

JMART

Sustainable Development Report



2
0
2
2

สารบัญ

Jaymart Group | Sustainability Report 2022

ABOUT THIS REPORT (เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

- ลักษณะของการประกอบธุรกิจ
- ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ
- ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท

ส่วนที่ 2 นโยบายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

- สาระจากประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านการพัฒนาความยั่งยืน
- วิสัยทัศน์องค์กร , พันธกิจองค์กร
- ค่านิยมใหม่ของ เจ มาร์เก็ต กรุ๊ป
- นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืน
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Material Topic)
- การจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืน (Materiality Matrix)
- ประเด็นพื้นฐานด้านความยั่งยืนของบริษัท
- มิตรสิ่งแวดล้อม
- มิตรบริษัทกับและเศรษฐกิจ
- มิตรสังคม

ส่วนที่ 3 ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

- วัตถุประสงค์และเป้าหมาย
- แนวทางการดำเนินงาน
- ตัวชี้วัดและผลการดำเนินงาน

ABOUT THIS REPORT

Jaymart Group | Sustainability Report 2022

บริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี 2565 เพื่อนำเสนอ แนวทางการบริหารจัดการและ ผลการดำเนินงานในประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่ครอบคลุม มิติทางเศรษฐกิจ , สังคม และสิ่งแวดล้อม รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นให้สอดคล้องตามมาตรฐานการรายงานขององค์กรแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล Sustainable Development Goals (SDGs) ขอบเขตของรายงานครอบคลุม บริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน) บริษัท เจมาร์ท โมบาย จำกัด ซึ่งถือได้ว่าเป็นบริษัทแกนที่ เจ มาร์ท ถือครองหุ้น เท่ากับร้อยละ 99.9 และอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของ เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน) โดยเป็นการนำเสนอข้อมูล ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2565

อีกทั้งรายงานฉบับนี้ยังได้เชื่อมโยงผลการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals SDGS) ในทุกประเด็นสำคัญ ทั้งนี้ขอบเขตการรายงานประจำปี 2565 ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจาก ขอบเขตของการรายงานในปี 2564 ที่ผ่านมา

Contact

ฝ่ายจัดการด้านการพัฒนาความยั่งยืน (นักลงทุนสัมพันธ์)

บริษัท เจ มาร์ท จำกัด (มหาชน)

187, 189 อาคาร เจ มาร์ท ถนน รามคำแหง แขวง

ราษฎร์พัฒนา เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240

T.+66 02-483-7979

E.JaymartGroup_ESG@jaymart.co.th

1 ข้อมูลพื้นฐาน

ข้อมูลพื้นฐาน

เจ มาร์ก ประกอบธุรกิจเป็นโฮลดิ้งคอมพานี ซึ่งลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับค้าปลีก , การเงิน และเทคโนโลยี โดยมีบริษัทแกนคือ เจมาร์ก โมบาย และมีบริษัทย่อยที่มีศักยภาพอื่นๆ เช่น เจเอ็มที เน็กเวอร์ค เซอร์วิสเช็ส เจเอเอส แอสเซ็ท และมีบริษัทร่วม ชิงเกอร์ ประเทศไทย และเคบี เจ แคปิตอล นอกจากนี้ บริษัทเตรียมความพร้อมเรื่องการปฏิบัติของเทคโนโลยี ด้วยการจัดตั้งบริษัท เจ เวเนเจอร์ส เพื่อนำเอาและพัฒนาเทคโนโลยี Block chain มาใช้ในกลุ่มบริษัท

กลุ่มบริษัทเจ มาร์ก ยังคงดำเนินธุรกิจภายใต้การดำเนินงานร่วมกันของกลุ่มบริษัทย่อย และร่วมโดยมี 6 สายธุรกิจหลักที่เน้นการประกอบธุรกิจหลักในธุรกิจค้าปลีก ภายใต้ปรัชญาของการดำเนินงานในแนวคิด “The Power of Synergy” ซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักที่สำคัญที่จะสร้างระบบนิเวศในการดำเนินงาน (Ecosystem) เพื่อสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้น ทั้งนี้รายละเอียดของการพัฒนาการ และทิศทางของผลการดำเนินงานแต่ละสายธุรกิจ อธิบายได้ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สายงานธุรกิจจัดจำหน่ายมือถือ และอุปกรณ์เสริม

บริษัท เจมาร์ก โมบาย จำกัด (“JMB”) ในฐานะบริษัทแกนของบริษัท ซึ่งบริษัทถือหุ้นร้อยละ 100 ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอุปกรณ์เสริม



2. สายงานธุรกิจการบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ

บริษัท เจเอ็มที เน็กเวอร์ค เซอร์วิสเช็ส จำกัด (มหาชน) (“JMT”) บริษัทย่อยของบริษัทในสัดส่วน ร้อยละ 53.5 ดำเนินธุรกิจบริหารหนี้ด้วยคุณภาพ

ข้อมูลพื้นฐาน

3. สายงานธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล

บริษัท เคบี เจ แคปปิตอล จำกัด ("KBJ") บริษัทร่วม ประกอบธุรกิจหลักในการปล่อยสินเชื่อส่วนบุคคล

4. สายธุรกิจเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech)

บริษัท เจ เวนเจอร์ส จำกัด ("JVC") ประกอบธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์ และลงทุนในบริษัท Started-up ที่มีศักยภาพ มีพัฒนาการที่ชัดเจนในการพัฒนาระบบ Block chain ในส่วนของ JFIN Chain เพื่อให้ dApp ที่จะเกิดขึ้นเข้ามาใช้ JFIN Chain

5. สายธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมการให้บริการเช่าซื้อ (บริษัทร่วม)

บริษัท ซิงเกอร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ("Singer") บริษัทร่วมที่บริษัทถือในสัดส่วนร้อยละ 25.5 ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าด้วยแบรนด์ SINGER พร้อมการให้บริการเช่าซื้อ นอกจากนี้ Singer ยังประสบความสำเร็จในการนำบริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) ("SGC") เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ในช่วงปลายปีที่ผ่านมา

6. สายงานธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และพื้นที่ค้าปลีก

ภายใต้กลุ่มเจมาร์ก บริษัท เจเอเอส แอสเซ็ท จำกัด (มหาชน) ("J") ถือเป็นผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เช่าและเพื่อขาย





บริการหลังการขาย

- การวางแผนการให้บริการหลังการขาย ให้กับลูกค้าและช่องทางการให้บริการ
- การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

1. นักลงทุน/ผู้ถือหุ้น
2. ผู้บริหาร/พนักงาน
3. ลูกค้า
4. เจ้าของพื้นที่เช่า
5. คู่ค้า
6. สังคม/ชุมชน
7. หน่วยงานรัฐ
8. คู่แข่งทางการค้า

1

การจัดการสินค้า

- การศึกษาความเป็นไปได้ของการนำสินค้าเข้ามาขาย
- การศึกษาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและการวิเคราะห์คู่แข่ง
- ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

1. นักลงทุน/ผู้ถือหุ้น
2. ผู้บริหาร/พนักงาน
3. ลูกค้า
4. เจ้าของพื้นที่เช่า
5. คู่ค้า
6. สังคม/ชุมชน
7. หน่วยงานรัฐ
8. คู่แข่งทางการค้า

2

การวางแผนการขายและกิจกรรมทางการตลาด

- การศึกษาความเป็นไปได้ของการเปิดสาขา และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
- การศึกษาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและการวิเคราะห์คู่แข่ง
- ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

1. นักลงทุน/ผู้ถือหุ้น
2. ผู้บริหาร/พนักงาน
3. ลูกค้า
4. เจ้าของพื้นที่เช่า
5. คู่ค้า
6. สังคม/ชุมชน
7. หน่วยงานรัฐ
8. คู่แข่งทางการค้า

3

ช่องทาง การจัดจำหน่าย

- การศึกษาความเป็นไปได้ของการเปิดสาขา และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
- การศึกษาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและการวิเคราะห์คู่แข่ง
- ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

1. นักลงทุน/ผู้ถือหุ้น
2. ผู้บริหาร/พนักงาน
3. ลูกค้า
4. เจ้าของพื้นที่เช่า
5. คู่ค้า
6. สังคม/ชุมชน
7. หน่วยงานรัฐ
8. คู่แข่งทางการค้า

4

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ	ช่องทางการมีส่วนร่วมและความถี่	ประเด็นข้อกังวลหรือความคาดหวัง	แนวทางการดำเนินงานเพื่อตอบสนองประเด็นข้อกังวลหรือความคาดหวัง
<p>นักลงทุนและผู้ถือหุ้น</p> 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น การประชุมนักวิเคราะห์หลักกรรพธ์และนักลงทุนของกลุ่มบริษัท Opportunity Day โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย Digital Road show โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เว็บไซต์บริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> การเติบโตทางธุรกิจของบริษัทที่เข้าลงทุน การสร้างความมั่นคงให้แก่ผู้ถือหุ้น การตระหนักเรื่องความยั่งยืนทั้งด้านการกำกับดูแลกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ทบทวนกลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัท เพื่อสร้างผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม วิเคราะห์ผลการดำเนินงานและวางกลยุทธ์บริษัทที่จะเข้าไปลงทุนเป็นประจำ พิจารณาวิธีการสื่อสารเพื่อให้นักลงทุนและผู้ถือหุ้นเข้าใจประเด็นต่างๆ และวิธีการบริหารจัดการของบริษัท
<p>ผู้บริหารและพนักงาน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> E mail Jaymart People สำรวจความคิดเห็นพนักงาน (Employee Engagement Survey) จัดระบบประเมินผลและการให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback and Dialog Session) จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ 	<ul style="list-style-type: none"> โอกาสและความก้าวหน้าในสายอาชีพ การได้รับค่าตอบแทนและการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม ระบบการประเมินผลและการให้ข้อมูลย้อนกลับ สร้างนวัตกรรมและพัฒนาคุณภาพ สภาวะแวดล้อมสุขภาพจิตและมีสุขภาพที่ดีในการทำงาน การดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์, มีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อนักที่ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สร้างความผูกพันและมีส่วนในการนำพาองค์กรไปสู่วิสัยทัศน์ร่วมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> จัดหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพพนักงาน และเป้าหมายของบริษัท ทำแผนพัฒนาศักยภาพพนักงานรายบุคคล ทบทวนค่าตอบแทนของพนักงานให้สอดคล้องกับผลประโยชน์การและสามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกันได้ จัดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีในการทำงานจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมที่สอดคล้องกับค่านิยมองค์กร
<p>ลูกค้า</p> 	<ul style="list-style-type: none"> เว็บไซต์ของบริษัท / Social media พนักงานขาย / ตัวแทนขาย 	<ul style="list-style-type: none"> สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และมีราคาที่เหมาะสม 	<ul style="list-style-type: none"> คัดเลือกสินค้าที่ตอบโจทก์และความต้องการของลูกค้า กำหนดราคาอย่างเหมาะสม พัฒนาบริการหลังการขายตอบโจทก์ลูกค้า

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ	ช่องทางการมีส่วนร่วมและความถี่	ประเด็นข้อกังวลหรือความคาดหวัง	แนวทางการดำเนินงานเพื่อตอบสนองประเด็นข้อกังวลหรือความคาดหวัง
<p>คู่ค้า/พันธมิตร/ ผู้ให้เช่าพื้นที่</p> 	<ul style="list-style-type: none"> การร่วมประชุมพบปะ เว็บไซต์ของบริษัท / โทศัพท์ / Email 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม การต่อต้านการให้สินบนและต่อต้านคอร์รัปชัน 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างความเชื่อมั่นให้กับคู่ค้าทางธุรกิจ แจ้งนโยบายการต่อต้านการให้สินบนและคอร์รัปชัน
<p>ชุมชน/สังคม</p> 	<ul style="list-style-type: none"> การพบปะชุมชนการทำกิจกรรม Web site / Social media 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนกิจกรรม และมีส่วนร่วมในชุมชน และสังคมป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินโครงการเพื่อสังคมบริจาคให้มูลนิธิต่างๆ ควบคุมผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดจากการดำเนินธุรกิจ
<p>หน่วยงานราชการ หน่วยงานกำกับ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> รายงานประจำปี การจัดประชุมตามวาระ 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี กำกับดูแลกิจการที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สื่อสารให้พนักงานมีเข้าใจและปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง
<p>คู่แข่งทางการค้า</p> 	<ul style="list-style-type: none"> การร่วมประชุมพบปะ เว็บไซต์ของบริษัท / โทศัพท์ / Email 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมและโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> การจัดการแข่งขันที่เป็นธรรม ดำเนินกิจการด้วยความจริงใจและโปร่งใส

นโยบายและกลยุทธ์ ด้านความยั่งยืน

สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านการพัฒนาความยั่งยืน

สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านการพัฒนาความยั่งยืน
บริษัท เจ มาร์ก จำกัด (มหาชน)

ในปี 2565 ประเทศไทยและสภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 แต่ Jaymart Group นั้นยังคงมีการเติบโตของธุรกิจ เนื่องด้วยทีมงานเจมาร์กทุกคนมีเป้าหมายเดียวกันและทุกคนลงมือทำด้วย 'ใจ' และพร้อมที่จะเดินไปข้างหน้าไม่ว่าจะเจอกับสถานการณ์แบบไหนก็ตาม จึงเห็นการเติบโตของบริษัทเองพร้อมกับเครือข่ายธุรกิจและพาร์ตเนอร์ที่หลากหลาย ที่ทำให้ธุรกิจของกลุ่มเจมาร์กเข้าถึงลูกค้าทุกเพศทุกวัยและการให้ความสำคัญเข้าใจในผู้ที่มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม จึงทำให้ เจ มาร์ก เห็นถึงความต้องการของสังคมและคนไทยทุกคนอย่างลึกซึ้งและพร้อมที่จะแก้ปัญหาให้ทุกคนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในทุกมิติ

กลุ่มบริษัทเจมาร์กตระหนักและเห็นความสำคัญของการพัฒนาและต่อยอดการสร้างสรรคสังคมสิ่งแวดล้อมและชุมชนด้วยการให้ความสำคัญกับการพัฒนาความยั่งยืนที่แบ่งออกเป็น 3 มิติด้วยกันคือ การกำกับดูแลองค์กรตามจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจ (Good Governance) ที่ให้ความสำคัญในการการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสต่อต้านการคอร์รัปชันและการคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน

นอกจากนี้บริษัทยังเห็นถึงความสำคัญและการเตรียมความพร้อม ในการรับมือกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน (Environment) ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมของบริษัทที่สามารถช่วยคิดค้นการกระตุ้นให้สังคมสนใจปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ด้วยการพัฒนาระบบการผ่าน Customer Centric รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการมุ่งใจและการลงไปถึงสังคมและชุมชนรอบข้าง (Social) ให้สามารถเข้าถึงวิธีการรักษาและดูแลสิ่งแวดล้อมผ่านกระบวนการที่เข้าใจง่ายโดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสื่อสาร

ธุรกิจที่ตอบโจทย์กับทุกความต้องการของมนุษย์จริงๆ พลังใจจะเป็นแรงผลักดันให้กับคนไทยทุกคนสร้างต้นคุณด้วยตัวเองก้าวต่อไปข้างหน้า และไม่กลัวอุปสรรคเหมือนที่กลุ่มบริษัท เจ มาร์ก มีการพัฒนาและเจริญเติบโตตลอดมาเราพร้อมที่จะจับมือกันเดินไปข้างหน้าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เจ มาร์ก ยังคงยืนยันที่จะเดินหน้าในฐานะองค์กรที่ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาความยั่งยืน ส่งมอบและยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับทุกคนในสังคม และดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) เพื่อการพัฒนาความยั่งยืนให้เป็นรูปธรรมต่อประเทศต่อไป

อดิศักดิ์ สุขุมวิทยา



ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัทเจ มาร์ก จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์องค์กร



เจ มาร์ท กรุ๊ป มีเป้าหมายที่จะเป็น

“Technology Investment Holding Company”

เราจึงได้ประกาศปณิธานและค่านิยมใหม่ขององค์กรเพื่อให้ทุกบริษัทในเครือมีความร่วมมือที่
สอดคล้องและส่งเสริมซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิด

**“การสร้างความเข้มแข็งด้านธุรกิจการเงินเพื่อการค้าปลีกและรายย่อย ด้วยการผสานนวัตกรรม
ที่จะทำให้คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น”**

เราจะเพิ่มการใช้เทคโนโลยี ดาต้า และผสานข้อมูลลูกค้าจากบริษัทในเครือที่ช่วยให้ เข้าใจอินไซด์และ
พฤติกรรมลูกค้าได้ละเอียดมากขึ้น สามารถวิเคราะห์ความสนใจรายบุคคลทำให้ส่งเสริมการขาย
สินค้าและบริการทางการเงินได้แม่นยำมีประสิทธิภาพ

พันธกิจองค์กร



แนวคิดใหม่ของธุรกิจ เจ มาร์ท กรุ๊ป สร้างอยู่บนความเชื่อในเรื่องของใจ ซึ่งเป็นจุดยืนใหม่ของแบรนด์ที่ความชัดเจนยิ่งขึ้นและยังช่วยให้บริษัทในเครือขับเคลื่อนธุรกิจด้วยใจอย่างสอดคล้องกัน เราจะเน้นการเป็นธุรกิจบริษัทโฮลดิ้ง ที่มองหาโอกาสประกอบธุรกิจและการลงทุนใหม่ๆ สร้างความร่วมมือกับพันธมิตร (Synergy) ตลอดจนส่งเสริมให้ทีมงานในองค์กรมาร่วมสร้างสรรค์ประสบการณ์ใหม่ๆ ด้านค้าปลีกและธุรกิจการเงินเพื่อคนไทย สร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ใหม่ที่มีความจริงใจต่อกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในทุกๆ ภาคส่วนทำให้สามารถเข้าถึงบริการจาก เจ มาร์ท กรุ๊ป ได้ง่ายและดียิ่งกว่าเดิม



ค่านิยมใหม่ของ เจ มาร์ท กรุ๊ป



HANDS

ทำด้วยใจ



HEARTS

ให้ใจ



HEAD

สร้างสรรค์ด้วยใจ



HOPE

พลังใจ

- 1. ทำด้วยใจ** ด้วยเครือข่ายธุรกิจและพาร์ทเนอร์ พันธมิตรที่หลากหลาย เราจึงทำธุรกิจที่เข้าถึงทุกชีวิตได้
- 2. ให้ใจ** จากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจการเงิน เพื่อการค้าปลีกและรายย่อยเรามีความเข้าใจความต้องการและเห็นอกเห็นใจอย่างลึกซึ้งต่อลูกค้าคนไทย ที่สำคัญเราเต็มใจและมีความพร้อมที่จะร่วมแก้ปัญหให้กับผู้คน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น
- 3. สร้างสรรค์ด้วยใจ** การนำเทคโนโลยีดาต้าและนวัตกรรมทางดิจิทัลมาพัฒนาในรูปแบบธุรกิจ และผลิตภัณฑ์ด้านธุรกิจการเงินเพื่อการค้าปลีกและรายย่อยที่ตอบโจทย์กับทุกความต้องการของลูกค้า และกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริงและยั่งยืน
- 4. พลังใจ** เรามีแรงผลักดันเต็มเปี่ยมที่จะทำให้คนไทยพัฒนาตนเองมีต้นทุนที่ดี เพื่อจะก้าวต่อไปข้างหน้าอย่างไม่กลัวอุปสรรคเหมือนที่ เจ มาร์ท กรุ๊ปเคยเติบโตและสร้างโอกาสให้ตัวเองมาแล้ว

**พนักงานและผู้บริหารของเจมาร์ท กรุ๊ป
สร้างสรรค์แรงบันดาลใจ เพื่อก้าวที่กล้าสู่ออนาคต**

นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืน

บริษัท เจ มาร์เก็ต จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ (“บริษัทฯ”) ตระหนักดีถึงการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นลูกค้า , พนักงาน , คู่ค้า , คู่แข่ง , สังคมและชุมชนรวมถึงมุ่งพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืน โดยบริษัทได้ผนวกเป้าหมายด้านการดำเนินงาน เพื่อความยั่งยืนผนวกเข้ากับกลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัทที่เน้นสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาและการเติบโตของบริษัท การกำกับดูแลกิจการที่ดี , การบริหารความเสี่ยง , การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท ทั้งนี้บริษัทจึงได้กำหนดกรอบการบริหารจัดการให้เป็นแนวปฏิบัติตามมาตรฐานสากล โดยมีนโยบายการดำเนินงาน ดังนี้

ด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดีและประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม , เคารพสิทธิ และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียและผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างและรักษาผลประโยชน์ที่ดีที่สุด สร้างความมั่นคง และความยั่งยืนทางด้านการเงินให้กับบริษัท
2. มุ่งมั่นในการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์และการบริการที่ดี เพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามุ่งเน้นการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
3. การพัฒนากลยุทธ์การเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และการบริหารจัดการภายในที่ดี สามารถปรับตัวได้ภายใต้ภาวะการเปลี่ยนแปลงต่างๆ

ด้านสิ่งแวดล้อม

1. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในตลอดกระบวนการของการดำเนินธุรกิจ โดยนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพื่อป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่อาจเกิดขึ้นจากการประกอบกิจการ
2. ส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกในเรื่องการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงาน เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการจัดการและดูแลสิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยสร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วมและเป็นช่องทางให้พนักงานได้ร่วมกันแสดงพลัง และจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม

ด้านสังคม/ชุมชน

1. การดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ผ่านกิจกรรมที่จัดทำขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุดและนำไปสู่การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข ควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ให้แก่ธุรกิจไปพร้อมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
2. ให้ความสำคัญในการดูแลพนักงาน , พัฒนาศักยภาพของพนักงาน , เสริมสร้างศักยภาพทุนมนุษย์ เพื่อรองรับกับกลยุทธ์ของบริษัทในด้านต่างๆ

ทั้งนี้กรรมการ , ผู้บริหาร และพนักงาน บริษัท เจ มาร์เก็ต จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ (“บริษัทฯ”) ทุกคนมีหน้าที่สนับสนุน , ผลักดัน และปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายและกรอบการบริหารจัดการความยั่งยืนที่กำหนด



Jaymart Group | Sustainability Report 2022

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (MATERIAL TOPIC)

กระบวนการระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เจ มาร์ก ประเมินและจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก ให้ความสำคัญและพิจารณาปัจจัยภายนอกและภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

และดำเนินการขอการอนุมัติโดยผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการด้านความยั่งยืน และเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานตามประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ

เจ มาร์ก ดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ หรือ UN Sustainable Development Goals (SDGs) ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ , สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ในปี 2565 มีประเด็นการพัฒนายั่งยืนที่มีความสำคัญ 7 เรื่อง

ทั้งนี้บริษัทยึดแนวทางการดำเนินงานตามหลักการพัฒนาความยั่งยืน จากการประชุมสมัชชาสหประชาชาติสมัยสามัญครั้งที่ 70 เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2558 ณ สำนักงานใหญ่สหประชาชาติ ประเทศไทยและประเทศสมาชิกสหประชาชาติรวม 193 ประเทศ ร่วมลงนามรับรองวาระการพัฒนายั่งยืน ค.ศ. 2030 (2030 Agenda for Sustainable Development)

ซึ่งเป็นกรอบการพัฒนาของโลก เพื่อร่วมกันบรรลุการพัฒนาทางสังคม, เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ภายในปี ค.ศ. 2030 โดยกำหนดให้มีเป้าหมายการพัฒนายั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป็นแนวทางให้แต่ละประเทศดำเนินการร่วมกัน

โดย เจ มาร์ก ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งผลักดันให้บริษัทที่ลงทุนมีการใช้เทคโนโลยีในการยกระดับ

คุณภาพชีวิต ชุมชน สังคม

สิ่งแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้น

และส่งเสริมให้บริษัทที่ลงทุนมุ่งมั่นในการพัฒนาการจัดการด้านความยั่งยืน โดยมีแนวทางตามเป้าหมาย SDGs ในปี 2565 ดังต่อไปนี้



ประเด็นด้านความยั่งยืน

เจ มาร์กดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ หรือ UN Sustainable Development Goals (SDGs) ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ในปี 2565 มีประเด็นการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่มีความสำคัญ 8 เรื่อง

E

มิติสิ่งแวดล้อม

- การจัดการด้านพลังงาน
- การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- สังคม zero waste

S

มิติสังคม

- การจัดการทรัพยากรบุคคล
- บทบาทพลเมือง และ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ขององค์กร

G

มิติเศรษฐกิจ

- จริยธรรมทางธุรกิจ กับบรรษัทภิบาล
- ความคาดหวังของผู้บริโภค และความพึงพอใจ
- การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

ประเด็นสำคัญด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เจ มาร์ก จับประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีความเกี่ยวข้องกับลักษณะการประกอบธุรกิจจากการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียตามช่องทาง การเชื่อมโยงต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการหาประเด็นต่างๆจากการวิจัยที่เป็นแนวโน้มในอุตสาหกรรม บริษัทคัดเลือกประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมกับผู้มีส่วนได้เสียมาบริหารจัดการ เช่น ผลกระทบที่มีผลต่อผู้ถือหุ้น , พนักงาน , สังคม และบริษัทในกลุ่มหรือบริษัทย่อยดังต่อไปนี้

สรุปประเด็นสำคัญ



1. การเติบโตทางธุรกิจที่บริษัทเข้าลงทุน



2. การสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ผู้ถือหุ้น



3. โอกาสและความก้าวหน้าในสายงานอาชีพของพนักงาน



4. สร้างนวัตกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์ทางด้านดิจิทัล



5. การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี



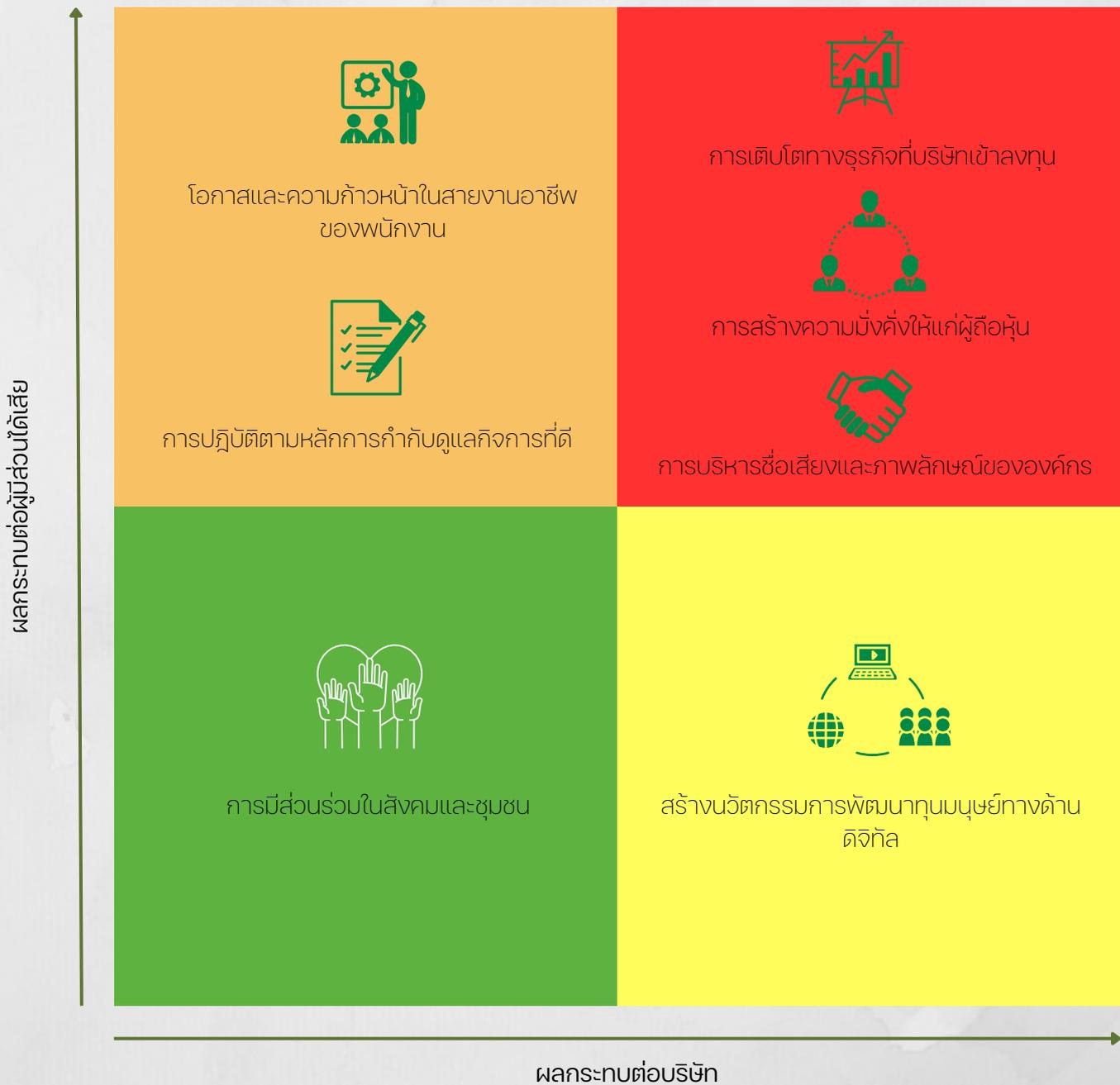
6. การมีส่วนร่วมในสังคมและชุมชน



7. การบริหารชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร

การจัดลำดับประเด็นที่สำคัญ

เจ มาร์เก็ต จัดกระบวนการจัดลำดับความสำคัญประเด็นที่สำคัญ โดยการพิจารณา ประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อบริษัททั้งในด้านเศรษฐกิจ , สังคมและสิ่งแวดล้อม ประเด็น สำคัญที่มีผลกระทบที่เป็นที่สนใจต่อผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม บริษัทได้จัดลำดับความสำคัญ ตามการพิจารณาผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย ดังต่อไปนี้



การทบทวนประเด็น

เมื่อคณะทำงานได้ข้อสรุปการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีความสำคัญตามลำดับกับผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียแล้ว เพื่อเป็นการทบทวนประเด็นและเพิ่มมุมมองและการรับฟังข้อคิดเห็น และการสอดผลกระทบต่างๆทั้งเชิงบวกและเชิงลบแล้วนั้น คณะทำงานได้นำรายงานนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท รับทราบ , สอบทาน และเพื่ออนุมัติเนื้อหาเพื่อรายงานในรายงาน 56-1 One Report และเพื่อเผยแพร่ในเว็บไซต์ และสื่อต่างๆของบริษัทต่อไป

การสรุปประเด็นที่สำคัญในการทำรายงาน

ประเด็นเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน



1. การเติบโตทางธุรกิจที่บริษัทเข้าลงทุน



2. การสร้างความมั่นคงให้แก่ผู้ถือหุ้น



3. โอกาสและความก้าวหน้าในสายงานอาชีพของพนักงาน



4. สร้างนวัตกรรมการพัฒนากุมนุมชายทางด้านดิจิทัล



5. การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี



6. การมีส่วนร่วมในสังคมและชุมชน



7. การบริหารชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร

ขอบเขตการรายงาน

การให้ความร่วมมือและช่วยเหลือและสนับสนุนบริษัทที่อยู่ภายใต้กลุ่มเจ มาร์ท ให้มีการเติบโตทั้งในระยะสั้น และระยะยาว

การสร้างการเจริญเติบโตของธุรกิจ เพื่อผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นระยะยาว และการตั้งเป้าหมายผลตอบแทนประกอบการดำเนินงานที่เกิดขึ้น

มีการวางแผนที่เกี่ยวกับการวางแผนการเจริญเติบโตในหน้าที่การงานของพนักงาน

การวางแผนการพัฒนาด้านนวัตกรรม และสร้างวัฒนธรรมด้านดิจิทัลให้กับองค์กร เพื่อการสร้างศักยภาพบุคลากรด้านดิจิทัลและการตั้งเป้าหมายการดำเนินการ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

การวางแผนระยะสั้นและระยะยาว ในการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับเพื่อลดผลกระทบที่เป็นประเด็นข้อพิพาททางกฎหมาย

การดำเนินกิจกรรมทางสังคม เพื่อช่วยเหลือและการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชนและสังคมรวมถึงการบริจาค เพื่อสาธารณะประโยชน์

การจัดการสื่อสารให้ถูกต้องและครบถ้วน รวดเร็วตามความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งจะมีผลต่อความเชื่อมั่น , มั่นใจ และความไว้วางใจต่อบริษัท เจ มาร์ท

3 มิติสิ่งแวดล้อม

มิติสิ่งแวดล้อม

Jaymart Group | Sustainability Report 2022

เจ มาร์ท ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมเสมอ โดยได้มีการศึกษา คัดค้นนวัตกรรมและริเริ่มโครงการต่างๆ เพื่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

เราให้ความสำคัญกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่า จากการใช้พลังงาน ทรัพยากรน้ำ ทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงการจัดการขยะอย่างยั่งยืนภายในองค์กร เพื่อ สนับสนุนนโยบายการพัฒนายั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainability Development Goals: SDGs) ที่สอดคล้องกับปัจจุบันและแนวโน้มต่างๆ ทั้งในระดับประเทศและ ระดับสากล

Priority SDG



นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

เจ มาร์เก็ต มีนโยบายและเป้าหมายที่จะรักษาสิ่งแวดล้อมและสร้างให้พนักงานมีความตระหนักถึงการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยการเริ่มต้นจากตนเอง ไปจนถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ล้อมในวงกว้าง นอกจากนี้ บริษัทยังได้ตระหนักถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมในบริเวณที่บริษัทดำเนินการอยู่ ด้วยการที่บริษัทปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องและตั้งอยู่บนพื้นฐานหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยบริษัทจะดำเนินการในด้านต่างๆ ดังนี้

1 การปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม

- บริษัทจะปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง

2 การลงทุน

- บริษัทให้ความสำคัญต่อการลงทุนในการรักษาสิ่งแวดล้อมและพิจารณามิติด้านสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจในด้านการลงทุน

3 การป้องกันมลภาวะและการลดการใช้ทรัพยากร

- บริษัทจะป้องกันมลภาวะที่เกิดจากกิจกรรมและสินค้าของบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- บริษัทจะบริหารจัดการการใช้พลังงานและสาธารณูปโภค (ไฟฟ้า ประปา) ให้มีปริมาณการใช้ที่ลดลง และเพื่อการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพ

4 การสื่อสารและการสร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม

- บริษัทส่งเสริมให้พนักงานตระหนักในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
- บริษัทดำเนินการสื่อสารนโยบายและการปฏิบัติงานตามนโยบายให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร

BUSINESS & CLIMATE CHANGE

Jaymart Group | Sustainability Report 2022

เจมาร์ทเห็นความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (Climate Change) อันเป็นผลทางตรง หรือทางอ้อมจากกิจกรรมของมนุษย์ ที่ทำให้องค์ประกอบของบรรยากาศเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าที่เกิดจากความผันแปรตามธรรมชาติและยังหมายความรวมถึงอุณหภูมิสูงหรือต่ำผิดปกติ ฝนตกหนัก ฝนแล้ง ลมพายุรุนแรง

กิจกรรมของมนุษย์ที่มีผลทำให้ภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ กิจกรรมที่ทำให้เกิดก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases) ในบรรยากาศเพิ่มมากขึ้น เช่น การปศุสัตว์ การใช้พลังงานเชื้อเพลิงฟอสซิล , การใช้ไฟฟ้าและน้ำประปาเกินความจำเป็น การสร้างขยะ , การเลือกใช้อุปกรณ์ที่ย่อยสลายยากเหล่านี้เป็นเหตุให้ภาวะเรือนกระจก (Greenhouse Effect) รุนแรงกว่าที่ควรจะเป็นตามธรรมชาติ และส่งผลให้อุณหภูมิพื้นผิวโลกสูงขึ้นที่เรียกว่าภาวะโลกร้อน (Global Warming)

13 CLIMATE ACTION





การจัดการพลังงานและ ทรัพยากร

วิกฤตพลังงานที่ทั่วโลกกำลังเผชิญกันในแง่ของพลังงานขาดแคลน อันสืบเนื่องมาจากหลายปัจจัยตั้งแต่ปัญหาการหยุดชะงักของกระบวนการผลิต สภาพอากาศที่เลวร้าย ความต้องการบริโภคพลังงานที่เพิ่มขึ้น ทำให้พลังงานที่มีอยู่ไม่เพียงพอ จนกระทั่งมีรายงานไฟฟ้าดับในหลายพื้นที่ทั่วโลก หรือในแง่ของการก่อมลพิษต่อจากระบบการค้นหา, ผลิตจนกระทั่งการใช้พลังงาน ที่ส่งผลกระทบต่อปัญหาสภาพภูมิอากาศ ผลกระทบที่ตามมาในเรื่องของเศรษฐกิจ Global Climate Risk Index 2021 จัดอันดับให้ประเทศไทยมีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบจากโลกรวนมากที่สุดในโลกเป็นอันดับ 9 จาก 180 ประเทศ

การใช้พลังงานในกิจกรรมการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท อาทิ การใช้ไฟฟ้ากับระบบคอมพิวเตอร์ ระบบปรับอากาศ ระบบไฟส่องสว่างภายในอาคาร รวมไปถึงการใช้เชื้อเพลิงเพื่อการขนส่งสินค้า หรือการเดินทาง จากการใช้พลังงานในกิจกรรมดังกล่าวล้วนมีส่วนในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ที่ส่งผลกระทบต่อวิกฤตโลกร้อน หรือหากพลังงานขาดแคลนย่อมส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท อาทิ หากขาดพลังงานไฟฟ้า จะส่งผลกระทบต่อระบบคอมพิวเตอร์ รวมไปถึง อุปกรณ์สำนักงานที่ต้องใช้ไฟฟ้าจะไม่สามารถใช้งานได้ ส่งผลให้การดำเนินงานธุรกิจต้องหยุดชะงักหรือหากขาดพลังงานเชื้อเพลิง จะส่งผลให้ไม่สามารถกระจายสินค้าได้ เป็นต้น

จากผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากวิกฤตพลังงาน บริษัทมุ่งเน้นในการบริหารจัดการ การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการใช้พลังงานประเภทใช้แล้วหมดไป เพื่อลดการใช้พลังงานที่ซื้อจากแหล่งภายนอก รวมถึง มีส่วนในการบรรลุเป้าหมายตามอนุสัญญาสหประชาชาติ ว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change: UNFCCC) เกี่ยวเนื่องกับกรอบการจัดการวิกฤตสภาพภูมิอากาศของโลก จึงริเริ่มโครงการต่างๆ อาทิ เพิ่มอัตราการใช้พลังงานหมุนเวียน (พลังงานจากแสงอาทิตย์) ทดแทนการใช้พลังงานฟอสซิล โครงการอนุรักษ์การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยควบคุมการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดลดการใช้อุปกรณ์ หรือเครื่องมือที่สร้างมลพิษหรือใช้พลังงานมากเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้พลังงานของบริษัท

เป้าหมายการจัดการพลังงานของเจ มาร์ก

- ปี 2568 ลดใช้พลังงานที่ซื้อจากภายนอกลง ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2565
- ปี 2573 รักษาอัตราการลดใช้พลังงานที่ซื้อจากภายนอกต่อเนื่อง ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2565



Jaymart Group | Sustainability Report 2022

การดำเนินงานที่สำคัญในปี 2565

1. นำเทคโนโลยี Solar rooftop มาใช้เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า

เพื่อบรรลุเป้าหมายลดการใช้พลังงานที่ซื้อจากภายนอกบริษัทได้ติดตั้ง Solar rooftop แบบ On Grid ณ เจ มาร์ท สำนักงานใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่อาคารพาณิชย์ A และ B โดยการดำเนินการติดตั้งโดยบริษัทเจจีเอสเอ็น แอร์จี้ พาวเวอร์ จำกัด บริษัทในเครือเจมาร์ท ที่ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์ Solar rooftop เริ่มติดตั้งในเดือนพฤศจิกายน 2565 โดยมี กำหนดติดตั้งแล้วเสร็จภายในเดือนมกราคม ปี 2566

จากข้อมูลการใช้พลังงานไฟฟ้าของบริษัทปี 2565 บริษัทซื้อไฟฟ้าจากภายนอกเพื่อใช้ ณ อาคาร เจ มาร์ท สำนักงานใหญ่ ทั้งหมด 2,241.70 MWh เป็นเงิน 9,871,887.50 บาท เมื่อระบบติดตั้ง Solar Rooftop ที่มี กำลังการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ได้ 171.13 kWh หรือประมาณปีละ 249.90 MWh คิดเป็นร้อยละ 11.14 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด

เมื่อเทียบกับข้อมูลปีฐาน 2565 สามารถประหยัดเงินได้ปีละประมาณ 1,049,614.44 บาท และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้กว่า 124.93 tCO₂eq เทียบได้กับการปลูกต้นไม้ประมาณ 21,652 ต้น (เป็นตัวเลขคาดการณ์ในการผลิตไฟฟ้าและการดูแลรักษาเรือนกระจกต่อปี)



124.93 tCO₂eq



2. ข้อมูลการใช้พลังงาน เจ มาร์ท สำนักงานใหญ่ (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2565)

ข้อมูลการใช้พลังงานไฟฟ้า และเชื้อเพลิง
เจ มาร์ท สำนักงานใหญ่ (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2565)
พลังงานที่ใช้ทั้งหมด

