



SUSTAINABILITY REPORT 2023

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2566

บริษัท เจมาร์ท กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)



สารบัญ

Jaymart Group | Sustainability Report 2023

ภาพรวม	หน้า
• สารจากประธานกรรมการ • สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร • นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืน • เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ • วิสัยทัศน์ และพันธกิจ	1 - 2 3 4
ข้อมูลพื้นฐาน	หน้า
• ภาพรวมการประกอบธุรกิจ • กลยุทธ์และกรอบการพัฒนาความยั่งยืน	5 - 8 9 - 10 11
มิติด้านความยั่งยืน	หน้า
• การกำกับดูแลกิจการที่ดี ◦ รางวัลประกาศเกียรติคุณ • การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสีย • กระบวนการระบุประเด็นความยั่งยืน • วิเคราะห์ประเด็นสำคัญ • ห่วงโซ่คุณค่าของเจมาร์ท • มิติสิ่งแวดล้อม • มิติสังคม	12 - 25 26 - 27 28 29 - 31 32 - 34 35 - 36 37 - 64 65 - 83



สารจากประธานกรรมการ ด้านการพัฒนาความยั่งยืน

บริษัท เจมาร์ท กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)



ตลอดระยะเวลา 35 ปีที่เจมาร์ท กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินธุรกิจและมีส่วนสำคัญที่เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย เจมาร์ทมุ่งมั่นในการสร้างมูลค่าเพิ่มของรูปแบบธุรกิจของบริษัทจากการค้าปลีกมาเป็นธุรกิจครบวงจรและขยายฐานการลงทุนเพื่อสร้างเครือข่ายของธุรกิจและพันธมิตรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นเป้าหมายในการสร้างความยั่งยืนที่สำคัญสูงสุดของบริษัท

ในปี 2566 ที่ผ่านมามีบริษัทได้กำหนดนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรที่ชัดเจน เพื่อเป็นกรอบในการบริหารงานโดยดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาลเป็นสำคัญ และเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืนอันเป็นยุทธศาสตร์ของประเทศ โดยยึดกรอบการดำเนินงานตาม (SDGs: Sustainability Development Goals) ที่มีกรอบการพัฒนาทั้ง 3 มิติ อันได้แก่ มิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม และมิติบรรษัทภิบาล และให้ความสำคัญในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม

ในนามของคณะผู้บริหารและพนักงานทุกคน ขอแสดงความตั้งใจและแสดงความมุ่งมั่นในการสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง และขอขอบคุณท่านผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ หน่วยงานราชการ หน่วยงานกำกับดูแล และผู้มีส่วนได้เสียในทุกภาคส่วนที่ให้ความไว้วางใจและเชื่อมั่นและสนับสนุนบริษัทเสมอมา

นายพิชญ พงษ์อัชฌา
ประธานกรรมการ

รายงานการพัฒนาความยั่งยืนปี 2566
บริษัท เจมาร์ท กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ด้านการพัฒนาความยั่งยืน

บริษัท เจมาร์ก กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)



เจมาร์ก ตระหนักและเห็นความสำคัญของการต่อยอดการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล มีความมุ่งมั่นที่ให้ความสำคัญในการการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส การต่อต้านคอร์รัปชัน โดยการคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนเป็นประเด็นสำคัญ เพราะพนักงานคือแรงขับเคลื่อนที่สำคัญในความสำเร็จของการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจบนความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม

บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลตามเป้าหมายพันธกิจวิสัยทัศน์ของบริษัท โดยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพพนักงานและการเป็นองค์กรที่ดีที่สุดของพนักงาน

ในภาคของการพิจารณาการลงทุนทุกขั้นตอนจะต้องผ่านการพิจารณาด้านต่างๆ เพื่อให้มีความเหมาะสมต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ผลตอบแทนในการลงทุน ความเสี่ยงในการลงทุนต่อยอดการลงทุนด้วยการทำธุรกิจร่วมกันให้เกิดประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย (Synergy) และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) อีกด้วย

เทคโนโลยี และ
นวัตกรรมด้านดิจิทัล
จะเป็นตัวขับเคลื่อน
การดำเนินธุรกิจให้มี
ความโปร่งใส และ
ยั่งยืนที่แท้จริง

สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ด้านการพัฒนาความยั่งยืน

บริษัท เจมาร์ก กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

นอกจากนั้นบริษัทยังมุ่งพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรที่ดีอย่างต่อเนื่องควบคู่กับการดำเนินนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ดำรงตนเป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม ภายใต้วิสัยทัศน์ของการมุ่งสู่ “การสร้างมูลค่าที่ยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ด้วยการลงทุนในธุรกิจค้าปลีก การเงิน และเทคโนโลยี เพื่อสร้าง Synergy Ecosystem ที่ยั่งยืน”

ในด้านผลการดำเนินงาน บริษัทได้ตระหนักและให้ความสำคัญต่อระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องส่งผลให้ธุรกิจมีความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้การดำเนินงานอย่างมีจรรยาบรรณและเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อยกระดับการดำเนินงานที่มีอยู่แล้วให้มีความเป็นระบบมาตรฐานที่ชัดเจน และกระจายการปฏิบัติไปสู่พนักงานของบริษัททุกระดับชั้นอันเป็นการเสริมสร้างให้เกิดวัฒนธรรมการกำกับดูแลกิจการอย่างแท้จริง โดยบริษัทได้รับเอาแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (Good Corporate Governance) ที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ผู้ถือหุ้น นักลงทุน คู่ค้า ลูกค้า พนักงาน สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม อย่างรอบด้าน

ในปี 2566 ที่ผ่านมา ผลการดำเนินงานของบริษัทในด้านการพัฒนาความยั่งยืนในปีที่ผ่านมา เจมาร์กกรุ๊ป ได้รับใบประกาศเกียรติคุณจากโครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก (Low Emission Support Scheme) ที่สร้างความตระหนักในองค์กรให้เกิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยผ่านการดำเนินกิจกรรม “Care the Whale” ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และยังได้เข้าร่วมเป็นแนวร่วมลดก๊าซเรือนกระจกจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ร่วมกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ในกิจกรรม Climate Care Forum 2023 : Time to reduce “ลดเพื่อโลก” ภายใต้ความร่วมมือ “Climate Care Platform” เพื่อกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนเห็นถึงความสำคัญ และไม่รอช้าในการลดและจัดการทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า นอกจากนี้บริษัทได้รับการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สรุปผลคะแนนประเมิน AGM Checklist ประจำปี 2566 ในระดับ “ดีเยี่ยม” โดยการประชุมผู้ถือหุ้นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วย AGM Voting Application ที่บริษัทในกลุ่มเจมาร์กได้พัฒนาขึ้น และยังสามารถช่วยลดโลกร้อนด้วยการนำหลักปฏิบัติ 6 Cares โครงการ Care The Bear ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อมาใช้วัดผลการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้และประเมินผลได้อย่างเป็นรูปธรรมอีกด้วย

เพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนในทุกมิติ บริษัทให้ความสำคัญในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการในโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทย หรือ CGR อยู่ในระดับ “ดีมาก” จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ทั้งนี้เป้าหมายปี 2567 บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้อยู่ในระดับ “ดีเลิศ”

บริษัทขอขอบคุณท่านผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ ตลอดจนหน่วยงานกำกับดูแลต่างๆ ชุมชนไปจนถึงผู้มีส่วนได้เสียในทุกภาคส่วนที่ได้สนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทอย่างเสมอมา บริษัทยังมีความมุ่งมั่นในการสร้างความเติบโตของธุรกิจให้ตอบสนองกับระบบเศรษฐกิจของประเทศเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป



(นายอดิศักดิ์ สุขุมวิทยา)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

SD PROGRESS REPORT 2023

นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืน

Jaymart Group | Sustainability Report 2023

บริษัท เจมาร์ก กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ในเครือ (เจมาร์กกรุ๊ป) ให้ความสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรมตามหลักธรรมาภิบาล พร้อมยึดมั่นในการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีคุณภาพ โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มควบคู่ไปกับการสนับสนุนและส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่คนในสังคม ชุมชนรอบข้าง และการรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาองค์กรและเศรษฐกิจตลอดจนดูแลสังคมให้เติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกัน

โดยบริษัทกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับของทุกบริษัทภายใต้ บริษัท เจมาร์กกรุ๊ป มีหน้าที่สนับสนุนส่งเสริมและปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนฉบับนี้จนเป็นวัฒนธรรมของบริษัท

ทั้งนี้บริษัทจะดำเนินงานโดยมีความมุ่งมั่น 3 ประการด้วยกันที่จะคำนึงถึงประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคตามการเปลี่ยนแปลงไปของสังคมปัจจุบัน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านธุรกิจและเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืน

ความมุ่งมั่นที่ 1 มิติเศรษฐกิจ เพื่อการสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืน

1.1 บริษัทจะดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับกิจการที่ดี

บริษัทมุ่งมั่นประกอบธุรกิจโดยตั้งอยู่บนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนตามกฎระเบียบ ตลอดจนข้อบังคับของหน่วยงานกำกับดูแล เช่น คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นต้น คณะกรรมการบริษัทได้ให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจทั้งหมดให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งนับเป็นกลไกที่มีความสำคัญที่ทำให้บริษัทมีการเติบโตอย่างยั่งยืนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

1.2 บริษัทมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการให้บริการอย่างเป็นธรรมตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์การคัดเลือกผู้เสนอขาย ช่องทางการจัดจำหน่าย การกำหนดมาตรฐานการให้บริการไปจนถึงกระบวนการรับข้อร้องเรียน โดยบริษัทมีนโยบายการพัฒนาระบบที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมคุณภาพการวาง รวมถึงการบริหารจัดการ การติดตาม การตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์การให้บริการของบริษัทคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

1.3 การพิจารณาการลงทุนอย่างยั่งยืน

บริษัทดำเนินนโยบายในการลงทุน โดยให้ความสำคัญในการพิจารณาความเสี่ยงแบบองค์รวม (Enterprise Risk Management: ERM) โดยจะสามารถนำเสนอต่อคณะกรรมการลงทุน เพื่อพิจารณาอนุมัติได้นั้นจะต้องผ่านการพิจารณาต่างๆ เพื่อให้มีความเหมาะสมต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ผลตอบแทนในการลงทุน ความเสี่ยงในการลงทุนและปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) โดยจะเป็นการประเมินผ่านการให้คะแนนโดยกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาในแต่ละปัจจัยและมีการทบทวนคะแนนอย่างสม่ำเสมอ

1.4 การรักษาความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทได้จัดทำนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ นโยบายการคุ้มครองและกำกับดูแลข้อมูลส่วนบุคคล พร้อมแผนกระบวนการจัดการเหตุละเมิดด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ เหตุละเมิดด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ เหตุละเมิดด้านข้อมูลส่วนบุคคลครอบคลุมผู้เกี่ยวข้องทุกส่วน ทั้งในส่วนของลูกค้า กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัท ผู้สมัครงาน ผู้มาติดต่อ ผู้ถือหุ้น คู่ค้า รวมถึงบริษัทมีนโยบายการชี้แจงรายละเอียดและแนวปฏิบัติในการรายงานเหตุการณ์ความเสียหายในการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้บริษัทมีมาตรการรับมือหากเกิดการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลได้ทันเวลาที่ โดยบริษัทกำหนดให้มีการอบรมให้ความรู้และซ้อมแผนการรับมือกับเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พนักงานทุกคน ไม่ต่ำกว่าปีละ 1 ครั้ง

ความมุ่งมั่นที่ 2 มิติสังคม เพื่อสร้างสังคมที่ยั่งยืน

2.1. การเคารพสิทธิมนุษยชน (Human Right)

บริษัทให้ความสำคัญด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน อาทิ การจ้างงานไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส ผู้สูงอายุ กลุ่มเปราะบาง การส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศ การไม่ใช้แรงงานผิดกฎหมาย แรงงานเด็กและเยาวชน รวมไปถึงสนับสนุนส่งเสริมคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจให้เคารพต่อสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจ

2.2. การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

บริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับการพัฒนาศักยภาพพนักงานเพราะพนักงานคือแรงขับเคลื่อนที่สำคัญในความสำเร็จของการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจบนความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลตามเป้าหมายพันธกิจ วิสัยทัศน์ของบริษัท โดยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพพนักงานและการเป็นองค์กรที่ดีที่สุดของพนักงาน

นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืน

Jaymart Group | Sustainability Report 2023

บริษัทมีการกำหนดและทบทวนนโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคลตลอดจนแนวปฏิบัติต่างๆในการดูแล พนักงานอย่างเท่าเทียม พิจารณาผลตอบแทน และปรับปรุงสวัสดิการต่างๆให้กับพนักงาน ไปจนถึงครอบครัวของพนักงาน เน้นการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถ (Competency) ของพนักงานด้วยการสร้าง IDP (Individual Development Plan) ให้กับพนักงานบนระบบ e-Learning Platform (LMS) และการอบรม Onsite Learning เพื่อเป็นการ Up Skill - Re Skills สร้างแรงจูงใจในการทำงาน และการรักษาไว้ซึ่งพนักงานที่มีผลการดำเนินงานที่ดี และยังเป็นการสร้าง ความผูกพันกับองค์กรมีความพร้อมที่จะเติบโตไปด้วยกันกับองค์กร อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัทเห็นถึงความสำคัญของเรื่องอาชีวอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อเพิ่ม การทำงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพและมีความสุขในการทำงาน อย่างต่อเนื่องที่นับเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจของ บริษัท

2.3 การดำเนินงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคม

บริษัทปลูกฝังและสร้างวัฒนธรรมแนวความคิดการพัฒนา อย่างยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานทุกคน และปลูกฝังให้อยู่ในทุกกระบวนการของธุรกิจ รวมถึงการพัฒนา คุณภาพชีวิตของพนักงาน เริ่มต้นจากภายในองค์กรและออกไปสู่ ชุมชน สังคมรอบข้างจนถึงประชาชนทั่วไป เพื่อการสร้างสังคมที่มี ความยั่งยืนอย่างแท้จริง ด้วยการดำเนินกิจกรรมทางสังคมด้าน การศึกษา ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม รวมไปถึงการสร้างงาน สร้างอาชีพให้เกิดในชุมชนและสังคม ทั้งนี้บริษัทยังจัดทำโครงการที่ สนับสนุนกิจกรรมอาสาของพนักงาน เพื่อสร้างประโยชน์ สาธารณประโยชน์ เสริมสร้างการแบ่งปัน ความมีน้ำใจ และการช่วย เหลือผู้อื่น ซึ่งเป็นพื้นฐานทางด้านความคิดเชิงบวก เพื่อสร้างสังคม เชิงบวกอย่างยั่งยืนต่อเนื่อง

ความมุ่งมั่นที่ 3 มิตรสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบและลดการสูญเสีย ความสมดุลด้านสิ่งแวดล้อม

3.1 การจัดการสิ่งแวดล้อม บริษัทมีนโยบายและเป้าหมายที่จะ รักษาสิ่งแวดล้อมและสร้างให้พนักงานมีความตระหนักถึงการรักษา สิ่งแวดล้อม โดยการเริ่มต้นจากตนเอง ไปจนถึงความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อมในวงกว้าง

นอกจากนี้บริษัทยังได้ตระหนักถึงการรักษาสีเขียวในบริเวณ ที่บริษัทดำเนินการอยู่ ด้วยการที่บริษัทปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ เกี่ยวข้อง และตั้งอยู่บนพื้นฐานหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ ดี โดยบริษัทจะดำเนินการในด้านต่างๆ ได้แก่

1. การปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม
2. การให้ความสำคัญต่อการลงทุนในการรักษาสีเขียว
3. การพิจารณามิติด้านสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจในการลงทุน
4. การป้องกันมลภาวะและการลดการใช้ทรัพยากร
5. การป้องกันมลภาวะที่เกิดจากกิจกรรมและสินค้าของบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

6. การบริหารจัดการการใช้พลังงานและสาธารณูปโภค (น้ำมัน ไฟฟ้า ประปา) ให้มีปริมาณการใช้ที่ลดลงตามเป้าหมาย

บริษัทให้ความสำคัญต่อการปลูกฝังจิตสำนึกและสร้างความ ตระหนักในเรื่องการรักษาสีเขียว และอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติให้กับผู้บริหารและพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่า ธุรกิจของบริษัทจะสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม โดย สอดคล้องไปกับเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย และ UN SD Goals รวมถึงบริษัทมีเป้าหมายลดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ (biodiversity loss / loss of biodiversity) ด้วยการยึดหลักการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับชั้น (Mitigation Hierarchy)

3.2 การคัดค้านนวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม บริษัทมีความ มุ่งมั่นและตั้งใจในการสร้างหรือการนำมาใช้ด้วยนวัตกรรมที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมให้มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่ทันสมัยมาพัฒนาปรับปรุงขั้นตอน กระบวนการทำงานและการให้ บริการทุกมิติให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้นและเพิ่มประสิทธิ ภาพเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า เช่น ลดการใช้กระดาษ โดยส่งเสริมการทำงานบนระบบดิจิทัลมากขึ้นรวมถึงการใช้ เอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความน่าเชื่อถือตามที่กฎหมาย กำหนด

ABOUT THIS REPORT

Jaymart Group|Sustainability Report 2023

บริษัท เจมาร์ก กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี 2566 เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการและผลการดำเนินงานในประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่ครอบคลุม มิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นให้สอดคล้องตามมาตรฐานการรายงานขององค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล Sustainable Development Goals (SDGs) ขอบเขตของรายงานครอบคลุม บริษัท เจมาร์ก กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) , บริษัท เจมาร์ก โมบาย จำกัด ซึ่งถือได้ว่าเป็นบริษัทแกนที่ เจมาร์ก ถือครองหุ้น เท่ากับร้อยละ 99.9 และอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัท เจมาร์ก โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) โดยสรุปผลการดำเนินงานการพัฒนาความยั่งยืนฉบับปี 2566 เผยแพร่ในเดือนเมษายน ปี 2567

ขอบเขตการรายงาน

- ระยะเวลาการรายงาน

วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2566

- ขอบเขตการเปิดเผย

บริษัท เจมาร์ก กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

และ บริษัท เจมาร์ก โมบาย จำกัด (บริษัทแกน)

- ขอบเขตเนื้อหา

รายงานตามผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Material Topics) ที่สอดคล้องกับบริษัท และกลยุทธ์ของ เจมาร์ก และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของเจมาร์ก

การรับรองรายงาน

รายงานฉบับนี้ได้ผ่านการตรวจสอบรับรองโดยหน่วยงานภายนอก อย่างไรก็ตาม เจมาร์ก รวบรวมข้อมูลสำหรับการรับรองความถูกต้องหรือฐานข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น เว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย , การรายงานผลสรุปประกอบการงะอีเล็คทรอนิกส์จาก บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) , การรายงานผลการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลจาก CirPlas องค์กรจัดการกับขยะพลาสติก เป็นต้น และจากฝ่ายงานและผู้เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ เจมาร์ก ได้มีการทบทวนเนื้อหาและขอบเขตการรายงานทุกปี เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และบริบทปัจจุบัน

กรอบการรายงาน

เจมาร์ก ได้มีการจัดเตรียมเนื้อหาและเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals SDGs) ในประเด็นสำคัญ

Contact

ฝ่ายจัดการด้านการพัฒนาความยั่งยืน (นักลงทุนสัมพันธ์)

บริษัท เจมาร์ก กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

187,189 อาคาร เจมาร์ก ถนนรามคำแหง ราษฎร์พัฒนา

เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240

T.+66 02-483-7979

Email. Jaymartgroup_esg@jaymart.co.th

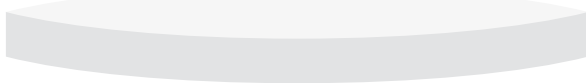
วิสัยทัศน์และพันธกิจ

> วิสัยทัศน์ (Vision)

“

สร้างสรรคมูลค่าที่ยั่งยืนให้กับผู้ที่มีส่วนได้เสีย
ด้วยการลงทุนในธุรกิจค้าปลีก การเงินและเทคโนโลยี
เพื่อสร้าง Synergy Ecosystem ที่ยั่งยืน

”



> พันธกิจ (Mission)

J = Joyful

เรามุ่งมั่นที่จะสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เต็มไปด้วยความสุข เพื่อความสุขในการทำงานของพนักงานของเรา

M = Moral

เราให้คำมั่นสัญญาบนพื้นฐานของคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดี

A = Alliance

เราสร้างพันธมิตรและสร้างความร่วมมือในดำเนินธุรกิจ เพื่อเป้าหมายในการเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจการเงิน

R = Retail

เรามุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสู่การขยายตัวในอนาคต

T = Technology

เรามุ่งมั่นที่จะพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อการส่งมอบแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีคุณค่าให้กับผู้บริโภค

เกี่ยวกับเจมาร์ท

บริษัท เจมาร์ท กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “กลุ่มเจมาร์ท”) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2531 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้นจำนวน 2,000,000 บาท เพื่อเป็นผู้แทนจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกยี่ห้อในระบบเงินผ่อน ก่อนเริ่มขยายช่องทางการจำหน่ายเข้าไปในตลาดขายส่ง โดยมีสินค้าหลัก ได้แก่ โทรทัศน์ เครื่องเล่นวีดีโอและเครื่องปรับอากาศ ต่อมาในปี 2535 บริษัทได้เริ่มดำเนินธุรกิจการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านระบบเงินสด ระบบผ่อนชำระและระบบขายส่ง

บริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2552 โดยการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้กับผู้ลงทุนทั่วไปจำนวน 75 ล้านหุ้น ที่ราคาเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนครั้งแรกเท่ากับ 1.80 บาทต่อหุ้น ปัจจุบัน ณ 31 ธันวาคม 2566 บริษัทมีทุนจดทะเบียนของบริษัต์เท่ากับ 1,558,820,418 บาท และมีทุนชำระแล้วเท่ากับ 1,426,952,481 บาท

ปัจจุบัน บริษัทมีสถานะเป็นโฮลดิ้ง คอมพานี หรือประกอบธุรกิจลงทุนในธุรกิจอื่น โดยมีธุรกิจหลักหรือบริษัทแทนได้แก่ บริษัท เจมาร์ท โมบาย จำกัด ที่จัดจำหน่ายทั้งค้าปลีกและค้าส่งโทรศัพท์เคลื่อนที่และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ อีกทั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายของผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่หลักทุกรายและผู้ให้บริการเครือข่ายและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง

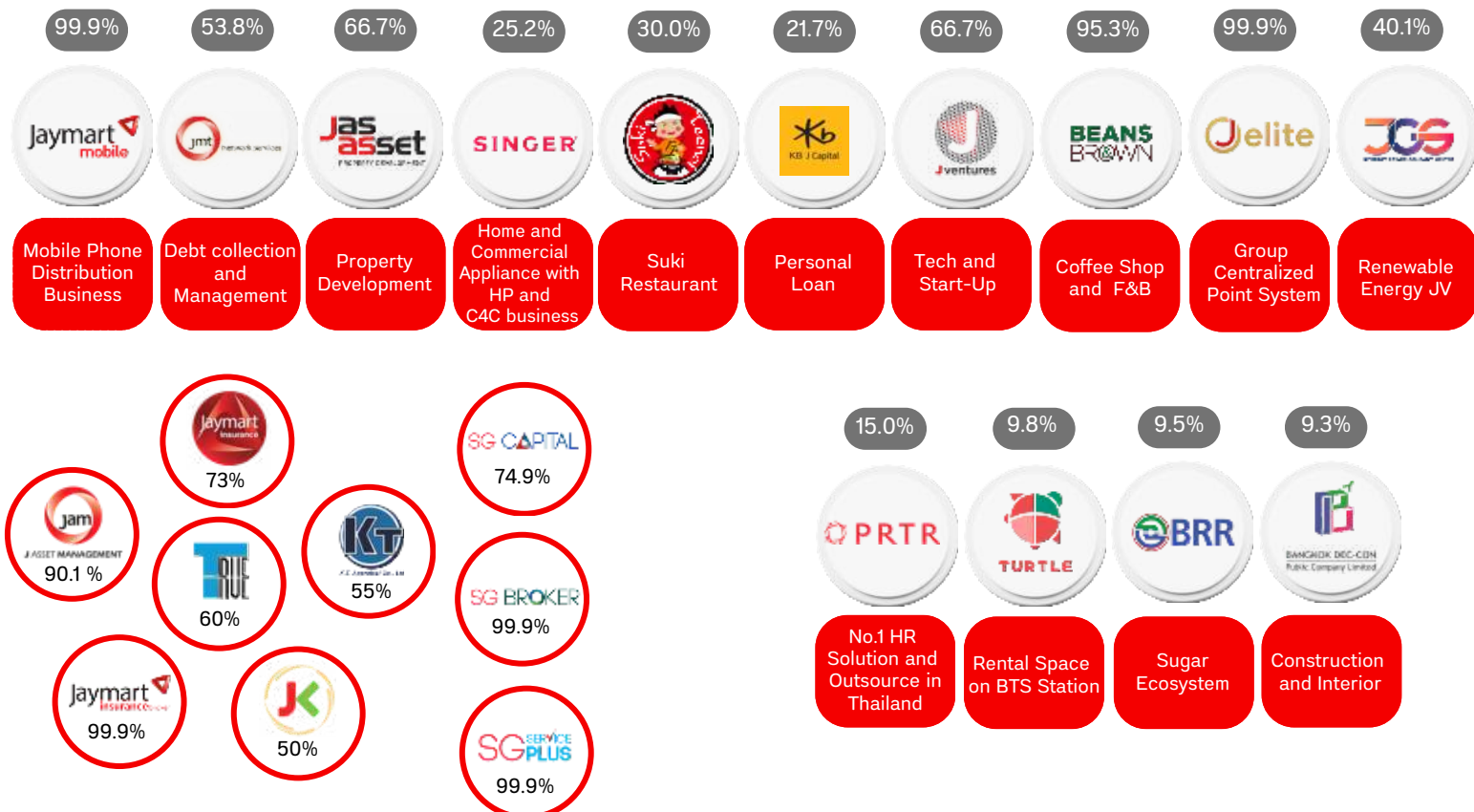
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

บริษัท เจมาร์ท กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)
187,189 อาคาร เจมาร์ท ถนนรามคำแหง ราษฎร์พัฒนา
เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240
T.+66 02-483-7979
Email. Jaymartgroup_esg@jaymart.co.th
เว็บไซต์ : <https://www.jaymart.co.th/>

โครงสร้างการดำเนินงานของบริษัท

โครงสร้างกลุ่มบริษัทเจมาร์ก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566

JAYMART GROUP HOLDINGS



*Singer and KB J is an associated companies under Jaymart Group

ข้อมูลพื้นฐาน

เจมาร์ทกรุ๊ป ประกอบธุรกิจเป็นโอดังส์คอมพิวเตอร์ ซึ่งลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการค้าปลีก การเงิน และเทคโนโลยี โดยมีบริษัทในแทนคือ บริษัท เจมาร์ท โมบาย และมีบริษัทย่อยที่มีศักยภาพอื่นๆ เช่น เจ เอ็ม ที เน็กเวอร์ค เซอร์วิสเชส , เจเอเอส แอสเซ็ท , เจ เวเนเจอร์ส และมีบริษัทร่วมเช่นบริษัท ซิงเกอร์ ประเทศไทย และ เคบี เจ แคปิตอล

กลุ่มบริษัทเจมาร์ท ยังคงดำเนินธุรกิจภายใต้การดำเนินงานร่วมกันของกลุ่มบริษัทย่อย และบริษัทร่วม โดยมี 5 สายธุรกิจหลักที่เน้นการประกอบธุรกิจหลักในธุรกิจค้าปลีก ภายใต้ปณิธานของการดำเนินงานในแนวคิด “The Power of Synergy” ซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักที่สำคัญในการสร้างระบบนิเวศในการดำเนินงาน (Ecosystem) เพื่อสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้น ทั้งนี้รายละเอียดของการพัฒนาการ และทิศทางของผลการดำเนินงานแต่ละสายธุรกิจอธิบายได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**Garget
Destination**

**Financial
Destination**

**Digital
Transformation**

**Power of
Synergy**

ธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริม และสินค้าเทคโนโลยี (ธุรกิจจัดจำหน่าย)

บริษัท เจมาร์ท โมบาย จำกัด (JMB) บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 630,000,000 บาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายทั้งลักษณะค้าส่งและ ค้าปลีก โดยมุ่งเน้นไปในสินค้าประเภทเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องของผู้ผลิตหลักทุกราย ได้แก่ Samsung, iPhone, Huawei, Oppo, Vivo, Realme, OnePlus และ Xiaomi เป็นต้น รวมถึงเป็นผู้แทนจำหน่ายชุด SIM Card (Subscriber Identification Module) และบัตรเติมเงินของผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งปัจจุบันจำหน่ายให้กับ AIS เพียงรายเดียว โดยบริษัททำการจำหน่ายสินค้าดังกล่าวผ่านช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายของบริษัทไม่ว่าจะเป็น Jaymart Shop ที่เป็นช่องทางออฟไลน์ที่มีสถานที่ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้าต่างๆ ทั่วประเทศ และช่องทางการขายแบบออนไลน์ เพื่อการอำนวยความสะดวกให้กับ ผู้บริโภคตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไปที่มีทั้งช่องทาง Facebook, Tiktok รวมถึง Social Media ทุกช่องทาง รวมถึงแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซต่างๆ เช่น Shopee, Lazada

สายงานธุรกิจบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ

บริษัท เจ เอ็ม ที เน็กเวอร์ค เซอร์วิสเชส จำกัด (มหาชน) (JMT) บริษัทย่อยของบริษัทในสัดส่วน ร้อยละ 53.85 ดำเนินธุรกิจบริหารหนี้ด้วยคุณภาพในการให้บริการติดตามเร่งรัดหนี้ในส่วนที่เป็นหนี้ด้วยคุณภาพที่เจ้าหนี้ไม่สามารถติดตามได้หรือไม่ประสงค์จะติดตามเอง เป็นต้น

สายงานธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และพื้นที่ค้าปลีก

บริษัท เจเอเอส แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) (J) บริษัทถือหุ้นอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 66.69 ดำเนินธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในส่วนของการธุรกิจมือถือและศูนย์การค้าแบบคอมมูนิตี้มอลล์และพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย

สายธุรกิจเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech)

บริษัท เจ เวเนเจอร์ส จำกัด (JVC) บริษัทถือหุ้นอยู่ในสัดส่วน ร้อยละ 66.67 ดำเนินธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์และลงทุนในกิจกรรมอื่น โดยเน้นธุรกิจ Start-up ที่มีศักยภาพ

สายธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมการให้บริการเช่าซื้อ

บริษัท ซิงเกอร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) (SINGER) บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 25.47 ดำเนินธุรกิจขายเครื่องใช้ไฟฟ้าพร้อมกับการบริการสินเชื่อแบบเช่าซื้อและสินเชื่อจำนำทะเบียนรถ



ข้อมูลพื้นฐาน

กลุ่มบริษัทที่เจมาร์กได้เข้าลงทุน (New Investment)

ลำดับที่	บริษัท	%	พัฒนาการ
1	บริษัท บี เอ็น เอ็น เรสเทอรองท์ กรุ๊ป จำกัด (สุกี้ ตีน้อย หรือ Suki Teenoi) จัดประเภทเงินลงทุน: บริษัทร่วม รับผิดชอบแบ่งกำไรจากการถือหุ้น ร้อยละ 30	30.0	ปัจจุบัน Suki Teenoi มีสาขารวมทั้งหมด 55 สาขา (ณ สิ้น ธันวาคม 2566) โดยในปี 2566 ที่ผ่านมามี Suki Teenoi ได้เปิดสาขาเพิ่มขึ้นจำนวน 13 สาขา โดยสาขาที่เปิดเพิ่มมีส่วนหนึ่งที่ได้เริ่มขยายออกไปต่างจังหวัด เช่น ออยุธยา ชลบุรี สุพรรณบุรี และนครราชสีมา เป็นต้น ซึ่งเป็นทำเลที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการค่อนข้างหนาแน่น ด้วยแนวคิดของการให้บริการที่เข้าถึงความต้องการของลูกค้าที่ชอบรับประทานสุกี้ชาบูที่มีราคาคุ้มค่าต่อการบริโภคจึงทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างดี ทั้งนี้ สำหรับปี 2566 ที่ผ่านมามีบริษัทได้รับส่วนแบ่งกำไรจากการถือหุ้น Teenoi ร้อยละ 30 เท่ากับ 274 ล้านบาท จากผลกำไรสุทธิรวม 913 ล้านบาท (ไม่รวม การปันส่วนราคาซื้อ (PPA)) และได้ดำเนินกิจกรรมการทางการตลาดร่วมกับกลุ่มบริษัทเจมาร์ก เช่น การนำคะแนนสะสม J Point แลกเป็นคูปองส่วนลดตามกับบริษัทกำหนด เป็นต้น
2	บริษัท น้ำตาลบุรีรัมย์ จำกัด (มหาชน) (“BRR”) จัดประเภทเงินลงทุน: มูลค่าธุรกรรมผ่านงบกำไรขาดทุน	9.49	บริษัทได้เข้าลงทุนใน BRR ด้วยเล็งเห็นถึงโอกาสในการดำเนินงานทางด้านเศรษฐกิจร่วมกัน โดยในปี 2566 ที่ผ่านมามีได้ดำเนินการในหลายมุมด้วยกัน เช่น การขายสินค้าในกลุ่มเกษตร การเข้าเป็นผู้รับประกันภัยให้กับรถยนต์ของเกษตรกร และรวมถึงการให้เงินเกี่ยวกับเกษตรกร 270 ล้านบาท เป็นต้น
3	บริษัท พรีอาร์ทีอาร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“PRTR”) จัดประเภทเงินลงทุน: มูลค่าธุรกรรมผ่านส่วนของผู้ถือหุ้น	15.0	บริษัทได้ดำเนินการงานทางด้าน HRM และ HRD กับ PRTR ในหลายโครงการเพื่อการพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพ เช่น การฝึกอบรมทางด้านงานขายให้กับพนักงานขาย การใช้ Platform ในการอบรม Blacksmith ของ PRTR ในการอบรมกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท เพื่อให้มีการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องจากผู้ที่เชี่ยวชาญในแต่ละหัวข้อที่มีความสำคัญต่อกระบวนการทำงาน
4	บริษัท ชูเปอร์ เทอร์เกิล จำกัด (มหาชน) (“TURTLE”) จัดประเภทเงินลงทุน: มูลค่าธุรกรรมผ่านส่วนของผู้ถือหุ้น	9.82	บริษัทได้ร่วมมือกับ TURTLE ในการขยายสาขานับถือไฟฟ้า BTS ซึ่งได้ปัจจุบันได้เปิดไปแล้วจำนวน 14 สาขา โดยอยู่ระหว่างการเปิดสาขาเพิ่มเติมอีกภายในต้นปี 2567 นี้
5	บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) (“SGC”) จัดประเภทเงินลงทุน: มูลค่าธุรกรรมผ่านงบกำไรขาดทุน	4.46	ในปี 2566 ที่ผ่านมามีผู้บริหารของ SGC ได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงานให้มีความรัดกุมมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อ และสินเชื่อจำนำทะเบียนรถ รวมถึงการตั้งสำรองหนี้ด้วยคุณภาพให้เพียงพอกับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ในปี 2567 นี้ บริษัทคาดว่าจะมีผลการดำเนินงานที่ปรับตัวดีขึ้นจากปีที่ผ่านมา

ภาพรวมธุรกิจเจมาร์ท

สำหรับผลการดำเนินการของ บริษัทและบริษัทย่อย งบการเงินรวม ประจำปี 2566 บริษัทมีผลขาดทุน 447 ล้านบาท ทั้งนี้ หากไม่รวมรายการผลขาดทุนที่ยังไม่เกิดขึ้นจริงจากสินทรัพย์ทางการเงินอื่นจำนวน 843 ล้านบาท บริษัท จะมีกำไรสุทธิจากการดำเนินงานเท่ากับ 396 ล้านบาท โดยรายละเอียดของผลการดำเนินงานของแต่ละสายธุรกิจ และทิศทางของผลประกอบการในอนาคต อธิบายได้ดังต่อไปนี้



1. ธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม

ธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริม ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท เจมาร์ท โมบาย จำกัด (“เจมาร์ท โมบาย”) ในปี 2566 ที่ผ่านมามีจำนวนสาขาที่เปิดทั่วประเทศ จำนวน 319 สาขา (รวม IT Junction) มียอดขายลดลงร้อยละ 8.9 จากปีที่ผ่านมามียอดขายอยู่ที่ระดับ 8,699 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิเท่ากับ 119 ล้านบาท โดยจำหน่ายโทรศัพท์มือถือได้จำนวน 0.7 ล้านเครื่อง

