



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) คือ เครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและคู่ค้าของบริษัทในการผลิตและส่งมอบสินค้า ที่แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนของการได้มาซึ่งสินค้าตั้งแต่การจัดการวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง ไปจนถึงการส่งมอบสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้า

ห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain) คือ การจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ รวมทั้งการส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดทั้งวัฏจักรชีวิตของการผลิตและส่งมอบสินค้าและบริการ

ความมุ่งมั่นในการดำเนินกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นเป็นอย่างยิ่งที่จะดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าของบริษัทอย่างยั่งยืน นอกเหนือจากการซื้อขายวัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ในการผลิตสินค้าของบริษัทฯ แล้ว ยังต้องดำเนินการปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง การปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านชีวอนามัยและความปลอดภัย มีการปฏิบัติงานที่โปร่งใส ต่อต้านการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งการปฏิบัติตามมาตรฐานและ/หรือ ข้อกำหนดดังกล่าว จะทำให้บริษัทฯ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ทั้งตลาดในประเทศและตลาดโลก โดยมีความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่ยั่งยืน เป็นแรงผลักดันที่สำคัญ

ในการนี้ บริษัทฯ จึงได้ปรับเพิ่มข้อกำหนดในจรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้า และ แบบประเมินตนเองของคู่ค้า เกี่ยวกับประเด็นด้านความยั่งยืนดังกล่าว อีกทั้งยังได้ปรับกระบวนการทำงาน ให้คำนึงถึงประเด็นสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการปฏิบัติจริง โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้

หลักเกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้าใหม่

1. หลักเกณฑ์ด้านคุณภาพของสินค้า ต้องมีคุณสมบัติได้มาตรฐานตามที่บริษัทฯ กำหนด ส่งเสริมให้สินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพที่ดีมีมาตรฐาน เช่นเดียวกัน
2. หลักเกณฑ์ด้านราคาของสินค้า เป็นตัวบ่งชี้หลักในการคัดเลือกคู่ค้า เนื่องจากราคาของสินค้า เป็นต้นทุนในการผลิตสินค้าของบริษัทฯ หากบริษัทฯ ได้ราคาที่เหมาะสมหรือต่ำกว่าผู้ขายรายอื่น จะทำให้บริษัทฯ มีความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในตลาด

3. หลักเกณฑ์ด้านระยะเวลาการสั่งซื้อและการจัดส่งสินค้า ความรวดเร็วของการจัดส่ง และ ปริมาณที่จัดส่งที่แม่นยำ เป็นไปตามการสั่งซื้อ หากระยะเวลาการสั่งซื้อและจัดส่งสินค้า ใช้เวลานาน ส่งผลให้บริษัทฯ มีต้นทุนในการเก็บรักษาที่สูงขึ้น
4. หลักเกณฑ์การให้บริการ กรณีเป็นสินค้าที่ต้องการบริการหลังการขาย ทางผู้ขายมีศักยภาพให้การบริการได้รวดเร็วและตรงประเด็น ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของบริษัทฯ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
5. หลักเกณฑ์ด้านการดำเนินธุรกิจ อย่างยั่งยืน คำนึงถึงประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยผู้ขายยินดีที่จะปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัทฯ และ ยินดีลงลายมือชื่อเป็นลายลักษณ์อักษร พร้อมทั้งยินดีให้บริษัทฯ เปิดเผย หากบริษัทฯ มีความจำเป็นต้องแสดงความโปร่งใสในการดำเนินงานเช่นกัน

การทบทวนกลุ่มลูกค้าที่มีความสำคัญและกลุ่มลูกค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

การทบทวนความสำคัญของลูกค้า กลุ่ม Critical Tier 1 จะคำนึงถึง ความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบหลัก คือน้ำยางสด ที่นำมาผ่านกระบวนการผลิตเป็นน้ำยางชั้น และ วัตถุดิบรอง คือ เคมีภัณฑ์ ต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบการผลิตน้ำยางชั้น โดยแบ่งลูกค้าเป็น 2 กลุ่มดังนี้ คือ

1. ลูกค้ากลุ่มที่จัดหาวัตถุดิบหลัก คือน้ำยางชั้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายย่อยและค้าขายเป็นลักษณะบุคคลกับบริษัทฯ
 - กลุ่มสหกรณ์ยางพาราประจำพื้นที่
 - พ่อค้าคนกลาง จัดหาน้ำยางสด
 - เกษตรกรรายย่อย ที่ขายน้ำยางสดโดยตรง
2. ลูกค้ากลุ่มที่จัดหาวัตถุดิบรอง คือ เคมีภัณฑ์ ซึ่งเป็นการค้าขายระหว่าง บริษัทฯ กับ บริษัทฯ

ดังนั้น ในการจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า กลุ่ม Critical Tier 1 จะพิจารณาจาก

1. กลุ่มลูกค้าจัดหาวัตถุดิบหลัก จะให้ความสำคัญกับปริมาณน้ำยางสดที่ลูกค้าสามารถจัดหาให้บริษัทฯ ได้
2. กลุ่มลูกค้าจัดหาวัตถุดิบรอง จะให้ความสำคัญกับปริมาณเคมีภัณฑ์ ที่สามารถจัดหาให้บริษัทฯ ได้

สำหรับกลุ่มลูกค้า Non Critical Tier 1 ซึ่งเป็นเกษตรกรรายย่อย ที่เป็นเจ้าของสวนยางพาราเอง ซึ่งเป็นลูกค้าของ ลูกค้าจัดหาวัตถุดิบหลักของบริษัทฯ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญเรื่องการดำเนินงานให้สอดคล้องกับประเด็นสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยเน้นย้ำผ่านทางลูกค้าคนกลาง และ บริษัทฯ ยังได้วางแผนงานทำกิจกรรมด้านความยั่งยืนกับกลุ่มเกษตรกรยางพารา เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับเกษตรกรและชุมชน ในพื้นที่โดยรอบ ที่บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจการอยู่

ผลการวิเคราะห์ความสำคัญของคู่ค้าที่จัดหาเคมีภัณฑ์สำคัญให้กับบริษัท โดยใช้ข้อมูลปริมาณวัตถุดิบที่ปี 2565 โดยใช้หลัก 80:20 ในการจัดลำดับความสำคัญ มีจำนวนคู่ค้าสำคัญทั้งหมด 26 ราย และมีจำนวน 10 รายที่เป็นคู่ค้าสำคัญ มีปริมาณการจัดหาเคมีภัณฑ์ อยู่ในสัดส่วนร้อยละ 80 ของปริมาณเคมีภัณฑ์ทั้งหมด

การบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากคู่ค้าของบริษัท ระบุเป็นประเด็นความเสี่ยงได้ดังนี้

- 1. ความเสี่ยงกรณีมีคู่ค้าน้อยราย** อาจทำให้การจัดหาวัตถุดิบมีการหยุดชะงัก
 - สำหรับคู่ค้าจัดหาวัตถุดิบหลัก ประเมินแล้ว “ไม่มีความเสี่ยง” เนื่องจากผู้ผลิตต้นน้ำส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย มีจำนวนมาก ผลิตเอง ขายผ่านคนกลาง คือสหกรณ์ และ พ่อค้าคนกลาง หรือ ขายเองบ้าง จึงไม่มีความเสี่ยงในกรณีมีคู่ค้าน้อยราย
 - สำหรับคู่ค้าจัดหาวัตถุดิบรอง ประเมินแล้ว “มีความเสี่ยงอยู่ในระดับสูง” เนื่องจากมีคู่ค้าน้อยราย ที่อาจมีผลให้การจัดหาวัตถุดิบหยุดชะงักได้ ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานในการจัดซื้อเคมีภัณฑ์ จะต้องมิใช่คู่ค้าไม่น้อยกว่า 2 ราย เพื่อลดความเสี่ยงเรื่องสินค้าขาดส่ง ในขณะเดียวกันยังก่อให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคา ทำให้บริษัทฯ มีต้นทุนในการผลิตสินค้าต่ำลง
- 2. ความเสี่ยงด้านการไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจ** โดยเฉพาะในประเด็นทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น มีการใช้แรงงานเด็ก อาจมีผลให้บริษัทฯ ไม่สามารถขายสินค้าไปต่างประเทศได้ เนื่องจากคู่ค้าละเมิดสิทธิมนุษยชน ดังนั้น ทางบริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนแนวทางปฏิบัติ ดังนี้
 - เพิ่มประเด็นเรื่องสังคม และ สิ่งแวดล้อม ในเอกสารสำคัญ จรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้า แบบฟอร์มการประเมินตนเองของคู่ค้า และ แบบฟอร์ม Audit Check List
 - สำหรับคู่ค้ารายใหม่ ต้องแสดงการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส โดยทำแบบประเมินตนเอง และ เซนต์รับทราบข้อกำหนดจรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้า ก่อนเริ่มการซื้อขาย กับบริษัทฯ กรณีไม่ผ่านการประเมินด้านความยั่งยืน คู่ค้าต้องมีการปรับการดำเนินงานให้ได้ตามเงื่อนไขก่อน
 - สำหรับคู่ค้ารายเดิม บริษัทฯ วางแผนดำเนินการให้คู่ค้าทำแบบประเมินตนเองใหม่ทั้งหมด พร้อมทั้ง เซนต์รับทราบจรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้า กรณีไม่ผ่านการประเมิน ทางคู่ค้าต้องวางแผนการปรับวิธีการดำเนินงาน มีกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจน และแจ้งผลสำเร็จให้บริษัทฯ รับทราบต่อไป