

สารบัญ

ลำดับ ที่	รายการ	หน้า
1	บทที่ 1 : นโยบายและกลยุทธ์ฝ่ายจัดซื้อจัดหา (Procurement Policy and Strategy)	2
2	บทที่ 2 : จรรยาบรรณว่าด้วยการจัดซื้อจัดหาพัสดุของบริษัทฯ (Purchaser Code of Conduct)	5
	หัวข้อที่ 1 : วัตถุประสงค์	5
	หัวข้อที่ 2 : จรรยาบรรณ	5
	2.1 ผลประโยชน์ทับซ้อน (Conflict of Interest)	5
	2.2 การรักษาความลับของข้อมูลของบริษัทฯ	6
	2.3 ความรับผิดชอบต่อทางสังคมและสิ่งแวดล้อม	7
	หัวข้อที่ 3 : ข้อกำหนดอื่นๆ	8
	3.1 ความสัมพันธ์กับลูกค้า	8
	3.2 ความสัมพันธ์กับลูกค้าภายใน	8
	3.3 การปฏิบัติหน้าที่	8
	3.4 การติดต่อสื่อสาร	8
3	บทที่ 3 : แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (IRPC Supplier Sustainable Code of Conduct)	9
4	บทที่ 4 : การตระหนักรู้ด้านความเสี่ยง (Risk Awareness)	11
	เอกสารแนบท้าย:	
	1.ตารางเกณฑ์การประเมินความเสี่ยงของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management Risk Criteria)	17
	2.ตัวอย่างแบบประเมินความเสี่ยงคู่ค้าด้าน ESG	18

บทที่ 1 : นโยบายและกลยุทธ์ฝ่ายจัดซื้อจัดหา (Policy and Strategy)

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีมุ่งมั่นให้ความสำคัญต่อการวางยุทธศาสตร์การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ที่มุ่งเน้นคุณภาพสินค้าและบริการ โดยกำหนดให้มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการที่สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงโดยคำนึงถึงคุณภาพ ปริมาณ การส่งมอบสินค้าและบริการที่ได้รับ รวมถึงข้อกำหนดขั้นต่ำตามกฎหมายแรงงาน กฎหมายสิ่งแวดล้อม และระบบจัดการคุณภาพต่างๆ เพื่อป้องกันรวมถึงเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพ ปริมาณ การส่งมอบสินค้าและบริการ และความไว้วางใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินการต่างๆ ขององค์กร มีการจัดทำจรรยาบรรณในการปฏิบัติต่อคู่ค้าของบริษัทฯ (IRPC Supplier Sustainable Code Of Conduct) สำหรับคู่ค้า และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ (IRPC Purchaser Code Of Conduct) สำหรับพนักงาน เพื่อให้ทั้งคู่ค้าและพนักงานยึดถือและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยมีเนื้อหา และขอบเขตของแนวทางการปฏิบัติภายใต้ระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ครอบคลุมประเด็นด้าน จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ สิทธิมนุษยชน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม

การประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า

กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าโดยคำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการของคู่ค้าจากการวิเคราะห์ความสำคัญของคู่ค้า ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่

1) การวิเคราะห์การใช้จ่าย (SPEND ANALYSIS) ครอบคลุมการจัดซื้อและจัดหาทุกประเภท การใช้จ่ายของคู่ค้าทุกราย ที่มียอดการใช้จ่ายสูง (TOP SPENDER)

2)การประเมินความเสี่ยงของการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการของคู่ค้า (ESG RISK ASSESSMENT) มุ่งเน้นการระบุความเสี่ยงต่อความยั่งยืนขององค์กรในกระบวนการจัดซื้อจัดหาเช่น การใช้แรงงานเด็กแรงงานบังคับ หรือไม่ซื้อสารเคมีที่มีส่วนผสมของสารต้องห้าม เป็นต้น

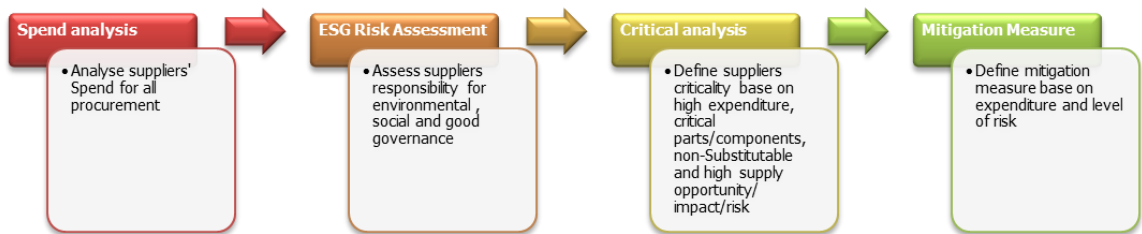
3)การวิเคราะห์ความสำคัญของคู่ค้า (CRITICAL ANALYSIS) ซึ่ง มีหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์ ดังนี้

- 3.1) HIGH EXPENDITURE
- 3.2) COVERED CRITICAL PARTS/COMPONENTS
- 3.3) NON-SUBSTITUTABLE
- 3.4) STREATEGIC RELATIONSHIP: PARENT COMPANY

4) การจัดทำมาตรการเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากคู่ค้า (MITIGATION MEASURES) พิจารณาจากผลการประเมินความเสี่ยง และการวิเคราะห์ความสำคัญของคู่ค้า เพื่อช่วยให้กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีมีความพร้อมในการรับมือกับคู่ค้าที่มีความเสี่ยงและความสำคัญสูง โดยมีมาตรการหลักๆ ดังนี้

4.1) **คู่ค้าหลัก (CRITICAL SUPPLIER)** หมายถึง คู่ค้าที่มียอดการใช้จ่ายสูงและมีความเสี่ยงในระดับสูงมากหรือสูง สินค้าทดแทนยาก และอยู่ในกลุ่มของชิ้นส่วนหรืออุปกรณ์ที่สำคัญ โดยจะถือว่าคู่ค้าเหล่านี้จัดอยู่ในกลุ่ม HIGH RISK TIER 1 SUPPLIER ที่จะต้องได้รับการตรวจสอบทุกปี มีการเยี่ยมชมพื้นที่และสัมภาษณ์ผู้จัดการและพนักงาน ทั้งนี้ คู่ค้าดังกล่าวต้องกำหนดแผนและแนวทางการแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยงและความรุนแรงที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งต้องมีแผนการตรวจสอบเพื่อการดำเนินการตามแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้ากลุ่มบริษัทไออาร์พีซีเพื่อให้มั่นใจว่าสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ไม่เกิดผลกระทบต่อธุรกิจ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

4.2) **คู่ค้ารอง (NON-CRITICAL SUPPLIER)** หมายถึง คู่ค้าที่มียอดการใช้ปานกลางหรือต่ำและความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลางหรือต่ำ หรือไม่ได้อยู่ในกลุ่ม HIGH RISK TIER 1 SUPPLIER จะต้องผ่านการประเมินคู่ค้า (SUPPLIER EVALUATION) หรือการตรวจสอบการปฏิบัติงานตามแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีและผ่านการประเมินจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงาน SAFETY หน่วยงานผู้ใช้งาน เป็นต้น



การบริหารจัดการคู่ค้า

กลุ่มบริษัท ไออาร์พีซีกำหนดมาตรการบริหารจัดการคู่ค้าเพื่อให้การดำเนินงานของคู่ค้าเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด สามารถตอบสนองความต้องการสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น บรรลุเป้าหมาย สามารถรักษาคุณภาพของสินค้าและความสัมพันธ์อันดีระหว่างคู่ค้าและกลุ่มบริษัท ไออาร์พีซีรวมทั้งเป็นการเสริมสร้างความตระหนักแก่คู่ค้าถึงจุดยืนขององค์กรด้านความยั่งยืน

