

# แนวคิด

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



# สารบัญ

กรอบการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	04
วัตถุประสงค์ด้านความยั่งยืน (ESG Objectives) ตัวชี้วัด (KPI)	05
แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	06
คำจำกัดความสำคัญ	17

# คำนำ

เครือเจริญโภคภัณฑ์ ตระหนักดีว่าการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดความเสี่ยงในการหยุดชะงักของธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และการดำเนินธุรกิจของเครือฯ รวมถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่นๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้น เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงดังกล่าว เครือฯ ได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติการจัดหาอย่างยั่งยืน (Sustainable Procurement Policy and Guideline) และ จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) เพื่อให้คู่ค้ามีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับหลักการของความยั่งยืนครบทุกมิติทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

และเพื่อให้เกิดการถ่ายทอดไปสู่ภาคปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ เครือฯ ยังได้จัดทำ แนวทางแนะนำการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ (Responsible Supply Chain Management Guideline) ฉบับนี้ขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบของแต่ละบริษัทให้เหมาะสมและเพียงพอ พร้อมทั้งนำไปปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเจตจำนงของเครือฯ ภายใต้แนวคิด “ร่วมคิด ร่วมสร้าง เพื่อก้าวสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน”

ต้นพัฒนาความยั่งยืน

สำนักความยั่งยืน ธรรมมาภิบาลและสื่อสารองค์กร

เครือเจริญโภคภัณฑ์



# กรอบการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

เครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งมั่นต่อการจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ รวมทั้งการส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดวัฏจักรชีวิตของสินค้าและบริการ ด้วยการดำเนินการภายใต้กรอบการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนตามแนวทางของ UN Global Compact ซึ่งประกอบด้วย

## COMMIT (แสดงความมุ่งมั่น)

กำหนดวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ที่ครอบคลุมประเด็นสังคม สิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการสนับสนุนให้คู่ค้ามีการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม

## ASSESS (ประเมินขอบเขต)

ระบุขอบเขตในการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนเพื่อจัดการความเสี่ยงของผลกระทบต่อด้านสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล

## The UN Global Compact Management Model



## DEFINE and IMPLEMENT (กำหนดและนำไปใช้)

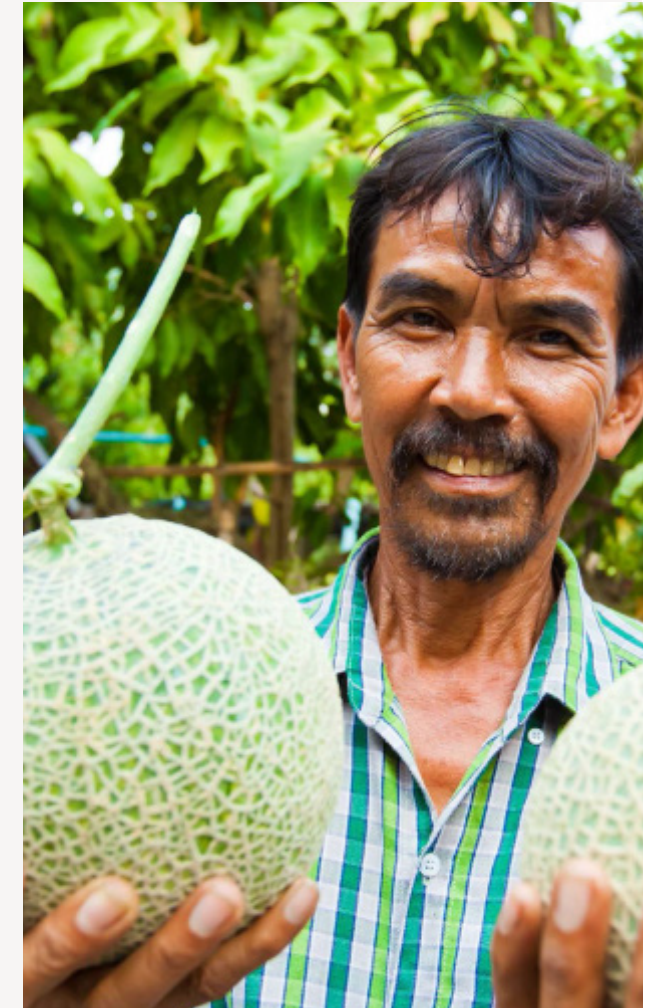
ระบุคู่ค้าที่สำคัญและคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืนของบริษัท พร้อมทั้งสื่อสารความคาดหวังและสร้างการมีส่วนร่วมกับคู่ค้าเพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนการยกระดับไปสู่ความยั่งยืน

## MEASURE and COMMUNICATE (การวัดและการสื่อสาร)

ติดตาม วัดผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมายและรายงานความคืบหน้าสู่สาธารณะอย่างโปร่งใส

## กลยุทธ์ วัตถุประสงค์ด้านความยั่งยืน และตัวชี้วัด การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

เพื่อให้บรรลุตามเจตจำนงของเครือฯและสอดคล้องตามกรอบการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนของ UN Global Compact เครือฯ จึงได้กำหนดกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ด้านความยั่งยืน และตัวชี้วัด ไว้ดังนี้



# วัตถุประสงค์ด้านความยั่งยืน (ESG Objectives) ตัวชี้วัด (KPI)

1. เพื่อจัดการละเมิดสิทธิมนุษยชน เครือฯ สนับสนุนให้คู่ค้าลำดับที่ 1 ทุกรายปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า กฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และสนับสนุนให้คู่ค้าลำดับที่ 1 ถ่ายทอดไปสู่ภาคปฏิบัติอย่างจริงจังต่อคู่ค้าลำดับถัดไปอีกด้วย

## ตัวชี้วัด 1.1

100% ของคู่ค้าลำดับที่ 1 ได้ลงนามรับทราบ และได้รับการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า

## ตัวชี้วัด 1.2

100% ของคู่ค้าลำดับที่ 1 ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนทุก 3 ปี

