำงานออกมาได้ดีหรือไม่ โดยในแต่ละปีจะมีนักศึกษาที่ได้รับพิจารณาให้ทำงานร่วมกับบริษัทฯ หลังจากการฝึกงานเสร็จสิ้น ซึ่งถือเป็นความสำเร็จอีกหนึ่งระดับสำหรับการจัดโครงการดังกล่าว

นอกจากนั้น ในปี 2561 ที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้รับพิจารณารางวัลสถานประกอบการสหกิจศึกษาดีเด่น ประจำปี 2561 จากวิทยาลัยเซารัสสรวงกอก ซึ่งเป็นการพิจารณาจากหลากหลายบริษัทฯ ที่ได้ตอบรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน โดยคุณสมบัติของสถานประกอบการที่ได้รับคัดเลือกนั้น ต้องมีความพร้อมตรงตามมาตรฐานของวิทยาลัยกำหนด อาทิเช่น มีนโยบายโครงสร้างในการจัดสรรทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานสหกิจอย่างต่อเนื่อง มีกระบวนการคัดเลือกนักศึกษาที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น



2.6. สร้างเสริมความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการปฏิบัติงาน

ด้วยบริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพ ความปลอดภัย และคุณภาพชีวิตของพนักงานทุกคน จึงได้จัดทำนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้พนักงานปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบของตนด้วยความปลอดภัยเพราะถือว่าพนักงานทุกคนเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ายิ่งของบริษัทฯ โดยการจัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ ตลอดจนสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมกับสภาพงาน รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานได้ตระหนักถึงอันตรายต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในขณะทำงาน แนะนำและแจ้งให้ทราบถึงสาเหตุและวิธีการป้องกัน

นอกจากนี้ บริษัทฯ จะดูแลให้มีการยกระดับและพัฒนาสภาพแวดล้อมภายในบริษัทฯ ให้มีความปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ รวมถึงสนับสนุนให้มีการทบทวนและจัดกิจกรรมความปลอดภัยต่างๆ เพื่อปลูกจิตสำนึกของพนักงานให้ปฏิบัติงานตามกรอบนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นกิจวัตร ไม่ฝ่าฝืนหรือละเลยการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว ซึ่งอาจถูกพิจารณาโทษตามระเบียบของบริษัทฯ

2.7. ส่งเสริมการเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชนและตระหนักถึงคุณค่าของความเป็นมนุษย์อย่างเท่าเทียมกัน จึงได้กำหนดไว้ทั้งในจรรยาบรรณธุรกิจและจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับบริษัทคู่ค้า โดยกำหนดให้บริษัทฯ ปฏิบัติต่อพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา ภาษา สีผิว เพศ อายุ การศึกษา สภาพร่างกาย หรือสถานะทางสังคม

การดูแลพนักงานของบริษัทฯ เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกเข้ามาเป็นพนักงาน การพิจารณาผลตอบแทน การแต่งตั้ง การโยกย้าย ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ ยังดูแลไม่ให้เกิดการดำเนินธุรกิจใดๆ ของบริษัทฯ เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน ด้วยการดูแลให้บริษัทคู่ค้าปฏิบัติตามกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชนทั้งในระดับประเทศและระดับสากลอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะเรื่องของการจ้างแรงงานเด็กหรือการบังคับใช้แรงงาน ทั้งนี้ ในปี 2561 ไม่มีรายงานหรือการร้องเรียนเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ และบริษัทคู่ค้าแต่อย่างใด

3. ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และบริการที่ดี เพื่อสร้างความพึงพอใจ และความผูกพันแก่ลูกค้า ครอบคลุมถึงการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้กำหนด นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและส่วนรวมอย่างยั่งยืน ครอบคลุมถึงการรักษาสีเงแวดล้อม สังคม และชุมชนในท้องถิ่นที่บริษัทฯ ประกอบกิจการอยู่ ดังตัวอย่างเช่น

3.1 ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ Product Responsibility

ด้วยบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ให้บริการด้านการตลาดและจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงต้องให้ความสำคัญตั้งแต่การคัดเลือกคู่ค้า ได้แก่ บริษัทเจ้าของสินค้า บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้าสินค้า บริษัทผู้รับจ้างผลิต และบริษัทผู้รับจ้างประกอบสินค้า จนถึงกาเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การใช้งานและการเก็บรักษาที่ถูกต้อง ไม่กล่าวอ้างเกินจริงอันอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดได้

ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ (Ownbrand)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับผู้บริโภคผ่านทางผลิตภัณฑ์ ด้วยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ รวมถึงสรรหานวัตกรรมใหม่ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัยและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายได้
ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพปลอดภัย มีการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และมีการรับประกันสินค้า หากสินค้าชำรุด เสียหายหรือไม่ได้มาตรฐานอันเนื่องมาจากการขนส่งหรือเหตุอื่นใด สามารถแจ้งมาที่ Call Center โทร 02 020 8989
การเปิดเผยข้อมูลกำกับผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ จัดให้มีการแสดงข้อมูลบนฉลากผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์เป็นไปตามหลักสากลและตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง รวมถึงแสดงเครื่องหมายรับรองคุณภาพมาตรฐานต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค
อายุผลิตภัณฑ์ (Shelf Life)	<ul style="list-style-type: none"> การกำหนดอายุผลิตภัณฑ์จะกำหนดโดยบริษัทผู้ผลิต ซึ่งบริษัทฯ จะจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับอายุผลิตภัณฑ์แต่ละตัวในระบบคลังสินค้า เพื่อให้สามารถตรวจสอบอายุและเก็บคืนผลิตภัณฑ์ออกจากชั้นสินค้าได้ตามกำหนดเวลา ทั้งนี้ การเรียกเก็บผลิตภัณฑ์จะดำเนินการตั้งแต่สินค้าใกล้วันหมดอายุเพื่อส่งคืนให้โรงงานผู้ผลิต/บริษัทฯ นำไปทำลายต่อไป

3.2 มาตรฐานความปลอดภัยผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ตระหนักเป็นอย่างดีถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัยจึงได้ดูแลให้มีการจัดซื้อจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบต่างๆ อาทิ มาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9001 มาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร GMP มาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 มาตรฐานการผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ ISO 13485 เป็นต้น และเพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทคู่ค้าได้ปฏิบัติตามมาตรฐานทั้งด้านแรงงาน สุขภาพ ความปลอดภัย และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ กำหนดให้ฝ่ายจัดซื้อเข้าตรวจประเมินบริษัทคู่ค้าหลักอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และจัดทำประวัติการจัดซื้อเพื่อประโยชน์ในการพิจารณาจัดซื้อสินค้าในครั้งต่อไป

3.3 นโยบายข้อมูลส่วนตัวและการรักษาความปลอดภัย

บริษัทฯ ถือว่าข้อมูลใดที่ถูกค้าได้ให้ไว้กับบริษัทฯ เป็นข้อมูลสำคัญซึ่งจะถือเป็นความลับและต้องดูแลให้มีความปลอดภัย จึงได้กำหนดมาตรการทางเทคนิคที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูลและการใช้ข้อมูลผิดวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะไม่เผยแพร่ จำหน่าย จ่าย แจก ข้อมูลส่วนบุคคลใดของท่านที่ให้ไว้กับบริษัทฯ แก่บุคคลภายนอกอื่น

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีหน่วยงานที่ดูแลในส่วนของผู้บริโภคผ่านช่องทางต่างๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสานสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทฯ และผู้บริโภค เช่น

3.4 กระบวนการช่วยเหลือและจัดการปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ จัดให้มีหน่วยงานดูแลตอบข้อซักถามและให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้งานสินค้าของบริษัทฯ รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ที่ Call Center โทร 02 020 8989 วันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 8.00 -17.00 น. (เว้นวันหยุดบริษัทฯ)



3.5 กิจกรรมส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่

ด้วยการตระหนักถึงความสำคัญของการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ซึ่ง “พีเจ้น” ได้ให้ความสำคัญมาตลอดระยะเวลากว่า 60 ปี โดยถือเป็นภาคเอกชนรายแรกที่รณรงค์ และส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างจริงจังผ่านกิจกรรมทางการตลาดมากมาย ที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจ ส่งต่อกำลังใจให้คุณแม่ สามารถให้นมลูกได้ด้วยตนเอง ปีนี้พีเจ้นสานต่อโครงการ “Thailand Breastfeeding Day By Pigeon อุ๋นรักจากอกแม่ร่วมสร้างสถิติแห่งความภาคภูมิใจ” ครั้งที่ 4 แสดงพลังความรักครั้งยิ่งใหญ่ของนมแม่ พร้อมสร้างสถิติการให้นมลูกจากอกแม่พร้อมกัน

“พีเจ้น” สานต่อเจตนารมณ์ในการสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ผ่านโครงการ “Thailand Breastfeeding Day By Pigeon อุ๋นรักจากอกแม่ ร่วมสร้างสถิติแห่งความภาคภูมิใจ” เป็นปีที่ 4 เพื่อเป็นแรงบันดาลใจ และร่วมรณรงค์การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ในประเทศไทย สร้างการตระหนักถึงคุณค่าและสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ให้เกิดขึ้นอย่างทั่วถึงในทุกพื้นที่ การสร้างสถิติการร่วมให้นมลูกจากอกแม่พร้อมกันทั่วประเทศ ในครั้งนี้ได้จัดกิจกรรมขึ้นพร้อมกัน 2 แห่ง คือ กรุงเทพมหานคร และเชียงใหม่ โดยที่เชียงใหม่ได้รับความร่วมมือจากโรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ เปิดโอกาสให้คุณแม่ในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดใกล้เคียงได้เข้าร่วมกิจกรรม อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้คุณแม่ที่ไม่สะดวกเดินทางมาเข้าร่วมในงานทั้งที่กรุงเทพฯ และเชียงใหม่มีโอกาสดำเนินกิจกรรมในการทำสถิติผ่านทางเฟสบุ๊กพีเจ้นอีกด้วย ซึ่งจำนวนแม่ลูกที่เข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ทั้งหมด จะถูกบันทึกลงใน Thailand Records ซึ่งไม่ใช่เป็นเพียงแค่การทำสถิติของจำนวนเท่านั้น แต่ยังเป็นการแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมและจุดยืนของการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ร่วมกัน ซึ่งเป็นวิธีการเลี้ยงลูกตามธรรมชาติที่มีประโยชน์และส่งผลดีต่อทั้งลูกและแม่มากที่สุด

