



OISHI おいしい
G·R·O·U·P おいしい
PUBLIC COMPANY LIMITED

รายงานการพัฒนาที่ยั่งยืน
2564

だんけつ

โออิชิพร้อมใจ ก้าวไปด้วยกัน





สารบัญ

สารจากประธานกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง	6
สารจากกรรมการผู้จัดการ	8
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	12
เกี่ยวกับไออีซี	18
แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของไออีซี	24
• แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของไออีซี	
• สรุปประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนในการรายงาน	
• ห่วงโซ่คุณค่าของไออีซี	
• การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย	
การกำกับดูแลกิจการที่ดี	34
• การกำกับดูแลกิจการเพื่อสร้างคุณค่าสู่ความยั่งยืน	
• การบริหารความเสี่ยง	
• จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ	
• การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	
• การตรวจสอบทุจริตภายในองค์กร	
• ความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว	
ด้านเศรษฐกิจ	42
• สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค	
- การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ	
- กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน	
- การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ	
• ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและคุณค่าทางโภชนาการ	
• การพัฒนาศักยภาพคู่ค้า	
• ห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน	
• นวัตกรรม	
ด้านสังคม	54
• ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภครององค์กร	
• การพัฒนาชุมชนและการเป็นพันธมิตร	
• ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน	
• การพัฒนาบุคลากร	
• การสร้างแรงจูงใจและรักษาพนักงานที่มีความสามารถ	
• สิทธิมนุษยชน	
ด้านสิ่งแวดล้อม	70
• การจัดการพลังงาน	
• การบริหารจัดการของเสียและบรรจุภัณฑ์	
• การบริหารจัดการน้ำ	
• การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ	
การแสดงผลตามตัวชี้วัด GRI Standards	80
แบบตอบกลับรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนของไออีซี 2564	87

だんけつ



โออีซีพร้อมใจ ก้าวไปด้วยกัน

โออีซี ดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดด้านความยั่งยืนด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ตลอด 1 ปีที่ผ่านมา โออีซีให้ความสำคัญกับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งพนักงาน ซึ่งถือเป็นพันธกิจสำคัญขององค์กร เราจึงดูแลอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ เรายังคงดำเนินงานช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่องภายใต้โครงการ “ให้” ที่พร้อมเคียงข้างคนไทยทุกคน เพื่อส่งมอบรอยยิ้ม อิ่มใจ อิ่มท้องอย่างเป็นสุข แม้ในยามวิกฤต ที่สำคัญที่สุด โออีซี มุ่งมั่นสร้างความยั่งยืนให้กับโลกใบนี้ ด้วยการหลอมรวมใจให้เป็นพลังสำคัญที่จะช่วยดูแลและรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างรับผิดชอบต่ออนุรักษโลกใบนี้ให้สวยงามน่าอยู่ ควบคู่ไปกับการเติบโตของธุรกิจที่มั่นคงและยั่งยืน

สารจากประธานกรรมการ บริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง



“สร้างความมั่นใจ และสู้วิกฤต เคียงข้างผู้มีส่วนได้เสีย อันจะนำพาองค์กรไปสู่ความยั่งยืน”

ตั้งแต่ปี 2563 ที่ผ่านจนถึงปัจจุบัน ไม่เพียงแต่ระดับองค์กรที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่หรือโควิด-19 แต่ส่งผลไปในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก ซึ่งวิกฤตการณ์ดังกล่าว ล้วนส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการเงิน ซึ่งอาจมีระดับความรุนแรงที่แตกต่างกันไป

จากความพยายามที่ต้องการยับยั้งการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ภาครัฐจึงได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ อาทิ การปิดประเทศ เคอร์ฟิว และการปิดห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ซึ่งมาตรการเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจอย่างมาก โดยเฉพาะภาคบริการ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการบิน การท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ซึ่งบริษัท ไออีซี กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ในฐานะเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มก็ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์นี้ไม่น้อยเช่นกัน

คณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง ในฐานะที่เป็นผู้มีส่วนสำคัญในการแนะนำสนับสนุนให้คณะทำงานบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง รวมถึงผู้บริหารได้ดำเนินงานตามกรอบการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง กลยุทธ์ และทรัพยากรที่ใช้ในการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ผ่านมา รวมทั้งการกำหนดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของกลุ่มบริษัท เพื่อเฟื่อระวังและดูแลพนักงานในช่วงที่ผ่านมา ซึ่งวิกฤตครั้งนี้ ถือเป็นบทพิสูจน์ความยั่งยืนขององค์กร ว่าบริษัทสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทไออีซียังให้ความสำคัญกับการเคารพในสิทธิและการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยกำหนดเป็นแนวปฏิบัติสำหรับทุกหน่วยงาน และพนักงานทุกระดับ รวมทั้งกำหนดแนวทางป้องกันความเสี่ยงหรือผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ มีการวิเคราะห์และระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ

ของบริษัท เพื่อจะได้ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม มุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมและช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ พร้อมรับฟังความต้องการยอมรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพราะข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์สำหรับการบูรณาการและการกำหนดกลยุทธ์ กิจการแผนดำเนินงาน และแนวทางดำเนินธุรกิจเพื่อให้องค์กรเกิดความมั่นคงและยั่งยืน

การกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มบริษัทไออีซี แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เราพร้อมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการเติบโตให้กับเศรษฐกิจของประเทศ ขณะเดียวกันก็ดูแลใส่ใจสังคม ชุมชนด้วยการจัดโครงการที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิต ดังจะเห็นได้จากภารกิจที่กลุ่มบริษัทได้มอบสิ่งต่าง ๆ ดูแลในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ผ่านมา และคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ กระบวนการผลิตของโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้เครื่องจักรทันสมัย จึงใช้กำลังคนและใช้พลังงานน้อยลง ในปีที่ผ่านมาเราสามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เชื้อเพลิง น้ำ และบรรจุภัณฑ์พลาสติกได้เป็นอย่างดี รวมถึงสามารถบริหารจัดการของเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผมมั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและคำนึงถึงความยั่งยืนของบริษัทจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งจะนำไปสู่การขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืน ไม่เพียงในระดับองค์กรอย่างกลุ่มบริษัทไออีซี เท่านั้น แต่จะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาวของประเทศด้วย ในนามของคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง ผมขอส่งกำลังใจและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าทุกท่านจะสามารถยืนหยัดและต่อสู้กับโควิด-19 ขอให้ทุกท่านมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง และขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่ยังคงสนับสนุน เราจะผ่านพ้นวิกฤตการณ์ครั้งนี้ไปได้ด้วยดี

นายชัย จรุงธนาภิบาล
ประธานกรรมการบริหาร
ความยั่งยืนและความเสี่ยง

สารจากกรรมการผู้จัดการ



ปี 2564 นับเป็นอีกหนึ่งปีที่ท้าทายอย่างมากสำหรับบริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เพราะนอกจากต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 แล้ว ยังต้องรับมือกับการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตในรูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง

โออิชิ ในฐานะกลุ่มธุรกิจไม่มีแอลกอฮอล์และกลุ่มธุรกิจอาหารภายใต้บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มของโลกในดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices - DJSI) มาอย่างต่อเนื่อง และได้รับการยอมรับให้เป็นสมาชิกของประเภทกลุ่มดัชนีโลก (World Index) เป็นปีที่ 5 โออิชิ จึงนำแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนของไทยเบฟมาเป็นต้นแบบในการดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจในด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ควบคู่ไปกับการยึดมั่นเรื่องความซื่อสัตย์ โปร่งใส คุณธรรม และหลักธรรมาภิบาลเสมอมา อีกทั้งได้นำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการขององค์การสหประชาชาติมาปรับใช้เป็นแนวทางกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานด้านธุรกิจ เพื่อความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

จากสถานการณ์วิกฤตโควิด-19 ที่เกิดขึ้น ล้วนส่งผลกระทบต่อทุกธุรกิจ โออิชิ ได้ปรับแผนกลยุทธ์การดำเนินงานให้รับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันก่วงที่ โดยเรียนรู้และทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคนี้ที่เปลี่ยนไป หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ตระหนักถึงความสะอาด ถูกสุขลักษณะ อนามัย เน้นความปลอดภัย และต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็ว โออิชิ จึงเดินหน้าพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีให้ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลทั้งด้านผลิตภัณฑ์และรูปแบบการให้บริการ เช่น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่รองรับเทรนด์ Health & Wellness รวมถึงพัฒนาอาหารและเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น อาทิ การใช้วัตถุดิบที่ปราศจากไขมันทรานส์ 100% การลดปริมาณน้ำตาลและโซเดียม บริการที่สร้างความสะดวกสบายและยกระดับความปลอดภัยให้ผู้บริโภคได้มั่นใจยิ่งขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์พฤติกรรมผู้บริโภคและการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน

โออิชิ สามารถรักษาสถานภาพทางการเงินที่แข็งแกร่งและสภาพคล่องเอาไว้ได้ ท่ามกลางผลกระทบที่เกิดจากการระบาดของโรคโควิด-19 ที่ยืดเยื้อและเศรษฐกิจที่ซบเซา ส่งผลให้โออิชิ ได้รับการจัดอันดับเครดิตองค์กรในระดับ A+ อย่างต่อเนื่อง ด้วยแนวโน้มอันดับเครดิต “Stable” หรือ “คงที่” จากบริษัททริสเรทติ้ง จำกัด (“ทริสเรทติ้ง”) สถาบันจัดอันดับเครดิตแห่งแรกของประเทศไทย นอกจากนี้ธุรกิจเครื่องดื่มยังคงครองตำแหน่งผู้นำในตลาดชาพร้อมดื่มในประเทศไทยและมีผลการดำเนินงานที่ดี จึงได้รับรางวัล “Thailand’s Most Admired Brand 2021” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 10

นอกจากนี้ โออิชิ ดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับเทรนด์ของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับแนวคิด

ความยั่งยืน รักโลก และใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้นด้วย โดยมุ่งเน้นนโยบายสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป โดยให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงานขององค์กร โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตโควิด-19 ด้วยมาตรการเชิงรุก (Proactive) เช่น การตรวจหาเชื้อโควิด-19 เชิงรุก การอำนวยความสะดวกในการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 การดูแลรักษาพนักงานที่ป่วยติดเชื้อโควิด-19 การแจกอุปกรณ์ป้องกัน ทั้งหน้ากากอนามัย และแอลกอฮอล์ เป็นต้น เพื่อให้พนักงานปลอดภัย พร้อมให้บริการลูกค้าได้อย่างมั่นใจ อีกทั้งเป็นส่วนหนึ่งในการริเริ่มกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตคนในชุมชนและช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เช่น โครงการ “ให้สู้ภัยโควิด-19” ซึ่งผสานความร่วมมือกับบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) มอบผลิตภัณฑ์อาหาร-เครื่องดื่มในเครือไทยเบฟ และโออิชิ ให้กับโรงพยาบาล 7 แห่ง ตลอดระยะเวลา 5 เดือน โครงการ “ส่งอ้อม ให้สู้ภัยด้วยกัน” จัดขึ้นในวาระครบรอบ 22 ปี ของโออิชิ มอบผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นและเครื่องดื่มชาเขียวโออิชิ ให้กับชุมชนผู้ด้อยโอกาสและผู้ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 และในส่วนของโครงการที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต โออิชิ จัดโครงการ “น้ำดื่มสะอาด” เป็นปีที่ 4 ช่วยปรับปรุงระบบน้ำดื่มให้กับโรงเรียนในชุมชนบริเวณใกล้เคียงกับโรงงานได้มีน้ำสะอาดไว้บริโภค ในด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทมีการจัดการและป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต่าง ๆ ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายทางธรรมชาติและลูกค้าสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ (Reuse) ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่ลดปริมาณการใช้พลาสติก รวมถึงลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และมีการบริหารจัดการอาหารส่วนเกินหรือขยะอาหารที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ถูกต้องตามข้อกำหนดทางกฎหมายและมาตรฐานการจัดการต่าง ๆ ซึ่งครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม ปลอดภัย และผู้บริโภคจากบริษัท SGS (Thailand) เช่น มาตรฐานด้านความปลอดภัยอาหาร GHP, HACCP, BRC, มาตรฐานระบบการจัดการคุณภาพ ISO 9001 มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001

ในนามของบริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ดิฉันขอขอบคุณท่านผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่ให้การสนับสนุนและมอบความไว้วางใจให้กับบริษัทมาโดยตลอด ขอขอบคุณคณะกรรมการบริษัท คณะผู้บริหารทุกท่าน และพนักงานที่ร่วมกันฝ่าฟัน ทุ่มเท ทำงานอย่างหนักตลอดปีที่ผ่านมา ทำให้องค์กรของเราเติบโต และจะยังคงยืนหยัดดำเนินธุรกิจต่อไปอย่างมั่นคงและยั่งยืน

นางนงนุช บุรณะเศรษฐกุล
กรรมการผู้จัดการ

わけあう



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) จัดทำรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อนำเสนอผลการบริหารจัดการความยั่งยืนของบริษัท ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2563 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564 ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยจัดทำขึ้นตามหลักเกณฑ์ของการรายงานด้านความยั่งยืนของ Global Reporting Initiative (GRI) ฉบับ GRI Standards

このほうこくしょ
について



รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารประเด็นสำคัญทางธุรกิจและการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมการพัฒนาขององค์กรอย่างยั่งยืน ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม และมีเป้าหมายสอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้ง 17 ประการ ขององค์การสหประชาชาติ (UN Sustainable Development Goals: SDGs)

ขอบเขตการรายงาน

ข้อมูลที่นำเสนอในรายงานฉบับนี้เป็นข้อมูลในบังคับประมาณ 2564 รายงานประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืนครอบคลุมระยะเวลา 12 เดือน จากเดือนตุลาคม 2563 ถึงเดือนกันยายน 2564

ขอบเขตการรายงานครอบคลุมกลุ่มบริษัทโออิชิในประเทศไทยเท่านั้น ทั้งนี้ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากโรงงานโออิชิ 4 แห่ง ได้แก่ โรงงานผลิตเครื่องดื่ม 3 แห่ง ตั้งอยู่ที่เขตนครอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี เขตนครอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี เขตอำเภอม่วง จังหวัดสระบุรี และโรงงานผลิตอาหาร 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่อำเภอบ้านฉาง จังหวัดชลบุรี รวมทั้งร้านอาหารในเครือโออิชิ จำนวน 255 สาขา (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2564) และสำนักงานใหญ่

บริษัทได้จัดทำรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนฉบับนี้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมถึงมีการเผยแพร่ในเว็บไซต์ของโออิชิ www.oishigroup.com หากท่านมีข้อเสนอแนะและความเห็นเพิ่มเติม สามารถใช้แบบฟอร์มที่แนบท้ายรายงานฉบับนี้ส่งต่อให้คณะทำงานได้พิจารณาข้อเสนอแนะดังกล่าวด้วยความยินดีเป็นอย่างยิ่งและนำไปปรับปรุงคุณภาพของรายงานต่อไป

やさしさ



おいしいについて

เกี่ยวกับโออิชิ

โออิชิ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2542 และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี 2547 ภายใต้ชื่อ บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ใช้ชื่อย่อในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่า “OISHI” ปัจจุบันดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม โดยเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนสำคัญของกลุ่มธุรกิจไม่มีแอลกอฮอล์และกลุ่มธุรกิจอาหารภายใต้บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์องค์กร

