

นโยบายการจัดหา และ คัดเลือกคู่ค้า

เนื่องจาก พลังงาน มีความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนทั้งประเทศ บริษัทฯ จึงมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างมีระบบด้วยความเป็นธรรมและโปร่งใส สามารถเติบโต อย่างมั่นคง และ ยั่งยืน ควบคู่ไปกับสังคมไทย เริ่มตั้งแต่กระบวนการการจัดหาสินค้า เพื่อให้ได้มาซึ่งประสิทธิภาพของบริหารต้นทุนของการดำเนินงาน ความร่วมมือของคู่ค้า มีการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาต่อยอดไปด้วยกัน รวมไปถึงในการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคม ชุมชน และ สิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่ การเติบโตร่วมกันในธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัท สยามแก๊ส แอนด์ ปีโตรเคมีคัลส์ จำกัด (มหาชน) จึงกำหนดเป็นนโยบายเพื่อเป็นหลักปฏิบัติในการจัดหา และคัดเลือกคู่ค้า ซึ่งรวมถึง ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่าย ผู้แทนจำหน่าย ผู้ให้บริการ หรือ ผู้รับจ้าง ดังนี้

1. ต้องมีความพร้อมในการผลิตสินค้า หรือ จัดหาสินค้า ให้ได้ตามปริมาณและคุณภาพ
2. มีการส่งมอบสินค้าที่ถูกต้อง รวดเร็ว ตรงตามเวลา และ ปลอดภัยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
3. มีระบบการบริหารจัดการที่ดี สามารถติดตามในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต หรือการจัดหาและการคัดเลือกคู่ค้า มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาอย่างครบถ้วน
4. ควบคุมดูแลให้บริษัท คู่ค้าดำเนินงานให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนด สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคู่ค้า และคู่สัญญา
5. มีการคัดเลือกคู่ค้าและการประเมินความเสี่ยงเบื้องต้น เพื่อให้แน่ใจในการกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ร่วมกัน อย่างโปร่งใส และเป็นธรรม เพื่อให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย
6. ติดตามผลการปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า เพื่อยืนยันความสอดคล้องและวางแผนการพัฒนาในมิติด้านความยั่งยืนต่อไป

หลักเกณฑ์คัดเลือกคู่ค้า

บริษัทฯ มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ทุกราย ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ รวมถึงมีการประเมินศักยภาพ และตรวจสอบคู่ค้าทุกรายอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อนำมาให้คะแนนและจัดลำดับเป็นการกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าให้ดียิ่งขึ้น และเพื่อสร้างความมั่นใจว่าคู่ค้าของบริษัททุกราย จะสามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่ดี ได้ตามความต้องการของบริษัท ซึ่งหลักเกณฑ์ที่ใช้คัดเลือกคู่ค้า จะประกอบด้วย

1. ด้านคุณภาพสินค้า (Quality)

สินค้าหรือวัตถุดิบ ที่คู่ค้าส่งมอบให้กับบริษัท จะต้องมีความ และปริมาณ ตรงตามที่บริษัทกำหนดในใบสั่งซื้อ หรือตามที่ระบุไว้ในสัญญาที่ทำกันไว้ก่อนหน้า ซึ่งการส่งมอบสินค้าหรือการนำวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพไปผลิตเพื่อส่งต่อไปยังลูกค้าของบริษัท จะนำมาซึ่งความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในตัวสินค้าที่ลูกค้ามีต่อเรา

2. ด้านการให้บริการ (Service)

เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจหลักด้านพลังงาน ความพร้อมในการให้บริการคู่ค้าอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง จึงถือเป็นเรื่องสำคัญ รวมถึงการให้บริการหลังการขายที่ดี จะส่งผลให้การดำเนินงานของกิจการมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ด้านราคา (Unit Price)

เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอีกตัวหนึ่งที่จะเป็นตัวบ่งชี้ในการคัดเลือกผู้ขาย (ซัพพลายเออร์) ราคาของต้นทุนสินค้า จะเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการแข่งขันอันนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการค้า หากผู้ขายมีความสามารถในการนำเสนอราคาในระดับที่เหมาะสมหรือต่ำกว่าผู้ขายรายอื่นได้นั้น ย่อมแสดงให้เห็นถึงโอกาสในการแข่งขันด้านราคาเช่นกัน

4. ด้านทำเลที่ตั้ง (Location)

ทำเลที่ตั้งของคู่ค้า หรือ ซัพพลายเออร์ ที่ไกลจากกิจการ หรือคลังสินค้าของบริษัทมากเกินไป อาจส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนจากค่าขนส่งสินค้าที่สูงขึ้น และทำให้ต้นทุนรวมของสินค้าสูงขึ้น ส่งผลต่อโอกาสในการแข่งขันด้านราคาในตลาด

5. ปัจจัยด้านอื่น ๆ

เช่น การให้ความร่วมมือกับบริษัทในด้านอื่น ๆ การปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ซึ่งครอบคลุมถึงจรรยาบรรณธุรกิจ สังคม และ/หรือ สิ่งแวดล้อม