## ตัวชี้วัด 1.3

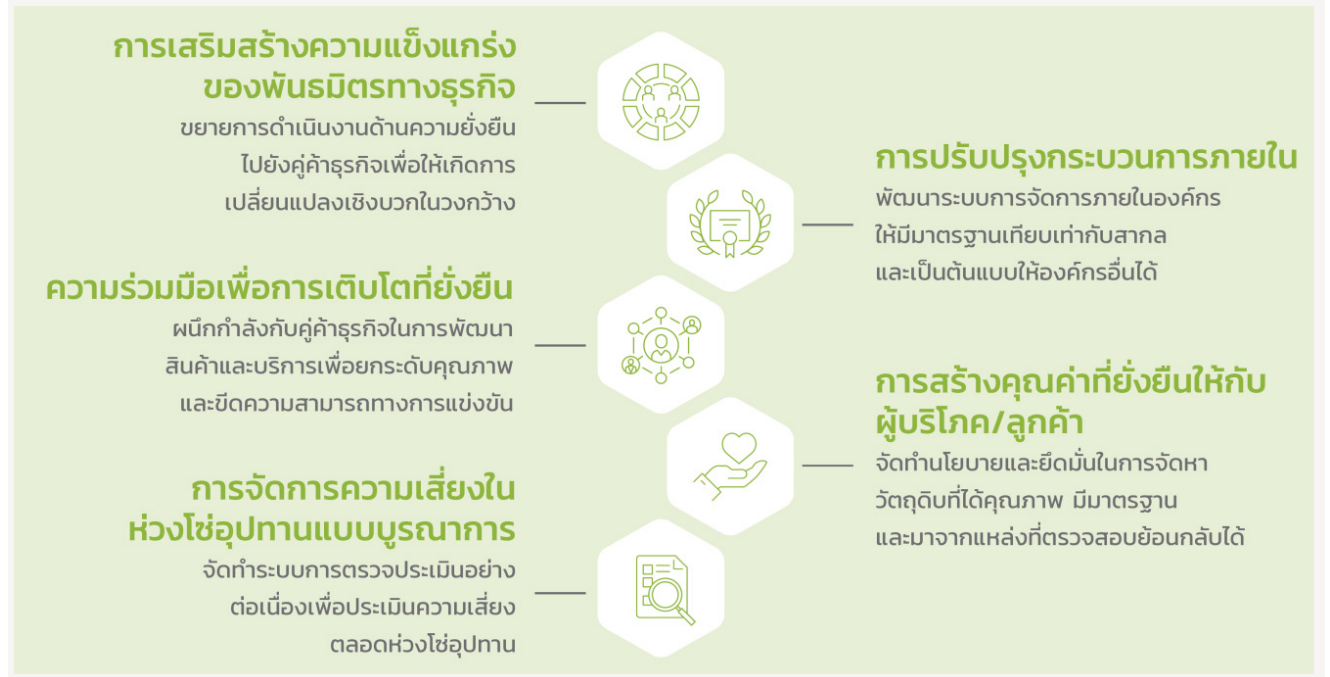
100% ของคู่ค้าที่สำคัญที่มีความเสี่ยงสูงด้านสิทธิมนุษยชนมีแผนบรรเทาทุกข์ และแก้ไขความเสี่ยงที่พบภายใน 12 เดือน

## ตัวชี้วัด 1.4

100% ของคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืนต้องได้รับการตรวจสอบประเมินทุก 3 ปี

2. เพื่อส่งเสริมแนวทางปฏิบัติด้านความยั่งยืนให้กับคู่ค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เครือฯ สนับสนุนให้คู่ค้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การกำจัดของเสีย การจัดการน้ำ และอื่นๆ

## กลยุทธ์ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Strategy)



## ตัวชี้วัด 2.1

100% ของการใช้จ่ายในการจัดซื้อควรมาจากคู่ค้าที่มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน

## ตัวชี้วัด 2.2

50% ของคู่ค้าเข้าร่วมหรือพสานความร่วมมือกับบริษัทในการจัดการสิ่งแวดล้อม

## ตัวชี้วัด 2.3

100% ของคู่ค้าลำดับที่ 1 ที่สำคัญปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับการจัดการน้ำ และดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านการใช้น้ำ

3. เพื่อเพิ่มความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้าและผู้บริโภค เครือฯ สนับสนุนให้นำระบบตรวจสอบย้อนกลับมาใช้ ซึ่งจะช่วยให้สามารถติดตามย้อนกลับไปยังแหล่งที่มาของวัตถุดิบและหลีกเลี่ยงการซื้อวัตถุดิบที่มาจากแหล่งที่ผิดกฎหมายหรือไม่ปฏิบัติตามข้อบังคับ

## ตัวชี้วัด 3.3

100% ของวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืนได้รับการตรวจสอบย้อนกลับ

# แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบต่อ



## 1 ภาพรวมการจัดการ

1.1 ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ นโยบายและแนวปฏิบัติ ตลอดจนมาตรฐานด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

1.2 ปฏิบัติต่อคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจอย่างเสมอภาค รวมทั้งต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ โดยยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงหลักสิทธิมนุษยชน การแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม และกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนายั่งยืน

1.3 ประยุกต์ใช้และส่งเสริมให้เกิดการยกระดับการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามมาตรฐานระดับสากล เช่น ISO 20400 : หลักการปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน หรือมาตรฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.4 ประยุกต์ใช้และส่งเสริมให้เกิดการยกระดับการซื้อจัดจ้างอย่างรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญกับการลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่ใช้มาจากแหล่งที่มาที่ต้องด้วยแนวทางที่เหมาะสม เช่น การตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่การผลิต และได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าด้านความยั่งยืน เช่น เกษตรอินทรีย์, Marine trust, Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), Forest Stewardship Council (FSC) เป็นต้น



## 2 การคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่

เมื่อมีความจำเป็นต้องมีการจัดหาสินค้าและบริการ เจ้าหน้าที่จัดซื้อทำการคัดเลือกคู่ค้า โดยดำเนินการ ดังต่อไปนี้

2.1 สื่อสารข้อมูลความต้องการจัดหาสินค้าและ/หรือบริการที่ถูกต้องชัดเจน เพียงพอ เป็นธรรมต่อคู่ค้าที่มีคุณสมบัติเหมาะสมต่อการจัดหาครั้งนั้น และให้โอกาสคู่ค้าที่มีคุณสมบัติได้นำเสนอสินค้าและ/หรือบริการอย่างเท่าเทียม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม

2.2 ก่อนการเข้าเป็นคู่ค้ารายใหม่ คู่ค้าต้องผ่านการประเมินความเสี่ยงเบื้องต้น โดยทำแบบคัดกรองเบื้องต้น (Preliminary Screening) ซึ่งพิจารณาจากข้อมูลที่เป็นที่เชื่อมั่นไว้ว่าคู่ค้ารายใหม่มีคุณสมบัติและมีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมและเพียงพอ ทั้งนี้ ข้อมูลที่จำเป็น ควรประกอบด้วย ข้อมูลธุรกิจและข้อมูลด้านความยั่งยืน (ดังตัวอย่าง ตามความเหมาะสม) ซึ่งวิธีการได้มาซึ่งข้อมูล อาจอยู่ในรูปแบบของการสอบถาม หรือการเข้าเยี่ยมชม ณ สถานประกอบการ หรือการขอเอกสารประกอบ และอื่นๆ ตามความเหมาะสม



## ตัวอย่าง ข้อมูลธุรกิจและข้อมูลด้านความยั่งยืน

- ข้อมูลเจ้าของกิจการ
- ข้อมูลบริษัทลูก/บริษัทในเครือ
- ข้อมูลการใช้ผู้รับเหมา
- เอกสารเชิงนโยบายต่าง ๆ
- โปรแกรมการอบรมของพนักงาน
- ข้อกำหนดและกลไกการรายงาน
- การมีหน่วยงานกำกับปฏิบัติตามข้อกำหนด
- บันทึกการติดตามการปฏิบัติตามข้อกำหนด
- บันทึกการติดตามการดูแลสิทธิมนุษยชน
- เชื้อไขการทำงาน
- ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
- ผลการดำเนินงานด้านสังคมและชุมชน
- ความสามารถของคู่ค้าในการระบุและจัดการกับความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน
- การดำเนินงานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์
- การป้องกันการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล
- การเตรียมการต่อภาวะภัยพิบัติ