พร้อมตอกย้ำความเป็นผู้นำและเป็นผู้เชี่ยวชาญ พัฒนาการเด็กและทารกของพีเจ้น ที่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่มาตลอด โดยปีนี้ได้รับความสนใจจากคุณแม่ทั่วประเทศในการเข้าร่วมแสดงพลังแห่งความรักของคุณแม่กว่า 1,200 แม่ลูก ที่พร้อมสร้างสถิติใหม่การให้นมลูกจากอกแม่พร้อมกันเป็นเวลา 3 นาทีบันทึกใน Thailand Records โดยในปีนี้เป็นรูปแบบงานที่พีเจ้นสร้างสรรค์ขึ้น ยิ่งอบอุ่น และเต็มเปี่ยมไปด้วยองค์ความรู้มากมาย ได้รับเกียรติจากทีมผู้เชี่ยวชาญจากคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่มาให้ความรู้การดูแลคุณแม่และลูกน้อยในการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่และดูแลลูกน้อยแบบองค์รวม รวมถึงประกาศนียบัตรแห่งความภาคภูมิใจจากพีเจ้น และปีนี้ได้มีการมอบ Pigeon “Best Breastfeeding Moments” Awards ให้กับคุณแม่ที่ส่งเรื่องราวความสุขอุ๋นรักจากอกแม่ “True Love True Breastfeeding Moments” มากกว่า 600 เรื่องราวจำนวน 4 รางวัลเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่พีเจ้นอยากจะให้คุณแม่ได้ส่งต่อแรงบันดาลใจร่วมกัน



อีกทั้งปีนี้ยังได้รับแรงบันดาลใจจากคุณพ่อ-ภพธร และ น้อย-สุจิรา ที่มาแชร์ประสบการณ์ล้ำค่าในการเลี้ยงลูกผ่านมุมมองของคุณพ่อ คุณแม่มืออาชีพ และครอบครัวจากรูจินดา คุณพ่อเต๋ล ตะวัน คุณแม่กระแต ที่จะมาแชร์ประสบการณ์ หลังผ่านวิกฤติครรภ์เป็นพิษคลอดก่อนกำหนด แต่คุณพ่อคุณแม่มีความพยายามในการที่จะได้ให้นมแม่กับน้องมีया ลูกสาวตัวน้อยตั้งแต่วันแรกที่คลอด ซึ่งช่วยสร้างกำลังใจ ส่งพลังบวกให้กับคุณแม่ที่มาร่วมงานเป็นอย่างมาก

โดยมีจำนวนแม่ลูกเข้าร่วมทำสถิติในงานเพิ่มมากขึ้นทุกปี ได้สร้างแรงบันดาลใจให้คุณแม่หันมาเลี้ยงลูกด้วยนมแม่มากขึ้น โดยในปีแรกมีคู่แม่ลูกจำนวน 410 แม่ลูก, ในปีที่สองจำนวน 796 แม่ลูก, ในปีที่สามจำนวน 1,018 แม่ลูก และปี 2561 กับการสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่ในการสร้างสถิติใหม่มีคุณแม่และลูกน้อยร่วมสร้างสถิติสำเร็จมากถึง 1,120 แม่ลูกทั่วประเทศ

โครงการนี้นอกจากเป็นการรณรงค์การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างจริงจังของพีเจ้นแล้ว ยังจุดประกาย และเป็นแรงบันดาลใจให้กับคุณพ่อคุณแม่ทุกท่านที่มาร่วมงานรวมไปถึงครอบครัวให้มีความเข้าใจและเห็นถึงความสำคัญของการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่มากยิ่งขึ้น เพราะสิ่งล้ำค่าที่สุดสำหรับลูกมีอยู่แล้วในตัวคุณแม่ทุกคน นั่นคือ น้านมแม่ พีเจ้น ขอเป็นส่วนหนึ่งในการส่งต่อคุณค่านี้ให้ยาวนานที่สุด พร้อมทั้งมีส่วนร่วมในการส่งต่อกำลังใจ และสร้างประสบการณ์ที่ดีจากคุณแม่ต้นแบบของพีเจ้น ไปยังคุณแม่ทุกท่านที่มาในงาน รวมถึงคุณแม่ตั้งครรภ์ที่มีความตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จในการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อีกด้วย ซึ่งบรรยากาศในงานเต็มไปด้วยภาพความรัก ความอบอุ่น และความประทับใจ ที่แต่ละครอบครัวนำมาแบ่งปันความสุขร่วมกัน เพราะการได้ให้นมลูกจากอกแม่คืออีกหนึ่ง “True Love True Breastfeeding Moments” ความสุขอ่อนรักจากอกแม่ พีเจ้น ภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของความรักที่ยิ่งใหญ่ครั้งนี้



