

ชาที่ใส่ใจคุณและโลกเป็นทีหนึ่ง



สารบัญ

2 | สารจากกรรมการผู้อำนวยการ และ
ประธานกรรมการธรรมาภิบาลและ
ความยั่งยืน

4 | รางวัลและความมุ่งมั่นด้านความยั่งยืน

7 | การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

8 | รู้จักธุรกิจ อิชิตัน กรุ๊ป
8 เกี่ยวกับ อิชิตัน กรุ๊ป
9 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และ ค่านิยมองค์กร
10 สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศ
และต่างประเทศ

11 | เกี่ยวกับรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้

12 | โครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

13 | การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน
13 นโยบายด้านความยั่งยืน
14 กลยุทธ์การขับเคลื่อนธุรกิจ
บนพื้นฐานความยั่งยืน
17 การสนับสนุนเป้าหมายการ
พัฒนาที่ยั่งยืน

18 | ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain)

20 | การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่
คุณค่าของธุรกิจ

22 | การประเมินประเด็นสำคัญ
(ด้านความยั่งยืน) Materiality Matrix

24 | การดำเนินงานด้านความยั่งยืนในมิติ
สิ่งแวดล้อม

24 การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ
34 การบริหารจัดการทรัพยากร
อย่างมีประสิทธิภาพ
46 การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน
52 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

62 | การดำเนินงานด้านความยั่งยืนในมิติสังคม
62 การบริหารความสัมพันธ์กับผู้ริโภค
72 คุณภาพและความปลอดภัยของ
ผลิตภัณฑ์
76 สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติ
ต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
80 การพัฒนาและรักษาบุคลากร
92 การส่งเสริมอาชีพอนามัย และ
ความปลอดภัยของพนักงาน
97 ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และ
การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
100 การส่งเสริมคุณค่าและประโยชน์
ทางเศรษฐกิจให้สังคม

107 | การดำเนินงานด้านความยั่งยืน
ในมิติเศรษฐกิจและการกำกับดูแล

107 การกำกับดูแลกิจการที่ดี
111 จริยธรรมและจรรยาบรรณทาง
ธุรกิจ
112 การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
114 การบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจ
123 การส่งเสริมนวัตกรรมทางธุรกิจ

127 | ข้อมูลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2566

137 | GRI Content Index

สารจาก กรรมการผู้อำนวยการ (CEO)

ปีนี้อิชิตันสามารถทำยอดขายถึง 8,049.9 ล้านบาท กำไรระดับ 1,100.4 ล้านบาทได้ เป็นเรื่องที่ไม่เชื่อว่ายาลบลูกคู่ สมัยก่อนเราเคยทำได้แล้วเมื่อครั้งยอดขาย 5,000 - 6,000 ล้านบาท และมีกำไรในระดับ 800 - 1,000 ล้านบาท พออิชิตันโดนภาษีสรรพสามิต กำไรลดเหลือ 40 ล้านบาท ตอนนั้นทุกคนคิดว่ามันลำบากที่จะกลับไปอยู่จุดเดิม ...แต่ผมยังมีความหวัง

“ผมเชื่อเสมอว่าเวลาที่เจอสถานการณ์ตกต่ำ จะมีบุคคลอยู่ 2 กลุ่ม กลุ่มหนึ่งตายไป อีกกลุ่มจะกลับมายิ่งใหญ่” ในช่วง 3 ปีของโควิดพีสุจน์แล้วว่า อิชิตันอยู่ในกลุ่มที่เติบโตได้ในภาวะวิกฤต จนถึงวันนี้ยอดขายของอิชิตันอยู่ที่ 8,049.9 ล้านบาท... All Time High ถ้าเรามีความตั้งใจ มีความเชื่อ เราก็สามารถกลับมาได้ สิ่งที่ทำให้อิชิตันยืนระยะผ่านวิกฤตมาตลอดคือ เราผลิตของดี ราคาไม่แพง เราสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง ไม่ยอมแพ้ ไม่ใช่แค่ตัวสินค้า แต่เราสม่ำเสมอในการดูแลลูกค้า ลูกค้า และพนักงาน ให้เติบโตไปพร้อมกัน และอิชิตันจะมั่นคงในการทำสิ่งนั้นต่อไป นอกจากการสร้างพื้นฐานการทำธุรกิจที่จะโตต่อไปได้ในทุกสถานการณ์ ในทศวรรษที่ 2 เราเริ่มต้นการปรับเปลี่ยนครั้งใหม่ไปสู่การใช้นวัตกรรมที่ดีต่อลูกค้า และให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ความตั้งใจฝังเข้าไปในทุกกระบวนการดำเนินงานของอิชิตัน

โรงงานอิชิตัน กรีน แฟคทอรี ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถคงคุณค่าสารอาหารได้ดีกว่าระบบแบบดั้งเดิม แล้วสามารถลดการใช้พลาสติกได้มากถึงร้อยละ 28.5 โดยที่นวัตกรรมและฝ่ายผลิตกำลังพัฒนาแนวทางเพิ่มความสามารถในการผลิตให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันศักยภาพการผลิตของอิชิตันสูงถึง 105 ล้านขวด/เดือน มีประสิทธิภาพดีที่สุดในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มอัดลมในรอบ 10 ปี ภายในปี 2567 เราจะติดตั้ง “ไฮโดรเจนคอรอป” เพื่อช่วยคงสภาพความสดใหม่ของเครื่องดื่ม ควบคู่ไปพร้อมกับการลดปริมาณการใช้พลาสติกลงอีก ซึ่งจะส่งผลดีในการลดต้นทุนและลดการใช้พลาสติก นวัตกรรม “อัพไซเคิล (Up Cycle)” คือ อีกความตั้งใจในเรื่องการสร้างระบบหมุนเวียน นำวัสดุเหลือใช้กลับมาสร้างคุณค่าใหม่ ด้วยการทำงานร่วมกับพันธมิตรหลายรายอย่างเป็นรูปธรรม วันนี้กากชาจากกระบวนการผลิตได้ริบการสร้างคุณค่าใหม่ให้กลายเป็นวัสดุพื้นผิวผนัง ยะ-พลาสติกของเราเปลี่ยนไปเป็นผ้าที่ใช้ในการจัดแสดงภายในศูนย์การเรียนรู้ “ต้นแลนด์” ยะกระดาษได้รับการพัฒนาให้กลายเป็นเฟอร์นิเจอร์สำหรับห้องเรียนในชุมชน เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและการมีส่วนร่วมของชุมชน

สุดท้ายนี้ เรากำลังส่งเสริมให้ชุมชนเข้าใจในวิธีการคิดแบบยั่งยืน เพื่อที่เราจะร่วมเป็นผู้นับถือที่เห็นคุณค่าของภารกิจอย่างรับผิดชอบ โดยพื้นฐานแล้ว เรื่องราวความยั่งยืนของอิชิตันคือหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมและความมุ่งมั่นที่จะทำต่อไป เราแน่วแน่ในวิธีการที่องค์กรจะไปพร้อมกับสังคมที่ดี เป็นอีกหนึ่งหน่วยธุรกิจเล็กๆ ที่จะร่วมสร้างอนาคตที่สดใสและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น สำหรับคนรุ่นต่อไป



นายตัน ภาสกรนที

ประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้อำนวยการ



สารจาก

ประธานกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน

ปีนี้เป็นปีที่พลังของพนักงานและผู้บริหารอิชิตันทุกคนลุกโชน ... เหลือล้น สะท้อนจากยอดขายที่สูงที่สุดในรอบ 13 ปี และกำไรกลับมาในระดับ 1000 ล้านบาท อย่างน่าประทับใจ วันนี้การต่อสู้ท่ามกลางวิกฤติโควิดผ่านไป ผลประกอบการของอิชิตันเติบโตสูงที่สุดในรอบ 30 ไตรมาส สิ่งหนึ่งที่อิชิตันมาถึงวันนี้เพราะมีรากแก้วที่แข็งแรงจากทีมผู้บริหาร และพนักงานที่ทุ่มเท ไม่ยอมแพ้ และเป็นอีกหนึ่งอันเดียวกับองค์กร ดังนั้น การเติบโตจึงเกิดขึ้นในทุกมิติ ไม่เพียงแค่นำยอดขายและกำไรที่พุ่งสูงขึ้น ด้วยกำลังการผลิตของอิชิตันสูงถึงร้อยละ 79 ในขณะที่กลุ่มเครื่องดื่มชาพร้อมดื่มเติบโตสูงกว่าร้อยละ 26 พร้อมๆ กับกลุ่มเครื่องดื่มอื่นๆ (Non – Tea) ก็โตระดับอย่างมั่นคง จึงเป็นรากฐานที่แข็งแรงในการสร้างโอกาสให้อิชิตันเติบโตต่อไป

ผ่านวิกฤติไม่ใช่เรื่องปาฏิหาริย์ แต่คือผลลัพธ์แห่งความไม่ยอมแพ้ของทั้งผู้บริหารและพนักงาน ซึ่งอิชิตันทำมาตลอด 3 ปี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทุกอย่างมีเวลาผลิดอกออกผลของมัน เวลาที่เกิดจากความมุ่งมั่นทำงานอย่างหนัก และการปรับตัวอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม การให้ความสำคัญกับเรื่องการใช้นวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนเป็นอีกหนึ่งการปรับตัวที่สำคัญของอิชิตัน เราเชื่อว่าสิ่งนี้ไม่เพียงแต่ดีต่อสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังดีต่อธุรกิจด้วย

โรงงานอิชิตัน กรีน แฟคทอรี ได้รับการยอมรับในการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 5 เราใช้เทคโนโลยีทันสมัยที่สุดสำหรับการผลิตเครื่องดื่มและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อิชิตันสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตด้วยกระบวนการใหม่ๆ ที่จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมนวัตกรรมใหม่ๆ เช่น การออกแบบการใช้พลาสติกสำหรับฟรiformใหม่เพื่อลดปริมาณพลาสติกที่เราใช้ในบรรจุภัณฑ์ เราให้ความสำคัญกับการค้นคว้าวิจัยใหม่ๆ ในการใช้วัสดุเหลือใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อเปลี่ยนของเสียให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณค่าและไม่เป็นการต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมส่งเสริมให้เกิดการร่วมมือกันระหว่างองค์กรกับชุมชนรอบโรงงานเพื่อสร้างโอเดียนที่เหมาะสมกับสร้างแรงบันดาลใจให้พวกเขาเป็นส่วนหนึ่งแห่งเครือข่ายด้านความยั่งยืนไปพร้อมกับอิชิตัน

ผมในฐานะประธานกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืนของบริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หวังว่าวิสัยทัศน์ของเราจะเป็นอีกหนึ่งแรงขับเคลื่อนของภาคธุรกิจที่ดำเนินไปพร้อมกับการสร้างแรงบันดาลใจออกไปสู่สังคม เพื่อให้ความยั่งยืนถูกปลูกฝังเข้าไปในหัวใจของทั้งผู้บริหารและผู้ประกอบการทุกราย สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กรที่จะเติบโตต่อไปพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดี



นายประธาน ลัมพิพัฒนกุล

ประธานกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน



รางวัล และความมุ่งมั่นด้านความยั่งยืน

รางวัล “Thailand’s Best Managed Companies” ประจำปี 2566

บริษัทฯ ได้รับรางวัล Thailand Best Managed Companies 2023 จาก ดีลอยท์ ไทวอต (Deloitte Private) นับเป็นความภูมิใจขององค์กรในการเป็นตัวอย่างของบริษัทเอกชนไทยที่มีการบริหารจัดการที่เป็นเลิศ สร้างความแตกต่างด้วยวิสัยทัศน์ด้านนวัตกรรม ด้วยการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดให้กับกลุ่มผู้บริโภค ยกย่องระดับแนวทางปฏิบัติด้านความยั่งยืนขององค์กร พร้อมการผลักดันการมีส่วนร่วมของพนักงาน ไปจนถึงการรักษาสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง



รางวัลอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 5

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สามารถคว้ามาตรฐานรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 5 ซึ่งเป็นมาตรฐานสูงสุดของโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวมาได้สำเร็จ โดยในปัจจุบัน มีบริษัทในประเทศไทยเพียง 238 แห่งที่ผ่านการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียวตามระดับแตกต่างกันไป ทั้งนี้ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โครงข่ายอุตสาหกรรมสีเขียวจึงต้องมีการปรับปรุงกระบวนการผลิต และบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา พร้อมทั้งต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดทั้งกระบวนการของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) อีกด้วย



“หุ้นยั่งยืน” SET ESG Rating ประจำปี 2566 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้รับคัดเลือกเป็นหุ้นยั่งยืน “SET ESG Rating” ในระดับ A ประจำปี 2566 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยเป็น 1 ใน 21 บริษัทจดทะเบียนในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ที่ได้รับการประเมินผลและคัดเลือกจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สะท้อนให้เห็นว่า ICHI ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยยกระดับการดำเนินงานและการจัดทำรายงานภายใต้กรอบ ESG (Environmental, Social and Governance) ในทุกมิติ คำนึงถึงการบริหารความเสี่ยงและเตรียมพร้อมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks) อีกทั้งพร้อมรับมือกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนอย่างสมดุล



รางวัล “Marketeer No.1 Brand Thailand 2023” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4

ในปี 2566 “แบรนด์อิชิตัน” กลายเป็น Brand Love ของผู้บริโภค และคว้ารางวัล No.1 Brand Thailand แบนด์ชาพร้อมดื่มอันดับหนึ่งในใจผู้บริโภคของไทย ในหมวดชาเขียวพร้อมดื่มต่อเนื่องถึง 4 ปีซ้อน จากผลการสำรวจของบริษัทวิจัยชั้นนำ ซึ่งจัดโดยนิตยสาร Marketeer ทั้งนี้ เกิดจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ๆ เคียงข้างไปพร้อมกับผู้บริโภค รวมถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมถือเป็นปัจจัยสนับสนุนให้อิชิตันได้รับรางวัลดังกล่าว



ได้รับการประกาศเกียรติคุณ Sustainability Disclosure Recognition ประจำปี 2566

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ “ICHI” ได้รับประกาศเกียรติคุณ Sustainability Disclosure Recognition ประจำปี 2566 ในด้านการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน จากสถาบันไทยพัฒน์ ซึ่งบริษัทฯ ได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลการดำเนินงาน ซึ่งครอบคลุม 3 มิติ ทั้งการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หรือประเด็นด้าน ESG (Environmental, Social and Governance) นอกเหนือจากข้อมูลทางการเงิน ซึ่งแสดงถึงความยั่งยืนของธุรกิจ



การสร้างมูลค่า

ทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน



รายได้รวม
8,085.0

ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายรวม
6,714.6

ล้านบาท

กำไรสุทธิ
1,100.4

ล้านบาท

ข้อมูลจากการเงินรวมของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566

สินทรัพย์รวม
7,205.2
ล้านบาท

หนี้สินรวม
1,363.7
ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น
5,841.5
ล้านบาท

Market Capital
(ณ 31 ธันวาคม 2566)
20,410
ล้านบาท

อัตราการจ่ายเงินปันผลต่อกำไรสุทธิ
ร้อยละ **118.1**

อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)
18.3%

เงินปันผลจ่ายรวม
1,300.0
ล้านบาท

EBITDA NPM
24.1% **13.7%**

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)
18.9%

กำไร ต่อหุ้น
0.85 บาท

มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น
4.5 บาท

พนักงานทั้งหมด **379** คน

ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์ตอบแทนผู้บริหาร / พนักงาน/ และพัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงาน
310.1 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา
3.0 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า
379.1 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาชุมชนสังคม และสิ่งแวดล้อม
2.5 ล้านบาท

Human Capital Development cost (ต้นทุนพัฒนาศักยภาพบุคคล)
0.9 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการความสัมพันธ์ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
2.2 ล้านบาท

รู้จักธุรกิจ

อิชิตัน กรุ๊ป

เกี่ยวกับ อิชิตัน กรุ๊ป

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทฯ เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2553 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 1,300 ล้านบาท และมีทุนชำระแล้ว 1,300 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,300 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1.00 บาท บริษัทฯประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม “อิชิตัน กรีนที” เครื่องดื่มสมุนไพร “เย็น เย็น โดยอิชิตัน” สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด บริษัทฯ วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องดื่มที่มีคุณภาพสูง เริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบตลอดจนกรรมวิธีในการผลิตที่พิถีพิถันและบรรจุกินที่สะอาดปลอดภัย เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคและรสชาติที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ คือ เครื่องดื่มภายใต้การพัฒนาของ อิชิตัน กรุ๊ป ผลิตโดยทีมค้นคว้าวิจัยและพัฒนาที่มีประสบการณ์เชี่ยวชาญ เพื่อตอบสนอง เทรนด์บริโภคเครื่องดื่มคุณภาพสูง ครอบคลุมผู้บริโภคหลากหลายตั้งแต่การคัดเลือกใบชาออร์แกนิกคุณภาพดี เด็ดด้วยมือ เลือกเฉพาะยอดอ่อนใบชาเพื่อคงความละมุนของรสสัมผัส กลายเป็นสินค้า “อิชิตัน กรีนที” ชาพร้อมดื่มยอดนิยมของคนไทย รวมไปถึงเครื่องดื่มสมุนไพร เข้มข้นด้วยสมุนไพรฤทธิ์เย็น 7 ชนิด สำหรับดื่มคู่อาหารรสจัด ให้สุ้ร้อน สู้เผ็ด สู้ด้วย “เย็นเย็น” เครื่องดื่มสมุนไพรจับเลี้ยงอันดับหนึ่งของไทย ความสดชื่นจนเป็นตำนานไม่รู้ลืม ภายใต้บรรจุกินที่ทันสมัย ผลิตโดยเทคโนโลยีการผลิต “บรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ” ที่คงคุณค่าสารอาหารตามธรรมชาติของเครื่องดื่มได้ดีกว่าระบบเดิมถึง 5 เท่า เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยการลดการใช้พลาสติกถึงร้อยละ 36 ลดภาระการย่อยสลายของธรรมชาติ

• บริษัทร่วม

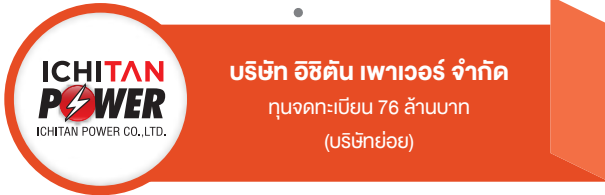
เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2557 บริษัทได้เข้าทำสัญญาร่วมลงทุนกับบริษัทฯ พีที อากรี แปซิฟิค (“AP”) ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นในประเทศอินโดนีเซีย เพื่อร่วมลงทุนในบริษัท พีที อิชิตัน อินโดนีเซีย ซึ่งเป็นกิจการร่วมค้าที่จะจัดตั้งขึ้นใหม่ในประเทศอินโดนีเซีย และมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มพร้อมดื่มแบรนด์ “อิชิตัน” ในประเทศอินโดนีเซีย โดย “บริษัท” และ “AP” จะเข้าลงทุนในกิจการร่วมค้าในอัตราส่วนที่เท่ากัน (อัตราร้อยละ 50 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายได้ทั้งหมดของกิจการร่วมค้า) ซึ่งคิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนจำนวนรวม 200,000 ล้านรูเปียอินโดนีเซีย บริษัท ได้จ่ายชำระเงินทุนจัดตั้งบริษัทงวดแรกในอัตราร้อยละ 50 ของทุนที่เรียกชำระแล้วเป็นจำนวนเงิน 50,000 ล้านรูเปียอินโดนีเซีย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 “PTI” จึงกลายเป็นกิจการที่ควบคุมร่วมกันของบริษัทฯ

• บริษัทย่อย

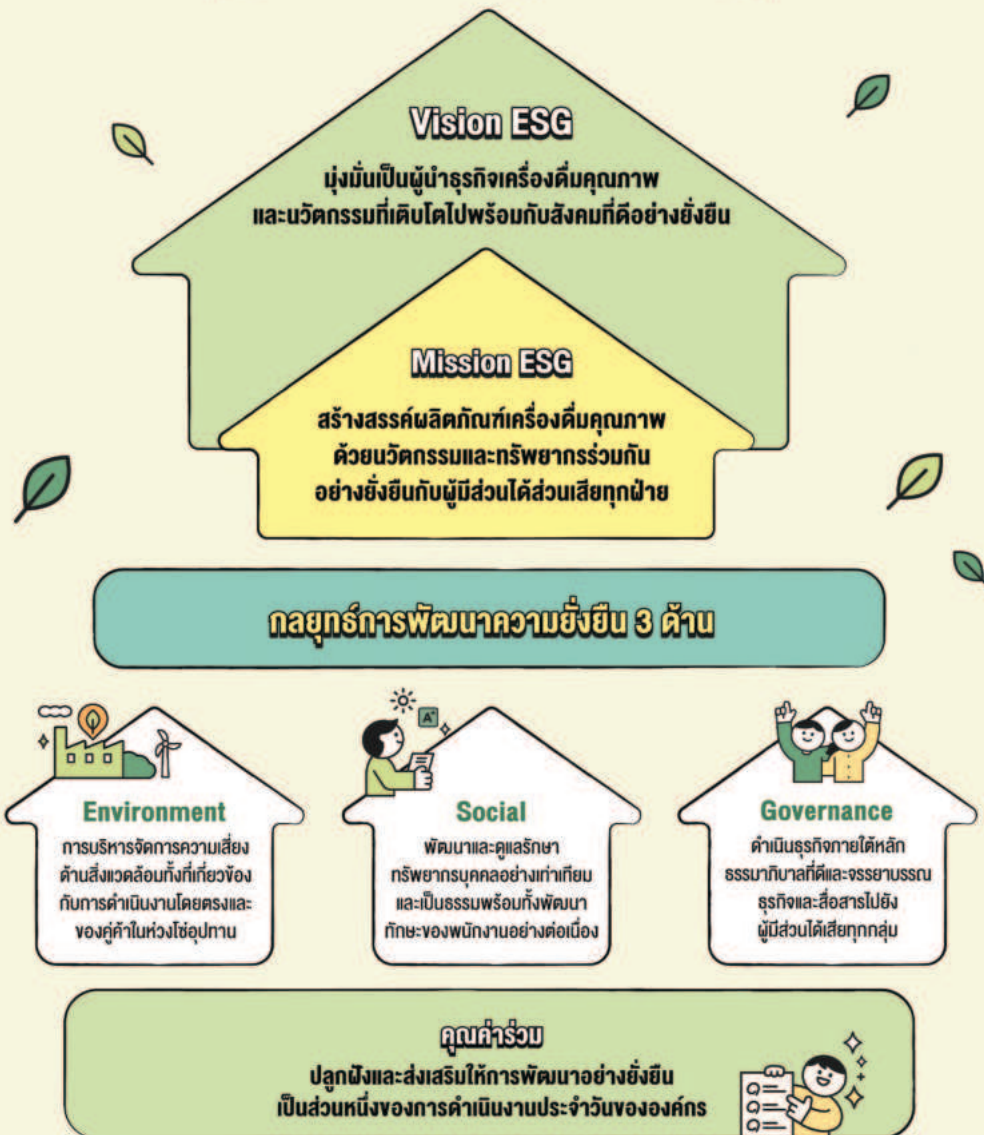
เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2560 บริษัทฯได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อยชื่อ “บริษัท อิชิตัน พาวเวอร์ จำกัด” ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) และให้เรียกชำระเงินทุนจัดตั้งบริษัทเต็มมูลค่า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มทุกชนิด ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศโดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.9

อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 ผู้บริหารได้ประเมินมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของเงินลงทุนในบริษัทย่อย และได้บันทึกค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยในงบแสดงฐานะการเงินเฉพาะกิจการเป็นจำนวน 76 ล้านบาท





ESG MODEL



ค่านิยมองค์กร (Core Value)

ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
(Initiative & Innovation)



ทำงานเป็นทีม
(Teamwork & Cooperation)



ยืดหยุ่น/รวดเร็ว/ท้าทาย
(Flexibility)



ICHITAN

ยึดมั่นในจริยธรรม
(Integrity)



มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ
(Achievement Orientation)



สัดส่วนการจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทฯ มีการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปต่างประเทศโดยมีสัดส่วนยอดขายในปี 2566 ดังนี้

MARKET SHARE YEAR 2023

สัดส่วนการจำหน่าย
ภายในประเทศและต่างประเทศ



ในประเทศ
91.7%

7,382.7 ล้านบาท

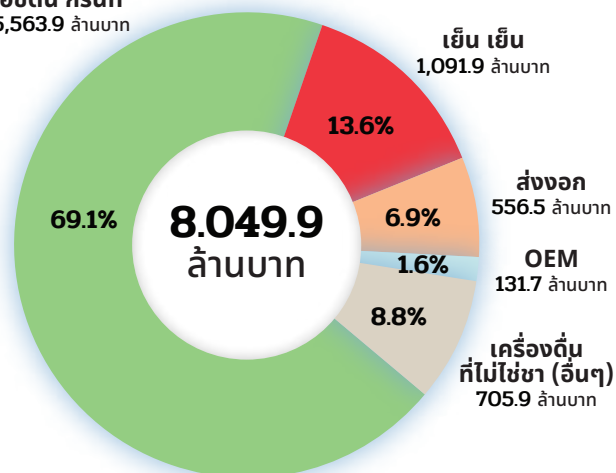


ต่างประเทศ
8.3%

667.2 ล้านบาท

สัดส่วนยอดขายจำแนกตามผลิตภัณฑ์

อิชิตัน กรีนที
5,563.9 ล้านบาท



การจัดจำหน่าย (หน่วย: ร้อยละ)	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ในประเทศ	87.1	90.3	91.7
ต่างประเทศ	12.9	9.7	8.3



เกี่ยวกับรายงาน การพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้

แนวทางการจัดทำรายงาน (Reporting Guidelines)

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี 2566 โดยมีวัตถุประสงค์ในการเปิดเผยข้อมูลที่ไม่ใช่ข้อมูลทางการเงิน (non - financial information) เช่น วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และปัจจัยความเสี่ยงขององค์กร ควบคู่ไปกับการรายงานความก้าวหน้าและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม การกำกับดูแลกิจการ และสิ่งแวดล้อม (Environment Social and Governance : ESG) ซึ่งมีความซับซ้อน และเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

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

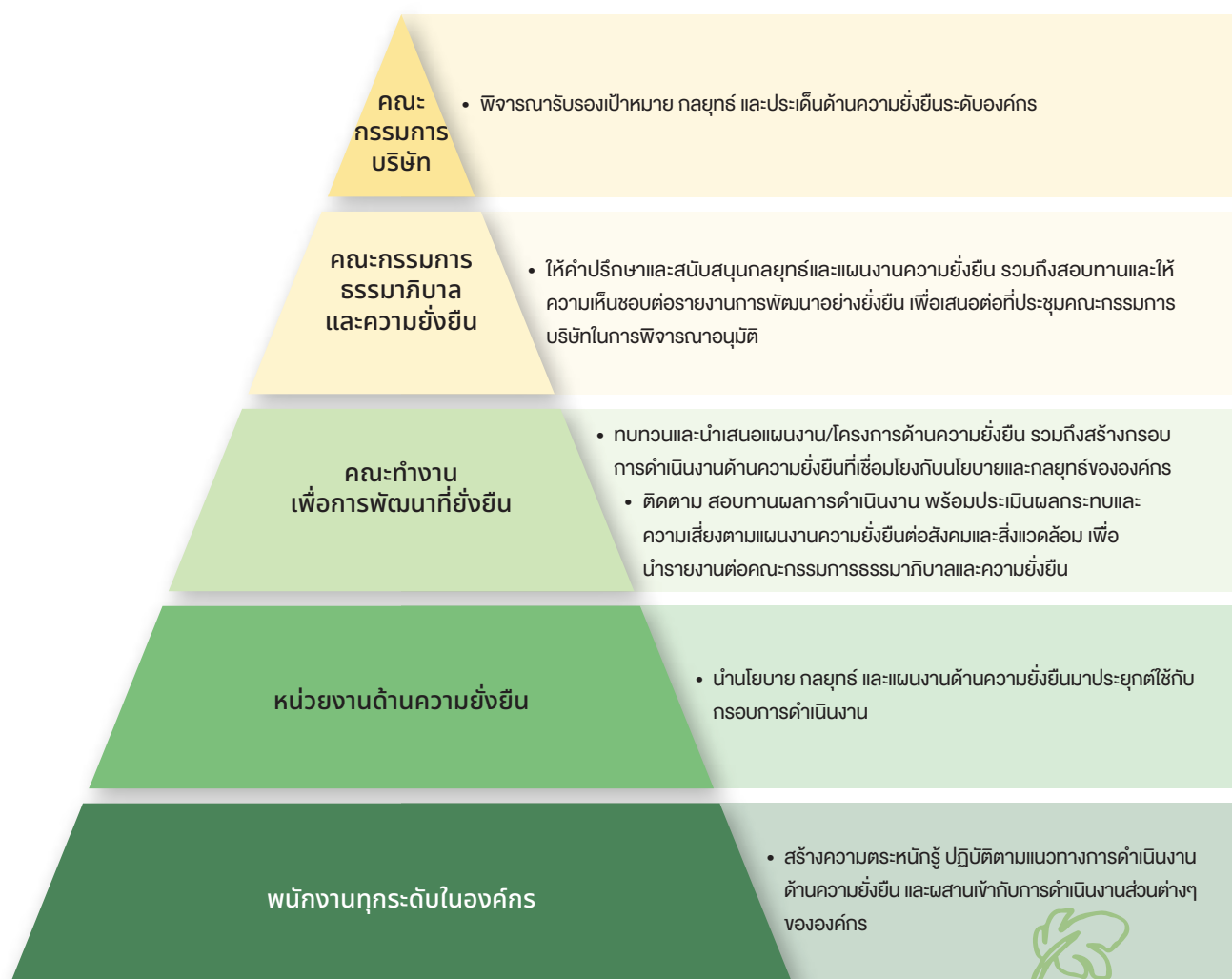
บริษัทฯ รายงานข้อมูลภายใต้ขอบเขตการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2566 ครอบคลุมที่ตั้งในส่วนสำนักงานใหญ่ และในส่วนโรงงาน จ.พระนครศรีอยุธยา ของ บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยกำหนดขอบเขตเนื้อหาการรายงานตามการวิเคราะห์ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรและความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่า นอกจากนี้ บริษัทฯ ไม่มีการปรับเปลี่ยนขอบเขตการรายงานอย่างมีนัยสำคัญแต่อย่างใด เมื่อเทียบกับรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับก่อนหน้านี้ ทั้งนี้ เนื้อหาของรายงานฉบับนี้ได้ผ่านการพิจารณาและเห็นชอบจากคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน และรับรองโดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเป็นที่เรียบร้อยแล้ว



โครงสร้าง

การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

อิชิตัน มีการกำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืน เพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นรูปธรรมในทุกภาคส่วนขององค์กร โดยการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อกำหนดที่หลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาด้านความยั่งยืนภายในองค์กร เริ่มจากการนำเป้าหมายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนระดับองค์กรที่รับรองโดยของคณะกรรมการบริษัท มาทบทวนพร้อมนำเสนอแผนกลยุทธ์ สร้างแนวทางปฏิบัติร่วมกัน ติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน รวมถึงมีการรายงานต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอ



การขับเคลื่อน ธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจเพื่อภารกิจสู่เป้าหมายการเป็นผู้นำทางธุรกิจเครื่องดื่มทั้งในประเทศและต่างประเทศ เริ่มต้นจากการใช้วัตถุดิบใบชาที่ปลูกในระบบออร์แกนิก ผสานการนำนวัตกรรมมาปรับใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้เครื่องดื่มที่มีคุณภาพ เป็นทางเลือกสุขภาพที่ดีต่อผู้บริโภคและเติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี ด้วยการยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร ควบคู่ไปพร้อมกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยคำนึงถึงเศรษฐกิจ สังคม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม (Environment, Society and Governance : ESG) ของโลกที่ทวีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและการดำเนินธุรกิจมากขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ จึงได้ทบทวนกลยุทธ์การบริหารจัดการความยั่งยืน พร้อมกำหนดกลยุทธ์ เป้าหมาย และเปิดเผยแนวทางการจัดการด้านความยั่งยืนขององค์กร รวมถึงการเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs)

นโยบายการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

บริษัทฯ ยึดการดำเนินธุรกิจภายใต้ BCG Economy Model ซึ่งสอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศประกอบด้วย 3 เศรษฐกิจหลัก คือ (1) เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า โดยอาศัยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตให้เป็นผลิตภัณฑ์ชีวภาพมูลค่าสูง (2) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เน้นการใช้ทรัพยากร วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์อย่างคุ้มค่า (3) เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เน้นแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบอย่างยั่งยืน มีแนวคิดในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่า คุณค่า และความยั่งยืนให้กับบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยผ่านการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลที่ดี ทั้งนี้ บริษัทฯ จึงให้ทุกหน่วยงานนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมด้านการพัฒนาความยั่งยืนให้ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ คือ (1) การรักษาสิ่งแวดล้อม (Environment) (2) การมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social) และ (3) ภายใต้การดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) และเพื่อกำหนดเป็นกรอบการทำงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน 3 มิติ ดังต่อไปนี้

1. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental: E)

บริษัทฯ มุ่งสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความทนทาน ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน รวมทั้งการส่งเสริมนวัตกรรม โดยมีนโยบายด้านอุตสาหกรรม นวัตกรรมและโครงสร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน (Industry, Innovation and Infrastructure) ดังนี้

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



- จัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint for Organization) เพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- โครงการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยลดการใช้พลาสติก ลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิต และลดการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- มุ่งพัฒนาโรงงานให้เป็นโรงงานต้นแบบด้านสิ่งแวดล้อม (Ichitan Green Factory) ที่มีระบบการควบคุมพลังงานความร้อน

2. ด้านสังคม (Social: S)

บริษัทฯ ตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมุ่งเน้นการตอบสนองต่อประเด็นความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เน้นการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสังคม ทั้งในเชิงของการพัฒนา ช่วยเหลือดูแลคุณภาพชีวิต และการลดผลกระทบจากความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นกับสังคมและชุมชนบริเวณโดยรอบไปพร้อมๆกัน ซึ่งครอบคลุมเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม รวมถึงการนำนวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยดำเนินการ ดังนี้

- ไม่มีการกระทำความหรือสนับสนุนให้มีการใช้แรงงานบังคับในทุกรูปแบบ และไม่มีการใช้แรงงานเด็กซึ่งมีอายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด
- การติดตั้งระบบพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) เพื่อสร้างพลังงานสะอาดทดแทนในกระบวนการผลิตเครื่องดื่ม

3. ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแล (Governance: G)

บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความซื่อสัตย์ โปร่งใส และตรวจสอบได้ เป็นไปตามกฎหมายข้อกำหนดบริษัทฯ กฎระเบียบ หรือแนวปฏิบัติของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งหน่วยงานการกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม และการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน (Industry, Innovation and Infrastructure) ดังนี้

- การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและปรับปรุงอุตสาหกรรม อิชิตัน กรีน แพลคกอรี่ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน
- สร้างอุตสาหกรรมที่สะอาดและเป็นมิตรต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมถึงสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ด้านผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ มุ่งมั่นที่จะปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ทุกขวดให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับขีดความสามารถทางเทคโนโลยีของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ

กลยุทธ์การขับเคลื่อนธุรกิจบนพื้นฐานความยั่งยืน

การสร้างคุณค่าร่วมกันยังคงเป็นหลักการขั้นพื้นฐานสำหรับการทำธุรกิจของบริษัทฯ โดยมีเป้าหมาย คือ การยกระดับคุณภาพชีวิตและนำไปสู่นาคตที่ดีต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อให้ทุกคนในองค์กรขับเคลื่อนธุรกิจตามหลักความยั่งยืน



1. การพัฒนาความสามารถบุคลากรภายในองค์กร (Organization Development)

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถและความรับผิดชอบ สนับสนุนการพัฒนาทักษะและความสามารถผ่านหลักสูตรการอบรมต่างๆ เพื่อนำศักยภาพออกมาใช้ได้สูงสุด รวมทั้งการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรโดยส่งเสริมให้ยึดมั่นกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวเพื่อการเติบโตของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

2. การมุ่งมั่นสู่การบริหารห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain)

การคัดเลือกวัตถุดิบ

ไม่เพียงแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพก่อนนำเข้ากระบวนการผลิต แต่บริษัทฯ ได้เข้าไปมีส่วนร่วมตั้งแต่ต้นน้ำ เช่น เกษตรกรที่ปลูกและเก็บเกี่ยวใบชา ณ แหล่งผลิต เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพเป็นมาตรฐานเดียวกัน

การจัดซื้อจัดหาผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์

มาตรฐานของบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับเครื่องจักรของอิชิตัน ซึ่งเป็นเทคโนโลยีแบบ Hi-Speed สามารถบรรจุได้ 600 - 900 ขวดต่อนาที บริษัทฯมีการบริหารความเสี่ยงโดยจะมีคู่ค้า 2-3 ราย สำหรับบรรจุภัณฑ์หลักทุกรายการ เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานและปริมาณตามที่บริษัทกำหนดไว้

การผลิต/ การบริหารจัดการ

เทคโนโลยีการผลิตแบบบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อจากประเทศญี่ปุ่นที่อิชิตันใช้มีประสิทธิภาพทันสมัยเป็นอันดับต้นๆ ของโลก สามารถเชื่อมั่นในศักยภาพการผลิตที่เสถียรได้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับทีมงานบริหารจัดการที่มีทักษะและประสบการณ์จึงได้ประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิต

การขนส่ง การกระจายสินค้า:

โรงงานอิชิตัน สวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีทำเลใกล้กับศูนย์กระจายสินค้าของตัวแทนจำหน่ายหลักของบริษัทฯ และศูนย์กระจายสินค้าหลักของช่องทางการขายปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ส่งผลให้ต้นทุนในการขนส่งสินค้ามีประสิทธิภาพ ปัจจุบันบริษัทฯ มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายหลักทั้งสิ้น 3 ราย คือ บริษัท ดี เคเอส (ประเทศไทย) จำกัด (DKSH) บริษัท โอจีที จำกัด และ บริษัท บุญรอดเอเชีย จำกัด สามารถกระจายสินค้าได้ครอบคลุมทั้งช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และดั้งเดิม (Traditional Trade) สำหรับการกระจายสินค้าในต่างประเทศผ่านตัวแทนจำหน่ายสินค้าประจำประเทศนั้นๆ

การพัฒนาหน้าร้าน:

สำหรับธุรกิจในประเทศ บริษัทฯ วางแผนร่วมกับตัวแทนจำหน่ายทั้ง 3 ราย ในการบริหารจัดการพื้นที่จำหน่าย และส่งเสริมการขายที่หน้าร้านให้มีความโดดเด่นภายในต้นทุนการจ่ายที่มีประสิทธิภาพในทุกช่องทาง รวมทั้งมีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่สามารถแข่งขันได้ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายสินค้า ส่วนธุรกิจต่างประเทศได้วางแผนร่วมกับตัวแทนจำหน่ายในประเทศนั้นๆ

การตลาดและการขาย:

มุ่งเน้นที่การเสริมสร้างคุณค่าของแบรนด์ ถ่ายทอดเพื่อแสดงตัวตนผ่านนวัตกรรมสินค้าที่ออกมาอย่างต่อเนื่อง ดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดทุกรูปแบบให้ครอบคลุมลูกค้าและผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย พัฒนาสินค้าที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค การสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งจะส่งผลให้บริษัทฯ ไม่ต้องแข่งขันด้านราคา โครงสร้างราคาที่แข็งแกร่งจะทำให้คู่ค้าและตัวแทนจำหน่ายสามารถขายได้เร็ว มีกำไรเพียงพอที่จะเติบโตไปพร้อมๆ กัน



3. การวิจัยและพัฒนาเครื่องดื่มที่มีคุณภาพต่อผู้บริโภค (Research and Development for Consumer)

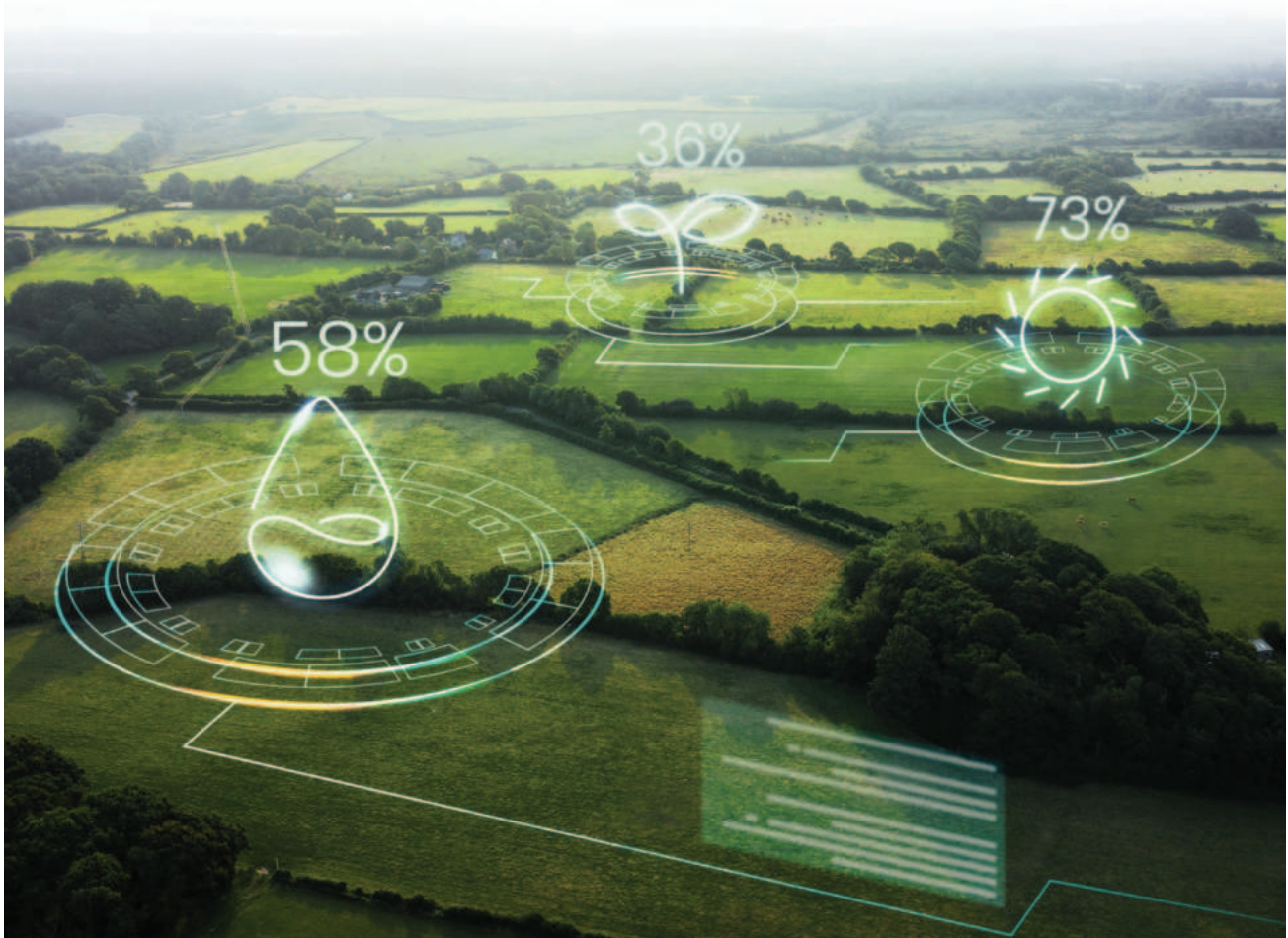
การวิจัยและพัฒนาของอิชิตันสอดคล้องกับหลักการมาตรฐานสากล ได้แก่ ระบบมาตรฐานการรับรองความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหาร (FSSC22000) ระบบบริหารคุณภาพ (ISO9001) มาตรฐานฮาลาล (HALAL) จัดทำเป็นระเบียบปฏิบัติเชิงบูรณาการ ตั้งแต่การวางแผนออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดจนการตรวจสอบคุณภาพอย่างเป็นระบบทุกขั้นตอน

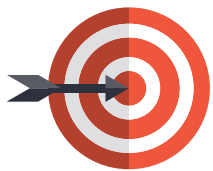
4. การเติบโตไปพร้อมคู่ค้า (Growing up with Partners)

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายในประเทศ ทั้งช่องทาง MT (Modern Trade) และ TT (Traditional Trade) ผ่านคู่ค้าผู้จัดจำหน่ายหลักทั้ง 3 ราย โดยมีการตั้งเป้าหมายการเติบโตร่วมกัน กำหนดแนวทาง และพัฒนาโปรแกรมการส่งเสริมการขายเฉพาะในแต่ละช่องทางแต่ละห้างเพื่อให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน

5. การบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับนโยบายสิ่งแวดล้อม วัตถุประสงค์สิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อมในการทำงานครอบคลุมกิจกรรมทั้งในภาวะปกติ ภาวะไม่ปกติและภาวะฉุกเฉิน การชี้แจงและประเมินลักษณะสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นให้มีแนวทางปฏิบัติการอนุรักษ์พลังงานแก่พนักงานภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติในแนวทางเดียวกัน





การสนับสนุนเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2566

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	แนวทางการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน ปี 2566	การสนับสนุนเป้าหมาย (SDGs)
 ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)			
1. การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม (Scope 1 และ 2) - ลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า และความร้อนต่อหน่วยผลิต	ลดลง ร้อยละ 4.5 (6,958.09 tCO ₂ eq) ลดลง ร้อยละ 14.3 (201.51 MJ/1000L)	   
2. การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	ควบคุมปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยผลิต	ลดลง ร้อยละ 3.83	  
3. การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์รีไซเคิล (rPET)	พัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มแรกเข้าสู่กระบวนการ 100% rPET	   
4. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	การประเมินความเสี่ยง ESG ของคู่ค้า	กลุ่มเป้าหมายร้อยละ 100	 
 ด้านสังคมและชุมชน (Social)			
5. การบริหารความสัมพันธ์กับผู้บริโภคร	พัฒนาเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลน้อยหรือปราศจากน้ำตาล	ร้อยละ 52.94	  
6. สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติตามแรงงานอย่างเป็นธรรม	จัดร้องเรียนประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน	0 กรณี	 
7. การพัฒนาและรักษาบุคลากร	คะแนน Employee Engagement	ร้อยละ 88	  
8. การส่งเสริมคุณค่าและประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้สังคม	ส่งเสริมโอกาสทางการศึกษาในสังคม	นักเรียน 540 คน	  
 ด้านการกำกับดูแลกิจการ (Governance)			
9. การกำกับดูแลกิจการที่ดี	จัดร้องเรียนด้านการกำกับดูแลกิจการ	0 กรณี	
10. การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	จัดร้องเรียนด้านการทุจริตคอร์รัปชัน	0 กรณี	
11. การส่งเสริมวัฒนธรรมทางธุรกิจ	การพัฒนาวัฒนธรรมการผลิตเพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ	เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมมากกว่า 140 ล้านบาท	  



ห่วงโซ่

คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain)

ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain)

บริษัทฯ ได้นำนโยบายการบริหารจัดการมาใช้ในการสร้างความยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและการพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ ควบคู่ไปกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีต่อสุขภาพผู้บริโภค ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ ส่งผลกระทบท่อต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ อันจะช่วยสนับสนุนผลประโยชน์ประกอบกิจการที่ดี นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย บริษัทฯ ใส่ใจในการคัดเลือกวัตถุดิบโดยการจัดซื้อจัดหาผู้ผลิตบรรจุกินที่ การผลิต การบริหารจัดการ การขนส่ง การกระจายสินค้าที่มีคุณภาพ ตรงตามข้อกำหนดมาตรฐานของบริษัทฯ พร้อมให้ความสำคัญในการพัฒนาหน้าร้าน คู่ค้า การตลาด การขาย และช่องทางการจำหน่าย เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน



1. กริพยากรวัตถุดิบ	• การคัดเลือกวัตถุดิบหลัก ซึ่งเป็น “ใบชาออร์แกนิก” โดยมีการวางแผนการผลิตและกำหนดปริมาณการเพาะปลูกใบชาในแต่ละปี ด้วยการทำสัญญาอายุเฉลี่ยประมาณ 1 ปี กับผู้จัดจำหน่ายใบชา
2. การจัดซื้อจัดหา	• มีระบบ Approved Vendor list System เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ • เลือกซื้อวัตถุดิบจากคู่ค้าผู้ผลิตรายใหญ่หลายราย
3. กระบวนการผลิต	• ใช้ระบบปิดบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ (Cold Aseptic Filling Technology) ซึ่งเป็นระบบการผลิตที่ทันสมัยที่สุดในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม • ระบบการบริหารคลังสินค้าอัตโนมัติ (Auto Warehouse) เสริมประสิทธิภาพ การบริหารจัดการคลัง การติดตั้ง Solar cell ที่อาคารผลิต เพื่อนำมาใช้ทดแทนพลังงานไฟฟ้าบางส่วน • นโยบายบริหารต้นทุนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ • ระบบตรวจสอบคุณภาพก่อนถึงลูกค้า/ผู้บริโภค (Quality Assurance) ที่ได้รับการรับรองการผลิตตามมาตรฐานสากล เช่น FSSC22000 • ความก้าวหน้าในสายงานของพนักงานตาม Career path, การประเมินตัวชี้วัดผลการทำงาน (KPI)
4. การขนส่งและการกระจายสินค้า	• กระจายสินค้าผ่านคู่ค้าหลักทั้งในประเทศและต่างประเทศคู่ค้าหลักสามารถกระจายสินค้าได้ครอบคลุมทั้งช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) อย่างมีประสิทธิภาพ • กระจายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (E-Commerce)
5. การพัฒนาหน้าร้าน	• วางแผนร่วมกับคู่ค้าหลักในการบริหารจัดการพื้นที่ขายหน้าร้าน และพื้นที่ขายพิเศษภายใต้ต้นทุนขายที่มีประสิทธิภาพ ในทุกช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ • โปรแกรมส่งเสริมการขายที่สามารถแข่งขันได้ในตลาด
6. การตลาดและการขาย	• การเสริมสร้างคุณค่าของแบรนด์ให้โดดเด่น แข็งแรงผ่านคุณภาพสินค้า • การสื่อสารและการจัดกิจกรรมการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) อย่างต่อเนื่อง และให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย • โครงสร้างราคาที่เหมาะสม ยุติธรรม และสามารถสร้างผลกำไรให้ คู่ค้า และตัวแทนจำหน่ายทุกระดับชั้น
7. การพัฒนาที่ยั่งยืน	• การพัฒนาสินค้านวัตกรรมที่ดีต่อสุขภาพและรสชาติที่ดีมีเอกลักษณ์ ให้ตรงกับลูกค้าและผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย • การร่วมพัฒนากลยุทธ์กับผู้จัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ • ส่งเสริมวัฒนธรรมในองค์กรเพื่อผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
8. ผู้ถือหุ้น ลูกค้า/ผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม	• เครื่องดื่มคุณภาพและ ดีต่อสุขภาพ • กระบวนการผลิตระบบปิดทั้งระบบ • จ่ายเงินปันผล ให้ผู้ถือหุ้นได้



การวิเคราะห์

ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

	กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารและมีส่วนร่วม
1	ผู้ถือหุ้น	- ความโปร่งใสของข้อมูล ถูกต้อง ครบถ้วน และสามารถตรวจสอบได้ - การปฏิบัติตามหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี - มีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง - การให้ผลตอบแทนอย่างสม่ำเสมอและเติบโตอย่างต่อเนื่อง - การปรับแผนการดำเนินงานธุรกิจให้สอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน	- การเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ผ่านทางช่องทางเว็บไซต์บริษัท และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) - การปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และการกำกับดูแลกิจการที่ดี - การสร้างผลประโยชน์ตอบแทน และการจ่ายปันผลในอัตราที่เหมาะสม สอดคล้องกับการเติบโตของบริษัทฯ - การสื่อสารกลยุทธ์ และทิศทาง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ผ่านการประชุมผู้ถือหุ้นและช่องทางออนไลน์ต่างๆ	- การนำเสนอข้อมูลผลประกอบการบริษัท แก่นักวิเคราะห์และนักลงทุนสถาบัน (Analyst Meeting) ผ่านช่องทางออนไลน์ - การจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี - การจัดกิจกรรมบริษัทจดทะเบียนพบปะ นักลงทุนของตลาดหลักทรัพย์ฯ (Opportunity Day) - ช่องทางติดต่อแผนกนักลงทุนสัมพันธ์ Tel. 02-023 1111 ต่อ 122 E-mail ir@ichitangroup.com Website http://www.ichitangroup.com/investor.php
2	ผู้บริโภค / ลูกค้า	- คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ - ผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติอร่อยและมีความหลากหลาย - ราคาของผลิตภัณฑ์และโปรโมชั่นการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ - บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	- มุ่งมั่นผลิตสินค้าที่ดี มีคุณภาพ และตรงตามความต้องการผู้บริโภค - การบริหารจัดการความพึงพอใจลูกค้า - การพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าให้มีความครอบคลุมมากขึ้น - การออกแบบ พัฒนา ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการผลิตใหม่ๆ	- การสร้างแคมเปญใหม่ๆ และจัดกิจกรรมร่วมกับผู้บริโภค - การสำรวจและติดตามความพึงพอใจของผู้บริโภค - ช่องทางติดต่อสื่อสาร Website http://www.ichitangroup.com Facebook https://www.facebook.com/ichitan https://www.facebook.com/yenyen https://www.facebook.com/ichitanHealthyDrink
3	พนักงาน	- ความมั่นคง/ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และการรักษาพนักงาน - การส่งเสริมและพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเพิ่มพูนศักยภาพการทำงาน - ค่าตอบแทน สิทธิประโยชน์และสวัสดิการที่เป็นธรรม - การเข้าถึงการใช้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน - ขวัญกำลังใจและความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	- การวางโครงสร้างองค์กรให้มี career path ที่ชัดเจน - การกำหนดแผนพัฒนากิจกรรมของพนักงานทุกระดับที่ชัดเจน โดยการทบทวน คุณลักษณะ รูปแบบของทักษะความรู้ ความสามารถของพนักงาน การจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม - การแจ้งข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ ให้กับพนักงานผ่านทางอีเมล และเว็บไซต์ภายในของบริษัท - สร้างสภาพแวดล้อมการทำงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัยให้ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	- การประเมินผลการปฏิบัติงานรายบุคคลประจำปี - การประชุมคณะกรรมการบริหารรายเดือน และการทำกิจกรรมภายในร่วมกัน ระหว่างผู้บริหารและพนักงาน - การสำรวจความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงาน - การรับฟังความคิดเห็นและข้อร้องเรียนพนักงาน - โครงการและกิจกรรมการส่งเสริมขวัญกำลังใจและความปลอดภัยของพนักงาน



	กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารและมีส่วนร่วม
4	สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม	- การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีและเสริมสร้างประโยชน์กลับสู่สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมกับบริษัทฯ ได้เข้าไปดำเนินธุรกิจ - การลดผลกระทบเชิงลบทางด้านสิ่งแวดล้อม จากการดำเนินงาน เช่น การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์, การปล่อยของเสีย, การบริหารจัดการน้ำและพลังงาน เป็นต้น - การส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ให้กับชุมชน	- การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกโรงงาน และการพัฒนาชุมชนเกษตรกรผู้ปลูกชาให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น - การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และการเปิดเผยผลการดำเนินงานในรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี (SD Report) - การว่าจ้างแรงงานในชุมชน ซึ่งบริษัทฯ ได้เข้าไปดำเนินธุรกิจ	- การเข้าพื้นที่ชุมชนสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน - ส่งเสริมความตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อมผ่านศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบ และช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ที่เหมาะสม - ช่องทางติดต่อแผนกนักกลยุทธ์สัมพันธ์ Tel. 02-023 1111 E-mail cg@ichitangroup.com
5	ลูกค้า/เจ้าหนี้	- สนับสนุนและยกระดับการดำเนินงานของคู่ธุรกิจ พัฒนาองค์ความรู้เพื่อให้งานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด - การจัดซื้อที่เป็นธรรมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - พัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว - ชำระหนี้ตามกำหนดเวลา และปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญาอย่างเคร่งครัด	- สนับสนุนองค์ความรู้ การดำเนินงานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อยกระดับการดำเนินงาน คู่ค้า ลดความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน การคัดเลือกคู่ค้าที่เป็นธรรม - สนับสนุนให้คู่ค้าเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่าย เพื่อต่อต้านการทุจริต การติดสินบน และคอร์รัปชัน - คำนึงถึงความปลอดภัยและผลประโยชน์ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ - ปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขของเจ้าหนี้ ในการชำระคืนต้น ดอกเบี้ยและหลักประกันอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และการพัฒนาคู่ค้าโดยการแลกเปลี่ยนความรู้ หรือผ่านทางกิจกรรมบริษัทฯ - ส่งหนังสือเชิญชวนให้คู่ค้าเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่าย CAC - ช่องทางการร้องเรียนเรื่องการทุจริต E-mail cg@ichitangroup.com Website http://www.ichitangroup.com/investor.php/anti_corruption
6	คู่แข่งทางการค้า	- การแข่งขันที่เป็นธรรม - ไม่ละเมิด หรือทำลายชื่อเสียงของคู่แข่ง	- ดำเนินการแข่งขันทางการค้าโดยไม่ใช้วิธีการใดๆ ให้ได้มาซึ่งข้อมูลของคู่แข่งกันอย่างผิดกฎหมายและขัดต่อจริยธรรม - ประพฤติตามกรอบกติกาการแข่งขันที่ดี และกฎหมายที่กำหนดไว้ และหลีกเลี่ยงวิธีการไม่สุจริตเพื่อทำลายคู่แข่ง	ช่องทางติดต่อ E-mail cg@ichitangroup.com Website http://www.ichitangroup.com
7	สถาบัน / หน่วยงานภาครัฐ	- การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส รวดเร็ว และครบถ้วน - การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง - การปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญา	- ติดตามและปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด - สื่อสารข้อมูลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส รวดเร็วและครบถ้วน พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขของสัญญาอย่างเคร่งครัด	- การจัดลงนามความร่วมมือกับหน่วยงานราชการ - การนำหน่วยงานราชการเยี่ยมชมกิจการ - เอกสารรายงานผลการดำเนินงาน ได้แก่ แบบ 56-1 One Report / งบการเงิน



การประเมิน ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเป็นประจำทุกปี ซึ่งมีการกำหนดเนื้อหาตามมาตรฐานการรายงานความยั่งยืนของ GRI Sustainability Reporting Standards โดยพิจารณาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ ตลอดจนความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่า ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ได้ผ่านการพิจารณาตรวจสอบและเห็นชอบโดยคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน ตลอดจนการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยมีประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ระบุประเด็นที่สำคัญ (Identification)

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

ขั้นที่ 2 การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

รวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียผ่านการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานของบริษัทฯ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในส่วนที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 3 การจัดลำดับประเด็นที่สำคัญ (Prioritize)

การจัดลำดับความสำคัญประเด็นด้านความยั่งยืนตามแนวทางปฏิบัติในระบบมาตรฐานที่สำคัญ เช่น ISO14001 และ ISO50001 โดยพิจารณาความสำคัญแต่ละประเด็น ช่วยให้เห็นภาพและสามารถลำดับความสำคัญ เพื่อรับทราบและเข้าใจผู้มีส่วนได้เสียและกำหนดลงไปในแผนภาพ (Materiality Matrix)

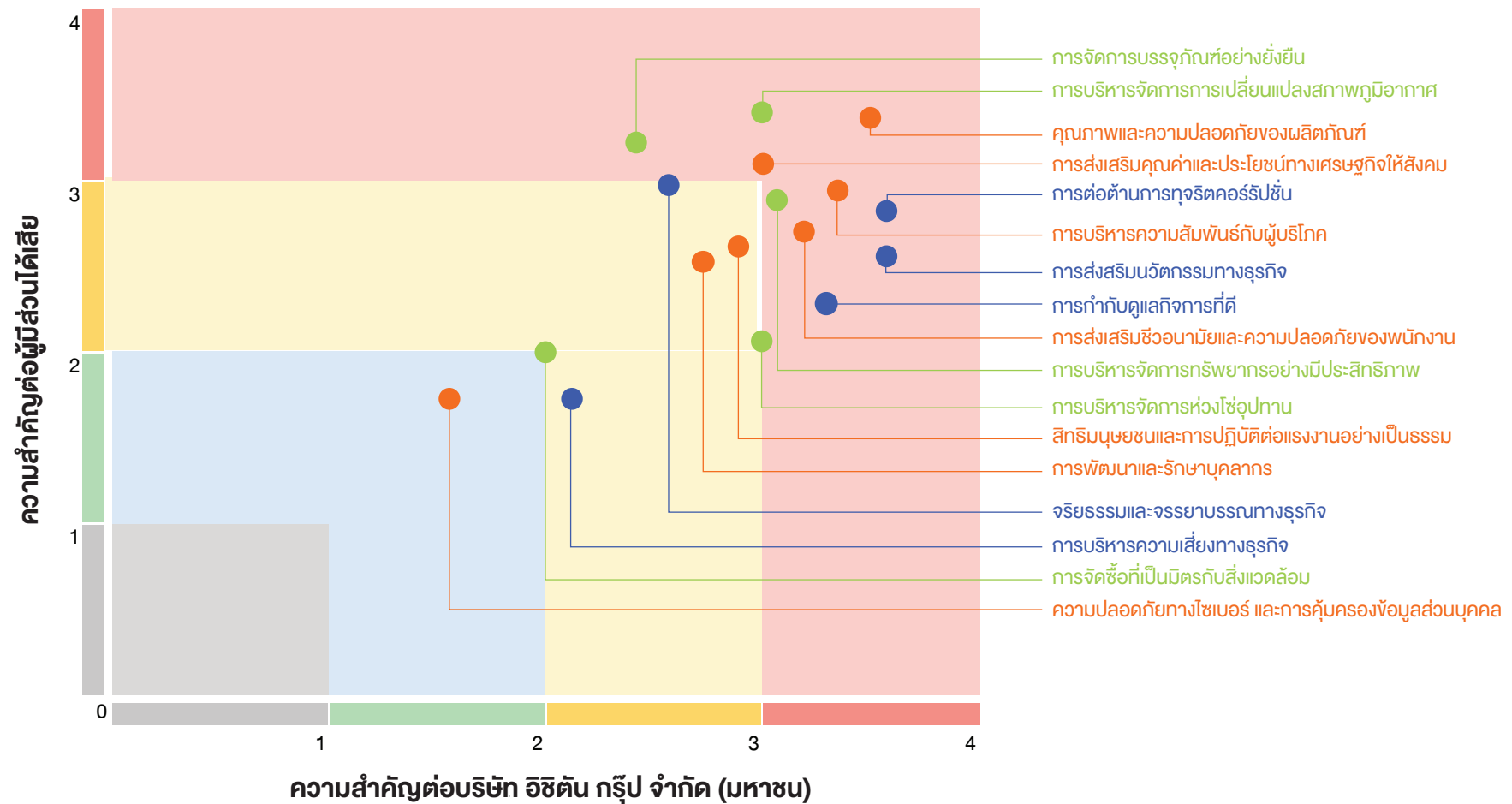
ขั้นที่ 4 การทวนสอบประเด็นที่มีนัยสำคัญ

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



การจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Matrix)

แผนภาพแสดงประเด็นที่สำคัญ (Materiality Matrix)



- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม (Environmental)
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในมิติสังคม (Social)
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจและการกำกับดูแล (Economic & Governance)

การดำเนินงาน

ด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

1. การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ในปัจจุบัน ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกำลังทวีความรุนแรงมากขึ้นและส่งผลกระทบต่อสร้างความเสียหายในวงกว้าง ทั้งต่อมนุษย์และสิ่งมีชีวิตต่างๆ องค์การระดับโลกและนานาชาติ จึงมีความตกลงระหว่างประเทศให้ทุกประเทศเร่งดำเนินงานใน 2 ประเด็นหลัก คือ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และในขณะเดียวกันก็ต้องมีการปรับตัว เพื่อลดผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้นผ่านกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change : UNFCCC)

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

ทั้งนี้ อิชิตัน ตั้งเป้าหมายในลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี พ.ศ. 2593 รวมถึงเตรียมพร้อมรับความท้าทายจากผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงสนับสนุนการพัฒนา โครงการและนวัตกรรมที่มุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำที่มีประสิทธิภาพ ด้วยความเชื่อมั่นว่าการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจสามารถดำเนินควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรับผิดชอบและเกิดประโยชน์สูงสุด

เป้าหมายการจัดการ
ด้านการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศและพลังงาน



ผลการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและพลังงาน

1. ในปี 2566 บริษัทฯ สามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ได้ 6,958.09 tCO₂eq คิดเป็นร้อยละ 4.50
2. ในปี 2566 บริษัทฯ สามารถลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าและความร้อน ได้ 201.51 MJ/1000L คิดเป็นร้อยละ 14.3

แนวทางการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน

1. จัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization) เพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีประสิทธิภาพและดำเนินการตามมาตรการที่ได้วางไว้
2. โครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (T-VER) เพื่อสร้างพลังงานสะอาดทดแทนโดยใช้พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ (ICHITAN SUNERGY) ในกระบวนการผลิตเครื่องดื่มของโรงงานอิซตัน กรีน แพลคอรี่ ตามแนวคิด ลด ทดแทน บำบัด และนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่
3. โครงการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยลดการใช้พลาสติก ลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิต และลดการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO14001:2015) ระบบการจัดการพลังงาน (ISO50001:2018) และอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว (Green Network)

ผลการดำเนินงาน

การจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization)

การประเมินก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยจากการดำเนินกิจกรรมขององค์กร และคำนวณออกมาในรูปแบบของคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (CO₂ eq) บริษัท อิซตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จึงดำเนินการประเมินศักยภาพในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร โดยมีหน่วยงานผู้ทวนสอบ คือ องค์กรบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) ในการพิจารณาขอบเขตขององค์กร (Organization boundary) ในลักษณะการควบคุมดำเนินการ (Operational Control) ซึ่ง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

ขอบเขต	แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปี 2564 (tCO ₂ eq)	ปี 2565 (tCO ₂ eq)	ปี 2566 (tCO ₂ eq)
ขอบเขตที่ 1	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงขององค์กร (Direct GHG Emissions) ได้แก่ การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่ใช้ในการเคลื่อนที่ และการรั่วไหลและอื่นๆ	14,559.00	19,729.00	18,048.00
ขอบเขตที่ 2	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Energy Indirect GHG Emission) ได้แก่ การใช้ไฟฟ้า	18,832.00	19,047.00	22,180.00
ขอบเขตที่ 3	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (Other Indirect GHG Emission) เช่น การได้มาของวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์	83,382.00	93,485.00	114,328.00
รวม	รวมการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อมทั้งหมด	116,773.00	132,261.00	154,556.00



ขอบเขตที่ 1 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงขององค์กร (Direct GHG Emissions) ได้แก่ การเผาไหม้อยู่กับที่ การเผาไหม้ที่มีการเคลื่อนที่ และการรั่วไหลและอื่นๆ

แนวทางการจัดการด้านพลังงานความร้อน

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการควบคุมการใช้พลังงานความร้อน คือ การควบคุมไม่ให้มีการผลิตพลังงานความร้อนที่มากเกินไป (ซึ่งในที่นี้ หมายถึง ไอน้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิต) ด้วยการตั้งแรงดันการทำงานของหม้อไอน้ำไม่ให้ผลิตไอน้ำที่แรงดันที่สูงเกินกว่าที่ใช้งาน นอกจากนี้ อิชิตัน กรีน แพลคอรี่ ซึ่งถูกออกแบบภายใต้แนวคิด ลด กดแทน บำบัด และนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่ ยังมีระบบการแลกเปลี่ยนในกระบวนการผลิตอีกด้วย กล่าวคือ ในระหว่างกระบวนการผลิต น้ำชาที่ผ่านการต้มจะถูกลดอุณหภูมิลง เพื่อให้ชาตกตะกอน เมื่อแยกตะกอนออกไปจะเหลือแค่น้ำชาใสๆ แล้วจะส่งผ่านท่อกายในระบบปิด ซึ่งได้ติดตั้งแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนไว้ตลอดเส้นทาง ซึ่งแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนดังกล่าวนี้ จะทำหน้าที่ลด/เพิ่มอุณหภูมิให้กับน้ำที่ใช้ในการผลิตด้วยกระบวนการถ่ายเทพลังงานวนต่อกันตลอดทั้งกระบวนการผลิต ทั้งนี้ทุกครั้งที่เกิดการแลกเปลี่ยนความร้อน ไอน้ำความร้อนสูงจะถูกลดอุณหภูมิลงและเกิดการควบแน่นจนได้หยดน้ำตามกระบวนการธรรมชาติ จากนั้นจะถูกดูดกลับมาใช้ซ้ำอีกครั้งเข้าสู่เครื่องต้มน้ำหมุนเวียนเป็นพลังงานความร้อนต่อไป จากกระบวนการดังกล่าว บริษัทฯ สามารถลดต้นทุนในการผลิตได้เป็นอย่างดี รวมถึงยังสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เข้าสู่ชั้นบรรยากาศได้อีกด้วย

เป้าหมายการจัดการ ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ลดการใช้พลังงานความร้อน (จากก๊าซธรรมชาติ)
ต่อยอดการผลิตหนึ่งพันลิตร โดยลดลง

ร้อยละ **3** ภายในปี 2566



ผลการดำเนินงานการจัดการพลังงานความร้อน (ไอน้ำ)

รายการ	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ปริมาณการใช้พลังงานความร้อนต่อหน่วย 1000L (MMBtu / 1000L)	0.8617	0.8520	0.7458

ในปี 2566 บริษัทฯ สามารถลดปริมาณการใช้พลังงานความร้อนต่อหน่วย 1000L ลงได้ 0.1062 MMBtu/1000L เมื่อเทียบกับปี 2565 คิดเป็นร้อยละ 12.4 ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ (ตั้งไว้ลดลงไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3) โครงการอนุรักษ์พลังงานด้านความร้อน เพื่อลดปริมาณการสูญเสียพลังงานความร้อน โดยการให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการแก้ไข ได้แก่ มาตรการแก้ไขจุดรั่วไหลของไอน้ำ มาตรการเพิ่มประสิทธิภาพสายการผลิตแบบขวด PET และเพิ่ม Utilization rate และมาตรการเพิ่มเปอร์เซ็นต์การสกัดหัวเชื้อชา

1. มาตรการแก้ไขจุดรั่วไหลของไอน้ำ

ในปี 2566 บริษัทฯ สามารถลดปริมาณการใช้พลังงานความร้อนและลดปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติได้ โดยมีการตรวจสอบจุดรั่วไหลแล้วดำเนินการแก้ไขทำให้ไม่มีการสูญเสียพลังงานความร้อนในพื้นที่การผลิตโรงงาน 1 และ โรงงาน 2 และสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 165.77 tCO₂eq

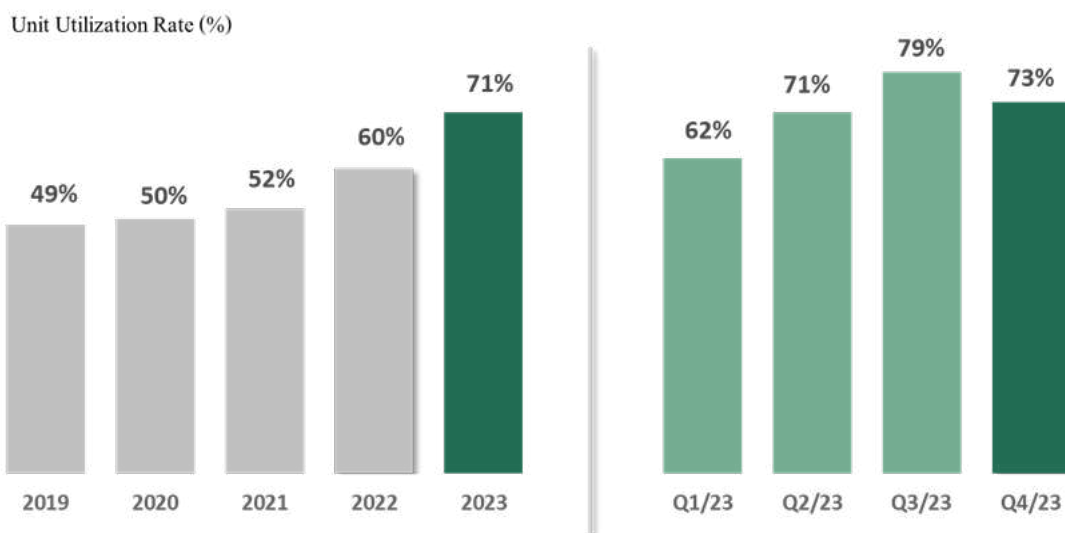
ผลการดำเนินงานปริมาณการใช้พลังงานความร้อน มาตรการแก้ไขจุดรั่วไหลของไอน้ำ

รายการ	ปี 2565	ปี 2566
ลดปริมาณการใช้พลังงานความร้อนได้	2,804.15 MMBtu	2,974.47 MMBtu
ลดปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติได้	2,779,910 scf	2,892,996 scf
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	159.29 tCO ₂ eq	165.77 tCO ₂ eq



2. มาตรการเพิ่มประสิทธิภาพสายการผลิตแบบวงจร (PET) และเพิ่ม Utilization rate

ในปี 2566 บริษัทฯ สามารถลดปริมาณการใช้พลังงานความร้อนและลดปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติได้ โดยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของสายการผลิตแบบวงจร (PET) รวม 7 สายการผลิตและเพิ่ม Utilization rate





อัตราการใช้กำลังการผลิตจากปี 2565 ที่ร้อยละ 60 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 71 ในปี 2566 ส่งผลให้ประสิทธิภาพการใช้พลังงานความร้อนเพิ่มขึ้นและลดการสูญเสียความร้อนได้ ดังตารางด้านล่าง

รายการ	ปี 2566
ลดปริมาณการใช้พลังงานความร้อนได้	35,647 MMBtu
ลดปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติได้	34,676,070 scf
ลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	1,986.93 tCO ₂ eq

- สามารถลดปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติได้ 36,438,156.8 scf
- สามารถลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 1,986.93 tCO₂eq

3. มาตรการเพิ่มเปอร์เซ็นต์การสกัดหัวเชื้อชา

ในปี 2566 ได้มีการพัฒนาและคิดค้นวิธีการสกัดชาเข้มข้นสูง โดยสามารถสกัดสารที่มีประโยชน์จากใบชาได้มากขึ้น ส่งผลให้มีการใช้ใบชาลดลง ในขณะที่คุณภาพพองชาและรสชาติไม่เปลี่ยนแปลง

- ช่วยลดปริมาณการใช้ใบชาได้ 66,197 kg ในปี 2566
- ลดขยะกากใบชาได้ 66,197 kg (แต่โดยปกติกากชาที่เป็นของเสียจะถูกนำไปเป็นเชื้อเพลิงโรงไฟฟ้าชีวมวล)
- ลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากใบชา ได้เท่ากับ 335.90 tCO₂eq



ขอบเขตที่ 2 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Energy Indirect GHG Emission) ได้แก่ การใช้ไฟฟ้า

ข้อมูลการใช้ไฟฟ้าในโรงงานอิชิตันและไฟฟ้าที่ผลิตไว้ใช้ภายในโรงงานจากระบบโซล่าเซลล์

ปี 2566 ข้อมูล (หน่วย: kWh)	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ผลิตจากแสงอาทิตย์	3,289,737	4,392,079	5,832,619
ลดปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติได้	37,671,382	38,100,594	44,368,864
ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่โรงงานใช้ทั้งหมด	40,961,120	42,492,674	50,201,483

เป้าหมายการจัดการ ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อยอดการผลิตหนึ่งพันลิตร โดยลดลง ร้อยละ 3 ภายในปี 2566



1. มาตรการเพิ่มประสิทธิภาพสายการผลิตแบบวงจร (PET) และเพิ่ม Utilization rate

ในปี 2566 บริษัทฯ สามารถลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 2,397,928.88 kWh หรือเทียบเท่ากับ ลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1,198.72 tCO₂eq โดยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของสายการผลิตแบบวงจร (PET) รวม 7 สายการผลิตและเพิ่มอัตราการใช้กำลังการผลิตจากการวัดผลการดำเนินการพบว่าสามารถลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าจาก 144.73 kWh/1000L ในปี 2565 เหลือ 138.17 kWh/1000L ในปี 2566 หรือลดลง 6.6 kWh/1000L (ลดลง 4.53 %)

2. มาตรการเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากระบบอัดอากาศ

เนื่องด้วย Air compressor แบบ screw ที่ใช้งานอยู่มีอายุการใช้งานมากขึ้น ส่งผลให้ประสิทธิภาพลดลง ดังนั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานและลดการใช้พลังงานไฟฟ้า จึงเปลี่ยน Air compressor ประสิทธิภาพสูง เป็น Centrifugal multistage air compressor ขนาด 300HP

เป้าหมายของโครงการเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากระบบอัดอากาศ

1. เพื่อลดพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ในการอัดอากาศ 7 bar ลดลงร้อยละ 3
2. เพื่อลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากพลังงานไฟฟ้าของระบบอัดอากาศลง ร้อยละ 3

ผลการดำเนินงาน

1. ลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าลงได้จากปี 2565 ที่ ใช้ไป 17.4 kWh/1000L เหลือ 16.3kWh/1000L ในปี 2566 ลดลงคิดเป็นร้อยละ 6.64 หรือ 399,654.81 kWh/ปี
2. ลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก 199.79 tCO₂eq/ปี





3. ผลการดำเนินงานมาตรการติดตั้ง VSD Compressor ระบบทำน้ำเย็น

ช่วงปลายปี พุทธศักราช-ธันวาคม 2566 มีการปรับปรุงระบบทำความเย็น ice water ที่เครื่อง Compressor NO.3 ขนาด 450kW ที่มีขนาดใหญ่เกินไป โดยการติดตั้ง VSD เพื่อให้สามารถควบคุมการทำงานแบบ part load และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของ Compressor IIU screw



- หลังจากติดตั้ง VSD สามารถลดการใช้ไฟฟ้าในเดือนธันวาคม 2566 ได้เท่ากับ 21,796 kWh
- ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้เท่ากับ 10.9 tCO₂eq ในเดือนธันวาคม 2566 (1 เดือน)

โครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตาม มาตรฐานของประเทศไทย (T-VER)

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เล็งเห็นถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่สามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเข้าสู่ชั้นบรรยากาศอันจะส่งผลกระทบต่อโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อิชิตัน กรีน แฟคทอรี มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 70,000 ตารางเมตร หลังคาด้านบนของโรงงานถูกออกแบบให้มีพื้นที่ว่างเพื่อรองรับหน้าการติดตั้งโซลาร์รูฟ (Solar Roof) ผ่านโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ อิชิตัน กรีน แฟคทอรี (ICHITAN SUNergy) เป็นโครงการลดก๊าซเรือนกระจกประเภทพลังงานทดแทน ดำเนินการติดตามผลการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จัดทำรายงานผลการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทวนสอบข้อมูลการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและยื่นขอการรับรองคาร์บอน เครดิต โดยมีปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ที่ได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เนื่องจากโรงงานอิชิตัน ต้องดำเนินการผลิตตลอด 24 ชั่วโมง บริษัทฯ จึงดำเนินการ การติดตั้งระบบผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์เพื่อสนับสนุนการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานสะอาด พลังงานไฟฟ้าที่ผลิตได้นำมาใช้ประโยชน์ภายในโรงงานทดแทนการใช้ไฟฟ้าจากระบบสายส่งเพื่อ

ลดปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากนิคมอุตสาหกรรมโรจนะซึ่งเป็นโรงไฟฟ้าที่ใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้าและการใช้พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ในช่วงกลางวันสามารถช่วยลดค่าไฟฟ้า ได้ประมาณร้อยละ 10 - 20 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดในกระบวนการผลิต ซึ่งมีรายละเอียด การติดตั้ง ดังนี้

ข้อมูลการติดตั้งและใช้งานของโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์

Phase 1	โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ICHITAN SUNERGY บนพื้นที่หลังคา 25,000 ตร.ม. ขนาด 2.544 MWp เริ่มใช้งานตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ปี 2560 - ปัจจุบัน
Phase 2	ดำเนินการติดตั้งขนาด 1.839 MWp แล้วเสร็จ และเริ่มใช้งานเดือน 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 โดยในปี 2566 ผลิตไฟฟ้าใช้งานได้เต็มปี สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ได้เท่ากับ 5,832,603 kWh ต่อปี โดยคิดเป็นสัดส่วนการใช้พลังงานไฟฟ้าเท่ากับร้อยละ 11.6 ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดในกระบวนการผลิต หรือคิดเป็นมูลค่า 28.57 ล้านบาทต่อปี (ราคาไฟฟ้าโซลาร์เซลล์เฉลี่ย 4.8965 บาท / kWh) ในปี 2566 สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อนได้ เท่ากับ 1,299.51 tCO₂eq



สรุปผลการดำเนินงานโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (ICHITAN SUNERGY)

การผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ความสามารถในการผลิตไฟฟ้า(kWh)	3,289,737.78	4,392,079.68	5,832,603.08
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ (tCO2eq)	732.95	978.56	1,299.51
ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าได้ (ล้านบาท)	12.66	19.69	28.57

- สามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (ICHITAN SUNERGY) ได้มากถึง 5,832,603.08 kWh
- ช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานเป็นมูลค่า 28.57 ล้านบาท
- ช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1,299.51 tCO2eq

โครงการบริหารประสิทธิภาพช่องทางการจัดส่ง รูปแบบ Traditional Trade

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีมาตรการในการบริหารจัดการคลังสินค้าและการขนส่งของบริษัทฯ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลการจัดส่งสินค้าในแต่ละช่องทางอย่างสม่ำเสมอ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาช่องทางการจัดส่งต่างๆ ให้เกิดความเหมาะสม และมีประสิทธิภาพสูงสุด อย่างไรก็ตาม การจัดส่งสินค้าในแต่ละช่องทางนั้นมีอัตราค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ อาทิ ระยะทาง ปริมาณสินค้า ขนาดของรถขนส่งที่ใช้ในการจัดส่งสินค้า รวมทั้งช่องทางและตัวแทนจัดจำหน่ายของบริษัทฯ ปัจจุบันบริษัทฯ มีศักยภาพที่จะสามารถเพิ่มช่องทางการส่งตรงได้ (จากโรงงานถึงผู้บริโภคปลายทาง) ทั้งนี้ ไม่เพียงแต่จะช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านต้นทุน การขนส่งสินค้าทางเข้า หรือลดพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าคงคลังแต่เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าปลายทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็ว

นอกจากนี้ การขนส่งยังถือเป็นสำคัญสำคัญของการก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศอีกด้วย บริษัทฯ จึงมีเป้าหมายที่จะบริหารจัดการงานในทุกภาคส่วนขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาประสิทธิภาพด้านขนส่งเพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามความมุ่งมั่นของบริษัทฯ

ผลการดำเนินงานโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าประจำปี แสดงดังตาราง



	2565		2566	
รูปแบบการจัดส่ง	ส่งสินค้าให้กับ ลูกค้า	ส่งตรงให้กับ ลูกค้าปลายทาง	ส่งสินค้าให้กับ ลูกค้า	ส่งตรงให้กับ ลูกค้าปลายทาง
ลดจำนวนเที่ยวขนส่ง	10,731 เที่ยว	6,021 เที่ยว	12,382 เที่ยว	8,373 เที่ยว
ลดระยะทางการขนส่ง	8,838 กิโลเมตร	8,200 กิโลเมตร	10,578 กิโลเมตร	9,757 กิโลเมตร
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	1,696.02 tCO ₂ eq	1,566.33 tCO ₂ eq	2,377.6 tCO ₂ eq	2,140.6 tCO ₂ eq

- ลดจำนวนเที่ยวในการขนส่งได้ 4,009 เที่ยว และลดระยะทางการขนส่งรวมได้ 821 กิโลเมตร
- สรุปผลการดำเนินงาน ในปี 2566 สามารถลดปริมาณการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกได้ 236.9 tCO₂eq

โครงการลดจำนวนเที่ยวการขนส่งสินค้า

เนื่องจากปัจจุบันบริษัทอิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าในแต่ละช่องทาง โดยการใช้รถเทรลเลอร์และรถ 6 ล้อ จากการบริหารจัดการงานด้านโลจิสติกส์ พบว่ายังมีต้นทุนในการจัดส่งค่อนข้างสูง อันเนื่องมาจากอัตราราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนในการส่งสินค้าเพิ่มขึ้นตามลำดับ จึงมีแนวคิดในการลดต้นทุนการจัดส่งและรายได้ส่วนต่างจากการบริหารจัดการกิจกรรมการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้า OEM เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจำนวนเที่ยวขนส่งจากเดิมที่บรรจุสินค้าจำนวน 24 พาเลทต่อรถ 1 คัน เป็นบรรจุสินค้าจำนวน 26 พาเลทต่อรถ 1 คัน เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามความมุ่งมั่นของบริษัทฯ

ผลการดำเนินงานโครงการลดจำนวนเที่ยวการขนส่งสินค้าประจำปี 2566 แสดงดังตาราง

รูปแบบการจัดส่ง	2566
ลดจำนวนเที่ยวขนส่ง	126 เที่ยว
ลดระยะทางการขนส่ง	336 กิโลเมตร
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	1.2 tCO ₂ eq



2. การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

โอกาสและความท้าทาย

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญของการดำรงชีวิตและเศรษฐกิจของทุกประเทศทั่วโลก แต่ในปัจจุบันทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดได้ลดปริมาณลงเป็นอย่างมาก บางส่วนอยู่ในสภาพเสื่อมโทรม และไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ดังนั้น อิชิตัน จึงมุ่งเน้นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดให้สามารถใช้ได้ยาวนาน ด้วยนวัตกรรมโรงงานซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อส่งเสริมและใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมความทันสมัยของเครื่องจักร กระบวนการที่มีประสิทธิภาพและเป็นระบบ โดยการวางแผนดำเนินงาน ติดตามประเมินผล และปรับปรุงแก้ไขพัฒนาให้ดีขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มและธรรมชาติให้มากที่สุด

คณะกรรมการบริษัท กำกับและส่งเสริมตามนโยบายให้โรงงาน อิชิตัน กรีนแฟคทอรี เป็นโรงงานผลิตเครื่องดื่มที่ใช้เทคโนโลยีบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อซึ่งกันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุดโดยกำหนดแนวทางการดำเนินงานมุ่งมั่นตั้งใจให้โรงงานอิชิตันเป็น “Green Factory” ทุกขั้นตอนการผลิตเพื่อสามารถ ลด ทดแทน บำบัด และนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่ จุดมุ่งหมายเพื่อทำให้แต่ละปีสามารถลดการใช้พลังงานก๊าซธรรมชาติ น้ำ พลาสติก และไฟฟ้า เพื่อรบกวนธรรมชาติให้น้อยที่สุด

การบริหารจัดการน้ำ

แนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านน้ำ

ปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกลายเป็นประเด็นความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมที่ทำให้การดำเนินธุรกิจของ ทุกภาคส่วนเริ่มต้นตัว และให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เพราะมีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสิ่งมีชีวิต โดยเฉพาะ ทรัพยากร “น้ำ” ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของสิ่งมีชีวิตทั่วโลก การสร้างความมั่นคงด้านน้ำจึงต้องมีการบริหารจัดการให้เกิดความสมดุล เพื่อดำรงไว้ซึ่งระบบห่วงโซ่อาหารที่ยั่งยืน

อิชิตัน กรุ๊ป ดำเนินธุรกิจเครื่องดื่มซึ่งมี “น้ำ” เป็นปัจจัยหลักในการผลิต บริษัทฯ จึงมีการบริหารจัดการน้ำแบบองค์รวม ครอบคลุมตั้งแต่การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ การปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานคุณภาพน้ำ การใช้น้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยการลดปริมาณการใช้น้ำและการนำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์ตามหลักการ 3Rs (Reduce Reuse Recycle) รวมถึง การสร้างความตระหนักในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และการติดตามเฝ้าระวังปริมาณน้ำดิบในแต่ละเดือน เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินการของบริษัทฯ จะไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้ น้ำของชุมชนบริเวณโดยรอบ

1) บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำ โดยมีการติดตามข้อมูลอ้างอิงปริมาณน้ำจากสวนอุตสาหกรรมโรจนะเพื่อประเมินสถานการณ์ และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากปริมาณหรือคุณภาพน้ำที่เปลี่ยนแปลง เพื่อกำหนดแนวทางป้องกันและแก้ไข เช่น วิกฤติน้ำท่วม หรือภัยแล้ง เป็นต้น ทั้งนี้ มีกำหนดการซ้อมแผนรับมือ สถานการณ์น้ำท่วมอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง สำหรับเตรียมความพร้อมไว้รองรับสถานการณ์อุทกภัยอย่างเป็นระบบ และลดความสูญเสียที่เกิดจากอุทกภัยให้เหลือน้อยที่สุด

2) การติดตามความเสี่ยงที่มีต่อบริษัทฯ และชุมชนท้องถิ่น และจัดการน้ำอย่างเป็นระบบ โดยการติดตามปริมาณการใช้น้ำขององค์กร เพื่อกำหนดมาตรการประหยัดน้ำในองค์กรตามหลัก 3Rs (Reduce Reuse Recycle)

3) การประเมินคุณภาพน้ำดื่มนำมาใช้ในกระบวนการผลิต อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 135 (พ.ศ. 2534) เรื่องน้ำบริโภคในภาชนะบรรจุปิดสนิท ได้แก่ การวิเคราะห์การปนเปื้อน



ของโลหะ การวิเคราะห์ทางจุลชีววิทยา การวิเคราะห์คุณลักษณะน้ำ เช่น สี ความเป็นกรดต่าง แร่ธาตุในน้ำ ในการวิเคราะห์ผลประจำวันเพื่อรักษาคุณภาพน้ำและความปลอดภัยในการผลิตให้ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย (ทั้งนี้ ผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำที่องค์กรนำมาใช้ในกระบวนการผลิต ปรากฏดังเอกสารแนบท้ายในส่วนของ “ข้อมูลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2566”)

