

นโยบายการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า

คู่ค้า ผู้ขาย บุคคล กลุ่มคน หรือบริษัทที่ดำเนินความร่วมมือสนับสนุนในการทำธุรกิจร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางกลยุทธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน บริษัท ยึดมั่นและปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเสมอภาคและตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม

1. คู่ค้ารายใหม่

บริษัท มุ่งบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้ากับการสรรหาและคัดเลือกผู้ขายรายใหม่ทุกขั้นตอน โดยสื่อสารให้คู่ค้ารับทราบนโยบายและความคาดหวังของบริษัท พร้อมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพและคุณสมบัติในการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ ครอบคลุมประเด็นสำคัญด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

หลักเกณฑ์การประเมินและคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่

คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality)	ต้นทุนที่เหมาะสม (Cost)
การส่งมอบและการบริการ (Delivery & Service)	การดำเนินงานที่ยั่งยืน (ESG)

1.1 คู่ค้าที่ผ่านการประเมินคัดเลือกด้านคุณภาพของบริษัท นำเสนอราคาสินค้า เพื่อให้บริษัทประเมินความสามารถในการผลิตและการบริหารต้นทุนที่เหมาะสม

1.2 คู่ค้าที่ผ่านการประเมินคัดเลือก จะต้องผ่านการประเมินในด้านส่งมอบสินค้าและบริการ รวมถึงความเสี่ยงด้าน ESG ในรูปแบบการประเมินตนเองผ่าน แบบประเมินคู่ค้าด้านความยั่งยืน

1.3 คู่ค้าที่ผ่านการประเมินครบทุกด้าน ที่มีคะแนนการประเมิน 60% ขึ้นไป ลงนามยอมรับ “จรรยาบรรณสำหรับทางธุรกิจ” เพื่อเป็นมาตรฐานแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ ของบริษัท

2. คู่ค้ารายปัจจุบัน

บริษัท มีหลักเกณฑ์การพิจารณาเพื่อประเมินคู่ค้ารายปัจจุบัน โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 พิจารณาผลประเมินคุณภาพคู่ค้าทุกเดือน โดยสรุปข้อมูลผลการดำเนินงานผ่าน Supplier Evaluation Report

2.2 สำหรับคู่ค้าที่มีผลการดำเนินงานตาม Supplier Evaluation Report ในระดับ C และ D บริษัทจะแจ้งผลการประเมินให้คู่ค้าทราบ เพื่อให้คู่ค้าดำเนินการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้รับจากการประเมิน

2.3 เกณฑ์การประเมินตามแผนการพัฒนาผู้ขายประจำปี

บริษัทฯ มีการจัดทำแผนงานการตรวจประเมินคุณภาพของคู่ค้าร่วมกันตามแผนพัฒนาผู้ขายประจำปี และมีความถี่ของการตรวจประเมินอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี โดยจะเริ่มตรวจประเมินคู่ค้า ESG ในรอบปี 2567 (ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2567 เป็นต้นไป) โดยมีแผนการสรุปข้อมูลด้าน ESG ดังนี้

1. สรุปจำนวนคู่ค้าที่ได้รับการประเมิน ประจำปี 2567 (รวม ราย)

ระดับคู่ค้า (เกรด)	คะแนนประเมิน	การแปลผล	จำนวนคู่ค้า	สัดส่วน %
A	90-100	ผ่าน ระดับดีมาก		
B	80-89	ผ่าน ระดับดี		
C	60-79	ผ่าน ระดับพอใช้		
D	น้อยกว่า 60	ควรปรับปรุง		
รวมจำนวนคู่ค้า				

2. สรุปจำนวนคู่ค้าที่ได้รับการประเมิน แบ่งตามกลุ่มสินค้า ประจำปี 2567

ระดับคู่ค้า (เกรด)	กลุ่มที่ 1*	กลุ่มที่ 2*	รวมจำนวนคู่ค้า
A			
B			
C			
D			
รวมจำนวน			

*กลุ่มที่ 1 ผู้ขายกลุ่มวัตถุดิบในการผลิต, ผู้ผลิตสินค้า และผู้ให้บริการ

กลุ่มที่ 2 ผู้ขาย ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า

×



(นายประสาน อัครพงศ์พิศักดิ์)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

บริษัท โลหะกิจ เม็ททอล จำกัด (มหาชน)