2.3 ขอบเขตของการประเมินความเสี่ยงเบื้องต้น (ในข้อ 2.2) ให้พิจารณาตามระดับความเสี่ยงของแต่ละคู่ค้า ซึ่งสามารถอ้างอิงได้จาก

- 1) ภูมิศาสตร์
- 2) อุตสาหกรรม
- 3) มูลค่าของสัญญา
- 4) โครงสร้างค่าตอบแทน
- 5) ข้อจำกัดของคู่ค้า
- 6) ลักษณะของสินค้าและบริการ
- 7) การอ้างอิงจากหน่วยงานอื่น
- 8) การแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ

2.4 พิจารณาคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ ตามเกณฑ์การคัดเลือกที่ได้กำหนดไว้ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านการส่งมอบ และด้านความยั่งยืน โดยระบุสัดส่วนการคัดเลือกในแต่ละด้าน เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ารายใหม่มีขีดความสามารถที่เพียงพอต่อการปฏิบัติตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ สัดส่วนด้านความยั่งยืนกำหนดให้ไม่น้อยกว่า 30% ขึ้นไป

#### ตัวอย่างเกณฑ์การคัดเลือก :

- ด้านคุณภาพ 30%
- ด้านการส่งมอบ 30%
- ด้านความยั่งยืน 30%
- ด้านราคา 10%



2.5 ระบุความต้องการและความคาดหวังด้านการส่งมอบสินค้าและบริการ ด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน, ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี การยินยอมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าข้อกำหนดเฉพาะของอุตสาหกรรม และข้อกำหนดเฉพาะอื่นๆ ลงในสัญญาจัดซื้อ/จัดหาอย่างครบถ้วน พร้อมทั้งแนบจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)

2.6 สื่อสารจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) และข้อกำหนดในการปฏิบัติงาน ให้กับคู่ค้ารายใหม่ทุกรายและให้คู่ค้ารายใหม่ทุกรายลงนามรับทราบเพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด



### 3. การระบุคู่ค้าหลักที่สำคัญ

3.1 ทำการวิเคราะห์ความสำคัญต่อการดำเนินงานธุรกิจของคู่ค้า เพื่อระบุคู่ค้าหลักลำดับที่ 1 ที่สำคัญ (Critical Tier 1 Suppliers) โดยมีหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์ Spending Analysis ดังนี้

- 1) คู่ค้าที่มีมูลค่าการสั่งซื้อสูง
- 2) คู่ค้าที่ส่งมอบสินค้าและบริการที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ
- 3) คู่ค้าที่ส่งมอบสินค้าและบริการที่หาทดแทนไม่ได้ หรือเป็นคู่ค้าน้อยรายที่สามารถส่งมอบได้
- 4) อื่นๆ ตามความเหมาะสม เช่น คู่ค้าที่มีความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์

#### หมายเหตุ

สามารถนำเกณฑ์ข้างต้นมาพิจารณาร่วมกันเพื่อกำหนดนิยาม คู่ค้าหลักลำดับที่ 1 ที่สำคัญ ได้ตามความเหมาะสม

3.2 พิจารณาความสำคัญของคู่ค้าลำดับอื่นๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อระบุคู่ค้าทางอ้อมที่สำคัญ (Critical Non-tier 1 Suppliers) โดยพิจารณาจากปัจจัยทางธุรกิจ และปัจจัยด้านความยั่งยืน

3.3 ทบทวนรายชื่อคู่ค้าหลักที่สำคัญลำดับที่ 1 และคู่ค้าทางอ้อมที่สำคัญเป็นประจำอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญตามบริษัทขององค์กร



## กรณีศึกษา

บริษัท ABC จำกัด เป็นผู้ผลิตโตเนก มีการสั่งซื้อวัตถุดิบหลายชนิด ได้แก่ แป้งสาลี เหนย น้ำตาล เกลือ ยีสต์ กล่องกระดาษ วัสดุสิ้นเปลือง เครื่องใช้สำนักงาน และอื่นๆ

บริษัท ABC จำกัด ได้ทำการระบุค่าหลักลำดับที่1 ที่สำคัญ (Critical Teir1 Suppliers) ด้วยการทำ Spending Analysis ได้ข้อมูลดังนี้

สรุปผลจากการทำ Spending Analysis ได้รายชื่อผู้ค้าหลักลำดับที่1

ที่สำคัญ ดังนี้

- 1) บริษัท A,M,L,G : เป็นผู้ผลิตที่มีมูลค่าการสั่งซื้อสูง
- 2) บริษัท B : เป็นผู้ผลิตแป้งสาลีสูตรพิเศษที่เป็นวัตถุดิบหลัก
- 3) บริษัท C : เป็นผู้ผลิตน้ำตาลที่มีมูลค่าการสั่งซื้อสูงและเป็นวัตถุดิบหลัก
- 4) บริษัท D : เป็นผู้ผลิตยีสต์สายพันธุ์เฉพาะ
- 5) บริษัท E : เป็นผู้ให้บริการบรรจุสินค้า

Supplier Name	Product Category	Sub-Category	Spend Value (M THB) (From top to small)	Accumulate Spend Value (M THB)	Accumulate Spend Value (%)	Critical Supplier (Y/N) * High spend (top 80%) * Single supplier * Critical component	Spend Value for Critical supplier (M THB)
Company C	Food Ingredient	Sugar	200	200	25%	Y (High spend top 80%, Critical component)	200
Company A	Food Ingredient	Butter	150	350	44%	Y (High spend top 80%)	150
Company M	Food Ingredient	Egg	100	450	56%	Y (High spend top 80%)	100
Company L	Packing	Plastic	80	530	66%	Y (High spend top 80%)	80
Company G	Food Ingredient	Icing Sugar	80	610	76%	Y (High spend top 80%)	80
Company H	Food Ingredient	Sugar	75	685	86%	N	
Company E	Service Provider	Packing	30	715	89%	Y (Single supplier)	30
Company D	Food Ingredient	Yeast	30	745	93%	Y (Single supplier)	30
Company F	Food Ingredient	Salt	20	765	96%		
Company B	Food Ingredient	Flour	20	785	98%	Y (Critical component)	20
Company I	Food Ingredient	Sugar	10	795	99%	N	
Company J	Food Ingredient	Sugar	5	800	100%	N	
Total Spend(THB)			800	Total Spend(Critical Supplier) (THB)		690	
Share of total spending in critical Supplier) (%)							86%