4) มีการติดตามปริมาณการใช้งานน้ำเพื่อควบคุมต้นทุนในการผลิต และลดปัญหาน้ำเสีย ที่เกิดขึ้นในระหว่างการผลิต โดยการกำหนดตัวชี้วัด (Key Performance Indicator: KPIs) ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมปริมาณการใช้น้ำ ให้กับ หน่วยงานที่รับผิดชอบควบคุม

5) มีการประเมินคุณภาพของน้ำทั้งจากกระบวนการผลิต ด้วยการควบคุมค่าน้ำเสียให้เป็นไปตามกฎหมาย และ ตามที่สวนอุตสาหกรรมโรจนะกำหนด เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมต่อชุมชน รวมทั้ง สร้างภาพลักษณ์ที่ดี ทางด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมให้กับองค์กร

6) การบำบัดน้ำเสียด้วยระบบบำบัดน้ำทางชีวภาพแบบไร้อากาศ (Anaerobic Wastewater Treatment) ถือเป็นกระบวนการบำบัดน้ำเสียในสภาวะไร้ออกซิเจน โดยจุลินทรีย์จะอาศัยสารประกอบอื่นเป็นตัวรับอิเล็กตรอนแทนออกซิเจนละลายน้ำ (Dissolved Oxygen) หรือออกซิเจนอิสระ เพื่อการย่อยสลายสารอินทรีย์ในน้ำเสีย ให้ตกตะกอน และจะผ่าน เข้าสู่ระบบบำบัดสี ซึ่งก่อนปล่อยน้ำทิ้งออกจะต้องมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียก่อนปล่อยออกไปสู่ระบบบำบัดน้ำเสีย ส่วนกลางของสวนอุตสาหกรรมโรจนะ

7) ส่งเสริมการสร้างความรู้และความเข้าใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำให้แก่พนักงาน เพื่อประหยัดทรัพยากรน้ำ และลดปัญหาการปล่อยน้ำเสียออกสู่ภายนอก



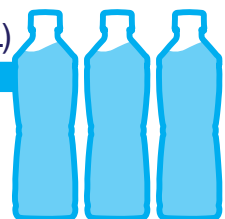
เป้าหมายการจัดการ

ทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

ลดปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยการผลิต (1000L)



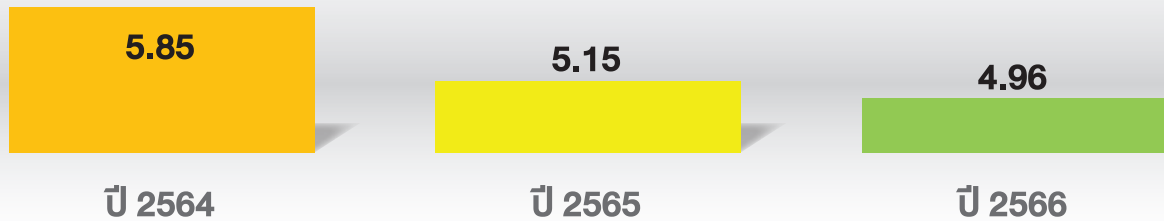
ร้อยละ **3** ภายในปี 2566



ข้อมูลการใช้ทรัพยากรน้ำ

ผลการดำเนินงาน	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ปริมาณน้ำประปาที่องค์กรใช้ในการผลิต (ลูกบาศก์เมตร)	1,522,072	1,567,679	1,802,772
อัตราการใช้น้ำประปาต่อหน่วยการผลิต (m3/1000L)	5.85	5.15	4.96
น้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่ และใช้ซ้ำทั้งหมด (ลูกบาศก์เมตร)	N/A	260,703	277,699

อัตราการใช้น้ำประปาต่อหน่วยการผลิต m3/1000L



ข้อมูลด้านการควบคุมปริมาณการใช้น้ำประปา

ผลการดำเนินงาน			
ตัวชี้วัด	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ควบคุมปริมาณการใช้น้ำต่อการผลิต	5.85 m3/1000L	5.16 m3/1000L	4.95 m3/1000L
ลดการใช้ทรัพยากรการใช้น้ำประปา	-	209,876 m3	277,699 m3
ลดการใช้ทรัพยากรน้ำประปา (ร้อยละ)	-	11.79	3.83
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	-	54.04 tCO2 eq	71.50 tCO2 eq

ในปี 2566 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นส่งผลให้มีปริมาณการใช้น้ำที่มากขึ้น ทั้งนี้หากเทียบเป็นปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยการผลิต (m/1000L) จะเห็นว่าผลการดำเนินงานด้านการควบคุมปริมาณการใช้น้ำในกระบวนการผลิตสามารถลดการใช้น้ำลงได้ถึง 277,699 m3 เมื่อเทียบกับปี 2565 คิดเป็นร้อยละ 3.83

Reuse การใช้น้ำ ใช้ให้คุ้มค่า ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

• มาตรการนำน้ำ RO-return กลับมาใช้

เนื่องจากปัจจุบันน้ำ RO (Reverse Osmosis) ที่ส่งเข้าไปในกระบวนการผลิตส่วนหนึ่งถูกนำไปใช้ในกระบวนการต้มผสมและอีกส่วนหนึ่งนำไปใช้ในขั้นตอนลดอุณหภูมิน้ำชาด้วยวิธีแลกเปลี่ยนความร้อน เมื่อแลกเปลี่ยนความร้อนเสร็จน้ำจะถูกส่งเข้าถังเก็บภายในอาคารผลิต จากกระบวนการดังกล่าว พบว่าถังเก็บน้ำภายในอาคารผลิตซึ่งมีขนาดเล็กส่งผลให้มีน้ำส่วนเกินล้นถังเก็บน้ำและไม่ถูกนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ดังนั้น ส่วนวิศวกรรมจึงได้จัดทำโครงการบริหารจัดการ RO-return เพื่อนำน้ำส่วนนี้กลับมาใช้งานโดยจัดทำชุดท่อส่งน้ำ RO กลับมาเข้าถังเก็บน้ำที่ตั้งอยู่ในอาคารสาธารณูปโภค



ผลการดำเนินงาน	ปี 2565	ปี 2566
ปริมาณน้ำ RO ที่นำกลับมาใช้ใหม่จากระบบการ RO return	159,910 m ³	235,158 m ³



• มาตรการนำ RO-reject กลับมาใช้

โดยปกติในขั้นตอนกระบวนการผลิตน้ำ RO จะเกิดการสูญเสียน้ำในระหว่างกระบวนการประมาณร้อยละ 25 โดยน้ำ ส่วนนี้เรียกว่า RO reject ซึ่งจะถูกปล่อยทิ้งลงรางระบายน้ำฝนไม่ได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทางส่วนวิศวกรรมจึง มี การพัฒนาระบบเพื่อนำน้ำส่วนนี้กลับมาใช้ในพื้นที่ของบริษัทฯ โดยการจัดทำชุดถังเก็บน้ำ RO reject เพื่อกักเก็บน้ำ กลับมาและจัดทำชุดท่อจ่ายน้ำเพื่อนำไปใช้ในการรดน้ำต้นไม้ในบริเวณพื้นที่ของบริษัทฯ ทดแทนการใช้น้ำประปา

ผลการดำเนินงาน	ปี 2565	ปี 2566
ปริมาณน้ำทั้งที่นำกลับมาใช้ในระบบการ RO reject	31,104 m ³	104,317 m ³



• **มาตรการนำ Condensate Return กลับมาใช้**

ไอน้ำที่ผลิตจากหม้อต้มไอน้ำ (Boiler) เมื่อถูกนำไปใช้งานในกระบวนการผลิตแล้วจะเกิดการสูญเสียความร้อน และเกิดการควบแน่นกลายเป็นของเหลว น้ำที่เกิดจากกระบวนการควบแน่นนี้ (Condensate) จะยังคงมีอุณหภูมิสูง เมื่อนำกลับมาใช้งานใหม่ในกระบวนการผลิตไอน้ำ จะทำให้สามารถลดปริมาณการใช้น้ำ และลดพลังงานในการเพิ่มอุณหภูมิ ทำให้น้ำที่อุณหภูมิห้องเข้าสู่ภาวะที่พร้อมจะเกิดเป็นไอน้ำที่แรงดันต่างๆ

ผลการดำเนินงาน	ปี 2565	ปี 2566
ปริมาณน้ำที่ได้จากการควบแน่น (Condensate) และนำกลับมาใช้ใหม่ ในกระบวนการผลิต ไอน้ำของหม้อต้มไอน้ำ (Boiler)	69,686 m ³	42,541 m ³



ผลการดำเนินงานด้านการจัดการคุณภาพน้ำเสีย

จากการดำเนินกิจการในทุกปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ปฏิบัติสอดคล้องตามมาตรฐานกฎหมายที่ภาครัฐกำหนด เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีข้อมูลการของคุณภาพน้ำดังนี้

พารามิเตอร์	หน่วย	ค่ามาตรฐาน	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
pH	-	5.5 – 9.0	8.1	8.4	8.2
Temperature	ส. C	≤ 40	35	36	31
Biochemical Oxygen Demand (BOD)	mg/L	≤ 500	359	44	66
Chemical Oxygen Demand (COD)	mg/L	≤ 750	615	144	194
Total Suspended Solid	mg/L	≤ 200	125	30	14
Total Dissolved Solid	mg/L	≤ 3,000	1110	668	512
Oil and Grease	mg/L	≤ 10	2	2	2
Total Kjeldahl Nitrogen	mg/L as N	≤ 100	26	44	15





การบริหารจัดการมลพิษทางเสียง

บริษัทฯ มีการควบคุมมลพิษทางเสียงจากการดำเนินงานทั้งในพื้นที่บริษัทอิชิตัน กรุ๊ป จำกัด(มหาชน) รวมไปถึงพื้นที่ชุมชนบริเวณรอบโรงงาน โดยมีระดับเสียงอยู่ในค่ามาตรฐานและเป็นไปตามมาตรฐานรับรองของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งกำหนดให้ระยะเวลาที่ทำงาน 8 ชั่วโมง มีระดับความดังเสียงไม่เกิน 90 dB(A). และมีค่าสูงสุดในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงานได้ไม่เกิน 115 dB(A).

ผลการบริหารจัดการมลพิษทางเสียง

รายการ หน่วย : dB(A)	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ภายในโรงงาน			
- ระดับเสียงเฉลี่ย 8 ชั่วโมง ในบริเวณการทำงาน (Leq.TWA 8 hr.)	82.7	83.2	84.88
- ระดับเสียงสูงสุดในบริเวณการทำงาน (Lmax)	91.2	93.0	95.77
พื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน			
- ระดับเสียงเฉลี่ย 24 ชั่วโมงในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน (Leq. 24 hr.)	55.0	67.7	60.35
- ระดับเสียงสูงสุดในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน (Lmax)	89.3	108.7	98.5





การบริหารจัดการขยะและของเสีย

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

1. Reduce ลดการใช้ / ใช้น้อยเท่าที่จำเป็น เพื่อลดการเกิดขยะ

การผลิตด้วยระบบบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ (Cold Aseptic Filling Technology) เป็นเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาสนใจผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญต่อเครื่องดื่มที่คงคุณค่าสารอาหารจากรธรรมชาติไว้มากที่สุด และยังให้ความสำคัญต่อการรักษาโลกไปพร้อมๆกัน ในตอนแรกขั้นตอนผลิตเริ่มจากการต้มผสมแล้วจะถูกส่งเข้าเครื่องแยกตะกอน เหลือเพียงน้ำชาใส จากนั้นจะเดินทางผ่านท่อลำเลียงในระบบปิดเข้าสู่ถังผสมรสชาติและเข้าสู่ระบบฆ่าเชื้อด้วยความร้อนระดับสเตอริไรส์ 4 วินาที จากนั้นลดอุณหภูมิลงเหลือน้อยกว่า 30 องศาเซลเซียส เข้าสู่การบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อบรรจุลงขวดแล้วปิดผนึกฝาทันทีด้วยความเร็ว 600 ขวดต่อนาทีและบรรจุแบบกล่อง 200 กล่องต่อนาที

ผลการดำเนินงาน	ปี 2565	ปี 2566
ลดปริมาณการใช้ Virgin Plastic PET	136,680 กิโลกรัมต่อปี	436,178 กิโลกรัมต่อปี
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	394.38 tCO ₂ eq	1,258.55 tCO ₂ eq

การบรรจุผลิตกันที่ลงขวดขณะที่มีอุณหภูมิปกติ ทำให้ขวดบรรจุไม่จำเป็นต้องหาเพื่อทนความร้อน สามารถใช้ขวด PET ในระบบบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อด้านคุณภาพ สามารถลดปริมาณการใช้พลาสติกให้น้อยลง จากเดิม 16 กรัม เหลือเพียง 15 กรัม และ จากเดิม 17.5 กรัม เหลือเพียง 17 กรัม สามารถช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้มากขึ้น อีกทั้งสามารถลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม



2. Reuse การใช้ซ้ำ ใช้ให้คุ้มค่า ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

- โครงการ Reuse แกนกระดาด

แกนกระดาดที่บรรจุฉลากผลิตภัณฑ์ หลังจากการใช้งานแล้ว จะถูกเก็บรวบรวมและส่งกลับไปที่ผู้ขาย โดยที่ผู้ขายจะนำแกนกระดาดไปบรรจุฉลากผลิตภัณฑ์ใหม่และส่งกลับมาใช้อีกครั้ง ถือเป็นการลดการทิ้งขยะมูลฝอยที่จะไปสู่กระบวนการฝังกลบลงดิน

รายการ	ปี 2565	ปี 2566
ลดปริมาณการใช้แกนกระดาดได้	22,190.07 กิโลกรัม	30,165.45 กิโลกรัม
ลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	78.69 tCO ₂ eq	106.97 tCO ₂ eq



3. Recycle การแปรรูปนำกลับมาใช้ใหม่

ขยะรีไซเคิลที่เกิดจากกระบวนการผลิตและขยะของพนักงาน ประเภทขยะที่สามารถรีไซเคิลได้ ถูกคัดแยก และส่งต่อไปยังบริษัทที่รับซื้อเศษวัสดุเพื่อนำไปหลอมขึ้นรูป หรือเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ทำให้เศษวัสดุนั้นๆ กลับมาใช้ประโยชน์ และยังเป็นการสร้างมูลค่าให้กับของที่ไม่ใช้แล้ว

| บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

- โครงการชีวมวลจากกากชา

ใบชาที่ผ่านการต้มสกัดจากกระบวนการผลิต (กากชา) จะถูกส่งต่อให้ลูกค้า เพื่อนำไปแปรรูปทำเชื้อเพลิงไฟฟ้าชีวมวล ถือเป็นทางเลือกการทิ้งขยะมูลฝอยที่จะไปสู่กระบวนการฝังกลบลงดิน ทั้งนี้ เป็นการนำของที่ไม่ใช้แล้วส่งต่อไปให้ผู้ที่ต้องการหรือผู้ที่ได้รับไปแล้วทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดแทน



ผลการดำเนินงาน	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ปริมาณกากชาที่ส่งไปกำจัด	1,763.12 ตัน	2,112.20 ตัน	1,837.69 ตัน

นอกจากนี้ กากชาที่เหลือจากกระบวนการผลิตเครื่องดื่มชา ปริมาณกากใบชาแห้ง 95 กิโลกรัม ถูกนำไปพัฒนาต่อยอดให้กากชาได้ไปแปรรูปเชิงสร้างสรรค์ เกิดเป็นชิ้นงานติดตั้งในโซน Peak end experience ณ โซนจัดแสดงของศูนย์การเรียนรู้ต้นแลนด์ ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างบริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทิฟฟานี้ เดคคอร์ จำกัด (Tiffany Decor) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กากใบชาต้นแบบที่ออกแบบร่วมกันของ 2 องค์กร ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของลูกค้า สร้างมูลค่าเพิ่มและสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ที่มีความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมสอดคล้องกับนโยบายด้านความยั่งยืน และนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงต่อยอดกระบวนการ “Upcycling Zero Waste” ภายใต้โครงการโรงงานสีเขียว Green Industry ระดับ 5 ของกระทรวงอุตสาหกรรม ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมขององค์กร



ผลการดำเนินงาน	ปี 2566
ลดปริมาณกากขาที่ส่งไปกำจัด	95 กิโลกรัม
ช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	0.48 tCO ₂ eq

ช่วยลดปริมาณกากขา
ที่ส่งไปกำจัดลงได้

95 กิโลกรัม



หรือ คิดเป็นปริมาณ
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ลดลงร้อยละ
0.48
tCO₂eq



• โครงการรีไซเคิลกระดาษลัง

เนื่องจากในกระบวนการผลิตสินค้าของบริษัท อิชิตันกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ก่อให้เกิดขยะประเภทเศษกระดาษมากกว่า 1 แสนกิโลกรัม ต่อปี ทางคณะผู้จัดทำโครงการ “คืนชีพกระดาษ โลกสะอาด ชุมชนฟูลทิว” จึงมีแนวคิดในการนำเศษวัสดุเหลือใช้ดังกล่าว เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเพื่อสร้างมูลค่าทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำให้เศษกระดาษกลับมาใช้ประโยชน์ได้อีกครั้ง ทั้งนี้ยังเป็นการส่งเสริมนโยบายด้านความยั่งยืน และนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม ต่อยอดกระบวนการ Upcycling Zero Waste ภายใต้โครงการโรงงานสีเขียว Green Industry ระดับ 5 โดยในปี 2566 คณะผู้จัดทำร่วมมือกับพันธมิตร บริษัท เอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ครบวงจร พร้อมนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ทุกความยั่งยืน ในการส่งมอบเศษกระดาษจากบริษัท อิชิตันกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลสร้างสรรค์เป็นชุดเฟอร์นิเจอร์ 22 ชุด เพื่อส่งมอบให้แก่โรงเรียนในชุมชน และเพื่อจัดแสดงในโซน Recycle ที่ศูนย์การเรียนรู้ต้นแลนด์ ซึ่งใช้เศษกระดาษทั้งหมด 47,760 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 14 ของขยะกระดาษทั้งหมด

ผลการดำเนินงาน	ปี 2566
ลดปริมาณการใช้กระดาษลังได้	47,760 กิโลกรัม
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	77.96 tCO ₂ eq

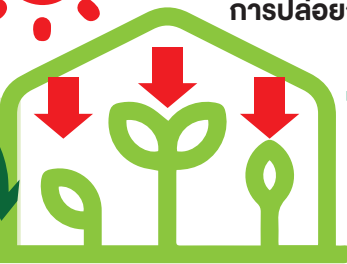
ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษลังลงได้

47,760 กิโลกรัม



หรือ คิดเป็นปริมาณ
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

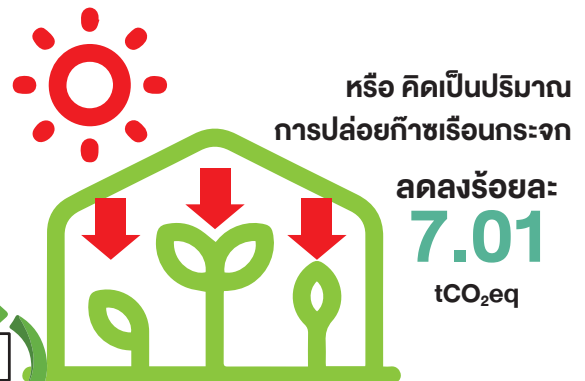
ลดลงร้อยละ
77.96
tCO₂eq



• โครงการรีไซเคิลฟิล์มพลาสติก

การนำฟิล์มพลาสติกสำหรับหุ้มแพคเกจภัณฑ์ที่เหลือจากกระบวนการผลิตสินค้า กลับเข้าสู่การรีไซเคิลเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ โดยเฉพาะแผ่นฟิล์ม PE จะถูกรวบรวมส่งกลับไปยังผู้ผลิต เพื่อหลอมเป็นพลาสติกคลุมพาเลทสินค้า (Top Sheet)

ผลการดำเนินงาน	ปี 2566
ลดต้นทุนการใช้ Top Sheet	509,320 บาท
ลดปริมาณการใช้ Virgin Plastic PE	6,800 กิโลกรัม/ปี
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้	7.01 tCO ₂ eq



ช่วยลดต้นทุนการใช้ Top Sheet
คิดเป็นมูลค่า **509,320** บาท

ช่วยลดปริมาณการใช้
Virgin Plastic PE ใหม่ได้ถึง **6,800** กิโลกรัมต่อปี

แนวทางการลดการกำจัดขยะ โดยวิธีฝังกลบ

บริษัทฯ มีการวางถังขยะไว้เป็นจุดทิ้งให้เพียงพอสำหรับพนักงานภายในบริษัทฯ โดยมีการแยกประเภทถังขยะอย่างชัดเจน ตลอดจนรณรงค์เรื่องการทิ้งเศษอาหาร ตักน้อย ทานให้หมด ผ่านการประชาสัมพันธ์ในช่องทางไลน์ส่วนกลาง อีเมล และบอร์ดประกาศบริเวณโรงงาน บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงการทิ้งขยะอย่างถูกวิธีและถูกประเภท

ในปี 2566 มีเศษอาหารที่เหลือจากการรับประทานจำนวน 3,500 กิโลกรัม จะถูกส่งต่อให้เกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงที่เลี้ยงปลา เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ สามารถลดปริมาณการทิ้งเศษอาหารอันจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



สำหรับประโยชน์ของการคัดแยกขยะไม่ว่าจะเป็น การลดปริมาณขยะ ประหยัดงบประมาณในการทำลาย หรือการนำของที่สามารถใช้ได้อีกครั้งไปสู่กระบวนการรีไซเคิล ช่วยเพิ่มรายได้และลดทรัพยากรโลกในการผลิตใหม่อีกครั้ง ลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งการแยกขยะทำให้เราทุกคนกำจัดขยะได้อย่างถูกวิธีมากขึ้น

การรับข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม

นอกจากการพัฒนาโครงการชุมชนฟลัด x อิชิตันแอปปี ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นแล้ว บริษัทฯ ได้มีการสอดส่องดูแล และติดตามผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งมีมาตรการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและมีระเบียบแบบแผนไว้รองรับหากได้รับข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากสังคมหรือชุมชนบริเวณใกล้เคียง โดยเริ่มจากการทวนสอบหาสาเหตุการเกิดข้อร้องเรียน ส่งรายงานให้ผู้ที่เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไข ทั้งนี้

บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อมไว้เป็นการเฉพาะ เพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรให้เกิดความยั่งยืน และเก็บข้อมูลการร้องเรียนเชิงสถิติเพื่อใช้วิเคราะห์พร้อมหาแนวทางการแก้ไขหากเกิดขึ้นซ้ำ



บริษัทฯ สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยผ่านการสำรวจข้อกังวลของชุมชนและสังคมที่อาจได้รับผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินงานของบริษัท ทั้งในปัจจุบันหรือในอนาคต เพื่อรับฟังความคิดเห็น ข้อกังวลใจ

ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่พบข้อร้องเรียนหรือข้อบกพร่องอันเกิดจากการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม



สรุปจำนวนข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม

ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมาย	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม	0 ครั้ง/ปี	0	0	0

3. การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน

ปัจจุบัน หลายๆ ประเทศทั่วโลกกำลังเผชิญกับวิกฤตขยะพลาสติกที่มีจำนวนมหาศาล สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีแนวโน้มการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเพิ่มมากขึ้น เนื่องด้วยคุณสมบัติของพลาสติกที่มีความยืดหยุ่นเบา และสามารถขึ้นรูปได้หลากหลายรูปแบบ จากข้อมูลเชิงสถิติของกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมพบว่า ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีขยะพลาสติกเกิดขึ้นประมาณร้อยละ 12 ของปริมาณขยะที่เกิดขึ้นทั้งหมด หรือ ประมาณปีละ 2 ล้านตัน พลาสติกมีการย่อยสลายที่ยาวนาน โดยส่วนใหญ่เป็นพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Use Plastics) การย่อยสลายทำได้ยากโดยใช้ระยะเวลาในหลุมฝังกลบนานถึง 450 ปี จึงจะย่อยสลายหมด อีกทั้งขยะพลาสติกถูกส่งเข้าสู่กระบวนการจัดการอย่างถูกวิธีเพียงร้อยละ 19 เท่านั้น ดังนั้นขยะพลาสติกจึงเป็นสาเหตุของการก่อมลพิษทางสิ่งแวดล้อม ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศทางทะเล ตลอดจนห่วงโซ่อาหารของมนุษย์

อิชิตัน เห็นความสำคัญและพยายามเป็นส่วนหนึ่งเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหามลพิษอย่างเร่งด่วนมาโดยตลอด จึงแบ่งแนวทางการจัดการออกเป็น 2 ประเด็นหลักๆ ได้แก่

- 1.) การจำแนกและคัดแยกขยะพลาสติกอย่างเป็นระบบ รวมถึงการมีเทคโนโลยีการผลิตเครื่องดื่มที่ทันสมัยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยระบบบรรจุเย็นแบบปลอดเชื้อ (Cold Aseptic Filling Technology) เพื่อให้ได้ขวดบรรจุภัณฑ์เนื้อพลาสติกบาง
- 2.) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามเป้าหมายความยั่งยืนระดับองค์กร บนหลักการสำคัญ คือ บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ 100%

แนวทางการลดปริมาณการใช้พลาสติก

เนื่องจากอุตสาหกรรมธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มถูกมองจากผู้บริโภคว่าเป็นธุรกิจที่มีอัตราการใช้พลาสติกค่อนข้างสูง และถือเป็นต้นเหตุสำคัญของการก่อให้เกิดขยะและของเสียที่ย่อยสลายยากและทำลายธรรมชาติในขณะเดียวกัน พลาสติกก็มีคุณสมบัติเบา พกพาสะดวก และช่วยในการเก็บรักษาอายุของผลิตภัณฑ์

ทั้งนี้ บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้นำในการผลิตเครื่องดื่มชาเขียวบรรจุขวดพลาสติก PET มีความตระหนักและใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีนโยบายการดำเนินธุรกิจตามหลักการความยั่งยืน มีการลดปริมาณการใช้พลาสติกในขวดขนาด 280 มล., 315 มล. จากเดิมเคยใช้ฟรiformพลาสติก 16.0 กรัม ปัจจุบันมีการลดการใช้ฟรiformพลาสติกเหลือ 15.0 กรัม โดยยังคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้มากขึ้น บนพื้นฐานคุณภาพที่คงเดิมหรือใกล้เคียงกับปัจจุบัน อีกทั้งสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม

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 พร็อพอร์ม ฝาพลาสติก โดยมีโครงการศึกษาทดลองนำเม็ดพลาสติก rPET มาเป็นส่วนผสมในการผลิตพร็อพอร์มและเป่าขึ้นรูปขวดเพื่อลดการใช้เม็ดพลาสติกในอนาคต และเป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามหลักการ Circular Economy

จากในปี 2565 ที่มีโครงการศึกษาทดลองนำเม็ดพลาสติก rPET มาเป็นส่วนผสมในการผลิตพร็อพอร์มและเป่าขึ้นรูปขวด โดยร่วมมือกันระหว่าง บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) และบริษัท ฮอนซอน (ประเทศไทย) จำกัด (“บริษัทคู่ค้า”) ซึ่งในปี 2566 ได้มีการนำเม็ดพลาสติก rPET มาทดลองในการขึ้นรูปขวดของผลิตภัณฑ์น้ำชาเขียว ขนาด 500 มิลลิลิตร ผลิตภัณฑ์น้ำชาเขียว ขนาด 420 มิลลิลิตร และผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสมุนไพรเย็น ขนาด 400 มิลลิลิตร จากการทดลองพบว่าใช้เม็ดพลาสติก rPET ทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ สามารถนำมาใช้ในผลิตภัณฑ์ได้ตามมาตรฐานที่กำหนด ลักษณะปรากฏ ลักษณะคุณสมบัติของขวด และอายุการเก็บรักษาไม่แตกต่างจากการใช้เม็ดพลาสติก Virgin PET แต่เม็ดพลาสติก rPET มีราคาที่สูงกว่าเม็ดพลาสติก Virgin PET และบริษัทที่ผลิตเม็ดพลาสติก rPET ต้องมีการขอใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (ร.ง.4) เพื่อให้สามารถผลิตเม็ดพลาสติก rPET ได้ ซึ่งในปัจจุบันบริษัท ฮอนซอน (ประเทศไทย) จำกัด ได้รับการอนุญาตจากคณะกรรมการบริษัท ให้สามารถใช้เม็ดพลาสติก rPET ได้ เนื่องจากการศึกษาใช้ระยะเวลามากกว่า 1 ปี เพื่อให้มั่นใจว่าเม็ดพลาสติก rPET ไม่ส่งผลกระทบต่อลักษณะปรากฏ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัยในการบริโภค และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และในปี 2567 จะมีการใช้เม็ดพลาสติก rPET ในผลิตภัณฑ์น้ำชาเขียว ขนาด 500 มิลลิลิตร



ผลิตภัณฑ์น้ำชาเขียว ขนาด 500 มิลลิลิตร



ผลิตภัณฑ์น้ำชาเขียว ขนาด 420 มิลลิลิตร



ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสมุนไพรเย็น ขนาด 400 มิลลิลิตร

บรรจุภัณฑ์ที่พร้อมนำเข้าสู่ Circular Economy

นอกจากการลดปริมาณการใช้พลาสติกในบรรจุภัณฑ์ของทุกขวดผลิตภัณฑ์ภายใต้การผลิตในโรงงาน อิชิตันแล้ว บริษัทฯ ได้กำหนดแผนงาน (Roadmap) การพัฒนาขวดบรรจุภัณฑ์ให้พร้อมสำหรับนำกลับเข้าสู่ Circular Economy โดยเริ่มจากผลิตภัณฑ์กลุ่มแรกที่พร้อมเข้าสู่กระบวนการ 100% recyclable packaging เช่น อิชิตัน กรีนที 500 มล. และชีซีโอเค กรีนที 440 มล. เป็นต้น คิดเป็นสัดส่วน 4.09% ของการผลิตสินค้าทั้งหมด ทั้งนี้ ภายในปี 2567 จะมีการนำ rPET (Recycled Plastic) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 เข้าไปทดแทนพลาสติกใหม่ในบรรจุภัณฑ์ อิชิตัน กรีนที 500 มล. คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.35 ของการผลิตสินค้าทั้งหมด

การขับเคลื่อนบรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน

1. ICHITAN X FAB CAFE' ด้วยเทคโนโลยี AR สื่อสารรูปแบบใหม่ไปยังลูกค้า

เพื่อเป็นการส่งต่อความตั้งใจในการผลิตเครื่องดื่มอย่างรับผิดชอบต่อ อิชิตัน กรุ๊ป จับมือกับ Fab Cafe' ใช้เทคโนโลยี Augmented Reality (AR) เพื่อสื่อสารความตั้งใจในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนกับคนรุ่นใหม่ให้เข้าใจถึงผลกระทบต่อการเลือกดื่มผลิตภัณฑ์อย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อธรรมชาติ สร้างความตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างสร้างสรรค์ ช่วยผลักดันแนวคิดดังกล่าวให้ขยายวงกว้างต่อไป



2. Tanland Learning Center: ศูนย์การเรียนรู้ที่บอกเล่าเรื่องราวการผลิตอย่างรับผิดชอบต่อสังคม และการเลือกดื่มอย่างยั่งยืน

ศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบเกิดขึ้นพร้อมกับการสร้างโรงงานอิชิตัน กรีน แฟคทอรี ด้วยความตั้งใจบอกเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ของบริษัทอิชิตันกว่า 13 ปี ที่ต่อสู้ผ่านเหตุการณ์น้ำท่วมครั้งใหญ่ของประเทศในปี 2554 วิกฤตครั้งนั้นสร้างความเสียหายให้กับโรงงานอิชิตัน 100% ก่อนเปิดให้ดำเนินการ หลังจากการทบทวนบทเรียน คุณต้น ภาสกรนที ผู้ก่อตั้ง บริษัทฯ ตระหนักดีว่าน้ำท่วมครั้งนั้นทำให้อิชิตันได้เข้าใจถึงผลกระทบจาก “โลกร้อน” อย่างถ่องแท้

ใน “ต้นแลนด์” จึงเกิดความทรงจำมากมายเกี่ยวกับน้ำท่วมครั้งนั้น แต่ไม่ได้เก็บ “ความทรงจำ” ไว้เป็นบาดแผลแห่งความเจ็บปวด แต่เก็บความทรงจำไว้เป็นเพื่อนที่ชื่อ “บทเรียน” ไปพร้อมกับบอกเล่าเรื่องราวให้กับกลุ่มผู้เข้าชมศูนย์การเรียนรู้ จำนวนกว่า 100,000 คนต่อปี ว่าอิชิตันนำบทเรียนทั้งหมด กลั่นออกมาเป็นการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ด้วยวิธีการใดบ้าง โดยหวังให้วิธีคิดเรื่องการผลิตอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจะช่วยจุดประกายแรงบันดาลใจให้กับคนรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หรือผู้เข้าเยี่ยมชมได้รับทราบและเกิดเป็นไอเดียต่อยอดการผลิตรูปแบบใหม่ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมเช่นกัน

ภายหลังจากการเผชิญกับโรคระบาดโควิด-19 วิกฤตครั้งใหญ่ระดับโลกอีกครั้ง ต้นแลนด์จึงปิดตัวลงชั่วคราว และมีการเตรียมแผนงานร่วมกันกับพันธมิตร เพื่อที่จะกลับมาเปิดตัวอีกครั้งในปี 2567 ต้นแลนด์จึงมีเรื่องเล่าบทใหม่ที่น่าสนใจขึ้น กับสมัยด้วยเทคโนโลยีการเล่าเรื่องมากขึ้น ภายใต้คอนเซ็ปต์ Produce Responsible, Drink Sustainably ออกแบบมาเพื่อนำเสนอความมุ่งมั่นของอิชิตันที่มีต่อความยั่งยืน และการเดินทางสู่การใช้บรรจุภัณฑ์ รีไซเคิลได้ 100% ต้นแลนด์จะทำหน้าที่สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากขยะพลาสติก และให้ความรู้แก่ผู้เข้าชมเกี่ยวกับความสำคัญของการเปลี่ยนไปใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน ผู้เข้าชมจะเรียนรู้ในการมีส่วนร่วมในอนาคตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยมุมมองใหม่ๆ ผ่านการจัดแสดงแบบอินเทอร์แอคทีฟ เรื่องเล่าผ่านเทคโนโลยีการเล่าเรื่องที่นำเสนอ ประทับใจ และทันสมัย



ต้นแลนด์ ยังเชื่อในเรื่อง Circular Economy ที่ว่าแท้จริงแล้วโลกนี้ไม่มีขยะ ถ้าหากเราทุกร่วมมือกันบริโภคอย่างรับผิดชอบ ร่วมมือกันแยกขยะแล้วนำกลับเข้าสู่กระบวนการผลิตซ้ำ อีกทั้งยังได้ทำงานร่วมกับพันธมิตร นำเสนอนวัตกรรมการชุบชีวิตขยะ up cycle ให้กลายเป็นชีวิตใหม่ที่มีคุณค่ามากกว่าเดิม

3. ICHITAN X Tiffany Decor ชุบชีวิตใหม่จากกากใบชา เป็นนวัตกรรมผนังกาชาสุดคูล

ผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์รักษ์โลกด้วยการใช้กากใบชาที่เหลือทิ้งจากกระบวนการผลิต ด้วยการใส่ไอเดียและดีไซน์กลายเป็นนวัตกรรมหินสังเคราะห์ จากกากชา อย่างสวยงามทันสมัยและใช้งานได้จริง

4. ICHITAN X QUALY เนรมิตขยะพลาสติกให้กลายเป็นของตกแต่งบ้านกับไอเดียความรับผิดชอบต่อโลก

อิชิตัน เชื่อว่าพลาสติกไม่ใช่ผู้ร้าย ผลลัพธ์จากใช้ขวดพลาสติก สามารถนำมาเพิ่มคุณค่าและวนใช้ประโยชน์ได้ไม่รู้จบ จึงจับมือกับบริษัท QUALY พันธมิตรด้านความยั่งยืน ในโครงการ ‘Ichitan Green Factory Zero Waste’ มุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศ (eco-design) และเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular economy) พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้จากขยะพลาสติกให้กลายเป็นของตกแต่งบ้านที่เปี่ยมไปด้วยแรงบันดาลใจ และยืดวงจรชีวิตของพลาสติกให้ยาวนานยิ่งขึ้นและถูกใช้อย่างคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น ไม่เป็นการระงับธรรมชาติที่หลุมฝังกลบ

บริษัท QUALY มีแนวคิดการออกแบบเพื่อโลกที่ยั่งยืน (Design for a Sustainable World) เริ่มจากการออกแบบโดยคำนึงผลกระทบ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่จะเกิดขึ้นตั้งแต่การนำ “ขยะพลาสติก” มาใช้เป็นวัสดุหลัก เพื่อลดการใช้ทรัพยากรใหม่ และช่วยลดปัญหาขยะ ไปพร้อมๆ กัน ใช้กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่เน้นประโยชน์ใช้สอยที่คุ้มค่าให้ความสำคัญกับการสื่อสารเรื่องราวปัญหาของโลก ให้ผู้คนได้รับรู้ เพื่อให้เกิดความตระหนัก รับผิดชอบและความร่วมมือที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหา นิทรรศการ ICHITAN X QUALY ภายในศูนย์การเรียนรู้ ต้นแลนด์จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ที่เข้าชมได้และมีส่วนร่วมในการลดปัญหาสิ่งแวดล้อมได้



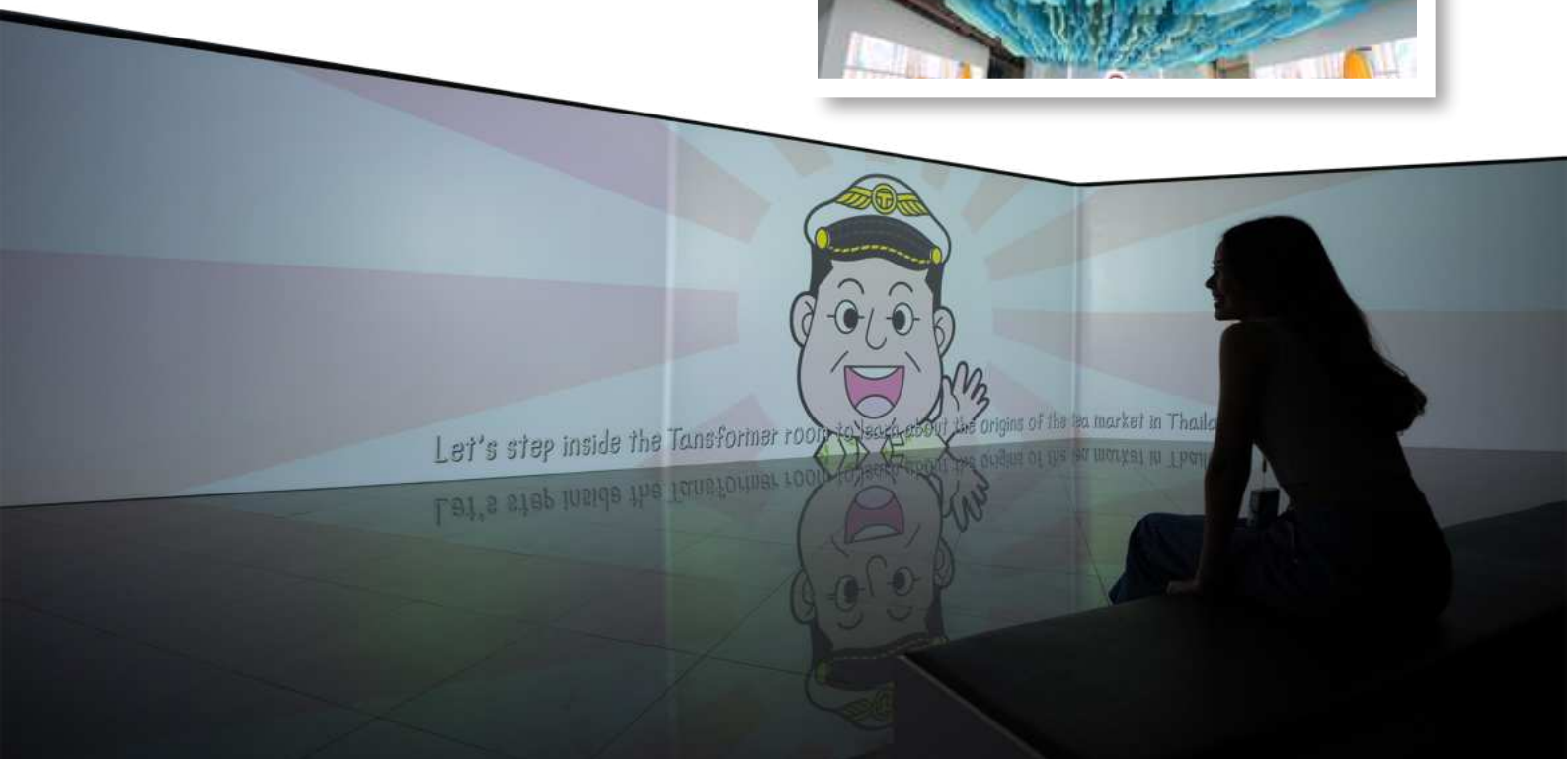
5. ICHITAN X Feltech พลิกโฉมขยะขวดพลาสติก 7,800 ขวด ให้กลายเป็นวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

พรหมที่สวยงามจากโซนต่างๆ ในดินแดนเกิดจากการร่วมมือกันระหว่าง ICHITAN X FELTECH พันธมิตรด้านสิ่งแวดล้อม นำนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ เปลี่ยนขยะขวดพลาสติก (PET) ให้มีความสวยงาม สร้างมูลค่าเพิ่ม และใช้งานได้จริง ผ่านกระบวนการ Up cycling คัดแยกขยะแล้ว นำไปบด จากนั้นจึงขึ้นรูปใหม่เป็นเส้นใย และอัดขึ้นรูป ด้วยเทคนิคพิเศษ มีคุณสมบัติไม่เก็บความชื้น ไม่มีเชื้อรา อากาศถ่ายเทได้ตลอดเวลา



6. ICHITAN X RTD TEXTTILE พลิกโฉมขยะขวดพลาสติก 5,200 ให้ผ้า PETที่สวยงาม

ผ้าที่มีความสวยงามในโซนจัดแสดง มาจากนวัตกรรมการ Upcycle ขยะขวดพลาสติก (PET) 5,200 ขวบชีวิต ทอเป็นพื้นผ้าเป็นชิ้นงานใหม่ มีจุดประสงค์ในการสื่อสารสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้เข้าชมการจัดแสดงเห็นวิธีที่หลากหลายในการลดปัญหาขยะและพื้นที่ฝังกลบ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แบ่งเบาภาระสิ่งแวดล้อม สวยงาม ตอบโจทย์การใช้งานทั้งดีไซน์และฟังก์ชัน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



4. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ และตระหนักดีว่าหากต้องการเป็นบริษัทชั้นนำอย่างยั่งยืน ไม่ควรดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเพียงบริษัทเดียวเท่านั้น ย่อมที่จะต้องมีการสร้างคุณค่าร่วมกันตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน บริษัทจึงเล็งเห็นว่าควรมีการกำหนดมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าในมิติอื่นๆ นอกเหนือจากด้านธรรมาภิบาล อาทิเช่น ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงการส่งเสริมให้คู่ค้านำหลักปฏิบัติไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจและสื่อสารไปยังคู่ค้าของตนเองเช่นกัน พร้อมทั้งเป้าหมายให้คู่ค้าทุกรายที่มีการดำเนินธุรกิจและปฏิบัติตามแนวทางที่บริษัทตั้งไว้ เพื่อเป็นส่วนร่วมของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ผ่านการกำหนดนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ ซึ่งสอดคล้องต่อเป้าหมายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN SDGs) ข้อ 12 ในประเด็นด้านการส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ นำระบบทะเบียนคู่ค้าและการคัดเลือกคู่ค้าที่มีประสิทธิภาพมาใช้เพื่อสร้างความมั่นใจว่าคู่ค้าจะสามารถส่งมอบสินค้าและบริการตรงตามความต้องการของบริษัทฯ ขอบเขตของการประเมินครอบคลุมการประเมินศักยภาพตามเกณฑ์การประเมินที่บริษัทฯ ได้จัดทำขึ้นผ่านแบบสอบถามประเมินคู่ค้า เมื่อคู่ค้าได้รับการอนุมัติการคัดเลือกคู่ค้าแล้ว จะทำการบันทึกคู่ค้าที่ผ่านการอนุมัติเข้าสู่ระบบ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ระบุประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิทธิมนุษยชน และสิ่งแวดล้อม ที่สอดคล้องตามแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้าไว้ในข้อกำหนดของคู่ค้าว่าจ้างในการจัดซื้อจัดจ้าง และขอความร่วมมือในการลงนามรับทราบแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า เพื่อให้คู่ค้ารับทราบและปฏิบัติตามข้อตกลงและมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ เพื่อประเมินผลงานจากการปฏิบัติงานของคู่ค้าที่มีการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าจะสามารถส่งมอบสินค้าและบริการตรงตามความต้องการและสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ

นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างคุณค่าร่วมกัน ยังคงเป็นหลักการพื้นฐานสำหรับการทำธุรกิจของบริษัท โดยเป้าหมายคือการยกระดับคุณภาพชีวิตและนำไปสู่อนาคตที่ดีต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อให้ทุกคนในองค์กรขับเคลื่อนธุรกิจตามหลักการความยั่งยืน จึงกำหนดกลยุทธ์ขับเคลื่อนธุรกิจบนพื้นฐานความยั่งยืน และมุ่งมั่นสู่การบริหารห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain) โดยบริหารจัดการกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างตามวิธีการดำเนินธุรกิจที่สุจริต ซึ่งหมายถึงการมีกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสและส่งเสริมให้คู่ค้ามีการแข่งขันกันอย่างยุติธรรมและมั่นใจได้ว่าจะมีการคัดเลือกคู่ค้าที่เหมาะสม โดยการประเมินคู่ค้าที่มีศักยภาพและส่งมอบวัสดุ วัตถุดิบ สินค้าและบริการที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานที่กำหนด บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเป็นธรรมของระบบการจัดซื้อจัดจ้าง จึงได้กำหนดแนวทางการจัดซื้อและกำหนดขอบเขตของอำนาจในการอนุมัติ ยกเลิก และแก้ไขใบสั่งซื้อตามกระบวนการและผู้รับผิดชอบที่กำหนดโดยให้เป็นไปตามนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทฯ ที่มีความมุ่งมั่นที่ดำเนินธุรกิจให้มีความยั่งยืนและให้ความสำคัญกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดเกณฑ์การสรรหาและคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพและปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ให้ความสำคัญด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นธรรมกับทุกฝ่าย ไม่เลือกปฏิบัติ มีระบบการตรวจสอบภายในที่มีมาตรฐานพร้อมทั้งตอบสนองความต้องการและความคาดหวังที่มีการเปลี่ยนแปลง



อยู่ตลอดเวลาของลูกค้า ชุมชนและสังคม และจะไม่ทำธุรกรรมกับบุคคลหรือนิติบุคคลที่กระทำผิดกฎหมาย กุจริต หรือมีพฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต บริษัทฯ ยังได้ยกระดับกลยุทธ์การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์องค์กรในการเป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มคุณภาพและนวัตกรรมที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี จึงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานยั่งยืน 4 เรื่องหลัก ดังนี้ กลยุทธ์คัดเลือกและตรวจประเมินคู่ธุรกิจที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน กลยุทธ์การประเมินความเสี่ยงและการจัดกลุ่มคู่ธุรกิจ กลยุทธ์การพัฒนา และยกระดับศักยภาพคู่ธุรกิจสู่ความยั่งยืน และกลยุทธ์สร้างความตระหนัก ความรู้ ความสามารถของพนักงาน เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ และทำให้คู่ค้ามีศักยภาพ ประสิทธิภาพและเติบโตร่วมกันกับบริษัทฯ ได้อย่างยั่งยืน

หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้าง

บริษัทฯ ได้บูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างภายใต้กรอบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบควบคู่ไปกับการส่งเสริมให้คู่ค้าปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัทฯ ที่ได้จัดทำไว้ โดยมุ่งเน้นไปที่การมีทัศนคติเชิงบวกและการร่วมมือกับพันธมิตร ในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อส่งเสริมการปฏิบัติที่ดีในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล นโยบายการจัดซื้ออย่างรับผิดชอบจะมุ่งเน้นในมิติที่บรรลุและรักษาหลักการพื้นฐาน ซึ่งเป็นรากฐานและวิสัยทัศน์ที่ตระหนักถึงความมุ่งมั่นทางธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อการทำงานร่วมกับคู่ค้าที่มีการปฏิบัติตามหลักการภายในธุรกิจตามคู่มือจรรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมนโยบายการจัดซื้อวัสดุ วัตถุดิบเครื่องจักร อุปกรณ์และเคมีภัณฑ์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

นโยบายการจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบของบริษัทฯ จะตรวจสอบความสอดคล้องและการนำข้อกำหนดที่จำเป็นระบุในแบบสอบถามการประเมินคู่ค้าเพื่อให้ได้คู่ค้าที่มีคุณสมบัติตรงตามหลักการในนโยบายดังต่อไปนี้

1. คู่ค้าประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส
2. คู่ค้าจัดหาวัตถุดิบด้วยความปลอดภัยและมีคุณภาพ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น การลดการใช้สารเคมี สารกำจัดศัตรูพืช และยาฆ่าแมลงในวัตถุดิบเกษตร เป็นต้น และมีระบบในการตรวจสอบ และประเมินการเป็นของแท้ของวัตถุดิบ
3. คู่ค้าประกอบธุรกิจภายในกฎหมาย กฎหมาย และการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน
4. คู่ค้าจัดหาวัตถุดิบภายใต้ระบบควบคุมคุณภาพที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ (Traceability Process)
คู่ค้าจะต้องมีระบบในการทวนสอบรหัสกำกับสินค้า หมายเลขของชุดการผลิตของวัสดุและวัตถุดิบ และ พร้อมที่จะให้ข้อมูลแก่ทางบริษัทฯ รวมถึงแจ้งแหล่งกำเนิดหรือที่มาขององค์ประกอบต่างๆ ในวัสดุและวัตถุดิบนั้นๆ เพื่อใช้ในการสืบและสอบกลับ
5. คู่ค้าปฏิบัติตามข้อบังคับและกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมในระดับประเทศและท้องถิ่น
6. คู่ค้าประกอบธุรกิจตามกฎหมายและหลักสากลด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน
7. คู่ค้าประกอบธุรกิจให้สอดคล้องตามกฎหมายความปลอดภัยและอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน



8. คู่ค้าประกอบธุรกิจภายใต้การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ การมีกระบวนการผลิตที่ช่วยลดผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม และการกำจัดของเสียเป็นไปตามกฎหมายและไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนในชุมชน ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึก มีความรับผิดชอบต่อสังคม ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด
9. คู่ค้าประกอบธุรกิจโดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ดำเนินธุรกิจควบคู่กับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และไม่ดำเนินธุรกิจทำให้สังคมเสื่อมลง

จรรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจ (Supplier Code of Conduct)

บริษัทฯ มีนโยบายและเป้าหมายในการปฏิบัติต่อคู่ค้าด้วยความเสมอภาคและคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันจึงได้จัดทำและเผยแพร่ “จรรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจ” หรือ “Supplier Code of Conduct” ที่ครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย และอาชีวอนามัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบย้อนกลับ มีการปฏิบัติต่อคู่ค้าบนพื้นฐานของการแข่งขันที่เป็นธรรม เสมอภาคและเคารพซึ่งกันและกัน รวมถึงได้มีการตรวจสอบติดตามการปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) โดยการตอบแบบประเมินตนเองของคู่ค้า (Supplier Self-Assessment Questionnaire (SAQ) ของคู่ค้ารายสำคัญ ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามแนวทางในจรรยาบรรณฉบับนี้

1. จริยธรรมคู่ค้าธุรกิจ

- 1.1 การประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส ยึดถือนโยบาย ข้อบังคับ กฎระเบียบ ศีลธรรม อันดี จรรยาบรรณ และค่านิยมองค์กรอย่างเคร่งครัด
- 1.2 ความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คู่ค้าธุรกิจต้องจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีระบบในการตรวจสอบและประเมินการเป็นของแท้ของวัตถุดิบนั้นๆ รวมถึงเปิดเผยข้อมูลต่างๆ ที่เป็นจริง เกี่ยวกับโอกาสที่จะเกิดการปลอมปนการเปลี่ยนแปลงตามสภาพเศรษฐกิจและการซื้อขายในช่วงเวลานั้น และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้องสอดคล้องกับมาตรฐานและกฎหมายของแต่ละประเทศที่บริษัทดำเนินธุรกิจ
- 1.3 การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน คู่ค้าธุรกิจของบริษัทฯ จะต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จะต้องไม่เสนอหรือสัญญา หรือให้สินบน ของขวัญ รางวัลหรือผลประโยชน์ใดๆ แก่หน่วยงานราชการ ลูกค้า หรือบุคคลอื่นใด เพื่อที่จะได้มาซึ่งความได้เปรียบทางธุรกิจ จัดให้มีช่องทางในการสื่อสารเพื่อให้ผู้แจ้งเบาะแสสามารถที่จะแจ้งเบาะแสด้านการทุจริต โดยให้ความมั่นใจว่าผู้แจ้งเบาะแสดังกล่าวจะได้รับการคุ้มครอง
- 1.4 การตรวจสอบย้อนกลับคู่ค้าจะต้องมีระบบในการทวนสอบรหัสกำกับสินค้า หมายเลขของชุดการผลิตของวัสดุและวัตถุดิบ และพร้อมที่จะให้ข้อมูลแก่ทางบริษัทฯ รวมถึงแจ้งแหล่งกำเนิดหรือที่มาขององค์ประกอบต่างๆ ในวัสดุและวัตถุดิบนั้นๆ เพื่อใช้ในการสืบและสอบกลับ
- 1.5 การปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม คู่ค้าธุรกิจจะปฏิบัติตามข้อบังคับและกฎหมายทั้งในระดับประเทศและท้องถิ่น รวมถึงจะสนับสนุนการดำเนินการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2. การปฏิบัติด้านแรงงานเด็ก และสิทธิมนุษยชน

- 2.1 แรงงานเด็ก แรงงานบังคับ และการกดขี่แรงงาน คู่ค้าธุรกิจจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายและหลักสากลด้านแรงงานอย่างครบถ้วน ต้องไม่กระทำการใดๆ หรือไม่สนับสนุนกิจการที่ละเมิดสิทธิมนุษยชน ต้องไม่ว่าจ้าง



แรงงานเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี และต้องมั่นใจว่าแรงงานไม่ทำงานในพื้นที่อันตรายต่อสุขภาพ จัดให้มีช่องทางการสื่อสารเพื่อให้พนักงานสามารถร้องเรียนต่อบริษัท และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

2.2 การจ้าง ค่าตอบแทน สิทธิประโยชน์ คู่ค้าควรปฏิบัติจ่ายค่าแรงปกติและค่าแรงล่วงเวลา จะต้องกำหนดชั่วโมงการทำงานปกติไม่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ การเข้าระบบประกันสังคม หรือข้อกำหนดอื่นๆ ของคู่ค้าที่บริษัทฯ แจ้งให้ปฏิบัติ ในกรณีที่มีการใช้แรงงานต่างด้าวต้องมีการจัดทำสัญญาสำหรับคนงานทั้งหมด และสัญญานั้นต้องสอดคล้องกับกฎหมาย โดยข้อกำหนดและเงื่อนไขของการจ้างงาน สัญญาต้องเป็นภาษาที่แรงงานเข้าใจ

3. ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน คู่ค้าธุรกิจต้องดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องตามกฎหมายและนโยบายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยคำนึงถึงความปลอดภัยในการทำงาน ถูกสุขลักษณะ ต้องมีระบบและกฎระเบียบ วิธีปฏิบัติ ขั้นตอนในการทำงานรวมถึงการจัดเครื่องมือและอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยให้กับพนักงาน เพื่อป้องกันอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงาน มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยจัดทำฝึกซ้อม และปรับปรุงแผนฉุกเฉินอย่างต่อเนื่อง การเข้าถึงการรักษาพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน

4. สิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม คู่ค้าธุรกิจควรดำเนินงานด้วยความใส่ใจสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม มีการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำและของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ปล่อยสารเคมีและวัตถุอันตรายอื่นๆ ทำให้ชุมชนเกิดความเดือดร้อน ต้องจัดการตามกฎหมายกำหนด สร้างจิตสำนึก มีความรับผิดชอบ ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด มีมาตรการบำบัดและฟื้นฟูทดแทน ป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

5. สังคม

คู่ค้าธุรกิจควรดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคม ดำเนินธุรกิจควบคู่กับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ไม่ดำเนินธุรกิจทำให้สังคมเสื่อมลง และไม่ละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นที่อยู่ร่วมในชุมชนและสังคม เช่น ยกเลิกการตัดไม้ทำลายป่า ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและของเสียรวมถึงใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ห่วงโซ่อุปทานของบริษัท

บริบทของการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้ภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาทั้งในระดับประเทศ และระดับสากล ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความมั่นคงทางอาหาร การตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการผลิตที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของสภาพภูมิอากาศ และความปลอดภัยของธุรกิจอาหารที่มีความเข้มงวดมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นต่อการบริหารจัดการร่วมกับคู่ค้าและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานและมุ่งส่งเสริมให้คู่ค้ามีส่วนร่วมต่อการป้องกันผลกระทบที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณค่าร่วมระหว่างบริษัทฯ ควบคู่ไปกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและพัฒนาชุมชนที่เป็นแหล่งที่ตั้งสำคัญ บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการที่จะพัฒนาหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้า เพื่อแสดงให้เห็นถึงการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างความสามารถในการแข่งขันร่วมกับคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทานให้เกิดความยั่งยืนร่วมกันต่อไป



ขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติเพื่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

1. การประเมินความเสี่ยงของห่วงโซ่อุปทาน
2. การตรวจประเมินคู่ค้า
3. การร้องขอให้คู่ค้าแก้ไขข้อบกพร่อง
4. ส่งเสริมให้เกิดการปรับปรุงการดำเนินงาน
5. การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับคู่ค้า
6. กลไกการรับข้อร้องเรียนจากคู่ค้า
7. การสื่อสารการบริหารห่วงโซ่อุปทาน

หลักเกณฑ์ ในการคัดเลือกคู่ค้า

บริษัทฯ มีกระบวนการในการคัดเลือกคู่ค้าโดยการให้คู่ค้าแข่งขันบนข้อมูลที่เท่าเทียมกันและคัดเลือกคู่ค้าด้วยความยุติธรรม ภายใต้หลักเกณฑ์ในการประเมินและคัดเลือกคู่ค้าของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดทำรูปแบบสัญญาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่สัญญาทุกฝ่าย และจัดให้มีระบบติดตามเพื่อให้มั่นใจว่าได้มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาอย่างครบถ้วน ป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในทุกขั้นตอนของกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง โดยบริษัทฯ ซื้อสินค้าจากคู่ค้าตามเงื่อนไขทางการค้าตลอดจนปฏิบัติตามสัญญาต่อคู่ค้าอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งเก็บรักษาข้อมูลของคู่ค้า และไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์โดยมิชอบ

การคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่

สำหรับคู่ค้ารายใหม่ทุกรายจะต้องถูกพิจารณาตามหลักเกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้าทุกรายโดยใช้การประเมินผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001 ซึ่งจะช่วยให้มั่นใจได้ว่าการดำเนินงานของคู่ค้าสอดคล้องกับกฎหมายและข้อปฏิบัติต่างๆ และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และยังช่วยเสริมสร้างทัศนคติของคู่ค้าและผู้ปฏิบัติงาน รวมทั้งสถานที่ปฏิบัติงานของบริษัทฯ และคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานให้ดีขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานด้วยการตรวจประเมินคู่ค้าที่มีความเสี่ยงต่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

การดำเนินการกับคู่ค้ารายปัจจุบัน

บริษัทฯ มีหลักเกณฑ์การพิจารณาเพื่อประเมินคู่ค้ารายปัจจุบันจากคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า ราคา ผลการดำเนินงาน รวมถึงการประเมินด้าน ESG โดยมีขั้นตอนการพิจารณา ดังนี้

2.1 คู่ค้าทำการประเมินคุณภาพประจำปี โดยทางส่วนประกันคุณภาพพิจารณาและสรุปผลการดำเนินงานที่บันทึกการตรวจสอบคุณภาพ ข้อมูลสินค้า คุณลักษณะ สภาพการขนส่ง และอายุการจัดเก็บคงเหลือ ของวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ตามมาตรฐานที่กำหนดก่อนนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ และการประเมินด้าน ESG ประจำปี

2.2 เกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้าที่ต้องได้รับการประเมิน ณ สถานที่ประกอบการประจำปี (on-site audit) โดยส่วนประกันคุณภาพ กำหนดให้มีการสุ่มตรวจประเมินผู้ขายอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งตามแผนที่กำหนด

คู่ค้า ผู้ค้า หรือคู่ธุรกิจของบริษัทฯ หมายถึง ผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ขายสินค้า ผู้รับจ้างและ/หรือให้บริการ แก่บริษัท ทั้งที่เป็นนิติบุคคลและบุคคลธรรมดา ไม่ใช่ “ลูกค้าหรือคู่แข่งทางธุรกิจ”

หลักเกณฑ์การระบุคู่ค้ารายสำคัญ

1. คู่ค้าที่มีมูลค่าซื้อขายสูง (High-Volume Suppliers)
2. คู่ค้าที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ (Critical Component Suppliers) ซึ่งมีผลกระทบอย่างมากต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ความสำเร็จของตลาด
3. คู่ค้าที่มีน้อยราย หรือ ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-substitutable Suppliers) เช่น คู่ค้าวัสดุ/วัตถุดิบ ที่เป็นคำสั่งซื้อพิเศษเฉพาะกับข้อกำหนดของบริษัทฯ

หลักเกณฑ์การระบุคู่ค้ารายสำคัญลำดับที่ 1 พิจารณาจากมูลค่าการสั่งซื้อวัสดุ/วัตถุดิบในรอบ 1 ปี ดังนี้

1. กลุ่มคู่ค้าหลัก (Critical Supplier) เป็นคู่ค้าในหมวดวัสดุ/วัตถุดิบ ที่มีมูลค่าการสั่งซื้อโดยรวมและมูลค่าการขายของคู่ค้ารายนั้นสูงกว่า 30 ล้านบาท
2. กลุ่มคู่ค้ารอง (Non Critical Supplier) เป็นคู่ค้าในหมวดวัสดุ/วัตถุดิบ ที่มีมูลค่าการสั่งซื้อวัสดุ/วัตถุดิบโดยรวมและมูลค่าการขายของคู่ค้ารายนั้น ที่มีมูลค่าการสั่งซื้อโดยรวมและมูลค่าการขายของคู่ค้ารายนั้นน้อยกว่า 30 ล้านบาท

หลักเกณฑ์พิจารณาคู่ค้าที่สำคัญลำดับถัดไป

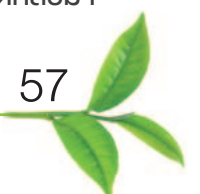
คู่ค้าที่สำคัญลำดับถัดไป (Critical Non-Tier1 Suppliers) หมายถึง ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์และบริการให้กับคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Tier1 Suppliers) ของบริษัทฯ ซึ่งวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งมอบนั้นๆ มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ความสำเร็จของตลาด หรือการอยู่รอดของบริษัทฯ มีจำนวนน้อยราย หรือไม่สามารถหาทดแทนได้

ในปี 2566 มีจำนวนคู่ค้าทั้งสิ้น 476 ราย เป็นคู่ค้าในประเทศจำนวน 474 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.58 ของคู่ค้าทั้งหมด และคู่ค้าต่างประเทศจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.42 ของคู่ค้าทั้งหมด

หลักเกณฑ์การตรวจประเมินคู่ค้า

บริษัทฯ มีการวางแผนจัดทำแผนการตรวจสอบผู้ขายประจำปี โดยจะดำเนินการจัดส่งเอกสาร Vendor Visit Check Sheet / Supplier Self Audit และไปตรวจประเมินที่โรงงานผู้ขาย (On-site Audit) โดยการพิจารณาว่าจะไปตรวจสอบผู้ขายรายใด ให้พิจารณาจากหลักเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

- เป็นผู้ขายรายใหม่ และยังไม่ได้เข้าทำการตรวจสอบหรือตรวจสอบแบบ Self-Audit
- เป็นผู้ขายที่พบปัญหาคุณภาพสินค้าบ่อยครั้งหรือพบปัญหาด้านคุณภาพที่สำคัญซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้า
- ผู้ขายมีการเปลี่ยนแปลงสถานที่ผลิตหรือกระบวนการผลิตสินค้า
- เป็นผู้ขายรายเดิมที่ส่งสินค้าเป็นวัตถุดิบหลักให้กับทางบริษัทฯ หรือบริษัทฯ มีการสั่งซื้อเป็นปริมาณมาก และไม่ได้ตรวจสอบมาเป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปี
- เป็นผู้ขายวัสดุ/วัตถุดิบที่ทางลูกค้าของบริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นพิเศษหรือมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายอาหารทำให้เป็นเหตุต้องเข้มงวด และผู้ขายที่นอกเหนือจากหลักเกณฑ์ดังกล่าว บริษัทฯ จะดำเนินการจัดส่งเอกสาร Vendor Visit Check Sheet / Supplier Self Audit เพื่อให้ผู้ขายกรอกรายละเอียดกลับมา



ในปี 2566 บริษัทฯ ยังคงรักษาการใช้เกณฑ์การประเมินคู่ค้าด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้ามาใช้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการคัดเลือกคู่ค้าที่จะมาดำเนินงานร่วมกับบริษัทฯ สำหรับเกณฑ์การประเมินคู่ค้าด้านสิ่งแวดล้อมโดยนำมาตรฐาน ISO 14001 มาปรับใช้เป็นเกณฑ์การประเมิน อาทิเช่น ระบบการจัดการมลพิษ ระบบบำบัดน้ำเสียและการตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้ง ระบบการควบคุมควันพิษ ระบบการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ฯลฯ และสำหรับเกณฑ์การประเมินคู่ค้าด้านสังคม บริษัทฯ ได้นำเอาหลักจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและการจัดการด้านสิทธิมนุษยชน อาทิเช่น การใช้แรงงานต่างด้าว แรงงานเด็ก การประเมินและตรวจสอบระบบความปลอดภัยในการทำงาน การควบคุมดูแลด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการต่อต้านคอร์รัปชัน ฯลฯ โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการเข้าไปตรวจสอบประเมินการดำเนินงานของคู่ค้ารายใหม่ก่อนการสั่งซื้อ รวมทั้งจะดำเนินการตรวจสอบและติดตามผลอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าจะปฏิบัติตามข้อตกลงและมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ อีกทั้งยังสร้างความมั่นใจว่าคู่ค้าที่จะเข้ามาร่วมดำเนินธุรกิจกับบริษัทฯ มีความใส่ใจในการดำเนินการที่เป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และกำหนดเป้าหมายคู่ค้ารายใหม่ร้อยละ 100 ผ่านเกณฑ์การประเมินผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจากการประเมินพบว่า คู่ค้ารายใหม่ที่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมมีจำนวนทั้งสิ้น 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ของคู่ค้ารายใหม่ทั้งหมด

กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ กำหนดแนวปฏิบัติการจัดหาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างโดยมีการดำเนินงาน ดังนี้

- เพิ่มจำนวนคู่ค้าและรายการวัสดุ/วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สื่อสารแนวทางการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบอย่างต่อเนื่อง

แนวทางการส่งเสริมศักยภาพและความสามารถของคู่ค้า

บริษัทฯ มีนโยบายและกระบวนการเกี่ยวกับการส่งเสริมศักยภาพและความสามารถของคู่ค้า โดยการร่วมมือพัฒนาสินค้าและนวัตกรรม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของบริษัทฯ และคู่ค้า และยังมุ่งมั่นที่จะมีส่วนร่วมในการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ผู้ซึ่งเป็นหนึ่งในคู่ค้าของบริษัทฯ ให้มีความกินดีอยู่ดี สนับสนุน และช่วยส่งเสริมการสร้างอาชีพและรายได้ของเกษตรกร และพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้เติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ โดยในปี 2566 ได้มีการจัดสรรงบประมาณจำนวน 579,931,121 บาท เพื่อใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างวัตถุดิบหลักจากเกษตรกรและพ่อค้าคนกลาง อาทิเช่น ใบชา น้ำตาล ฯลฯ สำหรับใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต

ปี	จำนวนงบประมาณการซื้อวัตถุดิบ (บาท)	
	คู่ค้าทั้งหมด	คู่ค้าท้องถิ่น
2563	2,247,654,799.53	457,742,658.72
2564	2,290,188,668.31	436,057,827.00
2565	3,076,462,813.58	494,091,412.00
2566	3,593,453,025.02	579,931,121.00

วัตถุดิบที่มีการจัดซื้อจัดจ้างกับคู่ค้าท้องถิ่นมากที่สุด 3 อันดับ

อันดับ	วัตถุดิบที่ซื้อในท้องถิ่น	ปี 2563		ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566	
		จำนวน (บาท)	ร้อยละ	จำนวน (บาท)	ร้อยละ	จำนวน (บาท)	ร้อยละ	จำนวน (บาท)	ร้อยละ
1	น้ำตาลทราย	274,426,644	30.41	255,474,380	28.16	285,828,672	26.40	330,592,700	24.99
2	ใบชา	95,162,280	10.55	100,400,314	11.07	116,371,536	10.75	135,856,796	10.27
3	น้ำตาลฟรุทโตส	59,372,238	6.58	58,926,333	6.50	69,613,204	6.43	83,276,125	6.29

ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างคู่ค้าท้องถิ่น

ในการคัดเลือกคู่ค้าท้องถิ่น บริษัทฯ ได้ดำเนินการประเมินคู่ค้าเบื้องต้นด้วยการตรวจสอบ Checklist ตามแบบฟอร์มที่บริษัทฯ กำหนดให้ อาทิเช่น วัตถุดิบที่ขายให้กับบริษัทฯ กระบวนการผลิตของคู่ค้า การรับประกันคุณภาพคุณลักษณะที่ดีและความสะอาดของวัตถุดิบ การปนเปื้อนและการดัดแปลงพันธุกรรม การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เป็นต้น โดยภายหลังจากการที่คู่ค้าประเมินตนเองเบื้องต้น บริษัทฯ จะดำเนินการเข้าไปตรวจสอบประเมินการดำเนินงานของคู่ค้าก่อนการสั่งซื้อ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าจะปฏิบัติตามข้อตกลงและมาตรฐานตามที่กำหนดไว้

การกำหนดระยะเวลาชำระเงินให้แก่คู่ค้า (Credit Term)

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติในการบริหารบัญชีเจ้าหนี้ระบบการชำระเงินคู่ค้า และกำหนดระยะเวลาชำระเงินให้แก่คู่ค้าอย่างเป็นธรรม เพื่อให้คู่ค้ามีสภาพคล่องทางการเงินและสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก เช่น การบริหารจัดการสภาพคล่องและวงจรรเงินสด คุณภาพของคู่ค้า ชนิดและปริมาณของสินค้า พร้อมทั้งได้กำหนดแนวทางปฏิบัติงานให้เป็นไปตามหลักการควบคุมภายในที่ดีและมีขั้นตอนในการตรวจสอบที่รัดกุมเพื่อให้เกิดความถูกต้องโปร่งใสและเป็นธรรม ระหว่างคู่ค้าและบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดข้อมูลระยะเวลาการให้ Credit Term ของบริษัทเฉลี่ยต่อปีตามงบการเงิน ดังนี้

รายการ	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ระยะเวลาชำระเงินให้แก่คู่ค้าเฉลี่ย (วัน)	26.09	28.20	29.83	33.52

หมายเหตุ: บริษัทฯ มีนโยบายการชำระเงินให้คู่ค้าเป็นระยะเวลาเฉลี่ยไม่เกิน 45 วัน ทั้งนี้ เพื่อให้การบริหารกระแสเงินสดเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

การประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้า

เพื่อให้การบริหารจัดการคู่ค้าสำคัญเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2566 บริษัทฯ ได้มีการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าสำคัญ โดยครอบคลุมถึงประเด็นด้าน ESG Risk และจัดกลุ่มตามระดับความเสี่ยงและความรุนแรงของผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการบริหารจัดการคู่ค้าสำคัญ (Critical Supplier) ในห่วงโซ่อุปทานที่มีระดับความเสี่ยงสูงหรือมีผลกระทบที่รุนแรงก่อนเป็นลำดับแรก ร้อยละ 76.94 ของคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานที่สำคัญจากข้อมูลการตอบแบบประเมินตนเองของคู่ค้า (Self-Assessment Questionnaire :SAQ) ทั้งหมดที่ตอบกลับ โดยแบ่งกลุ่มคู่ค้าที่สำคัญตามประเภทผลิตภัณฑ์ 2 กลุ่มหลัก คือ ประเภทวัตถุดิบ และบรรจุภัณฑ์ จากการประเมินตนเองของคู่ค้านั้น ไม่มีคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานรายใดไม่ผ่านแบบสอบถามการประเมินตนเอง (SAQ)

รายการ	จำนวน (ราย)	จำนวนคู่ค้าที่ผ่านการตรวจประเมิน	
		Self-Assessment Questionnaire	On-Site Audit
วัตถุดิบ	69	69	-
บรรจุภัณฑ์	16	12	4
รวม	85	81	4

ผลสรุปการตรวจประเมินคู่ค้าในปี 2566 คู่ค้าที่ผ่านการตรวจประเมินแบบ On-Site Audit จำนวน 4 ราย ดำเนินการครบตามแผนการตรวจติดตามผู้ขาย 100% โดยไม่พบประเด็นความไม่สอดคล้อง รวมถึงไม่พบความเสี่ยงด้านความปลอดภัยอาหารของวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนการพัฒนาและปรับปรุงแบบประเมินการคัดเลือกคู่ค้าให้ครอบคลุมรายละเอียดประเด็นด้าน ESG Risk ในเชิงลึกเพิ่มมากขึ้น เพื่อการคัดเลือกคู่ค้าและการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงจากการจัดหาและความเสี่ยงจากความขัดแย้งด้านภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitical Risk) ด้วยการขยายรายชื่อซัพพลายเออร์ในห่วงโซ่อุปทานที่ได้รับอนุมัติ (Approved Supplier list) อย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศให้กระจายในแต่ละภูมิภาคเพื่อลดความเสี่ยงหากซัพพลายเออร์ไม่สามารถจัดส่งวัตถุดิบให้กับบริษัทได้

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้เพิ่มซัพพลายเออร์ในห่วงโซ่อุปทานที่ร้อยละ 19 ของคู่ค้าสำคัญได้รับการตรวจประเมินทั้ง On-site และมีการจัดซื้อจากคู่ค้าในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 74 ของการสั่งซื้อในห่วงโซ่อุปทานทั้งหมดเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของสถานการณ์ในต่างประเทศ



การพัฒนาคุณค่า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณค่า จึงส่งเสริม สนับสนุน และร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาความสามารถและประสิทธิภาพการทำงานของคู่ค้าให้ดียิ่งขึ้นและเป็นไปตามมาตรฐานของบริษัทฯ ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ สามารถลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ และเพื่อพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าให้เติบโตไปด้วยกันในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการผลิต ส่งเสริมและให้คำปรึกษาในการยกระดับระบบบริหารคุณภาพและระบบความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมของคู่ค้า นอกจากนี้ ยังเป็นการบริหารความสัมพันธ์ระยะยาวกับคู่ค้า เชื่อมโยงและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า

ในปี 2566 บริษัทฯ ยังคงจัดทำโครงการเพื่อพัฒนาคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่าง เช่น โครงการพัฒนาการแกะสลักแบบ (Engraving) แทนการพิมพ์แบบ (Printing) ลงบนฝา 1881 ของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเขียวขนาด 280 มิลลิลิตร และขนาด 420 มิลลิลิตร เพื่อการลดต้นทุน (Development of engraving for cost savings) ร่วมกับบริษัท ฮอนชุน (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท พรซิชั่น พลาสติก จำกัด ผลการดำเนินโครงการสามารถลดต้นทุนที่ประหยัดได้ คิดเป็นมูลค่า 4,348,364 บาท



หมายเหตุ: โครงการความร่วมมือคู่ค้าระหว่าง บริษัท ฮอนชุน (ประเทศไทย) จำกัด กับบริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

การดำเนินงาน

ด้านความยั่งยืนในมิติสังคม

1. การบริหารความสัมพันธ์กับผู้บริโภคร

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของทุกกลุ่มลูกค้าในแต่ละช่วงเวลา โดยผ่านกระบวนการทางฝ่ายวิจัยและพัฒนา (Research & Development Department) ของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจได้ว่า อิชิตัน มีมาตรฐานรับรองการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพรสชาติดีโดนใจผู้บริโภค มีความปลอดภัย โดยดำเนินการควบคุมกำกับบนวัตรกรรมการผลิตที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและเติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี

เป้าหมายการดำเนินงาน	
ตัวชี้วัด (KPI)	ในปี 2566
สัดส่วนของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปริมาณน้อย (น้อยกว่า 6%) หรือ ปราศจากน้ำตาล	ร้อยละ 50
ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค	ร้อยละ 85

การตลาดและการขาย

สำหรับธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม บริษัท อิชิตัน จำกัด (มหาชน) มีกำลังการผลิต 7 สายการผลิตขวด และ 2 สายการผลิตกล่อง รวมกำลังการผลิตทั้งหมด 1,500 ล้านขวด และ 200 ล้านกล่องต่อปี ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 กำลังการผลิตรวมของบริษัทฯ เป็น ดังนี้



ปัจจุบัน อิชิตัน ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม โดยแบ่งออกตามสายผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. อิชิตัน

แบรนด์ชาเขียวอิชิตันที่ได้รับความนิยมไว้วางใจ จากลูกค้า จนได้รับรางวัล No.1 brand Thailand จาก นิตยสาร Marketeer 4 ปีซ้อน ได้มุ่งเน้นการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความหลากหลาย และรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น รวมถึง การพัฒนาโอกาสทางธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันภายในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์สำหรับคนรักสุขภาพ โดยน้ำตาล 0% ภายใต้แบรนด์ “อิชิตัน พลัส คาเทชิน” 2 รายการ ได้แก่ อิชิตัน พลัส คาเทชิน จัสมิน และ อิชิตัน พลัส คาเทชิน อู่หลง



สำหรับการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย แบรนด์ได้ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ถูกต้องในการเผยแพร่ต่อ สื่อต่างๆ ทั้งสื่อออนไลน์ และออฟไลน์ รวมไปถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ อีกด้วย ในปี 2566 อิชิตัน เน้นพัฒนากลยุทธ์ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ ตอบสนองต่อความต้องการที่แตกต่างกันของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย ได้อย่างเกินความคาดหมาย (Delivery Beyond Expectation) ด้วยโปรเจกต์อิชิตันกรีนที ขนาด 500 มล. ซึ่งได้พัฒนา เป็นขวดปากกว้างเพื่อให้ได้รสสัมผัสของผลิตภัณฑ์ที่ดีมากยิ่งขึ้นอีกด้วย และอีกหนึ่งโปรเจกต์สำคัญคือ ความร่วมมือ ของพันธมิตรทางการค้า (Collaboration Project) ระดับโลกอย่าง “เนสท์เล่ (ประเทศไทย)” จับมือร่วมกันพัฒนา “ไอศกรีมชาเขียว รสน้ำผึ้งผสมมะนาว” เจาะตลาดวัยรุ่นในตลาดไอศกรีม ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างน่าประทับใจ จนมีการพัฒนา “ไอศกรีมโมจิ รสชาเขียวมัทฉะ ชีชีโอเกะ” เป็นลำดับต่อมา



อิชิตัน เน้นการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication: IMC) ทั้ง ช่องทางการสื่อสารหลัก (Above the line) อย่างเช่น โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และช่องทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม ต่างๆ (Below the Line) เช่น การจัดอีเวนต์ โรดโชว์ โดยพิจารณาเลือกรูปแบบที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในแต่ละกลุ่ม เพื่อให้สินค้าของบริษัทฯ อยู่ในใจผู้บริโภคและเป็นทางเลือกแรกที่ผู้บริโภคจะเลือกดื่ม อย่างไรก็ดี ในปี 2566 อิชิตัน มีการส่งเสริมการขายผ่านการจัดโปรโมชั่นและแคมเปญต่างๆ เช่น การให้ส่วนลด การแลกซื้อสินค้า และการ แลกสิทธิ์เข้าร่วมกิจกรรม เป็นต้น ซึ่งแคมเปญดังกล่าวถือเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายของลูกค้าที่ซื้อในปริมาณเยอะ สนับสนุนการคืนกำไรสู่ผู้บริโภค และช่วยกระตุ้นกำลังซื้อของผู้บริโภคในภาวะสถานการณ์โควิด 19 ให้เกิดมูลค่า เพิ่มทางเศรษฐกิจ



Collective Campaign (สะสมครบ แลกได้เลย)



แคมเปญ อิชิตัน ฟ้าเดียว เที่ยวสวนสัตว์โคราช ฟรี

2. เย็นเย็น

แบรนด์เครื่องดื่มสมุนไพร มุ่งเน้นการสื่อสารด้านประโยชน์ของสินค้าที่ผลิตจากสมุนไพรหลากหลายชนิด เพื่อช่วยบรรเทาอุณหภูมิในร่างกายจากสภาพอากาศของประเทศไทยที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารของคนรุ่นใหม่และโซเชียลมีเดีย โดยคัดเลือก content creator ชื่อนำของประเทศไทยร่วมสร้างความสนุกท่ามกลางอากาศที่ร้อนอบอ้าวและอาหารรสชาติเผ็ดจัดจ้าน โดยมีเย็นเย็นเป็นตัวละครหลักของการสร้างความเพลิดเพลินและความร้อนดังกล่าว



การจัดกิจกรรมต่างๆ แบรนด์ได้ตระหนักถึงการอันเกิดจากเศรษฐกิจ เพื่อไม่ให้เป็นภาระซ้ำเติมผู้บริโภคตลอดถึงคู่ค้า จึงได้จัดกิจกรรมคืนกำไรให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เช่น กิจกรรมแลกตั๋วรถทัวร์กลับกรุงเทพฯ ฟรีในช่วงเทศกาลสงกรานต์, กิจกรรมแจกตั๋วหนังฟรียกให้แก่นักเรียนในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 และกิจกรรมสะสมฝาถังเย็นเย็นรสชาติใดก็ได้แลกฟรีอิชิตันน้ำผึ้งผสมมะนาวขนาด 280 มล. 1 ลิ้ง (24 ขวด) เป็นต้น





3. ชิชิโอะกะ



แบรนด์ชาเขียวรสชาตบริสุทธิ์เยี่ยมที่ใช้ใบชานำเข้า 100% จากจังหวัดชิชิโอะกะ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งชิชิโอะกะเป็นแหล่งปลูกชาที่ให้ผลผลิตเยอะที่สุดในประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากมีสภาพภูมิประเทศ รวมถึงสภาพแวดล้อมเอื้อต่อการเติบโตของใบชาคุณภาพสูงเป็นอย่างมาก ผลผลิตชาชิชิโอะกะเป็นสินค้าที่ให้ความใส่ใจต่อคุณภาพเป็นอย่างมาก สะท้อนได้จากรสชาติที่เลือกผลิต เช่น รสธรรมชาติไม่ใส่น้ำตาล และรสชาติหวานน้อย อีกทั้งยังต้องการให้คนไทยได้ดื่มรสชาติชาญี่ปุ่นแท้ในราคาที่สมเหตุสมผลอีกด้วย

นอกจากนี้ มีโปรเจกต์ความร่วมมือของพันธมิตรทางการค้าระหว่างแบรนด์ “ชิชิโอะกะ” และ “จิบิ มารูโกะจัง” อนิเมะชื่อดังจากประเทศญี่ปุ่น มาร่วมกันพัฒนาคอลเลกชัน “ชิชิโอะกะ กรีนที x จิบิ มารูโกะจัง” ด้วยฉลากใหม่ให้สอดคล้อง 13 แบบ กับ 5 รสชาติ เพื่อเจาะกลุ่มแฟนคลับอนิเมะ โดยออกแบบสถานีชิชิโอะกะขนาดย่อมไปไว้ที่ใจกลางสยาม สร้างความสุขแก่ผู้คนในช่วงนั้นเป็นอย่างมาก





รวมถึงการเชิญชวนลูกค้าผู้โชคดีไปเยี่ยมชมแหล่งปลูกชาคุณภาพอันดับหนึ่งที่อุดมไปด้วยดินดี น้ำดี อากาศบริสุทธิ์ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจถึงคุณภาพวัตถุดิบ ที่ใช้ในการผลิตจากแหล่งที่มาของชาเขียวคุณภาพระดับพรีเมียมจากเมืองชิซุโอกะ ประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย



4. Ph plus 8.5

Ph plus 8.5 หรือน้ำค้างอิชิตัน เป็นเครื่องดื่มที่มีความเป็นกรดเป็นด่างประมาณ 8.5 มากกว่าเครื่องดื่มทั่วไป พัฒนาสินค้าให้มีรสชาติดื่มง่าย ผู้บริโภคสามารถดื่มได้ทุกวันเพื่อรักษาสมดุลในร่างกาย ข้อมูลจากกระทรวงสาธารณสุขพบว่าประเทศไทยมีแนวโน้มของอัตราการเกิดโรคต่างๆ สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นปัญหาสุขภาพที่สำคัญระดับประเทศ ทั้งนี้แบรนด์ Ph plus 8.5 ได้ตระหนักถึงสุขภาพของคนไทยในปัจจุบันเป็นอย่างมาก จึงส่งเสริมและสนับสนุนสินค้าในงานกิจกรรมเพื่อการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เช่น กิจกรรมในโรงพยาบาล กิจกรรมในสวนสาธารณะ รวมถึงงานวิ่งต่างๆ เป็นต้น



5. ต้นชันชู

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

• ธุรกิจรับจ้างผลิต

บริษัทฯ มีบริการรับจ้างผลิตตามความต้องการของลูกค้า (OEM) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการสร้างตลาดใหม่ของอีซีตันผ่านพันธมิตรที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ด้วยการใช้ศักยภาพการผลิตที่เป็นระบบ High Technology, High Speed, Hygiene ของโรงงานอีซีตัน จนได้รับความไว้วางใจจากพันธมิตรทางธุรกิจ ได้แก่ บริษัท ACER Computer ในการผลิต Predator Vitamin Drink เครื่องดื่มวิตามินบำรุงสายตา อัดแน่นด้วยวิตามิน A และ วิตามิน B รวม และ Thaitanium Power เครื่องดื่มให้พลังงาน ผสม 7 วิตามิน ด้วยฟรุตเชนเตอร์อย่าง คุณเวย์ คุณพัน และคุณเคย วง Thaitanium ออกสู่ตลาดในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2021 โดยในปี 2022 ยังได้รับความไว้วางใจจาก Sappe ในการผลิตเครื่องดื่มผสม CBD ตามกระแสนิยมในขณะนั้น ปัจจุบัน ธุรกิจ OEM ยังคงผลิตเครื่องดื่มน้ำมะพร้าวให้กับ IF Brand เครื่องดื่มน้ำมะพร้าวส่งออกประเทศจีน ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 ของตลาดอย่างต่อเนื่อง



• ธุรกิจส่งออก

ปัจจุบันสินค้าอีซีตันได้รับการสนับสนุนจากพันธมิตรทางธุรกิจ ที่ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าส่งออก ไปจัดจำหน่ายในต่างประเทศ โดยเฉพาะการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่ม CLMV ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และปัจจุบันได้ขยายโอกาสไปยังประเทศอื่นๆ





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

สัดส่วนของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลในปริมาณน้อย (น้อยกว่า 6%) หรือ ปราศจากน้ำตาล



เป้าหมาย
50%



ผลการดำเนินงาน ปี 2566
52.94%

ช่องทางการจัดจำหน่าย

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

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญด้านการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการรับข้อร้องเรียนผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้

1. Website : www.ichitandrinks.com
2. Email : Contact@ichitangroup.com
3. Call center : 0-2023-1111
4. Line official : @ichitan
5. Social media ของแต่ละผลิตภัณฑ์
 - a. <https://www.facebook.com/ichitan>
 - b. <https://www.facebook.com/yenyendrinks>
 - c. <https://www.facebook.com/ShizuokaTH>
 - d. <https://www.facebook.com/ichitanhealthydrink>
 - e. <https://www.facebook.com/Tansansuofficial>

ฉลากบรรจุภัณฑ์และการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ

ในการสร้างมูลค่าที่ยั่งยืนในระยะยาว นอกเหนือจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อิชิตัน ยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการดำเนินงานด้านการตลาด บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการสื่อสารตั้งแต่บนฉลากผลิตภัณฑ์ไปจนถึงการโฆษณาสินค้าจะต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนตามมาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคสามารถพิจารณาเลือกดื่มผลิตภัณฑ์และสร้างความมั่นใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของอิชิตัน





อิชิตัน มีการควบคุมการติดฉลากผลิตภัณฑ์อย่างเข้มงวด โดยปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับในประเทศท้องถิ่นและมาตรฐานสากลที่บังคับใช้ ฉลากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับการออกแบบให้สามารถมองเห็นชัดเจน เข้าใจง่าย มีข้อมูลครบถ้วน และได้ระบุเบอร์โทรศัพท์ติดต่อ ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการตอบคำถามและรับข้อร้องเรียนจากผู้บริโภค โดยบริษัทฯ จะรวบรวมความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียนดังกล่าวมาเป็นฐานข้อมูลสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยบางกลุ่มสินค้าได้ผ่านการรับรองเป็นเครื่องหมายเลือกเพื่อสุขภาพ และมีการติดโลโก้ทางเลือกเพื่อสุขภาพบนฉลากผลิตภัณฑ์ด้วย