การใช้พลังงานรวม : หน่วย MWh
ปี 2021 2,423 MWh
ปี 2022 2,768.74 MWh

การใช้น้ำมันเชื้อเพลิง MWh
ปี 2021 345.16 MWh
ปี 2022 527.03 MWh

พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก MWh
ปี 2021 2,077.84 MWh
ปี 2022 2,241.70 MWh



พลังงานไฟฟ้า



น้ำมันเชื้อเพลิง

ข้อมูลการใช้พลังงาน เจ มาร์ท สำนักงานใหญ่ (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2565)

3. ข้อมูลการใช้พลังงาน เจ มาร์ท สำนักงานใหญ่ (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2565)

ข้อมูลการใช้น้ำ หน่วย M3

ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด

2564 21,369.00 M3

2565 27,215.00 M3

การดำเนินงานที่สำคัญในปีที่ผ่านมา

1. น้ำใช้เพื่อการอุปโภค บริโภค

ในส่วนของการใช้น้ำที่ใช้ในการอุปโภค , บริโภค บริษัทส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรน้ำอย่างมีคุณค่าด้วยการติดประกาศให้ใช้น้ำอย่างประหยัด โดยเฉพาะในจุดที่มีการใช้น้ำ เช่น ในห้องน้ำ , อ่างล้างจาน รวมถึงมีการตรวจสอบอุปกรณ์การใช้น้ำให้มีสภาพพร้อมใช้งาน ไม่รั่วซึม เพื่อให้แน่ใจว่าจะไม่มีการสูญเสียน้ำเนื่องจากอุปกรณ์ชำรุด

2. การจัดการน้ำทิ้ง

บริษัทคำนึงถึงผลกระทบต่อจากน้ำทิ้งที่เกิดจากกิจกรรมภายใน บริษัทจึงติดตั้งระบบบำบัดน้ำทิ้งแบบต่อเนื่องเติมอากาศก่อนที่จะทิ้งน้ำออกสู่ภายนอกตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนดเพื่อให้มั่นใจว่าน้ำที่เกิดจากกิจกรรมของบริษัทไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนรอบข้าง

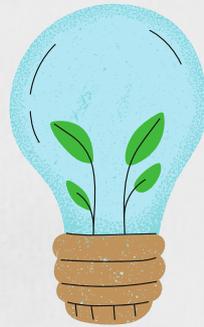
4. เปลี่ยนหลอดตะเกียบเป็นหลอด LED

ในส่วนของหลอดไฟส่องสว่างที่ใช้ในอาคารสำนักงาน บริษัทได้เริ่มดำเนินการเปลี่ยนหลอดตะเกียบมาเป็นหลอด LED ซึ่งมีคุณสมบัติในการกินไฟน้อยกว่าหลอดตะเกียบ อีกทั้งอายุการใช้งานนานกว่า เริ่มใช้งานหลอด LED ที่บริษัทเจมาร์ทสำนักงานใหญ่ ครอบคลุมอาคาร A, B และ C โดยในปี 2565 มีการเปลี่ยนมาใช้หลอด LED ทั้งหมด 566 หลอด จากทั้งหมด 3,400 หลอด คิดเป็นร้อยละ 16.64 จากหลอดตะเกียบที่ให้ค่าความสว่างที่ 806 ลูเมน กินไฟประมาณ 18 วัตต์ เมื่อเปลี่ยนมาใช้หลอด LED ที่ให้ความสว่างเท่ากันจะกินไฟเพียงครึ่งเดียวหรือประมาณ 9 วัตต์ เมื่อเทียบการใช้งานตลอดทั้งปี

จากการเปลี่ยนหลอดไฟส่องสว่างภายในบริษัทช่วยให้ประหยัดไฟได้กว่า 14,874 kWh (จำนวนหลอดไฟ x วัตต์ x ชั่วโมงทำงาน x วันทำงาน)[1]ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 7,435.75 kg Co2eQ โดยใช้วิธีคำนวณจากคู่มือการรายงานความยั่งยืน (หน้า 58) [2]

[1] <https://solarsmileknowledge.com/energy-management>

[2] <https://www.setsustainability.com/download/tar3phsdvg2fkw1> (หน้า 58)



เปลี่ยนหลอดตะเกียบเป็นหลอด LED 566 หลอด



**สามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
= 7,435.75kg Co2eQ**

5. เปลี่ยนใช้คอมพิวเตอร์ Laptop แทนคอมพิวเตอร์ PC

นอกจากการเปลี่ยนหลอดไฟส่องสว่าง บริษัทได้ดำเนินการเปลี่ยนอุปกรณ์สำนักงานประเภทคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) โดยเปลี่ยนมาเป็นอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) ที่กินไฟน้อยกว่า กล่าวคือ PC กินไฟประมาณ 300 - 800 วัตต์ ต่อเครื่องใน ส่วน Laptop กินไฟประมาณ 100 - 300 วัตต์ต่อเครื่อง โดยที่เจมาร์ทสำนักงานใหญ่ มีการใช้คอมพิวเตอร์ รวม 192 เครื่องในจำนวนนี้บริษัทได้เปลี่ยนมาใช้คอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) จำนวน 150 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 78.12 ของจำนวนคอมพิวเตอร์ทั้งหมด ทำให้ประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้าประมาณ 87,600 kWh/ปี ช่วยลดการปล่อยคาร์บอนฟุตพริ้นท์ได้ประมาณ 43,791.24 kgCO₂e_q โดยใช้วิธีคำนวณจากคู่มือการรายงานความยั่งยืน (หน้า 58) [1]

[1] <https://www.setsustainability.com/download/tar3phsdvg2fkw1> (หน้า 58)



สามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
= 43,791.24kg Co₂e_Q

6. การจัดการกระดาษ

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทตั้งแต่การจัดซื้อจัดจ้าง การสรรหาว่าจ้างบุคลากร เอกสารที่ใช้ประกอบการนำเสนอ , เอกสารสัญญา , เอกสารด้านบัญชี , ด้านกฎหมาย , สื่อประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงการออกใบเสร็จรับเงินให้กับลูกค้าล้วนมีการใช้กระดาษทั้งสิ้น ส่งผลต่อภาพรวมในการลดจำนวนต้นไม้ที่จำเป็นในการดูดซับก๊าซเรือนกระจก อีกทั้งยังมีส่วนในการเพิ่มการใช้พลังงานไฟฟ้า รวมถึงน้ำประปาที่ใช้ในการผลิตกระดาษที่ส่งผลในการเพิ่มก๊าซเรือนกระจกอีกด้วย เพื่อมีส่วนในการบรรลุเป้าหมายตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change: UNFCCC) [1] เกี่ยวเนื่องกับกรอบการจัดการวิกฤตสภาพภูมิอากาศของโลก บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตกระดาษที่ส่งผลต่อวิกฤตโลกร้อน จึงมีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการการใช้กระดาษภายในองค์กรอย่างมีคุณค่า ลดการใช้กระดาษในกิจกรรมการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้ได้มากที่สุด จึงมุ่งมั่นพัฒนาระบบต่างๆ ที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อลดการใช้กระดาษ ซึ่งนอกจากจะช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ระบบต่างๆ ยังตอบสนองรูปแบบธุรกิจในปัจจุบันอีกด้วย

[1] <http://www.tgo.or.th/2020/index.php/th>

ปริมาณการใช้กระดาษ เจ มาร์ท สำนักงานใหญ่ (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2565)

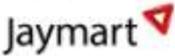
- 2021 1,993.20 kg
- 2022 2,032.80 kg

การดำเนินงานที่สำคัญในปีที่ผ่านมาเรื่องการจัดการกระดาษ

6.1 ส่วนงานบุคคล

บริษัทได้พัฒนา <https://jayapp.jaymart.org/recruitment> เป็นช่องทางในการรับสมัครงานสำหรับผู้สนใจร่วมงานกับกลุ่มบริษัทเจมาร์ก โดยระบบออกแบบมาให้ผู้สนใจร่วมงานกับกลุ่มบริษัทกรอกข้อมูลการสมัครงานผ่านหน้า Web Recruitment ของบริษัทแล้วเจ้าหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะดำเนินการพิจารณาคุณสมบัติของผู้สมัครผ่านหน้า Web ของบริษัทได้โดยตรง ทำให้ช่วยลดกระดาษที่ใช้ในการสมัครงาน มี e - Portal Management Services ที่สามารถบอกวันทำงาน วันหยุด และเวลาทำงานของบริษัทได้ รวมถึงการตรวจสอบ บันทึกเวลาในการทำงานของพนักงาน และพนักงานยังสามารถใช้สิทธิการลา รวมถึงใช้สวัสดิการต่างๆ ผ่านระบบได้อีกด้วย ตัวโปรแกรมนอกจากจะช่วยลดการใช้กระดาษจากกิจกรรมดังกล่าว ยังช่วยอำนวยความสะดวกแก่พนักงานที่ใช้บริการ และฝ่ายทรัพยากรบุคคลที่ต้องใช้ข้อมูลอีกด้วย

นอกจากนี้ในส่วนงานบุคคลยังมี Line@ Jaymart connect ที่ใช้เพื่อเป็นการช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานอีกช่องทางหนึ่ง ระบบช่วยลดการสื่อสารด้วยการติดต่อประภาศซึ่งช่วยในการสื่อสารส่งตรงถึงมือถือพนักงานได้ดีขึ้นอีกด้วย

<p>มาร่วมเป็นส่วนหนึ่งกับเรา กลุ่มธุรกิจ เจมาร์ก</p> 	<p>รับสมัครงาน : JOB SEEKER JAYMART GROUP</p> <p>บริษัทเจมาร์ทกรู๊ป รับสมัคร พนักงานขาย call center และตำแหน่งอื่นๆ จำนวนมาก งานดี...</p> <p>jaymart.org /</p>
--	---

6.2 ส่วนงานจัดซื้อ

e - Portal ระบบ PR Process เป็นระบบออกแบบมาเพื่อลดการใช้กระดาษในกระบวนการจัดซื้อ ตั้งแต่การเสนอราคา อนุมัติการจัดซื้อจัดจ้าง การจ่ายเงิน ไปจนถึงการจัดเก็บเอกสารในรูปแบบ Electronic

เป้าหมาย

- ปี 2568 ลดปริมาณการใช้กระดาษลง ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2565
- ปี 2573 ลดปริมาณการใช้กระดาษลง ร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2565

การดำเนินงานที่สำคัญในปีที่ผ่านมาเรื่องการจัดการกระดาษ

ใจ | Jaymart

เชื่อมต่อทุกการใช้จ่าย
ตอบโจทย์กับทุกไลฟ์สไตล์ยุคใหม่

POINT | Jaymart

เชื่อมต่อกับ
J POINT
ตรวจสอบคะแนนง่าย ๆ

ดาวน์โหลดบน App Store | GET IT ON Google Play

ดาวน์โหลดได้แล้ววันนี้
โหลดนี้ไป!! รับเลย!!
กับสิทธิพิเศษรับ POINT x2
เพิ่มคะแนนจ่ายด้วย J Wallet

*โหลดใน App Store & Google Play

6.3 E-Invoice / e-Wallet

ในกระบวนการจำหน่ายสินค้าและรับชำระเงิน จากการรับชำระเป็นเงินสด และออกใบเสร็จรับเงินที่เป็นกระดาษสู่ผู้ซื้อ Digitization บริษัทได้ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีโดยในส่วนของกระบวนการรับชำระเงิน บริษัทสามารถรับชำระในรูปแบบต่างๆ เช่น การรับโอน หรือรับชำระผ่านบัตรเครดิต ซึ่งนอกจากนี้บริษัทยังได้พัฒนา J Wallet บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มความสะดวกสบายในการใช้จ่าย สามารถชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ร้านค้าในเครือ Jaymart และพันธมิตรอย่างง่ายดาย พร้อมบริการหลากหลายบนโลกออนไลน์ อาทิ เติมเงิน เติมแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตและบริการทางการเงินอื่นๆ อีกมากมายซึ่งมาพร้อมเทคโนโลยีการยืนยันตัวตนแบบอิเล็กทรอนิกส์ (eKYC) และ Visa Secure รวมถึงฟีเจอร์การออกบัตร J Elite VISA Card เพิ่มมิติการชำระเงินได้แบบครบรอบด้านพร้อมรับสิทธิพิเศษมากมาย ทั้งโปรโมชันและการสะสมคะแนน J Point เมื่อลูกค้าชำระเงินด้วยช่องทางใดก็ตาม บริษัทจะทำการออกใบเสร็จรับเงินในรูปแบบ e-Invoice แล้วส่งเข้าไปที่ e-mail ของลูกค้า ซึ่งเป็นการลดกระดาษจากการออกใบเสร็จรับเงินได้อีกด้วย

ใจ | Jaymart

สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก
สมัครวันนี้
คุ้ม 4 ต่อ

พร้อมรับสิทธิประโยชน์มากมาย ที่จอยมาร์ต

สมัครผ่าน Line Official: Jpoint

สมัครสมาชิกใหม่

- รับฟรี ทุบวง ส่วนลดสูงสุด 200 บาท
- รับส่วนลดสูงสุด ใช้คะแนนสะสมลด 50%
- สิทธิพิเศษจากร้านชั้นนำ
- บริการรับ Power Bank ฟรี!