4. การเพิ่มคุณค่าทางสังคม สร้างการยอมรับจากชุมชน

4.1 การส่งเสริมและสร้างคุณค่าร่วมในสังคมเป็นกิจกรรมที่บริษัทฯ

ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องโดยมีคณะกรรมการสร้างคุณค่าร่วมในสังคมเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ ตามแผนงานที่กำหนด พร้อมนี้บริษัทฯ ได้กำหนดให้เป็นวันกิจกรรมสำคัญของบริษัทฯ ในทุกๆ ปี โดยเรียกว่า “CSV DAY” ซึ่งวัตถุประสงค์สำคัญของการจัดกิจกรรมดังกล่าวเพื่อต้องการให้พนักงานทุกคนได้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการเป็นผู้ให้ พร้อมทั้งจะสละเวลามาเข้าร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชน โรงเรียน

โดยกิจกรรมที่บริษัทฯ จัดในทุกๆ ครั้งจะเริ่มจากจุดเล็กๆ ที่ใกล้ตัวพนักงานมากที่สุด ทำให้พนักงานมีความเข้าใจและสามารถเข้าถึงจุดประสงค์ที่บริษัทฯ ต้องการสื่อสารให้พนักงานได้ตระหนักถึงคำว่า “ให้” ภูมิใจและอิ่มใจทุกครั้งที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดีเพื่อสังคม ซึ่งกิจกรรมในแต่ละปีบริษัทฯ จะเน้นการสานต่อโครงการที่ได้ริเริ่มจัดทำมาและต่อยอดให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดเพื่อให้แน่ใจว่าชุมชนและหรือโรงเรียนนั้นๆ มีความสามารถในการดำรงอยู่ได้ด้วยตนเองและมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยบริษัทฯ ยังคงให้การสนับสนุนตามความเหมาะสม

และในปี 2561 ที่ผ่านมากิจกรรมที่คณะกรรมการฯ และคณะทำงานมีมติอนุมัติในที่ประชุมในการขยายพื้นที่ในการเข้าไปส่งเสริมและร่วมพัฒนาชุมชนจากเดิมคือโรงเรียนบ้านหนองหัวหมู ตำบลหนองขยาด อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นโรงเรียนที่เปิดให้การศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาลจนถึงระดับปฐมวัย (ประถมศึกษาปีที่ 6) ซึ่งเป็นเมล็ดพันธุ์เล็กๆ ที่กำลังเจริญเติบโต โดยบริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงก้าวสำคัญในการที่จะพัฒนาเด็กๆ ให้ได้รับการดูแลและส่งเสริมให้เป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพผ่านทางการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งปกติเด็กๆ จากโรงเรียนหนองหัวหมูเมื่อสำเร็จการศึกษาระดับปฐมวัย จะเข้าศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ณ โรงเรียนวัดนากระรอก(อรุณราชวรานุอุปถัมภ์) ตำบลทุ่งขวาง หรือเทคนิคอาชีวศึกษา ณ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี

ดังนั้น เพื่อให้ตอบโจทย์การพัฒนาบ่มเพาะเมล็ดพันธุ์ให้แผ่ขยายวงกว้างขึ้นและสามารถแปรกลับมาเป็นแรงขับเคลื่อนของบริษัทได้ทันต่อสถานการณ์มากยิ่งขึ้น บริษัทฯ จึงได้อนุมัติให้คณะทำงานฯ เข้าไปศึกษาและสอบถามถึงความจำเป็นสำหรับการเข้าไปส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาในมิติต่างๆ สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ณ โรงเรียนนากระรอก โดยได้กำหนดแผนการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปี 2561ทั้งในด้านวิชาการและสันทนาการ สำหรับโรงเรียนและชุมชน อาทิเช่น

● โครงการพี่สอนน้อง

เป็นโครงการที่คณะทำงานฯ ได้นำเสนออนุมัติหลังจากลงพื้นที่สำรวจความคิดเห็นของคณะครูเกี่ยวกับเรื่องการให้ความรู้ ข้อมูลจำเป็นต่างๆ สำหรับการเลือกเส้นทางการศึกษาต่อของนักเรียน ปรากฏว่าทางโรงเรียนไม่มีครูแนะแนวในการให้คำปรึกษาในเรื่องของการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น รวมถึงการแนะนำอาชีพต่างๆ ที่น้องๆ อาจไม่เคยทราบมาก่อน ซึ่งได้รับความร่วมมือจากพนักงานมุ่งพัฒนาฯ ที่อาสาเข้าไปเป็นวิทยากรแนะนำพร้อมจัดกิจกรรมสนทนาการต่างๆ ไปร่วมทำกิจกรรมกับน้องๆ

