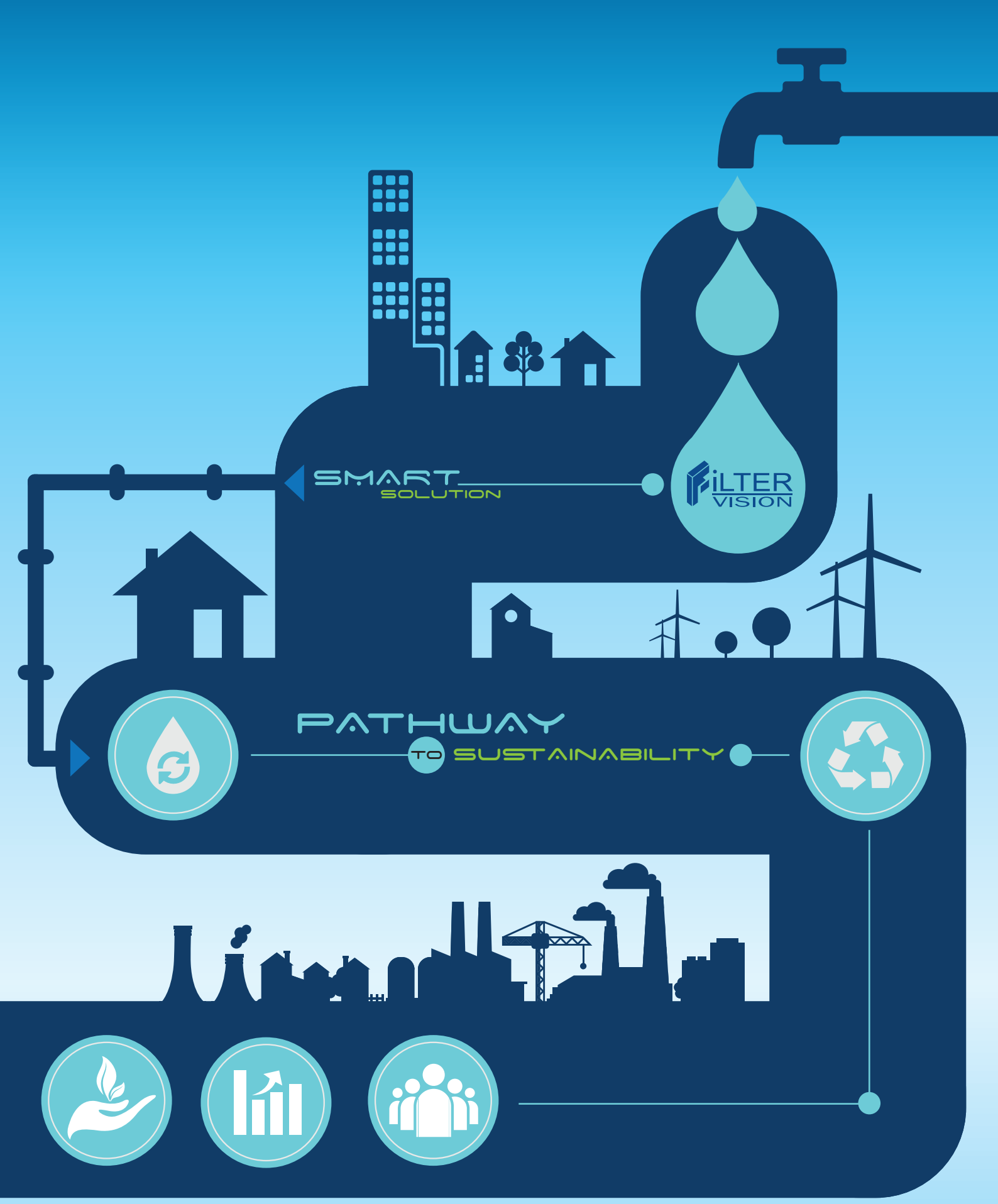


รายงานความยั่งยืน 2559

Sustainability Report 2016

สารบัญ

หน้า

- **สารจากประธานกรรมการบริหาร และกรรมการผู้จัดการ** 2
- **เปิดบ้าน “FVC”** 4
  - แนะนำให้รู้จัก FVC 4
  - วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร 5
  - ผลิตภัณฑ์และบริการ 8
  - โครงสร้างองค์กร 14
  - โครงสร้างรายได้ 16
  - โครงสร้างบุคลากร 17
- **การกำกับดูแลกิจการ** 20
- **จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ** 26
- **การต่อต้านการทุจริตคอรัปชั่น** 29
- **การบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)** 32
- **การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร** 34
- **การบริหารความเสี่ยงขององค์กร** 36
- **โครงสร้างการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน** 41
- **FVC กับความยั่งยืน** 43
  - การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจและแนวคิดที่ก้าวหน้า พาเราสู่ความยั่งยืน 45
  - สังคมกับความยั่งยืน 58
    - Happy! Happy! with Society of FVC (Happy work place) 58
    - ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน 61
    - KM สไตล์เรา (การพัฒนาพนักงาน) 63
  - ยั่งยืนอย่างผู้รักษ์สิ่งแวดล้อม 65
    - คัดสรรสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 65
    - รักษ์สิ่งแวดล้อม.....ใช้ทรัพยากรและพลังงาน อย่างมีประสิทธิภาพ 67
    - การนำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม 68
- **แนบท้ายรายงาน**
  - รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ 70
  - General Standard Disclosure 72

สารจากประธานกรรมการบริหาร และกรรมการผู้จัดการ

เรียน ท่านผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

บริษัทได้จัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี 2559 เป็นฉบับที่ 2 เพื่อบอกเล่าผลการดำเนินงานและความสำเร็จของการพัฒนาธุรกิจไปสู่ความยั่งยืนภายใต้แนวคิด “Smart Solution” โดยรายงานฉบับนี้เปิดเผยข้อมูลตามกรอบการรายงานสากล Global Reporting Initiative (GRI) ครอบคลุมผลการดำเนินงาน 3 ด้าน ได้แก่

มิติเศรษฐกิจ : แม้ว่าในไตรมาสที่ 1 และ 2 เราต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่รุนแรง แต่เรายังสามารถฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆ และสามารถขยายการลงทุนในธุรกิจใหม่ จนสามารถเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา 8.05% และผลกำไรใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา โดยปีต่อไปบริษัทฯ ยังคงมั่นสร้างคุณค่า ควบคู่ไปกับการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง

มิติสังคม : การปรับเปลี่ยนขั้นตอนการทำงานและสับเปลี่ยนงานระหว่างบุคลากรในแต่ละแผนกเพื่อสนับสนุนธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อเพิ่มศักยภาพและลดขั้นตอนในการทำงาน ส่งผลให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งร่วมมือกับธุรกิจเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนโครงการ Happy Money (สินเชื่อสบายใจ) เพื่อช่วยลดปัญหาสภาพคล่องทางการเงินของพนักงาน เป็นต้น

มิติสิ่งแวดล้อม : บริษัทฯ ยึดหลักการ Best-Available-Technology หรือ BAT โดยคำนึงถึงการพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์บริการที่มีคุณภาพและร่วมมือกับลูกค้าในการหาแนวทางจัดการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (environmental solution) อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและมีส่วนช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้คณะกรรมการบริษัท คณะผู้บริหาร และพนักงาน ตระหนักดีว่าการดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงการสร้างโอกาสเพื่อการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับผลกระทบที่อาจเกิดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งด้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ ระบบงาน และการจัดการความเสี่ยงที่ดีเพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจของเราจะสามารถตอบสนองต่อเป้าหมายธุรกิจ ความพึงพอใจของลูกค้า ควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์สังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน แม้ว่าเราจะเป็นบริษัทขนาดเล็ก มีงบประมาณจำกัด แต่เราอยากเล่าให้ทุกท่านทราบว่าเรามุ่งมั่นที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เราทุ่มเทเพื่อให้ทุกวันมีคุณภาพเพื่อสร้างประโยชน์ให้ทุกฝ่ายสามารถเติบโตไปพร้อมกับเรา ทั้งนี้ท่านสามารถพิจารณาได้จากผลการดำเนินงานต่างๆที่นำเสนอไว้ในรายงานฉบับนี้

สุดท้ายนี้ ผมใคร่ขออนุญาติ อัญเชิญพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช “น้ำคือชีวิต” ที่เกิดประโยชน์สุขต่อประชาชนอย่างยั่งยืน เพื่อน้อมนำมาปฏิบัติในการดำเนินชีวิตและธุรกิจ เพื่อสร้างจิตสำนึกที่ดีแก่ตนเอง ครอบครัว ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

(ดร.วิจิตร เตชะเกษม)

ประธานกรรมการบริหาร และกรรมการผู้จัดการ

เปิดบ้าน “FVC”

สำหรับรายงานความยั่งยืน ฉบับ Smart FVC นี้ มีความมุ่งหวังว่า ผู้ที่มีส่วนได้เสียทุกท่าน จะได้อ่าน เพื่อติดตามย่างก้าวสู่ความยั่งยืน

บริษัทฯ ต้องการส่งสารนี้ถึง

ผู้บริหาร เพื่อให้ท่านทั้งหลายได้รู้ว่า ท่านได้วางนโยบายและกำหนดแนวทางแห่งการสร้างความยั่งยืน มาสู่องค์กรของบริษัทฯ แล้ว

พนักงาน เพื่อให้ร่วมตระหนักรู้ถึงการเริ่มต้นสู่ย่างก้าวแห่งความยั่งยืน เพราะพนักงานทุกคนถือเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการนำแนวคิดจากผู้นำมาปรับประยุกต์และปฏิบัติอย่างเต็มใจ

ลูกค้า เพื่อให้ท่านรับรู้ความมุ่งมั่นและตั้งใจจริงของบริษัทฯที่จะส่งต่อคุณค่า ความมั่นใจในสินค้า บริการ และร่วมพัฒนาความรู้ไปพร้อมกัน

ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน เพื่อให้ท่านรับรู้ถึงความมุ่งมั่น ตั้งใจ ที่บริษัทฯ จะเติบโตไปอย่างยั่งยืนด้วยกัน

จะเห็นได้ว่า รายงานฉบับนี้ มุ่งเน้นในการบอกเล่า ให้ผู้มีส่วนได้เสียได้ทราบถึงสิ่งที่บริษัทฯ ลงมือทำเป็นการเปิดภาพ ให้ท่านผู้อ่านได้รับรู้ถึงเจตนารมย์และความตั้งใจในสิ่งที่เกิดขึ้นในบริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ในปี 2559 ที่ผ่านมา

ขอแนะนำองค์กรอีกครั้ง FVC หรือชื่อเต็ม บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ตั้งอยู่เลขที่ 95 ซอยรามอินทรา117 ถนนรามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร 10510

Vision / วิสัยทัศน์

“เป็นผู้นำด้านการจัดจำหน่ายและให้บริการ อุปกรณ์ในงานที่เกี่ยวข้องกับน้ำ เพื่อคุณภาพชีวิตของผู้บริโภค ชุมชน และสังคม ในประเทศและระดับภูมิภาค”

Mission/พันธกิจ

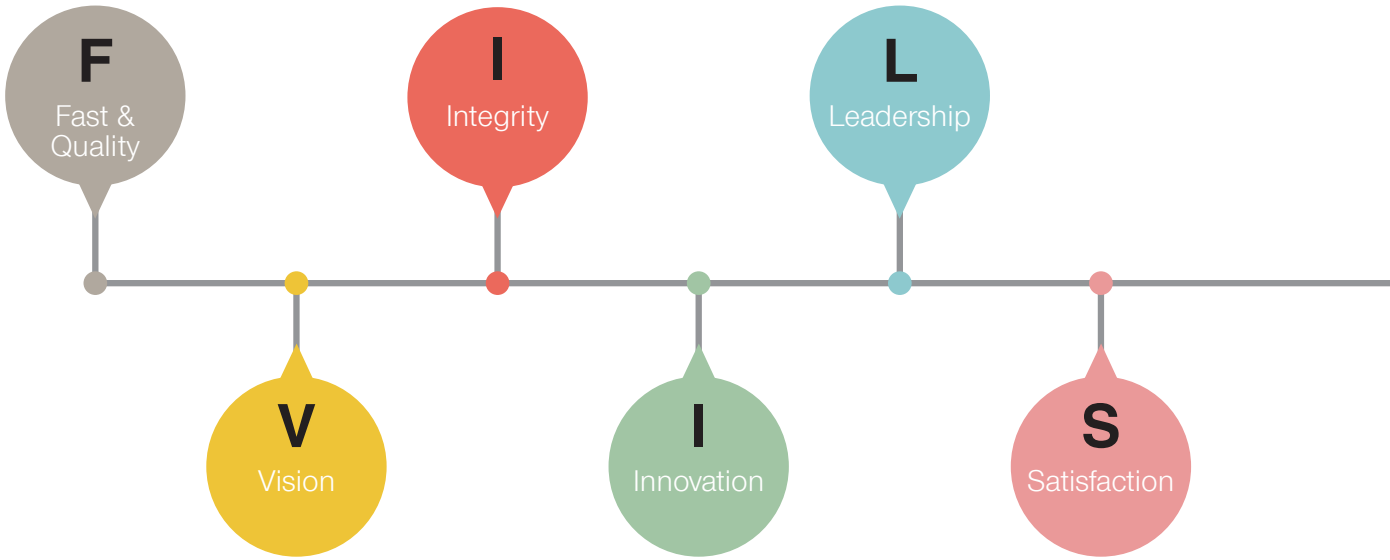
เพื่อการบรรลุสู่เป้าหมายจึงนำมาซึ่งพันธกิจหลัก 3ประการที่จะเป็นเส้นทางไปสู่ปลายทางแห่งวิสัยทัศน์ ดังนี้

พันธกิจ #1. พัฒนาองค์กรให้เป็นที่ยอมรับของตลาดในประเทศและระดับภูมิภาค โดยการจัดจำหน่ายสินค้า และบริการที่มีคุณภาพและนวัตกรรมที่เหมาะสม ด้วยบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านเทคนิคที่ดีที่สุด

พันธกิจ #2. สร้างผลตอบแทนและกำไรจากการดำเนินการโดยมีหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจสำหรับผู้มีส่วนได้เสียและชุมชน

พันธกิจ #3. แบ่งปันความสำเร็จเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในชุมชนและสังคม

ค่านิยมองค์กร ที่สะท้อนผ่าน คำว่า FILTER VISION



ค่านิยมองค์กร

F **Fast & Quality / รวดเร็ว มีคุณภาพ**

ส่งมอบงานอย่างรวดเร็วด้วยคุณภาพตามมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

I **Integrity / ซื่อสัตย์ มีคุณธรรม**

ซื่อสัตย์ มีคุณธรรมต่อพนักงาน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสีย

L **Leadership / ความเป็นผู้นำ**

เป็นผู้นำด้านการจัดจำหน่ายและให้บริการอุปกรณ์ในงานที่เกี่ยวข้องกับน้ำ

T **Trust / ความเชื่อถือจากลูกค้า**

สร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้าทั้งทางด้านพฤตินัยและนิตนัย

E **Excellent / ความเป็นเลิศ**

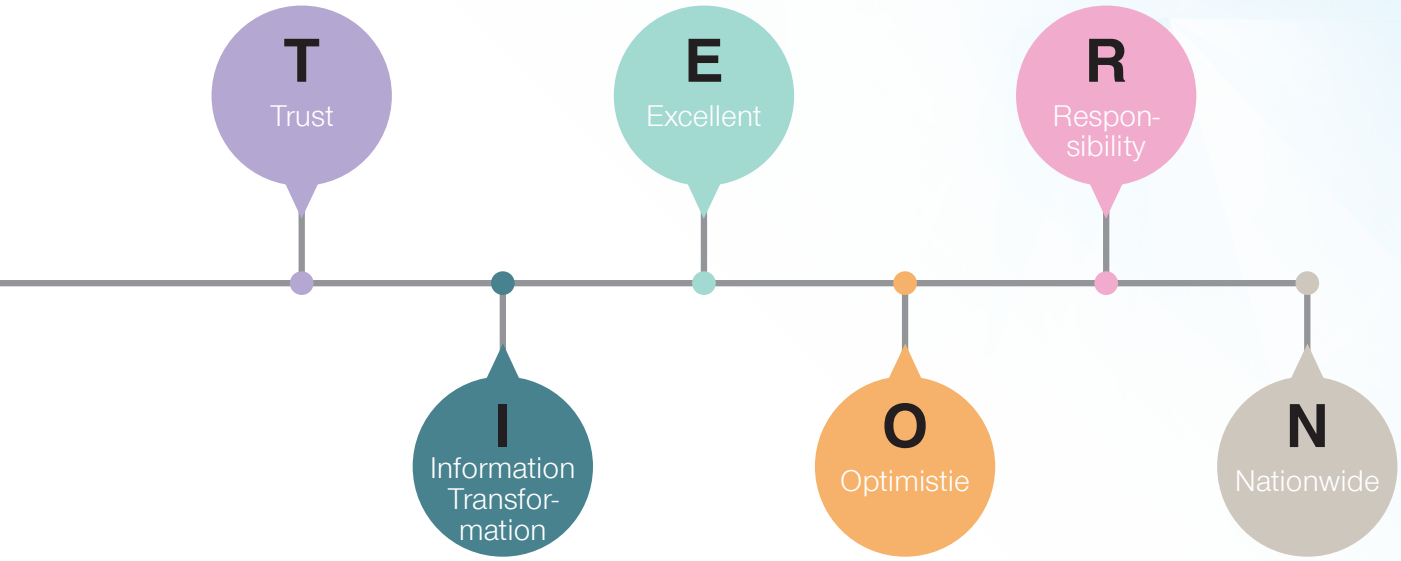
มุ่งสู่ความเป็นเลิศทั้งผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

R **Responsibility / ความรับผิดชอบ**

มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงาน

V **Vision / มองการณ์ไกล เห็นล่วงหน้า**

มองการณ์ไกลทั้งแง่มุมของความเสี่ยงและโอกาส เพื่อการจัดการที่ดีในปัจจุบันเพื่ออนาคต



I **Innovation / นวัตกรรมใหม่**

เสริมสร้างนวัตกรรมใหม่เพื่อพัฒนาทั้งในการจัดการ ผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย

S **Satisfaction / ความพึงพอใจ**

มุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและผู้บริโภค

I **Information Transformation / การนำระบบสารสนเทศมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพ**

นำสารสนเทศทั้งสถิติด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านอื่นๆเพื่อพัฒนางานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

O **Optimistic / มองโลกในแง่ดี**

ใช้การมองโลกในแง่ดีเพื่อเผชิญปัญหา หรืออุปสรรค

N **Nationwide / ทั่วประเทศและภูมิภาค**

เป็นที่ยอมรับในผลิตภัณฑ์ และการให้บริการในระดับภูมิภาค

ผลิตภัณฑ์และบริการ

ผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. จัดจำหน่าย ปรับปรุงและซ่อมแซมระบบที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์

บริษัทจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์พร้อมติดตั้งเข้ากับระบบน้ำที่ลูกค้าได้มีการออกแบบติดตั้งไว้ให้เป็นที่เรียบร้อยเพื่อเชื่อมต่ออุปกรณ์กับระบบน้ำของลูกค้า ประกอบกับการให้บริการปรับปรุง ซ่อมแซม หรือเพิ่มเติมระบบน้ำพร้อมการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มาจากธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหารและร้านเครื่องดื่ม และบางส่วนเป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการด้านระบบบำบัดน้ำ และกลุ่มธุรกิจให้บริการทางการแพทย์

โดยสามารถแยกได้ ดังนี้

1.1 ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์นำเข้าจากต่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์เพื่อจัดจำหน่าย ได้แก่ ระบบกรองน้ำ ถังกรองไฟเบอร์กลาส หัวกรองอัตโนมัติ ไส้กรองน้ำ เครื่องฆ่าเชื้อด้วยแสงอัลตราไวโอเล็ต ซึ่งผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ดังกล่าวได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรอิสระ เช่น มาตรฐาน NSF และมาตรฐานขององค์กรภาครัฐในระดับนานาชาติ เช่น มาตรฐาน FDA ซึ่งผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่บริษัทฯ นำเข้าจากต่างประเทศ จะเป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าชั้นนำจากต่างประเทศเช่น Pentair, Pentek, Everpure, Viqua, AIG, Biowell, Waterlogic, Biosure, Biospin,Sekiso, CSM, Shelco Filters เป็นต้น ซึ่งได้การรับรองมาตรฐานสากล

1.2 ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ ที่จัดหาได้ภายในประเทศซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวเนื่องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์เพื่อจำหน่าย เช่น ตู้นึ่งซาลาเปา (Bun Streamer) เครื่องทำน้ำแข็ง (Ice Making Machine) ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์อุปกรณ์อาหาร (Food Equipment) เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ ที่จ้างผลิตเพื่อจัดจำหน่ายสำหรับอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ เช่น ไส้กรองน้ำและกระบอกใส่ไส้กรองเครื่องกรองน้ำ ซึ่งมีลักษณะและคุณสมบัติเฉพาะของบริษัทฯ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) อันได้แก่ Toredo, Water Care, Hydra Mate และ Innovatek

1.3 ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ประกอบสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องในการให้บริการทางการแพทย์ โดยบริษัทได้ประดิษฐ์และอยู่ระหว่างการอนุมัติจดสิทธิบัตรเครื่องผลิตน้ำให้บริสุทธิ์พร้อมระบบการฆ่าเชื้อแบบเคลื่อนที่สำหรับใช้กับเครื่องไตเทียม เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทเพื่อการจำหน่ายและให้เช่า โดยมีระบบเครื่องผลิตน้ำให้บริสุทธิ์พร้อมระบบการฆ่าเชื้อแบบเคลื่อนที่ทำหน้าที่ควบคุมปริมาณเชื้อแบคทีเรียที่ปนเปื้อนจากน้ำดิบและมีระบบฆ่าเชื้อแบบอัตโนมัติ นอกจากนี้ บริษัทได้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำยาเข้มข้นสำหรับการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียมที่ได้มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขและสมาคมโรคไตแห่งประเทศไทย โดยมีจุดมุ่งหมายให้ผู้ป่วยโรคไต ได้รับการรักษาด้วยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่มีคุณภาพมาตรฐานและราคาที่เหมาะสม

2. จัดจำหน่าย พร้อมออกแบบ ประกอบ และติดตั้งระบบที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์

บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ พร้อมออกแบบ ประกอบและติดตั้งระบบที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ เริ่มตั้งแต่กระบวนการในการบำบัดน้ำดิบที่มีสิ่งเจือปนสู่กระบวนการบำบัด ให้ได้น้ำที่มีคุณสมบัติเทียบเท่าน้ำประปา และกระบวนการบำบัดจากน้ำประปาให้ได้น้ำที่มีคุณสมบัติตรงตามวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าต้องการนำไปใช้ เช่น เพื่อการอุปโภคและบริโภคในธุรกิจอาหารและการพาณิชย์ เพื่อการอุปโภคและบริโภคกลุ่มสถานพยาบาลและธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีระบบน้ำเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิต ลักษณะของการจำหน่าย แบ่งออกได้ 2 ลักษณะได้แก่

2.1 จำหน่ายพร้อมออกแบบ ประกอบและติดตั้งระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ให้แก่ลูกค้าที่มีการชำระเงินแบบปกติ

2.2 จำหน่ายพร้อมออกแบบ ประกอบและติดตั้งระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ให้แก่ลูกค้าที่มีการชำระเงินในลักษณะสัญญาเช่าทางการเงินซึ่งมีการคิดดอกเบี้ย โดยมีระยะเวลาสัญญาเช่า 5-8 ปี เมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่า บริษัทจะทำการถอนระบบผลิตน้ำบริสุทธิ์สำหรับหน่วยไตเทียมและนำกลับคืน ซึ่งงานในลักษณะดังกล่าวนี้ ดำเนินการโดย บริษัท เออร์วิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท

3. การให้บริการดูแลบำรุงรักษาระบบที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการให้บริการหลังการขาย ดูแลและบำรุงรักษาระบบเพื่ออำนวยความสะดวกและระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์จะต้องมีการดูแลและบำรุงรักษาระบบอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น

- เปลี่ยนไส้กรองและอุปกรณ์อื่นๆตามรอบระยะเวลาการใช้งานที่เหมาะสม โดยบริษัทฯ จัดทำแผนซ่อมบำรุงเชิงป้องกัน(Preventive Maintenance Plan) ในการให้บริการ เปลี่ยนไส้กรองอุปกรณ์อื่นๆและบำรุงรักษาระบบ โดยมีข้อมูลเพื่อสนับสนุนการวางแผนซ่อมบำรุงเชิงป้องกัน (Preventive Maintenance Plan) เช่น คำนวณระยะเวลา รอบการซ่อมบำรุงเชิงป้องกันจากอัตราการใช้น้ำบริสุทธิ์ (Flow Rate) ระยะเวลาการใช้งานของอุปกรณ์ต่างๆ เป็นต้น