บริษัทยังคงมีมุมมองในเชิงบวกต่อทิศทางของผลการดำเนินงาน ในปี 2567 ต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะมียอดขายที่สูงกว่าปี 2566 ที่ผ่านมามีเนื่องจากเทคโนโลยีใหม่อย่าง Generative AI จะทำให้ลูกค้าสนใจสมาร์ตโฟนที่รองรับ AI มากขึ้น และการทำ Synergy เพิ่มเติมร่วมกับบริษัทในกลุ่ม เช่น การปล่อยสินเชื่อมือถือด้วยการถือครองมือถือหากไม่มีการผ่อนจ่ายสินเชื่อ เช่น Samsung Finance Plus

2. ธุรกิจบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ

ธุรกิจบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท เจเอ็มที เน็กเวอร์ค เซอร์วิสเชส จำกัด (มหาชน) (“เจเอ็มที”) ยังคงเป็นธุรกิจที่มีผลประกอบการที่ดีอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2566 ที่ผ่านมามีเจเอ็มที บรรลุเป้าหมายการดำเนินงานสูงสุดเป็นประวัติการณ์อย่างต่อเนื่อง มีกำไรสุทธิเท่ากับ 2,010.7 ล้านบาท เติบโตจากปีก่อนหน้าร้อยละ 15.2

บริษัทยังคงมีมุมมองในการเติบโตของ บริษัทในเชิงบวก โดยยังคงตั้งเป้าหมายในการทำผลประกอบการให้เพิ่มจากปี 2566 ที่ผ่านมามีเนื่องจากในปีที่ผ่านมา เจ เอ็ม ที มีการลงทุนซื้อด้วยคุณภาพแบบไม่มีหลักประกันมากที่สุดเป็นประวัติการณ์ ซึ่งจะสร้างการจัดเก็บกระแสเพิ่มขึ้นในอนาคต

3. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท เจเอเอส แอสเซท จำกัด (มหาชน) (“เจเอเอส”) มีผลการดำเนินงานในปี 2566 มีผลกำไรสุทธิเท่ากับ 192.6 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 4.8 โดยสาเหตุที่เจเอเอสมีผลกำไรสุทธิลดลง เนื่องจากการตั้งสำรองหนี้สูญและมีส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้าซึ่งทั้งสองรายการเป็นรายการเพียงครั้งเดียว (One time item) ที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมา บริษัทมีมุมมองเชิงบวกในผลประกอบการของ บริษัทย่อย เจเอเอส ในอนาคตปี 2567 โดยในปี 2567 นี้ เจเอเอส แอสเซท มีแผนจะเปิดศูนย์การค้าอีก 3 โครงการ คือ JAS Green Village รามคำแหง JAS Green Village ประเวศ และ JAS Green Village วอนแก่น ซึ่งปัจจุบันได้อยู่ระหว่างการพัฒนาและมีพื้นที่ในการพัฒนาโครงการเรียบร้อยแล้ว

4. สายธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า พร้อมสินเชื่อเช่าซื้อ และ Car for Cash

บริษัท ซิงเกอร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) (“ซิงเกอร์”) มีผลขาดทุนสุทธิ 3,210 ล้านบาท และสำหรับบริษัทย่อย บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) มีผลขาดทุนสุทธิ 2,275 ล้านบาท เนื่องจากลูกค้าสินเชื่อเช่าซื้อที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิดในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

5. สายงานทางด้านเทคโนโลยี

บริษัท เจ เวนเจอร์ส จำกัด (“เจเวนเจอร์ส”) ถือเป็นบริษัทย่อยของ เจมาร์ท ที่ดำเนินงานทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งในปี 2566 ที่ผ่านมามีเจเวนเจอร์ส ได้มีพัฒนาสำคัญในหลายเรื่องด้วยกัน อาทิเช่น เจเวนเจอร์ส ได้เข้าเป็นสมาชิก NDID (National Digital ID) โดยพร้อมเป็น Public IdP (Public Identity Provider) เพื่อให้บริการพิสูจน์และยืนยันตัวตนทางดิจิทัลแก่สมาชิก NDID RP หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน เช่น กลุ่มองค์กร บริษัท ธุรกิจในด้านต่าง ๆ ที่ต้องการใช้บริการพิสูจน์และยืนยันตัวตน (eKYC) และการผลักดันให้ JFIN Chain ซึ่งเป็น Blockchain มาใช้ในธุรกิจมากขึ้น เช่น การร่วมกับ BitmonsterNFT และเกมส์ NFT เป็นต้น

6. กลุ่มบริษัทที่เจมาร์ทได้เข้าลงทุน (New Investment)

บริษัท บี เอ็น เอ็น เรสเทอรองท์ กรุ๊ป จำกัด (สุกี้ ตี๋น้อย หรือ Suki Teenoi) , บริษัท น้ำตาลบุรีรัมย์ จำกัด (มหาชน) (“BRR”) , บริษัท พ็อาร์ทท็อาร์ท กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“PRTR”) , บริษัท ซุปเปอร์ เทอร์เกิล จำกัด (มหาชน) (“TURTLE”) และ บริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) (“SGC”)

สรุปผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน

มิติสิ่งแวดล้อม

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม (Scope 1 - 3)

- 1,275.79 ตันคาร์บอนไดออกไซด์หรือเทียบเท่า ณ สำนักงานใหญ่ ลดลง 1.41 % จากปีฐาน 2565

ปริมาณการใช้พลังงาน

- ปริมาณไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอกรวม 2,163.22 MWh ลดลง 3.50 % จากปีฐาน 2565
- ปริมาณกำลังการผลิตไฟฟ้าที่ผลิตจาก Solar rooftop บนหลังคาอาคารสำนักงานใหญ่ 210 MWh หรือคิดเป็นผลประหยัดประมาณ 1,042,249.4 บาท
- ปริมาณการใช้เชื้อเพลิง 616.84 MWh เพิ่มขึ้น 17.04 % จากปีฐาน 2565

ปริมาณการใช้น้ำ

- ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด 29,410 ลูกบาศก์เมตร เพิ่มขึ้น 8.06% จากปีฐาน 2565

ปริมาณการใช้กระดาษ

- ปริมาณการใช้กระดาษทั้งหมด 22,814 กิโลกรัม ลดลง 26.28% จากปีฐาน 2565 หรือ มีผลประหยัดถึง 183,164.70 บาท

การจัดการขยะอย่างยั่งยืน

- รวมปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงานและการคัดแยกขยะของบริษัท ทั้งสิ้น 71,568.30 กิโลกรัม ช่วยลดคาร์บอนไดออกไซด์รวม 17,799.71 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์หรือ เทียบเท่าการปลูกต้นไม้อายุ 10 ปี ถึง 1,978 ต้น สามารถจำแนกได้ดังนี้
 - 1.ปริมาณการคัดแยกขยะพลาสติก เพื่อนำไปรีไซเคิล ทั้งหมด 792.30 กิโลกรัม ช่วยลดคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 2,484.13 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์ หรือ เทียบเท่าการปลูกต้นไม้อายุ 10 ปี ถึง 276 ต้น
 - 2.ปริมาณการคัดแยกกระดาษ ทั้งหมด 7,379.60 กิโลกรัม ช่วยลดคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 15,286 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์หรือ เทียบเท่าการปลูกต้นไม้อายุ 10 ปี ถึง 1,699 ต้น
 - 3.ปริมาณการคัดแยกขยะออร์แกนิกทั้งหมด 8.50 กิโลกรัม ช่วยลดคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 29.57 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์ หรือ เทียบเท่าการปลูกต้นไม้อายุ 10 ปี ถึง 3 ต้น
- รวมปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดจากการจัดโครงการของเจมาร์ก รวมทั้งหมด 2,135 ชิ้น ช่วยลดคาร์บอนไดออกไซด์รวม 265.21 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์ หรือ เทียบเท่าการปลูกต้นไม้อายุ 10 ปี 29 ต้น

มิติสังคม

0

พนักงานบาดเจ็บ / เสียชีวิตจากการทำาน

6

ชั่วโมงการฝึกอบรมโดยเฉลี่ยต่อคน

0

จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน / สังคม

มิติบรรษัทภิบาล

- ทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้เป็นปัจจุบัน
- การประเมิน CGR อยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก”
- ทบทวนนโยบายต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันให้เป็นปัจจุบันและจัดกิจกรรมการประกาศเจตนารมณ์การต่อต้านทุจริตและการอบรมพนักงานประจำปี



กลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน

กรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

บริษัท ได้กำหนด “กรอบการบริหารความยั่งยืน” เพื่อใช้เป็นกรอบการดำเนินงานในการสร้างความยั่งยืนขององค์กรในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการเติบโตของธุรกิจบนพื้นฐานของความเสี่ยงต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Governance) การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและคุณธรรม (Ethics & Integrity) การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ (Compliance) และการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) ที่มีประสิทธิภาพเพื่อการอยู่ร่วมกันระหว่างอุตสาหกรรมและสังคมอย่างสมดุลและมีคุณภาพ พร้อมทั้งสามารถตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติและสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

นอกจากนโยบายและกรอบการดำเนินงานเพื่อสร้างความยั่งยืนขององค์กรของบริษัทแล้ว บริษัทยังนำหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และเกณฑ์มาตรฐานอื่นๆ มาใช้เป็นประกอบเป็นแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วย เช่น เกณฑ์การประเมินความยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้บริษัท สามารถพัฒนาการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในทุกด้านให้ดีขึ้น

กลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน

จากการบูรณาการแนวคิดด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนเข้ากับแผนธุรกิจของบริษัท ทำให้บริษัทปรับเปลี่ยนแผนธุรกิจและมุ่งสู่การบริหารงานที่คำนึงถึงความยั่งยืน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลกและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนมีเป้าหมายที่จะเป็นบริษัทที่สมบูรณ์แบบที่สร้างโอกาสและประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม พัฒนารูปร่างและเศรษฐกิจสังคมให้เติบโตไปพร้อมกับการอยู่ร่วมกันด้วยดีระหว่างบริษัทและชุมชนโดยรอบ บนพื้นฐานของการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม บริษัท จึงได้วางกลยุทธ์หลักในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ดังนี้

กลยุทธ์และกรอบการพัฒนาความยั่งยืนของเจมาร์ท

กลยุทธ์ที่ 1

พัฒนาองค์กรด้านความยั่งยืน เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



เป้าหมาย

1. เป็นบริษัทที่เป็นกลางทางคาร์บอนในปี 2583
2. ลดอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อปีอย่างต่อเนื่อง 10 % ภายในปี 2573 นับจากปีฐาน 2565 แนวทางการดำเนินงาน

แนวทางการดำเนินงาน

1. เสริมสร้างความสามารถในการรับมือการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเพิ่มการดูดซับคาร์บอนในกิจกรรมต่างๆ

กลยุทธ์ที่ 2

สร้างสังคมที่ปลอดภัยอย่างยั่งยืน และใส่ใจทรัพยากรสิ่งแวดล้อม เป็นสำคัญ



เป้าหมาย

1. อัตราบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงานเป็นศูนย์ (Zero LTIFR)
2. ไม่ละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อมและสังคมของพนักงานและคู่ค้า
3. ไม่มีขยะถูกส่งไปกำจัดด้วยวิธีฝังกลบ (Zero Waste to Land Fill)
4. 100% ของคู่ค้าและคู่ค้าใหม่ ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงาน

1. ส่งเสริมความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้มีส่วนได้เสียหลักทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน
2. บริหารจัดการทรัพยากรและของเสียอย่างมีประสิทธิภาพด้วยนวัตกรรมและหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
3. ป้องกันและลดผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินงานของบริษัทและคู่ค้า
4. ปกป้องและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติทั้งภายในและภายนอกบริษัท
5. เปิดเผยข้อมูลแนวปฏิบัติและการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างโปร่งใส

กลยุทธ์ที่ 3

สร้างโอกาสให้กับผู้มีส่วนได้เสีย



เป้าหมาย

1. ไม่มีการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนที่มีนัยสำคัญในทุกกิจกรรมการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน
2. ชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงานไม่น้อยกว่า 6 ชั่วโมงต่อคน ต่อปี

แนวทางการดำเนินงาน

1. ประเมินความเสี่ยงด้านมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Right Diligence) ตลอดห่วงโซ่อุปทาน
2. พัฒนาบุคลากรด้านทักษะความรู้และทักษะทางสังคม รวมถึงการส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพ

กลยุทธ์ที่ 4

สร้างสังคมที่ดีเพื่อร่วมกันสร้างประโยชน์แก่สังคมโดยรวม



เป้าหมาย

1. ไม่มีการทุจริตคอร์รัปชัน (Zero Tolerance to Corruption)
 2. จัดการข้อร้องเรียนได้ 100% ตามระยะเวลาที่กำหนด
 3. สร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนในรัศมี 10 กิโลเมตรจากสำนักงานใหญ่ สำหรับกิจกรรมพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท
- แนวทางการดำเนินงาน**
1. กำกับดูแลกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ คุณธรรม จริยธรรมและเป็นธรรม
 2. จัดให้มีช่องทางในการร้องเรียนและกลไกการจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ
 3. ส่งเสริมให้มีการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสียหลักทุกกลุ่มอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม โดยบริหารประเด็นต่างๆ ด้วยการคำนึงถึงประโยชน์ร่วมกัน
 4. ส่งเสริมโครงการและกิจกรรมต่างๆ ที่มีความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อร่วมกันพัฒนาชุมชนบริเวณใกล้เคียงและสังคมโดยรวมให้คุณภาพที่ดีขึ้น



การกำกับดูแลกิจการที่ดี



มิติบรรษัทภิบาล

Jaymart Group | Sustainability Report 2023



บริษัท ตระหนักดีว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่ถือเป็นรากฐานที่สำคัญของการดำเนินงานและกิจกรรมทั้งหมดของบริษัท เพื่อให้เกิดความโปร่งใส เป็นธรรม และแสดงถึงความรับผิดชอบ โดยบริษัทมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีซึ่งรวมถึงการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสมและมีจริยธรรม ตลอดจนการต่อต้านการให้สินบนและการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งทั้งหมดนี้จะช่วยให้บริษัทสามารถลดผลกระทบเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้เสียได้สำเร็จ

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

โดยบริษัทให้ความสำคัญกับกระบวนการระบบและแนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการที่ดี โดยคณะกรรมการบริษัทได้กำหนดกลไกการควบคุมและการตรวจสอบอำนาจ เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใสตรวจสอบได้ กลุ่มบริษัทมีคณะกรรมการบริษัทและคณะผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ และมีความรับผิดชอบต่อนักที่มี ความเคารพในสิทธิความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสีย ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้จริยธรรม และแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยจัดทำเป็นนโยบายให้พนักงานทุกระดับรับทราบ และถือปฏิบัติพร้อมสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมในการช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุน สถาบันการเงิน พันธมิตรธุรกิจ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

คณะกรรมการบริษัท ได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อให้เป็นปัจจุบัน และเหมาะสมกับสภาพการณ์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่อาจเปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งให้สอดคล้องกับแนวทางที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีมติให้ปรับปรุง “หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน” เป็นการยกระดับแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทให้ไปตามมาตรฐานสากล คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักบรรษัทภิบาล

โดยสามารถศึกษารายละเอียดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ของบริษัท

<https://www.jaymart.co.th/storage/document/company-policy/corporate-governance-policy-th.pdf>
หรือ สแกน QR CODE



SCAN HERE

สแกนเพื่อศึกษานโยบาย
การกำกับดูแลกิจการที่ดี

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

เพื่อการเป็นบริษัทธรรมาภิบาลที่ดี บริษัทจึงได้กำหนดให้เป็นข้อพึงปฏิบัติที่ดีสำหรับการเป็นบริษัทจดทะเบียน (Code of Best Practice) นั้น บริษัทได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการดูแลกิจการ เพื่อความโปร่งใสในการดำเนินงานของบริษัททุกระดับชั้น ทั้งในส่วนองพนักงานระดับปฏิบัติงาน ผู้บริหาร ตลอดจนคณะกรรมการ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการปรับปรุงประสิทธิภาพและเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบกิจการของบริษัทเพื่อประโยชน์ในระยะยาวของบริษัทและผู้ถือหุ้น ดังนั้น บริษัทจึงได้ถือปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีทั้ง 15 ข้อ ตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนี้



1.นโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี



2.สิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้น



3.สิทธิของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ



4.การประชุมผู้ถือหุ้น



5.ภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์



6.ความขัดแย้งทางผลประโยชน์



7.จริยธรรมทางธุรกิจ



8.การตรวจสอบของคณะกรรมการ และความหลากหลายของคณะกรรมการ



9.การรวมหรือแยกตำแหน่ง



10.ค่าตอบแทนของคณะกรรมการและผู้บริหาร



11.การประชุมคณะกรรมการ



12.คณะกรรมการตรวจสอบ



13.ระบบการควบคุมและตรวจสอบภายใน



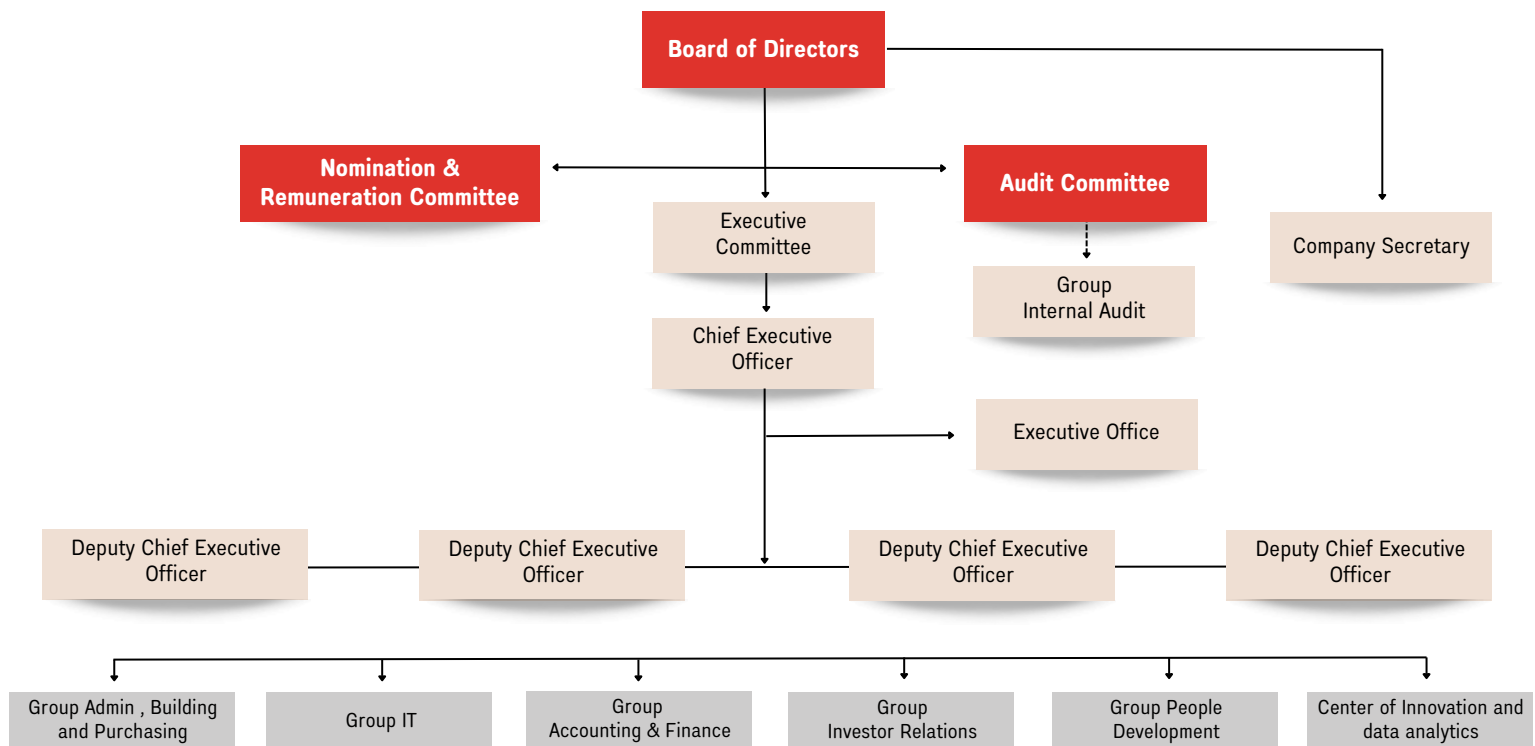
14.รายงานของคณะกรรมการ



15.ความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน

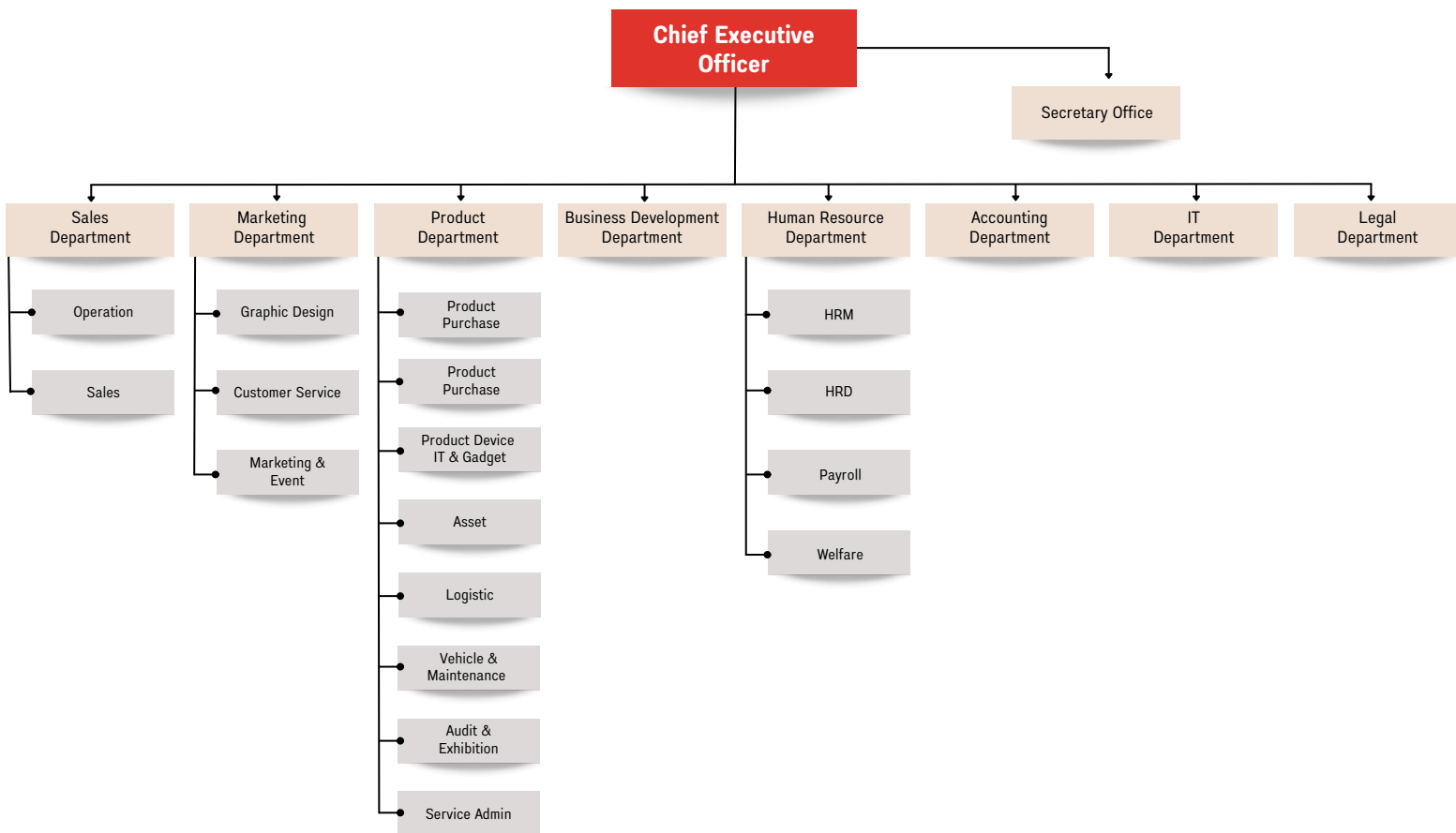
โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลเกี่ยวกับ คณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหาร พนักงาน และอื่นๆ

Jaymart Group Holdings Public Company Limited



โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลเกี่ยวกับ โครงสร้างการบริหารของบริษัท เจมาร์ท โมบาย จำกัด (บริษัทแทน)

JAYMART MOBILE COMPANY LIMITED



คณะกรรมการบริษัท

บริษัท มีคณะกรรมการที่ทำหน้าที่กำหนดแนวทางและนโยบายต่าง ๆ ของบริษัทโดยคณะกรรมการดังกล่าวมีคุณสมบัติครบถ้วนตามมาตรา 68 แห่ง พ.ร.บ. บริษัทมหาชนจำกัด และตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยการขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ รวมทั้งไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 4/2 แห่ง พ.ร.ก. บริษัทบริหารสินทรัพย์ โดยคณะกรรมการบริษัทมีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในฐานะผู้นำองค์กร เพื่อดูแลรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย โดยกำหนดนโยบาย เป้าหมาย ยุทธศาสตร์และทิศทางในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในปัจจุบันและในระยะยาว กำหนดกระบวนการตรวจสอบ และการกำกับดูแลให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัท และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นและเป็นไปอย่างโปร่งใส เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้องค์กรสู่ความยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีคณะกรรมการชุดย่อย 3 คณะ ประกอบด้วย คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริหาร อีกทั้งเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามนโยบาย เป้าหมาย แผนกลยุทธ์ และวิสัยทัศน์ จึงได้กำหนดเป้าหมายธุรกิจใช้เป็นกรอบในการดำเนินงาน

รายชื่อคณะกรรมการบริษัท

ลำดับที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายพิศณุ พงษ์อัชฌา	ประธานกรรมการบริษัท
2	นายอดิศักดิ์ สุขุมวิทยา	กรรมการบริษัท
3	นางสาวยุวดี พงษ์อัชฌา	กรรมการบริษัท
4	นางมณี สุนทรวาทิน	กรรมการบริษัท
5	นายพิศิษฐ์ ดัชนีภิรมณ์	กรรมการบริษัท
6	นายสุวิทย์ กิ่งแก้ว	กรรมการบริษัท
7	นายสมลัก นนทกนก	กรรมการบริษัท
8	นางจิตเกษม หมู่บึง	กรรมการบริษัท

รายชื่อคณะกรรมการตรวจสอบ

ลำดับที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายพิศิษฐ์ ดัชนีภิรมณ์	ประธานกรรมการตรวจสอบ/กรรมการอิสระ
2	นายสุวิทย์ กิ่งแก้ว	กรรมการตรวจสอบ/กรรมการอิสระ
3	นายสมลัก นนทกนก	กรรมการตรวจสอบ/กรรมการอิสระ

รายชื่อคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

ลำดับที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายสุวิทย์ กิ่งแก้ว	ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน
2	นายพิศิษฐ์ ดัชนีภรณ์	กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน
3	นางสาวยุวดี พงษ์อัชฌา	กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

รายชื่อคณะกรรมการบริหาร

ลำดับที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายอดิศักดิ์ สุขุมวิทยา	ประธานกรรมการบริหาร
2	นางสาวยุวดี พงษ์อัชฌา	กรรมการบริหาร
3	นายปิยะ พงษ์อัชฌา	กรรมการบริหาร
4	นายเอกชัย สุขุมวิทยา	กรรมการบริหาร
5	นายกิตติพัฒน์ ชลวุฒิ	กรรมการบริหาร
6	นายสาวลัดดา วรณารากุล	กรรมการบริหาร
7	นางณัชชา นิธิโสภณ	กรรมการบริหาร
8	นางนงลักษณ์ ลักษณะโกลน	กรรมการบริหาร

การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัท กำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นประจำทุกปี เพื่อให้คณะกรรมการได้พิจารณาทบทวนผลการปฏิบัติงาน ปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ ในระหว่างปีโดยในปี 2566 บริษัทได้ทบทวนและปรับปรุงแบบประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการทั้ง 2 แบบ คือ ประเมินกรรมการทั้งคณะ ประเมินตนเอง เพื่อให้การประเมินผลดังกล่าวมีหลักเกณฑ์ที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดี และหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกิจการที่ดีฉบับใหม่ (CG Code) ที่ออกโดย ก.ล.ต. รวมทั้งวิเคราะห์และประเมินผลที่ได้จากแบบประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท และจัดทำเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อให้บริษัทนำไปใช้ในการปรับปรุง และพัฒนาการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้บริษัท กำหนดดัชนีชี้วัดผลการปฏิบัติงานประจำปีของคณะกรรมการ (Board KPIs) ตามแนวทาง CG Code และเกณฑ์มาตรฐานสากลของ DJSI ที่ประกอบด้วย การประเมินใน 4 ด้าน ได้แก่ ผลการดำเนินงานของบริษัท ผลการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการทั้งคณะ การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท และการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของคณะกรรมการในการประชุม

1) แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการบริษัท (BOD)

ประเด็นคำถามประกอบด้วย 6 หมวดหลัก ได้แก่

1. โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ
2. บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
3. การประชุมคณะกรรมการ
4. การทำหน้าที่ของกรรมการ
5. ความสัมพันธ์กับฝ่ายจัดการ
6. การพัฒนาตนเองของกรรมการและการพัฒนาผู้บริหาร

2) แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อยแบบรายคณะ

ประเด็นคำถามประกอบด้วย 3 หมวดหลัก ได้แก่

- 1.ความเหมาะสมของโครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการเพื่อให้การทำงานของคณะกรรมการมีประสิทธิภาพ
- 2.ประสิทธิภาพของการประชุมคณะกรรมการชุดย่อย
- 3.บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการชุดย่อย

3) แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อยรายบุคคล

ประเด็นคำถามประกอบด้วย 3 หมวดหลัก ได้แก่

1. โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ/ คณะกรรมการชุดย่อย
2. การประชุมของคณะกรรมการ/ คณะกรรมการชุดย่อย
3. บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ/คณะกรรมการชุดย่อย

ผลการประเมินของคณะกรรมการ ประจำปี 2566

1) แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการบริษัท (BOD)	ร้อยละ 96.54
2) แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อยแบบรายคณะ	ร้อยละ 97.14
3) แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อยรายบุคคล	ร้อยละ 99.72

4) แบบประเมินผลงานของผู้บริหารสูงสุด (CEO)

ประเด็นคำถามประกอบด้วย 10 หมวดหลัก ได้แก่

1. ความเป็นผู้นำ
2. การกำหนดกลยุทธ์
3. การปฏิบัติตามกลยุทธ์
4. การวางแผนและผลปฏิบัติทางการเงิน
5. ความสัมพันธ์กับคณะกรรมการ
6. ความสัมพันธ์กับภายนอก
7. การบริหารและความสัมพันธ์กับบุคลากร
8. การสืบทอดตำแหน่ง
9. ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
10. คุณลักษณะส่วนตัว

สรุป : แบบประเมินผลงานของผู้บริหารสูงสุด (CEO) อยู่ในระดับ “ดีมาก”

การอบรมคณะกรรมการ

ข้อมูลเกี่ยวกับการอบรมคณะกรรมการ

ในปี 2566 บริษัทได้ให้ความสำคัญต่อการเพิ่มทักษะความรู้และความเชี่ยวชาญของคณะกรรมการที่มากขึ้น บริษัทจึงได้มีการจัดหลักสูตรการอบรมให้แก่คณะกรรมการในชื่อหลักสูตร “The Essential Skill for Board of director” แบบ Online โดยความร่วมมือระหว่าง The Blacksmith ภายในการดูแลของบริษัท PRTR ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องหลักสูตรการอบรม ในการจัดหัวข้อพิเศษในการจัดอบรมให้คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

“THE ESSENTIAL SKILL FOR BOARD OF DIRECTOR”



Financial



Strategy



**Problem Solving
Decision Making**



Risk Management



Leadership



Ethical



Technology



Communication



Diversity and Inclusion



**Stakeholder
Engagement**



**Team
Collaboration**



Sustainability

ซึ่งหลักสูตรทั้ง 12 หลักสูตร เป็นการอบรมรูปแบบ Online Learning จาก The Blacksmith โดย PRTR , The Blacksmith จัดตั้งขึ้นกว่า 30 ปี ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท PRTR ที่มองเห็นความสำคัญของการพัฒนาบุคลากร

นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัท เจมาร์ก กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัทร่วม บริษัทย่อย (“กลุ่มเจมาร์ก”) ให้ความสำคัญและเข้าใจวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส โดยให้ความสำคัญระมัดระวังในเรื่องการดำเนินการเรื่องที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ บริษัทจึงกำหนดเป็นนโยบายเพื่อให้ถือเป็นแนวปฏิบัติ

โดยบริษัท มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีเหตุมีผลด้วยความเป็นอิสระและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกันตามหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดีส่งผลให้บริษัทเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในการทำรายการใดๆ ที่บริษัททำกับผู้มีส่วนได้เสีย หรือผู้สามารถควบคุมการตัดสินใจของบริษัทได้ เช่น กรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ หรือผู้บริหาร เป็นต้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ บริษัทจะให้ความสำคัญและคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทเป็นสำคัญเสมือนกับการทำรายการกับบุคคลภายนอกทั่วไป (Arm's length basis)

นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ บริษัท เจมาร์ก กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัทร่วม บริษัทย่อย (“กลุ่มเจมาร์ก”) ตระหนักถึงความสำคัญของการประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใสและตรวจสอบได้ ซึ่งเป็นหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดีและเสริมสร้างองค์กรให้มีประสิทธิภาพ บริษัทจึงกำหนดเป็นนโยบายให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน พึงหลีกเลี่ยงการกระทำการใดๆ อันอาจเป็นการขัดต่อผลประโยชน์ของบริษัท ซึ่งอาจเกิดจากการติดต่อกับผู้เกี่ยวข้องทางการค้าของบริษัท เช่น ลูกค้า คู่ค้า เป็นต้น การใช้โอกาสหรือข้อมูลภายในของบริษัทแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตน การทำรายการกับบริษัท การทำธุรกิจที่แข่งกับบริษัท ฯลฯ ซึ่งส่งผลให้บริษัทเสียผลประโยชน์ในกรณีที่จำเป็นไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ต้องทำรายการนั้น บริษัทจะดูแลให้การทำการรายการนั้นๆ ด้วยความโปร่งใส เกียรติธรรม เสมอเหมือนการทำรายการกับบุคคลภายนอกทั่วไป โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัท และเป็นธรรมต่อผู้เกี่ยวข้อง

กรณีพบว่าการกระทำที่เข้าข่ายขัดแย้งทางผลประโยชน์ของบริษัท กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานให้รายงานหรือแจ้งเบาะแส และข้อร้องเรียนได้ผ่านช่องทาง

- อีเมล : ir@jaymart.co.th
- เว็บไซต์ : <https://www.jaymart.co.th/th/investor-relations/whistleblowing-and-complaint-form>
- ไปรษณีย์ : นำส่งถึง “คณะกรรมการตรวจสอบ” เลขที่ 187,189 อาคาร เจมาร์ก ถนนรามคำแหง แขวงราษฎร์พัฒนา เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240
- กล้องรับความคิดเห็น : อาคารเจมาร์ก สำนักงานใหญ่ อาคาร A ณ แคนเตอร์ประชาสัมพันธ์

การป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทกำหนดแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ไว้ดังนี้

