

DRINK SUSTAINABLY,
PRODUCE RESPONSIBLY



รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2565
บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

สารบัญ



01 สารจากคณะกรรมการธรรมาภิบาล
และความยั่งยืน

03 สารจากกรรมการผู้อำนวยการ (CEO)

05 เกี่ยวกับรายงานการพัฒนา
อย่างยั่งยืนฉบับนี้

06 ข้อมูลการดำเนินธุรกิจ
ของกลุ่มบริษัทฯ

10 การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

13 โครงสร้างการกำกับดูแล
ด้านความยั่งยืน

14 นโยบายการขับเคลื่อนธุรกิจ
เพื่อความยั่งยืน

17 การสนับสนุนเป้าหมาย
การพัฒนาที่ยั่งยืน

18 ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

21 ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

23 การประเมินประเด็นสำคัญ
ด้านความยั่งยืน

26 ประเด็นสำคัญความยั่งยืน
ด้านสิ่งแวดล้อม

55 ประเด็นสำคัญความยั่งยืน
ด้านสังคมและชุมชน

91 ประเด็นสำคัญความยั่งยืน
ด้านการกำกับดูแลกิจการ

105 การแสดงข้อมูลตามตัวชี้วัด
GRI standard และ UN SDGs



สารจากคณะกรรมการธรรมาภิบาล และความยั่งยืน

ปี 2565 เป็นปีที่อิชิตันต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ทั้งสงครามยูเครน รัสเซีย และภาพรวมเศรษฐกิจโลก รวมถึงวิกฤตสภาพภูมิอากาศปีที่ผ่านมา โลกเผชิญกับวิกฤตสิ่งแวดล้อมที่รุนแรงขึ้นในทุกๆ ทวีป อาทิ

- เหตุการณ์น้ำท่วมกระหน่ำพื้นที่เกาหลีและปาเลสไตน์ ซึ่งรุนแรงอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน
- เหตุการณ์พายุทอร์นาโดและแผ่นดินไหวที่ประเทศญี่ปุ่น
- เหตุการณ์ไฟป่าที่ประเทศสหรัฐอเมริกา
- ปรากฏการณ์ความร้อนสูงขึ้นรุนแรงจนมีคนเสียชีวิตนับหมื่นในทวีปยุโรป ฯลฯ

...โลกกำลังจะบอกอะไรกับเรา

เราปฏิเสธไม่ได้ว่าความรุนแรงของภัยธรรมชาติกำลังเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ และความเป็นอยู่ของทุกคนไม่แพ้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทุกคนต้องร่วมมือกันในการช่วยกันลดผลกระทบดังกล่าว

อิชิตัน กรุ๊ป จึงมีนโยบายการดำเนินธุรกิจที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดที่ว่า

“การสร้างแบรนด์ไม่ใช่แค่ทำธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่ต้องแสดงเจตนาการมีส่วนร่วมกับลูกค้า มีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงจะต้องลงมือปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ ผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจบนความยั่งยืน ไม่ใช่แค่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพอย่างเดียว แต่ทุกองค์กรต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม นี่เป็นมากกว่าเทรนด์และเป็นหน้าที่สำคัญต่อโลกใบนี้”



อิซิตัน กรุ๊ป จึงเห็นหน้าลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกให้เหลือน้อยที่สุด ด้วยเทคโนโลยีบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ ช่วยลดการใช้พลาสติกได้ถึงร้อยละ 36 เมื่อเทียบกับระบบบรรจุร้อนแบบดั้งเดิม คิดเป็นปริมาณการลดพลาสติกถึงกว่า 5,000 ตันต่อปี และในปีหน้าเรากำลังเพิ่มนวัตกรรมการออกแบบพร็อฟอร์ม เพื่อลดน้ำหนักพร็อฟอร์มพลาสติกจาก 16 กรัมต่อขวด เหลือเพียง 15 กรัมต่อขวด หรือเทียบเท่ากับเกือบ 1 ตันต่อปี ที่จะช่วยลดการใช้พลาสติกได้มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ในปีที่ผ่านมาอิซิตัน กรุ๊ป ไม่เพียงแต่พัฒนาสินค้าใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างทางเลือกด้านเครื่องดื่มที่มีคุณภาพเพื่อสุขภาพให้แก่ผู้บริโภค จนได้รับรางวัล No. 1 Brand Thailand แบนด์ยอดเยี่ยมอันดับ 1 ในใจผู้บริโภค 3 ปีซ้อน และรางวัล Product of the Year 2022 จากผลิตภัณฑ์อิซิตันน้ำดื่มเพื่อสุขภาพคนไทย ส่งผลให้อิซิตัน กรีน แพคทอรี ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 5 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดของกรมอุตสาหกรรม ทั้งนี้ เป็นการแสดงถึงการดำเนินการด้านเครือข่ายสีเขียว (Green Network) ขยายเครือข่ายตลอดห่วงโซ่อุปทานสีเขียว โดยสนับสนุนให้คู่ค้าและพันธมิตรเข้าสู่กระบวนการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวด้วยนั้น ได้มุ่งมั่นเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาดถึง 4,392.1 kWh เพื่อลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ไม่เพียงสร้างประโยชน์ให้กับโลกและผู้คนที่ต้องพึ่งพาโลกนี้เท่านั้น แต่ยังช่วยทำให้เกิดประสิทธิภาพด้านผลกำไรให้กับอิซิตัน กรุ๊ป อีกด้วย

ด้วยความมุ่งมั่นในการสร้างความเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืนนี้ ส่งผลให้ อิซิตัน กรุ๊ป ได้รับผลประเมิน CGR "ดีเลิศ" ในระดับ 5 ดาวต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 (2560-2565) จากการประเมินโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (CGR) ประจำปี 2565 (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2022 : CGR) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ภายใต้การสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.)

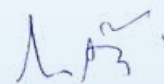
การพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคงต่อเนื่องพร้อมรับมือกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ทั้งนี้ บริษัทฯ จึงได้รับคัดเลือกเป็นหุ้นยั่งยืน หรือ Thailand Sustainability Investment (THSI) ประจำปี 2565 รวมถึงรางวัลการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน หรือ Sustainability Disclosure ประจำปี 2565 เป็นหนึ่งในกิจกรรมของประชาคมการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน (Sustainability Disclosure Community: SDC) เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDG Target 12.6 ที่ระบุให้มีการผลักดันกิจการ โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติและบริษัทขนาดใหญ่ รับข้อปฏิบัติที่ยั่งยืนไปดำเนินการและผนวกข้อมูลด้านความยั่งยืนเข้าไว้ในรอบการรายงานประจำปีของบริษัท

นับเป็นความภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง สะท้อนความตั้งใจของอิซิตันที่จะพัฒนาการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน เป็นไปตามคำมั่นสัญญา "ผู้นำเครื่องดื่มคุณภาพ และนวัตกรรมที่เติบโตไปพร้อมสังคมที่ดี"

"ขอบคุณทุกท่านที่สนับสนุนอิซิตัน กรุ๊ป ตั้งแต่วันแรกจนถึงวันนี้มากกว่า 10 ปี เรายังคงมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างเต็มกำลังที่จะสามารถทำได้ และจะกระตือรือร้นอย่างจริงใจในการขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตข้างหน้าพร้อมกับตอบแทนสังคมและลูกค้าทุกคน"



พล.อ.ต. ณัฐวรรณ นิมมสนากรณ์
ประธานกรรมการบริษัท



นายประสาน ลิ้มพิพัฒกุล
ประธานกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน

สารจากกรรมการผู้อำนวยการ

นายตัน ภาสกรนที

“โอกาสยังมีอยู่ท่ามกลางวิกฤต” เสมอ
ส่วนใครจะเลือกมองด้านไหน
อยู่ที่ทัศนคติของแต่ละคน ”

เวลาเกือบ 3 ปีของการเกิดโรคระบาดโควิด-19 ทำให้ผมนึกถึงคำคำหนึ่งในภาษาจีน

WEI JI แปลเป็นภาษาอังกฤษว่า CRISIS ถ้าเราแยกคำนี้ออกเป็น 2 พยางค์จะได้คำว่า WEI มีความหมายว่า “อันตราย” กับคำว่า JI มีความหมายว่า “โอกาส” WEI JI จึงหมายถึง “โอกาสยังมีอยู่ท่ามกลางวิกฤต” เสมอ ทั้งนี้ใครจะเลือกมองด้านไหนอยู่ที่ทัศนคติของแต่ละคน

สำหรับอิชิตันวิกฤตจากโควิด-19 สร้างแรงกระตุ้นครั้งใหญ่ในองค์กรเช่นกัน อิชิตันเลือกที่จะรับมือกับแรงกระตุ้นด้วยการปรับแนวทางการบริหารจัดการองค์กรครั้งใหญ่ที่สุดในรอบ 10 ปี ผู้บริหารและพนักงานทุกคนร่วมมือร่วมใจเร่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ของผู้บริโภค ภายใต้สถานการณ์โรคระบาด “อิชิตัน น้ำต่าง” ได้รับการผลักดันออกสู่ตลาดโดยหวังให้เป็นเครื่องดื่มสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการดูแลสุขภาพในช่วงเวลาที่จำเป็นเร่งด่วน ในขณะเดียวกันก็ผลักดัน “เครื่องดื่มราคาประหยัด” ออกไปในช่องทาง Traditional Trade ด้วยความตั้งใจเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคเข้าถึงง่ายสบายกระเป๋า เป็นการแบ่งเบาภาระในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจชะลอตัว



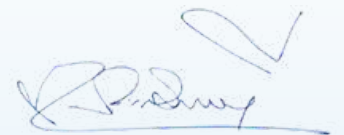
เป็นที่น่าพอใจที่ทั้งสินค้าสุขภาพคุณภาพสูงและสินค้าราคาประหยัด ได้รับการตอบรับจนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสัดส่วนรายได้สูงอย่างมีนัยยะสำคัญประจำปีนี้ สิ่งที่มาจากการผลักดันสินค้าที่ประสบความสำเร็จคืออัตราส่วนการผลิตของโรงงานสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนต่อขวดลดลง อัตรากำไรดีขึ้น พนักงานอีซีตันยังทำอะไรอีกหลายอย่าง เช่น ฝ่ายผลิตเพิ่มศักยภาพการบริหารการผลิตให้แม่นยำ ฝ่ายจัดจำหน่ายก็พยายามผลักดันสินค้าเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในวิถีชีวิตใหม่ ฝ่ายวิจัยและพัฒนาเร่งมือพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการใหม่ๆ ทั้งหมดก็เพื่อคงความสามารถในการดำเนินธุรกิจภายใต้ความกดดัน และในท้ายที่สุดความพยายามในการปรับเปลี่ยนเพื่อสร้างความยืดหยุ่นในอีซีตันก็ประสบความสำเร็จในการสร้างการเติบโตอย่างน่าประทับใจ

ในมิติที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นโครงสร้างหลักของการผลิต อีซีตันได้ให้ความสำคัญในระดับ “แก่น” ของการสร้างโรงงานอีซีตัน กรีน แพลคอรี่ เราเลือกใช้เทคโนโลยีผลิต “บรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ” มาตั้งแต่วันแรกของการทำธุรกิจ เทคโนโลยีนี้ได้รับการยอมรับถึงประสิทธิภาพการคงคุณค่าสารอาหารของเครื่องดื่มได้ดีกว่าระบบดั้งเดิม และยังสามารถช่วยลดปริมาณพลาสติกที่ใช้บรรจุขวดเครื่องดื่มได้ถึงร้อยละ 36 นอกจากนี้จะช่วยให้สามารถควบคุมต้นทุนได้ดีขึ้น ยังช่วยแบ่งเบาภาระของสิ่งแวดล้อมได้อีกเช่นกัน

ระบบการบริหารโรงงานด้วย การ “ลด ทดแทน บำบัด แล้วนำกลับมาใช้ใหม่” เพื่อรบกวนธรรมชาติให้น้อยที่สุด วิทยาด้านการผลิตได้รับการฝึกฝนจนเกิดเป็นประสบการณ์ความเชี่ยวชาญ ในปี 2565 โรงงานอีซีตัน กรีน แพลคอรี่ ได้รับรางวัลรับรองมาตรฐาน Green Industry ระดับที่ 5 จากกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นระดับสูงสุดของโรงงานผลิตที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในโรงงาน ตลอดจนถึงการสร้างเครือข่ายครอบคลุมไปยังซัพพลายเออร์ทุกราย ชุมชนรอบโรงงาน พันธมิตรที่เกี่ยวข้อง ให้มีแผนร่วมกันในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม จนกลายเป็น Value Supply Chain ที่มีพลังเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อมของเรา

ในฐานะองค์กรที่อยู่คู่กับสังคมไทยมากกว่า 10 ปี อีซีตันตระหนักดีถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อทั้งผู้บริโภค ผู้ถือหุ้น พนักงาน รวมไปถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการดำเนินงานด้านความยั่งยืนภายใต้มิติ PROFIT, PEOPLE, PLANET อย่างสมดุล

ผมเชื่อว่าการให้ความสำคัญกับความยั่งยืนอย่างจริงจังในทุกด้านของธุรกิจของอีซีตันจะสร้างผลในเชิงบวกอย่างเป็นรูปธรรมด้วยการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รักษาธรรมชาติให้คงอยู่เพื่อส่งมอบให้กับคนรุ่นต่อไป การสร้างความสมดุลระหว่าง PROFIT - PEOPLE - PLANET จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาวให้กับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องเพื่อให้อีซีตัน กรุ๊ป เป็นองค์กรคุณภาพที่จะอยู่คู่สังคมและผู้บริโภคอย่างยั่งยืน



นายต้น ภาสกรนที
ประธานกรรมการบริหาร
และกรรมการผู้อำนวยการ

เกี่ยวกับรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้

(About This Sustainable Development Report)



แนวทางการจัดทำรายงาน (Reporting Guidelines)

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี 2565 โดยมีวัตถุประสงค์ในการเปิดเผยข้อมูลที่ไม่ใช่ข้อมูลทางการเงิน (non - financial information) เช่น วัสดุภัณฑ์ พันธกิจ เป้าหมาย และปัจจัยความเสี่ยงขององค์กร ควบคู่ไปกับการรายงานความก้าวหน้า และผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม การกำกับดูแลกิจการ และสิ่งแวดล้อม (Environment Social and Governance : ESG) ซึ่งมีความซับซ้อน และเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนในปี

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยสนับสนุนต่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับสากล ตามมาตรฐานการรายงานของ Global Report Initiative Standards (GRI) พร้อมเปิดเผยดัชนีชี้วัด (GRI Content Index) ในระดับตัวชี้วัดหลัก (“Core” Option) และเชื่อมโยงการจัดทำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals–SDGs) ในรูปแบบเอกสารดิจิทัลประจำปี นำเสนอผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.ichitangroup.com

บริษัทฯ รายงานข้อมูลภายใต้ขอบเขตการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2565 ครอบคลุมที่ตั้งในส่วนสำนักงานใหญ่ และในส่วนโรงงาน จ.พระนครศรีอยุธยา ของ บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยกำหนดขอบเขตเนื้อหาการรายงานตามการวิเคราะห์ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร และความเกี่ยวข้องต่อผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่า นอกจากนี้ บริษัทฯ ไม่มีการปรับเปลี่ยนขอบเขตการรายงานอย่างมีนัยสำคัญแต่อย่างใด เมื่อเทียบกับรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับก่อนหน้านี้ ทั้งนี้ เนื้อหาของรายงานฉบับนี้ได้ผ่านการพิจารณาและเห็นชอบจากคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน และรับรองโดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเป็นที่เรียบร้อยแล้ว



ข้อมูลการดำเนิน ธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ



บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “อิชิตัน”) เดิมชื่อ บริษัท ไม่ตัน จำกัด เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2553 ด้วยทุนจดทะเบียน 500 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นแบบฟิวชั่นสแต็คคอร์ส และร้านช็อกโกแลตสดสไตล์ญี่ปุ่น รวมถึงการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม อย่างไรก็ดี เพื่อกำหนดทิศทางและแผนการดำเนินงานของบริษัทฯ มุ่งเน้นธุรกิจเครื่องดื่มเพียงอย่างเดียวให้บรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มชาเขียวคุณภาพของประเทศไทย

อิชิตัน จึงได้ขายธุรกิจอาหารออกไปในเดือนมกราคม 2556 สำหรับธุรกิจเครื่องดื่มซึ่งเป็นส่วนที่ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ในปี 2554 อิชิตันเริ่มต้นด้วยการเป็นผู้จำหน่ายเครื่องดื่มฟังก์ชันนัล จำนวน 2 รสชาติ ภายใต้ชื่อทางการค้า อิชิตัน ดับเบิ้ลริงค์ และวางจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มครั้งแรก จำนวน 3 รสชาติ ภายใต้ชื่อทางการค้า อิชิตัน กรีนที ต่อมาอิชิตันลงทุนก่อสร้างโรงงานเครื่องดื่มที่มีกำลังการผลิตแบบขวด 1 สายการผลิต และแบบกล่อง 1 สายการผลิต ณ ที่ตั้งสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จ.พระนครศรีอยุธยา โดยโรงงานเริ่มดำเนินการทดสอบการผลิตครั้งแรกในเดือนกันยายนปี 2554 ทั้งนี้ ในเดือนตุลาคม ปี 2554 สายการผลิตของอิชิตันได้รับผลกระทบจากมหาอุทกภัย ทำให้โรงงานสามารถเริ่มดำเนินการผลิตได้อีกครั้งในช่วงต้นปี 2555 ด้วยกำลังการผลิตแบบขวด จำนวน 2 สายการผลิต และแบบกล่อง (UHT) จำนวน 2 สายการผลิต

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีทั้งหมด 7 สายการผลิตขวด และ 2 สายการผลิตกล่อง ด้วยกำลังการผลิตทั้งหมด 1,500 ล้านขวด และ 200 ล้านกล่องต่อปี โดยผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มทั้งหมดเป็นจำนวน 22 รสชาติ ภายใต้ขนาดบรรจุภัณฑ์ 10 ประเภท

เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2557 บริษัทฯ ได้เปิดทำการซื้อขายวันแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีชื่อย่อหลักทรัพย์ คือ “ICHI” ด้วยทุนจดทะเบียน 1,300 ล้านบาทและมีทุนชำระแล้ว 1,300 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,300 ล้านหุ้นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท ณ เมษายน 2565 ตามข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัทย่อย

เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2557 บริษัทฯได้เข้าทำสัญญาร่วมลงทุนกับบริษัท พีที อากรี แพซิฟิค (“AP”) ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นในประเทศอินโดนีเซีย เพื่อร่วมลงทุนในบริษัท พีที อิชิตัน อินโดนีเซีย (“PTI”) ซึ่งเป็นกิจการร่วมค้าที่จะจัดตั้งขึ้นใหม่ในประเทศอินโดนีเซีย และมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มพร้อมดื่มภายใต้แบรนด์ “อิชิตัน” ในประเทศอินโดนีเซีย โดยบริษัทฯ และ AP จะเข้าลงทุนในกิจการร่วมค้าในอัตราส่วนที่เท่ากัน (อัตราร้อยละ 50 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายได้ทั้งหมดของกิจการร่วมค้า) ซึ่งคิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนจำนวนรวม 200,000 ล้านรูเปียอินโดนีเซีย หรือประมาณ 575 ล้านบาท บริษัทฯ ได้จ่ายชำระเงินทุนจัดตั้งบริษัทงวดแรกในอัตราร้อยละ 50 ของทุนที่เรียกชำระแล้วเป็นจำนวนเงิน 50,000 ล้านรูเปียอินโดนีเซีย หรือเทียบเท่า 135.6 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 “PTI” จึงกลายเป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันของบริษัทฯ

เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2560 บริษัทฯได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ “บริษัท อิชิตัน เพาเวอร์ จำกัด” ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) และให้เรียกชำระเงินทุนจัดตั้งบริษัทเต็มมูลค่า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้า ประเภทเครื่องดื่มทุกชนิด ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศโดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.9



บริษัทร่วมค้า

ณ วันที่ 5 มกราคม 2561 บริษัทฯ ได้รับจดหมายจากการร่วมค้าเรียกให้ชำระเงินทุนจัดตั้งบริษัทเพิ่มอีกเป็นจำนวนเงิน 60,000 ล้านบาท อินโดนีเซีย หรือเทียบเท่า 158.7 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน บริษัทฯ ได้จ่ายชำระเงินทุนดังกล่าวแล้วเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2561 และการร่วมค้าได้จดทะเบียนเพิ่มทุนกับ Indonesia Investment Coordinating Board แล้วเมื่อวันที่ 24 มกราคม 2561

เมื่อวันที่ 10 มกราคม 2562 บริษัทได้รับจดหมายจากการร่วมค้าเรียกให้ชำระเงินทุนจัดตั้งบริษัทเพิ่มอีกเป็นจำนวนเงิน 45,000 ล้านบาท อินโดนีเซีย (หรือเทียบเท่า 104.4 ล้านบาท) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน บริษัทได้จดทะเบียนเพิ่มทุนกับ Indonesia Investment Coordinating Board และจ่ายชำระเงินทุนดังกล่าวแล้วเมื่อวันที่ 23 มกราคม 2562

เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2564 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท พีที อิชิตัน อินโดนีเซีย ("PTI") ผู้ถือหุ้น PTI ได้อนุมัติการลดทุนที่ออกและชำระแล้วเป็นจำนวนเงิน 90,000 ล้านบาท อินโดนีเซีย ซึ่งเป็นการลดทุนในส่วนของบริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จำนวน 45 ล้านหุ้น เป็นจำนวนเงิน 45,000 ล้านบาท อินโดนีเซีย (หรือเทียบเท่า 97.4 ล้านบาท) และการร่วมค้าได้จดทะเบียนลดทุนกับ Ministry of Law and Human Rights แล้วเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2565 จากการลดทุนและการประเมินมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนและดุลยพินิจของผู้บริหาร ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ ได้กลับรายการค่าเพื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าสำหรับปี เป็นจำนวนเงิน 167.1 ล้านบาท ในงบการเงินเฉพาะกิจการ



บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (ICHI)

ทุนจดทะเบียน 1,300 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว 1,300 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 1.00 บาท



99.9%

บริษัท อิชิตัน เพาเวอร์ จำกัด

ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท
(บริษัทย่อย)

50%



บริษัท พีที อิชิตัน อินโดนีเซีย

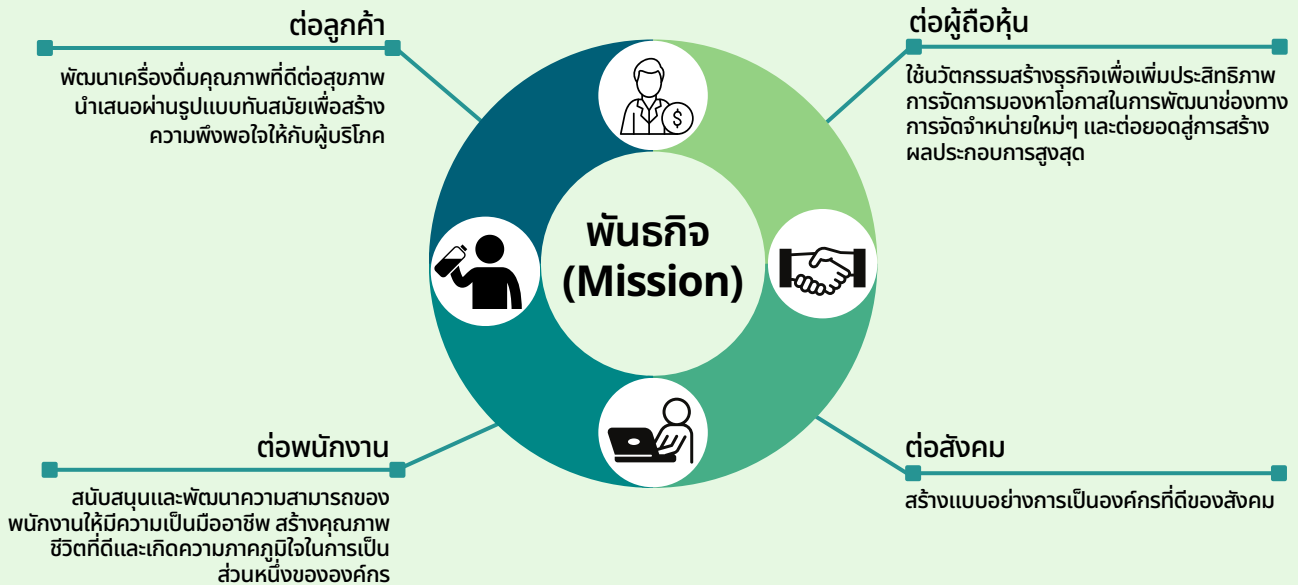
ทุนจดทะเบียน 682,500 ล้านบาท อินโดนีเซีย
(บริษัทร่วม)





วิสัยทัศน์ (Vision)

ผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มคุณภาพและนวัตกรรมที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี



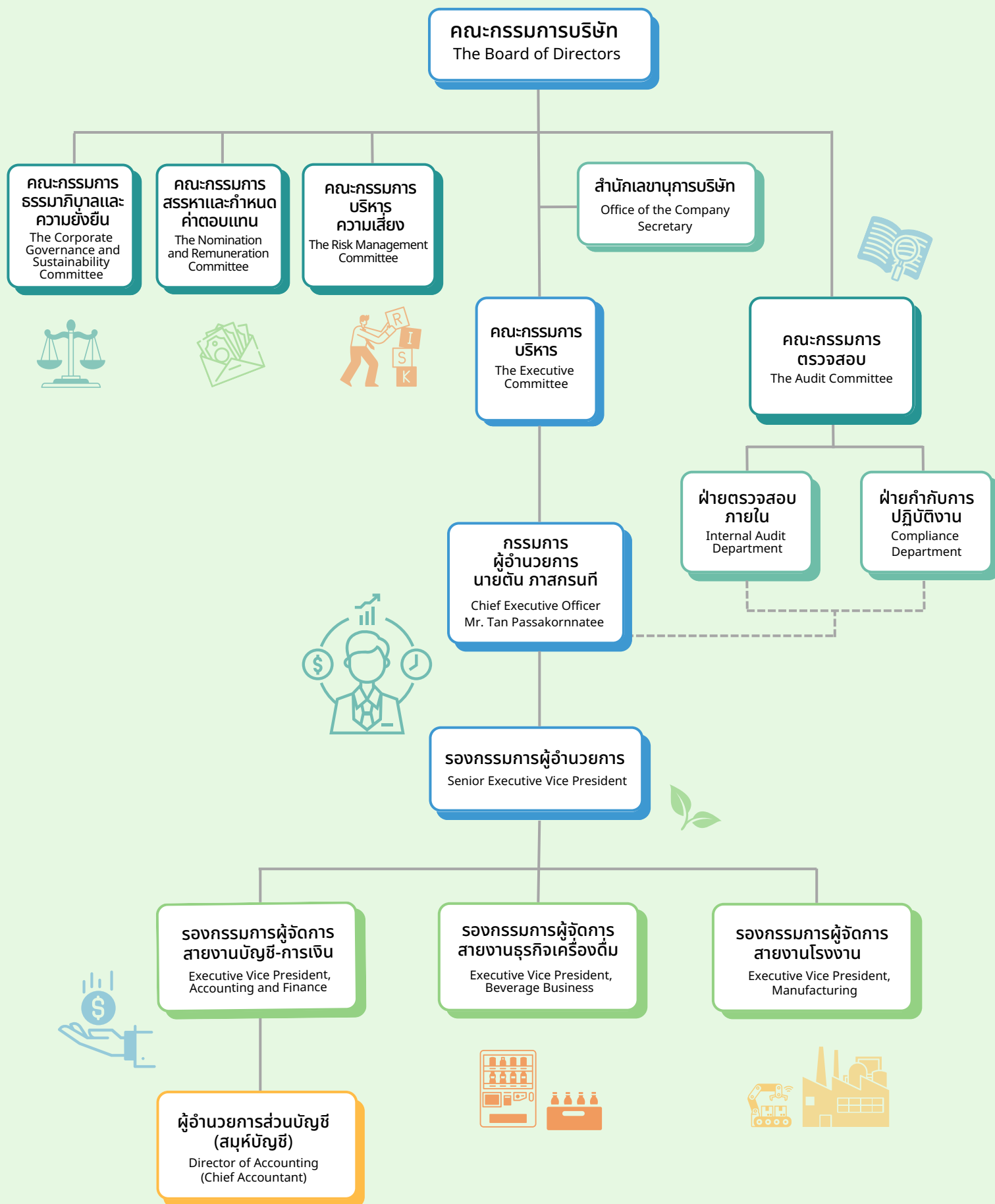
ค่านิยมองค์กร (Core Value)



โครงสร้างองค์กร

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565

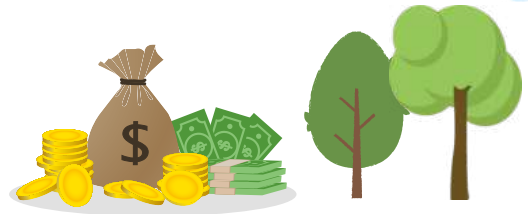


การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

ข้อมูลจากงบการเงินรวมของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565



รายได้รวม	ค่าใช้จ่ายรวม	กำไรสุทธิ
6,359.6	5,620.7	641.6
ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท



สินทรัพย์รวม
7,285.7
ล้านบาท

Market Capital (ณ เมษายน 2565)
16,900
ล้านบาท

เงินปันผลจ่ายรวม
780.0
ล้านบาท

หนี้สินรวม
1,215.7
ล้านบาท

อัตราการจ่ายเงินปันผลต่อกำไรสุทธิ
121.6%

EBITDA	NPM
21.9%	10.1%

ส่วนของผู้ถือหุ้น
6,170.0
ล้านบาท

อัตราผลตอบแทน ส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)
10.4%

อัตราผลตอบแทน จากสินทรัพย์ (ROA)
8.9%

กำไร ต่อหุ้น
0.49 บาท
มูลค่าตามบัญชี ต่อหุ้น 4.6 บาท

พนักงานทั้งหมด
362 คน

ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ตอบแทน ผู้บริหาร / พนักงาน/ และพัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงาน
276.6
ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา
5.7
ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
3.3
ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
289.7
ล้านบาท

Human Capital Development cost (ต้นทุนพัฒนาศักยภาพบุคคล)
0.5
ล้านบาท

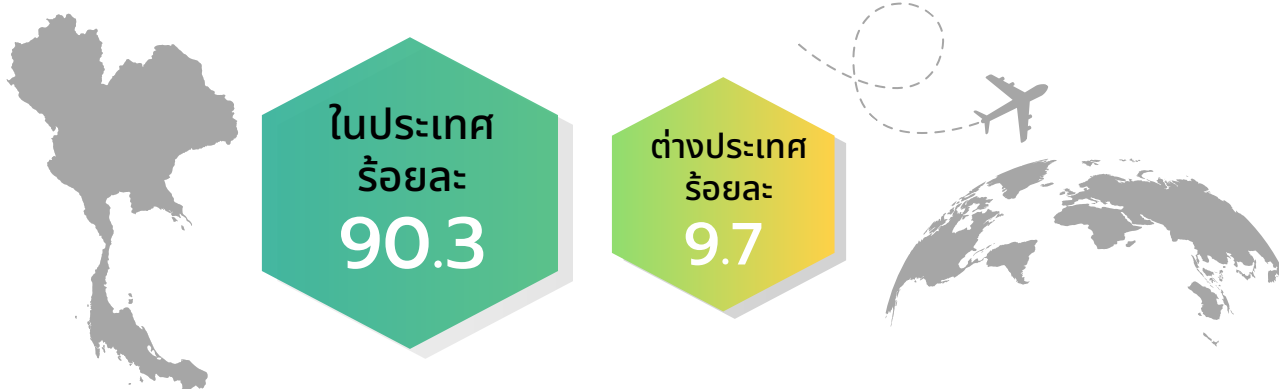
ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการความสัมพันธ์ ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
1.5
ล้านบาท

สัดส่วนการจำหน่าย ภายในประเทศและต่างประเทศ

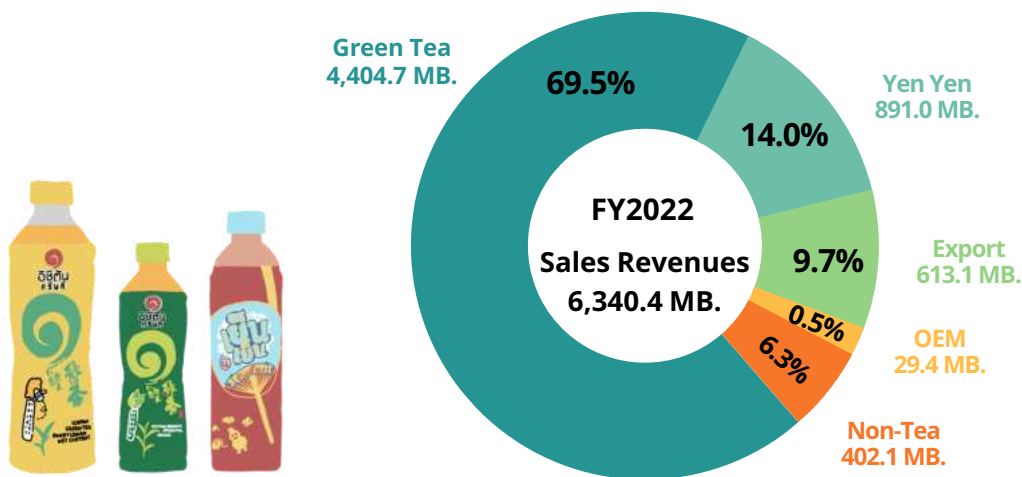


บริษัทฯ มีการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปต่างประเทศโดยมียอดขายในปี 2565
สัดส่วนยอดขายในประเทศอยู่ที่ร้อยละ 90.3 และยอดขายต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 9.7

การส่งออกผลิตภัณฑ์



Sales by Categories



การจัดจำหน่าย (หน่วย: ร้อยละ)	งบการเงินรวม ปี 2563	งบการเงินรวม ปี 2564	งบการเงินรวม ปี 2565
ในประเทศ	78.9	87.1	90.3
ต่างประเทศ	21.1	12.9	9.7



บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้และมีหลักการบริหารจัดการด้านภาษีอากรตามหน้าที่พลเมืองที่ดี บริษัทฯ จึงได้กำหนด “นโยบายภาษีอากร” เพื่อการบริหารจัดการบนหลักการธรรมาภิบาลที่ดีและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ในปี 2565 บริษัทฯ มีรายได้รวม 6,359.6 ล้านบาท และได้จ่ายภาษีสรรพสามิตเป็นจำนวนเงินทั้งหมด 821.0 ล้านบาท

โดยเปิดเผยรายละเอียดในเว็บไซต์บริษัทฯ http://www.ichitangroup.com/investor.php/tax_policy

