

ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า

แผนการจัดการลูกค้า

แผนพัฒนาที่สำคัญ	แผนงานปี 2569-2571
- การสำรวจพัฒนาตลาดและอุตสาหกรรมใหม่ - การประเมินแหล่งวัตถุดิบเพื่อคัดเลือกและจัดสรรส่วนในการจัดซื้อจัดหาเพื่อให้ได้วัตถุดิบที่สามารถผลิตสินค้าตรงตามเกรดการใช้งานของลูกค้า - การพัฒนาด้านการลดต้นทุนผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้า - การดำเนินการด้านโครงการที่ส่งเสริมต่อเศรษฐกิจหมุนเวียน และโครงการที่เกี่ยวข้องในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - การเข้ากิจกรรมต่าง ๆ โครงการร่วมมือพัฒนาคู่ค้าและพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า - การจัดให้มีการฝึกอบรม , กิจกรรม work shop ตามแนวคิดการจัดการองค์กรแห่งตามแนวคิดแห่งนวัตกรรม - การพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้สอดคล้องตามแผนขับเคลื่อนและเป้าหมายที่กำหนด - พัฒนาและใช้แอปพลิเคชัน Salesforce เพื่อสนับสนุนระบบ CRM และการจัดการฐานข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) รวมถึงสนับสนุนการติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการด้านการขายและการจัดการข้อมูลลูกค้า - การติดตามการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการ และสนับสนุนต่อในการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามความคาดหวังลูกค้าแต่ละกลุ่ม	- การร่วมพัฒนาเพื่อหาแนวทางปรับปรุงกระบวนการและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องตามคุณสมบัติที่ลูกค้าแต่ละกลุ่มต้องการใช้งาน - การปรับสัดส่วนวัตถุดิบโดยคัดเลือกแหล่งวัตถุดิบหินปูนที่มีคุณสมบัติด้านเคมีที่สามารถผลิตสินค้าสอดคล้องตามคุณสมบัติที่ลูกค้าต้องการ - การพัฒนาปรับปรุงซอฟต์แวร์ และการลงทุนในโซลสำหรับจัดเก็บสินค้า เพื่อส่งเสริมกระบวนการควบคุมการผลิตให้ตอบสนองต่อการควบคุม การประเมิน วิเคราะห์ค่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ รวมถึงสนับสนุนการจัดเก็บและการคัดแยกผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม - การพัฒนาเพื่อปรับปรุงเพื่อให้สินค้าและบริการสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าทุกกลุ่มอุตสาหกรรม - มีพัฒนาใช้ระบบ Sales Forces ซึ่งเป็นระบบ CRM (Customer Relation Management) เพื่อการบริหารจัดการงานขาย และการตลาด และบริการลูกค้าโดยสามารถประยุกต์นำประสิทธิภาพของฟังก์ชันต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนต่อการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ให้ได้ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น - การดำเนินงานตามแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดสำหรับสินค้าที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ในกลุ่มรักษาสิ่งแวดล้อมและนวัตกรรมเพื่อสังคม โดยให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ช่วยปรับปรุงคุณสมบัติของดินให้เป็นไปตามมาตรฐานงานก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ - การพัฒนาความร่วมมือและการสนับสนุนจาก Carmeuse เพื่อผลักดันผลิตภัณฑ์ปรับปรุงคุณสมบัติของดิน ร่วมกับการพัฒนาโครงการวิจัยผลิตภัณฑ์กับสถาบันการศึกษาในการผลักดันเพื่อนำผลิตภัณฑ์สู่ขั้นตอนการตลาดและทดสอบ หรือนำไปใช้โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ - จะมีการเน้นถึง ความยั่งยืน รวมถึงการนำ Circular Economy เข้ามาเสริมในเรื่องของ ความยั่งยืน หรือ ESG

	- ดำเนินนโยบายที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ทั้งภายในและภายนอกองค์กร - การพัฒนาเพื่อขยายปริมาณการส่งออกสินค้า และการเพิ่มสัดส่วนการขายสำหรับผลิตภัณฑ์ในประเทศ
--	--

การตั้งเป้าหมายการจัดการลูกค้า

การทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือ เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมในรอบปีที่ผ่านมา	: มี : การผลิตและบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า, การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค, การพัฒนาความพึงพอใจและการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า, การรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า, อื่น ๆ : การปฏิบัติต่อคู่แข่ง และการต่อต้านการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม
--	---

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการลูกค้า

การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และการบริหารคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ และการสื่อสารทางการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ และปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้า

