

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

Supply Chain Management: SCM

เป้าหมายของบริษัทฯ ในการดำเนินการตามแนวทางด้านความยั่งยืน (ESG)



บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์กรไปสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายในการดูแลสิ่งแวดล้อม (Environment), รับผิดชอบต่อสังคม (Social) และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Governance) ซึ่งบริษัทฯ มีเป้าหมายในการดำเนินงานด้าน ESG โดยมุ่งผลลัพธ์ไม่เพียงแต่มีผลด้านกำไร แต่ยังตระหนักดูแลด้านสิ่งแวดล้อม สะท้อนสังคม และบรรษัทภิบาลขององค์กรในการบริหารจัดการบริษัทที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายในการปฏิบัติตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีอีกด้วย

การบริหารจัดการลูกค้า

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) คำนึงถึงความเสมอภาคและความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกับลูกค้า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการสร้างคุณค่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Management) มุ่งเน้นการสร้างคุณภาพของสินค้าและบริการ ที่มีส่วนสำคัญในการดำเนินการด้าน ESG ให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน

แนวทางการบริหารจัดการลูกค้า

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัดพร้อมทั้งการปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อตกลงร่วมกันกับลูกค้า การเสนอทางเลือกที่ดีที่สุด และปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายอย่างเท่าเทียม โปร่งใส เป็นธรรม เพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดี และส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกันกับลูกค้า

เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทสอดคล้องตามหลักการดังกล่าว บริษัทได้จัดให้มีจรรยาบรรณ และแนวทางการปฏิบัติต่อลูกค้า ดังนี้

- ดำเนินการจัดซื้อตามหลักจริยธรรมธุรกิจอย่างโปร่งใส โดยคำนึงถึงความต้องการและความคุ้มค่าทั้งคุณภาพ ราคา จำนวน ให้ข้อมูลลูกค้าอย่างเท่าเทียม ถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน และไม่เลือกปฏิบัติต่อลูกค้า สร้างการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างลูกค้าให้เป็นไปตามนโยบาย และหลักเกณฑ์ที่มีการควบคุมรัดกุม สอดคล้องกับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ

- กำหนดเกณฑ์ในการขึ้นทะเบียนคู่ค้าในการจัดหาสินค้าและบริการของบริษัท โดยกำหนดเกณฑ์ในการประเมินที่ครอบคลุมด้านต่างๆ
- กำหนดให้มีการประเมินคุณภาพ และผลการปฏิบัติงานของคู่ค้า เพื่อให้ได้คู่ค้าที่มีคุณภาพ กำหนดเป้าหมายด้านจริยธรรม อาชีวอนามัย ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ มนุษยชนภายใต้บรรษัทภิบาลตามกลยุทธ์ในการบริหารห่วงโซ่อุปทาน

การระบุประเภทของคู่ค้า และหลักเกณฑ์การพิจารณาคู่ค้า

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดแนวทางในการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริมให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการแบ่งกลุ่มคู่ค้าออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. คู่ค้าสำคัญหลัก (Critical Tier 1) คือคู่ค้าที่จัดหาสินค้า หรือบริการที่มีรายชื่ออยู่ในทะเบียนคู่ค้าของบริษัทฯ ซึ่งจะได้รับการประเมินความสามารถของคู่ค้าโดยครอบคลุมประเด็นทางสิ่งแวดล้อม (Environment), สังคม (Social) และบรรษัทภิบาลการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Governance) รวมถึงการประเมินด้านคุณภาพ ราคา การส่งมอบ และการปฏิบัติตามกฎหมายมาตรฐานแรงงาน มีหลักเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้
 - คู่ค้าที่มีมูลค่าซื้อขายสูง
 - คู่ค้าที่มีความสำคัญที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจ
 - คู่ค้าน้อยราย หรือที่ไม่สามารถจัดหาสินค้า หรือบริการรายอื่นมาทดแทนกันได้
2. คู่ค้าสำคัญลำดับถัดไป (Critical Non-Tier 1) คือคู่ค้าที่เป็นผู้จัดหาสินค้า และบริการที่มีความเสี่ยงต่อการส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจน้อยกว่าคู่ค้ารายสำคัญหลัก (Critical Tier 1 Supplier) มีหลักเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้
 - คู่ค้าที่มีมูลค่าซื้อขายปานกลาง
 - คู่ค้าที่สามารถจัดหาทดแทนกันได้