“เป็นผู้นำและสร้างสรรค์ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มสไตล์ญี่ปุ่น เพื่อมอบคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ผู้บริโภค และสร้างการเติบโตแก่ธุรกิจอย่างยั่งยืน”

พันธกิจของเรา

1. รักษาคุณภาพการผลิตและการบริการธุรกิจ ทางด้านอาหารเบเกอรี่ และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ มุ่งมั่นสร้างและรักษาความนิยมของผู้บริโภคในสินค้าของ “โออิชิ” ให้มีความต่อเนื่อง อีกทั้งให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน มีการจัดการด้านสุขลักษณะที่ดี
2. เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ
3. ปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิต การวิจัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์
4. เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และความสามารถในการแข่งขันด้านราคาและคุณภาพ เมื่อเทียบกับคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยผลักดันให้ประเทศไทยมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
5. ดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย เพื่อสร้างการเติบโตแก่ธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน

จุดยืนของโออิชิ

ปัจจุบัน โออิชิ เป็นแบรนด์ชั้นนำของอาหารและเครื่องดื่มสไตลญี่ปุ่นที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค โดยมีจุดยืนที่ชัดเจน ได้แก่

- **คุณภาพ** - สร้างสรรค์อาหารและเครื่องดื่มสไตลญี่ปุ่น เริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิตด้วยเทคโนโลยีระดับโลก การคัดสรรวัตถุดิบชั้นเยี่ยมจากแหล่งวัตถุดิบคุณภาพ ไปจนถึงการส่งมอบสินค้าที่ตั้งใจให้เป็นมากกว่าความอร่อยแก่ลูกค้า ทั้งประสบการณ์ที่ประทับใจและความพึงพอใจสูงสุด จนกลายเป็นสินค้าที่เต็มไปด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแบบฉบับของโออิชิ ที่ผู้บริโภคต่างชื่นชอบและให้การตอบรับเป็นอย่างดี
- **พิถีพิถัน** - สูตรสำเร็จของการสร้างสรรค์ทุกเมนูอาหารและเครื่องดื่มของโออิชิ คือการเพิ่มความใส่ใจลงไป พิถีพิถัน ละเมียดละไมในแบบฉบับของโออิชิ ความเอาใจใส่ในทุกขั้นตอน เสมือนกำลังปรุงอาหารให้คนในครอบครัวรับประทาน
- **นวัตกรรม** - การวิจัยค้นคว้าและพัฒนาที่ไม่เคยหยุดนิ่งเป็นกุญแจสำคัญที่เปิดสู่การค้นพบสิ่งใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยจึงเป็นหัวใจในการขับเคลื่อนและพาเราก้าวเข้าไปใกล้ชิดลูกค้า รับรู้และเข้าใจความรู้สึก ความต้องการที่หลากหลายและลึกซึ้งมากขึ้น จึงเป็นคำตอบที่ดีว่าทำไมโออิชิ จึงสามารถครองใจผู้บริโภคมาทุกยุค ทุกสมัย
- **ความรับผิดชอบ** - โออิชิ ยึดหลักคุณธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจเสมอมา ทุกกระบวนการผลิตสินค้ายึดมั่นในมาตรฐานและความโปร่งใส ไม่ประนีประนอมกับปัจจัยที่จะเข้ามาลดทอนคุณภาพ ในขณะที่เดียวกันก็ไม่ละเลยการใส่ใจสังคมและสิ่งแวดล้อม มีการสร้างสรรค์กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านโครงการต่าง ๆ มากมาย ทั้งด้านการอนุรักษ์พลังงาน รักษาสิ่งแวดล้อม ช่วยเหลือชุมชน สนับสนุนการศึกษา ช่วยเหลือเยียวยาผู้ประสบภัย และให้กำลังใจแก่ผู้ด้อยโอกาส เพราะเชื่อว่าการเติบโตไปพร้อมกับสังคมที่เข้มแข็งจะนำมาซึ่งความมั่นคงที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง



สินค้าและบริการ

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย ประกอบด้วย 2 ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจเครื่องดื่มและธุรกิจอาหาร โดยธุรกิจเครื่องดื่ม โออิชิ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวโออิชิ หลากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์กลุ่มโออิชิ กรีนที ผลิตภัณฑ์กลุ่มโออิชิ โกลด์ ผลิตภัณฑ์โออิชิ แบล็คที และผลิตภัณฑ์โออิชิ ชาคูลส์ซ่า

ส่วนธุรกิจอาหารแบ่งเป็นธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น และธุรกิจอาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุงและพร้อมทาน กล่าวคือ ในส่วนธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น ประกอบด้วยร้านอาหารญี่ปุ่นประเภทบุฟเฟ่ต์ ได้แก่ โออิชิ แกรนด์ โออิชิ อีทเทอเรียน โออิชิ บุฟเฟ่ต์ ชาบูชิ และนิคุยะ ส่วนร้านอาหารญี่ปุ่นประเภทอาลาการ์ทหรือตามสั่ง ได้แก่ โออิชิ ราเมน คาคาชิ ซาคาเอะ และโฮว ยู สำหรับร้านขนมญี่ปุ่น ได้แก่ โอโยกิ รวมถึงบริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน ได้แก่ โออิชิ เดลิเวอรี่ และโออิชิ คิกเช่น

