



SABINA

บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน)

เสริมศักยภาพการแข่งขันอย่างยั่งยืน ผ่านการรวมศูนย์การผลิตเพื่อลดต้นทุน ยกกระดับคุณภาพ และพัฒนานวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

Highlights

เดินหน้าปรับโครงสร้างการผลิตด้วยการรวมศูนย์ พร้อมใช้เครื่องจักรทันสมัยเพื่อลดค่าใช้จ่ายคงที่ และยกระดับมาตรฐานการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานสากล ควบคู่กับเป้าหมาย Net Zero ในปี 2608 นอกจากนี้ ยังนำ AI มาปรับใช้ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่จัดซื้อ ผลิต จนถึงกระจายสินค้า ขณะเดียวกันยังต่อยอดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน Ballet Comfort 4.0 ที่เน้นความสบายใช้วัตถุดิบน้อยลง ลดการเกิดของเสียไปพร้อมกับการตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภค

ปรับโครงสร้างผ่านกลยุทธ์รวมศูนย์การผลิต (Centralization) เพื่อประสิทธิภาพและลดต้นทุน ยกกระดับมาตรฐานการตรวจสอบคุณภาพสินค้าระดับสากล

- จากผลกระทบของมาตรการกีดกันทางการค้า ทำให้มีสินค้าชุดชั้นในราคาถูกนำเข้าจำนวนมากจากต่างประเทศ จนเกิดความเสียหายต่อภาวะสินค้าล้นตลาดและการตัดสินใจซื้อของลูกค้า บริษัทจึงปรับโครงสร้างด้วยการรวมศูนย์การผลิต (Centralization) โดยย้ายโรงงานเข้าที่จังหวัดบุรีรัมย์เข้าสู่โรงงานหลักที่จังหวัดยโสธร พร้อมลงทุนในเครื่องจักรที่ทันสมัย ทำให้ลดค่าใช้จ่ายคงที่ลงได้กว่า 2 ล้านบาทต่อเดือน และเสริมด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน (Optimization) ผ่านการยกระดับมาตรฐานการตรวจสอบคุณภาพตามเกณฑ์ AQL 2.5 (Acceptable Quality Level) โดยในปี 2567 ช่วยลดค่าใช้จ่ายลงกว่า 2.6 ล้านบาท

เพิ่มสัดส่วนสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

- ตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ 42% ในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2608 โดยบริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นต์ขององค์กรครอบคลุมทั้ง Scope 1, 2 และ 3 ในปี 2567 นอกจากนี้ บริษัทมีการเพิ่มสัดส่วนสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดเป็น 8.53% ของสินค้าทั้งหมด และเดินหน้าเพิ่มการใช้วัสดุที่ยั่งยืนในกระบวนการผลิต เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อมและความต้องการของผู้บริโภค

ลงทุนทางด้านเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์อย่างต่อเนื่อง ยกกระดับประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทาน

- บริษัทลงทุนและพัฒนาเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) อย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบ การผลิต ตลอดจนการกระจายสินค้า นอกจากนี้ยังนำ AI มาวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและการบริการให้ตรงกับความต้องการมากขึ้น โดยในปี 2568 บริษัทใช้ AI เพื่อคาดการณ์การผลิตสินค้าให้ใกล้เคียงกับความต้องการที่แท้จริง ส่งผลให้ระดับสินค้าสำเร็จรูปและมูลค่าสินค้าคงคลังลดลง 307 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีฐาน 2566

พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างตรงจุด

- บริษัทได้พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ผ่านการทำวิจัยเชิงคุณภาพแบบกลุ่ม (Focus group) เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2566-2567 ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ Ballet Comfort 4.0 ที่ออกแบบมาเพื่อเพิ่มความสบาย ลดต้นทุนและใช้วัตถุดิบน้อยลง สอดคล้องกับแนวทางการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้อย่างตรงจุด

Sustainability Awards

กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค
หมวดแฟชั่น

SET : Market Cap. สูงกว่า 3,000 ล้านบาท
แต่ไม่เกิน 10,000 ล้านบาท

Highly Commended Sustainability Awards 2025