อิชิตัน ตระหนักดีว่าการตลาดและการโฆษณาที่มีประสิทธิภาพจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งให้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อย่างไรก็ดี อิชิตัน ยังคงยึดมั่นในการปฏิบัติทางการตลาดตามแนวทางที่ถูกต้อง มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ไม่มีการโฆษณาที่ผิดจรรยาบรรณ หรือให้ข้อมูลที่เกินจริง เกินจริง หรือข้อมูลคลุมเครือ รวมทั้งฉลากผลิตภัณฑ์ได้มีการพัฒนารูปแบบให้สามารถแยกได้ง่ายเพื่อนำไปรีไซเคิล รวมถึงการนำวัสดุ rPET ไปใช้กับทุกผลิตภัณฑ์ในอนาคต

การประเมินความพึงพอใจลูกค้า

อิชิตัน มีการประเมินความพึงพอใจโดยรวมและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่ออิชิตันจากการสำรวจผ่านการจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ คู่ค้าหรือพันธมิตรทางการค้า และผู้บริโภค สำหรับคู่ค้า บริษัทฯ ดำเนินการสื่อสารและจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อนำเสนอสินค้าและแคมเปญต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงนำข้อคิดเห็นที่ได้กลับมาต่อยอดพัฒนารูปแบบสินค้าและเทคนิคทางการตลาดให้ดีขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการเก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมเชิงลึกของลูกค้า วิเคราะห์ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของลูกค้าทั้ง 2 กลุ่ม อย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำไปสู่การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ หรือการแก้ไขปัญหอย่างทันที่

ในปี 2566 ที่ผ่านมา จากการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าทั้ง 2 กลุ่ม อยู่ในระดับดีเยี่ยม โดยพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อแบรนด์และผลิตภัณฑ์ของอิชิตันมากกว่าร้อยละ 90 ทั้งในด้านของคุณภาพ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และการสร้างความสัมพันธ์ผ่านการจัดแคมเปญหรือโปรโมชั่นต่างๆ นำมาซึ่งรางวัล No. 1 Brand Thailand แบนด์ยอดเยี่ยมอันดับ 1 ในใจผู้บริโภคต่อเนื่องเป็นปีที่ 4



สรุปผลการประเมิน
ความพึงพอใจของลูกค้า



เป้าหมาย
90%



ผลการดำเนินงาน ปี 2566
91.17%

สรุปผลการประเมิน
ความพึงพอใจของผู้บริโภค



เป้าหมาย
85%



ผลการดำเนินงาน ปี 2566
97.98%



การรักษาความลับและคุ้มครองข้อมูลของลูกค้า

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งระบบสื่อสารที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การเข้าถึง การเก็บรวบรวมการใช้ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลสามารถทำได้โดยง่าย สะดวก รวดเร็ว อาจนำมาซึ่ง ความเสียหายต่อเจ้าของข้อมูล บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าวที่ต้องได้รับความคุ้มครองตาม รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย และหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights) รวมถึงเพื่อสนับสนุนและเคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชนตามที่ประกาศใช้ในระดับสากลตามหลักการของ ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) รวมถึงกฎหมายที่ว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทฯ จึงได้ทบทวนและประกาศนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) เพื่อเป็นหลักในการ คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) ของลูกค้า

อีซีเอ็น มีการติดตามและตรวจสอบเกี่ยวกับการนำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่ วัตถุประสงค์หลัก โดยในปี 2566 พบว่า ไม่มีการนำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น



2. คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

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

“มุ่งมั่นพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์คุณภาพ ถูกสูงลักษณะและปลอดภัยภายใต้สิ่งแวดล้อมที่ดี ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ปกป้องมลภาวะด้วยระบบการจัดการเชิงบูรณาการ หนึ่งมาตรฐานสากลที่มีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และ ปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า”

1) กระบวนการต้นน้ำ – การจัดซื้อจัดหอย่างปลอดภัย

มีหลักเกณฑ์ในการจัดหาวัตถุดิบด้วยความโปร่งใส ให้มีความสำคัญด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า วัตถุดิบบรรจุภัณฑ์ สอดคล้องตามมาตรฐานและข้อกำหนดกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์ สารเคมีที่ใช้ในกระบวนการทำความสะอาดตั้งแต่เริ่มต้น

2) กระบวนการกลางน้ำ – การควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยตลอดกระบวนการผลิต

มีการควบคุมคุณภาพการผลิตและความปลอดภัยของสินค้าอย่างเป็นระบบ โดยจัดตั้งคณะทำงานความปลอดภัยอาหาร (Food Safety team) มีหน้าที่ในการชี้แจง วิเคราะห์ ประเมินอันตรายทุกขั้นตอนที่อาจเกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทานจนถึงมือผู้บริโภค และกำหนดให้อันตรายนั้นๆ เป็นจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม ทวนสอบ และยืนยันกระบวนการอย่างต่อเนื่อง

เมื่อมีผลิตภัณฑ์ใหม่ก่อนเริ่มทำการผลิตจะมีการประเมินจุดควบคุมวิกฤติตามหลักการของระบบวิเคราะห์อันตรายและควบคุมจุดวิกฤติ (HACCP) เพื่อใช้ในการควบคุมคุณภาพของสินค้า ระหว่างการผลิตมีเครื่องมือสำหรับตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวดด้วยเครื่องตรวจจับอัตโนมัติ มีเจ้าหน้าที่สุ่มตรวจสอบตามแผนที่กำหนด และมีการบันทึกข้อมูลแบบอัตโนมัติเพื่อให้สามารถสอบกลับข้อมูลได้

มีการตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ระหว่างการผลิตและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปโดยห้องปฏิบัติการของบริษัทฯ ที่สามารถตรวจวิเคราะห์ได้ทั้งทางกายภาพ เคมี จุลชีววิทยา และประสาทสัมผัส เพื่อให้การรับรองว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและความปลอดภัย



3) กระบวนการปลายน้ำ – การประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และการติดตามข้อร้องเรียน

การประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปก่อนปล่อยสินค้าออกจากโรงงาน มีการทบทวนข้อมูล ผลวิเคราะห์ต่างๆ สุ่มตรวจสอบผลิตภัณฑ์ระหว่างการขนส่ง ตลอดจนมีการเก็บผลิตภัณฑ์ตัวอย่างตลอดอายุการเก็บรักษา (Retain sample) เพื่อทำการสุ่มตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์หลังหมดอายุเพื่อเป็นตัวอย่างผลิตภัณฑ์เมื่อมีข้อร้องเรียน

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 / กิจกรรม เพื่อส่งเสริมคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

• โครงการ Quality Engagement

โครงการนี้จัดตั้งขึ้นเพื่อกระตุ้นให้เกิดความตระหนักด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร สร้างจิตใต้สำนึกของการเป็นผู้ประกอบการให้มีทัศนคติที่ดีและรักในงานที่ปฏิบัติ “การสร้างจิตสำนึกคุณภาพ จึงเป็นแนวทางใหม่ในการบริหารงาน ซึ่งจะพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานและพนักงานผู้ปฏิบัติไปพร้อมๆกัน โดยผ่านกระบวนการรับรู้ที่เหมาะสม เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืน

• กิจกรรม “ทีมดีเด่น”

มีวัตถุประสงค์ส่งเสริมด้านการทำงานเป็นทีม มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย Quality First Pass เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปลอดภัย และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า



เพื่อพัฒนากิจกรรมการตรวจสอบและควบคุมการผลิตให้ถูกต้องตรงตามมาตรฐาน สร้างความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยโดยการประกันคุณภาพสินค้าแบบเชิงรุกควบคู่กับการประเมินความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อการประกันคุณภาพสินค้าอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ



การรับข้อร้องเรียนและการจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้า

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด จึงมีขั้นตอนในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ซึ่งได้กำหนดขั้นตอนการตรวจสอบข้อมูลเพื่อหาสาเหตุของการเกิดข้อร้องเรียน ส่งเรื่องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไข และรายงานผลการดำเนินการเป็นลายลักษณ์อักษร โดยมีผู้บริหารลงนาม รวมถึงมีการเก็บข้อมูลเชิงสถิติเรื่องข้อร้องเรียนเพื่อใช้วิเคราะห์ ปรับปรุง เพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต



3. สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

สิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการเคารพกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชน โดยการยึดมั่นให้เป็นไปตามกฎหมาย รวมทั้งหลักสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานที่มุ่งเน้นความเสมอภาค เท่าเทียมกันในแง่ของสิทธิและศักดิ์ศรี ซึ่งไม่คำนึงถึงความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ สัญชาติ สีผิว เพศ ศาสนา อายุ ภาษา สถานภาพทางกายภาพ สุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อทางสังคม การศึกษาอบรม หรือความคิดเห็นทางการเมืองโดยไม่กีดกัน ไม่เลือกปฏิบัติแก่ผู้หนึ่งผู้ใด รวมทั้งส่งเสริมให้มีการตระหนักและสำนึกในสิทธิหน้าที่ และความรับผิดชอบของตนที่มีต่อสังคมและบุคคลอื่นโดยมีแนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

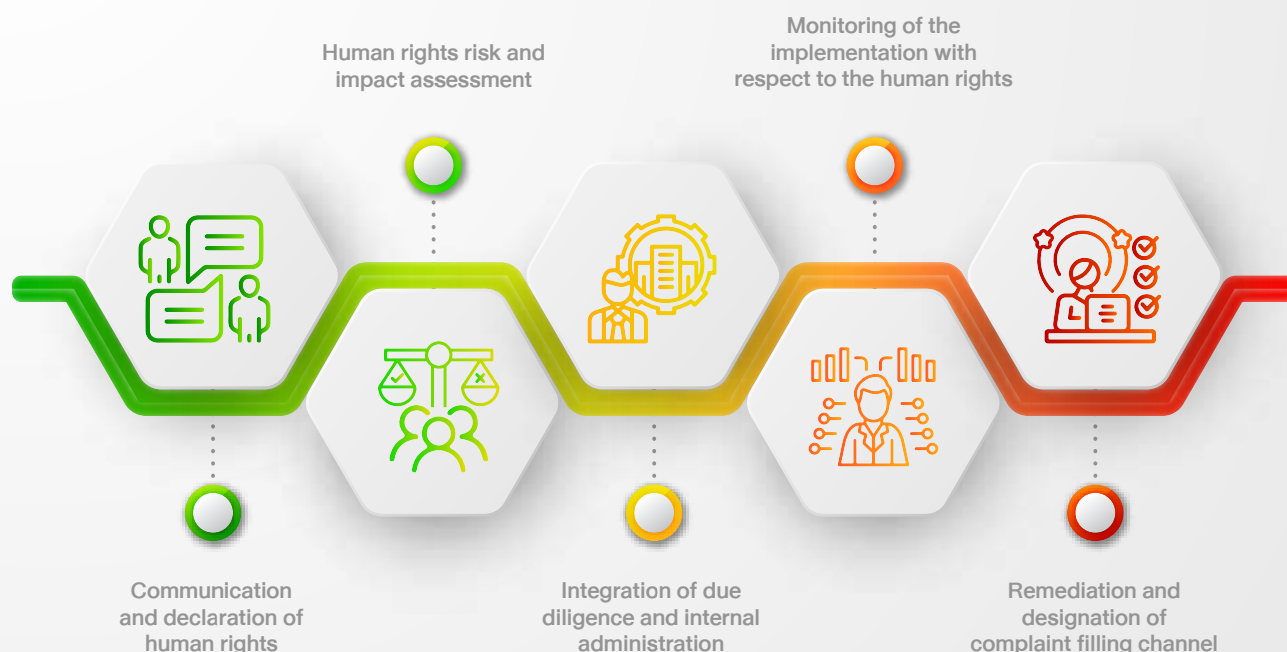
- ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชนอย่างเคร่งครัดและให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชนกับพนักงานเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน
- พนักงานทุกคนต้องทำความเข้าใจกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่และความรับผิดชอบของตนโดยตรงให้ทั่วถ้วน และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด
- ส่งเสริมการเคารพและยึดมั่นในการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนบนพื้นฐานของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
- ปฏิบัติต่อพนักงานบนพื้นฐานของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และให้การเคารพต่อสิทธิหน้าที่ส่วนบุคคล
- 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 คู่ค้าที่สำคัญตามลักษณะธุรกิจของตัวองค์กรจะต้องดำเนินการอย่างเป็นธรรม ไม่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานและเคารพสิทธิในการรวมกลุ่มของพนักงานในการเสนอแนะหรือกำหนดทิศทางการทำงาน เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย และสร้างความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกัน
- บริษัทฯ มีกระบวนการรับข้อร้องเรียนด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน ทั้งจากการที่พนักงานกระทำ หรือมีส่วนร่วมในการกระทำ หรือละเลยการกระทำอันเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน

ในปี 2566 บริษัทฯ ไม่มีกรณีร้องเรียนด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน จึงไม่มีกรณีการเยียวยาเกิดขึ้น

ทั้งนี้ ในปี 2566 บริษัทฯ ได้จัดทำคู่มือกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Guideline) เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติและสื่อสารให้พนักงานรับทราบโดยทั่วกัน รวมถึงแนวทางและมาตรการจัดการผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน การแจ้งข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นกลไกการเยียวยา กรณีเกิดการละเมิดมนุษยชนขึ้น



Human Rights Due Diligence Process



การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทฯ ปฏิบัติต่อพนักงานและบุคลากรอย่างเป็นธรรม คือ การเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย รวมถึงหลักจริยธรรมซึ่งมีส่วนสำคัญยิ่งที่จะสร้างความยุติธรรม ความมั่นคง และความสงบสุขในสังคม อันรวมถึงความมั่นคงยั่งยืน และความเจริญเติบโตของกิจการ โดยบริษัทฯ จะปฏิบัติตามปณิธานว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายและ/หรือกฎระเบียบของกิจการ พร้อมทั้งให้ความคุ้มครองในสภาพการทำงาน สุขภาพ และความปลอดภัยของลูกจ้างโดยมีแนวทางปฏิบัติดังนี้

• การจ้างงาน

ในการพิจารณาคัดเลือกพนักงานใหม่บริษัทฯ พิจารณาความเหมาะสมทั้งในด้านความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ทักษะ และความประพฤติผ่านระบบการคัดเลือก ทั้งในรูปแบบข้อสอบข้อเขียน การทดสอบต่างๆ และการสัมภาษณ์ โดยผู้ที่ผ่านคัดเลือกจะถูกกำหนดให้เป็นพนักงานทดลองงาน เพื่อบ่งชี้ว่าพนักงานผู้นั้นมีผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทฯ กำหนด หรือมีความรู้ความสามารถ ความประพฤติที่เหมาะสมและสามารถ หรือพัฒนาให้ปฏิบัติงานในตำแหน่งงาน นั้นๆ ต่อไปหรือไม่ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการจัดจ้างงานโดยไม่มีการเลือกปฏิบัติแต่อย่างใด ยืนยันความเสมอภาคทางโอกาสโดยไม่นำความชอบของบุคคล ความคิดเห็นทางการเมือง อายุ หรือความทุพพลภาพ มาเป็นปัจจัยในการพิจารณาและตัดสินใจจ้างงาน รวมถึงจัดปัจจัยอื่นๆ ที่อาจนำไปสู่การเลือกปฏิบัติ

ข้อมูลพนักงาน ปี 2566



พนักงานทั้งหมด
379 คน



พนักงานหญิง **118** คน



พนักงานชาย **261** คน



พนักงานใหม่ **72** คน



การจ้างงานผู้พิการ **2** คน



อัตราการลาออกของพนักงานร้อยละ **1.29**

จำนวนพนักงานจำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	หญิง (คน)	ชาย (คน)
จำนวนพนักงานอายุน้อยกว่า 30 ปี	42	112
จำนวนพนักงานอายุ 30-50 ปี	69	134
จำนวนพนักงานอายุมากกว่า 50 ปี	7	15

จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับตำแหน่ง

ตำแหน่ง	หญิง (คน)	ชาย (คน)
ผู้บริหารระดับสูง	1	5
พนักงานระดับบริหาร	30	35
พนักงานระดับปฏิบัติการ	87	221

การจ้างงานผู้ด้อยโอกาส / ผู้พิการ

ในปี 2566 บริษัทฯ มีการว่าจ้างผู้พิการเข้าทำงานเป็นพนักงานของบริษัทฯ ตามลักษณะงาน จำนวน 2 คน และได้อุปการะเลี้ยงดูผู้พิการที่มีได้เป็นพนักงานประจำอีกจำนวน 2 คน ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่เหมาะสมตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อส่งเสริมให้ผู้พิการมีโอกาสด้านความสามารถก่อให้เกิดรายได้เลี้ยงชีพด้วยตนเอง ลดภาระค่าใช้จ่ายของครอบครัวและสังคมที่ต้องอุปการะเลี้ยงดู พร้อมทั้งดำเนินการส่งเงินสมทบเข้ากองทุนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 มาตรา 33 และมาตรา 35 อย่างครบถ้วน และทันเวลาตามที่กฎหมายกำหนด

• **การไม่สนับสนุนให้มีการจ้างแรงงานเด็กที่ผิดกฎหมาย**

บริษัทฯ ไม่มีการจ้างแรงงานเด็กที่ผิดกฎหมายแรงงานที่ถูกบังคับ หรือแรงงานทาส ยกเว้นแต่ในกรณีที่มีการจ้างงานเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับเรื่องอายุ ชั่วโมงการทำงาน การจ่ายค่าตอบแทน สุขภาพ และความปลอดภัย

• **กระบวนการร้องทุกข์และการลงโทษทางวินัย**

บริษัทฯ มีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนซึ่งพนักงานสามารถนำปัญหาส่วนตัวและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานมาร้องเรียนได้ที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคล อีเมล hrd@ichitangroup.com หรือที่ฝ่ายตรวจสอบภายใน อีเมล internalaudit@ichitangroup.com โดยให้พนักงานที่รู้สึกว่ามีเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการถูกข่มเหง การถูกเลือกปฏิบัติ การถูกละเมิดสิทธิ หรือตกเป็นเหยื่อของผู้อื่นมีสิทธิร้องเรียนปัญหาตามกระบวนการร้องเรียนได้ หรืออาจส่งมาที่กล่องรับความคิดเห็น หรือปรึกษาโดยตรงได้ที่หัวหน้างานแต่ละสายงาน บริษัทฯ มีมาตรการคุ้มครองสิทธิและรักษาความลับของผู้ร้องเรียนและผู้ให้เบาะแสดังกล่าวโดยเจตนาสุจริต โดยจะปกป้องชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลอื่นใดที่สามารถระบุตัวตนของผู้ร้องเรียนและผู้แจ้งเบาะแสดได้ รวมถึงจำกัดผู้รับผิดชอบในการดำเนินการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนดังกล่าวในการเข้าถึงข้อมูลเฉพาะได้ ทั้งนี้ ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบตรวจสอบข้อร้องเรียนมีหน้าที่ต้องรักษาความลับของข้อมูลและเอกสารหลักฐานของผู้ร้องเรียนและผู้แจ้งเบาะแสด ห้ามเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลอื่น เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด

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



4. การพัฒนาและรักษาบุคลากร

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

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นในเรื่องการพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้มีความรู้ความสามารถ พัฒนาทักษะที่จำเป็นเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการสร้างความสุขและสร้างความภูมิใจในความเป็นพนักงานและบุคลากรของ “อิชิตัน” อีกทั้ง สนับสนุนความก้าวหน้าในทุกสายอาชีพ ด้วยโครงสร้างค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นมาตรฐานสากล มีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างโปร่งใสและยุติธรรม (KPI) ซึ่งมุ่งเน้นการแสดงความคิดเห็นและการสร้างสรรค์ผลงานร่วมกันเป็นทีม บริษัทฯ มีความรับผิดชอบต่อนักงานและบุคลากรทุกระดับชั้น ทั้งในเรื่องของคุณภาพชีวิต สภาพแวดล้อมในการทำงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย ค่าตอบแทน/สวัสดิการ และสิทธิมนุษยชนที่พนักงานและบุคลากรควรจะได้รับ จึงกำหนดให้มีช่องทางและกระบวนการร้องเรียนหากพนักงานและบุคลากรถูกละเมิดสิทธิมนุษยชน โดยบริษัทฯ จะพิจารณาและดำเนินการทบทวนโทษตามความเหมาะสมด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม

เป้าหมายการดำเนินงาน	
ตัวชี้วัด (KPI)	ในปี 2566
คะแนนความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ร้อยละ 88
จำนวนอุบัติเหตุของพนักงาน ถึงขั้นหยุดงานหรือส่งต่อโรงพยาบาล	2 เคส
ข้อร้องเรียนการละเมิดสิทธิมนุษยชน	0 กรณี
ร้อยละของพนักงานที่ต้องได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงาน (KPI)	ร้อยละ 100

4.1 การพัฒนาศักยภาพพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายพัฒนานักงานเพื่อฝึกฝนทักษะ และเพิ่มพูนศักยภาพโดยเปิดโอกาสให้พนักงานมีการเรียนรู้และเลื่อนตำแหน่ง เพื่อความก้าวหน้าในการทำงานเมื่อมีโอกาสที่เหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้หญิงได้ขึ้นสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น ในสัดส่วนที่สมดุลกับผู้ชายได้มากยิ่งขึ้น บริษัทฯ ประเมินวิธีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอในการ ปฏิบัติตามนโยบายว่าด้วยการส่งเสริมการจ้างงานรวมถึงส่งเสริมโอกาสและความก้าวหน้าในหน้าที่

ด้วยอุดมการณ์ในการพัฒนานักงานให้มีความเชื่อมั่นในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ อิชิตัน กรุ๊ป ให้ความสำคัญในการดูแลพนักงานและการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ให้เป็นมากกว่าคำว่าพนักงาน ดูแลพนักงานอย่างใกล้ชิด สร้างความผูกพัน ทำให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จขององค์กร และที่สำคัญบริษัทฯ เน้นการพัฒนาให้พนักงานมีสมรรถนะทางด้านความรู้ (Knowledge Competency) สมรรถนะทางด้านทักษะ (Skill Competency)



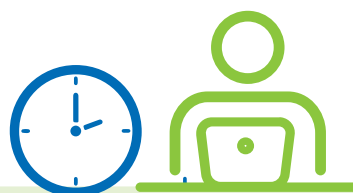
และสมรรถนะด้านคุณลักษณะ (Attributes Competency) โดยบริษัทฯ มุ่งมั่นให้พนักงานทุกคนตระหนักถึงความสำเร็จและการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัทฯ ให้มีความเป็นสากลและมาตรฐานระดับโลก บริษัทฯ ใช้หลักธรรมาภิบาลในการดูแลพนักงานด้านการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมภายใต้วิถีทัศน์การเป็นผู้นำธุรกิจเรื่องดีมีคุณภาพและนวัตกรรมที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี ซึ่งการดูแลและการพัฒนาบุคลากร เป็นปัจจัยพื้นฐานและมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

โดยบริษัทฯ มีแนวทางในการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร ตั้งแต่กระบวนการจัดทำแบบสำรวจความเป็นในการฝึกอบรม (Training Need) การวิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรม และจัดทำแผนการฝึกอบรมประจำปี (ICHITAN Training Plan Year 2023) เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงาน โดยกำหนดความต้องการด้านการฝึกอบรมของบุคลากรตามตำแหน่งงาน รวมไปถึงหลักสูตรที่ช่วยในการพัฒนาความสามารถในการปฏิบัติงานตามรูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบ การทำงานยุคใหม่ ทำให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึงการอบรมในรูปแบบออนไลน์ในหลากหลายช่องทางทั้งการอบรม ภายในและภายนอกองค์กร อีกทั้งยังลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางของพนักงาน รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหาร จัดการเวลาให้มีคุณภาพมากขึ้น



ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาพนักงาน

จำนวน **873,711.70** บาท/ปี



จำนวนชั่วโมงอบรม

เฉลี่ยต่อปี (ชม.) **8** ชม./คน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ออกแบบและพัฒนาโครงการต่างๆ ขึ้นภายในองค์กร เพื่อส่งเสริมศักยภาพให้กับพนักงาน ช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางความคิดให้พนักงานเกิดไอเดียและแรงจูงใจใหม่ๆ ในการพัฒนางาน หรือปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน สอดคล้องตามนโยบายการพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ อีกทั้งมุ่งเน้นส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและสร้างภาวะผู้นำในตัวพนักงานให้สามารถดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ทั้งเป้าหมายองค์กรและเป้าหมายตนเอง ตลอดจนวางแนวทางการดูแลพนักงานที่มีศักยภาพเพื่อเตรียมพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในอนาคตพร้อมเครื่องมือที่ทันสมัยและมีการแข่งขันค่อนข้างสูง

บริษัทฯ ได้มีการจัดทำแผนฝึกอบรมประจำปีเพื่อเป็นแนวทางในการฝึกอบรม แจ้งวัตถุประสงค์ของแต่ละหลักสูตร เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรและสอดคล้องกับข้อบังคับทางกฎหมาย โดยได้มีการสื่อสารให้พนักงานทุกคนรับทราบผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ใน Intranet บอร์ดต่างๆ ขององค์กร เป็นต้น

โครงการพัฒนาศักยภาพพนักงาน

1. Smart Collaboration (TPM)

กิจกรรมแสดงผลงานและเผยแพร่ความรู้ เทคนิคต่างๆ ในการลดปัญหากระบวนการผลิต นำมาประยุกต์ให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์ สูงสุดจากไอเดียสร้างสรรค์ของพนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต และลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้น้อยที่สุด



กระบวนการเรียนรู้ 8 หลักสูตร
ระยะเวลาอบรม 48 ชั่วโมง



จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อปี (ชม.)
ของพนักงานที่เข้าร่วมโครงการ
Smart Collaboration (TPM)
45.3 ชั่วโมง/คน



2. โครงการพัฒนาศักยภาพ ด้านภาวะผู้นำ (Leadership Development)

เป็นกิจกรรมที่ทำให้พนักงานระดับบริหารขั้นต้นได้เรียนรู้เกี่ยวกับภาวะผู้นำในการบริหารทีมงาน ซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการนำหรือบริหารจัดการตนเองที่ดี และสามารถนำพาทีมงาน หรือนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

AVENGER Team

กระบวนการเรียนรู้ 6 หลักสูตร ดังนี้

1. Leadership & Growth Mindset
2. Coaching & Mentoring technique
3. Team results and Success
4. Performance Feedback
5. Smart Leadership your team
6. Self-Management your time and energy



จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อปี (ชม.)

ของพนักงานที่เข้าร่วมโครงการ

Avenger Team = 18 ชั่วโมง/คน

ผลลัพธ์จาก Avenger คือ

มีปรับตำแหน่ง 3 คน จาก 9 คน (33.33%)

ARMY Team

กระบวนการเรียนรู้ 6 หลักสูตร ดังนี้

1. Accountability
2. Team management
3. Analytical thinking
4. Delegation and Coaching
5. Strategic workshop
6. Active Listening for Leader



จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อปี (ชม.)

ของพนักงานที่เข้าร่วมโครงการ

Avenger Team = 15 ชั่วโมง/คน

ผลลัพธ์จาก Army คือ

มีปรับตำแหน่ง 5 คน จาก 30 คน (16.67%)



3. โครงการ Employee Onboarding Program

เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้พนักงานใหม่รับรู้ถึงค่านิยมองค์กร วัฒนธรรมองค์กร และพฤติกรรมที่พึงประสงค์ขององค์กร ตลอดจนเข้าใจบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบในงาน รวมถึงโครงสร้างการบริหาร และระบบการจัดการต่างๆ ภายในองค์กร โดยบริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนและผลักดันให้พนักงานใหม่สามารถเรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับองค์กร รวมถึงรู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรได้อย่างรวดเร็ว เพื่อที่จะได้สร้างสรรค์ผลงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามเป้าหมายและยุทธศาสตร์ขององค์กร

4. โครงการ Collaboration Project 2023

“เปิดกว้างทุกไอเดีย จะทำอะไรก็ได้ที่สามารถเพิ่มมูลค่า ประหยัดเวลา แก้ไขปัญหา พัฒนาผลิตภัณฑ์”

วัตถุประสงค์ของโครงการ Collaboration คือ การสนับสนุนการทำงานร่วมกันเป็นทีมแบบข้ามสายงาน ทุกระดับให้บรรลุเป้าหมายหลักขององค์กร และเป็นการสร้างแนวทางการทำงานใหม่ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนรูปแบบการทำงานเชิงรุก เน้นความรวดเร็ว สร้างทีมการทำงานที่ต่างวิสัยผสมผสานกับทัศนคติที่หลากหลาย โดยการนำจุดเด่นจากความแตกต่างมาพัฒนาให้เกิดประโยชน์ในเชิงสร้างสรรค์ จากทักษะความสามารถของพนักงานในแต่ละช่วงวัย

• โครงการ Knowledge Management & Sharing

โครงการนี้จัดตั้งขึ้นเพื่อรวบรวมเกร็ดความรู้ทางการตลาดที่เป็นกระแสอยู่ในยุคสมัยปัจจุบันมารวบรวมไว้เป็นคู่มือแนวทางการดำเนินงาน โดยการนำองค์ความรู้ที่มีและจัดระบบแล้วลงในระบบข้อมูลส่วนกลางที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ ส่งผลให้พนักงานสามารถเรียนรู้งานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ลดระยะเวลาและขั้นตอนการถ่ายทอดงานของผู้บังคับบัญชา อีกทั้งช่วยสร้างบรรยากาศให้พนักงานเกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันมากขึ้น



• โครงการ ปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงานของบริษัท (SOP)

โครงการนี้จัดตั้งขึ้นเพื่อกบฏวนคู่มือการปฏิบัติงานของแต่ละสายงาน/แผนกยึดถือปฏิบัติมาเป็นระยะเวลานาน และด้วยสถานการณ์ทำงานในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วจึงต้องมีการปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงานฉบับใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมา ผู้บริหารระดับสูงของแต่ละสายงานได้พิจารณาอนุมัติคู่มือปฏิบัติงานฉบับปรับปรุงใหม่ครบทุกหน่วยงาน โดยพนักงานที่เข้าใหม่สามารถนำคู่มือดังกล่าวมาศึกษาในเบื้องต้นก่อนลงมือปฏิบัติงานจริง



- โครงการ Say No Paper Project

โครงการนี้จัดตั้งขึ้นเพื่อมุ่งเน้นเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจก เริ่มต้นด้วยการสร้างความตระหนักรู้ให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมการรณรงค์ในการลดใช้กระดาษภายในองค์กร และนำผลการดำเนินโครงการมาคิดคำนวณเป็นปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร โครงการดังกล่าวสอดคล้องกับแผนงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร และช่วยสนับสนุนแนวทางการเปลี่ยนผ่านการดำเนินงานด้วยเทคโนโลยีในอนาคต (Digital Transformation)



- โครงการ Ichitan Virtual Presenter

โครงการนี้จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างความเท่ากันสื่อในปัจจุบันให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายด้วยการใช้ Virtual Presenter ในการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร ในสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ (ทั้งภายในและภายนอกองค์กร) ช่วยสนับสนุนแนวทางการเปลี่ยนผ่านการดำเนินงานด้วยเทคโนโลยีในอนาคต (Digital Transformation)



5. Creativity Contest 2023

การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจอุปโภคและบริโภค ภายใต้สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงและแนวโน้มการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การสร้างสรรค์นวัตกรรมจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยผลักดันให้องค์กรเป็นผู้นำนวัตกรรมการผลิตเครื่องดื่มที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี โครงการ Creativity Contest จึงจัดขึ้นเพื่อสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรได้ทำงานร่วมกับฝ่ายวิจัยและพัฒนา

(Research and Development: R&D) ในการคิดค้นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ใหม่ๆ พร้อมนำเสนอไอเดียโมเดลธุรกิจในแง่บูมที่สร้างสรรค์ และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้

ในปี 2566 มีพนักงานร่วมกันนำเสนอผลงานผ่านการประกวดโครงการ Creativity Contest มากกว่า 50 รายการ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวน 7 รายการ ที่ผ่านการคัดเลือกเพื่อเตรียมพัฒนาต่อเป็นสินค้าสำหรับออกจำหน่ายในอนาคต

4.2 การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงาน ในรูปแบบเงินเดือนอย่างยุติธรรม สอดคล้องกับอัตราที่สามารถเทียบเคียงกับค่าจ้างในตลาดแรงงาน อีกทั้ง ได้มี การแต่งตั้ง โยกย้าย รวมถึงให้รางวัล ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้ ความสามารถ ความเหมาะสม และเป็นธรรม โดยไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงการจัดให้มีสวัสดิการอื่นๆ อย่างเหมาะสม และมีการทบทวนอัตราผลตอบแทน อย่างสม่ำเสมอ

รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและสนับสนุนให้มีการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของครอบครัว พนักงานให้มีความสุขและสามารถพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน โดยสนับสนุนให้พนักงานมีการเก็บออมเพื่ออนาคตผ่านกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ



พนักงานที่เข้าร่วมกองทุน
สำรองเลี้ยงชีพ
273 ราย



สัดส่วนการเข้าร่วมกองทุน
สำรองเลี้ยงชีพของพนักงาน
ทั้งหมด ร้อยละ **72**



อัตราส่วนค่าตอบแทน
พนักงานหญิง ต่อ ชาย
1 : 1.08

4.3 สวัสดิการพนักงาน

บริษัทฯ ยังส่งเสริมให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สนับสนุนให้มีการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของครอบครัวพนักงานให้มีความสุขและสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน เพื่อให้พนักงานมีความรู้สึที่ดีต่อองค์กร เกิดวัฒนธรรมองค์กร เกิดขวัญและกำลังใจที่ดีเป็นพลังบวก ในการทำงานร่วมกับองค์กร ในปี 2566 บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการ และการสร้างความสัมพันธ์ให้กับพนักงาน โดยคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ

คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ

เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดความตระหนักถึงความเท่าเทียมกัน พร้อมสนับสนุนการเคารพสิทธิของพนักงาน บริษัทฯ จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการขึ้น เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างพนักงานและบริษัทฯ รวมถึงผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับในการแสดงมุมมอง ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียนต่างๆ ผ่านตัวแทนที่ได้รับการเลือกตั้ง โดยได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ และการดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการประจำสถานประกอบการ เช่น เป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานกับบริษัท การปรับปรุงสวัสดิการและสภาพแวดล้อมในการทำงานช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของสถานประกอบการ เป็นต้น

| บริษัท อีซีตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

บริษัท มีจำนวนกรรมการในคณะกรรมการสวัสดิการตามที่กฎหมายกำหนด คณะกรรมการสวัสดิการมีการประชุมร่วมหารือกับตัวแทนฝ่ายบริหารที่เป็นตัวแทนของบริษัททุกๆเดือน โดยมีการบันทึกรายงานการประชุมซึ่งจัดทำขึ้นและประกาศให้พนักงานทราบทั่วกัน โดยหัวข้อการประชุมที่นำมาแก้ไขมี ดังนี้

1. โครงการสวัสดิการแจกขนม เครื่องดื่ม หรืออาหารมื้อพิเศษให้กับพนักงาน เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายในการมาทำงานของพนักงาน ดูแลให้พนักงานทุกคนของอีซีตัน ได้อิ่มท้องพร้อมสำหรับการปฏิบัติงานอย่างมีความสุข



2. โครงการปรับปรุงพื้นที่ห้องเบรกให้กับพนักงาน สำหรับเวลาเบรกเพื่อช่วยให้ผ่อนคลายจากการทำงาน



3. โครงการกิจกรรมวันเกิด: เป็นการสร้างเสริมความสัมพันธ์ที่ดี ส่งเสริมขวัญและกำลังใจในการทำงาน และเป็นการแสดงออกถึงการที่บริษัท มีความใส่ใจในช่วงเวลาที่ดีและสำคัญของพนักงานอีก 1 วัน นอกจากพนักงาน จะได้ร่วมกิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้นพนักงานยังได้รับประทานอาหารร่วมกับผู้บริหารระดับสูง เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานอีกด้วย



4. โครงการสวัสดิการค่าฟัน: บริษัท ได้จัดรถโมบายค่าฟัน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับพนักงาน ในการดูแลช่องปากและฟัน เมื่อวันที่ 30/8/2566 โดยได้มีการประสานงานไปยังคลินิกทำฟันและบริการในราคาพิเศษ เพื่อมาให้บริการแก่พนักงาน ณ บริษัท เป็นการลดเวลาในการเดินทางไปทำฟันที่คลินิก



5. การตรวจสุขภาพประจำปี: จัดให้พนักงานได้รับการตรวจสุขภาพประจำปี โดยพิจารณาจัดโปรแกรม ตรวจสุขภาพให้สอดคล้องกับลักษณะการทำงานของพนักงาน และประสานงานกับทางโรงพยาบาลให้พนักงาน สามารถเพิ่มรายการตรวจสุขภาพได้ในอัตราค่าพิเศษ รวมถึงโปรแกรมการตรวจสุขภาพในอัตราค่าพิเศษให้ กับสมาชิกในครอบครัวของพนักงานพร้อมทั้งอำนวยความสะดวกโดยให้ทางโรงพยาบาลมาให้บริการตรวจสุขภาพ ที่สำนักงานของบริษัทฯ อีกทั้ง จัดให้มีกิจกรรมพบแพทย์เพื่อปรึกษาเรื่องสุขภาพภายหลังการได้รับผลตรวจสุขภาพ ประจำปีอีกด้วย



6. โครงการส่งเสริมความรู้ทางด้านการเงิน: จัดให้มีการให้ความรู้ทางด้านการเงิน หลักการใช้เงิน การ วางแผนการเงิน แก่พนักงานในองค์กร โดยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้เทคนิคการในเรื่องของสินทรัพย์ หนี้สิน ทุน รายได้ และค่าใช้จ่าย ไปปรับใช้ในการทำงาน และการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขบนพื้นฐานการเงินที่ดี



7. ทริปท่องเที่ยวประจำปีสำหรับพนักงาน: การจัดท่องเที่ยวประจำปีถือเป็นการให้รางวัลพนักงานในอีกรูปแบบหนึ่งหลังจากทำงานมาอย่างเต็มที่ตลอดทั้งปี ซึ่งไม่ใช่แค่การพาพนักงานทุกคนออกไปท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นการบ่งบอกถึงความใส่ใจต่อความรู้สึกของพนักงาน ทั้งยังช่วยสร้างความสามัคคีและสร้างสัมพันธ์ไมตรีภายในองค์กรให้รักและผูกพันกันมากขึ้นได้อีกด้วย โดยในปีนี้อิชิตันได้จัดทริปท่องเที่ยวในต่างประเทศ (ประเทศเวียดนามและเกาหลี) สร้างความประทับใจให้กับพนักงานในการทำกิจกรรมครั้งนี้เป็นอย่างมาก



4.4 การสื่อสารภายในองค์กร

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสื่อสารนโยบายและเจตนารมณ์ของนโยบายทั้งหมดไปยังพนักงานทุกท่านผ่านทางการประชุมนิเทศพนักงาน และการสื่อสารของฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัทฯ มีการประชุมพนักงานทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อให้ทราบผลการดำเนินงานและสภาพที่แท้จริงของบริษัทฯ รวมถึงแจ้งข้อมูลที่สมเหตุสมผลและภายในระยะเวลาที่สมควรผ่านทางระบบ Intranet และสื่อ Social Media โดยเฉพาะเมื่อต้องมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ภายในบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานได้แสดงออกถึงความคิดเห็นอย่างมีส่วนร่วม และสามารถตอบรับต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้อย่างสร้างสรรค์ ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เช่น กิจกรรม Happy Monday



• **กิจกรรมสื่อสารไอดีธุรกิจเพื่อการกิจ by CEO Tan Ichitan**

การสื่อสารและส่งมอบแนวคิดดีๆ ทั้งในเรื่องการทำงานและการใช้ชีวิตในสังคม จาก CEO มอบให้แก่พนักงาน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันในกิจกรรม Happy Monday โดยมีการค้นหาวิธีแก้ปัญหาหรือแนวทางปฏิบัติร่วมกัน ให้แนวทางประกอบการตัดสินใจหรือมีนโยบายต่างๆ และได้กระตุ้นให้นำหลักวิธีการที่ได้เรียนรู้นำไปใช้ประโยชน์ในอนาคต อีกทั้ง ยังช่วยเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ ประสพการณ์ สร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงาน เสริมสร้างทัศนคติที่ดี มีแนวคิดการทำงานแบบมืออาชีพ ช่วยผลักดันงานให้ออกมามีคุณภาพ เพราะทัศนคติที่ดีจะช่วยให้มองภาพต่างๆ ชัดเจน มองเห็นปัญหาและการแก้ไขได้อย่างเฉียบขาด



4.5 การสร้างความผูกพันภายในองค์กร

อิชิตัน ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กรอย่างยิ่งवाद เพราะเชื่อว่า “พนักงาน” คือบุคลากรคนสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้องค์กรสามารถสร้างสรรค์โอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ได้เป็นอย่างดี ด้วยรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นในปัจจุบันส่งผลให้พนักงานสามารถแสดงศักยภาพทางความคิดได้อย่างหลากหลาย การมีส่วนร่วมของพนักงานจึงเปรียบเสมือนการระดมความคิด ช่วยพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมถึงช่วยสานความสัมพันธ์อันดีให้ทุกคนในองค์กรเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันจนนำไปสู่ความผูกพันภายในองค์กร

อย่างไรก็ดี การสร้างความผูกพันให้กับพนักงานในองค์กร ถือเป็นหัวใจสำคัญของอิชิตันที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นการดูแลใส่ใจและรักษาไว้ซึ่งพนักงานขององค์กร จึงส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมสร้างความผูกพันขึ้นในองค์กรเป็นประจำทุกเดือน เพื่อส่งมอบความรักความอบอุ่นให้กับพนักงานทุกระดับในองค์กร

กิจกรรมสร้างความผูกพันในองค์กร

1. ICHITAN Songkran Festival

เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมสันถนาการ สนับสนุนให้พนักงานได้มีโอกาสรดน้ำดำหัวแสดงความเคารพต่อผู้ใหญ่
ตลอดจนรับประทานอาหารร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างพนักงาน และผู้บริหาร
ทุกระดับในองค์กร

2. Happy Chinese New Year

3. ICHITAN Christmas Party

กิจกรรมสันถวนการ ให้พนักงานแลกเปลี่ยนงานวิจัยหลากหลายซึ่งกันและกัน ภายใต้บรรยากาศที่เป็นกันเองและสนุกสนาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในองค์กร

4. กิจกรรมต้อนรับใหม่ Welcome Happy Factory



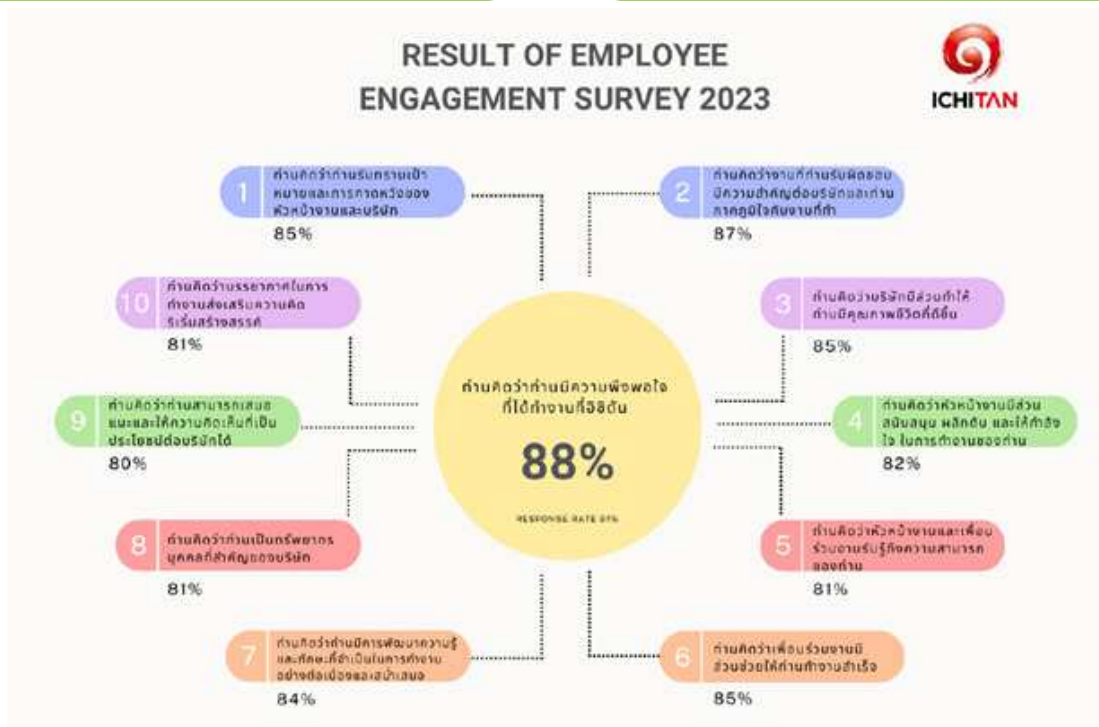
ทั้งนี้ ในปี 2566 อิชิตัน ได้ดำเนินการสำรวจความผูกพันของพนักงานทุกระดับในองค์กร (Engagement Survey) เพื่อหาโอกาสสำหรับปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร โดยจากผลสำรวจพบว่าพนักงานโดยรวมมีความพึงพอใจในการทำงานกับองค์กรในระดับสูงถึงร้อยละ 88 อย่างไรก็ดี สำหรับหัวข้อที่มีคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด เป็นด้านบรรยากาศในการทำงานส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และด้านการเสนอแนะข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้มีการจัดทำโครงการเพื่อสร้างบรรยากาศในการทำงาน ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์ คือ พนักงานมีความพึงพอใจด้านบรรยากาศในการทำงานส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สูงขึ้นถึงร้อยละ 81 ด้วยเหตุนี้พนักงานจึงมีความรู้สึกเป็นคนสำคัญและภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ทั้งนี้ ผลการประเมินความพึงพอใจดังกล่าว ยังได้มีการสื่อสารผ่านทางอีเมลให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับได้รับทราบอย่างทั่วถึง



เป้าหมายความพึงพอใจ
ของพนักงาน ปี 2566
ร้อยละ **80**



ในปี 2566 ผลประเมิน
ความพึงพอใจของพนักงาน
ร้อยละ **88**



โครงการส่งเสริมบรรยากาศในการทำงาน

- กิจกรรมศึกษาดูงาน

- บริษัท เติตตรา แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566
- บริษัท โซลเวย์ เพอร์ออกซิไทย จำกัด เมื่อวันที่ 08 มิถุนายน 2566



- กิจกรรมอบรมนอกสถานที่



5. การส่งเสริมอาชีวอนามัย และความปลอดภัยของพนักงาน

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานถือเป็นปัจจัยอันดับต้นๆ ที่ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อความเป็นอยู่ที่ดี ความสัมพันธ์ในที่ทำงาน การทำงานร่วมกันของพนักงานในองค์กร รวมไปถึงประสิทธิภาพของผลงาน สุขภาพทางกายและภาวะทางจิตของพนักงาน อันจะก่อให้เกิดปัญหาความเครียดและความกดดันในที่ทำงานอีกด้วย จึงไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่าการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี ให้ความเหมาะสม ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้พนักงานสามารถสร้างสรรค์ผลงานออกมาได้ดี มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้องค์กรก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพนักงานจะสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร เกิดวัฒนธรรมองค์กร เกิดขวัญและกำลังใจ รวมทั้งเกิดผลดีในทางจิตวิทยา

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

1. การส่งเสริม (Promotion) และธำรงรักษาสุขภาพ ทั้งร่างกายและจิตใจของพนักงานให้แข็งแรงสมบูรณ์ ความเป็นอยู่ที่ดีอยู่ร่วมกันในสังคมของผู้ประกอบอาชีพตามสถานที่พึงมีได้
2. การป้องกัน (Prevention) ไม่ให้พนักงาน หรือ แรงงานมีสุขภาพอนามัยเสื่อมโทรม หรือเกิดความผิดปกติเนื่องจากสภาพหรือสภาวะแวดล้อมการทำงานที่ไม่ถูกต้อง ไม่เหมาะสม
3. การปกป้องคุ้มครอง (Protection) พนักงานหรือแรงงานในสถานประกอบการ ไม่ให้มีการกระทำที่เสี่ยงต่ออันตรายหรือการเกิดโรคภัยไข้เจ็บ
4. การจัดการทำงาน (Placing) โดยจัดการเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของการทำงานให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพความต้องการของร่างกายและจิตใจของพนักงานหรือแรงงานเท่าที่จะทำได้
5. การปรับพนักงานให้มีความเหมาะสมกับงาน (Adaptation) โดยพิจารณาอบหมายความรับผิดชอบที่เหมาะสมให้แก่ความสามารถรวมถึงความชอบของพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การคำนึงสภาพทางสรีรวิทยาและพื้นฐานความแตกต่างทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจอย่างเหมาะสม

นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีความห่วงใยต่อชีวิตและสุขภาพของพนักงานทุกคน รวมถึงชุมชนรอบข้างทางบริษัทฯ จึงมีความมุ่งมั่น ที่จะบรรลุการดำเนินงาน เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริหารและการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยที่สุด โดยมุ่งเน้นให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วม และปฏิบัติงานด้วยความปลอดภัย เพื่อไม่เป็นอันตรายต่อตนเอง เพื่อนร่วมงานและชุมชนใกล้เคียง ดังนั้นเราจึงตั้งเป้าหมายไว้ว่า “อุบัติเหตุต้องเป็นศูนย์”

บริษัทฯ จึงได้เปลี่ยนแปลงนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ดังต่อไปนี้



1. บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นอันดับแรก ในทุกๆ สถานการณ์ พนักงานทุกคนต้องถือเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบเป็นอันดับแรก
2. บริษัทฯ มีความมุ่งมั่น ป้องกัน อุบัติการณ์ อุบัติเหตุ การเจ็บป่วยจากการทำงานทั้งในและนอกงาน
3. ทุกคนในองค์กรมีหน้าที่รับผิดชอบต่ออุบัติเหตุที่เกิดขึ้น โดยมีหน้าที่รายงานความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในสถานที่ทำงานและต้องช่วยหาแนวทางการป้องกันที่เหมาะสม เพื่อคงสถานที่ทำงานที่ปลอดภัย และถูกสุขอนามัยแก่พนักงานทุกคน
4. บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่า เราจะปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด
5. บริษัทฯ ให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ ทั้งในเรื่องบุคลากร เวลา งบประมาณ และการฝึกอบรม รวมถึงการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่กำหนดไว้
6. บริษัทฯ ดำเนินการและพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้เกิดการปรับปรุง และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

1. สถิติการเกิดอุบัติเหตุ อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน

ผลการดำเนินงาน (ตัวชี้วัด)	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
อัตราการเสียชีวิต (Fatality Rate)	0 ราย	0 ราย	0 ราย
การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานหรือส่งต่อโรงพยาบาล (Total Loss time Accident)	2 ราย	2 ราย	2 ราย
จำนวนชั่วโมง			
การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานหรือส่งต่อโรงพยาบาล (Total Loss time Accident)	2 ราย ต่อ 4,320 ชม. การทำงาน/ปี	2 ราย ต่อ 4,320 ชม. การทำงาน/ปี	2 ราย ต่อ 4,320 ชม. การทำงาน/ปี

2. สถิติการเกิดอุบัติเหตุ อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของผู้รับเหมา/คู่ค้า (Supplier/Vender) ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่

ผลการดำเนินงาน (ตัวชี้วัด)	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
อัตราการเสียชีวิต (Fatality Rate)	0 ราย	0 ราย	0 ราย
การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานหรือส่งต่อโรงพยาบาล (Total Loss time Accident)	0 ราย	0 ราย	0 ราย
จำนวนชั่วโมง			
การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานหรือส่งต่อโรงพยาบาล (Total Loss time Accident)	0 ราย ต่อ 4,320 ชม. การทำงาน/ปี	0 ราย ต่อ 4,320 ชม. การทำงาน/ปี	0 ราย ต่อ 4,320 ชม. การทำงาน/ปี

โครงการ / กิจกรรม เพื่อส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

1. ประชุมคณะกรรมการความปลอดภัยประจำเดือน

บริษัทฯ กำกับให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย เพื่อสรุปผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยประจำเดือนอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง และเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

2. กิจกรรมตรวจความปลอดภัยประจำเดือน

คณะกรรมการความปลอดภัย ดำเนินการเดินตรวจสภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นประจำทุกสัปดาห์ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อตรวจประเมินความผิดปกติที่อาจเกิดอุบัติเหตุระหว่างการปฏิบัติงาน พร้อมหาแนวทางการป้องกัน ตลอดจนมีการวิเคราะห์หรือคาดการณ์ถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน เพื่อเตรียมความพร้อมในการหยั่งรู้อันตรายด้วยระบบ KYT



3. กิจกรรมการประเมินความเสี่ยง รวมถึงการวิเคราะห์และชี้บ่งอันตราย ในขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงาน และผู้รับเหมา โดยบริษัทได้กำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงในขั้นตอนการปฏิบัติงานของผู้รับเหมา ซึ่งทางผู้รับเหมาจะร่วมกับ จป.วิชาชีพของบริษัทฯ ประเมินในแต่ละขั้นตอนการทำงานก่อนการปฏิบัติงานในแต่ละวัน



4. โครงการตรวจสอบและประเมินสภาพแวดล้อมทางการทำงาน โดยแพทย์อาชีวเวชศาสตร์

บริษัทฯ จัดให้มีแพทย์อาชีวเวชศาสตร์เพื่อคอยตรวจสอบและประเมินสภาพแวดล้อมทางการทำงานให้กับโรงงาน ตรวจหาความผิดปกติที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานของพนักงาน ทั้งโอกาสเกิดโรคและภัยอันตรายจากการดำเนินงานต่างๆ รวมถึงตรวจประเมินความพร้อมในการทำงาน (fitness for work) เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้คนทำงานมีสุขภาพดีและเกิดความปลอดภัยในการทำงาน



5. โครงการอบรมด้านความปลอดภัย

บริษัทฯ จัดให้มีหลักสูตรอบรมด้านความปลอดภัยสำหรับพนักงานใหม่ เป็นไปตามมาตรา 16 ของพระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2554 รวมถึงจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานและผู้รับเหมาด้านอื่นๆ



5.1 การอบรมการทำงานของผู้รับเหมา

เป็นการชี้แจงรายละเอียดการทำงาน พร้อมข้อควรระวังให้กับผู้รับเหมาได้รับทราบ และยึดต่อนำไปปฏิบัติ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานภายในพื้นที่โรงงานขององค์กรและยังมีการประเมินความเสี่ยงก่อนเริ่มงาน ซึ่งทางผู้รับเหมาเป็นผู้ประเมินในแต่ละงาน และมีการตรวจสอบร่วมกับ จป.ภายในบริษัท



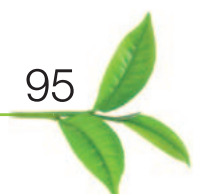
5.2 การอบรมดับเพลิงขั้นต้น ประจำปี 2566

จัดให้มีการฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานได้รับความรู้และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง หากมีเหตุฉุกเฉินเกิดขึ้น



5.3 การซ้อมอพยพหนีไฟ ประจำปี 2566

เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2566 บริษัทฯ จัดให้มีการซ้อมอพยพหนีไฟประจำปี ให้กับพนักงานกะกลางวันและกะกลางคืน เพื่อเตรียมความพร้อมหากมีเหตุการณ์ฉุกเฉินในลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้น และเป็นการส่งเสริมให้พนักงานเกิดความรู้สึกในเรื่องความปลอดภัย





5.4 การอบรม จป.ระดับบริหาร

เมื่อเดือน ธันวาคม 2566 บริษัทฯ จัดให้มีการอบรมความปลอดภัยความปลอดภัยในการทำงานระดับบริหารและระดับหัวหน้างาน เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริหารเกิดความตระหนักในเรื่องความปลอดภัย และผลักดันงานด้านความปลอดภัยภายในบริษัท



มาตรการป้องกัน และรับมือกับ Covid-19

หลังจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 เริ่มคลี่คลาย ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีแนวทางการดำเนินงานและองค์ความรู้ที่สามารถใช้เป็นฐานข้อมูลในการรับมือการระบาดของโรคอุบัติใหม่ รวมถึงสามารถเข้าถึงการรักษาโรค การจัดหาอุปกรณ์ป้องกัน และเครื่องมือในตรวจสอบที่มืออย่างครบครัน ทางบริษัทฯ จึงได้ขอความร่วมมือให้พนักงาน พนักงานรับเหมาแรงงาน นักศึกษาฝึกงาน ผู้รับเหมา และผู้ปฏิบัติงานภายในโรงงาน อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้ารับการฉีดวัคซีนเข็มกระตุ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีสวัสดิการแจกชุดตรวจ ATK ให้กับพนักงานทุกสัปดาห์แบบ 100% เพื่อสร้างความมั่นใจว่าพนักงานมีความปลอดภัยต่อกระบวนการผลิต และลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในสถานประกอบการ ตลอดจนส่งต่อความห่วงใยไปถึงชุมชนและสังคมใกล้เคียง โดยความร่วมมือบริจาคเครื่องมือและอุปกรณ์สนับสนุนบุคลากรทางการแพทย์มอบแก่โรงพยาบาลอู่ทอง อ.อู่ทอง จ.พระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นสถานพยาบาลในพื้นที่ใกล้เคียง ได้ใช้ประโยชน์และส่งต่อความห่วงใยสู่ชุมชนต่อไป

6. ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

โอกาสและความท้าทาย

ในปัจจุบันการพึ่งพาข้อมูลเทคโนโลยีหรือการเข้าถึงช่องทางเทคโนโลยีใหม่ๆ อาจมีช่องโหว่ให้โจมตีมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือขององค์กรในกรณีที่บริษัทฯ มีระบบการบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ นอกจากนี้ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาการโจมตีทางไซเบอร์มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การโจรกรรมข้อมูลทางการค้าและข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า บริษัทฯ ตระหนักดีว่าเทคโนโลยีมีวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและรุนแรง อีกทั้ง เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม บริษัทฯ ได้เพิ่มช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคแบบออนไลน์มากขึ้น และวางแผนกลยุทธ์การลงทุนในบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้าน Data Tech เข้ามาใช้ในการวางรากฐานกำหนดเป้าหมายพัฒนาการดำเนินธุรกิจ โดยใช้ข้อมูลตรงจากลูกค้าและผู้บริโภคมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการใหม่ๆ ได้ดียิ่งขึ้น ออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่ตอบสนองผู้บริโภคได้แม่นยำขึ้น รวมถึงการบริหารงบการตลาดและโฆษณาได้ตรงจุดมีประสิทธิภาพมากขึ้น อาจจะส่งผลดีต่อการดำเนินงานและเพิ่มศักยภาพความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทฯ

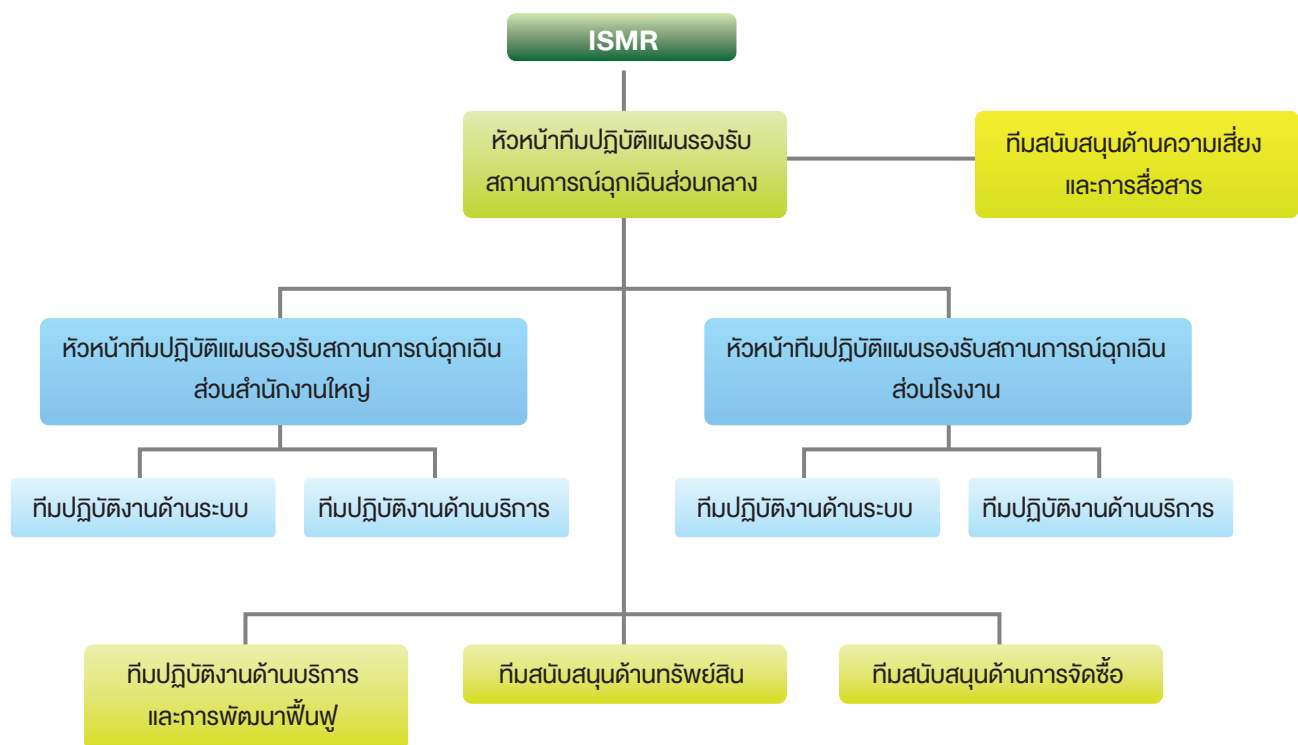
เป้าหมายการดำเนินงาน	
ตัวชี้วัด (KPI)	ในปี 2566
ร้อยละของจำนวนพนักงานได้รับการฝึกอบรม หรือสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์	ร้อยละ 100
จำนวนกรณีการเกิดภัยคุกคามทางไซเบอร์จนเกิดความเสียหาย	0 กรณี
จำนวนกรณีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการรั่วไหลของข้อมูลของบริษัท	0 กรณี

แนวทางการจัดการ

อีซีเอ็นให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เริ่มต้นจากการกำหนดให้มีโครงสร้างของหน่วยงานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ การประเมินความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเตรียมแผนงานและมาตรการรับมือต่อภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่มีหลากหลายรูปแบบ รวมถึงการกำหนดและประกาศใช้นโยบาย IT Security ของบริษัทฯ ให้กับพนักงานทุกระดับได้รับทราบและยึดถือนำไปปฏิบัติ เพื่อสร้างความตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยีและข้อมูลสารสนเทศต่างๆ



โครงสร้างหน่วยงานดูแลด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์



การประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

ในปัจจุบันภัยคุกคามทางไซเบอร์มีหลากหลายประเภท ซับซ้อน และมีความถี่ของการโจมตีสูงขึ้นเรื่อยๆ บริษัทฯ จึงต้องทำการประเมินความเสี่ยงดังกล่าวอย่างเข้มข้นและสม่ำเสมอ โดยแบ่งประเภทของความเสี่ยงออกเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย 1) ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 2) ความเสี่ยงด้านหน่วยงานและบุคลากร ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการซ้อมแผนรองรับความเสี่ยงและทดสอบระบบ เพื่อป้องกันการหยุดชะงักของระบบและการรั่วไหลของข้อมูลกับหน่วยงานที่มีโอกาสจะได้รับผลกระทบจากการโจมตีทางไซเบอร์ทั้งในส่วนโรงงานและสำนักงานใหญ่ โดยมีขั้นตอนมาตรการ คือ

1. จัดทำแผนการซ้อมปฏิบัติการรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินด้านไอทีโดยการจำลองสถานการณ์จริง
2. จำลองสถานการณ์จริงในระบบ Server ของสำนักงานใหญ่และโรงงาน เพื่อค้นหาช่องโหว่จากการถูกโจมตี
3. ทดสอบสมรรถนะช่องโหว่ในระบบ เช่น ระบบอีเมล ระบบโปรแกรมบัญชี ระบบ Payroll ระบบ Anti-virus และระบบ Workflow เป็นต้น
4. ดำเนินการวิเคราะห์ผลรายงานการสแกนช่องโหว่ ตรวจสอบเช็ค และปิดช่องโหว่ที่อาจเกิดการถูกโจมตีจากทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งทดสอบระบบอีกครั้งเพื่อลดความเสี่ยงและช่องโหว่ของการถูกโจมตี
5. รายงานข้อมูลการดำเนินงานต่อผู้บริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงต่อไป

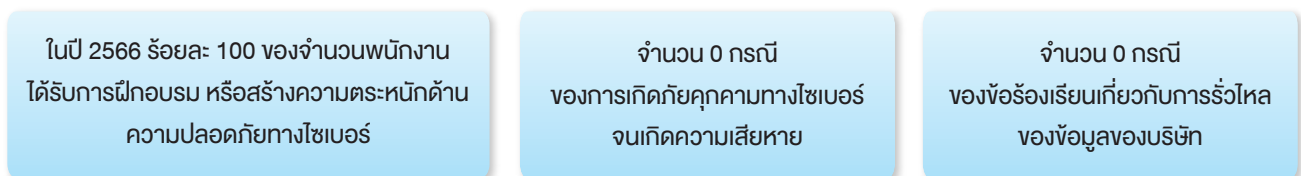
การสร้างวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

บริษัทฯ สร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์กับพนักงานทุกระดับในองค์กร โดยวิธีการสื่อสารด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ผ่านระบบสื่อสารภายในของบริษัท พร้อมประกาศแจ้งเตือนรูปแบบภัยคุกคามทางไซเบอร์แก่พนักงานรับทราบผ่านระบบสื่อสารภายในองค์กร (Intranet) และอีเมล

องค์ประกอบการสร้างเสริมความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

- การอบรมและสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักรู้
สื่อสารให้ข้อมูลด้านนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ผ่านช่องทางอีเมล และการจัดฝึกอบรม
- ระบบการแจ้งเตือนให้เกิดความตระหนักรู้
ส่งข้อความแจ้งเตือนถึงความเสี่ยงด้านความปลอดภัย อาทิเช่น แจ้งเตือนการรั่วไหลของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต อีเมลที่มีความเสี่ยงต่อการโจรกรรมข้อมูล เป็นต้น
- การตรวจสอบความตระหนักรู้
จำลองสถานการณ์การโจรกรรมข้อมูลเสมือนจริงด้วยวิธีฟิชซิง (Phishing Test) เพื่อตรวจสอบความตระหนักรู้ของพนักงาน

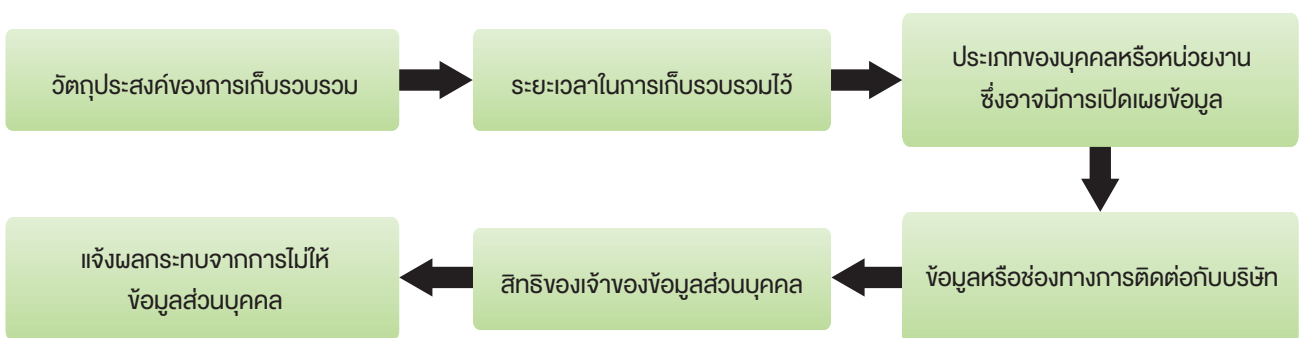
ผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์



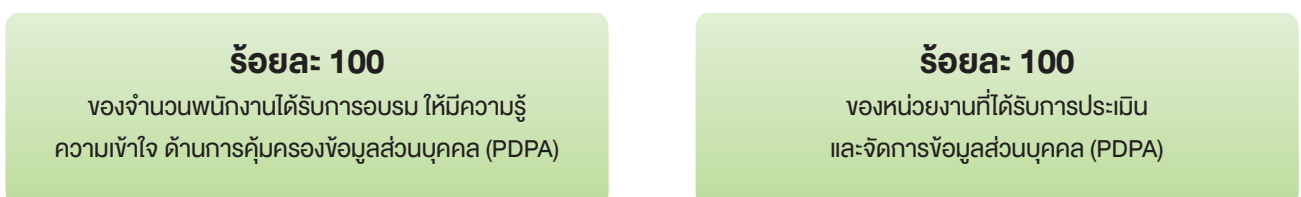
การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ดำเนินการออกนโยบายด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลครอบคลุมทั้งลูกค้า พนักงาน และบุคคลภายนอกอย่างรัดกุม รวมถึงจัดให้มีการประเมินกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนบุคคล ทุกไตรมาส ผ่านการดำเนินงานของคณะทำงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA Working Group) เพื่อวางแผน และการปฏิบัติงาน สร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยทางข้อมูลเป็นไปตามพรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงดำเนินการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบและเข้าใจถึงกฎหมาย PDPA และปฏิบัติงานตามนโยบายที่บริษัทฯ กำหนด นอกจากนี้ คณะกรรมการบริหารได้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO) เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ ให้คำปรึกษา และควบคุมการปฏิบัติงานของคณะทำงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอีกด้วย

ขั้นตอน/กระบวนการดำเนินงาน



ผลการดำเนินงาน



7. การส่งเสริมคุณค่าและประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้สังคม

อิชิตัน ตระหนักดีว่าปัญหาทางสังคมและเศรษฐกิจมีผลกระทบต่อภาคธุรกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัวลง บริษัทฯ จึงมีความมุ่งมั่นในการเป็นแบบอย่างขององค์กรที่ดีที่อยู่เคียงคู่กับสังคมไทยในยามวิกฤติ รวมถึงกำหนดเป้าหมายในการเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาชุมชนและการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม จึงได้สนับสนุนส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับผู้ที่มีความต้องการให้เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ โดยส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ การสนับสนุนในการเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ด้านการเงิน รวมถึงการสร้างโอกาสการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างคุณค่าทางสังคม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยได้มุ่งเน้นไปที่ 3 เสาหลักแห่งความยั่งยืน ได้แก่ Profit-Planet-People ให้ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจให้มั่นคงก้าวหน้าควบคู่ไปกับความมุ่งมั่นที่จะตอบแทนสังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยยึดมั่นต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนตระหนักดีว่าจุดเริ่มต้นของสังคมที่ดีเริ่มจากการ “ให้” และในความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนหรือสังคมซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการช่วยเหลือสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์แก่ชุมชน ตลอดจนการพัฒนาสภาพแวดล้อมของชุมชนและสังคมเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นด้วยการสร้างการจ้างงานและสร้างความหลากหลายในกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจ การทำให้เกิดความเข้มแข็งของหน่วยงานต่างๆ ของชุมชน

การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม

โครงการชุมชนฟูลกู๊ด x อิชิตันแอปปี เป็นโครงการที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ในการเชื่อมความสัมพันธ์กับชุมชนในพื้นที่รอบโรงงานอิชิตัน กรีน แพลคทอรี ต.อุทัย อ.อุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา มุ่งหมายให้ประชาชนในพื้นที่โดยรอบมีความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างความไว้วางใจระหว่างองค์กรและชุมชนผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่มุ่งเน้นการดูแลให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี โอบล้อมไปด้วยสภาพแวดล้อมที่ดี ซึ่งมีโครงการที่สนับสนุนชุมชนและสังคม ดังนี้

1. โครงการส่งเสริมสุขภาพดีด้วยการวิ่ง “โรงพยาบาลอุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา”

บริษัทฯ สนับสนุนการดำเนินงานด้านสุขภาพและสนับสนุนการออกกำลังกายให้คนในชุมชน กว่า 2,000 คน ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผ่านกิจกรรม “โรงพยาบาลอุทัย มิมีมารารอนครั้งที่ 3 ร่ำลึกหลวงปู่” ซึ่งโรงพยาบาลอุทัยร่วมกับชมรมวิ่งโรงพยาบาลอุทัยธรรมาธิราช จัดขึ้นเพื่อระดมทุนจัดซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์ให้กับโรงพยาบาลอุทัย อำเภอกุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในวันที่ 28 พฤษภาคม 2566 สถานที่จัดงานวัดสะแก



2. โครงการโรงเรียนพี่ลูก รอบโรงงานอิซตัน กรีน แฟคทอรี

บริษัทฯ สนับสนุนโรงเรียนในเขตพื้นที่โรงงานอิซตัน กรีนแฟคทอรี ด้วยการสนับสนุนกิจกรรมภายในโรงเรียนพัฒนาศักยภาพทั้งด้านการเรียนและการใช้ชีวิต เพื่อให้เด็กๆ ได้เรียนรู้อย่างสนุกสนาน ปลอดภัย จินตนาการตามวัย เนื่องในวาระวันเด็กแห่งชาติ ประจำปี 2566 ให้กับโรงเรียนในเขต 3 โรงเรียน ได้แก่ วัดโตนดเตี้ย โรงเรียนวัดโคกช้าง และโรงเรียนวัดบ้านหีบ พร้อมสนับสนุนให้เด็กได้ร่วมกิจกรรมที่จะส่งเสริมให้ตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของตนเองที่มีต่อ สังคม ประเทศชาติ และจะกลายเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อพัฒนาประเทศชาติในอนาคต



3. โครงการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุและผู้พิการในชุมชน

บริษัทฯ จัดกิจกรรมส่งมอบสุขภาพที่ดีด้วยสินค้าอิซตันน้ำค้าง 8.5 และเครื่องดื่มสมุนไพร ให้กับผู้สูงอายุและผู้พิการในชุมชนกว่า 200 คน เพื่อเสริมสร้างสุขภาพถ้วนหน้าให้กับสมาชิกชุมชน

4. โครงการร้านค้าผู้พิการ

บริษัทฯ ได้สนับสนุนผู้พิการให้สามารถมีพื้นที่ขายขนมและอาหารสำเร็จรูป เพื่อส่งเสริมสิทธิและสวัสดิการของผู้พิการ ถือเป็นการสร้างโอกาสและความเสมอภาคแก่ผู้พิการหรือผู้ดูแลคนพิการให้สามารถประกอบอาชีพอิสระ ด้วยการให้สัมปทาน เพื่อสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตต่อไป



การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

1. โครงการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเกษตรกรไร่ชาชาวเชียงราย เดิน-วิ่งมินิมาร์ธพมาราธอน จ.เชียงราย

บริษัทฯ ร่วมสนับสนุนและสานต่อพันธสัญญาครอบครัวเดียวกับเกษตรกรชาวกา โดยร่วมกิจกรรมกับ องค์การบริหารส่วนตำบลเทอดไทย อ.แม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย จัดกิจกรรมส่งเสริมการเดิน-วิ่ง Payaprai Highland Run 2023 ภายใต้โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวและกีฬาันทนาการ ณ โรงเรียนพญาไพรไตรมิตร ตำบลเทอดไทย อ.แม่ฟ้าหลวง จ. เชียงราย เพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนงานวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในตำบลเทอดไทย นับว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของตำบลเทอดไทย โดยจัดกิจกรรมระหว่างวันที่ 4-5 พฤศจิกายน 2566 มีเส้นทางวิ่งทั้งสิ้น 3 ระยะด้วยกัน คือ ระยะ 6 ,20 และ 40 กิโลเมตร ผู้เข้าร่วมประมาณ 1,000 คน



2. โครงการเปลี่ยนขยะเป็นโอกาสใน Circular Economy อิชิตัน กรุ๊ป และ SCGP ร่วมมือกันพัฒนา นวัตกรรมที่ยั่งยืน

อิชิตัน กรุ๊ป และ SCGP พันธมิตรด้านความยั่งยืน มอบชีวิตใหม่ให้กับวัสดุเหลือใช้จาก อิชิตัน กรีน แพลททอรี ด้วยการรีไซเคิลขยะกระดาษกว่า 47 ตันจากการผลิต เปลี่ยนเป็นเฟอร์นิเจอร์สำหรับห้องเรียนที่ทันสมัยและทนทาน มอบให้แก่โรงเรียนวัดโตนดเตี้ย ต.อุทัย อ.อุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา เพื่อจุดประกายจินตนาการของนักเรียนเกี่ยวกับความยั่งยืนและเศรษฐกิจหมุนเวียน เปลี่ยนมุมมองใหม่ว่า ขยะก็สามารถกลายเป็นทรัพย์สินอันมีค่าได้ เมื่อเรานำนวัตกรรมและดีไซน์มาใช้

เนื่องจากการรีไซเคิลลังกระดาษ 1 ตัน สามารถช่วยประหยัดพื้นที่ฝังกลบได้ 9 ลูกบาศก์หลา ช่วยลดการตัดต้นไม้ได้ 17 ตัน และประหยัดพลังงานไฟฟ้า 4,000 กิโลวัตต์ แสดงให้เห็นถึงพลังของการรีไซเคิล ซึ่งเป็นการช่วยโลกที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง ดังนั้นการรีไซเคิลลังกระดาษจำนวน 47 ตัน ในโครงการ “ชุมชนฟูลกู๊ด อิชิตัน แอปป์” จึงสามารถลดพื้นที่ฝังกลบได้ 423 ลูกบาศก์หลา ลดการตัดต้นไม้ได้ 800 ตัน ช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้า 188,000 กิโลวัตต์ และยังสามารถลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 25 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO₂e) นวัตกรรมนี้จะเป็นการจุดประกายไอเดียแห่งความรับผิดชอบต่อโลกอย่างดียิ่งๆ ให้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อโลกของเราด้วยกัน





ICHITAN

SOCIAL IMPACT : ผลกระทบต่อสังคม

เปลี่ยนขยะเป็นโอกาส รีไซเคิลกระดาษ 47 ตัน เป็นชุดเฟอร์นิเจอร์มอบให้โรงเรียนในชุมชน ปี 2566



ลดค่าใช้จ่ายเฟอร์นิเจอร์ให้โรงเรียน
56,200 บาท/ปี



ลดการซื้อเฟอร์นิเจอร์ใหม่ของโรงเรียน
3 ปี



ช่วยให้นักเรียนได้รับโอกาสทางการศึกษา
540 คน



ลดจำนวนขยะกระดาษลัง
47,000 กิโลกรัม



ลดพลังงานไฟฟ้า
188,000 กิโลวัตต์



ลดการตัดต้นไม้
800 ต้น



ลดพื้นที่ฝังกลบ
423 ลูกบาศก์หลา



ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
25 kgCO₂

3. อีซีตัน ร่วมกับ กรุงเทพมหานคร เปลี่ยนพื้นที่รกร้างให้เป็นสวนเพื่อสุขภาพ สวน 15 นาที 50 สวน

อีซีตัน ร่วมกับ สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง การทางพิเศษแห่งประเทศไทย สำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร และสำนักงานเขตคลองเตย ร่วมกันปรับปรุงพื้นที่ในเขตทางพิเศษเฉลิมมหานครบริเวณซอย สุขุมวิท 50 เขตคลองเตย เพื่อปรับให้เป็นพื้นที่สวนสาธารณะสุขุมวิท 50 (สวน 15 นาที) เพื่อให้เป็นพื้นที่สาธารณะประโยชน์ ตามนโยบายของผู้นำราชการ กรุงเทพมหานคร โดยมีกำหนดแล้วเสร็จในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2567 นอกจากนี้ ผู้บริหารและพนักงานอีซีตันยังร่วมปลูกต้นไม้ 10,000 ต้น ร่วมกันตามโครงการปลูกต้นไม้ล้านต้นร่วมกับท่านชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

สวน 50 สวน ด้วยแนวคิด 3+2x10 พื้นที่ ได้รับการออกแบบเพื่อกระตุ้นให้เกิด 3 ออร์โมนแห่งกำเนิดความสุข เซโรโทนิน โดปามีน และออกซิโตซิน เพื่อให้คนต่างวัย ต่างความชอบได้ใช้งานท่ามกลางความร่มรื่นของต้นไม้ เพื่อเพิ่มออร์โมนความสุขตามธรรมชาติ เสริมสร้างอารมณ์และความเป็นอยู่ที่ดี ตั้งแต่เส้นทางเดินอันเงียบสงบไปจนถึงลานกีฬาที่จะทำให้หัวใจเต้นแรง ยังมีสวนสำหรับสัตว์เล็กเพื่อร่วมแบ่งปันความสุขกับสัตว์เลี้ยงของชุมชน รวมกับ 2 องค์ประกอบด้านจิตใจ Art & Earth เดินชมงานศิลปะกลางแจ้ง จุดประกายจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ กลาง



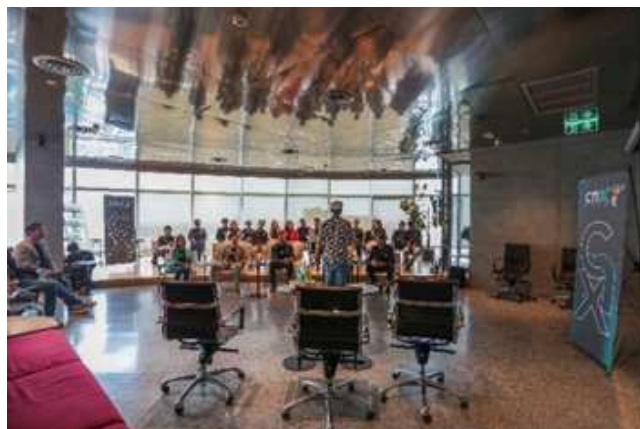
ต้นไม้เขียว สวนชุมชน และภูมิทัศน์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เชื่อมคนเข้ากับโลก แล้วขยายความสูง x10 เพิ่มความสูงได้เป็นสิบเท่า ทุกกิจกรรม ทุกลานกีฬา ทุกเส้นทาง และทุกงานศิลปะ คือโอกาสให้คนในชุมชนได้ชวนเพื่อน ครอบครัว หรือแม้กระทั่งสัตว์เลี้ยง เพื่อแบ่งปันความสุข สุขภาพดี แล้วส่งต่อมันออกไปแบบไม่รู้จบ



4. โครงการเปิดสำนักงานต้อนรับนักศึกษาหลักสูตร Creativity New Exponential และบรรยายโดย CEO ของบริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

หลักสูตรพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เชิงประสบการณ์ใหม่เพื่อต่อยอดธุรกิจให้ยั่งยืน จุดนัดพบเพื่อนทางความคิดสร้างสรรค์กับเศรษฐศาสตร์ ที่มีบทบาทสำคัญในการวางกลยุทธ์ของหลายๆ องค์กร โดยเฉพาะกับธุรกิจที่มีโจทย์ซับซ้อนหรือธุรกิจใหม่ที่ใช้แผนกลยุทธ์แบบเดิมๆ ใช้ตรรกะความคิดมหาศาล แต่ขาดความเข้าใจผู้บริโภค ทำให้องค์กรเริ่มขาดประสิทธิภาพในการแข่งขัน โดยจะเน้นการเรียนรู้จากกรณีศึกษา (Case Study) อย่างสร้างสรรค์จากประสบการณ์ตรงของนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารงานกลยุทธ์องค์กร การตลาด นวัตกรรม การสร้างสรรค์ กีฬา และการศึกษา เพื่อนำมาพัฒนา/สร้างชุมชนนักบริหาร นักธุรกิจ นักการตลาดรุ่นใหม่ ที่พร้อมขับเคลื่อนองค์กรของตัวเองด้วยพลังความคิดสร้างสรรค์ เปิดประสบการณ์ใหม่ๆ แลกเปลี่ยนความคิดซึ่งกันและกันเพื่อต่อยอดความคิดอย่างต่อเนื่องให้ธุรกิจเดินหน้าสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่แนวคิดการบริหารจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืนแบบอิชิตัน เสริมสร้างความรู้ ประสบการณ์ ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ โดยมีนายต้น ภาสกรนที กรรมการผู้อำนวยการ (CEO) ของบริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นวิทยากรกล่าวต้อนรับคณะผู้เยี่ยมชมและให้ความรู้เบื้องต้นแก่นักศึกษา ภายใต้วิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มคุณภาพและนวัตกรรม ที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมที่ดี” พร้อมทั้งได้บรรยายในหัวข้อ การบริหารธุรกิจและหลักคิดพิชิตความสำเร็จในแบบคุณต้น อิชิตัน พร้อมทั้งเรียนเชิญคณะเยี่ยมชมสำนักงานของบริษัทฯ เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร



5. โครงการการสื่อสารการบริหารธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยนายต้น ภาสกรนที กรรมการผู้อำนวยการ บริษัทฯ

5.1 งานสัมมนา “Battle Strategy แผนฝ่าวิกฤติ พิชิตสงคราม EPISODE V: วิกฤติมาทุกทิศ โอกาสมีทุกทาง”

หนังสือพิมพ์ข่าวหุ้นธุรกิจ ร่วมกับ บริษัท เอสซีบี เอกซ์ จำกัด (มหาชน) และพันธมิตร จัดงานสัมมนา “Battle Strategy แผนฝ่าวิกฤติ พิชิตสงคราม EPISODE V: วิกฤติมาทุกทิศ โอกาสมีทุกทาง” ซึ่งจัดขึ้นในวันศุกร์ที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2566 โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลและความรู้แก่นักลงทุน ผู้ประกอบการ ตลอดจนบุคคลทั่วไป เพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวให้เข้ากับวิกฤติที่กำลังเกิดขึ้นทั่วโลกในเวลานี้ และมาร่วมหาโอกาสทางรอดไปพร้อมกันกับสุดยอดขุนพลทางธุรกิจแถวหน้าของเมืองไทย

นายต้น ภาสกรนที ประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้อำนวยการ (CEO) บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นวิทยากรพิเศษงานสัมมนาดังกล่าว ในหัวข้อ “The Tales of Great Investing Warriors...สตอรี่ยอด “นักสู้” ยุทธจักรธุรกิจและตลาดหุ้น” ร่วมกับวิทยากรอีก 3 ท่าน



5.2 งานบรรยายในหัวข้อ “การบริหารธุรกิจอย่างยั่งยืน หลังสถานการณ์โควิด” ร่วมกับบริษัท เนสท์เล่ฯ

ตามที่บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับบริษัท เนสท์เล่ โอสถกริม ซึ่งนำผลิตภัณฑ์อิชิตัน กรีนที มาพัฒนาเป็น “โอสถกริม ชาเขียว รสน้ำผึ้งผสมมะนาว เฉากะตลาดวัยรุ่นในตลาดโอสถกริมเพิ่มขึ้น ทำให้ได้รับการตอบรับอย่างน่าประทับใจ จนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ลำดับถัดไป คือ “โอสถกริมโมจิ รสชาเขียวมะนาว ซึซึโอกะ” ต่อมาได้พัฒนา “อิชิตัน พลัสคาเทชิน” ชาพร้อมดื่มในรูปแบบ 0% น้ำตาล 0% แคลอรี ผสมคาเทชิน เฉากะกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ ด้วยจุดเด่นผสมคาเทชิน สารโพลีฟีนอลช่วยต้านอนุมูลอิสระและลดความเสี่ยงของเซลล์ในร่างกาย นำเสนอในราคาเพียง 20 บาท เข้าถึงง่ายกว่าเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มสุขภาพที่มีราคาในระดับพรีเมียม



โดยบริษัท เนสต์เล่ฯ ได้เรียนเชิญ นายตัน ภาสกรนที ประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้ว่าการ บริษัทฯ เป็นวิทยากรในการบรรยายในหัวข้อ “การบริหารธุรกิจอย่างยั่งยืน หลังสถานการณ์โควิด” โดยกลุ่มผู้ฟังเป็นตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่และกลาง ของ บริษัท เนสต์เล่ โอสถกริมฯ จัดขึ้นในวันพฤหัสบดีที่ 9 มีนาคม 2566 ทั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนให้กับทุกฝ่าย โดยมีการบริหารจัดการที่ดี มีธรรมาภิบาล มีความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงนำเสนอแนวทางและแผนการดำเนินการกลยุทธ์ธุรกิจที่ยั่งยืน อีกทั้ง ยังช่วยให้ตัวแทนจำหน่ายเข้าใจถึงวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัทฯ ซึ่งจะช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกิจร่วมกันในทิศทางเดียวกัน



การดำเนินงาน

ด้านความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี

อีซีทีเอ็น มุ่งเน้นให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใส ถูกต้อง และ เป็นธรรม ตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองต่อรับกในการดำเนินธุรกิจ และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ระบบการตรวจสอบและควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส อันจะส่งผลให้ธุรกิจมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน เป็นต้นแบบของการดำเนินธุรกิจที่ซื่อสัตย์ สุจริต และต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ อีกทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

บริษัทฯ ได้มีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการในองค์กรตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2560 (CG Code 2017) เพื่อให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และสถานการณ์ปัจจุบันตามแนวทางของสำนักงานก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งหน่วยงานการกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนได้สรุปนโยบายที่บริษัทฯ ยังไม่ได้ปฏิบัติตามอันเนื่องมาจากความไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ของ บริษัทฯ พร้อมทั้งชี้แจงเหตุผลและมาตรการทดแทน โดยได้จัดทำรายงานและบันทึกไว้เป็นมติของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัททุกครั้ง เพื่อพิจารณาหาทางออกที่เหมาะสมต่อไป

ทั้งนี้ กระบวนการทบทวนและปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการดำเนินการโดยคณะกรรมการธรรมาภิบาล และความยั่งยืน และพิจารณารับรองโดยคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี

เป้าหมายการดำเนินงาน	
ตัวชี้วัด (KPI)	ในปี 2566
ได้รับการประเมินจากการเปิดเผยรายงานการกำกับดูแลกิจการ บริษัทจดทะเบียนโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	ระดับ "ดีเลิศ"
พนักงานลงนามรับทราบคู่มือหลักกำกับดูแลกิจการ จริยธรรม จรรยาบรรณทางธุรกิจ	ร้อยละ 100
จำนวนการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการของบริษัท	0 กรณี

นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัทของ บริษัท อีซีทีเอ็น กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย (บริษัทฯ) ได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมุ่งมั่นอย่างยิ่งที่จะพัฒนาการกำกับดูแลกิจการอย่างต่อเนื่องให้เป็นองค์กรมีประสิทธิภาพ เกิดการพัฒนาบริหารจัดการทางธุรกิจที่ดี โดยมุ่งเน้นการสร้างประโยชน์สูงสุดแก่ ผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสีย และสังคม ตลอดจนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งยึดมั่นคุณธรรม จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจที่มีการเปิดเผยข้อมูลที่สมบูรณ์ ถูกต้อง โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ จึงได้จัดทำเป็น “นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี” อย่างเป็นทางการลักษณะอักษรตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา ซึ่งผ่านการกลั่นกรองร่วมกันตั้งแต่พนักงานระดับ



ชั้นปฏิบัติการมาจนถึงระดับผู้บริหาร และกรรมการ โดยมีคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน ทำหน้าที่ดูแลกำกับให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามกฎหมายข้อบังคับต่างๆ ของสำนักงาน ก.ล.ต., ข้อบังคับบริษัทฯ, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, พระราชบัญญัติบริษัทมหาชน รวมทั้งกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

ในปี 2566 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มุ่งสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้กับบุคลากรในองค์กรทุกระดับ ผ่านระบบสารสนเทศภายใน (Intranet) และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ ประจำเดือน เพื่อติดตามผลการนำไปปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินงานธุรกิจ นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทได้อนุมัติการทบทวนสาระสำคัญปรับปรุงนโยบาย แนวปฏิบัติ ระบบการกำกับดูแลกิจการ และ “คู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรม และจรรยาบรรณทางธุรกิจ” ดังนี้

- ทบทวนนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมาย แนวปฏิบัติ และมาตรฐานของบริษัทจดทะเบียนไทย รวมถึงการกำหนดให้มีกระบวนการและมาตรการในการจัดการความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชันที่รัดกุม ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทมีความเห็นว่านโยบายฉบับปัจจุบันมีความเหมาะสมกับทิศทางการเติบโตทางธุรกิจและแนวโน้มของบริษัทฯ
- ทบทวนและปรับปรุง “นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน” (ฉบับปรับปรุงปี 2566) รวมทั้ง กำกับให้มีการจัดทำคู่มือกระบวนการตรวจสอบด้าน สิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน โดยการปรับปรุงหลักปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีของคณะกรรมการ ให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.)
- ทบทวนและปรับปรุง “นโยบายและแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน” เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทาง กลยุทธ์ และการดำเนินธุรกิจในระยะยาวร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยให้เป็นไปตามหลักการการพัฒนายั่งยืนที่เสริมสร้างความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า
- ปรับปรุงและจัดทำคู่มือ “จรรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจและแนวปฏิบัติ” (Supplier Code of Conduct) เพื่อให้คู่ค้าลงนามรับทราบแนวทางการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทฯ และยึดนำไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มคู่ค้าทุกระดับตามความเหมาะสม ซึ่งในปี 2566 นโยบายดังกล่าวอยู่ระหว่างรอการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท

ทั้งนี้ ในปี 2566 บริษัทฯ ได้ติดตามให้มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจอย่างเคร่งครัด โดยกำกับให้มีการรายงานเรื่องการฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืนประจำปี อย่างไรก็ตาม ไม่พบรายงานการฝ่าฝืน หรือการกระทำผิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจดังกล่าว

การใช้ข้อมูลภายใน และการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

การใช้ข้อมูลภายใน

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ) มีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาและอนุมัติการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ เพื่อป้องกันการนำข้อมูลภายในของบริษัทฯ ไปใช้ โดยเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องฐานทางการเงินของบริษัทฯ ก่อนที่จะเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยการจำกัดจำนวนบุคคลที่จะทราบข้อมูลใน



วงจำกัด และจัดให้มีการให้ความรู้แก่ผู้บริหารเพื่อรับทราบภาระหน้าที่ ที่ผู้บริหารต้องรายงานการถือหลักทรัพย์ของตน คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะซึ่งถือหลักทรัพย์ของบริษัทฯ รวมทั้งบทกำหนดโทษตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม (“พ.ร.บ.หลักทรัพย์”) และบริษัทฯ ได้กำหนดให้ผู้บริหารรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ต่อคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามมาตรา 59 แห่ง พ.ร.บ.หลักทรัพย์ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดห้ามมิให้ผู้บริหารที่ได้รับทราบข้อมูลภายในกระทำการใดๆ ซึ่งเป็นการขัดต่อมาตรา 241 แห่งพ.ร.บ. หลักทรัพย์

การใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องมีการจัดการอย่างเหมาะสมเพื่อไม่ให้ข้อมูลรั่วไหลหรือ อาจถูกนำไปใช้ประโยชน์ในทางที่ไม่ถูกต้อง และเป็นการเอาเปรียบบุคคลอื่นซึ่งนอกจากจะเป็นการผิดกฎหมายแล้วยังกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัทฯอีกด้วย คณะกรรมการบริษัทจึงเห็นสมควรให้จัดทำนโยบายการจัดการข้อมูลภายใน ที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ฉบับนี้เป็นลายลักษณ์อักษร โดยให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนถือปฏิบัติ และสื่อสารอย่างถูกต้อง โดยรายละเอียดปรากฏใน “คู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรม และจรรยาบรรณทางธุรกิจ” พร้อมเปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายใต้หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการที่ดี”

ทั้งนี้ ในระหว่างปี 2566 กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานได้ปฏิบัติตามนโยบายข้างต้นอย่างเคร่งครัด รวมถึงไม่มีรายงานการกระทำความผิดเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำคลิปวิดีโอสำหรับอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานในองค์กรทุกระดับ และพนักงานเข้าใหม่ ได้รับทราบและนำไปปฏิบัติ ตลอดจนมีการเปิดเผยนโยบายดังกล่าวไว้บนระบบ Intranet ของบริษัทฯ อีกด้วย

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และรายการที่เกี่ยวข้องกัน

คณะกรรมการบริษัท ได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์บนหลักการที่ว่า การตัดสินใจใดในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจจะต้องทำเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯเท่านั้น และควรหลีกเลี่ยงการกระทำที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์โดยกำหนดให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือเกี่ยวข้องกับรายการที่พิจารณาต้องแจ้งให้บริษัททราบถึงความสัมพันธ์หรือการเกี่ยวข้องของตนในรายการดังกล่าว และต้องไม่เข้าร่วมการพิจารณาตัดสินใจ รวมถึงไม่มีอำนาจอนุมัติในธุรกรรมนั้นๆ คณะกรรมการตรวจสอบจะนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวข้องกันและรายการที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ซึ่งได้มีการพิจารณาความเหมาะสมอย่างรอบคอบ และได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์ฯกำหนด

ทั้งนี้ ในระหว่างปี 2566 กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานได้ปฏิบัติตามนโยบายข้างต้นอย่างเคร่งครัด รวมถึงไม่มีรายงานการกระทำความผิดเกี่ยวกับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และรายการที่เกี่ยวข้องกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำคลิปวิดีโอสำหรับอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และรายการที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานในองค์กรทุกระดับ และพนักงานเข้าใหม่ ได้รับทราบและนำไปปฏิบัติ ตลอดจนมีการเปิดเผยนโยบายดังกล่าวไว้บนระบบ Intranet ของบริษัทฯ อีกด้วย





นโยบายและการดำเนินการด้านภาษี

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้และมีหลักการบริหารจัดการด้านภาษีอากรตามหน้าที่พลเมืองที่ดี บริษัทฯ จึงได้กำหนด “นโยบายภาษีอากร” เพื่อการบริหารจัดการบนหลักการธรรมาภิบาลที่ดีและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ในปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้รวม 8,085.04 ล้านบาท และได้จ่ายภาษีเงินได้เป็นจำนวนเงินทั้งหมด 263.44 ล้านบาท

ตารางแสดงภาษีเงินได้และกำไรที่ได้รับการยกเว้นภาษีจากการส่งเสริมการลงทุน

รายการ	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้จากงบการเงินเฉพาะกิจการ	94.06 ล้านบาท	179.49 ล้านบาท	263.44 ล้านบาท
กำไรที่ได้รับการยกเว้นภาษีจากการส่งเสริมการลงทุน	0 บาท	0 บาท	0 บาท

ผลการดำเนินงาน ปี 2566

ร้อยละ 100

ของกรรมการและพนักงานทุกระดับได้รับการอบรมเรื่อง การใช้ข้อมูลภายใน และการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยมีการเปิดเผยนโยบายดังกล่าวไว้บนระบบ Intranet ของบริษัทฯ

จำนวนการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการของบริษัท

0 กรณี

2. จริยธรรมและจรรยาบรรณธุรกิจ

คณะกรรมการบริษัท ได้กำหนดหลักปฏิบัติเกี่ยวกับจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ตามวิสัยทัศน์ของบริษัทที่จะเติบโตไปพร้อมสังคมที่ดี โดยคณะกรรมการ ฝ่ายบริหาร พนักงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจ และการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และเที่ยงธรรม ทั้งการปฏิบัติต่อบริษัทฯ ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สาธารณชนและสังคม รวมทั้งการกำหนดระบบติดตามการปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าวเป็นประจำ รวมถึงมีการเปิดเผยการปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าว โดยเปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายใต้หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการที่ดี”

ในปี 2566 บริษัทฯ จัดให้มีการอบรมสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับในองค์กร และพนักงานใหม่ โดยการจัดกิจกรรม Happy Monday เป็นประจำทุกเดือน ในการสื่อสารหลักการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรม จรรยาบรรณ และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้ตระหนักถึงแนวทางการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีจริยธรรมสุจริต และโปร่งใส ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมา คณะกรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืนได้รับมอบหมายให้มีการรายงานผลการติดตามการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยพบว่าบริษัทฯ ไม่มีกรณีการฝ่าฝืน หรือการกระทำผิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณทางธุรกิจดังกล่าว

ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 100

ของกรรมการและพนักงานทุกระดับได้รับการอบรม หลักการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรม จรรยาบรรณ และวัฒนธรรมองค์กร

ในปี 2566 บริษัทฯ ไม่มีรายงานการฝ่าฝืน หรือการกระทำผิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณทางธุรกิจ



3. การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

นโยบายการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) มีอุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมโดยยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี และจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดจนนโยบายและแนวทางปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ โดยได้แสดงเจตนารมณ์ความมุ่งมั่นในการต่อต้านคอร์รัปชันในทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ทั้งการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายในบริษัทฯ และร่วมกับหน่วยงานภายนอก ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2562 บริษัทฯ ได้รับรองการเข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (Thailand’s Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC) โดยมีอายุในรับรอง 3 ปี ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการต่ออายุใบรับรองครั้งที่ 1 เรียบร้อยแล้ว และจะหมดอายุในปี 2568

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ได้ตระหนักเห็นถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใสเป็นธรรม รับผิดชอบต่อและระมัดระวังภายใต้กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง บริษัทฯ จึงมีความมุ่งมั่นในการร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยไม่ยินยอมรับการทุจริตคอร์รัปชันใดๆ ทั้งสิ้น และกำหนดให้บริษัทฯ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งครอบคลุมให้มีการปฏิบัติตามในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินการหรือกระทำการใดๆ โดยให้ความสำคัญกับความโปร่งใส และคำนึงถึงความซื่อสัตย์ในการติดต่อกับธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ หรือหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อหลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจส่งผลกระทบต่อภาระที่ไม่เหมาะสมและขัดแย้งต่อหลักการบริหารจัดการที่ดี รวมทั้งต่อต้านการให้สินบนต่างๆ ต่อเจ้าหน้าที่เพื่ออำนวยความสะดวกหรือผลประโยชน์ทางธุรกิจของบริษัทฯ และได้มีการกำหนดบทลงโทษทางวินัยสูงสุดแก่ผู้ที่กระทำความผิดดังกล่าวและเพื่อความชัดเจนในการดำเนินการในเรื่องที่มีความเสี่ยงสูงกับการเกิดคอร์รัปชัน กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับต้องปฏิบัติตามด้วยความระมัดระวัง โดยรายละเอียดปรากฏใน “นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน” พร้อมเปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายใต้หัวข้อ นักลงทุนสัมพันธ์/ การกำกับดูแลกิจการที่ดี/ นโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

นโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิดหรือจ้องร้องเรียน

บริษัทฯ ได้จัดให้มีนโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิดหรือจ้องร้องเรียนและให้ความคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสหรือจ้องร้องเรียน เพื่อให้มั่นใจว่าผู้บังคับบัญชาและหน่วยงานเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ได้ทำหน้าที่ดูแลและให้คำแนะนำตลอดจนสอดส่องพฤติกรรม ความประพฤติ และการกระทำต่างๆ ของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปโดยถูกต้อง และผู้แจ้งเรื่องดังกล่าวจะได้รับความคุ้มครอง หากเป็นการกระทำด้วยความสุจริตใจ ซึ่งในปี 2566 บริษัทฯ ได้มีช่องทางการแจ้งเบาะแส บนเว็บไซต์บริษัทฯ ภายใต้หัวข้อ การกำกับดูแลกิจการที่ดี/ ช่องทางร้องเรียน

ในปี 2566 บริษัทฯ ไม่พบการรายงาน หรือการกระทำผิดเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายที่จะส่งเสริมให้คู่ค้า ผู้มีส่วนได้เสียเติบโตไปพร้อมกัน จึงมีการกำหนดกลยุทธ์ การเพิ่มคุณค่าทางธุรกิจ โครงการแนวร่วมปฏิบัติ (Collective Action Coalition) ในการต่อต้านการทุจริตของกลุ่ม เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าในทุกกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ นั้น มีความโปร่งใสและได้มีการขยายเจตนารมณ์ไปสู่คู่ค้า (Supplier & Distributor) โดยส่งเสริมความรู้ในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และเปิดโอกาสให้คู่ค้าเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม



- จัดอบรมให้ความรู้ด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ในองค์กร พร้อมลงนาม รับทราบ
- มีการเปิดเผยนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันไว้บนระบบ Intranet ของ บริษัทฯ
- จัดส่งหนังสือเชิญชวนคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจให้เข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายเพื่อแสดงเจตนารมณ์ ในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและการติดสินบน

กระบวนการและมาตรการจัดการความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน

1. บริษัทฯ จัดให้มีการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวกับทุจริตคอร์รัปชันอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ โดยใช้ตารางประเมินความเสี่ยงตามที่ CAC แนะนำ
2. ในการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวกับทุจริตคอร์รัปชัน บริษัทฯ จะต้อง มี ระบบมาตรการควบคุมภายใน ทั้งที่เป็น Operational Control, Environment Control และ Financial Control อย่างครบถ้วน
3. บริษัทฯ มีขั้นตอนการจัดการความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชันอย่างรัดกุม เพื่อให้มั่นใจว่า รายการทางการเงินใดๆได้รับการบันทึกในสมุดบัญชีอย่างครบถ้วน และไม่มีรายการใดที่ไม่ได้รับการบันทึก หรือไม่มีรายการใดที่ไม่สามารถอธิบายได้ หรือเป็นรายการที่เป็นเท็จ โดยมีการใช้แบบฟอร์มรายงานการให้/รับ ของขวัญและของกำนัล และการเลี้ยงรับรอง ต้องผ่านการอนุมัติจากผู้มีอำนาจก่อนการดำเนินการ
4. บริษัทฯ มีขั้นตอนในการเก็บรักษาเอกสารและบันทึกต่างๆ ให้พร้อมต่อการตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้องและเหมาะสมของรายการทางการเงิน
5. ฝ่ายตรวจสอบภายในมีการวางแผนการตรวจสอบตามมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึง การตรวจสอบการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวกับทุจริตคอร์รัปชัน และรายงานผลการตรวจสอบต่อ คณะกรรมการตรวจสอบเพื่อรับทราบ เป็นประจำ ทุกปี



ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 100

ของกรรมการและพนักงานทุกระดับได้รับการอบรม เกี่ยวกับการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน และมีการเปิดเผยนโยบายดังกล่าวไว้บนระบบ Intranet ของบริษัทฯ

ในปี 2566 บริษัทฯ ไม่มีการรายงาน หรือการกระทำผิดเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน

4. การบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจ

นโยบายและแผนบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับของบริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ) ได้ตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ของการนำระบบมาตรฐานการบริหารความเสี่ยงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานบริหารธุรกิจโดยบูรณาการเข้ากับกลยุทธ์และการดำเนินงานในทุกกระบวนการระบบห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ที่อาจจะได้รับผลกระทบจากปัจจัยสภาพแวดล้อม ที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งการปรับตัวรับมือกับสถานการณ์วิกฤติของโลกที่เต็มไปด้วยความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความซับซ้อน (Complexity) และความคลุมเครือ (Ambiguity) ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไม่สามารถคาดเดาผลได้ชัดเจนและยากต่อการตัดสินใจหรือที่เรียกว่า VUCA world*

บริษัทฯ ได้กำหนดกรอบนโยบายการบริหารความเสี่ยงองค์กรขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมความเสี่ยง (Risk Culture) ให้กับพนักงานทุกระดับได้นำไปปฏิบัติและตระหนักถึงจากการบริหารความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ ในการนำพาองค์กรให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล อีกทั้ง เป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ รวมถึงมาตรการป้องกันและลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากปัจจัยความเสี่ยงสำคัญต่างๆ ต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ตามหลักการความเสี่ยงที่บริษัทฯ ยอมรับได้ (Risk Appetite Framework) บนหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance Code) และได้ประยุกต์ใช้ 5 องค์ประกอบ 20 หลักการของกรอบแนวทาง COSO - ERM 2017 : Enterprise Risk Management (Integrating with Strategy and Performance) โดยจัดให้มีโครงสร้างการบริหารความเสี่ยง มี 3 ระดับ ดังนี้

- ระดับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง: มอบหมายโดยคณะกรรมการบริษัท ในการให้ความเห็นชอบนโยบายความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite Statement) กำกับดูแล ติดตาม และปรับปรุงแผนการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงการให้ความเห็นที่สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Top Down)
- ระดับผู้บริหารระดับสูง: พิจารณาและกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ให้สอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนินงานและกำหนดกลยุทธ์ภายใต้กรอบนโยบายความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) กำกับดูแล และติดตาม และทบทวนกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง รายงานเสนอผลต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงรายไตรมาส
- ระดับหน่วยงาน: กำหนดให้มีตัวแทนผู้รับผิดชอบด้านความเสี่ยงในระดับฝ่าย บัณฑิต ประเมิน ทำแผน ดำเนินการ รายงานเสนอผลต่อผู้บริหารระดับสูงเป็นประจำทุกเดือน (Bottom up)

ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่กำกับดูแล และติดตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กร โดยมอบหมายให้ฝ่ายบริหารนำกระบวนการบริหารความเสี่ยงขององค์กรที่ได้รับความเห็นชอบและอนุมัติไปปฏิบัติ เช่น การจัดทำคู่มือการบริหารความเสี่ยง การจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงที่เชื่อมโยงกับกลยุทธ์และเป้าหมาย และการดำเนินการติดตามผลการบริหารความเสี่ยงประจำปี เป็นต้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการปฏิบัติงาน และแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน (Contingency Plan) ที่เหมาะสม เพียงพอ ที่สอดคล้องกับทุกสถานการณ์ โดยปัจจัยความเสี่ยงที่อาจมีผลต่อการบรรลุเป้าหมายธุรกิจแบ่ง

เป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

หมายเหตุ: * “VUCA World” สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และองค์กรธุรกิจต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจ

ประเภท	ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจ	E	S	G
		สิ่งแวดล้อม	สังคม	การกำกับดูแล
ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)	- ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์ - ความเสี่ยงจากการบริหารงานที่พึ่งพาผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ - ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขัน - ความเสี่ยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - ความเสี่ยงการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลักตั้งแต่ร้อยละ 30 ของยอดขายรวม		✓ ✓ ✓	✓ ✓
ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risk)	- ความเสี่ยงทางด้านแรงงานและกระบวนการผลิต - ความเสี่ยงด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยในการบริโภค - ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน	✓ ✓	✓ ✓ ✓	
ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)	- ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน - ความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลัก			✓
ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ (Compliance Risks)	- ความเสี่ยงกรณีมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50 - ความเสี่ยงจากการกระทำผิดต่อพรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)			✓ ✓
ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)	- ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใส่ใจต่อสุขภาพมากขึ้น - ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ - ความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการรั่วไหลของข้อมูล - ความเสี่ยงจากโรคอุบัติใหม่	✓	✓ ✓ ✓	

2.2.1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

1.) ความเสี่ยงต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์จากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอำนาจในการบริหารงาน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 กลุ่มตระกูล ภาสกรนที ถือหุ้นในบริษัทจำนวน 540.86 ล้านหุ้น คิดเป็นร้อยละ 41.6 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท เป็นสัดส่วนที่ทำให้กลุ่มตระกูลภาสกรนที สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือ การขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดต้องให้ได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายย่อยจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้



มาตรการ / แนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ได้จัดโครงสร้างการบริหารจัดการซึ่งประกอบไปด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และได้กำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใส โดยให้มีการท่วงดูผลอำนาจดังกล่าวตามหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดจนมีการแต่งตั้งบุคคลภายนอกที่มีความเป็นอิสระเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งสิ้น 9 ท่านโดยทำหน้าที่ในการตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทฯ ท่วงดูผลอำนาจการตัดสินใจ และพิจารณาอนุมัติรายการสำคัญต่างๆ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น มีการกำกับดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อยอย่างเพียงพอ เหมาะสม

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีหน่วยงานตรวจสอบภายในซึ่งขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อกำกับดูแลระบบควบคุมภายในให้มีความเหมาะสมและเพียงพอ เกิดความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้น

2.) ความเสี่ยงจากการบริหารงานที่พึ่งพาผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่

สินค้าเป็นตัวสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของผู้บริหารคนสำคัญของบริษัทฯ ซึ่งถือหุ้นในบริษัทร้อยละ 27.74 โดยมีนายต้น ภาสกรนที บุคคลสำคัญในการขับเคลื่อนบริษัทฯ จนมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ตลอดจนทำให้บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้รวม 8,097.1 ล้านบาท

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

บริษัทฯ มีการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการให้เกิดการกระจายอำนาจการจัดการ และขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่ผู้บริหารในสายงานต่างๆ ตามความรู้ความสามารถและประสบการณ์ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำแผนการสืบทอดตำแหน่งของกรรมการผู้อำนวยการ (CEO) และผู้บริหารระดับสูงไว้สำหรับรองรับการเติบโตขององค์กรในระยะยาว อีกทั้ง ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารเพื่อให้สามารถบริหารกิจการงานของบริษัทฯ ต่อไปได้อย่างยั่งยืน

3.) ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขัน

ปัจจุบัน ภาวะการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มอยู่ในระดับที่ค่อนข้างรุนแรง ทั้งจำนวนการมีอยู่ของผู้ประกอบการรายเดิม และการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีจำนวนมากราย ซึ่งอาจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี อันอาจก่อให้เกิดการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้และยอดขายของบริษัทฯ นอกจากนี้ ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงยังส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด ทั้งด้านการบริหารงบประมาณทางการตลาด และด้านการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายอย่างเคร่งครัด

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

บริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดราคาที่เหมาะสมและไม่เน้นการขายแบบตัดราคา โดยการสร้างประสบการณ์ร่วมที่ดีกับผู้บริโภคด้วยแคมเปญย่อย ในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มผ่านช่องทางต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงได้ ตลอดจนมีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดรูปแบบใหม่ๆ อย่างบูรณาการทุกช่องทาง มีการสร้างสรรค์โฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เข้มข้นอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การบริหารงบประมาณค่าใช้จ่ายที่จำกัดอย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นการเป็นผู้นำในด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีคุณภาพ สร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านรสชาติและบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญ ตลอดจนมีแผนกลยุทธ์ในการสรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีกระบวนการผลิตที่เป็นระบบปิดทั้งระบบ รวมถึงมีการส่งมอบเครื่องดื่มคุณภาพในราคาที่เหมาะสมต่อผู้บริโภค เพื่อให้สามารถแข่งขันได้



อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการเข้าสู่อุตสาหกรรมการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มจะสามารถทำได้ง่ายในระยะสั้น แต่ผู้ประกอบการรายใหม่ก็ต้องเผชิญกับอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด (barrier to entry) ในระยะยาวเช่นกัน เพราะการลงทุนในระยะเริ่มต้นมีมูลค่าที่ค่อนข้างสูง อาจส่งผลต่อต้นทุนผลิตและการกำหนดราคาสินค้าที่สามารถแข่งขันได้ จึงถือเป็นข้อได้เปรียบสำหรับบริษัทที่มีฐานลูกค้าค่อนข้างใหญ่ ปริมาณการผลิตมีจำนวนมาก จึงทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลง รวมถึงบริษัท ยังมีความพร้อมในการปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

4.) ความเสี่ยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องแข่งขันกับเวลาและการบริหารต้นทุน เพราะในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่แต่ละครั้งต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคและสามารถสร้างยอดขายที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต ซึ่งบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการลงทุนหากผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ได้รับการตอบรับหรือเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการ (Stage Gate) เพื่อกำหนดที่พิจารณาหลักเกณฑ์ความเสี่ยง ทบทวนข้อมูลของผลิตภัณฑ์ใหม่ และให้ข้อเสนอแนะกับทีมงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) เริ่มตั้งแต่กระบวนการนำเสนอแนวคิดผลิตภัณฑ์ การทดสอบพัฒนาตลาด ไปจนถึงการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด รวมทั้งกำหนดเป็นมาตรการปฏิบัติว่าทุกครั้งก่อนการเปิดตัวหรือคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทฯ จะเริ่มต้นด้วยการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค โดยสถาบันวิจัยด้านการตลาดรวมถึงดำเนินการทดสอบคุณภาพ การผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การทดสอบรสชาติ พร้อมวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ในเชิงพาณิชย์ ณ ระดับที่ควบคุมได้

ทั้งนี้ บริษัทฯ จัดตั้งฝ่ายวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าอย่างสม่ำเสมอ ภายใต้การจัดสรรและบริหารงบประมาณที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล เพื่อให้ผู้บริโภค/ลูกค้าทุกกลุ่มมั่นใจได้ว่าการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในแต่ละครั้งจะประสบความสำเร็จ

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับสูตรลดน้ำตาลสำหรับสินค้าเดิมในสินค้ากลุ่มอิชิตันกรีนที่อันนี้เลมอน ซึ่งเป็นสินค้ายอดนิยม เพื่อตอบสนองความต้องการในตลาดผู้บริโภคที่มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น รวมถึงได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในอีกหลากหลายรสชาติ (ดูรายละเอียดในหัวข้อ 1.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ) ซึ่งปราศจากน้ำตาลแต่ยังคงความสดชื่น และสอดคล้องกับความนิยมในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

5.) ความเสี่ยงการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลักตั้งแต่ร้อยละ 30 ของยอดขายรวม

บริษัทฯ กระจายสินค้าไปสู่กลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade) ผ่านตัวแทนผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก 3 ราย โดยสัญญาจัดจำหน่ายมีอายุ 3-5 ปี ได้แก่ บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โอเอ็ม กรีนที จำกัด และ บริษัท บุนรอดเอเชีย จำกัด ด้วยสัดส่วนการกระจายสินค้าคิดเป็นร้อยละ 78.6 ร้อยละ 8.1 และร้อยละ 4.8 ของยอดขายตามลำดับ และมียอดส่งออกคิดเป็นร้อยละ 8.5 ของยอดขาย ทั้งนี้ บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก

(ข้อมูลสำหรับปี สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566)

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

การมีผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก 3 ราย ถือเป็นแนวทางการกระจายความเสี่ยงของบริษัทฯ ตามข้อตกลงที่กำหนดไว้ในสัญญาการจัดจำหน่ายกับทางผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก คือ บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด โดยให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มผู้จัดจำหน่ายได้อีก 2 รายดังกล่าวข้างต้น เพื่อเป็นการบริหารความเสี่ยง อย่างไรก็ตาม จาก



ความสัมพันธ์อันดีที่ผ่านมากับผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลัก 3 รายข้างต้น และการปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาอย่างเคร่งครัด บริษัทฯ จึงสามารถมั่นใจได้ว่าจะยังคงอายุสัญญาจัดจำหน่ายสินค้ากับผู้จัดจำหน่ายดังกล่าวต่อไป

2.2.2 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risk)

6.) ความเสี่ยงทางด้านแรงงานและกระบวนการผลิต

ความเสี่ยงด้านการผลิตสินค้าที่อาจไม่ทันกำหนดตามความต้องการของลูกค้า และความเสี่ยงที่จะเกิดสินค้าบกพร่องในกระบวนการผลิต รวมถึงคุณภาพสินค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียและผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทฯ

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 บริษัทฯ มีพนักงานจำนวน 379 คน ซึ่งเพียงพอและรองรับต่อการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่เกิดในระบบการผลิตและคุณภาพของสินค้า บริษัทฯ จึงลงทุนจัดหาเครื่องจักรระบบอัตโนมัติ “Auto Warehouse” เพื่อทดแทนการใช้แรงงานจากคน นับว่า อิชิตัน กรุ๊ปเป็นโรงงานแห่งแรกในประเทศไทยที่มีการดำเนินการผลิตแบบอัตโนมัติตั้งแต่ต้นสายการผลิตไปจนถึงสต็อกเก็บสินค้าโดยสามารถเดินเครื่องติดต่อกันได้ถึง 120 ชั่วโมง เพื่อลดปัญหาการผิดพลาดในการผลิต ลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับตัวสินค้าได้ครอบคลุมทุกด้าน

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีกำลังการผลิต 1,500 ล้านขวด และ 200 ล้านกล่องต่อปี ด้วยนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์แบบปลอดเชื้อ (Cold Aseptic Filling Technology) เทคโนโลยีการผลิตระดับมาตรฐานสากลในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม พร้อมด้วยการนำระบบการบำรุงรักษาแบบทวิผล (TPM) มาใช้เพื่อให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น สร้างขีดความสามารถในระดับที่มั่นใจว่าสามารถรองรับความต้องการผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลข้างต้น ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถควบคุมและจัดการความเสี่ยงด้านแรงงาน รวมถึงความพร้อมใช้งานของเครื่องจักรระบบอัตโนมัติ “Auto Warehouse” ได้

7.) ความเสี่ยงด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ในฐานะที่ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มในบรรจุภัณฑ์พลาสติก ตระหนักดีว่าการลดและ/หรือการจำกัดปริมาณการใช้พลาสติกถือเป็นเรื่องเร่งด่วนที่บริษัทฯ ต้องดำเนินการ เนื่องจากปัจจุบันมีการรณรงค์ เรื่อง “การรักษาสิ่งแวดล้อมและการจัดการบรรจุภัณฑ์” อย่างเข้มข้นมากขึ้น อย่างไรก็ดี กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการกำหนดนโยบายการจัดการขยะพลาสติกของประเทศไทย พ.ศ. 2561 - 2573 โดยหนึ่งในเครื่องมือที่ถูกนำมาศึกษาเพื่อประกอบการกำหนดนโยบาย คือ หลักการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต ทั้งนี้ ผู้ผลิตมีหน้าที่รับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การออกแบบ การกระจายสินค้า การรับคืน การเก็บรวบรวมการใช้ซ้ำ การนำกลับมาใช้ใหม่ และการบำบัดขยะพลาสติกและบรรจุภัณฑ์หลังกระบวนการบริโภค

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง จึงได้จัดตั้งคณะทำงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน กำหนดหน้าที่กำหนดแนวทางดำเนินการและติดตามผลการบริหารจัดการในเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ภายใต้แนวคิด 3R คือ ลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ทำให้สามารถลดปริมาณของเสียในกระบวนการผลิต ลดการทิ้งเศษวัสดุออกสู่ภายนอกและลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสีย มีการปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อลดการใช้พลังงาน พร้อมทั้งมีการกำหนดให้มีการตรวจวัดผลกระทบอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรมทุกรายการ และไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและทรัพยากรของชุมชน



ในปี 2566 คณะทำงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนได้วางแผนงาน (Road map) การพัฒนางวดบรรจุภัณฑ์ให้พร้อมสำหรับนำกลับเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อย่างเป็นรูปธรรม เริ่มต้นจากการวิจัยและพัฒนางวดบรรจุภัณฑ์ rPET (Recycled plastic) ในกลุ่มสินค้าหลัก ได้แก่ อีซีตัน กรีนที 500 มล. และซีซีโอเกะ กรีนที 440 มล. รวมถึงการนำเทคโนโลยีไบโอโตนเจนเหลว มาช่วยลดปริมาณความหนาของบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติกในอนาคตอีกด้วย

8.) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในการบริโภค

เนื่องจากความปลอดภัยในการบริโภคเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญ ความผิดพลาดเพียงเล็กน้อยอาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการคัดเลือกวัตถุดิบและพิถีพิถันในทุกขั้นตอนการผลิต เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงและผ่านมาตรฐานสากล เช่น GHP, HACCP, ISO9001, HALAL, ISO14001, ISO/IEC17025, ISO50001, FSSC22000 เป็นต้น

ในกระบวนการผลิตทุกชุดจะมีการเก็บตัวอย่างตามมาตรฐานไว้เพื่อตรวจสอบเชื้ออย่างน้อย 7 วัน ก่อนที่จะเริ่มจำหน่ายออกไป และเก็บป้องกันไว้สำหรับการอ้างอิง โดยสินค้า 1 ล็อตจะถูกผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก ซึ่งหากสินค้ามีการติดเชื้อจะต้องติดเชื้อทั้งล็อต โดยก่อนส่งสินค้าออกจำหน่าย ทางแผนกประกันคุณภาพ (QA) จะนำตัวอย่างผลิตภัณฑ์ไปดำเนินการตรวจสอบในห้องแล็บ (Laboratory) ซึ่งเป็นการป้องกันความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในตัวผลิตภัณฑ์ ผ่านการใช้เทคโนโลยีมาตรฐานระดับสากล และเป็นระบบปิดกั้นกระบวนการตรวจสอบ อย่างไรก็ตาม ในปีที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังไม่เคยมีกรณีข้อร้องเรียนเรื่องความปลอดภัยในตัวผลิตภัณฑ์

9.) ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ทุกภาคส่วนให้ความสำคัญต่อประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนมากขึ้น บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจทั้งตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงบุคคลที่อาจได้รับผลกระทบ ครอบคลุม พนักงาน ชุมชนและสิ่งแวดล้อม คู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจ และลูกค้า โดยมุ่งเน้นไปที่ประเด็นสุขภาพและความปลอดภัยของกลุ่มบุคคลดังกล่าวเป็นสำคัญ ซึ่งจะต้องให้ความใส่ใจ และดูแลควบคุมอย่างใกล้ชิด พร้อมมีแผนการจัดการที่สามารถรับมือได้อย่างทันก่วงที่ อย่างไรก็ตาม การจัดการด้านสิทธิมนุษยชนที่ไม่มีประสิทธิภาพสามารถส่งผลกระทบทางด้านชื่อเสียงและด้านการเงินของบริษัทฯ ได้

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ได้มีการกำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน โดยยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยเฉพาะการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งเป็นสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐานที่บุคคลพึงมี ทั้งในด้านการจ้างงานอย่างเท่าเทียม ไม่มีการจำกัดวิถีทางเพศ ทั้งชาย-หญิง ผู้ที่มีอัตลักษณ์ทางเพศหลากหลาย (LGBTQ) และผู้พิการ ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นปฏิบัติตามกฎหมายระดับประเทศและหลักสากลด้วยสิทธิมนุษยชนอย่างเคร่งครัดตลอดจนกำหนดให้มีนโยบายที่จะจำหน่ายและผลิตสินค้าตามมาตรฐานสูงสุด เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยพร้อมส่งต่อให้คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจได้รับทราบเป็นแนวทางการบริหารจัดการ เพื่อป้องกันการเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการดำเนินงานที่อาจก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน พร้อมทั้งสนับสนุนให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีการสื่อสาร ให้ความรู้ พร้อมทั้งการฝึกอบรมพนักงานด้านความปลอดภัย และมุ่งมั่นที่จะบรรลุการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานการบริหารและการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน และในสภาพการทำงานที่ปลอดภัยทุกด้าน



บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางการร้องเรียนเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน ทั้งการแจ้งผ่านกล่องรับข้อมูลซึ่งจัดตั้งในบริเวณโรงงาน และการแจ้งผ่านเว็บไซต์บริษัทฯ โดยในปี 2566 ไม่มีกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชนในองค์กรและห่วงโซ่อุปทานของ บริษัท

2.2.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

10.) ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งมีสาเหตุหลักจากแผนธุรกิจที่มีการขยาย ตลาดส่งออกไปยังต่างประเทศมากขึ้น ในรูปแบบการซื้อสินค้าเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ได้บริหารความเสี่ยงโดยการเจรจากับคู่ค้ารับชำระเป็นเงินสกุลเงินบาทเป็นส่วนใหญ่ พร้อมนำเครื่องมือทางการเงิน (Financial Instrument) ต่างๆ มารองรับไว้ เช่น Fx Forward อย่างไรก็ดีตาม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 บริษัทฯ ไม่มีความเสี่ยงจากเงินตราต่างประเทศที่เป็นสาระสำคัญ

11.) ความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลัก

เนื่องจากเศรษฐกิจไทย และเศรษฐกิจโลก ได้รับผลกระทบจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์โลก ทั้งสงคราม ระหว่างอิสราเอล-ฮามาส และรัสเซีย-ยูเครนซึ่งยังคงดำเนินอยู่อย่างยาวนาน ส่งผลให้เกิดภาวะเงินเฟ้อ วิกฤตขาดแคลนอาหารโลก และราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งกระทบต่อราคาวัตถุดิบ และต้นทุนการผลิตสินค้าของบริษัทฯ

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ได้วางแผนการจัดการต้นทุนล่วงหน้า โดยฝ่ายจัดซื้อมีการทำสัญญาสั่งซื้อสินค้ากับผู้จำหน่าย วัตถุดิบหลักไว้ล่วงหน้าเป็นระยะเวลาโดยเฉลี่ย 6 เดือน หรือตามสถานการณ์ที่เหมาะสม เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพตรงตามข้อกำหนดของบริษัทฯ ในปริมาณที่เพียงพอกับแผนการผลิตในราคาที่เหมาะสม รวมถึงมีการวางแผนการจัดหาวัตถุดิบจากหลากหลายแหล่ง เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงคู่ค้ารายใดรายหนึ่งเพียงรายเดียว โดยบริษัทฯ ได้ทำสัญญากับผู้จำหน่ายจำนวน 2-3 รายเสมอ วัตถุดิบที่จัดหาโดยคู่ค้าแต่ละรายเป็นวัตถุดิบที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ บริษัทฯ ใช้หลักการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) โดยการเพิ่มปริมาณการผลิตสินค้า เพื่อลดต้นทุนต่อหน่วย พร้อมทั้งทำการผลิตอย่างต่อเนื่อง อันจะช่วยลดต้นทุนค่าไฟต่อหน่วยได้เป็นอย่างดี

2.2.4 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ (Compliance Risks)

12.) ความเสี่ยงกรณีมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50

กลุ่มตระกูลภาสกรนที ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นกลุ่มใหญ่ในบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 41.6 ของทุนชำระแล้ว จึงทำให้กลุ่ม ภาสกรนที สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายย่อยอื่นจึงอาจไม่สามารถรวม คะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบถ่วงดุลเรื่องที่เสนอได้ แต่กลุ่มภาสกรนทีไม่มีสิทธิออกเสียง ในการพิจารณาการเข้าทำ รายการที่เกี่ยวข้องกันของกลุ่มภาสกรนที อย่างไรก็ดีตาม การถือหุ้นของครอบครัวภาสกรนที เป็นการการันตีว่า คุณต้น ภาสกรนที จะยังคงดำเนินการหน้าที่ CEO ถ่ายทอดประสบการณ์ธุรกิจและกำหนดทิศทางของบริษัทฯ ต่อไป

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

โครงสร้างองค์กรของบริษัทฯ ประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย 5 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะ กรรมการธรรมาภิบาลและความยั่งยืน และคณะกรรมการบริหาร โดยมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะ กรรมการแต่ละคณะอย่างชัดเจน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี



พร้อมกันนี้ คณะกรรมการตรวจสอบซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระทั้งคณะจะทำหน้าที่ติดตามรายการที่เกี่ยวข้องกับของบริษัทฯ โดยกำหนดให้ผู้จัดการฝ่ายตรวจสอบภายในนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบเป็นรายไตรมาส

13.) ความเสี่ยงจากการกระทำผิดต่อพรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

เนื่องจาก พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ประกาศให้มีผลบังคับใช้ในปี 2565 ซึ่งมีข้อบังคับสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล การนำไปใช้ และการเผยแพร่ข้อมูล ทั้งนี้ เพื่อให้ข้อมูลส่วนบุคคลถูกนำไปใช้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และมีความเหมาะสมมากที่สุด จอบ่ายในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลจึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในการป้องกันไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล และการนำข้อมูลไปใช้งานอย่างผิดกฎหมาย

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดของ พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล อย่างครบถ้วน พร้อมทั้งมีการกำหนดนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อจัดให้มีวิธีการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลที่เหมาะสม และมีมาตรการรักษาความปลอดภัยทางข้อมูลอย่างเคร่งครัด สำหรับการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่บริษัทฯ ทำการรวบรวม ใช้ และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และขอปฏิบัติตามหลักเกณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ในปี 2566 บริษัทฯ ไม่มีกรณีการร้องเรียน และการกระทำผิดต่อ พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

2.2.5 ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

คณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหารมีการติดตามความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ทั่วโลก (Global Emerging Risk) อย่างสม่ำเสมอ โดยพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงที่อาจกระทบหรือเป็นโอกาสต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจต่อสุขภาพมากขึ้น/ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างพลิกผัน/ ภัยคุกคามทางไซเบอร์/ ภัยพิบัติที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ/ ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์/ และโรคอุบัติใหม่ เป็นต้น

14.) ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใส่ใจต่อสุขภาพมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรศาสตร์ของประเทศไทย ในการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจในหลากหลายมิติ ทั้งในด้านการบริโภค/อุปโภค การออมและการลงทุน รวมไปถึงภาคการผลิต สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใส่ใจต่อสุขภาพมากขึ้น อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้รับผลกระทบทั้งด้านการบริโภคและการผลิต ในการเตรียมแผนรับมือ และการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภครุ่นดังกล่าว

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์หลายรายการ พร้อมมุ่งเน้นการเจาะตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มคนที่ใส่ใจสุขภาพ โดยการปรับสูตรลดน้ำตาล และใช้สารแทนความหวานในปริมาณที่เหมาะสม แต่ยังคงความอร่อย สดชื่นตามแบบฉบับเครื่องดื่มของอิชิตัน ได้แก่ อีโน่เลมอนสูตรใหม่ และ คาเทชิน 0 แคลอรี (รสชาเขียวมะลิ และ ชาอู่หลง สูตรน้ำตาล 0 %) เป็นต้น

15.) ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เนื่องจากความเสี่ยงดังกล่าวมีผลกระทบต่อการเติบโตของธุรกิจทั่วโลก และก่อให้เกิดข้อตกลงและกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดมากขึ้น อันจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการทบทวนพันธกิจ วิสัยทัศน์ รวมถึงการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ของ บริษัทฯ ในระยะยาว เพื่อให้ครอบคลุมการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน



ในปี 2566 คณะกรรมการบริษัท กำกับให้มีการพิจารณาความเสี่ยงจากปรากฏการณ์เอลนีโญ (El Nino) ที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจในระยะกลาง (3-5 ปีข้างหน้า) สภาวะดังกล่าวอาจก่อให้เกิดภัยแล้งรุนแรงจากปัญหาฝนทิ้งช่วง ทั้งนี้ อิชิตัน ซึ่งเป็นผู้ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม ต้องพึ่งพิงทรัพยากรธรรมชาติอย่าง “น้ำ” เป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตทางการเกษตร (ใบชา อ้อย) อันเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตและกระบวนการผลิตสินค้าของบริษัท

นอกจากนี้ ปรากฏการณ์เอลนีโญ (El Nino) ยังส่งผลกระทบต่อผลผลิตทางการเกษตรอย่างมีนัยยะสำคัญ ทำให้ราคาสินค้าวัตถุดิบมีความผันผวน เช่น ราคาน้ำตาลในตลาดโลกมีโอกาสปรับตัวขึ้นที่ 20 – 23 เซนต์/ปอนด์ เนื่องจากผู้ผลิตและส่งออกน้ำตาลอันดับ 1 ของโลกอย่างบราซิลประสบปัญหาท่าเรือที่แออัดและปริมาณผลผลิตที่น้อยลง ในขณะที่ ผู้ผลิตน้ำตาลอันดับ 2 ของโลกอย่างอินเดีย กลับกำลังใช้มาตรการลดปริมาณการส่งออก

