

SABINA

บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน)

กลยุทธ์ธุรกิจ



จากค่านิยมหลักขององค์กรที่ว่า "READY TO CHANGE FOR SUSTAINABILITY: พร้อมปรับเปลี่ยนเพื่อความยั่งยืน" ถือเป็นรากฐานสำคัญในการกำหนดทิศทางและเป็นกรอบกลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าร่วมกันอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้

- ดำเนินงานเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า โดยกลยุทธ์ที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) รวมทั้งบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
- ให้ความสำคัญในคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (Product Quality and Safety)
- มุ่งเน้นในการนำองค์กรสู่ความเป็นเลิศ ด้วยหลักการ Lean Enterprise โดยใช้หลักการกำจัดความสูญเปล่าในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน การลดความผิดพลาด การลดรอบเวลาปฏิบัติงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (More Efficient Process) เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน และการตอบสนองต่ออุปสงค์อย่างถูกต้องและทันเวลา
- มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจยั่งยืนบนหลัก ESG ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และการบริหารภายใต้หลักธรรมาภิบาล โดยในปี 2567 บริษัทได้รับรางวัล Highly Commended Sustainability Award 2024 ซึ่งบริษัทได้รับรางวัลในกลุ่มความยั่งยืนนี้ ต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 4 และได้รับการประเมินหุ้นยั่งยืน “SET ESG Ratings” ระดับ “AAA” จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งแสดงถึงการดำเนินธุรกิจที่มีการเติบโตด้านเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- กำหนด BRAND DNA ของ SABINA เพื่อสร้างแนวทางการดำเนินธุรกิจ ดังนี้
 - S = Sustainability สร้างผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Product)
 - B = Better Life ร่วมเป็นส่วนหนึ่ง ในการผลักดันโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อชีวิตที่ดีขึ้น
 - N = New Innovation มุ่งเน้นในการใช้นวัตกรรมที่ทันสมัย ในการออกแบบ ผลิตสินค้า และให้บริการ เพื่อให้ครอบคลุมและเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคมีชีวิตที่ดีขึ้นในทุกวัน



กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

ความเสี่ยงด้าน ESG



ด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งเน้นการจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรและการดำเนินงาน โดยกำหนดเป้าหมายและมาตรการเพื่อบรรเทาความเสี่ยงด้านการใช้พลังงานเชื้อเพลิงและไฟฟ้าที่ไม่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการจัดการขยะ น้ำเสีย และมลภาวะทางอากาศที่เกิดจากกระบวนการผลิตอย่างเหมาะสม รวมถึงมีการกำจัดซากผลิตภัณฑ์อย่างถูกวิธี และสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนผ่านโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียน เช่น โครงการ "New Life Bra Cycle"

ด้านการบริหารความเสี่ยงสิทธิมนุษยชนรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) โดยมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความเสี่ยง	แนวทางการบริหารความเสี่ยง
พนักงาน	ความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน (เช่น การใช้แรงงานไม่เหมาะสม) จากความกดดันด้านประสิทธิภาพในการทำงาน	จัดอบรมภาวะผู้นำ วิธีการสื่อสาร และการจัดการสำหรับหัวหน้างาน เพื่อสร้างความเข้าใจ และป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชน
ลูกค้า	1. การได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ไม่ครบถ้วน/การให้บริการที่ไม่เหมาะสม 2. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของสินค้า	1. ติดป้ายตราผ้าแสดงข้อมูลสำคัญ และอบรมพนักงานขาย 2. เลือกใช้วัตถุดิบปลอดภัย และควบคุมกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน
คู่ค้า	การเลือกปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้าง และการประเมินที่ไม่เป็นธรรม	กำหนดเกณฑ์/หัวข้อประเมินอย่างเปิดเผย โดยใช้ข้อมูลสถิติคุณภาพและการส่งมอบเป็นหลักในการประเมิน
ชุมชน	ผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยจาก มลภาวะ (น้ำทิ้ง เสียง อากาศ ขยะ) และการจราจรบริเวณรอบโรงงาน	ประเมินความเสี่ยงผลกระทบโดยคณะทำงานสิทธิมนุษยชน จัดตั้งมาตรการรองรับ จัดให้มีช่องทางการสื่อสาร/ร้องเรียน และดำเนินการสำรวจชุมชนประจำปี

การทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทบริหารความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันซึ่งรวมถึงการจ่ายสินบนเพื่ออำนวยความสะดวกในพิธีการและการรับผลประโยชน์ที่ไม่เหมาะสมจากการจัดซื้อจัดจ้าง โดยได้ดำเนินการตามนโยบายต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งเข้าร่วมและขอรับรองโครงการ แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย พร้อมทั้งการสื่อสารนโยบายไปยังทุกส่วนงาน และขยายผลการดำเนินงานด้านต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสร้างความโปร่งใสในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน

SABINA

บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน)



การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

1. การบริหารจัดการน้ำ บริษัทมีผลการดำเนินงานในปี 2567 ดังนี้

- ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้น้ำ ปริมาณการใช้น้ำรวม 60,910 ลูกบาศก์เมตร สามารถลดการใช้น้ำ 39% เทียบปี 2566 รวมทั้งสามารถลดการใช้น้ำต่อคน 30%
- สามารถบริหารจัดการน้ำทั้งจากการอุปโภคให้ผ่านเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด ได้ 98% รวมทั้งบำบัดน้ำทั้งจากการย่อยให้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กฎหมายกำหนดได้ทั้งหมด และไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบ

2. การบริหารจัดการก๊าซ GHG ซึ่งแบ่งเป็น

- การบริหารจัดการพลังงานไฟฟ้า บริษัทสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 2 ได้ 560.21 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าคิดเป็น 23.53% นอกจากนี้ได้ใช้พลังงานทดแทนจากระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์โดยติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคา (Solar Rooftop) คิดเป็น 21.42% ของการใช้ไฟฟ้ารวม
- การบริหารจัดการของเสีย บริษัทดำเนินการจัดการของเสียอย่างรับผิดชอบ โดยคัดเลือกผู้รับจ้างที่มีใบอนุญาตกำจัดขยะและคัดแยกขยะ โดยการลดหรือการใช้ซ้ำ เช่น กล่องบรรจุภัณฑ์ เพื่อสนับสนุนการหมุนเวียนทรัพยากรอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถลดปริมาณขยะที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้ ส่งผลให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง 18% และสามารถลดปริมาณขยะที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้คิดเป็นสัดส่วนยอดขาย 22% นอกจากนี้ บริษัทดำเนินการปรับปรุงขยะเป็น ปุ๋ย น้ำหมัก หลักร้างเขียว จีวร เม็ดพลาสติกจากโพลีเอทิลีน และขยะพลังงาน ทำให้มีอัตราส่วนขยะรีไซเคิล 84.82%
- การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ / บรรจุภัณฑ์ บริษัทพัฒนา Sustainable Products 8.53% จาก SKU ในปี 2567 รวมทั้งปรับลดป้ายกระดาษ เปลี่ยนเปลี่ยนกล่องบรรจุภัณฑ์ ถุงกระดาษ ถุงพลาสติก Environmentally Degradable Plastics (พลาสติกย่อยสลายได้ในสภาวะแวดล้อมธรรมชาติ) และชุดยูนิฟอร์ม ทำให้สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้รวม 144.296 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- โครงการ “โล-แล้วไปไหน” บริษัทร่วมมือเป็นพันธมิตรกับ บริษัท อินทรี อีโคไซเคิล สามารถกำจัดขยะในเกณฑ์ที่เสื่อมสภาพ 15.03 ตัน แปลงเป็นพลังงานความร้อนทดแทนถ่านหิน 14,750.23 กิโลกรัม ซึ่งสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงถึง 24.612 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