ทั้งนี้ ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 โออิชิ มีร้านอาหารทั่วประเทศ จำนวนรวมทั้งสิ้น 255 สาขา ส่วนธุรกิจอาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุงและพร้อมทาน ภายใต้ตราสินค้า โออิชิ อีทโต (OISHI EATO) เป็นธุรกิจการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่เย็นและแช่แข็งสไตลญี่ปุ่นที่มีคุณภาพหลากหลายรูปแบบ อาทิ โออิชิ อีทโต: เกียวซ่า โออิชิ อีทโต: แซนวิช โออิชิ อีทโต: ราเมน โออิชิ อีทโต: คานี และยังมีผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มน้ำจิ้มและซอสปรุงรสโออิชิ ประกอบด้วย น้ำจิ้มสุกี้ยากิ ซอสเทอริยากิ และซอสโซยุ

ささげる



แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของไออีซี

ไออีซี วางแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยยึดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 17 ประการ (Sustainable Development Goals: SDGs) ประกอบกับแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาขององค์กรอย่างยั่งยืน (ESG: Environment, Social, and Governance) ที่ครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลหรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีการถ่ายทอดสู่สายงานระดับปฏิบัติการต่าง ๆ ขององค์กร และบูรณาการแผนการปฏิบัติงานให้มีความเชื่อมโยงกัน เพื่อสร้างสมดุลตลอดห่วงโซ่คุณค่า อันจะนำมาซึ่งประโยชน์สูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของไออีซี ดังต่อไปนี้



おいしいの
 じぞくかのうな
 かいはずせいさく

แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของโออิชิ

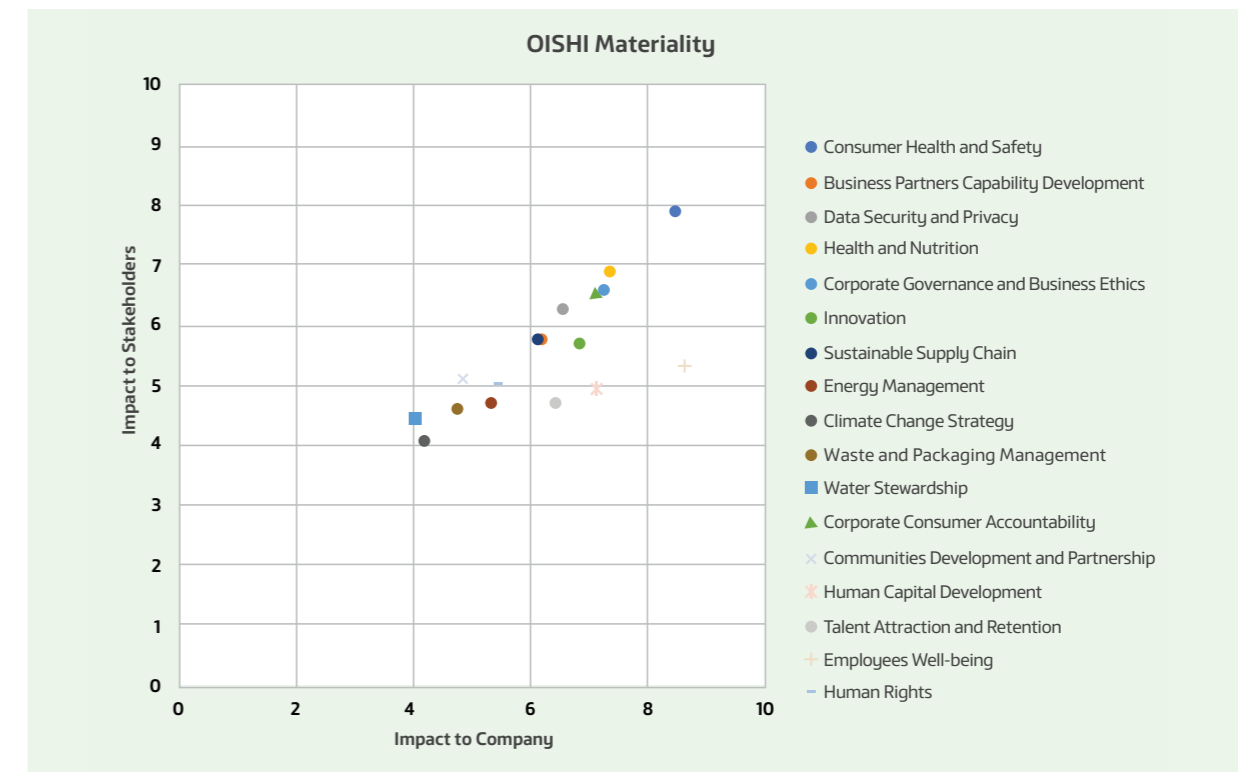
1. คำนึงถึงและรักษาไว้ซึ่งความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายในการดำเนินงาน เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ
2. ลดผลกระทบของการดำเนินงานในห่วงโซ่คุณค่าของโออิชิ เพื่อให้สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจ โดยครอบคลุม ด้านสังคม สิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย และความปลอดภัย
3. โออิชิ ยึดหลักแนวปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยครอบคลุมทุกด้านที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสมและปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อบังคับ
4. สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อให้เกิด การเติบโต และมีการดำเนินงานอย่างยั่งยืนต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
5. เปิดเผยพันธกิจและการดำเนินงานในด้านความยั่งยืน อย่างโปร่งใส เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
6. ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งพัฒนานวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
7. ให้ความสำคัญและใส่ใจคุณภาพและความปลอดภัยในห่วงโซ่ อาหาร โดยมอบผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและดีต่อสุขภาพ ให้ผู้บริโภคด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
8. มีส่วนร่วมในการยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน โดยใช้ความ เชี่ยวชาญด้านธุรกิจในการพัฒนา ช่วยเหลือ เพื่อความยั่งยืน ของชุมชนและส่วนรวม
9. ตระหนักถึงการปฏิบัติตามนโยบายความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่ คุณค่าของโออิชิ



สรุปประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนในการรายงาน

ในปี 2564 โออิชิ ได้ทวนสอบสาระสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร จึงสรุปประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนในการรายงาน เป็น 17 ประเด็น ดังนี้

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค 2. ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและคุณค่าทางโภชนาการ 3. การกำกับดูแลองค์กรและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ 4. การรับผิดชอบต่อผู้บริโภคขององค์กร 5. ความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว 6. การพัฒนาศักยภาพคู่ค้า 7. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน 8. นวัตกรรม 9. ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน | <ol style="list-style-type: none"> 10. การพัฒนาชุมชนและการเป็นพันธมิตร 11. สิทธิมนุษยชน 12. การพัฒนาบุคลากร 13. การสร้างแรงจูงใจและรักษาพนักงานที่มีความสามารถ 14. การบริหารจัดการพลังงาน 15. การบริหารจัดการของเสียและบรรจุภัณฑ์ 16. การบริหารจัดการน้ำ 17. การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ |
|--|---|



นอกจากนั้น โออิชิ ยังยึดกรอบการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG: Environmental, Social, and Governance) เป็นพื้นฐานส่วนหนึ่งในการระบุและประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องทั้งด้านผลกระทบและโอกาสที่จะเกิดขึ้นตามเกณฑ์ การประเมินความเสี่ยงของโออิชิ ตลอดจนการพิจารณาร่วมกับเป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย บังคับทั้งภายในและภายนอก และแนวโน้มที่สำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจในอนาคต

ห่วงโซ่คุณค่าของโออิชิ

การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่จะส่งผลสำเร็จให้กับธุรกิจ โออิชิ จึงให้ความสำคัญกับกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่าทุกขั้นตอน เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและการเติบโตอย่างยั่งยืน



1. การจัดซื้อจัดหา

โออิชิ ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดซื้อจัดหา ในฐานะผู้นำธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มระดับโลกในประเทศไทย กระบวนการจัดซื้อจัดหาจำเป็นต้องมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส และมุ่งเน้นให้เกิดผลสัมฤทธิ์เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ

การดำเนินงาน

- มีการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเติบโตไปพร้อมกับโออิชิ โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสินค้าและบริการ โดยมีการตรวจสอบผลงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน มีกระบวนการจัดการที่เหมาะสมและส่งเสริมให้มีการปรับปรุงคุณภาพอย่างยั่งยืน โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินอย่างเป็นระบบ
- มีการวางแผนในการจัดหาวัตถุดิบและทำงานอย่างใกล้ชิดกับคู่ค้า รวมทั้งการจัดเตรียมวัตถุดิบทดแทนในกรณีฉุกเฉินเพื่อความต่อเนื่องของธุรกิจ โดยจัดให้มีการประชุมอย่างสม่ำเสมอกับคู่ค้าหลักในการจัดหาวัตถุดิบ
- มีการร่วมมือกับบริษัทในกลุ่มไทยเบฟ เพื่อผสานความร่วมมือในการจัดหาวัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งจะช่วยเพิ่มอำนาจในการต่อรอง และเพื่อให้นับใจว่าวัตถุดิบที่ได้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้



- มีกระบวนการจัดซื้อจัดหาที่มีมาตรฐาน โดยคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น การบริหารจัดการพลังงาน อาชีวอนามัย และความปลอดภัย รวมถึงการกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้นับใจว่าสินค้าและบริการส่งถึงมือผู้บริโภคอย่างปลอดภัยและมีคุณภาพ
- ใส่ใจในความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงผลกระทบหลังการบริโภคด้วย



2. การผลิต

โออิชิให้ความสำคัญและใส่ใจในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนอย่างพิถีพิถันและเป็นมืออาชีพ เพื่อส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพแก่ผู้บริโภค

การดำเนินงาน

- สร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ตอบรับเทรนด์ผู้บริโภคที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพและสุขอนามัยที่ดี
- มีการควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ถูกต้องตามข้อกำหนดทางกฎหมายและมาตรฐานการจัดการต่าง ๆ ตามหลักสากล ซึ่งครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และผู้บริโภค เช่น มาตรฐาน ISO 9001 ISO 14001 ISO 22000 GMP HACCP และ BRC
- เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค
- มีการจัดการด้านความปลอดภัยและสุขลักษณะที่ดีภายในโรงงานและแหล่งผลิตต่าง ๆ
- ใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างคุ้มค่าและให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ทั้งด้านทรัพยากรน้ำและพลังงานต่าง ๆ มีการใช้พลังงานทดแทน การติดตั้งระบบ Solar Rooftop เพื่อนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ในการผลิตกระแสไฟฟ้า รวมถึงมีการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