### หมายเหตุ

ขอบเขตการทำ Spending Analysis ควรครอบคลุมทั้งผู้ผลิตวัตถุดิบ และผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า (Strategic Product) จากกรณีศึกษา นี้ จึงยังมีได้รวมผู้ผลิตวัสดุสิ้นเปลือง เครื่องใช้สำนักงาน และผู้ค้าบางรายที่มีมูลค่าการสั่งซื้อน้อยมาๆ เว้นแต่นโยบายบริษัท





#### 4. การประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

4.1 ประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทานเป็นประจำอย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 3 ปี ด้วยวิธีการที่เหมาะสม ได้แก่

- 1) การตรวจเยี่ยมสถานประกอบการ
- 2) แบบสอบถาม/แบบประเมินตนเอง
- 3) ข้อมูลจากหน่วยงานภายนอกหรือผู้มีส่วนได้เสียที่น่าเชื่อถือ

4) ข่าวสาร และ อื่นๆ

ซึ่งเครือข่าย ขอแนะนำ 2 วิธีการ คือ

วิธีที่ 1 : การประเมินความเสี่ยงที่ดำเนินการโดยบริษัท

วิธีที่ 2 : การประเมินตนเองด้านความยั่งยืนของคู่ค้า

(ESG Supplier Self-Assessment)

##### วิธีที่ 1 : การประเมินความเสี่ยงที่ดำเนินการโดยบริษัท

1.1 ชั่งน้เพื่อค้นหาคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงด้วยการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยครอบคลุมทุกกลุ่มวัตถุดิบ กลุ่มบรรจุภัณฑ์ และกลุ่มผู้ให้บริการ ที่ไม่ได้จำกัดแค่เฉพาะคู่ค้าลำดับที่ 1 ที่ทำการซื้อ-ขายโดยตรงเท่านั้น แต่ให้รวมถึงคู่ค้าลำดับอื่นๆ (Non-Tier 1) ด้วยเช่นกัน

1.2 กำหนดปัจจัยความเสี่ยง (Risk Factor) โดยพิจารณาหิวปัจจัยความเสี่ยงด้านความยั่งยืน ให้ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลองค์กร (ตามตัวอย่างในตารางที่ 1) และพิจารณาให้ครอบคลุมตามนโยบายและแนวปฏิบัติการจัดหาอย่างยั่งยืน (Sustainable Procurement Policy and Guideline) และ ธรรมนูญบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)

ตารางที่ 1 ปัจจัยความเสี่ยง (Risk Factor)

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)	ด้านสังคม (Social)	ด้านการกำกับดูแลองค์กร (Governance)
ความเป็นพิษของวัสดุและสารเคมี (Material toxicity and chemicals)	แรงงานเด็ก (Child Labour)	ผลประโยชน์ทับซ้อน (Conflict of interest)
ความเสี่ยงของสินค้าโภคภัณฑ์ที่เกี่ยวกับป่าไม้ (Forest Risk Commodity)	การเลือกปฏิบัติ (Discrimination)	การมอบของขวัญ อาหาร และความบันเทิง (Gifts, meal and entertainment)
การกำจัดของเสีย (Waste disposal)	การบังคับใช้แรงงานและการกดขี่แรงงาน (Forced Labor and Abuse of Labor)	คอร์รัปชั่น (Corruption)
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse gas emission)	การเกิดโรคระบาดรุนแรง (Epidemic)	การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Protecting information)
การใช้พลังงาน (Energy use)	อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational health and safety)	การแข่งขันอย่างเป็นธรรม (Fair competition)
การใช้น้ำและการบำบัดน้ำเสีย (Water use and waste water treatment)	สภาพในการทำงาน (Working conditions)	การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property)
มลพิษทางอากาศ (Air pollution)	ค่าตอบแทน (Remuneration)	
ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity)		
การตัดไม้ทำลายป่า (Deforestation)		



1.3 กำหนดเกณฑ์การประเมินความเสี่ยง ประกอบด้วย 2 มิติ คือ

- ระดับความรุนแรงของผลกระทบ (Impact) เป็นการประเมินผลกระทบที่มีโอกาสเกิดขึ้น หากเกิดความเสี่ยงในประเด็นนั้น เช่น ผลกระทบด้านการเงิน ผลกระทบด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ผลกระทบสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย

ตารางที่ 2 ระดับความรุนแรงของผลกระทบ	
ความรุนแรง	คะแนน
ส่งผลอย่างมากต่อการบรรลุเป้าหมาย	5
ส่งผลกระทบเชิงลบมากกว่า 50% และไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้	4
ส่งผลกระทบเชิงลบไม่เกิน 50% ต่อการบรรลุเป้าหมาย	3
มีผลกระทบเพียงเล็กน้อยหรือได้รับผลกระทบทางอ้อม	2
แทบจะไม่ได้รับผลกระทบ หรือพบปัญหาเพียงเล็กน้อยสามารถแก้ไขได้	1

- โอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง (Likelihood) เป็นการประเมินโอกาสหรือความถี่ที่มีโอกาสเกิดขึ้น หากเกิดความเสี่ยงในประเด็นนั้น

ตารางที่ 3 โอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง	
โอกาสเกิด	คะแนน
เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอทั้งในอดีตและปัจจุบัน (พบปัญหาทุกไตรมาส หรือทุกเดือน)	5
เกิดขึ้นสม่ำเสมอทั้งในอดีตและปัจจุบัน (พบปัญหาทุกปี)	4
เกิดขึ้นสม่ำเสมอทั้งในอดีตและปัจจุบัน (พบปัญหา 2-3 ปีครั้ง)	3
เคยเกิดขึ้นในอดีต แต่ปัญหาไม่เกิดขึ้นอีกในช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมา	2
ไม่เคยเกิดขึ้นในอดีต และความน่าจะเป็นน้อยมากที่จะเกิดขึ้นในอนาคต	1





1.4 ทำการประเมินความเสี่ยงในแต่ละปัจจัยความเสี่ยง (ข้อ 1.2) ด้วยเกณฑ์ประเมินความเสี่ยง (ข้อ 1.3) โดยข้อมูลที่ใช้ในการประเมินความเสี่ยงสามารถนำมาจาก

- 1) ข่าวสารจากช่องทางสาธารณะที่เชื่อถือได้
- 2) ผลการดำเนินงานในอดีต
- 3) ปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม
- 4) แนวโน้มความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดในอนาคต
- 5) ผลการประเมินตนเอง (Self-Assessment) ของลูกค้า

**ตัวอย่าง ช่องทางสาธารณะ**

**TOOLS AND RESOURCES**

**Geographic risks:**

- World Bank Worldwide Governance Indicator
- Amnesty International Country Reports
- US Department of State Country Reports
- Human Development Index
- Economic Freedom Index
- Corruption Perceptions Index
- Office of the High Commissioner for Human Rights website
- Business and Human Rights Resource Centre
- Guardian Sustainable Hub
- Freedom House website

- International Trade Union Confederation website and reports
- Human Rights Watch website