- 1.กรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน พึงละเว้นการประกอบกิจการอันมีสภาพเดียวกันและเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัท หรือ บริษัทย่อย ไม่ว่าจะทำเพื่อประโยชน์ส่วนตัว หรือผู้อื่น ซึ่งอาจเป็นผลเสียหายต่อบริษัทไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม หรือเข้าเป็นหุ้นส่วน หรือผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจตัดสินใจ หรือผู้บริหารในกิจการที่เป็นการแข่งขันหรือมีลักษณะเดียวกันกับบริษัท หรือบริษัทร่วม บริษัทย่อย เว้นแต่จะสามารถแสดงได้ว่ามีกลไกที่จะทำให้เชื่อมั่นได้ว่าการดำเนินการดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัท รวมทั้งมีมาตรการที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ที่ดีที่สุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม โดยในกรณีนี้ให้กรรมการ ผู้บริหาร และ พนักงานรายงานให้ประธานกรรมการตรวจสอบทราบทันที
- 2.กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานพึงละเว้นการถือหุ้นในกิจการคู่แข่งของบริษัท ซึ่งเป็นจำนวนที่มีนัยสำคัญ หากการกระทำดังกล่าว จะทำให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานไม่สามารถกระทำการ หรือ ละเว้นการกระทำที่ควรทำตามหน้าที่ หรือมีผลกระทบต่องานในหน้าที่ในกรณีที่กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานได้หุ้นนั้นมาก่อนการเป็นกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน หรือก่อนที่บริษัทจะเข้าไปทำธุรกิจนั้นหรือเป็นการได้มาโดยทางมรดก กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานต้องรายงานให้บริษัททราบทันทีตามวิธีการที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด
- 3.กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานไม่นำข้อมูล ความลับ และทรัพย์สินของบริษัทไปใช้เพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับตนเองหรือผู้อื่น รวมถึงการทำธุรกิจที่แข่งกับบริษัท หรือทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง
- 4.กรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ และผู้บริหารที่มีส่วนได้เสียในการประชุมในวาระใดวาระหนึ่งจะต้องออกเสียงลงคะแนน หรือไม่เข้าร่วมประชุมในวาระที่พิจารณาเรื่องที่ตนและ/หรือผู้ที่เกี่ยวข้องมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือมีส่วนได้เสียกับรายการอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัท
- 5.กำหนดให้กรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ ผู้บริหารและพนักงานเปิดเผยรายการธุรกิจหรือกิจการที่ประกอบขึ้นเป็นส่วนตัว หรือกับครอบครัว หรือญาติพี่น้องหรือผู้อยู่ในอุปการะ ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งผลประโยชน์ทางธุรกิจกับบริษัทหรือบริษัทย่อยได้ โดยเลขาธุรการบริษัทเป็นผู้มีหน้าที่ในการประสานงานการจัดทำเอกสารการเปิดเผยการมีส่วนได้เสียทั้งโดยตรงและโดยอ้อมเป็นประจำทุกปี หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในรายละเอียดที่เปิดเผยไปแล้วดังต่อไปนี้ อย่างมีนัยสำคัญโดยเลขาธุรการบริษัทจะรวบรวมและรายงานให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบอย่างน้อยปีละครั้ง

- การร่วมลงทุนหรือมีผลประโยชน์กับผู้ค้าที่ประกอบธุรกิจกับบริษัท หรือลูกค้าของบริษัท
- การดำรงตำแหน่งใดๆ หรือแม้แต่การเป็นที่ปรึกษาของผู้ค้าที่ประกอบธุรกิจกับบริษัทหรือลูกค้าของบริษัท
- การทำการค้าสินค้าหรือการให้บริการกับบริษัทหรือบริษัทย่อยโดยตรง หรือทำการผ่านผู้อื่น

6. คณะกรรมการบริษัทจะต้องกำกับดูแลให้บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ จ้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง หรือกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และคณะกรรมการกำกับตลาดทุน นอกจากนี้บริษัทจะต้องเปิดเผยข้อมูลการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันในสารสนเทศต่างๆ ตามกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย

7. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทต้องตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานทางธุรกิจของบริษัทเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของบริษัท

8. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทต้องปฏิบัติงานให้เต็มเวลาอย่างสุดกำลังความสามารถ โดยไม่ประกอบธุรกิจส่วนตัวใด ๆ ที่กระทบต่อการปฏิบัติหน้าที่และเวลาทำงานของบริษัท

9. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทต้องไม่กระทำการใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการเข้าไปบริหารหรือจัดการที่บั่นทอนผลประโยชน์ของบริษัท หรือเอื้อประโยชน์ให้บุคคลหรือนิติบุคคลใดๆไม่ว่าจะทำการเพื่อประโยชน์ตนเองหรือของผู้อื่น

10. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทต้องหลีกเลี่ยงการมีส่วนเกี่ยวข้องทางการเงิน และ/หรือ ความสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกอื่น ๆ ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทต้องเสียผลประโยชน์หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์หรือขัดขวางการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ



จรรยาบรรณธุรกิจ

ในปัจจุบัน ภาครธุรกิจต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมอันท้าทายและความผันผวนทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและแรงกดดันในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้นด้วยเหตุการณนี้การกำกับดูแลกิจการที่ดีจึงเข้ามามีบทบาทในการชักนำและควบคุมองค์กรให้สามารถบริหารจัดการความท้าทายที่เกิดขึ้น รวมถึงให้แน่ใจว่าการดำเนินงานขององค์กรจะไม่สร้างผลกระทบด้านลบหรือสร้างความเสียหาย รวมถึงสร้างประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

กลุ่มบริษัท ตระหนักถึงความสำคัญและผลกระทบจากการกำกับดูแลกิจการที่ดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการปฏิบัติภายใต้กรอบจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจที่มีความโปร่งใส ซื่อสัตย์ ยุติธรรม มีความรับผิดชอบ มีการบริหารจัดการและปรับตัวต่อความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ มีการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างจริงจังที่จะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการกำกับดูแลกิจการ เพื่อรักษาประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างสมดุล ตามหลักสิทธิมนุษยชน และลดผลกระทบที่อาจเกิดความเสี่ยงต่างๆต่อสังคม เศรษฐกิจ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำพากลุ่มบริษัทให้เติบโตสู่ความยั่งยืน

จรรยาบรรณธุรกิจ (Code of conduct)

เจมาร์ก มีความมุ่งมั่นดำเนินกิจการตามหลักธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญของการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ด้วยเป้าหมายการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ จึงกำหนดแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลองค์กร โดยยึดแนวทางหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี กฎหมายและข้อปฏิบัติต่างๆที่ออกโดยหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง บริษัท ได้มีการเตรียมมาตรการป้องกันและแก้ไขเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นควบคู่กับการบริหารความเสี่ยงเหล่านั้นให้อยู่ในระดับที่รับได้

จรรยาบรรณธุรกิจ ได้จัดทำขึ้นโดยได้รับความเห็นชอบและอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมแนวทางการดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นและให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตามหลักกฎหมาย จริยธรรม ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ตลอดจนความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environment Society and Governance : ESG) ซึ่งครอบคลุมถึงกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน คู่ค้า บริษัทย่อย บริษัทร่วม ที่บริษัทมีอำนาจควบคุมสั่งการและกำหนดนโยบายเพื่อสร้างมูลค่าทางธุรกิจในระยะยาวควบคู่ไปกับการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้มีส่วนได้เสีย

โดยบริษัท ได้กำหนดเป้าหมายให้ทุกปีต้องไม่มีข้อร้องเรียนกรณีพนักงานของบริษัทกระทำการฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ นอกจากนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ จึงได้กำหนดให้ดำเนินการทบทวนคู่มือ และนโยบายทุกปี หนึ่งคู่มือ และนโยบาย ทั้งฉบับเปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อเผยแพร่จรรยาบรรณธุรกิจต่อสาธารณชนทางเว็บไซต์และอินเทอร์เน็ตให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียที่เป็นบุคคลภายนอกสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย

นโยบายจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of conduct) :

<https://www.jaymart.co.th/storage/document/code-of-conduct/jmart-code-of-ethics-and-code-of-conduct-th.pdf>

ไม่มีการละเมิด
จรรยาบรรณธุรกิจ



CODE OF
CONDUCT



SCAN HERE

สแกนเพื่อศึกษานโยบาย
จรรยาบรรณธุรกิจ

การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy)

เจมาร์ก ยึดมั่นและให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริตเป็นต้นไป ตามหลักธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่รับผิดชอบต่อสังคมไปจนถึงผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจทุกกลุ่ม โดยบริษัทได้ประกาศประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมการต่อต้านคอร์รัปชันภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption หรือ Thai CAC) นับจากปี 2565 อย่างเป็นทางการเพื่อแสดงออกถึงการไม่ยอมรับและไม่สนับสนุนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับความทุจริตทุกกรณีและมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสอย่างแท้จริง

กลุ่มบริษัท ยึดมั่นในการปลูกฝังพนักงานให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตเพื่อให้เกิดเป็นผลกระทบเชิงบวกในการดำเนินธุรกิจทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่องผ่านการอบรม และปลูกฝังวัฒนธรรมในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน ทั้งนี้การทุจริตและคอร์รัปชันทุกรูปแบบเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้

ดังนั้น บริษัทจึงได้จัดทำ “นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy)” และทบทวนนโยบายดังกล่าวให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ โดยนโยบายนี้มีผลบังคับใช้ต่อทุกส่วนงานที่ดำเนินงานร่วมกันทั้งทางตรงและทางอ้อมกับบริษัท ครอบคลุมบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ตัวแทนทางธุรกิจ และคู่ค้า ตั้งแต่คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ เพื่อนำไปเป็นหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างเคร่งครัดภายใต้ความซื่อสัตย์สุจริตตามหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมอันดี รวมไปถึงเพื่อป้องกันการใช้อำนาจในทางมิชอบยับยั้งพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการฉ้อโกงหรือการรับสินบนทุกรูปแบบและเป็น กรอบในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งได้ระบุรายละเอียดไว้ทั้งในจรรยาบรรณธุรกิจ และนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทได้ประกาศและสื่อสารให้พนักงานทุกคนรับทราบถึงนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงบทลงโทษต่างๆกรณีมีการกระทำความผิด โดยพนักงานทุกคนลงนามรับทราบและถือเป็นส่วนหนึ่งของข้อบังคับการทำงานบริษัท ซึ่งบริษัทจัดให้มีการอบรมเพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจในนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันเป็นประจำทุกปี

นโยบายการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy) :

<https://www.jaymart.co.th/storage/document/code-of-conduct/jmart-anti-corruption-policy-th.pdf>



SCAN HERE

สแกนเพื่อศึกษา
นโยบาย
การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

นอกจากนี้ เพื่อเน้นย้ำเจตนารมณ์ในการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน บริษัทได้จัดอบรมในหัวข้อ “บทบาทผู้บริหารและพนักงานในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน” (Anti-Corruption) และมีพิธีลงนามประกาศเจตนางานป้องกันปรามทุจริตคอร์รัปชันพร้อมเพรียงกันทั้งผู้บริหารและพนักงาน เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2566 ที่ผ่านมา พร้อมด้วยบริษัทร่วมและบริษัทย่อย ณ อาคาร เจมาร์ก สำนักงานใหญ่และ Online ผ่านระบบออนไลน์เพื่อถ่ายทอดสดให้แก่พนักงานในกลุ่มเจมาร์กทั่วประเทศ ซึ่งวัตถุประสงค์ในการจัดงานครั้งนี้เพื่อสร้างการตระหนักรู้ถึงความสำคัญในการต่อต้านทุจริต และคอร์รัปชัน โดยการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่จะไม่สนับสนุน ไม่ทน และไม่纵เกี่ยวกับการทุจริตทุกรูปแบบ โดยสิ่งเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความน่าเชื่อถือที่สังคม นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียของบริษัททุกกลุ่มที่มีต่อองค์กร



ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมแนวปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลและสร้างมาตรฐานวัฒนธรรมการทำงานที่โปร่งใสในทุกภาคส่วนของธุรกิจตามนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ได้ระบุแนวปฏิบัติเพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงด้านการทุจริตและคอร์รัปชันไว้อย่างชัดเจน ซึ่งรวมถึงแนวปฏิบัติการให้หรือการรับของขวัญ และการเลี้ยงรับรอง (Gift and Hospitality) , แนวปฏิบัติการให้และการรับความสนับสนุน (Sponsorship) , แนวปฏิบัติการรับและการให้บริจาคเพื่อการกุศล (Donations) , แนวปฏิบัติการสนับสนุนทางการเมือง (Political Contributions) , แนวปฏิบัติความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest) , แนวปฏิบัติการจ่ายค่าอำนวยความสะดวก (Facilitation Payment) และแนวปฏิบัติการจ้างพนักงานภาครัฐ (Revolving Door) ตลอดจนแนวปฏิบัติอื่นๆที่นอกเหนือจากที่กำหนดไว้ในนโยบาย ทั้งนี้หากมีการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามนโยบายนี้ บริษัทได้กำหนดมาตรการลงโทษทางวินัยไว้อย่างชัดเจน ตั้งแต่กรณีการฝ่าฝืนที่ไม่ร้ายแรง การฝ่าฝืนร้ายแรง รวมถึงการกระทำใดๆที่เสื่อมเสียต่อบริษัทอย่างร้ายแรง

การแจ้งเบาะแสและร้องเรียน

เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการกำกับดูแลให้เป็นไปตามจรรยาบรรณธุรกิจและการดำเนินงานด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันได้อย่างเป็นผลสัมฤทธิ์ บริษัทได้จัดให้มีช่องทางการแจ้งเบาะแสและร้องเรียน รวมทั้งมีการกำหนดมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส เพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมการทำงานที่โปร่งใสและสร้างความมั่นใจให้กับผู้แจ้งเบาะแส ซึ่งพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร สามารถเข้าถึงช่องทางการกล่าวหาได้โดยสะดวก ทั้งนี้ บริษัทกำหนดช่องทางการแจ้งเบาะแสและรับเรื่องร้องเรียนให้พนักงานหรือกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท กรณีต้องสงสัย หรือข้อเสนอนั้น ข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการประพฤติมิชอบ การทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมาย ข้อกำหนด นโยบายการกำกับดูแลกิจการ จรรยาบรรณธุรกิจ และนโยบายการทุจริตและคอร์รัปชัน ตลอดจนข้อเสนอนั้นอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยช่องทางการแจ้งเบาะแสและการรับเรื่องร้องเรียนเป็นช่องทางที่ปลอดภัยและเป็นการรักษาความลับให้แก่ผู้แจ้งเบาะแส โดยมีคณะกรรมการสอบสวนการทำความผิดรับผิดชอบโดยตรง

การรายงานและการแจ้งเบาะแส

บริษัท ได้จัดทำระบบการแจ้งเบาะแสและกลไกรับเรื่องร้องเรียนสำหรับบุคคลภายในและภายนอกองค์กร เพื่อแจ้งเรื่องเหตุการณ์ที่อาจมีการประพฤติมิชอบซึ่งรวมถึงการให้สินบนการทุจริต คอร์รัปชัน การเลือกปฏิบัติ การคุกคามหรือล่วงละเมิด การละเมิดความเป็นส่วนตัว การกระทำที่ผิดกฎหมาย หรือการละเมิดนโยบายหรือข้อบังคับอื่นๆ ของบริษัท

การคุ้มครองดูแลผู้แจ้งเบาะแสและผู้ร้องเรียน

1. เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้แจ้งเบาะแสและผู้ร้องเรียน บริษัทได้มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้แจ้งเบาะแส และผู้ร้องเรียนไว้เป็นความลับเพื่อคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นสำคัญ

2. บริษัทมีการพิจารณาเหตุการณ์และดำเนินงานตามขั้นตอนการตรวจสอบข้อเท็จจริงด้วยความระมัดระวังต่อเนื่องที่ละเอียดอ่อนอย่างรอบด้าน เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบในเชิงลบที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้แจ้งเบาะแส ซึ่งบริษัทให้ความยุติธรรมทั้งต่อผู้แจ้งเบาะแสและผู้ถูกร้องเรียนโดยไม่เลือกปฏิบัติ

3. หากผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียนเป็นผู้ที่ได้รับความเสียหายจากเหตุการณ์ความทุจริตและคอร์รัปชัน บริษัทจะทำการช่วยเหลือบรรเทาความเสียหายในส่วนที่เกี่ยวข้องด้วยความเหมาะสมและเป็นธรรม

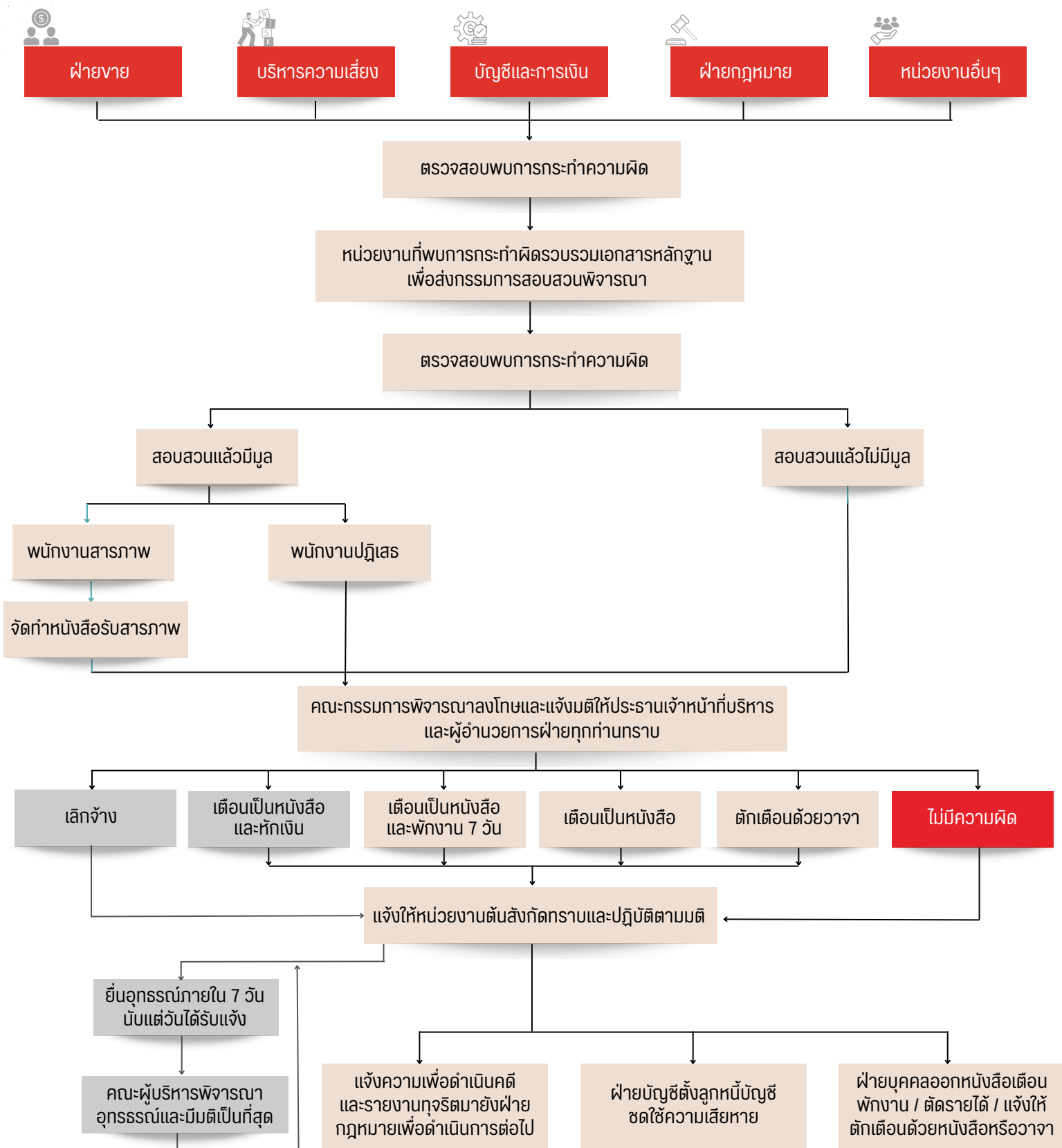
บทลงโทษการทำความผิดด้านทุจริตและคอร์รัปชัน

หากพบว่าพนักงานของบริษัทฝ่าฝืนนโยบายจะมีการลงโทษทางวินัยตามนโยบายของบริษัทและกฎหมายแรงงานที่เกี่ยวข้อง โดยบทลงโทษอาจมีตั้งแต่การพักงานตามระยะเวลาที่กำหนด การจ่ายเงินชดเชยตามมูลค่าความเสียหายที่ตกลงร่วมกันระหว่างบริษัท และผู้กระทำผิด การให้พ้นสภาพจากการเป็นพนักงานของบริษัท และไม่สามารถกลับเข้ามาร่วมงานได้อีกทั้งในบริษัทย่อยหรือบริษัทในเครือ และมีการดำเนินตามกฎหมายอย่างถึงที่สุด

ช่องทางการแจ้งเบาะแสและรับเรื่องร้องเรียน

- อีเมล : ir@jaymart.co.th
- เว็บไซต์ : <https://www.jaymart.co.th/th/investor-relations/whistleblowing-and-complaint-form>
- ไปรษณีย์ นำส่งถึง “คณะกรรมการตรวจสอบ” เลขที่ 187,189 อาคาร เจมาร์ท ถนนรามคำแหง แขวงราษฎร์พัฒนา เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240
- กล้องรับความคิดเห็น : อาคารเจมาร์ท สำนักงานใหญ่ อาคาร A ณ เคาร์เตอร์ประชาสัมพันธ์ เจมาร์ท สำนักงานใหญ่

ขั้นตอนกระบวนการพิจารณาสอบสวนและลงโทษพนักงานผู้กระทำความผิด



รางวัลประกาศเกียรติคุณ 2566

JMART ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ

4 ดาว “ดีมาก” ประจำปี 2566

จากการสำรวจด้านการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR)



จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (THAI IOD)



การสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน CORPORATE GOVERNANCE REPORT OF THAI LISTED COMPANIES (CGR)

รายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies - CGR) เป็นรายงานที่นำเสนอผลจากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาเป็นประจำทุกปี เพื่อทบทวน ปรับปรุงเกณฑ์ และแนวทางในการประเมินให้มีความชัดเจน สามารถประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทไทยได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

โดย บริษัท เจมาร์ท กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ 4 ดาว “ระดับดีมาก” ซึ่งเป็นการสำรวจเพื่อติดตามและวัดผลการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการ หรือบรรษัทภิบาล ของบริษัทจดทะเบียนไทย ที่ดำเนินการโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors : IOD) ด้วยการสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงาน ก.ล.ต. เป็นประจำทุกปี

เจมาร์ท มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณของบริษัท โดยคำนึงถึง สังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จในธุรกิจตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีการบริหารจัดการที่โปร่งใส ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้ ประกอบกับมีบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจ มีจิตสำนึกและทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงานตามนโยบายและแนวทางปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัดและถูกต้องแม่นยำรวมทั้งคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดขององค์กรเป็นสำคัญ

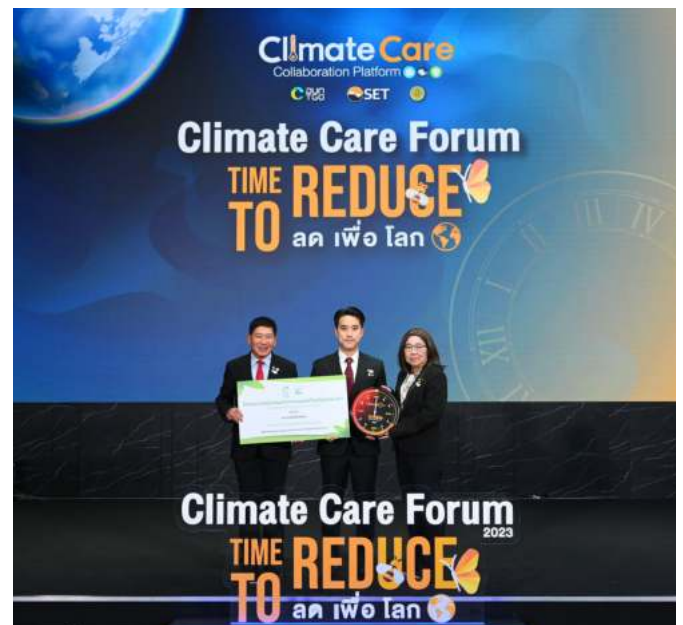
โครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก (Low Emission Support Scheme)

ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2566 บริษัท เจมาร์ท กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ได้รับใบประกาศเกียรติคุณ โครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก (Low Emission Support Scheme) ที่สร้างความตระหนักในองค์กรให้เกิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยผ่านการดำเนินกิจกรรม “Care the Whale” ทยะล่องหนและกระบวนการวิเคราะห์ ประเมินทางเทคนิควิชาการ ที่เริ่มดำเนินกิจกรรมตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม - 31 ธันวาคม 2565 และได้รับการประเมินว่าสามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้ 13.643 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



CLIMATE CARE FORUM 2023

ในวันที่ 20 ตุลาคม 2566 ที่ผ่านมา บริษัท เจมาร์ท กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) รับรางวัลองค์กรแนวร่วมลดก๊าซเรือนกระจก จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยร่วมกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ในกิจกรรม Climate Care Forum 2023 : Time to reduce “ลดเพื่อโลก” ภายใต้ความร่วมมือ “Climate Care Platform” เพื่อกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนเห็นถึงความสำคัญ และไม่รอช้าในการลดและจัดการทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ซึ่งภายในงานมีการมอบใบประกาศเกียรติคุณโครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก (โครงการ LESS) จาก อบก. พร้อมปาฐกถาพิเศษ “Climate Crisis: Time to Reduce” โดยมีสัญลักษณ์คือ “Climate Clock” ที่สะท้อนถึง “เวลา” และ “เวลาที่หมดไป” เพื่อเตือนให้เราไม่รอช้าที่จะลดเพื่อโลกน่าอยู่เป้าหมายที่ประเทศไทยมีความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2050 และบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2065



การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสีย

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบสนองความคาดหวัง	ช่องทางการสื่อสาร
ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน	- การเติบโตทางธุรกิจของบริษัทที่เข้าลงทุน - การสร้างความมั่นคงให้แก่ผู้ถือหุ้น - การตระหนักเรื่องความยั่งยืนทั้งด้านการกำกับดูแลกิจการ สังคม และสิ่งแวดล้อม	- บทกวนกลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัทเพื่อสร้างผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม - วิเคราะห์ผลการดำเนินงานและวางกลยุทธ์บริษัทที่จะเข้าไปลงทุนเป็นประจำ - พิจารณาวิธีการสื่อสารเพื่อให้ผู้ถือหุ้นและผู้ถือหุ้นเข้าใจประเด็นต่างๆ รวมถึงวิธีการบริหารจัดการของบริษัท	- การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น - การประชุมนักวิเคราะห์หลักทรัพย์และนักลงทุนของกลุ่มบริษัท - Opportunity Day โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย - Digital Roadshow โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย - เว็บไซต์บริษัท / เว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
พนักงาน	- โอกาสและความก้าวหน้าในสายอาชีพ - การได้รับค่าตอบแทนและการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม - ระบบการประเมินผล และการให้ข้อมูลย้อนกลับ - สร้างนวัตกรรมและพัฒนาคุณภาพมนุษย์ - สภาวะแวดล้อม สุขภาพจิต และมีสภาพที่ดีในการทำงาน - การดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ มีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อนักที่ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี - สร้างความผูกพันและมีส่วนในการนำพาองค์กรไปสู่วิสัยทัศน์ร่วมกัน	- จัดหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพพนักงาน และเป้าหมายของบริษัท - กำหนดพัฒนาคุณภาพพนักงานรายบุคคล - บทกวนค่าตอบแทนของพนักงานให้สอดคล้องกับผลประโยชน์และสามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกันได้ - จัดกิจกรรม หรือโครงการเพื่อส่งเสริมสภาวะที่ดีในการทำงาน - จัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมที่สอดคล้องกับค่านิยมองค์กร	- E mail Jaymart People - สำรวจความคิดเห็นพนักงาน (Employee Engagement Survey) - จัดระบบประเมินผลและการให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback and Dialog Session) - จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ - กิจกรรมต่างๆ สำหรับพนักงาน
ลูกค้า	สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และมีราคาที่เหมาะสม	- พัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง - กำหนดราคาอย่างเหมาะสม - พัฒนาบริการหลังการขายตอบโจทยลูกค้า	- เว็บไซต์ของบริษัท / Social media - พนักงานขาย / ตัวแทนขาย - ศูนย์ให้บริการ (Call Center)
คู่ค้า	- การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม - การต่อต้านการให้สินบน และคอร์รัปชัน	- สร้างความเชื่อมั่นให้กับคู่ค้าทางธุรกิจ - แจ้งนโยบายการต่อต้านการให้สินบนและคอร์รัปชัน	- การร่วมประชุมตามวาระ - เว็บไซต์ของบริษัท / โทรศัพท์ / Email - เอกสาร/สัญญา
ชุมชน / สังคม	- สนับสนุนกิจกรรม และมีส่วนร่วมในชุมชนและสังคม - ป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	- ดำเนินโครงการเพื่อสังคม บริจาคให้มูลนิธิต่างๆ - ควบคุมผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดจากการดำเนินธุรกิจ	- การพบปะชุมชน/การร่วมทำกิจกรรม - Web site / Social media ของบริษัท
บริษัทร่วม / บริษัทย่อย	- การบริหารธุรกิจที่ร่วมลงทุนด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร - สร้างความร่วมมือทางธุรกิจภายใต้กรอบธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี	เน้นทำงานร่วมกัน (Synergy) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมลงทุน	ประชุมรายเดือน / ไตรมาส
สถาบันการเงิน	- ผลการดำเนินงาน การเติบโตทางธุรกิจและทิศทางบริษัท - การกำกับดูแลกิจการที่ดี	- จัดงานพบปะผู้บริหารเพื่อพูดคุยและให้ข้อมูลกับสถาบันการเงิน - เชิญสถาบันการเงินเข้าร่วมประชุมนักวิเคราะห์และนักลงทุนสถาบัน	- จัดแสดงข้อมูลของบริษัท - จัดประชุมนักวิเคราะห์และนักลงทุนแบบออนไลน์ - จัดประชุมพบปะให้ข้อมูลกับสถาบันการเงิน
หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานกำกับดูแล	- การปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง - การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี	- ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด - ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี - สื่อสารให้พนักงานมีเข้าใจและปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง	- รายงานประจำปี - การประชุม / หารือ - เข้าร่วมสัมมนา

ประเด็นสำคัญด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เจมาร์ก ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ ด้วยการสร้างคุณค่าร่วมที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม จึงจัดให้มีการประเมินประเด็นสำคัญทางความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีเพื่อให้มีความสอดคล้องตามกรอบการประเมินภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (United Nations Sustainable Development Goals) ครอบคลุมถึง 3 มิติ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติ ทั้งนี้ เพื่อบรรลุเป้าหมายตามเจตนารมณ์ดังกล่าว บริษัท ได้จัดทำนโยบายความยั่งยืนที่ครอบคลุม มิติเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี

โดยมีกรอบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในฐานะพลังสำคัญการขับเคลื่อนธุรกิจให้เป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้ ตลอดจนการปรับเปลี่ยนเพื่อพร้อมเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อทำให้มั่นใจว่าบริษัท จะตอบโจทย์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และบรรลุเป้าหมายที่จะดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน



กระบวนการระบุประเด็นสำคัญด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2566

1. การศึกษาบริบทขององค์กร (Understand the organization's context)

บริษัทได้ดำเนินการศึกษาและรวบรวม ไปจนถึงทบทวนข้อมูลต่างๆในปัจจุบันทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่สอดคล้องกับบริบทของการดำเนินธุรกิจของบริษัท ที่เป็นภาพสะท้อนผลกระทบต่างๆ อันเกิดจากการดำเนินธุรกิจไปจนถึงความคาดหวัง ข้อกังวล จากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท เพื่อนำมาระบุเป็นประเด็นความยั่งยืน ประจำปี 2566 แบบรอบด้านทั้งในมิติเศรษฐกิจ มิติสิ่งแวดล้อม และมิติสิทธิมนุษยชน

2. การระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงหรืออาจเกิดจากการดำเนินธุรกิจ (Identify actual and potential impacts)

ฝ่ายจัดการ ผู้บริหาร และฝ่ายที่เกี่ยวข้องของบริษัทได้ดำเนินการระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง หรือที่อาจเกิดขึ้น ทั้งผลกระทบในเชิงบวก และเชิงลบ ครอบคลุมในทุกมิติ ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานตามหลักการตรวจทานธุรกิจอย่างรอบด้าน (Due diligence) นำมาซึ่งประเด็นความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท

3. การประเมินผลกระทบที่มีนัยสำคัญ (Analysis of important impacts)

บริษัทประเมินผลกระทบที่มีนัยสำคัญอันเกิดจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มผ่านกระบวนการจัดลำดับความสำคัญ โดยมีหลักเกณฑ์ในการประเมินผลกระทบ 2 ด้านด้วยกัน คือ 1) ระดับความรุนแรงของผลกระทบ (Severity) 2) ระดับความน่าจะเป็น (Likelihood) ที่จะนำมาซึ่งประเด็นความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับบริบทขององค์กร (Material topics)

4. การจัดลำดับผลกระทบที่มีนัยสำคัญ (Prioritize the significant impacts)

บริษัท ได้มีการนำเสนอประเด็นความยั่งยืนต่อคณะผู้บริหารระดับสูงเพื่อพิจารณาและทบทวนประเด็นความยั่งยืนเพื่อได้ประเด็นที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ผลกระทบที่องค์กรก่อให้เกิดขึ้นในกระบวนการทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน และมีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม

สรุปประเด็นสำคัญด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2566

ในปี 2566 คณะผู้บริหารระดับสูงพิจารณา ทบทวน และกำหนดประเด็นของบริษัท มีจำนวนทั้งสิ้น 14 ประเด็นด้วยกัน ซึ่งครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ มิติสิ่งแวดล้อม และมิติผู้คนและสิทธิมนุษยชน และได้นำเสนอกรรมการบริษัทเพื่อทราบ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

มิติเศรษฐกิจ



1. ผลการดำเนินงาน
เชิงเศรษฐกิจของบริษัท



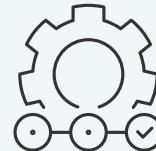
2. การบริหารความเสี่ยง



3. การพัฒนา Application เพื่อ
เป้าหมาย Service Excellent



4. การต่อต้านทุจริตและ
คอร์รัปชัน

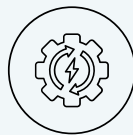


5. การจัดการห่วงโซ่อุปทาน
อย่างยั่งยืน

มิติสิ่งแวดล้อม



6. การจัดการทรัพยากร
เช่น น้ำ ธรรมชาติ



7. การจัดการพลังงาน

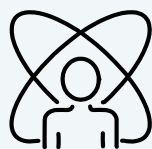


8. การจัดการขยะ



9. การจัดการ
ก๊าซเรือนกระจก

มิติสังคม



10. การพัฒนาศักยภาพ



11. การส่งเสริมด้านอาชีพ

มิติสิทธิมนุษยชน



12. ส่งเสริมความหลากหลาย
และความเท่าเทียม



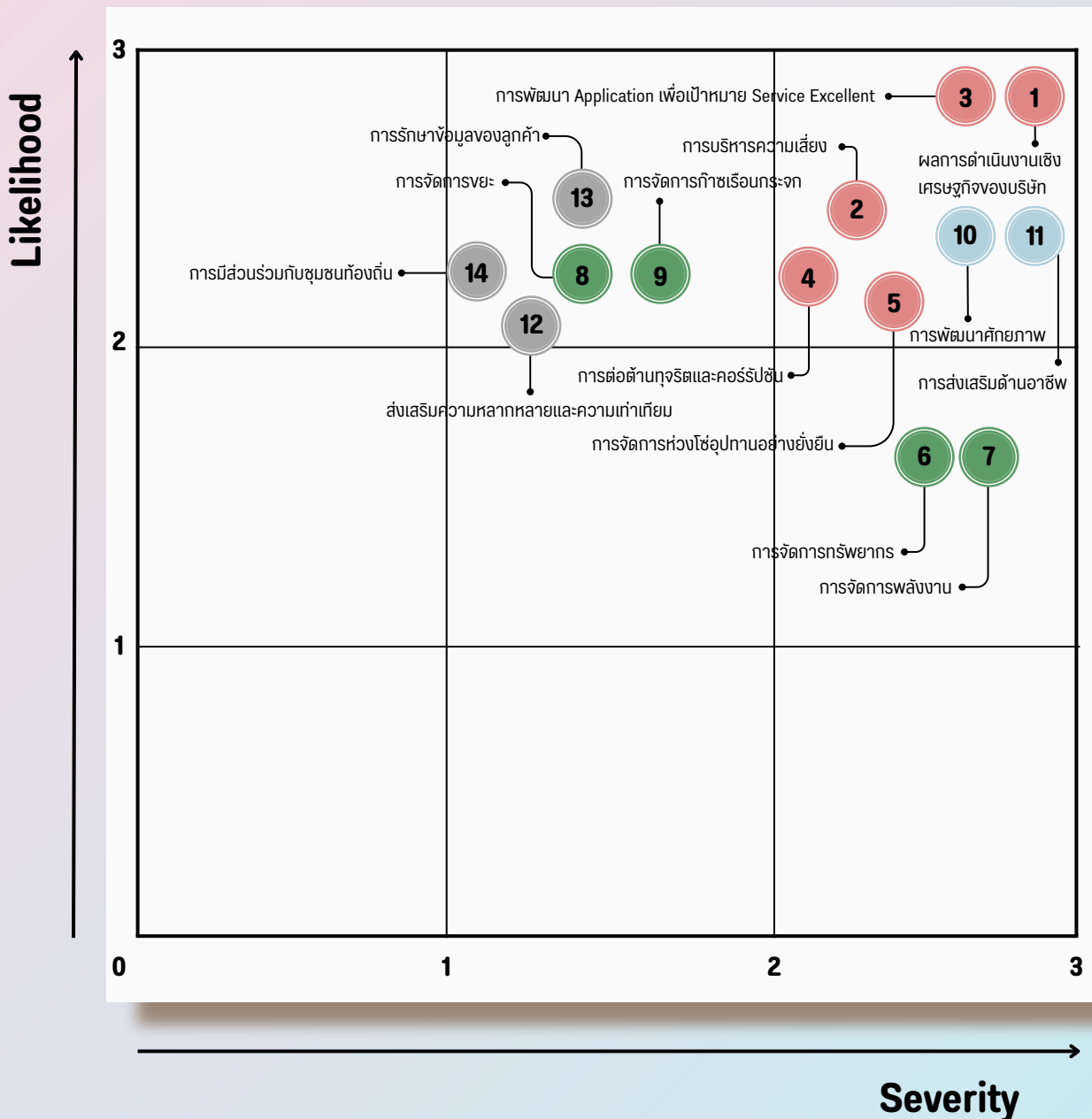
13. การรักษาข้อมูลของลูกค้า



14. การมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น

การจัดลำดับประเด็นที่สำคัญ

เจมาร์ก จัดกระบวนการจัดลำดับความสำคัญในประเด็นที่สำคัญ โดยการพิจารณาประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อบริษัททั้งในด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชน ประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม บริษัทได้จัดลำดับความสำคัญตามการพิจารณาผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย ดังต่อไปนี้