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ดำเนินการติดตั้งระบบพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ Solar cell แบบ Grid-Connect บนพื้นที่ 35,592 ตรม. บริเวณหลังคาโรงงานขนาด 4,383 เมกะวัตต์ (MWp) เพื่อช่วยสร้างพลังงานไฟฟ้าไว้ใช้งานภายในโรงงาน ลดการพึ่งพาไฟฟ้าที่ผลิตจากโรงไฟฟ้าที่ใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล เช่น น้ำมันเตา ถ่านหิน ก๊าซธรรมชาติ ฯลฯ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกสู่ชั้นบรรยากาศได้ถึง 978.56 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงแดดได้ประมาณ 5.39 ล้านกิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี ชดเชยค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 27.17 ล้านบาทต่อปี

โรงงานอิชิตัน กรีน แฟคทอรี ซึ่งตั้งอยู่ในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการติดตามผลการรายงานระดับน้ำจากอุตสาหกรรมโรจนะอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในปี 2566 ปริมาณน้ำอยู่ในระดับปกติ เพียงพอสำหรับภาคการผลิต และสวนอุตสาหกรรมโรจนะได้มีโครงการก่อสร้างแนวป้องกันน้ำท่วม โดยรอบเขตประกอบการทั้งหมด มีระยะทางประมาณ 75 กิโลเมตร นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการเตรียมและซ้อมแผน Business Continuity Plan (BCP) เพื่อให้พร้อมรับมือกับเหตุการณ์น้ำท่วมที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

16.) ความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการรั่วไหลของข้อมูล

ปัจจุบัน ภัยคุกคามจากการโจรกรรมข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) จึงเป็นเรื่องที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญ ซึ่งหากบริษัทฯ ไม่มีระบบการป้องกันที่ดีมีประสิทธิภาพ และเข้มงวด อาจส่งผลให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น บริษัทฯ จะต้องให้ความสำคัญกับการเก็บข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ข้อมูลทางการเงิน และทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น ทั้งนี้ ข้อมูลที่ถูกโจรกรรมและนำไปเผยแพร่อย่างไม่เหมาะสม ส่งผลต่อภาพลักษณ์บริษัท และอาจถูกฟ้องร้องจากเจ้าของข้อมูล หรืออาจทำให้การดำเนินงานหยุดชะงัก

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

มีการตรวจเช็คการทำงานของระบบ Back up คอมพิวเตอร์สม่ำเสมอ พร้อมจัดลำดับความสำคัญของข้อมูล และดูแลข้อมูลที่เป็นความลับ โดยการเข้ารหัสและตั้งค่าการพิสูจน์ตัวตนก่อนเข้าถึงข้อมูลสำคัญ ตลอดจนมีการตรวจสอบและเฝ้าระวังรูปแบบของภัยคุกคามทุกรูปแบบ ในการเข้ามาโจมตีของไวรัสหรือแฮกเกอร์ เพื่อจัดการปิดช่องโหว่ ทั้งนี้ จัดให้มีการจัดทำและซ้อมแผน Business Continuity Plan (BCP) แต่ละกรณี เช่น กรณีโดนไวรัสหรือระบบล่ม จะต้องทำการซ่อมแซมกู้ข้อมูล เป็นต้น

ในปี 2566 จากผลการดำเนินงานป้องกันความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการรั่วไหลของข้อมูล บริษัทฯ มีระบบที่สามารถป้องกันการโจมตีจากภายนอก และมีการพัฒนาระบบเพื่อป้องกันภัยคุกคามรูปแบบใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ



17.) ความเสี่ยงจากโรคอุบัติใหม่

ในปี 2566 โรคอุบัติใหม่ ยังคงเป็นปัญหาสำคัญของสาธารณสุข และยังเป็นความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของประเทศ แม้ว่าจะมีการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์จากทางภาครัฐ แต่บริษัทฯ ยังคงต้องเฝ้าระวังการกลายพันธุ์ของเชื้อไวรัสโควิด 19 และโรคอุบัติใหม่อย่างสม่ำเสมอ เพราะจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ ทั้งด้านการสูญเสียรายได้ การจัดการกลยุทธ์ไม่บรรลุเป้าหมาย การดำเนินงานหยุดชะงัก และสุขภาพความปลอดภัยของพนักงาน

มาตรการ / แนวทางการจัดการ

ติดตามแนวสถานการณ์และดำเนินการตามกฎหมายและหน่วยงานภาครัฐอย่างทันก่วงที่ พร้อมประเมินสถานการณ์ความเสี่ยง ทบทวนมาตรการป้องกัน และลดความรุนแรงของผลกระทบที่จะเกิดขึ้นล่วงหน้า โดยให้มีการตอบสนองอย่างรวดเร็วและเป็นระบบชัดเจน อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานขององค์กรยังคงสามารถดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 100

ของกรรมการและพนักงานทุกระดับได้รับการอบรมเรื่อง การบริหารความเสี่ยง
โดยมีการเปิดเผยนโยบายดังกล่าวไว้บนระบบ Intranet ของบริษัทฯ

ร้อยละ 100

หน่วยงานที่มีความเสี่ยงมีมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยง

5. การส่งเสริมวัฒนธรรมทางธุรกิจ

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความชำนาญเดิมในด้านการผลิตเครื่องดื่มประเภทชาพร้อมดื่มที่อิชิตันมีอยู่นั้นอาจไม่เพียงพอที่จะขับเคลื่อนให้องค์กรสามารถเติบโตอย่างก้าวกระโดดได้ในสภาพการทางการตลาดและเศรษฐกิจที่มีความผันผวน รวมถึงปัจจัยด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้เกิดความรวดเร็วในการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งในการขายของบริษัทเพิ่มมากขึ้นตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงมีความมุ่งมั่นเพื่อส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการอยู่เสมอ เพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนาธุรกิจปัจจุบันให้สามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้าอย่างเป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยยังคงรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในงานศึกษาเทคโนโลยีใหม่ๆ และการพัฒนานวัตกรรมด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขององค์กรสำหรับนำมาปรับใช้ในกิจกรรมต่างๆ ในการพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ และเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับขยายธุรกิจไปในขอบข่ายอื่นๆ ที่เห็นว่าเป็นโอกาสที่อาจเป็นไปได้สำหรับอนาคต

งานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสร้างความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจขององค์กรให้สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและมั่นคงในภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวน ตอบสนองต่อความ



ต้องการของผูบริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบันได้ ทั้งนี้ การเตรียมความพร้อมของบุคลากร พร้อมการปรับกระบวนการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จึงเป็นกลไกสำคัญที่บริษัทฯ กำหนดให้มีนโยบายผลักดันการพัฒนาผลิตภัณฑ์และปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อให้มีความพร้อมอยู่เสมอ สามารถตอบรับโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ในอนาคต

บริษัทฯ เชื่อว่าจากการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับชาพร้อมดื่มมานานกว่า 10 ปีนั้น ได้สั่งสมประสบการณ์ให้กับบุคลากรของบริษัทมีความชำนาญและเข้าใจการทำงานของกระบวนการมากขึ้น โดยเมื่อนำความชำนาญเหล่านั้นมาต่อยอดการจัดการความคิดผ่านกรอบแนวคิดในการสร้างนวัตกรรมจะช่วยให้เกิดกลไกในการปรับปรุงการทำงานและสร้างสิ่งใหม่อยู่เสมอ ซึ่งช่วยเสริมให้การดำเนินธุรกิจเกิดการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนอย่างแท้จริง

แนวทางการดำเนินงานด้านนวัตกรรม

บริษัทฯ ได้จัดตั้งส่วนงานนวัตกรรม (Innovation Division) ขึ้นตั้งแต่ปี 2562 เพื่อรับผิดชอบการสร้างวัฒนธรรมองค์กรนวัตกรรม เช่น การสื่อสาร จัดกิจกรรม การให้ความรู้ การฝึกอบรม และการนำหลักคิดเชิงนวัตกรรมมาปรับใช้ในกิจกรรมของบริษัทฯ นอกจากนี้ ยังจัดให้มีทีมคณะทำงานการจัดการนวัตกรรมซึ่งทำหน้าที่ดำเนินงานนวัตกรรมให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ของบริษัทในการพัฒนาให้เกิดงานนวัตกรรมด้านต่างๆ เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ การส่งเสริมการขายและตลาดใหม่ การปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตและกระบวนการทำงานที่ทันสมัย รวมถึงการสนับสนุนเทคโนโลยีและการปรับเปลี่ยนกระบวนการคิดของพนักงาน เพื่อหาข้อสรุปหรือทางแก้ไขเชิงสร้างสรรค์ภายในองค์กร โดยมีการกำหนดเป้าหมายและแผนงานเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารเป็นประจำทุกปี

เป้าหมายการดำเนินงานด้านนวัตกรรม



เป้าหมายที่ 1

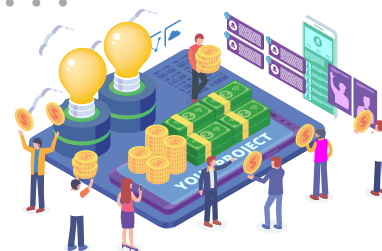
ผลผลิตทางนวัตกรรม (Innovation Output)

- จำนวนบุคลากรที่มีศักยภาพเพื่อสร้างนวัตกรรม
- งานคิดค้นสิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจขององค์กร สังคม และสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายที่ 2

รายได้จากนวัตกรรม (Innovation Revenue)

- รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการ
- ผลประโยชน์จากการลดต้นทุนการผลิต
- โอกาสในการขายจากช่องทางใหม่ๆ ในการขยายตลาดและเข้าถึงผู้บริโภค



เป้าหมายที่ 3

ผลผลิตเชิงความรู้ (Intellectual Properties)

- การสร้างความรู้
- การแบ่งปันความรู้
- วัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรเพื่อสร้างนิสัยในการคิดเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนา และมีความพยายามอย่างยิ่งในการส่งเสริมการเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์ในการปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนสิ่งต่างๆ ที่สามารถสร้างประโยชน์ให้องค์กรในการพัฒนากระบวนการภายในและผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ โดยอาศัยการจัดกิจกรรมเพื่อให้พนักงานจากทุกส่วนได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวคิดหรือวิธีการเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการพิจารณาคัดเลือกและนำไปพัฒนาให้ก่อเกิดผล บริษัทฯ จึงจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์เป็นประจำทุกปีด้วยการจัดให้มีเวทีการประกวดสำหรับพนักงาน เพื่อนำเสนอแนวคิดในการปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในของตน การสร้างความร่วมมือเพื่อการพัฒนาทั้งพันธมิตรทางธุรกิจภายนอกที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อจัดเก็บเข้าบัญชีรายการผลิตภัณฑ์สำรองหรือคัดเลือกเพื่อนำมาผลิตและออกจำหน่าย โดยมีรางวัลเป็นสิ่งจูงใจส่งเสริม กระตุ้นพฤติกรรมในการทำงาน และสร้างสรรค์งานพัฒนาสิ่งต่างๆ ทั้งนี้ ในปี 2566 บริษัทฯ จัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมนวัตกรรมต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ซึ่งช่วยสร้างมูลค่าทางธุรกิจจากการปรับปรุงกระบวนการเพื่อลดรายจ่ายในการผลิต และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมมากกว่า 140 ล้านบาท

ผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรม

ในปี 2566 บริษัทฯ จัดให้มีเวทีแสดงความสามารถของพนักงาน เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยมีผลการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

- 1) โครงการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการและปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน ซึ่งในปี 2566 สามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการผลิตลงได้มากกว่า 36 ล้านบาท
- 2) โครงการประกวดผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวน 7 รายการ ที่ผ่านการคัดเลือกเพื่อเตรียมพัฒนาต่อเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับออกจำหน่ายในอนาคต
- 3) มูลค่าจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการนำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมและนำออกมาจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ต้นชั้นซู (TANSANSU) ซึ่งในปี 2566 สามารถสร้างยอดขายมากกว่า 100 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่ออกสู่ตลาดเพิ่มเติมอีก 2 รสชาติ ได้แก่ รสโซจูออสทริมเมล่อน และ รสโคเรียนอันนี่เลมอน เพื่อขยายฐานผู้บริโภคในประเทศ
- 4) โครงการพัฒนานวัตกรรมร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจภายนอกองค์กร เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการ หรือการศึกษาธุรกิจใหม่ เป็นต้น

โครงการนวัตกรรมที่สำคัญในปี 2566

1. โครงการศึกษาและดัดแปลงกระบวนการสกัดน้ำชา

ใบชา นับเป็นวัตถุดิบตั้งต้นหลักสำคัญในการผลิตผลิตภัณฑ์ของอิชิตัน โดยมีปริมาณการใช้เฉลี่ยสำหรับทุกสายการผลิตมากกว่า 1.2 ล้านกิโลกรัมต่อปี การสกัดหิวชื่อน้ำชาจากใบชาแห่งนั้นเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ของผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญ โดยต้องนำมาประยุกต์ใช้ให้ได้กับการควบคุมกลไกการทำงานของเครื่องจักรและระบบในการผลิตระดับอุตสาหกรรม และอาศัยการควบคุมติดตามกระบวนการอย่างเข้มงวดเพื่อควบคุมให้หิวชื่อน้ำชาที่สกัดออกมาได้นั้นมีคุณภาพคงที่ในทุกครั้งของการสกัด จากประสบการณ์ในการผลิตชาพร้อมดื่มที่ทางบริษัทนั้นมีมานานกว่า 10 ปี ทั้งนี้ ทีมนักวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทราบตัวปัจจัยต่างๆ เช่น ปริมาณน้ำที่ใช้ อุณหภูมิของน้ำ รวมถึงระยะเวลาใช้ใบชาล้วนแต่มีผลให้คุณภาพ สี กลิ่น รส และคุณสมบัติของน้ำชาเปลี่ยนแปลงจากมาตรฐานไปได้ โดยที่ผ่านมาในสูตรควบคุมกระบวนการสกัดหิวชื่อน้ำชาจึงกำหนดให้ใส่ใบชาที่ปริมาณมากไว้ก่อนเพื่อให้แน่ใจว่าหลังกระบวนการสกัดหิวชื่อน้ำชาจะคงมีสารสกัดต่างๆ ในน้ำชาได้ไม่น้อยกว่ามาตรฐานตามสูตรควบคุมที่ตั้งไว้



ในปี 2566 พนักงานได้มีส่วนร่วมในพัฒนาระบบการสกัดหัวเชื้อน้ำชาผ่านโครงการ Collaboration Project ในการดัดแปลงเครื่องจักรและปรับปรุงโปรแกรมควบคุมขั้นตอนในการสกัดน้ำชา ซึ่งภายหลังการปรับปรุงได้ช่วยให้กระบวนการสกัดหัวเชื้อน้ำชาของสายการผลิต C นั้นสามารถสกัดหัวเชื้อน้ำชาได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 33 จากปริมาณใบชาแห้งเท่าเดิม โดยยังคงรักษาคุณภาพของหัวเชื้อน้ำชาที่สกัดออกมาได้ตามเกณฑ์ควบคุมมาตรฐานคุณภาพของทางบริษัทฯ ระยะเวลาตลอดทั้งโครงการเริ่มขึ้นตั้งแต่เดือนเมษายน – ธันวาคม 2566 ช่วยลดปริมาณการใช้ใบชาแห้งลงได้กว่า 63,000 กิโลกรัม หรือคิดเป็นต้นทุนการผลิตที่ลดลงประมาณ 6.7 ล้านบาท จากผลลัพธ์ดังกล่าว บริษัทฯ ได้เตรียมพร้อมเพื่อย้ายผลไปยังสายการผลิตอื่นๆ ที่มีลักษณะผลิตภัณฑ์เดียวกันในปีถัดไป

2. โครงการ Creativity Product

เป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้พนักงานจากทุกส่วนงานได้ลงนำเสนอแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อแปลงคำนิยม ประสบการณ์ และมุมมองที่แตกต่างหลากหลายของเหล่าพนักงานออกมาเป็นโอกาสในการค้นพบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยโครงการมีกิจกรรมเสริมความรู้ให้กับพนักงานที่เข้าร่วมโครงการเพื่อต่อยอดความคิดให้พร้อมนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด ซึ่งจนถึงปัจจุบันมีรายการผลิตภัณฑ์สำรองที่ผ่านกิจกรรมของโครงการ 51 รายการ ในหลากหลายกลุ่มลักษณะผลิตภัณฑ์ และมีผลิตภัณฑ์ที่ถูกทดลองผลิตออกจำหน่ายแล้ว 3 รายการ ซึ่งโครงการจะมีการมอบรางวัลเป็นขวัญกำลังใจให้เจ้าของผลงานเมื่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาไว้ถูกนำมาผลิตและจำหน่าย

ในปี 2566 ทางโครงการได้เปิดรับสมัครหัวข้อ Product Creation ในช่วงเดือนมีนาคม ซึ่งมีจำนวนรายการเข้าร่วมทั้งสิ้น 14 หัวข้อ โดยผ่านการคัดเลือกและนำเสนอเพื่อพิจารณาในเดือนตุลาคม จำนวน 7 รายการ

การส่งเสริมแผนงานนวัตกรรมในอนาคต

- การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อช่วยลดปริมาณการใช้พลาสติกในบรรจุภัณฑ์ลงให้ได้มากยิ่งขึ้น เพื่อช่วยสงวนการใช้พลังงานในการผลิตและลดปริมาณการใช้พลาสติกในการผลิตสินค้าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร
- การสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรในการผลักดันให้เกิดการใช้วัตถุดิบหมุนเวียน ผ่านการใช้งาน rPET และการส่งเสริมการเก็บกลับขวด PET เพื่อให้เกิดวัฏจักรการใช้งานวัตถุดิบ เป็นการสนับสนุนและส่งเสริมกลไกในการจัดการขยะพลาสติกซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์หลักที่บริษัทใช้งาน และเพื่อร่วมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- การแสวงหาผู้ผลิตรายย่อยหรือ SME เพื่ออาศัยความชำนาญที่แตกต่างในการพัฒนาสินค้าร่วมกันและเพื่ออาศัยกระบวนการผลิตที่แตกต่างผ่านการว่าจ้างผลิตสินค้า ซึ่งจะช่วยลดรายจ่ายจำกัดในการผลิตสินค้าบางประเภทซึ่งกระบวนการของทางโรงงานไม่สามารถทำการผลิตได้ รวมถึงเพื่อเพิ่มโอกาสในการผลิตสินค้าใหม่ๆ เพื่อการทดลองความต้องการของตลาดซึ่งมีความต้องการผลิตในช่วงแรกเป็นจำนวนไม่มาก อันจะเป็นประโยชน์ทั้งบริษัทอิชิตันเอง รวมถึงเป็นช่วยสร้างธุรกิจให้คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจสามารถเติบโตไปด้วยกันได้



ผลการดำเนินงาน

ด้านความยั่งยืนประจำปี 2566

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปี 2566

• ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

มาตรฐาน GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน			
		หน่วย	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
GRI 302-1	ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด	GJ	384,112	426,383	446,863
	ปริมาณพลังงานที่ซื้อจากภายนอก	GJ	372,269	410,571	425,866
	- ก๊าซธรรมชาติ	GJ	236,652	273,409	266,138
	- พลังงานไฟฟ้าจากภายนอก	GJ	135,617	137,162	159,728
	ปริมาณพลังงานหมุนเวียน				
	- พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	GJ	11,843	15,811	20,997
GRI 302-3	อัตราการใช้พลังงานต่อหน่วยผลิตภัณฑ์	GJ/1000L	1.48	1.40	1.23
GRI 303-3	ปริมาณการดื่มน้ำใช้ทั้งหมด	M3	1,522,070	1,567,679	1,802,772
	น้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่ และใช้ซ้ำทั้งหมด	M3	186,285	260,703	382,016
	- RO Return	M3	N/A	159,910	235,158
	- RO Reject	M3	N/A	31,104	104,317
	- Condensate Return	M3	N/A	69,689	42,541
	อัตราการใช้น้ำต่อหน่วยผลิตภัณฑ์	M3/1000L	5.85	5.15	4.96
GRI 303-4	ปริมาณน้ำทิ้งที่ระบายออกนอกโรงงาน	M3	664,128	720,133	697,663
	คุณภาพน้ำทิ้งก่อนปล่อยออก				
	- ค่าความต้องการออกซิเจนทางชีวเคมี (BOD)	Mg/L	359	44	66
	- ค่าความต้องการออกซิเจนทางเคมี (COD)	Mg/L	615	144	194
	- ค่าน้ำมันและไขมันจากน้ำที่ผ่านการบำบัด (Grease and Oil)	Mg/L	125	30	2
	- ของแข็งที่ไม่ละลายน้ำทั้งหมด (TSS)	Mg/L	1,110	668	512
	- ของแข็งละลายน้ำทั้งหมด (TDS)	Mg/L	2	2	14



มาตรฐาน GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน			
		หน่วย	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
GRI 303-5	ปริมาณการใช้น้ำสุทธิ	M3	857,942	847,546	1,105,109
	อัตราการใช้น้ำสุทธิต่อหน่วยผลิตภัณฑ์	M3/1000L	3.30	2.79	3.04
	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด	tCo2eq	116,773	132,261	154,556
GRI 305-1	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1)	tCo2eq	14,559	19,729	18,048
GRI 305-2	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2)	tCo2eq	18,832	19,047	22,180
GRI 305-3	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (ขอบเขตที่ 3)	tCo2eq	83,382	93,485	114,328
GRI 305-4	อัตราการปล่อยการเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์				
	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขตที่ 1 และ 2)	tCo2eq	33,391	38,776	40,228
	อัตราการปล่อยการเรือนกระจกทั้งหมด (ขอบเขตที่ 1 และ 2)	tCo2eq /1000L	0.13	0.13	0.11
GRI 305-7	ปริมาณสารพิษที่ปล่อยออกสู่ชั้นบรรยากาศ				
	ปริมาณก๊าซออกไซด์ของไนโตรเจน (NOx)	PPM.	15.00	N/A	13.25
	ปริมาณก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO2)	PPM.	< 1.00	< 1.00	< 1.00
	ปริมาณค่าฝุ่นละอองรวม (Total Suspended Particulates :TSP)	Mg/M3	6.92	N/A	5.275
GRI 306-3	ปริมาณการเกิดของเสียทั้งหมด	Ton.	2,259.09	2,508.76	2,225.47
	ปริมาณของเสียอันตราย	Ton.	0	0	13.74
	ปริมาณของเสียไม่อันตราย	Ton.	2,259.09	2,508.76	2,211.73

หมายเหตุ: N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปี 2566

• ข้อมูลด้านบุคลากร

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปี 2566

ข้อมูลด้านบุคลากร

			ผลการดำเนินงาน					
			ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566	
มาตรฐาน GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
GRI 2-7	จำนวนพนักงาน	คน	379		362		379	
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	260	119	250	112	261	118
	- ส่วนสำนักงาน	คน	43	40	43	42	42	45
	- ส่วนโรงงาน	คน	217	79	207	70	219	73
GRI 401-1	การจ้างพนักงานใหม่และการลาออกของพนักงาน							
	การจ้างพนักงานใหม่	คน	29		55		55	17
	- ส่วนสำนักงาน	คน	N/A		17		5	5
	- ส่วนโรงงาน	คน	N/A		38		50	12
	อัตราการว่าจ้างพนักงานใหม่	ร้อยละ	N/A		15.19		19.00	
	การลาออกจากงานแบบสมัครใจของพนักงาน	คน	65		85		43	15
	- ส่วนสำนักงาน	คน	N/A		12		7	6
	- ส่วนโรงงาน	คน	N/A		73		36	9
	อัตราการลาออกของพนักงาน	ร้อยละ	1.85		1.95		1.29	
GRI 401-3	การลาคลอดบุตร	คน	-	6	-	6	-	4
	- จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิในการลาคลอดบุตร	คน	-	3	-	3	-	2
	- จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงาน หลังจากใช้สิทธิลาคลอดบุตร	คน	-	3	-	3	-	2
	- อัตราการคงอยู่ของพนักงานที่ลาคลอดบุตร	ร้อยละ	100		100		100	
GRI 404-1	การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน							
	จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเฉลี่ย	ชั่วโมง/คน/ปี	8		8		8	



			ผลการดำเนินงาน					
			ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566	
มาตรฐาน GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
GRI 405-1	การจ้างแนกจำนวนพนักงานตามความหลากหลาย							
	จำแนกตามระดับ							
	- ผู้บริหารระดับสูง	คน	6	1	6	1	5	1
	- ผู้บริหาร	คน	10	8	9	8	35	30
	- พนักงาน	คน	244	110	235	103	221	87
	จำแนกตามอายุ							
	- อายุมากกว่า 50 ปี	คน	12	5	15	5	15	7
	- อายุ 30 - 50 ปี	คน	127	69	122	60	134	69
	- อายน้อยกว่า 30 ปี	คน	120	45	113	47	112	42
	จำแนกตามศาสนา							
	- พุทธ	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	255	116
	- คริสต์	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1
	- อิสลาม	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	6	1
	- อื่นๆ	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0
	- ไม่เปิดเผย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0
GRI 405-2	สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงาน							
	ค่าตอบแทนของพนักงาน	ล้านบาท/ปี	155.31	72.86	152.09	71.67	174.42	84.94
	สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงาน (หญิง:ชาย)		1.02		1.05		1.08	

หมายเหตุ: N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปี 2566

• ข้อมูลด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

มาตรฐาน GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน			
		หน่วย	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
GRI 403-9 (a)	จำนวนพนักงานที่ได้รับอุบัติเหตุรุนแรงถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)				
	- พนักงาน	คน	0	2	1
	- ผู้รับเหมา	คน	N/A	N/A	0
GRI 403-9 (b)	จำนวนพนักงานที่ได้รับอุบัติเหตุ-ไม่หยุดงาน				
	- พนักงาน	คน	2	1	1
	- ผู้รับเหมา	คน	N/A	N/A	0
GRI 403-9 (c)	จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงาน				
	- พนักงาน	คน	0	0	0
	- ผู้รับเหมา	คน	N/A	N/A	0
GRI 403-9 (d)	จำนวนชั่วโมงการทำงาน				
	- พนักงาน	ชั่วโมง	N/A	N/A	4,320
	- ผู้รับเหมา	ชั่วโมง	N/A	N/A	4,320
GRI 403-10	จำนวนผู้เสียชีวิตด้วยโรคจากการทำงาน				
	- พนักงาน	คน	N/A	N/A	0
	- ผู้รับเหมา	คน	N/A	N/A	0
	จำนวนกรณีเจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด				
	- พนักงาน	คน	N/A	N/A	0
	- ผู้รับเหมา	คน	N/A	N/A	0

หมายเหตุ: N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้



ผลตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำประปาที่องค์กรใช้

REPORT OF ANALYSIS

Sample Name: City Water 1

Test item	Unit	Guideline Limit	Result		
			2564	2565	2566
Alky benzene Sulfonate	mg/L	≤ 0.2	Not Detected	Not Detected	≤ 0.1
Aluminium(Al)	mg/L	≤ 0.2	0.06	0.40	0.195
Arsenic(As)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	0.0001	< 0.0009
Barium(Ba)	mg/L	≤ 1.0	0.06	0.05	0.063
Cadmium(Cd)	mg/L	≤ 0.005	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Chloride(as Cl ₂)A1	mg/L	≤ 250	18.7	54	66.8
Chromium(Cr)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Color	Pt-Co Unit	≤ 20	< 5	1	< 5
Copper(Cu)	mg/L	≤ 1.0	Not Detected	< 0.01	Not Detected
Cyanide	mg/L	≤ 0.1	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Fluoride(as F ₂)A1	mg/L	≤ 1.5	0.08	0.35	0.82
Iron(Fe)	mg/L	≤ 0.3	Not Detected	< 0.02	Not Detected
Lead(Pb)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Manganese(Mn)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	< 0.01	< 0.01
Mercury(Hg)	mg/L	≤ 0.002	Not Detected	Not Detected	< 0.0001
Nitrate(as N)	mg/L	≤ 4.0	0.33	Not Detected	< 1.1
Odor	-	Odorless	Odorless	Odorless	Odorless
pH	-	6.5 – 8.5	8.2	7.9	7.3
Phenol	mg/L	≤ 0.001	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Selenium(Se)	mg/L	≤ 0.01	Not Detected	Not Detected	< 0.001
Silver(Ag)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Sulfate	mg/L	≤ 250	15.9	25.15	16.3
Total Hardness	mg/L	≤ 100	120	144	119
Total Solids	mg/L	≤ 500	268	250	163
Turbidity	NTU	≤ 5.0	< 0.52	0.5	< 2.0
Zinc(Zn)	mg/L	≤ 5.0	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Coliforms	MPN/100ml	< 2.2	< 1.1	< 1.1	< 1.1
Escherichia coli	Per 100ml	Not Detected	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Staphylococcus aureus	CFU/100ml	$\leq 1 \times 10^2$	< 1	< 1	< 1
Salmonella spp.	Per 100ml	Not Detected	Not Detected	Not Detected	Not Detected



REPORT OF ANALYSIS

Sample Name : City Water 2

Test item	Unit	Guideline Limit	Result		
			2564	2565	2566
Alky benzene Sulfonate	mg/L	≤ 0.2	Not Detected	Not Detected	0.19
Aluminium(Al)	mg/L	≤ 0.2	0.11	0.40	0.162
Arsenic(As)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	0.001	Not Detected
Barium(Ba)	mg/L	≤ 1.0	0.07	0.05	0.061
Cadmium(Cd)	mg/L	≤ 0.005	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Chloride(as Cl ₂)A1	mg/L	≤ 250	28.4	54	67.4
Chromium(Cr)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	< 0.001
Color	Pt-Co Unit	≤ 20	24.5	< 1	< 5
Copper(Cu)	mg/L	≤ 1.0	Not Detected	< 0.01	Not Detected
Cyanide	mg/L	≤ 0.1	Not Detected	< 0.01	Not Detected
Fluoride(as F ₂)A1	mg/L	≤ 1.5	0.08	0.35	0.80
Iron(Fe)	mg/L	≤ 0.3	Not Detected	< 0.02	Not Detected
Lead(Pb)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Manganese(Mn)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	< 0.01	< 0.01
Mercury(Hg)	mg/L	≤ 0.002	Not Detected	Not Detected	< 0.0001
Nitrate(as N)	mg/L	≤ 4.0	0.37	0.091	< 1.1
Odor	-	Odorless	Odorless	Odorless	Odorless
pH	-	6.5 – 8.5	8.28	8.0	7.5
Phenol	mg/L	≤ 0.001	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Selenium(Se)	mg/L	≤ 0.01	Not Detected	Not Detected	< 0.001
Silver(Ag)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Sulfate	mg/L	≤ 250	16.5	26.42	16.3
Total Hardness	mg/L	≤ 100	116	139	119
Total Solids	mg/L	≤ 500	283	282	197
Turbidity	mg/L	≤ 5.0	0.52	0.6	< 2.0
Zinc(Zn)	mg/L	≤ 5.0	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Coliforms	MPN/100ml	< 2.2	< 1.1	< 1.1	< 1.1
Escherichia coli	Per 100ml	Not Detected	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Staphylococcus aureus	CFU/100ml	$\leq 1 \times 10^2$	< 1	< 1	< 1
Salmonella spp.	Per 100ml	Not Detected	Not Detected	Not Detected	Not Detected



REPORT OF ANALYSIS

Sample Name : RO Supply1

Test item	Unit	Guideline Limit	Result		
			2564	2565	2566
Alky benzene Sulfonate	mg/L	≤ 0.2	Not Detected	0.05	< 0.10
Aluminium(Al)	mg/L	≤ 0.2	Not Detected	< 0.01	< 0.01
Arsenic(As)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	< 0.0009
Barium(Ba)	mg/L	≤ 1.0	Not Detected	< 0.01	< 0.010
Cadmium(Cd)	mg/L	≤ 0.005	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Chloride(as Cl ₂)A1	mg/L	≤ 250	4.19	7	12.2
Chromium(Cr)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Color	Pt-Co Unit	≤ 20	Not Detected	< 1	Not Detected
Copper(Cu)	mg/L	≤ 1.0	Not Detected	< 0.01	Not Detected
Cyanide	mg/L	≤ 0.1	Not Detected	< 0.01	< 0.003
Fluoride(as F ₂)A1	mg/L	≤ 1.5	0.03	0.09	0.07
Iron(Fe)	mg/L	≤ 0.3	Not Detected	< 0.02	Not Detected
Lead(Pb)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Manganese(Mn)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	< 0.01
Mercury(Hg)	mg/L	≤ 0.002	Not Detected	Not Detected	< 0.0001
Nitrate(as N)	mg/L	≤ 4.0	0.11	Not Detected	< 1.1
Odor	-	Odorless	Odorless	Odorless	Odorless
pH	-	6.5 – 8.5	6.85	7.2	7.4
Phenol	mg/L	≤ 0.001	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Selenium(Se)	mg/L	≤ 0.01	Not Detected	Not Detected	< 0.001
Silver(Ag)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Sulfate	mg/L	≤ 250	3.06	< 2.0	< 4.9
Total Hardness	mg/L	≤ 100	Not Detected	7	9.37
Total Solids	mg/L	≤ 500	28	43	30.0
Turbidity	mg/L	≤ 5.0	Not Detected	< 0.5	Not Detected
Zinc(Zn)	mg/L	≤ 5.0	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Coliforms	MPN/100ml	< 2.2	< 1.1	< 1.1	< 1.1
Escherichia coli	Per 100ml	Not Detected	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Staphylococcus aureus	CFU/100ml	$\leq 1 \times 10^2$	< 1	< 1	< 1
Salmonella spp.	Per 100ml	Not Detected	Not Detected	Not Detected	Not Detected



REPORT OF ANALYSIS

Sample Name : RO Supply2

Test item	Unit	Guideline Limit	Result		
			2564	2565	2566
Alky benzene Sulfonate	mg/L	≤ 0.2	Not Detected	0.05	0.11
Aluminium(Al)	mg/L	≤ 0.2	Not Detected	Not Detected	< 0.01
Arsenic(As)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Barium(Ba)	mg/L	≤ 1.0	Not Detected	Not Detected	< 0.010
Cadmium(Cd)	mg/L	≤ 0.005	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Chloride(as Cl ₂)A1	mg/L	≤ 250	1.87	2	8.71
Chromium(Cr)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Color	Pt-Co Unit	≤ 20	Not Detected	<1	< 5
Copper(Cu)	mg/L	≤ 1.0	Not Detected	< 0.01	Not Detected
Cyanide	mg/L	≤ 0.1	Not Detected	< 0.01	< 0.003
Fluoride(as F ₂)A1	mg/L	≤ 1.5	0.03	< 0.01	0.07
Iron(Fe)	mg/L	≤ 0.3	Not Detected	< 0.02	Not Detected
Lead(Pb)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Manganese(Mn)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Mercury(Hg)	mg/L	≤ 0.002	Not Detected	Not Detected	< 0.0001
Nitrate(as N)	mg/L	≤ 4.0	0.11	Not Detected	<1.1
Odor	-	Odorless	Odorless	Odorless	Odorless
pH	-	6.5 – 8.5	6.99	6.8	7.4
Phenol	mg/L	≤ 0.001	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Selenium(Se)	mg/L	≤ 0.01	Not Detected	Not Detected	< 0.001
Silver(Ag)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	< 0.002
Sulfate	mg/L	≤ 250	2.41	< 2	< 4.9
Total Hardness	mg/L	≤ 100	Not Detected	< 1	6.52
Total Solids	mg/L	≤ 500	24	43	28.0
Turbidity	mg/L	≤ 5.0	Not Detected	< 0.5	Not Detected
Zinc(Zn)	mg/L	≤ 5.0	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Coliforms	MPN/100ml	< 2.2	< 1.1	< 1.1	< 1.1
Escherichia coli	Per 100ml	Not Detected	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Staphylococcus aureus	CFU/100ml	$\leq 1 \times 10^2$	< 1	< 1	< 1
Salmonella spp.	Per 100ml	Not Detected	Not Detected	Not Detected	Not Detected



REPORT OF ANALYSIS

Sample Name: Soft Supply

Test item	Unit	Guideline Limit	Result		
			2564	2565	2566
Alky benzene Sulfonate	mg/L	≤ 0.2	Not Detected	0.05	0.14
Aluminium(Al)	mg/L	≤ 0.2	0.17	1.67	0.115
Arsenic(As)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	0.004	< 0.0009
Barium(Ba)	mg/L	≤ 1.0	Not Detected	Not Detected	< 0.010
Cadmium(Cd)	mg/L	≤ 0.005	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Chloride(as Cl ₂)A1	mg/L	≤ 250	28.4	62	67.1
Chromium(Cr)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	< 0.001
Color	Pt-Co Unit	≤ 20	5	3	< 5
Copper(Cu)	mg/L	≤ 1.0	Not Detected	< 0.1	Not Detected
Cyanide	mg/L	≤ 0.1	Not Detected	< 0.01	Not Detected
Fluoride(as F ₂)A1	mg/L	≤ 1.5	0.08	0.94	0.71
Iron(Fe)	mg/L	≤ 0.3	Not Detected	0.03	Not Detected
Lead(Pb)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Manganese(Mn)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	< 0.01	< 0.01
Mercury(Hg)	mg/L	≤ 0.002	Not Detected	Not Detected	< 0.0001
Nitrate(as N)	mg/L	≤ 4.0	0.42	0.289	< 1.1
Odor	-	Odorless	Odorless	Odorless	Odorless
pH	-	6.5 – 8.5	8.28	8.4	7.6
Phenol	mg/L	≤ 0.001	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Selenium(Se)	mg/L	≤ 0.01	Not Detected	Not Detected	< 0.001
Silver(Ag)	mg/L	≤ 0.05	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Sulfate	mg/L	≤ 250	27.5	37.52	17.8
Total Hardness	mg/L	≤ 100	Not Detected	2	20.8
Total Solids	mg/L	≤ 500	286	407	157
Turbidity	mg/L	≤ 5.0	< 0.52	< 0.5	Not Detected
Zinc(Zn)	mg/L	≤ 5.0	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Coliforms	MPN/100ml	< 2.2	< 1.1	< 1.1	< 1.1
Escherichia coli	Per 100ml	Not Detected	Not Detected	Not Detected	Not Detected
Staphylococcus aureus	CFU/100ml	$\leq 1 \times 10^2$	< 1	< 1	< 1
Salmonella spp.	Per 100ml	Not Detected	Not Detected	Not Detected	Not Detected



GRI

Content Index

Global Reporting Initiative Content Index : GRI Standard

GRI Standards	Disclosure Title	SD Report 2023 Page No.	Form 56-1 One Report 2023 Page No."
GRI 2 General Disclosure 2021			
The Organization and its reporting practice			
GRI 2-1	Organizational details	8-10	11-29
GRI 2-2	Entities included in the organization's sustainability reporting	11	-
GRI 2-3	Reporting period, frequency and contact point	11	-
GRI 2-4	Restatements of information	11	-
GRI 2-5	External assurance	-	-
Activities and workers			
GRI 2-6	Activities, value chain and other business relationships	8-10, 18-19	37
GRI 2-7	Employees	76-82, 78	81-82
GRI 2-8	Workers who are not employees	-	-
Governance			
GRI 2-9	Governance structure and composition	12	68-69
GRI 2-10	Nomination and selection of the highest governance body	-	68-69, 72
GRI 2-11	Chair of the highest governance body	-	70
GRI 2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	12, 22-23, 107-108	70-71
GRI 2-13	Delegation of responsibility for managing impacts		70-71, 79
GRI 2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	2-6, 22-23, 107-108	76
GRI 2-15	Conflicts of interest	108-109	91-92
GRI 2-16	Communication of critical concerns	-	67
GRI 2-17	Collective knowledge of the highest governance body	-	69, 85-88
GRI 2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	-	88-89
GRI 2-19	Remuneration policies	85	80
GRI 2-20	Process to determine remuneration	80, 78-85	80-82
GRI 2-21	Annual total compensation ratio	85	-



GRI Standards	Disclosure Title	SD Report 2023 Page No.	Form 56-1 One Report 2023 Page No."
Strategy, policies and practices			
GRI 2-22	Statement on sustainable development strategy	13-16	-
GRI 2-23	Policy commitments	76-77	-
GRI 2-24	Embedding policy commitments	9, 13-14	-
GRI 2-25	Process to remediate negative impacts	44-45, 75	-
GRI 2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	-	65-66
GRI 2-27	Compliance with laws and regulations	44-45, 75, 77-80, 97-99	67
GRI 2-28	Membership associations	4, 112	8, 62
Stakeholder engagement			
GRI 2-29	Approach to stakeholder engagement	20-22	-
GRI 2-30	Collective bargaining agreement	85	-
GRI 201-1	Direct economic value generated and distributed	7, 84-85, 100-106, 123-126	-
GRI 201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	24, 34, 118, 121-122	-
GRI 201-3	Defined benefit plan obligations and other retirement plans	85	82
GRI 201-4	Financial assistance received from government	110	-
GRI 202-1	Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage	85	82
GRI 202-2	Proportion of senior management hired from the local community	78	-
GRI 203-1	Infrastructure investments and services supported	-	-
GRI 203-2	Significant indirect economic impacts	-	-
GRI 204-1	Proportion of spending on local suppliers	52-59	-
GRI 205-1	Operations assessed for risks related to corruption	112-113	-
GRI 205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	113	62-66
GRI 205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	113	62-66
GRI 206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	14-21, 116	-
GRI 207-1	Approach to tax	14, 62, 110, 117, 121	-
GRI 207-2	tax governance, control, and risk management	62, 117, 121	30-35, 93-94



GRI Standards	Disclosure Title	SD Report 2023 Page No.	Form 56-1 One Report 2023 Page No."
GRI 207-3	Stakeholder engagement and management of concerns related to tax	62, 117, 121	-
GRI 207-4	Country-by-country reporting	-	-
GRI 3 Material Topic			
GRI 301-1	Materials used by weight or volume	59	-
GRI 301-2	Recycled input materials used	-	-
GRI 301-3	Reclaimed products and their packaging materials	-	-
GRI 302-1	Energy consumption within the organization	24-33, 127-128	-
GRI 302-3	Energy intensity	127-128	-
GRI 302-4	Reduction of energy consumption	24-33, 127-128	-
GRI 302-5	Reductions in energy requirements of products and services	24-44, 127-128	-
GRI 303-1	Interactions with water as a shared resource	34-38, 127-128	-
GRI 303-2	Management of water discharge-related impacts	34-38, 127-128	-
GRI 303-3	Water withdrawal	34-38, 127-128	-
GRI 303-4	Water discharge	34-38, 127-128	-
GRI 303-5	Water consumption	34-38, 127-128	-
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 305-1	Direct (scope 1) GHG emissions	24-33, 128	-
GRI 305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	24-33, 128	-
GRI 305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	24-33, 128	-
GRI 305-4	GHG emissions intensity	24-33, 128	-
GRI 305-5	Reduction of GHG emissions	24-33, 128	-
GRI 305-6	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	-	-
GRI 305-7	Nitrogen oxides (NOX), sulfur oxides (SOX), and other significant air emissions	128	-



GRI Standards	Disclosure Title	SD Report 2023 Page No.	Form 56-1 One Report 2023 Page No."
GRI 306-1	Waste generation and significant waste-related impacts	40-44, 127-128	-
GRI 306-2	Management of significant waste-related impacts	40-51, 127-128	-
GRI 306-3	Waste generated	127-128	-
GRI 306-4	Waste diverted from disposal	127-128	-
GRI 306-5	Waste directed to disposal	127-128	-
GRI 308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	56, 52-60	-
GRI 401-1	New employee hires and employee turnover	78, 129-130	-
GRI 401-2	"Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees"	7, 80-81, 85-88, 129-130	81-82
GRI 401-3	Parental leave	129-130	-
GRI 402-1	Minimum notice periods regarding operational changes	-	-
GRI 403-1	Occupational health and safety management system	92-96	-
GRI 403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	92-96	-
GRI 403-3	Occupational health services	85-88, 92-96	-
GRI 403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	92-95	-
GRI 403-5	Worker training on occupational health and safety	92-96	-
GRI 403-6	Promotion of worker health	87	-
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	93, 131	-
GRI 403-10	Work-related ill health	92-93, 131	-
GRI 404-1	Average hours of training per year per employee	80-82, 129	-
GRI 404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	80-82	-
GRI 404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	20, 82, 80, 85	82
GRI 405-1	Diversity of governance bodies and employees	130	-
GRI 405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	85, 130	-



GRI Standards	Disclosure Title	SD Report 2023 Page No.	Form 56-1 One Report 2023 Page No."
GRI 406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	76, 80	-
GRI 407-1	Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	-	-
GRI 408-1	"Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor"	79, 118-120	-
GRI 409-1	"Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor"	76-77, 79, 118-120	-
GRI 410-1	Security personnel trained in human rights policies or procedures	76	-
GRI 411-1	Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	-	-
GRI 412-1	Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	76	-
GRI 412-2	Employee training on human rights policies or procedures	76	-
GRI 412-3	Significant investment agreements and contracts that include human rights clauses or that underwent human rights screening	76-77, 52-61	-
GRI 413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	21, 71, 100-106	-
GRI 414-1	New suppliers that were screened using social criteria	52-60	-
GRI 414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	-	-
GRI 415-1	Political contributions	-	63
GRI 416-1	Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	9, 15-20, 46-47, 62-75	-
GRI 416-2	"Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services"	62-75	-
GRI 417-1	Requirements for product and service information and labeling	69-70	-
GRI 417-2	Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	62-75	-
GRI 417-3	Incidents of non-compliance concerning marketing communications	62-75	-
GRI 418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	18, 70-71, 75, 97-99, 121-122	-



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