**Commodity-specific risks:**

- Industry & issue-specific reports from various international research institutions (e.g. US Dept' of Labor, Human Rights Watch, Oxfam, Anti-Slavery International)
- The Human Rights and Business Dilemma Forum

**Supplier performance:**

- Supplier self-assessment
- Audit results

ที่มา Supply Chain Sustainability

A Practical Guide for Continuous Improvement

1.5 ระบุลูกค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นความเสี่ยงที่ตกในโซนสีแดงหรือส้ม เป็น ลูกค้าที่มีความเสี่ยงสูงเพื่อวางแผนการตรวจประเมินและกำหนดมาตรการควบคุมเพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบ รวมถึง ได้รับความเสี่ยงที่มีคะแนนระดับความรุนแรงของผลกระทบสูงมาก แต่มีระบบการควบคุม

เพียงพอทำให้คะแนนของโอกาสการเกิดต่ำ ในกรณีนี้ ควรพิจารณาประเด็นความเสี่ยงนั้น เป็นประเด็นความเสี่ยงสูงด้วยเช่นกัน

**ตัวอย่าง ตารางการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน**

		1	2	3	4	5
ระดับความรุนแรงของผลกระทบ (Impact)	<b>Critical 5</b>	Medium	Medium+	Medium+	High	High
	<b>Serious 4</b>	Medium	Medium	Medium+	Medium+	High
	<b>Moderate 3</b>	Low	Medium	Medium	Medium+	Medium+
	<b>Minor 2</b>	Low	Low	Medium	Medium	Medium+
	<b>Insignificant 1</b>	Low	Low	Low	Medium	Medium
		<b>1 Rare</b>	<b>2 Unlikely</b>	<b>3 Possible</b>	<b>4 Likely</b>	<b>5 Almost Certain</b>
		<b>ระดับความรุนแรงของโอกาสเกิด (Likelihood)</b>				

แกน X คือ ระดับความรุนแรงของผลกระทบ (Impact) และแกน Y คือ ระดับโอกาสการเกิดความเสี่ยง (Likelihood) โดยผลการประเมินที่ตกอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง (พื้นที่ความเสี่ยงสูงอยู่ที่บริษัทเป็นผู้กำหนด เช่น พื้นที่ส้ม หรือ พื้นที่สีแดง) จะถูกกำหนดเป็น ความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่สำคัญของลูกค้า



**วิธีที่ 2 : การประเมินตนเองด้านความยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier ESG Self-Assessment)**

2.1 กำหนดให้คู่ค้าหลักลำดับที่1 ที่สำคัญ (Critical Tier1 Suppliers) และคู่ค้าทางอ้อมที่สำคัญ (Critical Non-tier 1 Suppliers) ทำแบบการประเมินตนเองด้านความยั่งยืน (ESG Supplier Self-Assessment) เป็นประจำอย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 3 ปี เพื่อประเมินความสอดคล้องกับจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า และสร้างการรับรู้ถึงทิศทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนแก่คู่ค้า

2.2 วิเคราะห์ผลการประเมินตนเองที่ได้จากคู่ค้า และจัดระดับความเสี่ยงของคู่ค้า ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ตามตารางที่ 4

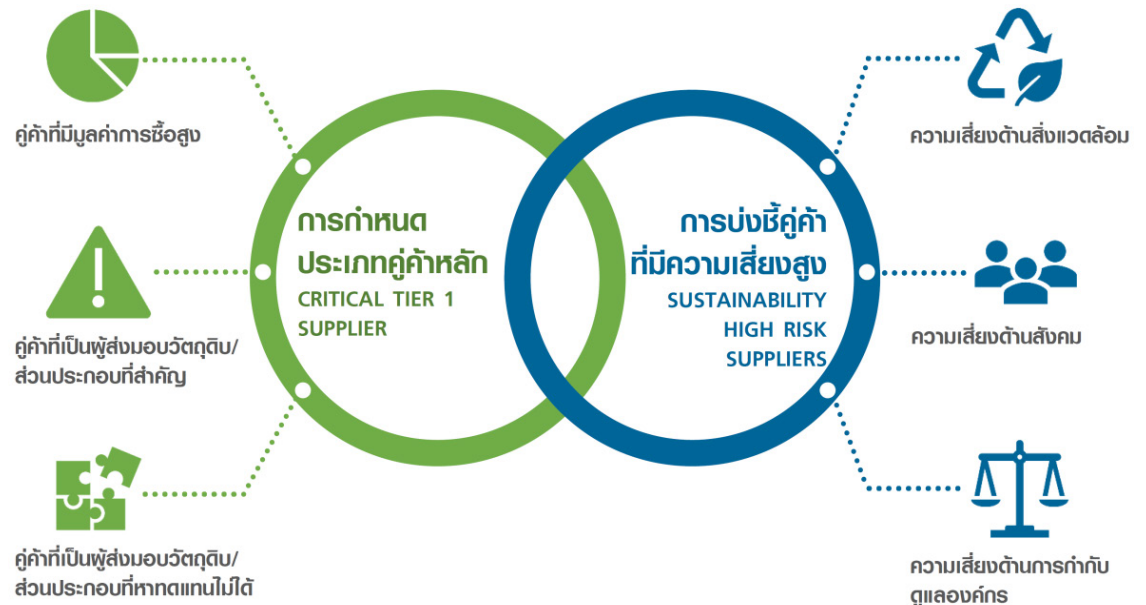
ผลจากการทำแบบการประเมินตนเองด้านความยั่งยืนของคู่ค้าจะใช้ประกอบการพิจารณาในกิจกรรมต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- การวางแผนสำหรับการตรวจประเมิน ณ สถานประกอบการของคู่ค้า ในข้อ 5
- การวางแผนสำหรับการเสริมสร้างศักยภาพของคู่ค้า ในข้อ 7

ตารางที่ 4 การจัดระดับความเสี่ยงของคู่ค้า

ผลประเมิน	ร้อยละ คะแนน ความเสี่ยง	แนวทางการดำเนินงาน
A	0-20.9	ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามรอบปกติที่ได้กำหนดไว้
B	21-70.9	เพิ่มรอบการทำแบบการประเมินตนเองด้านความยั่งยืนเป็นทุก 2 ปี
C	71-100	ทำการตรวจประเมิน ณ สถานประกอบการของคู่ค้าโดยทันที

ภาพแสดงแนวทางการระบุคู่ค้าหลักลำดับที่1 ที่สำคัญ และคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืน





## 5. การตรวจประเมิน ณ สถานประกอบการ

5.1 จัดทำแผนการตรวจประเมินเพื่อประเมินความสอดคล้องของคู่ค้ากับ วรรณบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า และข้อกำหนดของกฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง โดยมีความถี่เป็นประจำทุกปี หรือ อย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 3 ปี ตามระดับความสำคัญและความเสี่ยงของคู่ค้า ซึ่งแผนการตรวจประเมิน ครอบคลุม