การทบทวนประเด็น

เมื่อคณะทำงานได้สรุปการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีความสำคัญตามลำดับกับผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียแล้ว เพื่อเป็นการทบทวนประเด็นและเพิ่มมุมมอง การรับฟังข้อคิดเห็น การลดผลกระทบต่างๆทั้งเชิงบวกและเชิงลบแล้วนั้น คณะทำงานได้ทำรายงานนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท รับทราบ สอบทาน เพื่ออนุมัติเนื้อหารายงานในรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566 และเผยแพร่ในเว็บไซต์ สื่อต่างๆของบริษัทต่อไป

การวิเคราะห์ประเด็นที่สำคัญในการทำรายงาน

Jaymart Group | Sustainability Report 2023

มิติเศรษฐกิจ

ลำดับที่	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	นิยาม	ผลกระทบเชิงบวก / ลบ	ผู้มีส่วนได้เสีย
1	ผลการดำเนินงานเชิงเศรษฐกิจของบริษัท 	การดำเนินงานกิจการโดยมีระบบหรือกระบวนการตามขั้นตอนการดำเนินงานธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถดูแลผลประโยชน์และการจัดการธุรกิจได้ตามเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างเหมาะสมและเป็นไปตามเป้าหมายของบริษัทในด้านเศรษฐกิจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	- เป็นประเด็นพื้นฐานที่บริษัทต้องดำเนินการ - อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในการลงทุน การทำธุรกิจร่วมกัน รวมถึงการใช้บริการ	- ประเทศ - ผู้ถือหุ้น - ผู้ร่วมทุน - พนักงาน
2	การบริหารความเสี่ยง  	กลไกในการบริหารจัดการความเสี่ยง ภาวะวิกฤต และการดำเนินการภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เป็นปกติ รวมถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับสถานการณ์นำพารุณกิจ ให้ก้าวผ่านสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	- เป็นประเด็นพื้นฐานที่บริษัทต้องดำเนินการ - อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในการลงทุน การทำธุรกิจร่วมกัน รวมถึงการใช้บริการ	- ประเทศ - ผู้ถือหุ้น - ลูกค้า - สังคม/ชุมชน - ลูกค้า/ผู้บริโภคร - พนักงาน
3	การพัฒนา Application เพื่อเป้าหมาย Service Excellence   	การสร้างสรรคนวัตกรรมสำหรับทุกคน เพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านการใช้เทคโนโลยีและระบบดิจิทัลเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม สามารถตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงทั้งในปัจจุบันและอนาคต ตลอดจนการสร้างสรรคนวัตกรรมภายในเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน รวมถึงสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรให้สูงขึ้น	- การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย - อำนวยความสะดวกในการดำเนินงานของพนักงาน - เกิดโอกาสในการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย	- ประเทศ - ผู้ถือหุ้น - ลูกค้า - สังคม/ชุมชน - ลูกค้า/ผู้บริโภคร - พนักงาน
4	การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน  	การดำเนินงานกิจการโดยมีระบบหรือกระบวนการที่โปร่งใส และมีธรรมาภิบาล เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถกำกับดูแลและจัดการธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างเหมาะสมและเป็นไปตามข้อกำหนด กฎหมาย และมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	- เป็นประเด็นพื้นฐานที่บริษัทต้องดำเนินการ - อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในการลงทุน การทำธุรกิจร่วมกัน รวมถึงการใช้บริการ	- ประเทศ - ผู้ถือหุ้น - ลูกค้า - สังคม/ชุมชน - ลูกค้า/ผู้บริโภคร - พนักงาน
5	การจัดการห่วงโซ่อุปทาน   	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ผ่านกระบวนการหรือขั้นตอนการสรรหาคู่ค้าที่เป็นธรรม การติดตาม และประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า และการกำหนดมาตรการเพื่อลดผลกระทบความเสี่ยงอาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้คู่ค้าสามารถส่งมอบความรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ตลอดจนการส่งเสริมคู่ค้าให้ดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	- บทบาทในการเป็นผู้นำที่ร่วมผลักดันความยั่งยืนให้กับห่วงโซ่อุปทาน ร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชนอื่น ๆ - ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า ทั้งในด้านคุณภาพ การบริการ และการดำเนินงานด้านความยั่งยืน - การดำเนินงานของคู่ค้าที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนและสังคม - ส่งเสริมความโปร่งใสในการบริหารจัดการคู่ค้า	- ประเทศ - ผู้ถือหุ้น - ลูกค้า - สังคม/ชุมชน - ลูกค้า/ผู้บริโภคร - พนักงาน

การวิเคราะห์ประเด็นที่สำคัญในการทำรายงาน

มิติสิ่งแวดล้อม

ลำดับที่	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	นิยาม	ผลกระทบเชิงบวก / ลบ	ผู้มีส่วนได้เสีย
6	การจัดการทรัพยากร เช่น น้ำ ประปา กระดาษ 	การกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและการจัดให้มีการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐาน ตลอดจนมีกระบวนการในการป้องกันผลกระทบและการฟื้นฟูในกรณีที่มีผลกระทบ อาทิ การควบคุมการปล่อยมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อม ทั้งมลพิษทางน้ำ และมลพิษทางอากาศ ตลอดจนการดำเนินการด้านการศึกษาความหลากหลายทางชีวภาพ โดยเฉพาะจากการขนส่งและการให้บริการครอบคลุมถึงการลดการสูญเสียอาหารและการเกิดขยะอาหารจากการดำเนินการอีกด้วย	- การลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก - โอกาสในการแสวงหาเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งลดการสูญเสียทรัพยากร	- ประเทศ - ผู้ถือหุ้น - ลูกค้า - สังคม/ชุมชน - ลูกค้า/ผู้บริโภคร - พนักงาน
7	การจัดการพลังงาน 	ความรับผิดชอบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทตลอดการดำเนินงานธุรกิจและห่วงโซ่อุปทาน ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งการประเมินความเสี่ยงและโอกาส รวมทั้งวางแผนรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในเชิงกายภาพ (Physical Risks) และเชิงการเปลี่ยนแปลง (Transitional Risks) ที่อาจสร้างผลกระทบต่อบริษัท ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในระดับประเทศและระดับสากล	โอกาสในการแสวงหาเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งลดการสูญเสียทรัพยากร	- ประเทศ - ผู้ถือหุ้น - ลูกค้า - สังคม/ชุมชน - ลูกค้า/ผู้บริโภคร - พนักงาน
8	การจัดการขยะ 	การดำเนินงานธุรกิจตามหลักระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน สร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการเลือกใช่วัสดุ เพื่อทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดตลอดห่วงโซ่อุปทาน และนำมาสู่การบริโภคอย่างยั่งยืน ปราศจากของเสียและมลพิษตลอดทั้งกระบวนการของสินค้าและบริการ	การร่วมกันบริหารจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพร่วมกับลูกค้า	- ประเทศ - ผู้ถือหุ้น - ลูกค้า - สังคม/ชุมชน - ลูกค้า/ผู้บริโภคร - พนักงาน
9	การจัดการก๊าซเรือนกระจก 	ความรับผิดชอบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทตลอดการดำเนินงานธุรกิจและห่วงโซ่อุปทาน ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งการประเมินความเสี่ยงและโอกาส รวมทั้งวางแผนรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในเชิงกายภาพ (Physical Risks) และเชิงการเปลี่ยนแปลง (Transitional Risks) ที่อาจสร้างผลกระทบต่อบริษัท ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในระดับประเทศและระดับสากล	- มีส่วนร่วมในการผลักดันและการเสริมสร้างความร่วมมือในการดำเนินการด้าน Net Zero และการตอบสนองต่อเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศระดับประเทศและระดับสากล - การสร้างสรรแนวทางการดำเนินงานร่วมกับลูกค้าเพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย Net Zero	- ประเทศ - ผู้ถือหุ้น - ลูกค้า - สังคม/ชุมชน - ลูกค้า/ผู้บริโภคร - พนักงาน

การวิเคราะห์ประเด็นที่สำคัญในการทำรายงาน

มิติสังคม

ลำดับที่	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	นิยาม	ผลกระทบเชิงบวก / ลบ	ผู้มีส่วนได้เสีย
10	การพัฒนาศักยภาพพนักงาน 	การพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ธุรกิจและส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน ผ่านโครงการการพัฒนาพนักงานต่างๆ เช่น การฝึกอบรมทั้งภายใน และภายนอกองค์กร ตลอดจนการมีระบบติดตามและประเมินผล การพัฒนาจากนี้ ยังครอบคลุมถึงการดำเนินงานเพื่อรักษาพนักงานและลดอัตราการลาออก ผ่านการสร้างการมีส่วนร่วม การมอบความก้าวหน้าและมั่นคงในสายอาชีพ และการจัดให้มีสวัสดิการและผลตอบแทนที่เหมาะสม ที่ช่วยส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี	- การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน - ความก้าวหน้าและการสร้างความมั่นคงในสายอาชีพ - การรักษาบุคลากรที่มีความสามารถเพื่อพัฒนาองค์กร	- ประเทศ - ผู้ถือหุ้น - ลูกค้า - สังคม/ชุมชน - ลูกค้า/ผู้บริโภค - พนักงาน
11	การส่งเสริมด้านอาชีพ 	สนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และสนับสนุนธุรกิจที่เกื้อกูลสังคม (Inclusive Business) ผ่านนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนา โครงการส่งเสริมการจ้างงาน โครงการพัฒนาอาชีพ โครงการยกระดับทักษะ (Upskill) และปรับเปลี่ยนทักษะ (Reskill) และโครงการปรับปรุงความรู้	โอกาสในการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพของพนักงานทั้งในด้านคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่	- สังคม/ชุมชน - พนักงาน

มิติสิทธิมนุษยชน

ลำดับที่	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	นิยาม	ผลกระทบเชิงบวก / ลบ	ผู้มีส่วนได้เสีย
12	การส่งเสริมความหลากหลายและความเท่าเทียม 	การเสริมสร้างความหลากหลายและความเท่าเทียม ผ่านการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กร ที่สร้างความรู้สึกร่วมเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ยอมรับความหลากหลาย การเคารพซึ่งกันและกัน และการไม่เลือกปฏิบัติ อันเนื่องจากความแตกต่างในเรื่องอายุ เพศ รสนิยมทางเพศ ศาสนา ความพิการ การศึกษา และสัญชาติ	ส่งเสริมความเท่าเทียมในสังคมผ่านกระบวนการดำเนินงานของบริษัท	- ลูกค้า - สังคม/ชุมชน - ลูกค้า/ผู้บริโภค - พนักงาน
13	การรักษาข้อมูลลูกค้า 	การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล โดยการจัดให้มีระบบเพื่อป้องกันเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูล และ/หรือ ความปลอดภัยทางไซเบอร์ รวมทั้งการตอบสนองและจัดการเหตุการณ์ร้ายแรงด้านความปลอดภัยของข้อมูล (อาทิ การโดนโจมตีโดยข้อมูลที่ละเอียดอ่อนขององค์กรผ่านทางไซเบอร์) ได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนการให้ความสำคัญกับข้อมูลความเป็นส่วนตัวและการสร้างความมั่นใจในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร	- ผลกระทบจากการรั่วไหลของข้อมูลของผู้มีส่วนได้เสีย - ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อองค์กร - เกิดโอกาสในการพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลให้ดียิ่งขึ้น	- ประเทศ - ผู้ถือหุ้น - ลูกค้า - สังคม/ชุมชน - ลูกค้า/ผู้บริโภค - พนักงาน
14	การมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น 	การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าให้กับชุมชนและสังคม ผ่านการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่สร้างประโยชน์แก่ชุมชนและสังคม ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นของชุมชนที่มีต่อองค์กร นอกจากนี้ ยังหมายรวมถึงการเป็นพลเมืองที่ดีด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ UN (Sustainable Development Goals หรือ SDGs)	- การสร้างโอกาสให้กับชุมชนและสังคม - ลดความเสี่ยงในการสร้างผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจ ต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชนและสังคม - โอกาสในการผนวกกิจกรรมด้านสังคมเข้าไว้ในทุกๆ กระบวนการขององค์กร (CSR in Process)	- ประเทศ - ผู้ถือหุ้น - ลูกค้า - สังคม/ชุมชน - ลูกค้า/ผู้บริโภค - พนักงาน

ห่วงโซ่คุณค่าของเจมาร์ท

	1.โอกาสในการลงทุน	1.พนักงาน 2.หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล 3.พันธมิตรทางธุรกิจ 4.พันธมิตร 5.สังคมและชุมชน
	2.การอนุมัติการลงทุน	1.พนักงาน
	3.แผนการจัดหาเงินลงทุน	1.สถาบันการเงิน 2.ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
	4.การจัดการการลงทุน	1.พนักงาน 2.บริษัทย่อยและบริษัทร่วม 3.พันธมิตร 4.หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล 5.ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน 6.พันธมิตรทางธุรกิจ
	5.ผลตอบแทนที่ยั่งยืนแก่นักลงทุน	1.ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน 2.สังคมและชุมชน

ผู้มีส่วนได้เสีย

การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของเจมาร์ท

เจมาร์ท ให้ความสำคัญของลักษณะห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain) ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ที่ครอบคลุมถึงผลกระทบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม เพื่อจะสะท้อนให้เห็นว่าบริษัท และบริษัทย่อย มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างคุณค่าเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียหลักในทุกภาคส่วน เพื่อการขับเคลื่อนองค์กรให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทจึงสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมหลัก (Primary Activities) ที่เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่องตามการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทในภาพรวมประกอบด้วย

1.1) การสร้างโอกาสในการลงทุน

- การแสวงหาโอกาสในการลงทุน หรือดำเนินธุรกิจที่บริษัทมีอยู่เดิม และ ธุรกิจใหม่ทั้งในและต่างประเทศที่มีการเจริญเติบโต
- พิจารณาการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนที่ดีผ่านการร่วมลงทุนกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในทุกๆ ด้านของการดำเนินธุรกิจ

1.2) การอนุมัติการลงทุน

- การวิเคราะห์ทางด้านการตลาด เช่น Demand Supply , Marketsegmentation , Customer , Product , Competitor , 4P , 4C
- การวิเคราะห์ด้านรูปแบบโครงการ เช่น การศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลที่ดิน , ทำเล , จากกฎหมาย และพระราชบัญญัติ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้รูปแบบทางกายภาพของโครงการ เช่น พื้นที่อาคาร, จำนวนชั้น, ลักษณะโครงสร้าง และวัสดุ ประโยชน์ใช้สอยในส่วนนี้วิเคราะห์เพื่อให้ได้รูปแบบทางกายภาพที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการทางการตลาดมากที่สุด
- การวิเคราะห์ทางการเงิน การนำเครื่องมือทางการเงินลงทุนต่างๆ มาใช้ในการวิเคราะห์ เช่น WACC , NPV , IRR , PV , Cash flow และอื่นๆ เพื่อได้ทราบว่าน่าลงทุนหรือไม่ทำกำไรเท่าไร ต้องใช้งบประมาณเท่าไร และจะคืนทุนเมื่อไร
- การวิเคราะห์ทางด้านงบประมาณการลงทุน ว่าจะลงทุนเท่าไร ใช้ส่วนเจ้าของเท่าไร กู้เงินเท่าไร

1.3) แผนการจัดหาเงินลงทุน Financial Planning

- พิจารณาและศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดหาแหล่งเงินทุนที่จะนำมาใช้ในการสนับสนุนการลงทุนเพื่อประกอบธุรกิจ

1.4) การจัดการการลงทุน

- ดำเนินงานตามแผนการลงทุนและปรับแผนให้สอดคล้องกับสถานการณ์
- มีกระบวนการ และขั้นตอนการปฏิบัติที่สามารถตรวจสอบได้
- การบริหารความเสี่ยง แบบองค์รวมทั้งทางตรง และทางอ้อม โดยคำนึงถึงการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ
- การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อการบริหารที่ดีเลิศ

1.5) ผลตอบแทนที่ยั่งยืนแก่นักลงทุน

- การบริหารธุรกิจด้วยต้นทุนที่ต่ำลงเพื่อสร้างมูลค่าและผลตอบแทนที่ยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น

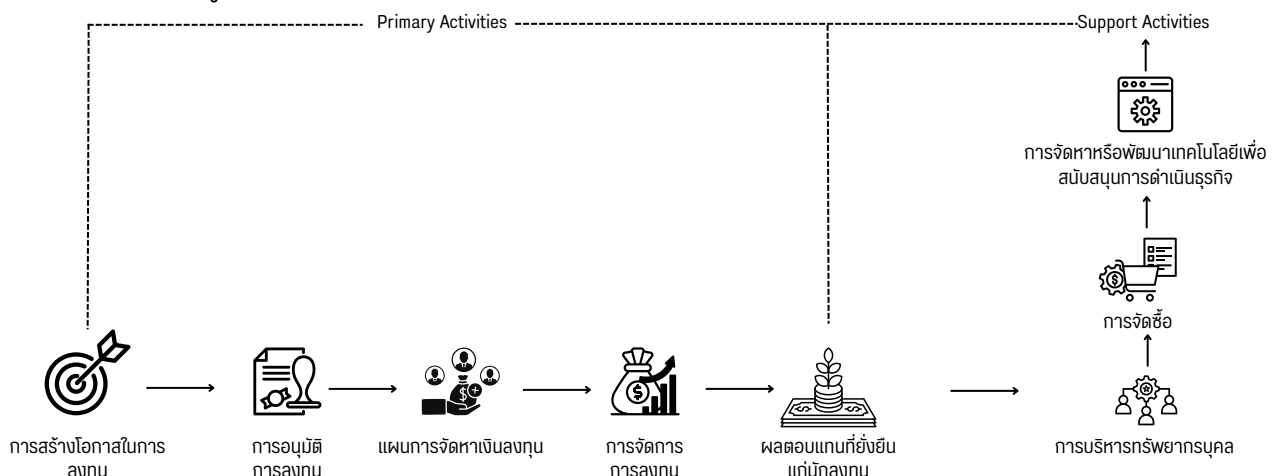
2. กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ที่เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่องตามการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทในภาพรวมประกอบด้วย

2.1) การบริหารทรัพยากรบุคคล

2.2) การจัดซื้อ

2.3) การจัดหาหรือพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ

2.4) การบัญชีและการเงิน





मितसंगवदलूम



นโยบายสิ่งแวดล้อม

Jaymart Group | Sustainability Report 2023



เจมาร์ท ได้มีการกำหนดนโยบายที่มุ่งเน้นให้การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท สามารถดำรงอยู่ร่วมกับชุมชนโดยรอบและสิ่งแวดล้อมได้อย่างกลมกลืน ยั่งยืนอย่างยาวนาน ทั้งยังให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าที่จะส่งมอบบริการที่มีคุณภาพสูงสุดพร้อมไปกับการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านการดำเนินการที่ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน การจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่กลุ่มบริษัทตระหนักถึงความสำคัญ และมีการดำเนินการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้มีการพัฒนาเพื่อการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพมาใช้สนับสนุนให้พนักงานมีความตระหนักถึงการรักษาสภาพแวดล้อม โดยการเริ่มต้นจากตนเองไปจนถึงการมีความรับผิดชอบต่อในระดับวงกว้าง

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ตระหนักถึงการรักษาสภาพแวดล้อมในบริเวณที่บริษัทดำเนินการอยู่ด้วยการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องตั้งอยู่บนพื้นฐานหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่บริษัทดำเนินการในด้านต่างๆ ดังนี้

นโยบายความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม :

<https://www.jaymart.co.th/storage/document/sustainability/jmart-environmental-policy-th.pdf>

1.การปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม

- บริษัทจะปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง

2.การลงทุน

- บริษัทให้ความสำคัญต่อการลงทุนในการรักษาสภาพแวดล้อมและพิจารณามิติด้านสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจในการลงทุน

3.การป้องกันมลภาวะ และการลดการใช้ทรัพยากร

- บริษัทจะป้องกันมลภาวะที่เกิดจากกิจกรรมและสินค้าของ บริษัทที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- บริษัทจะบริหารจัดการการใช้พลังงานและสาธารณูปโภค (เชื้อเพลิง ไฟฟ้า ประปา) ให้มีปริมาณการใช้ที่ลดลง และเพื่อการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพ

4.การสื่อสารและการสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม

- บริษัทส่งเสริมให้พนักงานตระหนักในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
- บริษัทดำเนินการสื่อสารนโยบายและการปฏิบัติงานตามนโยบายให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร



SCAN HERE

สแกนเพื่อศึกษานโยบาย
ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์
ละเมิดกฎหมาย หรือการสร้าง
ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

0

การจัดการพลังงาน



การใช้พลังงานในการดำเนินงานถือเป็นส่วนหนึ่งของผลกระทบที่สำคัญที่จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ เจมาร์ก มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยคุณภาพควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านการดำเนินงานด้านอนุรักษ์พลังงาน วางแผนพัฒนาและกำหนดแนวทางการดำเนินงานพิจารณากำหนดเป้าหมายการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์พลังงาน ด้วยการดำเนินกิจกรรมและโครงการต่างๆ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นของการอนุรักษ์พลังงานในกลุ่มบริษัท ซึ่งการใช้พลังงานในกิจกรรมการดำเนินธุรกิจของบริษัท อาทิ การใช้ไฟฟ้ากับระบบคอมพิวเตอร์ ระบบปรับอากาศ ระบบไฟส่องสว่างภายในอาคาร รวมไปถึงการใช้เชื้อเพลิงเพื่อการขนส่งสินค้า หรือการเดินทาง จากการใช้พลังงานในกิจกรรมดังกล่าวล้วนมีส่วนในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ส่งผลกระทบต่อวิกฤตโลกร้อน หรือหากพลังงานขาดแคลนย่อมส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจของบริษัท อาทิ หากขาดพลังงานไฟฟ้าจะส่งผลกระทบต่อระบบคอมพิวเตอร์ รวมไปถึงอุปกรณ์สำนักงานที่ต้องใช้ไฟฟ้าจะไม่สามารถใช้งานได้ ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจต้องหยุดชะงัก หรือหากขาดพลังงานเชื้อเพลิงจะส่งผลให้ไม่สามารถกระจายสินค้าได้ เป็นต้น

จากผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากวิกฤตพลังงาน บริษัทมุ่งมั่นในการบริหารจัดการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพลดการใช้พลังงานประเภทใช้แล้วหมดไป เพื่อลดการใช้พลังงานที่ซื้อจากแหล่งภายนอก รวมถึงมีส่วนร่วมในการบรรลุเป้าหมายตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change: UNFCCC) เทียบเนื่องกับกรอบการจัดการวิกฤตสภาพภูมิอากาศของโลกจึงริเริ่มโครงการต่างๆ อาทิ เพิ่มอัตราการใช้พลังงานหมุนเวียน (พลังงานจากแสงอาทิตย์) ทดแทนการใช้พลังงานฟอสซิล โครงการอนุรักษ์การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าเกิดประโยชน์สูงสุดโดยควบคุมการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ลดการใช้อุปกรณ์ หรือเครื่องมือที่สร้างมลพิษ หรือใช้พลังงานมาก เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้พลังงานของบริษัท

เป้าหมาย

ระยะสั้น : ภายในปี 2568 ลดใช้พลังงานที่ซื้อจากภายนอก
ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2565

ระยะยาว : ภายในปี 2573 รักษาอัตราการลดใช้พลังงานที่ซื้อ
จากภายนอกต่อเนื่องร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับ
ปีฐาน 2565

การบริหารจัดการในสัดส่วนการใช้พลังงาน

บริษัท มีนโยบายมุ่งเน้นการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีแนวทางในการดำเนินการทั้งในส่วนของการเพิ่มการใช้ไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานทดแทนประเภทหมุนเวียนตามธรรมชาติและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน โดยในปี 2566 เป็นการใช้พลังงานที่เป็นของบริษัทครอบคลุมพื้นที่อาคารสำนักงานใหญ่ จากแหล่งพลังงาน 2 ประเภท คือ แหล่งพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป และแหล่งพลังงานทดแทนประเภทหมุนเวียนตามธรรมชาติ ดังนี้

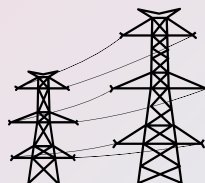
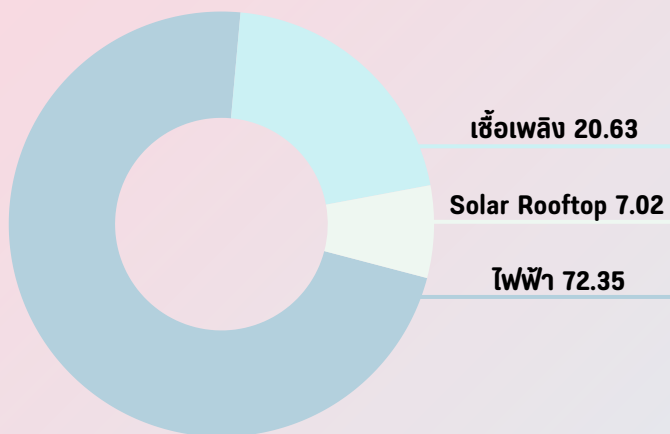
จากแหล่งพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป

- พลังงานไฟฟ้าจากแหล่งผลิตโดยตรงในปี 2566 ใช้ไฟฟ้าจากการไฟฟ้านครหลวง จำนวน 2,163.22 เมกะวัตต์-ชั่วโมง หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 72.35 ของพลังงานที่ใช้ทั้งหมด โดยใช้ในการทำงานของระบบปรับอากาศ ไฟฟ้าแสงสว่าง รวมถึงการดำเนินกิจกรรมปกติภายในบริษัท
- พลังงานจากเชื้อเพลิงน้ำมัน จำนวน 616.84 เมกะวัตต์-ชั่วโมง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.63 ของพลังงานที่ใช้ทั้งหมด ซึ่งเป็นน้ำมันที่ใช้ในการเผาไหม้เครื่องยนต์เพื่อดำเนินกิจกรรมปกติ เช่น การใช้รถของบริษัท เป็นต้น

จากแหล่งพลังงานทดแทนประเภทหมุนเวียนตามธรรมชาติ

- บริษัท มุ่งมั่นในการนำพลังงานทดแทนมาใช้ผลิตไฟฟ้า โดยเริ่มจากติดตั้งแผง Solar Rooftop บนหลังคาอาคารสำนักงานใหญ่ ดำเนินการติดตั้งโดยบริษัท เจจีเอส ซินเนอร์จี พาวเวอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ เจมาร์ก ที่ดำเนินธุรกิจด้านพลังงานทดแทนพร้อมด้วยบริการแบบครบวงจร ในปี 2566 พลังงานไฟฟ้าที่ผลิตได้จากแหล่งพลังงานทดแทนประเภทหมุนเวียนตามธรรมชาติ หรือ Solar Rooftop จำนวน 210.00 เมกะวัตต์-ชั่วโมง หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.02 ของพลังงานที่ใช้ทั้งหมด

สัดส่วนการใช้พลังงานทั้งหมดในปี 2566 (ร้อยละ)



ไฟฟ้าจากการไฟฟ้านครหลวง

2,163.22

เมกะวัตต์-ชั่วโมง



Solar Rooftop

210.00

เมกะวัตต์-ชั่วโมง



เชื้อเพลิง

616.84

เมกะวัตต์-ชั่วโมง

การดำเนินงานที่สำคัญในปีที่ผ่านมา

ติดตั้ง Solar Rooftop เพื่อลดต้นทุนค่าไฟฟ้า และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

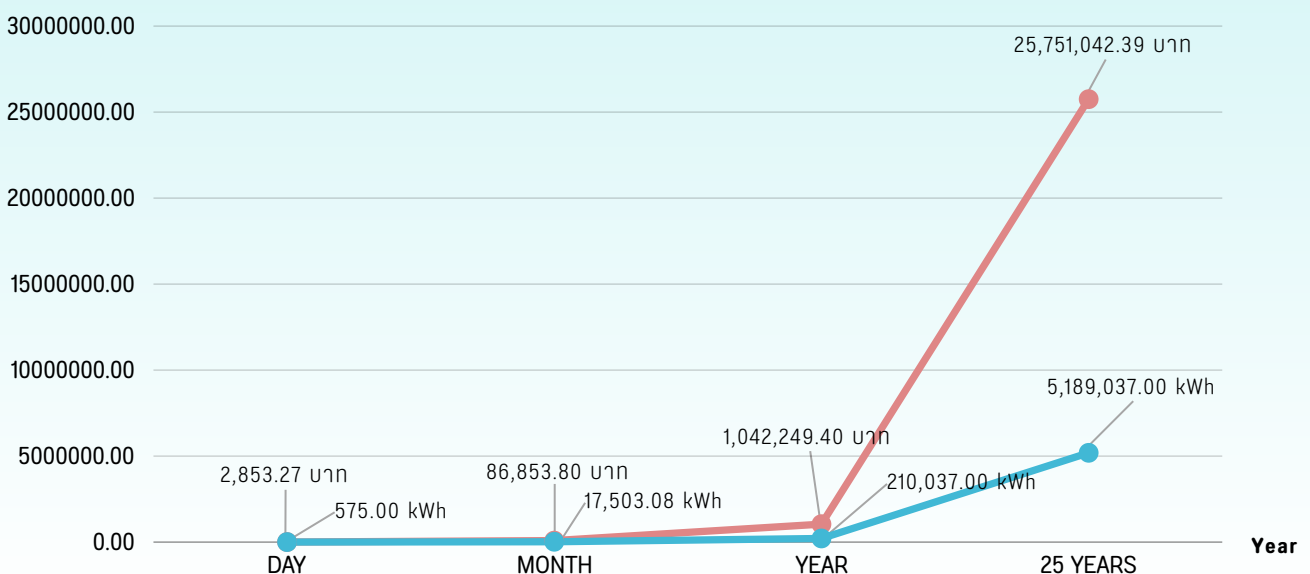
ในปี 2566 เจมาร์ก ยังคงมุ่งมั่นที่จะดำเนินการโดยมีเป้าหมายลดการใช้พลังงานที่ซื้อจากภายนอก และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยบริษัทได้ติดตั้ง Solar rooftop แบบ On Grid ณ อาคารเจมาร์ก (สำนักงานใหญ่) เพื่อเพิ่มการใช้พลังงานทดแทนในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทครอบคลุมพื้นที่คาบฟ้าอาคาร A และ B รวมขนาด 171.13 กิโลวัตต์ ติดตั้งแล้วเสร็จในเดือนมกราคม 2566 ดำเนินการติดตั้งโดย บริษัท เจจีเอส ซินเนอร์จี พาวเวอร์ จำกัด บริษัทในกลุ่มเจมาร์ก

บริษัทซื้อไฟฟ้าจากภายนอกเพื่อใช้ ณ อาคารเจมาร์ก สำนักงานใหญ่ ในปี 2565 จำนวน 2,241.7 MWh เป็นเงิน 9,871,887 บาท และในปี 2566 จำนวน 2,163.2 MWh เป็นเงิน 10,734,384 บาท ถึงแม้ว่าค่าไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น 862,497 บาท แต่จำนวนซื้อหน่วยไฟฟ้านั้นลดลง 78.4 MWh หรือลดลงร้อยละ 3.5 เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์โดย Solar rooftop ในปี 2566 ที่ผลิตไฟฟ้าได้ทั้งสิ้น 210 MWh คิดเป็นร้อยละ 8.9 ของการใช้ไฟฟ้าในปี 2566 คิดเป็นผลประหยัดประมาณ 1,042,249.4 บาท และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 104,997.49 tCO₂eq เทียบได้กับการปลูกต้นไม้ประมาณ 13,124.68 ต้น (เป็นตัวเลขคาดการณ์ในการผลิตไฟฟ้าและการดูดกลับก๊าซเรือนกระจกต่อปี)



กราฟแสดงผลประหยัดจากการใช้ Solar Rooftop

หน่วย : บาท



การประหยัดพลังงานภายในอาคารสำนักงาน

เจมาร์ก ได้มีการดำเนินโครงการประหยัดพลังงานภายในอาคาร โดยมีพนักงานร่วมกันช่วยสนับสนุนในด้านการประหยัดพลังงานอย่างเต็มที่ โดยเจมาร์กได้มีการจัดทำ Jaymart Newsletter ซึ่งริเริ่มขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีความรู้และความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้พลังงาน เพื่อช่วยกันประหยัดพลังงาน รวมถึงการจัดระบบเปิดปิดแอร์และไฟฟ้ามามีประสิทธิภาพ เช่น การเปิดปิดเครื่องใช้ไฟฟ้า หลอดไฟ และเครื่องปรับอากาศ เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในเชิงบวกไปสู่การลดการใช้พลังงาน

เปลี่ยนเครื่องปรับอากาศภายในสำนักงานใหญ่

นอกจากนี้ ในปี 2566 ได้มีการปรับเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศภายในอาคารสำนักงานใหญ่ เนื่องจากเครื่องปรับอากาศมีการเสื่อมสภาพของตัวเครื่องตามวันและเวลาซึ่งทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงและปริมาณไฟฟ้าเป็นจำนวนมาก จึงได้มีการเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศภายในอาคารสำนักงานใหญ่ จำนวนทั้งสิ้น 187 เครื่อง โดยมีการติดตั้งควบคุมการจ่ายสารทำความเย็นไว้ที่ตัวคอยล์เย็น (Indoor Unit) ทำให้ควบคุมอุณหภูมิได้แม่นยำและประหยัดค่าไฟฟ้าได้ถึง 40% เมื่อเทียบกับระบบปรับอากาศอื่นๆ เพื่อการประหยัดพลังงานที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น จากการเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศปี 2566 มีมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น 21,581,629 บาท

November 2023
Category: Sustainability (Environmental)

JAYMART
Newsletter (No.8)

How to save Electricity

การประหยัดพลังงานถือเป็นวิธีแก้ปัญหาที่ก่อให้เกิดผลดีต่อทุกฝ่าย โดยเฉพาะพนักงานผู้ใช้ไฟฟ้าจะได้ประโยชน์สูงสุดในการช่วยลดรายจ่ายของสำนักงาน ขณะเดียวกันก็ส่งผลพลอยได้ที่ช่วยลดผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการผลิตไฟฟ้ามักใช้พลังงานจากแหล่งที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งมีผลกระทบต่อสภาพอากาศและสิ่งแวดล้อมทั่วไป ดังนั้นการประหยัดไฟฟ้าสามารถทำให้เรามีการใช้พลังงานที่ยั่งยืนและไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ยังช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอีกด้วย

แนวทางการประหยัดไฟฟ้า ในพื้นที่สำนักงาน



หลอดไฟ

- ปิดไฟช่วยพักกลางวันและเมื่อไม่ใช้งาน
- บำรุงรักษาอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอตรวจสอบการถ่วงและแสงสว่าง
- การใช้แสงธรรมชาติช่วยในการลดการใช้พลังงานจากแสงไฟในสำนักงาน



เครื่องปรับอากาศ

- ตั้งอุณหภูมิไว้ที่ 25 องศาเซลเซียส
- ปิดประตูห้องทุกครั้งที่เป็นเครื่องปรับอากาศ
- เปลี่ยนแผ่นกรองปรับอากาศ นอร์ 5
- ล้างและบำรุงเครื่องปรับอากาศประจำปี



คอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์

- ตั้งปิดหน้าจออัตโนมัติหากไม่มีการใช้งานเกิน 10 นาที
- ปิดเครื่องคอมพิวเตอร์กลางคืน
- ถอดปลั๊กเครื่องเมื่อเลิกใช้งาน
- ใช้เครื่องพิมพ์ร่วมกันในกรณีที่มีเครื่องใช้ร่วมกัน
- ปิดเครื่องทุกเครื่องเมื่อเลิกใช้งาน



เครื่องถ่ายเอกสาร

- กดปุ่มพักเมื่อใช้งานเสร็จ
- หากมีระบบพักเครื่องอัตโนมัติ ควรตั้งเวลาพัก 30 นาที หากไม่มีการใช้งานใดๆ
- ถ่ายเอกสารเฉพาะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน
- ปิดเครื่องและถอดปลั๊กหลังจากเลิกการใช้งาน

แหล่งข้อมูลจาก : สำนักงานสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลการใช้พลังงาน เจมาร์ก สำนักงานใหญ่ (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2566)

พลังงานที่ใช้ทั้งหมด	หน่วย	2566	2565	2564
การใช้น้ำมันเชื้อเพลิง	เมกะวัตต์-ชั่วโมง	616.84	527.05	345.18
	แกลลอน	2.22	1.90	1.24
พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	เมกะวัตต์-ชั่วโมง	2,163.22	2,241.70	2,077.84
	แกลลอน	7.79	8.07	7.48
พลังงานไฟฟ้าที่ผลิตเอง โดย Solar rooftop	เมกะวัตต์-ชั่วโมง	210.00	2.76	-
	แกลลอน	0.76	0.01	-
การใช้พลังงานรวม	เมกะวัตต์-ชั่วโมง	2,990.06	2,771.51	2,423.02
	แกลลอน	10.76	9.98	8.72

ความหลากหลายทางชีวภาพ และการปกป้องรักษาป่าไม้

Jaymart Group | Sustainability Report 2023

ภายใต้สถานการณ์ที่รุนแรงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศที่ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตบนโลก เจมาร์ก ตระหนักถึงผลกระทบที่สำคัญนี้ว่าการประกอบกิจการ กิจกรรมและการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจของกลุ่มบริษัท เช่น การขนส่ง การดึงแหล่งน้ำและพลังงานจากธรรมชาติมาใช้เป็นต้น อาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ เจมาร์ก จึงได้มีการกำหนดนโยบายความหลากหลายทางชีวภาพ ที่อนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัทที่มุ่งมั่นในการลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจต่อความหลากหลายทางชีวภาพ โดยมีการตรวจสอบและควบคุมความเสี่ยงทางระบบนิเวศที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินการของบริษัทผ่านการกำหนด แผนมาตรการแก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้นตามลำดับขั้นของการจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Mitigation Hierarchy) ได้แก่ การหลีกเลี่ยง (Avoidance) การลดผลกระทบ (Reduce) การฟื้นฟู (Restore) และการชดเชย (Offset) เพื่อให้แน่ใจว่ากิจกรรมการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท สร้างสมดุลระบบนิเวศเชิงบวกหรืออย่างน้อยที่สุดคือ ไม่ก่อให้เกิดความสูญเสียคุณค่าด้านความหลากหลายทางชีวภาพสุทธิ (No Net Loss-NNL) และไม่ก่อให้เกิดการสูญเสียพื้นที่ป่าไม้สุทธิ (No Net Deforestation)

สำหรับการดำเนินงานในปัจจุบัน เจมาร์ก มีเจตนาที่มุ่งเน้นการจัดการความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ที่บริษัทดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินงานของบริษัท นอกจากนี้ยังมีการกำหนดนโยบายหลักเสี่ยงการดำเนินธุรกิจ หรือการพัฒนาโครงการที่ตั้งอยู่บนพื้นที่อนุรักษ์ หรือพื้นที่ที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางด้านความหลากหลายทางชีวภาพ เช่น พื้นที่แหล่งมรดกโลกตามประกาศของ UNESCO World Heritage พื้นที่ที่ได้รับการคุ้มครองตามข้อกำหนดขององค์ระหว่างประเทศ เพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติ IUCN ประเภท I-IV และพื้นที่คุ้มครองตามกฎหมายท้องถิ่นกำหนด ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทยังมีกลไกในการรับฟังข้อร้องเรียน รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับการรับฟังเสียงของชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียตามหลักสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ และได้รับผลกระทบโดยตรงจากการดำเนินกิจกรรมขององค์กร

นโยบายความหลากหลายทางชีวภาพ :

<https://www.jaymart.co.th/storage/document/company-policy/biodiversity-policy-th.pdf>



SCAN HERE

สแกนเพื่อศึกษา
นโยบาย
ความหลากหลายทางชีวภาพ



การจัดการน้ำ

ทรัพยากรน้ำ นับได้ว่าเป็นความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ รวมถึงการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเนื่องจากมีความสำคัญทั้งในทางด้านการเกษตร อุตสาหกรรม บ้านเรือน และกิจกรรมอื่นๆของมนุษย์ ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นได้ส่งผลต่อปริมาณ และคุณภาพของทรัพยากรน้ำ อันเนื่องจากปัจจัยหลายประการ อาทิ การขาดแคลนน้ำที่เป็นไปตามธรรมชาติ (physical shortage) ที่ทำให้ฝนไม่ตกตามฤดูกาลส่งผลต่อปัญหาการขาดแคลนน้ำ (ภัยแล้ง) ปัญหาน้ำหลาก (น้ำท่วม) และการจัดการน้ำที่ไม่มีประสิทธิภาพ หรือไม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีเพียงพอต่อการจัดสรรน้ำ ด้วยเหตุนี้การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ จึงถือเป็นความท้าทายสำหรับผู้ให้บริการด้านสาธารณูปโภคในการจัดหาปริมาณน้ำอย่างเพียงพอต่อการประกอบธุรกิจในแต่ละวันต้องไม่ก่อให้เกิดการละเมิดต่อสิทธิของบุคคล นิติบุคคล หรือผู้เกี่ยวข้องในภาคส่วนอื่นๆ ในด้านการแบ่งปันทรัพยากรน้ำ ทั้งนี้ เจมาร์ท จึงให้ความสำคัญแก่การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการน้ำ รวมถึงดูแลคุณภาพน้ำทั้งก่อนปล่อยระบายออกสู่ภายนอกพื้นที่ เพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนลดผลกระทบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

บริษัทเจมาร์ท ในฐานะผู้นำทางด้านการค้าปลีกผลิตภัณฑ์โทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์เทคโนโลยี ที่ไม่ได้ใช้น้ำเพื่อการดำเนินงานทางธุรกิจของบริษัทโดยตรง แต่น้ำก็มีความสำคัญและความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวันทั้งการอุปโภคและบริโภค ทั้งนี้เพื่อมีส่วนในการบรรลุเป้าหมายการจัดการน้ำอย่างยั่งยืน ป้องกันผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากวิกฤตทรัพยากรน้ำบริษัท มีความมุ่งมั่นในการส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรใช้น้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดการสูญเสียจากการอุปโภคและบริโภคที่ไม่จำเป็น บริษัทมีการตรวจสอบซ่อมบำรุงอุปกรณ์การใช้น้ำอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มีความพร้อมต่อการใช้งาน และลดการสูญเสียปริมาณน้ำจากอุปกรณ์ที่มีความชำรุด นอกจากนี้ยังมีการติดตั้งบ่อพัก บ่อเติมอากาศในการบำบัดน้ำก่อนปล่อยออกสู่บริเวณภายนอกเพื่อให้มั่นใจว่าน้ำทิ้งที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทจะไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน หรือสร้างมลภาวะต่อชุมชนใกล้เคียงหรือสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย

ระยะสั้น : ภายในปี 2568 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำจัด

โดยลดปริมาณการใช้น้ำลงร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับ
ปีฐาน 2565

ระยะยาว : ภายในปี 2573 รักษาอัตราการลดใช้น้ำลงต่อเนื่อง

ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2565 และต้องไม่มี
ข้อร้องเรียนเรื่องการปล่อยน้ำทิ้งจากชุมชนใกล้เคียง



การดำเนินงานที่สำคัญในปีที่ผ่านมา

การใช้น้ำและการบริหารจัดการน้ำ

ปัจจุบันน้ำที่ใช้ในบริษัทมาจากการซื้อน้ำจากผู้จำหน่ายโดยมีการตรวจสอบแหล่งที่มาของน้ำอย่างละเอียด และมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำว่ามีมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำ อีกทั้งยังมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรน้ำ การใช้น้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุดผ่านการประชาสัมพันธ์ และการติดป้ายประกาศรณรงค์เพื่อการใช้น้ำอย่างประหยัด โดยเฉพาะจุดที่มีการใช้น้ำ เช่น ห้องน้ำ อ่างล้างมือ อ่างล้างภาชนะ รวมไปถึงมีการตรวจสอบอุปกรณ์การใช้น้ำอย่างสม่ำเสมอให้มีสภาพที่พร้อมใช้งาน ไม่ชำรุด รั่วซึม ที่อาจเป็นสาเหตุของการสูญเสียน้ำที่ไม่จำเป็น

การจัดการน้ำทิ้ง

บริษัทคำนึงถึงผลกระทบต่อเชิงบวกและผลกระทบต่อเชิงลบที่เกิดจากการดำเนินงานภายในขององค์กรจึงได้มีการติดตั้งระบบบำบัดน้ำทิ้งแบบบ่อเติมอากาศ (Aeration pond) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ใช้การเติมอากาศในน้ำเพื่อสนับสนุนกระบวนการหมุนเวียนน้ำ และการละลายออกของสารอินทรีย์ในน้ำทิ้งส่งผลให้น้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการที่มีคุณภาพดีขึ้น ก่อนการปล่อยน้ำทิ้งออกสู่ภายนอกตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด เพื่อให้มั่นใจว่าคุณภาพน้ำทิ้งเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด และมีคุณภาพเพียงพอที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง และแหล่งน้ำธรรมชาติจากการดำเนินกิจกรรมของบริษัท

November 2023
Category: Sustainability (Environmental)

JAYMART
Newsletter (No.8)

6 WAYS

ประหยัดน้ำในที่สำนักงาน

1 ไม่ควรเปิดก๊อกน้ำทิ้งระดับความแรงสูง

การเปิดน้ำทิ้งความแรงสูงอาจทำให้สิ้นเปลืองน้ำโดยไม่จำเป็น การเปิดก๊อกน้ำทิ้งความแรงที่เหมาะสมจะช่วยให้ประหยัดน้ำได้มากขึ้น และลดความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ

2 ปิดก๊อกน้ำให้สนิททุกครั้งหลังใช้งาน

การเปิดก๊อกน้ำทิ้งไว้โดยไม่จำเป็น อาจทำให้เกิดการสูญเสียน้ำโดยไม่จำเป็น การปิดก๊อกน้ำให้สนิททุกครั้งหลังใช้งานจะช่วยประหยัดน้ำได้มากขึ้น

3 ติดป้ายประชาสัมพันธ์เรื่องการใช้น้ำตามจุดใช้น้ำต่างๆ

การติดป้ายประชาสัมพันธ์เรื่องการใช้น้ำที่จุดใช้น้ำต่างๆ ในสถานที่ต่างๆ สามารถช่วยเพิ่มความรู้และจิตสำนึกของพนักงานเกี่ยวกับความสำคัญของการประหยัดน้ำได้มากขึ้น

4 ตรวจสอบการรั่วไหลของอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ

การตรวจสอบการรั่วไหลของอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอสามารถช่วยประหยัดน้ำได้มากขึ้น การตรวจสอบการรั่วไหลของอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอสามารถช่วยประหยัดน้ำได้มากขึ้น

5 หากต้องการล้างมือหรือล้างภาชนะ ไม่ควรเปิดน้ำทิ้งไว้เป็นเวลานาน

หากมีน้ำทิ้งไว้เป็นเวลานานจะทำให้สิ้นเปลืองน้ำโดยไม่จำเป็น การเปิดน้ำทิ้งไว้เป็นเวลานานจะทำให้สิ้นเปลืองน้ำโดยไม่จำเป็น การเปิดน้ำทิ้งไว้เป็นเวลานานจะทำให้สิ้นเปลืองน้ำโดยไม่จำเป็น

6 การทำความสะอาด

ใช้สายยางฉีดล้างภาชนะและอุปกรณ์ทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ สามารถช่วยประหยัดน้ำได้มากขึ้น การใช้สายยางฉีดล้างภาชนะและอุปกรณ์ทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอสามารถช่วยประหยัดน้ำได้มากขึ้น

Page : 05

ข้อมูลการใช้น้ำเจมาร์ก สำนักงานใหญ่ (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2566)

การใช้น้ำ	หน่วย	2566	2565	2564
ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด	ลูกบาศก์เมตร	29,410	27,215	21,369

จากข้อมูลการใช้น้ำในปี 2566 ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2564 - 2565 ที่ผ่านมา ทำให้บริษัทเริ่มมือที่จะวางแผนและแนวทางปฏิบัติให้กับพนักงานที่จะทำให้มีการใช้ทรัพยากรน้ำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นรวมถึงมีปริมาณการใช้น้ำที่ลดลงเมื่อเทียบกับปีฐาน 2565 อาทิ การออกมาตรการเพื่อรณรงค์ให้ลดการใช้น้ำ เพิ่มคำแนะนำในการใช้น้ำให้ถูกวิธีและเข้มงวดกับการใช้น้ำอย่างประหยัด และสร้างความตระหนักให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรน้ำ รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์เพื่อช่วยให้ใช้น้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด ซึ่งบริษัทมีความคาดหวัง ให้ปี 2567 บริษัทมีปริมาณการใช้น้ำที่ลดลงอย่างต่อเนื่องให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

การจัดการกระดาษ

สภาวะโลกร้อน เกิดจากการปล่อยก๊าซต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชั้นบรรยากาศ หรือที่เรียกว่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก มากกว่าความสามารถในการดูดซับก๊าซเหล่านั้นไว้ ซึ่งการปล่อยก๊าซส่วนใหญ่เกิดจากการใช้พลังงานในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ทั้งในด้านอุตสาหกรรม และในชีวิตประจำวัน ซึ่งก๊าซเหล่านั้นจะถูกดูดกลับโดยทรัพยากรป่าไม้ แต่ในปัจจุบันป่าไม้กำลังถูกทำลายด้วยสาเหตุต่างๆ ทั้งด้านความต้องการใช้ที่ดิน การเกษตรกรรม และในอุตสาหกรรม ซึ่งกระดาษก็เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ต้องใช้ต้นไม้เป็นวัตถุดิบหลัก โดยข้อมูลจากมูลนิธิเพื่อการศึกษา คนไทยใช้กระดาษเฉลี่ยปีละ 3.9 ล้านตัน หรือประมาณคนละ 60 kg/ปี เพื่อตอบสนองการใช้กระดาษต้องตัดต้นไม้ถึง 66.3 ล้านต้นต่อปี และในกระบวนการผลิตกระดาษ 1 ตัน ยังมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ไฟฟ้า 4,100 kWh และน้ำมากถึง 31,500 ลิตรอีกด้วย

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทตั้งแต่การจัดซื้อจัดจ้าง การสรรหาว่าจ้างบุคลากร เอกสารที่ใช้ประกอบการนำเสนอ เอกสารสัญญา เอกสารด้านบัญชี ด้านกฎหมาย สื่อประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงการออกใบเสร็จรับเงินให้กับลูกค้า ล้วนมีการใช้กระดาษทั้งสิ้น ส่งผลต่อภาพรวมในการลดจำนวนต้นไม้ที่จำเป็นในการปลูกกลับก๊าซเรือนกระจก อีกทั้งมีส่วนในการเพิ่มการใช้พลังงานไฟฟ้า รวมถึงน้ำประปาที่ใช้ในการผลิตกระดาษที่ส่งผลในการเพิ่มก๊าซเรือนกระจกอีกด้วย

เพื่อมีส่วนในการบรรลุเป้าหมายตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change: UNFCCC) เกี่ยวเนื่องกับกรอบการจัดการวิกฤตสภาพภูมิอากาศของโลก บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตกระดาษที่ส่งผลต่อวิกฤตโลกร้อน จึงมีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการการใช้กระดาษภายในองค์กรอย่างมีคุณค่า ลดการใช้กระดาษในกิจกรรมการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทให้ได้มากที่สุด จึงมุ่งมั่นพัฒนาระบบต่างๆ ที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อลดการใช้กระดาษ ซึ่งนอกจากจะช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ระบบต่างๆ ยังตอบสนองรูปแบบธุรกิจในปัจจุบันอีกด้วย

เป้าหมาย

ระยะสั้น : ภายในปี 2568 ลดปริมาณการใช้กระดาษลงร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2565

ระยะยาว : ภายในปี 2573 ลดปริมาณการใช้กระดาษลงร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2565



ข้อมูลการใช้กระดาษ เจมาร์ท สำนักงานใหญ่ (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2566)

การใช้กระดาษ	หน่วย	2566	2565	2564
ปริมาณการใช้กระดาษ	กิโลกรัม	23,225.40	31,490.80	22,814.00
จำนวนมูลค่าการจัดซื้อกระดาษ	บาท	387,819.40	570,984.10	390,336

*จากปริมาณการใช้กระดาษในปี 2566 พบว่ามีปริมาณที่ลดลงจากปีฐาน 2565 ถึง 26.28 % เป็นมูลค่าประหยัดถึง 183,164.70 บาท ซึ่งมาจากการรณรงค์การลดใช้กระดาษ การใช้โปรแกรมต่างๆ ในการดำเนินงานแทนการใช้กระดาษ นอกจากนี้การอบรมพัฒนาทักษะของพนักงานได้มีการใช้การสแกน QR CODE เพื่อดูข้อมูลแทนการแจกกระดาษ ทำให้สามารถลดปริมาณกระดาษที่ไม่จำเป็นได้

การดำเนินงานที่สำคัญในปีที่ผ่านมา

Jaymart Newsletter

ในปี 2566 บริษัท เจมาร์ก ได้เริ่มจัดทำ Jaymart Newsletter คือช่องทางการรับรู้ข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่สำคัญเป็นประจำทุกเดือน อาทิ ปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หรือ ผลของการดำเนินกิจกรรมภายในองค์กรที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบในการใช้ทรัพยากร และปลูกฝังพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงานภายในองค์กรให้มียกย่องในการอนุรักษ์ และปกป้องสิ่งแวดล้อมผ่านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมที่จะเป็นกลไกที่สำคัญในการสร้างการรับรู้ที่สำคัญ สามารถเข้าชม Jaymart Newsletter ได้ที่ : <https://www.jaymart.co.th/en/document/esg-newsletters>



Line@ Jaymart People

เพื่อเป็นการช่องทางการติดต่อ และรับรู้ข่าวสารของพนักงานในกลุ่มเจมาร์ก ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งอย่างรวดเร็วทั้งภาพ เสียง และวิดีโอ อีกทั้งยังเป็นการช่วยลดการสื่อสารด้วยการติดป้ายประกาศจากการใช้กระดาษอีกด้วย



Jaymart ร่วมมาตรการลดหย่อนภาษี Easy E-Receipt

ระบบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax Invoice) และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (e-Receipt) คือ การจัดทำข้อมูลใบกำกับภาษี รวมถึงใบเพิ่มหนี้ ใบลดหนี้ และใบรับ ให้อยู่ในรูปข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เช่น Microsoft Word, Microsoft Excel, PDF หรือ PDF/A-3 ที่ได้ลงลายมือชื่อดิจิทัล (Digital Signature) ส่งมอบแก่ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้รับบริการ และสำหรับการนำส่งข้อมูลให้กรมสรรพากรต้องจัดทำข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ให้อยู่ในรูปแบบ XML File ตามมาตรฐานเท่านั้น จากการซื้อสินค้าหรือบริการตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 50,000 บาท สำหรับผู้มีเงินได้ซึ่งมีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา



J Point / J Wallet

J POINT ระบบสะสมคะแนนในกลุ่มเจมารท์ กรุ๊ป เป็น Loyalty program platform ทำหน้าที่ในบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำความรู้จักและเข้าใจลูกค้ามากขึ้นในทุกมิติ ผ่านการมอบสิทธิพิเศษต่างๆ J POINT เป็นรูปแบบการสะสมคะแนนแบบดิจิทัล โดยมีระบบการทำงานผ่าน LINE Official Account บนแอปพลิเคชัน LINE โดยลูกค้าจะได้รับคะแนนสะสมจากทุกยอดการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหรือบริการ และยังสามารถนำคะแนนสะสมกลับมาแลกเป็นส่วนลด รวมทั้งดีลสิทธิพิเศษต่างๆ จากทุกบริษัทในกลุ่มเจมารท์ กรุ๊ป ที่เป็น Group of Retail และ Group of Financial รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจต่างๆ

สามารถสมัครสมาชิกง่ายๆ ผ่าน LINE Official @Jpoint พร้อมสะสมคะแนนจากทุกยอดการใช้จ่ายจากร้านค้าในเครือ เจมาร์ก และพันธมิตร เพื่อแลกรับสิทธิพิเศษต่างๆ มากมายตอบโจทย์ครบทุกไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต กิน ดื่ม เที่ยว บันเทิง เรียนรู้ สุขภาพ/ความงาม ไวกี้เก๋เด็ด และอำนวยความสะดวกสบายที่คัดสรรมาให้ลูกค้าคนพิเศษที่เป็นสมาชิก J POINT และสามารถติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

- o LINE Official: @Jpoint หรือคลิก >> <https://bit.ly/ApplyJpoint>
- o Facebook: J pointTH
- o Instagram: Jpoint_th
- o Tiktok : J POINT

J Wallet Application หรือกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ มาพร้อมความสะดวกสบายในการใช้จ่าย สามารถใช้จ่ายแทนเงินสด ชำระค่าบริการต่างๆ ได้ที่ร้านค้าในเครือ Jaymart และร้านค้าต่างๆ ที่มีสัญลักษณ์ Visa หรือผูกบัตรกับ Marketplace บนโลกออนไลน์ ซึ่งมาพร้อมเทคโนโลยีการยืนยันตัวตนลูกค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-KYC) และ Visa Secure เพื่อความปลอดภัยขั้นสูงสุดของข้อมูล และ Features การออกบัตร J Wallet Visa Card (Physical Card) เพิ่มมีติการชำระเงินได้แบบครบรอบด้านกับร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าชั้นนำทั่วประเทศ พร้อมรับสิทธิพิเศษมากมาย ทั้งการสะสมคะแนน J POINT จากทุกการใช้จ่ายทุกๆ 25 บาท รับ 1 คะแนน และโปรโมชั่นต่างๆมากมาย เพียงกดเชื่อมต่อ J POINT ใน J Wallet Application

ปัจจุบันปี 2566 สมาชิก J Wallet มีทั้งหมด 7,081 คน และ สมาชิก J Point มีทั้งหมด 417,698 คน ซึ่งเป็นสมาชิกจากทั้งบุคคลากรภายในและภายนอกบริษัท


J POINT for every day use

ใจ

แลกพอยท์สู่ ใจ แลกได้ทุกสิ่ง

THE POWER OF SYNERGY

การรวมกันของจุดมุ่งหมายในทิศทางเดียวกัน คือพลัง
สร้างค่าทาง SYNERGY ที่ไม่มีขีดจำกัดแน่นอน



Actual 431,000 Members

Target 1,000,000 Members

โอนคะแนนสุดคุ้ม

จะโอนเข้าหรือโอนออกก็ได้ สะดวกสบาย

- K Point
- S-Coin
- CashDix
- AIS

ยังใช้ ยังได้

สนุกกับการใช้จ่าย เพียงแค่ผูกบัตรและชำระด้วย J Wallet Visa

- GrabFood
- M
- Groceries
- NETFLIX
- LINE TV
- Lozook

สิทธิพิเศษเพิ่มเติม

ได้รับสิทธิ์พิเศษ เพิ่มขั้น ตาม Member Tier

Bronze	Silver	Gold	Elite
1 - 499 points	500 - 1,499 points	1,500 - 3,999 points	4,000 points ขึ้นไป

เพื่อบริการกับค่า
K Point ผ่าน J WALLET

ขั้นตอนการใช้จ่าย เมื่อเลือกสินค้าและบริการที่ต้องการแล้ว กดปุ่มชำระเงิน เลือกจ่ายด้วย K Point

ส่วนลดพิเศษ สำหรับลูกค้าที่สมัครสมาชิก J Point จะได้รับส่วนลดพิเศษจาก J Point

Rewards จากพันธมิตรที่เข้าร่วมเครือข่าย J Point Group สามารถรับรางวัลพิเศษมากมายได้จาก J Point

Nimbly Technology

ในปี 2566 ทางบริษัท เจมาร์ก โมบาย (บริษัทมหาชน) ได้นำ technology มาเพื่อปรับและพัฒนากระบวนการทำงานภายในองค์กร ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ Nimbly Technology ซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำในการพัฒนาระบบแพลตฟอร์มเพื่อตอบโจทย์ในการบริหารกระบวนการปฏิบัติงาน และสนับสนุนการทำงานของพนักงานหน้าสาขา ในการตรวจสอบและปฏิบัติตาม SOP (คู่มือการปฏิบัติงาน) หรือ operation checklist ต่างๆ รวมถึงทำให้มีการระบบควบคุมอัตโนมัติ (Automation) ที่สามารถเริ่มต้นการทำงานได้เองผ่านโปรแกรมที่วางเอาไว้ เพื่อช่วยในการควบคุม สิ่งงาน หรือ รับคำสั่งงานต่างๆ มากขึ้นและลดความผิดพลาดที่อาจจะเกิดจากบุคลากร เพื่อให้มีการเพิ่มผลผลิตของพนักงานรวมถึงผลการปฏิบัติงาน โดยนำกระบวนการทำงานมาเรียบเรียงและผสมผสานกับเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ โดยได้ใช้ในหลายมุมทั้ง พนักงานหน้าร้าน ผู้จัดการ พนักงาน back office รวมถึงผู้บริหารในการ tracking issue และ data ที่เกิดขึ้นแบบ real time เพื่อให้ได้รับรู้รับทราบปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นภายในวันและแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ทันที่ รวมถึงปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นจะถูกส่งต่อไปให้ผู้แก้ปัญหาแบบอัตโนมัติ หรือ auto-assign แล้วยังสามารถส่งต่อปัญหาไปต่อยังระดับจัดการที่สูงขึ้นแบบอัตโนมัติ



4 STEPS

การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยการบริหารจัดการสู่การบริการเป็นเลิศ



ประสบการณ์ของลูกค้าที่ได้รับเหมือนกันทุกที่

- ให้ความมั่นใจในประสบการณ์ที่สม่ำเสมอสำหรับลูกค้า
- เพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้จัดการเพื่อให้แน่ใจว่าพรอนต์ไลน์ทำงานได้อย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ
- ช่วยในการตรวจสอบการจัดวางสินค้าในจุดแสดงสินค้า และการวางผัง Layout หน้าร้านถูกต้องตามมาตรฐานของ เจมาร์ก สโตร์
- ยืนยันการตรวจสอบกิจวัตรประจำวันและการตรวจสอบรายวันของร้านค้า



การเพิ่มรายได้

- การเพิ่มยอดขายและรายได้ของ เจมาร์ก สโตร์
- บรรลุการดำเนินการที่สมบูรณ์แบบของโปรโมชันในร้านค้าทั้งหมด
- จับเคสของการขายสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสินค้า จากข้อมูลที่ได้รับการประเมินจากลูกค้า



เพื่อประสิทธิภาพ การประหยัดค่าใช้จ่าย และรักษาสีสิ่งแวดล้อม

- การลดต้นทุนการดำเนินงานของ เจมาร์ก โมบาย
- ปรับปรุงการดำเนินงานของร้านค้าโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อลดเวลาพนักงาน
- เพิ่มความเร็วในการปรับปรุงหน้าร้านระหว่างสาขาและสำนักงานใหญ่
- ลดจำนวนการใช้กระดาษที่ไม่จำเป็นลงอย่างมาก
- ช่วยประหยัดเวลาและการเดินทางไปตรวจที่สาขา



เสริมสร้างทักษะให้แก่พนักงานภายในร้าน

- เพิ่มขีดความสามารถให้กับพนักงานในสาขาของ เจมาร์ก โมบาย
- ช่วยพนักงานในการปฏิบัติงานให้ลุล่วง เช่น การถ่ายภาพ การแก้ไขปัญหาตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน (SOP) และการติดตามการแก้ปัญหาผ่านการแจ้งเตือนอัตโนมัติ
- เมื่อมีการแจ้งปัญหาที่เกิดขึ้นภายในสาขาจะแจ้งเตือนให้แก่มือรับผิดชอบโดยอัตโนมัติ

Jaymart Group Learning Center

ทางบริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ให้กับพนักงานทั้งเครื่อง่ายอย่างต่อเนื่องและทำมาอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการจัดอบรมให้กับกรรมการบริษัท ผู้บริหารระดับสูง รวมถึงพนักงานทั่วไปของบริษัท โดยมีทั้งการจัดเทรนนิ่งตาม job competency รวมทั้ง functional skills ต่างๆซึ่งจะช่วยพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรทั่วทั้งองค์กร โดยในปีเราได้มีการก่อตั้งศูนย์การเรียนรู้ออนไลน์กลางของบริษัท ในเครือ Jaymart เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดระบบการเรียนการสอน รวมถึงจัดเส้นทางการเรียนรู้รายบุคคลให้กับพนักงานทุกตำแหน่ง ให้สอดคล้องกับการพัฒนาเส้นทางอาชีพในองค์กรของพนักงานรายนั้นๆ รวมไปถึงเพื่อให้พนักงานได้เสริมสร้างองค์ความรู้ในการเรียนรู้ผ่านตัวกลางที่เป็นสื่อเทคโนโลยีหรือออนไลน์ เป็นต้น



AGM Voting Application

นับแต่พระราชกำหนดว่าด้วยการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563 ออกมาใช้บังคับเมื่อ 26 พฤษภาคม 2563 นั้น ตั้งแต่ปี 2563 - 2565 เจมาร์ก ได้จัดประชุมประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประชุมแบบ e-meeting และโหวตผ่าน AGM Voting Application เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 และในปี 2566 สถานการณ์โรคระบาดได้คลี่คลายลง ทางบริษัทจึงได้ดำเนินการจัดประชุมประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี และประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ physical พร้อมกัน หรือที่เรียกว่า hybrid ซึ่งเป็นทิศทางที่ดีตอบรับยุค New Normal หรือวิถีใหม่

การให้บริการประชุมผู้ถือหุ้นออนไลน์ที่ข้อมูลส่วนบุคคลสามารถถูกจารกรรม หรือปลอมแปลงได้ง่าย รวมถึงอาจมีการกระทำที่เกี่ยวเนื่องกับอาชญากรรมด้านการเงิน เช่น การฟอกเงิน การฟิชชิ่งและยืนยันตัวตนของลูกค้าจึงจำเป็นต้องมีมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ดังนั้น สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA ในการดูแลของ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จึงได้กำหนดมาตรฐานที่จำเป็นต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับพิสูจน์และยืนยันตัวตน (Identity Provider : IdP) ในการบริหารจัดการสิ่งที่ใช้ยืนยันตัวตน และการยืนยันตัวตนของผู้ใช้บริการเพื่อให้มีแนวปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

โดยบริษัทย่อย J Ventures เป็นผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน AGM Voting ที่เห็นถึงความสำคัญและความปลอดภัยเป็นอย่างยิ่งยอดสำหรับการพิสูจน์อัตลักษณ์ที่จะต้องมีความน่าเชื่อถือ ด้วยการพิสูจน์ตัวตนเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก โดยใช้ระดับความน่าเชื่อถือของอัตลักษณ์ (Identity Assurance Level : IAL) ที่เป็นระดับความเข้มงวดระดับสูงในการพิสูจน์ตัวตน ของผู้สมัครใช้บริการที่ต้องการจะทำธุรกรรมออนไลน์ด้วยดิจิทัลไอดี (Digital Identity หรือ Digital ID) ทำให้มั่นใจได้ว่าตัวตนหรือ Identity ที่ผู้สมัครใช้บริการกล่าวอ้าง เป็นตัวตนของท่านจริงๆ และใช้ระดับความน่าเชื่อถือการยืนยันตัวตน (Authentication Assurance Level: AAL) ของผู้ให้บริการในระดับสูงเช่นเดียวกัน ทำให้มั่นใจว่าผู้ให้บริการที่ได้พิสูจน์ตัวตนมาแล้ว คือเจ้าของ หรือเป็นผู้ครอบครองสิ่งที่ใช้ยืนยันตัวตน (Authenticator) แบบต่าง ๆ นั้นจริง โดยการใช้ IAL และ AAL ที่เหมาะสมจะช่วยลดโอกาสของการยืนยันตัวตนที่ผิดพลาดได้

ประโยชน์ของการลงคะแนนเสียงออนไลน์

ระบบการลงคะแนนเสียงที่ปลอดภัยสูงสุด

Transparent

สามารถตรวจสอบตัวตนของผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงที่สามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา

Safe

การลงคะแนนเสียงทุกครั้งจะถูกเก็บไว้อย่างปลอดภัยและเมื่อปิดวาระแล้วจะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงผลการลงคะแนนได้

Performance

การลงคะแนนเสียงทุกครั้งจะถูกดำเนินการผ่านสัญญาณอัจฉริยะ



Effectiveness

สามารถลงคะแนนได้จากทุกที่และยังได้รับแจ้งผลการลงคะแนนทันทีจาก Smart Contract

Paper less

ไม่มีเอกสารและลดการใช้กระดาษที่ไม่จำเป็น

Hand - on support

ทีมงานพร้อมช่วยเหลือทั้งผู้จัดงานและผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งออฟไลน์และออนไลน์

การจัดการขยะอย่างยั่งยืน

จากการขยายตัวของประชากรอย่างรวดเร็ว รวมถึงการพัฒนา รูปแบบของสินค้าและบริการ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ของผู้บริโภคล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดของเสียจำนวนมาก จน ทำให้การจัดการขยะกลายเป็นหนึ่งในความท้าทายที่ทั่วโลกกำลัง เผชิญ โดยรายงานข้อมูลสถิติของปัญหาขยะระดับโลกที่จัดทำโดย Verisk Maplecroft Environment Dataset เมื่อปี 2562 ทำให้ทราบ ว่า สถานการณ์ขยะโลกกำลังน่าเป็นห่วง เนื่องจากในแต่ละปีมีขยะ มูลฝอยเกิดขึ้นทั่วโลกมากถึง 2.1 พันล้านตัน แต่มีเพียง 16% หรือ ราว 323 ล้านตันเท่านั้นที่ถูกนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ในขณะที่ สถานการณ์ขยะในประเทศไทยสถิติจากกรมควบคุมมลพิษในปี 2564 พบว่าประเทศไทยสร้างขยะมูลฝอย 24.98 ล้านตัน และนำกลับไปได้ 7.89 ล้านตันหรือราว 31.5% ก่อให้เกิดมลพิษใน อากาศ น้ำ พื้นดิน ส่งผลกระทบต่อแหล่งอาหารของสัตว์ทั้งสัตว์บก และสัตว์น้ำ อีกทั้งในกระบวนการจัดการขยะ อาทิ การขนส่งขยะ ฝังกลบ การเผาแล้วมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ส่งผลกระทบต่อ สภาพแวดล้อมทั้งสิ้น

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทจำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้องกับการสร้าง ขยะจากการผลิตและบริโภค อาทิ ขยะที่เกิดจากการอุปโภค บริโภคใน ชีวิตประจำวันของพนักงาน ขยะจากอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานที่ เสื่อมสภาพ กระดาษที่ใช้แล้ว บรรจุภัณฑ์ต่างๆ รวมถึงซาก ผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ที่เสื่อมสภาพของบริษัท

ซึ่งในฐานะผู้สร้างผลกระทบและผู้ที่ได้รับผลกระทบ บริษัทจึงใช้ ความพยายามอย่างต่อเนื่องเพื่อลดการสร้างขยะ โดยการอนุรักษ์ และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งกำกับดูแลให้มี การนำแนวปฏิบัติด้านการจัดการของเสียที่เหมาะสมมาใช้ในทุกกลุ่ม ธุรกิจ