บริษัทจะผลิตสินค้า บริการ และบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความไว้วางใจ ความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย มีระบบจัดเก็บและการให้ข้อมูลที่ตรงความจริงและเพียงพอ รวมทั้งให้ความรู้เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ทำการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมของสินค้าและบริการ โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการและกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าและการบริหารคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทให้ความสำคัญในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าและดำเนินการเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีเพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีต่อสินค้าและบริการที่บริษัทส่งมอบ และทำให้บริษัทสามารถรักษาและขยายฐานลูกค้าได้ในระยะยาว และมีกระบวนการในการควบคุมคุณภาพสินค้า การทดสอบและหน่วยงานเพื่อตรวจเช็คดูแลกระบวนการเพื่อควบคุมคุณภาพสินค้ารวมถึงการส่งมอบสินค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้ารวมถึงบริการที่ปลอดภัยต่อสุขภาพอนามัยของลูกค้า ซึ่งกระบวนการครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การขนส่งเข้า การผลิต การวิเคราะห์และควบคุมคุณภาพ การจัดเก็บและบรรจุ และการจัดส่งถึงลูกค้าซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO9001 รวมถึงการมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO14001 และการจัดการด้านความปลอดภัย ISO 45001(OHSAS 18000) โดยมีการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้าพร้อมจัดให้มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในแต่ละปี

การสื่อสารข้อมูลผลกระทบของสินค้าและบริการ

แก่ลูกค้า/ผู้บริโภค

และสำรวจประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

Target

Result

100%

88%

ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่ไม่ได้รับ

แก้ไข

Target

Result

ศูนย์

-ศูนย์- (หมายเหตุ /2)

การประเมินวัตถุประสงค์คุณภาพโดยรวม

ชั่วโมงการหยุดซ่อมเครื่องจักร

Target

Result

≤ 4 %

0.58

การประเมินวัตถุประสงค์คุณภาพโดยรวมมาตรฐาน

คุณภาพสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ

Target

Result

> 95 %

98.9029

ข้อร้องเรียนการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลหรือ

ความลับของลูกค้า

Target

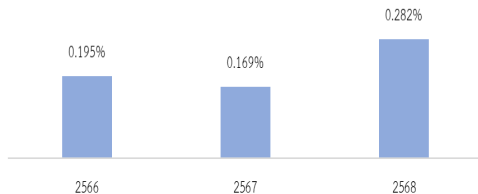
Result

-Zero-

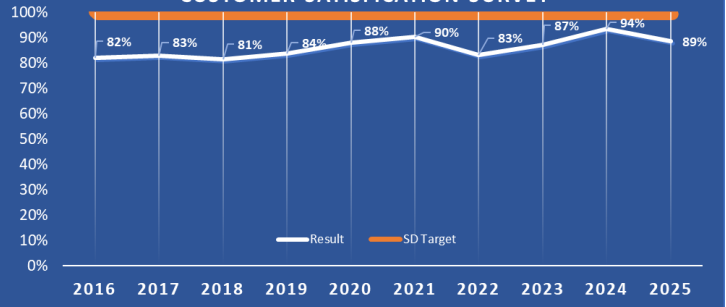
-Zero-

ดัชนีชี้วัดด้าน Complaint จากลูกค้า

% รายการรับข้อร้องเรียน/ข้อขัดแย้ง



CUSTOMER SATISFACTION SURVEY



หมายเหตุ: 1) ผลคะแนนความพึงพอใจจัดทำด้วยวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากลูกค้าในกลุ่มสินค้าปูนขาวและแคลเซียมคาร์บอเนต โดยปี 2566 เปลี่ยนรูปแบบโดยแปลงค่าจากผลคะแนนเฉลี่ย เป็นการนำเสนอในรูปแบบเปอร์เซ็นต์

2) จากการตั้งเป้าหมายในการรักษาเสถียรภาพด้านการผลิตและจำหน่ายโดยกำหนดแผนการจำหน่ายให้กับลูกค้าในหลากหลายอุตสาหกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกกลุ่ม อย่างไรก็ตาม เนื่องจากลูกค้าแต่ละกลุ่มมีความต้องการใช้งานผลิตภัณฑ์ในคุณสมบัติที่มีความแตกต่างกัน