ตารางแสดงภาษีเงินได้และกำไรที่ได้รับการยกเว้นภาษีจากการส่งเสริมการลงทุน

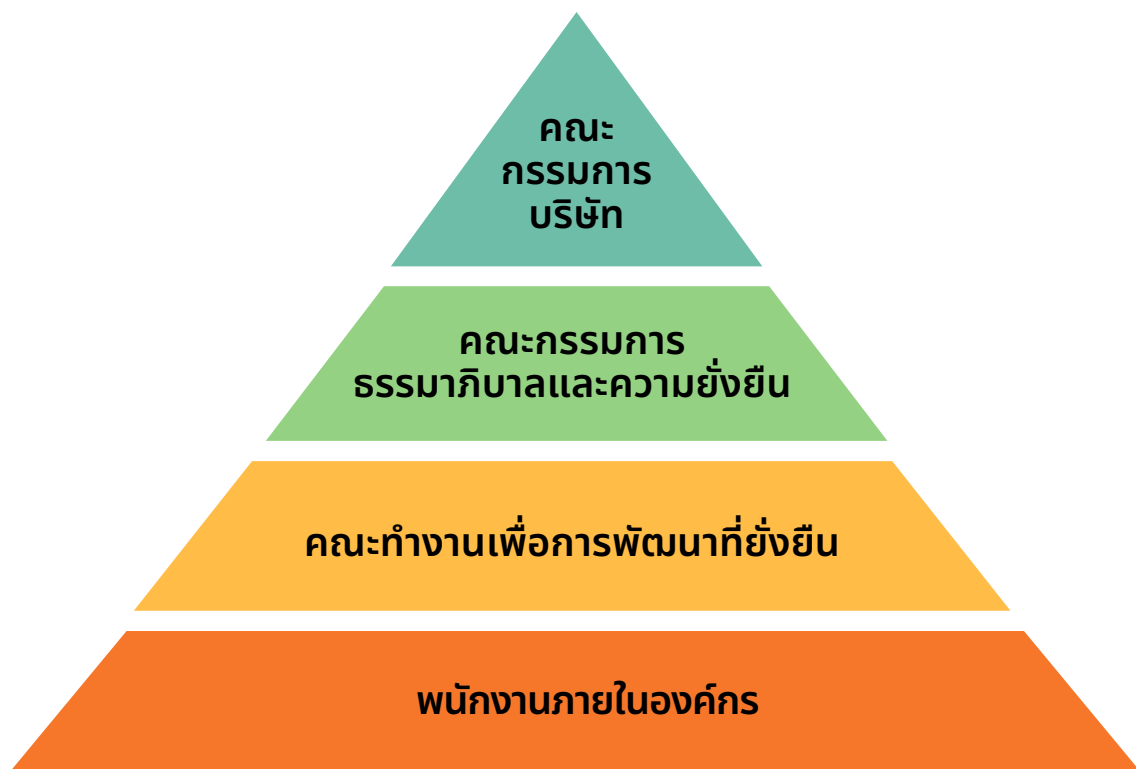
หน่วย : ล้านบาท	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้ จากงบการเงินเฉพาะกิจการ	54.68	94.06	179.49
กำไรที่ได้รับการยกเว้นภาษี จากการส่งเสริมการลงทุน	149.79	0	0



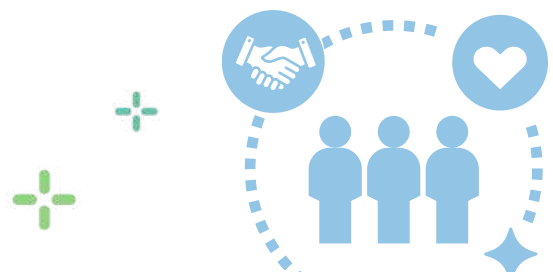
โครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืน



อิซิตัน มีการกำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืน เพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรมในทุกภาคส่วนขององค์กร โดยการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งทำหน้าที่หลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาด้านความยั่งยืนภายในองค์กร เริ่มจากการนำเป้าหมายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนระดับองค์กรที่รับรองโดยคณะกรรมการบริษัท มาทบทวน นำเสนอแผนกลยุทธ์ สร้างแนวทางปฏิบัติร่วมกัน ติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน รวมถึงมีการรายงานต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอ



บริษัทฯ ได้นำนโยบายการบริหารจัดการมาใช้ในการสร้างความยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มและการพัฒนา ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ ควบคู่ไปกับการวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีต่อสุขภาพผู้บริโภค ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ ส่งผลกระทบท่ต้นทุนที่แข่งขันได้สนับสนุนผลประโยชน์ที่ดี นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย บริษัทฯ ใส่ใจในการคัดเลือกวัตถุดิบ โดยการจัดซื้อจัดหา ผู้ผลิตบรรจุกัญท์ การผลิต การบริหารจัดการ การขนส่ง การกระจายสินค้าที่มีคุณภาพ ตรงตามข้อกำหนดมาตรฐานของบริษัทฯ พร้อมให้ความสำคัญในการพัฒนาหน้าร้าน คู่ค้า การตลาด การขาย และช่องทางการจำหน่าย เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน



นโยบายการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน



อีซีทีเอ็น กรุ๊ป มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มคุณภาพและนวัตกรรมที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี ดังนั้น บริษัทฯ จะมุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ด้วยการขับเคลื่อนกลยุทธ์ 3N (New Business, New Market, และ New Product) เพื่อเพิ่มความหลากหลายและรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการพัฒนาโอกาสทางธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันภายในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานโดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาสนับสนุนกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการตอบสนองความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างมีจริยธรรม ภายใต้กรอบการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนครอบคลุม 3 มิติ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนยกระดับเป้าหมายด้านความยั่งยืน เพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2593



Save Environment (รักษาสภาพแวดล้อม)

มีการออกแบบกระบวนการผลิต เครื่องจักร อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยควบคุมและลดมลพิษก่อนปล่อยสู่สภาพแวดล้อมภายนอก ลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิตและการใช้งานทั่วไป กำกับให้มีการกำจัดของเสียด้วยวิธีที่ถูกต้อง มีแผนงานในการลดปริมาณของเสียและเพิ่มสัดส่วนการนำกลับมาใช้ซ้ำให้มากที่สุด ด้วยหลักการปฏิบัติตามระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 ที่เป็นมาตรฐานสากล



Conserve Natural Resources (อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ)

ปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต เครื่องจักรและเทคโนโลยี เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้น้อยที่สุด หาแนวทางนำของเสียต่างๆ กลับมาใช้ประโยชน์ โดยยึดหลักการ Reduce/ Reuse/ Recycle และหาแหล่งพลังงานทดแทน มีแผนงานในการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ น้ำ และพลังงาน โดยปรับปรุงเครื่องมือ และกระบวนการให้เกิดประโยชน์สูงสุด ยึดหลักการปฏิบัติตามระบบการจัดการพลังงาน ตามมาตรฐาน ISO 50001 (Energy Management System) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากล โดยมีการนำบัดของเสียที่เกิดจากกระบวนการก่อนปล่อยออกสู่ธรรมชาติ



Concern Safety and Health (พัฒนาความปลอดภัยและสุขภาพอนามัย)

ปรับออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยเป็นไปตามหลักการยุทธศาสตร์การปรับปรุงสภาพการทำงานให้เหมาะกับบุคคล กำหนดแนวทางในการป้องกันและควบคุมไม่ให้เกิดอุบัติเหตุจากการดำเนินงาน ส่งเสริมและสร้างจิตสำนึกในด้านความปลอดภัย รวมถึงการดูแลสุขภาพของพนักงานและครอบครัว โดยมีแผนงานในการลดอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นประจำทุกปี



Responsible for Society (การรับผิดชอบต่อสังคม)

ลดผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม ให้การสนับสนุนสังคมและชุมชน จัดให้มีระบบเปิดโอกาสให้ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็นสำหรับโครงการต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและชุมชน รวมถึงเสนอความเห็นหรือข้อร้องเรียนที่เป็นผลจากการดำเนินงานของโรงงาน การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยจากการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งผลการดำเนินงานในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่อสาธารณะอย่างสม่ำเสมอผ่านการจัดทำ “รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายรับทราบ

กลยุทธ์การขับเคลื่อนธุรกิจบนพื้นฐานความยั่งยืน



การสร้างคุณค่าร่วมกันยังคงเป็นหลักการขั้นพื้นฐานสำหรับการทำธุรกิจของบริษัทฯ โดยเป้าหมายคือ การยกระดับคุณภาพชีวิตและนำไปสู่อนาคตที่ดีต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อให้ทุกคนในองค์กรขับเคลื่อนธุรกิจตามหลักการความยั่งยืน

1. การพัฒนาความสามารถบุคลากรภายในองค์กร (Organization Development)

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถและความรับผิดชอบ สนับสนุนการพัฒนาทักษะ และสามารถผ่านหลักสูตรการอบรมต่างๆ เพื่อนำศักยภาพออกมาใช้ได้สูงสุด รวมทั้งการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร โดยส่งเสริมให้ยึดมั่นกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวเพื่อการเติบโตของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

2. มุ่งมั่นสู่การบริหารห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain)

การคัดเลือกวัตถุดิบ : ไม่เพียงแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพก่อนนำเข้ากระบวนการผลิต แต่บริษัทฯ ได้เข้าไปมีส่วนร่วมตั้งแต่ต้นน้ำ เช่น เกษตรกรที่ปลูก เก็บเกี่ยว ใบชา ณ แหล่งผลิต เพื่อให้ได้ซึ่งคุณภาพที่เสถียรของวัตถุดิบ

การจัดซื้อจัดหาผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ : มาตรฐานของบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับเครื่องจักรของอิชิตัน ซึ่งเป็นเทคโนโลยี แบบ Hi-Speed สามารถบรรจุได้ 600 – 900 ขวดต่อนาที บริษัทฯ ยังมี การบริหารความเสี่ยงโดยจะมีคู่ค้า 2-3 ราย สำหรับบรรจุภัณฑ์หลักทุกรายการ เพื่อความมั่นใจว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานและปริมาณตามความต้องการ

การผลิต การบริหารจัดการ : เทคโนโลยีการผลิตแบบบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อจากประเทศญี่ปุ่นที่อิชิตันใช้มีประสิทธิภาพทันสมัยอันดับต้นๆ ของโลก สามารถเชื่อมั่นในศักยภาพการผลิตที่เสถียรได้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับทีมงานบริหารจัดการที่มีทักษะและประสบการณ์ จึงได้ประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิต

การขนส่ง การกระจายสินค้า : โรงงานอิชิตัน สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีทำเลที่ตั้งใกล้กับศูนย์กระจายสินค้าของตัวแทนจำหน่ายหลักของบริษัทฯ และศูนย์กระจายสินค้าหลักของช่องทางขายปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ส่งผลให้ต้นทุนในการขนส่งสินค้ามีประสิทธิภาพ ปัจจุบันบริษัทฯ มีบริษัท ตัวแทนจำหน่ายหลักทั้งสิ้น 3 ราย คือ บริษัท ดีเคเอสเอส จำกัด (DKSH) บริษัท ไอ แอม กรีนที จำกัด และบริษัท บุญรอด เอเชีย จำกัด สามารถกระจายสินค้าได้ครอบคลุมทั้งช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และดั้งเดิม (Traditional Trade) สำหรับการกระจายสินค้าในต่างประเทศ กระทำผ่านตัวแทนจำหน่ายสินค้าประจำประเทศนั้นๆ

การพัฒนาหน้าร้าน : สำหรับธุรกิจในประเทศ บริษัทฯ วางแผนร่วมกับตัวแทนจำหน่ายทั้ง 3 ราย ในการบริหารจัดการพื้นที่จำหน่าย และสื่อสารเสริมการขายที่หน้าร้านให้มีความโดดเด่นภายใต้ต้นทุนการขายที่มีประสิทธิภาพในทุกช่องทาง รวมทั้งโปรแกรมส่งเสริมการขายที่สามารถแข่งขันได้เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายสินค้า ส่วนธุรกิจต่างประเทศได้วางแผนร่วมกับตัวแทนจำหน่ายในประเทศนั้นๆ

การตลาดและการขาย : มุ่งเน้นที่การสร้างคุณค่าของแบรนด์ถ่ายทอดเพื่อแสดงตัวตนผ่านนวัตกรรมสินค้าที่ออกมาอย่างต่อเนื่อง ดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดทุกรูปแบบให้ครอบคลุมลูกค้าและผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย พัฒนาสินค้าที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค การสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งจะส่งผลให้บริษัทฯ ไม่ต้องแข่งขันด้านราคา โครงสร้างราคาที่แข็งแกร่งจะทำให้คู่ค้าและตัวแทนจำหน่ายสามารถขายได้เร็ว มีกำไรเพียงพอที่จะเติบโตไปพร้อมๆ กัน

3. การวิจัยและพัฒนาเครื่องดื่มน้ำที่มีคุณภาพต่อผู้บริโภค (Research and Development for Consumer)

การวิจัยและพัฒนาของอีซีต้นสอดคล้องกับหลักการมาตรฐานสากล ได้แก่ ระบบมาตรฐานการรับรองความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหาร (FSSC22000) ระบบบริหารคุณภาพ (ISO9001) มาตรฐานฮาลาล (HALAL) จัดทำเป็นระเบียบปฏิบัติเชิงบูรณาการ ตั้งแต่การวางแผนออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดจนการตรวจสอบคุณภาพอย่างเป็นระบบทุกขั้นตอน

4. การเติบโตไปพร้อมคู่ค้า (Growing up with Partners)

ปี 2565 บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายในประเทศ ทั้งช่องทาง Modern Trade (MT) และ Traditional Trade (TT) ผ่านคู่ค้าผู้จัดจำหน่ายหลักทั้ง 3 ราย โดยมีการตั้งเป้าหมายการเติบโตร่วมกัน กำหนดแนวทาง และพัฒนาโปรแกรมการส่งเสริมการขายเฉพาะในแต่ละช่องทางแต่ละห้าง เพื่อให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน

5. การบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Management)

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับนโยบายสิ่งแวดล้อม วัตถุประสงค์สิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อมในการทำงานครอบคลุมกิจกรรมทั้งในภาวะปกติ ภาวะไม่ปกติและภาวะฉุกเฉิน การชี้แจงและประเมินลักษณะสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นให้มีแนวทางปฏิบัติการอนุรักษ์พลังงานแก่พนักงานภายในองค์กร เพื่อทำให้พนักงานมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติในแนวทางเดียวกัน

เป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร



อีซีต้น มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำเครื่องดื่มคุณภาพและนวัตกรรมที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี โดยคุณต้น ภาสกรนที มีความตั้งใจอย่างแรงกล้าในการสร้างธุรกิจที่มีคุณภาพให้มั่นคงและก้าวไกลอย่างยั่งยืน เริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ตลอดจนลงทุนผ่านนวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตกับระบบโรงงานที่ใช้พลังงานหมุนเวียนด้วยตัวเองมากที่สุด เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด รวมถึงมุ่งมั่นที่จะเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาด เพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอน CO2 สู่ชั้นบรรยากาศ รวมถึงการลดการใช้พลาสติกในภาชนะบรรจุขวดให้เหลือน้อยที่สุด ด้วยเทคโนโลยีบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นการสร้างประโยชน์ให้กับเศรษฐกิจ สังคม/ชุมชน และสิ่งแวดล้อมเพียงเท่านั้น แต่ยังช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานอีกด้วย



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



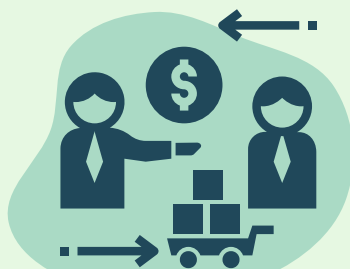
บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีการทบทวนวิสัยทัศน์ นโยบาย ทิศทางกลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจในอนาคต ตลอดจนความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่า ทั้งนี้ บริษัทฯ สนับสนุนเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals-SDGs) ทั้งหมด 17 เป้าหมาย ครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Business Value Chain)



ทรัพยากรวัตถุดิบ



การจัดซื้อจัดหา



กระบวนการผลิต



การขนส่งและการกระจายสินค้า



การพัฒนาหน้าร้าน



การตลาด และการขาย



การพัฒนาที่ยั่งยืน



ผู้ถือหุ้น/
ลูกค้า/ผู้บริโภค/
สังคม/สิ่งแวดล้อม

ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Business Value Chain)



บริษัทฯ ได้นำนโยบายการบริหารจัดการมาใช้ในการสร้างความยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและการพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ ควบคู่ไปกับการวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีต่อสุขภาพผู้บริโภค ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ ส่งผลกระทบต่อต้นทุนที่แข่งขันได้สนับสนุนผลประโยชน์ที่ดี นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย บริษัทฯ ใส่ใจในการคัดเลือกวัตถุดิบ โดยการจัดซื้อจัดหา ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ การผลิต การบริหารจัดการ การขนส่ง การกระจายสินค้าที่มีคุณภาพ ตรงตามข้อกำหนดมาตรฐานของบริษัทฯ พร้อมให้ความสำคัญในการพัฒนาหน้าร้าน คู่ค้า การตลาด การขาย และช่องทางการจำหน่าย เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

1. กรรพยากรวัตถุดิบ

- การคัดเลือกวัตถุดิบหลักเป็นใบชาออร์แกนิก ที่มีการวางแผนการผลิตและกำหนดปริมาณการเพาะปลูกใบชาในแต่ละปี โดยได้มีการทำสัญญา โดยเฉลี่ยอายุ 1 ปี กับผู้จัดจำหน่ายใบชา
- คัดเลือกวัตถุดิบคุณภาพ

2. การจัดซื้อจัดหา

- วัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมหลัก เช่น น้ำระบบ RO น้ำตาลฟรุทโทส น้ำตาลทราย บรรจุภัณฑ์ แก้วธรรมชาติ
- ระบบ Approved Vendor list System เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ
- เลือกซื้อวัตถุดิบจากคู่ค้าผู้ผลิตรายใหญ่หลายราย

3. กระบวนการผลิต และการบริหารจัดการ

- ความก้าวหน้าในสายงานของพนักงานตาม Career path, การประเมินตัวชี้วัดผลการทำงาน (KPI)
- ผลิตโดยระบบปิดบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ (Cold Aseptic Filling Technology) ซึ่งเป็นระบบการผลิตที่ทันสมัยที่สุดในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม
- นโยบายบริหารต้นทุนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ
- ระบบตรวจสอบคุณภาพก่อนถึงลูกค้า/ ผู้บริโภค (Quality Assurance) ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานการผลิตสากล เช่น FSSC22000
- ระบบการบริหารคลังสินค้าอัตโนมัติ (Auto Warehouse) เสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลัง การติดตั้ง Solar cell บนหลังคาอาคารผลิต เพื่อนำมาใช้ทดแทนพลังงานไฟฟ้าบางส่วน



4. การขนส่ง และการกระจายสินค้า

- กระจายสินค้าผ่านคู่ค้าหลักทั้งในประเทศและต่างประเทศ คู่ค้าหลักสามารถกระจายสินค้าได้ครอบคลุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งช่องทาง
 - ค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)
 - ค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade)
- กระจายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (E-Commerce)

5. การพัฒนาหน้าร้าน

- วางแผนร่วมกับคู่ค้าหลักในการบริหารจัดการพื้นที่ขายหน้าร้าน รวมทั้งพื้นที่ขายพิเศษให้มีความโดดเด่นภายใต้ต้นทุนขายที่มีประสิทธิภาพในทุกช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
- โปรแกรมส่งเสริมการขายที่สามารถแข่งขันได้ในตลาด

6. การตลาด และการขาย

- การเสริมสร้างคุณค่าของแบรนด์ให้โดดเด่น แข็งแรงผ่านคุณภาพสินค้า
- การสื่อสารและการจัดกิจกรรมการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) อย่างต่อเนื่อง และเหมาะสมกับยุค VUCA World* ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย
- โครงสร้างราคาที่เหมาะสม ยุติธรรมและสามารถสร้างผลกำไรให้ คู่ค้า ตัวแทนจำหน่ายทุกระดับชั้น

Note*

Volatility = ความผันผวน

Uncertainty = ความไม่แน่นอน

Complexity = ความซับซ้อน

Ambiguity = ความคลุมเครือ

7. การพัฒนาที่ยั่งยืน

- การพัฒนาสินค้านวัตกรรมที่ดีต่อสุขภาพและรสชาติที่มีเอกลักษณ์ ให้ตรงกับลูกค้าและผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
- การร่วมพัฒนากลยุทธ์กับผู้จัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ
- ส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรเพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

8. ผู้ถือหุ้น / ลูกค้า / ผู้บริโภค / สังคม / สิ่งแวดล้อม

- เครื่องดื่มคุณภาพและดีต่อสุขภาพ
- กระบวนการผลิตระบบปิดทั้งระบบ
- จ่ายเงินปันผล ให้ผู้ถือหุ้นได้



ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ



กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนอง ต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร และมีส่วนร่วม
ผู้ถือหุ้น 	- ความโปร่งใสของข้อมูล ถูกต้อง ครบถ้วน และสามารถตรวจสอบได้ - การปฏิบัติตามหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี - มีผลการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง - การให้ผลตอบแทนอย่างสม่ำเสมอและเติบโตอย่างต่อเนื่อง - การปรับแผนการดำเนินงานธุรกิจให้สอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน	- การเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดผ่านทางเว็บไซต์บริษัทฯ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) - การสร้างผลประกอบการที่ดี และการจ่ายปันผลในอัตราที่เหมาะสม สอดคล้องกับการเติบโตของบริษัทฯ - การสื่อสารกลยุทธ์ และทิศทาง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ผ่านการประชุมผู้ถือหุ้นและช่องทางออนไลน์ต่างๆ	- การนำเสนอข้อมูลผลประกอบการบริษัทแก่นักวิเคราะห์และนักลงทุนสถาบัน (Analyst Meeting) ผ่านช่องทางออนไลน์ - การจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี - การจัดกิจกรรมบริษัทจดทะเบียนพบปะนักลงทุนของตลาดหลักทรัพย์ฯ (Opportunity Day) <u>ช่องทางติดต่อแผนกนักลงทุนสัมพันธ์</u> Tel. : 02-023 1111 ต่อ 122 E-mail : ir@ichitangroup.com Website : http://www.ichitangroup.com/investor.php
ผู้บริโภค / ลูกค้า 	- คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ - ผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติอร่อยและมีความหลากหลาย - ราคาของผลิตภัณฑ์และโปรโมชั่นการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ - บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	- มุ่งมั่นผลิตสินค้าที่ดี มีคุณภาพ และตรงตามความต้องการผู้บริโภค - การบริหารจัดการความพึงพอใจลูกค้า - การพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าให้มีความครอบคลุมมากขึ้น - การออกแบบ/พัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการผลิตใหม่ๆ	- การสร้างแคมเปญใหม่ๆและจัดกิจกรรมร่วมกับผู้บริโภค - การสำรวจและติดตามความพึงพอใจของผู้บริโภค <u>ช่องทางติดต่อสื่อสาร</u> Website : http://www.ichitangroup.com Facebook : https://www.facebook.com/ichitan https://www.facebook.com/yenyen https://www.facebook.com/ichitanHealthyDrink
พนักงาน 	- ความมั่นคง/ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และการรักษาพนักงาน - การส่งเสริมและพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเพิ่มพูนศักยภาพการทำงาน - ค่าตอบแทน สิทธิประโยชน์และสวัสดิการที่เป็นธรรม - การเข้าถึงการใช้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน - อาชีวอนามัยความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	- การวางแผนโครงสร้างองค์กรให้มี career path ที่ชัดเจน - การกำหนดแผนพัฒนาทักษะของพนักงานทุกระดับที่ชัดเจน โดยการทบทวนคุณลักษณะ รูปแบบของทักษะความรู้ และความสามารถของพนักงาน - การจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม - การแจ้งข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆให้กับพนักงานผ่านทางอีเมล และเว็บไซต์ภายในของบริษัท - สร้างสภาพแวดล้อมการทำงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	- การประเมินผลการปฏิบัติงานรายบุคคลประจำปี - การประชุมคณะกรรมการบริหารรายเดือน และการทำกิจกรรมภายในร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงาน - การสำรวจความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงาน - การรับฟังความคิดเห็นและข้อร้องเรียนพนักงาน - โครงการและกิจกรรมการส่งเสริมชีวนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนอง ต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร และมีส่วนร่วม
สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม 	- การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีและเสริมสร้างประโยชน์กลับสู่สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ที่บริษัทฯ ได้เข้าไปดำเนินธุรกิจ - การลดผลกระทบเชิงลบทางด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ เช่น การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์, การปล่อยของเสีย, การบริหารจัดการน้ำและพลังงาน เป็นต้น - การส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ให้กับชุมชน	- การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกโรงงาน และการพัฒนาชุมชนเกษตรผู้ปลูกชาให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น - การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และการเปิดเผยผลการดำเนินงานในรายงานการพัฒนายั่งยืนประจำปี (SD Report) - การว่าจ้างแรงงานในชุมชน ซึ่งบริษัทฯ ได้เข้าไปดำเนินธุรกิจ	- การเข้าพื้นที่ชุมชนสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน - ส่งเสริมความตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อม ผ่านศูนย์การเรียนรู้ต้นแลนด์ และช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ที่เหมาะสม <u>ช่องทางติดต่อแผนกนักลงทุนสัมพันธ์</u> Tel. : 02-023 1111 E-mail : cg@ichitangroup.com
คู่ค้า/เจ้าหนี้ 	- สนับสนุนและยกระดับการดำเนินงานของคู่ค้าทางธุรกิจ พัฒนาศักยภาพเพื่อให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด - การจัดซื้อที่เป็นธรรมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - พัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว - ชำระหนี้ตามกำหนดเวลา และปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญาอย่างเคร่งครัด	- สนับสนุนองค์ความรู้ การดำเนินงานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อยกระดับการดำเนินงานคู่ค้า ลดความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน - การคัดเลือกคู่ค้าที่เป็นธรรม - สนับสนุนให้คู่ค้าเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่าย เพื่อต่อต้านการทุจริต การติดสินบน และคอร์รัปชัน - คำนึงถึงความเสมอภาคและผลประโยชน์ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ - ปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขของเจ้าหนี้ ในการชำระคืนเงินต้น ดอกเบี้ย และหลักประกันอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และการพัฒนาคู่ค้า โดยการแลกเปลี่ยนความรู้ หรือผ่านทางกิจกรรมบริษัทฯ - ส่งหนังสือเชิญชวนให้คู่ค้าเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่าย CAC <u>ช่องทางการร้องเรียนเรื่องการทุจริต</u> E-mail : cg@ichitangroup.com Website : http://www.ichitangroup.com/investor.php/anti_corruption
คู่แข่งทางการค้า 	- การแข่งขันที่เป็นธรรม - ไม่ละเมิด หรือทำลายชื่อเสียงของคู่แข่ง	- ดำเนินการแข่งขันทางการค้าโดยไม่ใช้วิธีการใดๆ ให้ได้มาซึ่งข้อมูลของคู่แข่งอย่างผิดกฎหมายและขัดต่อจริยธรรม - ประพฤติตามกรอบกติกาการแข่งขันที่ดีและกฎหมายที่กำหนดไว้ และหลีกเลี่ยงวิธีการไม่สุจริตเพื่อทำลายคู่แข่ง	<u>ช่องทางติดต่อ</u> E-mail : cg@ichitangroup.com Website : http://www.ichitangroup.com
สถาบัน / หน่วยงานภาครัฐ 	- การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส รวดเร็ว และครบถ้วน - การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง - การปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญา	- ติดตามและปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด - สื่อสารข้อมูลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส รวดเร็ว และครบถ้วน พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงาน - ปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขของสัญญาอย่างเคร่งครัด	- การจัดลงนามความร่วมมือกับหน่วยงานราชการ - การยื่นเชิญหน่วยงานราชการเยี่ยมชมกิจการ - เอกสารรายงานผลการดำเนินงาน ได้แก่ แบบ 56-1 One Report / จบการเงิน

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเป็นประจำทุกปี ซึ่งมีการกำหนดเนื้อหาตามมาตรฐานการรายงานความยั่งยืนของ GRI Sustainability Reporting Standards โดยพิจารณาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ ตลอดจนความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่า ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ได้ผ่านการพิจารณาตรวจสอบและเห็นชอบโดยคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน ตลอดจนการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ระบุประเด็นที่สำคัญ (Identification)

บริษัทฯ ระบุประเด็นที่มีความสำคัญด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาจากลักษณะและกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ร่วมกับตัวชี้วัดมาตรฐานของ GRI Standard และในอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมถึงเป้าหมายความยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) ตลอดจนความคาดหวังของ ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ โดยการรวบรวมข้อมูลหลากหลายช่องทางจากหน่วยงานของบริษัทฯ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่สำคัญนั้น

ขั้นที่ 2 การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

รวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียผ่านการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานของบริษัทฯ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในส่วนที่เกี่ยวข้อง

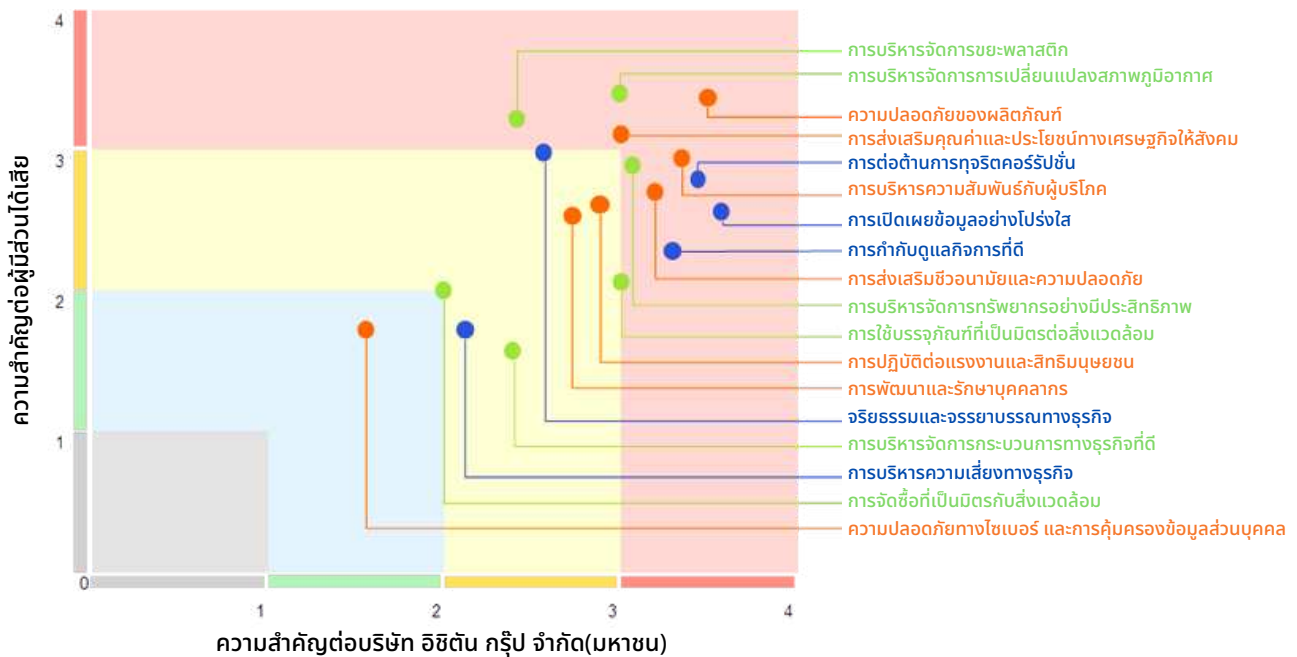
ขั้นที่ 3 การจัดลำดับประเด็นที่สำคัญ (Prioritize)

การจัดลำดับความสำคัญประเด็นด้านความยั่งยืนตามแนวทางปฏิบัติในระบบมาตรฐานที่สำคัญ เช่น ISO14001 และ ISO50001 โดยพิจารณาความสำคัญแต่ละประเด็น ช่วยให้เห็นภาพและสามารถลำดับความสำคัญ เพื่อรับทราบและเข้าใจ ผู้มีส่วนได้เสียและกำหนดลงไปในแผนภาพ (Materiality Matrix)

ขั้นที่ 4 การทวนสอบประเด็นที่มีนัยสำคัญ

บริษัทฯ ทวนสอบความครบถ้วนประเด็นที่มีนัยสำคัญ และระบุความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่สำคัญกับหมวดการรายงานของ GRI Standard โดยคณะกรรมการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Committee) และนำเสนอประเด็นด้านความยั่งยืนที่ผ่านการทวนสอบแล้วต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน ตลอดจนคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาอนุมัติภายใต้ขอบเขตผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ผลการจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Matrix)



ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	เนื้อหา	ผลการดำเนินงาน ปี 2566	การสนับสนุนเป้าหมาย (SDGs)
ประเด็นสำคัญความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)			
1. การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 	- การปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ - การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ - การบริหารประสิทธิภาพช่องทางการจัดส่ง	- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ร้อยละ 2.37 (2,769.64 tonCO₂e) - ลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า/ความร้อน ร้อยละ 5.29 (1,767.08 tonCO₂e) - ผ่านการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 5	
2. การบริหารจัดการขยะพลาสติก 	- การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน - การจัดการขยะและของเสีย ตามหลักการ 3Rs	- ลดปริมาณการใช้ Virgin Plastic PET ลงได้ 136,680 กิโลกรัมต่อปี - ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 394.38 tonCO₂e	
3. การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ 	- การบริหารการใช้น้ำ และควบคุมคุณภาพน้ำ - การควบคุมมลพิษทางเสียง - โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว	ลดปริมาณการใช้น้ำลงถึง 209,876 m³ คิดเป็นร้อยละ 11.79	
4. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน 	- การจัดซื้ออย่างยั่งยืน - การประเมินและคัดเลือกคู่ค้า	- ร้อยละ 100 ของจำนวนคู่ค้าหลักที่ผ่านการรับรอง Green Industry Level 2 - คู่ค้า 5 ราย ที่ผ่านการประเมิน ESG Risks	

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	เนื้อหา	ผลการดำเนินงาน ปี 2566	การสนับสนุนเป้าหมาย (SDGs)
ประเด็นสำคัญความยั่งยืนด้านสังคมและชุมชน (Social)			
1. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 	- การส่งเสริมการตลาด และช่องทางออนไลน์ - การคุ้มครองข้อมูลลูกค้า - การสื่อสารอย่างรับผิดชอบ - การบริหารคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ - การจัดการข้อร้องเรียน	- ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ร้อยละ 50 มีน้ำตาลในปริมาณน้อย หรือ ปราศจากน้ำตาล - ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ร้อยละ 85	  
2. การดูแลรักษาพนักงานขององค์กร 	- สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน - การพัฒนาศักยภาพพนักงาน - สภาพแวดล้อมในการทำงาน อาชีวอนามัย และความปลอดภัยของพนักงาน - การสร้างความปลอดภัยภายในองค์กร	- ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร คิดเป็นร้อยละ 82.84 - ไม่มีกรณี ร้องเรียนการละเมิดสิทธิมนุษยชน - พนักงานร้อยละ 100 ได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงาน (KPI)	    
3. ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 	- การบริหารความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ - การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	- พนักงานร้อยละ 100 ได้รับการอบรม หรือ สร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ - ไม่มีกรณี ภัยคุกคามทางไซเบอร์จนเกิดความเสียหาย - ไม่มีกรณี ร้องเรียนเกี่ยวกับข้อมูลรั่วไหล	  
4. การส่งเสริมคุณค่าและประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้สังคม 	การส่งเสริมโครงการต่างๆ เพื่อประโยชน์ทางสังคม	สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพมากกว่า 10 กิจกรรม	     
ประเด็นสำคัญความยั่งยืนด้านการกำกับดูแลกิจการ (Governance)			
1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี 	- นโยบายการบริหารจัดการ และโครงสร้างการกำกับดูแล - จริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ - การใช้ข้อมูลภายใน และการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ - การต่อต้านการทุจริตและความโปร่งใส - การบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจ	- ได้รับการประเมิน CGR ในระดับดีเลิศต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 - ได้รับคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน THIS - ร้อยละ 100 ของพนักงานทุกระดับได้รับการอบรมเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน /หลักการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรม จรรยาบรรณ - ไม่มีกรณี การกระทำผิดเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน หรือกระทำผิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณทางธุรกิจ - ร้อยละ 100 ของหน่วยงานที่มีความเสี่ยง ได้รับการประเมินความเสี่ยง และมีมาตรการการจัดการความเสี่ยง	



Environment

ประเด็นสำคัญความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม



อิชิตัน เล็งเห็นถึงความสำคัญต่อการบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม จึงมีการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย ในการสนับสนุน ตลอดจนแนวทางการดำเนินงาน โครงการและผลการดำเนินงาน เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งในด้านการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าจะยังคงมีทรัพยากรที่เพียงพอส่งต่อไปถึงคนรุ่นหลัง

การดำเนินธุรกิจของอิชิตัน กรุ๊ป ตลอดระยะเวลากว่า 11 ปีที่ผ่านมา คุณต้น ภาสกรนที ในฐานะกรรมการผู้อำนวยการ (CEO) ของบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมกระบวนการผลิตที่ลดผลกระทบต่อธรรมชาติให้เหลือน้อยที่สุด เริ่มต้นจากการก่อสร้างโรงงานอิชิตัน กรีน แฟคทอรี (Ichitan Green Factory) ควบคู่ไปกับการลงทุนในเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงและเป็นระบบอัตโนมัติขั้นสูง (High Technology Automation) ตามแนวคิด ลด ทดแทน บำบัด และนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งนับว่าเป็นโรงงานผลิตเครื่องดื่มแห่งแรกที่ทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งในไทย ที่มีการดำเนินการแบบอัตโนมัติ ตั้งแต่ต้นสายการผลิตไปจนถึงส่วนคลังเก็บสินค้า โดยสามารถเดินเครื่องติดต่อกันได้มากถึง 120 ชั่วโมง ช่วยลดความผิดพลาดอันเกิดจากเจ้าหน้าที่พนักงาน (Human Error) เพิ่มประสิทธิภาพให้กับตัวสินค้าในทุกด้าน ตลอดจนมีระบบการบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสมบูรณ์แบบ

นวัตกรรม “อิชิตัน กรีน แฟคทอรี (Ichitan Green Factory)” ถูกพัฒนาให้เป็นโรงงานต้นแบบด้านสิ่งแวดล้อมที่มีระบบการควบคุมพลังงานความร้อน ประกอบกับการติดตั้งระบบพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) เพื่อสร้างพลังงานสะอาดทดแทนในกระบวนการผลิตเครื่องดื่ม ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศได้อย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนมีระบบการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะของเสียอย่างครบวงจรและมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ สำหรับเป้าหมาย แผนงาน และความก้าวหน้า ตลอดจนโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญของอิชิตัน กรุ๊ป ในปี 2565 แบ่งออกเป็น 4 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Changes) การบริหารจัดการขยะพลาสติก (Plastic Waste Management) การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient Resources Management) และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

1

การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Changes)

โอกาสและความท้าทาย



ในปัจจุบัน ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกำลังทวีความรุนแรงมากขึ้นและส่งผลกระทบต่อสร้างความเสียหายในวงกว้างทั้งต่อมนุษย์และสิ่งมีชีวิตต่างๆ องค์การระดับโลกและนานาชาติจึงมีความตกลงระหว่างประเทศให้ทุกประเทศเร่งดำเนินงานใน 2 ประเด็นหลัก คือ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และในขณะเดียวกันก็ต้องมีการปรับตัวเพื่อลดผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้นผ่านกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

(United Nations Framework Convention on Climate Change : UNFCCC)

อย่างไรก็ดี จากการลงนามในข้อตกลงปารีสเพื่อมีส่วนร่วมในการลดก๊าซเรือนกระจกและการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศภายหลังปี ค.ศ. 2020 (INDC) ซึ่งจะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 20 - 25 จากระดับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกรณีปกติภายในปี พ.ศ. 2573 โดยกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ หน่วยงานภาครัฐอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดแนวทางสำหรับบริษัทจดทะเบียนไทยในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจคาร์บอนต่ำ เพื่อร่วมส่งเสริมนโยบายการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศและเป้าหมาย Carbon Neutrality ของไทย ด้วยการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อมสู่ชั้นบรรยากาศโลก เช่น การเผาไหม้เชื้อเพลิง การขนส่ง และการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น นับว่าเป็นปัญหาเร่งด่วนที่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อคงไว้ซึ่งอุณหภูมิเฉลี่ยของโลก

ทั้งนี้ อิชิตัน มีการเป้าหมายในลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี พ.ศ. 2593 รวมถึงเตรียมพร้อมรับความท้าทายจากผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงสนับสนุนการพัฒนาโครงการและนวัตกรรมที่มุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำที่มีประสิทธิภาพ ด้วยความเชื่อมั่นว่าการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจสามารถดำเนินควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรับผิดชอบและเกิดประโยชน์สูงสุด



เป้าหมายการจัดการด้านพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

อิชิตัน กรีน แพลทฟอร์ม มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและพลังงาน มีการลงทุนเทคโนโลยีที่ดีที่สุด เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้ธรรมชาติให้น้อยที่สุด อิชิตัน กรุ๊ป มุ่งมั่นที่จะปรับเปลี่ยนบรรพบุรุษที่ทุกขวดให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องด้วยสถานการณ์โลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อันจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ปัญหาสิ่งแวดล้อมและพลังงานจึงไม่ใช่เรื่องไกลตัวอีกต่อไป ดังนั้น การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับภาคธุรกิจที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม อย่งไรก็ดี อิชิตัน กรุ๊ป จะมุ่งเน้นไปที่การมีส่วนร่วมของผู้บริหารระดับสูงและพนักงานทุกระดับในการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป



- ✓ ลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนลง **ร้อยละ 2** ต่อปี

(ผลการดำเนินการสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 2,769.64 ton CO₂ e คิดเป็นร้อยละ 2.37)

2



- ✓ ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและความร้อนต่อหน่วยการผลิตลง **ร้อยละ 5** ภายในปี 2565

(ผลการดำเนินการสามารถลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าและความร้อนได้ 1,767.08 ton CO₂ e คิดเป็นร้อยละ 5.29)



ผ่านการรับรอง
Green Industry level 5
ภายในปี 2565

(ผลการดำเนินการสามารถได้รับการรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรม ในวันที่ 8 สิงหาคม 2565)



แนวทางการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน



จัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization) เพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (T-VER) เพื่อสร้างพลังงานสะอาดทดแทน โดยใช้พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ (ICHITAN SUNERGY) ในกระบวนการผลิตเครื่องดื่มของโรงงาน อิชิตัน กรีน แฟคทอรี ตามแนวคิด ลด ทดแทน บำบัด และนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่

โครงการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยลดการใช้พลาสติก ลดการเกิดของเสีย จากกระบวนการผลิต และลดการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการ สิ่งแวดล้อม (ISO14001:2015) ระบบการจัดการพลังงาน (ISO50001:2018) และ อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว (Green Network)

ผลการดำเนินงาน

การจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization)



การประเมินปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยจากการดำเนินกิจกรรมขององค์กร และคำนวณออกมาในรูปของคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า (CO₂eq) บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จึงดำเนินการประเมินศักยภาพในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร โดยมีหน่วยงานผู้ทวนสอบ คือ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) ในการพิจารณาขอบเขตขององค์กร (Organization boundary) ในลักษณะการควบคุม ดำเนินการ (Operational Control) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

ขอบเขต	แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ประเภทที่ 1	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงขององค์กร (Direct GHG Emissions) ได้แก่ การเผาไหม้อยู่กับที่ การเผาไหม้ที่มีการเคลื่อนที่ และการรั่วไหลและอื่นๆ
ประเภทที่ 2	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Energy Indirect GHG Emission) ได้แก่ การใช้ไฟฟ้า
ประเภทที่ 3	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (Other Indirect GHG Emission) เช่น การได้มาของวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น



ประกาศนียบัตรรับรองการปล่อยคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของบริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2564

ณ ที่ตั้งสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จ.พระนครศรีอยุธยา
โดยหน่วยงาน องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
(Thailand Greenhouse Gas Management Organization)
(Public Organization)





• การบริหารจัดการควบคุมการใช้พลังงานความร้อน

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการควบคุมการใช้พลังงานความร้อน คือ การควบคุมไม่ให้เกิดการผลิตพลังงานความร้อนที่มากเกินไป (ซึ่งในที่นี้ หมายถึง ไอน้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิต) ด้วยการตั้งแรงดันการทำงานของหม้อไอน้ำไม่ให้ผลิตไอน้ำที่แรงดันที่สูงเกินกว่าที่ใช้งาน นอกจากนี้ อีซีเอ็น กรีน แฟคทอรี ซึ่งถูกออกแบบภายใต้แนวคิด ลด ทดแทน บำบัด และนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่ ยังมีระบบการแลกเปลี่ยนในกระบวนการผลิตอีกด้วย กล่าวคือ ในระหว่างกระบวนการผลิต น้ำยาที่ผ่านการต้มจะถูกลดอุณหภูมิลงเพื่อให้ขาดตะกอน เมื่อแยกตะกอนออกไปจะเหลือแต่น้ำยาใสๆ แล้วจะส่งผ่านท่อภายในระบบปิดซึ่งได้ติดตั้งแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนไว้ตลอดเส้นทาง ซึ่งแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนดังกล่าวนี้จะทำหน้าที่ลด/เพิ่มอุณหภูมิให้กับน้ำที่ใช้ในการผลิตด้วยกระบวนการถ่ายเทพลังงานวนต่อกันตลอดทั้งกระบวนการผลิต ทั้งนี้ ทุกครั้งที่เกิดการแลกเปลี่ยนความร้อน ไอน้ำความร้อนสูงจะถูกลดอุณหภูมิลงและเกิดการควบแน่นจนได้หยดน้ำตามกระบวนการธรรมชาติ จากนั้นจะถูกดูดกลับมาใช้ซ้ำอีกครั้งเข้าสู่เครื่องต้มน้ำหมุนเวียนเป็นพลังงานความร้อนต่อไป จากกระบวนการดังกล่าวบริษัทฯ สามารถลดต้นทุนในการผลิตได้เป็นอย่างดี รวมทั้งยังสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เข้าสู่ชั้นบรรยากาศได้อีกด้วย

ผลการดำเนินงานการจัดการพลังงานความร้อน (ไอน้ำ)

รายการ	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
ปริมาณการใช้พลังงานความร้อนต่อหน่วย 1000L (MMBtu / 1000L)	0.90	0.86	0.85

ในปี 2565 บริษัทฯ สามารถลดปริมาณการใช้พลังงานความร้อนต่อหน่วย 1000L ลงได้ 0.01 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 1.16 จากการใช้พลังงานต่อหน่วยรวม ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

- โครงการอนุรักษ์พลังงานด้านความร้อน เพื่อลดปริมาณการสูญเสียพลังงานความร้อน โดยการให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการแก้ไข ได้แก่ มาตรการแก้ไขจุดรั่วไหลของไอน้ำ และมาตรการหุ้มฉนวนกันความร้อนให้กับท่อไอน้ำ



ผลการดำเนินงาน

- **มาตรการแก้ไขจุดรั่วไหลของไอน้ำ**

ในปี 2565 บริษัทฯ สามารถลดปริมาณการใช้พลังงานความร้อนและลดปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติได้ โดยมีการตรวจสอบจุดรั่วไหลแล้วดำเนินการแก้ไข ทำให้ไม่มีการสูญเสียพลังงานความร้อน และยังสามารถลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 159.29 ton CO₂e

ผลการดำเนินงานปริมาณการใช้พลังงานความร้อน มาตรการแก้ไขจุดรั่วไหลของไอน้ำ

รายการ	ปี 2565
ลดปริมาณการใช้พลังงานความร้อนได้	2,804.15 MMBtu
ลดปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติได้	2,779,910 scf
ลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	159.29 ton CO ₂ e

- **มาตรการหุ้มนวนกันความร้อนให้กับท่อไอน้ำ**

ในปี 2565 บริษัทฯ สามารถลดปริมาณการใช้พลังงานความร้อนและลดปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติได้ โดยมีการตรวจสอบ ดำเนินการหุ้มนวนกันความร้อน และวัดผลการดำเนินการ พบว่าสามารถลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 629.23 tonCO₂e สามารถลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 629.23 ton CO₂e

ผลการดำเนินงานปริมาณการใช้พลังงานความร้อน มาตรการการหุ้มนวนกันความร้อน Value ชุด CIP HOT WATER

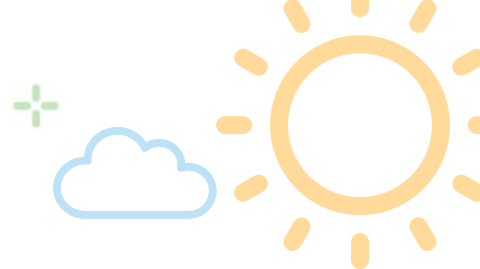
รายการ	ปี 2565
ลดปริมาณการใช้พลังงานความร้อนได้	499 MMBtu
ลดปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติได้	494,686 scf
ลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	28.35 ton CO ₂ e

ผลการดำเนินงานปริมาณการใช้พลังงานความร้อน มาตรการการหุ้มนวนกันความร้อน ท่อ AUHT

รายการ	ปี 2565
ลดปริมาณการใช้พลังงานความร้อนได้	10,578 MMBtu
ลดปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติได้	10,486,560 scf
ลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	600.88 ton CO ₂ e



โครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตาม มาตรฐานของประเทศไทย (T-VER)



บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เล็งเห็นถึงปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่สามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเข้าสู่ชั้นบรรยากาศ อันจะส่งผลกระทบให้เกิดภาวะโลกร้อน อย่างไรก็ดี อิชิตัน กรีน แพลทอว์ มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 70,000 ตารางเมตร หลังคาด้านบนของโรงงานถูกออกแบบให้มีพื้นที่ว่างเพื่อรองรับน้ำหนักการติดตั้งโซลาร์รูฟ (Solar Roof) ผ่านโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ อิชิตัน กรีน แพลทอว์ (ICHITAN SUNergy) เป็นโครงการลดก๊าซเรือนกระจกประเภทพลังงานทดแทน ดำเนินการติดตามผลการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จัดทำรายงานผลการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทวนสอบข้อมูลการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและยื่นขอการรับรองคาร์บอนเครดิต โดยมีปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ที่ได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เนื่องจากโรงงานอิชิตัน ต้องดำเนินการผลิตตลอด 24 ชั่วโมง บริษัทฯจึงดำเนินการติดตั้งระบบผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ เพื่อสนับสนุนการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานสะอาด พลังงานไฟฟ้าที่ผลิตได้นำมาใช้ประโยชน์ภายในโรงงานทดแทนการใช้ไฟฟ้าจากระบบสายส่ง เพื่อลดปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อมาจากนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ ซึ่งเป็นโรงไฟฟ้าที่ใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้าและการใช้พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ในช่วงกลางวันสามารถช่วยลดค่าไฟฟ้าจากระบวนการผลิตลงได้ประมาณร้อยละ 10 - 20 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดในกระบวนการผลิต ซึ่งมีรายละเอียดการติดตั้งดังนี้

ข้อมูลการติดตั้งและใช้งานของโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์

Phase 1	โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ICHITAN SUNERGY บนพื้นที่หลังคา 25,000 ตร.ม. ขนาด 2.544 MWp ด้วยเงินลงทุน 114 ล้านบาท เริ่มใช้งานตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ปี 2560 - ปัจจุบัน
Phase 2	ดำเนินการติดตั้งขนาด 1.839 MWp แล้วเสร็จ และเริ่มทดสอบใช้เดือน กรกฎาคม 2565 - ปัจจุบัน



ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีนโยบายให้ดำเนินการติดตั้งระบบผลิตพลังงานจากแสงอาทิตย์ (Solar Roof) เพิ่มเติม จากเดิมที่มีกำลังการผลิตไฟฟ้าอยู่ที่ 2.544 MWp เพิ่มขึ้นอีก 1.839 MWp รวมเป็น 4.383 MWp ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการติดตั้งแล้วเสร็จในเดือนกรกฎาคม 2565 ที่ผ่านมา และเริ่มทดลองใช้งานมาจนถึงปัจจุบัน โดยในปี 2565 บริษัทฯ สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ได้เท่ากับ 4.39 MWh ต่อปี โดยคิดเป็นสัดส่วนการใช้พลังงานไฟฟ้าเท่ากับร้อยละ 12 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดในกระบวนการผลิต หรือคิดเป็นมูลค่า 19.69 ล้านบาทต่อปี (ที่ค่าไฟฟ้าเฉลี่ย 4.40 บาท / kWh) ในปี 2565 สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อนได้ เท่ากับ 978.56 ton CO₂e

สรุปผลการดำเนินงานโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (ICHITAN SUNERGY)

การผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	2563	2564	2565
ความสามารถในการผลิตไฟฟ้า (kWh)	3,117,969.07	3,289,737.78	4,392,079.68
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ (ton CO ₂ e)	694.68	732.95	978.56
ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าได้ (ล้านบาท)	12.00	12.66	19.69

ในปี 2565 บริษัทฯ สามารถผลิตไฟฟ้าตามโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (ICHITAN SUNERGY) ได้มากถึง **4,392,079.68 kWh**



ช่วยลดค่าใช้จ่าย
ด้านพลังงานเป็นมูลค่า **19.69 ล้านบาท**



ช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
978.56 ton CO₂e



โครงการบริหารประสิทธิภาพช่องทางการจัดส่ง รูปแบบ Traditional Trade



บริษัท อีซีตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีมาตรการในการบริหารจัดการคลังสินค้าและการขนส่งของบริษัทฯ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลการจัดส่งสินค้าในแต่ละช่องทางอย่างสม่ำเสมอ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาช่องทางการจัดส่งต่างๆ ให้เกิดความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด อย่างไรก็ตาม การจัดส่งสินค้าในแต่ละช่องทางนั้นมีอัตราค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ อาทิ ระยะทาง ปริมาณสินค้า ขนาดของรถขนส่งที่ใช้ในการจัดส่งสินค้า รวมทั้งช่องทางและตัวแทนจัดจำหน่ายของบริษัทฯ ปัจจุบันบริษัทฯ มีศักยภาพที่จะสามารถเพิ่มช่องทางการส่งตรงได้ (จากโรงงานถึงผู้บริโภคปลายทาง) ทั้งนี้ ไม่เพียงแต่จะช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนการขนส่งสินค้าขาเข้า หรือลดพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าคงคลังแต่เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าปลายทางได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว

นอกจากนี้ การขนส่ง ยังถือเป็นสาเหตุสำคัญของการก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศอีกด้วย บริษัทฯ จึงมีเป้าหมายที่จะบริหารจัดการงานในทุกภาคส่วนขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาประสิทธิภาพด้านขนส่งเพื่อช่วยลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามความมุ่งมั่นของบริษัทฯ โดยในปี 2565 บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายเพิ่มจำนวนช่องทาง Traditional Trade (ส่งตรงให้กับลูกค้าปลายทาง) สูงขึ้นร้อยละ 20 จากปี 2564 และช่วยลดจำนวนเที่ยวขนส่งลงได้

ผลการดำเนินงานโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าประจำปี 2565 แสดงดังตาราง

รูปแบบการจัดส่ง	ส่งสินค้าให้กับลูกค้า	ส่งตรงให้กับลูกค้าปลายทาง
ลดจำนวนเที่ยวขนส่ง	10,731 เที่ยว	6,021 เที่ยว
ลดระยะทางการขนส่ง	8,838 กิโลเมตร	8,200 กิโลเมตร
ลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	1,696.02 ton CO ₂ e	1,566.33 ton CO ₂ e

สรุปผลการดำเนินงาน



สามารถลดปริมาณการปลดปล่อย
ก๊าซเรือนกระจกได้

✓✓✓ 129 tonCO₂e

โอกาสและความท้าทาย

ปัจจุบัน หลายๆ ประเทศทั่วโลกกำลังเผชิญกับวิกฤติขยะพลาสติกที่มีจำนวนมหาศาล สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีแนวโน้มการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเพิ่มมากขึ้น เนื่องด้วยคุณสมบัติของพลาสติกที่มีความยืดหยุ่น เบา และสามารถขึ้นรูปได้หลากหลายรูปแบบ จากข้อมูลเชิงสถิติของกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมพบว่า ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีขยะพลาสติกเกิดขึ้นประมาณร้อยละ 12 ของปริมาณขยะที่เกิดขึ้นทั้งหมด หรือ ประมาณปีละ 2 ล้านตัน พลาสติกมีการย่อยสลายที่ยาวนาน โดยส่วนใหญ่เป็นพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Use Plastics) การย่อยสลายทำได้ยากโดยใช้ระยะเวลาในหลุมฝังกลบนานถึง 450 ปี จึงจะย่อยสลายหมด อีกทั้งขยะพลาสติกถูกส่งเข้าสู่กระบวนการจัดการอย่างถูกวิธีเพียงร้อยละ 19 เท่านั้น ดังนั้น ขยะพลาสติกจึงเป็นสาเหตุของการก่อมลพิษทางสิ่งแวดล้อม ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศทางทะเล ตลอดจนห่วงโซ่อาหารของมนุษย์

อิชิตัน เห็นความสำคัญและพยายามเป็นส่วนหนึ่งเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาขยะอย่างเร่งด่วนมาโดยตลอด จึงแบ่งแนวทางการจัดการออกเป็น 2 ประเด็นหลักๆ ได้แก่

1. การจำแนกและคัดแยกขยะพลาสติกอย่างเป็นระบบ รวมถึงการมีเทคโนโลยีการผลิตเครื่องดื่มที่ทันสมัย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยระบบบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ (Cold Aseptic Filling Technology) เพื่อให้ได้ขวดบรรจุภัณฑ์เนื้อพลาสติกบาง
2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามเป้าหมายความยั่งยืนระดับองค์กร บนหลักการสำคัญ คือ บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ 100%

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ลดปริมาณการใช้พลาสติก



เนื่องด้วยอุตสาหกรรมธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มถูกมองจากผู้บริโภคว่าเป็นธุรกิจที่มีอัตราการใช้พลาสติกค่อนข้างสูง และถือเป็นต้นเหตุสำคัญของการก่อให้เกิดขยะและของเสียที่ย่อยสลายยากและทำลายธรรมชาติ ในขณะเดียวกัน พลาสติกก็มีคุณสมบัติเบา พกพาสะดวก และช่วยในการเก็บรักษาอายุของผลิตภัณฑ์

ทั้งนี้ บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้นำในการผลิตเครื่องดื่มชาเขียวบรรจุขวดพลาสติก PET มีความตระหนักและใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีนโยบายการดำเนินธุรกิจตามหลักการความยั่งยืน มีการลดปริมาณการใช้พลาสติกในขวดขนาดต่างๆ เช่น ขวดบรรจุภัณฑ์ขนาด 280 มิลลิลิตร และ 315 มิลลิลิตร จากเดิมเคยใช้ฟรiformพลาสติก 16.0 กรัม ปัจจุบันมีแผนการลดการใช้ฟรiformพลาสติกเหลือ 15.0 กรัม โดยยังคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และมีแนวโน้มที่จะลดการใช้ลงได้อีกจากเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตที่ทันสมัย



จากความก้าวหน้าทางนวัตกรรมและเทคโนโลยีในปัจจุบัน การนำพลาสติกรีไซเคิล (rPET: Recycled polyethylene terephthalate) มาพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสโดยตรงกับอาหารและเครื่องดื่มมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มเห็นการเปลี่ยนแปลงกฎหมายเกี่ยวกับพลาสติกรีไซเคิลอย่างเป็นรูปธรรม มีการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของการใช้ rPET ในเชิงคุณภาพและความปลอดภัยมากขึ้น รวมถึงสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อีกด้วย



เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายในอนาคต การใช้พลาสติกรีไซเคิล (rPET: Recycled polyethylene terephthalate) มาผสมรวมกับเม็ดพลาสติก Virgin ก็เป็นอีกหนึ่งแนวทางในการช่วยพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนด้วย จนเกิดเป็นความร่วมมือกันระหว่าง บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) และ บริษัท พรیشัน พลาสติก จำกัด และบริษัท ฮอนซอน (ประเทศไทย) จำกัด (“บริษัทคู่ค้า”) ซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำในการผลิตสินค้าด้านบรรจุภัณฑ์พลาสติก ได้แก่ ฟรiform ฝาพลาสติก โดยมีโครงการศึกษาทดลองนำเม็ดพลาสติก rPET มาเป็นส่วนผสมในการผลิตฟรiformและเป่าขึ้นรูปขวดเพื่อลดการใช้เม็ดพลาสติกในอนาคต และเป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามหลักการ Circular Economy



**ICHITAN
GREENTEA**
500 ml.



SHIZUOKA
440 ml.



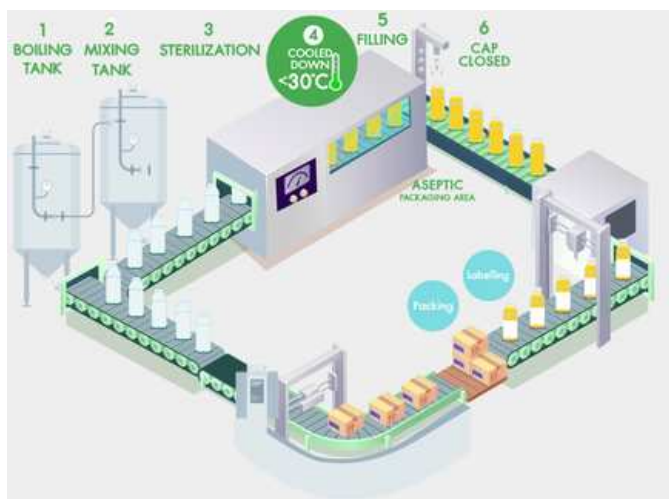
แนวทางการจัดการขยะและของเสีย



ตามที่รัฐบาลได้กำหนดให้ทุกภาคส่วนร่วมกันแก้ไขปัญหาขยะอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน อิชิตัน กรุ๊ป จึงให้ความสำคัญในการลดการเกิดขยะและของเสียให้เหลือน้อยที่สุดเป็นลำดับแรก โดยมุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรการผลิตอย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เป็นไปตามหลักการ 3Rs (Reduce, Reuse, and Recycle) ด้วยกรอบแนวคิดหลัก คือ มุ่งเน้นให้ลดการเกิดขยะและของเสีย ณ แหล่งกำเนิด และการนำขยะและของเสียกลับมาใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่ให้ได้มากที่สุด เพื่อลดปริมาณขยะและของเสียที่ต้องนำไปกำจัด และช่วยลดต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ



Reduce ลดการใช้ / ใช้น้อยเท่าที่จำเป็น เพื่อลดการเกิดขยะ



การผลิตด้วยระบบบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ (Cold Aseptic Filling Technology) เป็นเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาสนใจผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคยุคใหม่ที่สำคัญต่อเครื่องดื่มที่คงคุณค่าสารอาหารจากธรรมชาติไว้มากที่สุด และยังให้ความสำคัญต่อการรักษาสภาพโลกไปพร้อมๆกัน ในตอนแรกขั้นตอนผลิตเริ่มที่การต้มผสมแล้วจะถูกส่งเข้าเครื่องแยกตะกอน เหลือเพียงน้ำชาใส จากนั้นจะเดินทางผ่านท่อลำเลียงในระบบปิดเข้าสู่ถังผสมรสชาติและเข้าสู่ระบบฆ่าเชื้อด้วยความร้อนระดับสเตอริไรส์ 4 วินาที จากนั้นลดอุณหภูมิลงเหลือน้อยกว่า 30 องศาเซลเซียส เข้าสู่การบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อบรรจุลงขวดแล้วปิดผนึกฝาทันทีด้วยความเร็ว 600 ขวดต่อนาทีและบรรจุแบบกล่อง 200 กล่องต่อนาที

ผลการดำเนินงาน

การบรรจุผลิตภัณฑ์ลงขวดขณะที่มีอุณหภูมิปกติ ทำให้ขวดบรรจุไม่จำเป็นต้องหนาเพื่อทนความร้อน ขวด PET ในระบบบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ สามารถลดปริมาณการใช้พลาสติกให้น้อยลง จากเดิม 16 กรัม เหลือเพียง 15 กรัม และในปี 2565 สามารถลดการใช้ virgin Plastic PET ลงได้ 136,680 กิโลกรัม

ลดปริมาณการใช้
Virgin Plastic PET ลงได้

136,680 กิโลกรัม ต่อปี

สามารถลดปริมาณการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจกได้

394.38 tonCO₂e

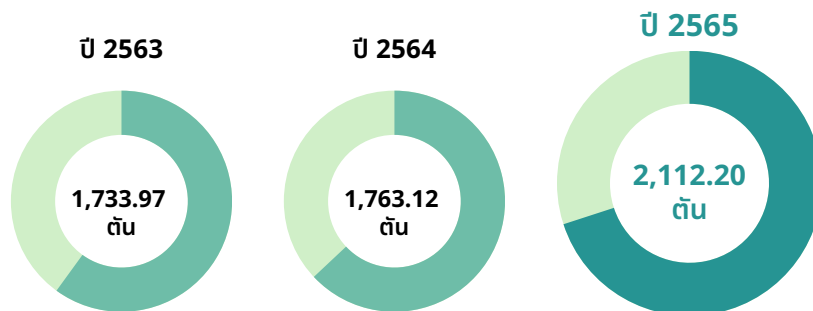


Reuse การใช้ซ้ำ ใช้ให้คุ้มค่า ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

กากชา



กากชาที่เหลือใช้จากกระบวนการผลิตจะถูกส่งต่อให้คู่ค้า เพื่อนำไปแปรรูปทำไฟฟ้าชีวมวล ถือเป็นการลดการทิ้งขยะมูลฝอยที่จะไปสู่กระบวนการฝังกลบลงดิน ทั้งนี้ เป็นการนำของที่ไม่ใช้แล้วส่งต่อไปให้ผู้ที่ต้องการหรือผู้ที่ได้รับไปแล้วทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดแทน



หมายเหตุ: ในปี 2565 บริษัทฯ มีปริมาณการผลิตสินค้าที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ปริมาณกากชาที่ส่งไปกำจัดเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.8 ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงอัตราปริมาณการกากชาที่ส่งไปกำจัดเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 0.007 ตัน/หน่วยผลิต

ลัง



- ลังที่บรรจุจากผู้ขาย จะถูกนำกลับมาใช้ซ้ำถึง 5 รอบ โดยทางบริษัทจะเก็บรวบรวมและส่งกลับไปที่ผู้ขาย เพื่อลดปริมาณการใช้กระดาษและเกิดการนำกลับมาใช้ใหม่

รายการ	ปี 2565
ลดปริมาณการใช้กระดาษลังได้	93,491.67 กิโลกรัม
ลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	331.52 ton CO ₂ e



- ลังตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากผู้ขาย ใน 1 พาเลท จะมีตัวอย่างลังเพิ่มมา 2 ชั้น จะถูกนำมาเก็บไว้ใส่เอกสารและเก็บผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง เพื่อลดปริมาณการใช้กระดาษและเกิดประโยชน์สูงสุด

รายการ	ปี 2565
ลดปริมาณการใช้กระดาษลังได้	16,251.60 กิโลกรัม
ลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	57.63 ton CO ₂ e

แกนกระดาษ



แกนกระดาษที่บรรจุจากผลิตภัณฑ์ หลังจากการใช้งานแล้ว จะถูกเก็บรวบรวม และส่งกลับไปที่ผู้ขาย โดยที่ผู้ขายจะนำแกนกระดาษไปบรรจุจากผลิตภัณฑ์ใหม่และส่งกลับมาใช้อีกครั้ง ถือเป็นการลดการทิ้งขยะมูลฝอยที่จะไปสู่กระบวนการฝังกลบลงดิน

รายการ	ปี 2565
ลดปริมาณการใช้กระดาษลังได้	22,190.07 กิโลกรัม
ลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	78.69 ton CO ₂ e

Recycle การแปรรูปน้ำกลับมาใช้ใหม่

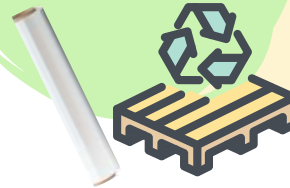
ขยะรีไซเคิลที่เกิดจากกระบวนการผลิตและขยะของพนักงาน ประเภทขยะที่สามารถรีไซเคิลได้ ถูกคัดแยก และส่งต่อไปให้บริษัทรับซื้อเศษวัสดุเพื่อนำไปหล่อหลอมขึ้นรูป หรือเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ทำให้เศษวัสดุนั้นๆ กลับมามีประโยชน์ และยังเป็นการสร้างมูลค่าให้กับของที่ไม่ใช้แล้ว

แนวทางการดำเนินงาน

การนำฟิล์มพลาสติกสำหรับหุ้มแพคเกจจิ้งที่เหลือนอกจากกระบวนการผลิตสินค้า กลับเข้าสู่การรีไซเคิลเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ โดยเศษแผ่นฟิล์ม PE จะถูกรวบรวมส่งกลับไปยังผู้ผลิตเพื่อหลอมเป็นพลาสติกคลุมพาเลทสินค้า (Top Sheet)

ลดต้นทุนการใช้ Top Sheet คิดเป็นมูลค่า

823,900 บาท ต่อปี



ลดปริมาณการใช้ Virgin Plastic PE ใหม่ได้ถึง 11,000 กิโลกรัม ต่อปี

สามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้

11.34 tonCO₂e

แนวทางการลดการกำจัดขยะ โดยวิธีฝังกลบ

บริษัทฯ มีการวางถังขยะไว้เป็นจุดทิ้งให้เพียงพอสำหรับพนักงานภายในบริษัทฯ โดยมีการแยกประเภทถังขยะอย่างชัดเจน ตลอดจนรณรงค์เรื่องการทิ้งเศษอาหาร ตกน้อย ทานให้หมด ผ่านการประชาสัมพันธ์ในช่องทางไลน์ ส่วนกลาง อีเมล และบอร์ดประกาศบริเวณโรงงาน บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงการทิ้งขยะอย่างถูกวิธีและถูกประเภท

ในปี 2565 มีเศษอาหารที่เหลือจากการรับทาน จำนวน 9,600 กิโลกรัม จะถูกส่งต่อไปให้เกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงที่เลี้ยงปลา คือ นายมงคล พันธุ์ดี เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ สามารถลดปริมาณการทิ้งเศษอาหารอันจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



สำหรับประโยชน์ของการคัดแยกขยะไม่ว่าจะเป็น การลดปริมาณขยะ ประหยัดงบประมาณในการทำลาย หรือการนำของที่สามารถใช้ได้อีกครั้งไปสู่กระบวนการรีไซเคิล ช่วยเพิ่มรายได้และลดทรัพยากรโลกในการผลิตใหม่อีกครั้ง ลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งการแยกขยะทำให้เราทุกคนกำจัดขยะได้อย่างถูกวิธีมากขึ้น



3

การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient Resources Management)



โอกาสและความท้าทาย

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญของการดำรงชีวิตและเศรษฐกิจของทุกประเทศทั่วโลก แต่ในปัจจุบันทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดได้ลดปริมาณลงเป็นอย่างมาก บางส่วนอยู่ในสภาพเสื่อมโทรมและไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ดังนั้น อีซีตัน จึงมุ่งเน้นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดให้สามารถใช้ได้ยาวนาน ด้วยนวัตกรรมโรงงานซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อส่งเสริมและใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมความทันสมัยของเครื่องจักร กระบวนการที่มีประสิทธิภาพและเป็นระบบ โดยการวางแผนดำเนินงาน ติดตามประเมินผล และปรับปรุงแก้ไขพัฒนาให้ดีขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มและธรรมชาติให้มากที่สุด

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



เป้าหมายการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

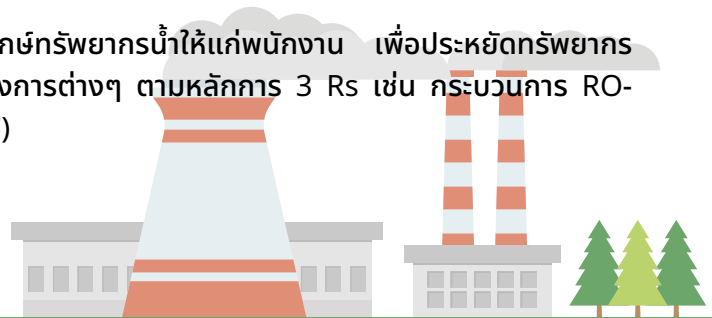




ปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกลายเป็นประเด็นความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมที่ทำให้การดำเนินธุรกิจของทุกภาคส่วนเริ่มต้นตัว และให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เพราะมีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสิ่งมีชีวิต โดยเฉพาะทรัพยากร "น้ำ" ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของสิ่งมีชีวิตทั่วโลก การสร้างความมั่นคงด้านน้ำจึงต้องมีการบริหารจัดการให้เกิดความสมดุล เพื่อดำรงไว้ซึ่งระบบห่วงโซ่อาหารที่ยั่งยืน

อิซิดัน กรุ๊ป ดำเนินธุรกิจเครื่องดื่มที่มี "น้ำ" เป็นปัจจัยหลักในการผลิต บริษัทฯ จึงมีการบริหารจัดการน้ำแบบองค์รวม ครอบคลุมตั้งแต่การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ การปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานคุณภาพน้ำ การใช้น้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยการลดปริมาณการใช้น้ำและการนำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์ตามหลักการ 3Rs (Reduce Reuse Recycle) รวมถึงการสร้างตระหนักในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และการติดตามเผื่อระวังปริมาณน้ำดิบในแต่ละเดือน เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินการของบริษัทฯ จะไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้ น้ำของชุมชนบริเวณโดยรอบ

- 1 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำ โดยมีการติดตามข้อมูลอ้างอิงปริมาณน้ำจากสวนอุตสาหกรรมโรจนะเพื่อประเมินสถานการณ์ และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากปริมาณหรือคุณภาพน้ำที่เปลี่ยนแปลงเพื่อกำหนดแนวทางป้องกันและแก้ไข เช่น วิกฤติน้ำท่วม หรือภัยแล้ง เป็นต้น ทั้งนี้ มีกำหนดการซ้อมแผนรับมือสถานการณ์น้ำท่วมอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง สำหรับเตรียมความพร้อมไว้รองรับสถานการณ์อุทกภัยอย่างเป็นระบบ และลดความสูญเสียที่เกิดจากอุทกภัยให้เหลือน้อยที่สุด
- 2 การติดตามความเสี่ยงที่มีต่อบริษัทฯ และชุมชนท้องถิ่น และจัดการน้ำอย่างเป็นระบบ โดยมีการติดตามปริมาณการใช้น้ำขององค์กร เพื่อหามาตรการประหยัดน้ำในองค์กรตามหลัก 3Rs (Reduce Reuse Recycle)
- 3 การประเมินคุณภาพน้ำดีที่นำมาใช้ในกระบวนการผลิต อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 135 (พ.ศ. 2534) เรื่องน้ำบริโภคในภาชนะบรรจุปิดสนิท ได้แก่ การวิเคราะห์การปนเปื้อนของโลหะ การวิเคราะห์ทางจุลชีววิทยา การวิเคราะห์คุณสมบัติของน้ำ เช่น สี ความเป็นกรดด่าง แร่ธาตุในน้ำ ในการวิเคราะห์ผลประจำวันเพื่อรักษาคุณภาพน้ำและความปลอดภัยในการผลิตให้ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย
- 4 มีการติดตามปริมาณการใช้น้ำ เพื่อควบคุมต้นทุนในการผลิต และลดปัญหาน้ำเสีย ที่เกิดขึ้นในระหว่างการผลิต โดยมีการกำหนดตัวชี้วัด (Key Performance Indicator: KPIs) ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมปริมาณการใช้น้ำ ให้กับหน่วยงานที่รับผิดชอบควบคุม
- 5 มีการประเมินคุณภาพของน้ำที่จากกระบวนการผลิต ด้วยการควบคุมค่าน้ำเสียให้เป็นไปตามกฎหมาย และ ตามที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะกำหนด เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมต่อชุมชน รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทางด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมให้กับองค์กร
- 6 การบำบัดน้ำเสียด้วยระบบบำบัดน้ำทางชีวภาพแบบไร้อากาศ (Anaerobic Wastewater Treatment) ถือเป็นกระบวนการบำบัดน้ำเสียในสภาวะไร้ออกซิเจน โดยจุลินทรีย์จะอาศัยสารประกอบอินเป็นตัวรับอิเล็กตรอนแทนออกซิเจนละลายน้ำ (Dissolved Oxygen) หรือออกซิเจนอิสระ เพื่อการย่อยสลายสารอินทรีย์ในน้ำเสีย ให้ตกตะกอน และจะผ่านเข้าสู่ระบบบำบัดสี ซึ่งก่อนปล่อยน้ำทิ้งออกจะต้องมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียก่อนปล่อยออกไปสู่ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางของสวนอุตสาหกรรมโรจนะ
- 7 ส่งเสริมการสร้างความรู้และความเข้าใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำให้แก่พนักงาน เพื่อประหยัดทรัพยากรน้ำ และลดปัญหาการปล่อยน้ำเสียออกสู่ภายนอก ผ่านโครงการต่างๆ ตามหลักการ 3 Rs เช่น กระบวนการ RO-return และ RO-reject (เน้นการใช้ซ้ำโดยนำไปรดน้ำต้นไม้)



ผลการดำเนินงาน

ผลดำเนินงานด้านการควบคุมปริมาณการใช้น้ำประปา

เป้าหมายการดำเนินงาน		
ตัวชี้วัด	ปี 2564	2565
• ควบคุมปริมาณการใช้น้ำต่อการผลิต	5.85 m ³ /1000L	5.16 m ³ /1000L
• ลดการใช้ทรัพยากรการใช้น้ำประปา	-	209,876 m ³
• ลดการใช้ทรัพยากรน้ำประปา (ร้อยละ)	-	11.79
• ลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	-	54.04 ton CO ₂ e

ในปี 2565 บริษัทฯ มีการเพิ่มกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นส่งผลให้มีปริมาณการใช้น้ำที่มากขึ้น ทั้งนี้ หากเทียบเป็นปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยการผลิต (m³/1000L) จะเห็นว่าผลการดำเนินงานด้านการควบคุมปริมาณการใช้น้ำในกระบวนการผลิต สามารถลดการใช้น้ำลงได้ถึง 209,876 m³ เมื่อเทียบกับปี 2564 คิดเป็นร้อยละ 11.79

Reuse การใช้ซ้ำ ใช้ให้คุ้มค่า ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

กระบวนการ RO-return

เนื่องจากปัจจุบันน้ำ RO (Reverse Osmosis) ที่ส่งเข้าไปในกระบวนการผลิตส่วนหนึ่งถูกนำไปใช้ในกระบวนการต้มผสมและอีกส่วนหนึ่งนำไปใช้ในขั้นตอนลดอุณหภูมิน้ำชาด้วยวิธีแลกเปลี่ยนความร้อน เมื่อแลกเปลี่ยนความร้อนเสร็จน้ำจะถูกส่งเข้าถังเก็บภายในอาคารผลิต จากกระบวนการดังกล่าว พบว่าถังเก็บน้ำภายในอาคารผลิตซึ่งมีขนาดเล็กส่งผลให้มีน้ำส่วนเกินล้นถังเก็บน้ำและไม่ถูกนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ดังนั้นส่วนวิศวกรรมจึงได้จัดทำโครงการบริหารจัดการ RO-return เพื่อนำน้ำส่วนนี้กลับมาใช้งาน โดยจัดทำชุดท่อส่งน้ำ RO กลับมาเข้าถังเก็บน้ำที่ตั้งอยู่ในอาคารสารานุกรมโลก

ผลการดำเนินงาน

รายการ	ปี 2565
ปริมาณน้ำ RO ที่นำกลับมาใช้ใหม่จากกระบวนการ RO return	159,910 m ³



กระบวนการ RO-reject

โดยปกติในขั้นตอนกระบวนการผลิตน้ำ RO จะเกิดการสูญเสียน้ำในระหว่างกระบวนการประมาณร้อยละ 25 โดยน้ำส่วนนี้เรียกว่า RO reject ซึ่งจะถูกปล่อยทิ้งลงรางระบายน้ำฝนไม่ได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทางส่วนวิศวกรรมจึงมีการพัฒนาระบบเพื่อนำน้ำส่วนนี้กลับมาใช้ในพื้นที่ของบริษัทฯ โดยการจัดทำชุดถังเก็บน้ำ RO reject เพื่อกักเก็บน้ำกลับมาและจัดทำชุดท่อจ่ายน้ำเพื่อนำไปใช้ในการรดน้ำต้นไม้ในบริเวณพื้นที่ของบริษัทฯ ทดแทนการใช้น้ำประปา

ผลการดำเนินงาน

รายการ	ปี 2565
ปริมาณน้ำทิ้งที่นำกลับมาใช้ในกระบวนการ RO reject	31,104 m ³



กระบวนการ Condensate Return

ไอน้ำที่ผลิตจากหม้อต้มไอน้ำ (Boiler) เมื่อถูกนำไปใช้งานในกระบวนการผลิตแล้วจะเกิดการสูญเสียความร้อนและเกิดการควบแน่นกลายเป็นของเหลว น้ำที่เกิดจากกระบวนการควบแน่นนี้ (Condensate) จะยังคงมีอุณหภูมิที่สูง เมื่อนำกลับมาใช้งานใหม่ในกระบวนการผลิตไอน้ำ จะทำให้สามารถลดปริมาณการใช้น้ำ และลดพลังงานในการเพิ่มอุณหภูมิ ทำให้น้ำในอุณหภูมิห้องเข้าสู่ภาวะที่พร้อมจะเกิดเป็นไอน้ำที่แรงดันต่างๆ

ผลการดำเนินงาน

รายการ	ปี 2565
ปริมาณน้ำที่ได้จากการควบแน่น (Condensate) และนำกลับมาใช้ใหม่ในกระบวนการผลิต ไอน้ำของหม้อต้มไอน้ำ (Boiler)	69,686 m ³



ผลการดำเนินงานด้านการจัดการคุณภาพน้ำเสีย

จากการดำเนินงานกิจการในทุกปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ปฏิบัติสอดคล้องตามมาตรฐานกฎหมายที่ภาครัฐกำหนด เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

พารามิเตอร์	หน่วย	ค่ามาตรฐาน	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
pH	-	5.5 – 9.0	8.2	8.1	8.4
Temperature	° C	≤ 40	36	35	36
Biochemical Oxygen Demand (BOD)	mg/L	≤ 500	19	359	44
Chemical Oxygen Demand (COD)	mg/L	≤ 750	141	615	144
Total Suspended Solid	mg/L	≤ 200	41	125	30
Total Dissolved Solid	mg/L	≤ 3,000	1291	1110	668
Oil and Grease	mg/L	≤ 10	4	2	2
Total Kjeldahl Nitrogen	mg/L as N	≤ 100	20	26	44

ภาพแสดงผลวิเคราะห์คุณภาพน้ำทิ้งจากระบบบำบัดน้ำเสียส่วนโรงงานของ อิชิตัน กรุ๊ป ย้อนหลัง 3 ปี



หมายเหตุ: มาตรฐานที่ทางบริษัทฯ ใช้เป็นมาตรฐานตามประกาศของสวนอุตสาหกรรมโรจนะ (เรื่องคุณภาพน้ำทิ้งที่ปล่อยออกจากระบบบำบัดน้ำเสียของบริษัทฯ) เนื่องจากทางบริษัทฯ ได้ส่งน้ำเสียทั้งหมดให้กับระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางของสวนอุตสาหกรรมโรจนะบำบัดในลำดับต่อไป





บริษัทฯ มีการควบคุมมลพิษทางเสียงจากการดำเนินงานทั้งในพื้นที่ของอิซิดัน กรีน แพคทอรี่ รวมไปถึงพื้นที่ชุมชนบริเวณรอบโรงงาน โดยมีระดับเสียงอยู่ในค่ามาตรฐานและเป็นไปตามมาตรฐานรับรองของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งกำหนดให้ระยะเวลาที่ทำงาน 8 ชั่วโมง มีระดับความดังเสียงไม่เกิน 90 dB(A). และมีค่าสูงสุดในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงานได้ไม่เกิน 115 dB(A).

สรุปผลการจัดการมลพิษทางเสียงในพื้นที่ของ อิซิดัน กรีน แพคทอรี่

รายการ	หน่วย : dB(A)	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
ภายในโรงงาน				
- ระดับเสียงเฉลี่ย 8 ชั่วโมง ในบริเวณการทำงาน (Leq.TWA 8 hr.)		81.12	82.7	83.2
- ระดับเสียงสูงสุดในบริเวณการทำงาน (Lmax)		94.57	91.2	93.0
พื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน				
- ระดับเสียงเฉลี่ย 24 ชั่วโมงในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน (Leq. 24 hr.)		63.6	55.0	67.7
- ระดับเสียงสูงสุดในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน (Lmax)		81.2	89.3	108.7





ตลอดระยะเวลา 11 ปี ของ อิชิตัน กรีน แฟคทอรี ให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อธรรมชาติให้น้อยที่สุด โดยคุณต้น ภาสกรนที ได้เริ่มวางแผนตั้งแต่การก่อสร้างโรงงาน รวมถึงลงทุนกับเทคโนโลยีเครื่องจักรขั้นสูง (High Technology) ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดการใช้พลาสติกให้น้อยลง เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ด้วยกระบวนการ “ลดทดแทน น้ำบาด” แล้วนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่

ถือเป็นหัวใจหลักที่ทำให้โรงงานอิชิตันได้รับการยกย่องให้เป็นโรงงานผลิตเครื่องดื่มที่ทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งในไทยที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างสมบูรณ์แบบ ส่งผลให้ในปี 2565 อิชิตัน กรุ๊ป ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 5 เครือข่ายสีเขียว (Green Network) จัดเป็นระดับสูงสุดจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม



โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว นับว่าเป็นการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจประกอบกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ ครอบคลุมตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยมุ่งเน้นหลักการสำคัญ คือ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) และการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) เริ่มต้นจากการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กำกับให้มีการติดตามผลกระทบจากการดำเนินงานในทุกมิติอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีนโยบายการสนับสนุนให้คู่ค้าและพันธมิตรทั้งหมดได้รับการประเมินให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 2 ภายในระยะเวลา 3 ปี ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการขับเคลื่อนธุรกิจต่อไปในอนาคต อย่างไรก็ดี ไม่ใช่เพียงแต่มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจเพียงอย่างเดียว บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ตระหนักถึงการตอบสนองสังคมและชุมชนมาอย่างยาวนาน ด้วยความพยายามในการพัฒนาสภาพแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของผู้คนในสังคมและชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการจ้างงานอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม ตลอดจนส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนเกษตรกร และเพิ่มพื้นที่การค้าขายให้กับชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อให้ อิชิตัน กรุ๊ป สามารถดำเนินธุรกิจและอยู่ร่วมกับสังคมและชุมชนได้อย่างยั่งยืน (Green Network) ช่วยสร้างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พร้อมสานความสุขไปด้วยกัน

ผลการดำเนินงานตามโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

กิจกรรมการเพิ่มพื้นที่สีเขียว ณ โรงเรียนวัดโตนดเตี้ย และชุมชนรอบโรงงานอิซตัน กรีน แฟคทอรี



จากความมุ่งมั่นของ อิซตัน กรีน แฟคทอรี จนนำไปสู่การเป็น อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 5 (เครือข่ายสีเขียว: Green Network) บริษัทฯ จึงดำเนินโครงการชุมชนฟูลกู๊ด x อิซตันแฮปปี้ ร่วมกับ ชุมชนในระยะ 5 กิโลเมตร เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจที่ดีต่อกันระหว่างองค์กรและชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อดูแลให้ ชุมชนมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ตลอดจนมีสภาพแวดล้อมที่ดี ทั้งนี้ บริษัทฯ ดำเนินการในพื้นที่บริเวณรอบโรงงานอิซตัน กรีน แฟคทอรี โดยจัดให้มีกิจกรรมเพิ่มพื้นที่สีเขียวรอบชุมชน เพื่อสร้าง วัฒนธรรมสีเขียวและปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงาน ชุมชนและผู้มีส่วนได้เสีย

โรงเรียนวัดโตนดเตี้ย เป็นหนึ่งในสถานที่ๆ อยู่ในรัศมี 5 กิโลเมตร ของ อิซตัน กรีน แฟคทอรี โดยบริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสนับสนุนให้เยาวชนมีสภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่ดี เน้นการปลูกฝังการทิ้งขยะอย่างถูกต้อง จึงมีการปรับปรุงป้าย หน้าโรงเรียนให้มีความสวยงามต่อสาธารณะชน บูรณะซ่อมแซมศาลาพักผ่อนให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ คุณครูและนักเรียน มีการปรับปรุงทัศนียภาพ เพิ่มพื้นที่สีเขียวด้วยการปลูกต้นไม้บริเวณสวนหย่อมหน้าโรงเรียน หน้าเสาธง และ บริเวณอ่างล้างมือ รวมไปถึงการเพิ่มจุดทิ้งขยะภายในโรงเรียน เพื่อปลูกจิตสำนึกแก่นักเรียนเรื่องการจำแนกขยะ ตลอดจนมีการเพิ่ม จำนวนถังขยะแยกตามประเภท ได้แก่ ขยะทั่วไป ขยะเปียก ขยะอันตราย และขยะรีไซเคิล





นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เข้าไปดำเนินการเพิ่มพื้นที่สีเขียว บริเวณสนามหญ้าเทียมหมู่ที่ 4 บ้านยายกะตา ด้วยการปลูกลงกล้าจำนวน 50 ต้น บนพื้นที่ทั้งหมด 1 ไร่ เพื่อสร้างเป็นร่มเงาของสวนสาธารณะในอนาคต

การสำรวจความพึงพอใจ โครงการชุมชนฟูลกู๊ด x อิชิตันแอปปี จากชุมชนบริเวณรอบโรงงาน

ด้วยวิสัยทัศน์ “ผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มคุณภาพและนวัตกรรมที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี” ของ อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมร่วมกับสังคมและชุมชนอย่างสม่ำเสมอมาโดยตลอด โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ ผ่านโครงการชุมชนฟูลกู๊ด x อิชิตันแอปปี เช่น การมอบชุดของขวัญเพื่อดูแลสุขภาพให้กับคนในชุมชน ด้วยเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจากอิชิตัน จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด ให้แก่ชาวบ้าน หมู่ที่ 4 บ้านยายกะตา หมู่บ้านพร้อมสุข และหมู่บ้านอุทัยธารา



ในโอกาสนี้ ทางอิชิตัน ได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจจากโครงการชุมชนฟูลกู๊ด x อิชิตันแอปปี จากชุมชนบริเวณรอบโรงงาน โดยสอบถามข้อมูลจากชาวบ้านในชุมชน พร้อมเปิดรับข้อเสนอแนะ / ความคิดเห็นจากชุมชน เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงโครงการชุมชนฟูลกู๊ด x อิชิตันแอปปี ให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ได้ดำเนินการสอบถามความคิดเห็นผ่านกลุ่มตัวแทนของชุมชนไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง จากชุมชนบริเวณรอบโรงงานในระยะรัศมี 5 กิโลเมตร ของพื้นที่หมู่ที่ 4 อันได้แก่ ชุมชนยายกะตา โรงเรียนวัดโตนดเตี้ย วัดโตนดเตี้ย หมู่บ้านพร้อมสุข และหมู่บ้านอุทัยธารา โดยตั้งเป้าหมายความพึงพอใจจากชุมชนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70





ในปี 2565 บริษัทฯ ได้รับผลการประเมินความพึงพอใจจากโครงการชุมชนฟลิกซ์ x อีซีตันแอปปี เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 87 จากการประเมินความพึงพอใจ ทำให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของคนในชุมชน เพื่อที่จะใช้ในการปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการของชุมชนมากขึ้น พัฒนาช่องทางการสื่อสารให้หลากหลาย เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมและเข้าถึงชุมชนมากขึ้น ตลอดจนการนำกิจกรรมต่างๆ มาต่อยอดและปลูกฝังคนในชุมชนให้มีใจรักและเห็นความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกัน ในการยกระดับสู่อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว ที่มุ่งสู่การส่งเสริมสร้างและสานสัมพันธ์กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมกับผู้มีส่วนได้เสีย ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน ชุมชน และผู้บริโภค ควบคู่ไปกับการพัฒนาเพื่อสร้างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนใกล้เคียงกับสถานประกอบการให้มีความยั่งยืนต่อไปในอนาคต

การรับข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม

นอกจากการพัฒนาโครงการชุมชนฟลิกซ์ x อีซีตันแอปปี ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นแล้ว บริษัทฯ ได้มีการสอดส่องดูแล และติดตามผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งมีมาตรการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและมีระเบียบแบบแผนไว้รองรับหากได้รับข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากสังคมหรือชุมชนบริเวณใกล้เคียง โดยเริ่มจากการทวนสอบหาสาเหตุการเกิดข้อร้องเรียน ส่งรายงานให้ผู้ที่เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไข ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อมไว้เป็นการเฉพาะ เพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรให้เกิดความยั่งยืน และเก็บข้อมูลการร้องเรียนเชิงสถิติเพื่อใช้วิเคราะห์พร้อมหาแนวทางการแก้ไขหากเกิดขึ้นซ้ำ

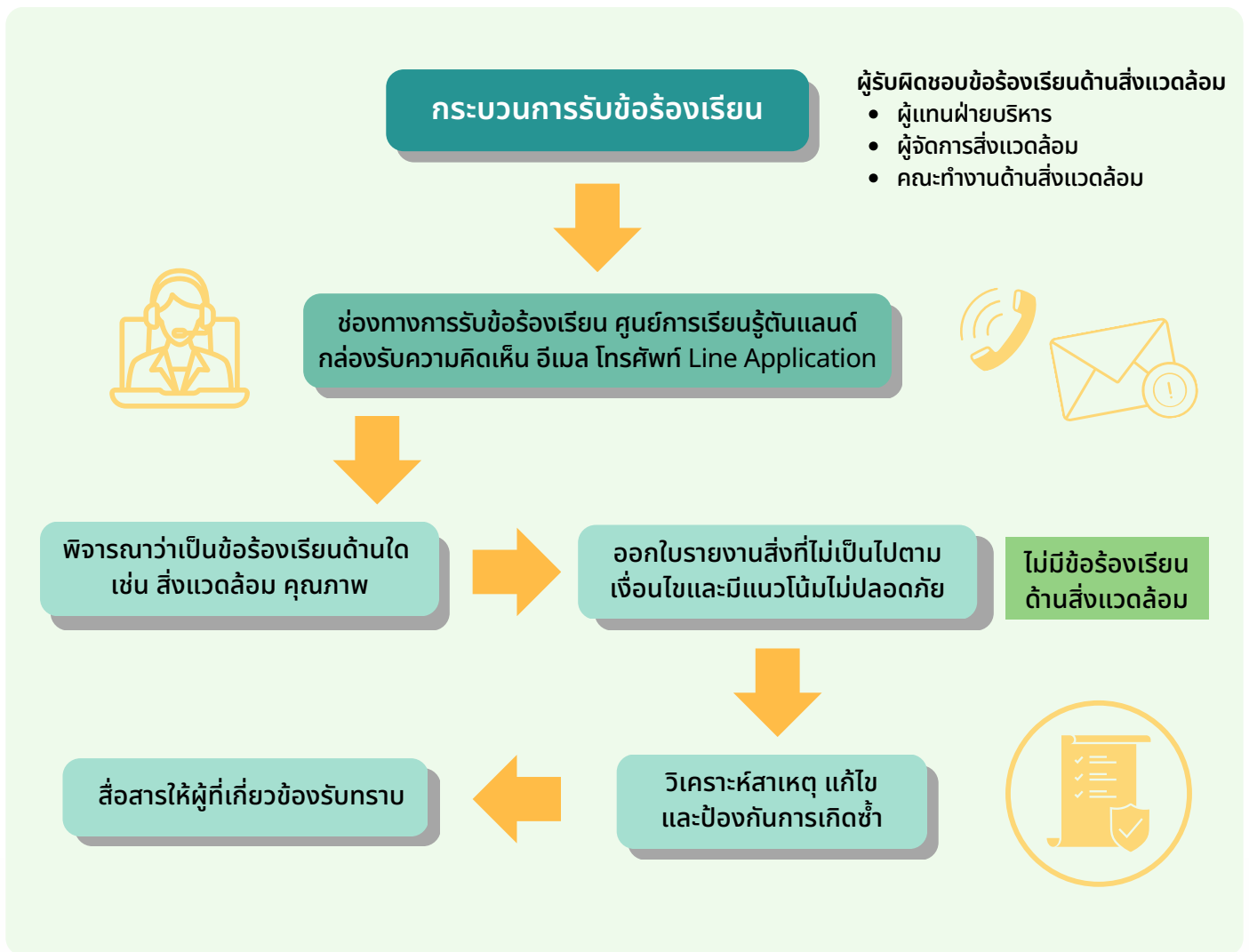
อย่างไรก็ดี ในปี 2565 บริษัทฯ ไม่พบข้อร้องเรียนหรือข้อบกพร่องอันเกิดจากการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม

สรุปจำนวนข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมในปี 2565

ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมาย	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
ไม่มีข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม	0 ครั้ง/ปี	0	0	0



ความโปร่งใสต่อภายนอก กระบวนการรับข้อร้องเรียน



4

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)



โอกาสและความท้าทาย

การบริหารห่วงโซ่อุปทานเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่จะช่วยขับเคลื่อนความสามารถ ในการแข่งขันและการดำเนินงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค พร้อมทั้งลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีเป้าหมายในการสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพในการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าทุกกลุ่มให้เติบโตอย่างยั่งยืน การบริหารห่วงโซ่อุปทานครอบคลุมตั้งแต่การคัดเลือกผู้ค้าและผู้ค้า การบริหารจัดการความเสี่ยงของคู่ค้าด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environment, Social, Governance – ESG) ตลอดจนการสานสัมพันธ์และยกระดับศักยภาพของคู่ค้า โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการบริหารจัดการในแต่ละขั้นตอนให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าทุกกลุ่มภายใต้นโยบายด้านการจัดหายั่งยืน รวมถึงคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาระบบการบริหารห่วงโซ่อุปทาน ช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



เป้าหมายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

เป้าหมายการดำเนินงาน	
ตัวชี้วัด (KPI)	ในปี 2565
• จำนวนคู่ค้า (Supplier) หลักของบริษัทฯ (Direct Material) ที่ผ่านการรับรอง Green Industry Level 2	100%
• จำนวนคู่ค้า (Supplier) ที่ต้องผ่านการประเมิน ESG Risk	5 ราย



บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและมีหลักเกณฑ์การจัดหาผู้ค้ารายใหม่ด้วยความโปร่งใส โดยให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และสินค้าเป็นหลักสำคัญ ประกอบกับการดำเนินกิจการที่ต้องตามกฎหมาย ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีการบริหารจัดการผู้ค้าอย่างยั่งยืน เพื่อให้ส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตามหลักธรรมาภิบาลควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ ผู้ค้าของบริษัทฯ จะต้องยอมรับในจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อตอบสนองตามนโยบายการหาอย่างยั่งยืนและสอดคล้องตามวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ “เป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มคุณภาพและนวัตกรรมที่เติบโตไปพร้อมกับสังคม”

แนวปฏิบัติในการจัดซื้ออย่างยั่งยืน (Green Procurement)

หลักเกณฑ์การประเมินและคัดเลือกผู้ค้า

1. ผู้ค้ารายใหม่

บริษัทฯ มีหลักเกณฑ์การพิจารณาเพื่อประเมินผู้ค้ารายใหม่จาก “คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า” เป็นหลัก มีเกณฑ์การประเมินในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ หรือ ESG รวมถึงความสามารถในการจัดส่งสินค้า โดยมีขั้นตอนการพิจารณา ดังนี้

- 1.1. ผู้ค้าจัดส่งตัวอย่างสินค้ามาให้บริษัทฯ ทดสอบและประเมินด้านคุณภาพ โดยพิจารณาร่วมกันระหว่างส่วนจัดซื้อ ส่วนวิจัยและพัฒนา และฝ่ายการตลาด ซึ่งหลักเกณฑ์การพิจารณา ได้แก่ คุณภาพ มาตรฐานสินค้า ลักษณะ และส่วนประกอบของสินค้า กระบวนการผลิต บรรจุภัณฑ์ อายุผลิตภัณฑ์ สภาวะขนส่งและจัดเก็บ
- 1.2. ผู้ค้าที่ผ่านการประเมินด้านคุณภาพของบริษัทฯ จะต้องนำเสนอราคาเพื่อประเมินต้นทุนและราคาสินค้าก่อนที่จะตกลงซื้อ-ขายสินค้าร่วมกันต่อไป
- 1.3. ผู้ค้าทำการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ในรูปแบบการประเมินตนเองผ่านแบบสอบถาม (Self-Assessment Questionnaire : SAQ) ประกอบการประเมินหลักฐานใบอนุญาตการประกอบกิจการที่ต้องตามกฎหมาย และเอกสารรับรองมาตรฐานการผลิต ระบบคุณภาพ และมาตรฐานสินค้า สำหรับแบบประเมินผู้ค้า (Questionnaire) ประกอบด้วยการประเมิน 7 ด้าน ได้แก่
 - 1) การประเมินด้านคุณภาพสินค้า
 - 2) การขนส่งและส่งมอบสินค้า
 - 3) ต้นทุนและราคาสินค้า
 - 4) การบริการ
 - 5) การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)
 - 6) การจัดการด้านสังคม (Social)
 - 7) การจัดการด้านธรรมาภิบาล (Governance)
- 1.4. ผู้ค้าที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกซื้อ-ขายจะต้องลงนามรับทราบ และยอมรับจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจร่วมกัน
- 1.5. ผู้ค้าที่ผ่านการประเมินครบทุกด้านเรียบร้อยแล้วจะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ขายรายใหม่ Approved Vendor List (AVL) ของบริษัทฯ



2. คู่ค้ารายปัจจุบัน

บริษัทฯ มีหลักเกณฑ์การพิจารณาเพื่อประเมินคู่ค้ารายปัจจุบันจากคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า ราคา ผลการดำเนินงาน รวมถึงการประเมินด้าน ESG โดยมีขั้นตอนการพิจารณา ดังนี้

- 2.1. คู่ค้าทำการประเมินคุณภาพประจำปี โดยทางส่วนประกันคุณภาพพิจารณาและสรุปผลการดำเนินงานที่บันทึกการตรวจสอบคุณภาพ ข้อมูลสินค้า คุณสมบัติ สภาพการขนส่ง และอายุการจัดเก็บคงเหลือ ของวัตถุดิบ และบรรจุภัณฑ์ตามมาตรฐานที่กำหนดก่อนนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ และการประเมินด้าน ESG ประจำปี
- 2.2. เกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้าที่ต้องได้รับการประเมิน ณ สถานประกอบการประจำปี (on-site audit) โดยส่วนประกันคุณภาพ กำหนดให้มีการสุ่มตรวจประเมินผู้ขายอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ตามแผนที่กำหนด โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายที่เข้ารับการตรวจติดตาม ดังนี้
 - 1) วัตถุดิบหลัก
 - 2) บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสกับผลิตภัณฑ์โดยตรง
 - 3) ปัญหาด้านคุณภาพในปีที่ผ่านมา และ/หรือ พบปัญหากรณีร้ายแรง หรือปัญหาที่เกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้า

ผลการดำเนินงานด้านการประเมินคู่ค้า

ประเภทคู่ค้า	จำนวน (ราย)	จำนวนคู่ค้าที่ผ่านการตรวจประเมิน	
		Self-Assessment Questionnaire	On-Site Audit ในรูปแบบ Remote Audit
วัตถุดิบ	60	60	7
บรรจุภัณฑ์	14	14	7
รวม	74	74	14

หมายเหตุ: ในปี 2565 บริษัทฯ ดำเนินการตรวจประเมินคุณภาพจากระยะไกล (Remote Audit) เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลต่อความคล่องตัวในการดำเนินงานและมาตรการรักษาปลอดภัยในการเข้าถึงพื้นที่ประเมิน

ผลสรุปการตรวจประเมินคู่ค้าในปี 2565 คู่ค้าที่ผ่านการตรวจประเมินแบบ On-Site Audit จำนวน 14 ราย ดำเนินการครบตามแผนการตรวจติดตามผู้ขาย 100% โดยไม่พบประเด็นความไม่สอดคล้อง รวมถึงไม่พบความเสี่ยงด้านความปลอดภัยอาหารของวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนการพัฒนาและปรับปรุงแบบประเมินการคัดเลือกคู่ค้าให้ครอบคลุมรายละเอียดประเด็นด้าน ESG Risk ในเชิงลึกเพิ่มมากขึ้น เพื่อการคัดเลือกคู่ค้าและการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน



ผลการดำเนินงานด้านการประเมินคู่ค้า



การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) คือ กระบวนการจัดหาที่ลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่ใช่แค่การใช้วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกเท่านั้น แต่ยังสนับสนุนคู่ค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย โดยพบว่า ร้อยละ 32 ของมูลค่าจัดซื้อทั้งหมดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

หลักเกณฑ์การประเมินและคัดเลือกคู่ค้าด้าน ESG



1. การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

- คู่ค้ามีการกำหนดนโยบายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อรับประกันว่ามีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมสอดคล้องตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ รวมถึงการติดตาม และตรวจวัดให้อยู่ในเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด
- การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การรักษา การพัฒนา และใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์และคุณค่ามากที่สุด รวมถึงปรับปรุงของเสียให้นำกลับมาใช้ใหม่ มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องตามกฎหมาย
- จัดทำโครงการ/มาตรการ/กิจกรรม เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความตระหนัก และมีส่วนร่วมในการปฏิบัติดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง
- คู่ค้าจะต้องมีกระบวนการจัดซื้อและจัดจ้างอย่างยั่งยืน (Sustainable procurement) ที่ครอบคลุมประเด็นทางด้านสิ่งแวดล้อม
- มาตรการป้องกันผลกระทบด้านมลภาวะที่อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ไม่มีข้อร้องเรียน หรือหากมีข้อร้องเรียนบริษัทได้ทำการวิเคราะห์ปัญหาและดำเนินการเยียวยาแก้ไขปัญหาลแล้ว

2. การจัดการด้านสังคม (Social)

- มีนโยบายการจัดซื้อและจัดจ้างที่คำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน
- คู่ค้ามีการจ้างงานปฏิบัติตามกฎหมาย และสอดคล้องตามหลักสิทธิมนุษยชน เช่น ค่าจ้าง ค่าตอบแทน สวัสดิการต่างๆที่เหมาะสม และสอดคล้องตามกฎหมายแรงงาน
- ไม่มีการกระทำหรือสนับสนุนให้มีการใช้แรงงานบังคับในทุกรูปแบบ และไม่มีการใช้แรงงานเด็กซึ่งมีอายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด
- เคารพความแตกต่างและปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม
- ระบบการบริหารจัดการเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และอุปกรณ์ในการทำงานที่ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ

3. การจัดการด้านธรรมาภิบาล (Governance)

- การติดตาม ประเมินผลกระทบ และกำหนดแนวทางในการบริหารความเสี่ยงที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจในระยะสั้นและระยะยาวอย่างเหมาะสม รวมถึงการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อให้เกิดประโยชน์และเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสีย
- การป้องกันการเข้าถึงข้อมูลภายในบริษัท (Insider Trading) เพื่อแสวงหาประโยชน์ส่วนตนหรือพวกพ้อง
- การดำเนินธุรกิจอย่างซื่อสัตย์เป็นธรรม ยึดมั่นในการปฏิบัติตามกฎหมาย มีความโปร่งใสในการบริหารจัดการองค์กรให้เป็นตามหลักธรรมาภิบาลและจรรยาบรรณธุรกิจ
- การดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมาย กติกา จริยธรรม และการแข่งขันอย่างยุติธรรมและเป็นธรรม



ในปี 2565
คู่ค้าที่ผ่านการประเมิน
ESG Risks
มีทั้งหมด **5 ราย**



Social

ประเด็นสำคัญความยั่งยืนด้านสังคม



อีซีตัน ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และผู้มีส่วนได้เสีย โดยมุ่งเน้นการตอบสนองต่อประเด็นความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย โดยการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมุ่งเน้นการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสังคม ทั้งในด้านของการพัฒนาช่วยเหลือดูแลคุณภาพชีวิต และการลดผลกระทบจากความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับสังคมและชุมชนบริเวณโดยรอบไปพร้อมๆกัน ครอบคลุมเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม รวมถึงการนำนวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

1

การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

โอกาสและความท้าทาย

บริษัท อีซีตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงสุดมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของทุกกลุ่มลูกค้าในแต่ละช่วงเวลา โดยผ่านกระบวนการฝ่ายวิจัยและพัฒนา (Research & Development Department) ของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจได้ว่า อีซีตัน มีมาตรฐานรับรองการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ รับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีความปลอดภัย โดยดำเนินการควบคู่ไปกับนวัตกรรมการผลิตที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม และเติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี

นอกจากนี้ หลากหลายผลิตภัณฑ์ทุกประเภทของบริษัทฯ จะมีการแจ้งข้อมูลเคลอริและคุณสมบัติประโยชน์บนขวด โดยบางกลุ่มสินค้าได้ผ่านการรับรองเป็นเครื่องหมายเลือกเพื่อสุขภาพ และมีการติดโลโก้ทางเลือกเพื่อสุขภาพบนหลากหลายผลิตภัณฑ์ด้วย

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



เป้าหมายการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า



เป้าหมายการดำเนินงาน	
ตัวชี้วัด	ภายในปี 2565
• สัดส่วนของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปริมาณน้อย (น้อยกว่า 6%) หรือปราศจากน้ำตาล	ร้อยละ 50
• ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค	ร้อยละ 85



1. สินค้า และช่องทางการจัดจำหน่าย

ตั้งแต่ปี 2561- ปัจจุบัน บริษัทฯ มีกำลังการผลิต 7 สายการผลิตขวด และ 2 สายการผลิตกล่อง มีกำลังการผลิตทั้งหมด 1,500 ล้านขวด และ 200 ล้านกล่องต่อปี โดยผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มทั้งหมดเป็นจำนวน 22 รสชาติ 7 สายผลิตภัณฑ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565
กำลังการผลิตรวมของบริษัทฯ เป็นดังนี้



กำลังสาย
การผลิตขวด
รวม 7 สายการผลิต
หรือคิดเป็น
1,500 ล้านขวด/ปี
(หรือเทียบเท่า 630 ล้านลิตร/ปี)

กำลังสายการผลิต
กล่องยูเอชที
รวม 2 สายการผลิต
หรือคิดเป็น
200 ล้านขวด/ปี
(หรือเทียบเท่า 60 ล้านลิตร/ปี)



ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มพร้อมดื่มของอิชิตัน มีทั้งหมด 22 รสชาติ ภายใต้กลุ่มผลิตภัณฑ์ 7 สายผลิตภัณฑ์ ทั้งในรูปแบบขวด และแบบกล่องยูเอชที (UHT) ได้แก่ กลุ่มเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม “อิชิตัน กรีนที” และ “ชิชิโอกะ กรีนที” กลุ่มเครื่องดื่มสมุนไพร “เย็น เย็น” กลุ่มเครื่องดื่มอู่หลงพร้อมดื่ม กลุ่มเครื่องดื่มน้ำผสมวิตามิน กลุ่มเครื่องดื่มโซดา สโตร์เกาหลี่ และกลุ่มเครื่องดื่มน้ำผลไม้รสส้ม

นอกจากกระบวนการตรวจสอบและปรับปรุงคุณภาพสินค้าอย่างสม่ำเสมอแล้ว บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เฉลี่ยปีละ 1-2 กลุ่มสายผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความหลากหลาย และรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการพัฒนาโอกาสทางธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ภายในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ ในปี 2565 บริษัทฯ ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 รสชาติ ได้แก่ 1.) อิชิตัน พลัส คาเทชิน (รสมะลิ) และ อู่หลง พลัส คาเทชิน (น้ำตาล 0%) 2.) เย็น เย็น สบิวยผสมสมุนไพร 3.) ชิชิโอกะ กรีนที รสชาทุระพีช และ 4.) ตันชั้นชู รสโซจูบอมม์ และตันชั้นชู รสโซจู โยเกิร์ต

“อิชิตัน คาเทชิน 0 แคลอรี”
2 รสชาติ ชาเขียวมะลิและชาอู่หลง
สูตรน้ำตาล 0% และ 0 แคลอรี



“เย็นเย็น บิวยสมุนไพร”
สยบความร้อนพิชิตความเผ็ด
ด้วยสมุนไพรฤทธิ์เย็น 8 ชนิด
รสชาติเปรี้ยวหวานกลมกล่อม



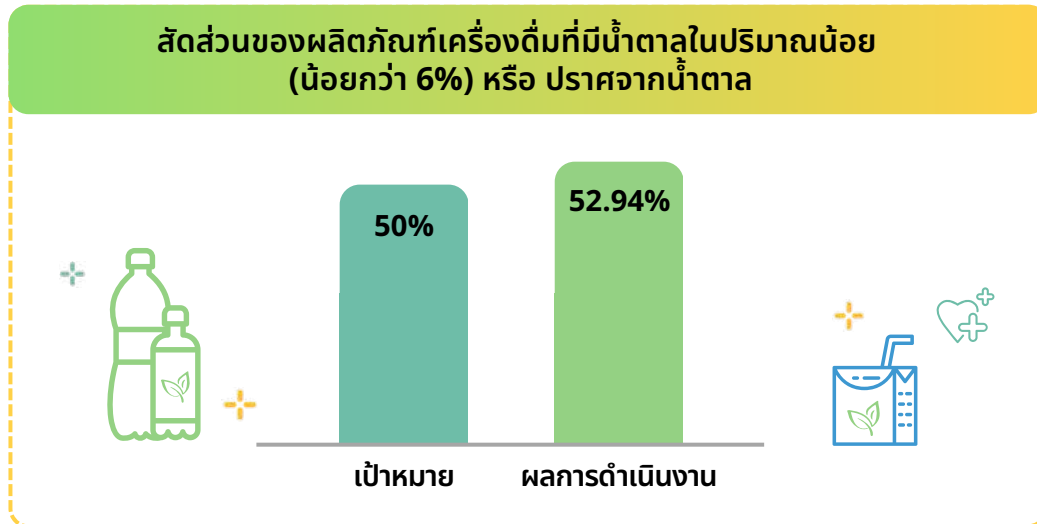
Shizuoka x Maruko
พร้อมรสชาติพิเศษเฉพาะฤดูกาล
“ชิชิโอกะ ชาทุระ พีช”



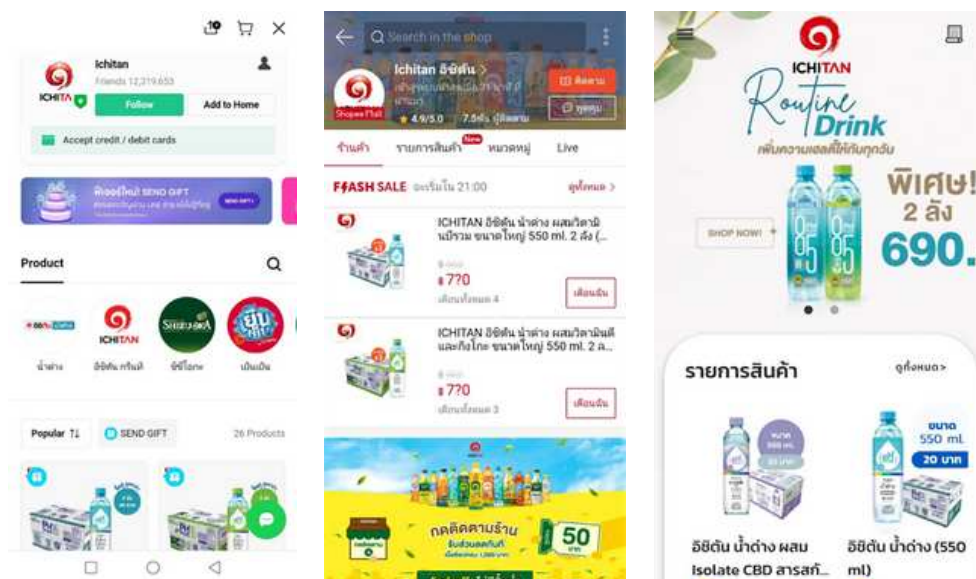
ICHI แฉงเกิดสตาร์ใหม่
“ตันชั้นชู”
โคเรียนโซดากีกระแสดังถิ่น



อย่างไรก็ดี กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมดของ อิชิตัน ได้ผ่านการพัฒนาสูตรลดปริมาณน้ำตาล (น้อยกว่า 6%) หรือ ปราศจากน้ำตาล โดยเป็นไปตามนโยบายการส่งเสริมเครื่องดื่มทางเลือกเพื่อสุขภาพของบริษัทฯ รวมทั้งมีการปรับสูตรลดปริมาณน้ำตาลในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์เดิมตามความเหมาะสม พร้อมส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้บริโภคด้วยการเติมส่วนผสมของวิตามินหรือสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และลดสัดส่วนของน้ำตาลลง รวมถึงมีคุณสมบัติที่ช่วยสร้างความสมดุลด้านโภชนาการและส่งเสริมสุขภาพที่ดีให้แก่ผู้บริโภค โดยคงไว้ซึ่งความสดชื่นของเครื่องดื่มและรสชาติที่อร่อยเป็นเอกลักษณ์



บริษัทฯ มีการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกับตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก จำนวน 3 ราย ซึ่งไม่มีความทับซ้อนกันในการกระจายสินค้า เพื่อให้ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าทั้งร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปีที่ผ่านมา ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานจากที่บ้านมากขึ้น บริษัทฯ จึงตอบสนองผู้บริโภคโดยการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) เพิ่มมากขึ้น เช่น ร้านโชห่วย หรือ ร้านสะดวกซื้อใกล้บ้าน จำหน่ายในราคาประหยัดซึ่งผู้บริโภคสามารถจับต้องได้ พร้อมเพิ่มช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคแบบออนไลน์ ด้วยการสร้างและเข้าร่วมแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ต่างๆ เช่น อิชิตัน วัน ช้อปป / ลาซาด้า / ช้อปปี้ / ไลน์ ช้อปป / และ เฟสบุ๊คเพจ เพื่ออำนวยความสะดวกในจัดส่งสินค้าถึงผู้บริโภคโดยตรง



 <http://www.ichitangroup.com>

 <http://www.facebook.com/ichitan>

 <http://www.facebook.com/yenyen>

 <http://www.facebook.com/ichitanHealthDrink>

2. การส่งเสริมทางการตลาด

ในปี 2565 อิชิตัน เน้นพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ ตอบสนองต่อความต้องการที่แตกต่างกันของผู้บริโภคซึ่งมีความหลากหลายได้อย่างเกินความคาดหมาย (Delivery Beyond Expectation) ด้วยโปรเจกความร่วมมือของพันธมิตรทางการค้า (Collaboration Project) ระดับโลกอย่าง “เนสท์เล่ (ประเทศไทย)” จับมือร่วมกันพัฒนา “ไอศกรีมชาเขียว รสน้ำผึ้งผสมมะนาว” เจาะตลาดวัยรุ่นในตลาดไอศกรีม ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างน่าประทับใจ จนมีการพัฒนา “ไอศกรีมโมจิ รสชาเขียวมัทฉะ ชีชีโอเกะ” เป็นลำดับต่อมา



นอกจากนี้ มีโปรเจกความร่วมมือของพันธมิตรทางการค้าระหว่างแบรนด์ “ชีชีโอเกะ” และ “จิปี มาร์โกะจัง” อนิเมะชื่อดังจากประเทศญี่ปุ่น มาร่วมกันพัฒนาคอลเลคชั่น “ชีชีโอเกะ กรีนที x จิปี มาร์โกะจัง” ด้วยฉลากใหม่ให้สะสมถึง 13 แบบ กับ 5 รสชาติ เพื่อเจาะกลุ่มแฟนคลับอนิเมะ และแสดงจุดยืนการเป็นชาเขียวคุณภาพระดับพรีเมียมจากเมืองชีชีโอเกะ ประเทศญี่ปุ่น แหล่งปลูกชาคุณภาพอันดับหนึ่งที่อุดมไปด้วยดินดี น้ำดี อากาศบริสุทธิ์





ในไตรมาสสุดท้ายของปี อิชิตัน ยังได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ “ต้นชั้นชู” เครื่องดื่มอัดลม น้ำตาล 0% ที่ได้รับการพัฒนาเพื่อตลาดเจาะกลุ่มผู้บริโภค Gen Z ที่ชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลี และเป็นกลุ่มประชากรขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศ ถือเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จในการพัฒนากลุ่มเครื่องดื่มโซดาสไตล์เกาหลีครั้งแรก ด้วยกระแสตอบรับที่เกินความคาดหมาย พร้อมกับการเปิดตัวฟรีเซ็นเตอร์เกาหลีลงในช่องทางสื่อโฆษณาต่างๆ

อิชิตัน เน้นการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication: IMC) ทั้งช่องทางการสื่อสารหลัก (Above the line) อย่างเช่น โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และช่องทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ (Below the Line) เช่น การจัดอีเวนต์ โรดโชว์ โดยพิจารณาเลือกรูปแบบที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม เพื่อให้สินค้าของบริษัทฯ อยู่ในใจผู้บริโภคและเป็นทางเลือกแรกที่ผู้บริโภคจะเลือกดื่ม อย่างไรก็ตาม ในปี 2565 อิชิตัน มีการส่งเสริมการขายผ่านการจัดโปรโมชั่นและแคมเปญต่างๆ เช่น การให้ส่วนลด การแลกซื้อสินค้าและการแลกสิทธิ์เข้าร่วมกิจกรรม เป็นต้น ซึ่งแคมเปญดังกล่าวถือเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายของลูกค้าที่ซื้อในปริมาณเยอะ สนับสนุนการคืนกำไรกลับสู่ผู้บริโภค และช่วยกระตุ้นกำลังซื้อของผู้บริโภคในภาวะสถานการณ์โควิด 19 ให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

Collective Campaign
(สะสมครบ แลกได้เลย)

สั่งอิชิตันมีค่า
อย่าทิ้ง!!

แลก
รับ **ฟรี 1 ลิตร**

อิชิตัน รสน้ำผึ้งผสมมะนาว
12 ขวด (รวม 282 บาท)

12 ขวด + 10 บาท = 1 ลิตร



แคมเปญ อิชิตัน ฟ้าเดียว เกี้ยวสวนสัตว์โคราช ฟรี

ICHITAN KORAT ZOO

งวัน ดีเคย์

อิชิตันฟ้าเดียว
เกี้ยวสวนสัตว์นครราชสีมา ฟรี!!

วันที่ 30 เม.ย. 65 - 23 พ.ค. 65

แลกสิทธิ์ฟรี!

บัตรเข้าชมสวนสัตว์ เล่นสไลด์ ชมการแสดงแสนน่ารัก

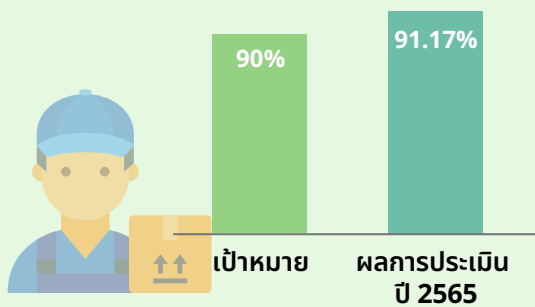
จำกัด 1,000 สิทธิ์/วัน

การประเมินความพึงพอใจลูกค้า

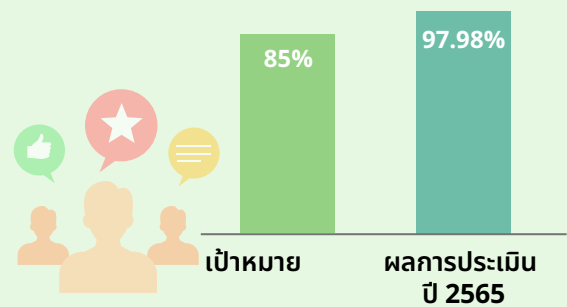
อิซิดัน มีการประเมินความพึงพอใจโดยรวม และความผูกพันของลูกค้าที่มีต่ออิซิดัน จากการสำรวจผ่านการจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ คู่ค้าหรือพันธมิตรทางการค้า และผู้บริโภค สำหรับคู่ค้า บริษัทฯ ดำเนินการสื่อสารและจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำสินค้าและแคมเปญต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงนำข้อคิดเห็นที่ได้กลับมาต่อยอดพัฒนารูปแบบสินค้าและเทคนิคทางการตลาดให้ดีขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการเก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมเชิงลึกของลูกค้า วิเคราะห์ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของลูกค้าทั้ง 2 กลุ่ม อย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำไปสู่การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ หรือการแก้ไขปัญหาอย่างทันที่

ในปี 2565 ที่ผ่านมา ผลการปฏิบัติงานของบริษัทฯ จากการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าทั้ง 2 กลุ่ม อยู่ในระดับดีเยี่ยม โดยพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อแบรนด์และผลิตภัณฑ์ของอิซิดันมากกว่าร้อยละ 90 ทั้งในด้านของคุณภาพ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และการสร้างความสัมพันธ์ผ่านการจัดแคมเปญหรือโปรโมชั่นต่างๆ นำมาซึ่งรางวัล No. 1 Brand Thailand แปรณยอดเยี่ยมอันดับ 1 ในใจผู้บริโภคต่อเนื่องเป็นปีที่ 3

สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของคู่ค้า



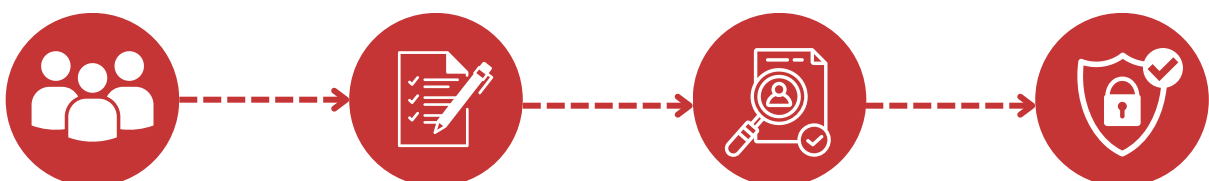
สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค



3. การรักษาความลับและคุ้มครองข้อมูลของลูกค้า

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งระบบสื่อสารที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การเข้าถึง การเก็บรวบรวม การใช้ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลสามารถทำได้โดยง่าย สะดวก รวดเร็ว อันอาจนำมาซึ่งความเสียหายต่อเจ้าของข้อมูล บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าวที่ต้องได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย และหลักปรัชญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights) รวมถึงเพื่อสนับสนุนและเคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชนตามที่ประกาศใช้ในระดับสากลตามหลักการของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) รวมถึงกฎหมายที่ว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทฯ จึงได้ทบทวนและประกาศนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) เพื่อเป็นหลักในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) ของลูกค้า

อิซิดัน มีการติดตามและตรวจสอบเกี่ยวกับการนำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่วัตถุประสงค์หลัก โดยในปี 2565 พบว่า ไม่มีการนำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น



4. ฉลากบรรจุภัณฑ์และการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ

ในการสร้างมูลค่าที่ยั่งยืนในระยะยาว นอกเหนือจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อิชิตัน ยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการดำเนินงานด้านการตลาด บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการสื่อสารตั้งแต่บนฉลากผลิตภัณฑ์ไปจนถึงการโฆษณาสินค้าจะต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคสามารถพิจารณาเลือกดื่มผลิตภัณฑ์และสร้างความมั่นใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของอิชิตัน

อิชิตัน มีการควบคุมการติดฉลากผลิตภัณฑ์อย่างเข้มงวด โดยปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับในประเทศท้องถิ่น และมาตรฐานสากลที่บังคับใช้ ฉลากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับการออกแบบให้สามารถมองเห็นชัดเจน เข้าใจง่าย มีข้อมูลครบถ้วน และได้ระบุเบอร์โทรศัพท์ติดต่อ ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท โทร 02 020 3993 ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการตอบคำถามและรับข้อร้องเรียนจากผู้บริโภค โดยบริษัทฯ จะรวบรวมความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียนดังกล่าวมาเป็นฐานข้อมูลสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง

อิชิตัน ตระหนักดีว่าการตลาดและการโฆษณาที่มีประสิทธิภาพจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งให้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม อิชิตัน ยังคงยึดมั่นในการปฏิบัติทางการตลาดตามแนวทางที่ถูกต้อง มีความรับผิดชอบ และเป็นธรรมต่อผู้บริโภค ไม่มีการโฆษณาที่ผิดจรรยาบรรณ หรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ เกินจริง หรือข้อมูลคลุมเครือ



ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ : 02 020 3993

5. คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

อิชิตัน ตระหนักถึงความสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีของสังคม ชุมชน และผู้บริโภค จึงมุ่งสร้างคุณค่าแก่สังคมโดยรวมด้วยการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ด้วยการพิจารณาคุณค่าทางธุรกิจอย่างเข้มงวดและเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย ส่งเสริมการเข้าถึงเครื่องดื่มที่มีโภชนาการครบถ้วน เผยแพร่ข้อมูลด้านโภชนาการ ข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์เชื่อถือได้ให้กับผู้บริโภค รวมถึงมีการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ควบคู่ไปกับเชื่อมโยงพันธมิตรร่วมสร้างคุณค่าให้สังคมในระยะยาว

“มุ่งมั่นพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์คุณภาพ ถูกสุขลักษณะและปลอดภัยภายใต้สิ่งแวดล้อมที่ดี
ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ป้องกันมลภาวะด้วยระบบการจัดการเชิงบูรณาการแห่งมาตรฐานสากล
ที่มีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และ ปฏิบัติตามกฎหมายเพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า”



01 กระบวนการต้นน้ำ - การจัดซื้อจัดหาอย่างปลอดภัย

มีหลักเกณฑ์ในการจัดหาผู้ค้าด้วยความโปร่งใสโดยให้ความสำคัญด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า วัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ สอดคล้องตามมาตรฐานและข้อกำหนดกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ สารเคมีที่ใช้ในกระบวนการทำความสะอาดตั้งแต่เริ่มต้น



02 กระบวนการกลางน้ำ - การควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยตลอดกระบวนการผลิต



มีการควบคุมคุณภาพการผลิตและความปลอดภัยของสินค้าอย่างเป็นระบบ โดยจัดตั้งคณะทำงานความปลอดภัยอาหาร (Food Safety team) มีหน้าที่ในการชี้บ่ง วิเคราะห์ ประเมินอันตรายทุกขั้นตอนที่อาจเกิดขึ้น ตลอดห่วงโซ่อาหารจนถึงมือผู้บริโภค และกำหนดให้อันตรายนั้นๆ เป็นจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม ทวนสอบ และยืนยันกระบวนการอย่างต่อเนื่อง

เมื่อมีผลิตภัณฑ์ใหม่ก่อนเริ่มทำการผลิตจะมีการประเมินจุดควบคุมวิกฤติตามหลักการของระบบวิเคราะห์อันตรายและควบคุมจุดวิกฤติ (HACCP) เพื่อใช้ในการควบคุมคุณภาพของสินค้า ระหว่างการผลิตมีเครื่องมือสำหรับตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวดด้วยเครื่องตรวจจับอัตโนมัติ มีเจ้าหน้าที่สุ่มตรวจสอบตามแผนที่กำหนด และมีการบันทึกข้อมูลแบบอัตโนมัติเพื่อให้สามารถสอบกลับข้อมูลได้



มีการตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ระหว่างการผลิตและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปโดยห้องปฏิบัติการของบริษัทฯ ที่สามารถตรวจวิเคราะห์ได้ทั้งทางกายภาพ เคมี จุลชีววิทยา และประสาทสัมผัส เพื่อให้การรับรองผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณภาพและความปลอดภัย

03 กระบวนการปลายน้ำ - การประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และการติดตามข้อร้องเรียน

การประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปก่อนปล่อยสินค้าออกจากโรงงานมีการทบทวนข้อมูล ผลวิเคราะห์ต่างๆ สุ่มตรวจสอบผลิตภัณฑ์ระหว่างการขนส่ง ตลอดจนมีการเก็บผลิตภัณฑ์ตัวอย่างตลอดอายุการเก็บรักษา (Retain sample) เพื่อทำการสุ่มตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์หลังหมดอายุ และเป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์เมื่อมีข้อร้องเรียน



การรับรองมาตรฐานโรงงาน คุณภาพ และความปลอดภัยอาหาร



- ✓ GMP FDA No.420
- ✓ GHP Codex Alimentarius
- ✓ HACCP Codex Alimentarius
- ✓ FSSC22000
- ✓ ISO22000:2018
- ✓ ISO9001:2015
- ✓ ISO14001:2015

- ✓ ISO50001:2018
- ✓ ISO/IEC17025:2017
- ✓ ISO/IEC27001:2013
- ✓ HALAL CICOT
- ✓ MUI HALAL
- ✓ Green Industry Level 5
- ✓ Carbon Footprint for Organization



GMP FDA No.420



GHP



HACCP



FSSC22000



ISO22000:2018



ISO9001:2015



ISO14001:2015



ISO50001:2018



ISO/IEC17025:2017



ISO/IEC27001:2013



MUI HALAL



Green Industry Level 5





โครงการ Quality Engagement

โครงการนี้จัดตั้งขึ้นเพื่อกระตุ้นให้เกิดความตระหนักด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร สร้างจิตใต้สำนึกของการเป็นผู้ประกอบการให้มีทัศนคติที่ดีและรักในงานที่ปฏิบัติ “การสร้างจิตสำนึกคุณภาพ จึงเป็นแนวทางใหม่ในการบริหารงาน ซึ่งจะพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานและพนักงานผู้ปฏิบัติไปพร้อมๆกัน โดยผ่านกระบวนการรับรู้ที่เหมาะสมเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืน



กิจกรรม “ทีมดีเด่น”

มีวัตถุประสงค์ส่งเสริมด้านการทำงานเป็นทีม มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย Quality First Pass เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปลอดภัย และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า



กิจกรรม “Quality Man” ตัวจริงเรื่องคุณภาพ

เพื่อพัฒนากิจกรรมตรวจสอบและควบคุมการผลิตให้ถูกต้องตรงตามมาตรฐาน สร้างความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยโดยการประกันคุณภาพสินค้าแบบเชิงรุกควบคู่กับการประเมินความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อการประกันคุณภาพสินค้าอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ



6. การรับข้อร้องเรียนและการจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้า



บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด จึงมีขั้นตอนในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ซึ่งได้กำหนดขั้นตอนการตรวจสอบข้อมูลเพื่อหาสาเหตุของการเกิดข้อร้องเรียน ส่งเรื่องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไข และรายงานผลการดำเนินการเป็นลายลักษณ์อักษรโดยมีผู้บริหารลงนาม รวมถึงมีการเก็บข้อมูลเชิงสถิติเรื่องข้อร้องเรียนเพื่อใช้วิเคราะห์ ปรับปรุง เพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต

ขั้นตอนการรับข้อร้องเรียน



โอกาสและความท้าทาย

องค์กรในยุคปัจจุบันต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องและทวีความรุนแรงมากขึ้นตลอดเวลา ทำให้การบริหารทรัพยากรบุคคลแบบเดิมๆ อาจจะไม่เพียงพอต่อการเติบโตขององค์กรอีกต่อไป ทั้งนี้ “พนักงาน” หรือ “บุคลากร” จึงถือเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อองค์กร อันจะช่วยขับเคลื่อนให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นในเรื่องการพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้มีความรู้ ความสามารถ พัฒนาศักยภาพที่จำเป็นเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการสร้างความสุขและสร้างความภูมิใจในความเป็นพนักงานและบุคลากรของ “อิชิตัน” อีกทั้ง สนับสนุนความก้าวหน้าในทุกสายอาชีพ ด้วยโครงสร้างค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นมาตรฐานสากล มีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างโปร่งใสและยุติธรรม (KPI) ซึ่งมุ่งเน้นการแสดงความคิดเห็นและการสร้างสรรค์ผลงานร่วมกันเป็นทีม บริษัทฯ มีความรับผิดชอบต่อพนักงานและบุคลากรทุกระดับชั้น ทั้งในเรื่องของคุณภาพชีวิต สภาพแวดล้อมในการทำงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย ค่าตอบแทน/สวัสดิการ และสิทธิมนุษยชนที่พนักงานและบุคลากรควรจะได้รับ จึงกำหนดให้มีช่องทางและกระบวนการร้องเรียนหากพนักงานและบุคลากรถูกละเมิดสิทธิมนุษยชน โดยบริษัทฯ จะพิจารณาและดำเนินบทลงโทษตามความเหมาะสมด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



เป้าหมายการดูแลรักษาพนักงานขององค์กร

เป้าหมายการดำเนินงาน	
ตัวชี้วัด	ภายในปี 2565
• คะแนนความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	≥ 80
• จำนวนอุบัติเหตุของพนักงาน ถึงขั้นหยุดงานหรือส่งต่อโรงพยาบาล	0 เคส
• ข้อร้องเรียนการละเมิดสิทธิมนุษยชน	0 กรณี
• ร้อยละของพนักงานที่ต้องได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงาน (KPI)	ร้อยละ 100



ด้วยอุดมการณ์ในการพัฒนาพนักงานให้มีความเชื่อมั่นในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ อิชิตัน กรุ๊ป ให้ความสำคัญในการดูแลพนักงานและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นมากกว่าคำว่าพนักงาน ดูแลพนักงานอย่างใกล้ชิด ให้ความสำคัญในการรู้ลึกเสมือนบ้านในขณะที่ปฏิบัติงานในแต่ละวันดังในครอบครัวเดียวกัน และที่สำคัญบริษัทฯ เน้นการพัฒนาให้พนักงานมีสมรรถนะทางด้านความรู้ (Knowledge Competency) สมรรถนะทางด้านทักษะ (Skill Competency) และสมรรถนะด้านคุณลักษณะ (Attributes Competency) โดยบริษัทฯ มุ่งมั่นให้พนักงานทุกคนตระหนักถึงความสำคัญและการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัทฯ ให้มีความเป็นสากลและมาตรฐานระดับโลกบริษัทฯ ใช้หลักธรรมาภิบาลในการดูแลพนักงานด้านการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมภายใต้วิสัยทัศน์การเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มคุณภาพและนวัตกรรมที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี ซึ่งการดูแลและการพัฒนาบุคลากร เป็นปัจจัยพื้นฐานและมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

1. สิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการเคารพกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชน โดยการยึดมั่นให้เป็นไปตามกฎหมาย รวมทั้งหลักสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานที่มุ่งเน้นความเสมอภาค เท่าเทียมกันในเรื่องของศักดิ์และสิทธิ ซึ่งไม่คำนึงถึงความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ สัญชาติ สีผิว เพศ ศาสนา อายุ ภาษา สถานภาพทางกายภาพ สุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อทางสังคม การศึกษาอบรม หรือความคิดเห็นทางการเมืองโดยไม่กีดกัน ไม่เลือกปฏิบัติแก่ผู้หนึ่งผู้ใด รวมทั้งส่งเสริมให้มีการตระหนักและสำนึกในสิทธิหน้าที่และความรับผิดชอบของตนที่มีต่อสังคมและบุคคลอื่นโดยมีแนวทางในการปฏิบัติดังนี้



นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

- ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชนอย่างเคร่งครัดและให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชนกับพนักงานเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน
- พนักงานทุกคนต้องทำความเข้าใจกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่และความรับผิดชอบของตนโดยตรงให้ถี่ถ้วน และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด
- ส่งเสริมการเคารพและยึดมั่นในการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนบนพื้นฐานของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
- ปฏิบัติต่อพนักงานบนพื้นฐานของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และให้ความสำคัญต่อสิทธิหน้าที่ส่วนบุคคล
- ไม่เลือกปฏิบัติและให้โอกาสที่เท่าเทียมกันในการจ้างงาน ไม่ว่าจะเป็นสตรี ผู้พิการ ผู้ทุพพลภาพ และกลุ่มผู้ด้อยโอกาส
- ไม่กีดกันหรือไม่ให้สิทธิพิเศษ หรือเลือกปฏิบัติต่อผู้หนึ่งผู้ใดเนื่องจากความแตกต่างในเรื่องเชื้อชาติ สัญชาติ สีผิว เพศ ศาสนา อายุ ภาษา สถานภาพทางกายภาพและสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อ การศึกษาอบรม และความคิดเห็นทางการเมือง
- จัดให้มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและสวัสดิการที่เหมาะสมสำหรับลูกจ้างที่ทุพพลภาพ
- มีนโยบายหรือมาตรการในการตรวจสอบ คัดกรองคู่ค้าที่สำคัญตามลักษณะธุรกิจของตน เช่น ผู้ผลิต ผู้รับเหมาต่างๆ ทั้งนี้ คู่ค้าที่สำคัญตามลักษณะธุรกิจของตนดังกล่าวจะต้องดำเนินกิจการอย่างเป็นธรรม ไม่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานและเคารพสิทธิในการรวมกลุ่มของพนักงานในการเสนอแนะหรือกำหนดทิศทางการทำงาน เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย และสร้างความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกัน
- บริษัทฯ มีกระบวนการรับข้อร้องเรียนด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน ทั้งจากการที่พนักงานกระทำ หรือมีส่วนร่วมในการกระทำ หรือละเลยการกระทำอันเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน

ในปี 2565



บริษัทฯ ไม่มีกรณีร้องเรียนด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน จึงไม่มีกรณีการเยียวยาเกิดขึ้น

2.) การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทฯ ปฏิบัติต่อพนักงานและบุคลากรอย่างเป็นธรรม คือ การเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย รวมถึงหลักจริยธรรม ซึ่งมีส่วนสำคัญยิ่งที่จะสร้างความยุติธรรม ความมั่นคง และความสงบสุขในสังคม อันรวมถึงความมั่นคง ยั่งยืน และความเจริญเติบโตของกิจการ โดยบริษัทฯ จะปฏิบัติตามปรัชญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานตามที่กำหนดไว้ในกฎหมาย และ/หรือกฎระเบียบกิจการ พร้อมทั้งให้ความคุ้มครองในสภาพการทำงาน สุขภาพ และความปลอดภัยของลูกจ้างโดยมีแนวทางปฏิบัติดังนี้

การจ้างงาน

ในการพิจารณาคัดเลือกพนักงานใหม่ บริษัทฯ พิจารณาความเหมาะสมทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ทักษะ และความประพฤติผ่านระบบการคัดเลือก ทั้งในรูปแบบข้อสอบข้อเขียน การทดสอบต่างๆ และการสัมภาษณ์ โดยผู้ที่ผ่านคัดเลือกจะถูกกำหนดให้เป็นพนักงานทดลองงาน เพื่อบ่งชี้ว่าพนักงานผู้นั้นมีผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทฯ กำหนดหรือมีความรู้ ความสามารถ ความประพฤติที่เหมาะสมและสามารถ หรือพัฒนาให้ปฏิบัติงานในตำแหน่งงานนั้นๆ ต่อไปได้หรือไม่ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการจัดจ้างงาน โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติแต่อย่างใด ยืนยันความเสมอภาคทางโอกาส โดยไม่นำความชอบของบุคคล ความคิดเห็นทางการเมือง อายุ หรือความทุพพลภาพ มาเป็นปัจจัยในการพิจารณาและตัดสินใจจ้างงาน รวมถึงจัดปัจจัยอื่นๆ ที่อาจนำไปสู่การเลือกปฏิบัติ

ข้อมูลพนักงาน

ในปี 2565 อิชิตัน กรุ๊ป มีจำนวนพนักงานทั้งหมด 362 คน



การจ้างงานผู้ด้อยโอกาส / ผู้พิการ



การจ้างงาน
ผู้พิการ
จำนวน 2 คน

ในปี 2565 บริษัทฯ มีการว่าจ้างผู้พิการเข้าทำงานเป็นพนักงานของบริษัทฯ ตามลักษณะงาน จำนวน 2 คน และได้อุปการะเลี้ยงดูผู้พิการที่มีได้เป็นพนักงานประจำอีกจำนวน 2 คน ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่เหมาะสมตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อส่งเสริมให้ผู้พิการมีโอกาสแสดงความสามารถ อันก่อให้เกิดรายได้เลี้ยงชีพด้วยตนเอง ลดภาระค่าใช้จ่ายของครอบครัวและสังคมที่ต้องอุปการะเลี้ยงดู พร้อมทั้งดำเนินการส่งเงินสมทบเข้ากองทุนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 มาตรา 33 และมาตรา 35 อย่างครบถ้วน และทันเวลาตามที่กฎหมายกำหนด

จำนวนพนักงาน จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ (จำนวน: คน)	เพศหญิง	เพศชาย
จำนวนพนักงานอายุน้อยกว่า 30 ปี	47	113
จำนวนพนักงานอายุ 30-50 ปี	60	122
จำนวนพนักงานอายุมากกว่า 50 ปี	5	15

จำนวนพนักงาน จำแนกตามระดับตำแหน่ง

ตำแหน่ง (จำนวน: คน)	เพศหญิง	เพศชาย
ผู้บริหารระดับสูง	1	6
พนักงานระดับบริหาร	8	9
พนักงานระดับปฏิบัติการ	103	235

การพัฒนาพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายพัฒนาพนักงานเพื่อฝึกฝนทักษะ และเพิ่มพูนศักยภาพโดยเปิดโอกาสให้พนักงานมีการเรียนรู้และเลื่อนตำแหน่งเพื่อความก้าวหน้าในการทำงานเมื่อมีโอกาสที่เหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้หญิงได้ขึ้นสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้นในสัดส่วนที่สมดุลกับผู้ชายได้มากยิ่งขึ้น บริษัทฯ ประเมินวิธีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอในการปฏิบัติตามนโยบายว่าด้วยการส่งเสริมการจ้างงานรวมถึงส่งเสริมโอกาสและความก้าวหน้าในหน้าที่



นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ออกแบบและพัฒนาโครงการต่างๆ ขึ้นภายในองค์กร เพื่อส่งเสริมศักยภาพให้กับพนักงาน ช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางความคิดให้พนักงานเกิดไอเดียและแรงจูงใจใหม่ๆ ในการพัฒนางาน หรือปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน สอดคล้องตามนโยบายการพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ อีกทั้งมุ่งเน้นส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและสร้างภาวะผู้นำในตัวพนักงานให้สามารถดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ทั้งเป้าหมายองค์กรและเป้าหมายตนเอง ตลอดจนวางแนวทางการดูแลพนักงานที่มีศักยภาพเพื่อเตรียมพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในยุคอุตสาหกรรมเครื่องตัดที่ผันผวนและมีการแข่งขันค่อนข้างสูง



โครงการพัฒนาศักยภาพพนักงาน



Smart Collaboration (TPM)

กิจกรรมแสดงผลงานและเผยแพร่ความรู้เทคนิคต่างๆ ในการลดปัญหากระบวนการผลิต นำมาประยุกต์ให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุดจากไอเดียสร้างสรรค์ของพนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต และลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้น้อยที่สุด



โครงการ Employee Onboarding Program

เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้พนักงานใหม่รับรู้ถึงค่านิยมองค์กร วัฒนธรรมองค์กร และพฤติกรรมที่พึงประสงค์ขององค์กร ตลอดจนเข้าใจบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบในงาน รวมถึงโครงสร้างการบริหาร และระบบการจัดการต่างๆ ภายในองค์กร โดยบริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนและผลักดันให้พนักงานใหม่สามารถเรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับองค์กร รวมถึงรู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรได้อย่างรวดเร็ว เพื่อที่จะได้สร้างสรรค์ผลงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามเป้าหมายและยุทธศาสตร์ขององค์กร

โครงการ Collaboration Project 2022

“เปิดกว้างทุกไอเดีย จะทำอะไรก็ได้ที่สามารถเพิ่มมูลค่า ประหยัดเวลา แก้ไขปัญหา พัฒนาผลิตภัณฑ์”

วัตถุประสงค์ของโครงการ Collaboration คือ การสนับสนุนการทำงานร่วมกันเป็นทีมแบบข้ามสายงานทุกระดับให้บรรลุเป้าหมายหลักขององค์กร และเป็นการสร้างแนวทางการทำงานใหม่ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนรูปแบบการทำงานเชิงรุก เน้นความรวดเร็ว สร้างทีมการทำงานที่ต่างวัยผสมผสานกับทัศนคติที่หลากหลาย โดยการนำจุดเด่นจากความแตกต่างมาพัฒนาให้เกิดประโยชน์ในเชิงสร้างสรรค์ จากทักษะความสามารถของพนักงานในแต่ละช่วงวัย

Creativity Contest 2022

การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจอุปโภคและบริโภค ภายใต้สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงและแนวโน้มการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การสร้างสรรค์นวัตกรรมจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยผลักดันให้องค์กรเป็นผู้นำนวัตกรรมการผลิตเครื่องดื่มที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี โครงการ Creativity Contest จึงจัดขึ้นเพื่อสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรได้ทำงานร่วมกับฝ่ายวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ในการคิดค้นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มใหม่ๆ พร้อมนำเสนอไอเดียโมเดลธุรกิจในแง่มุมมองที่สร้างสรรค์ และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้

ในปี 2565 มีพนักงานร่วมกันนำเสนอผลงานผ่านการประกวดโครงการ Creativity Contest มากกว่า 10 รายการ โดยมีผลงานสำหรับรอการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในอนาคตอีกหลายรายการ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีผลงานที่ได้ถูกพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์และออกวางจำหน่ายแล้วในบางส่วน แบ่งออกเป็นสินค้าที่เสนอให้กับลูกค้าผู้มาว่าจ้างผลิตเป็นจำนวน 1 รายการ คือ Predatorshot Vitamin Drink 2 รสชาติ (Active Berry และ Refresh Muscat) และ มีผลิตภัณฑ์ที่อิสระพัฒนาและจำหน่ายเอง จำนวน 2 กลุ่มสินค้า คือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มซีเรียพริกเกลือ ซึ่งวางจำหน่ายแล้วในปี 2564 และ รายการล่าสุด ต้นชันชู (Tansansu) โคเรียนโซดา 2 รสชาติ โซจูบอมบ์และโซจูโยเกิร์ต ซึ่งนับเป็นผลิตภัณฑ์เทรนด์ใหม่สำหรับตลาดเครื่องดื่มในประเทศที่ได้รับเสียงตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดีนับตั้งแต่เปิดตัวสินค้า

นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวยังช่วยส่งเสริม Creativity Mindset ของพนักงานในเรื่องทักษะการคิดและการปรับปรุงกระบวนการเพื่อประโยชน์ขององค์กรในรูปแบบต่างๆ นับว่าเป็นการผสมผสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานมากขึ้น ซึ่งผลลัพธ์ของโครงการ Creativity Contest ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรในเชิงเศรษฐกิจได้ประมาณ 40 ล้านบาท



การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานในรูปแบบเงินเดือนอย่างยุติธรรม สอดคล้องกับอัตราที่สามารถเทียบเคียงกับค่าจ้างในตลาดแรงงาน อีกทั้งได้มีการแต่งตั้ง โยภยาัย รวมถึงให้รางวัล ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้ ความสามารถ ความเหมาะสม และเป็นธรรม โดยไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงการจัดให้มีสวัสดิการอื่นๆ อย่างเหมาะสม และมีการทบทวนอัตราผลตอบแทนอย่างสม่ำเสมอ

ในปี 2565
มีพนักงานที่เข้าร่วม
กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
จำนวน 273 ราย

คิดเป็นสัดส่วน
การเข้าร่วมทั้งหมด
ร้อยละ 75.41



รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้นและสนับสนุนให้มีการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของครอบครัวพนักงานให้มีความสุขและสามารถพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน โดยสนับสนุนให้พนักงานมีการเก็บออมเพื่ออนาคตผ่านกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

สภาพแวดล้อมในการทำงาน อาชีวอนามัย และความปลอดภัยของพนักงาน

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานถือเป็นปัจจัยอันดับต้นๆ ที่ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อความเป็นอยู่ที่ดี ความสัมพันธ์ในที่ทำงาน การทำงานร่วมกันของพนักงานในองค์กร รวมไปถึงประสิทธิภาพของผลงาน สุขภาพทางกายและภาวะทางจิตของพนักงาน อันจะก่อให้เกิดปัญหาความเครียดและความกดดันในที่ทำงานอีกด้วย จึงไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่าการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี ให้มีความเหมาะสม ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้พนักงานสามารถสร้างสรรค์ผลงานออกมาได้อย่างดี มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้องค์กรก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพนักงานจะสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร เกิดวัฒนธรรมองค์กร เกิดขวัญและกำลังใจ รวมทั้งเกิดผลดีในทางจิตวิทยา

บริษัทฯ มุ่งเน้นปฏิบัติตามข้อบังคับและกฎหมายเกี่ยวกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด ตลอดจนมุ่งมั่นปลูกฝังจิตสำนึกด้านความปลอดภัยในการทำงานอย่างรอบด้านให้แก่พนักงาน คู่ค้า รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม เพื่อลดอัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน ป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิตหรือทุพพลภาพ ทั้งนี้นอกจากการดำเนินงานตามกฎหมายความปลอดภัยและอาชีวอนามัยแล้ว บริษัทฯ ยังมีความมุ่งมั่นดำเนินงานตามขอบข่ายขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization : WHO) และองค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization : ILO) ดังนี้



การส่งเสริม (Promotion)

และรณรงค์รักษาสุขภาพ ทั้งร่างกายและจิตใจของพนักงาน ให้แข็งแรงสมบูรณ์ มีความเป็นอยู่ที่ดีอยู่ร่วมกันในสังคมของผู้ประกอบอาชีพตามสถานที่พำนักได้



การป้องกัน (Prevention)

ไม่ให้พนักงาน หรือแรงงานมีสุขภาพอนามัยเสื่อมโทรม หรือเกิดความผิดปกติ เนื่องจากสภาพหรือสภาวะแวดล้อมการทำงานที่ไม่ถูกต้อง ไม่เหมาะสม



การปกป้องคุ้มครอง (Protection)

พนักงานหรือแรงงานในสถานประกอบการ ไม่ให้มีการกระทำที่เสี่ยงต่ออันตรายหรือการเกิดโรคภัยไข้เจ็บ



การจัดการทำงาน (Placing)

โดยจัดการเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของการทำงานให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพความต้องการของร่างกายและจิตใจของพนักงานหรือแรงงานเท่าที่จะทำได้



การปรับพนักงานให้มีความเหมาะสมกับงาน (Adaptation)

โดยพิจารณาอบหมายความรับผิดชอบที่เหมาะสมถึงแก่ความสามารถรวมถึงความชอบของพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้การคำนึงสภาพทางสรีรวิทยาและพื้นฐานความแตกต่างทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจอย่างเหมาะสม

นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีความห่วงใยต่อชีวิตและสุขภาพของพนักงานทุกคนรวมถึงชุมชนรอบข้าง ทางบริษัทฯ จึงมีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุการดำเนินการกิจการให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริหารและการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยที่สุด โดยมุ่งเน้นให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมและปฏิบัติงานด้วยความปลอดภัย เพื่อไม่เป็นอันตรายต่อตนเอง เพื่อนร่วมงานและชุมชนใกล้เคียง ดังนั้น เราจึงตั้งเป้าหมายไว้ว่า “อุบัติเหตุต้องเป็นศูนย์”

บริษัทฯ จึงได้เปลี่ยนแปลงนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ดังต่อไปนี้

บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เป็นอันดับแรกในทุกๆสถานการณ์ พนักงานทุกคนต้องถือเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบ ต่อส่วนรวม



บริษัทฯ มีความมุ่งมั่น ป้องกัน อุบัติการณ์ อุบัติเหตุ การเจ็บป่วยจากการทำงานทั้งใน และนอกงาน



ทุกคนในองค์กรมีหน้าที่รับผิดชอบต่ออุบัติเหตุที่เกิดขึ้น โดยมีหน้าที่รายงานความเสี่ยง ที่อาจเกิดขึ้นในสถานที่ทำงานและต้องช่วยหาแนวทางการป้องกันที่เหมาะสม เพื่อคงไว้ซึ่งสถานที่ทำงานที่ปลอดภัย และถูกสุขอนามัยแก่พนักงานทุกคน



บริษัทฯ ให้ความเชื่อมั่นว่าเราจะปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด



บริษัทฯ ให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ ทั้งเรื่องบุคลากร เวลา งบประมาณ และการฝึกอบรม รวมถึงการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่กำหนดไว้



บริษัทฯ ดำเนินการและพัฒนาระบบบริหารการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



ผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

สถิติการเกิดอุบัติเหตุ อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน ต่อชั่วโมงการทำงานทั้งปี จำนวน 4,320 ชั่วโมง

ผลการดำเนินงาน (ตัวชี้วัด)	2563	2564	2565
• อัตราการเสียชีวิต (Fatality Rate)	0 ราย	0 ราย	0 ราย
• การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานหรือส่งต่อโรงพยาบาล (Total Loss time Accident)	0 ราย	2 ราย	2 ราย
จำนวนชั่วโมง			
• การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานหรือส่งต่อโรงพยาบาล (Total Loss time Accident)	0 ราย ต่อ 4,320 ชม. การทำงาน	2 ราย ต่อ 4,320 ชม. การทำงาน	2 ราย ต่อ 4,320 ชม. การทำงาน

สถิติการเกิดอุบัติเหตุ อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของผู้รับเหมา/คู่ค้า (Supplier/Vender) ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัท

ผลการดำเนินงาน (ตัวชี้วัด)	2563	2564	2565
• อัตราการเสียชีวิต Fatality Rate	0 ราย	0 ราย	0 ราย
• การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานหรือส่งต่อโรงพยาบาล (Total Loss time Accident)	0 ราย	0 ราย	0 ราย

โครงการ / กิจกรรม เพื่อส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน



1. ประชุมคณะกรรมการความปลอดภัยประจำเดือน



บริษัทฯ กำกับให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย เพื่อสรุปผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัย ประจำเดือน อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง และเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด



2. กิจกรรมตรวจความปลอดภัยประจำเดือน

คณะกรรมการความปลอดภัย ดำเนินการเดินตรวจสภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นประจำทุกสัปดาห์ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อตรวจประเมินความผิดปกติที่อาจเกิดอุบัติเหตุระหว่างการปฏิบัติงาน พร้อมหาแนวทางการป้องกัน ตลอดจนมีการวิเคราะห์หรือคาดการณ์ถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน เพื่อเตรียมความพร้อมในการหยั่งรู้อันตรายด้วยระบบ KYT



3. กิจกรรมการประเมิน JSA วิเคราะห์และชี้บ่งอันตราย



4. โครงการตรวจสอบโดยแพทย์อาชีวเวชศาสตร์

บริษัทฯ จัดให้มีแพทย์อาชีวเวชศาสตร์เพื่อคอยตรวจสอบและประเมินสภาพแวดล้อมในการทำงานให้กับโรงงาน ตรวจหาความผิดปกติที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานของพนักงาน ทั้งโอกาสเกิดโรคและภัยอันตรายจากการดำเนินงานต่างๆ รวมถึงตรวจประเมินความพร้อมในการทำงาน (fitness for work) เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้คนทำงานมีสุขภาพดีและเกิดความปลอดภัยในการทำงาน



5. โครงการอบรมด้านความปลอดภัย

บริษัทฯ จัดให้มีหลักสูตรอบรมด้านความปลอดภัยสำหรับพนักงานใหม่ เป็นไปตามมาตรา 16 ของพระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2554 รวมถึงจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงาน และผู้รับเหมาด้านอื่นๆ อาทิ



การอบรมการทำงานของผู้รับเหมา

เป็นการชี้แจงรายละเอียดการทำงาน พร้อมข้อควรระวังให้กับผู้รับเหมาได้รับทราบ และยึดถือนำไปปฏิบัติ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานภายในพื้นที่โรงงานขององค์กร



การอบรมดับเพลิงขั้นต้น ประจำปี 2565

จัดให้มีการฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานได้รับความรู้และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง หากมีเหตุฉุกเฉินเกิดขึ้น



การซ้อมอพยพหนีไฟ ประจำปี 2565

เมื่อวันที่ 2 และ 5 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ จัดให้มีการซ้อมอพยพหนีไฟประจำปี ให้กับพนักงานกะกลางวันและกะกลางคืน เพื่อเตรียมความพร้อมหากมีเหตุการณ์ฉุกเฉินในลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้น และเป็นการส่งเสริมให้พนักงานเกิดความตระหนักในเรื่องความปลอดภัย



6. โครงการส่งสุขกลับบ้าน

รณรงค์ให้เกิดการเดินทางและขับขี่ที่ปลอดภัยให้กับพนักงานในองค์กร





หลังจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 เริ่มคลี่คลาย ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีแนวทางการดำเนินงานและองค์ความรู้ที่สามารถใช้เป็นฐานข้อมูลในการรับมือการระบาดของโรคระบาดใหม่ รวมถึงสามารถเข้าถึงยารักษาโรค การจัดหาอุปกรณ์ป้องกัน และเครื่องมือในตรวจสอบอย่างครบครัน ทางบริษัทฯ จึงได้ขอความร่วมมือให้พนักงาน พนักงานรับเหมาแรงงาน นักศึกษาฝึกงาน ผู้รับเหมา และผู้ปฏิบัติงานภายในโรงงาน อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้ารับการฉีดวัคซีนเข็มกระตุ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีสวัสดิการแจกชุดตรวจ ATK ให้กับพนักงานทุกสัปดาห์แบบ 100% เพื่อสร้างความมั่นใจว่าพนักงานมีความปลอดภัยต่อกระบวนการผลิต และลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในสถานประกอบการ ตลอดจนส่งต่อความห่วงใยไปถึงชุมชนและสังคมใกล้เคียง โดยการร่วมบริจาคเครื่องมือและอุปกรณ์สนับสนุนบุคลากรทางการแพทย์มอบแก่โรงพยาบาลอุทัย อ.อุทัย ซึ่งเป็นสถานพยาบาลในพื้นที่ใกล้เคียง ได้ใช้ประโยชน์และส่งต่อความห่วงใยสู่ชุมชนต่อไป

ภาพประกอบ การคัดกรองโดยการสังเกตการตรวจและอนุมัติผลการตรวจ ATK สำหรับผู้มาติดต่องานจากภายนอก



ในปี 2565 บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภายนอกระดับจังหวัด / ระดับประเทศ ประจำปี จำนวน 2 มาตรฐาน ได้แก่ การรับรองสถานประกอบการกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานระดับจังหวัด และการรับรองสถานประกอบการกิจการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์ระดับประเทศ



นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังส่งเสริมให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น สนับสนุนให้มีการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของครอบครัว พนักงานให้มีความสุขและสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน เพื่อให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร เกิดวัฒนธรรมองค์กร เกิดขวัญและกำลังใจที่ดีเป็นพลังบวกในการทำงานร่วมกับองค์กร ในปี 2565 บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการด้านส่งเสริมสุขอนามัย ความปลอดภัย และการสร้างความสัมพันธ์ให้กับพนักงาน ดังนี้



โครงการอาหารกลางวันสำหรับพนักงาน

โครงการนี้เริ่มขึ้นตั้งแต่ก่อตั้งบริษัท เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของพนักงาน และให้พนักงานได้รับประทานอาหารที่ปรุงสุก สะอาด ถูกหลักอนามัย และได้รับการรับรองมาตรฐาน Clean food good taste จากกรมอนามัย และการประกอบอาหารโดยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ โดยอาหารกลางวันของบริษัทฯ จะมีการสุ่มตรวจเชื้อจุลินทรีย์ก่อโรคที่อาจจะมีปนเปื้อนจากวัตถุดิบเป็นประจำทุกเดือน โดยห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน เพื่อให้พนักงานได้ทานอาหารที่ปลอดภัย เพื่อสุขภาพและสุขอนามัยที่ดี

รวมถึงมีสวัสดิการแจกขนม เครื่องดื่ม หรืออาหารมื้อพิเศษให้กับพนักงาน เพื่อดูแลให้พนักงานทุกคนของอีซีเอ็นได้อิ่มท้องพร้อมสำหรับการปฏิบัติงานอย่างมีความสุข



โครงการจัดสรรพื้นที่ว่างเปล่าในบริเวณรอบโรงงาน สำหรับปลูกพืชผักสวนครัวและผลไม้ เพื่อเป็นสวัสดิการของพนักงาน



โครงการเพิ่มเติมสถานที่พักผ่อนในโรงงาน

เพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของพนักงาน และเป็นการเพิ่มจุดพักผ่อนระหว่างเวลาพักจากการทำงานให้พนักงานผ่อนคลายมากขึ้น โดยเพิ่มเติมจากจุดพักผ่อนภายในอาคาร เป็นโต๊ะหิน บริเวณใต้ร่มไม้



บริการรถตู้รับส่งพนักงาน

จัดให้มีบริการรถตู้รับส่งพนักงาน ครอบคลุมในพื้นที่ จ. พระนครศรีอยุธยา และ กทม. เพื่ออำนวยความสะดวกให้พนักงาน ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางของพนักงานทั้งพนักงานที่เข้าทำงานในช่วงเช้าและกลางคืน



สวัสดิการค่ารักษาพยาบาล/การประกันชีวิตและอุบัติเหตุกลุ่ม /
สวัสดิการเงินช่วยเหลือ/กองทุนสำรองเลี้ยงชีพและอื่นๆ

การตรวจสอบภาพประจำปี

จัดการตรวจสอบภาพประจำปีให้กับพนักงาน โดยพิจารณาจัดโปรแกรมตรวจสอบภาพให้สอดคล้องกับลักษณะการทำงานของพนักงาน และประสานงานกับทางโรงพยาบาลให้พนักงานสามารถเพิ่มรายการตรวจสอบภาพได้ในอัตราพิเศษ รวมถึงโปรแกรมการตรวจสอบภาพในอัตราพิเศษให้กับสมาชิกในครอบครัวของพนักงานพร้อมทั้งอำนวยความสะดวกโดยให้ทางโรงพยาบาลมาให้บริการตรวจสอบภาพที่สำนักงานของบริษัทฯ อีกทั้ง จัดให้มีกิจกรรมพบแพทย์เพื่อปรึกษาเรื่องสุขภาพภายหลังจากได้รับผลตรวจสอบภาพประจำปีอีกด้วย



ทริปท่องเที่ยวประจำปี สำหรับพนักงาน

การจัดท่องเที่ยวประจำปีถือเป็นการให้รางวัลพนักงานในอีกรูปแบบหนึ่งหลังจากทำงานมาอย่างเต็มที่ตลอดทั้งปี ซึ่งไม่ใช่แค่การพาพนักงานทุกคนออกไปท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นการบ่งบอกถึงความใส่ใจต่อความรู้สึกของพนักงาน ทั้งยังช่วยสร้างความสามัคคีและสร้างสัมพันธไมตรีภายในองค์กรให้รักและผูกพันกันมากขึ้นได้อีกด้วย



การสื่อสารภายในองค์กร



บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสื่อสารนโยบายและเจตนารมณ์ของนโยบายทั้งหมดไปยังพนักงานทุกท่านผ่านทางการประชุมพิเศษพนักงาน และการสื่อสารของฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัทฯ มีการประชุมพนักงานทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อให้ทราบผลการดำเนินงานและสภาพที่แท้จริงของบริษัทฯ รวมถึงแจ้งข้อมูลที่สมเหตุสมผลและภายในระยะเวลาที่เหมาะสมผ่านทางระบบ Intranet และสื่อ Social Media โดยเฉพาะเมื่อต้องมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ภายในบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานได้แสดงออกถึงความคิดเห็นอย่างมีส่วนร่วม และสามารถตอบรับต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้อย่างสร้างสรรค์



การไม่สนับสนุนให้มีการจ้างแรงงานเด็กที่ผิดกฎหมาย



บริษัทฯ ไม่มีการจ้างแรงงานเด็กที่ผิดกฎหมายแรงงานที่ถูกบังคับ หรือแรงงานทาส ยกเว้นแต่ในกรณีที่การจ้างงานเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับเรื่องอายุ ชั่วโมงการทำงาน การจ่ายค่าตอบแทนสุขภาพ และความปลอดภัย

กระบวนการร้องทุกข์และการลงโทษทางวินัย



บริษัทฯ มีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนซึ่งพนักงานสามารถนำปัญหาส่วนตัวและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานมาร้องเรียนได้ที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคล อีเมล hrd@ichitangroup.com หรือที่ฝ่ายตรวจสอบภายใน อีเมล internalaudit@ichitangroup.com โดยให้พนักงานที่รู้สึกว่ามีเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการถูกข่มเหง การถูกเลือกปฏิบัติ การถูกละเมิดสิทธิ หรือตกเป็นเหยื่อของผู้อื่นมีสิทธิร้องเรียนปัญหาตามกระบวนการร้องเรียนได้ หรืออาจส่งมาที่กล่องรับความคิดเห็น หรือปรึกษาโดยตรงได้ที่หัวหน้างานแต่ละสายงาน บริษัทฯ มีมาตรการคุ้มครองสิทธิและรักษาความลับของผู้ร้องเรียนและผู้ให้เบาะแสระบุโดยเจตนาสุจริต โดยจะปกป้องชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลอื่นใดที่สามารถระบุตัวตนของผู้ร้องเรียนและผู้แจ้งเบาะแสระบุได้ รวมถึงจำกัดผู้รับผิดชอบในการดำเนินการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนดังกล่าวในการเข้าถึงข้อมูลเฉพาะได้ ทั้งนี้ ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบตรวจสอบข้อเรียนมีหน้าที่ต้องรักษาความลับของข้อมูลและเอกสารหลักฐานของผู้ร้องเรียนและผู้แจ้งเบาะแสระบุ ห้ามเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลอื่น เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด

สำหรับการลงโทษทางวินัย หากพนักงานหลักเสี่ยงที่จะไม่ปฏิบัติตามระเบียบวินัยหรือฝ่าฝืนข้อห้ามมิให้ปฏิบัติ พนักงานจะได้รับคำตักเตือนจากผู้บังคับบัญชาโดยใช้หลักในการปกครองเบื้องต้น ซึ่งบริษัทฯ จะไม่บังคับใช้การลงโทษ บังคับข่มเหงทางร่างกายและจิตใจ หรือการละเมิดทางวาจาต่อพนักงานอย่างไม่เป็นธรรม ทั้งนี้ การลงโทษหนักเบาขึ้นอยู่กับชนิดของการกระทำผิดและเจตนา ผลของการกระทำและคุณงามความดีในอดีต โดยมีขั้นตอนทางวินัยตามลำดับ และหากมีให้ออกจากงานบริษัทฯ จะชดเชยตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด

การสร้าง ความผูกพัน ภายในองค์กร



อิชิตัน ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กรอย่างยิ่งยวด เพราะเชื่อว่า “พนักงาน” คือ บุคลากรคนสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้องค์กรสามารถสร้างสรรค์โอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ได้เป็นอย่างดี ด้วยรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นในปัจจุบันส่งผลให้พนักงานสามารถแสดงศักยภาพทางความคิดได้อย่างหลากหลาย การมีส่วนร่วมของพนักงานจึงเปรียบเสมือนการระดมความคิด ช่วยพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมถึงช่วยสานความสัมพันธ์อันดีให้ทุกคนในองค์กรเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันจนนำไปสู่ความผูกพันภายในองค์กร

อย่างไรก็ดี การสร้างความผูกพันให้กับพนักงานในองค์กร ถือเป็นหัวใจสำคัญของอิชิตันที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นการดูแลใส่ใจและรักษาไว้ซึ่งพนักงานขององค์กร จึงส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมสร้างความผูกพันขึ้นในองค์กรเป็นประจำทุกเดือน เพื่อส่งมอบความรักความอบอุ่นให้กับพนักงานทุกระดับในองค์กร

กิจกรรมสร้างความผูกพันในองค์กร

ICHITAN Songkran Festival

เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมสานทนาการ สนับสนุนให้พนักงานได้มีโอกาสดนน้ำดำหัวแสดงความเคารพต่อผู้ใหญ่ ตลอดจนรับประทานอาหารร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน และผู้บริหารทุกระดับในองค์กร



Happy Chinese New Year



กิจกรรมรับน้องใหม่

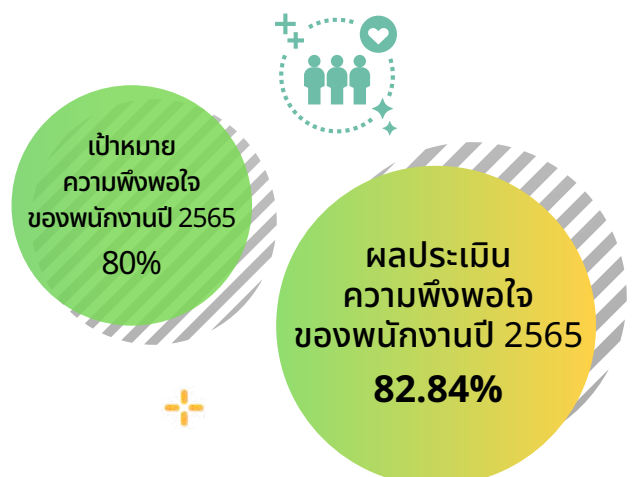


ICHITAN Christmas Party

กิจกรรมสันตนาการ ให้พนักงานแลกของขวัญจับฉลากซึ่งกันและกันภายใต้บรรยากาศที่เป็นกันเองและสนุกสนาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในองค์กร



ทั้งนี้ ในปี 2565 อิชิตัน ได้ดำเนินการสำรวจความผูกพันของพนักงานทุกระดับในองค์กร (Engagement Survey) เพื่อหาโอกาสสำหรับปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร โดยจากผลสำรวจพบว่าพนักงานโดยรวมมีความพึงพอใจในการทำงานกับองค์กรในระดับสูงถึงร้อยละ 82.84 เป็นผลลัพธ์มาจากการสื่อสารเป้าหมายองค์กรที่ครอบคลุมถึงพนักงานทุกระดับ ตลอดจนมีการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นในการทำงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ประกอบกับมีบรรยากาศการทำงานที่เหมาะสม ส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นกันและกันและภาคภูมิใจที่ได้ทำงานกับองค์กร



3

ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Cyber Security and Privacy Data Protection)

โอกาสและความท้าทาย

ในปัจจุบันการพึ่งพาข้อมูลเทคโนโลยี หรือ การเข้าถึงช่องทางเทคโนโลยีใหม่ๆ อาจมีช่องโหว่ให้โจมตีมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือขององค์กร หากบริษัทฯ มีระบบการบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ นอกจากนี้ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาการโจมตีทางไซเบอร์มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การโจรกรรมข้อมูลทางการค้าและข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า บริษัทฯ ตระหนักดีว่าเทคโนโลยีมีวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและรุนแรง อีกทั้ง เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม บริษัทฯ ได้เพิ่มช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคแบบออนไลน์มากขึ้น และวางแผนกลยุทธ์การลงทุนในบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้าน Data Tech เข้ามาใช้ในการวางรากฐาน กำหนดเป้าหมายพัฒนาการดำเนินธุรกิจ โดยใช้ข้อมูลตรงจากลูกค้าและผู้บริโภคมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการใหม่ๆ ได้ดียิ่งขึ้น ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ตอบสนองผู้บริโภคได้แม่นยำขึ้น รวมถึงการบริหารงบการตลาดและโฆษณาได้ตรงจุดมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการดำเนินงานและเพิ่มศักยภาพความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทฯ

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



เป้าหมาย

ร้อยละ 100

ของจำนวนพนักงานได้รับการฝึกอบรม หรือสร้างความรู้ความตระหนักด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

จำนวน 0 กรณี

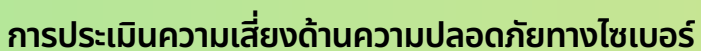
ของการเกิดภัยคุกคามทางไซเบอร์จนเกิดความเสียหาย

จำนวน 0 กรณี

ของข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการรั่วไหลของข้อมูลของบริษัทฯ

แนวทางการจัดการ

อีซีทีเอ็น ให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เริ่มต้นจากการกำหนดให้มีโครงสร้างของหน่วยงานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ การประเมินความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเตรียมแผนงานและมาตรการรับมือต่อภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่มีหลากหลายรูปแบบ รวมถึงการกำหนดและประกาศใช้นโยบาย IT Security ของบริษัทฯ ให้กับพนักงานทุกระดับได้รับทราบและยึดถือนำไปปฏิบัติ เพื่อสร้างความตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยีและข้อมูลสารสนเทศต่างๆ



1. จัดทำแผนการซ้อมปฏิบัติการรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินด้านไอทีโดยการจำลองสถานการณ์จริง
2. จำลองสถานการณ์จริงในระบบ Website และ File Share และผู้จัดการสารสนเทศทำการแจ้งไปยัง ISMR เพื่อขอปิดระบบ
3. ทำการกู้ข้อมูลระบบ Website และ File Share สำรองจากห้องเครื่องแม่ข่ายส่วนโรงงานอิชิตัน ขึ้นมาใช้งานเพื่อให้บริการได้อย่างต่อเนื่องตามระยะเวลา RPO 2 ชั่วโมง
4. ทดสอบระบบหลังจากทำการกู้คืนและตรวจสอบ ระบบ Website และ File Share
5. รายงานข้อมูลการดำเนินการแก้ไขแก่ผู้บริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISMR และจัดทำรายงาน

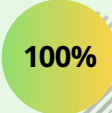
การสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

บริษัทฯ สร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์กับพนักงานทุกระดับในองค์กร โดยวิธีการสื่อสารด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ผ่านระบบสื่อสารภายในของบริษัท พร้อมประกาศแจ้งเตือนรูปแบบภัยคุกคามทางไซเบอร์แก่พนักงานรับทราบผ่านระบบสื่อสารภายในองค์กร (Intranet) และอีเมล



องค์ประกอบการสร้างเสริมความตระหนักด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์	รายละเอียด
 การอบรมและสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนัก	สื่อสารให้ข้อมูลด้านนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ผ่านช่องทางอีเมล และการจัดฝึกอบรม
 ระบบการแจ้งเตือนให้เกิดความตระหนัก	ส่งข้อความแจ้งเตือนถึงความเสี่ยงด้านความปลอดภัย อาทิ เช่น แจ้งเตือนการรั่วไหลของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต อีเมลที่มีความเสี่ยงต่อการโจรกรรมข้อมูล เป็นต้น
 การตรวจสอบความตระหนัก	จำลองสถานการณ์โจรกรรมข้อมูลเสมือนจริงด้วยวิธีฟิชซิง (Phishing Test) เพื่อตรวจสอบความตระหนักของพนักงาน

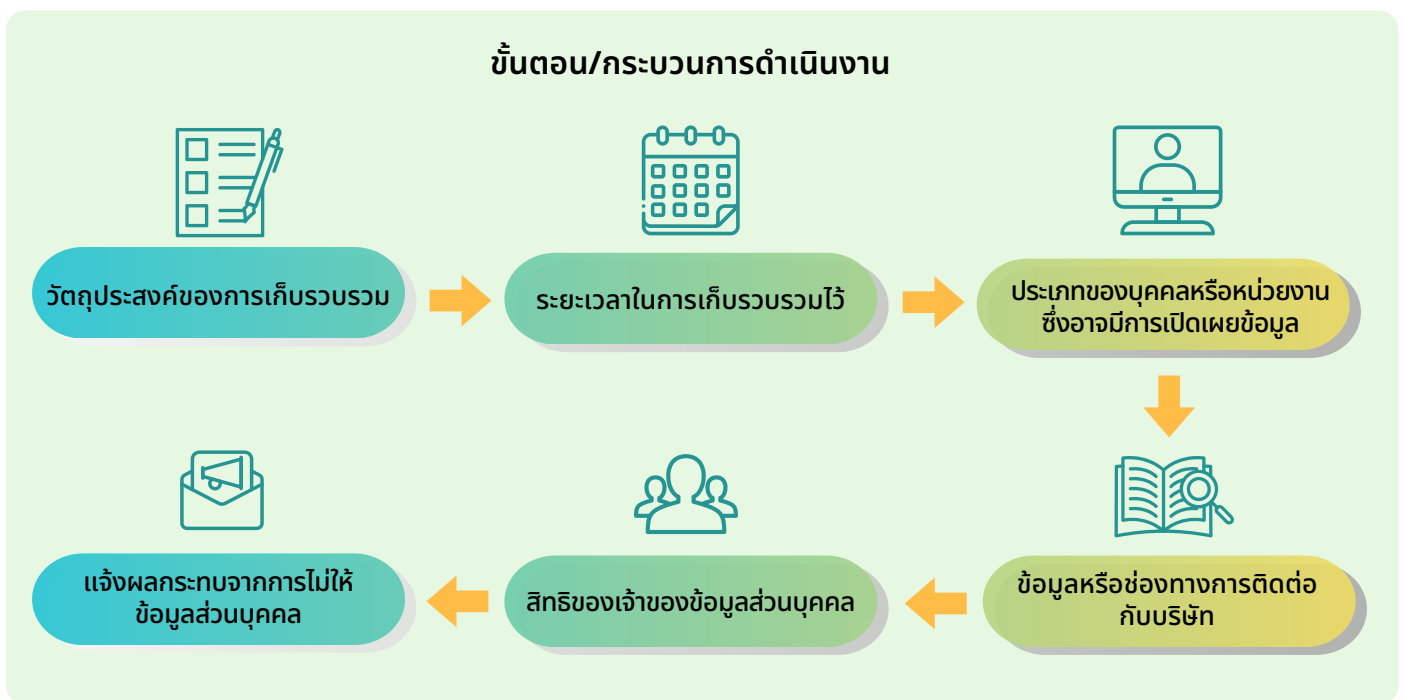
ผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

2565	ตัวชี้วัดด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์
 0 กรณี	จำนวนกรณีที่เกิดภัยคุกคามทางไซเบอร์จนเกิดความเสียหาย (ครั้ง)
 0 กรณี	ข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการรั่วไหลของข้อมูลของบริษัทฯ (ครั้ง)
 100%	ของพนักงานได้รับการฝึกอบรมหรือสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

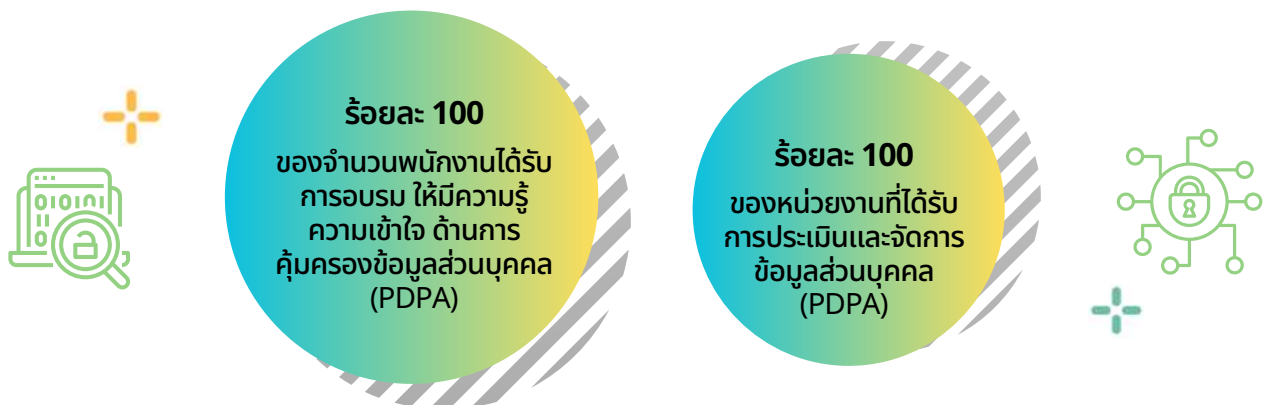
การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ดำเนินการออกนโยบายด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลครอบคลุมทั้งลูกค้า พนักงาน และบุคคลภายนอกอย่างรัดกุม รวมถึงจัดให้มีการประเมินกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนบุคคลทุกไตรมาส ผ่านการดำเนินงานของคณะทำงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA Working Group) เพื่อวางแผนและการปฏิบัติงาน สร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยทางข้อมูลเป็นไปตามพรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงดำเนินการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบและเข้าใจถึงกฎหมาย PDPA และปฏิบัติงานตามนโยบายที่บริษัทฯ กำหนด นอกจากนี้ ยังจัดตั้งคณะทำงาน DPO เพื่อดำเนินการตรวจสอบ ให้คำปรึกษา และควบคุมการปฏิบัติงานของคณะทำงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอีกด้วย

ขั้นตอน/กระบวนการดำเนินงาน



ผลการดำเนินงาน



4

การส่งเสริมคุณค่าและประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้สังคม (Economic Values and Benefits on Society)



โอกาสและความท้าทาย

จากความรุนแรงของสถานการณ์โควิด 19 ที่ผ่านมา ส่งผลให้ภาคธุรกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคชะลอตัวลง อิชิตัน จึงมีความมุ่งมั่นในการเป็นแบบอย่างขององค์กรที่ดีที่อยู่เคียงคู่กับสังคมไทยในยามวิกฤติ ทั้งนี้ อิชิตัน ตระหนักดีว่า ปัญหาทางสังคมและเศรษฐกิจมีผลกระทบอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจ และเพื่อการบริหารจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ มีเป้าหมายในการเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาชุมชนและการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม จึงได้สนับสนุนส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับผู้ที่มีความต้องการให้เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ โดยส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ การสนับสนุนในการเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ ทักษะ ประสิทธิภาพด้านการเงิน รวมถึงการสร้างโอกาสการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างคุณค่าทางสังคม

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



แนวทางการจัดการ

อิชิตัน ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยได้มุ่งเน้นไปที่ 3 เสาหลักแห่งความยั่งยืน ได้แก่ Profit-Planet-People อย่างไรก็ดี อิชิตัน ให้ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจให้มั่นคงก้าวหน้าควบคู่ไปกับการมุ่งมั่นที่จะตอบแทนสังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยยึดมั่นต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนตระหนักดีว่า จุดเริ่มต้นของสังคมที่ดีเริ่มจากการ “ให้” และในความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนหรือสังคมซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการช่วยเหลือสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์แก่ชุมชน ตลอดจนการพัฒนาสภาพแวดล้อมของชุมชนและสังคมเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นด้วยการสร้างการจ้างงานและสร้างความหลากหลายในกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจ การทำให้เกิดความเข้มแข็งของหน่วยงานต่างๆ ของชุมชน

ผลการดำเนินงาน

โครงการ อิชิตันชาคินตัน

ตลอดระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมา อิชิตัน กรีน แพลทอริ์ สานต่อพันธสัญญาครอบครัวเดียวกับเกษตรกรชาวเขาอย่างต่อเนื่อง ภายใต้โครงการ “อิชิตัน ชาคินตัน” ซึ่งยึดถือในการดำเนินนโยบายการสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อให้ครอบครัวเกษตรกรผู้ปลูกใบชาได้เติบโตอย่างมั่นคงไปพร้อมอิชิตัน โดยดำเนินกิจกรรม “ส่งความรัก สร้าง รอยยิ้ม” ณ โรงเรียนพญาไพรไตรมิตร ต.เทอดไท อ.แม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย ซึ่งเป็นโรงเรียนในชุมชนและเป็นบุตรหลานของเกษตรกรผู้ปลูกชา ในการส่งมอบชุดของขวัญ จำนวน 350 ชุด เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่และวันเด็กแห่งชาติ ปี 2566

ทั้งนี้ ยังได้มอบเสื้อผ้า หนังสือ อุปกรณ์การเรียนและของใช้เบ็ดเตล็ด พร้อมเครื่องดื่มอิชิตัน กรีนที UHT 50 ลัง เพื่อใช้ในกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียน รวมเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 86,724 บาท เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อครอบครัวเกษตรกร และพัฒนาคุณภาพชีวิตของเยาวชนชาวอาข่าในชุมชนพญาไพรไตรมิตร โดยยึดหลักการพัฒนาชุมชนต้นน้ำแบบครอบครัวเดียวกัน ให้เติบโตอย่างยั่งยืน



โครงการสนับสนุนเงินบริจาค “โรงพยาบาลอุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา”



อิชิตัน กรีน แพลทอริ์ ดำเนินโครงการชุมชนฟล็กกู๊ด x อิชิตันแอปป์ ร่วมกับชุมชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ เป็นพันธมิตรที่ดีต่อกันระหว่างองค์กรและชุมชน โดยเน้นการดูแลให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และมีสิ่งแวดล้อมที่ดี ในพื้นที่รอบโรงงานอิชิตัน กรีน แพลทอริ์ ซึ่งโรงพยาบาลอุทัย ต.อุทัย อ.อุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา อยู่ใกล้เคียงพื้นที่ชุมชน นิคมอุตสาหกรรม มีความสำคัญในการดูแลสุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้คนในชุมชน อิชิตัน กรีน แพลทอริ์ จึงได้สนับสนุนอุปกรณ์ทางการแพทย์จากผู้บริหารและพนักงาน รวมทั้งสิ้น 473,300 บาท เพื่อใช้ในการดำเนินงานด้านสุขภาพและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนต่อไป

โครงการ คอช. เชียงใหม่ เฉพาะกิจ

ในเวลาแห่งความยากลำบากส่งผลให้บางกิจการในสังคมต้องปิดตัวลง ผู้คนจำนวนมากตกงานโดยไม่ได้เตรียมความพร้อมให้กับครอบครัว ทางอิชิตัน กรีน แพลทอริ์ จึงได้มีส่วนร่วมจัดงาน “คอช. เชียงใหม่ เฉพาะกิจ” 5 พื้นที่พร้อมกันบนถนนนิมมานฯ ได้แก่ โครงการวันนิมมาน, Think Park, ปันนา, โรงแรมยุนิมมาน และโรงแรมทราเวลลอร์ดจนิมมาน รวมพื้นที่จำหน่ายสินค้าเกือบ 5,000 ตรม. จัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าเร่งด่วนให้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการปิดตัวของศูนย์การค้า “พารามินา” ให้มีพื้นที่หารายได้ ภายในงานยังจัดเตรียมพื้นที่ให้เป็นโรงเรียนกวดวิชาเพื่อที่เด็กนักเรียนและครูยังดำเนินการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่องได้ การจัดงานครั้งนี้ประสบความสำเร็จได้ด้วยการได้รับการสนับสนุนจากประชาชนชาวเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวจำนวนมากช่วยกันไปจับจ่ายใช้สอยเพื่อเป็นกำลังใจให้คนไทยในยามลำบาก และทำให้บรรยากาศของเศรษฐกิจกลับมาคึกคักอีกครั้ง



โครงการร้านค้าผู้พิการ

อิชิตัน ได้สนับสนุนผู้พิการให้สามารถมีพื้นที่ขายขนมและอาหารสำเร็จรูป เพื่อส่งเสริมสิทธิและสวัสดิการของผู้พิการ ถือเป็นการสร้างโอกาสและความเสมอภาคแก่ผู้พิการหรือผู้ดูแลคนพิการให้สามารถประกอบอาชีพอิสระ ด้วยการให้สัมปทาน เพื่อสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตต่อไป



การให้ความช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัย จ.พระนครศรีอยุธยา

พื้นที่จำนวนมากใน จ.พระนครศรีอยุธยา ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วมในปี 2565 บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ร่วมกับเพจอิจัน และเจ้าหน้าที่ตำรวจ สก.วังน้อย จ.พระนครศรีอยุธยา ร่วมใจกันนำเครื่องอุปโภคบริโภคที่จำเป็นมาแพ็คเป็นถุงยังชีพ เพื่อนำไปกระจายให้อีก 11 สก. ที่ได้รับผลกระทบน้ำท่วม และชาวบ้านในแต่ละพื้นที่ ที่ได้รับความเดือดร้อน จากสถานการณ์น้ำท่วม จ.พระนครศรีอยุธยา มีประชาชนได้รับผลกระทบน้ำล้นตลิ่งไหลเข้าท่วมบ้านเรือน รวม 11 อำเภอ 107 ตำบล 598 หมู่บ้าน 29,795 ครัวเรือน และพื้นที่การเกษตรได้รับผลกระทบ รวม 2,566 ไร่ (เป็นข้าว 1,882.75 ไร่ พืชผัก /พืชไร่ 161.75 ไร่ ไม้ผล / ไม้ยืนต้น / และอื่น ๆ 521.50 ไร่)

โดยกำหนดให้พื้นที่โรงงานของ บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ณ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จ.พระนครศรีอยุธยา เป็นจุดแพ็คของและขนส่งไปช่วยเหลือชาวบ้านที่ได้รับความเดือดร้อน ทั้งนี้ ได้รับน้ำใจจากผู้ใหญ่ใจดี ร่วมกันบริจาคสิ่งของ อาทิ น้ำกระชายขาว จำนวน 125 ลัง จากคุณตัน ภาสกรนที และยาสมุนไพรเทพรักษา 30 ชุด พร้อมด้วยส่วนกระต๊อจาก มูลนิธิเอสซีจี จำนวน 100 ชุด



นอกจากนี้ อีซีตัน ได้ร่วมสนับสนุนสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กระทรวงสาธารณสุข มอบน้ำดื่มและผลิตภัณฑ์อีซีตัน เพื่อบรรจลงในถุงยังชีพช่วยเหลือชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์น้ำท่วมในเขตพื้นที่ อ.บางปะอิน อ.อุทัย อ.เสนา และอ.พระนครศรีอยุธยา โดยมอบผ่านหน่วยบริการสุขภาพ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในแต่ละพื้นที่ หน่วยแพทย์เคลื่อนที่ “เพื่อนช่วยเพื่อน” เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย จ.พระนครศรีอยุธยา เพื่อช่วยเหลือ และบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยดังกล่าว



การสนับสนุนโครงการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว แอวดอยชิมชา เดิน-วิ่งมินิมาร์ธอน จ.เชียงราย

อีซีตัน กรุ๊ป ร่วมสนับสนุนและสานต่อพันธสัญญาคบครัวเดียวกับเกษตรกรชาวเขาอย่างต่อเนื่อง โดยร่วมกิจกรรมกับองค์การบริหารส่วนตำบลเทอดไทย อ.แม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย จัดกิจกรรม Payaprai Highland Run 2022 ภายใต้โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว แอวดอยชิมชาเดิน-วิ่งมินิมาร์ธอน ตำบลเทอดไทย เพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนงานวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในตำบลเทอดไทย นับว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของตำบลเทอดไทย โดยจัดกิจกรรมระหว่างวันที่ 16-18 ธันวาคม 2565 มีเส้นทางวิ่งทั้งสิ้น 3 ระยะด้วยกัน คือ ระยะ 6 ,15 และ 30 กิโลเมตร ผู้เข้าร่วมประมาณ 1,000 คน



การสนับสนุนโครงการ งานวิ่ง “อุทัยมินิฮาล์ฟมาราธอน 2022 จ.พระนครศรีอยุธยา”

เมื่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19 เริ่มคลี่คลายขึ้นตามลำดับพบว่าในช่วงที่ล็อกดาวน์ประชาชนใช้ชีวิตแบบ New Normal ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ไม่มีโอกาสออกกำลังกาย เกิดปัญหาทางสุขภาพกาย สุขภาพจิต มี ปัญหาทางสังคมเพิ่มขึ้น ด้วยความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมให้ประชาชน บุคคลที่สนใจทั่วไป ได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมเพื่อสุขภาพที่ดีและเข้มแข็ง ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ของตนเองได้อย่างเต็มความสามารถ มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีอายุยืนยาว เป็นการกระตุ้นและส่งเสริมในประชาชนเห็นคุณค่าการออกกำลังกาย ประชาชนเกิดความรัก ความสามัคคีในชุมชนท้องถิ่นของอำเภออุทัยและใกล้เคียง และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภออุทัยและ

จ. พระนครศรีอยุธยา

สมาคมผู้ปกครอง ครูและศิษย์เก่าโรงเรียนอุทัย ร่วมกับโรงเรียนอุทัย และอำเภออุทัย จึงได้จัด โครงการวิ่งการกุศล “อุทัยมินิฮาล์ฟมาราธอน 2022” สานฝันการศึกษา ในวันที่ 27 พฤศจิกายน 2565 ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้นักเรียน บุคลากร และประชาชนทั่วไปได้มีโอกาสในการออกกำลังกายนำมาซึ่งสุขภาพร่างกายสมบูรณ์ เพื่อพาสานชุมชนในอำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้มีความเข้มแข็งด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมด้วยการออกกำลังกาย รวมทั้งมีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้สมทบทุนปรับปรุงอาคารอเนกประสงค์ของโรงเรียนอุทัย



อิชิตัน เล็งเห็นความสำคัญของการมีสุขภาพดีของประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงจึงร่วมสนับสนุนผลิตภัณฑ์อิชิตัน น้ำต่าง 8.5 ให้นักวิ่งในชุมชน คนในพื้นที่ใกล้เคียง รวมกว่า 2,000 คน ได้มีสุขภาพที่ดี และเต็มความสดชื่นหลังจากการวิ่งในทุกระยะ



สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ
เครื่องดื่มงานวิ่ง ปี 2022
มากกว่า 10 กิจกรรม

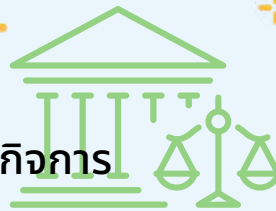


สนับสนุนเครื่องดื่ม
จำนวน
24,000 ขวด



Governance

ประเด็นสำคัญความยั่งยืนด้านการกำกับดูแลกิจการ



1

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

อิซตัน มุ่งเน้นให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างความโปร่งใส ถูกต้อง และ เป็นธรรม ตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองต่อบริบทในการดำเนินธุรกิจ และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ระบบการตรวจสอบและควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส อันจะส่งผลให้ธุรกิจมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน เป็นต้นแบบของการดำเนินธุรกิจที่ซื่อสัตย์ สุจริต และต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ อีกทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

บริษัทฯ ได้มีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการในองค์กรตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัท จดทะเบียนปี 2560 (CG Code 2017) เพื่อให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และสถานการณ์ปัจจุบันตามแนวทางของสำนักงานก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งหน่วยงานการกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนได้สรุปนโยบายที่บริษัทฯ ยังไม่ได้ปฏิบัติตามอันเนื่องมาจากความไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ของบริษัทฯ พร้อมทั้งชี้แจงเหตุผลและมาตรการทดแทน โดยได้จัดทำรายงานและบันทึกไว้เป็นมติของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัททุกครั้ง เพื่อพิจารณาหาทางออกที่เหมาะสมต่อไป

ทั้งนี้ กระบวนการทบทวนและปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการดำเนินการโดยคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน และพิจารณารับรองโดยคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



เป้าหมายด้านการกำกับดูแลกิจการ

ได้รับการประเมินระดับ
"ดีเลิศ" จากการเปิดเผย
รายงานการกำกับดูแลกิจการ
บริษัทจดทะเบียนโดยสมาคม
ส่งเสริมสถาบัน
กรรมการบริษัทไทย (IOD)

พนักงานทุกระดับได้รับการ
อบรมและผ่านการทดสอบ
หลักสุทธธรรมาภิบาล
และการต่อต้านทุจริต
คอร์รัปชัน



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565



ได้รับการประเมินระดับดีเลิศ (Excellence) หรือระดับ 5 ดาว จากการเปิดเผยรายงานกำกับดูแลกิจการ บริษัทจดทะเบียน โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6



“ICHI” ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน THSI (Thailand Sustainability Investment) ประจำปี 2565



บริษัทฯ ได้รับการต่ออายุใบรับรองครั้งที่ 1 จากแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) โดยการรับรองดังกล่าวจะมีอายุ 3 ปี

ร้อยละ 100 พนักงานทุกระดับได้รับการอบรม เกี่ยวกับการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน และมีการเปิดเผยนโยบายดังกล่าวไว้บนระบบ Intranet ของบริษัทฯ

ในปี 2565 บริษัทฯ ไม่มีการรายงาน หรือการกระทำผิดเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน



ร้อยละ 100 พนักงานทุกระดับได้รับการอบรม หลักการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรม จรรยาบรรณ และวัฒนธรรมองค์กร

ในปี 2565 บริษัทฯ ไม่มีรายงานการฝ่าฝืน หรือการกระทำผิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณทางธุรกิจ



ร้อยละ 100 พนักงานทุกระดับได้รับการอบรม เกี่ยวกับนโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และรายการที่เกี่ยวข้องกัน และมีการเปิดเผยนโยบายดังกล่าวไว้บนระบบ Intranet ของบริษัทฯ

ในปี 2565 บริษัทฯ ไม่มีการรายงานการ กระทำผิดเกี่ยวกับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และรายการที่เกี่ยวข้องกัน



ร้อยละ 100 หน่วยงานที่มีความเสี่ยงมีมาตรการการจัดการความเสี่ยง





คณะกรรมการบริษัทของ บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย (บริษัทฯ) ได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมุ่งมั่นอย่างยิ่งที่จะพัฒนาการกำกับดูแลกิจการอย่างต่อเนื่องให้เป็นองค์กรมีประสิทธิภาพ เกิดการพัฒนาบริหารจัดการทางธุรกิจที่ดี โดยมุ่งเน้นการสร้างประโยชน์สูงสุดแก่ ผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสีย และสังคม ตลอดจนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งยึดมั่นคุณธรรม จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจที่มีการเปิดเผยข้อมูลที่เหมาะสม ถูกต้อง โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ จึงได้จัดทำเป็น “นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี” อย่างเป็นทางการลักษณะอักษรตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา ซึ่งผ่านการกลั่นกรองร่วมกันตั้งแต่พนักงานระดับชั้นปฏิบัติการมาจนถึงระดับผู้บริหาร และกรรมการ โดยมีคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน ทำหน้าที่ดูแลกำกับให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามกฎหมายที่ข้อบังคับต่างๆ ของสำนักงาน ก.ล.ต., ข้อบังคับบริษัทฯ, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, พระราชบัญญัติบริษัทมหาชน รวมทั้งกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

ในปี 2565 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มุ่งสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้กับบุคลากรในองค์กรทุกระดับ ผ่านระบบสารสนเทศภายใน (Intranet) และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของบริษัทประจำวัน เพื่อติดตามผลการนำไปปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินงานธุรกิจ ทั้งนี้คณะกรรมการบริษัทเห็นสมควรทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นประจำ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง จึงได้มีมติอนุมัติปรับปรุง “คู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรม และจรรยาบรรณทางธุรกิจ” เพื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน พร้อมเปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ <http://www.ichitangroup.com> ภายใต้หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการที่ดี”

2

จริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ



คณะกรรมการบริษัท ได้กำหนดหลักปฏิบัติเกี่ยวกับจริยธรรม และจรรยาบรรณทางธุรกิจไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ตามวิสัยทัศน์ของบริษัทที่จะเติบโตไปพร้อมสังคมที่ดี โดยคณะกรรมการ ฝ่ายบริหาร พนักงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจ และการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และเที่ยงธรรม ทั้งการปฏิบัติต่อบริษัทฯ ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สาธารณชนและสังคม รวมทั้งการกำหนดระบบติดตามการปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าวเป็นประจำ รวมถึงมีการเปิดเผยการปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าว โดยเปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ <http://www.ichitangroup.com> ภายใต้หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการที่ดี”



ในปี 2565 บริษัทฯ จัดให้มีการอบรมสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับในองค์กร และพนักงานใหม่ โดยการจัดกิจกรรม Happy Monday เป็นประจำทุกเดือนในการสื่อสารหลักการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรม จรรยาบรรณ และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้ตระหนักถึงแนวทางการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีจริยธรรมสุจริต และโปร่งใส ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่มีรายงานการฝ่าฝืนหรือการกระทำผิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณทางธุรกิจดังกล่าว



คณะกรรมการบริษัทตามหลักการทำกับดูแลกิจการที่ดี ประกอบด้วยกรรมการไม่น้อยกว่า 5 คน และไม่มากกว่า 15 คน ปัจจุบันบริษัทฯ มีกรรมการจำนวน 9 ท่าน เหมาะสมและสอดคล้องกับขนาดของกิจการบริษัทฯ แบ่งเป็น กรรมการจากฝ่ายบริหาร 6 ท่าน กรรมการที่ไม่ได้มาจากฝ่ายบริหาร 3 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยกรรมการที่มีทักษะความรู้ในหลากหลายวิชาชีพ ประวัติการทำงานโปร่งใส มีคุณธรรม และมีประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ผ่านการจัดทำตารางความรู้ ประสบการณ์ และทักษะเฉพาะทาง (Board Skills Matrix) ประกอบด้วยทักษะทางด้านอุตสาหกรรม ด้านการจัดการ ด้านการบริหารระหว่างประเทศ ด้านการตลาดและวางแผนกลยุทธ์ ด้านบัญชีการเงิน ด้านกฎหมาย ด้านการบริหารความเสี่ยง ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดให้กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารอย่างน้อย 1 คน ที่มีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ และได้มีการกีดกันทางเพศแต่อย่างใด

ตารางความรู้ ประสบการณ์ และทักษะเฉพาะทาง (Board Skills Matrix)

รายชื่อกรรมการ	เกี่ยวกับอุตสาหกรรม	การบริหารจัดการธุรกิจ	ธุรกิจระหว่างประเทศ	การตลาด / การวางแผนเชิงกลยุทธ์	การเงิน / บัญชี	กฎหมาย	การพัฒนาองค์กร	เทคโนโลยีสารสนเทศ	การกำกับดูแลกิจการ	การบริหารความเสี่ยง
1. พล.อ.ต.ณัฐวรรณ์ นิยมมรนากรณ์	✓	✓					✓		✓	✓
2. นางอิง ภาสกรนที	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
3. นายตัน ภาสกรนที	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓
4. นายธิตี จิรนนท์กาล	✓	✓	✓					✓	✓	
5. นายวิโรจน์ สุภาสุรย์	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
6. นายธนพันธุ์ คงนันทะ	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓
7. นางสาวอารยา พานิชาขุนนท์	✓	✓			✓				✓	
8. นายประสาน ลีမ်พิพัฒกุล	✓	✓			✓		✓		✓	✓
9. นายอิสสระชัย เดชาฤทธิ์	✓	✓				✓	✓		✓	✓
รวม จำนวนกรรมการ (คน)	9	9	5	4	6	2	7	2	9	7





“ICHI” ได้รับการประเมินอยู่ในเกณฑ์ “ดีเลิศ”

จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR)



บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ “ICHI” ได้รับผลการประเมิน “โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2565” (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2022: CGR) อยู่ในเกณฑ์ “ดีเลิศ” ระดับ 5 ดาว ต่อเนื่องกันเป็นปีที่ 6 (ตั้งแต่ปี 2560 - 2565) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ภายใต้การสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.)

“ICHI” ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน

THSI (Thailand Sustainability Investment) ประจำปี 2565

เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2565 บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ “ICHI” ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน THSI (Thailand Sustainability Investment) ประจำปี 2565 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) โดยมีบริษัทจดทะเบียนที่ผ่านการคัดเลือก 170 บริษัท นับเป็นความภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง สะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ที่มีมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environment, Social, and Government: ESG)



“ICHI” ได้รับการประกาศเกียรติคุณ Sustainability Disclosure Recognition ประจำปี 2565

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ “ICHI” ได้รับประกาศเกียรติคุณ Sustainability Disclosure Recognition ประจำปี 2565 ในด้านการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน จากสถาบันไทยพัฒน์ ซึ่งบริษัทฯ ได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลการดำเนินงาน ซึ่งครอบคลุม 3 มิติ ทั้งการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม หรือประเด็นด้าน ESG (Environmental, Social and Governance) นอกเหนือจากข้อมูลทางการเงิน ซึ่งแสดงถึงความยั่งยืนของธุรกิจ



“ICHI” ได้รับการรับรองต่ออายุการเป็นสมาชิกของ “แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต” หรือ “Collective Action Coalition Against Corruption (CAC)”

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้รับการรับรองการเป็นสมาชิกของ “แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต” หรือ “Collective Action Coalition Against Corruption (CAC)” ตั้งแต่ปี 2561 - ปัจจุบัน



ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2565 “อิชิตัน” ได้รับการต่ออายุใบรับรองครั้งที่ 1 จากแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) โดยการรับรองดังกล่าวจะมีอายุ 3 ปี นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ส่งสารเชิญคู่ค้า ลูกค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) เพื่อแสดงเจตนารมณ์อย่างเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ตลอดจนมีการส่งเสริมแนวปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มบนพื้นฐานของความรับผิดชอบ ชื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และเป็นธรรม ภายใต้การผลักดันของ คุณดนัย ภาสกรนที กรรมการผู้อำนวยการ (CEO) ที่มุ่งมั่นในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบทั้งภายในองค์กร และหน่วยงานอื่นๆ ภายนอกองค์กร

การใช้ข้อมูลภายใน และการป้องกัน ความขัดแย้งทางผลประโยชน์



การใช้ข้อมูลภายใน

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ) มีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาและอนุมัติการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ เพื่อป้องกันการนำข้อมูลภายในของบริษัทฯไปใช้ โดยเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับฐานะทางการเงินของบริษัทฯ ก่อนที่จะเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยการจำกัดจำนวนบุคคลที่จะทราบข้อมูลในวงจำกัด และจัดให้มีการให้ความรู้แก่ผู้บริหารเพื่อรับทราบภาระหน้าที่ ที่ผู้บริหารต้องรายงานการถือหลักทรัพย์ของตน คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะซึ่งถือหลักทรัพย์ของบริษัทฯ รวมทั้งบทกำหนดโทษตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม (“พ.ร.บ.หลักทรัพย์”) และบริษัทฯ ได้กำหนดให้ผู้บริหารรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ต่อคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามมาตรา 59 แห่ง พ.ร.บ.หลักทรัพย์ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดห้ามผู้บริหารที่ได้รับทราบข้อมูลภายในกระทำการใดๆ ซึ่งเป็นการขัดต่อมาตรา 241 แห่งพ.ร.บ.หลักทรัพย์

การใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องมีการจัดการอย่างเหมาะสมเพื่อให้ข้อมูลรั่วไหล หรือ อาจถูกนำไปใช้ประโยชน์ในทางที่ไม่ถูกต้อง และเป็นการเอาเปรียบบุคคลอื่นซึ่งนอกจากจะเป็นการผิดกฎหมายแล้วยังกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัทฯอีกด้วย คณะกรรมการบริษัทจึงเห็นสมควรให้จัดทำนโยบายการจัดการข้อมูลภายใน ที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ฉบับนี้ขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร โดยให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนถือปฏิบัติ และสื่อสารอย่างถูกต้อง โดยรายละเอียดปรากฏใน “คู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรม และจรรยาบรรณทางธุรกิจ” พร้อมเปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ <http://www.ichitangroup.com> ภายใต้หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการที่ดี”

ทั้งนี้ ในระหว่างปี 2565 กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานได้ปฏิบัติตามนโยบายข้างต้นอย่างเคร่งครัด รวมถึงไม่มีรายงานการกระทำผิดเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำคลิปวิดีโอสำหรับอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานในองค์กรทุกระดับ และพนักงานเข้าใหม่ ได้รับทราบและนำไปปฏิบัติ ตลอดจนมีการเปิดเผยนโยบายดังกล่าวไว้บนระบบ Intranet ของบริษัทฯ อีกด้วย

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และรายการที่เกี่ยวข้องกัน

คณะกรรมการบริษัท ได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์บนหลักการที่ว่า การตัดสินใจใดในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจจะต้องทำเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯเท่านั้น และควรหลีกเลี่ยงการกระทำที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์โดยกำหนดให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือเกี่ยวข้องกับรายการที่พิจารณาต้องแจ้งให้บริษัทฯทราบถึงความสัมพันธ์หรือการเกี่ยวข้องของตนในรายการดังกล่าว และต้องไม่เข้าร่วมการพิจารณาตัดสินใจ รวมถึงไม่มีอำนาจอนุมัติในธุรกรรมนั้นๆ คณะกรรมการตรวจสอบจะนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวข้องกันและรายการที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ซึ่งได้มีการพิจารณาความเหมาะสมอย่างรอบคอบ และได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่สำคัญงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์ฯกำหนด

ทั้งนี้ ในระหว่างปี 2565 กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานได้ปฏิบัติตามนโยบายข้างต้นอย่างเคร่งครัด รวมถึงไม่มีรายงานการกระทำผิดเกี่ยวกับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และรายการที่เกี่ยวข้องกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำคลิปวิดีโอสำหรับอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และรายการที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานในองค์กรทุกระดับ และพนักงานเข้าใหม่ ได้รับทราบและนำไปปฏิบัติ ตลอดจนมีการเปิดเผยนโยบายดังกล่าวไว้บนระบบ Intranet ของบริษัทฯ อีกด้วย





บริษัท อีซีตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) มีอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมโดยยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี และจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดจนนโยบายและแนวทางปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ โดยได้แสดงเจตนารมณ์ความมุ่งมั่นในการต่อต้านคอร์รัปชันในทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ทั้งการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายในบริษัทฯ และร่วมกับหน่วยงานภายนอก ทั้งนี้เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2562 บริษัทฯ ได้รับรองการเข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (Thailand’s Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC) โดยมีอายุใบรับรอง 3 ปี ทั้งนี้ ในปี 2565 บริษัทฯ ได้รับการต่ออายุใบรับรองครั้งที่ 1 แล้ว เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2565

บริษัท อีซีตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ได้ตระหนักเห็นถึงความสำคัญของหลักการ กำกับดูแลกิจการที่ดี โดยยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใสเป็นธรรม รับผิดชอบต่อและรับผิดชอบต่อสังคมและรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ จึงมีความมุ่งมั่นในการร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยไม่ยินยอมรับการทุจริตคอร์รัปชันใดๆ ทั้งสิ้น และกำหนดให้บริษัทฯ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งครอบคลุมให้มีการปฏิบัติตามในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินการหรือกระทำการใดๆ โดยให้ความสำคัญกับความโปร่งใส และคำนึงถึงความซื่อสัตย์ในการติดต่อทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ หรือหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อหลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจจะส่งผลกระทบต่อผลกระทบที่ไม่เหมาะสมและขัดแย้งต่อหลักการบริหารจัดการที่ดี รวมทั้งต่อต้านการให้สินบนต่างๆ ต่อเจ้าหน้าที่ เพื่ออำนวยความสะดวกหรือผลประโยชน์ทางธุรกิจของบริษัทฯ และได้มีการกำหนดบทลงโทษทางวินัยสูงสุดแก่ผู้ที่กระทำความผิดดังกล่าวและเพื่อความชัดเจนในการดำเนินการในเรื่องที่มีความเสี่ยงสูงกับการเกิดคอร์รัปชัน กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับต้องปฏิบัติตามด้วยความระมัดระวัง โดยรายละเอียด ปรากฏใน “นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน” พร้อมเปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ <http://www.ichitangroup.com> ภายใต้หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการที่ดี”

นโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิดหรือข้อร้องเรียน

บริษัทฯ ได้จัดให้มีนโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิดหรือข้อร้องเรียนและให้ความคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนเพื่อให้มั่นใจว่าผู้บังคับบัญชาและหน่วยงานเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯได้ทำหน้าที่ดูแลและให้คำแนะนำตลอดจนสอดส่องพฤติกรรม ความประพฤติ และการกระทำต่างๆ ของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปโดยถูกต้อง และผู้แจ้งเรื่องดังกล่าวจะได้รับความคุ้มครอง หากเป็นการกระทำด้วยความสุจริตใจ ซึ่งในปี 2565 บริษัทฯได้มีช่องทางการแจ้งเบาะแส บนเว็บไซต์บริษัทฯ <http://www.ichitangroup.com> ภายใต้หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการที่ดี”

ในปี 2565 บริษัทฯ ไม่มีการรายงาน หรือการกระทำผิดเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายที่จะส่งเสริมให้คู่ค้า ผู้มีส่วนได้เสียเติบโตไปพร้อมกัน จึงมีการกำหนดกลยุทธ์ การเพิ่มคุณค่าทางธุรกิจ โครงการแนวร่วมปฏิบัติ (Collective Action Coalition) ในการต่อต้านการทุจริตของกลุ่ม เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าในทุกกระบวนการห่วงโซ่อุปทาน Supply Chain ของบริษัทฯ นั้น มีความโปร่งใสและได้มีการขยายเจตนารมณ์ไปสู่คู่ค้า (Supplier & Distributor) โดยส่งเสริมความรู้ในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และเปิดโอกาสให้คู่ค้าเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม

- จัดอบรมให้ความรู้ด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับในองค์กร พร้อมลงนาม รับทราบ
- จัดทำ “แนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน” เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายรับทราบและปฏิบัติตาม
- มีการเปิดเผยนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันไว้บนระบบ Intranet ของ บริษัทฯ
- จัดส่งหนังสือเชิญชวนคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจให้เข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายเพื่อแสดงเจตนารมณ์ในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและการติดสินบน



1. นโยบายและแผนบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัท ฝ่ายบริหาร และพนักงานทุกฝ่ายของ บริษัท อิซิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ) ได้ตระหนักถึงความสำคัญ และประโยชน์ของการนำระบบมาตรฐานการบริหารความเสี่ยงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินบริหารธุรกิจโดยบูรณาการเข้ากับกลยุทธ์ และการดำเนินงานในทุกกระบวนการระบบห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ที่อาจจะได้รับผลกระทบจากปัจจัยสภาพแวดล้อม ที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งการปรับตัวรับมือกับสถานการณ์วิกฤติของโลกที่เต็มไปด้วยความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความซับซ้อน (Complexity) และความคลุมเครือ (Ambiguity) ที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วไม่สามารถคาดเดาผลได้ชัดเจนและยากต่อการตัดสินใจหรือที่เรียกว่า VUCA world*

บริษัทฯ ได้กำหนดกรอบนโยบายการบริหารความเสี่ยง ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมความเสี่ยง (Risk Culture) จากการบริหารความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลรวมทั้ง เป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ พร้อมป้องกันและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยความเสี่ยงสำคัญที่อาจกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ตามหลักการความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ (Risk Appetite Framework) เพื่อเป็นโอกาสการพัฒนาและการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ บนหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance Code) และประยุกต์ใช้ 5 องค์ประกอบ 20 หลักการของกรอบแนวทาง COSO - ERM 2017 : Enterprise Risk Management (Integrating with Strategy and Performance) นำไปปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร



โดยจัดให้มีโครงสร้างการบริหารความเสี่ยง มี 3 ระดับ ดังนี้

- ระดับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ให้ความเห็นชอบนโยบายความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite Statement) กำกับดูแล ติดตาม และปรับปรุงแผนบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงการให้ความเห็นเสนอแนะให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Top Down)
- ระดับผู้บริหารระดับสูง พิจารณาและกำหนดค่าระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ให้สอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนินงานและกำหนดกลยุทธ์ภายใต้กรอบนโยบายความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) กำกับดูแล และติดตาม และทบทวนกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง และรายงาน เสนอผลต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงรายไตรมาส
- ระดับหน่วยงาน เป็นตัวแทนผู้รับผิดชอบด้านความเสี่ยงในระดับฝ่าย บ่งชี้ ประเมิน ทำแผน ดำเนินการ รายงานเสนอผลต่อผู้บริหารระดับสูงเป็นประจำทุกเดือน (Bottom up)

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่พิจารณากำกับดูแลและติดตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กร โดยมอบหมายให้ฝ่ายบริหารนำกระบวนการบริหารความเสี่ยงขององค์กรที่ได้รับความเห็นชอบ และอนุมัติไปปฏิบัติ เช่น การจัดทำคู่มือการบริหารความเสี่ยง การจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงเชื่อมโยงกับกลยุทธ์และเป้าหมายการดำเนินงาน การติดตามผลการบริหารความเสี่ยงประจำปี เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน และมีการติดตาม ประเมินผลทบทวนประเด็นความเสี่ยงสำคัญ และเตรียมแผนรองรับที่เหมาะสมเพียงพอให้สอดคล้องกับทุกสถานการณ์ โดยปัจจัยความเสี่ยงที่อาจมีผลต่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมีนัยสำคัญแบ่งเป็น 5 ด้านสรุปได้ดังนี้

หมายเหตุ: * “VUCA World” สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และองค์กรธุรกิจต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

2. ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจ

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

1.1. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มตระกูล ภาสกรนที ถือหุ้นในบริษัทจำนวน 540.86 ล้านหุ้น คิดเป็นร้อยละ 41.6 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท จึงทำให้กลุ่มตระกูล ภาสกรนที สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดต้องให้ได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

มาตรการและแนวทางการจัดการ

บริษัทได้จัดโครงสร้างการบริหารจัดการซึ่งประกอบไปด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และได้กำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจนเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี และมีการแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อทำหน้าที่ในการตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัท และดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อยได้อย่างเพียงพอ

1.2. ความเสี่ยงจากการบริหารงานที่พึ่งพาผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่

สินค้าเป็นตัวสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของผู้บริหารคนสำคัญของบริษัทฯ ซึ่งถือหุ้นในบริษัทร้อยละ 27.74 โดยนายต้น ภาสกรนที มีส่วนสำคัญในการบริหารงานบริษัทจนมีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม และทำให้บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง ในปี 2565 บริษัทฯ มีรายได้รวมจำนวน 6,359.6 ล้านบาท

มาตรการและแนวทางการจัดการ

บริษัทฯ มีการปรับโครงสร้างการจัดการของบริษัท ให้มีการกระจายอำนาจการจัดการ ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบให้แก่ผู้บริหารในสายงานต่างๆ ตามความรู้ความสามารถและประสบการณ์ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารดังกล่าว พร้อมทั้งมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารเพื่อสามารถบริหารกิจการงานของบริษัทฯ ได้ต่อไปอย่างยั่งยืน

1.3. ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขัน

ประเทศไทยและมีผู้ประกอบการธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มจำนวนมากในอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งอาจก่อให้เกิดภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงและส่งผลกระทบต่อรายได้และยอดขาย

มาตรการและแนวทางการจัดการ

บริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดราคาที่เหมาะสม และไม่เน้นการลดราคา โดยจะเน้นการเป็นผู้นำในด้านนวัตกรรมคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการตลาดรูปแบบใหม่ๆ ที่เน้นการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง รวมถึงการจัดการกิจกรรมการตลาด การโฆษณา และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ภายใต้การบริหารงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับสินค้าในกลุ่มชาเขียวพร้อมดื่ม บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ในด้านรสชาติ คุณภาพ และ บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่สำคัญ โดยบริษัทฯ ก็มีแผนกลยุทธ์ในการสรรหาแหล่งวัตถุดิบคุณภาพ และระบบการผลิตที่เป็นระบบปิดทั้งระบบ ส่งมอบเครื่องดื่มคุณภาพในราคาที่เหมาะสมต่อผู้บริโภค และแข่งขันได้ในธุรกิจเครื่องดื่ม



1.4. ความเสี่ยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องทำอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาบริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องแข่งขันกับเวลาและการบริหารต้นทุน

มาตรการและแนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะทำงาน (Stage Gate) เพื่อพิจารณากลับกรอง ทบทวนผลิตภัณฑ์ใหม่ และให้ความเห็นที่งานพัฒนาสินค้าใหม่ (New Product Development) ตั้งแต่การเสนอแนวคิดจนถึงการพัฒนา ทดสอบ และนำออกสู่ตลาด รวมทั้งกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติว่าทุกครั้งก่อนการเปิดตัวหรือคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทฯ จะทำการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค โดยสถาบันวิจัยด้านการตลาดรวมถึงทำการทดสอบคุณภาพ การผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การทดสอบรสชาติ พร้อมวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ในเชิงพาณิชย์ ณ ระดับที่ควบคุมได้ โดยบริษัทฯ มีการจัดตั้งฝ่ายวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าอย่างสม่ำเสมอ ภายใต้การบริหารงบประมาณที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้ผู้บริโภคและลูกค้ามั่นใจได้ว่าการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในแต่ละครั้งจะประสบความสำเร็จ โดยในปี 2565 บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงลดน้ำตาลสำหรับสินค้าเดิม เช่น เย็นเย็น อิชิตันอันนี้เลมอน ซึ่งตอบโจทย์ตามความต้องการในตลาดผู้บริโภคที่มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น รวมถึงมีการออกสินค้าใหม่ ได้แก่ อิชิตัน “คาเทชิน 0 แคลอรีน้ำตาล 0 %”, ซึซึโอเกะ รสชาทุระพีช, เย็น เย็น รสบ๊วยสมุนไพร, และ ต้นชื่นชู ซึ่งปราศจากน้ำตาลแต่ได้ยังคงความสดชื่น และสอดคล้องกับค่านิยมในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

1.5. ความเสี่ยงการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลักตั้งแต่ร้อยละ 30 ของยอดขายรวม

บริษัทฯ กระจายสินค้าไปสู่กลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) ผ่านตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก 3 ราย โดยสัญญาจัดจำหน่ายมีอายุ 3-5 ปี ได้แก่ บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด โอเอมกรุ๊ป จำกัด และ บริษัท บุญรอดเอเชีย จำกัด ด้วยสัดส่วนการกระจายสินค้าคิดเป็นร้อยละ 77.6 ร้อยละ 7.4 และร้อยละ 5.3 ของยอดขายสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 ตามลำดับ และมียอดส่งออกคิดเป็นร้อยละ 9.7 ของยอดขาย ทั้งนี้ บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงในการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก (ข้อมูลสำหรับปี สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)

มาตรการและแนวทางการจัดการ

การมีผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก 3 ราย ถือเป็นแนวทางการกระจายความเสี่ยงของบริษัทฯตามข้อตกลงที่ได้กำหนดไว้ในสัญญาการจัดจำหน่ายกับทางผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลักคือ บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด ที่ให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มผู้จัดจำหน่ายได้อีก 2 รายดังกล่าวข้างต้น เพื่อเป็นการบริหารความเสี่ยง อย่างไรก็ตาม จากความสัมพันธ์อันดีที่ผ่านมากับผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก 3 รายข้างต้น และการปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาอย่างเคร่งครัด บริษัทฯ มั่นใจได้ว่าจะยังคงต่ออายุสัญญาจัดจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทฯ ต่อไป

2. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risk)

2.1. ความเสี่ยงทางด้านแรงงานและกระบวนการผลิต

ความเสี่ยงด้านการผลิตสินค้า ที่อาจไม่ทันตามความต้องการ และความเสี่ยงที่จะเกิดสินค้าบกพร่องในกระบวนการผลิต รวมถึงคุณภาพสินค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียและผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทฯ

มาตรการและแนวทางการจัดการ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 พนักงานของบริษัทฯมีจำนวน 362 คน เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่เกิดในระบบการผลิตและคุณภาพของสินค้าบริษัทฯ จึงได้ลงทุนในเครื่องจักรระบบอัตโนมัติ “Auto Warehouse” ที่ “โรงงานอิชิตัน กรุ๊ป” ซึ่งเป็นโรงงานแห่งแรกในประเทศไทยที่มีการดำเนินการผลิตแบบอัตโนมัติตั้งแต่ต้นสายการผลิตไปจนถึงสต็อกเก็บสินค้าโดยสามารถเดินเครื่องติดต่อกันได้ถึง 120 ชั่วโมง เพื่อลดปัญหาการผิดพลาดในการผลิตลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับตัวสินค้าได้ครอบคลุมทุกด้าน ปัจจุบันบริษัทฯ มีกำลังการผลิต 1,500 ล้านขวด และ 200 ล้านกล่องต่อปี ด้วยนวัตกรรมบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ (Cold Aseptic Filling Technology) เป็นเทคโนโลยีระดับมาตรฐานสากลในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม พร้อมทั้งการนำระบบการบำรุงรักษาแบบทวิพล (TPM) มาใช้เพื่อให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น สร้างขีดความสามารถในระดับที่มั่นใจว่าสามารถรองรับความต้องการผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่องโดยข้อมูลข้างต้น ทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมและจัดการความเสี่ยง ด้านแรงงานและความพร้อมใช้งานของเครื่องจักรระบบอัตโนมัติ “Auto Warehouse” ได้

2.2. ความเสี่ยงด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีบรรจุภัณฑ์เป็นพลาสติก ซึ่งกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีนโยบายการจัดการขยะพลาสติกของประเทศ พ.ศ. 2561 – 2573 โดยหนึ่งในเครื่องมือที่ถูกนำมาศึกษาเพื่อประกอบการกำหนดนโยบาย คือหลักการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต ที่ผู้ผลิตจะต้องมีความรับผิดชอบต่ออย่างครบวงจร ตั้งแต่การออกแบบ กระดาษสินค้า การรับคืน การเก็บรวบรวม การใช้ซ้ำ การนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำขยะบรรจุภัณฑ์หลังกระบวนการบริโภค กล่าวคือความรับผิดชอบต่อในการจัดการซากผลิตภัณฑ์ (ขยะ) ของตัวเอง

มาตรการและแนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยิ่งจึงได้ตั้งคณะกรรมการทำงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อกำหนดแนวทางดำเนินการและติดตามผลการบริหารจัดการในเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงงานด้วยแนวคิด 3R คือ ลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ทำให้สามารถลดปริมาณของเสียในกระบวนการผลิต ลดการทิ้งเศษวัสดุ ออกสู่ภายนอกและลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสีย มีการปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อลดการใช้พลังงาน พร้อมทั้งมีการกำหนดให้มีการตรวจวัด ผลกระทบอย่างต่อเนื่อง โดยผลการตรวจสอบในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรมทุกรายการไม่ส่งผลกระทบต่อทำลายสภาพแวดล้อมและทรัพยากรของชุมชน

2.3. ความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยในการบริโภค

เนื่องจากความปลอดภัยในการบริโภคเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญ ความผิดพลาดเพียงเล็กน้อยอาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด

มาตรการและแนวทางการจัดการ

บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการคัดเลือกวัตถุดิบและวัตถุดิบในทุกขั้นตอน การผลิตเพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพสูงและได้มาตรฐานสากล เช่น GHP, HACCP, ISO9001, HALAL, ISO14001, ISO/IEC17025, ISO50001, FSSC22000 เป็นต้น ในกระบวนการผลิตทุกชุดจะมีการเก็บตัวอย่างตามมาตรฐานไว้เพื่อตรวจสอบเชื้ออย่างน้อย 7 วัน ก่อนที่จะจำหน่ายออกไปและเก็บป้องกันไว้สำหรับการอ้างอิง โดยในสินค้า 1 ชุดจะผลิตออกมาเป็นจำนวนมากถ้าหากมีการติดเชื้อจะต้องติดเชื้อทั้งชุด ดังนั้น ก่อนที่จะส่งออกไปจำหน่ายทางแผนกประกันคุณภาพ (QA) จะนำผลิตภัณฑ์ตรวจสอบในห้องแล็บ (Laboratory) ซึ่งเป็นการป้องกันความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในตัวผลิตภัณฑ์ และในทางปฏิบัติเครื่องจักรของบริษัทฯใช้เทคโนโลยีระดับมาตรฐานสากล และเป็นระบบปิดทั้งกระบวนการที่ผ่านมายังไม่เคยปรากฏเรื่องความปลอดภัยในตัวผลิตภัณฑ์

2.4. ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ปัจจุบันทุกภาคส่วนให้ความสำคัญต่อประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนมากขึ้น บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จากประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงบุคคลที่อาจได้รับผลกระทบครอบคลุม พนักงาน ชุมชนและสิ่งแวดล้อม คู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจ และลูกค้า โดยเฉพาะประเด็นสุขภาพและความปลอดภัยของกลุ่มบุคคลดังกล่าว เป็นประเด็นสำคัญที่ต้องควบคุมและจัดการ เนื่องจากการจัดการที่ไม่ดีจะสามารถส่งผลกระทบต่อการเงิน และด้านชื่อเสียงต่อธุรกิจของบริษัทฯ

มาตรการและแนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ได้มีการกำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน โดยยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยเฉพาะหลักสิทธิมนุษยชนซึ่งเป็นสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐานที่บุคคลพึงมี ทั้งในด้านการจ้างงานอย่างเท่าเทียม ไม่มีการจำกัดวิถีทางเพศ ทั้งชาย-หญิง ผู้ที่มีอัตลักษณ์ทางเพศหลากหลาย (LGBTQ) และผู้พิการ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎหมายระดับประเทศและหลักสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนอย่างเคร่งครัด และมีนโยบายที่จะจำหน่ายและผลิตสินค้าตามมาตรฐานสูงสุด เพื่อส่งมอบสินค้าที่มีความปลอดภัยและส่งต่อให้คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจทราบเป็นแนวทางการบริหารจัดการ เพื่อป้องกันการเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการดำเนินงานที่อาจก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน พร้อมทั้งสนับสนุนให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีการสื่อสาร ให้ความรู้ พร้อมทั้งการฝึกอบรมพนักงานด้านความปลอดภัย และมีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุการดำเนินการตามมาตรฐานการบริหารและการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน และในสภาพการทำงานที่ปลอดภัย

บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางการร้องเรียนเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน ทั้งการแจ้งผ่านกล่องรับข้อมูลซึ่งจัดตั้งในบริเวณโรงงาน และการแจ้งผ่านเว็บไซต์บริษัทฯ โดยในปี 2565 ไม่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชนในองค์กรและห่วงโซ่อุปทานของบริษัท

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

3.1. ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศซึ่งเกิดจากแผนธุรกิจที่มีการขยายตลาดส่งออกไปยังต่างประเทศมากขึ้นในรูปแบบการซื้อสินค้าและการขายสินค้าเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ

มาตรการและแนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ได้บริหารความเสี่ยง โดยการเจรจากับคู่ค้ารับชำระเป็นเงินสกุลเงินบาทเป็นส่วนใหญ่ พร้อมนำเครื่องมือทางการเงิน (Financial Instrument) ต่างๆ มารองรับไว้ เช่น Fx Forward อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ ไม่มีความเสี่ยงจากเงินตราต่างประเทศที่เป็นสาระสำคัญ

3.2. ความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลัก

เนื่องจากเศรษฐกิจไทย และเศรษฐกิจโลก ได้รับผลกระทบจากสงครามรัสเซีย-ยูเครน ส่งผลให้เกิดภาวะเงินเฟ้อ วิกฤตขาดแคลนอาหารโลก และราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งกระทบต่อราคาวัตถุดิบ และต้นทุนการผลิตสินค้าของบริษัทฯ

มาตรการและแนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ได้มีการวางแผนการจัดการล่วงหน้า โดยฝ่ายจัดซื้อได้มีการทำสัญญาสั่งซื้อสินค้ากับผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักไว้ล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 1 ปี หรือมากกว่า เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพตรงตามข้อกำหนดของบริษัทฯ ในปริมาณที่เพียงพอกับแผนการผลิตในราคาที่เหมาะสม และได้มีการวางแผนจัดหาวัตถุดิบจากหลายแหล่งเพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ค้ารายใดรายหนึ่ง โดยบริษัทฯ ได้ทำสัญญากับผู้จำหน่ายจำนวน 2-3 รายเสมอ โดยวัตถุดิบที่จัดหาโดยผู้ค้าแต่ละรายเป็นวัตถุดิบที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ และบริษัทฯ ใช้หลักการ การประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) โดยการเพิ่มปริมาณการผลิตสินค้า เพื่อลดต้นทุนต่อหน่วย พร้อมทั้งทำการผลิตต่อเนื่อง ที่จะช่วยลดค่าไฟต่อหน่วย และคลังสินค้าของบริษัทฯ เป็นระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ (Auto Warehouse) มีการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ โดยติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาโรงงานและอาคาร เพื่อลดการใช้กระแสไฟฟ้าและลดค่าไฟ ซึ่งเป็นต้นทุนอีกส่วนหนึ่งที่สำคัญ

4. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ (Compliance Risks)

4.1. ความเสี่ยงกรณีมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 กลุ่มภาสกรนท์ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นกลุ่มใหญ่ในบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 41.6 ของทุนชำระแล้ว จึงทำให้กลุ่มภาสกรนท์ สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด เช่น เรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้นอนุมัติ ยกเว้นเรื่องที่เกี่ยวข้องหรือข้อบังคับบริษัท ที่ต้องได้รับมติเสียงสามในสี่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบถ่วงดุลเรื่องที่เสนอได้ แต่กลุ่มภาสกรนท์ ไม่มีสิทธิออกเสียงในการพิจารณาการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มภาสกรนท์ อย่างไรก็ตาม การถือหุ้นใหญ่โดยกลุ่มครอบครัวคุณตัน ภาสกรนท์ เป็นการถ่วงดุลอำนาจกัน จะยังคงทำหน้าที่เป็นผู้บริหารถ่ายทอดประสบการณ์ธุรกิจและกำหนดทิศทางของบริษัทฯ ต่อไป

มาตรการและแนวทางการจัดการ

บริษัทฯ มีโครงสร้างองค์กร ประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย 5 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน และคณะกรรมการบริหาร โดยมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการแต่ละคณะอย่างชัดเจน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี พร้อมกันนี้คณะกรรมการตรวจสอบที่ประกอบด้วยกรรมการอิสระทั้งคณะ จะทำหน้าที่ติดตามรายการที่เกี่ยวข้องกันโดยให้ผู้จัดการฝ่ายตรวจสอบภายในนำเสนอรายไตรมาส

4.2. ความเสี่ยงจากการกระทำผิดต่อพรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

เนื่องจากพ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มีผลบังคับใช้ในปี 2565 ซึ่งมีข้อบังคับสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล การใช้ และการเผยแพร่ข้อมูล และเพื่อให้ข้อมูลส่วนบุคคลนั้นถูกนำไปใช้ในทางที่เหมาะสมมากที่สุด ขอบข่ายในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลจึงเป็นสิ่งที่ มีข้อจำกัด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการนำข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลต่างๆ ไปใช้งาน โดยมีการกำหนดโทษเอาไว้ 3 ส่วน คือโทษทางแพ่ง โทษทางอาญา และโทษทางปกครอง

มาตรการและแนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามขั้นตอนที่ พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กำหนดอย่างครบถ้วน พร้อมทั้งมีการกำหนดนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อจัดให้มีวิธีการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลที่เหมาะสม และมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมสำหรับการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่บริษัทฯ ทำการรวบรวม ใช้ และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กฎหมายและกฎเกณฑ์ทางการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ในปี 2565 บริษัทฯ ไม่มีการร้องเรียน การกระทำผิดต่อ พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

5. ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

คณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหารมีการติดตามความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ทั่วโลก (Global Emerging Risk) อย่างสม่ำเสมอ โดยพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงที่อาจกระทบหรือเป็นโอกาสต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใส่ใจต่อสุขภาพมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างพลิกผัน (Disruptive Technology and Innovation) ภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Crime) ความเสี่ยงจากภัยพิบัติจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศแบบกะทันหัน สงครามการค้าระหว่างประเทศ โรคอุบัติใหม่ เป็นต้น

5.1. ความเสี่ยงการเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใส่ใจต่อสุขภาพมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของไทยในการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจะมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจในหลายๆ ด้าน ทั้งการบริโภค การออมและการลงทุน การคลังของประเทศ ไปจนถึงภาคการผลิต รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใส่ใจต่อสุขภาพมากขึ้น ซึ่งบริษัทฯ ได้รับผลกระทบทั้งด้านการบริโภคและการผลิต ที่จะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าว

มาตรการและแนวทางการจัดการ

ในปี 2565 บริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์หลายรายการ พร้อมมุ่งเน้นการเจาะตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มคนที่ใส่ใจสุขภาพ โดยการปรับสูตรลดน้ำตาล และใช้สารแทนความหวานในปริมาณที่เหมาะสม แต่ยังคงความอร่อยสดชื่นตามแบบฉบับเครื่องดื่มของอิชิตัน ได้แก่ อันนี้เลมอนสูตรใหม่ และ คาเทชิน 0 แคลอรี (รสชาติเขียวมะลิ และ ชาอู่หลง สูตรน้ำตาล 0 %) เป็นต้น

5.2. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)



บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือ Climate Change เนื่องจากความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มีผลกระทบต่อเติบโตของธุรกิจทั่วโลกในอีก 3 ปีข้างหน้า และก่อให้เกิดข้อตกลงและกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดมากขึ้นที่จะส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ในอนาคต

นอกจากนี้ในปี 2565 มีปริมาณน้ำมาก และฝนตกหนัก ทำให้เกิดอุทกภัยหลายพื้นที่ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อการเฝ้าระวังอุทกภัยเป็นอย่างมาก เพราะอาจส่งผลกระทบต่อโรงงานของบริษัทฯ และการผลิตสินค้า



มาตรการและแนวทางการจัดการ

โครงการพลังงานทดแทน Solar cell - บริษัทฯ มีการติดตั้งระบบพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ Solar cell แบบ Grid-Connect บนพื้นที่ 35,592 ตรม. บริเวณหลังคาโรงงานขนาด 4,383 กิโลวัตต์ (kWp) เพื่อช่วยสร้างพลังงานไฟฟ้าไว้ใช้งานภายในโรงงาน ลดการพึ่งพาไฟฟ้าที่ผลิตจากโรงไฟฟ้าที่ใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล เช่น น้ำมันเตา ถ่านหิน ก๊าซธรรมชาติ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกสู่ชั้นบรรยากาศได้ถึง 2,488 ตันต่อปี สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงแดดได้ประมาณ 356,235 กิโลวัตต์-ชั่วโมง/เดือน คิดเป็นค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 1.58 ล้านบาท/เดือน (คิดอัตราค่าไฟฟ้าที่ 4.43 บาทต่อหน่วย กิโลวัตต์ หรือเทียบเท่า 18.9 ล้านบาทต่อปี)

โรงงานของบริษัทฯ ตั้งอยู่ในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยบริษัทฯ มีการติดตามผลการรายงานระดับน้ำ จากสวนอุตสาหกรรมโรจนะอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในปี 2565 ผลการรายงานอยู่ในระดับปลอดภัย ไม่น่าเป็นกังวล และสวนอุตสาหกรรมโรจนะ มีโครงการก่อสร้างแนวป้องกันน้ำท่วม โดยรอบเขตประกอบการทั้งหมด มีระยะทางประมาณ 75 กิโลเมตร นอกจากนี้บริษัทฯ มีการเตรียมและซ้อมแผน Business Continuity Plan (BCP) เพื่อให้พร้อมรับมือกับเหตุการณ์น้ำท่วมที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

5.3. ความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการรั่วไหลของข้อมูล

ปัจจุบันภัยคุกคามด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์เพิ่มมากขึ้น (Cyber Security) ซึ่งหากบริษัทไม่มีการควบคุมที่ดี อาจส่งผลให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ทั้งข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลอ่อนไหว หรือข้อมูลส่วนบุคคลอาจถูกนำไปเผยแพร่อย่างไม่เหมาะสม ส่งผลต่อภาพลักษณ์บริษัท และอาจถูกฟ้องร้องจากเจ้าของข้อมูล หรืออาจทำให้การดำเนินงานหยุดชะงัก

มาตรการและแนวทางการจัดการ

1. มีการตรวจเช็คการทำงานของระบบ Back up คอมพิวเตอร์สม่ำเสมอ
2. จัดลำดับความสำคัญของข้อมูลสำหรับข้อมูลสำคัญและเป็นความลับ โดยต้องมีการเข้ารหัส และตั้งค่าการพิสูจน์ตัวตนก่อนเข้าถึงข้อมูลสำคัญ
3. Monitor รูปแบบของภัยคุกคาม ในการเข้ามาโจมตีของไวรัส หรือแฮกเกอร์ เพื่อจัดการปิดช่องโหว่
4. มีการจัดทำและซ้อมแผน Business Continuity Plan (BCP) แต่ละกรณี เช่น กรณีโดนไวรัสหรือระบบล่ม จะต้องทำการซ่อมแผนกู้ข้อมูล เป็นต้น

ในปี 2565 ผลการดำเนินงานป้องกันความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการรั่วไหลของข้อมูล บริษัทมีระบบที่สามารถป้องกันการโจมตีจากภายนอก และมีการพัฒนาระบบเพื่อป้องกันภัยคุกคามรูปแบบใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ

5.4. ความเสี่ยงจากโรคอุบัติใหม่

ในปี 2565 โรคอุบัติใหม่ ยังคงเป็นปัญหาสำคัญทางสาธารณสุข และยังเป็นความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของประเทศ แม้ว่าจะมีการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์จากทางภาครัฐ แต่ยังคงต้องเฝ้าระวังการกลายพันธุ์ของเชื้อไวรัสโควิด19 และโรคอุบัติใหม่อย่างต่อเนื่อง เพราะจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ ทั้งด้านการสูญเสียรายได้ กลยุทธ์ไม่บรรลุเป้าหมาย การดำเนินงานหยุดชะงัก และสุขภาพความปลอดภัยของพนักงาน

มาตรการและแนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ได้มีการ ติดตามแนวทางและให้ความร่วมมือตามที่กฎหมายและภาครัฐประกาศอย่างทันที่ พร้อมดำเนินการประเมินสถานการณ์และทบทวนกลยุทธ์ มาตรการ แนวทางป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่จะเกิดขึ้นล่วงหน้า และตอบสนองอย่างรวดเร็วและเป็นระบบอย่างชัดเจน จึงทำให้การดำเนินงานของสำนักงานใหญ่ และโรงงานของบริษัทฯ สามารถดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าต่อไปได้โดยปกติ



Global Reporting Initiative Content Index : GRI Standard

GRI Standard Number	Disclosure Title	The 2022 SD Report Page No.	Form 56-1 One Report Year 2022 Page No.
GRI 2: General Disclosures 2021			
1. The organization and its reporting practices			
GRI 2-1	Organizational details	6-9	63
GRI 2-2	Entities included in the organization's sustainability reporting	5	-
GRI 2-3	Reporting period, frequency and contact point	5	-
GRI 2-4	Restatements of information	5	-
GRI 2-5	External assurance	-	-
2. Activities and workers			
GRI 2-6	Activities, value chain and other business relationships	6-9, 11, 18-20, 56	42
GRI 2-7	Employees	68	103-105
GRI 2-8	Workers who are not employees	-	-
3. Governance			
GRI 2-9	Governance structure and composition	9, 13, 94	84
GRI 2-10	Nomination and selection of the highest governance body	94	85, 89-90
GRI 2-11	Chair of the highest governance body	9	86
GRI 2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	13, 23-25, 91,93, 96-97	87-88
GRI 2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	-	89, 101
GRI 2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	5, 23-25	225-226
GRI 2-15	Conflicts of interest	96	116-117
GRI 2-16	Communication of critical concerns	-	-
GRI 2-17	Collective knowledge of the highest governance body	94	85
GRI 2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	-	112-113
GRI 2-19	Remuneration policies	71	109
GRI 2-20	Process to determine remuneration	-	102-103
GRI 2-21	Annual total compensation ratio	71	-
4. Strategy, policies and practices			
GRI 2-22	Statement on sustainable development strategy	15-17	9, 41
GRI 2-23	Policy commitments	67	45-47, 72-73
GRI 2-24	Embedding policy commitments	8, 14	-
GRI 2-25	Processes to remediate negative impacts	48-49	-
GRI 2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	-	78-80

GRI Standard Number	Disclosure Title	The 2022 SD Report Page No.	Form 56-1 One Report Year 2022 Page No.
GRI 2-27	Compliance with laws and regulations	48, 65, 82, 84	83
GRI 2-28	Membership associations	-	63
5. Stakeholder engagement			
GRI 2-29	Approach to stakeholder engagement	19-22	-
GRI 2-30	Collective bargaining agreements	-	-
GRI 201: Economic Performance 2016			
GRI 201-1	Direct economic value generated and distributed	10, 70, 86-90	-
GRI 201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	103-104	-
GRI 201-3	Defined benefit plan obligations and other retirement plans	71	104
GRI 201-4	Financial assistance received from government	12	-
GRI 202: Market Presence 2016			
GRI 202-1	Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage	71	104
GRI 202-2	Proportion of senior management hired from the local community	68	-
GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016			
GRI 203-1	Infrastructure investments and services supported	-	-
GRI 203-2	Significant indirect economic impacts	-	-
GRI 204: Procurement Practices 2016			
GRI 204-1	Proportion of spending on local suppliers	15, 19, 22, 24, 50-54, 102	-
GRI 205: Anti-corruption 2016			
GRI 205-1	Operations assessed for risks related to corruption	98-99, 102	-
GRI 205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	91, 92, 95-97	76-82, 117
GRI 205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	92, 97	80-82
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016			
GRI 206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	15, 99	-
GRI 207: Tax 2019			
GRI 207-1	Approach to tax	12	-
GRI 207-2	Tax governance, control, and risk management	N/A	-
GRI 207-3	Stakeholder engagement and management of concerns related to tax	N/A	-
GRI 207-4	Country-by-country reporting	N/A	-

GRI Standard Number	Disclosure Title	The 2022 SD Report Page No.	Form 56-1 One Report Year 2022 Page No.
GRI 301: Materials 2016			
GRI 301-1	Materials used by weight or volume	N/A	-
GRI 301-2	Recycled input materials used	N/A	-
GRI 301-3	Reclaimed products and their packaging materials	N/A	-
GRI 302: Energy 2016			
GRI 302-1	Energy consumption within the organization	27, 29, 30, 41	-
GRI 302-3	Energy intensity	-	-
GRI 302-4	Reduction of energy consumption	27-32, 41-42	-
GRI 302-5	Reductions in energy requirements of products and services	27-41	-
GRI 303: Water and Effluents 2018			
GRI 303-1	Interactions with water as a shared resource	39-43	-
GRI 303-2	Management of water discharge-related impacts	39-43	-
GRI 303-3	Water withdrawal	39-43	-
GRI 303-4	Water discharge	39-43	-
GRI 303-5	Water consumption	39-43	-
GRI 304: Biodiversity 2016			
GRI 304-1	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	-	-
GRI 304-2	Significant impacts of activities, products, and services on biodiversity	-	-
GRI 304-3	Habitats protected or restored	-	-
GRI 304-4	IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations	-	-
GRI 305: Emissions 2016			
GRI 305-1	Direct (scope 1) GHG emissions	26-33	-
GRI 305-2	Energy indirect(Scope 2) GHG emissions	26-33	-
GRI 305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	26-33	-
GRI 305-4	GHG emissions intensity	26-33	-
GRI 305-5	Reduction of GHG emissions	26-33	-
GRI 305-6	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	-	-
GRI 305-7	Nitrogen oxides (NOx), sulfur oxides (SOx), and other significant air emissions	-	-
GRI 306: Waste 2020			
GRI 306-1	Waste generation and significant waste-related impacts	34-43	-
GRI 306-2	Management of significant wasterelated impacts	34-43	-
GRI 306-3	Waste generated	-	-
GRI 306-4	Waste diverted from disposal	-	-
GRI 306-5	Waste directed to disposal	-	-

GRI Standard Number	Disclosure Title	The 2022 SD Report Page No.	Form 56-1 One Report Year 2022 Page No.
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016			
GRI 308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	50-54	-
GRI 401: Employment 2016			
GRI 401-1	New employee hires and employee turnover	68	-
GRI 401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	10, 68, 69, 71, 76-78	104
GRI 401-3	Parental leave	-	-
GRI 402: Labor/Management Relations 2016			
GRI 402-1	Minimum notice periods regarding operational changes	-	-
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018			
GRI 403-1	Occupational health and safety management system	71-72	46
GRI 403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	73-75	-
GRI 403-3	Occupational health services	71, 76-77	-
GRI 403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	73-77	-
GRI 403-5	Worker training on occupational health and safety	74-75	-
GRI 403-6	Promotion of worker health	78	-
GRI 403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	-	-
GRI 403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	-	-
GRI 403-9	Work-related injuries	73	-
GRI 403-10	Work-related ill health	72-74, 78	-
GRI 404: Training and Education 2016			
GRI 404-1	Average hours of training per year per employee	68-69	-
GRI 404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	68-71	-
GRI 404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	21	104
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016			
GRI 405-1	Diversity of governance bodies and employees	68	-
GRI 405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	68, 71	104
GRI 406: Non-discrimination 2016			
GRI 406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	67-68	-
GRI 408: Child Labor 2016			
GRI 408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	79	-

GRI Standard Number	Disclosure Title	The 2022 SD Report Page No.	Form 56-1 One Report Year 2022 Page No.
GRI 410: Security Practices 2016			
GRI 410-1	Security personnel trained in human rights policies or procedures	53-54, 67,101	-
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016			
GRI 411-1	Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	-	-
GRI 412 : Human Rights Assessment 2016			
GRI 412-1	Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	67	-
GRI 412-2	Employee training on human rights policies or procedures	67	-
GRI 412-3	Significant investment agreements and contracts that include human rights clauses or that underwent human rights screening	51-54, 67	-
GRI 413: Local Communities 2016			
GRI 413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	46-48, 86-90	-
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016			
GRI 414-1	New suppliers that were screened using social criteria	50-54	-
GRI 414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	-	-
GRI 415: Public Policy 2016			
GRI 415-1	Political contributions	67-68, 97	123
GRI 416: Customer Health and Safety 2016			
GRI 416-1	Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	16,19-21, 55-57, 61-65, 100-101	-
GRI 416-2	Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	-	-
GRI 417: Marketing and Labeling 2016			
GRI 417-1	Requirements for product and service information and labeling	55, 61	-
GRI 417-2	Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	-	-
GRI 417-3	Incidents of non-compliance concerning marketing communications	-	-
GRI 418: Customer Privacy 2016			
GRI 418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	60, 65, 82-85, 103-104	-

รายงานฉบับนี้เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์บริษัทฯ ที่



http://www.ichitangroup.com/sustainability_report.html

ติดต่อข้อมูลเพิ่มเติมที่ “ นักลงทุนสัมพันธ์ ”



โทรศัพท์ 02-023-1111



Email: ir@ichitangroup.com



ICHITAN

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ICHITAN Group Public Company Limited

 No. 8 T-One Building, 42nd – 44th Floor,
Soi Sukhumvit 40, Phra Khanong Sub-District,
Klong Toei District, Bangkok, 10110

 Phone: 0-2023-1111

 Fax: 0-2020-3999

 Email: ir@ichitangroup.com

 www.ichitangroup.com