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการขยะทั้ง ต่อผู้ประกอบการในกลุ่มของบริษัท รวมถึงชุมชนที่อยู่โดยรอบเพื่อ ป้องกันผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดจากกิจกรรมทางธุรกิจอย่างรอบ ด้าน โดยผ่านการบริการจัดการควบรวมมิติด้าน ESG หรือ สิ่งแวดล้อม สังคม บรรษัทภิบาล เพื่อไม่ให้เกิดสิทธิต่อผู้มีส่วนได้ เสียทุกกลุ่มและรวมถึงเป็นการป้องกันปัญหาในการบริหารจัดการ ขยะที่เกิดจากกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพื่อลดผลกระทบ ที่เกิดขึ้นต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และภาวะโลกร้อน บริษัทมุ่งมั่นใน การจัดการขยะอย่างยั่งยืน โดยมีการริเริ่มโครงการต่างๆ ในการ จัดการขยะ อาทิ เข้าร่วมเครือข่าย Care the Whale กับ ตลาดหลักทรัพย์ในการจัดการขยะขององค์กร การรณรงค์ให้มีการ ลดการสร้างขยะจากต้นทาง การคัดแยกขยะก่อนทิ้ง และจัดการขยะ อย่างถูกต้องตามประเภทของขยะ มุ่งมั่นในการนำขยะกลับมาใช้ ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด จากการ Recycle และ Upcycle

บริษัท ตระหนักดีว่าการจัดการของเสียด้วยวิธีการที่ไม่เหมาะสม จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้นบริษัทจึงสนับสนุน และ ส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการจัดการขยะ ผ่านโครงการต่างๆ ในการควบคุมการจัดการขยะเพื่อลดผล กระทบให้น้อยลง โดยปี 2566 ได้ตั้งเป้าหมายทั้งระยะสั้นและระยะยาว ของการบริหารจัดการขยะของบริษัทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการ บริหารจัดการขยะ ดังนี้

เป้าหมาย

ระยะสั้น : เพิ่มการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ เมื่อเทียบจาก ปีฐาน 2565

ระยะยาว : ภายในปี 2573 ไม่มีของเสียที่เกิดจากการดำเนิน ธุรกิจอย่างต่อเนื่อง



สรุปผลการดำเนินงานการจัดการขยะอย่างยั่งยืน

E-WASTE แลก POINT

ในปี 2566 เจมาร์ก ได้ร่วมมือกับ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เปิดตัวกิจกรรม “คนไทยไร้ E-Waste” ร่วมกันเดินหน้าจับเคลื่อนเป้าหมายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ตามแนวคิด ESG โดยบริษัท ได้จัดกิจกรรมให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะ และเข้าใจวิธีการกำจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างถูกต้อง ภายใต้โครงการ E-Waste แลก Point และ Party ฟี E-Waste รวมผลสรุปจากโครงการในการดำเนินงานสามารถช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้ทั้งหมด



1



ช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้
265.21 kgCO₂eq

หรือ



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ใหญ่อายุ 10 ปี
29 ต้น

2

DROP OFF ขวด PET (ขวดพลาสติก) กับ CIRPLAS

เจมาร์ก ได้ตระหนักถึงความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมจึงได้ร่วมมือกับ CirPlas องค์การจัดการขยะพลาสติก มีเป้าหมายในการลดปริมาณขยะพลาสติก ที่มีโอกาสเข้าสู่การฝังกลบและกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เปลี่ยนเป็นการนำกลับคืนสู่ระบบ แล้วย้อนกลับมาใช้ใหม่ผ่านกระบวนการจัดเก็บ การคัดแยก การรีไซเคิล และแปรรูปที่ได้มาตรฐาน ให้ขยะกลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าอีกครั้ง ด้วยการนำหลักแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาปรับใช้เพื่อสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมแก่ทรัพยากร



3

การบริหารจัดการขยะภายในอาคารสำนักงาน

ร่วมเป็นภาคีเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อมในการรณรงค์เรื่องการคัดแยกขยะที่จัดขึ้นโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภายใต้โครงการ Care The Whale ทำให้เกิดความชัดเจนมากขึ้นในการบริหารจัดการข้อมูลที่สามารถนำขยะที่เกิดจากการคัดแยกไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้



เข้าร่วมเป็นพันธมิตร โครงการขยะขวดแก้วล่องหน

เจมาร์ก เข้าร่วมเป็นพันธมิตรในโครงการ “ขยะขวดแก้วล่องหน” สร้างสังคมแห่งความยั่งยืนภายใต้บริษัทโฮสเทล จำกัด (มหาชน) เพื่อประกาศความร่วมมือในการเป็นต้นแบบเส้นทางสู่ความยั่งยืน ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่การคัดแยกขยะขวดแก้วเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ไปจนถึงการนำเศษแก้ว (Cullet) มาขึ้นรูปเป็นขวดแก้วใหม่เพื่อใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ได้อีก โดยต่อยอดจากโครงการ Care the Whale ขยะล่องหน ที่มีการส่งเสริมให้องค์กรร่วมกันแยกขยะและจัดเก็บขยะเข้าสู่ระบบรีไซเคิล

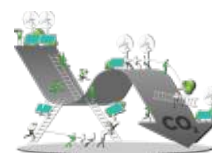
5

4



สรุปผลปฏิบัติการขยะล่องหน

ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2566 พนักงานเจมาร์กร่วมกันคัดแยกขยะได้ทั้งหมด 71,568.30 KG โดยสามารถแบ่งประเภทขยะได้ ดังนี้ 1) ขยะทั่วไป 2) กระดาษ A4 3) ขวดพลาสติก 4) ขวดแก้วพลาสติก 5) กระป๋องอลูมิเนียม และ 6) หลอดพลาสติก ซึ่งสามารถช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้ทั้งหมด



ช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้
17,799.71 kgCO₂eq

หรือ



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ใหญ่อายุ 10 ปี
1,978 ต้น

การดำเนินงานที่สำคัญในปีที่ผ่านมา

คนไทยไร้ E-Waste กับ เจมาร์ก

ในปี 2566 เจมาร์ก ได้ร่วมมือกับ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เปิดตัวกิจกรรม “คนไทยไร้ E-Waste” ร่วมกันเดินหน้าจับเคลื่อนเป้าหมายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามแนวคิด ESG ยกระดับกระบวนการดำเนินธุรกิจสู่การเป็นต้นแบบองค์กรยั่งยืน และแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมแบบองค์รวม เพื่อมีส่วนร่วมในการบรรลุเป้าหมาย “การสร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และการผลิตที่ยั่งยืน” ของ UNSDGs ด้วยการจัดการของเสียของผลิตภัณฑ์ในกระบวนการดำเนินธุรกิจที่หมดอายุ ด้วยวิธีการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ซึ่งการจัดกิจกรรมครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อร่วมกันสร้างต้นแบบการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในทุกมิติ โดยเฉพาะมิติสิ่งแวดล้อมด้วยการร่วมกันจัดการขยะอันตรายประเภทอิเล็กทรอนิกส์ (E-Waste) ผ่านกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพื่อนำเสนอนวัตกรรมทางเทคโนโลยีและบริการดิจิทัลใหม่ๆ ที่จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดีขึ้น สามารถใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าทั้งในด้านการนำดิจิทัลขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยมุ่งใช้จุดแข็งของแต่ละฝ่ายมา สร้างประโยชน์ในด้านต่างๆให้แก่คนไทยและประเทศ โดยที่จุดแข็งของเจมาร์ก คือ จำนวนสาขาที่มีมากกว่า 350 สาขาทั่วประเทศที่จะทำให้การกระจายจุดรับขยะของเจมาร์ก โมบาย เพิ่มจำนวนไปได้มากขึ้นในอนาคต โดยปัจจุบันมีสาขานำร่อง E-Waste Drop off ของ เจมาร์ก มีทั้งสิ้น 10 สาขา ได้แก่

- เจมาร์ก สำนักงานใหญ่
- JAY Central-RAMINTRA FL.3
- JAY Central-HUAMARK FL.G
- JAY IOT Central-LADPRAO FL.3
- JAY Central-EASTVILLE FL.2
- JAY Central-Rama 9 FL.B
- JAY Central-Rama III FL.3
- JAY IOT Central-Pinklao FL.3
- JAY IOT Central-Rama 2 FL.2
- JAY IOT Central-Bangna 3 FL.5

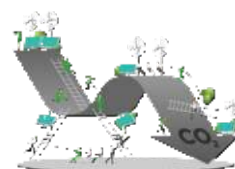
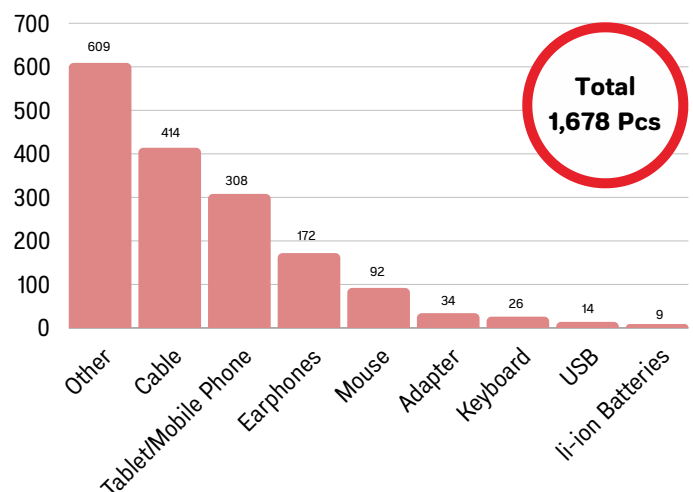


และในปี 2567 มีแผนในการขยายจุด E-Waste Drop Off หน้าสาขาเจมาร์ก โมบาย ออกไปอีก 30 สาขา รวมถึงได้มีการวางแผนที่จะวางจุด E-Waste Drop Off ตามสถานีรถไฟอีกด้วย

โดยสิทธิประโยชน์สำหรับลูกค้าที่นำขยะอิเล็กทรอนิกส์ มาส่งมอบที่ร้านเจมาร์ก โมบาย นอกจากจะเป็นการทิ้งขยะให้ถูกวิธีและนำไปทำลายให้ถูกวิธีแล้ว ยังได้รับ J Point ที่สามารถนำไปใช้แทนเงินสด และแลกสิทธิพิเศษต่างๆ มากมายในบริษัทที่ร่วมรายการ หรือสามารถร่วมทำบุญให้แก่ศูนย์ดวงตาสุภาพภาษาไทย เพียงร่วมบริจาค J Point โดยขยะอิเล็กทรอนิกส์ 1 ชิ้น ได้รับ 200 J Point ซึ่งมูลค่าเป็นเงินจำนวน 20 บาท เป็นต้น

สรุปผลโครงการคนไทยไร้ E-Waste กับ เจมาร์ก

ในปี 2566 ปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์ในโครงการคนไทยไร้ E-Waste กับ เจมาร์ก พบว่ามีลูกค้าของสาขาเจมาร์ก โมบาย นำ E-Waste มา Drop ที่สาขา จำนวนรวมทั้งสิ้น 1,678 ชิ้น ซึ่งเทียบเท่ากับจำนวนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 216.85 กิโลคาร์บอน หรือเทียบเท่าการปลูกต้นไม้อายุ 10 ปีได้ถึง 24 ต้น



ช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้
216.85 kgCO₂eq

หรือ



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ใหญ่อายุ 10 ปี
24 ต้น

E-Waste แลก Point

ด้วย Power of Synergy บริษัทได้ร่วมมือกับ บริษัท เจ อีลิท จำกัด เป็นบริษัทในเครือที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับกิจกรรมการบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ในการจัดกิจกรรม “E-Waste แลก Point” เพื่อเพิ่มช่องทางในการสร้างการรับรู้ และกระตุ้นให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการทิ้งขยะอย่างถูกวิธี ดูแลสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน ด้วยวิธีการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมุ่งสร้าง Ecosystem ในการจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่การสร้างองค์ความรู้ให้ตระหนักถึงปัญหา สร้างการมีส่วนร่วม ไปจนถึงการสร้างกระบวนการจัดเก็บและรีไซเคิลแบบ Zero e-waste to landfill การจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์ด้วยวิธีฝังกลบเป็นศูนย์ตามมาตรฐานสากล

โดยเจมาร์ก ร่วมกับ J Elite ผู้ดูแลระบบ J Wallet และ J Point จัดให้มีกิจกรรม “E-Waste แลก Point” ในองค์กรซึ่งในทุกๆสัปดาห์จะมีการเปิดจุดบริการรับ ขยะอิเล็กทรอนิกส์ ขยะพลาสติก และขยะอูฐนิยม โดยพนักงานที่สนใจร่วมกิจกรรมสามารถนำขยะประเภทต่างๆตามที่กำหนด เช่น ขวดพลาสติก หลอด กระป๋อง รวมไปถึงขยะอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เพาเวอร์แบงก์ เป็นต้น นำมาแลก J Point ณ จุดบริการซึ่งพนักงานจะได้รับ J Point ผ่านระบบ J Wallet นั่นเอง ทั้งนี้กิจกรรม E-Waste แลก Point ที่จัดขึ้นเป็นการเปิดรับขยะภายในองค์กร ซึ่งมีแผนพัฒนาต่อยอดไปสู่การจัดการขยะภายนอกองค์กรด้วย

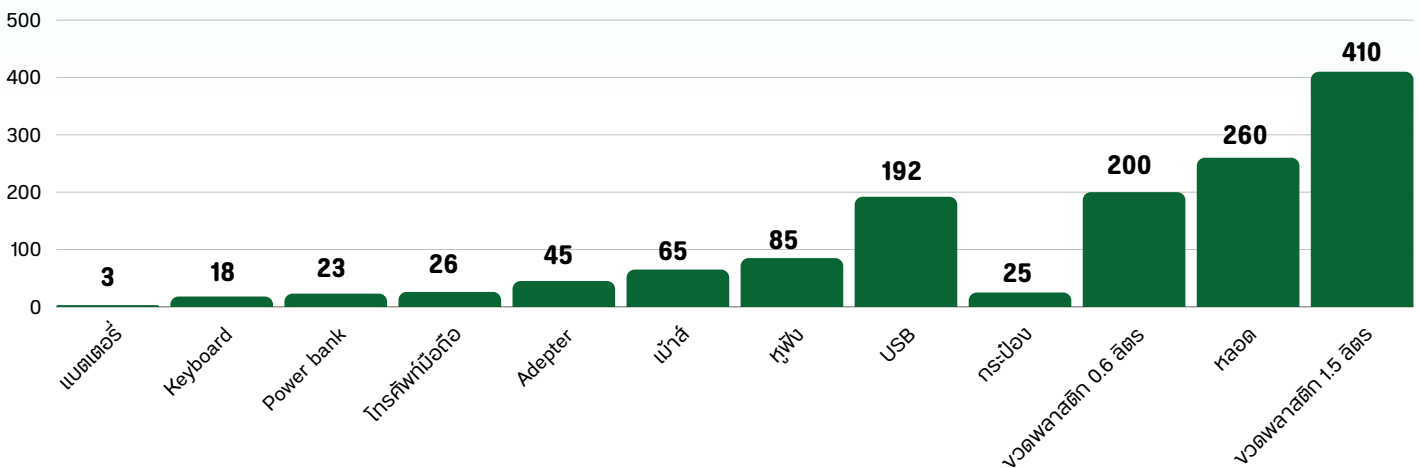


Party ฼ E-Waste

อีกหนึ่งกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการจัดการขยะประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นของเสียที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายและดำเนินธุรกิจ บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการจัดการขยะประเภทนี้ จึงริเริ่มการรับขยะประเภท E - Waste เพื่อนำไปจัดการด้วยวิธีการที่ถูกต้อง โดยเริ่มต้นเปิดตัวการรับขยะด้วยกิจกรรม Party ฼ E - Waste ที่มีการต่อยอดมาจากกิจกรรม E-Waste แลก Point อีกด้วย



กราฟสรุปผลจากการจัดกิจกรรม 2566



จากกิจกรรม E-Waste แลก Point และ กิจกรรม Party ฼ E-Waste ปี 2566 พบว่ามีพนักงานในองค์กรนำขยะอิเล็กทรอนิกส์มาแลก J Point จำนวน 457 ชิ้น และขยะพลาสติก จำนวน 895 ชิ้น รวมจำนวนทั้งสิ้น 1,352 ชิ้น เทียบกับจำนวน J Point 67,200 J Point รวมเป็นจำนวนเงิน 8,032.5 บาท โดยเจมาร์กสนับสนุนค่าใช้จ่ายเพื่อส่งเสริมกิจกรรมให้แก่พนักงานในเครือ และในปี 2567 มีเป้าหมายในการจัดกิจกรรม E-Waste แลก Point และ กิจกรรม Party ฼ E-Waste โดยประมาณการค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนกิจกรรม E-Waste แลก Point ทั้งสิ้น 360,000 บาท

สรุปผลกิจกรรม ปี 2566 ช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากการจัดกิจกรรม ดังนี้

ช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ใหญ่อายุ 10 ปี



48.36 กิโลกรัมคาร์บอน

=



5 ต้น

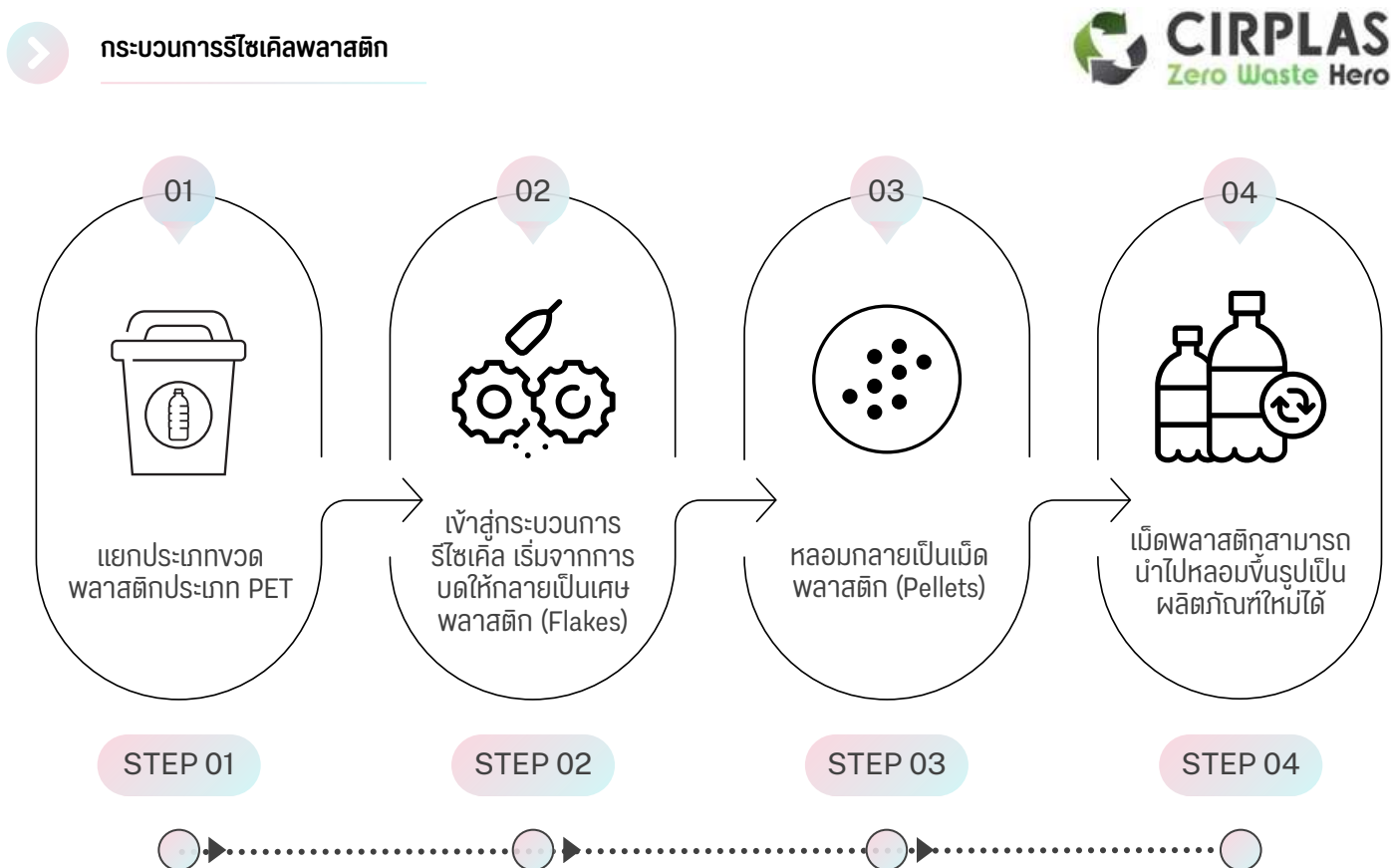
Drop off ขวดพลาสติก กับโครงการ CirPlas Zero Waste Hero

ปัจจุบันจำนวนขยะพลาสติกในขณะนี้ปริมาณมากจนยากที่จะจัดการ การจัดการสรรพพื้นที่ฝังกลบให้เพียงพอจึงเป็นไปได้ยาก ทำให้มีขยะจำนวนมากหลุดรอดลงสู่ทะเล และที่ยิ่งไปกว่านั้น คือ การเผาทำลายขยะที่คนส่วนใหญ่นิยมปฏิบัติกันส่งผลถึงสภาพอากาศทั่วโลก ซึ่งอีกทางเลือกที่เป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าว คือ การใช้ซ้ำ (reuse) เช่น การใช้ผลิตภัณฑ์ในถุงรีฟิลเติมใส่ขวดพลาสติกเดิมที่มี รวมทั้ง ไม่ลืมที่จะนำขวดพลาสติกเหล่านั้นกลับมาเข้าระบบรีไซเคิล (recycle) อีกครั้ง ตามหลัก 3R (Reduce Reuse Recycle) เพื่อการจัดการขยะพลาสติกอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมจึงเกิดเป็นกระบวนการผลิต “ขวดรีไซเคิล” นำขวดหรือเศษพลาสติกเก่าที่เกิดจากการดำเนินชีวิตประจำวันเข้าสู่กระบวนการแปรรูปให้เศษพลาสติกกลับมาใช้ได้อีกครั้งและขวดที่ได้จากการรีไซเคิลนี้ เมื่อใช้เสร็จแล้วสามารถนำมารีไซเคิลได้อีกครั้งแล้วครั้งเล่า เพื่อลดการสร้างขยะและลดการผลิตพลาสติกใหม่

เจมารท์ ได้ตระหนักถึงความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมจึงได้ร่วมมือกับ CirPlas องค์กรจัดการกับขยะพลาสติก มีเป้าหมายในการลดปริมาณขยะพลาสติกที่มีโอกาสเข้าสู่การฝังกลบและสิ่งแวดล้อม เปลี่ยนเป็นการนำกลับคืนสู่ระบบแล้วย้อนกลับมาใช้ใหม่ผ่านกระบวนการจัดการเก็บ การคัดแยก การรีไซเคิล และแปรรูปที่ได้มาตรฐานให้ขยะกลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าอีกครั้ง ด้วยการนำหลักแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาปรับใช้ เพื่อสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมแก่ทรัพยากร โดยการดำเนินงานจะมุ่งเน้นไปที่รูปแบบวงจรที่มีขั้นตอน MAKE, USE และ RETURN เพื่อให้ปริมาณของพลาสติกที่ผ่านการใช้งานแล้วกลับเข้าสู่วงจรมากที่สุด ผ่านขั้นตอนการจัดเก็บและรวบรวมขยะพลาสติกจากจุด Drop-Off ในโครงการ CirPlas Zero Waste Hero

โดยในปี 2566 ที่ผ่านมา CirPlas ได้มีการเข้ามารับขยะพลาสติกมีน้ำหนักรวมทั้งสิ้น 1,411.70 kg ช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้ 1,455.46 kgCO₂e หรือเทียบเท่าการปลูกต้นไม้ใหญ่อายุ 10 ปี 162 ต้น ซึ่งขยะพลาสติกเหล่านี้จะถูกนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลรีไซเคิลผ่านขั้นตอน คัดแยก บด ล้าง และหลอมเป็นเม็ดพลาสติกรีไซเคิล ที่พร้อมนำไปเป็นวัตถุดิบแล้วป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิตต่อไป

เจมารท์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการร่วมมือกับ CirPlas เป็นการนำขยะพลาสติกที่สามารถรีไซเคิลได้กลับเข้าสู่ระบบ และเพิ่มมูลค่าให้กับขยะเหล่านั้น จะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยลดปริมาณขยะพลาสติกเดิมที่มีอยู่ และลดการเกิดขยะพลาสติกใหม่ในอนาคตได้ เพื่อให้สิ่งแวดล้อมเกิดความยั่งยืนต่อไป



การบริหารจัดการขยะจากอาคารสำนักงาน

มุ่งส่งเสริมให้มีการปรับปรุงกระบวนการคัดแยกขยะภายในอาคารสำนักงานเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการกำจัดหรือรีไซเคิลให้มากที่สุดด้วยกระบวนการจัดการที่ถูกวิธี รวมถึงเน้นสร้างความตระหนักรู้ให้กับพนักงานถึงความสำคัญของการคัดแยกขยะ และส่งเสริมให้พนักงานเจมาร์กเข้าใจวิธีการคัดแยกขยะอย่างถูกต้องเพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเจมาร์กได้มีการแบ่งพื้นที่คัดแยกขยะให้มีการจำแนกประเภทถึงขยะที่ชัดเจนอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิด “ขยะล่องหน”

โดยบริษัทได้จัดจุดคัดแยกขยะให้เพียงพอต่อความต้องการใช้งานทั้งสิ้น 13 จุดครอบคลุมพื้นที่อาคาร A ,B และ C โดยจำแนกเป็น 3 ประเภท คือ 1) ขยะทั่วไป 2) ขยะรีไซเคิล 3) ขยะอันตราย เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่พนักงานคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง ซึ่งสามารถนำขยะที่คัดแยกได้เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลหรือนำไปกำจัดตามประเภทได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม



ทีมงานแม่บ้าน

ปัจจุบัน เจมาร์ก มีทีมงานแม่บ้านจาก บริษัท รักษาความปลอดภัย พิชเชส และฟาสซิตี เซอร์วิสেস จำกัด (PCS) ที่มีส่วนช่วยจัดเก็บและคัดแยกขยะเพื่อจัดระบบการคัดแยกขยะตามประเภทต่างๆ ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง เพื่อลดปริมาณขยะเหลือทิ้งให้น้อยที่สุดสอดคล้องกับเป้าหมายของบริษัทฯ โดยทีมงานแม่บ้านมีระบบขั้นตอนในการดำเนินงานการเก็บตก เก็บขนและส่งต่อ ดังนี้

- 1.ขยะทั่วไป : แม่บ้านจัดเก็บและนำไปทิ้งยังจุดรับทิ้งเป็นประจำทุกวัน
 - 2.ขยะรีไซเคิล : แม่บ้านจัดเก็บออกจากถังขยะเมื่อเต็มหรือทุกสิ้นเดือน และรวบรวมเพื่อนำส่งให้หน่วยงานต่อไป
 - 3.ขยะทุกประเภทต้องผ่านการชั่งน้ำหนักก่อนนำไปทิ้ง/ขายทุกครั้ง กรณีขยะรีไซเคิลหรือขยะพลาสติกมีการนำไปบริจาคให้แก่หน่วยงาน Cirplas ที่รับบริจาคเพื่อนำไปรีไซเคิล
 4. ขยะอิเล็กทรอนิกส์ : รวบรวมและนำส่งให้โครงการ คนไทยไร้ E-Waste ของ AIS บริษัทพันธมิตรที่เป็นศูนย์กลางการจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำสู่วิธีการรีไซเคิลอย่างถูกวิธี
- นอกจากนี้ ทีมงานแม่บ้านยังมีการทำรายงานข้อมูลการบันทึกขยะเป็นประจำทุกวัน แยกตามชั้นและอาคาร นำส่งให้เจ้าหน้าที่เพื่อจัดเก็บเป็นข้อมูลต่อไป



เข้าร่วมเป็นพันธมิตร โครงการขยะขวดแก้วล่องหน

บริษัท โอเอสเอส จำกัด (มหาชน) พนักงานกำลังร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ 22 พันธมิตร ในโครงการ Care the Whale ซึ่งในปี 2566 เจมาร์ก เป็น 1 ในพันธมิตร เดินหน้าโครงการ “ขวดแก้วล่องหน” ประกาศความร่วมมือในการเป็นต้นแบบเส้นทางสู่ความยั่งยืน ส่งเสริมให้สถานประกอบการร่วมแยกขยะขวดแก้วและนำขยะกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล เพื่อจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยต่อยอดจากโครงการ Care the Whale ขยะขวดแก้ว ที่มีการส่งเสริมให้องค์กร ร่วมกันแยกขยะและจัดเก็บขยะเข้าสู่ระบบรีไซเคิลพร้อมกับนำ Care the Whale Calculator มาช่วยคำนวณกบฏ และประมวลผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการลดขยะ ดังนั้นโครงการขวดแก้วล่องหน จะขยายผลส่งเสริมให้มีการรับขยะขวดแก้วเพิ่มเติมอีกหนึ่งประเภท



ซึ่งปัจจุบันจุดรับขยะขวดแก้วล่องหน ตั้งอยู่ ณ เจมาร์กสำนักงานใหญ่ บริเวณหน้าโรงอาหารชั้น 1 อาคาร B และบริษัทกำลังดำเนินการประสานงานส่งต่อขยะขวดแก้ว เพื่อเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลให้ถูกวิธีและเริ่มทำรายงานในปี 2567 ต่อไป

สรุปผลการดำเนินงานการแยกขยะ เจมาาร์ท สำนักงานใหญ่ (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2566)

*สรุปข้อมูลจาก Platform ตลาดหลักกรรพณ์แห่งประเทศไทย Climate Care Platform - SET Social Impact

หัวข้อ		หน่วย	2566	2565
ปริมาณของเสียที่เกิดจากการดำเนินงานรวม		กิโลกรัม	71,568.92	14,355.92
ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัดด้วยวิธีการฝังกลบ		กิโลกรัม	63,362.40	11,653.50
ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์		กิโลกรัม	8,184.65	2,702.42
จำแนกตามประเภทของเสียและวิธีการจัดการ				
ของเสียทั่วไปทั้งหมด		กิโลกรัม	71,547.05	14,325.52
จัดการด้วยวิธีการอื่นนอกจากกำจัด	นำกลับมาใช้ใหม่	กิโลกรัม	0	0
	ขายเพื่อรีไซเคิล	กิโลกรัม	7,385.85	2,444.11
	บริจาคเพื่อรีไซเคิล	กิโลกรัม	798.80	258.31
นำไปกำจัด	การฝังกลบ	กิโลกรัม	63,362.40	11,653.50
	การเผาทำลาย	กิโลกรัม	0	0
ของเสียอันตรายทั้งหมด		กิโลกรัม	19.20	0
จัดการด้วยวิธีการอื่นนอกจากกำจัด	นำกลับมาใช้ใหม่	กิโลกรัม	0	0
	ขายเพื่อรีไซเคิล	กิโลกรัม	0	0
	บริจาคเพื่อรีไซเคิล	กิโลกรัม	19.20	0
นำไปกำจัด	การฝังกลบ	กิโลกรัม	0	0
	การเผาทำลาย	กิโลกรัม	0	0



การจัดการก๊าซเรือนกระจก

ภาวะก๊าซเรือนกระจกหรือวิกฤตการณ์โลกร้อนแผ่ขยายและสร้างผลกระทบและความเสียหายไปทั่วโลก เป็นสถานการณ์เลวร้ายที่มนุษยชาติต้องเผชิญโดยยากจะหลีกเลี่ยงได้ ทำให้ในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาประเด็นสภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้รับความสนใจจากทุกภาคส่วน ทั้งในระดับนานาชาติไปจนถึงภาคประชาชน ดังจะเห็นได้จากอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change: UNFCCC) พิธีสารเกียวโต (Kyoto Protocol) และคณะกรรมการระหว่าง รัฐบาลว่าด้วยเรื่อง การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Intergovernmental Panel on Climate Change: IPCC) อันเป็นการร่วมมือของเหล่านานาชาติในการแก้ไขปัญหาโลกร้อน สภาวะโลกร้อนไม่ใช่แค่ทำให้อุณหภูมิของโลกร้อนขึ้น ฤดูกาลแปรผัน แต่ยังมีมาซึ่งโรคระบาดชนิดใหม่ พืช ภัยธรรมชาติที่เราไม่เคยคิด ทั้งพายุ น้ำท่วมรุนแรง สึนามิ ดินถล่ม แผ่นดินไหว และอีกหลากหลายปรากฏการณ์ธรรมชาติที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่มวลมนุษยชาติอย่างใหญ่หลวง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ พฤติกรรมการบริโภค และสถานทางการเงิน รวมไปถึงมีการออกกฎระเบียบใหม่ๆเพื่อกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาอีกด้วย

ในกิจกรรมการดำเนินธุรกิจของบริษัทนอกจากจะมีส่วนในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศหรือภาวะโลกร้อนยังส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ การเกิดน้ำท่วมใหญ่ในบางพื้นที่ทำให้ต้องปิดสาขาชั่วคราว ไม่สามารถดำเนินกิจการในสาขาเหล่านั้นได้ บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของการจัดการก๊าซเรือนกระจก จึงริเริ่มโครงการต่างๆเพื่อสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมต่างๆ ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ อาทิ การรณรงค์ให้มีการลดการใช้ทรัพยากร และพลังงานภายในบริษัท การเพิ่มสัดส่วนของการใช้พลังงานหมุนเวียนแทนการใช้พลังงานจากฟอสซิลหรือนำเทคโนโลยีมาเพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ เพื่อสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อีกทั้งยังดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในโครงการ Care the Bear กับตลาดหลักทรัพย์ เพื่อแสดงถึงความพยายามในการลดก๊าซเรือนกระจกจากการจัดกิจกรรมต่างภายในองค์กรอีกด้วย

เป้าหมาย

ปี 2568 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2565



การดำเนินงานที่สำคัญในปีที่ผ่านมา

การจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ภายในองค์กรเป็นวิธีการหนึ่งที่จะแสดงการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กร อันจะนำไปสู่การกำหนดแนวทางการบริหารจัดการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ข้อมูลจาก องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ระบุว่า คาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร คือ ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เช่น การเผาไหม้ของเชื้อเพลิง การใช้ไฟฟ้า การจัดการของเสีย การขนส่ง วัสดุออกมาในรูปต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โดยแบ่งเป็น Scope ดังนี้

Scope 1 กิจกรรมที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงจากการดำเนินงานขององค์กร (Direct Emissions) ประกอบด้วย การปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้น จากการเผาไหม้ที่อยู่กับที่ (Stationary Combustion) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้น จากการเผาไหม้ที่มีการเคลื่อนที่ (Mobile Combustion) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้น จากการรั่วไหลและอื่นๆ (Fugitive Emissions) ยกตัวอย่างเช่น การเผาไหม้เชื้อเพลิงจากการใช้งานของอุปกรณ์ และเครื่องจักรที่องค์กรเป็นเจ้าของ การผลิตไฟฟ้า ความร้อนหรือไอน้ำ เพื่อใช้ภายในหรือเพื่อจำหน่ายให้แก่องค์กรภายนอก เป็นต้น

Scope 2 กิจกรรมที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้ พลังงาน (Energy Indirect Emissions) ยกตัวอย่างเช่น ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากการผลิตไฟฟ้า ความร้อน หรือไอน้ำที่นำเข้ามาจากภายนอกเพื่อใช้งานภายในองค์กร (Indirect Emissions from Use of Purchased Electricity) เช่น ระบบเครื่องปรับอากาศ ระบบไฟส่องสว่าง และอุปกรณ์สำนักงานต่างๆ เป็นต้น

Scope 3 กิจกรรมที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (Other Indirect Emissions) นอกเหนือจากที่ระบุในขอบเขตที่ 1 และ 2 ซึ่งสามารถตรวจวัดปริมาณก๊าซ ได้ แต่ไม่ถือเป็นข้อบังคับ ขึ้นอยู่กับองค์กร ยกตัวอย่างเช่น การใช้น้ำประปา การใช้กระดาษ การเผาไหม้เชื้อเพลิงจากการเดินทางไปสัมมนาด้วยยานพาหนะส่วนตัวหรือระบบขนส่ง สาธารณะของบุคลากร เป็นต้น

เพื่อแสดงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม บริษัทจึงได้ริเริ่มโครงการต่างๆ ดังนี้

เข้าร่วมโครงการ Care the Bear กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแนวทางในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ทรัพยากรต่างๆภายในองค์กร โดยในโครงการมี 6 หลักการ เพื่อช่วยกันขับเคลื่อนการลดภาวะโลกร้อน ด้วยการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการจัดกิจกรรมขององค์กร ดังนี้

- 1.รณรงค์ให้เดินทางโดยรถสาธารณะหรือเดินทางมาด้วยกัน
- 2.ลดการใช้กระดาษและพลาสติก
- 3.งดการใช้โคมไฟจากบรรจุภัณฑ์หรือโคมไฟเพื่อการตกแต่งภายในกิจกรรม
- 4.ลดการใช้พลังงานจากอุปกรณ์ไฟฟ้า หรือเปลี่ยนไปใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน
- 5.ออกแบบโดยใช้วัสดุตกแต่งที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้
- 6.ลดขยะจากอาหารเหลือทิ้งในกิจกรรม