3. การกระจายสินค้าและบริการ

โออิชิ ใช้เครือข่ายจัดส่งสินค้าภายใต้กลุ่มบริษัทไทยเบฟ จึงมีระบบการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย

การดำเนินงาน

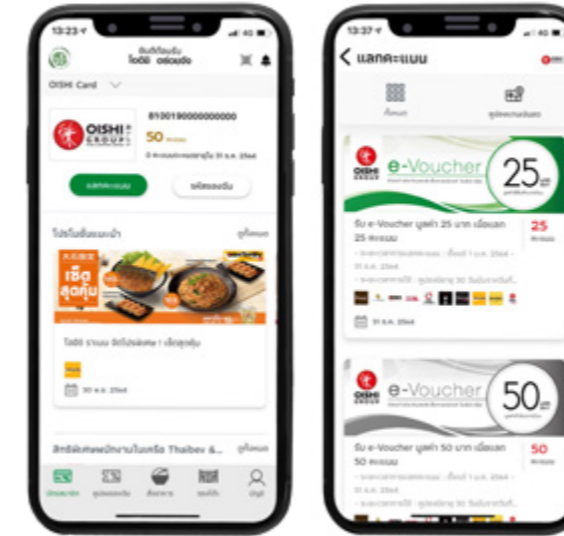
- ให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพสินค้า และการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้า ควบคู่ไปกับการให้บริการอย่างมืออาชีพ
- การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริหารจัดการระบบการขนส่งและกระจายสินค้า เช่น การวางระบบควบคุมวินัยในการขับข้อย่างปลอดภัยให้แก่พนักงานขับรถ การบริหารการใช้พลังงานเชื้อเพลิงเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- ใช้ระบบการกระจายสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ สำหรับผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อรักษาคุณภาพและความสดใหม่ ตั้งแต่ออกจากโรงงานไปจนถึงมือผู้บริโภค
- ขยายสาขาของร้านอาหารในรูปแบบต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ตอบโจทย์วิถี New Normal และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น โออิชิ ฟู้ด ทรัค รถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ที่รวมแบรนด์ต่าง ๆ ของเครือโออิชิ เน้นกลยุทธ์สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงง่าย และเคลื่อนย้ายได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป หรือร้านโออิชิ กู โท เปิดให้บริการในรูปแบบ To Go จำหน่ายอาหารพร้อมทาน สไลด์ญี่ปุ่น ตบโถกยไฝฟัสไสลึคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมเร่งรีบ มีเวลาน้อย ต้องการความสะดวก รวดเร็ว แต่ยังมีมองหาสินค้าที่ดีต่อสุขภาพ พกพาได้ง่าย อาทิ ข้าวหน้าญี่ปุ่น สลัด ซูชิ โอนิกริ อีกทั้งจำหน่ายวัตถุดิบสำหรับประกอบอาหารญี่ปุ่นแบบง่าย ๆ ได้เองที่บ้าน
- ธุรกิจร้านอาหารขยายช่องทางการขายแบบผสมผสาน โดยการใช้ร้านอาหารเป็นศูนย์กลาง ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ระบุสาขา/จุดรับ รวมไปถึงวันและเวลารับสินค้าได้ตามความต้องการ

4. การตลาดและการขาย

ธุรกิจอาหารและธุรกิจเครื่องดื่มโออิชิส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคผ่านช่องทางจัดจำหน่ายที่ทันสมัย ครอบคลุมมีประสิทธิภาพ พร้อมปรับตัวและปรับกลยุทธ์ในการทำตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

การดำเนินงาน

- มีการปรับแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงจากวิกฤตโควิด-19 เพื่อรักษาการเป็นผู้นำตลาด และสร้างการเติบโต
- ขยายบริการให้ครอบคลุม เช่น การเพิ่มความหลากหลายของเมนูอาหาร โดยใช้ครัวในร้านที่มีอยู่ในปัจจุบันภายใต้ชื่อบริการ "Oishi Kitchen" ส่งผลในการเพิ่มโอกาสการขายให้กับแบรนด์ต่าง ๆ ที่ไม่มีร้านตั้งอยู่ในพื้นที่นั้น ๆ
- นำดิจิทัลและเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและความปลอดภัยให้กับลูกค้า
- มุ่งเน้นการเพิ่มช่องทางใหม่ ๆ ในการขายและการเข้าถึงลูกค้า ได้แก่
 - Food Aggregator:** ขยายช่องทางการขายผ่านพันธมิตร Food Aggregator เพื่อสร้างยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการจัดส่งอาหาร
 - e-Market Place:** เพิ่มโอกาสในการขายด้วยการทำการตลาดแบบ O2O โดยเข้าไปที่กลุ่มซื้อขายที่มีลูกค้าเป้าหมายผ่านรูปแบบ e-Voucher
 - WWW.SHOPTEENEE.COM (ช้อปปิ้งที่นี้ดอกคอม):** เพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ทั้งอาหารและเครื่องดื่มในเครือโออิชิ ผ่าน 'อีมาร์เก็ตเพลส' แพลตฟอร์มในรูปแบบเว็บไซต์และโมบายแอปพลิเคชัน