สิทธิพิเศษจาก Jpoint

- ซื้อทุก 50 บาท รับคะแนนสะสม 1 คะแนน
- ใช้ทุก 100 คะแนน แลกรับส่วนลด 10 บาท
- รับส่วนลดพิเศษสูงสุด 10% สำหรับสินค้าจอยมาร์ต
- BirthDay ยินดีเสมอ x2*
- แลกกับ Rewards จากร้าน Jaymart และพันธมิตรในเครือ Jaymart Group

ปฏิบัติการลด-โลก-ร้อน กับ Care the Bear

วันศุกร์ที่ 17 มิถุนายน 2565 อบรมออนไลน์ ผ่านระบบ Microsoft Team



www.setsocialimpact.com

SET | Make it Work for Everyone

การดำเนินงานที่สำคัญในปี 2565

7. ปฏิบัติการลด-โลก-ร้อน

บมจ.เจ มาร์ท (JMART) บมจ.เจ เอ็ม ที เน็ทเวอร์ค เซอร์วิส เซ็ส (JMT) และ บมจ.เจเอเอส แอสเซ็ท (J) ร่วมกับ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยร่วมกับ จัดอบรมออนไลน์ “ปฏิบัติการลด-โลก-ร้อน กับ Care the Bear” ให้กับ พนักงานจากทุกฝ่ายงานของทั้ง 3 องค์กร จำนวน 150 คน

โครงการ Care the Bear จะมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนร่วมกับสมาชิกในองค์กรไปสู่เป้าหมายความยั่งยืนในการ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของภาวะโลกร้อน โดยการอบรมครั้งนี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้แชร์ สถานการณ์ก๊าซเรือนกระจก และแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการจัดกิจกรรมขององค์กร รวมถึงการ นำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

โดยมีคุณ นพเพ็ญ สุจริตกุล ผู้ช่วยผู้จัดการ หัวหน้ากลุ่มงานสื่อสารองค์กรและพัฒนาเพื่อสังคมตลาดหลักทรัพย์ฯ กล่าวถึงความร่วมมือในโครงการ Care the Bear และ คุณเอกชัย สุขุมวิทย์ยา กรรมการบริหาร รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ.เจ มาร์ท กล่าวเปิดการอบรม เมื่อ 18 มิ.ย. 2565



การดำเนินงานที่สำคัญในปี 2565

8. การจัดการขยะ

เพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืน บริษัทจึงเข้าร่วมโครงการ Care the Whale โดยในวันที่ 4 สิงหาคม 2565 บริษัทได้เข้าร่วมประชุมลูกบ้านสมาชิกและเครือข่ายพันธมิตรกว่า 20 องค์กร ประชุมโครงการ Care the Whale “ขยะล่องหน” ณ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในการประชุมนี้เองบริษัทได้ถือโอกาสเปิดตัวการเป็นสมาชิกใหม่ของโครงการ ซึ่งในโครงการมีแนวทาง มีเครือข่ายและมีเครื่องมือที่สามารถใช้ในการบริหารจัดการขยะตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง การจัดการขยะ รวมถึงยังมี Platform ที่ใช้ในการคำนวณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากการจัดการขยะอย่างถูกวิธีอีกด้วย



HOME ABOUT US IMPACT CO-CREATION IMPACT PROGRAM IMPACT CARE IMPACT MOVEMENT IMPACT VOLUNTEER

ลูกบ้านสมาชิกและเครือข่ายพันธมิตรร่วมประชุมโครงการ Care the whale “ขยะล่องหน”





การจัดการขยะ

วิกฤตพลังงานที่ทั่วโลกกำลังเผชิญทั้งในแง่ของพลังงานขาดแคลน อันสืบเนื่องมาจากหลายปัจจัยตั้งแต่ปัญหาการหยุดชะงักของกระบวนการผลิต สภาพอากาศที่เลวร้ายความต้อง การบริโภคพลังงานที่เพิ่มขึ้น ทำให้พลังงานที่มีอยู่ไม่เพียงพอ จนกระทั่งมีรายงานไฟฟ้าดับในหลายพื้นที่ทั่วโลก หรือในแง่ของการก่อมลพิษต่อจากระบบการค้นหา , การผลิตจนกระทั่งการใช้พลังงานที่ส่งผลกระทบต่อปัญหาสุขภาพภูมิอากาศ ผลกระทบที่ตามมา ในเรื่องของเศรษฐกิจ Global Climate Risk Index 2021 จัดอันดับให้ประเทศไทยมีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบจากโลกรวนมากที่สุดในโลกเป็นอันดับ 9 จาก 180 ประเทศ

เป้าหมายการจัดการขยะของเจ มาร์ท

- ปี 2568 ลดสัดส่วนการนำขยะไปฝังกลบหรือเผาทำลาย โดยการนำเข้าสู่กระบวนการ Recycle ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10
- ปี 2573 ลดสัดส่วนการนำขยะไปฝังกลบหรือเผาทำลาย โดยการนำเข้าสู่กระบวนการ Recycle ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20

CARE THE WHALE
ร่วมปฏิบัติการ **“ขยะล่องหน”**
ด้วยการแยกขยะ

ขยะทั่วไป
Icons: Paper, Plastic, Glass, Metal, Food Waste, Textiles, E-waste, Other

ขยะรีไซเคิล
Icons: Paper, Plastic, Glass, Metal, Textiles, E-waste

ขยะอินทรีย์
Icons: Food Waste, Fish Bones, Fruit Peels, Vegetable Scraps, Eggshells, Compost

ESG NEWS

ข่าวสารด้านการพัฒนาความยั่งยืนบริษัทกลุ่มเจมาร์ท

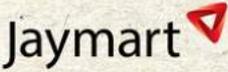
กิจกรรมเปิดตัวสัญลักษณ์วาฬ

BY JAYMART GROUP _ ESG

วันที่ 6 ธันวาคม ที่ผ่านมา กลุ่มเจมาร์ทจัดกิจกรรมเปิดตัวสัญลักษณ์วาฬ บริเวณหน้าอาคารเจมาร์ท(สำนักงานใหญ่) เพื่อเป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบในการรักษาสิ่งแวดล้อม ในโครงการ **Care The Whale** ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและพันธมิตรต่างๆ โดยได้รับเกียรติจากคุณปัญญา ชุตติสรองศ์ ผู้อำนวยการสายงานกลุ่มนักลงทุนสัมพันธ์ กลุ่มเจมาร์ท เป็นผู้มอบรางวัลให้กับพนักงานที่ชนะการออกแบบและสร้างวาฬในปีนี้เป็น 2 รางวัล ได้แก่รางวัลชนะเลิศ และรองชนะเลิศ โดยนอกจากกิจกรรมการมอบรางวัลดังกล่าวแล้ว เจมาร์ทยังได้จัดกิจกรรมสร้างความร่วมมือในการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้วยการให้พนักงานมีส่วนร่วมแสดงการมีจิตสำนึกและความตระหนักถึงความสำคัญของการแยกขยะให้ถูกที่ การทิ้งขยะให้ถูกวิธี รวมถึงการนำวัสดุกลับมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์อันสูงสุด ด้วยกิจกรรมเขียนโปสการ์ดถึงน้องวาฬเพื่อแสดงเจตนารมณ์และการให้คำมั่นสัญญาในเรื่องของการรักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย



จัดกิจกรรม “เจมาร์ท ขยะและ Point”



ใส่ใจโลก ใส่ใจคุณ

ขยะ แลก Point



CARE THE WHALE

ขอรับบริจาคขวดพลาสติก
เพื่อทำเป็นผ้าไตรจักร
ณ วัดจากแดง จ.สมุทรปราการ



ขวดพลาสติก 15 ใบ = ผ้าไตรจักร 1 ผืน

บริจาค
อลูมิเนียมที่มูลนิธิขาเทียม



โครงการบริจาค
อลูมิเนียม
เพื่อจัดทำ
ขาเทียม
พระราชทาน

1 POINT

ขวดน้ำ 1.5 ml
10 ขวด หรือ
ขวดน้ำ 0.6 ml
20 ขวด



100 POINT

โทรศัพท์
แท็บเล็ต
1 ชิ้น



1 POINT

กระป๋อง
น้ำอัดลม
2 กระป๋อง



20 POINT

เพาเวอร์แบงก์
ลำโพง
อแดปเตอร์
1 ชิ้น



1 POINT

หลอดดูดน้ำ
20 หลอด



1 POINT

สายชาร์จ
หูฟัง
1 ชิ้น



ขยะในมือคุณเปลี่ยนเป็น **-บุญ-** เกอะครับ

เปลี่ยนขยะเป็น Point หรือบริจาคขยะ ได้ที่ ชั้น L อาคาร A ทุกวันศุกร์ เวลา 10.00 - 14.00 น. สอบถามโทร 02 308 8253

ด้วย Power of Synergy บริษัทได้รับความร่วมมือจาก บริษัท เจ อีลิก จำกัด บริษัทในเครือที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับกิจกรรมการบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ ในการจัดกิจกรรม “ขยะแลก Point” เพื่อเพิ่มช่องทางในการสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแยกขยะ โดยบริษัทร่วมกับ J Elite ผู้ดูแลระบบ J Wallet จัดให้มีกิจกรรม “ขยะแลก Point” โดยในทุกๆ วันศุกร์ เวลา 11.40 - 13.20 น. จะมีการเปิดจุดบริการรับขยะและ Point พนักงานที่สนใจร่วมกิจกรรมสามารถนำขยะประเภทต่างๆ ตามที่กำหนด เช่น ขวดพลาสติก กระป๋อง รวมไปถึงขยะ E-Waste เช่น โทรศัพท์มือถือ ถังเก็บขยะ เพาเวอร์แบงก์ เป็นต้น นำมาแลก Point ณ จุดบริการซึ่งพนักงานจะได้รับ Point ผ่านระบบ J Wallet นั่นเอง ทั้งนี้กิจกรรมขยะแลก Point ที่จัดขึ้นในפעสแรกนี้เป็นการเปิดรับขยะภายในองค์กร ซึ่งมีแผนพัฒนาต่อยอดไปสู่การจัดการขยะภายนอกองค์กรด้วย

จัดโครงการ “เจมาร์ท ใส่ใจโลก ใส่ใจคุณ” เพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืน

เพื่อเป็นการจัดการขยะภายในองค์กรอย่างถูกต้องและยั่งยืน บริษัทจึงได้จัดโครงการ “เจมาร์ท ใส่ใจโลก ใส่ใจคุณ” ขึ้นมาเพื่อกระตุ้นและรณรงค์ผ่านการประชาสัมพันธ์ เช่น E mail ,Line@ ของบริษัท การติดประกาศ หรือการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ ของบริษัทให้บุคลากรของบริษัทลดการสร้างขยะ รู้จักใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และแยกขยะก่อนทิ้ง ภายใต้แนวคิด “ขยะล่องหน” บริษัทได้จัดจุดแยกขยะให้เพียงพอต่อความต้องการใช้งานทั้งสิ้น 13 จุดครอบคลุมพื้นที่อาคาร A ,B และ C โดยวิธีการแยกขยะแบ่งออกเป็น ขยะทั่วไป ขยะอันตราย และขยะรีไซเคิล เพื่อส่งไปจัดการอย่างตามประเภท คือ ขยะทั่วไป ขยะอันตรายส่งไปฝังกลบ ส่วนขยะรีไซเคิล อาทิ พลาสติกส่งต่อเพื่อ Upcycle กระดาษส่งขายเพื่อเข้าสู่กระบวนการ Recycle เป็นต้น



สรุปผลการจัดกิจกรรม “เจมาร์ท ขยะและ Point”

(ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)

หัวข้อ	หน่วย	ต.ค.	พ.ย.	ธ. ค.
ปริมาณของเสียที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรม	ชิ้น	425	794	1,513
ขวดพลาสติกขนาด 2.6 ลิตร	ชิ้น	240	480	580
ขวดพลาสติกขนาด 1.5 ลิตร	ชิ้น	140	190	690
หลอดพลาสติก	ชิ้น	0	70	140
กระป๋องอลูมิเนียม	ชิ้น	0	52	14
โทรศัพท์มือถือ , แก๊บลีต 1 เครื่อง	ชิ้น	8	1	33
ลำโพง , เพาเวอร์แบงก์	ชิ้น	9	0	8
สายชาร์จ , หูฟัง	ชิ้น	28	1	48

กิจกรรม “Party ฝึ E - Waste”

อีกหนึ่งกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการจัดการขยะประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นของเสียที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่าย บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมช่วยในการจัดการขยะประเภทนี้ จึงริเริ่มการรับขยะประเภท E - Waste เพื่อนำไปจัดการด้วยวิธีการที่ถูกต้อง โดยเริ่มต้นเปิดตัวการรับขยะด้วยกิจกรรม Party ฝึ E - Waste ทั้งนี้จะมีการต่อยอดไปสู่การรับ E - Waste จากลูกค้าและประชาชนทั่วไปอีกด้วย

Drop off

เพื่อการจัดการขยะแต่ละประเภทอย่างมีประสิทธิภาพ เจ มาร์ท จึงร่วมกับ Cirplas ซึ่งเป็นผู้รับขยะประเภทพลาสติกไปเข้าสู่กระบวนการ Upcycle โดยเริ่มต้นจาก เจ มาร์ท สำนักงานใหญ่จะเป็นจุดรับขยะประเภทพลาสติก ทั้งจากพนักงานและประชาชนทั่วไปจากนั้น Cirplas จะเป็นผู้เข้ามารับขยะพลาสติกและส่งต่อเพื่อเข้าสู่กระบวนการ Upcycle ต่อไป โดยในปีที่ผ่านมาเริ่มเข้ามารับในเดือนธันวาคมมีน้ำหนักพลาสติกรวม 205.93 kg

Upcycle Products

เพื่อการสนับสนุนและต่อยอดการจัดการขยะอย่างยั่งยืนภายในองค์กร รวมถึงส่งเสริมการจัดการขยะอย่างยั่งยืนในชุมชน บริษัท บีนส์ แอนด์ บราวน์ จำกัด บริษัทในเครือ เจ มาร์ท ซึ่งดำเนินธุรกิจร้านอาหารและร้านกาแฟ สเปนเซียลตี้ แบรินด์คาซ่า ลาแปง (Casa Lapin) และ แร็ปคอฟฟี่ (Rabb Coffee) ได้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หมวกผ้า และกระเป๋าผ้า รวมจำนวน 1,000 ชิ้น ผลิตจากผ้า จำนวน 850 หลา ที่ได้มาจากกระบวนการ Upcycle ขยะพลาสติก จากกระบวนการช่วยให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ได้ถึง 2,805 kgCO₂eq

สรุปผลการดำเนินงานการแยกขยะ เจ มาร์ท สำนักงานใหญ่

(ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)