ซึ่งจากการนำหลักการทั้ง 6 มาใช้ในการจัดกิจกรรมภายในบริษัท ทำให้ลดทรัพยากรต่างในการจัดกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรม onsite หรือ online เช่น การประชุม การอบรม การจัดงาน event งานมอบรางวัล การประชุมผู้ถือหุ้น กิจกรรม CSR การแจกเอกสารในรูปแบบ Electronic file เป็นต้น ซึ่งผลที่ได้จากการจัดการสามารถช่วยลดปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ได้ 5,185.51 kgCO2eq เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ 575 ต้น

SET Social Impact



CARE THE BEAR
Change the Climate Change

ลดคาร์บอนจาก Event
ลดโลกร้อน
พวกเราช่วยกันง่ายนิดเดียว

ปฏิบัติการลดก๊าซเรือนกระจก



สรุปผลการดำเนินงานการลดก๊าซเรือนกระจก
ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2566 รวม 365 วัน

พนักงานในองค์กรร่วมกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสามารถคัดแยกได้ ดังนี้

ขยะรีไซเคิล 72,980 กิโลกรัม และขยะอิเล็กทรอนิกส์ 2,135 ชิ้น



ช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้
24,705.89 kgCO₂eq



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ใหญ่อายุ 10 ปี
2,744 ต้น

โดยจำแนกประเภทการคัดแยกขยะได้ ดังนี้

*สรุปข้อมูลจาก Platform ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย Climate Care Platform - SET Social Impact

รายการคัดแยกขยะ ปี 2566	กิโลกรัม	kgCO ₂ eq	จำนวนต้นไม้
รวมรายการคัดแยกขยะ:	8,180.40	17,799.71	1,978
กล่องกระดาษลูกฟูก / กล่องกระดาษลัง	3,113.80	5,576.15	620
กระดาษ A4	2,280.40	5,247.15	583
กระดาษเล่ม (หนังสือ)	1,985.40	4,462.70	496
ขวดพลาสติกใส / ขวด PET	681.00	2,185.24	243
ขวดพลาสติกใส (แกะฉลากแล้ว)	70.00	245.26	27
กล่องข้าวพลาสติกใส / ขุ่น	27.00	38.89	4
กระป๋องอลูมิเนียม	8.50	29.57	3
ขวดพลาสติกขุ่น (แกะฉลากแล้ว)	9.00	9.28	1
หลอดพลาสติก	5.30	5.46	1

สรุปผลจากการจัดกิจกรรม (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2566)

*สรุปข้อมูลจาก Platform ตลาดหลักกรรพณ์แห่งประเทศไทย Climate Care Platform - SET Social Impact

ลำดับ	กิจกรรม	ผู้เข้าร่วม	ลดแจกเอกสาร (แผ่น)	ลดขวดน้ำดื่ม	ไม่ใช้โฟมบรรจุอาหาร			ช่วยลด CO ²	เท่ากับต้นไม้
					เข้า	กลางวัน	เย็น		
1	อบรมปฐมนิเทศพนักงานใหม่ ครั้งที่ 1 -12	505	25,250	-	-	-	-	635.30	70
2	Product I Phone ครั้งที่ 1 - 12	477	35,775	-	-	-	-	900.10	100
3	Product Knowledge Gadget ครั้งที่ 1 - 12	477	35,775	-	-	-	-	900.10	100
4	JQS ขั้นตอนการบริการลูกค้า ครั้งที่ 1 -12	477	16,695	-	-	-	-	420.05	47
5	POS ระบบการจัดการบัญชีหน้าสาขา	477	19,080	-	-	-	-	480.05	53
6	JQS Promoter ครั้งที่ 1 -12	354	30,090	-	-	-	-	757.06	84
7	Selling Retail Sales for Professional 1	36	2,160	-	-	36	-	54.35	6
8	Selling Retail Sales for Professional 2	37	2,220	-	-	37	-	55.86	6
9	Selling Retail Sales for Professional 3	27	1,620	-	-	27	-	40.76	5
10	Selling Retail Sales for Professional 4	34	2,040	-	-	34	-	51.33	6
11	Selling Retail Sales for Professional 5	40	2,400	-	-	40	-	60.38	7
12	Selling Retail Sales for Professional 6	33	1,980	-	-	33	-	49.82	6
13	Selling Retail Sales for Professional 7	18	1,080	-	-	18	-	27.17	3
14	บทบาทผู้บริหารและพนักงานในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน	300	24,000	-	-	-	-	603.84	67
15	Selling Retail Sales for Professional (Follow UP)	40	1,600	-	-	-	-	40.26	4
16	เสริมศักยภาพการบริการและการปฏิบัติงาน New SOP	505	25,250	-	-	-	-	635.30	70
17	Thailand Mobile Expo 2023 (Day 1)	200	-	-	200	200	200	20.93	2
18	Thailand Mobile Expo 2023 (Day 2)	200	-	-	200	200	200	20.93	2
19	Thailand Mobile Expo 2023 (Day 3)	200	-	-	200	200	200	20.93	2
20	Thailand Mobile Expo 2023 (Day 4)	200	-	-	200	200	200	20.93	2
รวม		4,150	202,773	-	800	1,025	800	5,185.51	575

*สรุปข้อมูลจาก CirPlas ในโครงการ CirPlas Zero Waste Hero

รายการรีไซเคิลขวดพลาสติก	กิโลกรัม	kgCO ₂ eq	จำนวนตันไม้
ขวดพลาสติกใส / ขวด PET	1,411.70	1,455.46	162

*สรุปข้อมูลจากบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในกิจกรรม “คนไทยไร้ E-Waste”

รายการรีไซเคิลขวดพลาสติก	ชิ้น	kgCO ₂ eq	จำนวนตันไม้
ขยะอิเล็กทรอนิกส์	1,678	216.85	24

*สรุปข้อมูลจากแอปพลิเคชัน Ewaste+ ในกิจกรรม E-Waste แลก Point และ Party ไร้ E-Waste

รายการรีไซเคิลขวดพลาสติก	ชิ้น	kgCO ₂ eq	จำนวนตันไม้
ขยะอิเล็กทรอนิกส์	457	48.36	5

องค์กรพันธมิตรด้านการบริหารจัดการขยะและการจัดการก๊าซเรือนกระจก



ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากภายนอก

เจมาร์ก ได้นำเทคโนโลยี Solar Rooftop นำร่องโดยนำมาใช้ที่ อาคารเจมาร์ก สำนักงานใหญ่บริเวณตลาดฟ้าของอาคาร A และ อาคาร B ติดตั้งแล้วเสร็จเมื่อมกราคม 2566 ดำเนินการโดยบริษัท เจจีเอส ซีนเนอร์จี้ พาวเวอร์ จำกัด บริษัทในเครือที่เป็นธุรกิจจำหน่าย และติดตั้งอุปกรณ์พลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาเพื่อผลิตไฟฟ้าใช้เองภายในอาคารสำนักงาน ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายในการใช้ไฟฟ้า และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น

การใช้น้ำประปาอย่างประหยัด

บริษัทตระหนักถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้น้ำจึงรณรงค์ให้มีการใช้น้ำอย่างประหยัดด้วยการติดป้ายประกาศในบริเวณที่มีการใช้น้ำ และตรวจสอบอุปกรณ์เพื่อตรวจสอบการรั่วไหลของน้ำอย่างสม่ำเสมอเพื่อลดการสูญเสียจากอุปกรณ์ที่ชำรุด

ลดปริมาณการใช้กระดาษ ด้วยเทคโนโลยี

การใช้กระดาษเป็นกิจกรรมหนึ่งที่เกิดก๊าซเรือนกระจกในทางอ้อม (Scope 3) เพื่อเป็นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้กระดาษ บริษัทจึงได้คิดค้นนวัตกรรมต่างๆ ที่นำมาทดแทนการใช้กระดาษ อาทิ โปรแกรม PR Process ที่ใช้ลดกระดาษจากกระบวนการจัดซื้อ e-Portal ที่ในงานบุคคล รวมไปถึง website ที่ใช้ในการรับสมัครงานแทนการกรอกใบสมัคร



สรุปผลจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ เจมาร์ก สำนักงานใหญ่ (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2566)

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยจำแนกตามขอบเขต		หน่วย	2566	2565	2564
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม ณ สำนักงานใหญ่ (Scope 1 - 3)		t CO₂e	1,275.79	1,294.11	1,156.53
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงรวม (Scope 1)		t CO ₂ e	161.69	139.23	91.69
การใช้น้ำมันเชื้อเพลิง (Scope 1)		t CO ₂ e	161.69	139.23	91.69
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมรวม (Scope 2)		t CO ₂ e	1,081.40	1,120.62	1,038.71
การซื้อพลังงานไฟฟ้าจากภายนอก (Scope 2)		t CO ₂ e	1,081.40	1,120.62	1,038.71
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆรวม (Scope 3)		t CO ₂ e	32.70	34.26	26.13
การใช้น้ำประปา (Scope 3)		t CO ₂ e	23.38	21.63	16.98
การใช้กระดาษ A4 ในกิจกรรมของบริษัท (Scope 3)		t CO ₂ e	9.32	12.63	9.15

*สรุปผลจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ เจมาร์ก สำนักงานใหญ่ (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2566) ปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง 1.44% จากปีฐาน 2565



มิตีสังคม



สิทธิมนุษยชน



สิทธิมนุษยชนเป็นสิทธิ์แต่กำเนิดที่มนุษย์ทุกคนพึงมี แม้กระนั้น การละเมิดสิทธิมนุษยชนกลับมากขึ้นทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นการละเมิดกฎหมาย มาตรฐานสากล หรือพันธสัญญาด้านสิทธิมนุษยชน หรือเหตุการณ์ที่นำไปสู่การละเมิดสิทธิมนุษยชน ซึ่งอาจนำไปสู่ผลกระทบเชิงลบต่อชื่อเสียง และเกิดการร้องเรียนจากผู้พิทักษ์สิทธิมนุษยชน และการประท้วงโดยผู้ทรงสิทธิต่างๆ กลุ่มบริษัท จึงให้ความสำคัญกับการเคารพในสิทธิมนุษยชนของพนักงานทุกคนในทุกระดับชั้น รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องับธุรกิจบริษัททั้งในด้านกายภาพ แนวคิดและมุมมองความคิดที่แตกต่างกัน โดยปราศจากการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด นอกจากนี้ยังดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความแตกต่างหลากหลายและสิทธิเท่าเทียมกันของพนักงานภายในองค์กร

การประกาศนโยบายสิทธิมนุษยชน

บริษัท เจมาร์ท กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ ได้เป็นส่วนสำคัญในการวางนโยบายสิทธิมนุษยชนของกลุ่มบริษัทเจมาร์ท โดยเป็นไปตามกฎหมายด้านสิทธิมนุษยชน กฎหมายและระเบียบท้องถิ่นจนถึงสากล ซึ่งขอบเขตของนโยบายสิทธิมนุษยชนของเจมาร์ท ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดที่รวมถึงพนักงานทุกคนในการดำเนินงานของบริษัท ครอบคลุมบริษัทย่อย และบริษัทร่วม ตัวแทนทางธุรกิจ และคู่ค้า ตั้งแต่คณะกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ เพื่อนำไปเป็นหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างเคร่งครัดภายใต้ความซื่อสัตย์ สุจริต ตามหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมอันดีอย่างแท้จริง

เพื่อปฏิบัติต่อพนักงานอย่างมีมนุษยธรรม ปราศจากการทารุณกรรม การใช้ความรุนแรง การล่วงละเมิดทางเพศ การขู่เข็ญทางร่างกาย จิตใจ หรือการข่มขู่ด้วยวาจา ตลอดจนการรักษามาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยในการปฏิบัติงานจัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี รวมถึงนโยบายสิทธิมนุษยชนเพื่อห้ามมิให้บริษัท หรือพนักงานเข้าไปมีส่วนร่วมในการละเมิดสิทธิมนุษยชนหรือละเมิดผู้ร่วมงานในทางใดทางหนึ่งอย่างเด็ดขาด เช่น การใช้แรงงานข้ามชาติที่ผิดกฎหมาย การใช้แรงงานเด็ก เป็นต้น

ทั้งนี้ หากบุคคลหรือพนักงานคนใดพบว่ามีกระทำความผิดตามนโยบายดังกล่าว สามารถรายงานการกระทำผิดตามช่องทางที่กำหนดไว้ในนโยบายการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน ของบริษัทได้ โดยบริษัทจะรักษาข้อมูลให้เป็นความลับและคุ้มครองความปลอดภัยแก่ผู้เปิดเผยข้อมูลเป็นอย่างดี และหากตรวจสอบแล้วพบการกระทำที่ผิดจริงบริษัทจะดำเนินการตามขั้นตอนด้วยความเป็นธรรมโปร่งใส และปราศจากอคติ รวมไปถึงบรรเทาความเสียหายที่เหมาะสมและเป็นธรรมให้กับผู้เสียหาย

นโยบายสิทธิมนุษยชน :

<https://www.jaymart.co.th/storage/document/code-of-conduct/human-rights-policy-th.pdf>



SCAN HERE

สแกนเพื่อศึกษา
นโยบาย
สิทธิมนุษยชน

มิติสังคม

Jaymart Group | Sustainable Development Report 2023



เจมาร์ก ในฐานะผู้นำในธุรกิจค้าปลีก คำนึงถึงการดำเนินธุรกิจตามหลักสิทธิมนุษยชน ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน บริษัทเชื่อมั่นว่าในการดำเนินธุรกิจ การมีทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพเป็นปัจจัยที่นำพาองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน จึงส่งเสริมการพัฒนามูลค่าการให้มีความพร้อมในการแข่งขัน ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี สร้างสภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยและอาชีวอนามัยที่ดีในการทำงาน บริษัทมุ่งมั่นตอบสนองความต้องการของลูกค้าผ่านผลิตภัณฑ์ และการบริการที่มีคุณภาพ ในขณะเดียวกันบริษัทยังให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมกับชุมชน และสังคมผ่านกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอีกด้วย

การดูแลพนักงาน

ในภาวะที่ธุรกิจมีการแข่งขันสูงและมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เป็นที่รับรู้กันว่าศักยภาพและคุณภาพของบุคลากรในองค์กรเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ ทำให้ประเด็นการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลหรือพนักงาน กลายเป็นประเด็นที่องค์กรธุรกิจต้องให้ความสำคัญต่อกระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการบริหารจัดการบุคคลยังเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่มีรายละเอียดครอบคลุมการดำเนินงานหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการจัดแรงงานให้เป็นไปตามกฎหมาย โดยไม่สนับสนุนให้มีการใช้แรงงานเด็ก ซึ่งในปีที่ผ่านมาบริษัทไม่มีข้อร้องเรียนใดๆ ที่เกี่ยวกับการใช้แรงงานเด็ก นอกจากนี้ยังสร้างโอกาสทางสังคมด้วยการจ้างงานโดยไม่แบ่งแยกเพศ อายุ เชื้อชาติ ภูมิภาค และความสามารถ มีการดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงานของพนักงาน การพัฒนามูลค่าการให้มีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงขององค์กร การสร้างความสัมพันธ์ของพนักงาน (Employee Engagement) การเคารพซึ่งกันและกัน และการปกป้องด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อพนักงานซึ่งเป็นองค์ประกอบของสังคม และส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

กลุ่มบริษัท มีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ดังนั้น จึงได้มีการจัดการในเรื่องการปฏิบัติด้านแรงงาน และรักษาพนักงานที่มีทักษะและความสามารถให้ทำงานร่วมกับองค์กรในระยะยาวลดปัญหาขาดแคลนบุคลากร อีกทั้งยังมีการพัฒนาระบบทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานให้มีเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งคำนึงถึงการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม และหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชนทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกปฏิบัติ การคุกคามต่างๆ รวมถึงการใช้แรงงานผิดกฎหมาย ทั้งนี้การปรับเปลี่ยนหลักการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลตั้งแต่แนวคิด เป้าหมาย รวมถึงกระบวนการทำงาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง ทำให้กลุ่มบริษัทมีการกำหนดนโยบายการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล เพื่อเป็นแนวทางกำกับการดำเนินงานการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร เพื่อให้แน่ใจว่าแนวทางที่กำหนดขึ้นจะเป็นหลักในการปฏิบัติให้ผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ปฏิบัติ โดยดูแลถึงผลตอบแทนและสวัสดิการต่างๆไม่น้อยกว่าที่กฎหมายกำหนด ซึ่งจะรักษาพนักงานที่มีศักยภาพเหล่านั้นให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว

การจ้างงานของบริษัท

จากข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 บริษัท เจมาร์ก กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) รวมถึงบริษัท เจมาร์ก โมบาย จำกัด (บริษัทแกน) มีจำนวนพนักงาน รวม 1,041 คน จำแนกข้อมูลได้ ดังนี้

สถิติพนักงานเจ มาร์ก และ เจมาร์ก โมบาย (แกน)		2566			2565		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำนวนพนักงาน ทั้งหมด (ณ 31 ธันวาคม 2566)		406	635	1,041	424	665	1,089
ร้อยละของจำนวนพนักงานชายและหญิง		39.00%	61.00%	100.00%	38.93%	61.07%	100.00%
แบ่งตามอายุและ แยกตามเพศ	จำนวนพนักงานอายุน้อยกว่า 30 ปี	184	267	451	178	278	456
	จำนวนพนักงานอายุ 30 - 50 ปี	208	356	564	231	373	604
	จำนวนพนักงานอายุมากกว่า 50 ปี	14	12	26	15	14	29
แบ่งตามระดับ	ระดับปฏิบัติการ	386	603	989	401	630	1,031
	ระดับบริหาร (Management)	8	20	28	10	20	30
	ผู้บริหารระดับสูง (C Level)	12	12	24	13	15	28
ค่าตอบแทนพนักงานระดับปฏิบัติการ - ผู้บริหาร (รวม)		287,087,253.06			286,028,214.79		
ค่าตอบแทนพนักงานระดับผู้บริหารระดับสูง (รวม)		98,887,789.56			112,667,708.69		
ค่าตอบแทนพนักงานรวมทั้งหมด (รวม)		385,975,042.62			398,695,923.48		
จำนวนพนักงานทั้งหมดที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ		62	147	209	56	166	222
จำนวนเงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (บาท)		2,755,423	2,084,168	4,839,591	3,046,669	2,043,920	5,090,589
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมพนักงานทั้งหมด (ชั่วโมง/คน/ปี)		6			6		
ค่าใช้จ่ายในการอบรมความรู้และพัฒนาพนักงาน		1,503,362.00			418,449.00		
จำนวนพนักงานที่ได้รับบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการทำงาน		0	0	0	0	0	0
จำนวนพนักงานที่เป็นผู้พิการ		4	7	11	4	7	11
ร้อยละของจำนวนพนักงานที่เป็นผู้พิการ		36%	64%	100%	36%	64%	100%
จำนวนพนักงานที่ลาออกทั้งหมด		309	361	670	264	373	637
จำนวนพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ		231	292	523	196	264	460

การพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้าแก่พนักงาน

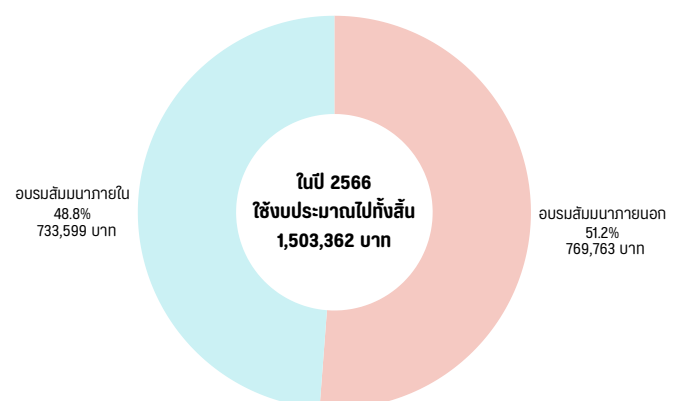


การบริหารด้านทรัพยากรบุคคลของเจมาร์ท อยู่ภายใต้การกำกับดูแลในระดับองค์กร โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลบริษัทตระหนักดีว่าการลงทุนในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานไม่เพียงแต่ช่วยสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานเท่านั้น แต่ยังเป็นการเสริมสร้างบุคลากรที่มีทักษะความสามารถให้กับองค์กรอีกด้วย บริษัท จึงจัดให้มีโครงการพัฒนาทักษะที่หลากหลายและครอบคลุมเพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าทั้งในด้านทักษะส่วนบุคคลและเส้นทางอาชีพของพนักงาน โดยเริ่มจากการระบุช่องว่างทางทักษะ (Skill gaps) ฝึกอบรมทักษะเดิม (Upskilling) และเพิ่มเติมทักษะใหม่ (Reskilling) เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทั้งหมดมีชุดทักษะสำคัญที่สัมพันธ์กับกลยุทธ์และวิสัยทัศน์ทางธุรกิจของบริษัท ซึ่งการพัฒนาศักยภาพของพนักงานเป็นประเด็นสำคัญของบริษัท

บริษัทเชื่อมั่นว่ารากฐานของพนักงานที่มีศักยภาพจะส่งผลตรงต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของบริษัท เนื่องจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทำให้ต้องมีการพัฒนาพนักงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีใหม่ๆ การเปลี่ยนกฎหมาย กฎระเบียบใหม่ การนำรูปแบบรวมถึงเทคโนโลยีใหม่เข้ามาสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท

จากข้อมูลพนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 จำนวนชั่วโมงการอบรมเฉลี่ย 6 ชั่วโมงต่อคน มีค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมรวม 1,503,362 บาท โดยมีรายละเอียดการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ ดังนี้

งบประมาณที่ใช้ในการอบรมสัมมนาพนักงานปี 2566



การเพิ่มศักยภาพในการทำงาน

Show & Tell “J point & J Wallet”

สาธิตวิธีการลงทะเบียนและการใช้งานของ “J point & J Wallet” ให้แก่พนักงานภายในบริษัท ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ นวัตกรรมใหม่ขององค์กรที่ช่วยให้การใช้จ่ายสะดวกสบายยิ่งขึ้น สามารถใช้จ่ายแทนเงินสด ชำระค่าบริการต่างๆ พร้อมรับสิทธิพิเศษเพิ่มเติมจากร้านค้าในเครือ Jaymart และพันธมิตร รวมถึงบริการต่างๆ เช่น การเติมเงินเติมแพ็คเกจอินเทอร์เน็ต (Top up) โอนเงิน (Transfer) และชำระบิล (Bill Payment) และบริการทางการเงิน อื่นๆ อีกมากมาย



การอบรมในหัวข้อ “PDPA Awareness”

เพื่อให้พนักงานได้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) เพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้แก่พนักงานในผลกระทบของการบังคับใช้กฎหมาย และให้สามารถเตรียมพร้อมการดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมายได้ เพื่อลดความเสี่ยงที่จะนำไปสู่การรับผิดทางแพ่งและอาญา โดยการอบรมในหลักสูตรนี้ นอกจากพนักงานจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับความหมายและหลักการต่างๆ ของ PDPA และผลกระทบของกฎหมายแล้ว จะยังได้แนวปฏิบัติเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรให้สอดคล้องตาม PDPA อีกด้วย

เพราะเมื่อใดที่ความเข้าใจและความสามารถในการตระหนักรู้ค่อยๆ แทรกซึมเข้าไปในกระบวนการทำงาน พนักงานจะสามารถตระหนักรู้ได้เองว่ากิจกรรมใดในแผนก กิจกรรมใดในองค์กรที่มีการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล นอกจากพนักงานจะเข้าใจและตระหนักในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในองค์กรแล้ว จะเกิดการตระหนักรู้เรื่องการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในชีวิตประจำวันของแต่ละคนด้วย

พัฒนาศักยภาพการผลิตภัณฑ Smart Phone & Gadget

Up Skill ความรู้และความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ Smart Phone รุ่นใหม่ กลุ่ม IOS จาก Apple และกลุ่ม Android Brand Samsung , OPPO , VIVO , Xiaomi , Realme , และ Gadget ให้กับพนักงานขายในสาขา

อบรมในหัวข้อ “บทบาทผู้บริหารและพนักงานในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน” (ANTI-CORRUPTION)

อบรมโดยวิทยากรจากแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) ณ อาคาร เจมาร์ค สำนักงานใหญ่และ Online ผ่านระบบ ZOOM เพื่อถ่ายทอดสดให้แก่พนักงานในกลุ่มเจมาร์คทั่วประเทศ ซึ่งวัตถุประสงค์ในการจัดงานครั้งนี้เพื่อสร้างการตระหนักรู้ถึงความสำคัญในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่จะไม่สนับสนุน ไม่ทน และไม่ข้องเกี่ยวกับการทุจริตทุกรูปแบบ โดยสิ่งเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความน่าเชื่อถือถึงสังคม นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียของบริษัททุกกลุ่มที่มีต่อองค์กร



การปฐมนิเทศพนักงานใหม่

การชี้แจงเบื้องต้นเพื่อให้พนักงานใหม่ได้รู้เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับองค์กรและข้อปฏิบัติในการทำงาน โดยวัตถุประสงค์ของการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ คือ

1. สร้างความพร้อมให้พนักงานใหม่ ในการปรับตัวเข้ากับองค์กร
2. ทำให้พนักงานใหม่ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ทำให้พนักงานใหม่มีความเข้าใจข้อปฏิบัติในการทำงานอย่างถูกต้องและถูกวิธี
4. ทำให้พนักงานใหม่เกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร
5. ทำให้พนักงานได้ทราบสถานการณ์ปัจจุบันขององค์กร
6. การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน
7. จรรยาบรรณธุรกิจ

เพิ่มศักยภาพงานเร่งรัดหนี้สิน

สำหรับผู้จัดการสาขาและพนักงานในกลุ่มที่ปฏิบัติงานในโครงการงานเร่งรัดหนี้สิน เพื่อทำความเข้าใจในลักษณะของสินเชื่อต่างๆ เทคนิคการติดตามทวงถามหนี้ แนวทางในการเจรจาต่อรองหนี้สำหรับลูกค้า เพื่อให้มีการตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม

การเรียนรู้ระบบ POS งานบัญชีหน้าสาขา

เป็นการเรียนรู้การใช้งานระบบ POS ที่เป็นตัวโปรแกรมหรือซอฟต์แวร์ที่ถูกออกแบบมา เพื่อใช้สำหรับแคชเชียร์ของร้านค้าหน้าสาขาเจมาร์ก โมบาย ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ตัวโปรแกรม/ซอฟต์แวร์ - ทำหน้าที่คิดเงิน เก็บข้อมูลการขาย ข้อมูลลูกค้า และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการขายทั้งหมด เช่น สินค้าที่ลูกค้าซื้อ ยอดขายรายวัน และจำนวนสินค้าที่ขายไปในแต่ละวัน เป็นต้น
2. ฮาร์ดแวร์/อุปกรณ์ POS - เป็นอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับตัวระบบ POS ที่เป็นโปรแกรมขายหน้าร้านและระบบหลังบ้าน เพื่อการทำงานที่สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ประกอบด้วย
 - คอมพิวเตอร์/แท็บเล็ต/iPad/อุปกรณ์แอนดรอยด์ - ตัวประมวลผลและแสดงการทำงานของโปรแกรม ซึ่งหากเป็นคอมพิวเตอร์ก็จะมีเครื่อง CPU คอยขับเคลื่อนการทำงาน
 - เครื่องพิมพ์ใบเสร็จ - เมื่อแคชเชียร์ป้อนข้อมูลสินค้า เครื่องจะทำการปริ้นต์ใบเสร็จรับเงินออกมาให้กับลูกค้า
 - เครื่องสแกนบาร์โค้ด - เรียกกันอีกอย่างหนึ่งว่า เครื่องอ่านบาร์โค้ด เป็นเครื่องยิงบาร์โค้ดที่อ่านข้อมูลในแท่งบาร์โค้ดของสินค้า ซึ่งมีทั้งแบบ 1D (1 มิติ) และ 2D (2 มิติ) ถูกคิดค้นขึ้นมาเพื่อลดความผิดพลาดที่เกิดจากมนุษย์และเพิ่มความรวดเร็วแม่นยำในการขายสินค้า
 - สลิคเก็บเงิน - มีไว้สำหรับเก็บและทอนเงินให้กับลูกค้า ส่วนใหญ่จะมีช่องแยกธนบัตรและเหรียญชัดเจน ช่วยให้เก็บและทอนเงินได้ง่ายยิ่งขึ้น หากเชื่อมต่อกับระบบ POS ตัวสลิคเก็บเงินจะเปิดอัตโนมัติเมื่อกดรับเงินจากลูกค้า

การเรียนรู้และตรวจสอบการเป็นนายประกันชีวิต

เนื่องจาก เจมาร์ก จัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์เสริม และแอดเจ็คต์ โดยมีร้านค้ามากกว่า 200 แห่งทั่วประเทศ ไม่เพียงเท่านั้นบริษัท ได้จัดให้มีนโยบายการหารายได้เสริมให้แก่พนักงานภายใต้ Power of Synergy ในกลุ่มเจมาร์กโดยการเป็นตัวแทนขายประกันชีวิต เพื่อการสรรสร้างผลิตภัณฑ์การประกันภัยให้แก่ลูกค้า เจมาร์ก โมบาย ภายใต้บริษัท เจมาร์ก ประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัทในเครือเจมาร์ก อีกทั้งยังเป็นช่องทางการหารายได้เสริมให้แก่พนักงานได้อีกด้วย

Trade E_Swap System

ทำความเข้าใจให้แก่พนักงานใน แคมเปญ เก้าแลกใหม่ จะเน้นการยกระดับความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคที่ต้องการอัพเกรดหรือเปลี่ยนโทรศัพท์มือถือ และเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระลูกค้าในช่วงสถานการณ์เศรษฐกิจชะลอตัว โดยสิทธิพิเศษที่เจมาร์ก โมบายจะมอบให้กับผู้บริโภคผ่านแคมเปญนี้คือ ลูกค้าสามารถนำโทรศัพท์มือถือเครื่องเก่ามาแลกเครื่องใหม่ หรือแลกรับส่วนลดพิเศษอื่นๆได้เช่นกัน

Working Process and standard

วิธีการเรียนรู้การทำงานในร้านค้าหน้าสาขาที่เป็นมาตรฐานและระเบียบปฏิบัติเพื่อใช้ในการดำเนินงาน กำหนดกฎเกณฑ์การดำเนินงานทั่วไปที่ไม่เฉพาะเจาะจงที่รวมถึงขั้นตอน วิธีการ และ การรายงาน เพื่อให้การดำเนินงาน และการปฏิบัติหน้าสาขาเป็นไปตามระเบียบความถูกต้องที่กำหนดไว้

Cross - Selling Retail Sales for Professional

เป็นการ Up Skill & Re Skill ให้แก่ผู้จัดการสาขา ในด้านการบริหารทีมขายและบริหารยอดขาย หน้าสาขาเจมาร์ก โมบาย เพื่อเป็นการเรียนรู้วิธีการบริหารการขายที่เป็นหัวใจหลักสำคัญ การวางแผนเทคนิค และกลยุทธ์ในการนำเสนอขายสินค้าได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

เสริมศักยภาพการบริการและการปฏิบัติงาน New SOP

เพื่อทำความเข้าใจการปฏิบัติงานการขายและการบริการหน้าสาขา โดยมีเครื่องมือที่ใช้อธิบายขั้นตอนการทำงานตามลำดับของเจ้าหน้าที่ประจำสาขาและฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขายและการบริการหน้าสาขา ให้ถือปฏิบัติเป็นมาตรฐานในการทำงานร่วมกันทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่ถูกต้อง ลดการทำงานที่ทับซ้อน ลดข้อผิดพลาดที่เกิดจากความเข้าใจที่แตกต่างกัน และเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการทบทวนกระบวนการทำงานในแก่พนักงานของบริษัท โดยมีขอบเขตของกระบวนการ ดังนี้

1. การเตรียมความพร้อมก่อนเปิดให้บริการประจำวัน
2. การขายสินค้าและการสร้าง Customer ID
3. การรับชำระ
4. การเคลมสินค้า
5. การบริหารสินค้าคงคลัง
6. การปฏิบัติงานทุกสิ้นวัน

ซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศทั้งมาตรฐานสาขาและมาตรฐานพนักงาน

การใช้งานระบบ Nimble Technology

เป็นการอบรมการใช้งานระบบ Nimble Technology ให้แก่พนักงานสาขาเจมาร์ก โมบาย เกี่ยวกับการพัฒนาระบบและการใช้แพลตฟอร์ม เพื่อตอบโจทย์ในการบริหารกระบวนการปฏิบัติงานและสนับสนุนการทำงานของพนักงานหน้าสาขาในการตรวจสอบ และปฏิบัติตาม SOP (คู่มือการปฏิบัติงาน) หรือ operation checklist ต่างๆ เพื่อให้การจัดการหน้าร้านสาขาเป็นไปตามระบบ รวมถึงการรับรู้ รับทราบปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นภายในวันและสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาได้อย่างทันกทันทั่วถึง



ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ประเด็นด้านอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นประเด็นพื้นฐานที่บริษัททั่วโลกให้ความสำคัญ โดยเฉพาะปัญหาจากโรคอุบัติใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของแรงงานรวมถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง กลุ่มบริษัท จึงให้ความสำคัญกับประเด็นนี้เพื่อลดโอกาสและป้องกันความเสี่ยงในชีวิตและทรัพย์สินที่อาจส่งผลกระทบต่อ เช่น อุบัติเหตุจากการทำงาน รวมไปถึงการป้องกันการก่อให้เกิดการละเมิดต่อสิทธิด้านการมีชีวิตและความปลอดภัยของพนักงาน คู่ค้า ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียหรือผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ

ด้วยเหตุนี้ กลุ่มบริษัท จึงดำเนินมาตรการเชิงรุกเพื่อรับรองความปลอดภัยและสวัสดิภาพของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องผ่านระบบการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัยต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน มาตรการป้องกันต่างๆ เพื่อที่จะสร้างความเชื่อมั่นและขวัญกำลังใจของพนักงานในการทำงานกับกลุ่มบริษัทให้สามารถทำงานได้อย่างปลอดภัยและมีสุขภาพอนามัยที่ดี

บริษัทมีการบริหารจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี เพราะจะมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน และเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อบริษัท มีการกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน เช่น เป้าหมายลดการเกิดอุบัติเหตุ ไม่ว่าจะเป็นอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานหรือไม่หยุดงาน

โดยในปี 2566 เจมาร์ก ไม่มีอุบัติเหตุ หรือการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นจากการทำงานจนถึงขั้นหยุดงาน โดยมีค่า LTIFR = 0 (อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน Lost Time Injury Frequency Rate)

มาตรการป้องกันไวรัสโควิด-19

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ทำให้มีการพัฒนาและนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการทำงาน ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่เร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานและนำไปสู่วิถีใหม่ โดยการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญนั้นครอบคลุมถึงการงานทางไกล (Remote Working) การประชุมและทำงานออนไลน์ ทั้งนี้ ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการสรรหาบุคลากรที่มีทักษะ และความรู้ที่เหมาะสม ตลอดจนความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมดังกล่าว เช่น ทักษะเฉพาะด้านเทคโนโลยีและความเข้าใจในระบบดิจิทัล

นอกจากนี้ สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ยังคงมีการแพร่ระบาดอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในปี 2566 ยังคงมีผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงาน บริษัทจึงมีมาตรการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด อาทิ

1. ฉีดพ่นยาฆ่าเชื้อ ทุกวันศุกร์ ตลอดปี 2566 คิดเป็นจำนวน 52 ครั้งต่อปี และจะมีการเข้าฉีดพ่นยาฆ่าเชื้อเพิ่มเติมอีกกรณีพบผู้ติดเชื้อในพื้นที่
2. ติดตั้งอุปกรณ์เพื่อการคัดกรองผู้ที่มีอุณหภูมิสูงเกินกว่า 37.5 องศา ซึ่งมีความเสี่ยงและโอกาสในการติดเชื้อไวรัส
3. การให้พนักงานตรวจ ATK สำหรับกรณีที่มีความเสี่ยงในการติดเชื้อ และแพร่เชื้อสู่ทุกคน
4. การให้พนักงานที่มีความเสี่ยงในการติดเชื้อ ได้ทำงานที่บ้าน หรือ Work From Home เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายเชื้อสู่ผู้อื่น เป็นต้น

เป้าหมายและความคืบหน้า 2564 - 2566 อุบัติเหตุเป็นศูนย์

จำนวนการบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการทำงานจนถึงขั้นหยุดงาน



จำนวนการบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นหยุดงานตั้งแต่ 1 วัน ขึ้นไป