นอกจากนี้คณะอนุกรรมการสร้างคุณค่าร่วมฯ (CSV) ของบริษัทฯ ยังได้นำนโยบายต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันขยายออกสู่ชุมชนผ่านโรงเรียนที่บริษัทฯ ได้เข้าไปร่วมพัฒนาตามนโยบายของโครงการ CSV ของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้นำกิจกรรมโครงการ “โตไปไม่โกง” เข้าไปจัดอบรมให้ความรู้กับน้องๆ นักเรียนจาก 3 โรงเรียน คือ โรงเรียนบ้านหนองหัวหมู โรงเรียนนากระรอก และโรงเรียนบ้านหนองม่วงใหม่ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี พร้อมได้เสนอให้น้องๆ จัดประกวดเรียงความและการประกวดจัดบอร์ดให้ความรู้ภายใต้หัวข้อ โตไปไม่โกง โดยนักเรียนที่ได้รับคัดเลือกประกวดเรียงความและจัดบอร์ดจะได้รับเป็นทุนการศึกษา



● องค์ความรู้ในหัวข้อ โตไปไม่โกง

เป็นกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาให้เด็กๆ รู้จักการอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างสันติ บนพื้นฐานของความถูกต้องและเป็นธรรม และเพื่อสร้างจิตสำนึกคุณธรรมของเด็กๆ ไม่ให้เห็นแก่ตัว ไม่เอาเปรียบผู้อื่น รู้จักและสามารถแยกแยะความผิดและความถูกต้อง ความชั่วและความดี เพื่อหล่อหลอมและปลูกฝังให้เด็กๆ เติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพ เปี่ยมไปด้วยค่านิยมและคุณสมบัติที่ดีได้เข้าใจถึงการโกง มีจิตสำนึก และละอายต่อการโกงทุกรูปแบบ



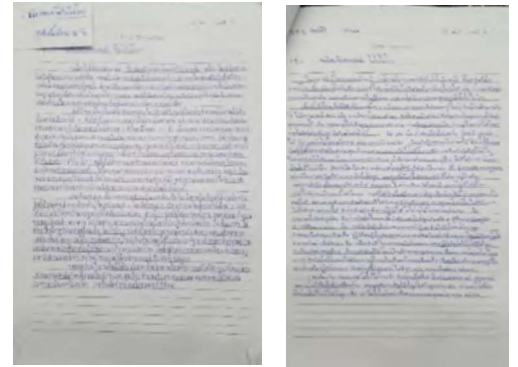
● กิจกรรมประกวดจัดบอร์ด

เป็นกิจกรรมที่เชิญชวนน้องๆ ประกวดจัดบอร์ดให้ความรู้เรื่องต่อต้านการทุจริต ซึ่งได้รับความร่วมมือจากน้องๆ ทั้ง 3 โรงเรียนร่วมส่งเข้าประกวด และมีการนำเสนอผ่านสื่อการเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ ตามความเข้าใจของน้องๆ

● กิจกรรมประกวดเรียงความ

ประกวดเรียงความ “โตไปไม่โกง” โดยน้องระดับมัธยมศึกษา ปีที่ 1-3 ซึ่งรางวัลสำหรับเรียงความที่ได้รับการคัดเลือกคือทุนการศึกษาให้กับน้องๆ

จากกิจกรรมดังกล่าว นอกจากมีส่วนช่วยทำให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมแล้ว พนักงานยังได้รับความภาคภูมิใจในการส่งต่อความดีให้กับน้องๆ ที่กำลังเจริญเติบโตเป็นเมล็ดพันธุ์ที่แข็งแรงให้กับครอบครัว สังคมและประเทศชาติในอนาคต ซึ่งบริษัทฯ จะยังคงสานต่อโครงการดีดีให้กับโรงเรียน ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างเมล็ดพันธุ์ต่อไปอย่างยั่งยืน



● กิจกรรม ชวนน้องมารัก “ฟัน” กันเถอะ

ด้วยบริษัท เล็งเห็นความสำคัญของสุขภาพปากและฟันของเด็กในชุมชน เนื่องจากเด็กๆ จะกลัวการไปพบหมอฟัน เพื่อรับการตรวจเช็คสุขภาพฟันและช่องปากที่พัฒนาการไปตามวัย หรือกรณีเกิดปัญหาฟันผุ ดังนั้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความรู้กับนักเรียนในการดูแลสุขภาพฟันและช่องปากด้วยตัวเองให้สะอาดอย่างถูกสุขอนามัยอยู่เสมอ เช่น การแปรงฟันที่ถูกต้อง เพื่อเป็นการป้องกันการเกิดปัญหาฟันผุ

พร้อมนี้ยังเป็นโครงการที่สานต่อจากโครงการเดิมที่ได้สร้างอ่างแปรงฟันให้กับน้องๆ ณ โรงเรียนบ้านหนองหัวหมู โดยในครั้งนี้เป็นการขยายพื้นที่กิจกรรมออกมาจากโรงเรียนสู่ชุมชน เพื่อให้ความรู้แก่นักเรียน และเด็กในชุมชน เรื่องการแปรงฟันอย่างถูกวิธี การทำความสะอาดช่องปากเพื่อเป็นความรู้พื้นฐานของการดูแลสุขภาพปากและฟันได้ด้วยตนเอง โดยในวันดังกล่าวได้จัดกิจกรรมให้กับน้องๆ ได้มาร่วมสนุกโดยการ

ได้รับเกียรติจากคุณหมอฟันอาสา มาให้ความรู้ พร้อมตรวจสุขภาพฟันและช่องปากให้กับน้องๆ

เชิญชวนพี่ๆ พนักงานมุ่งพัฒนา มาเป็นอาสาสมัครร่วมสอนวิธีการแปรงฟัน ดูแลรักษาฟันแบบบูรณาการ ลงมือปฏิบัติด้วยตัวเอง

เพิ่มความสนุกสนานสำหรับเด็กด้วยวิธีการสอนที่เพิ่มความน่าสนใจให้น้องๆ สนุกกับการเรียนรู้ เข้าใจง่าย เช่น กิจกรรมเล่านิทานให้ความรู้



● โครงการ ปรับปรุงสนามบาส

สืบเนื่องจากคณะทำงานฯ ได้มีการเข้าไปทำกิจกรรมต่างๆ กับน้องๆ นักเรียนโรงเรียนวัดนาคระรอก หลายครั้ง โดยทางโรงเรียนได้มีการบูรณะและพัฒนาสิ่งปลูกสร้างต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ แต่ยังมีบางจุดที่ทางโรงเรียน ยังขาดแคลนงบประมาณในการซ่อมแซมคือสนามบาสเกตบอล ซึ่งเป็นลานกิจกรรมและเป็นประเภทกีฬาที่ลูกบรจุ อยู่ในหลักสูตรของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษา

แต่ปัจจุบันสภาพสนามอยู่ในสภาพทรุดโทรมทำให้น้องๆ ไม่สามารถเล่นกิจกรรมกีฬาได้ ทางคณะทำงานฯ จึงได้นำเสนอเพื่อขออนุมัติปรับปรุงสนามบาสให้กับโรงเรียนวัดนาคระรอกและได้ส่งมอบสนามบาสให้กับโรงเรียนในวันที่ 31 ตุลาคม 2561 ในวันกิจกรรม CSV Day ของบริษัทฯ พร้อมจัดกิจกรรมกระชับมิตรระหว่าง พี่มุงพัฒนาและน้องๆ และในวันดังกล่าว บริษัทฯ ยังได้บริจาคเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจำนวน 3 เครื่องให้กับน้องๆ ด้วย



กิจกรรมกระชับมิตรระหว่างพี่มุง และ เด็กๆ โรงเรียนวัดนาคระรอก

4.2 “มุ่งพัฒนา” สร้างความยั่งยืนได้อย่างไร

ด้วยเป็นที่ทราบกันแล้วว่าพื้นฐานธุรกิจของบริษัทฯ เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มสินค้าหลักเป็นสินค้าแม่และเด็กภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ พีเจ้น และ ณ ปัจจุบันบริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากแบรนด์สินค้าชั้นนำให้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอื่นๆ อีกหลากหลายผลิตภัณฑ์ รวมถึงนโยบายของบริษัทฯ ในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างศักยภาพ ความเข้มแข็ง ตอกย้ำความแข็งแกร่งในธุรกิจในการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายของบริษัทฯ ให้มากยิ่งขึ้น โดยตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญมาเป็นลำดับแรกคือ บุคลากร เนื่องด้วยพนักงานเป็นแรงขับเคลื่อนในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุผลสำเร็จโดยการกระจายสินค้าเข้าไปในทุกช่องทางการจัดจำหน่าย

พร้อมนี้บริษัทฯ ตระหนักดีว่า ด้วยสภาพสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านจากรุ่นสู่รุ่น ความคิด ค่านิยม ความเชื่อ สื่อเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตประจำวัน ที่สำคัญคือกระแสหรือเทรนด์ของคนรุ่นใหม่ในปัจจุบันต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัวกันมากขึ้น ส่งผลทำให้ช่องทางการสรรหาบุคลากรคนรุ่นใหม่ทางด้านการขายลดน้อยลง ด้วยบริษัทฯ เล็งเห็นว่าการที่มีคนรุ่นใหม่เข้ามาร่วมงานในองค์กรมากขึ้น จะเป็นการช่วยเพิ่มมิติวิธีการทำงานใหม่ๆ ที่หลากหลายมากขึ้น

