

SABINA

SET AWARD 2022
Sustainability
Excellence

www.sabina.co.th



คำถามที่ 1.1

การบริหารประเด็นสำคัญด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

ประเด็นที่สำคัญที่มีความสำคัญด้านเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตระยะยาวของบริษัท สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็นคือ

1

การบริหารจัดการวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป (Supply Chain Management) ซึ่งเป็นสัดส่วนของเงินลงทุนหลักของบริษัท มากกว่า 40%

2

การเพิ่มยอดขายเพื่อสร้างการเติบโตแบบยั่งยืน ในที่นี้ ขอยกตัวอย่างการขยายการเติบโต ในต่างประเทศที่ประเทศฟิลิปปินส์

SABINA

1

การบริหารจัดการวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป (Supply Chain Management) ซึ่งเป็นสัดส่วนของเงินลงทุนหลักของบริษัท มากกว่า 40%

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT



กลยุทธ์และเป้าหมายการดำเนินงาน

สำหรับการบริหารจัดการวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป (Supply Chain Management) ซึ่งเป็นสัดส่วนของเงินลงทุนหลักของบริษัท มากกว่า 40% แบ่งกลยุทธ์และเป้าหมายการดำเนินงาน เป็น 2 เรื่องใหญ่ๆ ดังนี้

1.1 การดำเนินการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

1.2 การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกัน

SUSTAINABILITY EXCELLENCE

กลยุทธ์และเป้าหมายการดำเนินงาน

1.1 การดำเนินการเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน

- รวบรวมปริมาณวัตถุดิบสำหรับสั่งซื้อพร้อมกัน

เป้าหมาย มูลค่าการต่อรองราคาวัตถุดิบปี 2022 ต้องมากกว่า 840,000 บาท / ปี หรือ ควบคุมต้นทุนวัตถุดิบไม่ให้เกินราคาต้นทุนมาตรฐาน

- ทำแผนสั่งซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า

เป้าหมาย การส่งมอบวัตถุดิบตรงเวลา 90% โดยมีเป้าหมายระยะยาวเป็นการนำเข้าวัตถุดิบแบบ Just in time หรือ ควบคุมระดับการจัดเก็บวัตถุดิบไม่เกิน 0.5 เดือน

- การเข้าตรวจในพื้นที่ของคู่ค้า (QC สัญจร)

เป้าหมาย QC สัญจร ไม่น้อยกว่า 4 คู่ค้า / ปี และ ผลคุณภาพวัตถุดิบจาก QC สัญจร ดีขึ้น อย่างน้อย 1% โดยมีเป้าหมายระยะยาวเป็นคุณภาพวัตถุดิบ ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ 100%

- พัฒนาวัตถุดิบร่วมกับคู่ค้า

เป้าหมาย พัฒนาผลิตภัณฑ์ Sustainable Product ไม่ต่ำกว่า 3% ของ Collection ในปี 2022 โดยมีเป้าหมายระยะยาวเป็น 10% ของ Collection ทั้งหมด

แผนการดำเนินงาน ในปี 2022

1. รวบรวมปริมาณวัตถุดิบสำหรับสั่งซื้อพร้อมกัน และทำแผนสั่งซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า

- ✓ ใช้ข้อมูล Sale Forecast ตามรหัสงานที่จะทำการขาย เพื่อคำนวณวัตถุดิบและปริมาณการสั่งซื้อ
- ✓ แจ้งแผนการสั่งซื้อล่วงหน้าให้ลูกค้า อย่างน้อย 3 เดือน และวางแผนปีร่วมกัน
- ✓ ทบทวนวัตถุดิบและปริมาณการสั่งซื้อทุกไตรมาส

2. เข้าตรวจคุณภาพวัตถุดิบในพื้นที่ของลูกค้า (QC สัญจร) เพื่อทวนสอบวิธีการตรวจคุณภาพและเป็นควบคุมคุณภาพ วัตถุดิบให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนดจากต้นทาง

- ✓ วิเคราะห์รายงานการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบทุกไตรมาส เพื่อปรับปรุงคุณภาพวัตถุดิบที่มีปัญหา
- ✓ ทำแผนการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบในพื้นที่ของลูกค้า เพื่อตรวจสอบระหว่างการผลิตของลูกค้า 5 ราย
- ✓ ติดตามการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ หลัง QC สัญจร

3. พัฒนาวัตถุดิบร่วมกับลูกค้า เพื่อสร้างทางเลือกวัตถุดิบที่หลากหลาย และสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์

4. มาตรฐานการทวนสอบคุณภาพลูกค้า และขยายผลกิจกรรมต่างๆ ฟูพื้นฐานสู่ Lean Enterprise

ผลลัพธ์เชิงคุณภาพและปริมาณ ในปี 2022

1.1 การดำเนินการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

การทำแผนสั่งซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า ทำให้คู่ค้าผลิตและส่งมอบวัตถุดิบตรงเวลา

ผลลัพธ์ ในปี 2022 สามารถบรรลุผลการส่งมอบวัตถุดิบตรงเวลา มากกว่า 90% โดยสามารถทำได้ถึง 93%

ตารางแสดงวัตถุดิบเข้าทันเวลาส่งผลให้สามารถจัดจ๊อบได้ตามแผน ปี 2022

ตัวชี้วัด	เฉลี่ย 2564	H1/2565	H2/2565	เฉลี่ย 2565
MMของเข้าทันจัด	4230	6465	4600	5533
MMของเข้าไม่ทันจัด	525	640	160	328
รวมของเข้าทั้งหมด	4756	7105	4760	5933
MMของเข้าทันจัด %	89%	91%	96%	93%

ผลลัพธ์เชิงคุณภาพและปริมาณ ในปี 2022

1.1 การดำเนินการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

การรวมปริมาณวัตถุดิบเพื่อซื้อพร้อมกัน ทำให้มีอำนาจต่อรองราคาวัตถุดิบ ในปี 2022

ผลลัพธ์ สามารถต่อรองราคาวัตถุดิบได้มากกว่า 840,000 บาท / ปี โดยสามารถลดต้นทุนวัตถุดิบได้มากถึง 2.75 ล้านบาท ทำให้ราคาสินค้าเหมาะสม และสร้างผลกำไรเพิ่มมากขึ้น

ตารางแสดงมูลค่าการต่อรองราคากับคู่ค้าจากการรวบรวมปริมาณวัตถุดิบสำหรับสั่งซื้อพร้อมกันปี 2022

ประเภท	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	รวมมูลค่า 2565
วัตถุดิบหลัก (บาท)	352,902	426,809	668,070	558,875	2,006,656
เบ็ดเตล็ด (บาท)	163,064	125,907	371,926	81,465	742,362
รวมมูลค่า (บาท)	515,966	552,716	1,039,996	640,340	2,749,018

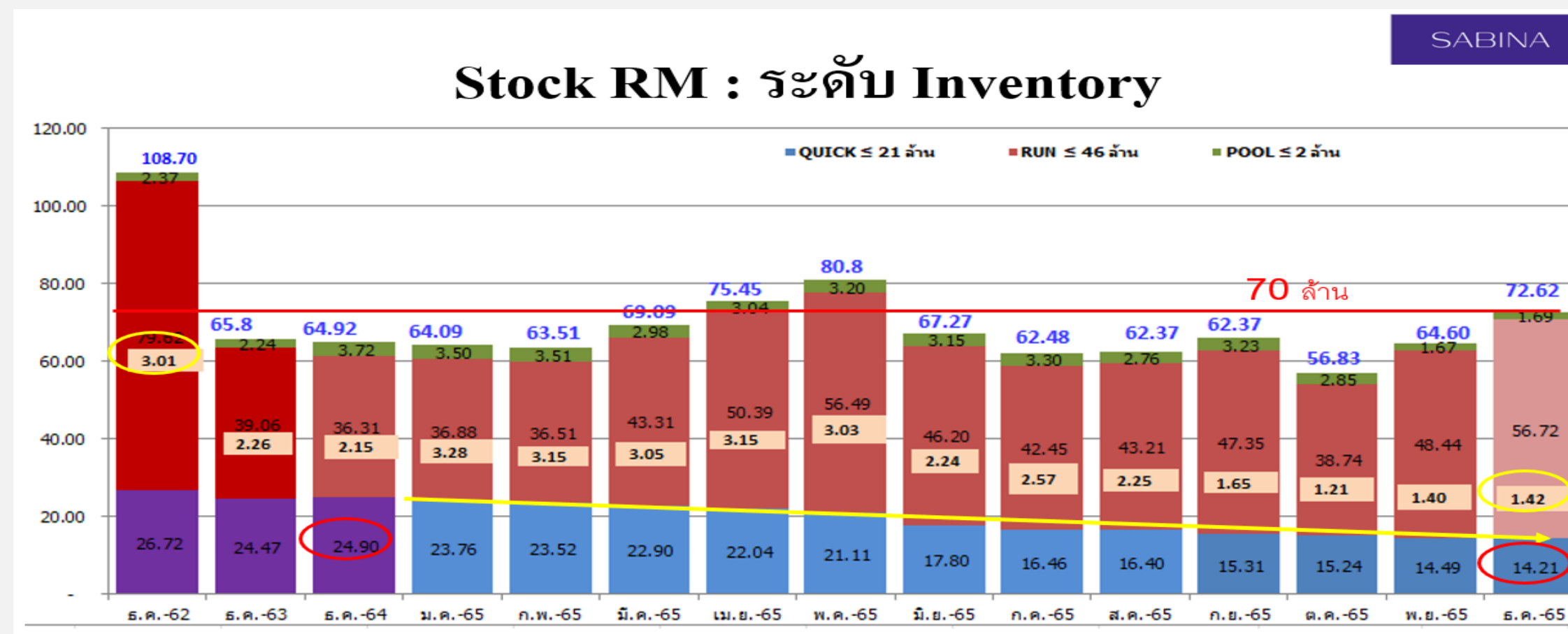
ผลลัพธ์เชิงคุณภาพและปริมาณ ในปี 2022

1.1 การดำเนินการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

การทำแผนสั่งซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า ทำให้คู่ค้าผลิตและส่งมอบวัตถุดิบตรงเวลา

นอกจากนี้ได้ดำเนินการปรับปรุงการนำเข้าวัตถุดิบแบบ Just in time สามารถควบคุมระดับการจัดเก็บวัตถุดิบ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2022 ไม่เกิน 1.4 เดือน จาก ระดับสูงสุดที่ 3 เดือน ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2019

แผนภูมิแสดงข้อมูลระดับ Raw Material ตั้งแต่ปี 2019 ถึงปี 2022



ผลลัพธ์เชิงคุณภาพและปริมาณ ในปี 2022

บริษัทที่ได้รับการเข้าตรวจในโครงการ QC สัญจรปี 2022

1. บริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม

วัตถุประสงค์ : ปรีกษาหาแนวทางปรับปรุงคุณภาพผ้า

ปัญหา : ผ้า MB115 เป็นเส้น

ดำเนินการ : 22/03/2022



2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชุก เทรดดิ้ง (Chugh Trading Part Ltd)

วัตถุประสงค์: ปรีกษาหาแนวทางปรับปรุงคุณภาพผ้า

ปัญหา : ผ้าเป็นเส้น

ดำเนินการ : 28/03/2022

ผลลัพธ์เชิงคุณภาพและปริมาณ ในปี 2022

บริษัทที่ได้รับการเข้าตรวจในโครงการ QC สัญจรปี 2022

3. บริษัท แคปปิตอล ทรีคอต จำกัด

วัตถุประสงค์ : ปรีกษาหาแนวทางปรับปรุงคุณภาพผ้า

ปัญหา : ผ้าเป็นเส้น

ดำเนินการ : 09/06/2022



4. บริษัท เจมม่า นิต (ประเทศไทย) จำกัด

วัตถุประสงค์ : ปรีกษาหาแนวทางปรับปรุงคุณภาพผ้า

ปัญหา : ผ้าเป็นเส้น

ดำเนินการ : 11/05/2022

ผลลัพธ์เชิงคุณภาพและปริมาณ ในปี 2022

5.บริษัท เอเชียน อิโนแอนด์ จำกัด

วัตถุประสงค์ : ปรึกษาแนวทางคุณภาพพองน้ำ

ปัญหา : มาตรฐานความหนา-บางพอง

ดำเนินการ : 04/05/2022



ผลลัพธ์เชิงคุณภาพและปริมาณ ในปี 2022

1.1 การดำเนินการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

□ การเข้าตรวจในพื้นที่ของคู่ค้า QC สัญจร ทำให้คู่ค้าเข้าใจมาตรฐานคุณภาพตรงกัน

ผลลัพธ์ ในปี 2022 ทำ QC สัญจร มากกว่าเป้าหมาย 4 คู่ค้าโดยสามารถทำได้ 5 คู่ค้า และทำให้ผลตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบจาก QC สัญจร ดีขึ้น ทุกคู่ค้าที่ทำ QC สัญจร และมีอัตราคุณภาพวัตถุดิบโดยรวมผ่าน 96%

ตารางแสดงการปรับปรุงคุณภาพวัตถุดิบจากโครงการ QC สัญจรปี 2022

คู่ค้า	2564			QC สัญจร	2565		
	จำนวนทั้งหมด	ผ่าน	%ผ่าน		จำนวนทั้งหมด	ผ่าน	%ผ่าน
CHUGH TRADING	137	129	94%	28/03/2022	123	117	95%
GEMMA KNITS	257	246	96%	11/05/2022	263	254	97%
เค็ปปิตอล ทรีคอต	685	660	96%	09/06/2022	940	916	97%
น้ันยางการทอ	220	183	83%	22/07/2023	479	446	93%
บางกอกโพลีเอเซียฮ อีโนแอด	680	673	99%	04/05/2023	742	742	100%

แผนการดำเนินงาน ในปี 2022

พัฒนาวัตถุดิบร่วมกับคู่ค้า เพื่อสร้างทางเลือกวัตถุดิบที่หลากหลาย และสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์

- ✓ นำเสนอวัตถุดิบใหม่ให้ทีมการตลาดและ R&D เพื่อสร้างทางเลือกวัตถุดิบที่หลากหลาย และสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์
- ✓ ส่งมอบข้อมูลจากทีมการตลาดและ R&D ให้คู่ค้า สำหรับพัฒนาวัตถุดิบร่วมกัน เช่น Triple Mask, Seamless โดยในปี 2022 เกิดเป็นกลุ่ม Sustainable Product
- ✓ พัฒนาฟองน้ำร่วมกับคู่ค้า ทำให้ได้วัตถุดิบฟองน้ำคุณสมบัติใหม่ มีเนื้อสัมผัส และคุณสมบัติด้าน Density Hardness Elongation และ Airflow จึงเกิดเป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรมฟองดี

แผนการดำเนินงาน ในปี 2022



- **ดีที่คืนทรง** รองรับแรงกดทับได้ดี ไม่หัก ไม่พัง ด้วยการเสริมแผ่น sheet พิเศษด้านใน เพื่อให้ฟองคงรูป และคืนทรงเหมือนเดิมเมื่อถูกแรงกดทับ
- **ดีที่สัมผัสนุ่ม** คัดสรรวัตถุดิบฟองน้ำที่มีคุณภาพชั้นดี ให้สัมผัสนุ่มละมุนเมื่อสวมใส่ และระบายอากาศได้ดี
- **ซักแล้วแห้งไว** ไร้กลิ่นอับชื้นตกค้าง

ผลลัพธ์เชิงคุณภาพและปริมาณ ในปี 2022

1.1 การดำเนินการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

□ พัฒนาวัตถุดิบร่วมกับคู่ค้า เพื่อสร้างทางเลือกวัตถุดิบที่หลากหลาย และสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์

ผลลัพธ์ ในปี 2022 สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ Sustainable Product 5 collections คิดเป็น 3.8% ของ Collections ทั้งหมด และสร้างรายได้ให้กับบริษัทได้ 24.77 ล้านบาท

Collection	ยอดขาย
Friendly Earth	฿13,610,075
Palette of the Earth	฿1,004,005
Twenty Five	฿3,584,845
Sabina exclusive for Pomelo	฿2,764,033
GentleWoman x Sabina	฿3,808,386
รวมมูลค่า	฿24,771,344

นอกจากนี้ นวัตกรรมฟองดี ซึ่งเป็นการพัฒนาฟองน้ำร่วมกับคู่ค้า สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัท ได้มากถึง 548.52 ล้านบาท

กลยุทธ์และเป้าหมายการดำเนินงาน

1.2 การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกัน

การกำหนดหลักเกณฑ์คัดเลือกคู่ค้าใหม่ (New Suppliers)

เป้าหมาย ผลการประเมินคู่ค้าใหม่ต้องไม่ต่ำกว่า 80%

การกำหนดหลักเกณฑ์ประเมินคู่ค้า (Current Suppliers)

เป้าหมาย ผลการประเมินคู่ค้าต้องไม่ต่ำกว่า 80%

การสร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยเชิญชวนเข้าร่วม 2 โครงการ ESG

1. บราโละ (New Life Bra Cycle) เปลี่ยนชุดชั้นในเก่าเป็นพลังงานสะอาด

เป้าหมาย เชิญชวนคู่ค้าร่วมโครงการบราโละไม่น้อยกว่า 20 ราย โดยมีเป้าหมายระยะยาวที่คู่ค้าหลักในประเทศทั้งหมดเข้าร่วมโครงการ

2. CAC (Collective Action Against Corruption) with Suppliers

เป้าหมาย ประชาสัมพันธ์และสนับสนุนให้คู่ค้าหลักทั้งหมดเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์การต่อต้านทุจริต

แผนการดำเนินงาน ในปี 2022

กำหนดหลักเกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้าใหม่ (New Suppliers)

- ✓ คัดเลือกจากข้อมูลและประวัติการดำเนินธุรกิจ
- ✓ ประเมินด้าน Performance และ ESG
- ✓ ติดตามประเมิน

กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินคู่ค้าเก่า (Current Suppliers)

- ✓ ประเมินด้าน Performance และ ESG
- ✓ ประเมินอย่างต่ำ 2 รอบ/ปี
- ✓ ทบทวนและติดตามคู่ค้าที่มีผลการประเมินต่ำกว่าเกณฑ์

ผลลัพธ์เชิงคุณภาพและปริมาณ ในปี 2022

1.2. การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกัน

☐ การกำหนดหลักเกณฑ์คัดเลือกคู่ค้าใหม่ (New Suppliers)

ผลลัพธ์ ในปี 2022 บริษัทมี คู่ค้าใหม่ 3 รายโดยผ่านเกณฑ์ที่กำหนดเกิน 80% 2 ราย ส่วน 1 ราย ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ได้ดำเนินการติดต่อเพื่อแก้ไข และผ่านเกณฑ์ประเมินใหม่ธันวาคม 2022 แล้ว

Supplier	ทำการคัดเลือก	ประเภท	ประเภทวัตถุดิบ	Performanace			ESG	รวม	หมายเหตุ
				ระยะเวลาการผลิต เหมาะสม (Leadtime)	กำหนดการชำระ เงิน/เครดิต	ความรับผิดชอบใน การแก้ไขปัญหา ของวัตถุดิบ			
1.MKK TEXTILE CO.,Ltd.	23-มี.ค.-65	ผ้า	ผ้าพิมพ์ลาย	3	1	2	3	9	เคยส่งของแล้ว ประเมิน 9 คะแนน
2.กรุงเทพพลาสติก (ประเทศไทย) จำกัด	29-มี.ค.-65	Packing Acc.	ถุงพลาสติก	4	1	3	3	11	ไม่เคยส่ง
3.GCOP LABEL CO.,LTD.	01-เม.ย.-65	Packing Acc.	สติ๊กเกอร์, ฉลาก	4	1	3	3	11	เคยส่งของแล้ว ประเมิน 11 คะแนน

11-12 คะแนน : Recommended

10-9 คะแนน : Good

< 8 คะแนน : Need for improvement

ผลลัพธ์เชิงคุณภาพและปริมาณ ในปี 2022

1.2 การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกัน

□ การกำหนดหลักเกณฑ์ประเมินคู่ค้า (Current Suppliers)

ผลลัพธ์ ในปี 2022 บริษัทได้ประเมิน 23 คู่ค้าหลัก ซึ่งมี 19 รายผ่านเกณฑ์ประเมินมากกว่า 80% ส่วน 4 ราย ที่มีระดับคะแนน 75% ได้ประชุมและขอ Action Plan เพื่อสามารถผ่านเกณฑ์การประเมิน 80% ในรอบการประเมินครั้งต่อไปในเดือนกรกฎาคม 2023 (ซึ่งได้ผ่านเกณฑ์ประเมินทั้ง 4 รายแล้ว)

Supplier	Performance				ESG	รวม
	คุณภาพวัตถุดิบทางกายภาพ	คุณภาพวัตถุดิบทางเคมี	การส่งมอบทันตามกำหนดเวลา	ความรับผิดชอบต่อในการแก้ไขปัญหาของวัตถุดิบ		
กลุ่มผ้า						
1.เอเทค	4	4	3	4	4	19
2.เพ็ญน้อยเชียว	4	3	4	4	4	19
3.นันทยาง	3	3	3	3	4	16
4.เจมมานิค	3	3	3	3	4	16
5.แคปิตอล	3	3	4	3	4	17
6.CHUGH TRADING LTD., PART	3	3	3	3	3	15
7.มจก. สหไทยซินติเทคไทเบอร์	4	4	1	3	3	15
8.บริษัท จงสถิตย์ จำกัด	3	3	2	3	4	15
9.บริษัท เวลด์นิคตั้ง เท็กซ์ไทล์ จำกัด	3	4	3	2	3	15
กลุ่มลูกไม้						
1.เพ็ญมาเลข	3	3	4	4	4	18
2.SAKAE LACE	4	4	4	4	4	20
3.FUJIAN HANNICE	3	4	4	4	4	19
4.ไทยทาเคอะเลซ	4	4	3	3	4	18
5.GAYOU	4	4	4	4	4	20
6.Tianhai Lace	4	4	3	3	4	18
กลุ่มยาง , ตะขอ						
1.ทวีเท็กซ์	4	4	4	4	4	20
2.ยูไนเต็ค แฟบริค	4	4	4	4	4	20
3.เท็กซ์โก้	3	4	4	4	4	19
4.TEXCO HOOK&EYE	3	4	4	4	4	19
5.ยูแทกซ์	4	4	4	4	4	20
6.Prym Intimate HK	4	4	3	3	3	17
7.PT.Stretchline	3	3	3	3	4	16
8.Dynafield HK	3	3	3	3	4	16
18-20 คะแนน : Recommended						
15-17 คะแนน : Good						
< 15 คะแนน : Need for improvement						

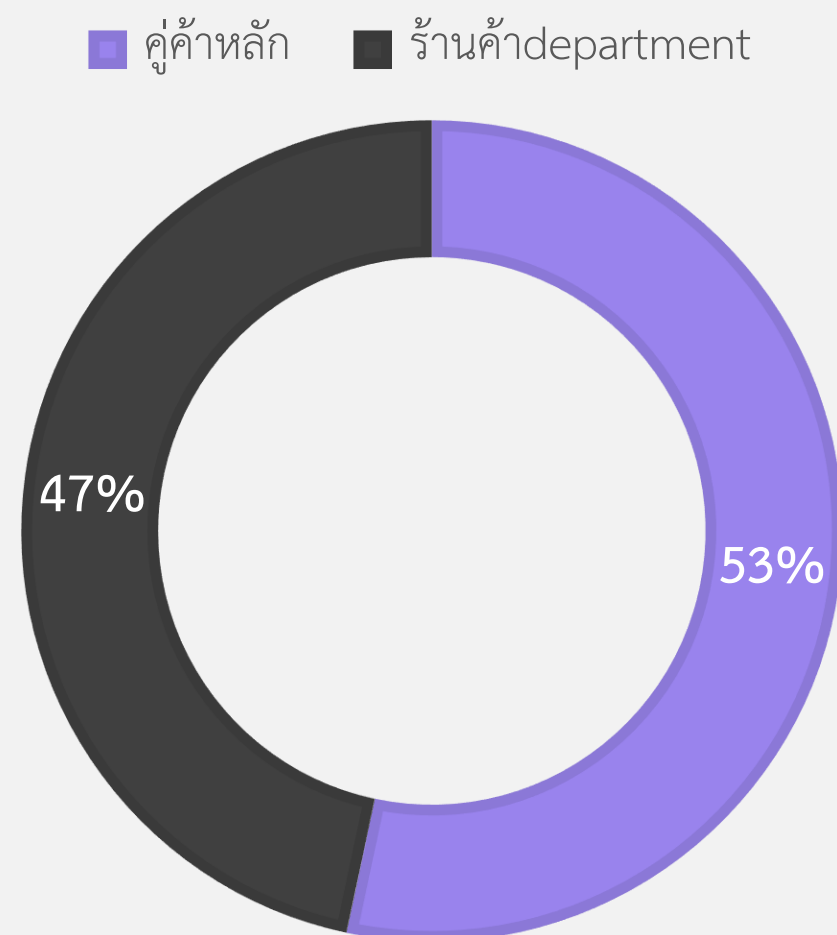
แผนการดำเนินงาน ในปี 2022

สร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน ในโครงการ ESG : โละแล้วไปไหน เปลี่ยนชุดชั้นในเก่าเป็นพลังงานสะอาด