จำนวนพนักงานที่เสียชีวิตจากการทำงาน



ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

การตรวจสุขภาพประจำปี

บริษัทใส่ใจต่อสุขภาพและอนามัยของพนักงาน เพื่อมั่นใจได้ว่าพนักงานของเรามีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง รวมถึงเป็นการค้นหาเกี่ยวกับอาการเจ็บป่วยหรือความผิดปกติต่างๆของร่างกาย เพื่อที่จะได้ดูแลรักษาได้อย่างทันเวลาที่ เจมาร์ก จึงได้จัดโครงการตรวจสุขภาพประจำปีแก่พนักงานเป็นประจำทุกปี ซึ่งในปี 2566 ได้จัดให้มีการตรวจสุขภาพพนักงานโดยโรงพยาบาลลาดพร้าว มีโปรแกรมในการตรวจสุขภาพดังนี้

1. ชั่งน้ำหนัก วัดส่วนสูง การคำนวณค่าดัชนีมวลกาย
2. วัดความดันโลหิต สัญญาณชีพจร
3. ตรวจวัดสายตาเบื้องต้น
4. ตรวจร่างกายโดยแพทย์ตรวจสุขภาพ
5. ตรวจเอ็กซเรย์ปอดและหัวใจ
6. ตรวจความสมบูรณ์ของเม็ดเลือด
7. ตรวจปัสสาวะอย่างสมบูรณ์
8. ตรวจระดับน้ำตาล ไนโตรเจน คอเลสเตอรอล ในเลือด
9. ตรวจระดับไขมัน ไตรกลีเซอไรด์ในเลือด
10. ตรวจวัดระดับไขมันในเลือด (ไขมันดี) , (ไขมันไม่ดี)
11. ตรวจการทำงานของไต
12. ตรวจการทำงานของตับ
13. ตรวจระดับกรดยูริกในเลือด
14. ตรวจหาเชื้อไวรัสตับอักเสบบี

แนวทางการปฏิบัติด้านการจัดการอาชีวอนามัย

1. ฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการดูแลความเรียบร้อยของอาคารสถานที่ต้องตรวจสอบความปลอดภัยในสถานที่การทำงานตามแผนงานอยู่เสมอเพื่อหลีกเลี่ยงความไม่ปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงานทุกระดับ ดังนี้

1.1. ฝ่ายที่เกี่ยวข้องตรวจสอบความพร้อมใช้งานและคุณภาพของลิฟต์ตามรอบที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ พร้อมลงบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อยืนยันการตรวจสอบทุกครั้ง

1.2. ฝ่ายที่เกี่ยวข้องตรวจสอบไฟส่องสว่างบริเวณพื้นที่ทำงานทุกส่วนให้มั่นใจว่ามีจำนวนไฟส่องสว่างที่เพียงพอและพร้อมใช้งานในทุกพื้นที่อยู่เสมอ หากมีฝ่ายงานใดแจ้งเรื่องความเสียหายของไฟส่องสว่าง ฝ่ายที่ดูแลรับผิดชอบโดยตรงจะต้องเร่งดำเนินการแก้ไขให้กลับมาพร้อมใช้งานโดยเร็วที่สุด

1.3. ฝ่ายที่เกี่ยวข้องดูแลความเรียบร้อยของเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอและมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งานเพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นทั้งทางร่างกาย และทรัพย์สิน

1.4. หากพบบริเวณพื้นที่บริษัทมีความเสื่อมสภาพหรือเกิดความเสียหายของอาคารและสถานที่ เช่น ฝ้าเพดานรั่ว พื้นกระเบื้องแตก ก่อสร้างประปาแตก เป็นต้น ฝ่ายที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องดำเนินการซ่อมบำรุงอย่างเร่งด่วน โดยระหว่างดำเนินการซ่อมบำรุงจะต้องมีป้ายแจ้งเตือนให้พนักงานระมัดระวังเพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดแก่ร่างกายของพนักงาน

1.5. บริษัทห้ามไม่ให้พนักงานคนใดก็ตามวางสิ่งของกีดขวางทางเดินหรือบริเวณบันไดที่จะเป็นอุปสรรคต่อการใช้งานทุกกรณี

1.6. การจับจักรถยนต์ รถกระบะบรรทุกสินค้าและมอเตอร์ไซด์ภายในบริเวณพื้นที่บริษัทพนักงานทุกคนควรจับจักรถด้วยความเร็วที่ปลอดภัยและห้ามไม่ให้ขับแตรส่งเสียงดังรบกวนการทำงานของเพื่อนพนักงาน

1.7. บริษัทมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพื่อดูแลความปลอดภัยในส่วนที่เกี่ยวข้องภายในพื้นที่บริษัท

1.8. ห้ามไม่ให้พนักงานทุกคนทำกิจกรรม หรือทำพฤติกรรมใดๆ ที่ตามอาจเกิดความเสียหายต่ออาคาร / สถานที่ และทรัพย์สินของบริษัท

1.9. บริษัทเปิดสิทธิให้พนักงานทุกคนที่พบเห็นสิ่งก่อสร้างความอันตรายต่อร่างกายหรือสร้างความเสียหายต่อทรัพย์สินของบริษัทสามารถแจ้งเหตุความเสียหายแก่ฝ่ายที่ดูแลรับผิดชอบโดยตรงทันทีที่พบเห็น โดยไม่เพิกเฉยต่อความอันตรายดังกล่าว

2. บริษัทสนับสนุนให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตาม 5 ส ได้แก่ สะสาง สะดวก สะอาด สุขลักษณะและสร้างนิสัย บริเวณพื้นที่ใต้ทำงานส่วนตัวและพื้นที่การทำงานภายในแผนกของตนเอง เพื่อป้องกันอุบัติเหตุและเชื้อโรคต่างๆ

3. บริษัทมีการจัดตั้งตู้กดน้ำดื่มหลายจุดในพื้นที่บริษัท เพื่อให้พนักงานมีน้ำดื่มที่สะอาดและดีต่อสุขภาพอยู่เสมอ

4. บริษัทมีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อจำนวนพนักงานภายในบริเวณอาคารอยู่เสมอ

5. บริษัทมีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดประจำชั้นเพื่อดูแลความสะอาดในทุกพื้นที่ ทำให้พนักงานได้ปฏิบัติงานในพื้นที่การทำงานที่สะอาดและถูกสุขอนามัยอยู่เสมอ

6. บริเวณพื้นที่อาคารทุกชั้นมีการจัดเก็บขยะตามรอบโดยเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดเป็นประจำทุกวัน เพื่อสุขอนามัยที่ดีของพนักงาน ป้องกันเชื้อโรคและหลีกเลี่ยงกลิ่นเหม็นรบกวนระหว่างทำงาน

7. บริษัทจัดให้มีแผนการอบรมหนีไฟให้แก่พนักงานทุกระดับปีละ 1 ครั้ง อย่างเคร่งครัดเป็นประจำทุกปี

การจัดการภาวะฉุกเฉิน



ตามที่บริษัท ได้กำหนดเป้าหมายอุบัติเหตุเป็นศูนย์จึงได้จัดการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำไปใช้ในการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย พนักงานควรปฏิบัติขั้นตอนตามที่ได้รับการฝึกอบรมเมื่อเกิดเหตุขึ้น และหาทางนำตัวเองออกมาให้พ้นจากสภาวะดังกล่าวในกรณีเหตุร้ายแรงได้อย่างเร็วที่สุด ทั้งนี้ในปี 2566 กลุ่มบริษัท ยังคงพัฒนาและปรับปรุงการป้องกันด้านความปลอดภัยอยู่เสมอเพื่อใช้เป็นมาตรการป้องกันหลังเกิดเหตุและตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่คล้ายคลึงกันในอนาคตได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ



ฝึกซ้อมดับเพลิง และอพยพหนีไฟ

อัคคีภัย เป็นภัยที่อาจเกิดขึ้นได้ซึ่งเป็นปัญหาที่มีความร้ายแรง เจมารท์ ตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลพนักงานให้มีความปลอดภัย จึงได้มีการซ้อมดับเพลิงป้องกันอัคคีภัยให้พนักงานในองค์กรได้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดับไฟขั้นพื้นฐาน และสามารถใช้อุปกรณ์ดับเพลิงขั้นพื้นฐานได้อย่างปลอดภัย เช่น การใช้ถังดับเพลิงและการดับไฟประเภทต่างๆได้อย่างถูกต้อง รวมถึงการเอาชีวิตรอดเมื่อเกิดอุบัติเหตุ หรือเหตุเพลิงไหม้ รวมไปถึงเรียนรู้สัญญาณเตือนที่บ่งบอกถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อช่วยเหลือตัวเองรวมถึงผู้อื่นได้ บริษัทจึงจัดให้มีการซ้อมดับเพลิงเป็นประจำทุกปี

ดังนั้น การซ้อมหนีไฟหรือซ้อมอพยพเวลาเกิดเพลิงไหม้ ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญมากที่พนักงานภายในบริษัทต้องทราบไว้ทุกคน เพราะไม่มีใครคาดคิดว่า การเกิดเหตุการณ์เพลิงไหม้จะเกิดในวันไหน แต่การรู้ไว้จะช่วยชีวิตพนักงานเหล่านั้นเมื่อเหตุการณ์นั้นมาถึง

การมีส่วนร่วมกับพนักงาน

เนื่องจากในปัจจุบันในภาคธุรกิจมีการแข่งขันสูงในหลายๆ ด้าน อาทิ ด้านเทคโนโลยี สินค้า หรือบริการ ซึ่งบุคลากรที่มีคุณภาพ มีศักยภาพสูงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้บริษัทสามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจได้ บริษัทให้ความสำคัญต่อการดูแลพนักงานและการมีส่วนร่วมกับพนักงานให้มีความผูกพันต่อองค์กร เพื่อเป็นการรักษาพนักงานที่มีคุณภาพไว้กับองค์กรที่เป็นกำลังสำคัญในการผลักดันองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทจึงส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในบริษัท อาทิ

สุกสันต์สงกรานต์เบิกบานใจ 2566

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเนื่องยาวนานในหลายภาคส่วน ในวันที่ 11 เมษายน 2566 ที่ผ่านมา กลุ่มเจมาร์กได้มีโอกาสดำเนินการร่วมตัวร่วมกันจัดกิจกรรมครั้งใหญ่ ในกิจกรรมวันสงกรานต์เบิกบานใจ 2566 พร้อมทั้งคณะผู้บริหาร และพนักงานทุกคนได้ร่วมกันตระหนักถึงการสืบสานประเพณีไทย ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดีของชาวไทย และรักษาประเพณีของไทยไว้ให้ยาวนาน ยั่งยืนด้วยการส่งเสริมให้พนักงานทุกคนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เพื่อรักษาประเพณีไทยไว้สืบไปและเนื่องในโอกาสวันปีใหม่ไทย กลุ่มเจมาร์กได้ร่วมกันตักบาตรข้าวสาร อาหารแห้ง รดน้ำขอพรผู้ใหญ่ อีกทั้งได้รับโอวาทอย่างอบอุ่น จากคุณอดิศักดิ์ สุขุมวิทยา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เจมาร์ก กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นปีใหม่ไทยด้วยความสนุกสนาน เบิกบานสำราญใจ



จัดกิจกรรมส่งเสริมการมีรายได้เสริมให้แก่พนักงานหรือตลาดใจ

นอกจากการมีสุขภาพกาย และสุขภาพใจที่ดีแล้ว ความเป็นอยู่ที่ดี และการมีรายได้ที่เพียงพอก็เป็นพื้นฐานที่สำคัญของพนักงานในการดำรงชีวิต ดังนั้นเจมาร์ก จึงจัดให้มีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรที่มีความถนัดด้านอาหาร ของหวาน งานประดิษฐ์ หรือสินค้าต่างๆที่อยากรนำมาขายให้เพื่อนพนักงานในพื้นที่บริษัทเพื่อหารายได้เสริมหรือรายได้พิเศษ และยังเป็น การเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างพนักงานภายในองค์กรด้วยกัน

ซึ่งในปี 2566 ได้มีการจัดตลาดพนักงาน หรือตลาดใจ เป็นประจำในวันศุกร์แรกของทุกๆเดือน นอกจากนี้กิจกรรมตลาดใจยังสามารถช่วยเสริมสร้าง Entrepreneurship Skills กับพนักงาน เรื่องของความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นทักษะความสามารถในการสร้างและพัฒนาธุรกิจ โดยการแก้ปัญหาต่างๆในสังคมและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าผ่านสินค้าหรือบริการซึ่งจะส่งผลไปถึงการสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจได้อีกด้วย



Jaymart Step Challenge 350 ล้านก้าว กลุ่มเจมาร์กร่วมใจมุ่งหน้าก้าวเดินต่อไปด้วยกัน

เนื่องในโอกาสฉลองครบรอบ 35 ปีของ เจมาร์ก จึงได้มีการรวมพลังผู้บริหารและพนักงานในกลุ่มเจมาร์กทุกบริษัท เปิดตัวกิจกรรมฉลองครบรอบ 35 ปี เจมาร์ก ด้วยแคมเปญ Jaymart Step Challenge 350 ล้านก้าว กลุ่มเจมาร์กร่วมใจ มุ่งหน้าก้าวเดินต่อไปด้วยกัน ซึ่งเป็นการรวมพลังของผู้บริหารและพนักงานในกลุ่มเจมาร์ก ทุกบริษัท ที่เป็แรงจิบเคลื่อนที่สำคัญตลอดระยะเวลา 35 ปีที่ผ่านมา พร้อมทั้งเป็นการเสริมสร้างความสามัคคีร่วมกันในองค์กร และเป็นการส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีให้กับพนักงาน อีกทั้งยังแสดงถึงความเป็นหนึ่งเดียวกันของเจมาร์กกรุ๊ปที่จะก้าวไปข้างหน้าไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

โดยบริษัท เวอร์ชวล (Wirtual) เป็นผู้ให้การสนับสนุน แอปพลิเคชันเพื่อนับก้าวในการจัดกิจกรรมในครั้งนี้ซึ่ง WIRTUAL APPLICATION เป็น Web health & sport tech platform ที่ปัจจุบันมีผู้ใช้งานใน 179 ประเทศ มีบริษัทเข้าร่วมมากกว่า 50 บริษัท และที่สำคัญ WIRTUAL เป็นแอปฯ ที่เชื่อมต่อระหว่างโลก บล็อกเชน และ real world use case อีกด้วย



การออกแบบการ์ดในกิจกรรม Happy Mather's Day

ในเดือนสิงหาคม 2566 เจมาร์ท ได้จัดกิจกรรมวันแม่ โดยภายในกิจกรรมได้มีการจัดตลาดพนักงานร่วมกับกิจกรรม Work Shop การ์ดวันแม่ ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสให้พนักงานที่เข้าร่วมได้เรียนรู้ทักษะใหม่ๆจากการทำการ์ดแบบ DIY (Do it Yourself) ออกแบบการ์ดวันแม่ด้วยตนเอง สร้างสรรค์งานของตนเองด้วยศิลปะในรูปแบบต่างๆ อีกทั้งยังเป็นโอกาสพิเศษในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับครอบครัว หรือเพื่อนพนักงานในการร่วมกิจกรรม

นอกจากนี้ยังเป็นการเสริมสร้างทักษะในการออกแบบ และความคิดสร้างสรรค์จากการ Work Shop การ์ดวันแม่ที่สามารถแสดงออกถึงความรักและความคิดถึงต่อคุณแม่ได้อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งมีความหมายและคุณค่าทางจิตใจให้แก่เราและครอบครัว นอกจากนี้ยังมีการประกวด “การเขียนการ์ดบอกรักแม่ด้วยหัวใจผ่านระบบออนไลน์” โดยคำบรรยายในการ์ดวันแม่ให้พนักงานร่วมใช้คำว่า “ใจ” เป็นตัวกลางในการสื่อสารบอกรักหรือกล่าวถึงคุณแม่เพื่อให้พนักงานได้ร่วมสนุกในกิจกรรม โดยมีการแจกของรางวัลสำหรับผู้ที่ได้รับผลโหวตมากที่สุด และรองลงมาตามลำดับอีกด้วย



Santy Human Resources สร้างรอยยิ้มให้แก่พนักงาน

เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2566 ที่ผ่านมาทีม Human Resources สร้างรอยยิ้มให้แก่พนักงาน โดยการแบ่งปันขนม ลูกอม และช็อกโกแลต เพื่อเป็นการส่งความสุขต้อนรับปีใหม่ของทุกคน (Merry Christmas) ซึ่งถือได้ว่าเป็นกิจกรรมส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ไปในตัวเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน สร้างรอยยิ้ม เสียงหัวเราะให้พนักงานผ่อนคลายจากการทำงานได้อีกด้วย



มอบรางวัลอายุงานให้แก่พนักงาน Long Service Awards 2023

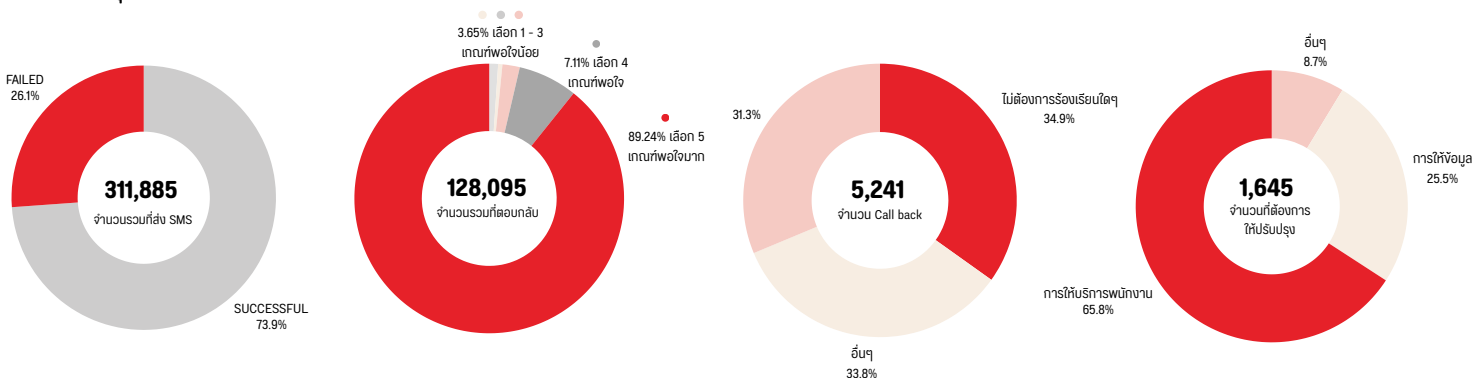
เจมาร์ท จัดกิจกรรมมอบรางวัลอายุงาน เพื่อแสดงความขอบคุณแก่พนักงานที่ทำงานร่วมกับบริษัทมาเป็นเวลานาน ในปีนี้บริษัทได้มอบรางวัลอายุงานให้กับพนักงานที่มีอายุงานครบ 10 ปี, 15 ปี และ 20 ปี เพื่อยกย่องความมุ่งมั่น กลุ่มเก ที่อยู่ทำงานเคียงข้างบริษัทมาอย่างยาวนาน เป็นเครื่องหมายเชิดชูเกียรติและเป็นขวัญกำลังใจแก่พนักงานที่ปฏิบัติงานด้วยความวิริยะ อุตสาหะ อุทิศกำลังกาย และกำลังความคิดในการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ เจมาร์ท เจริญเติบโต สามารถอยู่รอดและแข่งขันได้จนถึงปัจจุบัน



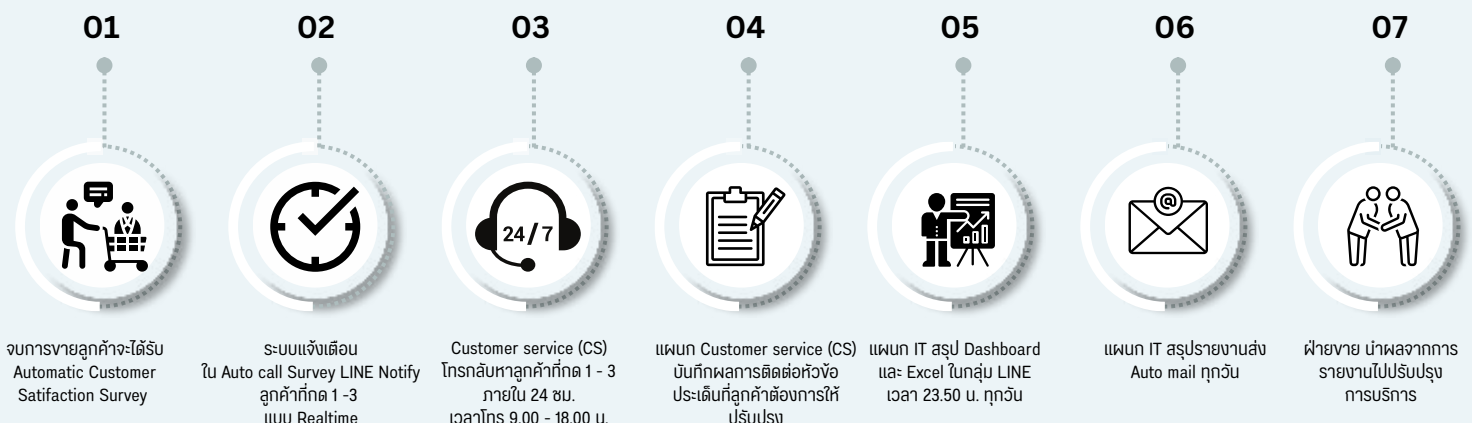
ความรับผิดชอบต่อลูกค้า / ผู้บริโภค



บริษัทมีความพยายามในการตอบสนองความคาดหวังและสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความไว้วางใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ทำให้บริษัทสามารถรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มโอกาสในการสร้างฐานลูกค้าใหม่ เจมาร์ก จึงพัฒนาระบบ SMS Customer Satisfaction (NPS) โดยระบบจะส่ง SMS ไปหาลูกค้าเพื่อประเมินความพึงพอใจโดยมีข้อความระบุว่า “เจมาร์ก สวัสดิ์ค่ะ เพื่อเป็นการพัฒนาการให้บริการ กรุณาให้คะแนนความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานสาขาเจมาร์กครั้งล่าสุดในระดับคะแนน 1-5 โดยกดยกหมายเลข 5 คือ พอใจมากที่สุด กดยกหมายเลข 1 คือ พอใจน้อยที่สุด ขอขอบคุณสำหรับการให้คะแนนความพึงพอใจของท่านนะคะ” หากลูกค้าเลือกให้คะแนนที่ 1 - 3 จะมีเจ้าหน้าที่โทรสอบถามลูกค้าอีกครั้งเพื่อสอบถามถึงประเด็นที่ลูกค้าต้องการให้บริษัทปรับปรุง จากข้อมูลวันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2566 สามารถสรุปผลการประเมินได้ดังนี้



กระบวนการบริหารจัดการข้อร้องเรียน



มอบรางวัล Star of Service Excellent ให้แก่พนักงานที่ได้รับการประเมินการให้บริการ

เนื่องจากการประเมินความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อการให้บริการของ เจมาร์ก โมบาย เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุง การให้บริการแก่ลูกค้าให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป จึงได้จัดให้มีการประเมินหลังการขาย โดยกลุ่มเป้าหมายของการประเมินในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ได้รับการบริการจาก เจมาร์ก โมบาย ซึ่งสามารถจำแนกคะแนนการประเมินได้ ดังนี้ 1 - 3 คะแนน พอใจน้อย และ 4 - 5 พอใจ

ซึ่งหลังจากพนักงานที่ได้รับการประเมินการให้บริการด้วยโปรแกรม NPSc จึงได้มีการมอบรางวัล Star of Service Excellent ให้แก่พนักงาน ที่ได้รับคะแนนจากการประเมินดีที่สุด เพื่อเป็นการให้ความสำคัญแก่พนักงานในด้านการสร้างแรงจูงใจและการสนับสนุนพนักงานคนสำคัญ บริษัท เจมาร์ก โมบาย จำกัด ขอแสดงความชื่นชมพนักงานที่ต้อนรับและบริการลูกค้าเป็นอย่างดี ด้วยหัวใจในการบริการและมีลูกค้าอุปการะคุณ ที่ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี

Star of Service Excellent



กระบวนการบริหารจัดการ Data Breach

01

ระบุเหตุการณ์ Data Breach

ประเมินความเสี่ยงสำหรับแต่ละเหตุการณ์ Data Breach และบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว

02

DPO Team ติดตาม + แก้ไขปัญหาเบื้องต้น

คณะทำงาน DPO ติดตาม + ประเมินสถานการณ์ + จำกัดความเสียหายที่เกิดขึ้น

03

รายงาน Data Breach

DPO Team รายงานเหตุการณ์ Data Breach ให้แก่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (สคส.) ภายใน 72 ชั่วโมง + เจ้าของข้อมูลที่ได้รับผลกระทบ

04

บริหารจัดการปัญหาจนสำเร็จ

กรณีปัญหาไม่สามารถแก้ไขได้ = อาจจะประกาศใช้แผน BCP และติดตามจนกว่าจะสามารถแก้ไขปัญหาได้

05

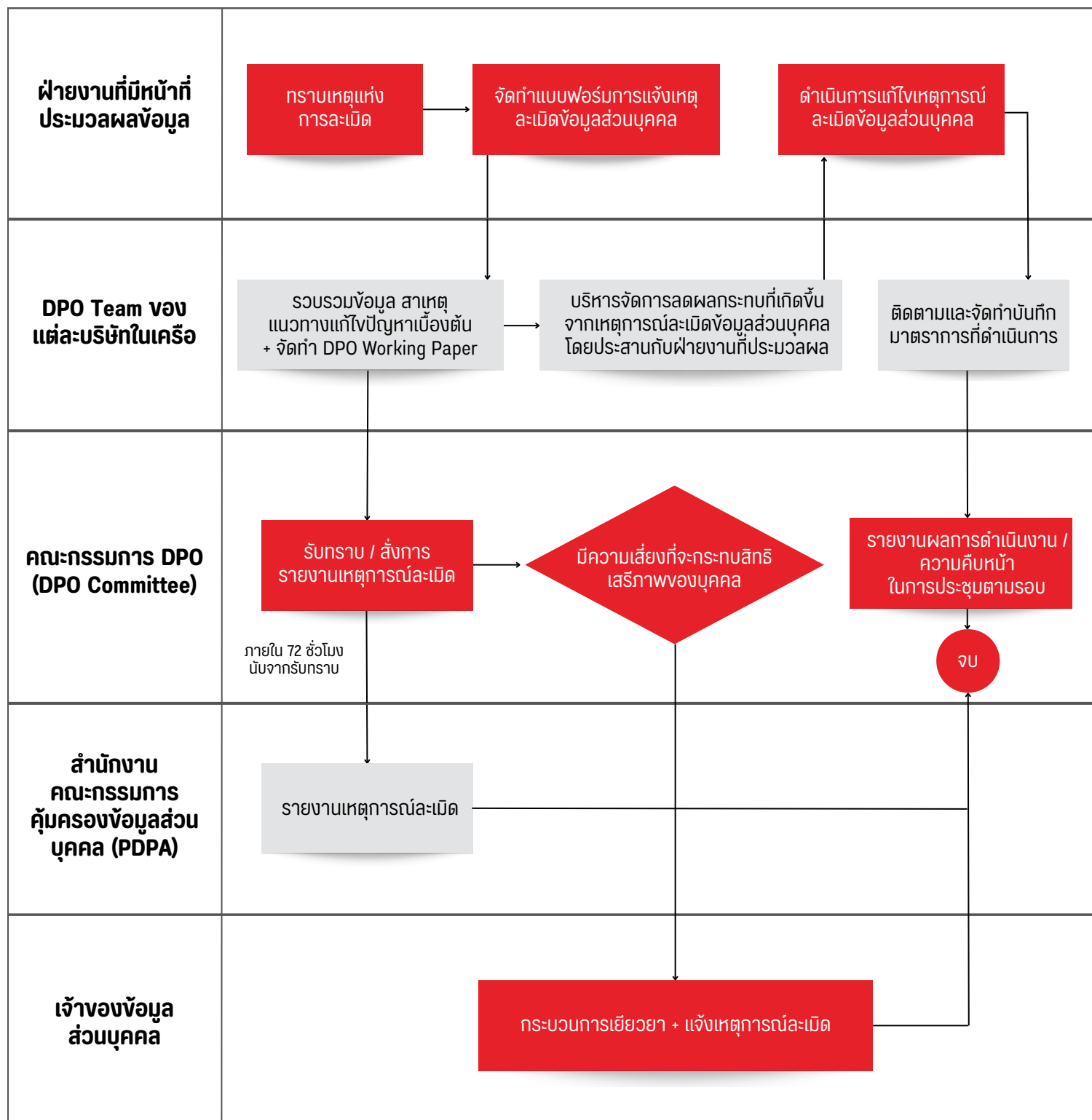
ประเมินต้นเหตุ + ปรับปรุงแผน

ประเมิน Root Cause เพื่อการปรับปรุง + ทบทวนแผนการบริหารจัดการความเสี่ยง



ปี 2566 ที่ผ่านมามีเหตุการณ์ข้อมูลรั่วไหล 1 เหตุการณ์ ซึ่งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ดำเนินการตามขั้นตอนกระบวนการบริหารจัดการและขั้นตอนตามกฎหมายทุกประการ
โดยสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ที่ Email : dpo_jaymart@jaymart.co.th

ขั้นตอนการบริหารจัดการเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล



การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม

ในปี 2566 บริษัท ยังคงส่งเสริมการพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง มีความยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการพัฒนาและการเติบโตอย่างยั่งยืน การดำเนินงานของบริษัท จึงตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งที่จะส่งผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น บริษัทจึงมุ่งเน้นให้การดำเนินธุรกิจของบริษัท สามารถอยู่ร่วมกับชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อมได้อย่างกลมกลืนและยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างสัมพันธภาพอันดีร่วมกับชุมชน ซึ่งการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่ผ่านมาในปี 2566 เจมาร์ท ไม่มีข้อพิพาทกับชุมชนหรือสังคมเลย ทั้งนี้ ยังให้ความสำคัญแก่การปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชน กฎหมายสิ่งแวดล้อม

จำนวนข้อพิพาท กับชุมชน / สังคม



กิจกรรมอาสาสมัครเจมาร์ททำความดีด้วยใจ

ในเดือนมิถุนายน ปี 2566 ที่ผ่านมามีแกนนำโดยทีม J Elite , ESG - Jaymart Group จับมือกับหน่วยงานต่างๆร่วมทำความดีกับ อาทิ การทำเรือ แห่งประเทศไทย , The Local Thailand และ Trash HERO Thailand ร่วมกันเดินเก็บขยะในชุมชนคลองเตยและให้ความรู้แก่ประชาชนในชุมชนในเรื่องการลดการสร้างขยะสอดคล้องกับเป้าหมายความสำเร็จและความมุ่งมั่นของ เจมาร์ท ที่มีเป้าหมาย Zero Waste “ใช้ชีวิตยังใจ ให้ไร้ขยะ หรือขยะเป็นศูนย์”

โดยอาสาสมัครจากเจมาร์ทได้เริ่มจากการเก็บขยะโดยรอบชุมชนคลองเตยนำมาสู่ขั้นตอนการคัดแยกขยะอย่างถูกวิธี โดยทาง Trash Hero Thailand เป็นผู้ให้ความรู้แก่ชุมชน นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ย่านคลองเตยเกี่ยวกับกิจกรรมของเจมาร์ทในกิจกรรม E-Waste แลก Point โดยให้ประชาชนในชุมชนนำขยะ E-Waste คนละ 5 ชิ้น เพื่อแลก 500 J Point และนำ Point ที่ได้มาแลกเป็นของอุปโภค บริโภคต่างๆ เป็นต้น ซึ่งภายในวันที่จัดกิจกรรมมีประชาชนนำ E-Waste มาแลก J Point มากถึง 450 ชิ้นด้วยกัน



Jaymart Charity “พลังใจ ให้โลหิต”

เนื่องจากปัญหาในปัจจุบันที่เกิดความขาดแคลนโลหิตสำหรับผู้ป่วยทั้งอุบัติเหตุ หรือโรคที่เกี่ยวกับการต้องการของโลหิตที่มากขึ้น เจมาร์ท จึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเปิดรับบริจาคโลหิต เนื่องจากการบริจาคโลหิตเป็นการสร้างบุญกุศลอันยิ่งใหญ่ และเป็นสิ่งสำคัญในการช่วยเหลือสังคม รวมถึงการส่งเสริมการรักษาสุขภาพของผู้บริจาคอีกด้วย ในช่วงเดือนพฤศจิกายน เจมาร์ท จึงได้จัดจุดรับบริจาคโลหิต ณ เจมาร์ท สำนักงานใหญ่ เพื่อรับบริจาคโลหิตจากทั้งพนักงานของบริษัท และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนภายนอกได้รับทราบข่าวสารของการเปิดรับบริจาคโลหิตอีกด้วย

โดยในปี 2566 การจัดกิจกรรมทำให้มีผู้สนใจบริจาคโลหิตทั้งพนักงานและประชาชนทั่วไปกว่า 410 คน รวมโลหิตที่ได้รับ 333 ลิตร

ตารางแสดงผลการเปิดจุดรับบริจาคโลหิตอย่างต่อเนื่อง

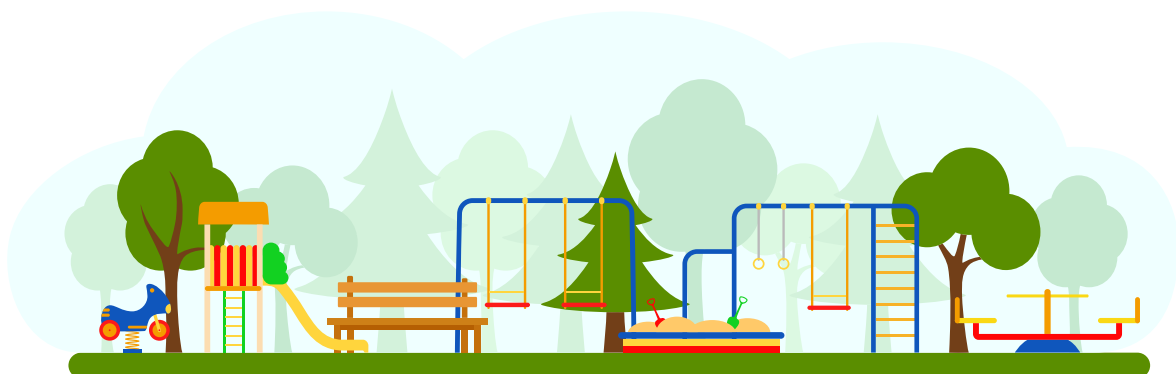
จำนวนครั้ง	วัน / เดือน / ปี ที่จัดจุดรับบริจาคโลหิต	จำนวนคน	ปริมาณ (ลิตร)
1	30 มิ.ย. 65	121	-
2	11 พ.ย. 65	94	-
3	10 ก.ย. 66	119	88
4	12 พ.ค. 66	82	75
5	11 ส.ค. 66	122	94
6	10 พ.ย. 66	87	76
รวม		625	333



กิจกรรม “ปันน้ำใจให้น้องปีที่ 2”

เพื่อเป็นการส่งมอบความสุขและรอยยิ้มในช่วงเดือนธันวาคม 2566 บริษัทได้จัดกิจกรรม “ปันน้ำใจให้น้อง ปีที่ 2” โดยภายในกิจกรรม พนักงานกลุ่มเจมาร์ท ร่วมกันนำของขวัญมาบริจาคให้แก่เด็กๆ และนำไปมอบให้ 3 โรงเรียน ได้แก่

- 1.โรงเรียนบ้านเขาอีसान ตำบลดอนทราย อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี จำนวนของขวัญ 48 ชิ้น
 - 2.โรงเรียนเทศบาล ๑ บางครุ อุปการราษฎร์ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนของขวัญ 15 ชิ้น
 - 3.ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ชุมชนมีสียัดยามีลล์อิมบัตะห์ ลาดบัวขาว กรุงเทพมหานคร จำนวนของขวัญ 100 ชิ้น
 - 4.ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ส.แสงธรรมศาสนวิทยา เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร จำนวนของขวัญ 79 ชิ้น
- รวมจำนวนของขวัญทั้งหมด 242 ชิ้น ซึ่งโครงการนี้ได้รับความสนับสนุนจากพนักงานในกลุ่มเจมาร์ท ร่วมกันนำของขวัญมาห่อและมอบให้แก่เด็กๆ เพื่อแบ่งปันความสุขและรอยยิ้มในช่วงเทศกาลแห่งความสุขนี้





บริษัท เจมาร์ท กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

187,189 อาคาร เจมาร์ท ถนนรามคำแหง ราชบุรีพัฒนา

เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240

T.+66 02-483-7979

Email. Jaymartgroup-esg@jaymart.co.th

เว็บไซต์ : <https://www.jaymart.co.th/>