หัวข้อ	หน่วย	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
ปริมาณของเสียที่เกิดจากการดำเนินงานรวม	kg	392.21	6,561.10	7,402.61
ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัดด้วยวิธีการฝังกลบ	kg	0	5,376.50	6,277.00
ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์	kg	392.21	1,184.60	1,125.61
จำแนกตามประเภทของเสียและวิธีการจัดการ				
ของเสียทั่วไปทั้งหมด	kg	392.21	6,543.90	7,389.41
จัดการด้วยวิธีการอื่นนอกจากกำจัด				
นำกลับมาใช้ใหม่	kg	0	0	0
ขายเพื่อรีไซเคิล	kg	392.21	1,051.10	1,000.80
บริจาคเพื่อรีไซเคิล	kg	0	133.50	124.81
นำไปกำจัด				
การฝังกลบ	kg	0	5,376.50	6,277.00
การเผาทำลาย	kg	0	0	0
ของเสียอันตรายทั้งหมด	kg			
จัดการด้วยวิธีการอื่นนอกจากกำจัด				
นำกลับมาใช้ใหม่	kg	0	0	0
ขายเพื่อรีไซเคิล	kg	0	0	0
บริจาคเพื่อรีไซเคิล	kg	0	0	0
นำไปกำจัด				
การฝังกลบ	kg	0	0	0
การเผาทำลาย	kg	0	0	0

ใส่ใจโลก ใส่ใจคุณ



ปฏิบัติการ “ขยะล่องหน”

จากจุดเริ่มต้น 21 ตุลาคม - 31 ธันวาคม 2565 รวม 72 วัน
เราช่วยกันแยกขยะประเภทกระดาษ และขวดพลาสติกได้

2,702.42 kg



ช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ใหญ่ อายุ 10 ปี

5,978.64

kgCO2eq

664

ต้น

พลาสติก จำนวน 365.72 kg	ลดก๊าซเรือนกระจก 1,281.37 kgCO2eq	เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ 142 ต้น
กระดาษ จำนวน 2,334 kg	ลดก๊าซเรือนกระจก 4,688.82 kgCO2eq	เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ 521 ต้น
กระป๋อง จำนวน 2.7 kg	ลดก๊าซเรือนกระจก 8.44 kgCO2eq	เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ 1 ต้น



สรุปผลการจัดกิจกรรม “ขยะแลก Point”



ขวดพลาสติก ที่นำมาแลก	40.91 kg	แลก Point รวม	210 Point
ขยะ E - Waste ที่นำมาแลก	136 kg	ขึ้น แลก Point รวม	3,564 Point
ช่วยลดก๊าซเรือนกระจก	152.1 kgCO2eq		
เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ใหญ่	17 ต้น		



มติบรรษัทภิบาล

เจ มาร์ท ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีจรรยาบรรณ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นและพื้นฐานของธรรมาภิบาลในองค์กร โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจการตามกฎหมายและข้อปฏิบัติต่างๆที่ออกโดยหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันอาจมีโอกาสดังเกิดขึ้นได้ บริษัทฯ ได้เตรียมมาตรการป้องกัน และแก้ไขเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นควบคู่กับการบริหารความเสี่ยงเหล่านั้นให้อยู่ในระดับที่รับได้ โดยมีเป้าหมายที่จะเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจ เป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย และต่อต้านการ กุฉินคอร์รัปชันในทุกมิติ

เจ มาร์ท มีการจัดทำ “คู่มือการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ” (“คู่มือฯ”) และ “นโยบายต่อต้านการ กุฉินคอร์รัปชัน” (“นโยบายฯ”) เพื่อวางมาตรฐานด้านจริยธรรม วางแนวทางการดำเนินงานภายในองค์กรให้เกิดความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และส่งเสริมแนวปฏิบัติที่ดีในองค์กรสำหรับกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานของ เจมาร์ท เพื่อสร้างมูลค่าทางธุรกิจในระยะยาว ควบคู่ไปกับการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้มีส่วนได้เสียในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

เจ มาร์ท มีความตั้งใจที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการ กุฉิน (CAC) เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามในการแก้ไขปัญหาการ กุฉินคอร์รัปชันโดยภาคธุรกิจของประเทศไทย บริษัทฯ จึงได้ประกาศเจตนารมณ์ เข้าร่วมแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2565

ในปี 2565 เจ มาร์ท ไม่ได้รับการแจ้งข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการ กุฉินคอร์รัปชัน

ในปี 2565 บริษัทฯ ดำเนินการสื่อสารข้อความประชาสัมพันธ์ช่องทางในการร้องเรียน แจ้ง เบาะแส (Whistle Blower Channel) ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.jaymart.co.th



มิติสังคม



เจ มาร์ท ในฐานะผู้นำในธุรกิจค้าปลีก คำนึงถึงการดำเนินธุรกิจตามหลักสิทธิมนุษยชน ให้ความสำคัญ คำนึงกับการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน บริษัทฯเชื่อมั่นว่าในการดำเนินธุรกิจการมีทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ เป็นปัจจัยที่นำพาองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน จึงส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมในการแข่งขัน ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี สร้างสภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยและอาชีวอนามัยที่ดีในการทำงาน บริษัทฯ

มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าผ่านผลิตภัณฑ์ และการบริการที่มีคุณภาพในขณะเดียวกันบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมกับชุมชน และสังคมผ่านกิจกรรมการดำเนินธุรกิจอีกด้วย

มิติสังคม

การดูแลพนักงาน

ทรัพยากรบุคคลหรือพนักงาน มีความสำคัญต่อกระบวนการดำเนินงานของบริษัทเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะในปัจจุบัน ยุค Globalization เป็นยุคที่เกิดการเปลี่ยนแปลงและที่มีการแข่งขันสูง รวมไปถึงการระบาดของโควิด-19 ซึ่งผลกระทบต่อสภาวะเศรษฐกิจ และสังคมโดยรวม ผู้คนทั่วโลกต้องเรียนรู้ปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับโลกที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เจ มาร์เก็ต จึงให้ความสำคัญต่อการดูแลความปลอดภัย, อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงานของพนักงาน บริษัทยังส่งเสริมการสร้างโอกาสการทางสังคมด้วยการจ้างงานโดยไม่แบ่งแยกเพศ, อายุ เชื้อชาติ, ภูมิฐานะ และความพิการ อีกทั้งบริษัทไม่สนับสนุนให้มีการใช้แรงงานเด็ก

โดยในปี 2565 ผ่านมาบริษัทไม่มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้แรงงานเด็ก

การจ้างงานของบริษัท

จากข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัท เจ มาร์เก็ต จำกัด (มหาชน) รวมถึงบริษัท เจมาร์เก็ต โบบาย จำกัด (บริษัท แกน) มีจำนวนพนักงาน รวม 1,111 คน จำแนกข้อมูลได้ ดังนี้

สถิติพนักงาน เจ มาร์เก็ต และ เจมาร์เก็ต โบบาย (แกน)		2564			2565		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำนวนพนักงาน ทั้งหมด (ตลอดปี)		511	805	1,316	704	1,058	1,762
จำนวนพนักงาน (ณ สิ้นเดือน ธันวาคม)		370	586	956	437	674	1,111
แบ่งตาม ระดับ	ระดับ ปฏิบัติการ (ตลอดปี)	498	794	1,292	691	1,045	1,736
	ระดับ บริหาร (Management) (ตลอดปี)	6	7	13	5	9	14
	ผู้บริหารระดับสูง (C Level) (ตลอดปี)	7	4	11	8	4	12
ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ		18.98%	18.51%	18.69%	28.13%	25.14%	26.33%
ค่าตอบแทน พนักงานระดับปฏิบัติการ – ผู้บริหาร		261,783,477.00			313,767,217.00		
ค่าตอบแทน ผู้บริหารระดับสูง		75,469,538.00			84,928,707.00		
ค่าตอบแทนรวม ทั้งหมด (ตลอดปี)		337,253,015.00			398,695,924.00		
จำนวนรวมพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ		45	110	155	49	124	173
ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ		12.16%	18.77%	16.21%	11.21%	18.40%	15.57%
จำนวนครั้ง อุบัติเหตุ/การเจ็บป่วย จากการทำงาน		0	0	0	0	0	0
จำนวนพนักงานที่เป็น ผู้พิการ		4	5	9	1	10	11
ร้อยละ พนักงานผู้พิการ : พนักงาน ณ สิ้นปี (1 : 100)		1.08%	0.85%	0.94%	0.23%	1.48%	0.99%
จำนวนพนักงานที่เป็น ผู้สูงอายุ (มากกว่า 60 ปี)		0	0	0	0	1	1

โดยในปี 2565 มีการจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานรวม 398,695,924.00 บาท และมีพนักงานเข้าเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 15.57 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และบริษัทสนับสนุนการจ้างงานพนักงานพิการตามสัดส่วนที่กฎหมายกำหนด

มาตรการด้านสุขภาพ

มาตรการป้องกัน COVID 19

จากสถานการณ์การระบาดของโคโรนาไวรัส ที่ยังคงมีระบาดอย่างต่อเนื่องในปี 2565 ซึ่งยังคงมีผลกระทบต่อภาพรวมของการดำเนินธุรกิจ รวมถึงสุขภาพของพนักงาน บริษัทจึงมีมาตรการเพื่อป้องกันการระบาด อาทิ

1. ฉีดพ่นยาฆ่าเชื้อ ทุกวันศุกร์ ตลอดปี 2565 คิดเป็นจำนวน 52 ครั้งต่อปี และจะมีการเข้าฉีดพ่นยาฆ่าเชื้อเพิ่มเติมอีกกรณีพบผู้ติดเชื้อในพื้นที่
2. ติดตั้งอุปกรณ์เพื่อการคัดกรองผู้ที่มีอุณหภูมิสูงเกินกว่า 37.5 องศา ซึ่งมีความเสี่ยงในการติดเชื้อไวรัส
3. การให้พนักงานตรวจ ATK สำหรับกรณีที่อาจมีความเสี่ยงในการติดเชื้อ และแพร่เชื้อสู่ผู้อื่น
4. การให้พนักงานที่มีความเสี่ยงในการติดเชื้อ ได้ทำงานที่บ้านหรือ Work From Home เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายเชื้อสู่ผู้อื่น เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงานเพื่อลดความเสี่ยงจากการเจ็บป่วย หรืออุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงาน โดยในปี 2565 เจ มาร์ท ไม่มีอุบัติเหตุ หรือการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นจากการทำงานจนถึงขั้นหยุดงาน โดยมีค่า LTIFR = 0 (อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน Lost Time Injury Frequency Rate)



ตรวจสุขภาพประจำปี

บริษัทใส่ใจต่อสุขภาพและอนามัยของพนักงาน เพื่อมั่นใจได้ว่าพนักงานของเรา มีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง รวมถึงเป็นการค้นหาเกี่ยวกับอาการเจ็บป่วยหรือความผิดปกติต่างๆ ของร่างกาย เพื่อที่จะได้ดูแลรักษาได้อย่างทันก่วงที่

ประมวลภาพตรวจสุขภาพประจำปี 2565

ณ ห้องประชุม ชั้น 2 อาคาร B
วันจันทร์ที่ 12 และ วันอังคารที่ 13 กันยายน 2565
เวลา 7.00-12.00 น.



จุดลงทะเบียน



จุดชั่งน้ำหนักและวัดส่วนสูง



จุดวัดความดัน



จุดเจาะเลือด



จุดพบแพทย์



จุดตรวจสายตา



หลักสูตรการฝึกอบรม

การพัฒนาศักยภาพของพนักงานเป็นประเด็นสำคัญของบริษัท บริษัทเชื่อมั่นว่ารากฐานของพนักงานที่มีศักยภาพจะส่งผลตรงต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของบริษัท เนื่องจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ต้องมีการพัฒนาพนักงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีใหม่ๆ การเปลี่ยนกฎหมายกฎระเบียบใหม่ การนำรูปแบบรวมถึงเทคโนโลยีใหม่เข้ามาสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท

ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ปรับใช้การฝึกอบรมในรูปแบบออนไลน์ เพิ่มขึ้นเนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโคโรนาไวรัส ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดฝึกอบรม และช่วยลดการเดินทางของพนักงานอีกด้วย จากข้อมูลพนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 มีพนักงานจำนวน 1,111 คน เฉลี่ย 6 ชั่วโมงต่อคนมีค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเฉลี่ย 376.64 บาทต่อคน โดยมีรายละเอียดการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ ดังนี้

1. หลักสูตร JNFT และ J Point
2. หลักสูตรเกี่ยวเนื่องกับ “พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562”
3. หลักสูตร “พลังใจ ร่วมใจ... ต่อต้านคอร์รัปชัน (Do Good : Do Right: FIGHT CORRUPTION)”
4. หลักสูตร “Up Skill & Re Skill” สำหรับผู้จัดการสาขา และพนักงานขาย
5. หลักสูตร “เทคนิค Coaching ด้วย ใจ”
6. หลักสูตร “Effective Coaching For Sales Leader”

หลักสูตรการฝึกอบรม

1. หลักสูตร JNFT และ J Point

เพื่อเป็นต่อยอดการเป็นผู้นำผลิตภัณฑ์เทคโนโลยี เจ มาร์ก มีการพัฒนา Digital products เสมอ อาทิ JFIN, JNFT หรือ J Point เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็สนับสนุนให้พนักงานได้เรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ในปี 2565 มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคโนโลยี NFT และ Application J Point

1.1 “JNFT” ในกิจกรรมการฝึกอบรมเป็นการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ NFT ที่เป็นสินทรัพย์ดิจิทัล และแจก JNFT ให้พนักงาน เพื่อการเรียนรู้และสัมผัสกับสินทรัพย์ดิจิทัลให้เกิดการใช้งานจริง โดย NFT มาจากคำว่า Non-Fungible Token คือสินทรัพย์ดิจิทัล ที่แต่ละโทเคนหรือแต่ละเหรียญมีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งไม่สามารถแทนที่กันได้ การฝึกอบรมจัดขึ้นในรูปแบบออนไลน์ มีพนักงานเข้าร่วมอบรม 200 คน ในปัจจุบันเจมาร์กได้เปิดตัว Jaybird NFT Collection 2022 ของพรีเมียมอินเทอร์เน็ตล้ำยุคที่ไม่ซ้ำใครจำนวน 7,777 ชิ้น ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Enjoy Meta World” อีกด้วย