- ✓ ประชาสัมพันธ์และนำเสนอโครงการให้พันธมิตรรับทราบข้อมูลโครงการ
- ✓ จัดการประชุมโครงการฯ รูปแบบออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชัน Microsoft Teams ในวันอังคารที่ 26 กรกฎาคม 2022 ร่วมกับพาร์ทเนอร์ทั้ง 16 องค์กร



ผลลัพธ์เชิงคุณภาพและปริมาณ ในปี 2022



1.2 การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกัน

การสร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ในการเข้าร่วมโครงการ ESG บราโละ (New Life Bra Cycle) เปลี่ยนชุดชั้นในเก่าเป็นพลังงานสะอาด เพื่อร่วมกันลดอัตราการปล่อย GHG จากการกำจัดชุดชั้นในเก่า

ผลลัพธ์ ในปี 2022 สามารถเชิญชวนคู่ค้าเข้าร่วมโครงการบราโละมากกว่าเป้าหมาย 20 ราย โดยสามารถทำได้ถึง 30 พันธมิตร แบ่งเป็น คู่ค้าหลัก 16 ราย คิดเป็น 53 %

ผลลัพธ์เชิงคุณภาพและปริมาณ ในปี 2022

1.2 การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกัน

การสร้างความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ในการเข้าร่วมโครงการ ESG

CAC with Suppliers เพื่อสนับสนุนให้คู่ค้าดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส

ผลลัพธ์ ในปี 2022 สามารถดูแลให้คู่ค้า รับทราบนโยบายการต่อต้านทุจริต และนโยบายการงดรับของขวัญ

943 ราย นอกจากนี้ในเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2022 ได้ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนคู่ค้าหลัก เพื่อร่วมประกาศเจตนารมณ์ในการต่อต้านทุจริต ซึ่งเริ่มทยอยประกาศเจตนารมณ์ไปแล้ว 10 ราย ดังนี้

No.	Supplier	No.	Supplier
1	บริษัท เท็กซโก้ อินดัสตรี จำกัด	6	ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชุก เทรดดิ้ง
2	บริษัท เพลิน่าเลซ จำกัด	7	บริษัท แคปิตอล ทริคอท จำกัด
3	บริษัท ลิเบอร์ตีพลาสติก จำกัด	8	บริษัท Coats (ประเทศไทย) จำกัด
4	บริษัท เพ็นน์ เอเชีย จำกัด	9	บริษัท เอเชีย นีโคโนแอส จำกัด
5	บริษัท วงศ์เอกอุตสาหกรรม จำกัด	10	บริษัท เจมมานิต จำกัด

คำถามที่ 1.1

การบริหารประเด็นสำคัญด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

ประเด็นที่สำคัญที่มีความสำคัญด้านเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตระยะยาวของบริษัท สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็นคือ

1

การบริหารจัดการวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป (Supply Chain Management) ซึ่งเป็นสัดส่วนของเงินลงทุนหลักของบริษัท มากกว่า 40%

2

การเพิ่มยอดขายเพื่อสร้างการเติบโตแบบยั่งยืน ในที่นี้ ขอยกตัวอย่างการขยายการเติบโต ในต่างประเทศที่ประเทศฟิลิปปินส์



“ทำให้การเติบโตของ MODA ใน
ฟิลิปปินส์ เหมือนการเติบโตของ
SABINA ในไทย”

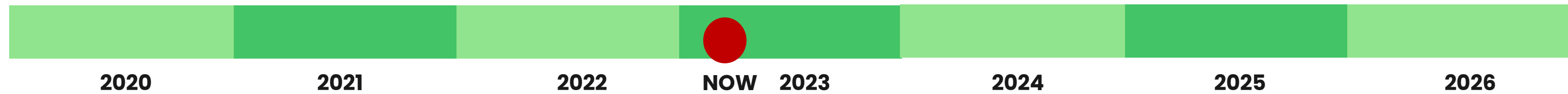
กลยุทธ์การเติบโตของ MODA SBN INC.

SABINA

หนึ่งในแผนระยะยาวของ SABINA คือการนำพา SABINA ก้าวสู่
ความเป็น Regional brand แต่ไม่ใช่ว่า SABINA พึ่งสนใจในประเทศ
ฟิลิปปินส์ เรามีการขายในต่างประเทศมาเป็นเวลานานแล้วผ่านรูปแบบ
ตัวแทนจำหน่าย แต่ในไตรมาสที่ 1 ปี 2023 เราได้ตัดสินใจ M&A กับ MODA
SBN INC. ตัวแทนจำหน่ายของ SABINA ในประเทศฟิลิปปินส์

ทำไมถึงต้องเป็นฟิลิปปินส์ และทำไมต้องเวลานี้ ความน่าสนใจ อยู่ที่
จำนวนประชากรของฟิลิปปินส์มีมากกว่าไทยเกือบเท่าตัว และส่วนใหญ่อยู่ใน
วัยทำงาน ในปี 2022 ฟิลิปปินส์มี GDP Per Capita อยู่ที่ 3,528 ดอลลาร์
สหรัฐต่อปี ใกล้เคียงกับ GDP Per Capita ของไทยในปี 2001 ที่ 3,511
ดอลลาร์สหรัฐต่อปี อีกทั้ง MODA หลังปรับแผนการทำงาน เริ่มทำกำไรในปี
2022 จึงเป็นจังหวะและโอกาสอันดีในการทำกิจกรรม M&A ครั้งนี้

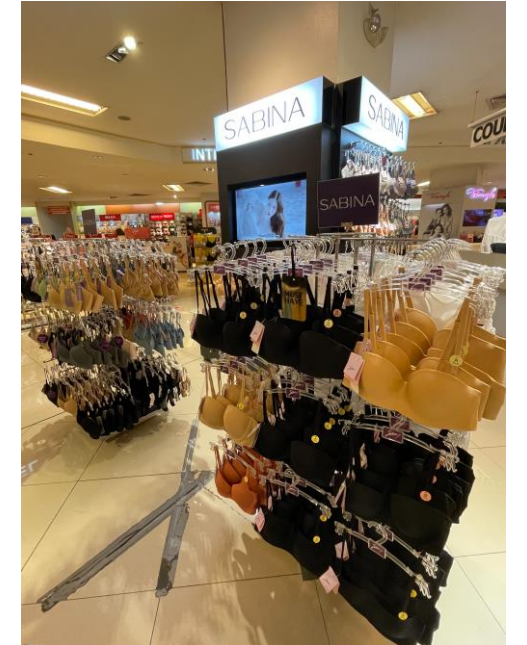
เมื่อย้อนมาดู SABINA ในปี 2007 ที่เข้าตลาดหลักทรัพย์มาได้ 1 ปี
ขณะนั้นมียอดขายจาก Brand ที่ 903 ล้านบาท ปัจจุบัน Sabina มียอดขาย
จาก Brand อยู่ที่ 2,815 ล้านบาท ในระยะเวลา 15 ปี Sabina สามารถสร้าง
ยอดขายได้เพิ่มขึ้น 1,912 ล้านบาท ถ้าเราสามารถนำข้อมูลที่ Sabina มีไปใช้
กับ MODA ได้ นี่จึงเป็นที่มาของกลยุทธ์



SHORT-TERM GOAL

3 YEARS

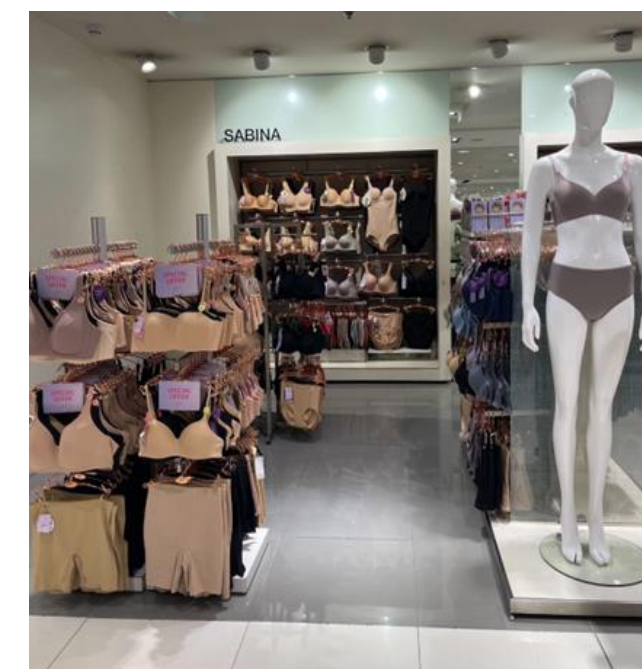
- ขยายสาขาให้ครอบคลุมเน้นเขตเมืองก่อนขยายไปต่างจังหวัด
- เริ่มสร้างรายได้จากช่องทางการขาย Online
- ปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานเพิ่มยอดขายและลดค่าใช้จ่ายโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน
- สร้างกำไรสุทธิ



LONG-TERM GOAL

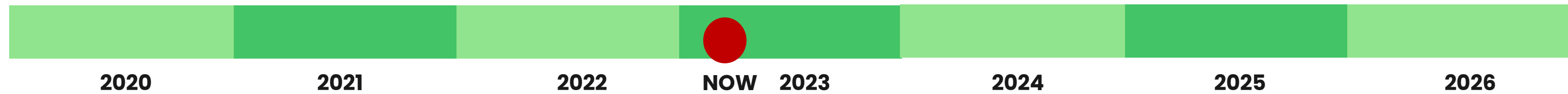
5 YEARS

- สร้างยอดขายมากกว่า 100 ล้านบาท
- เพิ่ม % สัดส่วนการขายทาง Online
- เปิดร้านในลักษณะ Stand Alone Shop และ Pop Up Store
- เริ่มทำการตลาดเพื่อกระตุ้นการเติบโตในประเทศ



แผนการดำเนินงานในปี 2022

SABINA



1

การจัดโปรโมชั่น ,Event และจัดระเบียบสินค้าในแต่ละช่องทาง

2

การขยายจุดขาย

3

ปรับโครงสร้างและวิธีการขายออนไลน์
โดยนำพื้นฐานความสำเร็จจากไทยไปต่อยอด

4

ปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานลดค่าใช้จ่ายและสร้างกำไรสุทธิ



แผนการดำเนินงานในปี 2022

SABINA

1

การจัดโปรโมชั่น ,Event และจัดระเบียบสินค้าในแต่ละช่องทาง

นำกิจกรรมการขายในไทย ที่ประสบความสำเร็จ ไปทดลองทำ เพื่อสร้างความแตกต่าง และเกิดยอดขายที่สูงขึ้น ทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการจัดโปรโมชั่น เพิ่มสื่อการตลาด ณ.จุดขาย

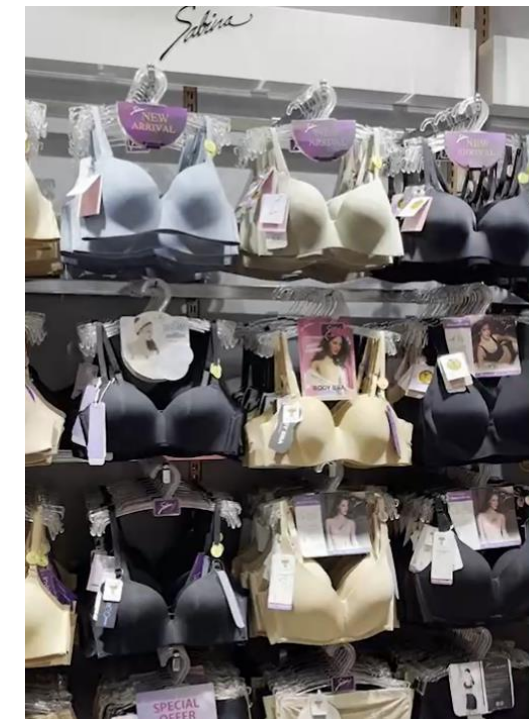
จัดโปรโมชั่นแบบ แพ็ค 2 ชิ้น



ขอพื้นที่ จัด Event ช้างบันไดเลื่อน



การใช้ป้าย NEW ARRIVAL



แผนการดำเนินงานในปี 2022

SABINA

2

การขยายจุดขาย

ขยายจุดจัดจำหน่าย ให้ครอบคลุมเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นการขยายตัวในหัวเมืองหลักก่อน และขยายสู่เขตเมืองรอง



สาขาเดิมที่มีอยู่



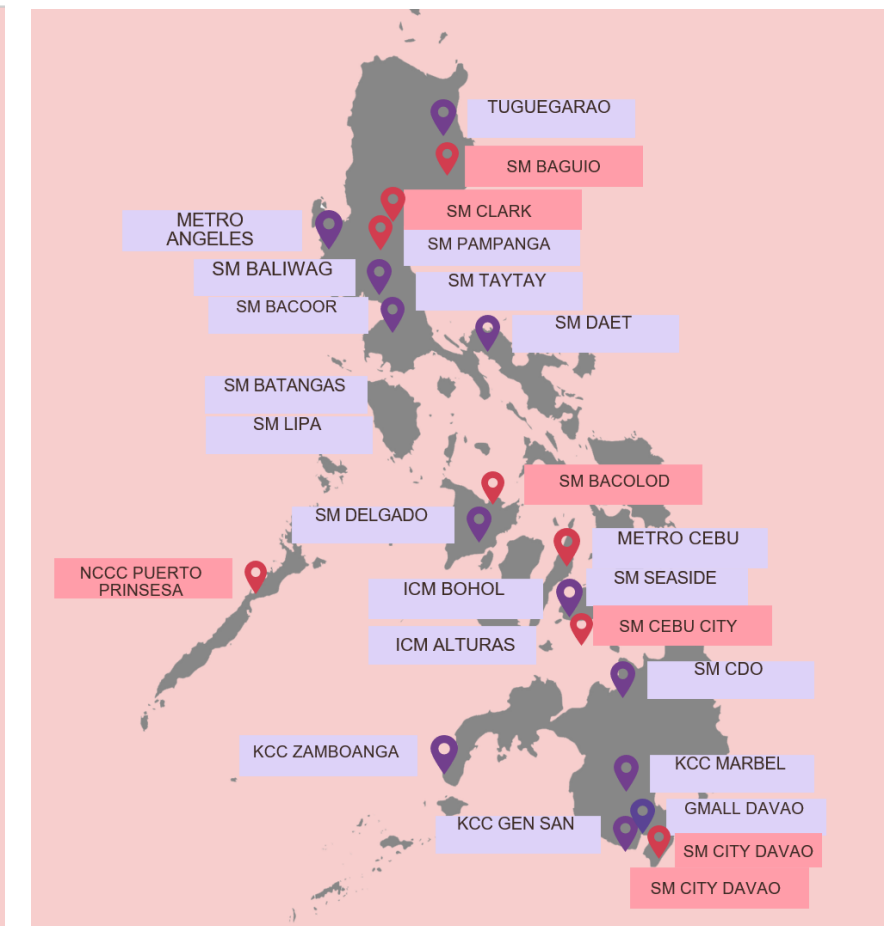
กำลังจะเปิด

จำนวนสาขาในประเทศฟิลิปปินส์

2019	2020	2021	2022
30	31	34	36



METRO MANILA



OTHER PROVINCIAL

แผนการดำเนินงานในปี 2022

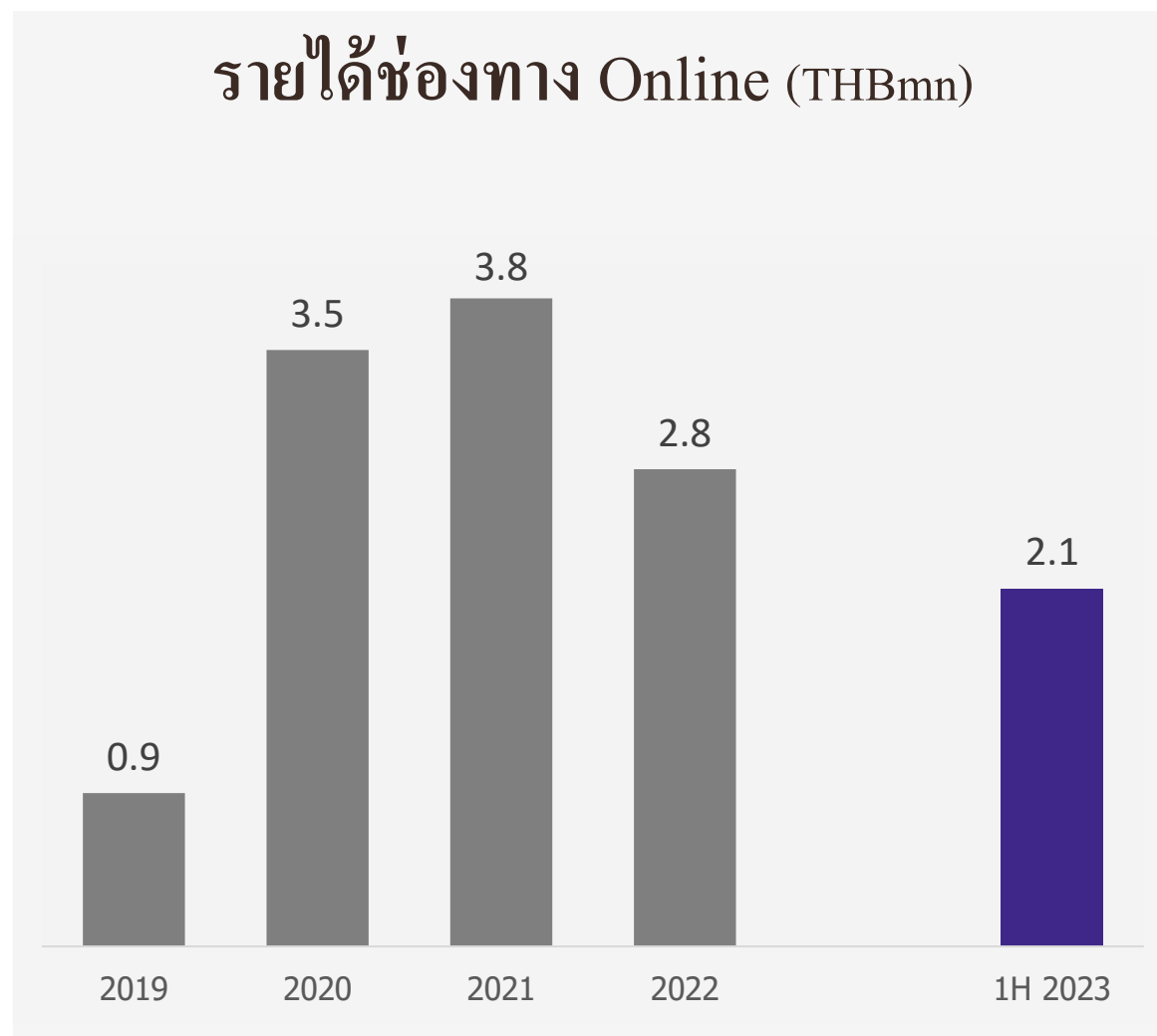
SABINA

3

ปรับโครงสร้างและวิธีการขายออนไลน์
โดยนำพื้นฐานความสำเร็จจากไทยไปต่อยอด

เพื่อให้การขาย online เติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างสินค้าและวิธีการขายใหม่ โดยจะเห็นจากยอดขายที่เกิดขึ้นในปี 2023 เป็นไปตามทิศทาง ที่ได้มีการปรับปรุง ถือว่าสำเร็จ

รายได้ช่องทาง Online (THBmn)



Sabina
LazMall Flagship Store | 21235 Followers
97% Positive Seller Ratings

SABINA

Sabina Function Shapewear Collection Nylon Spandex...
₱120.17
73% off
513 sold | ★★★★★ (71)
Metro Manila

Pretty Perfect
Collection of SABINA

LazMall Seamless Wireless Non Push Brawith Side Wing Control...
₱999
58 sold | ★★★★★ (10)
Metro Manila

Sabina
sabinaph
Shopee Mall 41K Followers | 6 Following

Seamless Fit
SBH6038 Nonwire Padded Push-Up Bra (Skintone)
Any 3 enjoy 15% off
₱1,299
★★★★★ 112 sold
Marikina City, Metro Manila

Sabina Pretty Perfect
SBU8200 Nonwired, Padded, Non-Push U...
Any 3 enjoy 15% off
₱1,199
★★★★★ 221 sold
Marikina City, Metro Manila