- คู่ค้าหลักลำดับที่1 ที่สำคัญ (Critical Tier1 Suppliers) ทุกราย
- คู่ค้าทางอ้อมที่สำคัญ (Critical Non-tier 1 Suppliers) ทุกราย
- คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืน (Sustainability High-Risk Suppliers) ทุกราย
- คู่ค้าที่มีผลการประเมินตนเองด้านความยั่งยืน (ESG Supplier Self-Assessment) ในระดับ C ทุกราย

5.2 คณะทำงานบริหารห่วงโซ่อุปทาน หรือหน่วยงานผู้รับผิดชอบ หรือบุคคล ผู้รับผิดชอบ แต่งตั้งคณะผู้ตรวจประเมินเพื่อทำหน้าที่ตรวจประเมินคู่ค้า ซึ่ง ครอบคลุมด้วย

- 1) บุคคลที่มีความรู้ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม
- 2) บุคคลที่มีความรู้ด้านกฎหมายแรงงานและการเคารพสิทธิมนุษยชน
- 3) ตัวแทนจากหน่วยงานหรือบุคคลที่มีความรู้ด้านการกำกับการปฏิบัติตาม กฎเกณฑ์ หรือ บุคคลภายในที่มีความรู้ด้านความยั่งยืน
- 4) ที่ปรึกษา หรือผู้ตรวจสอบภายนอกที่จำเป็น หรือ พิจารณาตามความ เหมาะสม

5.3 คณะผู้ตรวจประเมินทำการตรวจประเมินคู่ค้า ณ สถานประกอบการ (On-Site Audit) ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของ Off-Line และ/หรือ On-Line ได้ตามความเหมาะสม พร้อมทั้ง จัดทำรายงานการตรวจประเมินและสรุปผล ให้คณะทำงานบริหารห่วงโซ่อุปทาน หรือหน่วยงานผู้รับผิดชอบบริหาร

5.4 กำหนดให้คู่ค้าส่งมอบแผนการดำเนินการแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด (Corrective action plans) หากพบความไม่สอดคล้องในกระบวนการ ตรวจประเมินคู่ค้า และกำหนดให้มีการติดตามการดำเนินการแก้ไขจนสิ้นสุด กระบวนการ (Follow-Up)

หากคู่ค้าละเลยต่อการส่งมอบแผนการดำเนินการแก้ไขกลับมา หรือ ไม่สามารถ ดำเนินการแก้ไขตามแผนได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด เรายุ่ จะระงับการซื้อขาย จนกว่าคู่ค้ารายดังกล่าวจะปฏิบัติตามข้อกำหนดและสามารถแก้ไขประเด็นปัญหาได้ ครบถ้วน





## 6. การประเมินผลการดำเนินงานของลูกค้า

6.1 ประเมินผลการดำเนินงานของลูกค้า เป็นประจำอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี เพื่อประเมินขีดความสามารถในการปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญา ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านการส่งมอบ และด้านความยั่งยืน โดยระบุสัดส่วนการคัดเลือกในแต่ละด้าน ซึ่งกำหนดให้ด้านความยั่งยืนสัดส่วนอย่างน้อย 30% ขึ้นไป พร้อมทั้งแจ้งไปยังลูกค้าเพื่อทำการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ ความถี่ของการประเมินผลอาจเพิ่มขึ้นตามระดับความเสี่ยงของแต่ละลูกค้า

### ตัวอย่างเกณฑ์การคัดเลือก :

- ด้านคุณภาพ 30%
- ด้านการส่งมอบ 30%
- ด้านความยั่งยืน 30%
- ด้านราคา 10%



## 7. การเสริมสร้างศักยภาพของลูกค้า

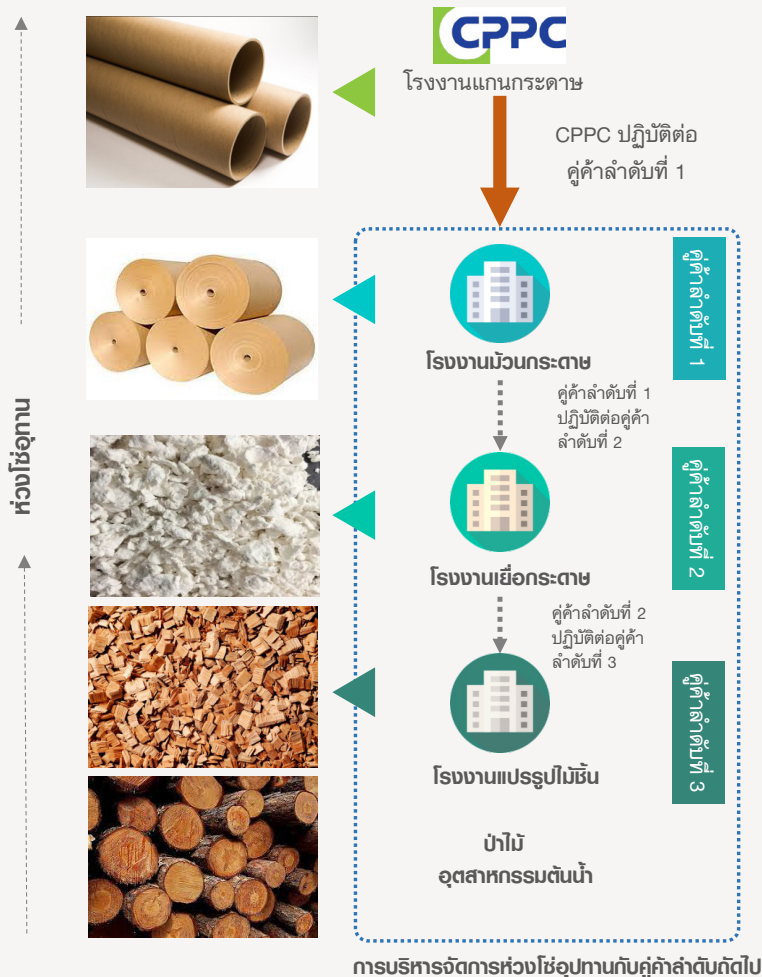
7.1 ส่งเสริมและสนับสนุนให้ลูกค้ายกระดับระบบการจัดการไปสู่มาตรฐานความยั่งยืนในระดับสากล ด้วยการได้รับการรับรองจากหน่วยงานภายนอกที่น่าเชื่อถือ (Third Party Certification) เช่น ระบบการจัดการคุณภาพ ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ระบบการจัดการความปลอดภัย ระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี และรวมถึง การได้รับการประเมินด้านความยั่งยืนตามตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

7.2 ส่งเสริมและสนับสนุนให้ลูกค้าจัดทำนโยบายการจัดการอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ และนำไปปฏิบัติให้เกิดผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรมแก่พนักงาน/แรงงาน และผู้รับจ้างช่วง เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมของการทำธุรกิจที่มีจริยธรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน

7.3 ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการยกระดับคุณภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงผลดำเนินงานด้านความยั่งยืนของลูกค้า ด้วยแนวทางที่เหมาะสม เช่น การอบรมให้ความรู้ การร่วมลงทุน การพินิจกำลังเพื่อจัดซื้อจำกัดที่มีในแต่ละพื้นที่ การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ การมอบรางวัลให้แก่ลูกค้า (Supplier Award) การมอบ Incentives ฯลฯ