1.2 “J Point” ในปี 2565 ภายใต้ Synergy บริษัท เจ อีที จำกัด บริษัทในเครือ เจ มาร์ก ได้เปิดตัว J Point เป็นการเพิ่มความสะดวกในการสะสมคะแนนจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการทุกร้านค้าในเครือ เจ มาร์ก เพื่อตอบโจทย์ทุกการใช้ชีวิตและไลฟ์สไตล์การใช้จ่ายยุคใหม่ บริษัทจึงส่งเสริมการให้ความรู้ในเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับตัว J Point เพื่อให้พนักงานก้าวทันเทคโนโลยีที่กำลังเกิดขึ้นและกันโลกของเทคโนโลยีที่กำลังเปลี่ยนแปลง



หลักสูตรการฝึกอบรม

2. หลักสูตรเกี่ยวเนื่องกับ “พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562”

ในปี 2565 บริษัทได้จัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานเรื่อง “พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562” จำนวน 5 ครั้ง แก่ทั้งสิ้นพนักงาน 925 คน

3. หลักสูตร “พลังใจ ร่วมใจ... ต่อต้านคอร์รัปชัน (Do Good : Do Right: FIGHT CORRUPTION)”

เจ มาร์เก็ต ให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลที่สุจริต , ถูกต้อง ปราศจากการทุจริต บริษัทจึงได้แสดงเจตนารมณ์ในการต่อต้านการคอร์รัปชัน โดยการเข้าเป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ในวันที่ 24 มิถุนายน 2565 เพื่อให้การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในองค์กรกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร พนักงานมีความเข้าใจและตระหนักถึงการต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบในองค์กร

4. หลักสูตร “Up Skill & Re Skill” สำหรับผู้จัดการสาขา และพนักงานขาย

เพื่อให้การบริหารยอดขาย การบริหารจัดการหน้าร้าน รวมไปถึงจนถึงการรักษามาตรฐานการให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า บริษัทจึงได้จัดฝึกอบรมหลักสูตร Smart Branch to Smart Sales Success สำหรับผู้จัดการสาขาขึ้น ซึ่งมีผู้จัดการสาขาเข้าร่วมฝึกอบรม รวม 160 คน

เพื่อให้มั่นใจว่า พนักงานขายประจำสาขามีความรู้ความสามารถในการให้บริการลูกค้าได้ตามมาตรฐานการให้บริการของบริษัท จึงได้จัดฝึกอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับระบบ POS Online, มาตรฐานการให้บริการ JQS และ Working Process & Standard โดยในปี 2565 ฝ่ายจัดฝึกอบรมได้ดำเนินการฝึกอบรมพนักงานขายในหลักสูตรดังกล่าวไปแล้วกว่า 155 คน



หลักสูตรการฝึกอบรม

5. หลักสูตร “เทคนิค Coaching ด้วย ใจ”

เจ มาร์ก จึงได้จัดฝึกอบรมหลักสูตร “เทคนิค Coaching ด้วยใจ” โดยได้จัดการฝึกอบรมในวันที่ 29 พฤศจิกายน ที่ผ่าน มา โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นกลุ่มผู้จัดการสาขา พนักงานระดับผู้จัดการ ณ สำนักงานใหญ่ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการฝึกอบรมและเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ โครงสร้างของหลักสูตรจึงประกอบไปด้วยหัวข้อ อาทิ บทบาทของผู้นำโค้ช เป็นการอธิบายถึงกรอบความคิดที่สำคัญของโค้ชและบทบาทหน้าที่ของการเป็นโค้ช, ระดับและหัวข้อของการ Coaching ประกอบด้วย การทำให้ดูเป็นตัวอย่าง , การสอนโดยการอธิบาย , การชี้ให้เห็นอุปสรรคที่ก่อให้เกิดปัญหาและการตั้งคำถามกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ จากผู้เข้ารับการฝึกอบรม คือการโค้ชลูกน้องให้ได้ใจ เป็นการรักษาพนักงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีแนวทางวิธีคิดวิธีการแก้ปัญหาใหม่ๆ นำไปสู่การเพิ่มศักยภาพของพนักงานในการทำงาน และเกิดประสิทธิผลของการทำงานต่อองค์กรสูงขึ้นด้วย

6. หลักสูตร “Effective Coaching For Sales Leader”

บริษัทยังส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมองค์กร การให้คำปรึกษาจากหัวหน้างานไปสู่พนักงานกลุ่มปฏิบัติการ จึงได้จัดฝึกอบรมหลักสูตร Effective Coaching For Sales Leader โดยในปี 2565 บริษัทได้จัดฝึกอบรมพนักงานกลุ่ม Area Manager จำนวน 40 คน

นอกจากนี้เพื่อเป็นการพัฒนาความรู้ และพัฒนาทักษะพนักงานขายให้มีความหลากหลายมากขึ้น บริษัทจึงได้จัดฝึกอบรมในหัวข้อต่างๆ อาทิ นายหน้าประกันชีวิต, พัฒนากิจกรรมการขายผลิตภัณฑ์ Notebook และพัฒนาทักษะการขายผลิตภัณฑ์ Smartphone & Gadget โดยทั้ง 3 หลักสูตรมีพนักงานที่ได้เข้าร่วมอบรมรวมกว่า 260 คน



การมีส่วนร่วมพนักงาน

เนื่องจากปัจจุบันในภาคธุรกิจมีการแข่งขันสูงในหลายๆ ด้าน อาทิ ด้านเทคโนโลยี , สินค้า หรือบริการ ซึ่งบุคลากรที่มีคุณภาพ มีศักยภาพสูงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้บริษัทสามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจได้

บริษัทให้ความสำคัญต่อการดูแลพนักงานและการมีส่วนร่วมกับพนักงานให้มีความผูกพันต่อองค์กร เพื่อเป็นการรักษาพนักงานที่มีคุณภาพไว้กับองค์กร เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการผลักดันองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทจึงส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในบริษัท อาทิ

1. กิจกรรม “Enjoy Smarter Run”

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานออกกำลังกาย โดยจัดกิจกรรมวิ่งสะสมระยะทางโดยผู้ที่สะสมระยะทางได้มากที่สุด 50 ลำดับแรกจะได้รับรางวัลเป็น เหรียญ JFIN ที่เป็นสกุลเงินดิจิทัลของทางบริษัท

ผลที่ได้จากการจัดกิจกรรม คือพนักงานมีกิจกรรมสัมพันธ์ ชวนกันไปวิ่ง ได้มีการแข่งขันพูดคุย ได้ออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพของพนักงาน รวมไปถึงในมุมบริษัทได้ใช้เหรียญ JFIN ซึ่งเป็นเหรียญดิจิทัลของบริษัทให้ได้มีการใช้งานจริงเป็น สร้างมูลค่าให้เหรียญ JFIN อีกทางหนึ่งด้วย

2. กิจกรรม “มอบของขวัญให้พนักงาน”

บริษัทมีการจัดกิจกรรมเพื่อมอบของขวัญเพื่อเป็นกำลังใจในการทำงานแก่พนักงานในโอกาสต่างๆ อาทิ กิจกรรมส่งสุขวันสงกรานต์ “มอบข้าวสาร สาดความสุข” โดยในวันสงกรานต์พนักงานทุกคนจะได้รับข้าวสารออแกนิกที่จัดหาโดยผู้บริหาร เป็นการส่งต่อความสุขในช่วงเทศกาลสงกรานต์ หรือกิจกรรม Jaymart Lucky Gift ซึ่งจะมีการมอบของขวัญให้แก่พนักงานด้วยวิธีการจับสลากในเทศกาลปีใหม่ โดยจะมีการจัดกิจกรรมจับสลากเป็นประจำทุกปี

การส่งเสริมความสัมพันธ์กับพนักงาน

3. กิจกรรม “Town Hall”

บริษัท ให้ความสำคัญกับการเชื่อมต่อพนักงานกับองค์กร จึงมีการจัดกิจกรรม Town Hall ขึ้นเป็นประจำ เพื่อเป็นการส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมขององค์กร ลดช่องว่างระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน รวมถึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นของพนักงานต่อองค์กร โดยในปี 2565 บริษัทมีหัวข้อในการ Town Hall อาทิ ทิศทางหรือ Direction ของบริษัท การมอบรางวัลพิเศษให้พนักงาน รวมถึงการเปิดตัวแคมเปญใจ ด้วย

4. กิจกรรมมอบรางวัล “Long Service Awards Ceremony”

เพื่อเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน กับองค์กร และเป็นการตอบแทนพนักงานที่ทำงานด้วยความซื่อสัตย์เป็นระยะเวลายาวนาน บริษัทจึงได้มีรางวัลพิเศษ รางวัล Long Service Awards ให้พนักงานโดยกิจกรรมจะถูกจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีโดยรางวัลจะแบ่งเป็นพนักงานที่มีอายุงาน 10 ปี 15 ปี 20 ปี และ 25 ปี

ในปี 2565 เจ มาร์ท มีพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ ร้อยละ 26.33

ในปี 2565 เจ มาร์ท ไม่มีข้อพิพาทหรือเหตุการณ์ความขัดแย้งด้านแรงงาน

ความรับผิดชอบต่อลูกค้า

เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการดูแลและรับผิดชอบต่อลูกค้า รวมถึงเพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มิถุนายน 2565 ที่ผ่านมา บริษัทจึงได้ประกาศนโยบายความเป็นส่วนตัว มีเนื้อหาและแนวปฏิบัติโดยสังเขป ดังนี้

ในกรณีที่ท่านติดต่อมายังบริษัท เจ มาร์เก็ต จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ผ่านช่องทางการติดต่อต่างๆ ของบริษัท บริษัทขอแจ้งให้ท่านผู้ติดต่อทราบว่า บริษัทมีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน ภายใต้นโยบายความเป็นส่วนตัวฉบับนี้ และเมื่อท่านส่งข้อมูลส่วนบุคคลของท่านให้แก่บริษัท บริษัทจะถือว่าท่านตกลงยอมรับที่จะปฏิบัติตามนโยบายความเป็นส่วนตัวฉบับนี้แล้ว

ข้อมูลส่วนบุคคลที่บริษัทประมวลผล

ในระหว่างการติดต่อสื่อสารระหว่างท่านและบริษัท บริษัทมีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน ได้แก่ ชื่อ นามสกุล ข้อมูลการติดต่อ ได้แก่ เบอร์โทรศัพท์ ,อีเมล รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคลอื่นที่ท่านอาจให้แก่บริษัทระหว่างการติดต่อสื่อสารและการสนทนา นอกจากนี้ เมื่อท่านเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของบริษัท ระบบของบริษัทจะเก็บข้อมูลทางเทคนิคของท่านโดยอัตโนมัติ อาทิ IP Address การตั้งค่าและการเชื่อมต่อบราวเซอร์ของอุปกรณ์ที่ท่านใช้เชื่อมต่อกับเว็บไซต์ และในกรณีที่ท่านให้ความยินยอม อาจรวมถึงการใช้ Cookies ประเภทต่าง ๆ เพื่อการติดตามพฤติกรรมการใช้งานของท่าน

จุดประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทมีความจำเป็นต้องประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของท่านตามที่ระบุไว้ เพื่อจุดประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. การจัดการตอบรับและตอบกลับการสื่อสารที่ท่านติดต่อมายังบริษัท เช่น การตอบคำถาม , การส่งข้อมูลหรือการจัดการข้อร้องเรียนหรือการให้ความคิดเห็นต่าง ๆ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว เพื่อประโยชน์อันชอบด้วยกฎหมายของบริษัทในการสร้างและปรับปรุงความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่บริษัทมีกับท่าน ซึ่งอาจรวมถึงการควบคุมคุณภาพ การวิเคราะห์ จัดการการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ การวิเคราะห์ความสนใจของท่าน เพื่อการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการให้สามารถตอบสนองความต้องการและความสนใจของท่านได้มากขึ้น

ความรับผิดชอบต่อลูกค้า

ระยะเวลาการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทมีความจำเป็นต้องประมวลผลและเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน เพื่อจุดประสงค์ที่ระบุไว้ข้างต้นตลอดระยะเวลาที่บริษัทยังมีหน้าที่ในการให้ตอบรับตอบกลับไปยังท่าน และตลอดระยะเวลาที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ทั้งนี้บริษัทรับประกันไม่ให้กระแสปริมาณข้อมูลเกินสมควร

การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

โดยหลักการแล้ว ข้อมูลส่วนบุคคลที่ท่านให้แก่บริษัทจะไม่ถูกเปิดเผยให้แก่บุคคลภายนอก แต่ในบางกรณี บริษัทอาจจำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกที่ให้การสนับสนุนบริษัทในการให้บริการแก่ท่านหรือให้แก่บริษัท ในกรณีที่เกี่ยวข้องกับข้อสงสัย หรือข้อมูลการติดต่อสอบถามที่ท่านมีโดยตรง โดยบริษัทจะดำเนินการส่งต่อและเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านตามขอบเขตของวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้และบนพื้นฐานเท่าที่จำเป็นเท่านั้น

มาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยในข้อมูลที่เหมาะสม

สิทธิของเจ้าของข้อมูล

บริษัทเคารพสิทธิของท่านในฐานะเจ้าของข้อมูลภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยท่านสามารถติดต่อบริษัท เพื่อขอใช้สิทธิของท่าน ซึ่งได้แก่สิทธิเพิกถอนความยินยอม สิทธิขอเข้าถึงและขอรับสำเนาข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในการขอแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคลให้ถูกต้อง สิทธิขอรับข้อมูลส่วนบุคคล ในกรณีที่บริษัททำให้ข้อมูลส่วนบุคคลนั้นอยู่ในรูปแบบที่สามารถอ่านหรือใช้งานโดยทั่วไปด้วยเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ทำงานได้โดยอัตโนมัติ