แผนการดำเนินงานในปี 2022

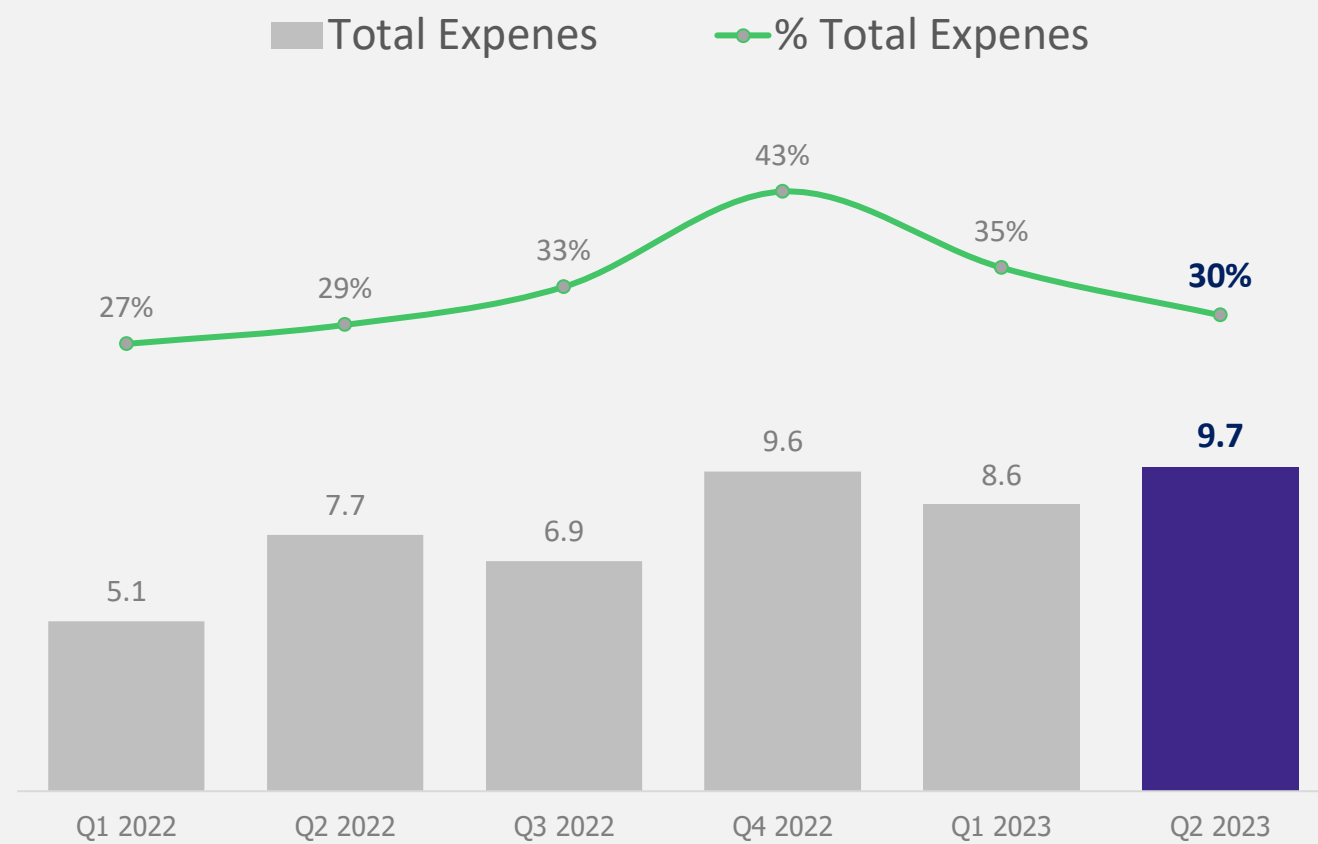
SABINA

4

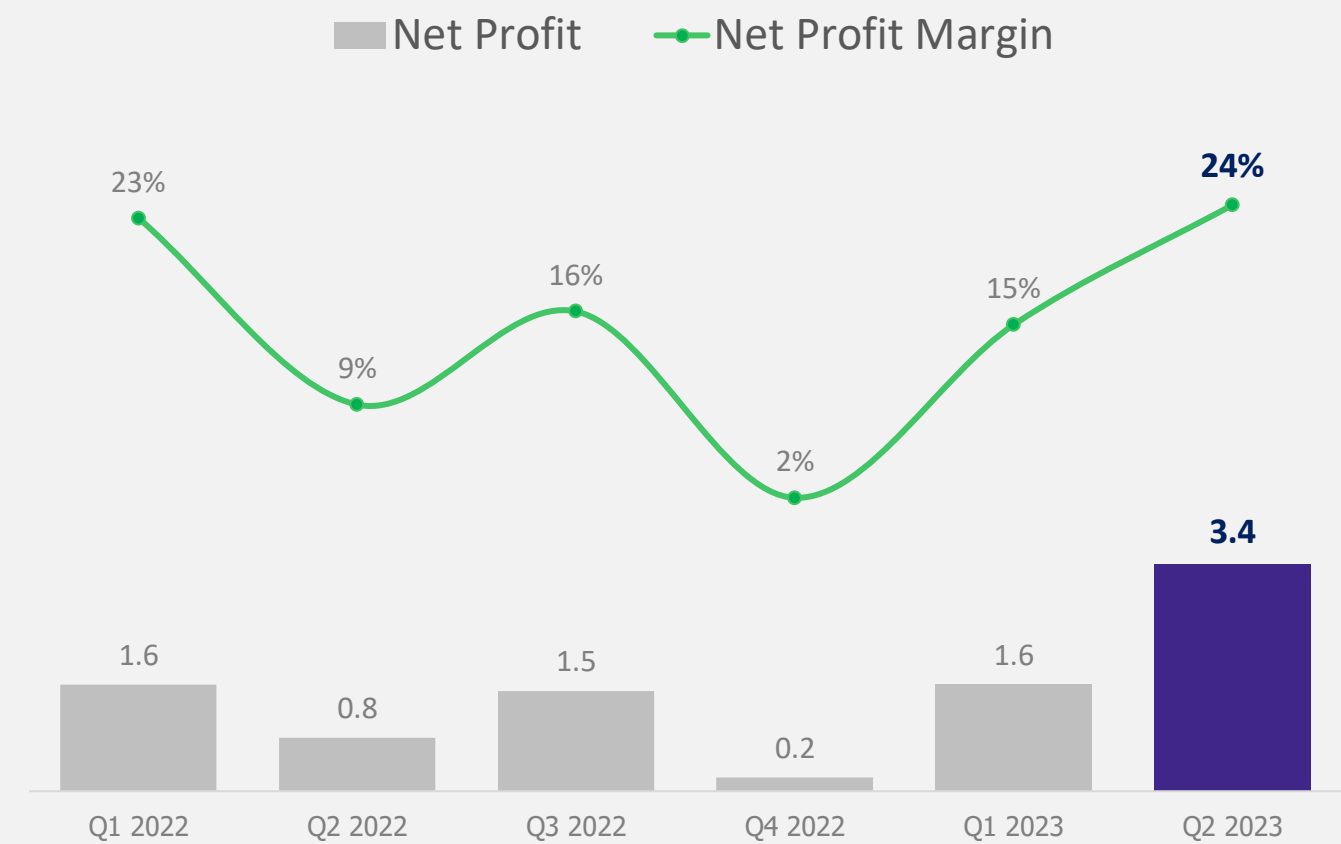
ปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานลดค่าใช้จ่ายและสร้างกำไรสุทธิ

มีการปรับปรุง ประสิทธิภาพโดยใช้หลักการ ลดความสูญเปล่า ไปใช้ในระบบการทำงาน เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ให้ดีขึ้น

Total Expense (THBmn)



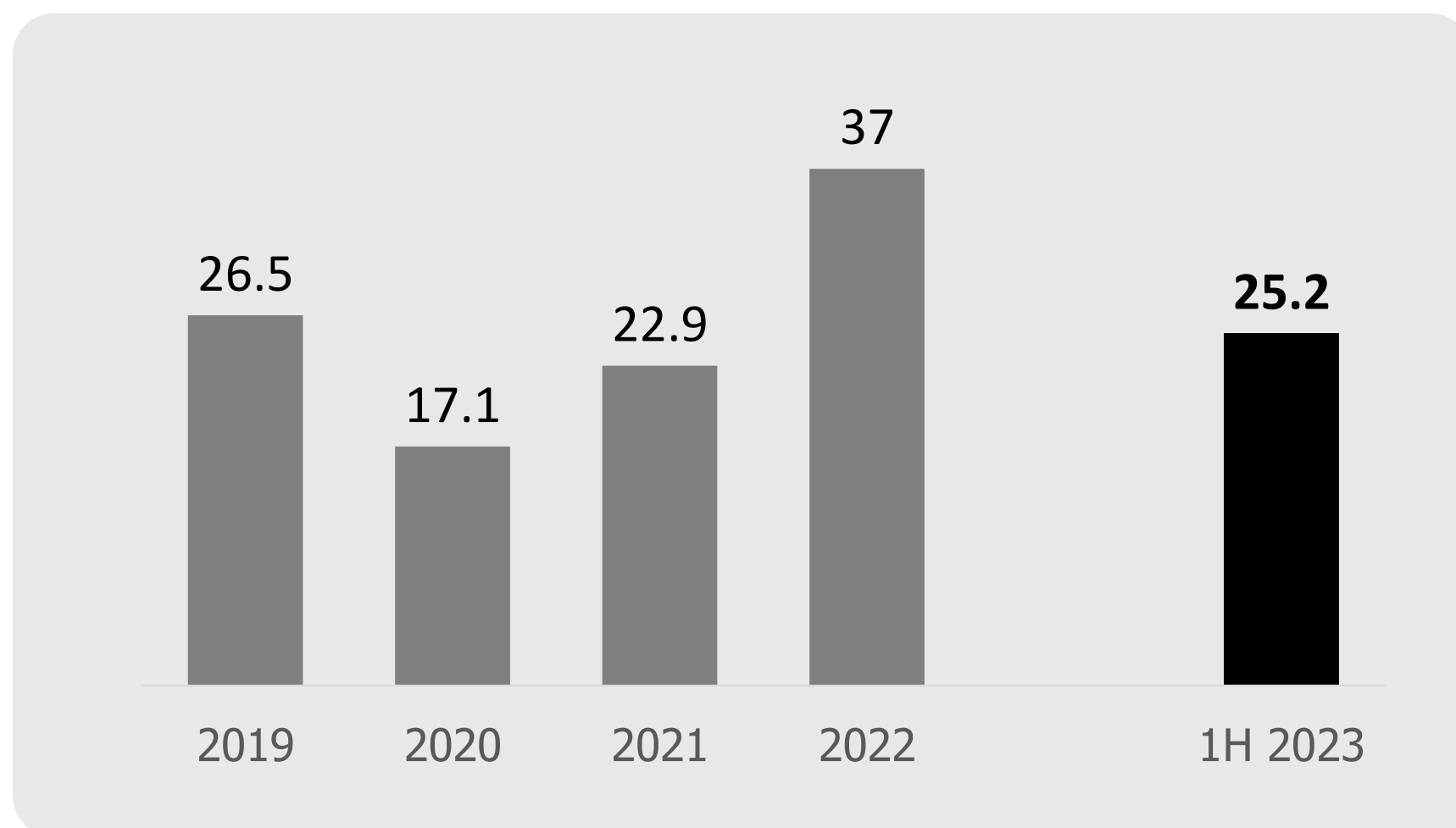
Net Profit (THBmn)



สรุปผลลัพธ์ในปี 2022

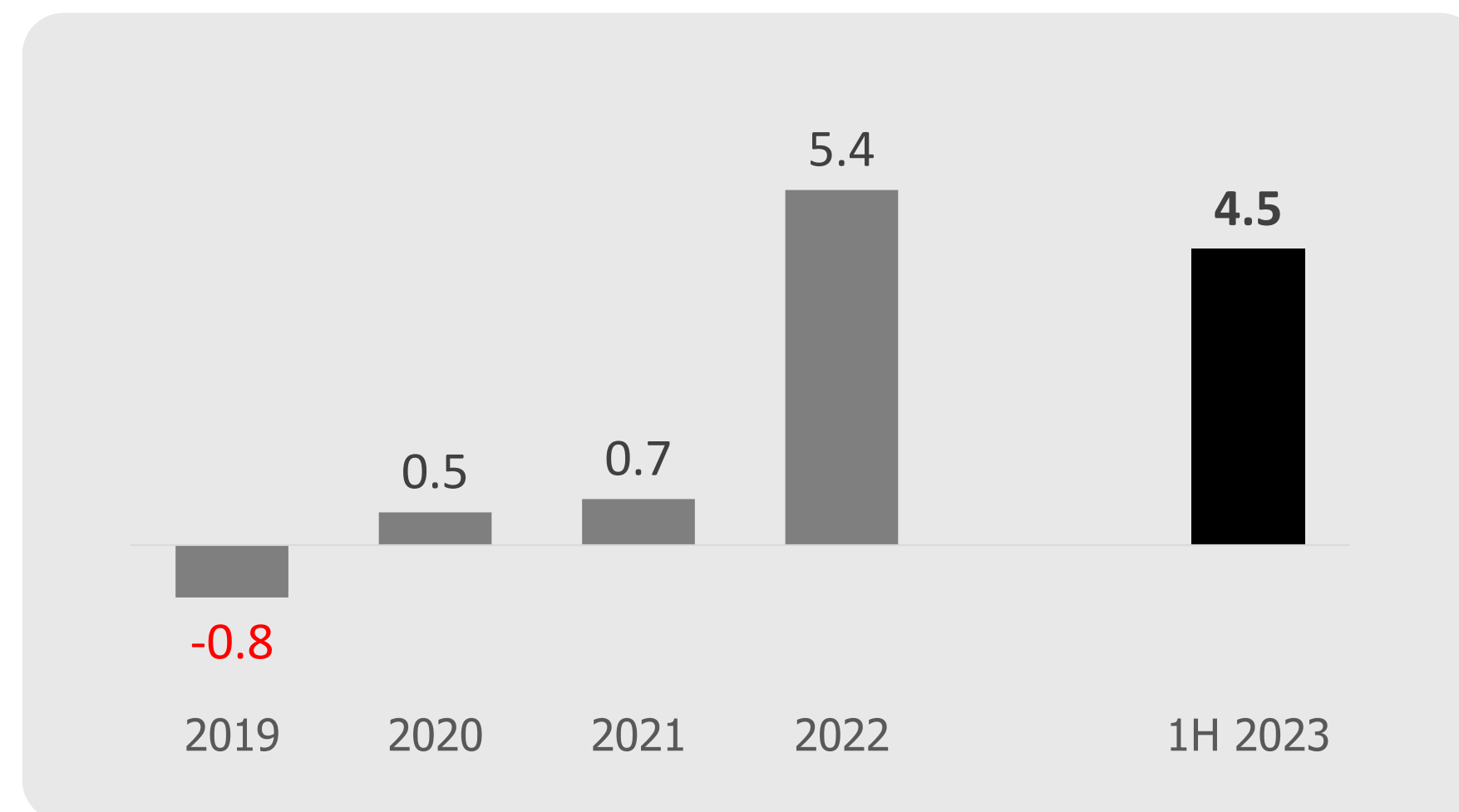
SABINA

1. สร้างยอดขายให้เติบโต และมีแนวโน้มที่จะเกิด New High ในปี 2023



มีการปรับปรุง ประสิทธิภาพโดยใช้หลักการ ลดความสูญเปล่า ไปใช้ในระบบการทำงาน เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ให้ดีขึ้น

2. ปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานและสร้างกำไรสุทธิ



หลังจากการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องโดยใช้หลักการ ลดความสูญเปล่าในปี 2022 ประสิทธิภาพในการทำงานปรับตัวดีขึ้น ค่าใช้จ่ายปรับลดลงอย่างต่อเนื่อง จนสะท้อนให้เห็นผลกำไร ที่สูงขึ้นตั้งแต่ปี 2022 และมีแนวโน้มดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจาก ผลกำไร ครึ่งปีแรกของปี 2023

คำถามที่ 1.2

โครงสร้างและระบบการกำกับดูแลกิจการที่ครอบคลุมทั้งกลุ่มบริษัทรวมถึงธุรกิจ
ต่างประเทศที่จะสร้างความรับผิดชอบ ความโปร่งใส และเชื่อถือได้ทางงบการเงินและ
ข้อมูลอื่นๆที่รายงานต่อสาธารณชน

บริษัทมีการบริหารงานโดยยึดถือแนวปฏิบัติตามหลักการ
กำกับดูแลกิจการที่ดี โดยตระหนักถึงความสำคัญและ
ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท
อย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้ในปี 2561- 2022 บริษัทได้รับ
การประเมินจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
(IOD) อยู่ในระดับ “ดีเลิศ”



SABINA

ไตรมาสที่ 1 2023

บริษัทฯ ตัดสินใจ M&A กับ MODA SBN INC.
ตัวแทนจำหน่ายของ SABINA ในประเทศฟิลิปปินส์

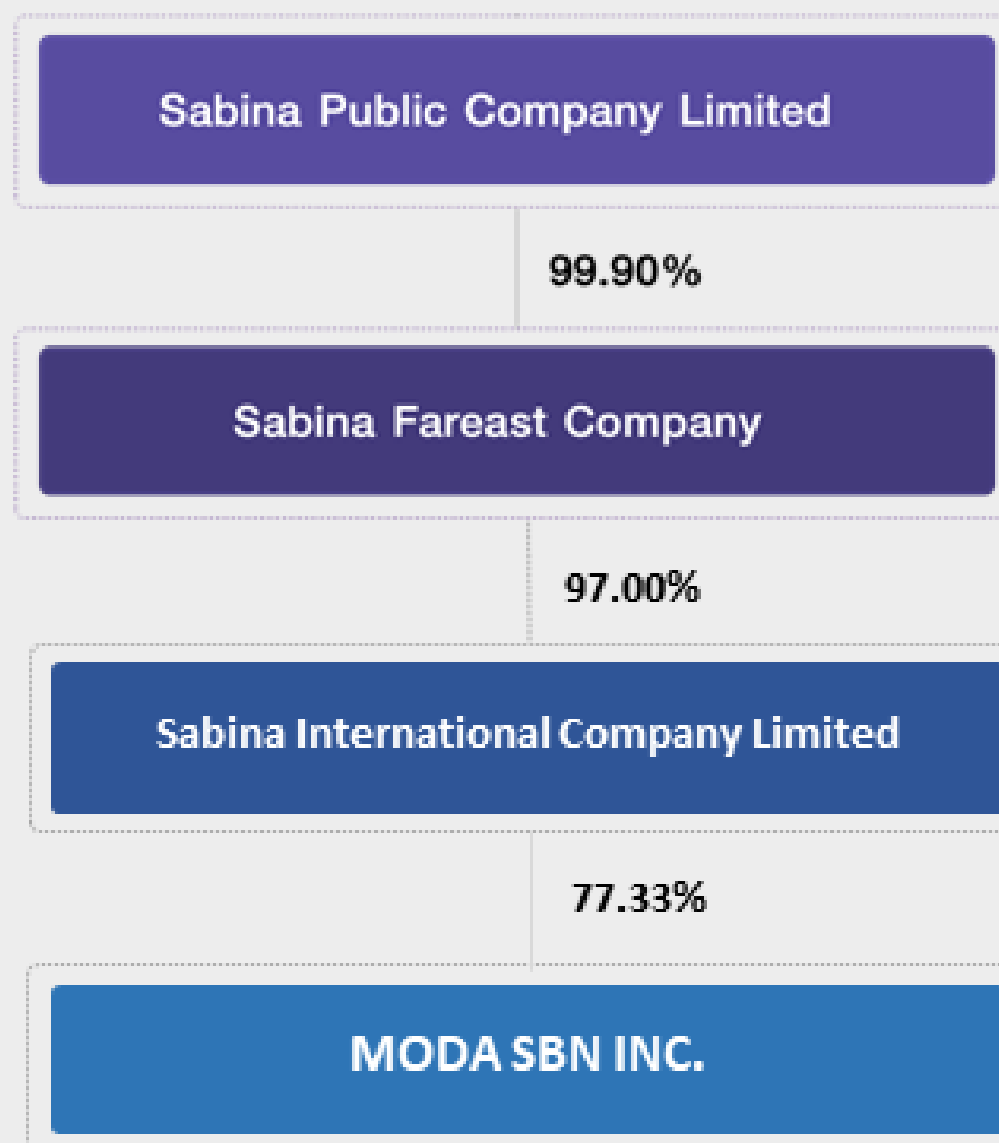


โครงสร้างของบริษัท

บริษัทมีการปรับโครงสร้างการบริหารภายใน ในระดับบริหารยุทธศาสตร์ให้เกิดความคล่องตัว และเป็นเอกภาพมากยิ่งขึ้น

SABINA

Shareholding Structure of The Company Group



การกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อม

SABINA

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้ให้ความเห็นชอบในการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ แผนงานทางธุรกิจและนโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อม ถือหุ้นในบริษัทย่อยร้อยละ 99.90 และบริษัทย่อยถือหุ้นในบริษัทย่อยทางอ้อมร้อยละ 97.00 และ ร้อยละ 77.33

บริษัทมีนโยบายในการกำกับดูแลกิจการและการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อมเช่นเดียวกันกับบริษัท โดยมีฝ่ายจัดการของบริษัทเป็นกรรมการที่เป็นผู้มีอำนาจลงนามและเป็นผู้บริหารจัดการบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อมเพื่อให้เป็นไปตามความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัทในการกำหนด วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ นโยบาย แผนงานทางธุรกิจและการจัดงบประมาณของบริษัท โดยจัดให้มีการประชุมคณะกรรมการบริษัท และ ผู้บริหารของบริษัทบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อควบคุมดูแลให้เป็นไปตามนโยบายในการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการดำเนินงานตามเป้าหมายของบริษัท เพื่อควบคุมในเรื่องของการกำหนดนโยบายทางการเงินและการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถที่จะติดตามดูแลควบคุมการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามระบบการควบคุมภายในที่ดีบริษัทจึงได้กำหนดหลักเกณฑ์ที่สำคัญดังนี้

- คณะกรรมการบริษัท ได้มีนโยบายให้บริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อมมีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสม และเพียงพอโดยให้สำนักงานตรวจสอบภายในของบริษัทเป็นผู้ติดตามดูแลและควบคุมระบบการควบคุมภายในของบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อมอยู่เป็นประจำ
- บริษัทได้กำหนดทิศทางในการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อมในการปฏิบัติและเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญตามหลักเกณฑ์ต่างๆระหว่างบริษัท บริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อม หรือบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อมกับบุคคลภายนอกเช่นการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน หรือการทำรายการสำคัญอื่นใด ให้ครบถ้วนถูกต้อง
- ข้อตกลงระหว่างบริษัทกับผู้ถือหุ้นอื่นในการบริหารกิจการบริษัทย่อยและบริษัทย่อยทางอ้อมไม่มี

การกำกับดูแลการ ดำเนินงานของบริษัทย่อย และบริษัทย่อยทางอ้อม

SABINA

ทั้งนี้ การกำหนดนโยบาย หลักปฏิบัติ รวมถึงการสร้างระบบการควบคุมภายใน เพื่อป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน จะส่งผลให้ความโปร่งใสและการกำกับดูแลกิจการที่ดี เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ตรวจสอบได้ จากนโยบายดังกล่าวได้กำหนดเป็นมาตรการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้น

บริษัทฯ ได้ร่วมลงนามประกาศเจตนารมณ์ในโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันและบริษัทฯ ได้รับมอบใบรับรองเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2558 ซึ่งจะมีการตรวจสอบจากภายนอกทุก 3 ปี โดยวันที่ 31 มีนาคม 2564 ได้ผ่านการรับรองการต่ออายุใบรับรอง (เป็นการต่ออายุใบรับรองครั้งที่ 3) และใบรับรองจะหมดอายุในวันที่ 30 มีนาคม 2567

ทั้งนี้ บริษัทฯ และบริษัทย่อย ได้นำนโยบายมาจัดทำมาตรการในทางปฏิบัติโดยให้แต่ละหน่วยงานมีส่วนร่วมในการกำหนดวิธีปฏิบัติของหน่วยงานตนเองเพื่อให้ควบคุมการทำงานได้อย่างเหมาะสม โดยมีแนวทางจากส่วนกลางที่เป็นแนวทางร่วมกันขององค์กร และเพิ่มเติมในส่วนของแต่ละหน่วยงานให้สอดคล้องกับการดำเนินงานอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งคณะกรรมการบริษัท ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย มีนโยบายให้บุคลากรของบริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ไม่แสวงหาผลประโยชน์หรือผลกำไรใด ๆ ที่นำไปสู่การทุจริตคอร์รัปชัน ได้มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการรับ การให้ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์อื่นใด และการเลี้ยงรับรอง รวมทั้งขั้นตอนและการควบคุมที่สามารถตรวจสอบ เพื่อให้เกิดความมั่นใจของการรับ การให้ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์อื่นใด และการเลี้ยงรับรอง ที่ตรงตามนโยบายที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยกำหนดไว้ และไม่นำไปสู่การทุจริตคอร์รัปชัน

โดยบริษัทได้มีจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจเพื่อใช้เป็นกรอบการปฏิบัติของทุกคนในองค์กร เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมที่พึงประสงค์และใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาความเหมาะสมของพฤติกรรม หรือกระทำการที่อาจเสี่ยงต่อการขัดจรรยาบรรณ เพื่อหลีกเลี่ยงการกระทำการนั้นๆ

จรรยาบรรณในการ ดำเนินธุรกิจ

(CODE OF CONDUCT)

SABINA

1. จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

1.1 แนวทางในการดำเนินธุรกิจ

1.2 นโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

2. จรรยาบรรณบริษัท

2.1 การปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับของบริษัทและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

2.2 ความซื่อสัตย์ทางผลประโยชน์

2.3 ความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบริษัท

3. จรรยาบรรณต่อผู้มีส่วนได้เสีย

3.1 จรรยาบรรณว่าด้วยความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น

3.2 จรรยาบรรณว่าด้วยความรับผิดชอบต่อพนักงาน

3.3 จรรยาบรรณว่าด้วยความรับผิดชอบต่อลูกค้า

3.4 จรรยาบรรณว่าด้วยความรับผิดชอบต่อคู่ค้าและ หรือเจ้าหน้าที่

3.5 จรรยาบรรณว่าด้วยความรับผิดชอบต่อคู่แข่ง

3.6 จรรยาบรรณว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

3.7 จรรยาบรรณว่าด้วยความรับผิดชอบต่ออาชีวอนามัยและความปลอดภัย

4. จรรยาบรรณของพนักงาน

การเปิดเผยข้อมูลและ ความโปร่งใส

1. การเปิดเผยข้อมูลของบริษัท

บริษัทได้มีการเปิดเผยข้อมูลสำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทั้งในด้านการเงินและไม่ใช่ด้านการเงินซึ่งอาจมีผลกระทบต่อผลประโยชน์หรือการตัดสินใจของผู้ถือหุ้นในการลงทุนโดยได้จัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ ถูกต้องครบถ้วน และทันเวลาไว้ในรายงานประจำปี คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ข่าวประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านทางเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์และเว็บไซต์ของทางบริษัท www.sabina.co.th ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

การเปิดเผยข้อมูลและ ความโปร่งใส

2. การจัดทำรายงานทางการเงิน

เพื่อแสดงความรับผิดชอบในการจัดทำรายงานทางการเงิน ว่ามีความครบถ้วน ถูกต้อง โปร่งใส อย่างเพียงพอคณะกรรมการบริษัทฯ ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบต่อบการการเงินรวมของบริษัทฯ และสารสนเทศทางการเงินที่ปรากฏในรายงานประจำปีให้มีการจัดทำขึ้นตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไป โดยใช้นโยบายบัญชีที่เหมาะสมและถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลสำคัญอย่างเพียงพอในหมายเหตุประกอบงบการเงินตลอดจนได้มีการพิจารณาถึงความสมเหตุสมผลและความรอบคอบในการจัดทำงบการเงิน โดยคณะกรรมการบริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระ เพื่อทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับคุณภาพของรายงานทางการเงิน และระบบการควบคุมภายใน

การเปิดเผยข้อมูลและ ความโปร่งใส

3. บริษัทมีการเปิดเผยนโยบายการกำกับดูแลกิจการ
จริยธรรมและจรรยาบรรณของกรรมการบริษัท
4. คณะกรรมการบริษัท ได้กำหนดนโยบายการดูแลสังคม
และรักษาสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการ
ปฏิบัติตามนโยบายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ
5. บริษัท ได้มีการเปิดเผยการทำรายการระหว่างกัน ซึ่ง
บริษัทได้มีการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของก.ล.ต. โดยเปิดเผย
รายละเอียดของรายการอย่างครบถ้วนถูกต้อง

การเปิดเผยข้อมูลและ ความโปร่งใส

6. บริษัทมีการกำหนดนโยบายให้กรรมการของบริษัทต้องรายงานการซื้อ-ขายหุ้น/ถือครองหลักทรัพย์ของบริษัทให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัททราบทุกครั้ง
7. บริษัทมีการกำหนดนโยบายให้คณะกรรมการบริษัทรายงานการมีส่วนได้เสียของกรรมการบริษัทและผู้บริหารต้องรายงานให้บริษัททราบทุกครั้งถึงการมีส่วนได้เสียของตนและบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง ภายในสามเดือนนับแต่วันที่ได้รับแต่งตั้งหรือวันที่มีการเปลี่ยนแปลง

การเปิดเผยข้อมูลและ ความโปร่งใส

8. ค่าตอบแทนของกรรมการและผู้บริหาร

บริษัทมีการกำหนดนโยบายค่าตอบแทนกรรมการผู้จัดการ (CEO)/กรรมการบริษัท/ผู้บริหารระดับสูง โดยได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนในการกำหนดค่าตอบแทนโดยพิจารณาเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมเดียวกันให้ เป็นไปอย่างชัดเจนโปร่งใส และติดตามดูแลโครงสร้างค่าตอบแทนของคณะกรรมการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหารระดับสูง และผู้บริหาร รวมถึงการติดตามให้มีการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพิจารณาค่าตอบแทนที่เหมาะสม ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และได้มีการขออนุมัติจากคณะกรรมการ บริษัทและนำเสนอขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นประจำทุกปี

9. แนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการพัฒนาปรับปรุง ทุกช่องทางการขายด้วยหลักการลดความสูญเปล่า และเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในทุกขั้นตอนการดำเนินธุรกิจ โดยมีหัวใจสำคัญในการมุ่งเน้นการวางแผนอย่างเป็นระบบในทุกๆ หน่วยงาน ให้สอดคล้องกับแผนการตลาดที่วางไว้ มุ่งเป้าหมายเพื่อทำพันธกิจหลักขององค์กร 5 ข้อให้สำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย

- 1 Sabina Promise
- 2 Data-driven Organization
- 3 Sustainable Profitability
- 4 Lean Enterprise
- 5 ESG

การเปิดเผยข้อมูลและ
ความโปร่งใส

การเปิดเผยข้อมูลและ ความโปร่งใส

10. ความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน

คณะกรรมการบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศทั้งทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงินที่มีความครบถ้วนเพียงพอ โปร่งใส ทันเวลา และทั่วถึง โดยบริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศ และข่าวสารต่างๆ ให้ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.sabina.co.th เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยสะดวก และรวดเร็ว เช่น ข้อมูลลักษณะการประกอบธุรกิจ งบการเงิน โครงสร้างการถือหุ้น โครงสร้างองค์กร รายงานประจำปี หนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้น ข่าวจากสื่อมวลชน และข้อมูลอื่นๆ ที่จำเป็น

การเปิดเผยข้อมูลและ ความโปร่งใส

นอกจากนั้น ทางบริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relations) เพื่อให้บริการข้อมูล และข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ กับผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์ และประชาชนทั่วไป ตลอดจนการตอบข้อซักถาม ของนักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถติดต่อเข้ามาทางผู้ดูแลหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ คือ คุณบุญชัย ปิ่นทูล อัมพร และ คุณสมคิด ผดุงเกียรติศักดิ์ โดยผ่านทางอีเมล ir@sabina.co.th หรือโทรศัพท์ได้ที่ โทร.0-2422-9400

คำถามที่ 2

SABINA

การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

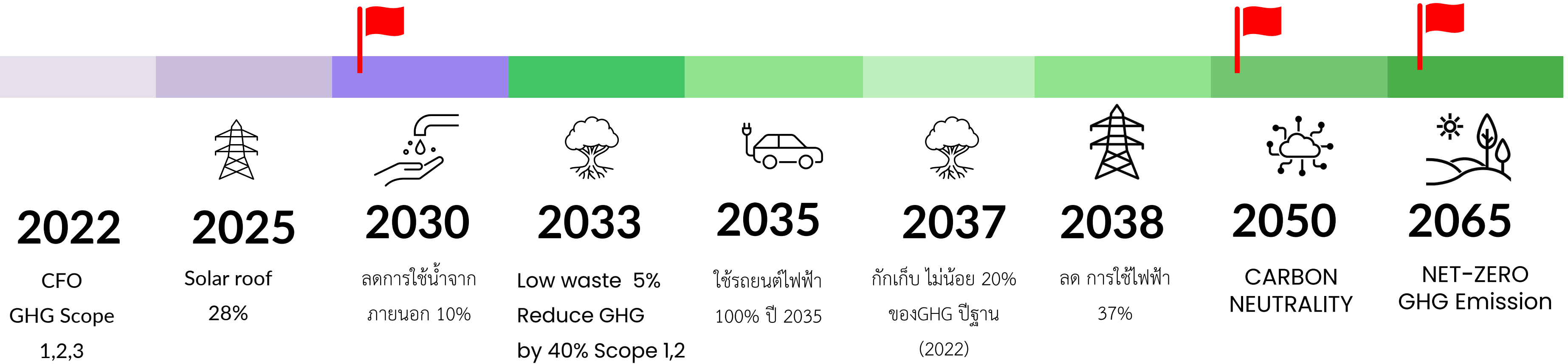
ซาบีน่า ได้เริ่มมีการกำหนดเป้าหมายในการจัดการความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิประเทศ โดยสิ่งแรกที่ได้ดำเนินการมาแล้ว คือ การวางเป้าหมายองค์กร เพื่อวางกรอบการปรับปรุง ให้เป็นรูปธรรม พร้อมกันนี้ยังได้มีการจัดทำ Carbon Footprint of Organization 2022 เพื่อเป็นฐานในการปรับปรุง และวัดผลตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ สำหรับกลยุทธ์หลักในการดำเนินการ ถูกแบ่งออกเป็น 2 โครงการหลักๆ ดังนี้ คือ

01 โครงการลดก๊าซเรือนกระจก

02 โครงการปลูกต้นไม้
และ Credit Carbon

ROADMAP TO NET ZERO

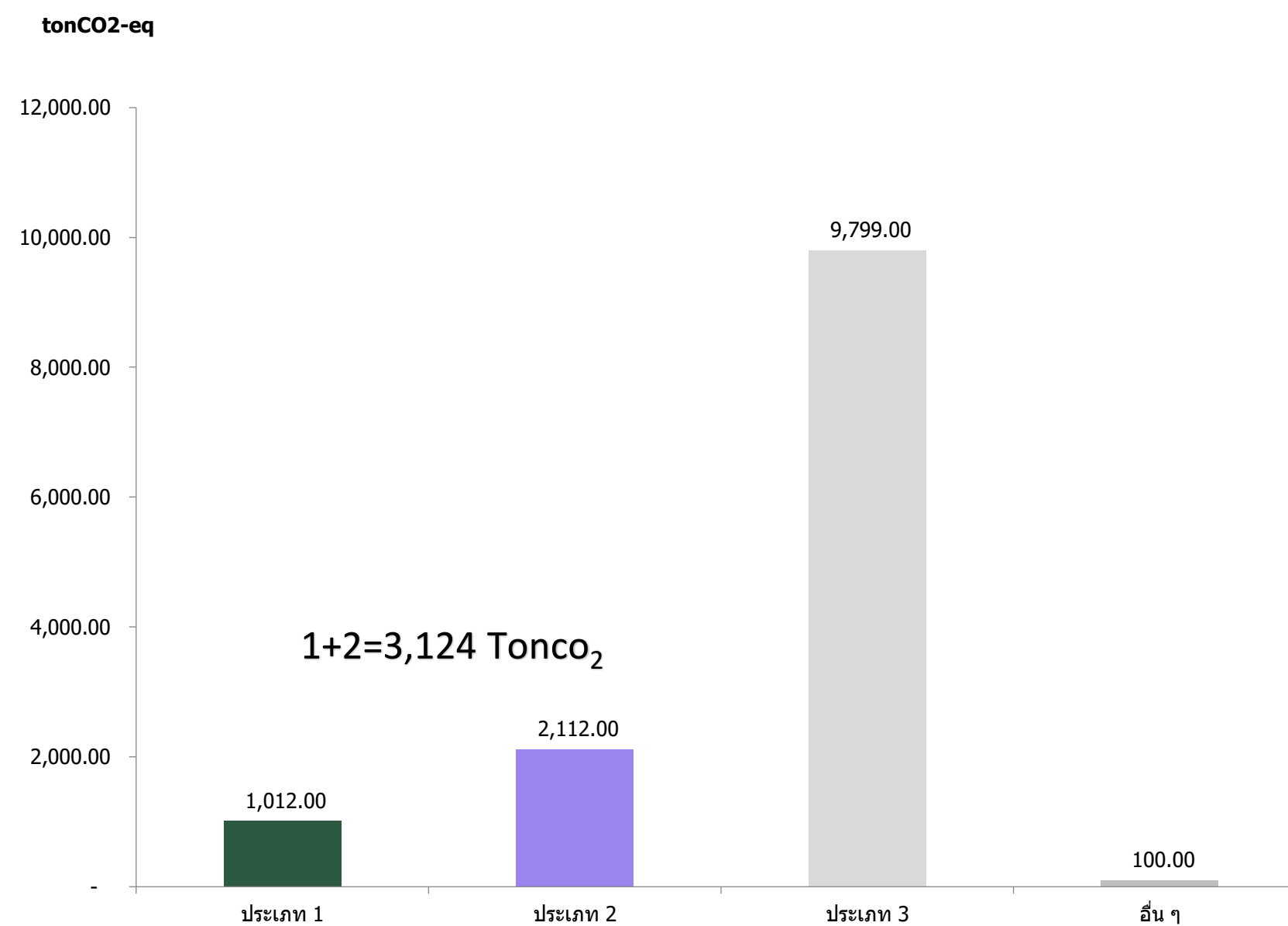
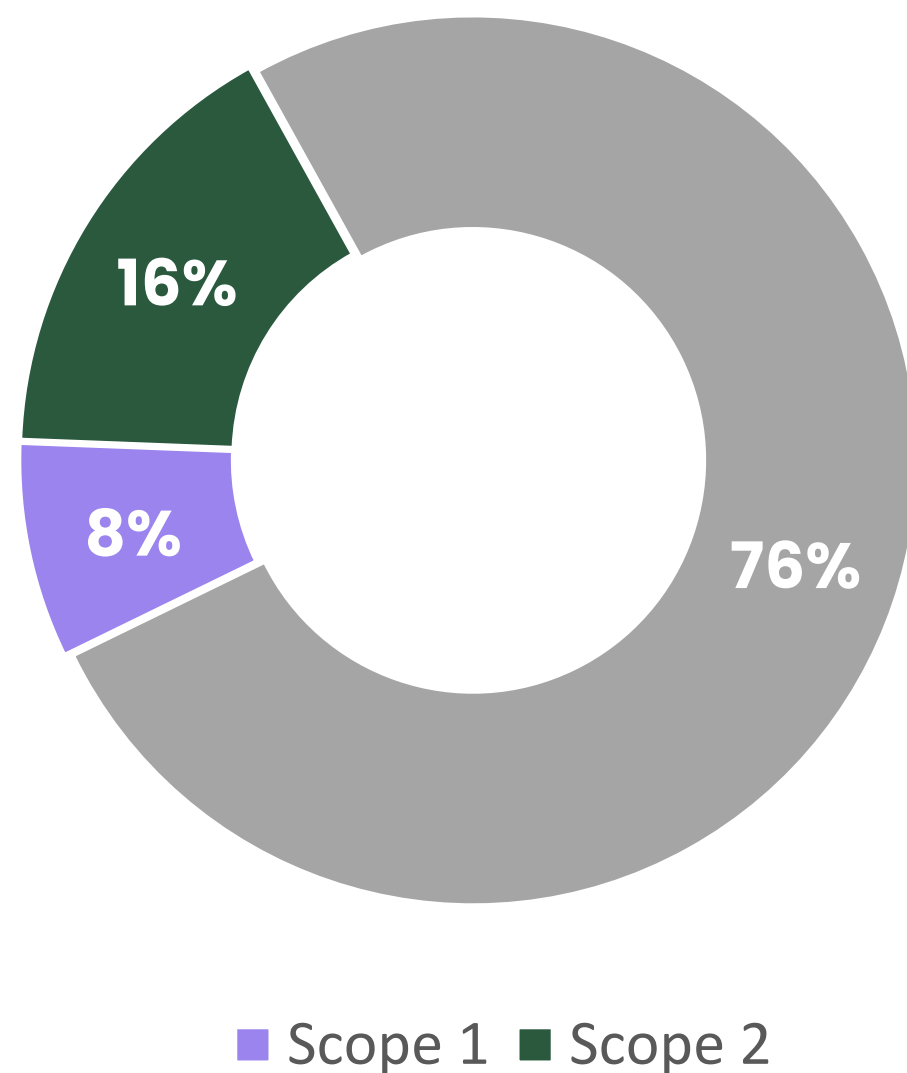
SABINA





CARBON FOOTPRINT OF ORGANIZATION 2022

สัดส่วน GHG



คำถามที่ 2

SABINA

การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

01 โครงการลดก๊าซเรือนกระจก

โครงการลดก๊าซเรือนกระจก แบ่งออกเป็น 4 กิจกรรมดังนี้

1.1 การบริหารจัดการ GHG Scope 1

1.2 การบริหารจัดการพลังงาน Scope2

1.3 การบริหารจัดการน้ำและน้ำทิ้ง

1.4 การจัดการของเสีย

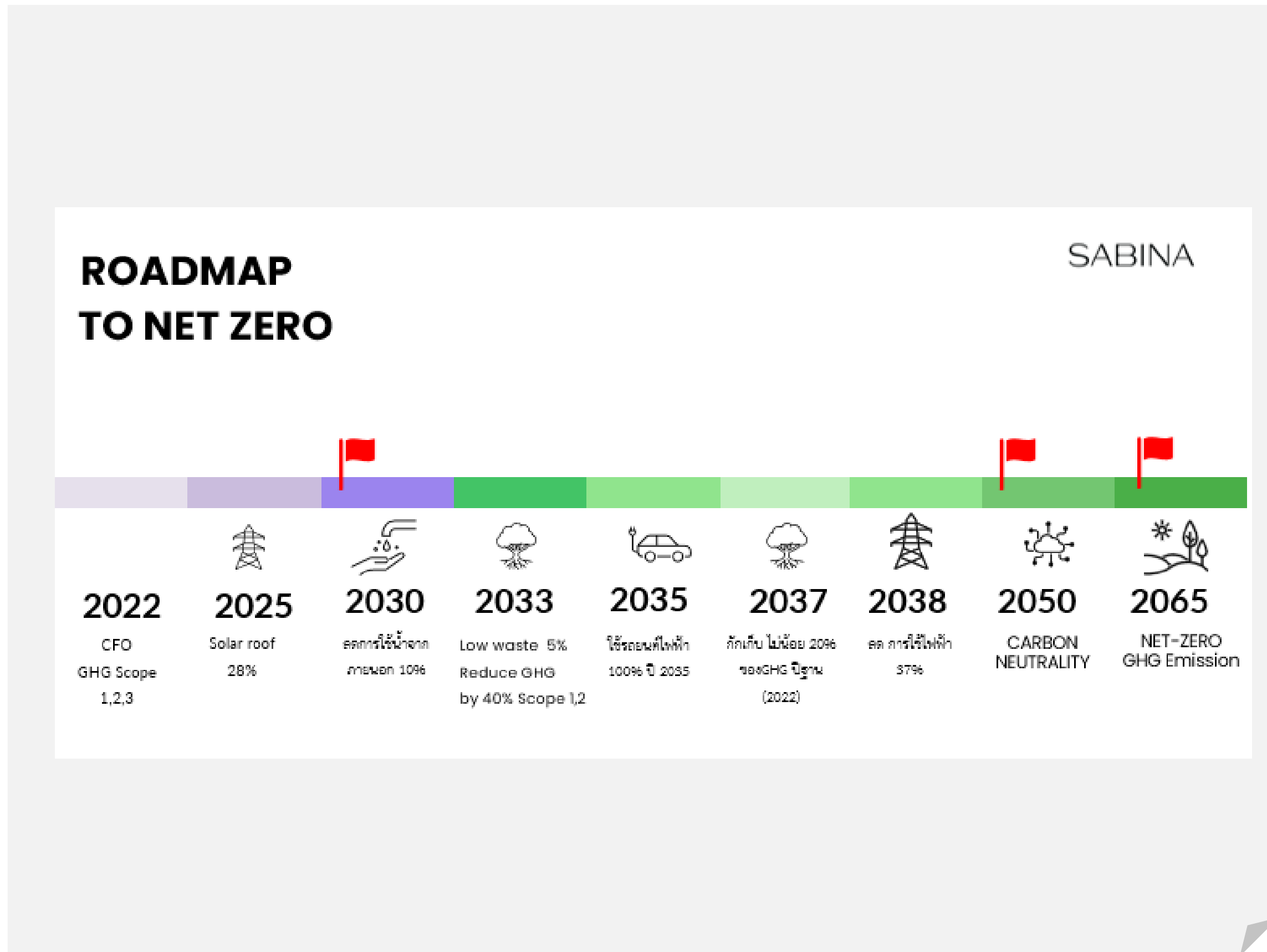
01

โครงการลดก๊าซเรือนกระจก

SABINA

แผนงานเป้าหมายและกลยุทธ์การดำเนินการ

1.1 การบริหารจัดการ GHG Scope 1



1.1 การบริหารจัดการ GHG Scope 1

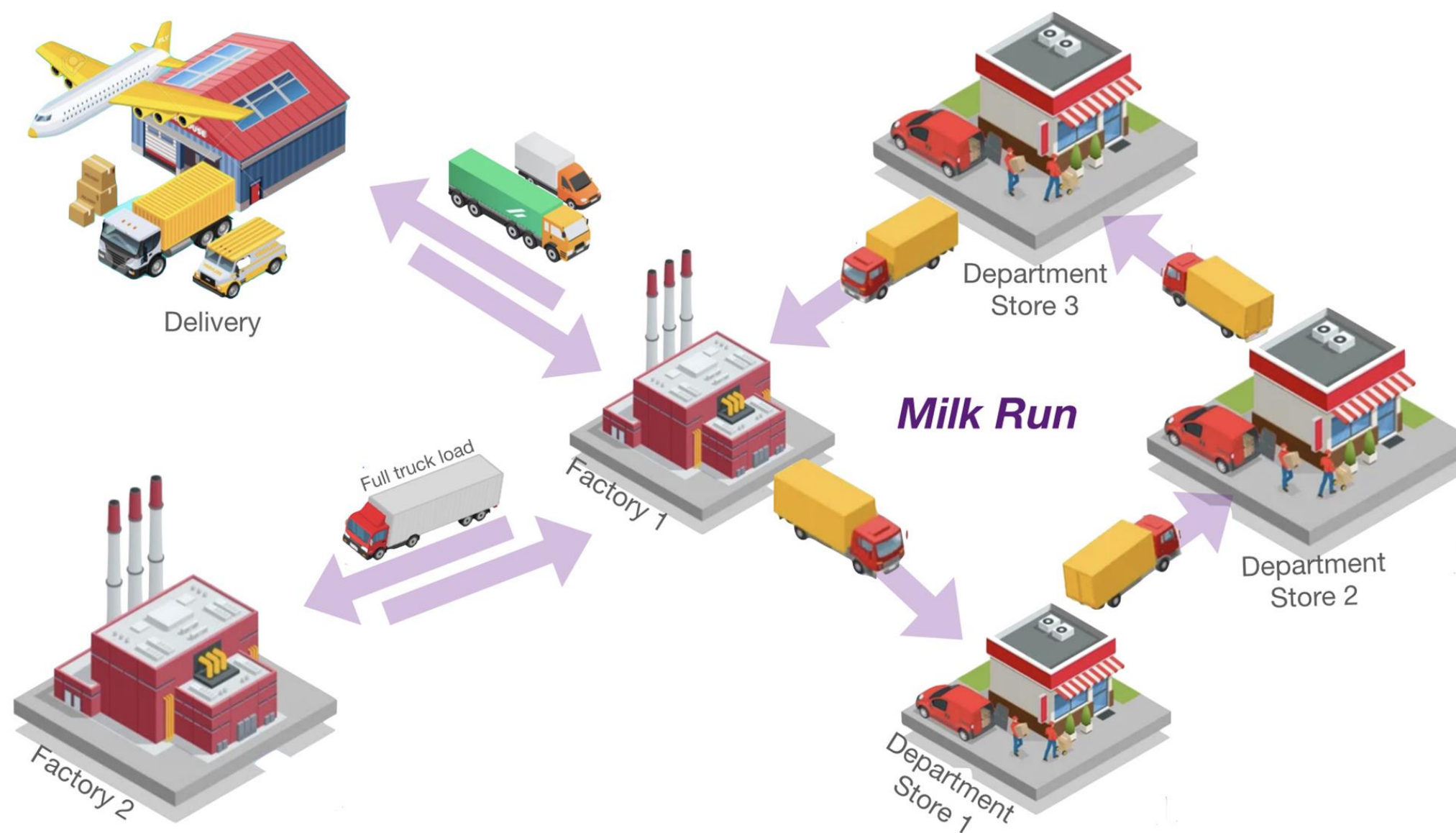
กลยุทธ์และเป้าหมาย

รายการปล่อย	2022		กลยุทธ์ลด CFO : Scope 1				แนวทาง
			2023-2025	2026-2030	2031-2035	2036-2048	
น้ำมันดีเซล(On-Road)	46%	462.41		300.6	161.8		ปี 26-30 รถ EV 65% ปี 31-35 รถ EV 35%
น้ำมันดีเซลรถตู้ HR	7%	72.62		72.6			ปี 26-30 รถ EV 100%
น้ำมันเบนซิน(On-Road)	18%	182.41			182.4		ปี 31-35 รถ EV 100%
LPG	5%	47.66	33.4			14.3	ปี 23-25 LPG มาเป็นระบบ Heat Pump+มีเทนเป็นเชื้อเพลิง
ก๊าซมีเทนจากการใช้ห้องน้ำ(Septic tank)	24%	243.63				243.6	ปี 36-48 สร้างระบบปิดของก๊าซมีเทน
น้ำมันดีเซล(เครื่องปั่นไฟ)	0.2%	1.62				1.62	Carbon Credit
น้ำมันเบนซิน(เครื่องตัดหญ้า)	0.1%	0.71				0.71	Carbon Credit
ปล่อย GHG Total		1,011					
เป้าลด GHG 40%		404.4	33.4	373.2	344.3	260.3	
		% สะสม ลดGHG	40.2%	74%	100%		

1.1 การบริหารจัดการ GHG Scope 1

SABINA

การบริหารจัดการพลังงานเชื้อเพลิง ปี 2022



กลยุทธ์ในการบริหารจัดการ GHG Scope 1

1. วางแผนการขนส่งแบบ Milk Run เพื่อลดการวิ่งรถเปล่า
2. บริหาร Truck Load เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบรรทุกต่อรอบ
3. บริหารเส้นทางการขนส่งให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1.1 การบริหารจัดการ GHG Scope 1

การขนส่งวัตถุดิบระหว่างโรงงาน

ปี	ก.ม./เดือน	ปริมาณวัตถุดิบ	ปริมาณวัตถุดิบ/เดือน	การบริโภคน้ำมัน	การบริโภคน้ำมัน/เดือน
2021	24,207	4,790,343	399,195	37,978	3,165
2022	22,095	6,022,211	501,851	42,052	3,504
%			25.7%		10.7%

สรุปผลลัพธ์การใช้เชื้อเพลิง ปี 2022

2022 ปริมาณขนส่งวัตถุดิบเพิ่มขึ้น 25.7% แต่การบริโภคน้ำมันเพิ่มขึ้นเพียง 10.7% **ลด** การใช้น้ำมันไป 15.0% หรือ 5,696.7 ลิตร คิดเป็น **15,635.2 Kg.CO2e**

การขนส่งอุปกรณ์ตกแต่งร้าน

ปี	ก.ม./เดือน	จำนวนรายการ	จำนวนรายการ/เดือน	การบริโภคน้ำมัน	การบริโภคน้ำมัน/เดือน
2021	38,954	4,704	392	42,228	3,519
2022	47,900	5,568	464	48,684	4,057
%			18.4%		15.3%

2022 ปริมาณการจัดรายการเพิ่มขึ้น 18.4% แต่การบริโภคน้ำมันเพิ่มขึ้นเพียง 15.3% **ลด** การใช้น้ำมันไป 3.1% หรือ 1,309.1 ลิตร คิดเป็น **2,593.0 Kg.CO2e**

การกระจายสินค้าสำเร็จรูป

ปี	ก.ม./เดือน	ปริมาณสินค้า	ปริมาณสินค้า/เดือน	การบริโภคน้ำมัน	การบริโภคน้ำมัน/เดือน
2021	53,045	202,711	16,893	52,088	4,341
2022	53,285	265,104	22,092	54,168	4,514
%			30.8%		4.0%

2022 ปริมาณการกระจายสินค้าเพิ่มขึ้น 30.8% แต่การบริโภคน้ำมันเพิ่มขึ้นเพียง 4.0% **ลด** การใช้น้ำมันไป 26.8% หรือ 13,959.6 ลิตร คิดเป็น **38,313.5 Kg.CO2e**

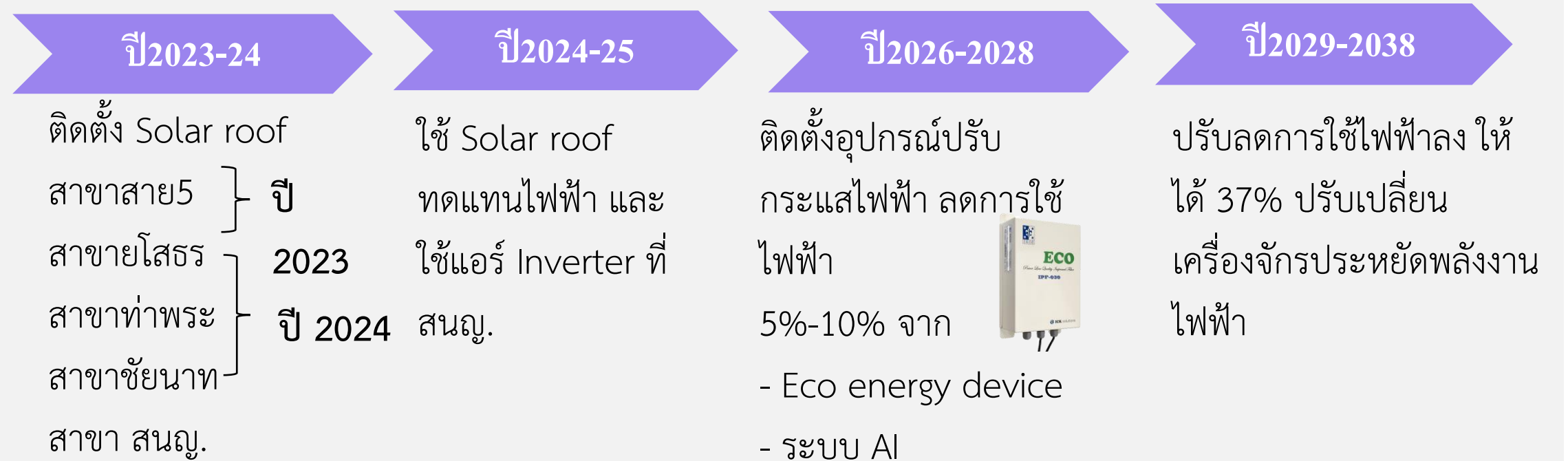
01

โครงการลดก๊าซเรือนกระจก

1.2 การบริหารจัดการ การพลังงาน Scope2

SABINA

แผนงานเป้าหมายและกลยุทธ์การดำเนินการ



ปี	รายละเอียดการใช้ไฟฟ้า	เป้าหมาย
ปี 2022	การใช้ไฟฟ้าในองค์กรรวม 4,223,608 Kw	
ปี 2023	คาดการณ์ใช้ไฟฟ้ารวม 3,893,860 Kw	ลดลง 7.8%
ปี2025	คาดการณ์ใช้ไฟฟ้ารวม 3,040,997 Kw	ลดลง 28%
ปี2028	คาดการณ์ใช้ไฟฟ้ารวม 2,829,817 Kw	ลดลง 33%
ปี2038	คาดการณ์ใช้ไฟฟ้ารวม 2,660,873 Kw	ลดลง 37%

01

โครงการลดก๊าซเรือนกระจก

1.2 การบริหารจัดการ การพลังงาน Scope2

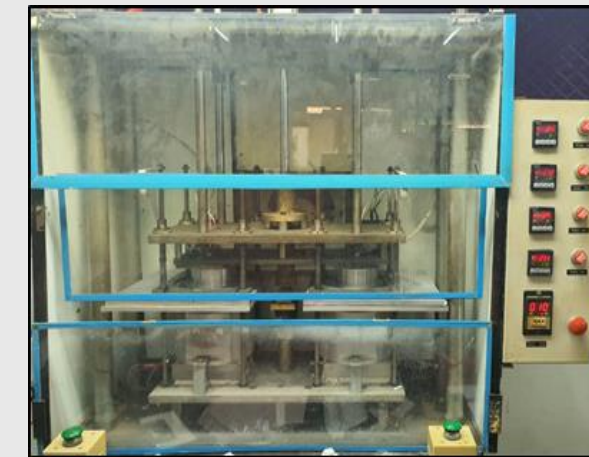
SABINA

ตัวอย่างโครงการ 2022

A



ลดเวลาการวอร์มเครื่องปั๊มฟอง
โมล์จาก 2 ชั่วโมง เป็น 1 ชั่วโมง



ติดตั้งแผ่นกันความร้อนเพื่อ
ลดการสูญเสียพลังงาน

B



สำรวจพื้นที่ตัด โมลด์ เย็บ แพ็ค และสำนักงานเพื่อปลด
หลอดไฟที่เกินความจำเป็น รวม 354 หลอด ลดได้ 6,457 W/วัน

01

โครงการลดก๊าซเรือนกระจก

1.2 การบริหารจัดการ การพลังงาน Scope2

SABINA

ตัวอย่างโครงการ 2022

C



เซ็นเซอร์สวิตช์เปิด-ปิดไฟอัตโนมัติ
รวมติดตั้งทั้งองค์กร 175หลอด



ติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์
116 จุดลดการใช้ ไฟฟ้า 21,520 w/วัน



ติดตั้งสูบน้ำโซล่าเซลล์ในบางจุดที่ต้อง
ใช้ไฟฟ้าและบ่อน้ำพุในเวลากลางวัน
ลดการใช้ ไฟฟ้า 2,220 w/วัน

01

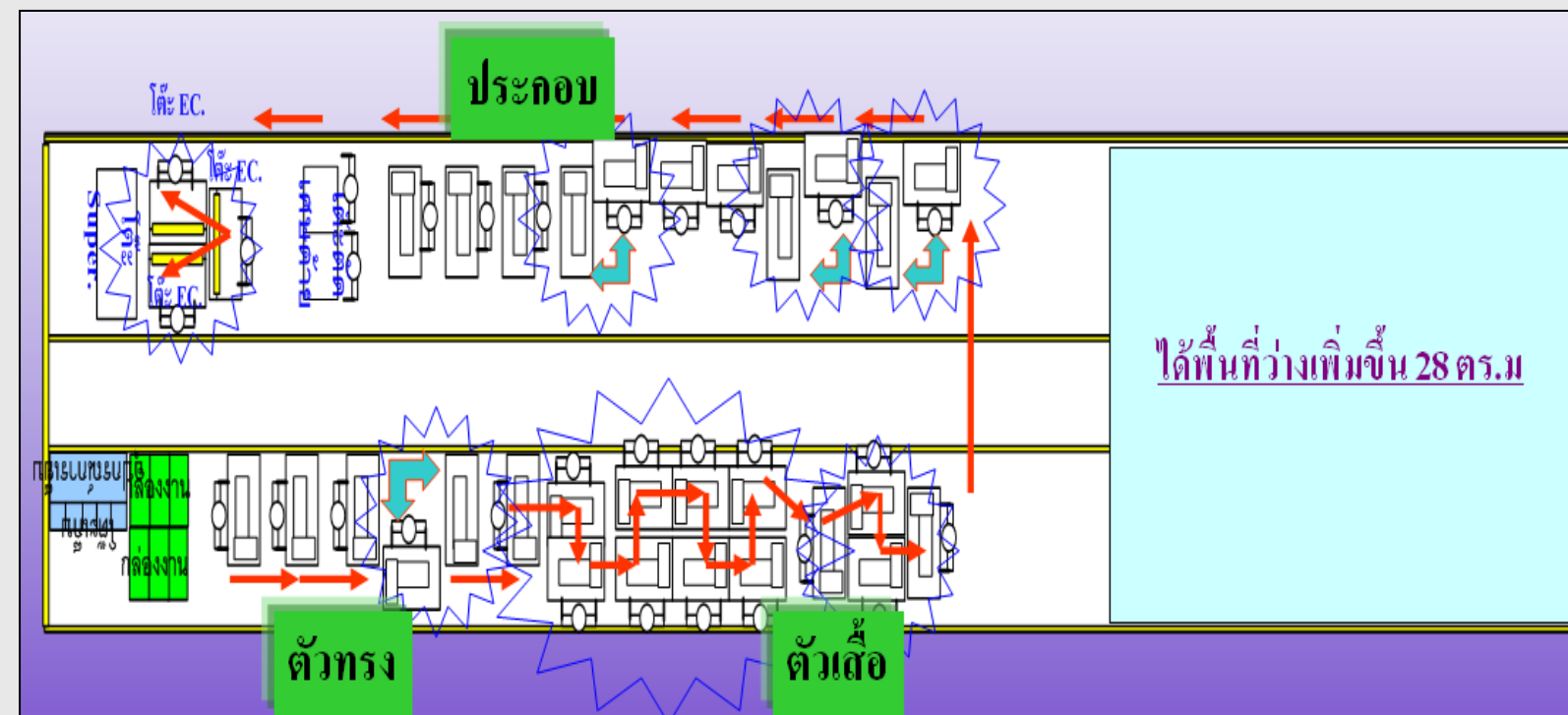
โครงการลดก๊าซเรือนกระจก

1.2 การบริหารจัดการ การพลังงาน Scope2

SABINA

ตัวอย่างโครงการ 2022

D



ปรับ Lay-out ไลน์ผลิตเพื่อลดระยะทางการ
ส่งงานเพื่อเพิ่ม Eff%

1.2 การบริหารจัดการพลังงาน Scope2

SABINA

ผลการดำเนินงานการใช้พลังงานไฟฟ้า 2022

เป้าหมายการใช้ไฟฟ้าลดลง 2%

	Output SAM	การใช้ไฟฟ้า(Kw)
ปี 2021	152,150,150.56	3,997,121
ปี 2022	166,399,100.65	4,229,557
+/-	9.37%	5.82%

กำลังการผลิตเพิ่ม 9.37% แต่การใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นเพียง 5.82% ทำให้ลดการใช้ไฟฟ้าไป 3.7%

เป้าหมายการใช้ต่อหน่วยผลิตไม่เพิ่มขึ้น

แผนกผลิต	การใช้ไฟ/หน่วยปี64			การใช้ไฟ/หน่วยปี65		
	การใช้ไฟ (Kw)	Output Sam	การใช้ไฟ/หน่วย	การใช้ไฟ (Kw)	Output Sam	การใช้ไฟ/หน่วย
B,C,D						
เย็บ+แพ็ค	1,455,657	132,898,362	0.011	1,565,286	143,689,983	0.011
A,B,C						
ตัด+ปั๊มโมลต์	597,175	12,940,757	0.046	599,490	14,087,060	0.043
A,B,C	668,896	6,311,032	0.106	742,790	8,622,058	0.086
รวม	2,721,728	152,150,151	0.018	2,907,566	166,399,101	0.017

* ผลค่าไฟฟ้า/หน่วยผลิต ลดลง 0.001 หน่วย หรือ 5.55%

01

โครงการลดก๊าซเรือนกระจก

1.3 การบริหารจัดการน้ำ และน้ำทิ้ง

SABINA



1.3 การบริหารจัดการน้ำและน้ำทิ้ง

แผนงานเป้าหมายและกลยุทธ์การดำเนินการ

ปี 2023

ปรับลดการใช้น้ำในแต่ละโรงงานสาขา
บริหารจัดการบำบัดน้ำทิ้ง 100%

ปี 2026

การใช้น้ำจากธรรมชาติ-น้ำฝน

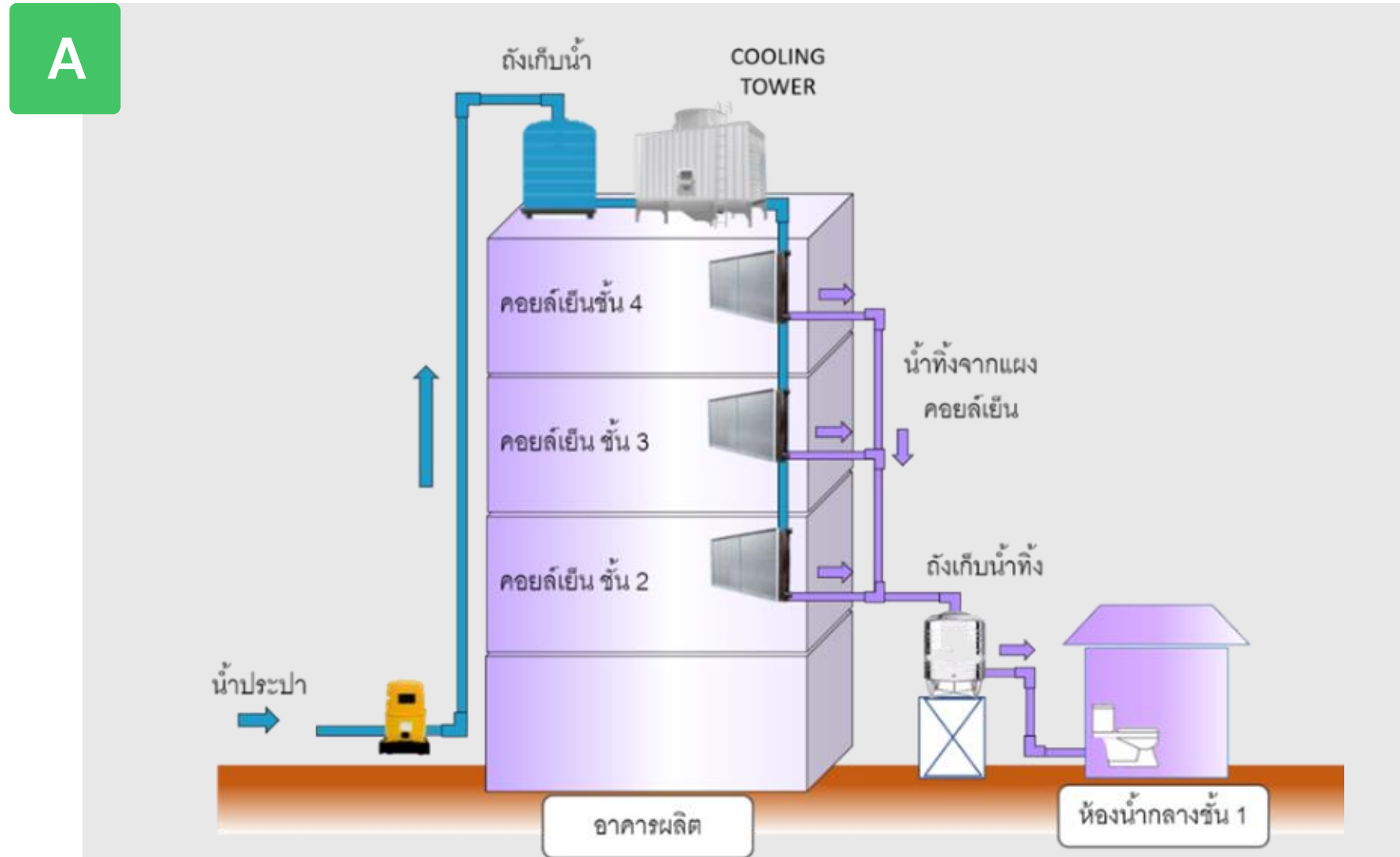
ปี 2030

ปรับปรุงระบบน้ำหมุนเวียนใช้
ภายในโรงงาน

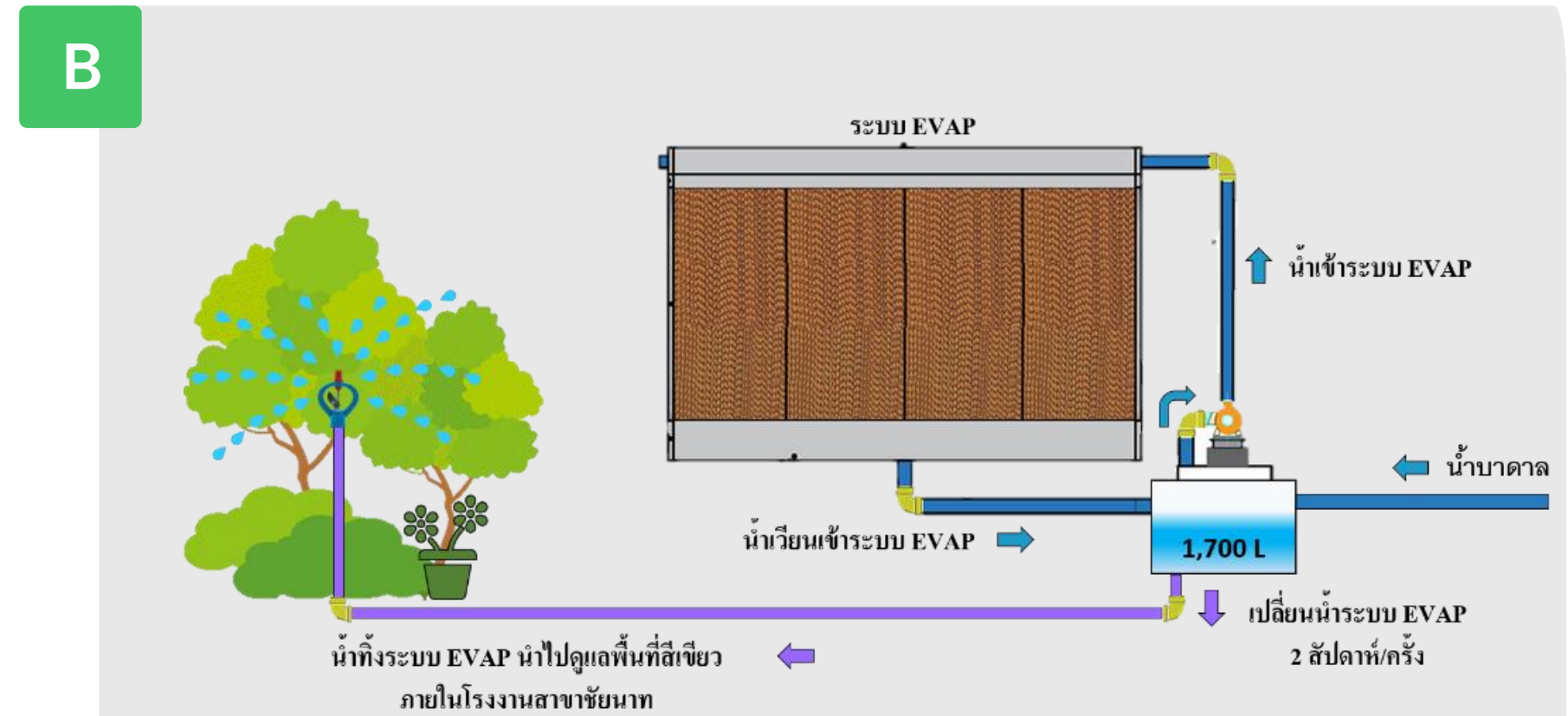
ปี	ปริมาณการใช้	เป้าหมาย
2022	การใช้น้ำภายในองค์กรรวม 93,605 ลบ.ม	ลดลง 8.7 % (เทียบกับปี 2021)
2026	คาดการณ์การใช้น้ำภายในองค์กรรวม 88,925 ลบ.ม	ลดลง 5 %
2030	คาดการณ์การใช้น้ำภายในองค์กรรวม 84,245 ลบ.ม	ลดลง 10%

1.3 การบริหารจัดการน้ำและน้ำทิ้ง

ตัวอย่างโครงการการบริหารจัดการน้ำและน้ำทิ้ง



พัฒนาระบบน้ำหมุนเวียนจากน้ำทิ้งของระบบแอร์ซิลเลอร์ โรงงานสาขาท่าพระ หมุนเวียนกลับมาใช้สำหรับน้ำล้างชักโครก



พัฒนาระบบน้ำหมุนเวียนจากน้ำทิ้งของระบบพัฒลม่านน้ำ (EVAP) ซึ่งมีปริมาณ 1,700 ลิตร มาใช้ดูแลพื้นที่สีเขียวภายในบริเวณโรงงานสาขาชัชวาท

1.3 การบริหารจัดการน้ำและน้ำทิ้ง

ผลการดำเนินงานการบริหารจัดการน้ำและน้ำทิ้ง 2022

โรงงาน	2021 (ลบม.)	2022 (ลบม.)	% ผลต่างเทียบ 2021 : 2022
สาย 5	31,201	32,247	3.4%
ท่าพระ	6,100	6,069	-0.5%
ชัยนาท	7,152	8,481	18.6%
ยโสธร	51,082	41,435	-18.9%
บุรีรัมย์	2,119	2,023	-4.5%
สำนักงานใหญ่	4,867	3,350	-31.2%
รวม	102,521	93,605	-8.7%
เฉลี่ย	8,543	7,800	

** หมายเหตุ โรงงานชัยนาท มีการสร้างห้องน้ำใหม่จำนวน 17 ห้อง ใช้ระบบชักโครกแทนระบบตุ๊กราดเดิม
โรงงานสาย5 ติดตั้งระบบสปริงเกอร์น้ำ หลังคาห้องปั๊มโมลต์ ห้องย้อม เพื่อระบายความร้อน

01 โครงการลดก๊าซเรือนกระจก

SABINA

1.4 การจัดการของเสีย



1.4 การจัดการของเสีย



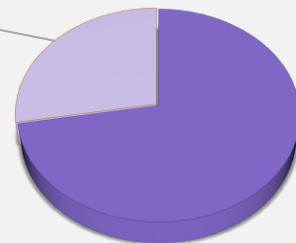
แผนงานเป้าหมายและกลยุทธ์การดำเนินการ

ขยะองค์กร

- 1. ขยะที่เกิดจากคน
- 2. ขยะที่เกิดจากระบวนการผลิต

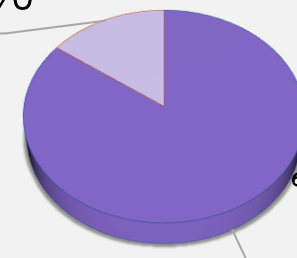
- 1. ขยะฝังกลบ
- 2. ขยะ Recycle

ขยะฝังกลบ 28%



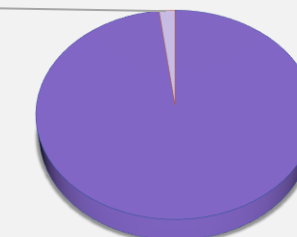
ขยะรีไซเคิล 72%

ขยะฝังกลบ 15%



ขยะรีไซเคิล 85%

ขยะฝังกลบ 5%



ขยะรีไซเคิล 95%

Low carbon emission waste

2022

2027

2033

ขยะฝังกลบไม่เกิน 30%

ขยะฝังกลบไม่เกิน 15%

ขยะฝังกลบไม่เกิน 5%

1.4 การจัดการของเสีย

Waste Management Mapping และ การคัดแยกขยะ
ทำให้ลดขยะฝังกลบและเพิ่มขยะ recycle

1

คัดแยกขยะและเศษวัสดุให้กับผู้รับเหมาที่มีใบอนุญาตถูกต้อง

2

โครงการวัดจากแดง

3

โครงการหลังคาเขียว

4

โครงการน้ำหมักชีวภาพ

5

โครงการขยะพลังงาน

6

โครงการแปรรูปผลิตภัณฑ์

1.4 การจัดการของเสีย



SABINA

ผลการปรับลดขยะฝังกลบปี 2022

ประเภทขยะ	ปี 2019	ปี 2020	ปี 2021	ปี 2022
ขยะฝังกลบ	296,170	167,947	143,783	131,058
ขยะ Recycle	362,672	222,429	274,941	341,706
รวม	658,842	390,376	418,724	472,764
%ขยะฝังกลบ	45%	43%	34%	28%
% ปรับลดเทียบปี		43%	14%	9%

1.4 การจัดการของเสีย



SABINA

ผลการดำเนินงานปี 2022 สัดส่วนขยะ Recycle

ประเภทขยะ		2021 (Kg.)	%	2022 (Kg.)	%
ขยะฝังกลบ		143,783	34%	131,058	28%
ขยะ Recycle	ผู้รับเหมา	176,448	66%	260,173	72%
	วัดจากแดง , หลังคาเขียว	168		257	
	อื่นๆ	98,324		81,330	
ขยะ Recycle รวม		418,724		472,764	

คำถามที่ 2

SABINA

การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

02

โครงการปลูกต้นไม้
และ Credit Carbon



2. โครงการปลูกต้นไม้และกักเก็บคาร์บอน

เรื่อง การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (Climate change)

ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับได้ตระหนักถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (Climate change) อาทิเช่น การขาดแคลนน้ำ น้ำท่วม น้ำแข็งขั้วโลกละลาย โรคระบาด ฯลฯ บริษัทฯ จึงได้ริเริ่มโครงการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมในพื้นที่ว่างของโรงงาน เพื่อให้เกิดการกักเก็บก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ลงสู่ต้นไม้และพื้นดิน และเพื่อการเพิ่มอากาศที่สะอาด รวมถึงการที่ผู้บริหารมุ่งมั่นที่จะให้บริษัทเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon neutrality) ในปี 2050 และส่งเสริมสนับสนุนการควบคุมอุณหภูมิโลกให้เพิ่มไม่เกิน 1.5 องศา

เริ่มโครงการเดือน ก.ค 66

จำนวน 4,460 ต้น

- โรงงานยโสธร
- โรงงานชัยนาท
- โรงงานสาย5



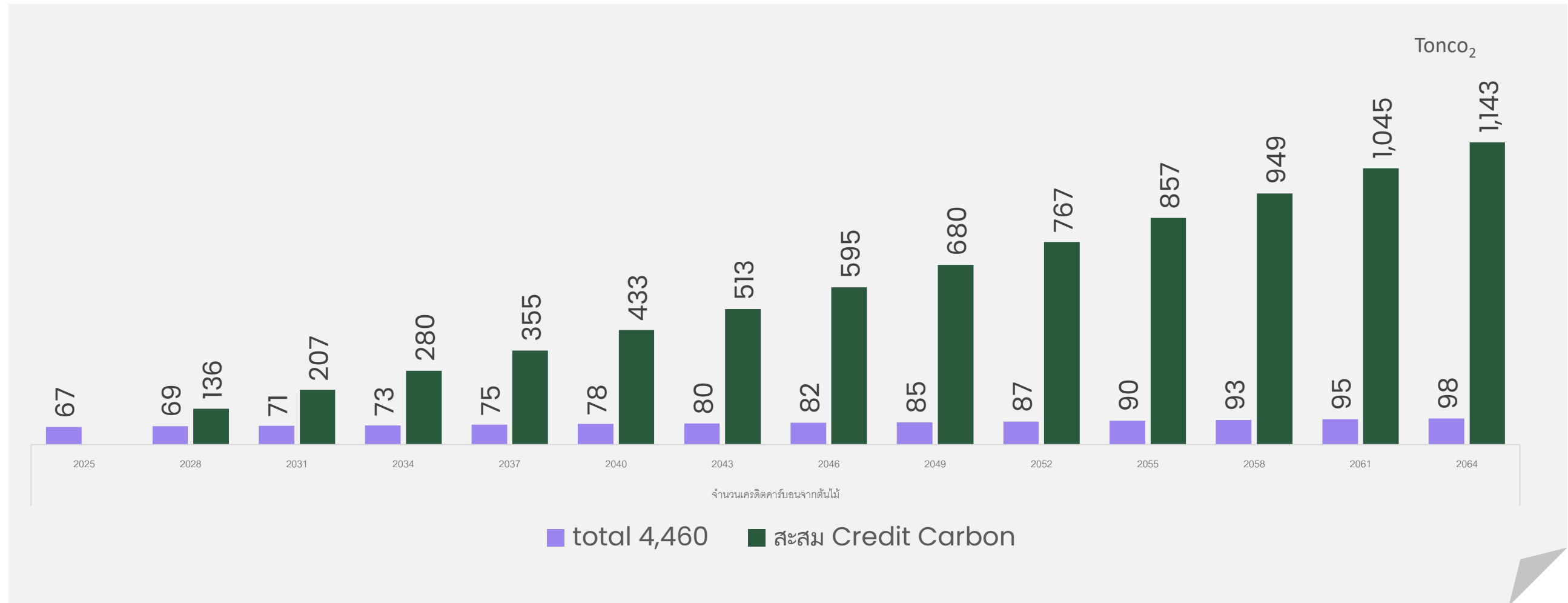
SABINA



เป้าหมายและผลของ
โครงการปลูกต้นไม้และ
กักเก็บคาร์บอน

เครดิตคาร์บอนโครงการ T-ver ภาคต้นไม้

แหล่งที่ปลูก	จำนวนต้นไม้	จำนวนเครดิตคาร์บอนจากต้นไม้													
		2025	2028	2031	2034	2037	2040	2043	2046	2049	2052	2055	2058	2061	2064
ชัยนาท	1,460	22	23	23	24	25	25	26	27	28	29	29	30	31	32
ยโสธร	2,200	33	34	35	36	37	38	39	41	42	43	44	46	47	48
สาย 5	800	12	12	13	13	14	14	14	15	15	16	16	17	17	18
total	4,460	67	69	71	73	75	78	80	82	85	87	90	93	95	98
สะสม Credit Carbon			136	207	280	355	433	513	595	680	767	857	949	1,045	1,143

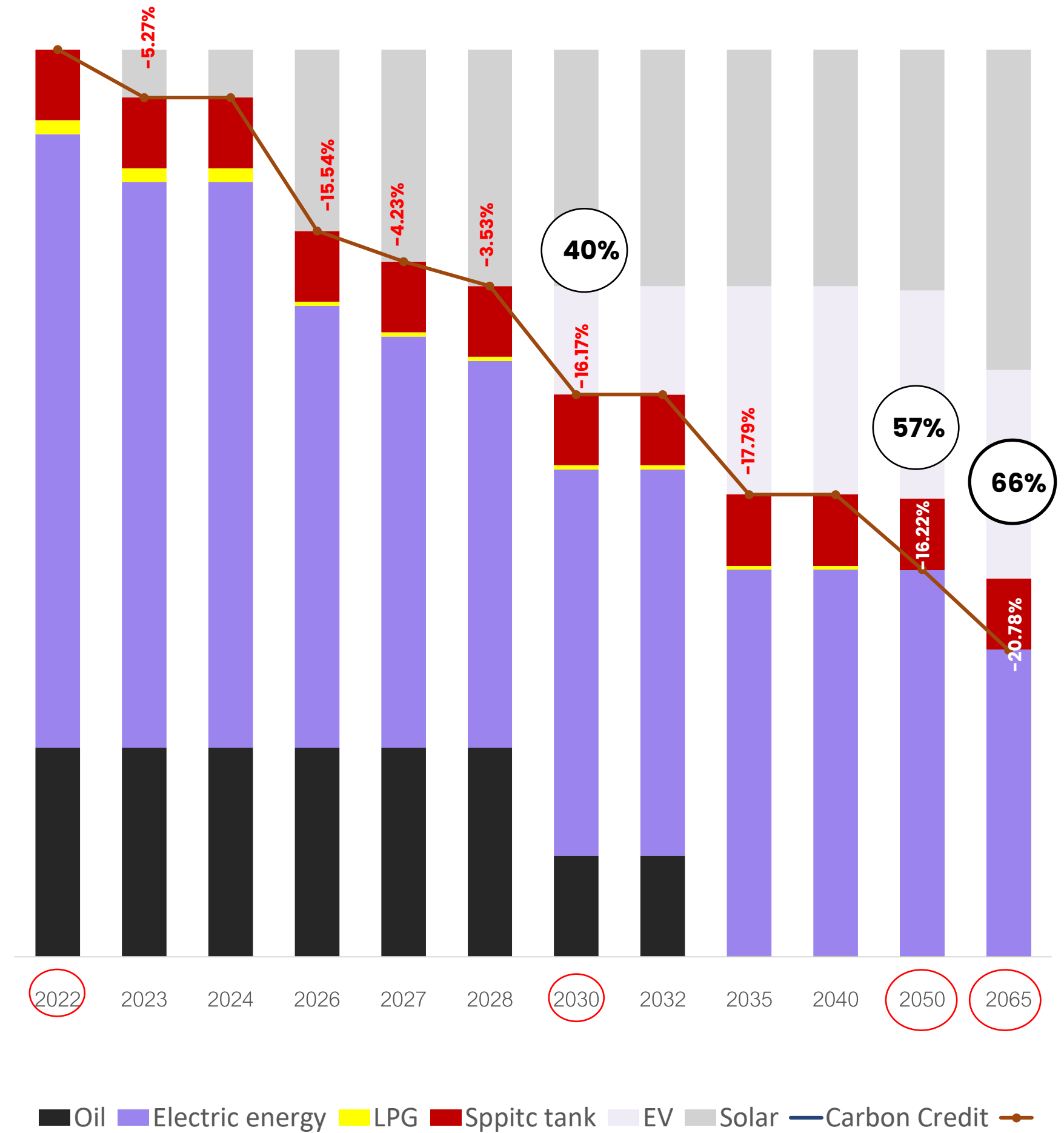


SABINA

แผนระยะยาวเพื่อมุ่งสู่

SABINA Net Zero : 2065

- Oil
- Electric energy
- LPG
- Septic tank
- EV
- Solar
- Carbon Credit



คำถามที่ 3

การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน หรือแก้ไขปัญหาลังคมอย่างยั่งยืน

ในส่วนของการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน หรือแก้ไขปัญหาลังคมอย่างยั่งยืน เนื่องด้วยซาบีน่าเป็นบริษัท ที่ผลิตและจัดจำหน่ายชุดชั้นในเป็นหลัก ทำให้เราเลือกที่จะมีส่วนร่วมในการดูแลเต้านมของผู้บริโภค ที่ประสบปัญหาป่วยเป็นมะเร็งเต้านม และได้ผ่านการรักษาโดยการตัดเต้านมทิ้ง ให้กลับมาใช้ชีวิตที่ปกติสุขที่สุด ภายใต้แนวคิด การเติมเต็มส่วนที่ขาดหาย และอีกโครงการเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในเรื่องของปริมาณขยะ ที่เพิ่มขึ้นอันเกิดจากสินค้าในกลุ่ม ชุดชั้นใน ที่อาจไม่มีการสื่อสารถึงขั้นตอนและวิธีการกำจัดชุดชั้นในที่ไม่ต้องการใช้แล้วอย่างถูกวิธี ผ่านทาง 2 โครงการหลักของบริษัท คือ

01

โครงการโล่แล้วไปไหน
NEW LIFE BRA CYCLE

02

โครงการเย็บเต้านวมใจช่วยภัยมะเร็ง
SEWING CUP SEWING HEART

01

โครงการโละแล้วไปไหน NEW LIFE BRA CYCLE

ซาบีน่า ใส่ใจในกระบวนการจัดการกับผลิตภัณฑ์ที่เสื่อมสภาพแล้ว เพราะเราเชื่อว่า หลายๆ คนอาจจะประสบปัญหาอยากทิ้งชุดชั้นในเก่าที่เสื่อมสภาพแล้ว แต่ไม่แน่ใจว่าควรจะทำยังไง และเมื่อทิ้งไปแล้วจะมีวิธีการจัดการที่ถูกต้องหรือไม่ ด้วยปัญหาเหล่านี้ SABINA จึงจัดแคมเปญ “New Life BRA CYCLE โละแล้วไปไหน” โดยจะเป็นการช่วยผู้บริโภคในการกำจัดชุดชั้นในเก่าที่เสื่อมสภาพอย่างถูกวิธี อีกทั้งยังเป็นจุดเริ่มต้นในความพยายามในการลดภาวะโลกร้อน และรับผิดชอบต่อปริมาณขยะที่เราได้สร้างเพิ่มขึ้นในระบบนิเวศน์



SABINA

NEW LIFE

BRA-CYCLE

“โละ”แล้วไปไหน?

โละบราเก่า ไปเป็น“พลังงานสะอาด”

ซาบีน่า ช่วยคุณกำจัดบราเก่าเสื่อมสภาพอย่างถูกวิธี

ช่วยลดปริมาณขยะ เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีอย่างยั่งยืน

คุณโละ 1 ครั้ง = ซาบีน่าบริจาคบราใหม่ 1 ตัว มอบให้มูลนิธิหรือองค์กรต่างๆ

1. กลยุทธ์การดำเนินงาน

- 1) วางแผนการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารทั้งออนไลน์ และ ออฟไลน์ จัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคเข้าใจโดยเน้นความสำคัญของการโละชุดชั้นในเก่าเพื่อเป็นพลังงานสะอาด
- 2) จัดกิจกรรมมอบสิทธิพิเศษ ในการสะสมยอดการโละชุดชั้นใน เพื่อส่งมอบชุดชั้นในใหม่ให้กับมูลนิธิหรือองค์กรที่มีความต้องการ
- 3) ติดตามและประเมินผลในเชิงปริมาณ เพื่อลดปริมาณขยะ และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม

2. เป้าหมาย

1 กำจัดชุดชั้นในเสื่อมสภาพ 15 ตัน ภายในปี 2022 และ 17 ตันในปี 2023

2 ช่วยลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 24,000 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์

3 ผู้เข้าร่วมลงทะเบียนจำนวน 15,000 สแกน ภายในปี 2022

4 ประชาสัมพันธ์กับพันธมิตรต่างๆ เชิญชวนให้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในโครงการ ไม่น้อยกว่า 25 พันธมิตร ภายในปี 2022 และ 30 พันธมิตรในปี 2023



3. แผนการดำเนินงาน

1 กำจัดชุดชั้นในเสื่อมสภาพ 15 ตัน ภายในปี 2022 และ 17 ตัน ในปี 2023

จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการโละ ให้เข้าถึงลูกค้าตลอดทุกเดือน ผ่านช่องทาง Online เพื่อสร้างการรับรู้ อย่างสม่ำเสมอ และรายงานยอดโละในทุกเดือนบนเว็บไซต์

<https://www.sabina.co.th/NewLifeBraCycle/location.php>

โดยมุ่งหวัง การโละชุดชั้นในเสื่อมสภาพ 15 ตัน ภายในปี 2022

2 ช่วยลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 30,000 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์



3. แผนการดำเนินงาน

3 วรรณคดีให้มีผู้ลงทะเบียนจำนวน 15,000 คน ภายในปี 2022

มีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี กำจัดชุดชั้นในเก่าที่เสื่อมสภาพอย่างถูกวิธี เพื่อลดปริมาณขยะที่เราได้สร้างเพิ่มขึ้นในระบบนิเวศน์ทุกเดือน จัดทำกิจกรรมมอบสิทธิพิเศษต่างๆ สำหรับลูกค้าที่ร่วมโละ

จุดรับชุดชั้นในเสื่อมสภาพในปี พ.ศ.2022

- ซาบีน่าช้อปปิ้ง คาเฟ่เตอร์ซาบีน่า ทุกสาขาทั่วประเทศ
- ร้านเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ชี้อป ทุกสาขาทั่วประเทศ
- หน่วยงานต่างๆ ที่สนใจ



ทุกการโละ สามารถ Scan QR code บันทึกประวัติการโละบรา เพื่อมีส่วนร่วมทำบุญบริจาคบราดี ให้มูลนิธิหรือองค์กรต่างๆ
<https://www.sabina.co.th/NewLifeBraCycle/location.php>

NEW LIFE BRA-CYCLE "โละ"แล้วไปไหน? SABINA INSEE ECOCYCLE KERRY EXPRESS

Q&A ส่งได้ที่ไหน?

SABINA
กล่องโละชุดชั้นใน ที่คาเฟ่เตอร์ซาบีน่า และซาบีน่าช้อปปิ้ง ทุกสาขาทั่วประเทศ

KERRY EXPRESS
ส่งที่ Kerry Express ทุกสาขาทั่วประเทศ
ส่งฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย
ไม่ต้องจ่ายหน้า ไม่ต้องใส่กล่อง
ใส่ถุง Seal Bag และแจ้งความประสงค์

NEW LIFE BRA-CYCLE "โละ"แล้วไปไหน? SABINA INSEE ECOCYCLE KERRY EXPRESS

จาก "โละ" ที่ Kerry Express ทั่วประเทศ

KERRY EXPRESS
บางรัก
Bangrak
088

นำถุงที่เตรียมไว้
พุ่งไปส่ง คาเฟ่เตอร์ซาบีน่า
และ Sabina Shop
ทุกสาขาทั่วประเทศ

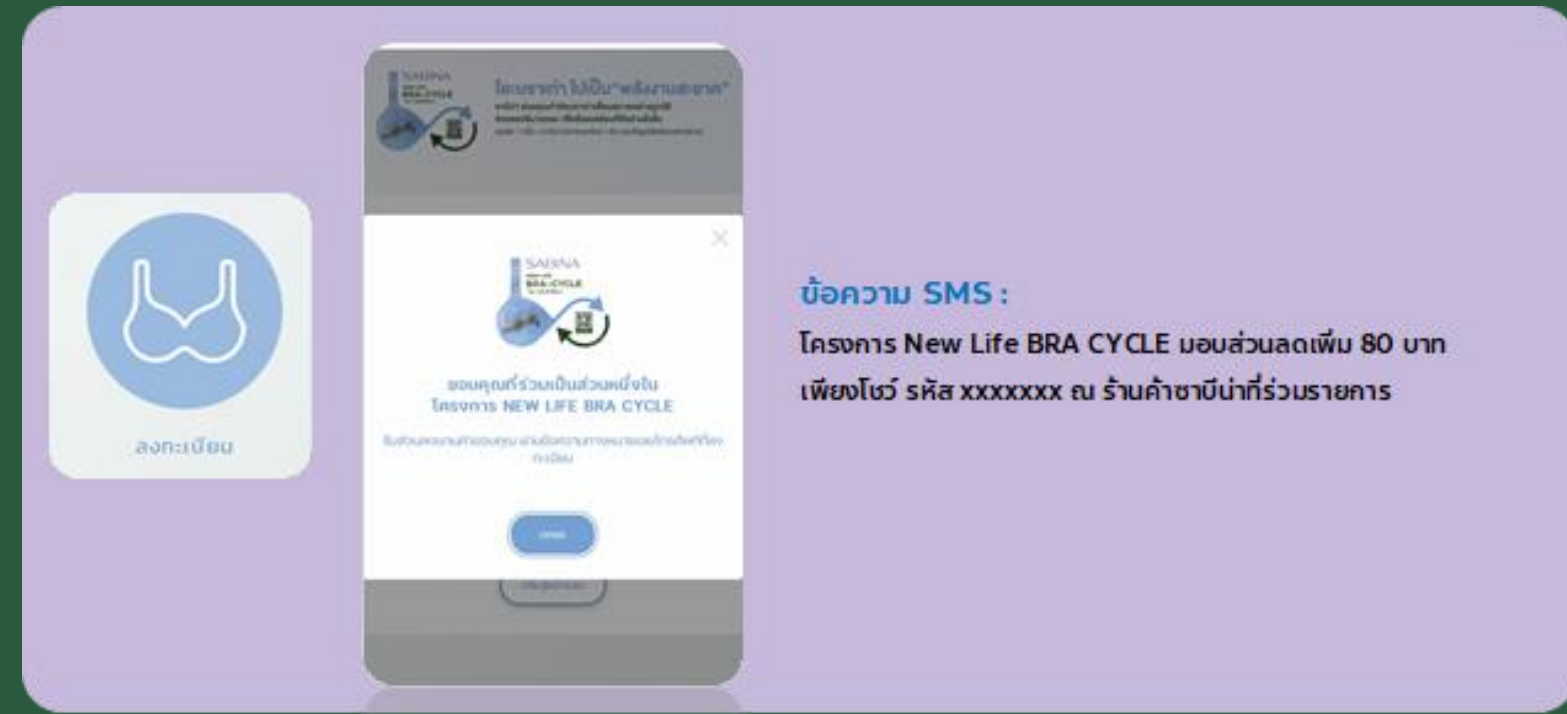
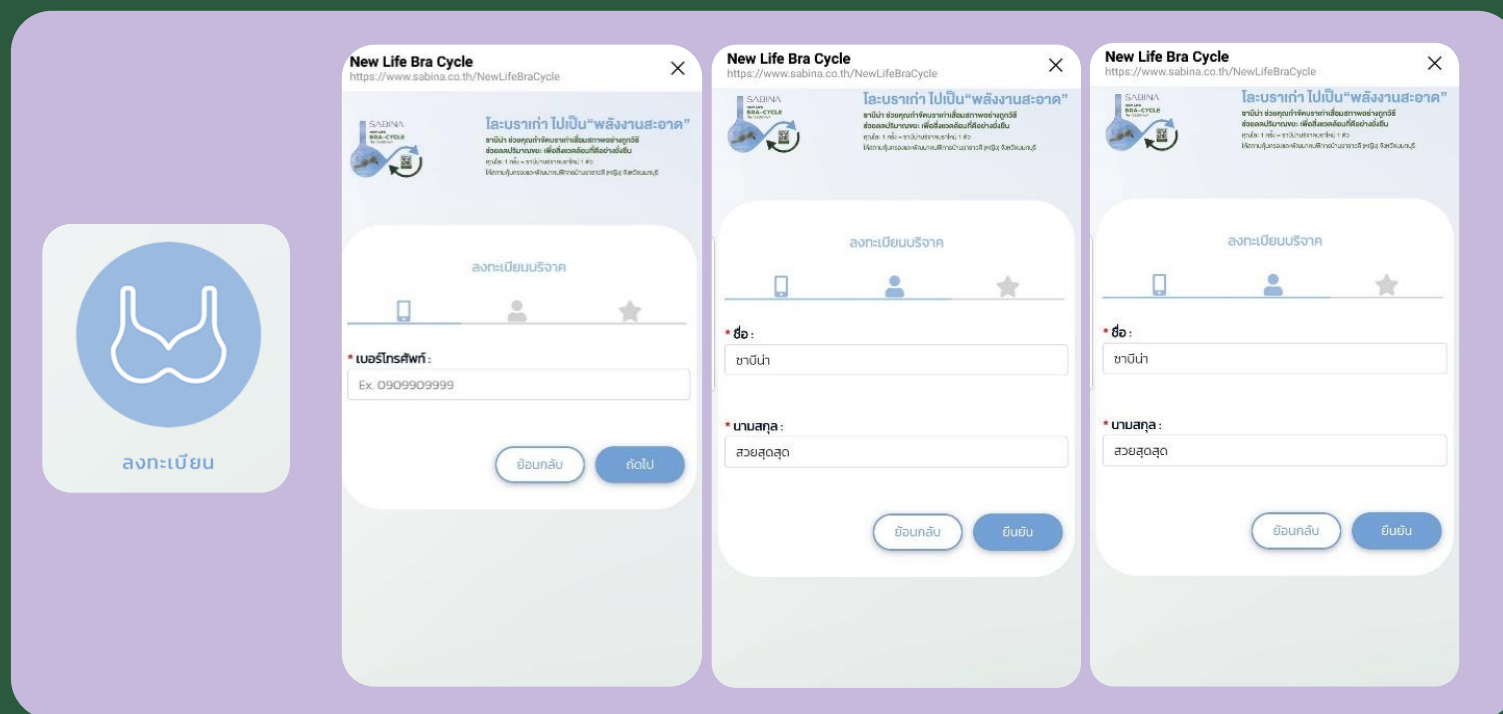
3. แผนการดำเนินงาน

3

รณรงค์ให้มีผู้ลงทะเบียนจำนวน 15,000 คน ภายในปี 2022

3.1. เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมทำบุญ ทุกการโละ 1 ครั้ง เมื่อลูกค้า Scan QR code บันทึกประวัติ บมจ.ซาบีน่า จะบริจาคบราใหม่ ให้มูลนิธิหรือองค์กรต่างๆที่ขาดแคลน ตลอดปี 2022

ขั้นตอนลงทะเบียนเพื่อระดมยอดโละบรา



ข้อความ SMS :

โครงการ New Life BRA CYCLE มอบส่วนลดเพิ่ม 80 บาท
เพียงโทร รหัส xxxxxxxx ณ ร้านค้าซาบีน่าที่ร่วมรายการ

3. แผนการดำเนินงาน

SABINA

3

รณรงค์ให้มีผู้ลงทะเบียนจำนวน 15,000 คน ภายในปี 2022

3.2 ทำสิทธิพิเศษต่างๆ ควบคู่ไปกับการโฆษณาเพื่อดึงดูดลูกค้าให้ร่วมโละ

3.2.1 ทุกการโละ 1 ครั้งจะได้รับส่วนลด 80 บาท

3.2.2 จัดทำสิทธิพิเศษโปรโมชั่น “โละ ล้าง ตู” สำหรับลูกค้าที่โละบราที่ Sabina Shop วันที่ 20 ก.ย.65 - 31 ต.ค.65 รับส่วนลด 30% (ขั้นต่ำ 2 ชิ้นไป ขึ้นแรกราคาปกติ)



3. แผนการดำเนินงาน

SABINA

3

รณรงค์ให้มีผู้ลงทะเบียนจำนวน 15,000 คน ภายในปี 2022

นอกจากการรณรงค์ให้เกิดการร่วมรับผิดชอบการเพื่อเกิดการพัฒนายั่งยืนโดยเริ่มจากภายในองค์กร ยังมีการรณรงค์ขอความร่วมมือจากพนักงานภายในองค์กร อันเกิดจากพนักงานภายในองค์กร บริษัทซาบีน่าทุกโรงงาน/หน่วยงาน ทั้งสำนักงานใหญ่ อรุณอมรินทร์, โรงงานพุทธมณฑลสาย 5, โรงงานท่าพระ, โรงงานชัยนาท, โรงงานยโสธร, โรงงานบุรีรัมย์ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งยังประชาสัมพันธ์ ระดมความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกที่มีเจตนารมณ์เดียวกัน

NEW LIFE
BRA-CYCLE
"Loe" แล้วไปไหน?

SABINA

“Loe” แล้วไปไหน?

ขอเชิญทุกท่าน ร่วม Loeshoot ขึ้นในเก้าอี้เสื่อมสภาพ

Loe บราเก่า ไปเป็น “พลังงานสะอาด”
Loe ได้ทุกแบรนด์ ไม่จำกัดเพศ

คุณ Loeshoot 1 ครั้ง
= ซาบีน่า
บริจาคบราใหม่ให้มูลนิธิต่างๆ

มาร่วมทำจิตอาสาขึ้นในเสื่อมสภาพอย่างถูกวิธี
ช่วยลดปริมาณขยะ เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

SABINA INSEE ECO CYCLE KERRY EXPRESS

SABINA

NEW LIFE
BRA-CYCLE
"Loe" แล้วไปไหน?

SABINA

NEW LIFE
BRA-CYCLE
"Loe" แล้วไปไหน?

4. ผลลัพธ์เชิงคุณภาพ และปริมาณที่เกิดขึ้นจริง

SABINA

1

ยอดจากการไล่ชุดชั้นในเก่า เดือน ม.ค. 65 – ธ.ค. 65 เป็นจำนวน 15 ตัน

2

ลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เท่ากับ 24,562 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์



เปลี่ยนชุดชั้นในเก่าเป็น “พลังงานสะอาด”
ยอดสะสมการไล่ชุดชั้นใน 2022 - 2023

15.00 ตัน

TRANSFORM TO
THERMAL ENERGY

331,200 KJ.

REPLACE
COAL CONSUMPTION

14,720 KG.

REDUCE
CARBON DIOXIDE

24,562 KG CO₂eq

4. ผลลัพธ์เชิงคุณภาพ และปริมาณที่เกิดขึ้นจริง

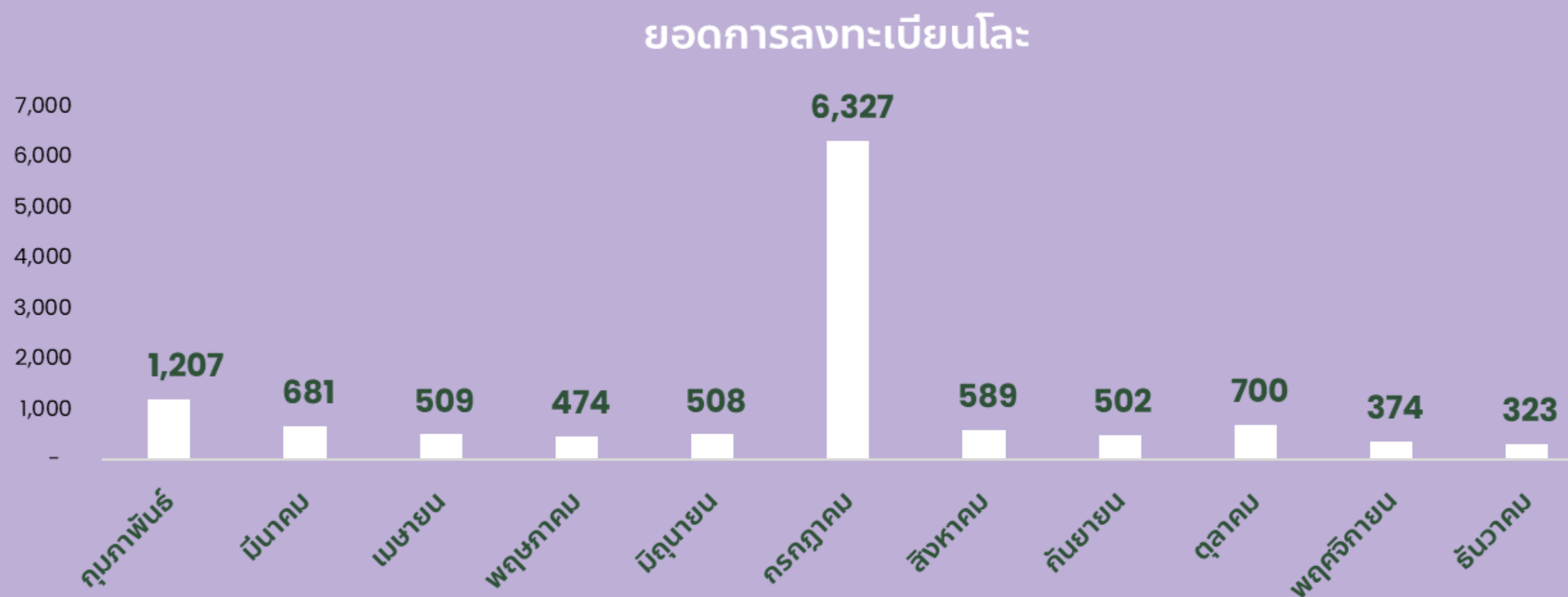
3

มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม ลงทะเบียน เดือน ม.ค. 65 – ธ.ค. 65 เป็นจำนวน 15,000 คน

ผลการดำเนินงานกิจกรรม

ยอดจากการลงทะเบียน เดือน ม.ค. 65 – ธ.ค. 65

เป้าหมาย 15,000 สแกน โดยเรามียอดสแกน รวม 12,664 สแกน (ซึ่งคิดเป็น 74.43%)



4. ผลลัพธ์เชิงคุณภาพ และปริมาณที่เกิดขึ้นจริง

4 ประชาสัมพันธ์กับพันธมิตรต่างๆ เชิญชวนให้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในโครงการ ไม่น้อยกว่า 25 พันธมิตร ภายในปี 2022 และ 30 พันธมิตรในปี 2023

ภาพการส่งมอบชุดชั้นในให้แก่มูลนิธิหรือองค์กรต่างๆตลอดปี 2565



สถานคุ้มครองและพัฒนาคนพิการบ้านราชวดี (หญิง) จ.นนทบุรี
เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2565 จำนวน 2,358 ตัว



ศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุบ้านบางแค
เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2565 จำนวน 845 ตัว



บ้านพักเด็กและครอบครัว จ.สมุทรสาคร
เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2565 จำนวน 65 ตัว



มูลนิธิจากนางฟ้าถึงคุณวันใหม่
เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2565 จำนวน 200 ตัว



มูลนิธิ เตียง จิราธิวัฒน์
เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2565 จำนวน 300 ตัว



มูลนิธิช่วยคนปัญญาอ่อนแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์
เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2566 จำนวน 300 ตัว

4. ผลลัพธ์เชิงคุณภาพ และปริมาณที่เกิดขึ้นจริง

4

ประชาสัมพันธ์กับพันธมิตรต่างๆ เชิญชวนให้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในโครงการ
ไม่น้อยกว่า 25 พันมิตร ภายในปี 2022 และ 30 พันมิตรในปี 2023

ลำดับ หน่วยงาน	หน่วยงานต่างๆที่ร่วมติดตั้งกล่องโลหะในปี 2022	วันที่ร่วมกิจกรรม	จำนวนจุดติดตั้ง	ลำดับ หน่วยงาน	หน่วยงานต่างๆที่ร่วมติดตั้งกล่องโลหะในปี 2022	วันที่ร่วมกิจกรรม	จำนวนจุดติดตั้ง
1	ซาบีน่าซ้อป	เดือน ม.ค. - ธ.ค.2022	95 จุด	16	บริษัท เจมม่า นิต (ประเทศไทย) จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด
2	บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	เดือน ม.ค. - ธ.ค.2022	26 จุด	17	บริษัท ยูแทกซ์ เอฟ.เอ็ม. จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด
3	บริษัท โรบินสัน จำกัด (มหาชน)	เดือน ม.ค. - ธ.ค.2022	50 จุด	18	บริษัท เท็กซโก้ อินดัสเตรียล(ไทยแลนด์)จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด
4	รีไซเคิลเคย์ 5 สาขา	เดือน ก.พ. - ธ.ค.2022	5 จุด	19	บริษัท เพ็ญน้ำเลช อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด
5	โรงพยาบาลกรุงเทพสุราษฎร์ , สมุย	ตลอดเดือน พ.ค. 2022	2 จุด	20	บริษัท จงสถิตย์ จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด
6	บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	เดือน พ.ค. - ก.ค. 2022	3 จุด	21	บริษัท โคทส เทรด (ประเทศไทย) จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด
7	บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)	เดือน มิ.ย. - ธ.ค. 2022	62 จุด	22	บริษัท วงศ์เอกอุตสาหกรรม จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด
8	บริษัท อินทรี อีโคไซเคิล จำกัด	เดือน มิ.ย. - ธ.ค. 2022	2 จุด	23	บริษัท วาย.อาร์.ซี. เท็กซไทล์ จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด
9	บริษัท ฟรีเท็กซ์อีลาสติก จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด	24	บริษัท วิชั่นเท็กซ์ จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด
10	บริษัท เอเซียโน อีโนแอ็ค จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด	25	บริษัท แก้มงคกรูป จำกัด	เดือน ต.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด
11	บริษัท เอ เทค เท็กซไทล์ จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด	26	บริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด	เดือน ต.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด
12	บริษัท เฟ้นท์ เอเชีย จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด	27	บริษัท บีเอเอสเอฟ (ไทย) จำกัด	เดือน พ.ย. - ธ.ค. 2022	1 จุด
13	บริษัท แคปปิตอล ทรีคอต จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด	28	SF Brandname	เดือน พ.ย. - ธ.ค. 2022	1 จุด
14	บริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	2 จุด	29	Marsh PB	เดือน พ.ย. - พ.ย. 2022	1 จุด
15	บริษัท ยูไนเต็ต แพนบริค จำกัด	เดือน ส.ค. - ธ.ค. 2022	1 จุด	30	บริษัท โลตัสส์ มั่นนี้ เซอร์วิส จำกัด	เดือน พ.ย. - ธ.ค. 2022	1 จุด

02

โครงการเย็บเต้านมใจ สู้ภัยมะเร็ง

SEWING CUP SEWING HEART

โครงการ Sabina Sewing Cup Sewing Heart เป็นโครงการที่
เชิญชวนชาวจิตอาสา ร่วมส่งมอบความหวังใยด้วยการเย็บเต้านม
เทียม เพื่อนำไปบริจาคให้กับผู้ป่วยมะเร็งเต้านมที่ขาดแคลน ที่
เป็นตัวช่วยสำคัญมาเติมเต็มสรีระให้ผู้ป่วยที่ผ่าตัดเต้านมไปแล้ว
ได้กลับมาใช้ชีวิตที่สดใสสมบุญได้อีกครั้ง



1. กลยุทธ์การดำเนินงาน

- 1) วิจัยและพัฒนาการะบวนการผลิตเต้านมเทียมให้มีคุณภาพใกล้เคียงกับขนาดและน้ำหนักเต้านมจริง ด้วยวัสดุที่ปลอดภัยและเป็นไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ป่วย สร้างความมั่นใจในการใช้งานตัวเต้า
- 2) ประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้เข้าถึงกลุ่มจิตอาสา โดยให้คำปรึกษาและการสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับขั้นตอนการเย็บเต้านมเทียม รวมถึงการรณรงค์สร้างความตระหนักถึงภัยจากมะเร็งเต้านม ให้ความรู้ในการตรวจเต้านมด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อการรักษาอย่างทันท่วงที
- 3) ส่งมอบเต้านมเทียมให้กับผู้ป่วยที่ต้องการโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ และส่งมอบเต้านมเทียมให้กับโรงพยาบาลต่างๆทั่วประเทศ เพื่อเป็นศูนย์รวมการกระจายเต้านมเทียมแก่ผู้ป่วย

ใช้ร่วมกับเสื้อชั้นใน
แบบมีกระเปาะสอดด้านในเพื่อป้องกัน
เต้านมเทียมหล่นขณะเคลื่อนไหว

ผ้าฝ้ายหุ้มด้านนอก
ไม่ร้อน ระบายอากาศ

เม็ดพลาสติกบริสุทธิ์เพื่อน้ำหนัก
เต้าให้ใกล้เคียงน้ำหนักเต้านมจริง
หุ้มในถุงผ้าตาข่ายเพื่อความทนทาน

ฟองใย
เพิ่มความนุ่ม
ยามสัมผัส



2. เป้าหมาย

1

ผลิตเต้านมเทียม รองรับความต้องการของผู้ป่วยที่มีความต้องการเต้านมเทียมทั่วประเทศ จำนวน 35,000 เต้า ในปี 2022 และปี 2023

2

รณรงค์เหล่าจิตอาสาทั่วประเทศ หน่วยงาน/บริษัท คณะบุคคล นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ให้เข้าร่วมกิจกรรมเย็บเต้านมเทียม โดยตั้งเป้าหมายผู้ร่วมกิจกรรม ประมาณ 20,000 คน ในปี 2022 และปี 2023

3

ส่งมอบเต้านมเทียมเย็บสำเร็จ ให้กับโรงพยาบาลต่างๆที่มีความต้องการ เพื่อส่งมอบต่อแก่ผู้ป่วย ช่วยเพิ่มความมั่นใจและกำลังใจให้กับผู้ป่วยหลังการผ่าตัด จำนวนไม่น้อยกว่า 15,000 คน ต่อปี หรือ 35,000 เต้า ในปี 2022 และปี 2023

เย็บเต้านมเทียม
สู่ภัยมะเร็งเต้านม
ปีที่ **16**

SEWING CUP HEART
BY SABINA

เย็บด้วยมือ ส่งต่อด้วยใจ

ผู้ป่วยหรือญาติสามารถขอรับเต้านมเทียม



FREE!!



3 แผนการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2022)

1

ผลิตเต้านมเทียม รองรับความต้องการของผู้ป่วยที่มีความต้องการเต้านมเทียมทั่วประเทศ จำนวน 35,000 เต้า ในปี 2022 และปี 2023

ซาบีน่าร่วมมือจากพันธมิตร บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) เป็นผู้สนับสนุนเม็ดพลาสติก LLDPE ซึ่งมีความบริสุทธิ์สูง ปราศจากสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตเต้านมเทียม เติมเต็มส่วนที่ขาดหายไปให้กับผู้ป่วย โดยใช้เป็นวัสดุทดแทนน้ำหนักของเต้านมผู้หญิงที่ขาดหายไป ในปี 2022 PTTGC ได้สนับสนุนเม็ดพลาสติก จำนวน 6,500 กิโลกรัม สำหรับผลิตเต้านมเทียมจำนวน 35,000 เต้า พร้อมทั้งยังได้สนับสนุนผ้าดิบ วัตถุดิบจากกระบวนการ Upcycling จากขวดพลาสติก PET จำนวน 2,200 หลา สำหรับใช้ทำถุงบรรจุอุปกรณ์เย็บเต้านมเทียม (Sewing Set) จำนวน 20,000 ชุด



3 แผนการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2022)

2

รณรงค์เหล่าจิตอาสาทั่วประเทศ ร่วมเย็บเต้านมเทียม ในปี 2022

บริษัทฯ รณรงค์สร้างการรับรู้ และตระหนักถึงภัยจากมะเร็งเต้านม เพื่อชักชวนให้จิตอาสามีส่วนร่วมในกิจกรรม 4 นาที ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ โดยในปีนี้ได้เพิ่มการรับรู้และการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น วัยทำงานมากขึ้น ทั้งนี้ด้วยการป้องกันการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 เว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ที่ยังต้องคำนึง บริษัทจึงประชาสัมพันธ์รณรงค์ให้ร่วมกันเป็นจิตอาสา ผ่านช่องทาง (Social Media) เพิ่มความสะดวกมีคลิปวิธีการเย็บเต้านมเทียมแบบละเอียด เพื่อให้จิตอาสาเข้ามาชมและสามารถร่วมเย็บเต้านมเทียมได้อย่างถูกวิธีบนเว็บไซต์ เพิ่มช่องข้อความสำหรับให้จิตอาสา ได้เขียนข้อความแสดงความรู้สึกให้กำลังใจผู้ป่วย ข้อความเหล่านี้จะแสดงผ่านหน้าเว็บประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้ป่วยได้รับการเติมเต็มทั้งร่างกายและจิตใจ



จิตอาสาสามารถติดต่อขอรับชุดเย็บเต้านมเทียม ผ่าน 3 ช่องทางได้แก่

1. เคาน์เตอร์ซาบีน่าในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลและโรบินสันทุกสาขา
2. ซาบีน่าช้อปทุกสาขาทั่วประเทศ
3. ช่องทางออนไลน์ www.sabina.co.th



SABINA

3 แผนการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2022)

2

รณรงค์เหล่าจิตอาสาทั่วประเทศ ร่วมเย็บเต้านมเทียม ในปี 2022

จิตอาสาสามารถรับชุดเย็บผ่านลิงก์ ทุกการกรอก ซาบีน่าจัดส่งชุด Sewing Set ให้กับจิตอาสาถึงบ้านเพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย โดยได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท เคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) เพื่อส่งอุปกรณ์เย็บเต้านมแก่จิตอาสาทั่วประเทศ และสำหรับช่องทางออนไลน์ บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท โรบินสัน จำกัด (มหาชน) ร่วมเป็นจุดกระจาย Sewing Set รวม 76 สาขา ทั่วประเทศ ในช่วงเดือน ต.ค. - ธ.ค. 2022 โดยเต้านมเทียมเย็บสำเร็จที่จิตอาสาทำส่งคืน ณ เซ็นทรัลและโรบินสันทั่วประเทศ จะถูกส่งมอบให้กับโรงพยาบาลใกล้พื้นที่ภายในปี 2022

นอกจากนี้บริษัทยังจัดกิจกรรมเย็บเต้านมเทียมผ่านหน่วยงานมหาวิทยาลัย และห้างสรรพสินค้าต่างๆ ตลอดปี 2022 เพื่อเปิดโอกาสการรับรู้ ประชาสัมพันธ์ โครงการอย่างต่อเนื่อง และสร้างกลุ่มจิตอาสาเป็นพลังให้โครงการดำเนินถึงเป้าหมาย 20,000 คน ภายในปี 2022

CENTRAL
SI RACHA



3 แผนการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2022)

3

ส่งมอบเต้านมเทียมเย็บสำเร็จ ให้กับโรงพยาบาลต่างๆที่มีความต้องการ เพื่อส่งมอบต่อแก่ผู้ป่วย ช่วยเพิ่มความมั่นใจและกำลังใจให้กับผู้ป่วยหลังการผ่าตัด จำนวนไม่น้อยกว่า 15,000 คน ต่อปี หรือ 35,000 เต้า ในปี 2022 และปี 2023

บริษัทมีการประชาสัมพันธ์เปิดโอกาสการรับรู้ ให้จิตอาสาได้ร่วมกิจกรรมเย็บเต้าอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี และสร้างความร่วมมือกับหน่วยงาน มหาวิทยาลัยต่างๆในการส่งมอบเต้านมเทียมเย็บสำเร็จมอบให้กับโรงพยาบาลรัฐและเอกชนทั่วประเทศ อีกทั้งยังได้รับความร่วมมือจาก ห้างสรรพสินค้า บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท โรบินสัน จำกัด (มหาชน) ที่ร่วมเป็นจุดกระจาย Sewing Set ทั่วประเทศ ในช่วงเดือน ต.ค. - ธ.ค. 2022 โดยมุ่งหวังส่งมอบเต้านมเทียมเหล่านี้ให้กับโรงพยาบาลใกล้พื้นที่ภายในปี 2022



4. ผลลัพธ์เชิงคุณภาพ และปริมาณที่เกิดขึ้นจริง

1

ผลิตเต้านมเทียม รองรับความต้องการของผู้ป่วยที่ขาดแคลนเต้านมเทียมทั่วประเทศ จำนวน 35,000 เต้า ภายในปี 2022

ปี	จำนวนผลิต (เต้า)	จำนวนบริจาค (เต้า)
2561	15,200	15,200
2019	19,000	19,000
2563	23,000	23,000
2564	34,000	34,000
2022	35,000	35,000



4. ผลลัพธ์เชิงคุณภาพ และปริมาณที่เกิดขึ้นจริง

ผลลัพธ์การรณรงค์เหล่าจิตอาสาทั่วประเทศ หน่วยงาน/บริษัท คณะบุคคล นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ให้เข้าร่วมกิจกรรมเย็บเต้านมเทียม โดยตั้งเป้าหมายผู้ร่วมกิจกรรมประมาณ 20,000 คน ในปี 2022

หน่วยงาน	ช่วงเวลาทำกิจกรรม	จำนวนเต้านม	จำนวนผู้ร่วมกิจกรรม
ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล, โรบินสันทุกสาขาและ Sabina Shop	1 ต.ค.65 – 31 ธ.ค.65	23,900	15,850
กิจกรรมผ่านช่องทาง Online	1 ต.ค.65 – 31 ธ.ค.65	3,000	1,500
บริษัท เซ็นทรัล มอเตอร์วีล (ประเทศไทย) จำกัด	8 ก.ค.65 - ส.ค.65	300	200
สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสไอสถาบันเครื่องช่วยกระหวัดอุตสาหกรรม	24 พ.ค.65 – 31 ธ.ค.65	290	150
โรงพยาบาลสินแพทย์ลำลูกกา	13 มิ.ย.65 – 7 ต.ค.65	300	50
สอวช. (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ)	4 ก.ค.65 – 31 ก.ค. 65	90	40
โรงเรียนสาธิตเกษตร พหุภาษาฯ กลุ่มงานวิชาอิสระ	4 ก.ค. 65 – 5 ก.ย. 65	20	10
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ องค์กรักษ์ จังหวัดนครนายก	2 – 4 ส.ค. 65	200	100
ชมรมแม่บ้านตำรวจภูธรจังหวัดชุมพร และคณะแม่บ้านตำรวจ	26 ก.ค. 65	400	50
กิจกรรมห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ภูเก็ต	12 ส.ค. 65	150	100
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจภาควิชาบัญชี	1-31 ส.ค. 65	100	50
โรงเรียนเทศบาล 6 นครเชียงราย	10-17 ส.ค.65	200	50
บริษัท คิมบอล อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด	11 ส.ค.65	50	50
Woman Cancer Campaign CPN ลาดกระบัง	1 ก.ย. 65 – 9 ก.ย. 65	150	150
Woman Cancer Campaign CPN ระยอง	6 ก.ย. 65 – 12 ก.ย. 65	200	200
Woman Cancer Campaign CPN พระราม9	8 ก.ย. 65 - 22 ก.ย. 65	200	200
Woman Cancer Campaign CPN อยุธยา	22 ก.ย. 65 - 28 ก.ย. 65	200	200
Woman Cancer Campaign RBS บ้านฉาง	24 ก.ย. 65 - 30 ก.ย. 65	150	150
Woman Cancer Campaign CPN เชียงราย	1 ต.ค. 65 - 14 ต.ค. 65	100	100
Woman Cancer Campaign CPN โคโรราช	4 ต.ค. 65 - 17 ต.ค. 65	100	100
Woman Cancer Campaign CPN พลาซ่าเชียงใหม่แอร์พอร์ต	4 ต.ค. 65 -18 ต.ค. 65	100	100
Woman Cancer Campaign CPN เซ็นทรัลเวสต์	22 ต.ค. 65 - 2 พ.ย. 65	200	200