บริษัท มีการกำหนดมาตรการและแผนงานในการจัดการเพื่อลดผลกระทบจากการควบคุมและรับประกันการส่งมอบสินค้าเพื่อให้ตรงตามคุณสมบัติที่ลูกค้าต้องการ โดยการพัฒนาปรับปรุงมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องตามรูปแบบและวิธีการจัดการตามมาตรฐานคุณภาพ แต่อย่างไรก็ตามบริษัทยังไม่ลดตัวแปรที่เกิดจากความไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม แต่ละราย ซึ่งในปี 2568 พบข้อร้องเรียนจำนวน 8 เหตุการณ์ จาก ด้านผลิตภัณฑ์ที่เกิดภายในเนื้อปูนก้อนที่เผาไหม้ไม่สุก (6 ครั้ง) , ผลิตภัณฑ์ปูนบด หรือปูนไฮดรตที่เกิดความชื้นและส่งผลต่อคุณสมบัติทางเคมี (1 ครั้ง) ซึ่งได้มีการแก้ไขและปิดประเด็นครบทุกรายการ รวมถึงการตรวจประเมินจากกลุ่มลูกค้าที่เข้าตรวจเยี่ยมกระบวนการ รวม 10 ราย พบประเด็นจากลูกค้า 1 รายเพิ่มเติม และได้มีการปิดประเด็นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

3) ในปี 2568 มีอัตราการคืนสินค้าเทียบกับเทียบสินค้าที่ขายตามรอบระยะเวลาการรายงานคิดเป็น 0.282 % (ปี 2567 อัตรา 0.169 % , ปี 2566 อัตรา 0.195%) (GRI 301-3)

ในปี 2568 ค่าเฉลี่ยจากผลการสำรวจด้านความพึงพอใจจากกลุ่มลูกค้าทั้งผลิตภัณฑ์ปูนขาวและแคลเซียมคาร์บอเนต ผลลัพธ์บ่งชี้ถึงความจำเป็นที่ต้องมีการปรับและพัฒนาเพิ่มเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม

บริษัท ยังคงมีประเด็นความเสี่ยงและผลกระทบที่หลงเหลืออยู่ในเรื่องความไม่สอดคล้องตามข้อกำหนดสำหรับลูกค้าบางกลุ่มและบางรายจากธรรมชาติและคุณสมบัติจากวัตถุดิบที่ใช้สำหรับกระบวนการผลิตเป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติดังนี้

- วัตถุดิบหลัก ได้แก่ หินปูน และเชื้อเพลิง โดยหินปูนจะมีคุณสมบัติของสิ่งเจือปน และเชื้อเพลิงมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน และหินปูนจากแหล่งผลิตที่แตกต่าง หรือในการขุดเจาะแต่ละโซนของหินปูนอาจให้ค่าคุณสมบัติด้านเคมีที่มีความแตกต่าง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการควบคุม และทดสอบคุณสมบัติของวัตถุดิบ เพื่อควบคุมและคัดเลือกวัตถุดิบสำหรับกระบวนการอย่างเหมาะสม

สำหรับเชื้อเพลิงที่ใช้ในกระบวนการผลิตได้คัดเลือกเชื้อเพลิงชนิดที่ให้ค่าความร้อนสูงเพื่อรักษาระดับการทำความร้อนและลดผลกระทบจากปัญหาด้านความชื้น เพื่อลดจี้และผลกระทบที่ส่งผลกระทบต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- การมีกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ในหลายผลิตภัณฑ์ส่งผลกระทบต่อโอกาสในการเกิดการหยุดกระบวนการเพื่อการบำรุงรักษาและอาจส่งผลกระทบต่อต่อเนื่องของผลิตภัณฑ์เป็นความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิด

บริษัททวงวงเป้าหมายในการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

การประเมินความพึงพอใจใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ ด้านระบบงานบริการและการประสาน, ระบบคุณภาพสินค้าที่ตรงกับการใช้งาน, ระบบงานบริการด้านเอกสาร, การจัดส่งสินค้า และบรรจุภัณฑ์ โดยประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจหลักของกลุ่มลูกค้าบางรายที่ได้ตอบแบบสำรวจ ยังมีผลิตภัณฑ์ในบางกลุ่มอุตสาหกรรมที่ยังมีคุณสมบัติไม่นิ่ง หรือบางเวลาที่ยังไม่สามารถจัดส่งได้ตรงต่อความคาดหวัง นอกจากนี้ จากการสำรวจและผลจากการประสานงานกับกลุ่มลูกค้ายังพบว่าประเด็นด้านของราคาขายหลังจากที่บริษัทได้มีการปรับราคาจากผลกระทบของราคาต้นทุนเชื้อเพลิงที่เพิ่มขึ้นส่งผลกระทบต่อไม่เป็นไปตามความคาดหวังและส่งต่อการสูญเสียปริมาณและยอดขายในกลุ่มลูกค้าบางกลุ่ม หรือบางรายที่ได้รับผลกระทบจากราคาที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจากผลการสำรวจบริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงสำหรับในรายลูกค้าที่ได้รับผลกระทบรวมถึงการวิเคราะห์และหามาตรการในการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีคุณภาพที่มีความสม่ำเสมอ และเหมาะสมกับลูกค้าในทุกกลุ่มดังนี้

ลำดับ	ผลกระทบ	มาตรการในการจัดการ	ข้อจำกัด
1	คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าในบางกลุ่ม	การจัดทำแผนการผลิตโดยกำหนดแผนในการผลิตปูนขาวในแต่ละเตาสำหรับการส่งมอบสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม	ยังเกิดข้อจำกัดในบางกรณีที่บางช่วงที่มีปริมาณความต้องการที่เกินกว่ากำลังการผลิต
		การเลือกใช้ประเภทเชื้อเพลิงที่เหมาะสมและส่งเสริมต่อคุณสมบัติในการเผาปูนขาว ซึ่งให้คุณสมบัติของปูนขาวที่ผลิตได้สอดคล้องเหมาะสมกับการใช้งานของกลุ่มอุตสาหกรรม	ยังเกิดข้อจำกัดในบางกรณีที่แหล่งเชื้อเพลิงบางชนิดมีปริมาณการจำหน่ายในประเทศไม่มาก และมีต้นทุนราคาซื้อขายในประเทศที่ค่อนข้างสูง
		การจัดทำแผนการสำรองสินค้าคงคลังเพื่อให้มีปริมาณเพียงพอตามแผนงานการสั่งจองสินค้า	มีข้อจำกัดการจัดเก็บผลิตภัณฑ์บางประเภทที่จัดเก็บใน Silo ซึ่งไซโลที่จัดเก็บติดตั้งให้จัดเก็บแยกผลผลิต
		การบริหารจัดการตารางการจัดส่งสินค้าให้สอดคล้องกับปริมาณสินค้าคงคลัง และแผนการผลิต	ของการผลิตในแต่ละเตาไม่สามารถแยกคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์โดย

		การบริหารจัดการ และการจัดประเภทขนส่งสินค้าให้เหมาะสมกับคุณสมบัติและระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการสินค้า	อิสระ ดังนั้นปริมาณเก็บจึงจึงมีคุณสมบัติเฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่อาจใช้กับบางกลุ่มอุตสาหกรรมแต่ไม่สามารถใช้กับทุกกลุ่มอุตสาหกรรม
		การบริหารจัดการด้านบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์	
		การปรับปรุงกระบวนการเครื่องจักรให้มีระบบที่สามารถคัดแยกคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ให้ได้ดีขึ้น	บางกระบวนการมีข้อจำกัดในการต้องหยุดกระบวนการโดยใช้ระยะเวลา
		มีปรับกระบวนการเพื่อให้สามารถทำการผลิตสินค้าให้มีขนาดตามที่ลูกค้าต้องการ โดยมีแผนการลงทุนเกี่ยวกับระบบเครื่องจักรและอุปกรณ์ ทั้งนี้ หากแผนการลงทุนมีความสอดคล้องและได้รับการอนุมัติจะมีการเพิ่มเครื่องจักรซึ่งช่วยให้การจัดการเกี่ยวกับขนาดของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามความต้องการเฉพาะกลุ่ม	อาจไม่สามารถดำเนินการในช่วงที่มีความต้องการสินค้าที่ต่อเนื่อง / ข้อจำกัดกรณีที่ต้องใช้เงินลงทุนในการปรับแต่งกระบวนการที่มีมูลค่าการลงทุนเกินกว่าแผนการจัดสรรการลงทุนตามลำดับความสำคัญ
2	การปรับราคา	การหาแนวทางในการลดต้นทุนส่วนอื่นๆ เพื่อรักษาระดับราคา	บริษัทมีนโยบายในการเสนอราคาซึ่งเป็นไปตามกลไกของต้นทุน และไม่มีนโยบายการเสนอราคาเพื่อขายสินค้าที่ต่ำกว่าต้นทุน
		การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือตลาดใหม่ที่มีความสามารถในการแข่งขัน	
3	บรรจุภัณฑ์	การกำหนดมาตรการในการควบคุมคุณภาพของบรรจุภัณฑ์สำหรับลูกค้า โดยมีการตรวจสอบคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ รวมถึงกำหนดมาตรการปฏิบัติที่สำคัญในการตรวจสอบและดำเนินการในกระบวนการบรรจุผลิตภัณฑ์ และการคัดเลือกชนิดบรรจุภัณฑ์อย่างเหมาะสม	ในการใช้บรรจุภัณฑ์ในบางประเภทที่เป็นผลิตภัณฑ์ใช้ซ้ำ จะมีข้อจำกัดสำหรับลักษณะของบรรจุภัณฑ์บางประเภทที่ไม่ควรใช้บรรจุภัณฑ์แบบใช้ซ้ำ เช่น ถุงประเภทที่มีไส้ใน เป็นต้น

> กิจกรรมพัฒนาที่สำคัญที่ส่งเสริมการสร้างมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความพึงพอใจที่คงมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง

- > การลงทุนและพัฒนาเกี่ยวกับอุปกรณ์และเครื่องมือในการทดสอบ หรือตรวจสอบคุณภาพ ซึ่งพัฒนานำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อผลของความแม่นยำในการทดสอบและตรวจสอบควบคุมด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์
- > ระหว่างปี 2566 การปรับปรุงกระบวนการคัดล้างวัตถุดิบหินปูนตั้งแต่กระบวนการหน้าเหมือง หรือปรับกระบวนการในการตรวจสอบคุณภาพของหินปูนตั้งแต่กระบวนการโม่ บด ย่อยหิน
- > ระหว่างปี 2567 มีการพัฒนาด้านกระบวนการผลิตสินค้าไฮเดรตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการลงทุนโครงการ Replace hydrated lime Classifier มูลค่ารวม 6.6 ล้านบาท (รวมโครงการส่วนขยายที่แล้วเสร็จในปี 2568) เพื่อพัฒนากระบวนการในการผลิตสินค้าไฮเดรต ให้มีคุณสมบัติด้านขนาดและความละเอียดตามที่ลูกค้าต้องการ
- > การพัฒนากระบวนการในการผลิตปูนขาวสำหรับกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมอิฐมวลเบา

โดยลงทุนสำหรับเครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับการผลิตปูนขาวเกรดอิฐมวลเบา มูลค่ารวม 5.5 ล้านบาท เพื่อรองรับการพัฒนาคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณสมบัติที่เหมาะสมกับการนำไปใช้ของลูกค้ากลุ่มอิฐมวลเบา

- > ระหว่างปี 2567-2568 การลงทุนขยายกำลังการผลิตสินค้ากลุ่ม GCC ในบริษัท หินอ่อน จำกัด (บริษัทย่อย) รวมมูลค่ากว่า 50 ล้านบาท เพื่อรองรับการขยายปริมาณการใช้ของลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง เคมี สีและสารเคลือบ ยาง และอาหารสัตว์
- > การขยายฐานการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการคุณภาพมุ่งมาตรฐานสากล โดยบริษัท หินอ่อน จำกัด (บริษัทย่อย) ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าหินอ่อนแผ่นสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์ รวมถึงงานหัตถกรรมจากหินอ่อน และผลิตภัณฑ์ GCC ซึ่งได้รับรองมาตรฐานการจัดการคุณภาพตามระบบ ISO 9001:2015

จากแรงผลักดันภายใต้การขับเคลื่อนในการกำกับดูแลกิจการเพื่อดำเนินการและพัฒนากระบวนการตามกรอบความยั่งยืน การจัดการและบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ และภาวะการแข่งขันในตลาด รวมถึงการผลักดันโครงการ Cost Saving เพื่อบริหารจัดการในการลดต้นทุนการผลิต รวมถึงการหากลุ่มลูกค้าทดแทน ปริมาณที่ต้องสูญเสียจากอุปสงค์ และผลกระทบจากของอุตสาหกรรมที่ลดลง

อย่างไรก็ตาม การตอบรับสู่ผลสำเร็จในการร่วมบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยการส่งมอบคุณค่าสู่ผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญด้วยรางวัลแห่งความเชื่อมั่นเพื่อบูชาการพัฒนาที่ยั่งยืนด้วยรางวัล “Sustainability Award “ตอกย้ำถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการปรับแนวทางปฏิบัติทางธุรกิจให้สอดคล้องกับเป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกันก็สร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในหมู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเรา

- > กิจกรรมการฝึกอบรมโดยคัดเลือกหลักสูตรที่ส่งเสริมด้านการจัดการด้าน

ประสิทธิภาพเพื่อให้บุคลากรได้มีทักษะเพื่อแนวคิดที่ได้จากหลักสูตรที่ได้รับการ

ฝึกอบรม ฝึกทักษะจากวิธีการที่ผู้ฝึกอบรมใช้แนวกิจกรรม work shop รวมถึงสาธิต
 หน่วยงาน เพื่อส่งเสริมพัฒนาการเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลง หรือพยายามสะสม
 พัฒนาการทั้งด้านทักษะส่วนบุคคล และ/หรือกระบวนการ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการ

สร้างประสิทธิผลด้านความพึงพอใจสูงสุดในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า ซึ่งจากหลักสูตรการอบรมโดยนำ
 หลักแนวคิด Kaizen มาจัดอบรมพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ เพื่อปรับสร้างพัฒนาในการนำแนวคิดที่สำคัญมาปรับใช้กับ
 กระบวนการทำงาน โดยจัดอบรมอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2566 - ปัจจุบัน โดยเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านปฏิบัติการสามารถ
 เข้าร่วมอบรมหลักสูตรดังกล่าว

ซึ่งประโยชน์และความรู้ที่ได้จากหลักสูตรดังกล่าว ได้แก่

- การควบคุมคุณภาพและบริหารคุณภาพทั้งระบบ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากศักยภาพของในการดำเนินการของบุคลากรที่เกี่ยวข้องในทุกๆระดับและทุกระบบ ทั้งการวางแผนงาน การดำเนินการ ติดตาม ตรวจสอบ และการประเมินผล เพื่อสร้างให้เกิดกระบวนการในการควบคุมและรับประกันคุณภาพตลอดทั้งวงจร
- การบริหารจัดการเวลาให้เกิดความพอดี คือทันต่อความต้องการ และทันต่อเหตุการณ์
- การบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์เพื่อยืดอายุ หรือส่งเสริมประสิทธิภาพแบบทวีคูณ
- การร่วมสร้างกิจกรรมกลุ่มย่อยเพื่อร่วมกันผลักดันให้เกิดผลสำเร็จของงานในภาพรวมร่วมกัน



- และการพัฒนาความรู้ใน Application การใช้งานผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ ซึ่งกลุ่ม Carneuse ได้จัดหลักสูตรอบรมสำหรับให้ความรู้ในการใช้งานผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้า เช่น อุตสาหกรรมเหล็ก , อุตสาหกรรมน้ำตาล และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เป็นผู้ใช้สินค้าปูนขาวส่งเสริมความรู้ด้านการใช้งานในกระบวนการของลูกค้า

Application Training for products



Session 1 : 5 Nov 2025 : Steel and Non-Ferrous

Session 2 : 12 Nov 2025 : Construction and Agriculture

Session 3 : 19 Nov 2025 : Environment, Paper, Glass, Chemistry and Sugar

Carneuse ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาความรู้เชิงเทคนิคเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ปูนขาว ซึ่งเป็นสินค้าเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มบริษัท โดยจัดการอบรมผ่านสื่อออนไลน์ Microsoft Teams เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่บุคลากรภายในองค์กรอย่างทั่วถึง เนื้อหาการอบรมครอบคลุมการประยุกต์ใช้ผลิตภัณฑ์ในหลากหลายอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมเหล็ก โลหะนอกกลุ่มเหล็ก ก่อสร้าง เกษตรกรรม สิ่งแวดล้อม แก้ว กระดาษ เคมี และน้ำตาลการอบรมไม่เพียงให้ความรู้ด้านบทบาทของปูนขาวและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตเท่านั้น แต่ยังให้ความเข้าใจเชิงลึกด้านการเพิ่มประสิทธิภาพ การควบคุมคุณภาพ และการแก้ปัญหาทางเทคนิคเฉพาะแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งช่วยยกระดับศักยภาพบุคลากรให้สามารถสื่อสารเชิงเทคนิคกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นนอกเหนือไปจากนี้ โปรแกรมดังกล่าวยังช่วยเสริมแนวคิด Customer Focus และการทำงานเชิงรุก สนับสนุนวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมถึงสร้างความร่วมมือในทีมและความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับพันธกิจของ Carneuse ในการยกระดับคุณค่าที่ส่งมอบให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนในฐานะที่ SUTHA เป็นส่วนหนึ่งของเครือขาย Carneuse บริษัทมุ่งนำแนวปฏิบัติที่ดีเหล่านี้มาประยุกต์ใช้เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาความร่วมมือ และเพิ่มศักยภาพในการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุด สร้างคุณค่าแก่ลูกค้าและตลาดอย่างยั่งยืน

Application Training for products



Session 1 : 5 Nov 2025 : Steel and Non-Ferrous

Session 2 : 12 Nov 2025 : Construction and Agriculture

Session 3 : 19 Nov 2025 : Environment, Paper, Glass, Chemistry and Sugar

Carneuse actively supports and promotes the development of technical knowledge related to the use of lime products, the core materials produced and supplied by the group. Technical training sessions are delivered through Microsoft Teams, ensuring broad access for employees across the organization. These sessions cover the application of Carneuse products across a diverse range of industries, including steel, non-ferrous metals, construction, agriculture, environment, glass, paper, chemical, and sugar industries. The training provides not only an understanding of the role of lime and related products in various production processes, but also deeper insights into process efficiency, quality control, and industry-specific technical troubleshooting. This enhances employees' capabilities in delivering professional technical communication and support to customers. Furthermore, the program strengthens the company's Customer Focus culture by encouraging proactive thinking, fostering internal collaboration, supporting lifelong learning, and building sustainable customer relationships. These efforts align with Carneuse's commitment to delivering enhancing value to all stakeholders. As part of the Carneuse network, SUTHA is committed to embracing and applying these best practices to strengthen collaboration, improve product utilization, and maximize the value and benefits delivered to customers and the market in the long term.



Golden Lime Public Company Limited

Continuous improvement to enhance customer satisfaction

การปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าของเรา

Part	Article	Photo Number
01	3.4.2	010343_004 Customer

- การสื่อสารทางการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบและการดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมาย

บริษัทมีการจัดทำเอกสารแจ้งนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญเพื่อกำกับและดำเนินการเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม การใช้งาน และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลได้สอดคล้องตามแนวทางการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และมีการปรับปรุงแนวทางการปฏิบัติต่อลูกค้า (Code of Conduct) เพื่อให้ครอบคลุมการคุ้มครองสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลและผลารวมถึงสอดคล้องตามแนวทางการขับเคลื่อนและพัฒนาด้านความยั่งยืน ดังนี้

1. เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน
2. พนักงานจะต้องทำความเข้าใจ วิเคราะห์และทราบในประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า และพร้อมให้ข้อมูล รวมถึงชี้แจงเกี่ยวกับข้อกำหนด และเงื่อนไขของสินค้าและบริการ ของบริษัทให้ลูกค้าได้รับทราบรวมถึงแจ้งเงื่อนไข และข้อตกลงที่ได้ตกลงกับลูกค้าทราบเป็นลายลักษณ์อักษร ได้แก่
 - 2.1 ราคาสินค้า การบริการ หรือค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องที่ไม่ได้อยู่ภายใต้เงื่อนไขราคาสินค้า หรือบริการ



เอกสารแจ้งการคุ้มครอง
ข้อมูลส่วนบุคคล
สำหรับลูกค้า

- 2.2 ข้อมูลคุณลักษณะของสินค้า บรรจุภัณฑ์ และจัดส่ง ข้อกำหนดในการจัดส่ง
- 2.3 ข้อมูลอื่นๆ ที่มีข้อตกลงร่วมกันระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า และมีการแจ้งเงื่อนไขข้อตกลงและนโยบายหรือเงื่อนไขในการกำหนดระยะเวลาการให้สินเชื่อทางการค้ากับลูกค้าได้ทราบ
3. เมื่อบริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดหรือ เงื่อนไขที่สำคัญ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับลูกค้า จะต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า
4. พนักงานต้องพร้อมที่จะตอบคำถามของลูกค้าทั้งด้านสินค้า บริการ ข้อร้องเรียน การให้คำแนะนำ และการติดตามผลความคืบหน้าในประเด็นต่าง ๆ ที่ได้รับแจ้งจากลูกค้า โดยยึดมั่นการดำเนินการทุกด้านบนพื้นฐานมิตรและไมตรีจิตที่ดี และพร้อมร่วมหาแนวทางการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า หากลูกค้าพบปัญหาจากการใช้สินค้าของบริษัท นอกจากนั้นควรจัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจเพื่อพัฒนาให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยมีการกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณในการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า และมีการประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อใช้ประกอบในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพทั้งด้านสินค้า และบริการ
5. หน่วยงานการขาย การตลาด และงานบริการต่าง ๆ ควรเตรียมการในเรื่องอุปกรณ์สื่อสารเพื่อพร้อมสำหรับลูกค้าได้ติดต่อได้โดยสะดวก และรวดเร็ว
6. รักษาความลับและข้อมูลทางการค้าของลูกค้า รวมถึงมีการกำหนดผู้ควบคุมข้อมูลและผู้ประเมินผลข้อมูลเพื่อรับผิดชอบดูแลฐานข้อมูลและคุ้มครองข้อมูลลูกค้าตามกฎหมายที่กำหนดตามข้อปฏิบัติใน พรบ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการแจ้งข้อปฏิบัติเกี่ยวกับสิทธิในการได้รับความคุ้มครองตามข้อปฏิบัติใน พรบ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งจัดทำประกาศเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท
7. การพัฒนาการดำเนินการตามแนวทางความยั่งยืนรวมถึงห่วงโซ่คุณค่า ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบ การขนส่ง การให้บริการ เพื่อสร้างมูลค่าและประโยชน์ทางการค้าร่วมกันระหว่างบริษัทกับลูกค้า รวมถึงการปฏิบัติหลักการด้านสิทธิมนุษยชน การดำเนินการด้านแรงงานอย่างถูกกฎหมาย และการเข้าร่วมกันเพื่อผลักดันในการต่อต้านการคอร์รัปชัน
8. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ปลอดภัย และจัดทำข้อมูลเพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากสินค้าหรือบริการเพื่อให้ลูกค้าทราบ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยในการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ การสื่อสารเพื่อแจ้งแนวทางปฏิบัติสำหรับลูกค้าได้ทราบเกี่ยวกับวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้อย่างปลอดภัย
9. การส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมให้มีปริมาณเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการนำผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

