

บริษัท สกิน ลาบอราทอรี จำกัด (มหาชน)

นโยบายความยั่งยืน

การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

1. นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ มีเจตนารมณ์ในการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อผลกระทบในด้านต่างๆ ที่เกิดจากการประกอบกิจการขององค์กร โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีจริยธรรม เคารพต่อหลักสิทธิมนุษยชนและผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มุ่งมั่นในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค คำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ หรือแนวทางปฏิบัติสากล ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพัฒนาปรับปรุง เพื่อสร้างรากฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

การผลักดันความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทฯ สู่การปฏิบัติอย่างต่อเนื่องภายใต้หลักปฏิบัติ 4 ประการ ดังนี้

1. ยึดมั่นในการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ให้ความสำคัญ และความเคารพต่อสิทธิของผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อสุขภาพความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน สร้างจิตสำนึกและส่งเสริมให้พนักงานดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการพัฒนาชุมชน และสังคมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
2. มุ่งเน้นให้กรรมการผู้บริหาร พนักงาน และบุคลากรทุกระดับ มีหน้าที่สนับสนุน ส่งเสริม และปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนจนเป็นวัฒนธรรมการทำงานที่ดำเนินถึง ประโยชน์ที่สมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
3. จัดหาผู้รับจ้างผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยโรงงานผู้รับจ้างผลิตต้องให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือเลือกใช้เทคโนโลยีการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัยเพื่อสะท้อนความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม
4. สร้างความตระหนักรู้ และรับผิดชอบต่อแนวทางการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และบริษัทจะดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับผลประโยชน์ทางสังคม สิ่งแวดล้อม ผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงส่งเสริมการดำเนินงานที่รับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Corporate Sustainability)

บริษัทฯ มีเจตนารมณ์ในการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อผลกระทบในด้านต่างๆ ที่เกิดจากการประกอบกิจการขององค์กร ตลอดห่วงโซ่อุปทานโดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีจริยธรรม เคารพต่อหลักสิทธิมนุษยชน และผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มุ่งมั่นในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค คำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ หรือแนวทางปฏิบัติสากลที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพัฒนา ปรับปรุง เพื่อสร้างรากฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ตามกรอบการดำเนินงานครอบคลุมทั้งสามมิติ ประกอบด้วยมิติเศรษฐกิจ (Economic Dimension) มิติสังคม (Social Dimension) และมิติสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายสู่การเป็นธุรกิจอย่างยั่งยืน

2. การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

การกำกับดูแลองค์กร บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะก้าวสู่การเป็นผู้นำตลาด Skincare ในระดับภูมิภาคอาเซียนด้วยความเชี่ยวชาญทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นผู้นำด้านนวัตกรรม (Innovation) ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมออกสู่ตลาด พร้อมสร้างค่านาเชื่อถือ และให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลองค์กรอย่างดี ด้วยการบริหารจัดการองค์กรด้วยความโปร่งใส และตรวจสอบได้ มีการสื่อสารระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อพิจารณาความสำคัญ และติดตามประเมินผลในการกำกับดูแลองค์กรอย่างต่อเนื่อง

2.1 ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

	กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง
1. การสำรวจความต้องการของตลาดในแต่ละผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> บริษัททำการประเมิน และวิเคราะห์ตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าใจความต้องการของผู้อุปโภค โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. การวิจัยและพัฒนา	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทกำหนดคอนเซ็ปต์ (Concept) ผลิตภัณฑ์ และประสานงานกับผู้รับจ้างผลิตเพื่อออกแบบสูตรการผลิต ทดลอง ทดสอบ พร้อมร่วมวิเคราะห์ผล และพัฒนากับผู้รับจ้างผลิต โดยเริ่มจากการทดลองผลิตในขนาดนำร่อง (Trial Batch) เมื่อปรับสูตรเป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงมอบหมายให้โรงงานผู้ผลิตประสานงานการจดทะเบียนเลขที่ใบรับแจ้งผลิตภัณฑ์กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข ก่อนที่จะไปผลิตจริง เพื่อประเมินผลว่าผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และเป็นไปตามความต้องการตลาด
3. การจัดซื้อจัดหา	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทคัดเลือกผู้รับจ้างผลิตที่มีความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม จัดหาสารสกัดและวัตถุดิบที่มีคุณภาพตามกฎเกณฑ์ มีการตรวจรับ และผ่านการตรวจสอบของบริษัท ก่อนเข้าสู่กระบวนการเก็บรักษาสารสกัดและวัตถุดิบอย่างถูกต้องเหมาะสม
4. การผลิต	<ul style="list-style-type: none"> ในกระบวนการแปรรูปวัตถุดิบ บริษัทคัดเลือกผู้รับจ้างผลิตที่มีนวัตกรรมเทคโนโลยี และองค์ความรู้ มาพัฒนาใช้ในขั้นตอนการผลิตที่จะต้องสนับสนุนการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และตรวจสอบคุณภาพสินค้าทุกครั้งหลังการผลิตเพื่อคงคุณภาพของสินค้า
5. การตลาด และการขาย	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทโฆษณาและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย บริษัทมีนโยบายการกำหนดราคาที่ชัดเจน และสื่อสารราคาสินค้าไปยังทุกช่องทางจำหน่าย เพื่อให้ผู้บริโภคทราบ บริษัทจัดหาช่องทางจำหน่ายเพิ่มเติม เพื่อเข้าถึงและตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพิ่มยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทควบคุมระยะเวลาส่งสินค้าแก่ผู้บริโภคให้ตรงต่อเวลาที่ได้สื่อสารต่อผู้บริโภคตามช่องทางจำหน่ายต่างๆ
6. การบริการและการบริการหลังการขาย	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทจัดให้มีคำอธิบาย วิดีโอสาธิตการใช้งานผลิตภัณฑ์ รวมถึงการทำสื่อโฆษณา รูปแบบต่างๆ เพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจผลิตภัณฑ์และวิธีการใช้งานที่ถูกต้อง และหลังส่งมอบสินค้าบริษัทมีช่องทางการสื่อสารออนไลน์ให้ผู้บริโภคสามารถติดต่อสอบถามวิธีการใช้งานรวมถึงสอบถามปัญหาต่างๆ เพิ่มเติมได้อย่างสะดวก

2.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

แนวทางการปฏิบัติในการมีส่วนร่วม และประเด็นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึง "ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย" ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ (Value Chain) โดยได้คำนึงถึงผลกระทบทั้งด้านบวก และด้านลบที่อาจเกิดขึ้น มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 2.2.1 แต่ละหน่วยธุรกิจมีหน้าที่วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของตนเองโดยระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ภาวะพึ่งพาความรับผิดชอบ อิทธิพลรวมถึงปัจจัยอื่นๆ ตามความเหมาะสม
- 2.2.2 พิจารณาถึงผลกระทบของบริษัทฯ ที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 2.2.3 พิจารณาผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อาจเกิดขึ้นต่อบริษัทฯ อาทิ ด้านการเงิน ความน่าเชื่อถือกฎหมาย และกฎระเบียบข้อบังคับ
- 2.2.4 แบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามระดับผลกระทบที่บริษัทฯ มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และระดับ อิทธิพลที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีต่อบริษัทฯ
- 2.2.5 ระบุแนวทางการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมเพื่อสร้างความผูกพัน และตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม อาทิ การสำรวจ ความคิดเห็น การสานเสวนา เป็นต้น

แนวทางการมีส่วนร่วม และประเด็นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสนใจ

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความต้องการและคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน / นักวิเคราะห์	<ul style="list-style-type: none"> ● มีผลตอบแทนที่ดี ● มีเป้าหมายและทิศทางในการดำเนินธุรกิจในอนาคตที่ชัดเจน ● มีการบริหารจัดการภายใต้หลักกำกับดูแลกิจการที่ดี ● มีผลดำเนินงานและการเติบโตทางธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน ● เปิดเผยข้อมูลของบริษัทที่ถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส และตรวจสอบได้ 	<ul style="list-style-type: none"> ● จ่ายเงินปันผลให้สอดคล้องกับนโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัท ● จัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจเป็นประจำทุกปี ● กำกับดูแลกิจการอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ ● กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี และจรรยาบรรณธุรกิจ ● เปิดเผยข้อมูลครบถ้วน โปร่งใส สม่าเสมอ และมีความเท่าเทียมในการให้ข้อมูลแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● มีการจัดการด้านความปลอดภัยในการทำงานตามมาตรฐานในระดับสากล ● มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การทำงานตามมาตรฐานในระดับสากล ● มีการจัดอบรมเพิ่มความรู้ทักษะให้พนักงาน ● มีความมั่นคงและความก้าวหน้าในสายอาชีพ ● มีค่าตอบแทน สวัสดิการที่เหมาะสม และโอกาสเติบโตในหน้าที่การงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ● ปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานให้เหมาะสมและมีความปลอดภัยในการทำงาน ● มีการอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานอย่างสม่าเสมอ ทั้งการอบรมภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ● จัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) ในตำแหน่งสำคัญต่างๆ ไว้ครบถ้วน และนำมาประยุกต์ใช้ ● กำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม และทบทวนโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทนเป็นประจำทุกปี

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความต้องการและคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
		<ul style="list-style-type: none"> มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และประกันสุขภาพ รวมถึงสวัสดิการตรวจสอบสุขภาพประจำปี
ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานในระดับสากล การเคารพสิทธิขั้นพื้นฐานของสมาชิกทุกคนในชุมชน การพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมรายได้ให้แก่ชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด ปลูกจิตสำนึกและส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดี เคารพสิทธิของสมาชิกทุกคนในชุมชน รวมถึงรับผิดชอบแก่สังคมและชุมชน จัดให้มีช่องทาง การรับเรื่องร้องเรียน เพื่อรับฟังปัญหา และข้อร้องเรียนจากชุมชน
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> ความเชื่อมั่นในตราสินค้า ได้ข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างถูกต้อง คุณค่าในผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า เช่น การได้รับรองมาตรฐานสินค้า ความคุ้มค่าสินค้า ฯลฯ คุณค่าของการบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า เช่น มีแอดมินรับข้อร้องเรียน มีการรับประกันสินค้า การพัฒนานวัตกรรมในผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและช่วยประหยัดพลังงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สื่อสารข้อมูลสินค้าผ่าน Social Media และฉลากของผลิตภัณฑ์ สื่อสารผ่านการประชาสัมพันธ์ โฆษณาเว็บไซต์บริษัท และผู้เชี่ยวชาญที่คอยให้คำปรึกษา กิจกรรมสนับสนุนต่างๆผ่านช่องทาง การจำหน่ายที่จะส่งผ่านไปยังลูกค้า มีแอดมินรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า มีการแจ้งรายละเอียดการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีการบริหารประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า มีการวิจัยทางตลาดเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสอดคล้องกับกลยุทธ์ที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric)
คู่ค้า	<ul style="list-style-type: none"> มีการจัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส เป็นธรรม เท่าเทียม สามารถตรวจสอบได้ ปฏิบัติตามสัญญาและข้อกำหนดร่วมกัน การร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจและเติบโตร่วมกัน การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน การเสนอแนะแนวทางปรับปรุงทั้งด้านคุณภาพ ความปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม และด้าน CSR รักษาความลับของข้อมูลคู่ค้า การชำระค่าสินค้าหรือบริการเป็นไปตามเงื่อนไขและกำหนดเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> มีนโยบายและระเบียบปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้างที่ชัดเจน มีกระบวนการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ มีการแลกเปลี่ยนแนวคิด เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีการประเมินคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อการประกอบธุรกิจระหว่างกันอย่างยั่งยืน ปฏิบัติตามสัญญาและข้อกำหนดร่วมกันอย่างเคร่งครัด หากไม่สามารถปฏิบัติหรือมีข้อขัดข้องใดๆจะต้องสื่อสารหรือเจรจากับคู่ค้าให้ได้ข้อสรุปที่เป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่ายบนพื้นฐานเหตุและผล

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความต้องการและคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
คู่แข่งทางการค้า	<ul style="list-style-type: none"> การประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส และแข่งขันอย่างเป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจรรยาบรรณ ปฏิบัติตามกรอบกติกาการแข่งขันที่ดีและตามที่กฎหมายกำหนดด้วยความโปร่งใส
ภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมาย และกฎระเบียบอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ การส่งเสริมการศึกษา เช่น การเปิดโอกาสให้นักศึกษาสถาบันของภาครัฐเข้าฝึกงาน เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> มีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อขอข้อมูลที่จำเป็นกับองค์กร และแลกเปลี่ยนข้อมูล สนับสนุนกิจกรรม และเข้าประชุมตามคำเชิญของหน่วยงานภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ การจัดทำรายงาน เอกสารต่างๆ ครบถ้วนตามวัน และเวลาที่กำหนด ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเข้าเยี่ยมชมการประกอบกิจการขององค์กร สื่อสารผ่านวารสาร อีเมล เว็บไซต์บริษัท มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน
สถาบันการเงิน	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามข้อตกลง หรือเงื่อนไขในสัญญา ให้ความร่วมมือร่วมกิจกรรมของสถาบันการเงิน ใช้บริการของสถาบันการเงินอย่างครบวงจร ผลการดำเนินงาน และการเติบโตด้านธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> สื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างองค์กรกับสถาบันการเงินอย่างสม่ำเสมอ ตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้ในสัญญาที่เกี่ยวข้อง

นโยบายนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2569 เป็นต้นไป

ลงชื่อ.....
 (นายชาญวิทย์ เขียวนาหวางค์ษา)
 ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
 บริษัท สกิน ลาบอราทอรี จำกัด (มหาชน)