คู่ค้าสำคัญ (Critical Tier 1)	คู่ค้าลำดับถัดไป (Critical Non-Tier 1)
☐ คู่ค้าที่มีมูลค่าซื้อขายสูง	☐ คู่ค้าที่มีมูลค่าซื้อขายปานกลาง
☐ คู่ค้าที่มีผลกระทบต่อการขายหรือธุรกิจ	☐ คู่ค้าที่สามารถทดแทนได้
☐ คู่ค้าที่ไม่สามารถทดแทนกันได้	

แนวทางดำเนินงานบริหารคู่ค้าของบริษัท

ของขวัญแห่งความสุขที่มีคุณค่า

การประเมินความเสี่ยง

1. มิติด้านเศรษฐกิจ

บริษัทฯ ยึดถือการดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล และคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสมดุล และหัวใจหลักของการบริหารธุรกิจ พร้อมกับการสร้างธุรกิจให้เติบโตมีกำไรที่เหมาะสม บนต้นทุนที่คุ้มค่า ก่อให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจขององค์กร และระบบเศรษฐกิจของประเทศ

2. สิ่งแวดล้อม (Environment)

บริษัทกำหนดนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน คู่มือจริยธรรม และแนวทางปฏิบัติของคู่ค้าที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมุ่งบริหารห่วงโซ่อุปทานให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องด้วยความโปร่งใสเป็นธรรม คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนครอบคลุมประเด็นสำคัญ อาทิ สิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน แรงงานเด็ก สภาพการทำงาน การจ่ายค่าตอบแทน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย จริยธรรมธุรกิจ มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์และบริการของคู่ค้า สนับสนุนให้คู่ค้ากำหนดนโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืน และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

- การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม
- การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- การจัดการพลังงานเพื่อประหยัดพลังงานไฟฟ้า
- การจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ และการลดการใช้น้ำ
- การจัดการของเสีย การส่งเสริมการรีไซเคิล และการใช้ซ้ำ

3. สังคม (Social)

มีการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม การดูแลและใส่ใจต่อคู่ค้าและลูกค้า รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนใกล้เคียง

- การจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน
- สิทธิมนุษยชน และแรงงานเด็ก
- ความผูกพัน และสร้างสัมพันธ์อันดีกับพนักงาน
- รักษาความลับ และปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
- การช่วยเหลือสังคม

4. บรรษัทภิบาลการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Governance)

บริษัทจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาลขององค์กร ทำหน้าที่กำหนดและทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายความยั่งยืน นโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงจริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน เพื่อให้สอดคล้องกับหลักบรรษัทภิบาลของหน่วยงานกำกับดูแลตามกฎหมายและแนวปฏิบัติสากล พร้อมทั้งจัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริต รวมถึงการบริหารความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ พร้อมแบบทดสอบความรู้หลังจบการอบรม และมุ่งส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกที่ดีแก่พนักงานทุกระดับ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในการดำเนินงานที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล และก้าวสู่การเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและโปร่งใส เป็นผู้นำด้านความยั่งยืนในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

การคัดกรองคู่ค้ารายใหม่/คู่ค้าปัจจุบัน

บริษัทกำหนดให้เกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ (New Approved Vendor) ที่ครอบคลุมถึงประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล โดยมีกระบวนการการคัดกรองคู่ค้ารายใหม่ และการประเมินคู่ค้าในทะเบียนรายชื่อ Approve Vender List (AVL) เพื่อให้มั่นใจในคู่ค้าทุกรายของบริษัท

การประเมินคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ / คู่ค้าปัจจุบัน	บริษัทกำหนดให้มีการประเมินคู่ค้ารายใหม่ (New Vendor Evaluation) ครอบคลุมประเด็นด้านความยั่งยืน ประกอบด้วย ด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อาทิ การประกันสินค้าและบริการ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และมาตรฐานความปลอดภัย พร้อมกันนี้บริษัทมุ่งสนับสนุนและสื่อสารแนวปฏิบัติทางธุรกิจสำหรับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง
กระบวนการคัดเลือกคู่ค้า	ในกระบวนการคัดเลือกคู่ค้า บริษัทดำเนินการคัดกรองคู่ค้าด้วยวิธีการประเมินคุณสมบัติเพื่อให้ได้คู่ค้าที่พึงประสงค์ โดยคู่ค้าทุกรายจะต้องถูกประเมินโดยใช้หลักเกณฑ์ครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม คุณภาพสินค้า การบริการ การส่งมอบ ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การรับประกันสินค้า มาตรฐานด้านความปลอดภัย และการปฏิบัติตามกฎหมายเป็นสำคัญในการพิจารณา

หลักเกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้าเพื่อขึ้นทะเบียน Approve Vendor List (AVL)

โดยการแบ่งกลุ่มสินค้า คือ กลุ่มงานจัดซื้อทั่วไป และกลุ่มจัดซื้องานก่อสร้าง

1. กลุ่มงานจัดซื้อทั่วไป

- 1.1 สรรหาคู่ค้า อย่างน้อย 5 ราย เพื่อประเมินคุณสมบัติ ผลงานที่ผ่านมา พิจารณาคำแนะนำเชื่อถือ และคุณภาพของสินค้าและบริการ
- 1.2 คัดเลือกคู่ค้า โดยพิจารณาจากการเปรียบเทียบราคาสินค้า และบริการสูงสุด 3 ราย
- 1.3 เสนอกรรมการจัดซื้อจัดจ้างเพื่ออนุมัติคู่ค้า Approved Vendor List (AVL)
- 1.4 การประเมินผลคู่ค้า โดยจะทำการประเมินผลทุกๆ 12 เดือน พิจารณาจากคุณภาพของสินค้า, การส่งมอบตรงเวลา และความสม่ำเสมอของการให้บริการ



2. กลุ่มงานจัดซื้องานก่อสร้าง

- 2.1 จัดตั้งคณะทำงานเพื่อพิจารณาคัดเลือกผู้รับเหมา เพื่อนำเสนอขออนุมัติจากคณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง
- 2.2 คณะทำงานประเมิน และคัดเลือกผู้รับเหมา อย่างน้อยจำนวน 8 ราย เพื่อพิจารณาคุณสมบัติ และราคา
- 2.3 จัดซื้อจัดทำราคากลาง โดยพิจารณาการเสนอราคาในพื้นฐานมาตรฐานเดียวกันตั้งเป็นราคากลาง และนำเสนอต่อคณะทำงาน
- 2.4 สรุปผลคัดเลือกผู้รับเหมาหลัก จำนวน 3 ราย และสำรอง 2 ราย
- 2.5 เสนอกรรมการจัดซื้อจัดจ้างเพื่ออนุมัติคู่ค้า Approved Vendor List (AVL)

2.6 การประเมินผลผู้ค้า โดยจะทำการประเมินผลทุกๆ 12 เดือน พิจารณาจากคุณภาพของสินค้า, การส่งมอบตรงเวลา และความสม่ำเสมอของการให้บริการ



แผนการประเมินผู้ค้า

บริษัทฯ มีการบริหารผู้ค้าควบคู่กับการตรวจสอบศักยภาพและติดตามประเมินผลการทำงานของคู่ค้า ให้สอดคล้องกับจรรยาบรรณในการปฏิบัติต่อคู่ค้าของบริษัทฯ (Supplier Code of Conduct) ที่มีข้อกำหนด ด้านสิ่งแวดล้อม และสังคม เพื่อให้พนักงานและคู่ค้ายึดถือปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