■ การให้ข้อมูล รวมถึงชี้แจงเกี่ยวกับข้อกำหนด และเงื่อนไขของสินค้าและบริการ

บริษัทมีการนำเสนอข้อมูลของผลิตภัณฑ์ รวมถึงมีการปรับปรุงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เผยแพร่บนเว็บไซต์ในสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตและจำหน่ายในปัจจุบันเพื่อให้ข้อมูลและรายละเอียดสินค้าและบริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทั้งคุณลักษณะ/คุณสมบัติของสินค้า อายุของผลิตภัณฑ์ การนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ และมีการจัดทำเอกสารข้อมูลความปลอดภัยของสินค้า Safety Data Sheet หรือ Material Safety Data Sheet (MSDS) ที่สามารถจัดส่งให้กับลูกค้าเพื่อทราบข้อมูลความปลอดภัยเกี่ยวกับสารเคมีที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ โดยแสดงข้อมูลของสารเคมีหรือเคมีภัณฑ์เกี่ยวกับลักษณะความเป็นอันตราย พิษ วิธีใช้ การเก็บรักษา การขนส่ง การกำจัดและการจัดการอื่นๆ เพื่อให้ข้อมูลสำหรับการดำเนินการเกี่ยวกับสารเคมีนั้นเป็นไป

อย่างถูกต้องและปลอดภัย รวมถึงการจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถให้คำชี้แนะเกี่ยวกับรายละเอียดการใช้ รวมถึงหากลูกค้าอยากปรับปรุงประสิทธิภาพของการใช้ หรือตอบข้อซักถาม ชี้แจง และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้สินค้าได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและมีความปลอดภัย

A product data sheet sample given prior to the purchase

Product information published on the website

For effective product delivery, the Company invested in diverse commercial trucks to meet customers' expectations.

Packing & Logistics of Product

A Certificate of Analysis (COA) is provided with its shipment.

Sample of information provided to customers

Golden Lime Public Company Limited

SUTHA's team continue training to be ready to support our customers

การสื่อสารทางการตลาดอย่างมีขีดความสามารถ การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ การพัฒนาและการลงทุนเพื่อปรับปรุงกระบวนการในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการ

Part	Article	Photo Number
01	3.4.2	010343_002 Customer

(GRI : 206-1)

การปฏิบัติต่อคู่แข่งและการต่อต้านการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

● คู่แข่งขันทางการค้า

ระหว่างปี 2566-2568 บริษัทไม่มีประเด็นหรือข้อพิพาทระหว่างบริษัท และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกันรายอื่น โดยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์หลัก มีผู้ผลิต หรือจำหน่ายรายหลักรวม 7-8 ราย บริษัทจัดเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายอยู่ในลำดับสองรองจากผู้ผลิตที่มีกำลังการผลิตหลักในอุตสาหกรรมเดียวกัน และมีสัดส่วนการจำหน่ายสำหรับตลาดในประเทศเป็นอันดับหนึ่ง บริษัทมีการปฏิบัติต่อคู่แข่งภายใต้กรอบจรรยาบรรณที่ได้กำหนด

- การแข่งขันทางค้าในกรอบกติกาของการแข่งขันที่ดี
- ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตผิดกฎหมาย
- ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งด้วยการกล่าวร้าย หรือกระทำการใด ๆ โดยปราศจากความจริง และไม่เป็นธรรม
- ไม่ทำข้อตกลงกับคู่แข่งหรือผู้ประกอบการอื่นที่เป็นการผูกขาดหรือลดการแข่งขันในตลาด และ
- การวางเป้าหมายเพื่อการหลีกเลี่ยงหรือไม่กระทำการใด ๆ อันนำมาซึ่งข้อพิพาทกับคู่แข่ง