- ศูนย์บริการและหน่วยบริการทางเทคนิคที่สามารถให้บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุง ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย โดยบริษัทฯ มีศูนย์บริการทางเทคนิคอยู่ 2 แห่ง คือศูนย์บริการภาคเหนือตั้งอยู่ในจังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นศูนย์กลางในการให้บริการครอบคลุมพื้นที่ในภาคเหนือ และศูนย์บริการภาคอีสาน ตั้งอยู่ที่จังหวัดขอนแก่น ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีหน่วยบริการทางเทคนิคอีก5 แห่ง ได้แก่ หน่วยบริการชลบุรี ในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี, หน่วยบริการภูเก็ต ในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต, หน่วยบริการสมุยในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี, หน่วยบริการหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และหน่วยบริการสุราษฎร์ธานี อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยลูกค้าของบริษัทฯ สามารถติดต่อขอรับบริการได้ทั้งในเวลาปกติและเวลาฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมง

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ สามารถแยกได้เป็น 3 ประเภท

1. ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์สำหรับการกรอง (Filtration)
2. ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์สำหรับฆ่าเชื้อ (Disinfection) และ
3. ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์อื่นๆ โดยมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่สำคัญมีดังนี้

ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์สำหรับการกรอง (Filtration)

Fleck Automatic Control Valve For Water Treatment

• Fleck ชุดวาล์วควบคุมแบบล้างอัติโนมัติ

Water Care Water Treatment Plant Package System

• Water Care ระบบปรับสภาพน้ำอัตโนมัติ

DMI 65 Super Deiron / Manganese Filter Media

• DMI 65 สารกรองกำจัดสนิมเหล็ก ประสิทธิภาพสูง

All Kind of Liquid Filtration For Every Industrial Application

• ศูนย์รวมเครื่องกรองของเหลวสำหรับทุกอุตสาหกรรม

Everpure Water Purification System For Food & everage Business

• Everpure ระบบเครื่องกรองน้ำ สำหรับธุรกิจร้านอาหาร & เครื่องดื่ม

Claris Water Filter For Coffee Application

• Claris เครื่องกรองน้ำสำหรับธุรกิจกาแฟ

Everpure Reverse Osmosis System For Food & Beverage Service

• Everpure ระบบเครื่องกรองน้ำ R/O สำหรับธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม

ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์สำหรับฆ่าเชื้อ (Disinfection)

VIQUA UV Disinfection For Commercial Use

• VIQUA เครื่องฆ่าเชื้อด้วยแสงยูวีสำหรับน้ำในพาณิชยกรรม

VIQUA SM UV Disinfection For Industrial Use

• VIQUA เครื่องฆ่าเชื้อด้วยแสงยูวีสำหรับน้ำในอุตสาหกรรม

ATG UV System For Water & Waste Water Application

• ATG เครื่องฆ่าเชื้อด้วยแสงยูวีสำหรับน้ำในกระบวนการผลิตและน้ำเสีย

ATG SX UV System For Water & Waste Water Application

• ATG เครื่องฆ่าเชื้อด้วยแสงยูวีสำหรับน้ำในกระบวนการผลิตและน้ำเสีย

Biosure High Concentration Ozonated Water For Food & Beverage Industrail

• Biosure เครื่องผลิตน้ำโอโซนเข้มข้นสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร

Biospin High Concentration Ozonated Water For Comercial Laundy Application

• Biospin เครื่องผลิตน้ำโอโซนเข้มข้นสำหรับอุตสาหกรรมซักผ้า

Biowell High Concentration Ozonated Water For Medical Service

• Biowell เครื่องผลิตน้ำโอโซนเข้มข้นสำหรับงานบริการทางการแพทย์

อื่นๆ

Water logic High performance Hot/Cold water dispenser

- Water Logic Fire wall technology ได้ผ่านการทดสอบและรับรองประสิทธิภาพจากหน่วยงาน NSF international & องค์การอนามัยโลก (WHO)

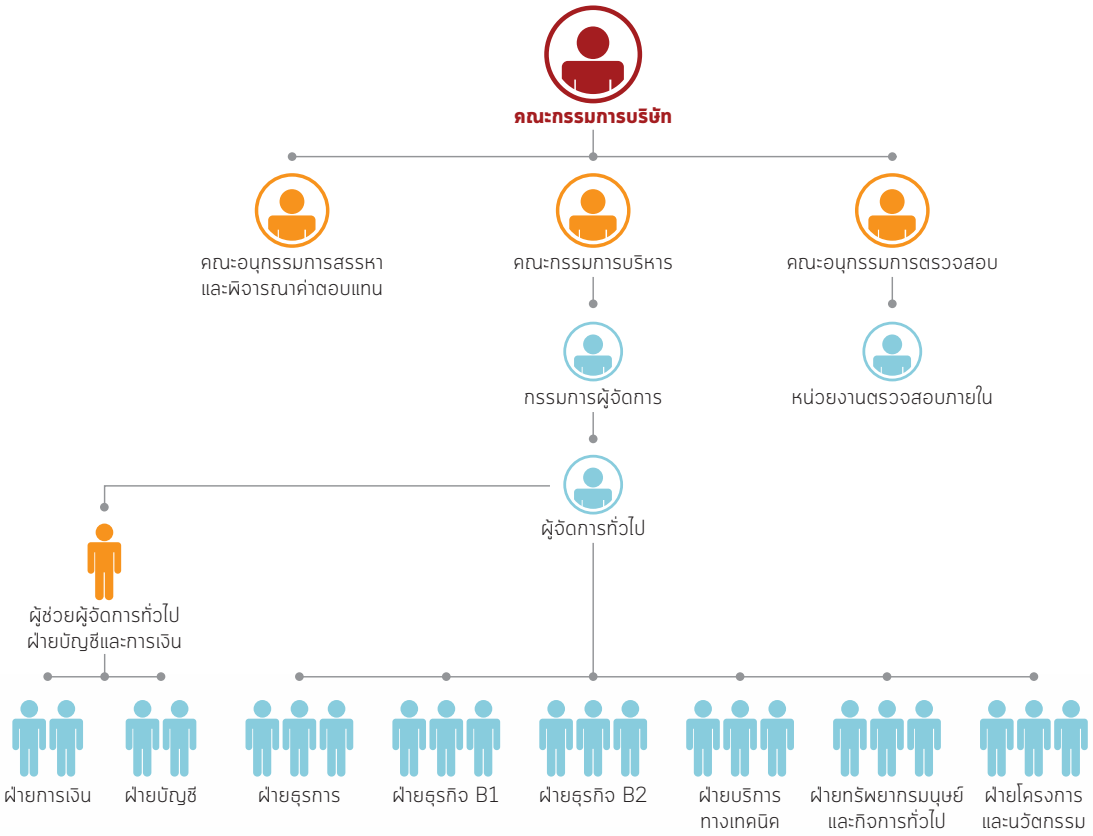
CELLI COUNTER BEVERAGE DISPENSER

- CELLI เครื่องจ่ายเครื่องดื่มแบบตั้งบน Counter

CELLI DROP IN BEVERAGE DISPENSER

- CELLI เครื่องจ่ายเครื่องดื่มแบบฝังลงบนแท่นวาง

โครงสร้างองค์กร



สำหรับโครงสร้างองค์กรของบริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ได้แบ่งหน่วยงาน เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจในแบบ หัตถาภิวัฒน์ เพื่อร่วมมือกันสร้างผลสำเร็จ ดังนี้

ฝ่ายธุรกิจB1 รับผิดชอบงานขาย สำหรับกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการด้านระบบน้ำ ฝ่ายธุรกิจB2 รับผิดชอบงานขายสำหรับลูกค้ากลุ่มพาณิชย์และที่อยู่อาศัย ฝ่ายบริการทางเทคนิครับผิดชอบงานซ่อมบำรุงเชิงป้องกัน และฝ่ายโครงการและนวัตกรรมรับผิดชอบงานงานประกอบและติดตั้งอุปกรณ์ระบบน้ำ ซึ่งเป็นทีมงานที่สร้างรายได้ จากการเข้าถึงลูกค้า นำพาสินค้าและบริการสู่กลุ่มเป้าหมาย

สำหรับฝ่ายธุรการ ฝ่ายบัญชีและการเงิน รับผิดชอบงานด้านเอกสาร การตรวจสอบความถูกต้องของงาน ราคา และอื่นๆตามข้อตกลงกับลูกค้า เป็นการส่งต่อกระบวนการทำงานเพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าและบริการที่เปี่ยมไปด้วยคุณค่าและฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และกิจการทั่วไป เป็นหน่วยงานสนับสนุนที่ผลักดันให้การดำเนินธุรกิจราบรื่น

สิ่งที่เกิดการเปลี่ยนแปลง เพื่อปรับกระบวนการส่งต่อคุณค่าให้ราบรื่น ลดความสูญเสีย ขจัดการทำงานซ้ำซ้อน รองาน และความผิดพลาดอื่นๆ บริษัทฯ จึงเลือกที่จะปรับเปลี่ยนสายการส่งต่องาน โดยรวมสองสายงานเข้าด้วยกัน ผลที่ได้รับคือ เกิดหน่วยงานใหม่ ที่เรียกว่า แผนกสนับสนุนสายธุรกิจกลาง(BSC) ซึ่งเกิดจากการรวมเจ้าหน้าที่ขายภายใน กับ เจ้าหน้าที่ธุรการ-บัญชี ไว้ที่แผนกเดียวกัน ทำให้กระบวนการทำงาน เกิดประสิทธิภาพใช้เวลาในการทำงานรวดเร็วขึ้นและลดการรองาน

ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น

จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีทุนจดทะเบียน 182.75 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 365.50 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท และมีทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว 154.21 ล้านบาท

ผู้ถือหุ้น

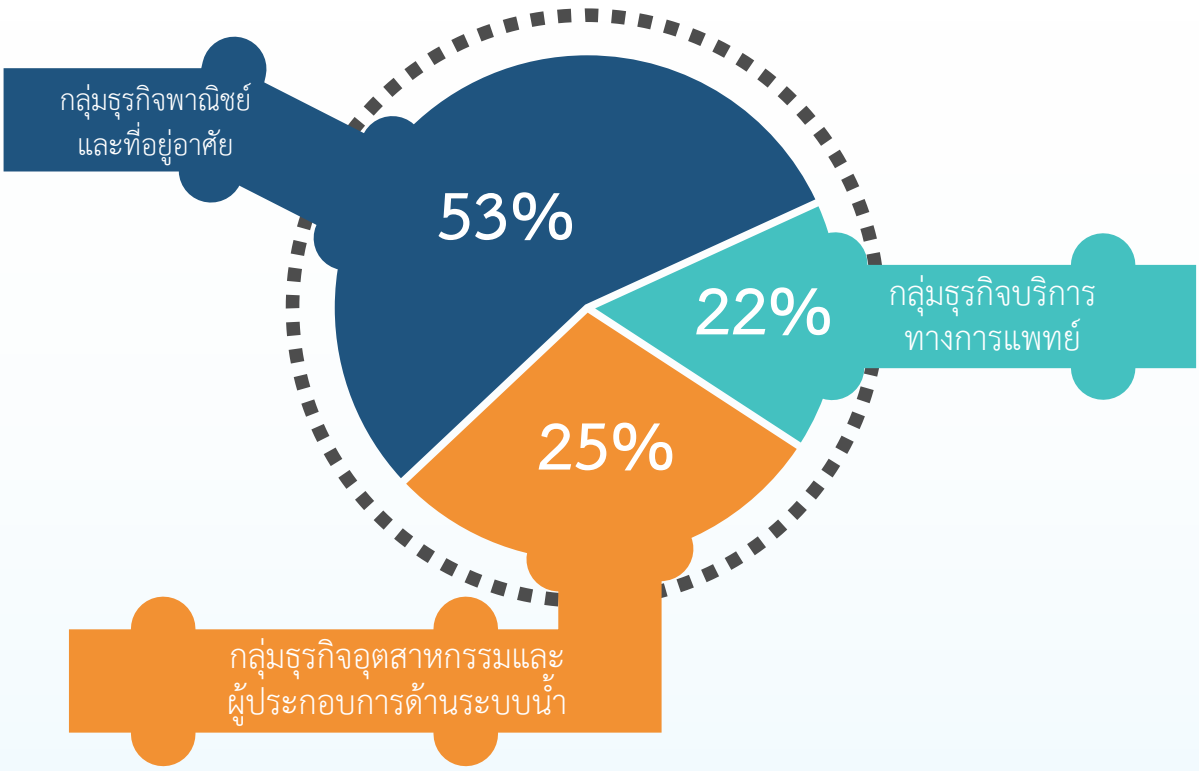
รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท 10 อันดับแรก ณ วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2560 ซึ่งเป็นวันปิดสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้นครั้งหลังสุด มีดังนี้

รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น (หุ้น)	ร้อยละ
1. กลุ่มครอบครัวเตชะเกษม		
- นายวิจิตร เตชะเกษม	66,249,585	21.48
- นายบุรโชติ เตชะเกษม	9,241,600	3.00
- นางสาวธนาพา เตชะเกษม	7,457,600	2.42
- นายพิสาส์น เตชะเกษม	6,852,400	2.22
- นายบุรวัฒน์ เตชะเกษม	6,000,000	1.95
- นายกฤษฎา เตชะเกษม	2,500,000	0.81
รวมครอบครัวเตชะเกษม	98,301,185	31.88
2. บริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	23,084,200	7.48
3. บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	11,388,350	3.69
4. นางอนัญญา เรืองศักดิ์วิชิต	10,325,000	3.35
5. นายสุรพงษ์ เตรียมชาญชัย	10,201,900	3.31
6. นายอนุโรจน์ เสนีย์ประกรณ์ไกร โดย	10,106,000	3.277
บริษัทหลักทรัพย์เออีซี จำกัด (มหาชน)	10,106,000	3.28
7. นายพงศ์รักษ์ จินดาสมบัติเจริญ	10,000,000	3.24
8. นายปริน ชนันทรานนท์	8,616,900	2.79
9. นายธนพรรจน์ ตันติวัฒนวิจิตร	8,144,600	2.64
10. นายมนตรี ประจันพาณิชย์	6,515,000	2.11
รวม	196,683,135	63.77

โครงสร้างรายได้

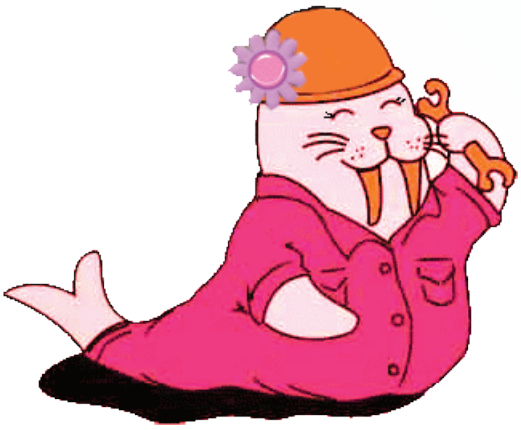
กลุ่มธุรกิจ	รายได้ (ล้านบาท)
อุตสาหกรรมและผู้ประกอบการด้านระบบน้ำ	98.16
พาณิชย์และที่อยู่อาศัย	209.2
บริการทางการแพทย์	86.95

ร้อยละของรายได้ - แยกตามกลุ่มธุรกิจ



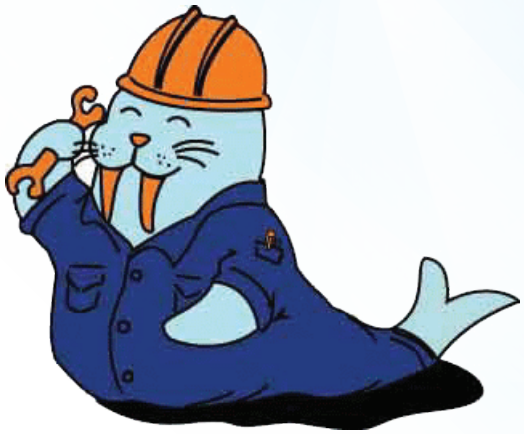
โครงสร้างบุคลากร

ส่วนแบ่งพนักงาน แยกตามเพศ



หญิง 118 คน

46%



ชาย 146 คน

54%

บริษัทฯ มีพนักงานชาย 54 เปอร์เซ็นต์ พนักงานหญิง 46 เปอร์เซ็นต์ โดยพนักงานชายส่วนใหญ่เป็นผู้ปฏิบัติงานในกลุ่มงานช่างเทคนิค ช่างเทคนิคบริการ พนักงานหญิงอยู่ในสายงานสนับสนุน เช่น การดูแลด้านเอกสาร และการประสานงาน

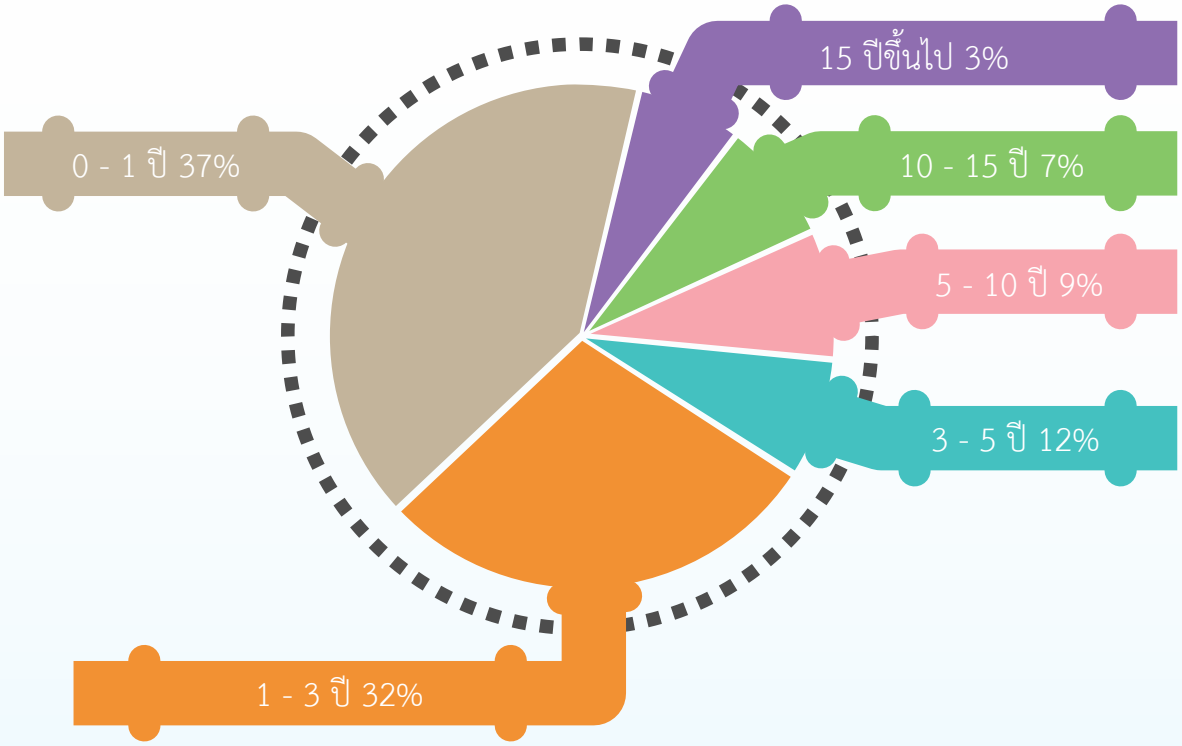
ทั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพงานและการให้บริการ จึงจัดทีมสนับสนุน ให้มีอัตรากำลังคนใกล้เคียงกับทีมช่างเทคนิค ช่างเทคนิคบริการ ซึ่งถือเป็นผู้ปฏิบัติการ โดยตรง

ปี 2559 บริษัทฯ ดำเนินนโยบายขยายธุรกิจ จึงเพิ่มกำลังคน เพื่อรองรับกระบวนการทำงาน ให้ราบรื่นและบรรลุเป้าหมาย โดยมีพนักงานใหม่ จำนวน 125 คน

กลุ่มอายุงาน ณ 31/12/2559

กลุ่มอายุงาน	ร้อยละของพนักงานทั้งหมด
0-1ปี	37
1-3 ปี	32
3-5 ปี	12
5-10 ปี	9
10-15 ปี	7
15 ปีขึ้นไป	3

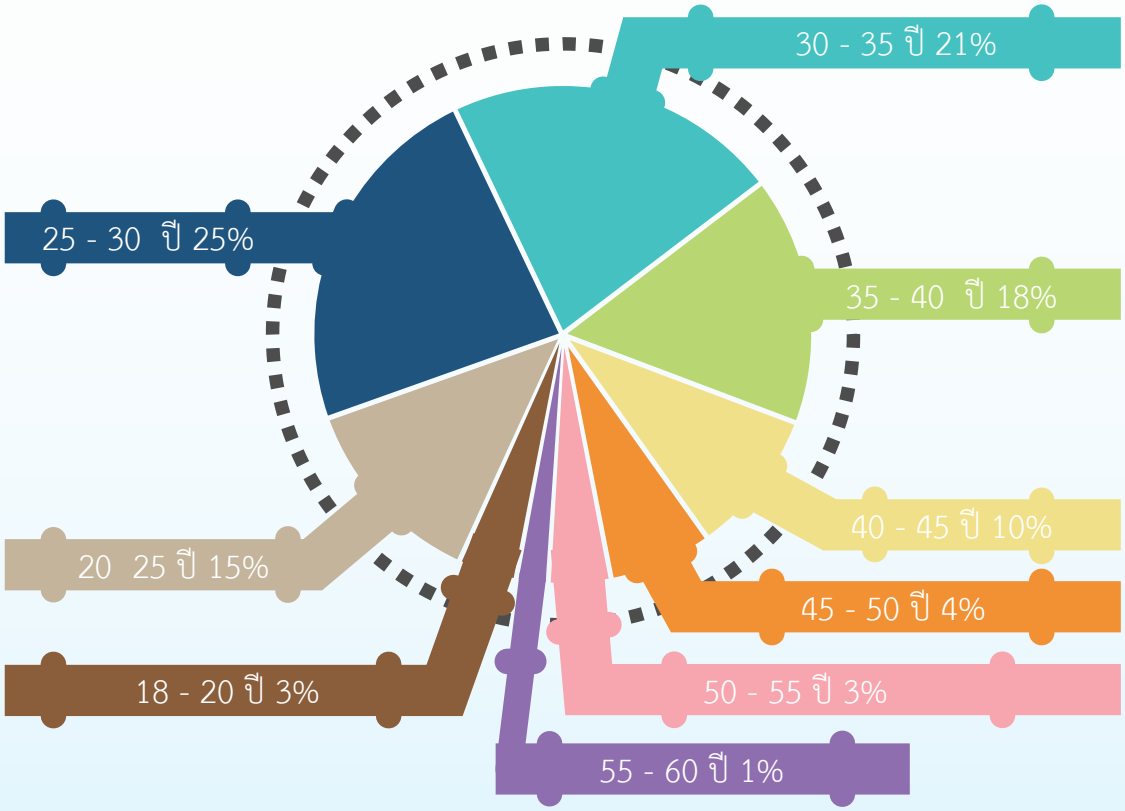
ร้อยละของพนักงาน แบ่งตามกลุ่มอายุงาน



กลุ่มอายุพนักงาน ณ 31/12/2559

กลุ่มอายุ	ร้อยละของพนักงานทั้งหมด
18-20 ปี	3%
20-25 ปี	15%
25-30 ปี	25%
30-35 ปี	21%
35-40 ปี	18%
40-45 ปี	10%
45-50 ปี	4%
50-55 ปี	3%
55-60 ปี	1%

ร้อยละของพนักงาน แบ่งตามกลุ่มอายุงาน



การกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ยึดมั่นต่อการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ และยึดถือปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนและมีความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ มีเชื่อมั่นว่าการดำเนินการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะส่งผลให้ธุรกิจของบริษัทฯ เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียได้

เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใส และเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อันจะทำให้เกิดความเชื่อมั่นในกลุ่มผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ดังนั้น คณะกรรมการบริษัทฯ จึงกำหนด นโยบายการกำกับดูแลกิจการ ฉบับนี้ขึ้น เพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

นอกจากการ บริษัทฯ ได้กำหนด “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ” ไว้อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรแล้ว บริษัทฯ ยังจัดให้มีการสื่อสารให้พนักงานได้รับรู้ และเข้าใจในนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งได้ถูกเผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ http://www.filtervision.co.th หัวข้อ การกำกับดูแลกิจการที่ดี ผ่านการจัดกิจกรรมและอบรมให้พนักงานทุกคนในองค์กร

โครงสร้างคณะกรรมการบริษัทฯ

ความเป็นอิสระและเป็นกลางของกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทฯ ปฏิบัติหน้าที่และใช้ดุลยพินิจอย่างเป็นอิสระในการพิจารณาตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ทั้งจากฝ่ายบริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่โดยกรรมการแต่ละคนมีหน้าที่และอิสระที่จะตั้งคำถามแสดงความคิดเห็นหรือคัดค้านในกรณีที่มีความเห็นขัดแย้งในเรื่องที่มีผลกระทบต่อผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นหรือผู้มีส่วนได้เสีย

ความหลากหลายของกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทฯ กำหนดนโยบายความหลากหลายของกรรมการ บริษัทฯ ที่ต้องสรรหาฯ สำหรับผู้ที่จะมาปฏิบัติหน้าที่เป็นกรรมการโดยพิจารณาจากทักษะที่จำเป็นที่ยังขาดอยู่ในคณะกรรมการรวมทั้งวิชาชีพความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านโดยไม่ได้จำกัดเพศที่จะมาปฏิบัติหน้าที่เป็นกรรมการแต่อย่างใดเพื่อให้คณะกรรมการมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

คุณสมบัติของกรรมการ

ผู้ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทฯ ต้องเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ซึ่งควรมีคุณสมบัติอย่างน้อย ดังนี้

1. เป็นบุคคลที่ไม่มีลักษณะต้องห้ามที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยบริษัทฯ มหาชนจำกัด และประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
2. มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมาอย่างยาวนาน หรือเฉพาะด้านซึ่งขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสถานการณ์บริษัทฯ ในช่วงเวลานั้น
3. เป็นผู้ที่สามารถอุทิศเวลาให้กับบริษัทฯ ได้อย่างเต็มที่โดยเฉพาะการตัดสินใจที่สำคัญเพื่อผลประโยชน์ของบริษัทฯ
4. เป็นผู้มีคุณธรรมและจริยธรรมและคุณสมบัติอื่นที่อาจกำหนดเพิ่มเติมตามความเหมาะสม

คุณสมบัติของกรรมการอิสระ

คณะกรรมการบริษัทฯ กำหนดคุณสมบัติของ “กรรมการอิสระ” ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเรื่องคุณสมบัติของกรรมการตรวจสอบ ดังนี้

1. ถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 0.5ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วของบริษัทฯ ฯบริษัทฯ ในเครือบริษัทฯ ร่วมหรือบริษัทฯ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ให้นับหุ้นที่ถือโดยผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย

2. ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบการบริหารงานในทางปกติธุรกิจของบริษัทฯ บริษัทฯ ในกลุ่มบริษัทฯ ร่วมและบริษัทฯ ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ รวมทั้งไม่เป็นกรรมการที่มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทฯ ลูกจ้างพนักงานหรือที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำจากบริษัทฯ บริษัทฯ ในกลุ่ม บริษัทฯ ร่วมบริษัทฯ ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ

3. กำหนดวาระดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระต่อเนื่องได้ไม่เกิน 9 ปีโดยไม่มีเงื่อนไขและเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 เป็นต้นไป

4. เป็นกรรมการที่ไม่มีผลประโยชน์หรือส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งในด้านการเงินและบริหารงาน

5. เป็นกรรมการที่ไม่ใช่ผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ บริษัทฯ ย่อย บริษัทฯ ร่วมนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง

6. เป็นกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพใด ๆ ซึ่งได้รับค่าบริการเกินกว่า 2 ล้านบาท ต่อปี จากบริษัทฯ บริษัทฯ ย่อย บริษัทฯ ร่วม หรือ นิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง

7. เป็นกรรมการที่ไม่ใช่เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องหรือญาติสนิทของผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ

8. เป็นกรรมการที่ไม่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเป็นตัวแทนเพื่อรักษาผลประโยชน์ของกรรมการของบริษัทฯ หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่

9. สามารถปฏิบัติหน้าที่ แสดงความเห็น หรือรายงานผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทฯ ได้โดยอิสระ

การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

คณะกรรมการบริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสอย่างเคร่งครัด ดังนี้

1. บริษัทฯ ฯเผยแพร่ข้อมูลตามเกณฑ์ที่กำหนด ผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปี (แบบ 56-2) รวมทั้งเผยแพร่ผ่านทาง website ของบริษัทฯ ฯทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษด้วย

2. คณะกรรมการรายงานผลการปฏิบัติตามนโยบายกำกับดูแลกิจการผ่านทางแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี(แบบ 56-1) และรายงานประจำปี (แบบ 56-2)

3. เพื่อให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน เรื่องหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการรายงานการเปิดเผยข้อมูล เกี่ยวกับฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ฯที่ออก หลักทรัพย์ บริษัทฯ ฯได้กำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลผ่านแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ56-1) ได้แก่

3.1 ข้อมูลทั่วไป

3.2 ปัจจัยความเสี่ยง

3.3 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

3.4 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.5 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

3.6 ข้อพิพาททางกฎหมาย

3.7 โครงสร้างเงินทุน

3.8 การจัดการ

3.9 การควบคุมภายใน

3.10 รายการระหว่างกัน

3.11 ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

3.12 ข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง

4. คณะกรรมการจัดให้มีรายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการต่อรายงานทางการเงินแสดงควบคู่ไปกับรายงานของผู้สอบบัญชีและจัดให้มีรายงานการกำกับดูแลกิจการของคณะกรรมการตรวจสอบในรายงานประจำปี (แบบ 56-2)

5. คณะกรรมการมีการเปิดเผยรายชื่อและบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อย จำนวนครั้งของการประชุม และจำนวนครั้งที่กรรมการเข้าร่วมประชุมในแต่ละปี

6. คณะกรรมการจะเปิดเผยค่าตอบแทนแต่ละประเภทที่แต่ละคนได้รับ รวมทั้งค่าตอบแทนจากการเป็นกรรมการบริษัทฯ ย่อย หรือ หน้าที่อื่น เช่น ที่ปรึกษา รวมทั้งรายละเอียดค่าตอบแทนของผู้บริหาร 4 รายแรกนับจากกรรมการผู้จัดการไว้ในรายงานประจำปี (แบบ 56-2) และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1)

7. การเปิดเผยข้อมูลและผู้มีอำนาจในการเปิดเผยข้อมูล

7.1 การเปิดเผยข้อมูลตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์

7.1.1 กำหนดให้มีผู้ทำหน้าที่นักลงทุนสัมพันธ์ เพื่อทำหน้าที่สื่อสารกับบุคคลภายนอก ได้แก่ ผู้ถือหุ้น นักลงทุนสถาบันนักลงทุนทั่วไป นักวิเคราะห์ ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

(1) เปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญให้ประชาชนทราบ

(2) เผยแพร่สารสนเทศต่อประชาชนอย่างทั่วถึง

(3) ชี้แจงกรณีที่มีข่าวลือหรือข่าวสารต่าง ๆ

(4) การดำเนินการเมื่อมีการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ จดทะเบียนผิดไปจากสภาพปกติของตลาด

(5) การเปิดเผยในเชิงส่งเสริมที่ไม่มีเหตุอันควร

(6) การซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ จดทะเบียน โดยใช้ข้อมูลภายใน ได้อย่างถูกต้อง เพียงพอ ทันเวลา โปร่งใส เท่าเทียม และเป็นธรรม

บริษัทฯ กำหนดให้บุคคลผู้มีอำนาจในการให้ข้อมูลดังกล่าว ได้แก่ กรรมการผู้จัดการ หรือผู้จัดการทั่วไป หรือผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายบัญชีและการเงิน

7.1.2 กำหนดให้บุคคลที่มีอำนาจในการประสานงานการเปิดเผยข้อมูลกับตลาดหลักทรัพย์ฯ (Contact Person) ดังนี้

(1) การเปิดเผยสารสนเทศตามรอบระยะเวลาบัญชี ได้แก่ งบการเงินประจำปีและงบการเงินรายไตรมาส แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) รายงานประจำปี (แบบ 56-2) โดยผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายบัญชีและการเงินและเลขานุการบริษัท

(2) การเปิดเผยสารสนเทศตามเหตุการณ์ ได้แก่ รายการได้มา/ จำหน่ายไป ซึ่งสินทรัพย์ รายการที่เกี่ยวโยง กำหนดวันประชุมผู้ถือหุ้น การเปลี่ยนแปลงกรรมการและผู้สอบบัญชี การย้ายที่ตั้งสำนักงานใหญ่ รายงานการประชุมผู้ถือหุ้น และโครงการลงทุน เป็นต้นโดยเลขานุการบริษัทฯ

7.2 การให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไปสำหรับการบริหารองค์กร กับสื่อสารมวลชน โดยกำหนดให้กรรมการผู้จัดการ มีหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กรต่อสื่อสารมวลชน

7.3 กำหนดบุคคลผู้ประสานงาน (Contact Person)กับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

7.3.1 บริษัทฯ ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด กำหนดให้เลขานุการบริษัทเป็นผู้ประสานงาน

7.3.2 สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ กำหนดให้เลขานุการบริษัทเป็นผู้ประสานงาน

8. คณะกรรมการและผู้บริหาร มีการรายงานการถือหลักทรัพย์และการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์เป็นไปตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

9. กรรมการ และผู้บริหาร 4รายแรกนับจากกรรมการผู้จัดการ มีหน้าที่ต้องจัดทำรายงานการมีส่วนได้เสียของตนเองและบุคคลที่เกี่ยวข้องต่อประธานกรรมการบริษัทฯ และประธานคณะกรรมการตรวจสอบตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2551มากไปกว่านั้น คณะกรรมการบริษัทฯ ฯได้มีนโยบายให้พนักงานระดับบริหาร ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป และผู้จัดการฝ่ายต้องจัดทำรายงานการมีส่วนได้เสียของตนเองและบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม และเท่าเทียมกันโดยรายงานให้คณะกรรมการตรวจสอบรับทราบเป็นรายไตรมาส

10. กำหนดให้ กรรมการ ผู้บริหาร ต้องแจ้งให้บริษัทฯ ทราบอย่างน้อย 1วันล่วงหน้าก่อนทำการซื้อ/ขายหลักทรัพย์ผ่านเลขานุการบริษัทฯและรายงานให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ทราบรายไตรมาส

11. คณะกรรมการบริษัทฯ ฯจัดให้มีระบบบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องทุกด้าน ครอบคลุมปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับวิสัยทัศน์เป้าหมาย กลยุทธ์ทางธุรกิจการเงินการผลิต และการปฏิบัติการด้านอื่นๆ พิจารณาถึงโอกาสที่จะเกิดและระดับความรุนแรงของผลกระทบกำหนดมาตรการในการป้องกันแก้ไขและผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน รวมทั้งกำหนดมาตรการในการรายงานและการติดตามประเมินผลโดยจัดให้มีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงในระดับจัดการ มีหน้าที่นำเสนอแผนงานและผลการปฏิบัติตามแผนต่อคณะกรรมการบริหารเป็นประจำ

12. คณะกรรมการ จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่ครอบคลุมทุกด้านทั้งด้านการเงิน การปฏิบัติงาน การดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง และจัดให้มีกลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลที่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการปกป้องรักษาและดูแลเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นและสินทรัพย์ของบริษัทฯ ฯอยู่เสมอ กำหนดระเบียบปฏิบัติเป็นลายลักษณ์อักษรมีหน่วยงานตรวจสอบภายในที่เป็นอิสระ รายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงานให้เป็นไปตามระเบียบที่วางไว้

จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

แนวทางแห่งจรรยาบรรณ ความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็นความรับผิดชอบของคน FVC ในการตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจและการดำเนินการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ ตลอดจนกิจกรรมอื่นๆของบริษัทฯที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านการแสดงออกอย่างโปร่งใสและมีจรรยาบรรณใน 3 สิ่งนั่นคือ

ยืนอยู่บนข้อปฏิบัติตามกฎหมายและแนวปฏิบัติสากลนั่นคือ

1. ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
2. ยึดมั่นในการปฏิบัติแห่งการเป็นผู้ “ศรัทธา ในความดี” โดยปฏิบัติตนตามระเบียบ กฎหมาย กติกาทางสังคม ให้ดีกว่า หรืออย่างน้อยต้องอยู่ตามมาตรฐานทางกฎหมายและแนวปฏิบัติสากล
3. ปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจฯ ของบริษัทฯ

ถือความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ทุกคนเป็นภารกิจที่ต้องรับไป

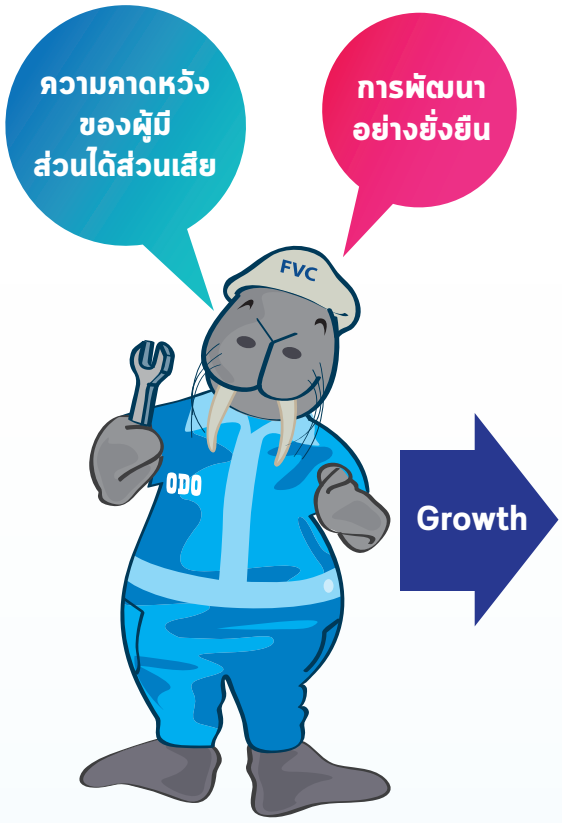
1. คำนึงถึงผลประโยชน์และผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ด้วยความเท่าเทียม เสมอภาคต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ
2. ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบและรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียและสังคมโดยรวม
3. คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของFVC ขอมีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริต ส่งเสริมความเป็นธรรม และส่งเสริมคุณภาพชีวิตในการทำงาน
4. เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสีย มีช่องทางในการแสดงความคิดเห็น ร้องเรียนได้โดยสะดวก

ก้าวต่อไปสู่การมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างยั่งยืน

1. พัฒนาระบบการบริหารจัดการ เพื่อเฝ้าระวังการทุจริต ผ่านระบบการตรวจสอบภายในที่มีมาตรฐานและได้รับการยอมรับ

2. มุ่งมั่นที่จะมีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริต รายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์

สามารถอ่านรายละเอียดได้ที่ เว็บไซต์ของบริษัทฯ : www.filtervision.co.th



กฎหมายและแนวปฏิบัติสากล

การสื่อสาร CGS Coode of Conduct

เปิดเผย สื่อสาร เข้าใจ พร้อมนำไปปฏิบัติ

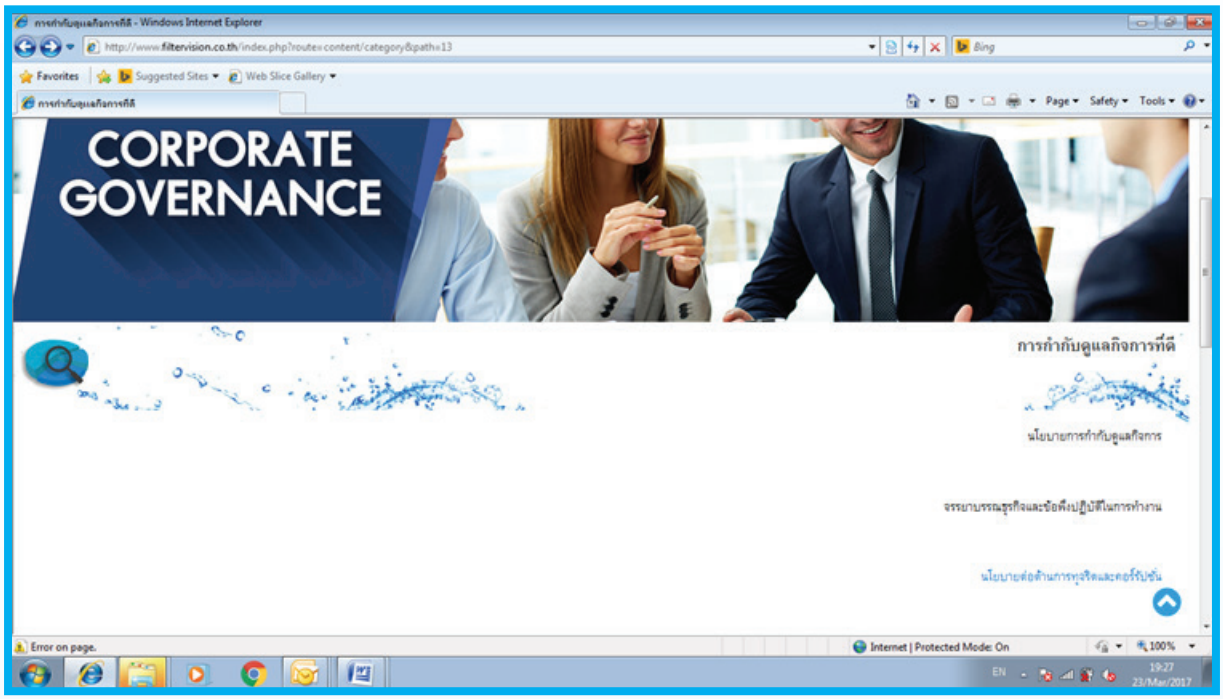
เพื่อเป็นการสื่อสาร จรรยาบรรณธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานสู่พนักงานและผู้ปฏิบัติงานภายในบริษัทฯ ได้กำหนดการสื่อสารในลักษณะต่างๆ อาทิ การอบรมให้ความรู้ การแทรกสาระความรู้ในกิจกรรมของบริษัทฯ ในหัวข้อเรื่องที่เกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงและเพื่อเป็นการแสดงเจตนาในการรับทราบและพร้อมปฏิบัติ โดยพนักงานทุกคนจะเข้าร่วมอบรมและลงชื่อรับทราบนโยบาย

การต่อต้านการทุจริตคอรัปชั่น

บริษัทฯ กำหนดนโยบายต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชั่น เพื่อประสงค์จะสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสีย ได้รับรู้ถึงเจตนารมณ์ในการทำธุรกิจ ที่ยึดถือความซื่อตรง

- จึงประกาศนโยบาย ให้เป็นที่ทราบโดยทั่วกัน
- มีกำหนดหน้าที่ ความรับผิดชอบ
- แนวทางปฏิบัติ
- ช่องทางการแจ้งเบาะแล
- และการรักษาความลับ

รายละเอียดได้เผยแพร่ไว้ทาง WWW.filtervision.co.th



บริษัทฯ มีอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม ซื่อสัตย์ โปร่งใส และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชั่น และมีความมุ่งมั่นในการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชั่นในทุกรูปแบบ

เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีนโยบายการกำหนดความรับผิดชอบ แนวปฏิบัติ และข้อกำหนดในการดำเนินการที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการทุจริตและคอร์รัปชั่น บริษัทฯ จึงได้จัดทำ “นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชั่น” เป็นลายลักษณ์อักษรขึ้น เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนเพื่อให้บุคลากรทุกระดับยึดถือเป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติงาน

นโยบาย

ห้ามกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัทฯ กระทำการอันใดที่เป็นการเกี่ยวข้องกับการทุจริตและคอร์รัปชั่นทุกรูปแบบ เพื่อประโยชน์ทางตรงหรือทางอ้อม โดยครอบคลุมถึงธุรกิจในทุกประเทศและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยจะปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชั่นอย่างเคร่งครัด

ข้อกำหนดสำหรับการดำเนินการ

การดำเนินการใดๆ ตามนโยบาย นโยบายการต่อต้านการทุจริต (Anti – corruption Policy) จะกำหนดไว้ในคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน และกำหนดให้นำ นโยบายการต่อต้านการทุจริต ไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการดำเนินงานทุกส่วนงานกำหนดให้ทำการประเมินความเสี่ยง เพื่อทบทวนสถานะของการควบคุมการทุจริตคอร์รัปชั่น

การแจ้งข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะ

คณะกรรมการบริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย มีช่องทางการร้องเรียน การแสดงความเห็นและแจ้งเบาะแสการกระทำผิดกฎหมาย โดยกำหนดให้เลขานุการบริษัทฯ ทำหน้าที่เป็นหน่วยรับข้อร้องเรียนด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ ของบริษัทฯ ดังนี้

ผู้ร้องเรียนจะต้องระบุรายละเอียดของเรื่องที่จะแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียน พร้อมชื่อ ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ และส่งมายังช่องทางรับเรื่อง ดังนี้

1. แจ้งผ่านช่องทาง อีเมลล์ของประธานกรรมการตรวจสอบ : rapeepats@filtervision-thai.com โทร.0-2518-2722 ต่อ 500 หรือ
2. แจ้งผ่านช่องทาง อีเมลล์ของประธานกรรมการบริหาร : twijit@irvingthai.comโทร. 0-2518-2722 ต่อ 119 หรือ
3. แจ้งผ่านช่องทาง อีเมลล์ของเลขานุการบริษัท :cpanchit@filtervision-thai.com โทร.0-2518-2722 ต่อ 644 หรือ

4. แจ้งผ่านช่องทาง อีเมลล์ของสำนักเลขานุการบริษัท : cs@filtervision-thai.com โทร.0-2518-2722 ต่อ 649 หรือ

5. แจ้งผ่านช่องทาง เว็บไซต์ของบริษัทฯ : www.filtervision.co.th

บุคคลที่สามารถแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตและคอร์รัปชั่น คือ ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของบริษัทฯ ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่แข่งทางการค้า เจ้าหนี้ ภาครัฐบาล ชุมชน สังคม ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ

กระบวนการดำเนินการเมื่อได้รับข้อร้องเรียน

บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานมีช่องทางการร้องเรียนและแสดงความเห็นอย่างเป็นอิสระ เพื่อเป็นแนวทางสู่การพัฒนาและสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร ดังนี้

1. ผู้รับข้อร้องเรียนรวบรวมข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับการฝ่าฝืน หรือการไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณ

2. ผู้รับข้อร้องเรียนรายงานข้อเท็จจริงต่อกรรมการอิสระ ปฏิบัติหน้าที่สอบสวนข้อเท็จจริง เพื่อพิจารณาการร้องเรียน โดยแยกแยะเรื่องที่เกี่ยวข้องออกเป็นประเด็น ด้านการบริหารจัดการ ด้านการพัฒนาความรู้ การตรวจสอบข้อเท็จจริง เป็นต้น

3. มาตรการดำเนินการ ผู้รับข้อร้องเรียนนำเสนอกรรมการอิสระเพื่อสอบสวนข้อเท็จจริง และกำหนดมาตรการดำเนินการเพื่อระงบการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย

4. การรายงานผล: ผู้รับข้อร้องเรียนมีหน้าที่แจ้งผลให้ผู้ร้องเรียนทราบ หากผู้ร้องเรียน เปิดเผยตนเอง ในกรณีที่เป็นเรื่องสำคัญ ให้รายงานผลต่อประธานกรรมการ และ/หรือ คณะกรรมการบริษัทฯทราบ

มาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน

เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้เรียกร้องและผู้ให้ข้อมูลที่กระทำโดยเจตนาสุจริต บริษัทฯ จะปกปิดชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลใดๆ ที่สามารถระบุตัวผู้ร้องเรียนหรือผู้ให้ข้อมูลได้ และเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ โดยจำกัดเฉพาะผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้

ในกรณีที่มีการร้องเรียน บริษัทฯ จะคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียน พยาน และบุคคลที่ให้ข้อมูลในการสืบสวนหาข้อเท็จจริง ไม่ให้ได้รับความเดือดร้อน อันตรายใด หรือความไม่ชอบธรรม อันเกิดมาจากการแจ้งเบาะแส ร้องเรียน การเป็นพยาน หรือการให้ข้อมูล

ทั้งนี้ ผู้ได้รับข้อมูลจากการปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องร้องเรียน มีหน้าที่เก็บรักษาข้อมูล ข้อร้องเรียน และเอกสารหลักฐานของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ ห้ามเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลอื่นที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด

การบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

การบริหารห่วงโซ่อุปทาน

1. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้วยประสบการ์ณในการให้บริการระบบปรับสภาพน้ำมาอย่างยาวนาน FVC เรามีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยรวบรวมข้อมูลความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ประกอบกับมาตรฐานและกติกาข้อบังคับที่กำหนดในอุตสาหกรรมนั้นๆ ร่วมกับการคัดสรรนวัตกรรม เทคโนโลยีที่ดีที่สุดจากผู้ผลิตทั่วโลก นำมากลั่นกรองโดยทีมทำงานของบริษัท ที่มีความเชี่ยวชาญ ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Design & Quality) ด้วยแนวคิดผลิตภัณฑ์ต้องตอบสนองให้ตรงความต้องการของลูกค้าทั้งคุณภาพและความคุ้มค่า เพื่อให้ลูกค้าได้ประโยชน์สูงสุด

2. การจัดซื้อ, จัดหาและวางแผนการสั่งซื้อ

บริษัทมีการใช้โปรแกรมระบบ ERP (SAP) เพื่อใช้ในการวางแผน คำนวณปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมด้วยจำนวนที่ต้องการ เพื่อให้สามารถตอบสนองการบริการลูกค้าได้ตรงเวลา และตรงตามนโยบายการบริหารสินค้าคงคลังของบริษัทที่ต้องการควบคุมสินค้า คงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมไม่มีสินค้าค้างนาน ล้าสมัย (Obsolete) มีการหมุนเวียนของสินค้าอย่างเหมาะสม (Inventory Day) และบริหารระยะเวลาการนำเข้าสินค้า

ให้มีประสิทธิภาพ (Total Lead Time) และใช้ระยะเวลาที่สั้นที่สุด เพื่อไม่ก่อให้เกิดต้นทุนในการจัดเก็บต้นทุนค่าเสียโอกาสและต้นทุนการนำสินค้า

โดยในการจัดซื้อจัดหา เป็นไปตามระเบียบนโยบายในการจัดซื้อ จัดหาระหว่างบริษัท กับ บริษัทคู่ค้าทั่วโลก ภายใต้การกำกับดูแลกิจการอย่างโปร่งใส มีธรรมาภิบาล เพื่อให้ได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงสุดในต้นทุนที่เหมาะสมและส่งมอบให้ลูกค้าตรงเวลา

3. สินค้าและบริการ

สินค้าที่บริษัทคัดสรรจากผู้ผลิตทั่วโลก เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีคุณภาพ และได้การรับรองจากองค์กรระดับมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับระดับโลก เช่นISO,NSF,WQA,CE,CSA standard ทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจในสินค้าและบริการของบริษัท ที่มีเทคโนโลยีทันสมัย ได้การยอมรับมาตรฐานระดับสากล และตรงตามมาตรฐานสำหรับการใช้งานอุตสาหกรรมนั้นๆ

บริษัทได้ ส่งมอบผลิตภัณฑ์ ดังกล่าวในด้านบริการสนับสนุนทางเทคนิคให้ลูกค้า เพื่อสามารถนำไปประกอบใช้งานได้อย่างถูกต้อง อีกทั้ง มีบริการติดตั้งผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าสำหรับความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงพิเศษด้วย รวมทั้งบริการอบรมการใช้งาน หลังการติดตั้ง เพื่อให้สามารถใช้งานได้ในอย่างถูกต้อง และสามารถซ่อมบำรุงได้อย่างเหมาะสมทำให้สามารถใช้งานสินค้าได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ คุ้มค่า ตลอดอายุการใช้งาน

4. บริการหลังการขาย

ตลอดระยะเวลามากกว่า 20 ปีที่ผ่านมา บริษัทได้มีการพัฒนาระบบการให้บริการหลังการขายกับสินค้าและบริการภายใต้แนวคิดคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอันดับแรก (Customer Driven) และช่วยเพิ่มคุณค่าและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้กับธุรกิจของลูกค้า ด้วยสินค้าและบริการของบริษัทเป็นองค์ประกอบสำคัญ ให้ลูกค้าสามารถดำเนินธุรกิจ และส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค ได้ตรงตามเป้าหมายทางธุรกิจที่วางไว้

ด้วยศักยภาพความเชี่ยวชาญ และ ความพร้อมของทีมบริการของบริษัท และพร้อมด้วยศูนย์บริการของบริษัทได้ตั้งอยู่กระจาย ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการ ทั่วประเทศทำให้บริษัท ได้รับความไว้วางใจจากบริษัทชั้นนำระดับโลกมากมาย เช่น Starbuck, McDonald’s, บริษัทในกลุ่ม ปตท. ให้เป็นผู้ให้บริการงานติดตั้งงานซ่อมบำรุงระบบปรับสภาพน้ำให้บริสุทธ์ (water purification) กับร้านสาขาของลูกค้า ทุกสาขาทั่วประเทศเพื่อลูกค้าสามามารถ ส่งมอบคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพให้กับผู้บริโภคต่อไป

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร

การบ่งชี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัทคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง และระลึกถึงความสำคัญอย่างเท่าเทียมกัน โดยเลือกที่จะสื่อสารข้อมูลข่าวสาร ตามช่องทางและวิธีการที่เหมาะสม ดังนี้

ลำดับที่	กลุ่มผู้ส่วนได้ส่วนเสีย	วิธีการสื่อสาร	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
1.	ผู้ถือหุ้น - ผู้ถือหุ้นรายย่อย (บุคคล) - ผู้ถือหุ้นสถาบัน	• การจัดประชุมใหญ่ผู้ถือหุ้นประจำปี • สื่อสารข้อมูลของบริษัทผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จดหมาย โทรศัพท์ รายงานประจำปีและรายงานความยั่งยืน	• ผู้ถือหุ้นรับรู้ผลการดำเนินงานและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ

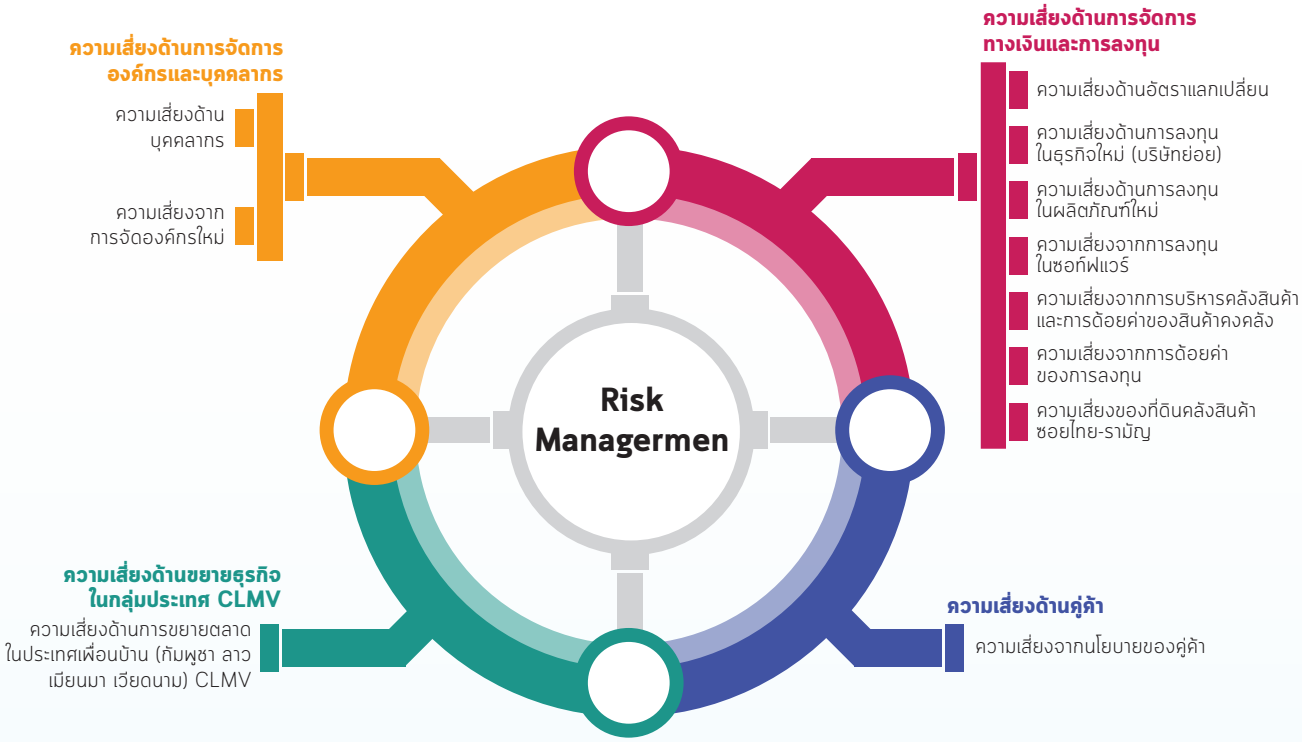
ลำดับที่	กลุ่มผู้ส่วนได้ส่วนเสีย	วิธีการสื่อสาร	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
2.	พนักงาน - พนักงานรายเดือน - พนักงานรายวัน	• จัดให้มีการสื่อสารและรับข้อมูลจากพนักงานผ่าน Intranet, คณะกรรมการสวัสดิการ (สก.) คณะกรรมการความปลอดภัยฯ (คปอ.), กิจกรรมMorning talk, สื่ออิเล็กโทรนิคส์และเว็บเพจ • ประเมินผลการทำงาน • กล่องรับความคิดเห็นและช่องทางการแจ้งเบาะแส • Application LINE กลุ่มสำหรับพนักงาน • การประชุม Operation Meeting • การฝึกอบรม ภายนอกและภายใน	• อัตราการลาออกของพนักงานลดลง • สถิติการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานเป็นศูนย์ • จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมไม่น้อยกว่า ร้อยละ 50 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด
3.	ลูกค้า - Transaction - Operator - End user	• ให้ความรู้ ข้อมูลทางด้านเทคนิคของสินค้าและบริการผ่านพนักงานขายและการตลาด รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์และ Website ของบริษัท • ร่วมกับลูกค้าในการฝึกอบรม เผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ • สำรวจความพึงพอใจลูกค้า • เข้าร่วมงานออกบูธ เพื่อเสนอสินค้า	• รายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง • สามารถรักษาฐานลูกค้าเดิม และเพิ่มจำนวนรายของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง
4.	คู่ธุรกิจ (คู่ค้า) - ผู้ส่งมอบวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และ บริการ - ผู้ร่วมลงทุน - ผู้กำกับดูแล - ผู้สนับสนุนทางธุรกิจ	• สื่อสารข้อมูลของบริษัท ผ่านรายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน จดหมาย โทรศัพท์ สื่ออิเล็กโทรนิคส์และเว็บเพจ • แลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารของแหล่งข้อมูลผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ เครื่องมือ เครื่องจักร • ให้คำแนะนำในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กร	• ส่งมอบสินค้าและบริการที่ดี และตรงเวลา • ร่วมลงทุนและทำธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่องในระยะยาว
5.	ชุมชนและสังคม	• สื่อสารข้อมูลของบริษัท ผ่านรายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน ผ่านช่องทาง เอกสารและและwebsite • จัดให้มีการสื่อสารและรับข้อมูลจากชุมชนผ่านพนักงานที่เป็นสมาชิกในชุมชน/การประชุมร่วมกับชุมชน • สำรวจความพึงพอใจ ความต้องการหรือข้อคิดเห็นผ่านกิจกรรมชุมชน	• ไม่พบข้อร้องเรียนด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม • %ความสำเร็จของกิจกรรม/โครงการที่พัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม • ได้รับการเผยแพร่ข่าวสาร ภาพลักษณ์องค์กรทางบวกอย่างสม่ำเสมอ • ได้รับการสนับสนุนและยอมรับจากสังคม

การบริหารความเสี่ยงขององค์กร

การบริหารความเสี่ยงขององค์กรประจำปี 2559

ในการดำเนินธุรกิจใดใดก็ตาม ผู้บริหารและพนักงานตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียย่อมต้องเผชิญกับความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ความเสี่ยงเป็นสิ่งที่จะต้องมีคู่กันกับโอกาสทางธุรกิจเสมอ ดังนั้นบริษัทฯจำเป็นต้องสร้างโอกาสทางธุรกิจพร้อมไปกับการจัดการความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตให้อยู่ในระดับที่สามารถดูแลจัดการได้อย่างเหมาะสม โดยอาศัยธีมทางความคิดและเป็นตัวตนของ FVC :สมาร์ท โซลูชั่น (Smart Solution) เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ความเสี่ยงของบริษัทฯที่คณะผู้จัดทำรายการความเจริญเติบโตแบบยั่งยืนประกอบด้วย



ความเสี่ยงด้านการจัดการองค์กรและบุคคลากร

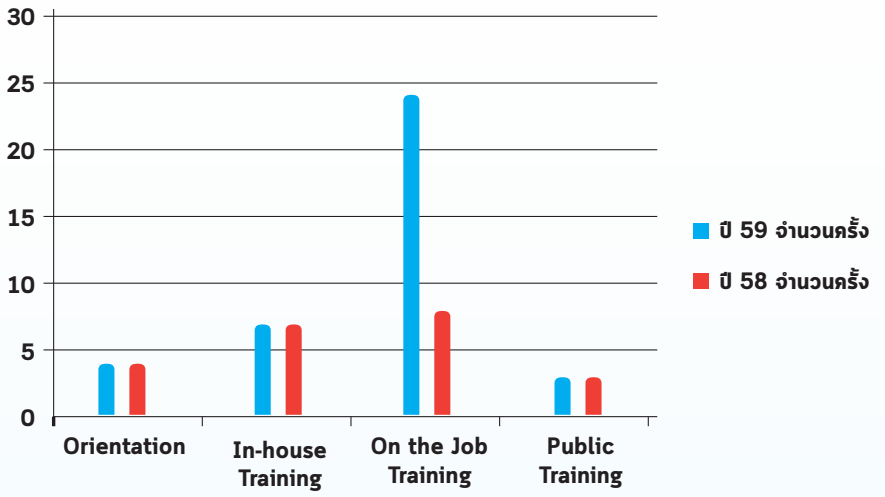
1. ความเสี่ยงด้านบุคคลากร

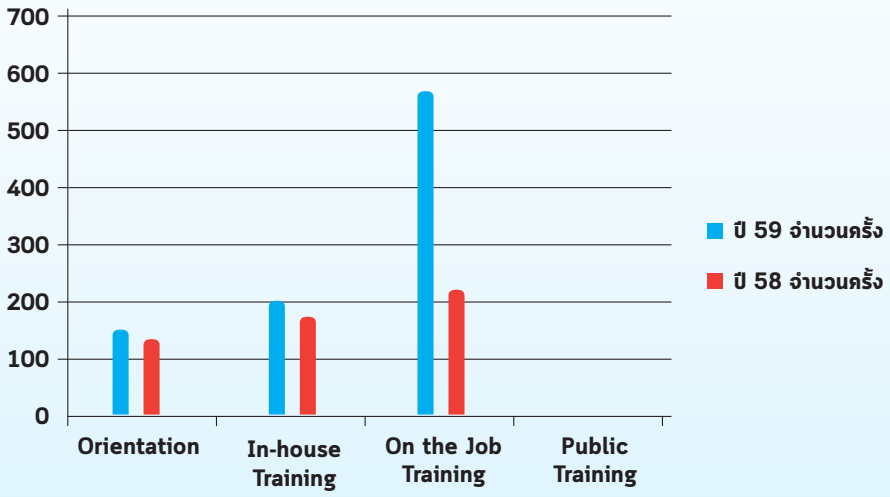
ในรอบปี 2559 บริษัทฯมุ่งมั่นที่จะพัฒนาบุคคลากรให้เข้าใจ เชี่ยวชาญ ในงานที่ทำและรับผิดชอบ ผ่านการกระตุ้นรุ่นเร้าจากโปรแกรมฝึกอบรมตลอดปีรวมทั้งกิจกรรมเรื่องเล่าเดือนนี้(Monthly Morning Talk)เพื่อชี้แจงให้ผู้บริหารและพนักงานเข้าใจในการอยู่และทำงานร่วมกันเพื่ออนาคตที่ดีขึ้นและมั่นคง

แสดงสถิติเปรียบเทียบของพนักงานเข้าฝึกอบรม และจำนวนโครงการอบรม ระหว่างปี 2558 และ 2559

	ปี 59		ปี 58	
	จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าอบรม (ราย)	จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าอบรม (ราย)
Orientation	4	142	4	123
In - house Training	7	194	7	163
On the Job Training	25	579	8	214
Public Training	3	4	3	3

	ปี 59	ปี 58	ปี 59	ปี 58
	จำนวนครั้ง	จำนวนครั้ง	จำนวนผู้เข้าอบรม (ราย)	จำนวนผู้เข้าอบรม (ราย)
Orientation	4	4	142	123
In - house Training	7	7	194	163
On the Job Training	25	8	579	214
Public Training	3	3	4	3





นอกจากนั้นบริษัทฯได้จัดทำโปรแกรมพิเศษการบริหารผลงานเชิงกลยุทธ (Strategic Performance Management) ซึ่งเป็นโครงการที่นำพนักงานและผู้บริหารมาร่วมกันกำหนดแผนกลยุทธสำหรับช่วงครึ่งปีตลอดจนตัวชี้วัดต่างๆ เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานสามารถนำข้อมูลจากการประเมินดังกล่าวไปปรับใช้สำหรับการวางแผนกลยุทธในอนาคต

2. ความเสี่ยงจากการจัดองค์กรใหม่

เพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดการและการแข่งขัน การปรับเปลี่ยนตำแหน่งงานตลอดจนการปรับโครงสร้างองค์กรย่อมเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ทั้งนี้ย่อมส่งผลกระทบต่อบุคคลากรในองค์กร สำหรับในปี 2559 บริษัทฯ ได้มีการจัดตั้ง แผนกสนับสนุนธุรกิจ (Business Support Center) โดยเป็นรวมแผนกต่างที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนลูกค้ามารวมกันเพื่อลดขั้นตอนในการมอบเอกสารและข้อมูลต่างๆให้กับทางลูกค้าและพนักงานแผนกบัญชีและการเงิน นอกจากนี้ยังได้เริ่มทดลองย้ายพนักงานจากแผนกโครงการและติดตั้งบางส่วนไปยังแผนกสนับสนุนทางเทคนิค (Technical Support) เพื่อประสิทธิภาพในการจัดการดูแลลูกค้าพร้อมๆ กับวางแผนในการจัดตั้งฝ่ายบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)โดยการโอนย้ายผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการในปี 2560

ความเสี่ยงด้านการจัดการทางเงินและการลงทุน

1. ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

แม้ว่าปี 2559 อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินต่างประเทศจะมีความผันผวนเป็นอย่างมาก แต่บริษัทฯ ยังสามารถควบคุมต้นทุนจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนให้อยู่ในระดับที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนโดยรวม เพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อต้นทุนของสินค้า ตลอดจนการวางแผนในการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศพร้อมๆ กับการวางแผนในการซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward)

2. ความเสี่ยงด้านการลงทุนในธุรกิจใหม่ (บริษัทย่อย)

จากการจัดตั้งบริษัทย่อยใหม่รวมทั้งบริษัทย่อยเดิม ผลประกอบการยังไม่สามารถสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนในระยะเวลาสั้นๆ เรื่องนี้คณะกรรมการบริหารได้มีการติดตามตลอดจนชี้แนะให้คำปรึกษาต่อผู้บริหารของบริษัทย่อย อันส่งผลให้ผลประกอบการในครึ่งปีของบริษัทย่อย พัฒนาดีขึ้นตามลำดับ

3. ความเสี่ยงด้านการลงทุนในผลิตภัณฑ์ใหม่

ในรอบปี 2559 บริษัทฯได้นำเสนอ เครื่องผลิตน้ำดื่มต่อต้านอนุมูลอิสระเพื่อสุขภาพและผลิตน้ำโอโซนสำหรับใช้ฆ่าเชื้อโรคภายในเครื่องเดียวกัน (Biowell) สำหรับตลาดที่อยู่อาศัย เครื่องผลิตน้ำโอโซนสำหรับทดแทนการใช้น้ำร้อนในอุตสาหกรรมซักผ้า (BioSpin) เครื่องผลิตน้ำโอโซนสำหรับฆ่าเชื้อโรคในเส้นท่อจ่ายน้ำบริสุทธิ์ของเครื่องทันตกรรม (Biowell) แต่การตอบสนองของตลาดไม่ได้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีการแบ่งบทบาทหน้าที่งานขึ้นมาใหม่เพื่อพัฒนาตลาดในส่วนนี้ โดยการมอบหมายให้ผู้บริหารที่คุ้นเคยในแต่ละตลาดเข้าร่วมหรือให้คำปรึกษาในการเจาะตลาด เช่น ตลาดโรงพยาบาลสำหรับการซักผ้า เป็นต้น

4. ความเสี่ยงจากการลงทุนในซอท์ฟแวร์

เพื่อให้การบริหารงานขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าในอดีต คณะผู้บริหารได้เลือกที่จะนำซอท์ฟแวร์ มาช่วยในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (SAP-C4C) อย่างไรก็ตามคณะผู้จัดทำยังมองว่าการใช้ซอร์ทแวร์ดังกล่าวจะมีประโยชน์ต่อองค์กรและลูกค้าในระยะยาว ทั้งนี้ในระยะสั้นผู้ที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องปรับตัวในการทำงานเพื่อให้คุ้นเคยกับระบบปฏิบัติการใหม่ นอกจากนี้แล้วคณะผู้บริหารได้วางแผนในปี 2560 จะทำการ Upgraded SAP-B1 เพื่อให้สามารถรองรับข้อมูลได้มากขึ้นในอนาคต

5. ความเสี่ยงจากการบริหารคลังสินค้าและการด้อยค่าของสินค้าคงคลัง

จากข้อมูลทางการเงินตลอดจนการใส่ใจของคณะกรรมการบริษัทในเรื่องดังกล่าว ทางผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้องได้ควบคุมบริหารต้นทุนทางการเงินของสินค้าคงคลังในสอดคล้องกับรายได้ของบริษัทและรักษาความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการส่งมอบคุณค่าผ่านสินค้าและบริการ นอกจากนี้ยังได้วางแผนในการจัดตั้งฝ่ายฝ่ายบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ในปี 2560 เพื่อรวบรวมบุคคลากรในแผนกต่างๆ มาพัฒนาห่วงโซ่อุปทานดังกล่าว

6. ความเสี่ยงจากการด้อยค่าของการลงทุน

สืบเนื่องจากบริษัทย่อยบริษัทหนึ่งมีผลประกอบขาดทุนเป็นเวลาติดต่อกันมาเป็นปีที่ 2 ทั้งนี้คณะกรรมการบริหารได้ให้ความใส่ใจเป็นพิเศษ แม้ว่าการสร้างยอดขายไม่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2558 แต่สามารถรักษาสถานะทางการเงินไม่ให้ขาดทุน(กำไรเล็กน้อย) ซึ่งคณะผู้จัดทำรายงานมองว่าการฟื้นตัวของบริษัทย่อยแห่งนี้น่าจะดีขึ้นตามลำดับ

7. ความเสี่ยงของที่ดินคลังสินค้าซอยไทย-รามัญ

จากแผนการลงทุนในการสร้างคลังสินค้าใหม่ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ อย่างไรก็ตามด้วยเงื่อนไขทางวิศวกรรมและระเบียบทางราชการ ทำให้ตลอดทั้งปี 2559 บริษัทฯพึ่งจะสรุปแบบทางวิศวกรรมแล้วเสร็จโดยคาดว่าจะเริ่มดำเนินการก่อสร้างในปี 2560 ทั้งนี้ทำให้ในตลอดปี 2559 บริษัทฯ ยังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากที่ดินดังกล่าว

ความเสี่ยงด้านขยายธุรกิจในกลุ่มประเทศ CLMV

1. ความเสี่ยงด้านการขยายตลาดในประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม) CLMV

กลุ่มประเทศ CLMV คือกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพดีประกอบด้วยประเทศ กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม เป็นประเทศในกลุ่มอาเซียน ที่มีแนวโน้มเศรษฐกิจโตต่อเนื่อง

ในปี 2559 รายได้จากตลาดนี้ยังต่ำมาก(ประมาณ 2-3 ล้านบาท) ในขณะที่รายได้ประชาชาติของกลุ่มประเทศเหล่านี้มีการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ผ่านมาประมาณ 5-7% ต่อปี ซึ่งถ้าคณะกรรมการบริหารมองว่าเราจำเป็นต้องปรับกลยุทธทางการขายและการตลาดสำหรับตลาดนี้ เพราะมีโอกาสสูงสำหรับสินค้าและบริการของกลุ่มบริษัทฯแต่ยอดขายยังเติบโตได้ช้า

ความเสี่ยงด้านคู่ค้า

1. ความเสี่ยงจากนโยบายของคู่ค้า

แม้ว่าในปี 2559 ยังไม่มีการประกาศนโยบายในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าของเราในต่างประเทศ แต่มีแนวโน้มว่าบริษัทฯเหล่านี้จะมีการปรับนโยบายในการแข่งขันในปี 2560 ทั้งนี้คณะกรรมการบริหารได้ติดตามและรับทราบการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นโดยสม่ำเสมอ ทั้งนี้นโยบายใหม่เกือบทั้งหมดอยู่ในพิสัยที่เข้ากันกับการทำงานของเราอยู่เกือบทั้งหมด ซึ่งสามารถบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม

โครงสร้างการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน

เพื่อให้แผนการดำเนินงานของบริษัทฯดำเนินสู่ความยั่งยืน จึงจัดโครงสร้างของการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดนโยบายและการปฏิบัติที่นำสู่บุคลากรทุกระดับในองค์กร ผู้บริหารระดับสูง ของบริษัทฯ นำโดย ดร.วิจิตร เตชะเกษม จึงเป็นประธานกรรมการความยั่งยืนและเป็นผู้นำในการกำหนดนโยบาย ถ่ายทอดเจตนารมณ์ไปยังคณะทำงานด้านความยั่งยืน (SD Team) อันประกอบด้วยผู้บริหารระดับฝ่ายและหัวหน้างาน เพื่อให้แปลเป็นกลยุทธ์ ในทางปฏิบัติผลักดัน ส่งต่อ ติดตามและอำนวยการให้นโยบายและแผนยุทธศาสตร์กระจายสู่ระดับปฏิบัติการต่อไป

และในขณะเดียวกัน คณะทำงานทุกสายงาน ก็สามารถเข้าถึง รายงานและแสดงความเห็นเพื่อให้เกิดการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันในเวทีการประชุม

คณะกรรมการความยั่งยืน(SD Committee)

คณะทำงานด้านความยั่งยืน(SD Team)

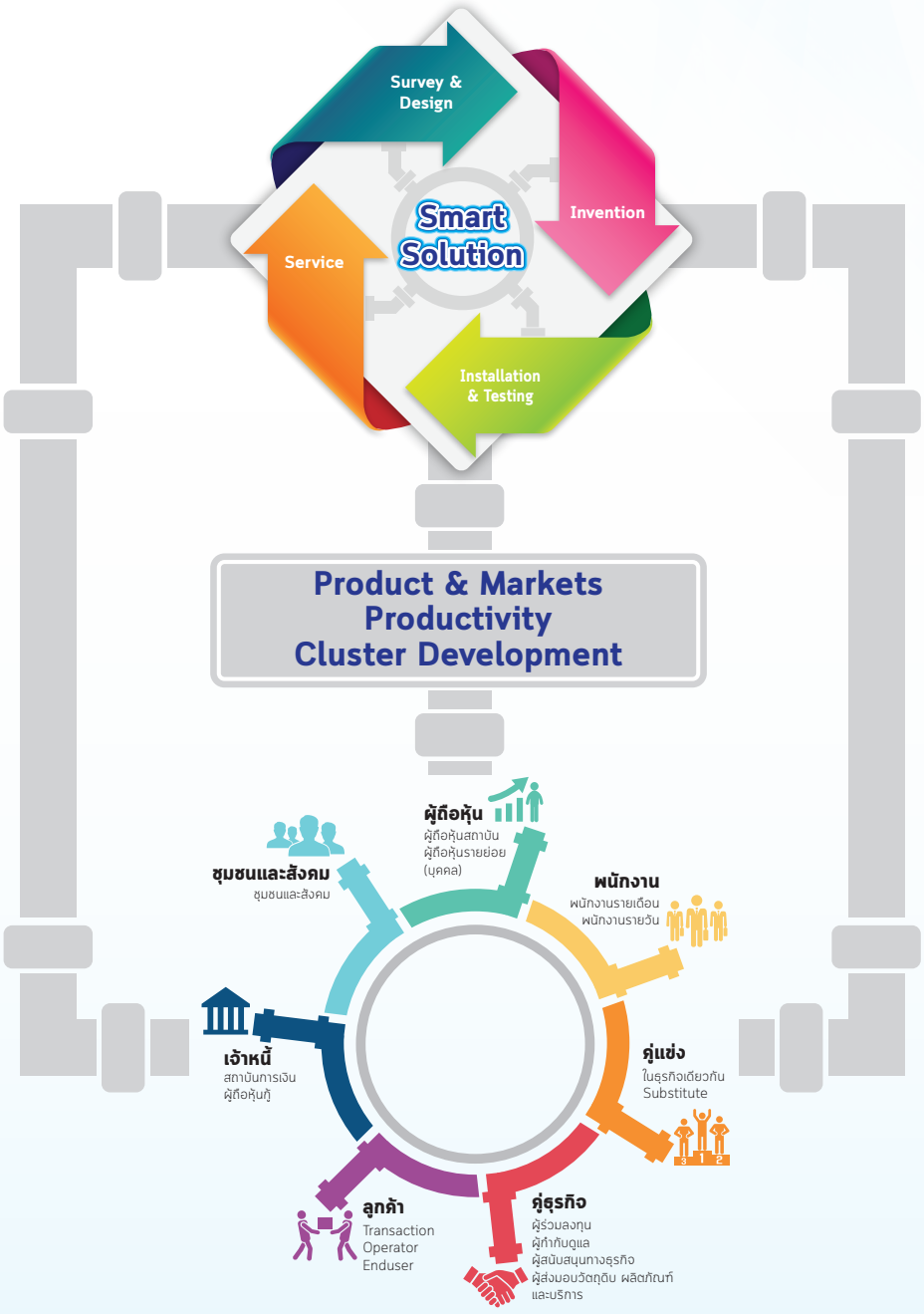
หน้าที่:คณะกรรมการความยั่งยืน

หน้าที่:คณะทำงานด้านความยั่งยืน

FVC กับความยั่งยืน ปีนี้ มี SMART FVC นำทาง

ณ วันนี้ FVC เห็นวิถีของการก้าวสู่ความยั่งยืน ที่เราจะ Share Value สู่ผู้มีส่วนได้เสีย ทุกคนทุกกลุ่ม ผ่านตัวขับเคลื่อนที่เป็นของชาว FVC คือ Smart Solution

Sustainability Framework



ด้วยปี 2559 บริษัทฯ เริ่มต้นด้วย Smart FVC ด้วยเหตุที่ว่า FVC จะสง่างาม ดูดี จะต้องมีการจัดการใน 4 องค์ประกอบ คือ Internal Process, Product & Service, Social & Employee, Environmental เพื่อให้เกิดความสมดุล แห่งความยั่งยืนใน 3 มิติ คือมิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม

4 องค์ประกอบ แห่ง Smart FVC

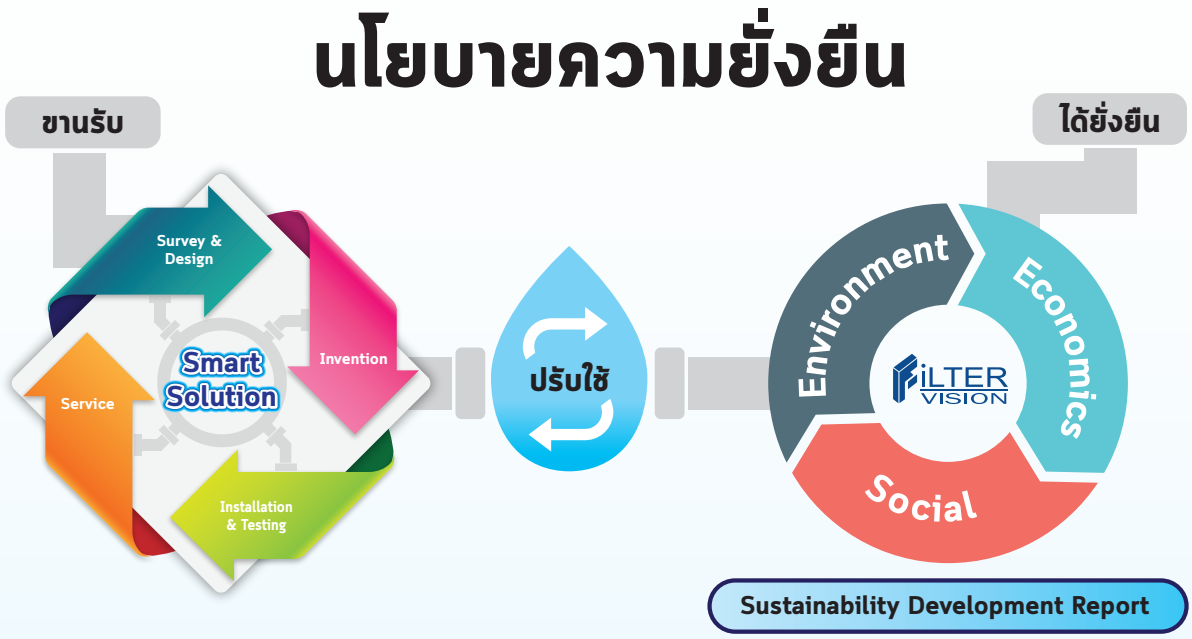
1. Internal Process หรือ การจัดการในกระบวนการภายในทั้งขั้นตอนการทำงาน การสื่อสาร การตรวจสอบ หรือแม้แต่ห่วงโซ่การจัดกระบวนการทำงานภายใน เช่นการทำเอกสาร ข้อมูลซ้ำ การแก้ไขงานเดิมซ้ำๆ

2. Product & Service สินค้าและบริการ คือช่องทางของรายได้ ดังนั้น ณ ปัจจุบัน คน FVC ต้องมีแนวคิดที่ Smart, มีวิธีการแก้ปัญหาตามแนวทางแห่ง Smart Solution เพราะนอกจากเราจะส่งมอบสินค้าและบริการที่ทรงคุณค่าให้ลูกค้าแล้ว เรายังเป็นผู้ส่งมอบ Smart Solution ไว้ในใจลูกค้าด้วย

3. Social & Employee สังคมและผู้ปฏิบัติงาน คือผู้โอบอุ้มความเป็นครอบครัว FVC หาก ผู้ปฏิบัติงานทุกคนคือครอบครัว สังคมแวดล้อมคือญาติมิตร ดังนั้น การส่งมอบ ความสุขทั้งทางกาย ทางใจ และทางสติปัญญา คือสิ่งที่เราต้องใส่ใจเพื่อให้ครอบครัวเราอยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน

4. Environmental แม้การดำเนินธุรกิจของเราชาว FVC จะไม่สร้างผลกระทบในทางลบต่อสิ่งแวดล้อม แต่เมื่อเราอยู่ในสังคมโลก ดังนั้นสิ่งที่เราชาว FVC ร่วมกัน ทำทุกสิ่งที่จะช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม แม้จะเป็นเพียงสิ่งเล็กน้อย ก็ตาม

สำหรับปี2559 บริษัทฯ กำหนดเป็นนโยบายว่า



ซึ่งมีความหมายว่าว่า ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ที่ทำงานประสานเกี่ยวข้องกับ FVC จะนำ Smart Solution ไปใช้ในการทำงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับ 4 องค์ประกอบ คือ 1.Internal Process 2.Product & Service 3.Social & Employee 4.Environmental เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่นำไปสู่ความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจและแนวคิดที่ก้าวหน้า พาเราสู่ความยั่งยืน

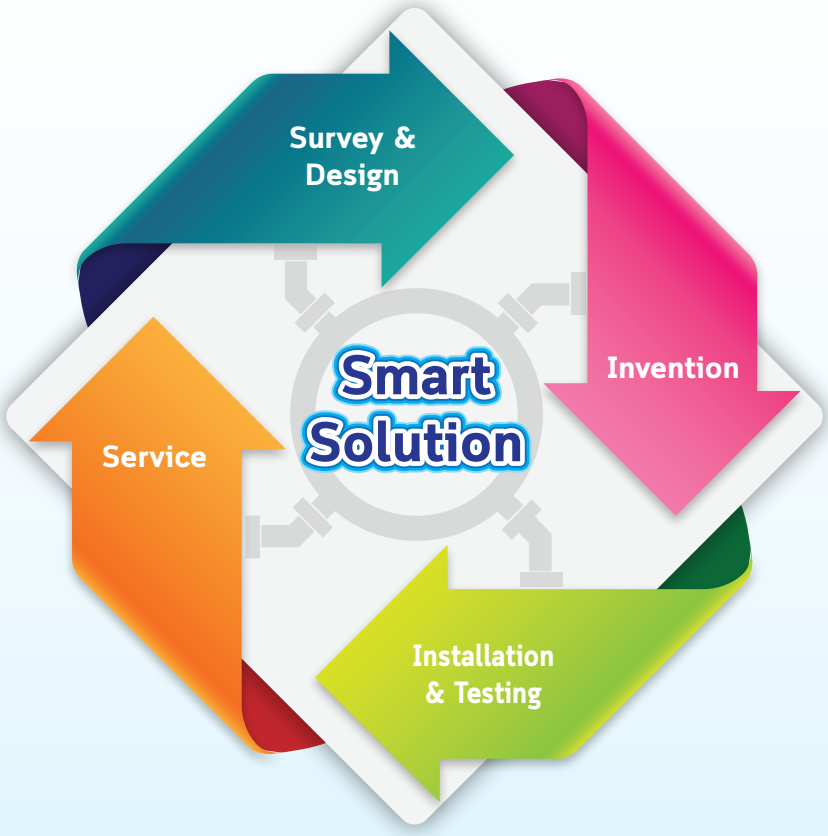
วิธีการ ขานรับ Smart Solution ไปปรับใช้ ในแต่ละหน่วยงาน เริ่มต้นจากสิ่งที่ทุกหน่วยงานได้ทบทวนว่า ภาระ หน้าที่งานหลักของหน่วยงาน คืออะไร ดังนั้นปัญหา อุปสรรคในการขัดขวางความราบรื่นในการทำงานของแต่ละหน่วยงานเป็นสิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานทุกคนต้องขจัด ดังนั้น การขานรับ ปรับเอา Smart Solution มาใช้จึงแตกต่างกันไปตามลักษณะงาน ลักษณะปัญหา,อุปสรรค และผลของการปรับใช้ Smart Solution ที่เรามุ่งหวังคือการความยั่งยืน ที่จะสะท้อนออกมาในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

แต่ละหน่วยงาน ขานรับ Smart Solution ไป ปรับใช้ ดังนี้

ฝ่ายบัญชีและการเงิน

มีหน้าที่ให้การรวบรวมข้อมูลทางการเงิน และสรุปผลเป็นรายงานที่ถูกต้องและทันเวลา เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้รายงานในการกำหนดนโยบาย วางแผน แก้ปัญหา ตัดสินใจ และเป็นข้อมูลเพื่อการตรวจสอบของผู้ตรวจสอบบัญชีและผู้ตรวจสอบภายในแต่ฝ่ายบัญชีและการเงินมีปัญหาสำคัญ คือ ต้องทำงานล่วงเวลาจำนวนมาก เพื่อให้สามารถทำรายงานได้ถูกต้องและทันเวลา

จากปัญหาดังกล่าว จึงใช้ Smart Solution เพื่อหาแนวทางแก้ปัญหา



Survey & Design

เริ่มต้นด้วยการสำรวจหาสาเหตุที่ต้องทำงานล่วงเวลาจำนวนมาก สาเหตุหลัก คือ การทำรายงานบางรายงานยังไม่มีโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่สามารถสรุปรายงานได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ ทำให้ต้องจัดทำรายงานโดยใช้วิธีการทำManualซึ่งต้องใช้บุคคลากรระดับหัวหน้างานในการจัดทำ และใช้เวลาในการจัดทำเป็นอย่างมาก เพื่อให้ได้รายงานที่ถูกต้องและทันเวลา

Invention

1. เลือกรายงานที่ซับซ้อน ใช้เวลาในการทำมาก โดยเลือกมา 3 รายงาน ดังนี้
   - 1.1 รายงานรายได้และต้นทุน แยกตามประเภทธุรกิจ
   - 1.2 รายงานลูกหนี้คงค้างราย Invoice
   - 1.3 รายงานวิเคราะห์อายุสินค้า
2. ออกแบบโปรแกรม หาจุดเชื่อมโยงข้อมูลและวิธีการที่โปรแกรมคอมพิวเตอร์สามารถทำแทนคนได้
3. อธิบายความต้องการ ที่มาของแหล่งข้อมูล ให้โปรแกรมเมอร์เข้าใจ
4. จุดไหนที่โปรแกรมทำไม่ได้ต้องหาแนวทางใหม่ จนกว่าจะได้วิธีการที่ลงตัว

Installation & Testing

เมื่อโปรแกรมเมอร์เขียนโปรแกรมเสร็จ จะทำการทดสอบระบบอย่างละเอียด หาข้อผิดพลาด และให้โปรแกรมเมอร์แก้ไข

Service

เริ่มใช้งานจริง หากพบจุดผิดพลาดเพิ่มเติม ให้โปรแกรมเมอร์แก้ไข จนได้โปรแกรมที่สมบูรณ์ ถูกต้องและรวดเร็ว

จากความสำเร็จในการเขียนโปรแกรมข้างต้น สามารถลดเวลาทำงานของพนักงานระดับหัวหน้างานได้จำนวนมาก สามารถแสดงเป็นตารางเปรียบเทียบได้ดังนี้

โปรแกรม	ความถี่/ปี	ระยะเวลาในการทำ Manual (นาที)	ระยะเวลาในการใช้โปรแกรม (นาที)	เวลาที่ลดลง/เดือน (นาที)	เวลาที่ลดลง/ปี (นาที)
1. รายงานรายได้และต้นทุนแยกตามประเภทธุรกิจ	12.00	480.00	20.00	460.00	5,520.00
2. รายงานลูกหนี้คงค้างราย Invoice	12.00	180.00	1.00	179.00	2,148.00
3. รายงานวิเคราะห์อายุสินค้า	12.00	180.00	5.00	175.00	2,100.00
รวม		**840.00**	**26.00**	**814.00**	**9,768.00**

จากตารางจะแสดงให้เห็นว่าสามารถลดเวลาในการทำรายงานได้ลงปีละ 9,768 นาที หรือ 162.80 ชั่วโมง ซึ่งการลดเวลาทำรายงาน ทำให้เกิดประโยชน์หลายด้าน

1. พนักงานระดับหัวหน้างาน มีเวลาทำงานด้านอื่นๆ เพิ่มขึ้น เช่น การพัฒนางานของตนเองและผู้ใต้บังคับบัญชา

2. ผู้ใช้ข้อมูล ได้รับรายงานที่ถูกต้อง รวดเร็ว และแม่นยำ สามารถนำรายงานไปใช้เพื่อพัฒนาองค์กรได้เป็นอย่างดี

สิ่งที่เป็นปัญหาของฝ่ายบัญชีและการเงิน ได้รับการขจัดไปด้วย Smart Solution สิ่งที่ได้ เห็นโอกาสของความยั่งยืน ปรากฏทั้งด้านเศรษฐกิจ ที่ลดต้นทุน/ความสูญเสียของเวลา และด้านสังคม ที่ผู้ปฏิบัติมีโอกาสได้เวลาเหลือกลับมา ไปใช้ในการพัฒนาความรู้ความสามารถอื่นมากขึ้น

แผนกสนับสนุนธุรกิจB1 .... Support B1 กับ “New Innovation” เพื่อความยั่งยืน

แผนกสนับสนุนธุรกิจB1 มีภาระงานหลัก ในการเป็นผู้รับรู้ และร่วมแก้โจทย์ ซึ่งจะเรียกว่าเป็นปัญหา หรือความคาดหวัง หรือความต้องการเฉพาะตน ในเรื่องที่เกี่ยวกับ “น้ำ” ดังนั้นไม่ว่า โจทย์ จะคืออะไร เราขานรับ Smart Solution มาปรับแก้โจทย์นั้นๆ จนผลลัพธ์ที่ออกมา เกิดเป็น “New Innovation” ตัวอย่างหนึ่งที่เราภูมิใจเสนอ คือ

Survey & Design

ลูกค้าเป็นโรงงานผลิตเครื่องประดับ ซึ่งในกระบวนการผลิต จะทำให้เกิดน้ำที่มีไซยาไนด์ปนเปื้อน หากระบายออกสู่แหล่งน้ำธรรมชาติโดยตรง ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกโรงงานได้ ทางลูกค้ามีความตั้งใจที่จะตอบแทนสังคมและเป็นส่วนหนึ่งของการร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชนจึงได้มาปรึกษากับทางบริษัทเพื่อหาวิธีการในการกำจัดที่เหมาะสม ทั้งทางด้านเทคโนโลยี และ งบประมาณ

โจทย์ที่ได้รับจากลูกค้าคือ ค้นหาวิธีการบำบัดน้ำเสีย ที่มีไซยาไนด์เป็นองค์ประกอบ และเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ

ซึ่งวิธีการทั่วไปไซยาไนด์สามารถบำบัดได้ด้วยคลอรีน แต่เนื่องจาก คลอรีน เมื่อจับกับไซยาไนด์ จะเกิดเป็นคลอรีนไซยาไนด์ (มีความเป็นพิษ) เป็นระบบที่ต้องอาศัยการควบคุม pH การบำรุงรักษาที่เหมาะสม ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ไม่เหมาะสมกับขนาดและงบประมาณของโรงงาน เนื่องจากเป็นโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก

ทางแผนกจึงได้ศึกษา ค้นคว้างานวิจัยจากทั่วทุกมุมโลก พบว่า โอโซนสามารถใช้ในการบำบัดไซยาไนด์ได้

Invention

เนื่องจากทางบริษัท มีผลิตภัณฑ์ OZONE gas generator ที่ใช้ในการฆ่าเชื้อโรคในน้ำดื่มเป็นมาตรฐานอยู่ในปัจจุบัน ทางแผนกจึงได้นำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาต่อยอด เพื่อใช้ในการบำบัดไซยาไนด์ ทำให้เกิดเป็น นวัตกรรมใหม่

Installation & Testing

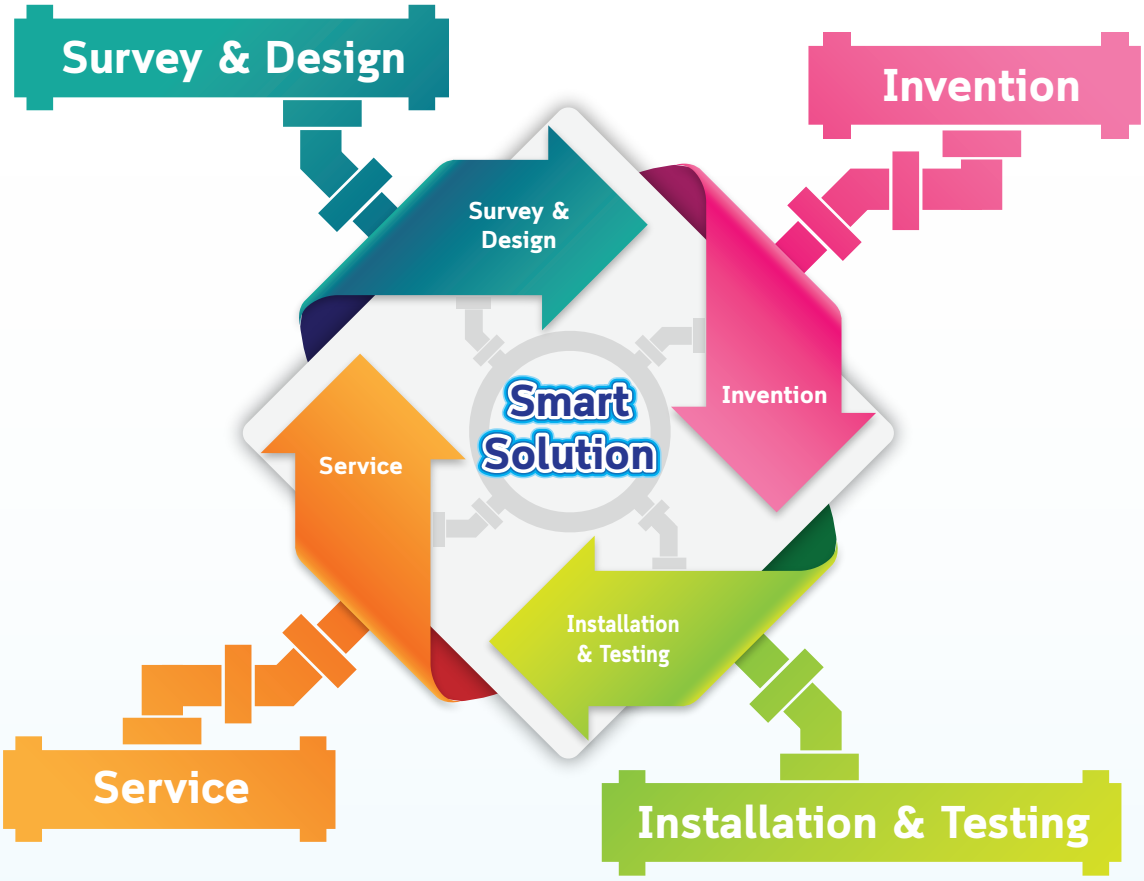
นำนวัตกรรมที่ได้มาทำการติดตั้งและทดสอบให้กับลูกค้าเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

Service

หลังการติดตั้ง ได้มีการบริการหลังการขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น การไปตั้งค่ามอนิเตอร์, สอบเทียบหัวโพรบวัด pH การตรวจวัดค่าไซยาไนด์ก่อนและหลังการติดตั้ง เป็นต้น

เป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับทางบริษัท เน้นในเรื่องของเศรษฐกิจ เพราะการทำงานในแนวทางการสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อลูกค้า ส่งผลให้ยอดขายรวมแผนก ปี 2559 สูงขึ้นกว่าปี 2558 ประมาณ 31%

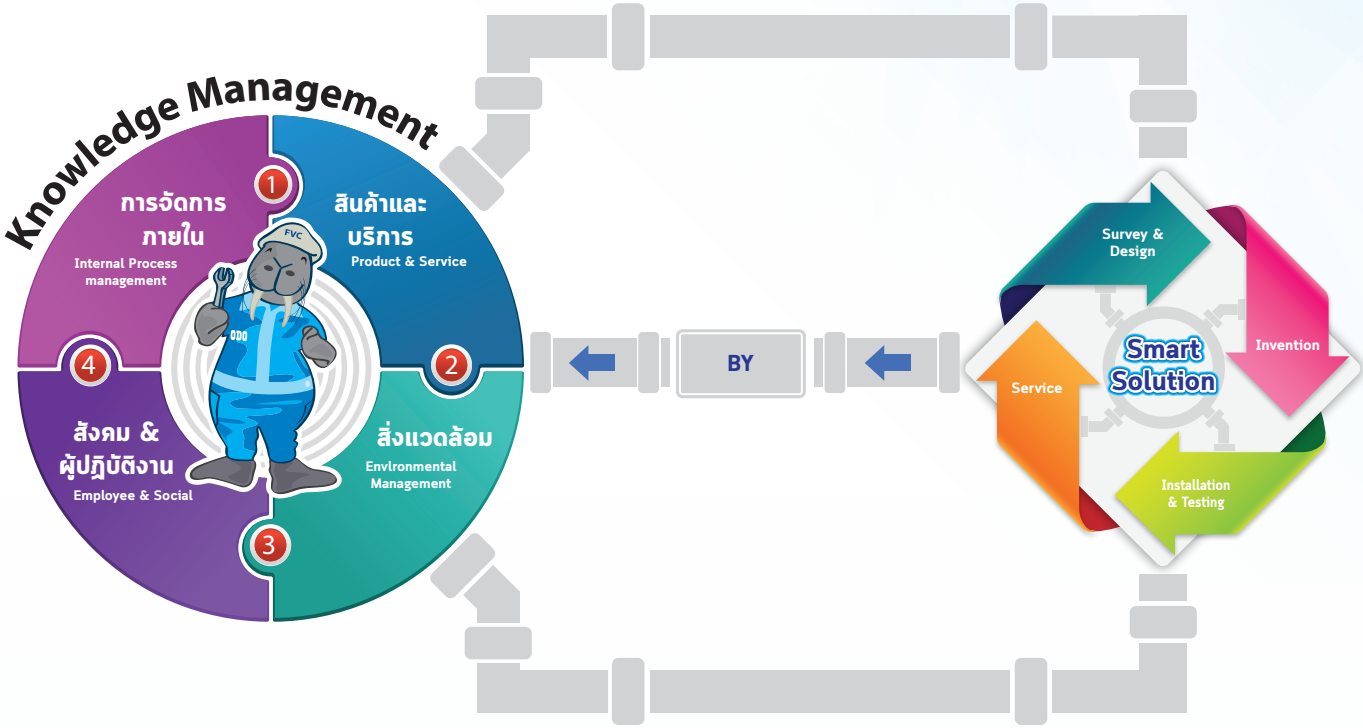
New Innovation



นี่คือ ผลงานของการขานรับSmart Solution มาใช้สร้าง “New Innovation New Product” แล้วความยั่งยืนที่เด่นชัด คือสร้างเศรษฐกิจ สร้างรายได้, สร้างสังคมการเรียนรู้ พัฒนาทั้งผู้ทำงานและลูกค้า, สร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีจากการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งมอบนวัตกรรมที่ลดปัญหาสิ่งแวดล้อม ด้วยใจที่รักษ์สิ่งแวดล้อม

แผนกคลังสินค้า : คลังสินค้า หยิบSmart Solution มาใส่ใจ สร้างรายได้ ด้วย Customer Value

คลังสินค้าเป็นจุดนัดพบกำไร กับขาดทุน และเป็นจุดที่สัมผัสกับคำว่า ลูกค้า ซึ่งไม่ว่าจะเป็นลูกค้าภายนอก หรือลูกค้าภายใน ทุกคนล้วนต้องการคุณค่าจากสินค้าและบริการ จากเรา



เราสร้าง Customer Value สู่ลูกค้าภายใน จากการจัดการภายในI nternal management process โดยได้ Smart Solution ชี้ทาง

ปัญหาที่หลายหน่วยงานเจอ..คือช่วยทำให้ก่อนได้ไหม ! รีบนะ ! ..เยอะคนเดียวเหรอ.! เป็นเรื่องที่แก้ไม่จบ ไม่ยอมกันแต่ละส่วนงาน เริ่มเกิดความขัดแย้งและใช้อารมณ์เป็นตัวกำหนดการประสานงานลำบาก ปัญหาเหล่านี้ต้องรีบแก้ไขอย่างเร่งด่วน !

1. เอกสารมารวมกันเป็นชุด
2. ขอฝากเอกสารไว้ก่อน
3. ขอเอกสารบางส่วนก่อนได้ไหม
4. เจ้าหน้าที่..เริ่มจะสับสน หาเอกสารไม่เจอ
5. เจ้าหน้าที่จัดเตรียมสินค้าสับสน
6. ตามเอกสารหลายคน..แต่งานเดียวกัน

ปัญหา ปัญหา ถ้าวนอยู่ในปัญหา....Smart Solution มาช่วยแล้ว!!!

Survey & Design

นำปัญหาที่ได้มาจากผู้ขอรับบริการและผู้ให้บริการ มาช่วยกันวิเคราะห์ถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาของความล่าช้าที่เกิดทั้งระบบ เช่น คน

Invention

สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา เช่น เอกสารที่มาขอรับบริการนั้นมารวมกันไม่แยกความต้องการให้ชัดเจนทำให้ผู้ให้บริการไม่ทราบและทำงานไปเรื่อยๆเพราะยังไม่ถึงคิวของเอกสาร ดังนั้นจึงต้องมีข้อกำหนดของเอกสารแต่ละประเภทโดยประชุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องแจ้งประเภทของงาน

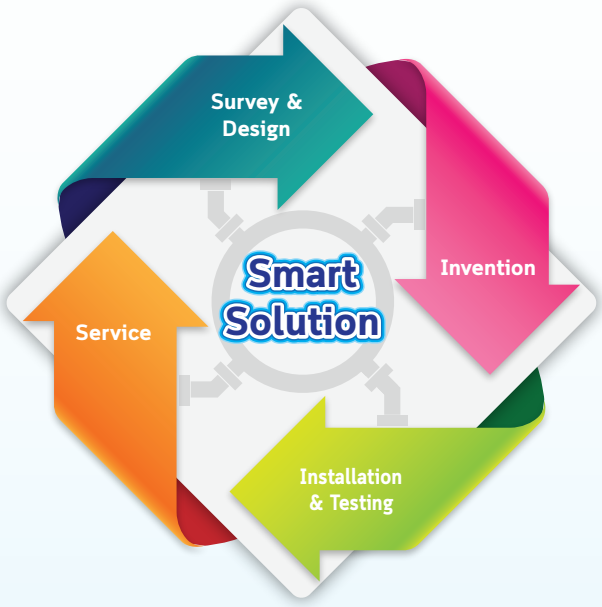
1. เอกสารงานด่วนที่ต้องไปให้บริการ (ลูกค้าภายนอก) ภายใน 24 ชม.
2. เอกสารงานบริการ PM# ประจำสัปดาห์
3. เอกสารงานบริการ PM# ประจำเดือน

Installation& Testing

เมื่อได้ข้อกำหนดและขั้นตอนการปฏิบัติแล้วเริ่มเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2559 จนถึง 31 ธันวาคม 2559

Service

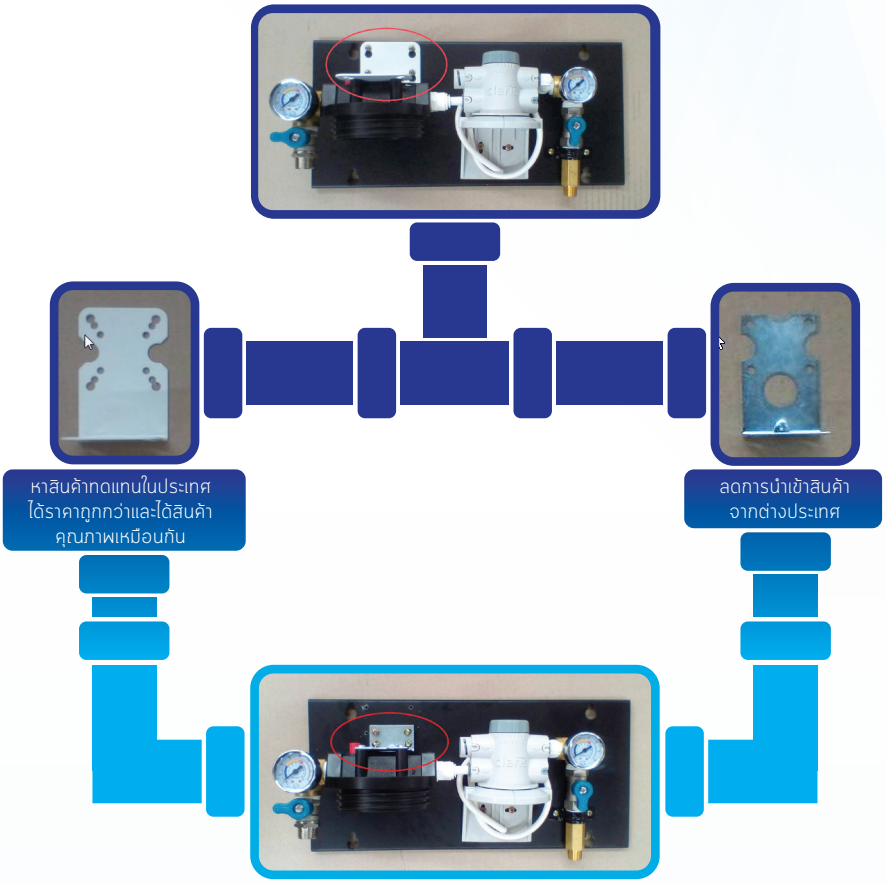
ผลลัพธ์ที่ได้จากการ Invention และ Installation & Testing เป็นที่น่าพอใจทุกฝ่าย.ผู้ขอรับบริการ(ลูกค้าภายใน) ได้เอกสารเร็วขึ้น ได้รับสินค้าเร็วขึ้น ทำให้ออกไปบริการลูกค้าภายนอกได้เร็วขึ้นออกเอกสารเก็บเงินได้เร็วขึ้น...



ขบวนการคิดและลงมือปฏิบัติ ใช้เครื่องมือ
Smart Solution

และสร้าง Customer Value สู่ลูกค้าภายนอก ด้วยการส่งมอบคุณค่าผ่านProduct and services

ภารกิจหนึ่งของคลังสินค้า FVC คือการพัฒนาสินค้าที่ประกอบเพื่อติดตั้งให้กับลูกค้า ซึ่งเราพบปัญหาเรื่องสินค้าการนำเข้า ซึ่งใช้เวลานานและต้องสั่งจำนวนมากในแต่ละครั้ง จึงได้หาสินค้าในประเทศเพื่อทดแทนผลที่ได้ คือ ราคา Part (ต้องใช้คำภาษาไทย เช่น อะไหล่ เป็นต้น) ลดลง



Employee & Social

ความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับตัวสินค้าสามารถรู้ถึงลักษณะพิเศษของสินค้า เช่น สินค้าไส้กรองเซรามิค จะเก็บในที่อากาศร้อนไม่ร้อนไม่ได้จะทำให้ตัวสินค้าคดและงอ จำเป็นต้องเก็บในที่เย็นหรืออากาศร้อนเพื่อป้องกันสินค้าเสียหาย

Environment

ส่วนการรักษาสิ่งแวดล้อม ทางคลังสินค้าใช้เศษท่อที่เหลือจากงานติดตั้งมา Packing สินค้าประเภทหลอด UV ป้องกันสินค้าแตกเสียระหว่างการขนส่งไปถึงลูกค้า สิ่งที่ได้คือ ลดประมาณเศษท่อในบริษัทและลูกค้าได้สินค้าที่สมบูรณ์พร้อมใช้งาน

เศษท่อที่เหลือนำใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ (Packing) ป้องกันความเสียหาย

สินค้าที่ Packing เรียบร้อยแล้วใส่กลับ เข้าบรรจุภัณฑ์เดิม เพื่อส่งต่อไปยังลูกค้า

อีกหน่วยงานของการส่งต่อคุณค่า เพื่อสร้างความยั่งยืน คือ ฝ่ายบริการทางเทคนิค ที่ต้องใช้ Smart Solution กับทุกขั้นตอนการทำงาน ทั้งการทำงานในกระบวนการภายใน และกระบวนการทำงานกับลูกค้าภายนอก ที่ต่างก็ต้องไปคุณค่าจากงาน จากสินค้าและบริการร่วมกัน

TCS Share value ส่งต่อคุณค่า แห่งความรู้ ความจริงใจ ไปพร้อมสินค้าและบริการ

ด้วยฝ่ายบริการทางเทคนิค หรือเราเรียกชื่อย่อกันว่า TCS (Technical Service) มีการกำหนดเป้าหมายในการปฏิบัติงานของพนักงานในหน่วยงานร่วมกันและชี้แจ้งวิธีการปฏิบัติงานให้พนักงานทุกคนทราบและกระตุ้นให้พนักงานในหน่วยงานเกิดความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานและมีพฤติกรรมที่ดีในการปฏิบัติงานมีทิศทางที่ชัดเจน เกิดความร่วมมือ มีความมุ่งมั่น ทำให้หน่วยงานประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

หน่วยงาน TCS ใช้Smart Solutionเป็นเครื่องมือในการจัดการภายในเพื่อส่งมอบบริการที่ดีและมีคุณภาพให้กับลูกค้า

Survey & Design

เพิ่มทักษะให้กับพนักงานด้านงานบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (PM: Preventive Maintenance) และงานซ่อมอุปกรณ์ค้นหาปัญหาจากการทำงานที่รู้จริง และรู้ไม่จริงค้นหาปัญหาจากสมุดใผ่รู้ เริ่มสำรวจในเดือน ตุลาคม 2559

Invention

กำหนดให้มีการแยกกลุ่ม Line ย่อยตามหัวหน้างานเพิ่มบทบาทและหน้าที่ของหัวหน้างาน วัดถุประสงค์ของกลุ่มส่งแผนการปฏิบัติงานประจำวัน,ส่งรูป,ส่งสรุปรายงานประจำวัน และสอบถามปัญหาหน้างาน เพื่อให้พนักงานได้กล้าแสดงความคิดเห็นและพูดคุยปรึกษาเมื่อพบปัญหาโดยแยกทั้งหมด 18กลุ่ม

Installation& Testing

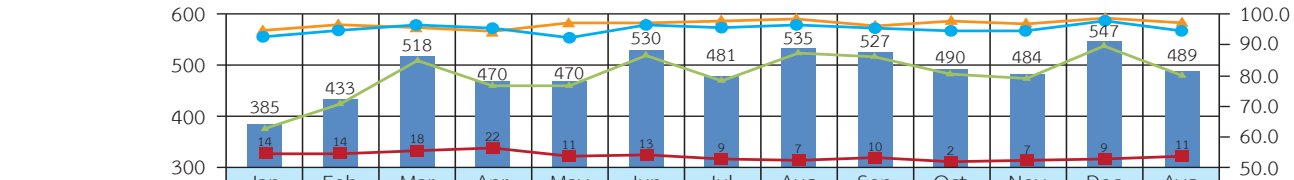
ทดสอบเริ่มใช้ กลุ่ม Line ตั้งแต่วันที่ 01/09/2016 ในการตรวจงานในกลุ่มจัดหลักสูตรการฝึกอบเพื่อเพิ่มทักษะทีมงาน

Service

กำหนด KPI ส่งมอบงานบริการให้ตรงเวลาJust in Time Service

Knowledge Management

การจัดการความรู้ให้กับพนักงานในหน่วยงาน ปรับเปลี่ยนขบวนการปฏิบัติงาน ให้รู้จักหน้าที่และความรับผิดชอบ สร้างความมั่นใจให้กับพนักงานในทีม สามารถวิเคราะห์อาการเสียและประเมินอายุการใช้งานของ อุปกรณ์ได้ในรอบการบำรุงรักษา มีการตรวจเช็คว่าอุปกรณ์ชำเมื่อพบว่าอุปกรณ์ชำรุดจากการใช้งาน แนะนำให้ลูกค้าเปลี่ยนอะไหล่ในรอบ PM เพื่อลดการ Break down (ต้องใช้ภาษาไทย) ของอุปกรณ์ เพื่อเพิ่มโอการในการขายของลูกค้า ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น แนะนำให้ลูกค้าเปลี่ยนเครื่องใหม่ ในกรณีที่พบว่าอุปกรณ์มีสภาพเก่ามากซ่อมไม่คุ้ม เพื่อลดลดการBreak downอุปกรณ์สามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้มีงานแจ้งซ่อมน้อยลงกำหนด KPI งานแจ้งซ่อมมี Down time ควบคุมการเข้าแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงทีเพื่อสร้างลูกค้าพึงพอใจให้กับลูกค้า



	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Avg.
Total-Job	385	433	518	470	470	530	481	535	527	490	484	547	489
Job-Out	14	14	18	22	11	13	9	7	10	2	7	9	11
Job-In	371	419	500	448	459	517	472	528	517	488	477	538	478
Dow ntime FY 16	96.4	96.8	96.5	95.3	97.7	97.5	98.1	98.7	98.1	99.6	98.6	98.4	97.6
Dow ntime FY 15	93.7	95.0	96.8	95.1	90.0	95.7	95.0	94.8	97.7	96.8	96.2	97.0	95.3

พนักงานในหน่วยงาน มีเวลาในการอบรม หาความรู้เพิ่มเติมมีเวลาในการพัฒนาตัวเอง ซึ่งเป็นจุดแข็งของงานบริการเป็นช่างที่ดี ไม่เอาเปรียบลูกค้า ในปี 2559 หน่วยงาน TCS สามารถนำเสนอให้ลูกค้าเปลี่ยนอุปกรณ์ใหม่ ซึ่งเป็นการสร้างรายได้กับบริษัท ตามข้อมูลที่แนบมา

Project ลดค่าจ้าง Suppire	Jan-16	Feb-16	Mar-16	Apr-16	May-16	Jun-16	Jul-16	Aug-16	Sep-16	Oct-16	Nov-16	Dec-16	Total
จำนวนงาน Over Capacity					518								518
ค่าจ้าง/งาน					450								
จำนวนเงิน	0	0	0	0	233,100	0	0	0	0	0	0	0	233,100
ขยายเวลาการทำงาน 3 วัน					455								
ค่าจ้าง Supplre/งาน					450								
ช่วยประหยัดเงินได้					204,750	0	0	0	0	0	0	0	204,750
Project เสนอเปลี่ยนชุดกรองใหม่	**Jan-16**	**Feb-16**	**Mar-16**	**Apr-16**	**May-16**	**Jun-16**	**Jul-16**	**Aug-16**	**Sep-16**	**Oct-16**	**Nov-16**	**Dec-16**	**Total**
เสนอเปลี่ยนชุดกรองใหม่				1	4	1		2	3	4			15
ราคาขาย				17,220	17,220	17,220		17,220	17,220	174,220			
ค่าบริการติดตั้ง				1,200	1,200	1,200		1,200	1,200	1,200			
เพิ่มยอดขาย				18,420	73,680	18,420		36,840	55,260	73,680			276,300
Project เสนอเปลี่ยนเครื่องยาง	**Jan-16**	**Feb-16**	**Mar-16**	**Apr-16**	**May-16**	**Jun-16**	**Jul-16**	**Aug-16**	**Sep-16**	**Oct-16**	**Nov-16**	**Dec-16**	**Total**
เสนอเปลี่ยนเครื่องยางใหม่					3	17	11	9	5	1			46
ราคาขาย					29,823	29,853	29,853	29,853	29,853	29,853			
ค่าบริการติดตั้ง					-	-	-	-					
เพิ่มยอดขาย					89,559	507,501	328,383	268,677	149,265	29,853			1,373,238
Tatal				18,420	367,989	525,921	328,383	305,517	204,525	103,533			1,854,288

ทำให้หน่วยงาน TCS สามารถสร้างยอดขายได้จากงานบริการ ซึ่งเกิดจากการแนะนำของช่าง เป็นจำนวนเงิน 1,854,288 บาท ซึ่งเกิดจากความพึงพอใจ ของลูกค้า ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้ากับบริษัท เป็นการสร้างยอดขายทำให้เกิดความยั่งยืน

นี่คือผลงาน ที่เริ่มก้าวสู่ความยั่งยืน ด้วยSmart Solution และความมุ่งมั่นที่จะส่งต่อคุณค่า แห่งความรู้ความจริงใจ ไปพร้อมสินค้าและบริการ

นอกจากนี้ Smart Solution ยังพาเรา พิชิตข้อจำกัดการตลาด โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ – เครื่องกรองน้ำ Coffee boxรุ่น Claris S /Coffee box รุ่น 4CB5k

Survey & Design

ปัญหาพื้นที่ติดตั้งน้อย จากหลายๆครั้งที่เรา นำเสนอสินค้าและ survey พื้นที่หน้างาน พบว่า ในบางธุรกิจมีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่เป็นอย่างมาก เราจึงเห็นว่าต้องพัฒนาสินค้าต่อยอดจากปัญหานี้ เพื่อตอบโจทย์และลดปัญหาที่ทำให้เราสูญเสียโอกาสขายในหลายๆครั้งและเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้ามากขึ้น

Innovation

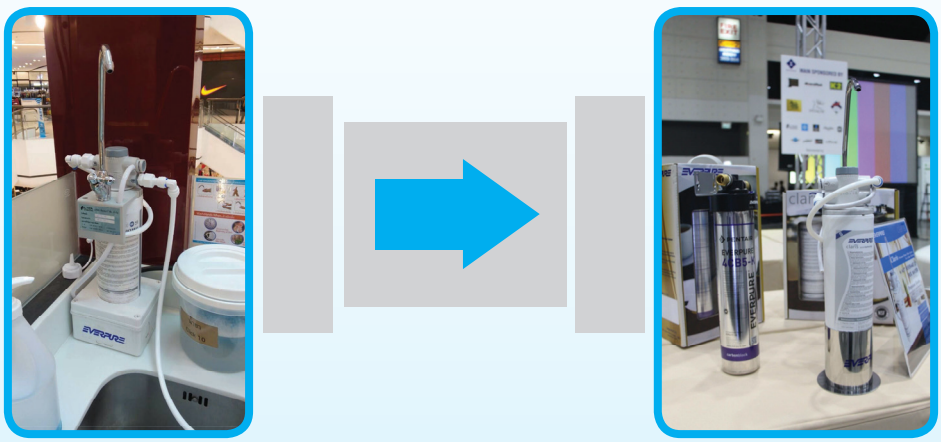
ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์: เราศึกษารูปแบบความต้องการของลูกค้า และ Design ผลิตภัณฑ์ ด้วย Concept “ ใช้พื้นที่น้อย และติดตั้งได้เองง่ายๆ” เป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาสินค้า และบริการเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

Installation & Testing

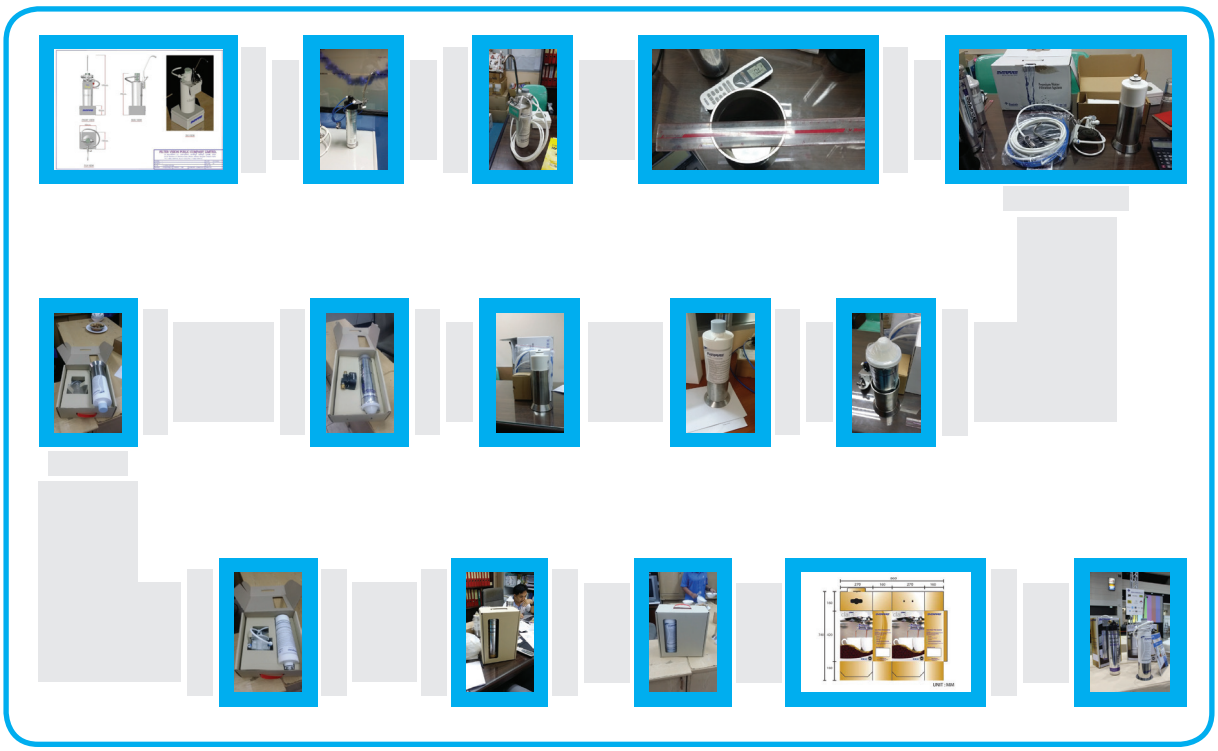
ติดตั้งและทดสอบการใช้งาน : ช่วงแรกเรา พบปัญหา จากการ Design ที่สินค้ายังไม่สามารถทำงานได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งทีมงานได้นำปัญหากลับมาปรับปรุง และ พัฒนาต่อ เพื่อให้ตอบสนองรูปแบบการใช้งานของลูกค้าและสะดวกทั้งการติดตั้งและการใช้งานมากยิ่งขึ้น

Service

บริการจัดจำหน่าย: จากพัฒนาและทดสอบ เราได้บทสรุปในการออกแบบสินค้า Coffee Box ที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ ปัจจุบันเราทำการโปรโมทสินค้าผ่านงานแสดงสินค้าและสื่อการตลาดหลายๆ ช่องทาง เช่น สื่อออนไลน์และ จัดจำหน่ายผ่านช่องทาง Dealer และจำหน่ายตรงกับลูกค้าร้านกาแฟแล้วหลายราย ได้รับการตอบรับที่ดี และพร้อมบริการจำหน่ายอะไหล่และไส้กรองตลอดอายุการใช้งาน



OLD VERSION NEW VERSION



เบื้องหลังแห่งการพิชิตข้อจำกัด ของพื้นที่ติดตั้ง เราได้สินค้าใหม่ที่ พอดีอย่าง Coffee Box เพราะเรามี Smart Solution

จะเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม ว่า Smart Solution ผลักดันให้เกิด ผลิตภัณฑ์ใหม่ FVC ได้ความยั่งยืน

ทางเศรษฐกิจ : Economies

ลดต้นทุนเพื่อเพิ่มรายได้สินค้า การที่เราออกแบบกล่องใส่ผลิตภัณฑ์นั้นเพื่อที่จะลดต้นทุนโดยการไม่ใช้โฟม แต่เป็นการใช้กระดาษแทนและทั้งยังมีการออกแบบให้กระดาษที่จะใส่ผลิตภัณฑ์นั้นมีความแข็งแรงไม่หักง่ายและออกแบบให้กล่องใส่ผลิตภัณฑ์นั้นมีความสวยงามด้วยต้นทุนต่ำ และยังมีการลดข้อต่อที่ไม่จำเป็นออกไปเพื่อลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นออกไป

สิ่งแวดล้อม Environment

ทางเราได้ออกแบบกล่องใส่ผลิตภัณฑ์ที่รักษ์โลก โดยการลดการใช้โฟมและพลาสติกซึ่งจะเกิดปัญหาการย่อยสลายที่จะใช้เวลาที่ยาวนานทำให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่เราใช้กระดาษที่ออกแบบให้มีความแข็งแรงทนทานและให้มีความสวยงามดึงดูด และยังมีการลดขยะที่เกิดจากการตัดข้อต่อแล้วต้องทิ้งซึ่งเรานั้นพัฒนามาให้สามารถติดตั้งได้ง่ายไม่ต้องตัดต่อท่อใดๆเพิ่มเติมอีกด้วย

สังคม Social

จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เราพัฒนามานั้นทำให้เราไม่ต้องมีการตัดหรือเจาะ ซึ่งอาจทำให้เกิดเสียงรบกวนต่อลูกค้าภายในร้าน หรือแม้แต่เสียงที่รบกวนเพื่อนบ้าน หรือเกิดฝุ่นที่ฟุ้งกระจายหรือตกหล่นบนพื้นทำให้รบกวน

ลูกค้าหรือพนักงานในร้าน และไม่ทำให้บริเวณผนังเกิดการเสียหาย นอกจากนี้ยังเป็นการลดการตัดต่อท่อทำให้ไม่มีเศษขยะให้กับลูกค้าทิ้งรบกวนบริเวณหน้าร้านหรือเพื่อนบ้าน แม้แต่กล่องที่เราออกแบบให้ใช้เป็นกระดาษไม่ใช้โฟมซึ่งย่อยสลายได้ง่ายและไม่เกิดเป็นขยะ

กระบวนการภายใน Internal process

เมื่อรับรู้ปัญหาที่เกิดขึ้นทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงได้ระดมความคิดว่าหาแนวคิดใหม่ๆเพื่อที่จะพัฒนาสินค้าอย่างไรให้ตอบโจทย์ของลูกค้าและให้ลูกค้าสามารถติดตั้งได้ง่ายและประหยัดพื้นที่

ทีมที่มีความเกี่ยวข้อง

1. ทีมขายและการตลาด เป็นผู้ที่รับปัญหาจากลูกค้ามา และไปหาข้อมูลจากลูกค้ามาว่าลูกค้านั้นติดปัญหาอะไรข้อมูลที่ทีมขายและการตลาดนั้นสำคัญเป็นอย่างมากในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยให้รับทราบปัญหาว่าพื้นที่ติดตั้งไม่ได้คือ มีพื้นที่ที่เหมาะสมแต่ไม่สะดวกต่อการติดตั้งหรือใช้งาน หรือพื้นที่ที่มีไม่พอให้ติดตั้ง หรือไม่สามารถเจาะผนังได้เนื่องจากบางวัสดุที่ลูกค้าใช้ในการปูผนังเป็นวัสดุที่แตกง่าย ซึ่งทีมขายและการตลาดเป็นผู้ที่ช่วยผสานงานให้ทุกๆทีมได้รับรู้ถึงปัญหาของลูกค้าและเกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์กับลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

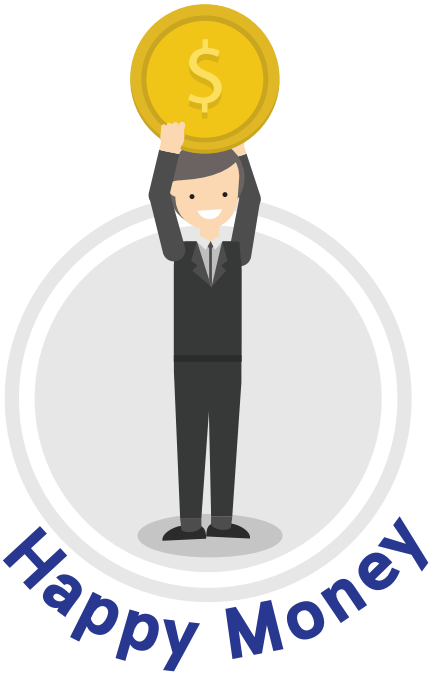
2. ทีม PJI (ต้องทำหมายเหตุให้ทราบว่า PJI PMK TCS คือใคร?) มีส่วนช่วยเข้ามาดูเรื่อง fittings การลด fittings การปรับปรุงในส่วนของผลิตภัณฑ์ เช่น เรามีอะไรให้ลูกค้าบ้างที่จะทำให้ลูกค้าติดตั้งเองได้ง่ายสะดวกและไม่มีขั้นตอนยุ่งยาก เราจะลดส่วนของข้อต่อตรงไหนได้บ้างเพื่อที่จะลดต้นทุน และตอบโจทย์กับลูกค้าเรื่องความสะดวกในการติดตั้ง

3. ทีม PMK ทีม PMK นั้นมีส่วนช่วยผสานงานกับทุกทีมที่เกี่ยวข้อง และยังออกแบบกล่องใส่ผลิตภัณฑ์ให้มีความดึงดูดน่าสนใจ และทำฐานตั้งเครื่องกรองน้ำเพื่อที่จะไม่ต้องนำไปติดตั้งกับผนังแบบเก่าและให้ติดตั้งได้ง่ายตอบโจทย์ที่ลูกค้าให้หลังจากนั้นมีการคิดและพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และยังสามารถนำสินค้าไปจำหน่ายในช่องทางใหม่ๆ ในธุรกิจขององค์กร

4. ทีม TCS เป็นผู้ดูแลและบริการลูกค้าหลังการขายซึ่งทาง PMKได้ทำงานร่วมกับทีม TCS เพื่อขอ feedback ในเรื่องของปัญหาที่เกิดหลังจากทำการติดตั้งเครื่องกรองไปแล้วว่ามีสิ่งไหนที่สามารถพัฒนาขึ้นได้อีกเพื่อเป็นการตอบโจทย์อย่างคลอบคลุมให้กับลูกค้า

ทั้งหมดนี้เป็นการร่วมมือจากทุกฝ่ายซึ่งได้ช่วยกันพัฒนาสินค้าทำให้เกิดสินค้า Coffee Box เกิดขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์ของลูกค้าเรื่องขีดจำกัดของพื้นที่ ที่จะต้องติดตั้ง หรือลูกค้าสามารถติดตั้งได้เองโดยง่าย และตอบโจทย์กับทางบริษัทซึ่งจะทำให้ติดตั้งได้ง่ายใช้เวลาน้อยและลดเวลาในการเตรียมอุปกรณ์ รวมถึงประหยัดต้นทุนในการดำเนินงานติดตั้งของบริษัท

สังคมกับความยั่งยืน



พันธมิตร พิชิตกระเป๋าแบนกับเพื่อนที่ดี ...GCAP...

Happy! Happy! with Society of FVC

(Happy work place)

FVC ได้พันธมิตร ที่ดีอย่าง GCAP ที่เป็นเพื่อนร่วมสังคม mai และได้ร่วมมือในการสร้างสังคมภายในเพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินสด นั่นคือ พนักงานที่มีความจำเป็นในการใช้เงิน มีภาระหนี้สินที่ต้องแบกรับ ทำให้ความสุขในการใช้ชีวิตน้อยลง โครงการสินเชื่อสบายใจ จึงเป็นสิ่งคลายทุกข์ มาช่วยเพิ่มความสุขในการใช้ชีวิตและการทำงาน

สมาชิก FVC 26 คน ที่ได้เข้าร่วมโครงการสินเชื่อสบายใจ สถานะปัจจุบัน คือ ยิ้มได้ และตั้งใจทำงานดี

จำนวนคน	มูลค่าวงเงิน	Status
26	2,961,000.00	☹→☺

เรื่องเล่าชีวิต ดีย์ ดี ที่หน่วยงาน...

สังคมภายใน อยู่ได้แบบชีวิตจริง ไม่อิงละคร

ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน ธรรมชาติแห่งการเป็นสัตว์สังคมของพวกเรา ก็ยังคงอยู่ ยังต้องพบปะ สื่อสาร ประสานงาและประสานงาน นี่คือชีวิตคนทำงาน

แต่สำหรับพวกเราชาวFVC สังคม เรามีสังคม ดี๊ ดี ที่หลากหลายมาเล่าสู่กันฟัง

นิยามของสังคมในแผนก PJI คือ สังคมคิดบวกและลวกเส้นเป็นบางที

ด้วยความว่า แผนกเราต้องมีทักษะในการปฏิบัติงาน ที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญชำนาญการณ์เป็นอย่างมาก เพื่อผลิตสินค้าและบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดสุด จึงต้องมีการแบ่งลักษณะของงานและสามารถ

Support งานซึ่งกันและกันได้ เช่นว่า ในส่วนงานประกอบสินค้า สามารถช่วยเหลืองานติดตั้งและบริการได้ ส่วนงานธุรการสามารถดำเนินการแทนทีมติดตั้งได้ พูดได้ว่าทีมสามารถช่วยเหลืองานกันได้ดี

และมักจะได้รับการอบรมให้ทำงานโดยมีพื้นฐานของความคิดที่ดี คิดบวก คิดถึงวัตถุประสงค์ของบริษัทเป็นหลัก และผลประโยชน์ก็จะเกิดขึ้นกับพนักงานเอง ทำให้ทุกคนตั้งใจทำงานด้วยความรัก ความซื่อสัตย์ และเกิดความสนุกในการทำงาน นอกจากนั้น พี่ๆ ในทีมมีการให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาอยู่เสมอ เพื่อหวังให้น้องๆ เกิดความเข้าใจและพัฒนาตนเอง แต่เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น ก็จะร่วมด้วยช่วยกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันต่อไป ด้วยพื้นฐานของการคิดบวก ทำให้เรารักและคอยตักเตือนกันเอยู่เสมอ และที่สำคัญ สังคมของเรายังยึดถือการทำงานแบบสามัคคีชุมนุม ต่างกุมใจรัก คือช่วยๆ กัน นะจ๊ะ!! ทำให้สภาวะที่มีอัตรากำลังพลไม่พร้อม สามารถทำงานได้สำเร็จลุล่วงตามคำเป้าหมาย

แต่ในอีกแง่มุมของเรา คือการทำงานแบบลวกเส้นเป็นบางที เพราะส่วนงานของเราค่อนข้างมีความยุ่งยากในการดำเนิน การ หากได้รับการสั่งงานที่มีความเร่งด่วนและไม่ชัดเจน ทำให้การจัดการไม่มีความพร้อม แต่จำเป็นต้องดำเนินการ จึงเกิดความไม่สมบูรณ์ของงาน เพราะทำกันแบบลวกๆ ไปก่อน

และถึงเรามีจะความสามัคคีกันแค่ไหน สังคมเราก็ยังขาดการสื่อสารที่ดี การ ไม่ส่งต่องานให้ชัดเจน ทำให้เพื่อร่วมงานที่ดำเนินการต่อ ทำไปด้วยความไม่เข้าใจ ไม่ถูกต้องเกิดความซ้ำซ้อนของงาน

อีกทั้งยังมีความลำบากในการประสานงาน เพราะการทำงานร่วมกับทีมช่าง ค่อนข้างไม่มีความละเอียดเรียบร้อย ต้องคอยติดตามบ่อยๆ และต้องบอกต้องเตือนกันหลายๆ รอบ ซึ่งทีมก็พยายามเข้าใจในจุดนี้ เพราะบางครั้งทีมช่างเข้างานในช่วงเวลากลางคืน ก็อาจจะเบลอๆ และหลงลืมสิ่งที่กำหนดให้ทำก็เป็นได้

สุดท้ายแล้ว พวกเราในทีมก็สามารถอยู่ร่วมกันและทำงานร่วมกันได้อย่างมีความสุขและมีไมตรีจิตที่ดีต่อกัน ส่วนที่แย่ก็ต้องแก้ไขปรับปรุงกันต่อไป ส่วนที่ดีอยู่แล้วก็ต้องพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีภายในแผนกค่ะ

เติมความสุข ด้วยปัญญา

ด้วยแนวนโยบายในการพัฒนาบุคลากร...

“สร้างบุคลากรที่เก่งงานเชี่ยวชาญฝีมือ ยึดถือความดี มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาตนเองและองค์กร” แนวนโยบายนี้ เป็นเสมือนวิสัยทัศน์ ที่บริษัทฯ มีเป้าประสงค์ในการพัฒนาคน เพราะคน FVC ต้องสมาร์ทอย่างผู้มีความรู้และมีคุณธรรม

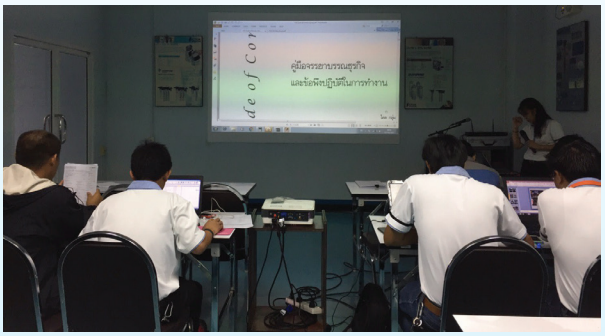
ดังนั้นพันธกิจในการพัฒนาบุคลากร คือ การให้ความรู้ และส่งเสริมให้ทำดี

ในปี 2559 จึงกำหนดหลักสูตรที่มุ่งตรง เจาะลึกเข้าไปในกระบวนการทำงานทั้งสายตรงและสายงานเกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความมั่นใจ ให้ผู้ปฏิบัติงาน ว่าทำงานได้ถูกต้อง ครบถ้วน

เชี่ยวชาญฝีมือจากการฝึกปฏิบัติใน Work shop และหน้างานจริง และจากประสบการณ์ที่สั่งมาจนสามารถถ่ายทอดสู่รุ่นน้อง

ยึดถือความดี นิยามแห่งความดีสำหรับชาวFVCคือการทำดี รู้สึกดี เข้าใจและแยกแยะสิ่งดีออกจากสิ่งไม่ดี เรามีกรอบแห่งจริยธรรมในการทำงาน (Code of Conduct) เป็นแนวปฏิบัติ และเชื่อมั่นว่า การยกย่องและส่งเสริมให้คนทำดี คือวิธีพัฒนาคน ที่ยั่งยืนด้วยเช่นกัน

มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาตนเองและองค์กร คือสิ่งมุ่งหวังสูงสุดขององค์กร เมื่อคน FVC มีมุมมองที่จะพัฒนาตนเองได้ ย่อมแผ่มุมมองนั้นมาพัฒนาองค์กร ในปี 2559 นี้ บริษัทกำหนด Skill Improvement เป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicators: KPIs) ทั้งในระดับบุคคลและระดับหน่วยงาน ทำให้เกิดการกระตุ้นการพัฒนาบุคลากร และได้เห็นประสิทธิผลในเชิงรูปธรรมมากขึ้น



ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทฯ ถือความปลอดภัยในการทำงาน เป็นสิ่งที่ต้องยึดถือ ที่ต้องปฏิบัติให้ไม่น้อยกว่ากฎ ระเบียบทางกฎหมาย และ ยึดถือความปลอดภัยร่วมกับสังคมผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งลูกค้า และคู่ค้า ตลอดจนชุมชนรอบข้าง

ด้วยนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ดังนี้

“สร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย ใส่ใจต่อการปฏิบัติตามหลักวิธี เสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่ผู้ปฏิบัติงาน”

โดย

1. บริษัทฯ ถือว่าความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมในการทำงาน เป็นหน้าที่ของบุคลากรทุกคนที่ต้องร่วมกันปฏิบัติ ส่งเสริม และสนับสนุน เพื่อให้เกิดความปลอดภัยทั้งต่อตนเองและบุคคลอื่น
2. บริษัทฯกำหนดขั้นตอน, วิธีการปฏิบัติงาน ตลอดจนการปรับปรุงสภาพแวดล้อม และการใช้อุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยที่เหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดความปลอดภัยแก่บุคลากรของบริษัทและบุคคลอื่น
3. บริษัทฯ กำหนดให้ดำเนินกิจกรรมในการดูแล ส่งเสริม สุขภาพกาย สุขภาพใจที่เป็นสุข เพื่อตอบสนองนโยบาย เสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่ผู้ปฏิบัติงานและบุคคลอื่น
4. บริษัทฯจะปฏิบัติตาม กฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ตามที่ภาครัฐกำหนด เพื่อให้บรรลุเจตนารมณ์ของกฎหมาย ในการคงความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดีแก่ผู้ปฏิบัติงานในบริษัทฯ และแก่บุคคลอื่น และสังคมแวดล้อม

5. บริษัทฯ โดยผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ จะตระหนักถึงความสำคัญและสนับสนุน ส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมในการทำงาน

6. ผู้บังคับบัญชาทุกคน ทุกระดับ มีหน้าที่ควบคุม ดูแลรับผิดชอบ ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติตามกฎ ระเบียบแห่งความปลอดภัยฯที่บริษัทฯกำหนดโดยเคร่งครัด

สำหรับปี 2559 นี้

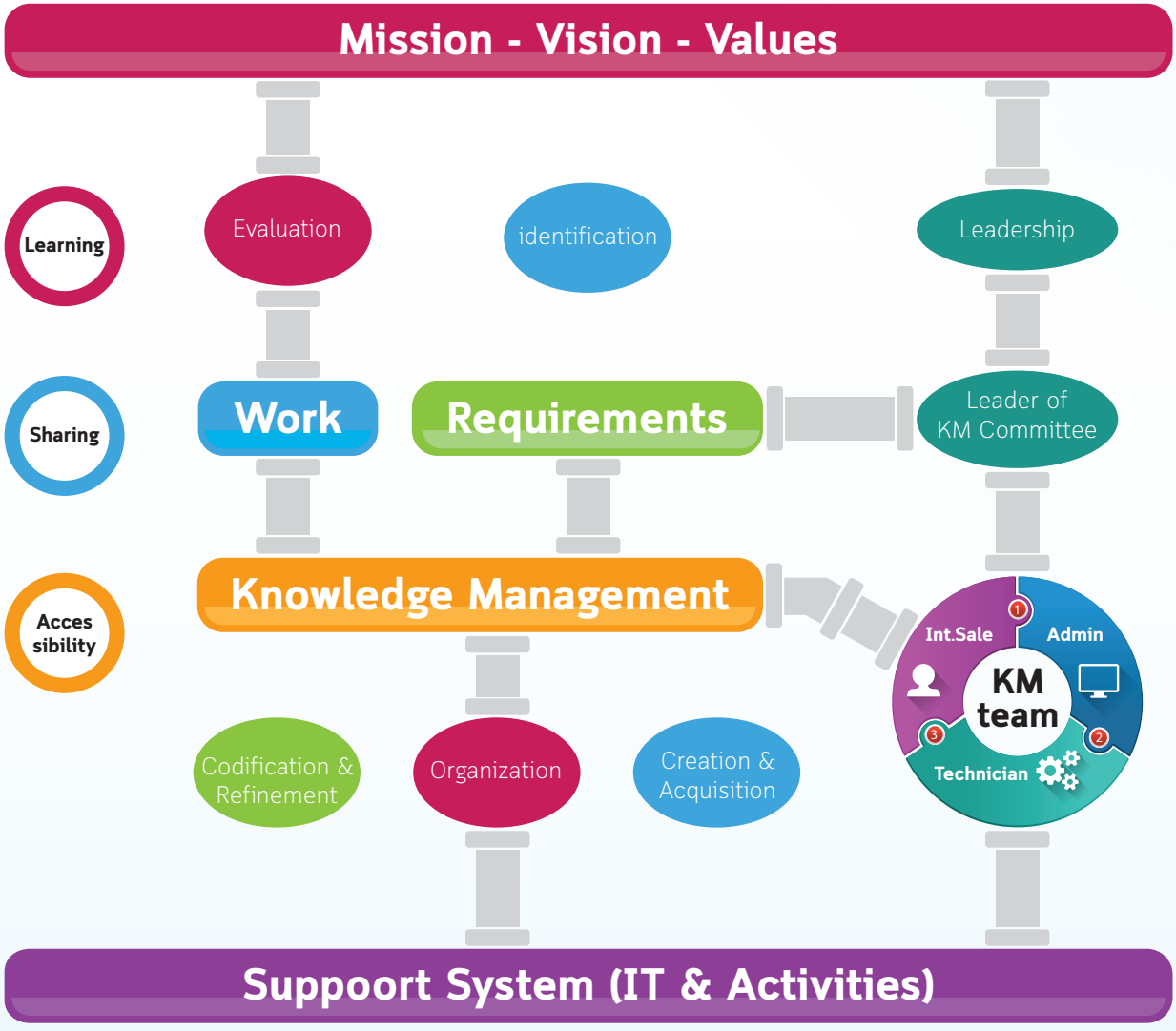
นอกจากบริษัทฯ จะถือปฏิบัติด้านความปลอดภัย บนพื้นฐานตามกฎหมายแล้ว บริษัทได้มีส่วนร่วมกับลูกค้าในการสร้างความปลอดภัยในการทำงานร่วมกันอย่างเข้มข้น ทั้งการฝึกอบรม, ร่วมกันติดตาม รายงานสถานะของการเกิดอุบัติเหตุ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายในการลดอุบัติเหตุ ให้เป็น “ศูนย์” ร่วมกัน

KM สไตล์เรา (การพัฒนาพนักงาน)

หนึ่งในการสร้างสังคมให้ยั่งยืนสำหรับ FVC คือการสร้างสังคมแห่งนี้ด้วยการสร้างคุณค่าจากความรู้ ความชำนาญ ที่เริ่มต้นจากชาว FVC เอง แล้วส่งต่อความรู้ ความสามารถเฉพาะด้าน ไปสู่ผู้มีส่วนได้เสียกับ FVC ทั้งลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น ชุมชนใกล้ชิด และชุมชนสังคมในภาพกว้าง

กระบวนการพัฒนา บริหารจัดการองค์ความรู้ อธิบายด้วยแผนภาพ ได้ดังนี้

KM Development Process



FVC มีผู้บริหารทุกท่าน เป็นขุนพลในคณะกรรมการบริหาร จัดการองค์ความรู้ หรือ เรียกว่า KM Committee และมี CEO คือ ดร.วิจิตร เตชะเกษม ผู้ชำนาญการในสายการศึกษา เป็นแม่ทัพ (Leader of KM Committee) ในการนำพาเราสร้างKMในองค์กรแห่งนี้

และแล้วการตระหนักคิดถึง KM กับการสร้างความยั่งยืน ก็ไหลสู่มโนสำนึก ของผู้บริหารระดับกลางและระดับหัวหน้างาน ทำให้จู่ๆ เราก็ได้ KM Team ซึ่งจะเป็นผู้ชักนำการมีส่วนร่วม รับรู้ สร้างเสริม สานต่อองค์ความรู้ทั้งหลายสู่ระดับปฏิบัติการ

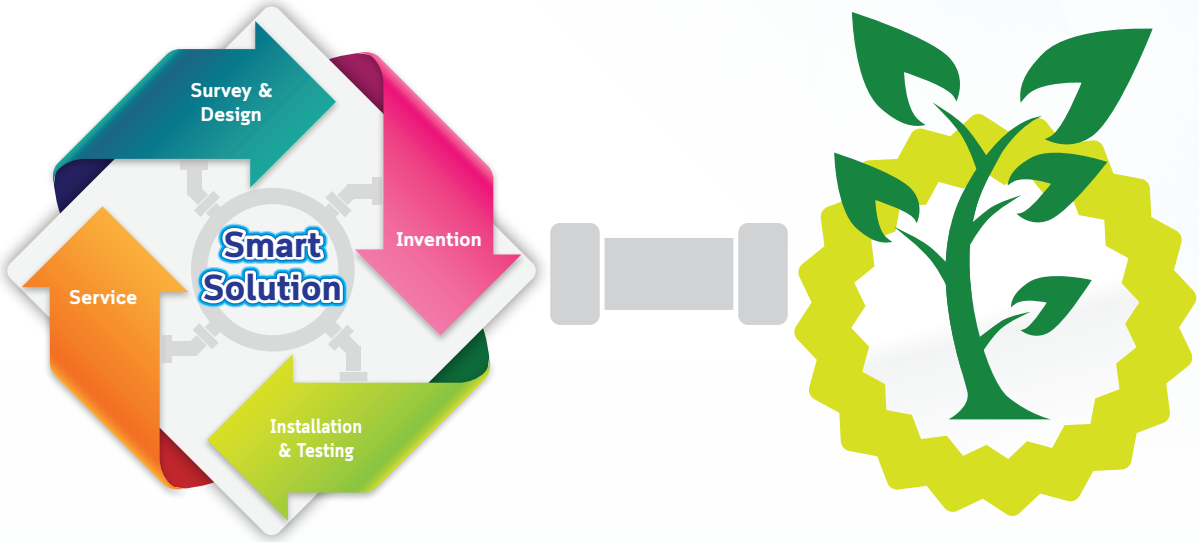
ทั้งหลายทั้งปวงนี้ จึงเป็นการจุดประกายแนวคิดในการสร้าง KM สไตล์เรา โดยเริ่มจากการกลับไปค้นหาความรู้ที่มีอยู่ในหน่วยงาน จากการระดมสมอง ขุดคุ้ยตำราเล่มเก่า หรือแม้แต่รุ่นพี่ ที่อยู่มานานมีความรู้ความชำนาญ ขั้น “ป๋า” มาเป็นแหล่งความรู้

รวมถึง ค้นหาสิ่งที่อยากรู้เพื่อให้ชีวิตการทำงานราบรื่น เช่น สมุดใฝ่รู้ เพื่อเขียนคำถามทุกย่างที่อยากรู้ แล้วส่งต่อให้ผู้ที่คิดว่ารู้ เป็นผู้ถ่ายทอด ซึ่งถือว่า วัฏจักรความรู้เริ่มขยับ และคาดหวังว่าอีกไม่นานก็จะหมุนเร่งจนสร้างพลังขับเคลื่อนองค์กร FVC ไปได้

ยั่งยืนอย่างผู้รักษ์สิ่งแวดล้อม

คัดสรรสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

Smart Solution เคลื่อนเข้าร่วม คัดสรรสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อคุณค่าแห่งชีวิตและสิ่งแวดล้อมของสังคมโดยรวม



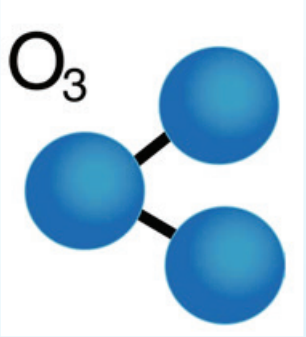
Survey& Design

จากการตรวจสอบคุณภาพน้ำในร้านสะดวกซื้อ และ ร้าานอาหาร พบว่ามีการติดเชื้อในเครื่องทำน้ำแข็ง ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่มาก

- ลูกค้ามีปัญหาเรื่องเชื้อในเครื่องทำน้ำแข็ง และจากการเข้าสำรวจหน้างาน พบว่าการฆ่าเชื้อในเครื่องทำน้ำแข็งเป็นสิ่งที่ยากมากเนื่องจากเชื้อแบคทีเรียที่ทำให้เกิดโรคสามารถเติบโตได้อีกครั้งหลังจากผ่านเครื่องกรอง และ เครื่อง UV มาแล้ว และ จากการศึกษาข้อมูลพบว่า Ozone มีฤทธิ์ที่สามารถฆ่าเชื้อได้ดีมาก จึงเริ่มศึกษาหาคำตอบในการแก้ปัญหา แต่ ต้องไม่ให้กระทบกับเครื่องทำน้ำแข็งที่อยู่ในร้าน

Invention

ได้คำตอบจากการศึกษาเบื้องต้น พบว่ามี Ozone ชนิดน้ำที่สามารถฆ่าเชื้อโรคในน้ำได้อย่างดี และ ไม่มีผลต่อการกัดกร่อนของเครื่องทำน้ำแข็ง ซึ่ง Product ที่ใช้คือ Biosure

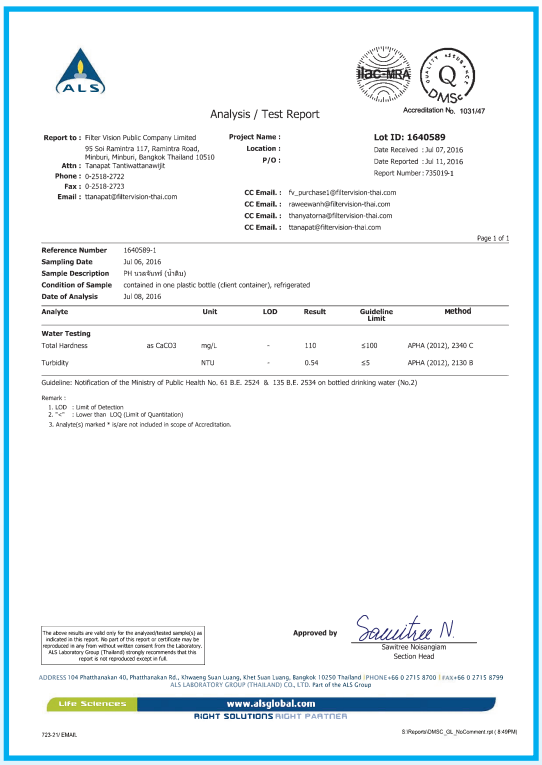


Installation&Test

ติดตั้งหน้างานจริง เพื่อแก้ปัญหาให้กับลูกค้า พร้อมกับหาข้อสรุปเป็นหลักวิทยาศาสตร์ ในการพิสูจน์ จากข้อมูลที่ได้ศึกษาไว้

Service

จัดทีมช่าง เพื่อเข้าดำเนินการเปลี่ยนอุปกรณ์และ ดูแล ระบบ ปรับค่าให้อยู่สภาพปกติสมบูรณ์พร้อมอยู่ตลอดเวลา เพื่อฆ่าเชื้อโรคได้อย่างมีประสิทธิภาพเต็มที่



Analysis / Test Report

Accreditation No. 1031/47

Report to : Filter Vision Public Company Limited
95 Soi Ramintra 117, Ramintra Road, Minburi, Minburi, Bangkok Thailand 10510
Attn : Tanapat Tantiwattanawijit
Phone : 0-2518-2722
Fax : 0-2518-2723
Email : ttanapat@filtervision-thai.com

Project Name :
Location :
P/O :

Lot ID: 1640589
Date Received : Jul 07, 2016
Date Reported : Jul 11, 2016
Report Number : 735019-1

CC Email. : fv_purchase1@filtervision-thai.com
CC Email. : raweewanh@filtervision-thai.com
CC Email. : thanyatorna@filtervision-thai.com
CC Email. : ttanapat@filtervision-thai.com

Page 1 of 1

Reference Number 1640589-1
Sampling Date Jul 06, 2016
Sample Description PH เกลือจืนทร์ (น้ำดื่ม)
Condition of Sample contained in one plastic bottle (client container), refrigerated
Date of Analysis Jul 08, 2016

Analyte		Unit	LOD	Result	Guideline Limit	Method
Water Testing						
Total Hardness	as CaCO3	mg/L	-	110	≤100	APHA (2012), 2340 C
Turbidity		NTU	-	0.54	≤5	APHA (2012), 2130 B

Guideline: Notification of the Ministry of Public Health No. 61 B.E. 2524 & 135 B.E. 2534 on bottled drinking water (No.2)

Remark :
1. LOD : Limit of Detection
2. "-" : Lower than LOQ (Limit of Quantitation)
3. Analyte(s) marked * is/are not included in scope of Accreditation.

The above results are valid only for the analyzed/tested sample(s) as indicated in the report. No part of this report or certificate may be reproduced in any from without written consent from the Laboratory. ALS Laboratory Group (Thailand) strongly recommends that the report is not reproduced except in full.

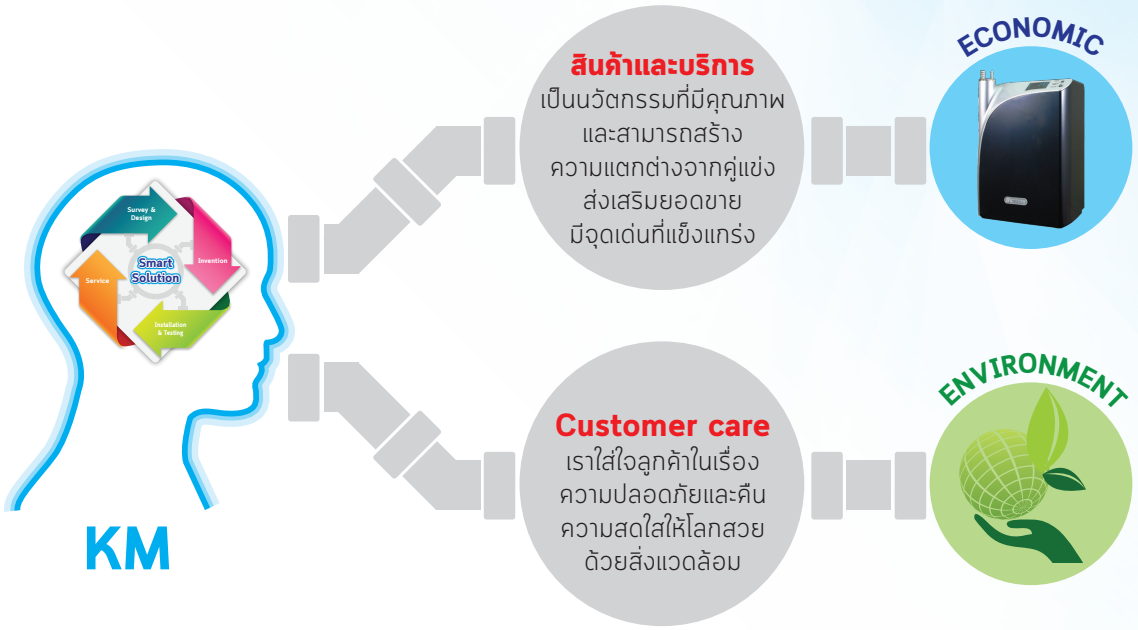
Approved by Sawitree N.
Sawitree Noisangam
Section Head

ADDRESS 104 Phatthanakan 40, Phatthanakan Rd., Khwaeng Suan Luang, Khet Suan Luang, Bangkok 10250 Thailand | PHONE+66 0 2715 8700 | FAX+66 0 2715 8799
ALS LABORATORY GROUP (THAILAND) CO., LTD. Part of the ALS Group

Life Sciences www.alsglobal.com
RIGHT SOLUTIONS RIGHT PARTNER

723-2 V EMAIL

S:\Reports\DMSC_CL_NoComment.rpt (8:49PM)



นี่คือการก้าวไปข้างหน้า ที่มากกว่าการหาสินค้ามาเพื่อขาย แต่ด้วยความรู้และความคิดที่แก้ปัญหาอย่างชาญฉลาด อย่าง Smart Solution ทำให้คุณค่าแห่งสินค้าและบริการ เป็นมากกว่าสินค้า เพราะเราร่วมสร้างคุณค่าต่อโลกอย่างผู้ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมด้วย

รักษ์สิ่งแวดล้อม

มีหลายสิ่ง อีกมากมายที่ชาว FVC แสดงถึงความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ ประหยัดพลังไฟฟ้า จากการเก็บแอร์ ด้วยประตูเปิดปิดอัตโนมัติ

เนื่องจากในห้องทำงาน ประกอบด้วยหน่วยงานต่างๆหลายหน่วยงาน ซึ่งมีบุคคลทั้งภายนอกและภายในเข้ามาติดต่องานจำนวนมาก การใช้ประตูแบบธรรมดาที่มีการเปิดเข้า-เปิดออกบ่อยๆ จะทำให้ประตู และเครื่องปรับอากาศมีอายุการใช้งานสั้นลง และยังทำให้สิ้นเปลืองไฟ เนื่องจากการทำงานหนักของเครื่องปรับอากาศ การเปิดประตูค้างไว้ก็ทำให้ไม่สามารถควบคุมอุณหภูมิภายในได้

จากปัญหาที่เกิดขึ้น ทางแผนกได้แก้ไขโดยการใช้ประตูอัตโนมัติแทนประตูธรรมดา เพื่อความสะดวกในการเข้า-ออกของพนักงานและเพื่อความปลอดภัยของพนักงานที่ใช้ประตูอัตโนมัติ จะมี Sensor บอกระยะการเปิด-ปิดของประตู สะดวกในการขนย้ายสิ่งของที่มีลักษณะใหญ่ น้ำหนักมากช่วยประหยัดไฟฟ้าจากการใช้เครื่องปรับอากาศ เนื่องจากประตูอัตโนมัติสามารถล็อกอากาศจากภายนอกเข้าสู่ภายใน และการควบคุมป้องกันฝุ่นละอองได้ดีในช่วงเวลาเดียวกัน

และนี่คือสิ่งที่เคยถูกมองว่าเป็นเรื่องเล็ก แต่ Smart Solution กลับมาช่วยแก้ไข ให้เราภูมิใจกับการเป็นผู้รักษ์สิ่งแวดล้อม

รวมทั้งโครงการ รถรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งก็เป็นอีกแนวคิด ที่อยากมีส่วนร่วมในการลงมือทำ หวังเก็บเกี่ยวผลในอีกไม่ช้า

การนำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม

ทางบริษัทฯ ได้มีความตระหนักถึงการให้ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมมาโดยเสมอมา การเลือกสรรค์ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไม่ได้มองเพียงแค่สินค้าที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ หรือสินค้าที่เหมาะสมกับการใช้งานสำหรับลูกค้าเท่านั้น แต่ทางบริษัทฯยังคงมองไปถึงประโยชน์หรือผลกระทบที่จะมีต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาวอีกด้วย

สินค้าหลายๆ ประเภทที่ทางบริษัทฯนำเข้ามาจัดจำหน่าย ได้มีการนำหลักการและแนวความคิดของการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมเข้ามาประกอบในการตัดสินใจ เพื่อให้เป็นประโยชน์กับทางลูกค้าและช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างมั่นคงในระยะยาว เช่น ระบบฆ่าเชื้อโรคในน้ำเชื่อมด้วยรังสีอัลตราไวโอเลต ที่สามารถช่วยในการลดการพลังงานได้ถึงกว่า 76 เท่าของการฆ่าเชื้อโรคในน้ำเชื่อมแบบเดิมโดยใช้ความร้อน (ลดลงจากเดิมที่ใช้พลังงานถึง 230 จูลต่อกรัม เหลือเพียง 3 จูลต่อกรัม)

โดยปกติแต่เดิมเทคโนโลยีในการฆ่าเชื้อโรคในน้ำเชื่อมจะอาศัยพลังงานความร้อนเป็นกรรมวิธีการในฆ่าเชื้อโรค โดยเทคโนโลยีเดิมนี้ จำเป็นต้องใช้พลังงานมาก เนื่องจากจะต้องเริ่มจากการเพิ่มอุณหภูมิน้ำเชื่อมจากอุณหภูมิปกติ หรือ อุณภูมิห้อง ให้เพิ่มขึ้นไปจนถึงจุดที่อุณหภูมิสูงพอที่เชื้อโรคจะตาย จากนั้นจะต้องคงรักษาอุณหภูมินั้นไว้ระยะเวลาหนึ่งเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจว่าเชื้อโรคได้ตายหมดแล้ว หลังจากนั้นก็จะต้องใช้พลังงานเพื่อที่จะต้องทำให้น้ำเชื่อมที่ร้อนอยู่นี้จากการต้มฆ่าเชื้อโรคให้ลดลงมาจนถึงอุณหภูมิห้องก่อนที่จะส่งเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตขั้นตอนอื่นต่อไป

จากขั้นตอนดังกล่าวข้างต้น จะเห็นว่าการฆ่าเชื้อโรคซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญของขบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำเชื่อมผสมอยู่ ซึ่งมีการใช้พลังงานอย่างมากถึงสามขั้นตอน (เพิ่มอุณหภูมิขึ้น, คงที่ไว้, ลดอุณหภูมิลง) โดยเป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าการได้มาซึ่งพลังงานจะต้องแลกด้วยการทำลายหรือสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเสมอไม่ทางได้ก็ทางหนึ่ง

ระบบฆ่าเชื้อโรคในน้ำเชื่อมด้วยรังสีอัลตราไวโอเลต หรือ ที่เรียกว่ารังสียูวี จึงถูกเลือกนำมาใช้เนื่องจากรังสียูวีสามารถฆ่าเชื้อโรคในน้ำเชื่อมได้โดยตรงเพียงนำน้ำเชื่อมมาผ่านรังสี ณ อุณภูมิปกติ หรืออุณหภูมิห้องซึ่งทำให้เป็นการลดการใช้พลังงานทั้งหมดไป จะมีเพียงพลังงานที่จะต้องให้กับหลอดกำเนิดรังสียูวีเท่านั้น ซึ่งถือว่าน้อยกว่ามากอย่างมีนัยเมื่อเทียบกับพลังงานที่ใช้ในการฆ่าเชื้อโรคด้วยความร้อน ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่าระบบฆ่าเชื้อโรคในน้ำเชื่อมด้วยรังสีอัลตราไวโอเลต สามารถช่วยในการลดการใช้พลังงานได้ถึงกว่า 76 เท่าของการฆ่าเชื้อโรคในน้ำเชื่อมแบบเดิม (ลดลงจากเดิมที่ใช้พลังงานถึง 230 จูลต่อกรัม เหลือเพียง 3 จูลต่อกรัม) เพื่อให้เป็นประโยชน์กับทางลูกค้าและสามารถช่วยในการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างมั่นคงในระยะยาว

*หมายเหตุ: เปรียบเทียบความแตกต่างของพลังงาน ในการที่ทำให้น้ำเชื่อมร้อนขึ้นจาก 25 องศา เป็น 80 องศาต้องใช้พลังงานเท่ากับ 230 จูลต่อกรัม แต่การฆ่าเชื้อโรคในน้ำเชื่อมด้วยรังสียูวีต้องการพลังงานเพียงแค่ 3 จูลต่อกรัม

ผลงานแห่งความภาคภูมิใจ

be the list company on the Market for Alternative Investment

รางวัล SERVICE PROVIDER of the YEAR AWARD

หากมีข้อสงสัยหรือคำแนะนำเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้
กรุณาติดต่อ
คณะกรรมการความยั่งยืน บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 95 ซอยรามอินทรา 117 ถนนรามอินทรา แขวงมีนบุรี
เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานครฯ 10510
โทรศัพท์ 02-5182722 ต่อ 649
โทรสาร 02-5182723

GENERAL STANDARD DISCLOSURES		
General Standard Disclosures	SR Page.	
STRATEGY AND ANALYSIS		
G4-1	2	
ORGANIZATIONAL PROFILE		
G4-3	4	
G4-4	8	
G4-5	4	
G4-6	8	
G4-7	15	
G4-8	8	
G4-9	14,16	
G4-10	17	
G4-11		
G4-12	32	
G4-13		
G4-14	36	
G4-15		
G4-16		
IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES		
G4-17		
G4-18		
G4-19		
G4-20		
G4-21		
G4-22		
G4-23		
STAKEHOLDER ENGAGEMENT		
G4-24		
G4-25	34	
G4-26	34	
G4-27	34-35	
REPORT PROFILE		
G4-28	4	
G4-29		
G4-30	2	
G4-31	71	
G4-32	72	
G4-33	2	
GOVERNANCE		
G4-34	20	
G4-35	21,41	
G4-36	41	
G4-37	42	
G4-38	21	
G4-39	21	
G4-40	21	
G4-41	30	
G4-42	5,20	
G4-43	59-61	
G4-44	43	
G4-45	36	
G4-46	36	
G4-47		
G4-48		
G4-49		
G4-50		
G4-51		
G4-52		
G4-53		
G4-54		
G4-55		
ETHICS AND INTEGRITY		
G4-56	26	
G4-57	26	
G4-58	30	

FILTER VISION
PUBLIC COMPANY LIMITED

ที่อยู่: 95 ซอยรามอินทรา 117 ถนนรามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510
โทร: +66 2518 2722 (อัตโนมัติ 6 สาย) แฟกซ์: +66 2518 2723
Copyright © 2015 filtervision.co.th