กลุ่มบริษัท ไออาร์พีซีมีมาตรฐานการคัดเลือก ประเมิน และตรวจสอบคู่ค้าอย่างยุติธรรมและโปร่งใส ยึดหลักความมั่นคงทางธุรกิจและความเชื่อถือได้ของคู่ค้า รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มบริษัท ไออาร์พีซี ได้เป็นอย่างดี โดยมีการบริหารจัดการคู่ค้าประกอบด้วย การจัดทำทะเบียนคู่ค้า (IRPC APPROVED VENDOR LIST/APPROVED CONTRACTOR LIST : IRPC AVL/ACL) เพื่อคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพพร้อมธุรกิจโดยใช้แบบสอบถาม (PRE-QUALIFICATION QUESTIONNAIRE) ในการประเมินศักยภาพของคู่ค้า ทั้งทางด้านความพร้อมของการบริการ กำลังการผลิต การขนส่ง ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม มาตรฐานอุตสาหกรรม และคู่ค้าจะต้องสามารถดำเนินธุรกิจตามแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้ากลุ่มบริษัท ไออาร์พีซีการบริหารจัดการทะเบียนคู่ค้าอยู่ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการทะเบียนคู่ค้า และคณะทำงานทะเบียนคู่ค้า นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ไออาร์พีซียังเพิ่มความมั่นใจในการดำเนินงานของคู่ค้าให้ได้สินค้าและบริการจากคู่ค้า ที่มีการดำเนินตามแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการบริหารจัดการความเสี่ยงในการส่งมอบสินค้า กลุ่มบริษัท ไออาร์พีซีได้กำหนดเงื่อนไขในข้อกำหนด (TOR) ให้การดำเนินการของคู่ค้าต้องเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและมีการควบคุมดูแลให้คู่ค้าปฏิบัติตามสัญญาที่ตกลงกันไว้ โดยเฉพาะงานที่มีความเสี่ยงในด้านต่างๆ เช่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยมีการจัดทำโครงการ

ประเมินความเสี่ยงของงานที่เกี่ยวข้องกับผู้รับเหมา (CONTRACTOR SSHE MANAGEMENT) เพื่อพิจารณาคัดเลือกผู้รับเหมาที่มีศักยภาพ หากผู้ค้าได้คะแนนไม่ผ่านตามที่กำหนดจะไม่ได้รับการพิจารณาคัดเลือก

การตรวจสอบและประเมินผู้ค้า

กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีมีกระบวนการตรวจสอบและประเมินผู้ค้า เพื่อประเมินความเสี่ยง กำหนดแผนการแก้ไข ประเมินผลภายหลังดำเนินการแก้ไขตามแผนร่วมกัน โดยคำนึงถึงคุณภาพ/ปริมาณ/ความปลอดภัยในการผลิตและส่งมอบตามข้อกำหนดเบื้องต้นของกลุ่มบริษัทไออาร์พีซีรวมถึงข้อกำหนดขั้นต่ำตามกฎหมายแรงงาน กฎหมายสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานการจัดการต่างๆ เช่น มาตรฐาน ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 เป็นต้น

ระบบการบริหารจัดการด้านความมั่นคงความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมสำหรับผู้ค้าและผู้รับเหมา

กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีพัฒนาระบบจัดการ SSHE สำหรับผู้ค้าและผู้รับเหมา เพื่อเป็นแนวทางในการควบคุมและบริหารการดำเนินงาน โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

- การผนวกเกณฑ์การคัดเลือกด้าน SSHE เข้ากับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างปัจจุบัน
- การระบุและประเมินความเสี่ยงด้าน SSHE ของผู้รับเหมา การกำหนดภาระความรับผิดชอบด้าน SSHE ที่อาจจะเกิดขึ้น แนวทางการควบคุมและดำเนินงาน การรายงานประสิทธิผลการดำเนินงานด้าน SSHE ของผู้รับเหมาตามที่กำหนด
- การพัฒนาโครงการผลักดันให้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพของการจัดการ SSHE สำหรับผู้รับเหมาให้ดียิ่งขึ้น เช่น ระบบการประเมินผลการดำเนินงานด้าน SSHE ของผู้รับเหมาในช่วงการซ่อมใหญ่ การอบรมให้ความรู้ SSHE กับผู้รับเหมาในงานที่มีความเสี่ยงเฉพาะ ระบบข้อเสนอแนะด้าน SSHE สำหรับผู้รับเหมา เป็นต้น
- การสื่อสารความคาดหวังด้าน SSHE ที่ต้องการจากผู้รับเหมาในหลายช่องทาง เพื่อให้ผู้รับเหมาตระหนัก ปรับปรุงเตรียมพร้อมให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มบริษัทไออาร์พีซีได้
- การจัดทำคู่มือการบริหารความปลอดภัยผู้รับเหมาของกลุ่มบริษัทไออาร์พีซีเพื่อเป็นแนวทางในการควบคุมและบริหารความปลอดภัยของผู้รับเหมาที่ปฏิบัติงานภายในพื้นที่ของกลุ่มบริษัทไออาร์พีซี

ความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน

กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีมุ่งมั่นพัฒนาการจัดหาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น โดยเล็งเห็นโอกาสในการสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กร หรือโครงการต่างๆในกลุ่ม ปตท. ได้แก่ PTT P & R GROUP PROCUREMENT EXCELLENCE PROJECT (PEP) และ PROCUREMENT CAPABILITY DEVELOPMENT PROJECT (PCD) อีกทั้งยังมีโครงการสร้างความร่วมมือกับลูกค้าภายในที่หน่วยงานจัดซื้อจัดหาให้บริการ อีกทั้งยังมีโครงการร่วมมือต่างๆกับผู้ค้าอีกด้วย เพื่อเพิ่มศักยภาพความสามารถในการแข่งขันและสร้างพลังร่วมในห่วงโซ่อุปทาน เป็นการลดค่าใช้จ่ายเพิ่มประโยชน์ต่อบริษัทฯ และสร้างความแข็งแกร่งอย่างยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานอีกด้วย

การจัดหาในท้องถิ่น

กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีสนับสนุนการจัดหาสินค้าและบริการจากคู่ค้าในท้องถิ่น (ท้องถิ่น หมายถึง การจัดหากายในจังหวัดระยอง ประเทศไทย) ตลอดจนส่งเสริมให้มีการจัดหาสินค้าจากพื้นที่ที่สถานประกอบการตั้งอยู่เป็นหลัก เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างงาน และรายได้ให้แก่คนในพื้นที่ และมีข้อได้เปรียบในแง่ของต้นทุนที่ต่ำกว่าและการขนส่งที่รวดเร็วกว่า ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความมุ่งมั่นของกลุ่มบริษัทไออาร์พีซีในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับชุมชน ส่งผลให้องค์กรได้รับความไว้วางใจจากชุมชนในการดำเนินการ นอกจากนี้กลุ่มบริษัทไออาร์พีซียังส่งเสริมสนับสนุนให้คู่ค้าดูแลและรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน จัดหาสินค้าและบริการในท้องถิ่น เพื่อลดต้นทุนของสินค้าและสนับสนุนการจัดหาในท้องถิ่นด้วยเช่นเดียวกัน

บทที่ 2 : จรรยาบรรณว่าด้วยการจัดซื้อจัดหาพัสดุของบริษัทฯ

(Purchaser Code of Conduct)

หัวข้อที่ 1 : วัตถุประสงค์

เพื่อให้พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่จัดซื้อ จัดหาพัสดุของบริษัทฯและบริษัทในเครือถือเป็นกรอบจริยธรรมและหลักในการปฏิบัติงาน (act) ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส โดยยึดถือประโยชน์ของบริษัทฯเป็นสำคัญ และให้ความเป็นธรรมและยุติธรรมแก่คู่ค้าของบริษัทฯด้วย การจัดหาพัสดุนี้ให้รวมถึงการจัดจ้าง การเช่า การให้บริการอื่นใดกับบริษัทฯ

หัวข้อที่ 2 : จรรยาบรรณ

พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่จัดซื้อจัดหาพัสดุฯ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “พนักงาน” จะต้องยึดถือและต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณนี้อย่างเคร่งครัด ดังนี้

2.1 ผลประโยชน์ทับซ้อน (Conflict of Interest)

ผลประโยชน์ทับซ้อน อันเนื่องมาจากกระบวนการจัดซื้อจัดหาพัสดุฯ อาจเกิดขึ้นเมื่อพนักงานให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ที่ตนจะได้รับมากกว่าผลประโยชน์ของบริษัทฯ หรือเป็นการปฏิบัติที่ตอบสนองซึ่งกันและกันในเชิงธุรกิจ รวมถึงการใช้อำนาจหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากบริษัทฯในฐานะผู้ซื้อไปเรียกรับผลประโยชน์อื่นใด (ทรัพย์สิน/สิ่งของ)จากผู้ขายด้วย

ตัวอย่างของผลประโยชน์ทับซ้อน

1. ผลประโยชน์อื่นใดที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของพนักงานเกี่ยวกับการคัดเลือกผู้ขาย การคัดเลือกพัสดุ หรือการต่อรองเพื่อสรุปการสั่งซื้อพัสดุฯ กับบริษัทผู้ขายรายใด
2. การเปิดเผยข้อมูลความลับของบริษัทฯ
3. การใช้ทรัพย์สินของบริษัทฯ หรือทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทฯ เพื่อผลประโยชน์แก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลภายนอกบริษัทฯ
4. ผลประโยชน์อื่นใดที่พนักงานได้รับจากการตกลงซื้อขายพัสดุฯจากผู้ขายเพื่อไปใช้ประโยชน์ส่วนตน
5. การจัดซื้อจัดหาผ่านบริษัทเครือญาติ เพื่อนสนิท หรือบริษัทที่พนักงานมีความสัมพันธ์เชิงทุนและ/หรือเป็นหุ้นส่วนฯ โดยนิตินัยและ/หรือพฤตินัยกับผู้ขาย

รูปแบบของผลประโยชน์ทับซ้อน

1. ของขวัญหรือของกำนัล (Business gifts)

การรับของขวัญหรือของกำนัลที่มีมูลค่าเกินกว่า 3,000 บาท จากผู้ขาย ถือเป็นความไม่เหมาะสมและพนักงานไม่พึงปฏิบัติ ทั้งนี้เพราะอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทฯ และแสดงถึงความไม่โปร่งใส ไม่เป็นธรรมของตัวพนักงานด้วย เว้นการรับของขวัญหรือของกำนัลที่ผู้ขายจัดทำไว้เพื่อส่งเสริมการขายและด้านการตลาดเท่านั้น

2. น้ำใจไมตรี (Hospitality)

พนักงานจะต้องไม่ขอหรือรับการช่วยเหลือ การบริการใด หรือไปซื้อสิ่งของใดๆ ที่ได้รับส่วนลดเป็นพิเศษสำหรับตนเองและบุคคลในครอบครัว รวมถึงการรับเชิญไปท่องเที่ยว หรือการรับบริการเพื่อความเพลิดเพลิน หรือการแลกเปลี่ยนสิ่งของใด ๆ ที่มีมูลค่าสูงต่อกันกับผู้ขาย การรับประทานอาหารกลางวันกับผู้ขายในระหว่างการเจรจาธุรกิจ อาจกระทำได้เป็นครั้งคราว แต่ไม่ควรทำเป็นปกตินิสัย ในกรณีที่ผู้ขายเชิญไปร่วมรับประทานอาหารค่ำและชมการแสดงเพื่อความเพลิดเพลินในวาระสำคัญ หรือโอกาสอันเป็นพิเศษ จะต้องได้รับอนุมัติจากผู้บังคับบัญชาระดับผู้จัดการฝ่ายก่อน

3. งานเลี้ยงสังสรรค์

พนักงานที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์จากบริษัทผู้ขายหรือผู้ขายและเป็นงานจัดเลี้ยงที่มีราคาสูงมากกว่าปกติ มีกิจกรรมบันเทิง หรือมีการมอบบัตรกำนัลที่มีมูลค่าสูงเป็นประจำและไม่เป็นที่เปิดเผยจากผู้ขาย จะถือได้ว่ามีผลประโยชน์ทับซ้อน พนักงานต้องรายงานต่อหัวหน้างานหรือผู้จัดการฝ่ายก่อนเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์

4. สินบนหรือเงินทูลกระหม่อมที่ผู้ขายแอบให้ (Kickbacks)

พนักงานต้องไม่แสดงนัย หรือเจรจา หรือรับสินบนจากผู้ขายไม่ว่าในรูปแบบใดและหรือประโยชน์อื่นใดอันเป็นเหตุให้บริษัทฯ เสียผลประโยชน์ การกระทำดังกล่าวถือได้ว่าเป็นการฝ่าฝืนและผิดจรรยาบรรณอย่างร้ายแรงและต้องถูกพิจารณาลงโทษทางวินัยและบริษัทฯ อาจดำเนินคดีทางอาญาด้วย ทั้งนี้พนักงานจะต้องตระหนักอยู่เสมอด้วยว่า การรับสินบนจากผู้ขายนอกจากจะทำลายเกียรติ/ชื่อเสียงของตนเองแล้ว ยังทำให้ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัทฯ เสียหายไปด้วย

5. สินค้าตัวอย่าง

สินค้าตัวอย่างที่มีมูลค่าในเชิงพาณิชย์ต้องส่งคืนผู้ขายเมื่อกระบวนการจัดซื้อ/จัดหาเสร็จสิ้นลง เว้นผู้ขายแจ้งว่าไม่มีความจำเป็นที่จะต้องส่งคืนเนื่องจากมูลค่าต่ำหรือเป็นสินค้าตัวอย่างที่ใช้แล้วหมดไปเช่นสารเคมี เป็นต้น

2.2 การรักษาความลับของข้อมูลของบริษัทฯ

พนักงานและผู้ขายจะต้องรับผิดชอบในการดูแลรักษาเอกสารและข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดซื้อจัดหา เช่น ข้อมูลด้านเทคนิค, วัสดุ, เอกสาร, เอกสารการดำเนินงานที่สำคัญที่ทำให้บริษัทฯ คงความได้เปรียบในเชิงธุรกิจ ข้อเสนอด้านราคาของผู้ขาย เอกสารการเปรียบเทียบคุณลักษณะทางเทคนิค ราคา และสัญญาต่างๆ ซึ่งถือเป็นความลับของบริษัทฯ ห้ามมิให้เปิดเผยต่อผู้อื่น หากพบว่าผู้ละเมิดการกระทำดังกล่าวบริษัทฯ จะดำเนินการต่อผู้ละเมิดทันที

2.3 ความรับผิดชอบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

เพื่อปฏิบัติตามนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่บริษัทฯ ได้ประกาศไว้และที่อาจมีประกาศฯเพิ่มเติมในอนาคตระหว่างดำเนินการทางธุรกิจด้วยกัน พนักงานจะต้อง

- 2.3.1 ติดต่อประสานงานระหว่างผู้ขายกับฝ่ายงานวิจัยและพัฒนา และ/หรือฝ่ายปฏิบัติการของบริษัทฯ และ/หรือสำนักคุณภาพความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ ในงานที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดหรือคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือการบริการพร้อมติดตามการประเมินผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมและต้องดำเนินการทุกวิถีทางเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการนั้นอย่างยั่งยืน
- 2.3.2 ติดต่อกับผู้ขายที่รักษาจรรยาบรรณเชิงการค้า ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ หลีกเลี่ยงผู้ขายที่ประกอบธุรกิจโดยปราศจากจรรยาบรรณทางธุรกิจ เช่น กดขี่แรงงาน จัดสรรสภาพการทำงานไม่ดี ไม่รับรู้สิทธิของพนักงานลูกจ้าง มีพฤติกรรมฮั้วในการประมูล ดำเนินธุรกิจที่ไม่โปร่งใส เปิดเผยความลับทางการค้า ทุ่มเสนอราคาต่ำกว่าทุนเพื่อตัดราคาผู้ขายรายอื่นอย่างไม่ยุติธรรมมีพฤติกรรมข่มขู่ ทูจริตคอร์รัปชัน เป็นต้น
- 2.3.3 แจ้งผู้ขายเพื่อให้ความร่วมมือหรือร่วมกับผู้ขายในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการทำธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน

หัวข้อที่ 3 : ข้อกำหนดอื่นๆ

3.1 ความสัมพันธ์กับลูกค้า

- 3.1.1 พนักงานจะต้องรักษาความลับที่ได้รับจากผู้ขาย เช่น ข้อมูลราคา สิทธิบัตร ตารางการผลิตและข้อมูลผลิตภัณฑ์ จะเปิดเผยได้ต่อเมื่อได้รับอนุญาต (respect the confidentiality of information)
- 3.1.2 พนักงานจะต้องทำการเรียกสอบราคา, เปรียบเทียบราคา, คุณภาพ, เงื่อนไขต่างๆ เพื่อให้มั่นใจได้ถึงคุณธรรมในการแข่งขัน และไม่สอบหรือประกวดราคาแบบ “Covert Auctions” ซึ่งเป็นการกระทำที่ฉ้อฉล กล่าวคือ เปิดเผยราคาของผู้ขายรายที่ 1 เพื่อให้ผู้ขายรายที่ 2 ผู้ราคาแล้วนำราคาใหม่ของผู้ขายรายที่ 2 ไปต่อรองกับผู้ขายรายที่ 1 เพื่อให้เสนอราคาต่ำกว่า เป็นต้น
- 3.1.3 พนักงานจะต้องรักษาความสัมพันธ์กับผู้ค้าในเชิงธุรกิจด้วยความเสมอภาค ไม่เรียกร้อง ไม่รับทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์ใดๆที่ไม่สุจริตในการค้ากับลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม
- 3.1.4 พนักงานจะต้องปฏิบัติต่อผู้ขายทุกรายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม เช่น ได้รับแจ้งข่าวการประกวดราคาเหมือนกันและในเวลาเดียวกัน
- 3.1.5 พนักงานจะต้องมีความโปร่งใสในการเชิญชวนผู้ขายให้เสนอราคาหรือเข้าประกวดราคา (Transparency in Criteria of Invitation to Tender) เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมกับผู้ค้าทุกราย
- 3.1.6 พนักงานจัดซื้อต้องมีความโปร่งใสในการใช้วิธีการพิจารณาราคาที่ผู้ขายส่งเข้าประกวด (Transparency in Evaluating Bids) และสามารถชี้แจงได้ว่าพิจารณาการประกวดราคาตามหลักเกณฑ์อย่างไรและผู้ขายรายใดชนะการประกวดราคา (Transparency in Evaluating the Successful Supplier)
- 3.1.7 พนักงานจะต้องป้องกันข้อมูลความลับของบริษัทฯ ขณะดำเนินการติดต่อธุรกิจกับผู้ขายอย่างเคร่งครัด โดยต้องรักษาข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากผู้เสนอราคาหรือเข้าร่วมประกวดราคาแต่ละรายไว้เป็นความลับ ไม่เปิดเผยให้ผู้อื่นทราบ
- 3.1.8 ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆที่มีต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัด

- 3.1.9 กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขได้ จะรีบแจ้งให้คู่ค้าทราบล่วงหน้า เพื่อร่วมกันพิจารณาแนวทางแก้ไข ปัญหาโดยใช้หลักของความสมเหตุสมผล
- 3.1.10 บริษัทจะไม่เอาเปรียบคู่ค้า โดยจะต้องคำนึงถึงประโยชน์และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในด้าน ชื่อเสียงและภาพพจน์ของบริษัทฯ ต่อสายตาของบุคคลภายนอกด้วย
- 3.1.11 พนักงานผู้ดำเนินการจัดหาจะต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วนแก่คู่ค้าด้วยวิธีการที่เปิดเผยและ ให้โอกาสแก่คู่ค้าอย่างเท่าเทียมกัน
- 3.1.12 พนักงานผู้ดำเนินการจัดหาควรรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะใดๆที่คู่ค้าร้องเรียนหรือแนะนำเพื่อ ปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน
- 3.1.13 เจรจาต่อรองบนพื้นฐานของความสัมพันธ์เชิงธุรกิจเป็นธรรมทั้งสองฝ่ายเปิดเผยและมีหลักฐาน

3.2 ความสัมพันธ์กับลูกค้าภายใน

- 3.2.1 จัดหาพัสดุให้มีผลดีต่อบริษัทฯ ให้มากที่สุด โดยควรกำหนดว่าต้องได้รับพัสดุตรงตามความต้องการทั้งคุณภาพ ราคา จำนวน เวลาการให้บริการ ความรวดเร็ว และคำนึงถึงนโยบายด้านคุณภาพ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และ สิ่งแวดล้อมของบริษัทฯด้วย
- 3.2.2 พนักงานผู้ดำเนินการจัดหาจะต้องมีการวางแผนจัดหาพัสดุล่วงหน้าที่ดี เพื่อหลีกเลี่ยงการจัดหาพัสดุอย่างเร่งด่วน โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร

3.3 การปฏิบัติหน้าที่

- 3.3.1 พนักงานจะต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นมืออาชีพ ยุติธรรม และปฏิเสธข้อเสนอหรือข้อเสนอที่ไม่เหมาะสม เพื่อแลกเปลี่ยนกับผลประโยชน์ส่วนตนในการดำเนินการกระบวนการจัดซื้อจัดหา
- 3.3.2 การจัดซื้อจัดหาผ่านบริษัทเครือญาติ เพื่อนสนิท หรือบริษัทที่พนักงานมีความสัมพันธ์เชิงทุนและ/หรือเป็นหุ้นส่วนฯ โดยนิสินัยและ/หรือพุดินัยกับผู้ขาย พนักงานจะต้องแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาทราบเพื่อที่ผู้บังคับบัญชาจะได้มอบหมาย ให้พนักงานผู้อื่นมาปฏิบัติหน้าที่แทน
- 3.3.3 ผู้บริหารตามอำนาจการจัดหา ต้องใช้ดุลยพินิจในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ และรับฟังความคิดเห็นของ ผู้ปฏิบัติงาน
- 3.3.4 ผู้บริหารตามอำนาจการจัดหาจะควบคุม ตรวจสอบ ดูแลให้มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณอย่างเคร่งครัด หาก พบว่ามีการปฏิบัติผิดจรรยาบรรณ ต้องดำเนินการสอบสวนและพิจารณาโทษทางวินัยตามขั้นตอน
- 3.3.5 สนับสนุนให้มีการจัดหาพัสดุและบริการจากผู้ประกอบการที่เป็นคนไทยหรือบริษัทในเครือ บริษัทย่อย และ บริษัทร่วมของบริษัทฯ
- 3.3.6 จัดหาพัสดุอย่างมีระบบ ถูกต้องตามหลักวิชาการโดยมีการควบคุมที่รัดกุมและปรับเปลี่ยนวิธีการให้สอดคล้อง กับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจการค้าตลอดเวลา

3.4 การติดต่อสื่อสาร

- 3.4.1 พนักงานจะต้องไม่ให้ข้อมูลส่วนตนและของบุคคลในครอบครัวแก่ผู้ขาย เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์บ้าน หมายเลขบัญชี ธนาคาร หรือ e-mail Address ส่วนตัว

- 3.4.1 ห้ามมิให้พนักงานให้ข้อมูลของบริษัทฯ หรือติดต่อธุรกิจกับผู้ขายผ่านทาง e-mail address ส่วนตัวของผู้ขายไม่ว่าในกรณีใดก็ตาม เว้นแต่ได้รับอนุมัติจากผู้จัดการฝ่ายของบริษัทฯ
- 3.4.2 โทรศัพท์สำนักงาน หมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับอนุมัติให้ใช้ และ e-mail address ของบริษัทฯ ควรจะใช้เพื่อติดต่องานธุรกิจของบริษัทฯ เท่านั้น
- 3.4.3 พนักงานมีหน้าที่ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบโดยตรงแก่ผู้ขายเท่านั้น การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทฯ ที่ไม่อยู่ในความรับผิดชอบโดยไม่ได้รับอนุมัติจะถือว่าเป็นการละเมิดต่อจรรยาบรรณนี้
- 3.4.4 พนักงานควรแจ้งให้ผู้ขายดำเนินการตามข้อตกลงเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารที่กำหนดขึ้น โดยบริษัทฯ เท่านั้น

บทที่ 3 : แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า

(IRPC Supplier Sustainable Code of Conduct)

กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ถูกต้องตามกฎหมาย และตามหลักบรรษัทภิบาล ควบคู่ไปกับการดูแล ส่งเสริม สนับสนุนต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความสมดุลในทุกๆ ด้าน อยู่ร่วมกัน เติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังได้เผยแพร่นโยบายนี้ และสนับสนุน ส่งเสริมให้คู่ค้านำหลักการดังกล่าวไปปฏิบัติ เพื่อขยายผลออกไปสู่สังคมในวงกว้างด้วย ดังนั้นเพื่อให้มีความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีจึงได้จัดทำคู่มือฉบับนี้ขึ้น เพื่อเป็นแนวทางให้คู่ค้านำไปปฏิบัติและประกาศนโยบายดังกล่าวเพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติเดียวกับบริษัทไออาร์พีซีในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนต่อไป ทั้งนี้หากคู่ค้าของกลุ่มบริษัทไออาร์พีซีปฏิบัติไม่สอดคล้องกับคู่มือฉบับนี้ กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีขอสงวนสิทธิ์ในการดำเนินการใดๆ กับคู่ค้า ตามความเหมาะสม โดยพิจารณาจากผลกระทบ และความเสียหายที่จะเกิดขึ้นต่อไป

ขอบเขตของการนำไปใช้งาน (Scope of Application)

แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้าฉบับนี้ ครอบคลุมถึงคู่ค้าและผู้รับเหมาทั้งหมด ซึ่งรวมถึงพนักงาน ตัวแทน และผู้รับเหมารายย่อยหรือคู่ค้าของกลุ่มคู่ค้าและผู้รับเหมาดังกล่าวด้วย

จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า

1. จรรยาบรรณด้านธุรกิจ

กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีมุ่งเน้นการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีจริยธรรม โปร่งใส อย่างเคร่งครัด สามารถตรวจสอบได้ และจะไม่ทำการใดๆ อันเป็นวิธีที่ทุจริต คอร์รัปชัน ทุกรูปแบบ แต่จะดำเนินการให้ได้มาซึ่งสินค้า และบริการที่มีคุณภาพ ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อกลุ่มบริษัทไออาร์พีซีด้วยความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยกำหนดให้มีการดำเนินการดังนี้

- 1.1 การรักษาความลับระหว่างกัน
- 1.2 ละเว้นการกระทำใดๆ ที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์และ/หรือผลประโยชน์ทับซ้อน
- 1.3 ละเว้นการละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา
- 1.4 กำหนดช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน
- 1.5 การมีส่วนร่วมในการพัฒนาและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

2. จรรยาบรรณด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงาน

กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีสนับสนุนและเคารพหลักการด้านสิทธิมนุษยชนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล รวมทั้งหมั่นตรวจตราดูแลมิให้ธุรกิจของกลุ่มบริษัทไออาร์พีซีเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน ด้วยการยอมรับหลักปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมโลก เช่น หลักสิทธิมนุษยชนขององค์การ สหประชาชาติ และกำหนดให้

- 2.1 คู่ค้า ควรให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชน คำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็เพราะความแตกต่างทางเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศ การศึกษา ความพิการ และมีการปฏิบัติต่อพนักงานของตนอย่างเป็นธรรมตามมาตรฐานสากล และกฎหมาย
- 2.2 คู่ค้า จะต้องไม่มีการบังคับใช้แรงงานโดยที่พนักงานของตนไม่สมัครใจ
- 2.3 คู่ค้า จะต้องไม่จ้างแรงงานเด็กที่อายุไม่ถึงเกณฑ์ตามที่กฎหมายกำหนด และต้องจัดให้แรงงานได้รับความคุ้มครองตามที่กฎหมายกำหนดทุกประการ
- 2.4 คู่ค้า จะต้องจ่ายค่าจ้าง ค่าตอบแทน และผลประโยชน์อื่นใดที่พนักงานของตนพึงได้รับอย่างถูกต้อง เป็นธรรม ตรงตามกำหนดเวลา และเท่าเทียมกันสำหรับงานที่เท่าเทียมกัน (Equal Pay for Equal Work) ปราศจากการเลือกปฏิบัติใดๆ
- 2.5 คู่ค้า จะต้องไม่ให้พนักงานของตนทำงานเป็นเวลานานเกินกว่ากฎหมายกำหนด หากมีความจำเป็นต้องให้ทำงานล่วงเวลา จะต้องเป็นไปตามความสมัครใจ

3. ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม

กลุ่มบริษัทไออาร์พีซีให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติงานที่คำนึงถึงมาตรฐานการบริหารจัดการด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และอาชีวอนามัยอย่างต่อเนื่อง กำหนดและทบทวนนโยบายคุณภาพ ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย รวมถึงแนวปฏิบัติที่ดีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยที่

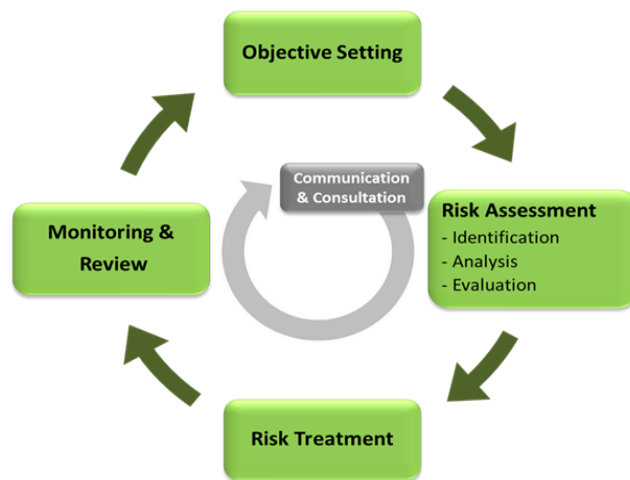
- 3.1 คู่ค้า จะต้องจัดเตรียมสภาพแวดล้อมในการทำงาน ให้มีความปลอดภัย และมีสุขอนามัยให้แก่พนักงานของตน รวมถึงจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลให้แก่พนักงานของตนอย่างเพียงพอและเหมาะสม
- 3.2 กรณีเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินคู่ค้าจะต้องเตรียมพร้อมต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยจะต้องกำหนดให้มีการประเมินสถานการณ์มาตรการการจัดการด้านผลกระทบ แผนการเตือนภัย และจัดให้มีการอบรมให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่องและเหมาะสม
- 3.3 คู่ค้า จะต้องมีนโยบายในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน และมีความมุ่งมั่นในการใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ มีการใช้พลังงานอย่างประหยัดและเหมาะสม
- 3.4 คู่ค้า จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วย ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมที่บังคับใช้อย่างเคร่งครัด
- 3.5 คู่ค้า จะต้องมั่นใจว่าในกระบวนการผลิต มีการติดตั้งระบบกำจัด และจัดการของเสีย การปล่อยมลพิษทั้งทางอากาศ บนดิน และการระบายน้ำทิ้งที่เหมาะสมปลอดภัย โดยจัดให้มีการเฝ้าระวัง ควบคุม และตรวจสอบ คุณภาพอยู่เสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าของเสียและผลผลิตจากการผลิตที่ปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมจะไม่ก่อให้เกิดมลพิษใดๆ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

4. จริยธรรมและการปฏิบัติตามกฎหมาย

- 4.1 คู่ค้า จะต้องดำเนินธุรกิจด้วยคุณธรรม จริยธรรม และปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด
- 4.2 คู่ค้า จะต้องดำเนินธุรกิจโดยปราศจากการให้สินบนในทุกรูปแบบ
- 4.3 คู่ค้า จะต้องดำเนินธุรกิจด้วยการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- 4.4 คู่ค้า จะต้องมีการจัดทำบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจอย่างถูกต้องและครบถ้วน
- 4.5 คู่ค้า จะต้องปกป้องข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า

**บทที่ 4 : การตระหนักรู้ด้านความเสี่ยง
(Risk Awareness)**

เพื่อให้พนักงานที่ดำเนินกิจกรรมการจัดซื้อจัดหาได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงองค์กรเชิงบูรณาการและนำมาปฏิบัติอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง อันจะส่งผลให้กิจกรรมการจัดซื้อจัดหาพัฒนาก้าวหน้าและลดความเสี่ยงหายหรือความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากกระบวนการจัดซื้อจัดหา จึงได้กำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงของหน่วยงาน (FUNCTIONAL RISK ASSESSMENT) ขึ้นตามลำดับกระบวนการบริหารความเสี่ยง (RISK MANAGEMENT PROCESS) ดังนี้



กระบวนการที่ 1 : การกำหนดวัตถุประสงค์ (OBJECTIVE SETTING)

เป็นการกำหนดสิ่งที่หน่วยงานคาดหวังที่จะประสบผลสำเร็จและต้องการบรรลุซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ โดยลักษณะของการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ดีควรเป็นไปตามหลัก “S.M.A.R.T” ดังนี้

Specific	เฉพาะเจาะจง ชัดเจน และพนักงานทุกระดับในฝ่ายเข้าใจตรงกันได้
Measurable	วัดผลหรือประเมินได้ทั้งในเชิงปริมาณ(Quantitative) และคุณภาพ(Qualitative)
Attainable	สามารถปฏิบัติในสำเร็จได้ภายใต้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่
Realistic & relevant	สมเหตุสมผล เป็นไปได้ และสอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร
Timely	กำหนดกรอบการดำเนินการที่ชัดเจน เหมาะสมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

เมื่อกำหนดวัตถุประสงค์เรียบร้อยแล้วจึงนำไปสรุปและจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงของฝ่ายจัดซื้อจัดหา โดยให้ติดตามความคืบหน้ารายงานต่อผู้จัดการฝ่ายอย่างสม่ำเสมอ

กระบวนการที่ 2 : การประเมินความเสี่ยง (RISK ASSESSMENT)

การประเมินความเสี่ยงเป็นการพิจารณาถึงเหตุการณ์ความเสี่ยงซึ่งอาจเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์จาก 2 มุมมองได้แก่ โอกาสที่จะเกิด (LIKELIHOOD) และผลกระทบ (IMPACT) โดยให้พิจารณาผสมผสานระหว่างวิธีการประเมินเชิงคุณภาพ (QUALITATIVE) และวิธีการประเมินเชิงปริมาณ (QUANTITATIVE)

2.1 โอกาสเกิดความเสี่ยง (LIKELIHOOD) : กำหนดเกณฑ์การวัดระดับความรุนแรงของโอกาสเกิดความเสี่ยงดังนี้

	ระดับความรุนแรง			
	4 สูงมาก	3 สูง	2 ปานกลาง	1 ต่ำ
โอกาสที่จะเกิด	น่าจะเกิดขึ้นในปีนี้/ เคยเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ในการทำงานที่ผ่านมา	อาจจะเกิดขึ้น/ เคยเกิดขึ้นหลายครั้งใน การทำงานที่ผ่านมา	อาจจะเกิดขึ้น โดยขึ้นอยู่กับปัจจัย/ เคยเกิดขึ้นบางครั้งใน การทำงานที่ผ่านมา	ไม่น่าจะเกิดขึ้นในปีนี้/ แทบไม่เคยเกิดขึ้นเลย ในการทำงานที่ผ่านมา
%ความน่าจะเป็น	≥ 70%	≥ 40% ถึง < 70%	> 40% ถึง < 70%	< 10%

2.2 ผลกระทบ (IMPACT) : กำหนดเกณฑ์การวัดระดับความรุนแรงของผลกระทบความเสี่ยงดังนี้

- ผลกระทบด้านการเงิน (Financial Impact)
- ผลกระทบด้านกระบวนการธุรกิจและการปฏิบัติการ (Business Process and Operation Impact)
- ผลกระทบด้านชื่อเสียงองค์กร (Image and Reputation Impact)
- ผลกระทบด้านลูกค้า/ คู่ค้า (Suppliers and Customers Impact)
- ผลกระทบด้านบุคลากร (People Impact)

2.2.1 ผลกระทบด้านการเงิน (Financial Impact) หมายถึง ผลกระทบอันเกิดจากปัจจัยเสี่ยงต่างๆ แล้วทำให้ฝ่ายจัดซื้อจัดหาไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการเงิน เช่น EBITDA/ผลกำไรสุทธิ รายได้ ค่าใช้จ่าย ผลตอบแทนการลงทุน สภาพคล่อง เป็นต้น

ตารางเกณฑ์การวัดระดับความรุนแรงของผลกระทบด้านการเงิน

ผลกระทบด้าน การเงิน	ระดับความรุนแรง			
	4 สูงมาก	3 สูง	2 ปานกลาง	1 ต่ำ
EBITDA/ผลกำไรสุทธิ ต่ำกว่าเป้าหมาย	≥ 10%	≥ 5% ถึง < 10%	≥ 2% ถึง < 5%	< 2%
ค่าใช้จ่ายสูงกว่า เป้าหมาย	≥ 10%	≥ 5% ถึง < 10%	> 0% ถึง < 5%	0%

ตารางข้างต้นเป็นเกณฑ์ในระดับองค์กรซึ่งฝ่ายจัดซื้อจัดหามาพิจารณา กำหนดเกณฑ์ผลกระทบทางการเงินได้เอง ตามความเหมาะสมของฝ่าย โดยพิจารณาจากลักษณะงานว่าเป็นลักษณะของ cost center หรือ profit center อย่างไรก็ตามในการกำหนดเกณฑ์จะต้องมีความสอดคล้องกับเกณฑ์ระดับองค์กร เนื่องจากวัตถุประสงค์ของฝ่ายจัดซื้อจัดหาได้รับการถ่ายทอดมาจากวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยในการกำหนดเกณฑ์ให้พิจารณา ดังนี้

- พิจารณาจากวัตถุประสงค์ด้านการเงินของฝ่ายจัดซื้อจัดหาว่ามีอะไรบ้าง ตัวอย่างเช่น
 - ผลกำไรสุทธิ / EBITDA
 - การใช้จ่ายงบประมาณ
 - ผลตอบแทนการลงทุน
 - สภาพคล่อง
- พิจารณาว่าผลลัพธ์ที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ระดับเท่าไรที่ฝ่ายจัดซื้อจัดหาไม่สามารถยอมรับได้ ให้กำหนดเป็นระดับความรุนแรงสูงสุด (4 สูงมาก) และหากผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ระดับเท่าไรที่ฝ่ายจัดซื้อจัดหาสามารถยอมรับได้ให้กำหนดเป็นระดับความรุนแรงต่ำสุด (1 ต่ำ) สำหรับระดับความรุนแรง 2 ปานกลาง และ 3 สูง ให้พิจารณาให้มีช่วงห่างสอดคล้องกับระดับความรุนแรง 4 และ 1

2.2.2 ผลกระทบด้านกระบวนการธุรกิจและการปฏิบัติการ (Business Process and Operation Impact) หมายถึง ผลกระทบอันเกิดจากปัจจัยเสี่ยงต่างๆ แล้วทำให้ฝ่ายจัดซื้อจัดหาไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้านกระบวนการธุรกิจและการปฏิบัติการ เช่น ประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพของกระบวนการปริมาณการผลิต คุณภาพสินค้า/บริการ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย มาตรฐาน ความน่าเชื่อถือของการรายงาน รวมถึงการรักษาภาพแวดล้อมรอบสถานประกอบการ เป็นต้น

ตารางเกณฑ์การวัดระดับความรุนแรงของผลกระทบด้านกระบวนการธุรกิจและการปฏิบัติการ

ผลกระทบด้าน กระบวนการธุรกิจ และการปฏิบัติการ	ระดับความรุนแรง			
	4 สูงมาก	3 สูง	2 ปานกลาง	1 ต่ำ
ประสิทธิผลของ กระบวนการของ ไอ อาร์พีซี	กระบวนการหลักไม่เกิด ประสิทธิผล	กระบวนการหลัก ไม่มี ประสิทธิภาพ	กระบวนการที่ไม่ใช่ กระบวนการหลักไม่เกิด ประสิทธิผล	กระบวนการที่ไม่ใช่ กระบวนการหลัก ไม่มี ประสิทธิภาพ
ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการของ ไออาร์พีซี	ไม่สามารถผลิต/ ส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือ บริการหลัก	ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ หลักไม่มีคุณภาพตรง ตามข้อกำหนด	ไม่สามารถผลิต/ ส่งมอบผลิตภัณฑ์ หรือ บริการที่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการหลัก	ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการที่ ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการหลักไม่มีคุณภาพ ตรงตามข้อกำหนด
การปฏิบัติตาม กฎหมาย/ กฎระเบียบ/ ข้อบังคับ	ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย	ไม่ปฏิบัติตาม กฎระเบียบของ หน่วยงานภายนอกที่ กำกับดูแล	ไม่ปฏิบัติตาม กฎระเบียบของ ไออาร์ พีซี	ไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน ระบบงานที่เกี่ยวข้อง
สิ่งแวดล้อม	เป็นอันตรายร้ายแรงต่อ สิ่งแวดล้อมภายนอก/ อาจต้องปิดล้อมพื้นที่ ประกอบการ	เป็นอันตรายต่อ สิ่งแวดล้อมภายนอก/ ต้องย้ายคนออกจาก พื้นที่ประกอบการ	เป็นอันตรายต่อ สิ่งแวดล้อมภายนอก/ อาจต้องย้ายคนออกจาก พื้นที่ประกอบการ	-

ตารางข้างต้นเป็นเกณฑ์ในระดับองค์กร ซึ่งฝ่ายจัดซื้อจัดหาอาจมีเกณฑ์การวัดระดับความรุนแรงที่แตกต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับ
วัตถุประสงค์ และระดับความเสี่ยงที่ฝ่ายจัดซื้อจัดหาสามารถยอมรับได้ ซึ่งอาจมีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ในการกำหนด
เกณฑ์จะต้องมีความสอดคล้องกับเกณฑ์ระดับองค์กร เนื่องจากวัตถุประสงค์ของฝ่ายจัดซื้อจัดหาได้รับการถ่ายทอดมาจาก
วัตถุประสงค์ขององค์กร

2.2.3 ผลกระทบด้านชื่อเสียงองค์กร (Image and Reputation) หมายถึง ผลกระทบอันเกิดจากปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ
แล้วทำให้ฝ่ายจัดซื้อจัดหาไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้านชื่อเสียงองค์กร การรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ตราสินค้า และ
ความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร

ตารางเกณฑ์การวัดระดับความรุนแรงของผลกระทบด้านชื่อเสียงองค์กร (Image and Reputation)

ผลกระทบด้าน กระบวนการธุรกิจ และการปฏิบัติการ	ระดับความรุนแรง			
	4 สูงมาก	3 สูง	2 ปานกลาง	1 ต่ำ
ภาพลักษณ์ IRPC ต่อผู้ ถือหุ้น	หุ้น IRPC ถูกขึ้น เครื่องหมาย SP	หุ้น IRPC ถูกขึ้น เครื่องหมาย H	หุ้น IRPC ถูกขึ้น เครื่องหมาย NP	-
ภาพลักษณ์ IRPC ต่อ สาธารณะ/ สื่อ	ทำให้เกิดการต่อต้าน อย่างรุนแรงจาก สาธารณะ เช่น การ ประท้วงจากชุมชน	ทำให้เกิดความไม่ พอใจอย่างมากจาก สาธารณะ เช่น การ แสดงความเห็นคัดค้าน ผ่านสื่อต่างๆ	ทำให้เกิดความไม่พอใจ จากสาธารณะ เช่น การ เขียนบทความวิจารณ์	-
ภาพลักษณ์ IRPC ต่อ ชุมชน	มีผลกระทบรุนแรงต่อ ชุมชนเป็นบริเวณ กว้าง หรือ หน่วยงาน ของรัฐต้องเข้า ดำเนินการแก้ไข	มีผลกระทบต่อชุมชน รอบสถาน ประกอบการ/ โรงงาน และต้องใช้เวลาในการ แก้ไข	มีผลกระทบต่อชุมชน รอบสถานประกอบการ/ โรงงาน และแก้ไข ได้ ในระยะเวลาสั้น	มีผลกระทบต่อชุมชน รอบสถานประกอบการ / โรงงานเล็กน้อย

2.2.4 ผลกระทบด้านลูกค้า/ คู่ค้า (Customers and Suppliers) หมายถึง ผลกระทบอันเกิดจากปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ แล้ว
ทำให้ฝ่ายจัดซื้อจัดหาไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้านลูกค้า/ คู่ค้า เช่น ปริมาณซื้อขายสินค้า / บริการของลูกค้า/ คู่ค้า ความพึง
พอใจของลูกค้า/ คู่ค้า เป็นต้น

ตารางเกณฑ์การวัดระดับความรุนแรงของผลกระทบด้านลูกค้า/ คู่ค้า (Customers and Suppliers)

ผลกระทบด้านลูกค้า/ คู่ค้า	ระดับความรุนแรง			
	4 สูงมาก	3 สูง	2 ปานกลาง	1 ต่ำ
ปริมาณขาย ผลิตภัณฑ์/ บริการ ของ IRPC	ลูกค้าหลักเลิกซื้อ ผลิตภัณฑ์/ บริการ	ลูกค้าหลักลดการซื้อ ผลิตภัณฑ์/ บริการ	ลูกค้าที่ไม่ใช่ลูกค้าหลัก เลิกซื้อผลิตภัณฑ์/ บริการ	ลูกค้าที่ไม่ใช่ลูกค้าหลัก ลดการซื้อผลิตภัณฑ์/ บริการ

2.2.5 ผลกระทบด้านบุคลากร (People) หมายถึง ผลกระทบอันเกิดจากปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ แล้วทำให้ฝ่ายจัดซื้อจัดหา
ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้านบุคลากร เช่น ความปลอดภัยในชีวิตของพนักงานจากการปฏิบัติงาน ความผูกพันของพนักงาน
ที่มีต่อองค์กร การพัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถของพนักงาน เป็นต้น

ตารางเกณฑ์การวัดระดับความรุนแรงของผลกระทบด้านบุคลากร (People)

ผลกระทบด้านบุคลากร	ระดับความรุนแรง			
	4 สูงมาก	3 สูง	2 ปานกลาง	1 ต่ำ
ชีวิตและความปลอดภัย ของพนักงาน/ ผู้รับเหมา (Safety & Health)	พนักงาน/ ผู้รับเหมา เสียชีวิต หรือ ทูพพลภาพ จากการปฏิบัติงาน	พนักงาน/ ผู้รับเหมาได้รับ บาดเจ็บหนัก หรือ เจ็บป่วย จากการปฏิบัติงานจนต้อง เข้าพักรักษาใน โรงพยาบาล	พนักงาน/ ผู้รับเหมาได้รับ บาดเจ็บ หรือ เจ็บป่วยจาก การปฏิบัติงานจนต้องได้รับ การรักษาจากแพทย์แต่ไม่ ต้องเข้าพักรักษาใน โรงพยาบาล	พนักงาน/ ผู้รับเหมาได้รับ บาดเจ็บจากการปฏิบัติงาน จนต้องได้รับการปฐม พยาบาลทางการแพทย์
ความพึงพอใจของ พนักงาน	พนักงานเกิดความไม่พึง พอใจรุนแรง เช่น นัลดหยุด งาน หรือ ลาออก เป็น จำนวนมาก	พนักงานเกิดความไม่พึง พอใจสูง เช่น เกิดการ ประท้วง	พนักงานเกิดความไม่พึง พอใจปานกลาง เช่น เกิดการ เสียขวัญ และกำลังใจในการ ทำงานอย่างกว้างขวาง ฯลฯ	พนักงานเกิดความไม่พอใจ น้อย เช่น เกิดการไม่มี ประสิทธิภาพในการทำงาน
ประสิทธิภาพในการ ทำงาน	ประสิทธิภาพ/ความสามารถ ในการทำงานของพนักงาน ลดลงอย่างมากเป็นวงกว้าง	ประสิทธิภาพ/ความสามารถ ในการทำงานของพนักงาน ลดลงอย่างมากในบางส่วน	ประสิทธิภาพ/ความสามารถ ในการทำงานของพนักงาน ลดลงเล็กน้อย	-

กระบวนการที่ 3 : การจัดการความเสี่ยง (RISK TREATMENT) ให้มีการวิเคราะห์สาเหตุและแผนบริหารจัดการ
ความเสี่ยง (ROOT CAUSE ANALYSIS & RISK TREATMENT PLAN) และทำการรายงานแผนความเสี่ยงและการควบคุม
ความเสี่ยงที่จะขึ้นเป็นรายไตรมาสต่อผู้บริหารระดับสูง

กระบวนการที่ 4 : การเฝ้าระวังและทบทวนความเสี่ยง (MONITORING & REVIEW) ให้มีการติดตามความคืบหน้า
ของการดำเนินการตามแผนจัดการความเสี่ยงเพื่อให้มั่นใจว่าแผนจัดการได้รับการนำไปปฏิบัติอย่างเหมาะสม ทันเวลา และช่วย
ลดโอกาสเกิด และ/หรือ ผลกระทบของความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และจัดให้มีการติดตามและตรวจสอบจากสำนัก
ตรวจสอบภายในซึ่งเป็นหน่วยงานประเมินการควบคุมอย่างเป็นอิสระ (INDEPENDENT ASSESSMENT) ภายในองค์กร

เอกสารแนบท้าย: 1. ตารางเกณฑ์บริหารความเสี่ยงของห่วงโซ่อุปทาน(Supply Chain Management Risk Criteria)

Impact		Economic	Environment	Social (Reputation)	Social (Safety)
4	High Impact	- ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายสูง และก่อให้เกิดความสูญเสียทางธุรกิจอย่างมาก - ส่งผลกระทบต่อการผลิต/ส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการลดลงมากกว่า 20%	- เกิดความเสียหายร้ายแรงขยายวงกว้าง (5-10 กม จากจุดเกิดเหตุ) - ระยะเวลาในการเยียวยา 1-2 ปี	- ผลกระทบรุนแรงต่อชื่อเสียงองค์กร (เดือน/ปี) อาจทำให้ต้องปิดกิจการ - ได้รับความสนใจจากสื่อระดับประเทศและต่างประเทศ - Supplier/Contractor Satisfaction Score น้อยกว่า 3.00	- เสียชีวิตหรือพิการ
3	Medium Impact	- ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายสูง และก่อให้เกิดความสูญเสียทางธุรกิจ - ส่งผลกระทบต่อผลิต/ส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการลดลงประมาณ 10-20%	- เกิดความเสียหายในระดับปานกลางต่อชุมชน (น้อยกว่า 5 กม จากจุดเกิดเหตุ) - ระยะเวลาในการเยียวยา 6-12 เดือน	- ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กร (สัปดาห์/เดือน) ซึ่งอาจมีผลในการตัดสินใจในการร่วมลงทุน - ได้รับความสนใจจากสื่อในชุมชน - Supplier/Contractor Satisfaction Score น้อยกว่า 3.50	- ได้รับความเจ็บป่วยหรือส่งผลกระทบต่อสุขภาพ - ต้องเข้ารับการรักษาพยาบาล
2	Low Impact	- เกิดค่าใช้จ่ายแต่ไม่ทำให้การดำเนินธุรกิจหรือกระบวนการผลิตติดขัด - ส่งผลกระทบต่อผลิต/ส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการลดลงประมาณ 5-10%	- เกิดความเสียหายเฉพาะในบริเวณที่ดำเนินงาน - ระยะเวลาในการเยียวยาน้อยกว่า 6 เดือน	- ผลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กรในวงจำกัดหรือระยะเวลาสั้นๆ (วัน/สัปดาห์) - Supplier/Contractor Satisfaction Score น้อยกว่า 4.00	- ได้รับความเจ็บป่วยหรือมีผลกระทบต่อสุขภาพเพียงเล็กน้อย
1	None Impact	- ไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงาน - ส่งผลกระทบต่อผลิต/ส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการลดลงน้อยกว่า 5%	- ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพียงเล็กน้อย - ไม่เกินเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต	- ไม่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กร	- ไม่ได้รับบาดเจ็บหรือไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพ

	Likelihood	Near future (within next 3 years)	History (last 3 years)
4	Very High Probability	เกิดขึ้นแน่นอนในปีนี้	เคยเกิดขึ้นบ่อยครั้งมากในการทำงานที่ผ่านมา
3	High Probability	มีโอกาสเกิดในปีนี้มีมากกว่า 50%	เคยเกิดขึ้นหลายครั้งในการทำงานที่ผ่านมา
2	Medium Probability	มีโอกาสเกิดในปีนี้ น้อยกว่า 50%	เคยเกิดขึ้นบางครั้งในการทำงานที่ผ่านมา
1	Low Probability	ไม่คาดว่าจะเกิดขึ้นภายใน 3 ปีนี้	แทบไม่เกิดขึ้นเลยในการทำงานที่ผ่านมา

เอกสารแนบท้าย: 2. ตัวอย่างแบบประเมินความเสี่ยงคู่ค้าด้าน ESG

Risk Assessment of Each Suppliers Group								
Risk Dimension	Risk Issue	Group 1			Group 2			
		Risk Description	Impact	Likelihood	Risk Level	Risk Description	Impact	Likelihood
Economic	Pricing				1			1
	Project Delay				1			1
	Raw Material		4	1	4		3	3
	Quality Requirements				1		2	1
					4			3
Environmental	Air Pollution				1		3	1
	GHG Emission				1			1
	Noise pollution and vibration				1			1
	Water consumption and waste water		3	1	2			1
	Waste management				1			1
	Energy consumption				1			1
	Biodiversity				1			1
	Environmental friendly				1			1
					2			2
Social (Reputation)	Anti-corruption				1			1
	Fair competition				1			1
	Labor relations				1			1
	Human rights				1		3	2
	Privacy & intellectual				1		1	1
					1			2
Social (Occupational Health & Safety)	Impact on health and safety including security of community				1			1
	Spills		2	1	1			1
	Health and safety				1			1
	Process safety				1		3	2
	Emergency preparedness				1			1
	Major accident				1			1
					1			2

Summary of Risk Level of each group of suppliers								
Group Number	Supplier Group	Supplier's Sub-group	Number of Suppliers	Risk Level				
				Economic	Environment	Social (Reputation)	Social (Safety)	Summary
1	Group 1	Sub-group 1.1 ...	1	4	2	1	1	4
2	Group 2	Sub-group 2.1 ...	5	3	2	2	2	3
3	Group 3	Sub-group 3.1 ...	19	1	2	1	1	2
4	Group 4	Sub-group ...	19	1	1	1	2	2
5	Group 5	Sub-group ...	2	2	1	1	1	2
6	Group 6	Sub-group 6.1		1	1	1	1	1
7	Group 7	Sub-group 7.1		1	1	1	1	1
8	Group 8	Sub-group 8.1		1	1	1	1	1
9	Group 9	Sub-group 9.1		1	1	1	1	1
10	Group 10	Sub-group 10.1		1	1	1	1	1
11	Group 11	Sub-group 11.1		1	1	1	1	1
12	Group 12	Sub-group 12.1		1	1	1	1	1
13	Group 13	Sub-group 13.1		1	1	1	1	1
14	Group 14	Sub-group 14.1		1	1	1	1	1
15	Group 15	Sub-group 15.1		1	1	1	1	1
16	Group 16	Sub-group 16.1		1	1	1	1	1
17	Group 17	Sub-group 17.1		1	1	1	1	1
18	Group 18	Sub-group 18.1		1	1	1	1	1
19	Group 19	Sub-group 19.1		1	1	1	1	1
20	Group 20	Sub-group 20.1		1	1	1	1	1
Total Number of Suppliers			46					
Number of High Risk Suppliers				1	0	0	0	
% of High Risk Suppliers (to total number of suppliers)				2.2	0.0	0.0	0.0	

#	Product group	Critical Analysis				ESG Risk Assessment
		High spend	Critical components	Non-substitute	Strategic Relationsh	
1	Admin	✓				
2	Admin Service					
3	Asset					
4	Bag					
5	Calibration Service					
6	Catalyst					
7	Chemical					
8	Civil Engineering					
9	Consume					
10	Consume					
11	Crane Service					
12	Drum					
13	Electrical Engineering					
14	Electrical Part					
15	Electrical Service					
16	Electrical Service					
17	Electrical System					
18	Equipment Part					
19	Gases					
20	Inspection					
21	Instrument Engineering					
22	Instrument Part					
23	Instrument Service					
24	Instrument System					
25	Insulation					
26	IT					
27	Logistic					
28	Marine Service					
29	Mechanical Engineering					
30	Mechanical Service					
31	Other Service					
32	Other Service					
33	Pallette					
34	Pipe fitting					
35	Recovery Catalyst					
36	Rental					
37	Rotating Machine					
38	Safety					
39	Static Equipment					
40	Tool					
41	Turnkey					
42	Valve					
43	Vehical Part					
44	Feed					