7.4 สนับสนุนการจัดหาสินค้าและบริการจากลูกค้าในท้องถิ่น และภายในประเทศ ที่เป็นที่ตั้งของธุรกิจ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่คนในพื้นที่ และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมความมั่นคงของชุมชนท้องถิ่น และส่งเสริมโครงการเกษตรกรรมยั่งยืน

### ตัวอย่าง ห่วงโซ่อุปทาน

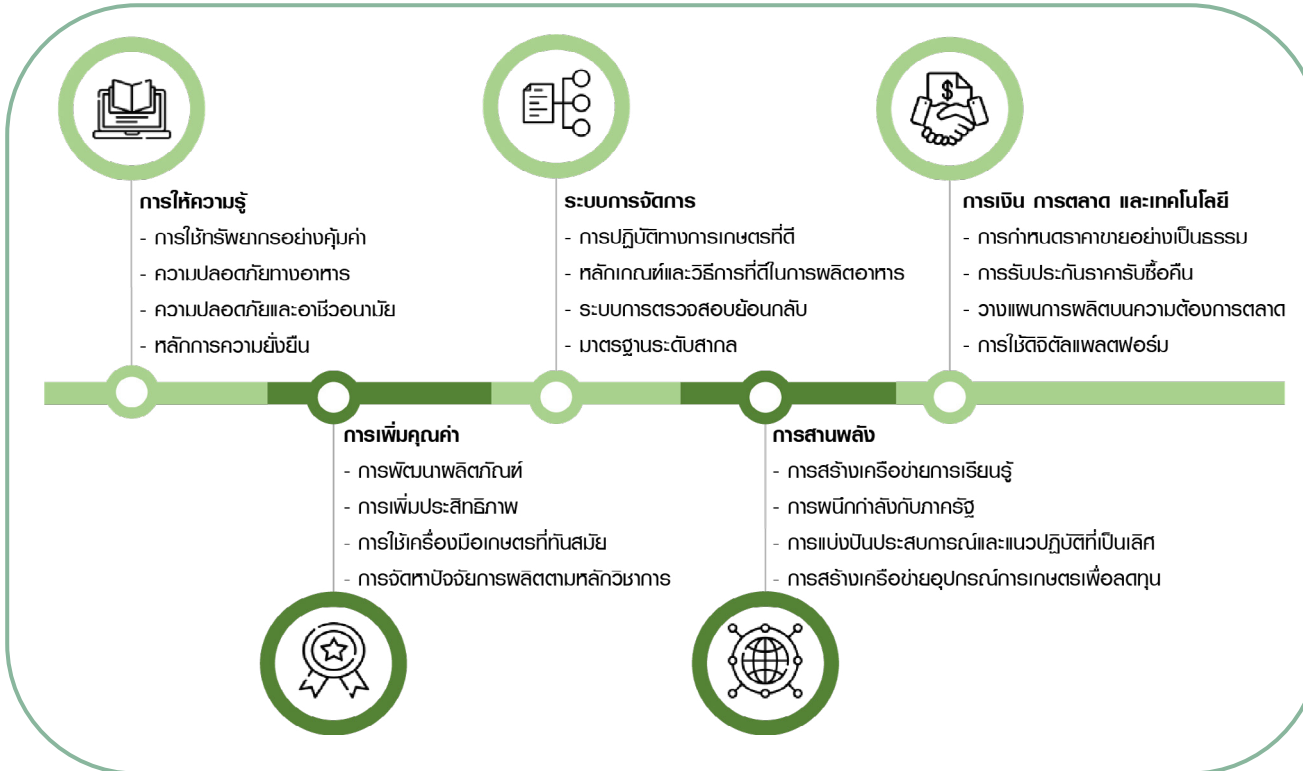


เครือฯ ส่งเสริมให้คู่ค้าลำดับที่ 1 มีแนวปฏิบัติด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน ในขณะเดียวกัน เครือฯ ก็ยังคาดหวังให้คู่ค้าลำดับที่ 1 ของเราปฏิบัติตามลำดับถัดไปด้วยเช่นกัน

ซึ่งหากมีการส่งเสริมต่อกันเป็นทอดๆ จนถึงอุตสาหกรรมต้นน้ำ ก็จะนำไปสู่การจัดหาอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทานในที่สุด



## ตัวอย่าง การดำเนินการเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของคู่ค้า



7.5 จัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นจากคู่ค้าเป็นประจำอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี และจัดให้มีวันพบปะคู่ค้าเป็นประจำอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี เพื่อชี้แจงทิศทาง และแนวปฏิบัติสู่ความยั่งยืน รวมถึงการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้

7.6 จัดทำแผนการ/โปรแกรมการเสริมสร้างศักยภาพคู่ค้า ในมิติต่างๆ ที่จำเป็น ต่อการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อยกระดับคุณภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขัน รวมถึง การพัฒนาเพื่อยกระดับสู่ความยั่งยืน

7.7 กรณีที่มีข้อร้องเรียน หรือการอ้างถึงจากหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง กับคู่ค้า คู่ค้าต้องเข้าสู่กระบวนการโต้สวนเพื่อหาข้อเท็จจริง และทำการ แก้ไขและป้องกันมิให้เกิดปัญหาซ้ำอีก รวมถึงการเพิ่มความถี่ในการตรวจ ประเมิน ณ สถานประกอบการ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าได้กำหนดมาตรการแก้ไข และป้องกันอย่างเหมาะสมและเพียงพอ

7.8 ส่งเสริมและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมในการเพิ่มศักยภาพ และพัฒนาการบริหารจัดการคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

7.9 กำหนดแนวทางการจัดการความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนบุคคลและความปลอดภัย ของข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้าที่จัดเก็บ ประมวลผล ส่งต่อ หรือเข้าถึง ข้อมูลสำคัญของบริษัท ไทย

- ระบุการควบคุมและขั้นตอนการปกป้องและรักษาข้อมูลสำคัญ ก่อนการทํา สัญญาจัดซื้อ/จัดหาร่วมกัน
- เข้าใจถึงวิธีการและสถานที่ (เช่น ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์) ที่ใช้จัดเก็บข้อมูลสำคัญของ บริษัท
- ระบุถึงบุคคลที่สามารถเข้าถึงข้อมูลสำคัญไว้ในสัญญาจัดซื้อ/จัดหาร่วมกัน ครบถ้วน
- ระบุถึงขั้นตอนการปกป้องและรักษาข้อมูลสำคัญที่สอดคล้องกับกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ไว้ในสัญญาจัดซื้อ/จัดหาร่วมกัน
- ระบุกระบวนการและขั้นตอนที่คู่ค้าจะใช้เพื่อป้องกัน ตรวจสอบ และบรรเทาการ ละเมิดข้อมูลสำคัญไว้ในสัญญาจัดซื้อ/จัดหาร่วมกัน
- ได้รับการรับรองการควบคุมความปลอดภัยของข้อมูลของคู่ค้าจากหน่วยงาน ภายนอก (ถ้าจำเป็น)
- ตรวจสอบเป็นการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการเข้าถึง จัดเก็บ หรือ ประมวลผลข้อมูลสำคัญ



7.10 กำหนดแนวทางการจัดการความเสี่ยงด้านการบังคับใช้แรงงานและการก้ำกัมนุชย์ โดย

- จัดให้มีโปรแกรมการสื่อสารที่ส่งเสริมนโยบายการไม่ยอมให้มีการบังคับใช้แรงงานและการก้ำกัมนุชย์ รวมถึงพลที่ตามมาหากพบการกระทำที่ละเมิดข้อห้ามนี้
- จัดให้มีโปรแกรมการสื่อสารเพื่อแจ้งช่องทางการรายงานที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้แรงงานและการก้ำกัมนุชย์ (เช่น สายด่วนการก้ำกัมนุชย์)
- คงไว้ซึ่งนโยบายหรือแผนการจรรยาบรรณที่สอดคล้องกับอนุสัญญาขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ
- คงไว้ซึ่งแผนการสรรหาที่อนุญาตเฉพาะบริษัทจัดหางานที่มีพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมมาแล้วเท่านั้น
- จัดทำนโยบายหรือแผนการสรรหาที่ห้ามเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการรับสมัครพนักงาน หรือการยึดหนังสือเดินทาง หรือเอกสารแสดงตัวตนที่ใกล้เคียงกัน
- จัดทำนโยบายหรือแผนการสรรหาที่กำหนดให้การจ่ายค่าจ้างเป็นไปตามข้อกำหนดของประเทศที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ
- จัดทำแบบแปลนที่อยู่อาศัยที่ตรงตามมาตรฐานการเคหะและมาตรฐานความปลอดภัยของประเทศที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ เพื่อจัดหาหรือจัดเตรียมที่พักสำหรับพนักงาน (หากจำเป็น)
- ห้ามมิให้มีการบังคับใช้แรงงานและการก้ำกัมนุชย์ ซึ่งรวมถึง ตัวแทนและผู้รับจ้างช่วง และหากพบการละเมิดดังกล่าว ต้องยุติการว่าจ้างโดยทันที
- ตรวจสอบประเมินผู้ค้าเป็นประจำเพื่อระบุ ตรวจสอบ และยับยั้งความเสี่ยงด้านการบังคับใช้แรงงานและการก้ำกัมนุชย์
- ติดตามข่าวสารการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงการบังคับใช้แรงงานและการก้ำกัมนุชย์ จากแหล่งข้อมูลผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับโลก เช่น สื่อต่าง ๆ, NGO, หน่วยงานรัฐ

7.11 ส่งเสริมและสนับสนุนให้คู่ค้าธุรกิจจัดทำระบบติดตามผลการดำเนินงาน และรายงานข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งจากกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรโดยตรง (Scope 1) และทางอ้อมจากการใช้พลังงานขององค์กร (Scope 2) รวมถึงทางอ้อมด้านอื่นๆ (Scope 3) ตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล

7.12 จัดให้มีช่องทางและกระบวนการร้องเรียนที่เหมาะสมให้แก่คู่ค้า โดยขั้นตอนกระบวนการดังกล่าวต้องโปร่งใส เข้าใจง่าย และคุ้มครองคู่ค้าจากการข่มขู่คุกคาม รวมถึงการสื่อสารช่องทางการรับข้อร้องเรียนไปยังคู่ค้า ทั้งนี้ บริษัทสามารถกำหนดช่องทางการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนของตนเองหรือใช้ช่องทางของเครือข่ายได้

<https://grc.cpgroupsustainability.com/GRC/Whistleblower/WBForms/GlobalWB>



## 8. การรายงานผลการดำเนินงาน

8.1 ติดตาม วัดผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย และรายงานความคืบหน้าสู่สาธารณะอย่างโปร่งใส เช่น รายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน และเว็บไซต์ขององค์กร รวมถึงรายงานมายังเครือข่ายสื่อมวลชนที่ ตามรอบเวลาที่กำหนด





## คำจำกัดความสำคัญ

คำสำคัญ	คำอธิบาย
คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers)	คู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีการจัดหาวัตถุดิบ สินค้า หรือบริการ ให้โดยตรงกับ บริษัทภายใต้เครือเจริญโภคภัณฑ์ เช่น ผู้จัดหาวัตถุดิบ, ผู้ผลิต วัตถุดิบ-สินค้าแปรรูป, ผู้รับจ้างผลิต (OEM), ผู้ให้บริการ (service provider), ผู้รับจ้างช่วง (subcontractor), ผู้ให้บริการส่ง สินค้า-กระจายสินค้า เป็นต้น
คู่ค้าหลักลำดับที่ 1 ที่สำคัญ (Critical Tier 1 Suppliers)	คู่ค้าหลักที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร ในเชิงกลยุทธ์, เชิงการเงิน, เชิงการแข่งขัน เป็นต้น
คู่ค้าทางอ้อมที่สำคัญ (Critical Non-Tier 1 Suppliers)	คู่ค้ารายสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจจัดหาวัตถุดิบ สินค้า หรือบริการ ให้กับ องค์กรโดยตรง แต่จัดหาให้กับคู่ค้าลำดับที่ 1 และลำดับถัดไป
คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืน (Sustainability High-Risk Suppliers)	คู่ค้าที่มีแนวโน้มสูงว่าจะก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบจากการดำเนินการที่ไม่เหมาะสมในเชิงสังคม (เช่น สิทธิมนุษยชน การดูแลพนักงานและ แรงงาน) สิ่งแวดล้อม (เช่น การจัดการของเสีย) และการกำกับดูแล (เช่น การปฏิบัติตามกฎหมาย) ตัวอย่าง : คู่ค้าที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการใช้แรงงานเด็ก, คู่ค้าที่มีนำ วัตถุดิบมาจากแหล่งผลิตที่ถูกต้อง เช่น จากเรือประมงที่ไม่ถูกกฎหมาย หรือจากการบุกรุกทำลายป่าไม้ เป็นต้น



### เอกสารอ้างอิง

1. จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า เครือเจริญโภคภัณฑ์ (Supplier Code of Conduct)
2. นโยบายและแนวปฏิบัติการจัดหาอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Sustainable Procurement Policy and Guideline)
3. Supply Chain Sustainability A Practical Guide for Continuous Improvement
4. Ethisphere Assessment and Benchmarking
5. Ecovadis Sustainability Assessment



## Charoen Pokphand Group Co., Ltd.

313 C.P. Tower 14<sup>th</sup>, 16<sup>th</sup> Floor, Silom Road, Silom, Bangrak, Bangkok 10500 Thailand

+66(0)-2766-8000

Email: [prcpgroup@cp.co.th](mailto:prcpgroup@cp.co.th)