ดังนั้น โครงการ “มุ่งพัฒนา ทำดี สร้างอนาคตชุมชน” จึงเป็นโครงการระยะยาวที่บริษัทฯ มุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน สู่ครอบครัว ชุมชนและสังคม โดยการสนับสนุนทั้งในด้านทุนการศึกษา ปรับปรุงสาธารณูปโภคต่างๆ ให้ได้ตามมาตรฐาน รวมถึงการส่งเสริมการสร้างอาชีพ ผ่านทางกิจกรรมให้ความรู้ ร่วมแชร์ประสบการณ์การทำงานในมุมมองที่เด็กๆ ไม่เคยทราบ เพื่อเปิดมุมมองแนวคิดใหม่ๆ ให้กับเด็กๆ และเยาวชนให้เริ่มตระหนักเห็นความสำคัญของการศึกษาที่ไม่ได้เน้นเฉพาะในระดับอุดมศึกษาแต่เพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้น้องๆ เข้ามาทดลองศึกษาดูงานของบริษัทในอนาคต หากผลการเรียนหรือคุณสมบัติต่างๆ อยู่ในเกณฑ์ตามที่บริษัทฯ กำหนด

ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นและคาดหวังที่จะบ่มเพาะเมล็ดพันธุ์เหล่านี้เติบโตได้อย่างแข็งแรงและเข้มแข็ง และหวังว่าเมล็ดพันธุ์ที่ดีเหล่านี้จะกลายมาเป็นกำลังสำคัญให้กับครอบครัวและชุมชนในอนาคต รวมถึงบริษัทอาจได้มีโอกาสต้อนรับน้องๆ มาเป็นส่วนหนึ่งของมุ่งพัฒนาได้อย่างแน่นอน



ร่วมสร้างการเติบโตของชุมชนอย่างยั่งยืน
สร้างคนคุณภาพให้ “ชุมชน” ให้ “โรงเรียนอยู่กับ
ชุมชน” ให้ “เมล็ดพันธุ์อันงดงาม
ร่วมเป็นอนาคตของมุ่ง”

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท มุ่งพัฒนา อินเทอร์เน็ตแซชชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2561 ซึ่งเป็นรายงานฉบับที่ 5 นับแต่แยกการรายงานออกจากรายงานประจำปีในปี 2557 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2561 ขอบเขตเนื้อหาของรายงานฉบับนี้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาคนต่อเนื่องกับปีที่ผ่านมา ด้วยเป็นรากฐานสำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจของบริษัทฯ ในการจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า โดยการพัฒนาทักษะองค์ความรู้ และคุณภาพชีวิตของพนักงาน นอกจากการพัฒนาบุคลากรในองค์กรแล้ว บริษัทฯ ยังได้ส่งต่อคุณค่าสู่สังคมผ่านโรงเรียนและโครงการ “มุ่งพัฒนา ทำดี สร้างอนาคตชุมชน” เพื่อส่งเสริมให้โรงเรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ สร้างโอกาสทางการศึกษา และสร้างอาชีพให้แก่ชุมชน

ทั้งนี้ การพิจารณาเลือกประเด็นด้านความยั่งยืนนั้น บริษัทฯ เลือกดำเนินการในประเด็นที่สอดคล้องกับธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียหลัก ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า และคู่ค้าก่อน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ให้เติบโต แข็งแรง และสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้ถือหุ้น นักลงทุน ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียอื่น รวมถึงส่งมอบคุณค่าให้แก่ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมได้

การติดต่อ/สอบถาม

บริษัท มุ่งพัฒนา อินเทอร์เน็ตแซชชั่นแนล 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 8990-93
e-mail: company.secretary@moongpattana.com