รวมถึงสิทธิขอให้ส่งหรือโอนข้อมูลรูปแบบดังกล่าว ไปยังผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลอื่น สิทธิคัดค้านการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิขอให้ลบหรือทำลาย หรือทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถระบุตัวบุคคลได้ เมื่อข้อมูลนั้นหมดความจำเป็น สิทธิในการขอให้ระงับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลได้ หรือสิทธิในการร้องเรียน

ในปีที่ผ่านมา เจ มาร์ท ไม่มีเหตุการณ์ข้อมูลลูกค้ารั่วไหล และไม่มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค

ติดต่อที่ โทร : +66 02-483-7979 หรือ อีเมล : dpo@jaymart.co.th

ความรับผิดชอบต่อลูกค้า

บริษัทมีความพยายามในการตอบสนองความคาดหวังและสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความไว้วางใจ ของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ทำให้บริษัทสามารถรักษาลูกค้า เดิมและเพิ่มโอกาสในการสร้างฐานลูกค้า ใหม่ เจ มาร์เก็ต จึงพัฒนาระบบ SMS Customer Satisfaction (NPS) ขึ้นมา โดยเริ่มใช้งานในเดือนกรกฎาคม 2565 โดยระบบจะส่ง SMS ไปหาลูกค้าเพื่อประเมินความพึงพอใจโดยมีข้อความระบุว่า

“Jaymart สวีตตี้คะ เพื่อเป็นการพัฒนาการให้บริการ กรุณาให้คะแนนความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงาน สาขา Jaymart ครั้งล่าสุด ในระดับคะแนน 1-5 โดย หมายความว่าเลข 5 คือพอใจมากที่สุด หมายความว่าเลข 1 คือ พพอใจน้อยที่สุด ขอขอบคุณสำหรับการให้คะแนนความพึงพอใจของท่านนะคะ”

หากลูกค้าเลือกให้คะแนนที่ 1 - 3 จะมีเจ้าหน้าที่โทรสอบถามลูกค้าอีกครั้ง เพื่อสอบถามถึงประเด็นที่ลูกค้าต้องการให้บริษัทปรับปรุง



การมีส่วนร่วมกับชุมชน

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชน , สังคม จึงให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อาทิ สภานิติบัญญัติ , กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงส่งเสริมการสร้างสัมพันธภาพร่วมกับชุมชน โดยการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในปี 2565 เจ มาร์ท ไม่มีข้อพิพาทกับชุมชนหรือสังคมเลย

ทั้งนี้บริษัทได้จัดกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ อาทิ การจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ผู้สูงอายุในชุมชน เพื่อให้สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ มอบกระเป๋าให้น้อง มีรายละเอียด ดังนี้

โครงการ “อาวุโส So Smart”

เป็นกิจกรรมเพื่อเพิ่มความรู้ให้กับกลุ่มผู้สูงอายุที่อยู่ในชุมชนใกล้เคียงบริษัท เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีของกลุ่มผู้สูงอายุเป็นการลดช่องว่างระหว่างวัย และเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในครอบครัวผ่านการใช้ Application ของ Smart phone อาทิ เทคนิคการใช้กล้องถ่ายภาพในสวยงาม การใช้ Social App เพื่อการสื่อสารทั้งการโทรออกหาเพื่อนๆ หากบุคคลในครอบครัว การบล็อกมิจวาชัพ หรือผู้ที่ไม่ต้องการติดต่อ การเพิ่มสีสันในการส่งข้อความผ่าน Facebook ไลน์มีประโยชน์อย่างอื่นอีกนอกจากแค่การโทรหรือส่งข้อความ เป็นต้น

ซึ่งในการจัดกิจกรรมให้ความรู้จะเป็นในลักษณะการทำ Workshop คือการเล่าให้ฟัง , ทำให้ดู และทำไปพร้อมๆ กันเพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกท่านได้ฝึกทำไปพร้อมๆ กัน จนมั่นใจว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกท่านสามารถทำได้ในหัวข้อการเรียนรู้

กิจกรรม “Jaymart Social Impact”

สืบเนื่องจากการเปลี่ยนคอมพิวเตอร์ของบริษัทจากคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) มาเป็นคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) ทำให้บริษัทได้รับกระเป๋าที่มากพร้อมทั้งคอมพิวเตอร์ Laptop ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ได้นำมาใช้ บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญในการใช้ทรัพยากรที่มีให้มีคุณค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด และเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน บริษัทจึงมอบกระเป๋าจำนวน 100 ใบแก่สโมสรโรตารี เพื่อส่งต่อให้กับเด็กๆ ที่ขาดแคลนในจังหวัดกาญจนบุรีต่อไป

การมีส่วนร่วมกับชุมชน

กิจกรรม “เจมาร์ท ปันรัก รับ เพื่อให้”

หนึ่งในโครงการดีๆ ที่ต่อยอดจากกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท คือ การนำ Jaybird NFT Collection 2022 ชุด Special Rare ที่บริษัท เจมาร์ท โมบาย เป็นผู้ออกแบบและสร้างไว้ในรูปแบบ NFT นำออกมาประมูลเพื่อนำรายได้จากการประมูลไปบริจาคสมทบทุนการจัดสร้างภาคบริการโลหิตแห่งชาติสภากาชาดไทย

กิจกรรม Jaymart Charity “พลังใจ ให้โลหิต”

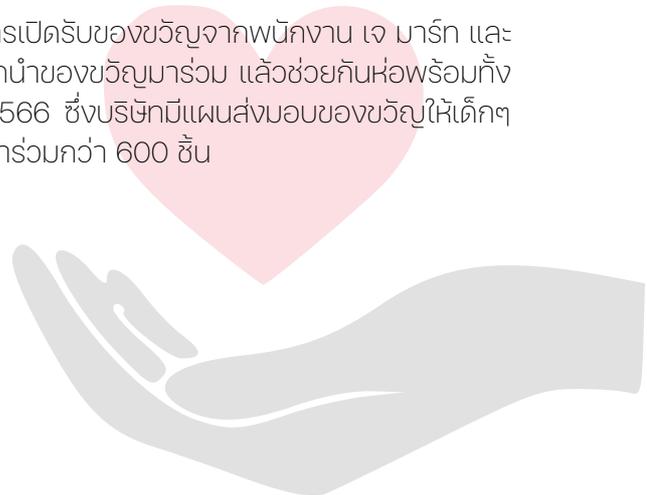
กิจกรรมการประมูล Jaybird NFT แล้ว เจ มาร์ท ในปี 2565 เจ มาร์ท ยังได้จัดจุดรับบริจาคโลหิต ณ เจ มาร์ท สำนักงานใหญ่ เพื่อรับบริจาคโลหิตจากทั้งพนักงานของบริษัทและประชาชนทั่วไป ซึ่งจากการจัดกิจกรรมทำให้มีผู้สนใจบริจาคโลหิตทั้งพนักงานและประชาชนทั่วไปกว่า 170 คน

กิจกรรม มอบอาหารและน้ำ สำหรับผู้ป่วยโควิด

จากสถานการณ์โควิดที่ยังคงดำเนินต่อมาในปีที่ผ่านมาซึ่งยังคงมีการระบาดของเชื้อโรคอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งในกระบวนการรักษามีทั้งแบบรักษาตัวอยู่ในโรงพยาบาล , โรงพยาบาลสนาม และรักษาตัวอยู่ที่บ้าน เพื่อร่วมเป็นกำลังใจทั้งแก่บุคลากรและผู้ป่วย เจ มาร์ท จึงได้จัดกิจกรรมเพื่อเป็นการสนับสนุนอาหารและน้ำดื่ม เพื่อส่งให้โรงพยาบาลสนามอีกทางหนึ่งด้วย

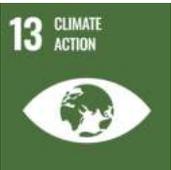
กิจกรรม “ปันน้ำใจให้น้อง”

ช่วงเดือนธันวาคม 2565 บริษัทได้จัดกิจกรรม “ปันน้ำใจให้น้อง” เป็นการเปิดรับของขวัญจากพนักงาน เจ มาร์ท และบริษัทในเครือ พนักงานที่มีความประสงค์ที่จะแบ่งปันของขวัญแก่น้องสามารถนำของขวัญมาร่วม แล้วช่วยกันห่อพร้อมทั้งตกแต่งของขวัญให้สวยงาม เพื่อเตรียมไว้มอบแก่น้องๆ ในวันเด็กประจำปี 2566 ซึ่งบริษัทมีแผนส่งมอบของขวัญให้เด็กๆ ในชุมชนใกล้เคียงกับบริษัท โดยจากการจัดกิจกรรมพนักงานได้นำของขวัญมาร่วมกว่า 600 ชิ้น



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

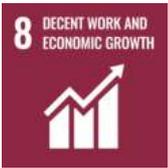
มิติสิ่งแวดล้อม

SDGs	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับ เจมาร์ท	การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องของ
 <p>SDG 6.4</p>	<p>6.4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในทุกภาคส่วน และสร้างหลักประกันว่าจะมีการใช้น้ำและจัดหาน้ำที่ยั่งยืน เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนน้ำ และลดจำนวนประชาชนที่ประสบความทุกข์จากการขาดแคลนน้ำ ภายในปี 2573</p>	<ul style="list-style-type: none"> • รณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างประหยัด
 <p>SDG 7.2</p>	<p>7.2 เพิ่มสัดส่วนของพลังงานทดแทนในการผสมผสานการใช้พลังงานของโลก ภายในปี 2573</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ติดตั้ง Solar rooftop
 <p>SDG 12.2 , 12.4</p>  <p>SDG 14.1</p>	<p>12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ภายในปี 2573</p> <p>12.4 บรรลุการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดในวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดทั้งวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้น ตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตกลงกันแล้ว และลดการปลดปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดินอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อที่จะลดผลกระทบทางลบที่จะมีต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด ภายในปี 2563</p> <p>14.1 ปกป้องและลดมลพิษทางทะเลทุกประเภท โดยเฉพาะจากกิจกรรมบนแผ่นดิน รวมถึงซากปรักหักพังทางทะเลและมลพิษของสารอาหาร (nutrient pollution) ภายในปี 2568</p>	<ul style="list-style-type: none"> • โครงการ Care the Whale • Program PR process, e-Invoice, e-wallet
 <p>SDG 13.3</p>	<p>13.3 พัฒนาการศึกษา การสร้างความตระหนักรู้ และขีดความสามารถของมนุษย์และของสถาบันในเรื่องการลดปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การปรับตัว การลดผลกระทบ และการเตือนภัยล่วงหน้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ติดตั้ง Solar rooftop • โครงการ “ขยะล่องหน” • Program PR process, e-Invoice, e-wallet • เปลี่ยนเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ • โครงการ Care the Bear

มิติบรรษัทภิบาล

SDGs	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับ เจมาร์ท	การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องของ
 SDG 5	5 บรรลุความเท่าเทียมระหว่างเพศและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่มสตรีและเด็กหญิง	<ul style="list-style-type: none"> นโยบาย โครงสร้าง และระบบการกำกับดูแลกิจการ
 SDG 8.5	8.5 บรรลุการจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพพลภาพ และให้มีการจ่ายที่เท่าเทียมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน ภายในปี 2573	<ul style="list-style-type: none"> ข้อมูลเกี่ยวกับการจ่ายค่าตอบแทนของกรรมการ
 SDG 12.6	12.6 สนับสนุนให้บริษัท โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติและบริษัทขนาดใหญ่ รับแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนไปใช้ และผนวกข้อมูลด้านความยั่งยืนลงในวงจรการรายงานของบริษัทเหล่านั้น	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืน
 SDG 16.5 , 16.6	16.5 ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ 16.6 พัฒนาสถาบันที่มีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบ และโปร่งใสในทุกกระดับ	<ul style="list-style-type: none"> นโยบาย โครงสร้าง และระบบการกำกับดูแลกิจการ จรรยาบรรณธุรกิจ นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน

ปีติสังคม

SDGs	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับ เจมาร์ท	การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องของ
 <p>SDG 3.3, 3.8</p>  <p>SDG 8.8</p>	<p>3.3 ยุติการแพร่กระจายของเอชไอวี โรคเอดส์ วัณโรค มาลาเรีย และโรคเขตร้อนที่ถูกละเลย และต่อสู้กับโรคตับอักเสบ โรคติดต่อทางน้ำ และโรคติดต่ออื่นๆ ภายในปี 2573</p> <p>3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า รวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัยมีประสิทธิภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้</p> <p>8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคงสำหรับผู้ทำงานทุกคน รวมถึงผู้ทำงานต่างดาว โดยเฉพาะหญิงต่างดาว และผู้ทำงานเสี่ยงอันตราย</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ตรวจสอบสุขภาพประจำปี • มาตรการป้องกัน COCID • การจ้างงานอย่างเป็นธรรม • Long Service Awards Ceremony • Enjoy Smarter Run
 <p>SDG 4.4</p>	<p>4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพ สำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ ภายในปี 2573</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ฝึกอบรมพนักงาน เช่น หลักสูตร PDPA, Anti-Corruption, Coaching และ Upskill พนักงาน
 <p>SDG 5.1</p>  <p>SDG 10.4</p>	<p>5.1 ยุติการเลือกปฏิบัติทุกรูปแบบที่มีต่อผู้หญิงและเด็กหญิงในทุกที่</p> <p>10.4 เลือกใช้นโยบาย โดยเฉพาะนโยบายการคลัง ค่าจ้าง และการคุ้มครองทางสังคม และให้บรรลุความเสมอภาคยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การจ้างงานอย่างเป็นธรรม
 <p>SDG 9.4</p>	<p>9.4 ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและปรับปรุงอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการทางอุตสาหกรรมที่สะอาดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยทุกประเทศดำเนินการตามขีดความสามารถของแต่ละประเทศ ภายในปี 2573</p>	<ul style="list-style-type: none"> • โครงการอาวุโส So Smart
 <p>SDG 16.10</p>	<p>16.10 สร้างหลักประกันว่าสาธารณชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีการปกป้องเสรีภาพขั้นพื้นฐาน โดยเป็นไปตามกฎหมายภายในประเทศและความตกลงระหว่างประเทศ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล