

บริษัท เอส เอ็น ซี ฟอรัเมอร์ จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัท

ทบทวนครั้งที่	วันที่มีผลบังคับใช้	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
2	31 มีนาคม 2566	นายสาริต ชาญเชาว์กุล	ประธานกรรมการบริษัท

สารบัญ

1. วิทยาลัยนี้.....	1
2. พันธกิจ.....	1
3. วัตถุประสงค์และเป้าหมาย.....	1
4. กลยุทธ์ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์.....	2
5. กลยุทธ์ด้านคุณภาพของสินค้า.....	2
6. กลยุทธ์ในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว.....	3
7. กลยุทธ์ด้านการบริการ.....	3
8. กลยุทธ์ด้านการพัฒนาระบบการผลิตสู่อุตสาหกรรม 4.0.....	4
9. กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม.....	4
10. กลยุทธ์ด้านหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance).....	5

**วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ของบริษัท
บริษัท เอส เอ็น ซี ฟอว์เมอร์ จำกัด (มหาชน)**

วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ของบริษัท ฯ

วิสัยทัศน์ (Vision) : SNC Superstore เอส เอ็น ซี ศูนย์รวมของผลิตภัณฑ์และบริการแบบครบวงจรในอุตสาหกรรมเครื่องทำความเย็น เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์

พันธกิจ (Mission)

1. คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก (Quality First)
2. สร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการทุกรูปแบบของลูกค้า

(Differentiation)

3. สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาที่ลูกค้าสามารถซื้อไปแข่งขันได้ (Cost Effectiveness)
4. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (Quick Response)
5. ปรับระบบการผลิตให้ยืดหยุ่นทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Flexible Manufacturing System)

(Focus on Products and Stakeholders)

6. ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม

(Focus on Products and Stakeholders)

7. มีจิตวิญญาณและความตั้งใจในเรื่องบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด (Service Mind)
8. ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดี

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย (Objective and Goal)

บริษัทฯ จัดทำแผนธุรกิจ ซึ่งมีเป้าหมายทางการเงินและเป้าหมายการเติบโตของรายได้ที่อัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี และเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไรสูงสุด บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าว โดยใช้กลยุทธ์ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product)

บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าโดยมุ่งเน้นในกลุ่มลูกค้าหลัก ๆ

2 กลุ่มคือ

1. กลุ่มผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านประกอบด้วย ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า ที่เป็นแบรนด์ชั้นนำจากประเทศญี่ปุ่น เกาหลี สหรัฐอเมริกา จีน เวียดนาม เป็นต้น ซึ่งผู้ผลิตเหล่านี้มีฐานการผลิตสินค้าหลักอยู่ในประเทศไทย โดยบริษัทฯ มีสินค้าที่ให้บริการกับกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ ได้แก่ ท่อทองแดง ชิ้นส่วนโลหะแผ่น ชิ้นส่วนพลาสติก และอุปกรณ์แลกเปลี่ยนความร้อน นอกเหนือจากสินค้าที่เป็นชิ้นส่วนของเครื่องใช้ไฟฟ้าแล้ว บริษัทฯ ยังมีการรับจ้างผลิตและประกอบผลิตภัณฑ์ (OEM) ให้กับลูกค้าหลักบางรายอีกด้วย

2. กลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ ซึ่งลูกค้าในกลุ่มนี้จะเป็นผู้ผลิตที่เป็นผู้ผลิตชั้นนำจากต่างประเทศ โดยบริษัทฯ มีสินค้าที่ให้บริการแก่ลูกค้าในกลุ่มนี้ ได้แก่ ชิ้นส่วนท่ออลูมิเนียม ชิ้นส่วนท่ออย่างต่าง ๆ ชิ้นส่วนพลาสติก และชิ้นส่วนโลหะแผ่นขึ้นรูป

กลยุทธ์ด้านคุณภาพของสินค้า (Quality)

ในการที่จะสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้านั้น บริษัทฯ จำเป็นที่จะต้องผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงสุด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการจัดทำระบบบริหารงานคุณภาพที่เป็นมาตรฐานสากลเพื่อให้การดำเนินงานตามภารกิจและวัตถุประสงค์ขององค์กรเกิดการพัฒนาคูณภาพอย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยยึดหลัก Plan-Do-Check-Action (PDCA) และระบบ ISO ซึ่งนอกจากจะทำให้ลูกค้าได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการแล้ว ยังทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวบริษัทด้วย

โดยบริษัทฯ จะจัดสรรทรัพยากรทั้งคน เครื่องมือ เครื่องจักร ที่ทันสมัยและเหมาะสมกับธุรกิจนั้น ๆ เพื่อให้การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ นอกเหนือจากนี้ยังกำหนดนโยบายคุณภาพที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานทุกคนนำไปปฏิบัติ มีการตรวจติดตามผลอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้มั่นใจว่าคุณภาพของสินค้าจะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของลูกค้าในทุก ๆ ขั้นตอน

กลยุทธ์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (Quick Respond)

ในโลกธุรกิจที่เต็มไปด้วยการแข่งขันที่นับวันจะทวีความเข้มข้นขึ้น บริษัทฯ ตระหนักดีว่า ลูกค้าของบริษัทฯ มีความต้องการที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเราจำเป็นต้องตอบสนองสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ให้ได้ ในการนี้ บริษัทฯ จะมุ่งเน้นในหัวข้อต่างๆ ดังนี้

1. ต้นทุนที่เหมาะสมและเป็นธรรมชาติสำหรับลูกค้าและบริษัท (Cost)
2. ตำแหน่งที่ตั้งของ โรงงานต่าง ๆ จะต้องอยู่ในระยะทางที่ไม่ไกลจากบริษัทของลูกค้ามากนักเพื่อให้การส่งสินค้าและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นไปโดยสะดวก (Location)
3. ความยืดหยุ่นในกระบวนการผลิตที่จะทำให้เราสามารถผลิตสินค้าที่หลากหลายในเวลาอันรวดเร็ว และสามารถปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการสินค้าที่เปลี่ยนไปของลูกค้าได้อย่างสะดวก (Flexibility)

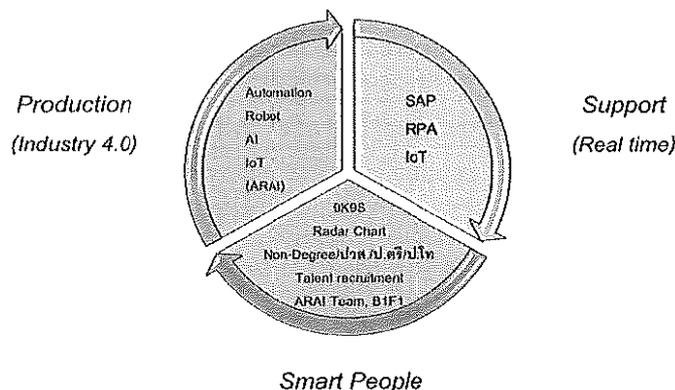
กลยุทธ์ด้านการบริการ (Service)

ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะเป็นบริษัทที่ผลิตสินค้าแต่เราตระหนักถึงความสำคัญของงานบริการที่จะช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด เราจึงได้กำหนดคติพจน์ประจำบริษัทไว้ว่า “We are the Marketing Team” ซึ่งพนักงานทุกคนในบริษัทถือว่าเป็นตัวแทนของบริษัทในการให้บริการแก่ลูกค้า

นอกจากนี้ เพื่อให้การทำงานมีความคล่องตัว บริษัทฯ จึงได้จัดให้มีการบริหารงานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบริษัทฯ เอง ซึ่งเราเรียกการบริหารงานแบบนี้ว่า “ระบบ MINI MD” ซึ่งระบบ MINI MD นี้จะช่วยให้การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในแต่ละด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต ด้านคุณภาพ ด้านการส่งมอบ หรือด้านราคาของสินค้า เป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ อีกประการหนึ่งที่บริษัทได้กำหนดขึ้น เพื่อให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดก็คือการกำหนดให้ผู้บริหารของบริษัททั้งระดับกลาง และระดับสูง มีหน้าที่ที่จะต้องออกไปเยี่ยมเยือนลูกค้าของตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่า เราจะรับทราบและเข้าใจถึง “เสียงของลูกค้า” (Customer Voice) อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

กลยุทธ์ด้านการพัฒนาระบบการผลิตอุตสาหกรรม 4.0

การพัฒนา SNC เข้าสู่ 4.0 สิ่งสำคัญ คือ การพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้าใจในเทคโนโลยีและทิศทางการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจและอุตสาหกรรม จะเป็นพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร



กลยุทธ์และองค์ประกอบสำคัญสำหรับการขับเคลื่อนองค์กร

1. การพัฒนาบุคลากรเพื่อเป็นผู้ผลิตและผู้ใช้เทคโนโลยี โดยให้มีการเชื่อมโยงระหว่างบุคลากรที่มีประสบการณ์กับบุคลากรที่มีเทคโนโลยี
2. การประยุกต์และนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เป็นไปตามทิศทางการขับเคลื่อนขององค์กรตามแนวคิด ARAI A: Automation R: Robot A: AI (Artificial Intelligence) I: IoT (Internet of Things)
3. การนำเทคโนโลยีข้อมูล (Big DATA) มาใช้ในการบริหารและตัดสินใจ
4. การสร้างให้เป็นองค์กรเทคโนโลยี ทั้งในด้านการผลิต กระบวนการ และการบริการ

กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

บริษัทจะดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกบริษัท โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญดังนี้

1. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก เนื่องจากธุรกิจหลักของบริษัทฯ จะเกี่ยวข้องกับเครื่องปรับอากาศ ซึ่งใช้สารทำความเย็นที่อาจจะส่งผลกระทบต่อภาวะอากาศของโลก เราจึงมีโครงการลดและทดแทนการใช้สารทำความเย็นในเครื่องปรับอากาศประเภทที่มีผลกระทบต่อภาวะอากาศ โดยใช้สารทำความเย็นชนิดใหม่ (R32) ในการผลิตเครื่องปรับอากาศ เพื่อลดผลกระทบต่อการทำลายชั้นโอโซน (Ozone Depletion) และผลกระทบต่อสภาวะโลกร้อน (Global Warming) รวมถึงมีโครงการผลิตไฟฟ้าด้วย

พลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาโรงงาน โครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียว และ โครงการควบคุมการใช้ไฟฟ้าและเชื้อเพลิง ในโรงงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แลเพื่อให้สอดคล้องกับ The Global Goals for Sustainable Development เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (The Global Goal ที่ 13 - Climate Action)

2. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายใน เพื่อให้สภาวะแวดล้อมภายในบริษัทฯ มีความน่าอยู่ และมีประสิทธิภาพในการทำงาน บริษัทฯ จึงได้ให้ความสำคัญกับระบบ 5 ส. และมีการรณรงค์ให้พนักงานทุกระดับ ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ นอกจากนี้ยังมีโครงการลดการสร้างขยะ และสนับสนุนการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ตามหลัก 3 R ซึ่งประกอบด้วย Reduce, Re-use, และ Recycle เพื่อให้มั่นใจว่าเราทุกคนในองค์กรจะมีการใช้ ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด

กลยุทธ์ด้านหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance)

บริษัทฯ มั่นใจว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงการมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและเพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท จึงได้ยึดถือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีดังนี้

1. ตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการในฐานะผู้นำองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน
2. กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของกิจการที่เป็นไปเพื่อความยั่งยืน
3. เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิผล
4. สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูงและการบริหารบุคลากร
5. ส่งเสริมนวัตกรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ
6. ดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม
7. รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล
8. สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

พิจารณาบททวนและประกาศใช้ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2566



.....
(ดร.สมชัย ไทยสงวนวรกุล)

ประธานกรรมการบริหาร

บริษัท เอส เอ็น ซี ฟอ์เมอร์ จำกัด (มหาชน)



.....
(นายสาธิต ชาญเชาวน์กุล)

ประธานกรรมการบริษัท

บริษัท เอส เอ็น ซี ฟอ์เมอร์ จำกัด (มหาชน)