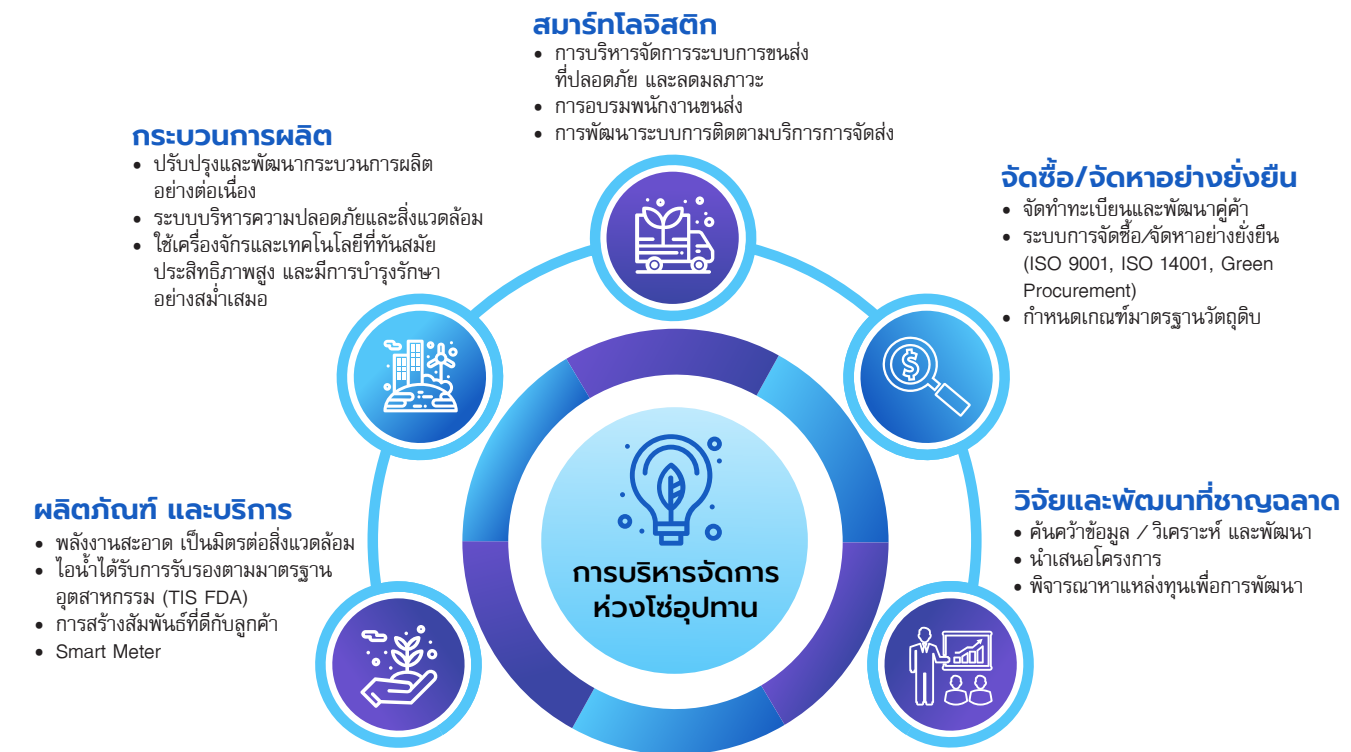


การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อความยั่งยืน

บริษัท ราชพัฒนา เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจพลังงาน ผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าและไอน้ำ บริษัทมีความมุ่งมั่นสร้างความมั่นคงด้านพลังงาน ตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำด้วยการผลิต และพัฒนาพลังงานสะอาด มุ่งเน้นความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงการมีส่วนร่วมและสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนท้องถิ่น ตามแนวคิดพลังงานสีเขียว การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในกระบวนการผลิตพลังงาน เป็นกระบวนการที่ใช้ในการจัดการและควบคุมกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการผลิตพลังงานตั้งแต่การเก็บรวบรวมวัตถุดิบ การผลิต การจัดเก็บการขนส่ง และการจำหน่าย เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในกระบวนการผลิตพลังงาน



แนวปฏิบัติด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยการกำหนดแนวทางการปฏิบัติต่อคู่ค้าที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของสินค้า บริการ และบริหารความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนร่วมกัน ซึ่งบริษัทเชื่อมั่นว่าจะสามารถทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ตลอดจนสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจทั้งของบริษัทและคู่ค้าได้ในระยะยาวอย่างยั่งยืน โดยกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

- มีระบบการคัดเลือกคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานที่มีการดำเนินธุรกิจตามกฎหมาย ปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย และอาชีวอนามัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการปฏิบัติต่อคู่ค้าบนพื้นฐานของการแข่งขันที่เป็นธรรม เสมอภาค และเคารพซึ่งกันและกัน และรับรู้ความเสี่ยงของคู่ค้า เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินการป้องกันแก้ไขความเสี่ยงเหล่านั้นอย่างเพียงพอ
- การมีส่วนร่วมต่อชุมชน พิจารณาคู่ค้าในท้องถิ่นเพื่อรักษาประสิทธิภาพในการสร้างและกระชับความสัมพันธ์ในพื้นที่ดำเนินงาน

3. ให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อลูกค้า แรงงานของลูกค้า อย่างเป็นธรรมตามบรรทัดฐานที่เป็นสากล สร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจที่ดีต่อกันกับลูกค้า แลกเปลี่ยนความรู้ ร่วมกันพัฒนา และเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ เพื่อการเจริญเติบโตร่วมกัน
4. ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้าและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ให้รับเจรจากับลูกค้าเป็นการล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย
5. รักษาความลับหรือข้อมูลทางสารสนเทศของลูกค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ตนเอง หรือผู้เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
6. ไม่เรียก รับ หรือยินยอมที่จะรับทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์อื่นใด ซึ่งอยู่นอกเหนือข้อตกลงทางการค้า

จรรยาบรรณลูกค้ากลุ่มราชพัฒนา

บริษัทมีความเชื่อมั่นว่า ชื่อเสียงและสำเนียงรับผิดชอบอันดีของกลุ่มบริษัทจะถูกส่งต่อไปยัง “ลูกค้า” ทุกครั้งที่มีการจัดหา ไม่ว่าจะเป็นด้านสินค้า ด้านบริการ และด้านกระบวนการทางธุรกิจ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทได้กำหนด “จรรยาบรรณลูกค้า” โดยพิจารณาเนื้อหาและขอบเขตให้อยู่ภายใต้ข้อกำหนด ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยผลักดันให้ลูกค้าของกลุ่มบริษัทมีการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม มีการดูแลความปลอดภัย และอาชีวอนามัยในการทำงานของลูกจ้าง รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน โดยกำหนดเป็นส่วนสำคัญของเงื่อนไขทางการค้า และข้อตกลงตามสัญญาที่ใช้ในการพิจารณาการค้า ดังนี้

1. จริยธรรมทางธุรกิจ

ลูกค้าของกลุ่มราชพัฒนา จะต้องดำเนินธุรกิจตามหลักจริยธรรมสากลโดยมีแนวทางปฏิบัติดังนี้