การขอรับรายงานในรูปเอกสารและไฟล์อิเล็กทรอนิกส์
www.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.	2	2
G4-2	Provide a description of key impacts, risks, and opportunities.	16-17	41-43
ORGANIZATIONAL PROFILE			
G4-3	Report the name of the organization.	cover	
G4-4	Report the primary brands, products, and services.		26-30
G4-5	Report the location of the organization's headquarters.	4	19
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
G4-7	Report the nature of ownership and legal form.		
G4-8	Report the markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customers and beneficiaries).	-	26-30
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.	-	-
	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.		
G4-13	Report any significant changes during the reporting period regarding the organization's size, structure, ownership, or its supply chain,	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
ORGANIZATIONAL PROFILE			
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.	-	-
G4-18	a. Explain the process for defining the report content and the Aspect Boundaries.	-	-
	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.	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
STAKEHOLDER ENGAGEMENT			
G4-25	Report the basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage.	-	-
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.	-	-
REPORT PROFILE			
G4-28	Reporting period (such as fiscal or calendar year) for information provided.	-	-
G4-29	Date of most recent previous report (if any).	-	-
G4-30	Reporting cycle (such as annual, biennial).	-	-
G4-31	Provide the contact point for questions regarding the report or its contents.	-	-
G4-32	a. Report the 'in accordance' option the organization has chosen. b. Report the GRI Content Index for the chosen option (see tables below). 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.	-	-
G4-33	a. Report the organization's policy and current practice with regard to seeking external assurance for the report. b. If not included in the assurance report accompanying the sustainability report, report the scope and basis of any external assurance provided. c. Report the relationship between the organization and the assurance providers. d. Report whether the highest governance body or senior executives are involved in seeking assurance for the organization's sustainability report.	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
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.	-	-
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	-	-
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.	-	-
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	-	-
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).	-	-
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	-	-
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,	-	-
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	-	-
G4-43	Report the measures taken to develop and enhance the highest governance body's collective knowledge of economic, environmental and social topics.	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
GOVERNANCE			
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.	-	-
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	-	-
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.	-	-
G4-47	Report the frequency of the highest governance body's review of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities.	-	-
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.	-	-
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.	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
GOVERNANCE			
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.	-	-
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.	-	-
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.	-	-
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.	-	-
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.	-	-
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	-	-
G4-EC1	Direct economic value generated and distributed	-	-
G4-EC2	Financial implications and other risks and opportunities for the organization's activities due to climate change	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
CATEGORY : ECONOMIC			
ASPECT : ECONOMIC PERFORMANCE		-	-
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	-	-
G4-EC5	Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage at significant locations of operation	-	-
G4-EC6	Proportion of senior management hired from the local community at significant locations of operation	-	-
ASPECT : INDIRECT ECONOMIC IMPACTS			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
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	-	-
G4-EC9	Proportion of spending on local suppliers at significant locations of operation	-	-
CATEGORY : ENVIRONMENTAL			
ASPECT : MATERIALS			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
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.	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
CATEGORY : ENVIRONMENTAL			
ASPECT : ENERGY			
		-	-
G4-EN3	Energy consumption within the organization	-	-
		-	-
G4-EN5	Energy intensity	-	-
G4-EN6	Reduction of energy consumption	-	-
G4-EN7	Reductions in energy requirements of products and services	-	-
ASPECT : WATER			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
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	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
CATEGORY : ENVIRONMENTAL			
ASPECT : EMISSION			
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	-	-
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	-	-
G4-EN27	Extent of impact mitigation of environmental impacts of products and services	-	-
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	-	-
G4-EN30	Significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials for the organization's operations, and transporting members of the Workforce	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
CATEGORY: ENVIRONMENTAL			
ASPECT : OVERALL			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
G4-EN31	Total environmental protection expenditures and investments by type	-	-
ASPECT : SUPPLIER ENVIRONMENTAL ASSESSMENT			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
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	-	-
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	-	-
G4-LA1	Total number and rates of new employee hires and employee turnover by age group, gender and region	-	-
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	-	-
ASPECT : LABOR/MANAGEMENT RELATIONS			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
G4-LA4	Minimum notice periods regarding operational changes, including whether these are specified in collective agreements	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
CATEGORY : SOCIAL			
ASPECT : OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
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	-	-
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	-	-
G4-LA9	Average hours of training per year per employee by gender, and by employee category	-	-
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	-	-
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	-	-
ASPECT : EQUAL REMUNERATION FOR WOMEN AND MEN			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
G4-LA13	Ratio of basic salary and remuneration of women to men by employee category, by significant locations of operation	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
CATEGORY : SOCIAL			
ASPECT : SUPPLIER ASSESMENT FOR LABOR PRACTICES			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
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	-	-
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	-	-
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	-	-
G4-HR3	Total number of incidents of discrimination and corrective actions taken	-	-
ASPECT:FREEDOM OF ASSOCIATION AND COLLECTIVE BARGAINING			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
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	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
CATEGORY : SOCIAL			
ASPECT : CHILD LABOR			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
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	-	-
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	-	-
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 a and percentage of operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	-	-
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	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
CATEGORY : SOCIAL			
ASPECT : HUMAN RIGHTS GRIEVANCE MECHANISMS			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
G4-HR12	Number of grievances about human rights impacts filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms	-	-
ASPECT : LOCAL COMMUNITIES			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
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	-	-
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	-	-
G4-SO5	Confirmed incidents of corruption and actions taken	-	-
ASPECT : PUBLIC POLICY			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
G4-SO6	Total value of political contributions by country and recipient/beneficiary	-	-
ASPECT : ANTI-COMPETITIVE BEHAVIOR			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
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	-	-
G4-SO8	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with laws and regulations	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
SUBCATEGORY : SOCIETY			
ASPECT : SUPPLIER ASSESSMENT FOR IMPACTS ON SOCIETY			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
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	-	-
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	-	-
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	-	-
ASPECT : PRODUCT AND SERVICE LABELING			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
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	-	-
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	-	-

GRI Content Index

General Standard Disclosures

Standard Disclosure	Disclosure Requirements	Page	
		SD	AR
SUBCATEGORY : PRODUCT RESPONSIBILITY			
ASPECT : MARKETING COMMUNICATIONS			
G4-DMA	Generic Disclosures on Management Approach	-	-
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	-	-
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	-	-
G4-PR9	Monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services	-	-