3. การบริหารจัดการพลังงานเชื้อเพลิง

บริษัทสามารถควบคุมการปล่อยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 อยู่ที่ 962.92 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าจากเป้าหมายไม่เกิน 969 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าและสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้เชื้อเพลิง เมื่อเทียบชั้นขาย (Intensity Target) ได้ 136.06 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ทั้งนี้ บริษัทมีเป้าหมายการปรับลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 42% ภายในปี 2573 (เมื่อเทียบกับฐาน 2566) โดยในปี 2567 บริษัทปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ 2 จำนวน 2,783.46 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าคิดเป็นการปรับลด 17% นอกจากนี้ บริษัทสามารถรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3 จำนวน 12,390.89 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งคิดเป็น 82% ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดขององค์กร

กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

SABINA

บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน)



การดำเนินงานด้านสังคม

- 1. ดำเนินงานด้านความปลอดภัย ชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน** โดยมีผลการดำเนินงานในปี 2567 ดังนี้
 - ความปลอดภัยในการทำงาน สามารถควบคุมอัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) ของพนักงานและผู้รับเหมาภายในโรงงานเป็นศูนย์ในโรงงานชียนากบุรีรัมย์ ยโสธร และสำนักงานใหญ่ ส่วนโรงงานท่าพระ มี LTIFR 2.17% และโรงงานพุทรมณฑลสาย 5 มี LTIFR 3.85%
 - สภาพแวดล้อมในการทำงาน ผ่านการตรวจสภาพแวดล้อมประจำปี (แสง เสียง ความร้อน ฝุ่น สารเคมีและปล่องระบายอากาศ) ตามกฎหมายกำหนดทุกโรงงานสาขา
 - อาชีวอนามัย ตรวจสุขภาพตามปัจจัยเสี่ยง 94% ของพนักงานทั้งหมด และสามารถรณรงค์พนักงานให้มีค่าดัชนีมวลกาย (BMI) ที่เหมาะสมคิดเป็น 61% รวมทั้งช่วยให้พนักงานกลุ่มอ้วนอันตรายมีค่า BMI ลดลง 4.9% ผ่านโครงการต่าง ๆ
- 2. ดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) ดังนี้**

พนักงาน: บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน ความปลอดภัย และหลักสิทธิมนุษยชน ซึ่งในปี 2567 ไม่มีข้อพิพาทแรงงานหรือการละเมิดสิทธิมนุษยชน

กลุ่มเปราะบาง (พนักงานพิการ ตั้งครรภ์ และผู้มีปัญหาสุขภาพ): บริษัทดำเนินการตามหลักสิทธิมนุษยชน โดยไม่เลือกปฏิบัติ ให้โอกาสและสวัสดิการที่เท่าเทียม

คู่ค้า: ดำเนินการสื่อสารนโยบายสิทธิมนุษยชน รวมทั้งดำเนินการ โดยไม่เลือกปฏิบัติและดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างโปร่งใส เป็นธรรมตามจรรยาบรรณคู่ค้า

ลูกค้า: บริษัทให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและคุณภาพผลิตภัณฑ์ สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน และคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

ชุมชน: บริษัทดูแลการดำเนินงานไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพ ความปลอดภัยของชุมชน และประเมินสิทธิมนุษยชนชุมชน โดยประชุมร่วมกับชุมชน รวมทั้งสำรวจชุมชนรอบโรงงาน ซึ่งในปี 2567 พบชุมชนได้รับผลกระทบด้านเสียงและการจัดการขยะ 2.81% ซึ่งได้ดำเนินการแก้ไขแล้ว
- 3. สนับสนุนการดำเนินงานมูลนิธิคุณแม่จินตนา ธนาलगรณ** ซึ่งในปี 2567 ได้มอบ 150ทุนการศึกษา คิดเป็น 1,673,000 บาท ดังนี้
 - ทุนการศึกษาชั้นประถมศึกษา-อุดมศึกษา 104 ทุน
 - ทุนการศึกษาสำหรับผู้พิการพลภาพ 1 สถานศึกษา คือ ศูนย์การศึกษาพิเศษจังหวัดร้อยเอ็ด
 - ทุนการศึกษาต่อเนื่อง ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ถึงระดับอุดมศึกษา 45 ทุน
- 4. Sewing Cup Sewing Heart** โดยในปี 2567 รณรงค์จิตอาสาร่วมกิจกรรมเย็บเต้านเทียม 88 หน่วยงาน จำนวน 20,188 คน โดยผลิตเต้านเทียม 30,000 เต้า ซึ่งได้ส่งมอบให้โรงพยาบาลต่าง ๆ ไม่น้อยกว่า 15,000 คน นอกจากนี้ได้ร่วมกับศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช VMLY&R Thailand บริษัท ฟิตที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน), Meta ประเทศไทย ในการผลิตและส่งมอบ Breast Cancer Simulator Pad เพื่อรณรงค์ให้รู้ทันภัยจากโรคมะเร็งเต้านม จำนวน 15,000 ชิ้น
- 5. องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Center)** เพื่อเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การปรับปรุงผลิตภาพ & ESG โดยได้รับเชิญจากหลายองค์กรและสถาบันเป็นวิทยากรพิเศษ 13 หลักสูตร รวมทั้งรับนักศึกษาฝึกงาน 45 คน นอกจากนี้ได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในระดับปฏิบัติการ 184 คน และในระดับหัวหน้างาน 219 คน

กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ/บรรษัทภิบาล



- การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ บริษัทประยุกต์ใช้ AI และเทคโนโลยีดิจิทัลในองค์กร ซึ่งเป็นไปตามพันธกิจ Data Driven Organization เพื่อบรรลุเป้าหมาย ดังนี้
- **More Efficient Process** เพื่อลดความผิดพลาดและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานด้วย Dashboard และ Performance Analysis จาก Data Digitization
 - **Auto Replenishment** ด้วยระบบ AI เติมเต็มสินค้า คำนวณการสั่งผลิตเพื่อลดสินค้าเกินความจำเป็น ทำให้มีปริมาณสินค้าเหมาะสมกับความต้องการของตลาด และระดับสินค้าสำเร็จรูปลดลง โดยมูลค่าสินค้าสำเร็จรูป ปลายปี 2567 ลดลงเหลือ 1,194.43 ล้านบาท (จากปลายปี 2566 = 1,289.84 ล้านบาท) คิดเป็น 95.41 ล้านบาท
 - **Electronic Kanban & Just In Time Raw Materials** การบริหารวัตถุดิบอย่างทันเวลา ทำให้เกิด Supplier RM Requirement Plan ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทำงานของคู่ค้า รวมทั้งลดต้นทุนรวมของสต็อกวัตถุดิบ โดยมี RM lead time ลดลงตามลำดับ (ปี 2562 = 2.26 เดือน ปี 2566 = 1.42 เดือน ปี 2567 = 1.07 เดือน)
 - **More Efficient & Effective Distribution** ทำให้การจัดและกระจายสินค้าเป็นไปอย่างถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ และตอบสนองต่ออุปสงค์อย่างถูกต้องทุกเวลา ซึ่งส่งเสริมการขายและทำให้ลดการขนส่ง ดังนี้

ปี	Warehouse & Logistic Expense (ล้านบาท)	ค่าขนส่ง (ล้านบาท)	ยอดขาย Retail Business & Non-Store Retailing (ล้านบาท)	อัตรา Warehouse & Logistic Expense ต่อ ยอดขาย	อัตราค่าขนส่ง ต่อยอดขาย
2565	53.03	12.56	2,815	1.88%	0.45%
2566	54.94	12.36	3,182	1.73%	0.39%
2567	57.06	12.31	3,371	1.69%	0.37%