- 1.1 ความซื่อสัตย์ทางธุรกิจ คอรัปชัน และการติดสินบน : ลูกค้าของกลุ่มบริษัทต้องดำเนินธุรกิจ ตามหลักจริยธรรมและยอมรับนโยบายต่อต้านคอรัปชันที่แสดงเจตนารมณ์ในการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัดในเรื่องของการทุจริต กรรโชก ฉ้อโกงหรือการติดสินบน หากลูกค้ารายใดมีส่วนเกี่ยวข้องในการจ่ายหรือรับสินบนจะถูกยกเลิกสัญญาโดยกลุ่มบริษัทจะไม่รับผิดชอบความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นต่อลูกค้าอันเนื่องมาจากการยกเลิกสัญญาดังกล่าวและลูกค้าอาจถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย
- 1.2 การปฏิบัติตามข้อบังคับ : ลูกค้าของกลุ่มบริษัทต้องดำเนินธุรกิจ โดยปฏิบัติตามกฎหมาย ทั้งกฎหมายข้ามชาติ ระดับชาติและท้องถิ่น รวมถึงกฎระเบียบที่บังคับใช้กับการดำเนินธุรกิจ และใบอนุญาตที่จำเป็นในสถานที่นั้นๆ
- 1.3 การรักษาความลับ : ลูกค้าของกลุ่มบริษัทต้องป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลที่เป็นความลับของกลุ่มบริษัท และต้องไม่มีการนำข้อมูลของกลุ่มบริษัทไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ที่ผิดกฎหมาย และ/หรือ เพื่อประโยชน์ส่วนบุคคล และ/หรือ เพื่อประโยชน์ทางการค้า
- 1.4 ผลประโยชน์ทับซ้อน : ลูกค้าของกลุ่มบริษัทต้องแจ้งให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร หากพบว่าการดำเนินการใดๆ ที่เป็นประโยชน์ทับซ้อน ระหว่างพนักงานและบุคลากรในกลุ่มบริษัทกับลูกค้า
- 1.5 รางวัล ของขวัญ : ลูกค้าของกลุ่มบริษัทต้องรับทราบว่าพนักงานกลุ่มบริษัทจะไม่มีการให้หรือรับของขวัญ รางวัล ของที่ระลึกอันจะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจในการดำเนินงาน หรือก่อให้เกิดการเอื้อประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรม เว้นเสียแต่ว่าเป็นของขวัญที่ให้ตามธรรมเนียมปฏิบัติทางธุรกิจ
- 1.6 การเปิดเผยข้อมูล : ลูกค้าของกลุ่มบริษัทต้องมีการเก็บข้อมูลอย่างถูกต้องและเปิดเผยข้อมูลทั้งในด้านธุรกิจ สิ่งแวดล้อม กิจกรรมสังคม โครงสร้าง รวมถึงผลประกอบการโดยมีความสอดคล้องตามกฎหมาย ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า
- 1.7 การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา : ลูกค้าของกลุ่มบริษัทต้องเคารพ และหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิบัตร ทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น และของบริษัทฯ ลูกค้าควรใช้ทรัพย์สินทางปัญญา และข้อมูลความลับทางการค้าของผู้อื่น หรือของบริษัทฯ และพันธมิตรของบริษัทฯ โดยปฏิบัติตามเงื่อนไขการใช้งานที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด การเปิดเผยทรัพย์สินทางปัญญาโดยไม่ได้รับอนุญาตหรือยินยอมจาก บริษัทฯ ถือเป็นเรื่องต้องห้ามโดยเด็ดขาด

2. สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน

คู่ค้าของกลุ่มราชพัฒนาดึงดูดให้เคารพต่อสิทธิของแรงงาน และปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมตามบรรทัดฐานที่เป็นสากล โดยมีแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

- 2.1 การเคารพสิทธิมนุษยชน : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องยอมรับ เคารพ และส่งเสริมสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามหลักปฏิญญาสากลว่าด้วย สิทธิมนุษยชน ต่อพนักงาน รวมไปถึงกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้หญิง เด็ก ชนกลุ่มน้อย แรงงานต่างด้าว กลุ่มแรงงานว่าจ้าง ตามสัญญาและชุมชนท้องถิ่น โดยต้องปฏิบัติต่อกลุ่มเหล่านี้ด้วยความเคารพในศักดิ์ศรีของมนุษย์อย่างสูงสุด หลีกเลี่ยงการกระทำที่ถือเป็นการแบ่งแยก หรือเหยียดหยามบุคคล อันเนื่องมาจากความแตกต่างของบุคคลในด้านต่าง ๆ เช่น เชื้อชาติ สีผิว เพศ ชชาติพันธุ์ ภาษา ศาสนา ประเทศที่ถือกำเนิด สัญชาติ ความพิการ วัฒนธรรม หรือสถานะต่าง ๆ เป็นต้น คู่ค้าของกลุ่มบริษัทจะต้องปฏิบัติต่อบุคคลทุก ๆ สถานะอย่างเท่าเทียมกัน
- 2.2 อีสราภาพของแรงงาน : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องไม่ใช้แรงงานที่ถูกบังคับหรือไม่เต็มใจ ไม่ว่าในกรณีใดก็ตาม
- 2.3 การใช้แรงงานเด็ก : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องไม่จ้างแรงงานเด็กที่มีอายุไม่ถึงตามกฎหมายกำหนด และไม่ให้เกิดหรือบุคคลที่ต่ำกว่าอายุ 18 ปีทำงานในเวลากลางคืน หรือในสถานที่ที่มีลักษณะเป็นอันตราย
- 2.4 การปฏิบัติต่อแรงงานหญิง : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องให้ความคุ้มครองแรงงานหญิงไม่ให้งานในลักษณะที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัย ในกรณีแรงงานซึ่งเป็นหญิงมีครรภ์ คู่ค้าต้องจัดให้มีการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ตามที่กฎหมายกำหนด
- 2.5 ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องจ่ายค่าจ้าง และสิทธิหรือประโยชน์ที่ลูกจ้างพึงได้ตามกฎหมายให้กับแรงงานอย่างถูกต้องและเป็นธรรม โดยค่าจ้างที่แรงงานได้รับจะต้องไม่น้อยกว่าอัตราค่าจ้างขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงค่าชดเชย และสิทธิประโยชน์ที่แรงงานพึงได้รับตามกฎหมายด้วย
- 2.6 เวลาทำงาน : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องไม่ให้ลูกจ้างทำงานนานเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้รวมถึงการทำงานล่วงเวลา และการทำงานในวันหยุด
- 2.7 การปฏิบัติอย่างเท่าเทียม : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมต่อลูกจ้าง โดยไม่เลือกปฏิบัติในการจ้างงาน การจ่ายค่าตอบแทน การเข้ารับการอบรม การเลื่อนตำแหน่ง การเลิกจ้างหรือการให้ออกจากงาน อันเนื่องมาจากการแบ่งแยกเพศ เชื้อชาติ สีผิว ศาสนา อายุ สถานภาพการสมรส ผู้มีครรภ์ ความคิดเห็นทางการเมือง หรือผู้พิการ เป็นต้น
- 2.8 การเลิกจ้าง : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องดำเนินการเลิกจ้างในแต่ละขั้นตอนตามกฎหมายแรงงาน และต้องไม่ยกเลิกสัญญาจ้างโดยไม่ชอบธรรม นอกจากจะมีหลักฐานที่ระบุได้ชัดเจนว่า การยกเลิกสัญญานั้น มีเหตุที่ชอบด้วยกฎหมายที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของลูกจ้าง
- 2.9 ด้านมนุษยธรรม : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องเคารพในสิทธิของลูกจ้าง และห้ามมิให้มีการกระทำอันเป็นการละเมิดทางร่างกาย ทางวาจา และทางใจ รวมถึงการคุกคาม หรือข่มขู่ในลักษณะใดๆ ก็ตาม
- 2.10 เสรีภาพในการรวมกันเป็นสมาคม สหภาพ สหพันธ์ : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องเคารพในสิทธิ และเสรีภาพของลูกจ้างของตนที่พึงมีในการเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมสมาคม สหภาพ สหพันธ์ รวมถึงการเจรจาต่อรองต่าง ๆ
- 2.11 การมีส่วนร่วมต่อชุมชน : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องสร้างและรักษาการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนเพื่อรักษาประสิทธิภาพในการสร้างและกระชับความสัมพันธ์ในพื้นที่ดำเนินงาน
- 2.12 ผลกระทบต่อชุมชน : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องมีการประเมินอย่างเป็นระบบ มีเอกสาร และควบคุมผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานต่อชุมชนโดยรอบ
- 2.13 การบริหารคู่ธุรกิจในช่วงห่วงโซ่อุปทานของคู่ค้า : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องให้ความสำคัญในการดำเนินการตรวจสอบ การปฏิบัติงาน หรือการปฏิบัติตามกฎหมายของคู่ค้าตนเอง หรือผู้รับเหมาช่วง หรือพันธมิตรทางธุรกิจของตน รวมทั้งควรดำเนินการประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากคู่ค้าของตน คู่ค้ารับช่วงงาน คู่ธุรกิจของตน และประเมินผลงาน ปรับปรุงแก้ไขปัญหา และข้อบกพร่องด้วย

3. สิ่งแวดล้อม

คู่ค้าของกลุ่มราชพัฒนา จะปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และมุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดเฉพาะต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการที่ส่งมอบ โดยแนวทางปฏิบัติมี ดังนี้

- 3.1 นโยบายสิ่งแวดล้อม : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องยอมรับ นโยบายคุณภาพ สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอนุรักษ์ พลังงานของกลุ่มบริษัท เพื่อร่วมรับผิดชอบในการปกป้องสิ่งแวดล้อม โดยปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 การจัดการสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์/บริการ : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องมุ่งมั่นที่จะดำเนินการเพิ่ม ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดปริมาณการปล่อยมลพิษต่าง ๆ ตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์/บริการ
- 3.3 สารเคมีและวัตถุอันตราย : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องบ่งชี้ แยกแยะและควบคุมของเสีย และของเสียอันตรายที่เกิด จากกระบวนการผลิต และกระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องก่อนปล่อยสู่สิ่งแวดล้อมภายนอก
- 3.4 มลพิษทางน้ำ : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องเฝ้าระวัง ควบคุม รวมถึงบำบัดคุณภาพน้ำทิ้งที่เกิดจากกระบวนการผลิต และกระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ และระบบสุขาภิบาล ก่อนที่จะมีการปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมภายนอก
- 3.5 มลพิษทางอากาศและก๊าซเรือนกระจก : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องจำแนก เฝ้าระวัง ควบคุม และบำบัดการปล่อย ของเสีย และผลผลิตจากการเผาไหม้ในกระบวนการผลิต และกระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ ก่อนปล่อยออกสู่ สิ่งแวดล้อมภายนอก รวมถึงมุ่งมั่นที่จะลดก๊าซเรือนกระจกผ่านกลไกต่าง ๆ
- 3.6 ดินปนเปื้อนและน้ำใต้ดิน : คู่ค้าของกลุ่มบริษัทต้องดำเนินการโดยคำนึงถึงความเสี่ยงต่อการปนเปื้อนของดิน และ น้ำใต้ดินระหว่างกระบวนการผลิต/บริการ และดำเนินการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม

บริษัทฯ คาดหวังให้คู่ค้าทุกราย ยึดมั่นและปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า โดยมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ และต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ รวมถึงการแข่งขันที่เป็นธรรม การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน เพื่อการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน

การร่วมมือด้านจรรยาบรรณ และจริยธรรมทางธุรกิจ

ในปี 2567 บริษัทมีความมุ่งมั่นต่อจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้า โดยถือปฏิบัติ ตามมาตรฐานแรงงานไทย การต่อต้าน ทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งนี้ได้ขยายเครือข่ายพันธมิตร เพื่อร่วมลงนาม ในหนังสือแสดงความมุ่งมั่นต่อจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนดังนี้



แผนบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

แผนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อสร้างพลังงานที่ยั่งยืนและไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือสังคมในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและการจัดการโครงสร้างของห่วงโซ่อุปทานให้มีความยืดหยุ่นและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมภายนอกได้ โดยไม่ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อธุรกิจและก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคมหรือสิ่งแวดล้อมในระยะยาว โดยมีการพิจารณาและใช้ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมและสังคมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจและดำเนินงาน เพื่อให้เกิดความยั่งยืน บริษัทจึงได้กำหนดแผนและแนวทางการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว (Green Procurement)

บริษัทดำเนินการในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ตามแนวทาง “การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีจุดประสงค์เพื่อให้เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด มุ่งเน้นการคัดเลือกสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยได้พัฒนาแนวปฏิบัติที่ดีต่อลูกค้าเพื่อช่วยบริหารความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ESG) อีกทั้งยังเพิ่มและพัฒนาศักยภาพของลูกค้า โดยเฉพาะการรองรับกฎหมายภาครัฐใหม่ๆ ที่อาจขาดความเข้าใจจนส่งผลให้การจัดซื้อจัดจ้างเกิดความล่าช้า แนวปฏิบัติที่ดีต่อลูกค้าจึงมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้ธุรกิจราบรื่นและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้

2. การคัดเลือกลูกค้า

บริษัทมีเกณฑ์ในการคัดเลือกลูกค้า โดยพิจารณาจากความสามารถในการผลิต ที่ตอบสนองความต้องการ ผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ความสามารถด้านคุณภาพของลูกค้า กำลังการผลิต ระบบมาตรฐานต่างๆ ความพร้อมของการบริการ การขนส่ง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย รวมถึงการดำเนินธุรกิจของลูกค้า ที่ตอบสนองสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยใช้แบบสอบถามในการประเมินเบื้องต้น และทำการตรวจติดตามเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าที่คัดเลือกมีศักยภาพเพียงพอ และเชื่อถือได้ รวมถึงการมีส่วนร่วมต่อชุมชน พิจารณาลูกค้าในท้องถิ่นเพื่อรักษาประสิทธิภาพในการสร้างและกระชับความสัมพันธ์ในพื้นที่ดำเนินงาน

3. การบริหารจัดการกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ

บริษัทได้มีการบริหารจัดการกลุ่มลูกค้าสำคัญโดยใช้เกณฑ์การจัดซื้อที่มีมูลค่าสูง และ/หรือเป็นลูกค้าที่มีความสำคัญซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตและ/หรือเป็นลูกค้าที่มีการจำหน่ายสินค้าและบริการจำนวนมาก การพิจารณาความเสี่ยงและการบริหารจัดการความเสี่ยงของลูกค้า รวมถึงให้มีการสื่อสารและการเยี่ยมชมกิจการของลูกค้าตามโอกาสที่เหมาะสมเพื่อกำหนดกลยุทธ์ แนวทางและติดตามการพัฒนาคุณภาพและการพัฒนาความร่วมมือในด้านต่างๆ กับลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

เกณฑ์การระบุลูกค้าสำคัญและกลยุทธ์การบริหารจัดการ

บริษัทกำหนดเกณฑ์ในการระบุลูกค้าสำคัญเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการจัดซื้อจัดจ้าง และลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่

1. ลูกค้าสำคัญของบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1 Supplier)

ลูกค้าที่มีมูลค่าการสั่งซื้อสูง มีการสั่งซื้อต่อเนื่อง หรือมีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ต่อธุรกิจของบริษัท

2. ลูกค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Non-tier 1 Suppliers)

ลูกค้าที่จัดหาสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าสำคัญ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัททางอ้อม

3. ลูกค้าทั่วไป (General Supplier)

ลูกค้าที่ดำเนินธุรกิจภายใต้แนวปฏิบัติและจรรยาบรรณที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้ค้ารอง (Non-tier 1 Suppliers) เพื่อให้สามารถเติบโตและยกระดับเป็น ผู้ค้าสำคัญในอนาคต ผ่านแนวทางสนับสนุนและการบริหารจัดการที่เหมาะสม

กลุ่มลูกค้า	จำนวนลูกค้า (ราย)	คิดเป็นร้อยละ (%)
ผู้ค้า Critical Tier 1 Supplier	7	2.89
ผู้ค้า Non-tier 1 Suppliers	27	11.16
ผู้ค้าทั่วไป General Supplier	208	85.95
รวม	242	100

4. การประเมินความเสี่ยงผู้ค้า
 การวิเคราะห์ความเสี่ยงในการจัดซื้อ โดยพิจารณาจากผู้ค้าที่มีมูลค่าการจัดซื้อสูง หรือผู้ค้าที่มีปัจจัยในการผลิตสำคัญซึ่ง อาจส่งผลถึงการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า บริษัทฯ จึงต้องประเมินความเสี่ยงว่าจะมีสถานการณ์ใด ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ และจัดทำแผนในการรองรับ เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ไม่เกิดผลกระทบต่อลูกค้าและ ธุรกิจได้โดยผู้ค้าประเมินความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจของตนเอง ในหัวข้อที่มีโอกาสจะเกิดขึ้น และวางแนวทางในการตอบโต้ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบในการดำเนินธุรกิจ

5. การตรวจประเมินผู้ค้าเพื่อความยั่งยืน
 บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการผู้ค้าโดยกำหนดมาตรการตรวจประเมินเพื่อให้มั่นใจว่าผู้ค้าปฏิบัติตามมาตรฐานสากล และมีศักยภาพในการผลิตที่สอดคล้องกับคุณภาพของสินค้าและบริการ ทั้งนี้ บริษัทดำเนินการตรวจประเมินด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG On-site Audit) ควบคู่ไปกับการตรวจเยี่ยมสถานประกอบการของผู้ค้าหลัก (Key Supplier Site Visit) เพื่อให้แน่ใจว่ามีการดำเนินธุรกิจตามหลักจรรยาบรรณและมาตรฐานความยั่งยืน

มาตรการดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างบริษัทกับผู้ค้า ส่งเสริมการพัฒนาด้านความยั่งยืน และลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการจากผู้ค้ารายสำคัญและผู้ค้าที่มีความเสี่ยงสูง นอกจากนี้ ยังเป็นการตอกย้ำความมุ่งมั่นของบริษัทในการพัฒนาเครือข่ายห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน



ผลการประเมินคู่ค้า 2567

ประเด็นการประเมิน	จำนวนคู่ค้าที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน (จากจำนวนคู่ค้าที่ประเมินทั้งหมด 242 ราย)			
	คู่ค้ารายเดิม	คู่ค้ารายใหม่	รวม	ร้อยละ
1. ด้านความซื่อสัตย์/ความโปร่งใส/ความรับผิดชอบต่องาน				
ไม่มีประวัติการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ	151	91	242	100%
ไม่มีประวัติการละทิ้งงาน	151	91	242	100%
2. ด้านการจัดการและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม				
ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม หรือปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม (ISO 14001/EIA)	2	4	6	100%
การปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมและกระบวนการในการจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อม	2	4	6	100%
3.ด้านแรงงานและความรับผิดชอบต่อสังคม				
ไม่มีการใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย	151	91	242	100%
การเคารพสิทธิมนุษยชนของลูกจ้างแรงงาน ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน	151	91	242	100%
การดำเนินธุรกิจที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง	151	91	242	100%
4.ด้านผลประโยชน์กับข้อ				
ผู้บริหาร/กรรมการไม่มีตำแหน่ง ในบริษัทที่เสนอราคาแข่งขัน	0	0	0	0

6. แนวทางการพัฒนาคู่ค้า

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาคู่ค้าให้เติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางสำคัญดังนี้

- การให้ข้อมูลและความคาดหวัง บริษัทสื่อสารความต้องการของลูกค้าแก่คู่ค้าอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ คุณภาพ และระบบการบริหารจัดการ
- การถ่ายทอดองค์ความรู้ สนับสนุนคู่ค้าด้วยการให้ความรู้ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันให้มีคุณภาพสูงขึ้น
- มุ่งสู่ Green Procurement ส่งเสริมให้คู่ค้าพัฒนาการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคในอนาคต
- การดำเนินธุรกิจตามหลักจรรยาบรรณ สนับสนุนให้คู่ค้าดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและมีจริยธรรม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความร่วมมือที่ยั่งยืน

- การเติบโตของคู่ค้า สนับสนุนและพัฒนาคู่ค้ารายย่อยให้มีศักยภาพสูงขึ้น เพื่อให้สามารถขยายธุรกิจและก้าวขึ้นเป็นคู่ค้ารายสำคัญในอนาคต

แนวทางเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ที่ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันแข็งแกร่งกับคู่ค้า พร้อมส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันของบริษัทและอุตสาหกรรมโดยรวม

การพัฒนาคู่ค้าบริษัทมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทและคู่ค้าเพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า ให้ความสำคัญปลอดภัยในการทำงาน รวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนด และมาตรฐานด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย พร้อมทั้งนโยบายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย โดยบริษัทตั้งเป้าหมายการบริหารความปลอดภัยในการทำงาน การอุบัติเหตุเป็นศูนย์ (Zero Accident) สำหรับพนักงาน ผู้รับเหมา คู่ค้า ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัท โดยมีผลการดำเนินการ ปี 2565-2567 ดังนี้

ตัวชี้วัด	หน่วย	เป้าหมาย		ปี 2565		ปี 2566		ปี 2567	
		พนักงาน	ผู้รับเหมา/คู่ค้า	พนักงาน	ผู้รับเหมา/คู่ค้า	พนักงาน	ผู้รับเหมา/คู่ค้า	พนักงาน	ผู้รับเหมา/คู่ค้า
จำนวนอุบัติเหตุชั้นเสียชีวิตจากการทำงาน (Fatality Case)	คน	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราความถี่จากการบาดเจ็บจากการทำงาน ชันหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate : LTIFR)	กรณีต่อ 200,000 ชั่วโมง	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราความถี่ของการเจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงาน (Occupational Illness Frequency Rate : OIFR)	กรณีต่อ 200,000 ชั่วโมง	0	0	0	0	0	0	0	0