การบริหารจัดการความเสี่ยงของผู้ค้าบริษัทฯ ประกอบด้วยการประเมินความเสี่ยงและการวิเคราะห์มูลค่าในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อจัดกลุ่มผู้ค้ารายสำคัญของบริษัทฯ และจัดทำทะเบียนผู้ค้า (Approval Vender List: AVL) เพื่อพิจารณาคุณสมบัติของผู้ค้าที่จะมาร่วมธุรกิจกับบริษัทฯ ซึ่งต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน รวมถึง การประเมินประจำปี โดยมีหัวข้อการประเมินด้านคุณภาพ, ราคา, ความน่าเชื่อถือ, การบริการ, การจัดส่ง และ ESG ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และด้านการกำกับดูแล

เกณฑ์การประเมิน:

- **เกรด A (90%-100%):** ผ่านระดับดีมาก / มีชื่ออยู่ในทะเบียนผู้ค้า
- **เกรด B (70%-89%):** ผ่านระดับดี / มีชื่ออยู่ในทะเบียนรายชื่อผู้ขาย
- **เกรด C (50%-69%):** ผ่านระดับปานกลาง / แจ้งให้ปรับปรุง แต่ยังมีชื่ออยู่ในทะเบียนรายชื่อผู้ขาย
- **เกรด D (0%-49%):** แจ้งให้ปรับปรุงและอาจพิจารณาตัดชื่อออกจากทะเบียนรายชื่อผู้ขาย

ผลการประเมินประจำปี 2567

- A = 17 ราย
- B = 74 ราย
- C = 4 ราย
- D = 0 ราย

เกรดการประเมิน	Product	Non-Product
A	3	14
B	30	44
C	0	4
D	0	0
รวมจำนวนลูกค้าทั้งสิ้น	33	62

ผลการประเมิน ESG

สำหรับการประเมินผลลูกค้า จัดซื้อจะดำเนินการส่งแบบฟอร์มการประเมินลูกค้าด้าน ESG ให้กับลูกค้าทำการประเมินตนเอง (Self Assessment) โดยจัดซื้อได้จัดทำสรุปผลการประเมินด้าน ESG ของลูกค้าประจำปี 2567 ดังนี้

- E: Environment
- S: Social
- G: Governance

เกรดการประเมิน ESG	Total		
	E	S	G
A	29	40	36
B	39	28	32
C	25	25	25
D	2	2	2
รวมจำนวนลูกค้าทั้งสิ้น	95	95	95

ประเมินและคัดเลือกผู้ขายผู้ให้บริการใหม่

เลขที่ดำ ดังนี้ :

 ชื่อผู้ขายผู้ให้บริการ : _____
 บริษัท เริ่มต้นติดต่อธุรกิจไป ได้กี่ครั้งแล้ว : _____
 ประเภทสินค้าบริการ : _____