4. ผลลัพธ์เชิงคุณภาพ และปริมาณที่เกิดขึ้นจริง

ผลลัพธ์การรณรงค์เหล่าจิตอาสาทั่วประเทศ หน่วยงาน/บริษัท คณะบุคคล นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ให้เข้าร่วมกิจกรรมเย็บเต้านมเทียม โดยตั้งเป้าหมายผู้ร่วมกิจกรรมประมาณ 20,000 คน ในปี 2022

หน่วยงาน	ช่วงเวลาทำกิจกรรม	จำนวนเต้านม	จำนวนผู้ร่วมกิจกรรม
Woman Cancer Campaign CPN ภูเก็ต เฟสติวอล	5 ต.ค. 65 - 18 ต.ค. 65	200	200
นักเรียนโรงเรียนสาธิตนานาชาติมหาวิทยาลัยมหิดล	6 ก.ย.65 - 22 ก.ย. 65	150	37
อสม. ม.3 (ต.บางทราย)	27 ส.ค.65	100	15
บริษัทอาดิดาส (ประเทศไทย) จำกัด	6 ก.ย.65	30	30
กลุ่มจิตอาสาสายวิชาจิตวิทยาจริยธรรม มหาวิทยาลัยบูรพา ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	15 ก.ย.65	50	13
โรงพยาบาลจุฬารัตน์ ราชวิทยาลัยจุฬารัตน์	12 ก.ย.65	100	30
บริษัท โลตัสส์ มั่นนี้ เซอร์วิส จำกัดได้	5 ก.ย.65 - 28ก.ย.65	200	200
คุณครูวิวรรณ์ เดชเกตุ	14 ก.ย.65 - 31 ต.ค.65	100	1
บริษัท แก้มงคกรูป จำกัด	27 ก.ย.65 - 31 ต.ค.65	100	30
บริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด	26 ก.ย.65 - 19 ต.ค.65	50	50
โรงพยาบาลพรินทร์ ปากน้ำโพ นครสวรรค์	12 ต.ค.65	50	50
สำนักงานใหญ่ CPN	11 ต.ค.65	200	200
บริษัท เซโฟรา (ประเทศไทย) จำกัด	5 ต.ค.65 - 30 พ.ย.65	50	50
หอพักแอนนาเพลส	5 ต.ค.65 - 31 ต.ค.65	50	50
บริษัท ลิฟวิ่ง สไตล์ (ประเทศไทย) จำกัด	18 - 20 ต.ค. 65	20	20
Adidas Outlat สาขาเมืองทองธานี	10 ต.ค.65 - 31 ต.ค.65	20	10
บริษัท ไทยโอซูก้า จำกัด (จ.สมุทรสาคร)	11 ต.ค.65 - 31 ต.ค.65	20	10
งาน EVENT ปี 2022 เซ็นทรัล & โรบินสันระยอง	19 ต.ค.65	300	300
บริษัท โรวิทเทค เอเชีย จำกัด Rovitex Asia	16-18 พ.ย. 65	50	20
นิสิตในสาขาบัญชี คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	1 พ.ย. 65	20	10
ชุมชนระยอง PTTGC	24 ต.ค.65 - 31 ธ.ค.65	110	20
บริษัทเอ็นพีซี เซฟตี้ แอนด์ เอ็นไวรอนเมนทอล เซอร์วิส จำกัด	27 ต.ค.65 - 30 พ.ย.65	100	50
คุณพรรณประไพวดี สุขชาติ	25 พ.ย.65 - 31 ธ.ค.65	50	3
กิจกรรมอื่นๆตลอดปี 2022 ถึง 30 ก.ย. 2023	65 ถึง 30 ก.ย. 66	2,480	1,000
	รวม	35,000	21,999



4. ผลลัพธ์เชิงคุณภาพ และปริมาณที่เกิดขึ้นจริง

ผลลัพธ์การเป็นตัวกลางในการมอบแต้
นมเทียมเย็บสำเร็จ ให้กับโรงพยาบาล
ต่างๆที่ขาดแคลน เพื่อส่งมอบ
ให้กับผู้ป่วย ช่วยคืนความมั่นใจและ
กำลังใจให้กับผู้ป่วยหลังการผ่าตัดได้
โดยเร็ว จำนวนไม่น้อยกว่า 15,000 คน
ต่อปี หรือ 35,000 เต้า ภายในปี 2022

หน่วยงาน	ช่วงเวลาที่ขอรับ	จำนวนเต้า
โรงพยาบาลกาฬสินธุ์	12 กรกฎาคม 2022	300
โรงพยาบาลศิริราช	27 ตุลาคม 2022	100
โรงพยาบาลปัตตานี	29 กันยายน 2022	300
โรงพยาบาลพระนั่งเกล้า	27 ตุลาคม 2022	120
ศูนย์ถันยเวช โรงพยาบาลสงขลานครินทร์	30 กันยายน 2022	100
โรงพยาบาลจุฬารณ์ ราชวิทยาลัยจุฬารณ์	12 กันยายน 2022	100
โรงพยาบาลศรีระยอง	19 ตุลาคม 2022	300
บุคคลทั่วไป	1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2022	5,193
ส่งมอบผ่านกิจกรรมห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล โรบินสันทุกสาขา	1 ตุลาคม – 31 ธันวาคม 2022	28,487
	รวม	35,000



แผ่นฟองน้ำจำลองเรียนรู้การตรวจเต้านม BREAST CANCER SIMULATOR PAD

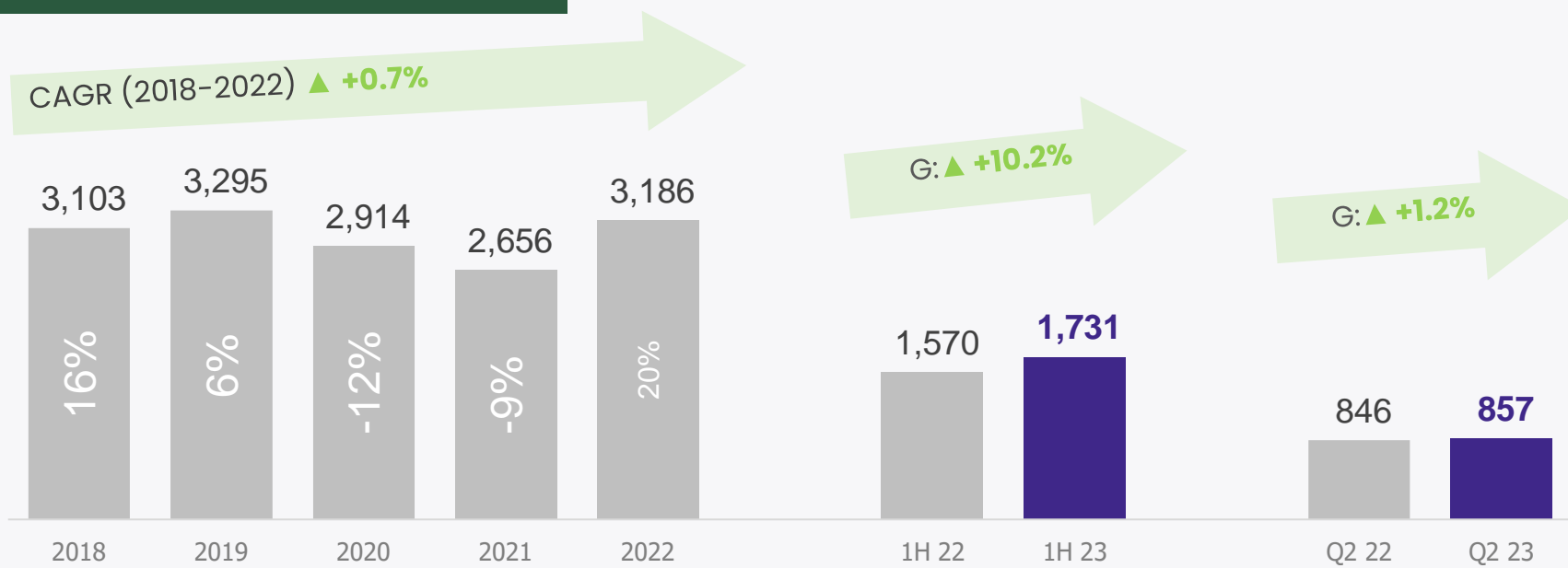
SABINA



“ซาบีน่า” เปิดตัว แผ่นฟองน้ำจำลองเรียนรู้การตรวจเต้านม BREAST CANCER SIMULATOR PAD โดยได้รับความร่วมมือจากพันธมิตร 4 แห่ง ได้แก่ ศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช, VMLY&R Thailand, บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน), Meta ประเทศไทย ในวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2023 สามารถลงทะเบียนรับแผ่นฟองน้ำ Breast Cancer Simulator Pad ฟรี 1 ชิ้น เมื่อซื้อสินค้าครบ 1,500 บาท (สุทธิ) ที่ ซาบีน่าซื้อปทุกสาขา และ Sabina Online

APPENDIX

Revenue (THBmn)

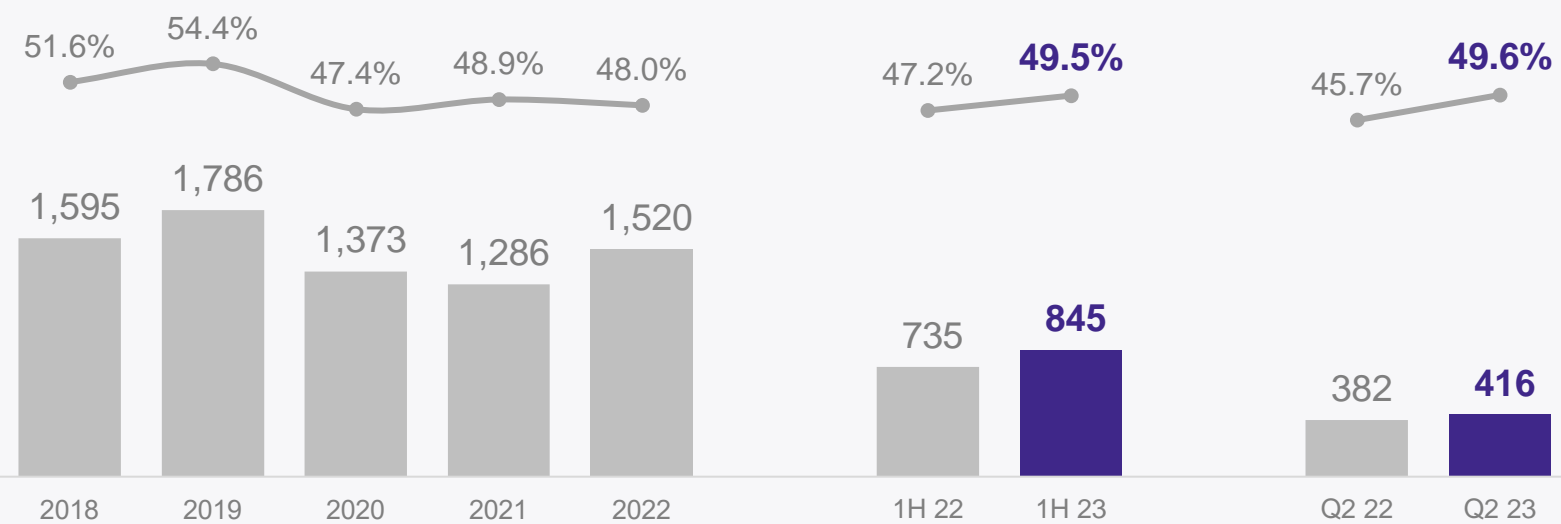


* Revenue - 1H increased YOY in both Online and Offline channels due to the continuous success of the "Sabuy" big campaign launched since Q1. Q2 both Online and Offline also increased YOY.

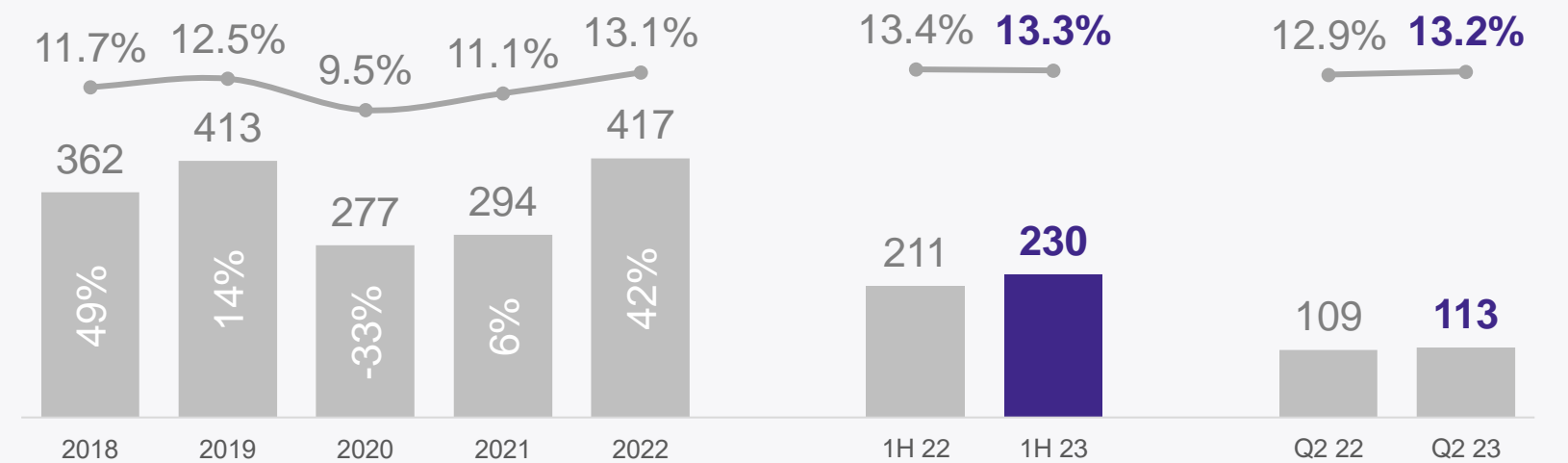
* Gross Profit Margin - has increased QOQ to 49.60% due to the higher-priced Sabuy collection, the limited discounts compared to the previous year, the number of the competitive cost of outsourcing products is higher. Moreover, the low inflation rate has no significant impact on raw material costs.

* Net profit - has increased both 1H and the 2Q. 1H GPM at 13.3% is higher than 13.1% by the end of 2022. This is because of the better marketing budget spent at the right period through different sales channels on Sabuy Campaign.

Gross Profit (THBmn)



Net Profit (THBmn)



SABINA ภาพรวมกลยุทธ์ทางธุรกิจ

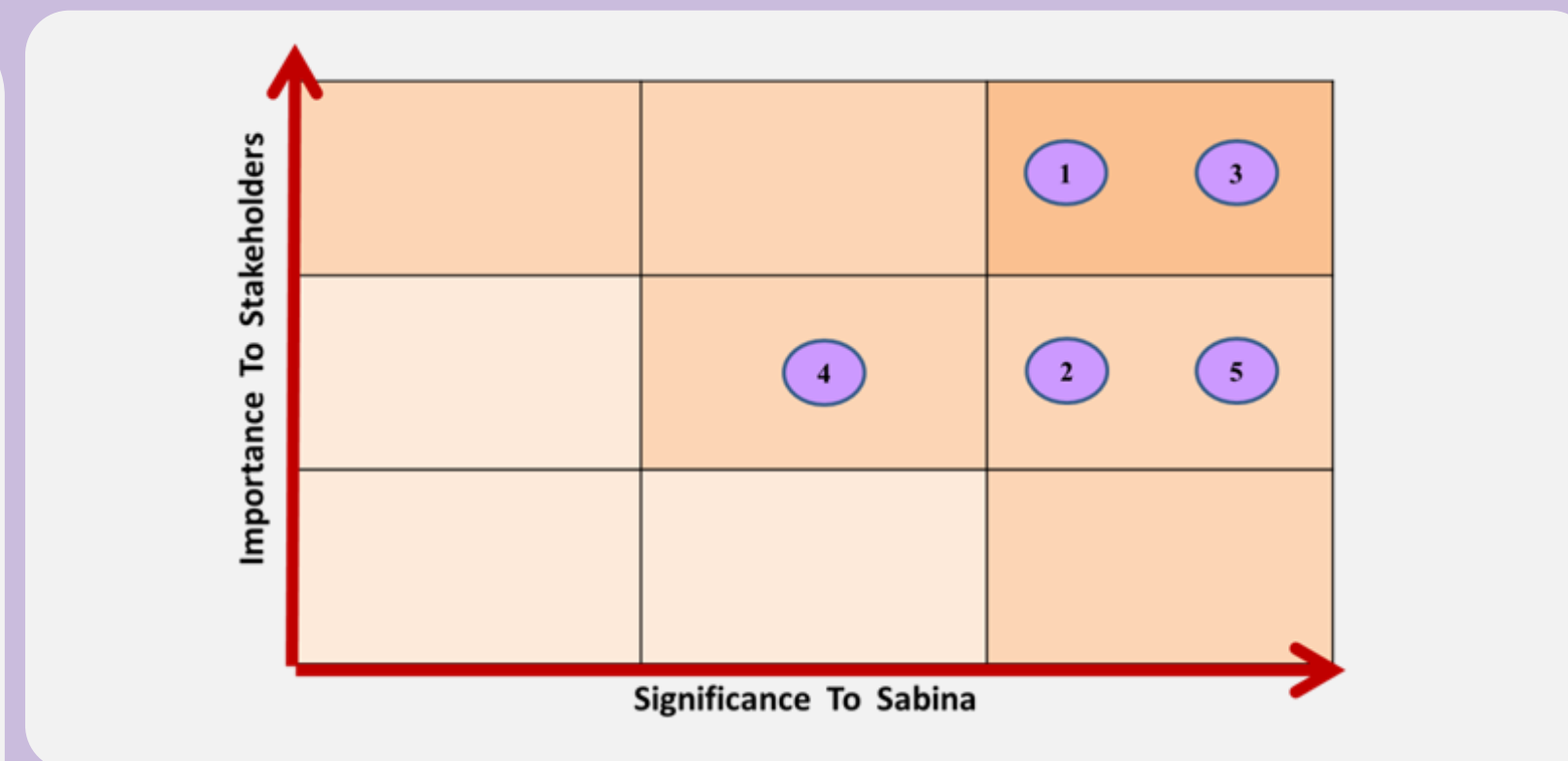
1. นำแบรนด์ซาบีน่า สู่อุปกรณ์เป็นแบรนด์ชุดชั้นในอันดับ 1 ในไทยและก้าวสู่แบรนด์ระดับภาคพื้น เอเชีย (Regional Brand) โดยเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายสำคัญ ดังนั้นจึงกำหนดกลยุทธ์ย่อย ดังนี้
 1. จัดตั้งทีมงานวิจัยและพัฒนาสินค้า (R&D) ที่ทำงานร่วมกับแผนกต่างๆในองค์กร เพื่อให้ได้มาซึ่งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ที่ตรงความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
 2. สำรวจและค้นหาความต้องการ ความสนใจ ปัญหาการสวมใส่ การเปลี่ยนแปลงของสรีระ พฤติกรรมของผู้บริโภค และภาพลักษณ์ที่ผู้บริโภคมีต่อเสื้อชั้นใน โดยใช้การวิจัยแบบการสนทนากลุ่มเชิงคุณภาพ (Qualitative focus group discussion)
 3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้า และดำเนินการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ รวมทั้งคุณภาพการผลิต เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด
 4. พัฒนาพนักงานขาย เพื่อสามารถให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับความเหมาะสมทางสรีระ และผลิตภัณฑ์สำหรับโอกาสการใช้งานที่แตกต่าง
 5. จัดให้มีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) เพื่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าระยะยาว รวมทั้งเป็นช่องทางในการรับความคิดเห็นข้อเสนอแนะและ ข้อร้องเรียนจากลูกค้า เพื่อปรับปรุงและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง
- b. เป็นผู้นำในการใช้นวัตกรรมที่ทันสมัย ทั้งในแง่มุมมองของการผลิตสินค้าด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัย รวมทั้งใช้ข้อมูลในการบริหารงานต่างๆ เพื่อให้มีความแม่นยำในการวางแผนงาน และปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว (Data-driven Organization)
- c. มุ่งเน้นในการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินการ สู่อุปกรณ์เป็นเลิศ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรที่ยั่งยืน โดยใช้หลักความคิดในการลดความสูญเปล่าในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน เน้นการลดต้นทุนการดำเนินงาน ลดความผิดพลาด ลดรอบเวลาปฏิบัติงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการตอบสนองต่ออุปสงค์ อย่างถูกต้องและทันเวลา โดยนำหลักการ Lean มาปรับใช้ในกระบวนการปฏิบัติงาน ตั้งแต่ต้นน้ำ ถึง ปลายน้ำ และจาก Supplier To Customer (Lean Enterprise)
- d. มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยบริหารจัดการธุรกิจ ให้มีกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดี มีการปรับตัว และสร้างโอกาสในการแข่งขัน ผ่านนวัตกรรมทางธุรกิจ รวมถึงให้ความสำคัญ ในการดูแลผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในองค์กร ชุมชนและสังคม โดยมีนโยบายการดำเนินงานเพื่อพัฒนาความยั่งยืน ในมิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม

บริษัท ซาบีน่าจำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้ผลิตและจำหน่ายชุดชั้นในสตรีรายใหญ่ของประเทศไทย ในแบรนด์ ซาบีน่ามีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักการแห่งความยั่งยืน ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีเป้าหมาย คือ

	เศรษฐกิจ	สังคม	สิ่งแวดล้อม
เป้าหมาย	มีผลการดำเนินธุรกิจที่ดี มั่นคง เติบโต และสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืน	ดำเนินงานอย่างรับผิดชอบต่อ พนักงานและผู้บริโภค รวมทั้งมีส่วน ร่วมในการสร้างสังคมที่ยั่งยืน	ดำเนินงานโดยไม่สร้างผลกระทบ ทางลบต่อสิ่งแวดล้อม และมีส่วน ร่วมในการลดก๊าซเรือนกระจก

โดยบริษัทดำเนินการทวนสอบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และกำหนดสาระสำคัญของธุรกิจ (Materiality) ที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่กำหนดไว้

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน และกำหนดสาระสำคัญของธุรกิจ



1. ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ
2. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์
3. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
4. การบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า
5. ESG (Environmental, Social, Governance)

การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และสร้างความปลอดภัย (SABINA ESG)

ESG 2022

ENVIRONMENTAL

- การบริหารจัดการพลังงาน
- การบริหารจัดการน้ำ
- การบริหารจัดการของเสีย
- การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์
- โละแล้วไปไหน
- การมีส่วนร่วมในการดูแลสภาพภูมิอากาศ



SOCIAL

- Mother Jintana Foundation
- Sewing Cup, Sewing Heart
- AunJai Fund (Micro Finance)
- Factory Model
- ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- สิทธิมนุษยชน

GOVERNANCE

- การดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรม
- Code Of Conduct
- CAC (Collective Action Coalition Against Corruption)



ESG 2023

Environmental	Social
<ul style="list-style-type: none"> - การบริหารจัดการพลังงาน <ul style="list-style-type: none"> - เชื้อเพลิง - ไฟฟ้า - การบริหารจัดการน้ำ - การบริหารจัดการของเสีย - การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ - โละแล้วไปไหน - การจัดการสภาพภูมิอากาศ 	<ul style="list-style-type: none"> - มูลนิธิคุณแม่จันทนา ธาราสงกรณ์ - เย็บเต๋ารวมใจสู้ภัยมะเร็ง - กองทุนอุ้มใจ (Micro Finance) - Factory Model - ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน - การเคารพสิทธิมนุษยชน
Governance	
<ul style="list-style-type: none"> - จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ - การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน 	