หัวข้อการประเมิน		น้ำหนัก % Weight	ระดับคะแนน					คะแนนที่ได้ (ระบุคะแนน-5)	คะแนนที่ได้	ผลคะแนน % Weight	หมายเหตุ (ความถี่ต่อการประกอบภาษีอากร)	
			1 (น้อยที่สุด)	2 (น้อย)	3 (ปานกลาง)	4 (มาก)	5 (มากที่สุด)					
1. ด้านคุณภาพ		50										
1.1 สินค้ามีคุณภาพตรงตามมาตรฐานของบริษัท		30							0.00	0.00		
1.2 ความสามารถในการผลิตสินค้าเฉพาะทาง		20							0.00	0.00		
2. ด้านราคา		20										
2.1 ราคายุติธรรมของตลาด ในช่วงเวลานั้นๆ		10							0.00	0.00		
2.2 Payment Term		10							0.00	0.00		
3. ด้านความถี่ซื้อ		20										
3.1 มีเอกสารการจดทะเบียนบริษัทหรือการค้า		5							0.00	0.00		
3.2 เป็นโรงงานที่มีมาตรฐาน มีศักยภาพการผลิตที่เหมาะสม		5							0.00	0.00		
3.3 ความถี่ในการพัฒนาสินค้า		5							0.00	0.00		
3.4 ประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจ		5							0.00	0.00		
4. ด้านการบริการ		7										
4.2 ชี้แจงในการรับประกันสินค้า		4							0.00	0.00		
4.3 ชี้แจงในการขนส่งสินค้า		3							0.00	0.00		
5. ด้านESG		5										
4.2 ด้านสิ่งแวดล้อม		1							0.00	0.00		
4.2 ด้านสังคม		1							0.00	0.00		
4.3 ด้านการกำกับดูแล		1							0.00	0.00		
ยอดรวม									คะแนนที่ได้	0		
สำหรับกรับรองมาตรฐานอาคารอื่นๆ									คะแนนเต็ม	500		
1. พ.ร.บ.20			ฐานผลการประเมิน						คิดเป็น %	0.00	ผู้อนุมัติ	
2. พ.บ.สิทธิบัตร			0% - 60% = ผู้ชายที่ไม่ผ่านการพิจารณา									
3. พ.บ.พาณิชย์			61% - 80% = ผู้ชายที่ไม่ผ่านการพิจารณา									
4			81% - 100% = ผู้ชายระดับดี								หมายเหตุ :	
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				
			ผู้ประเมิน :					วันที่ประเมิน :				

**แบบฟอร์มการประเมินผู้ค้าในด้าน ESG (Environmental Social Governance)
ของบริษัทออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)**

บริษัท _____

ประเภทผู้ค้า ☐ ผู้ค้ารายใหม่

☐ ผู้ค้ารายเก่า ประเมินประจำปี 2567

วันที่ประเมิน

ผู้ประเมิน 1. _____

ลายเซ็น _____

2. _____

ลายเซ็น _____

3. _____

ลายเซ็น _____

รายละเอียด	ข้อมูล				หมายเหตุ
1.ด้านสิ่งแวดล้อม					
1.1 การประหยัดพลังงาน	☐	มี	☐	ไม่มี	
1.2 การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG Emission)	☐	มี	☐	ไม่มี	
1.3 การกำจัดของเสีย	☐	มี	☐	ไม่มี	
1.4 การใช้ทรัพยากรน้ำ	☐	มี	☐	ไม่มี	
1.5 การจัดการของเสียหรือการบำบัด	☐	มี	☐	ไม่มี	
2.ด้านสังคม					
2.1 การใช้แรงงานเด็ก และการบังคับใช้แรงงาน	☐	มี	☐	ไม่มี	
2.2 ความเท่าเทียม	☐	มี	☐	ไม่มี	
2.3 แนวทางปฏิบัติในการจ้างงาน	☐	มี	☐	ไม่มี	
2.4 การพัฒนาบุคลากร	☐	มี	☐	ไม่มี	
2.5 อาชีวอนามัย และความปลอดภัย	☐	มี	☐	ไม่มี	
3. ด้านการกำกับดูแล					
3.1 การต่อต้านการผูกขาด	☐	มี	☐	ไม่มี	
3.2 ความขัดแย้งทางผลประโยชน์	☐	มี	☐	ไม่มี	
3.3 การทุจริต	☐	มี	☐	ไม่มี	
3.4 การปฏิบัติตามข้อกำหนด และข้อบังคับ	☐	มี	☐	ไม่มี	
3.5 ข้อปฏิบัติในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล	☐	มี	☐	ไม่มี	

หมายเหตุ ผู้ค้าสามารถแนบเอกสารประกอบในแต่ละหัวข้อการประเมินได้

รบกวนส่งกลับ ภายใน 5 วันทำการค่ะ