- BevFood:** แอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าแบบครบวงจร โดยสามารถใช้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้ในแอปพลิเคชันเดียว เช่น การสั่งอาหารออนไลน์พร้อมบริการจัดส่งถึงที่ หรือเลือกรับที่สาขา การจองโต๊ะรวมถึงการสะสมแต้มสมาชิกและการเปลี่ยนแต้มเป็นคูปองเงินสด

- สร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้าผ่านแคมเปญการตลาดที่หลากหลาย รวมทั้งการสร้างสรรค Application OISHI Club ของธุรกิจเครื่องดื่มที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคสำหรับร่วมกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมเอ็กซ์คลูซีฟ พร้อมสิทธิพิเศษในการลุ้นและแลกของรางวัล อีกทั้งเป็นการสร้าง Brand Loyalty และความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบชาเขียวโออิชิอีกด้วย ขณะที่ธุรกิจอาหารมี Application BevFood ที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าแบบครบวงจร ทั้งการสั่งอาหารและสะสมแต้มจากการใช้บริการ คะแนนสะสมแลกเป็นคูปองส่วนลดแทนเงินสด กดรับ e-Coupon เพื่อรับสิทธิประโยชน์ที่แต่ละแบรนด์จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย
- สื่อสารและประชาสัมพันธ์ถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม และกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค พร้อมรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภคผ่านช่องทางติดต่อสื่อสาร เพื่อนำมาพัฒนาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

5. การบริการหลังการขาย

การบริการหลังการขายเป็นอีกหนึ่งหัวใจของการรักษาลูกค้าในระยะยาว โออิชิจึงให้ความสำคัญต่อการบริการหลังการขายอย่างมีประสิทธิภาพ

การดำเนินงาน

- มีทีมงานประสานงานกับลูกค้ากรณีเกิดเหตุที่ทำให้ลูกค้าเกิดข้อสงสัย หรือไม่พอใจในผลิตภัณฑ์และบริการ
- มีการจัดทำ QR Survey เครื่องมือการบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นกุญแจหลักในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และเพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า โดยระบบจะแสดง Unique QR Code ที่ลิงก์กับการเข้ารับบริการของสาขานั้น ๆ บนใบเสร็จ การแสดงความคิดเห็น แนะนำ ทีมผู้ใช้บริการเพียงแค่สแกน จากนั้นระบบจะนำไปสู่ขั้นตอนต่าง ๆ ในทันที และหากมีประเด็นใดที่ได้คะแนนต่ำกว่ามาตรฐานระบบจะดึงเข้าสู่ห้องเรียนและนำส่งข้อมูลไปยังสาขาที่ให้บริการเพื่อทำการแก้ไขในทันที ด้วยการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการปรับกระบวนการเก็บข้อมูลลูกค้า ส่งผลให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ค่าตอบแทน สิทธิประโยชน์ และสวัสดิการ ความมั่นคงในอาชีพ โอกาสก้าวหน้าในสายงาน ความปลอดภัยในการทำงานและอาชีวอนามัย การส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพ การเคารพสิทธิมนุษยชน 	<ul style="list-style-type: none"> ประเมินค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่ให้กับพนักงานอย่างเป็นธรรมเป็นประจำทุกปี สร้างแรงจูงใจและรักษาพนักงานที่มีความสามารถ เพิ่มหลักสูตรพัฒนาศักยภาพด้านต่าง ๆ ให้กับบุคลากร ดูแลด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยที่ดีในการทำงาน
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> ความยืดหยุ่นและความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ วิสัยทัศน์ของผู้บริหารและแนวทางการดำเนินธุรกิจ แนวทางปฏิบัติสำหรับลูกค้า กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง โปร่งใส เป็นธรรม และไม่เลือกปฏิบัติ การรักษามาตรฐานด้านคุณภาพการส่งมอบบริการ และความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของลูกค้า การร่วมมือกันระหว่างบริษัทและลูกค้าในการบริหารจัดการความเสี่ยงตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน การพัฒนาศักยภาพของลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> การจัดประชุมร่วมกับลูกค้า การประเมินความเสี่ยงด้านความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ การริเริ่มโครงการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในมิติต่าง ๆ ร่วมกับลูกค้า การสนับสนุน แบ่งปันองค์ความรู้ และพัฒนาลูกค้า
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> ความปลอดภัยในการบริโภคผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ความชัดเจนของนโยบายในการดำเนินธุรกิจ ความโปร่งใสในการประกอบธุรกิจ การรับผิดชอบต่อผู้บริโภคของผู้บริโภค การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายเพื่อสร้างคุณค่าสู่สังคม การประกอบการค้าที่ยืดหยุ่นและตรงตามความต้องการของสภาวะตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมพัฒนาธุรกิจผ่านการแบ่งปันความรู้และความคิดเห็นระหว่างไออีซี และลูกค้า กิจกรรมการเยี่ยมชมโรงงาน การสำรวจประเด็นการมีส่วนร่วมของลูกค้า ในฐานะผู้มีส่วนได้เสีย การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า
ผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า การให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย การรับผิดชอบต่อผู้บริโภคของผู้บริโภค ราคาสินค้าที่เป็นธรรมและเหมาะสม ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและสภาวะตลาด ความชัดเจนของนโยบายในการดำเนินธุรกิจ ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การจัดทำโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง การประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส และมีจรรยาบรรณ การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
นักลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> ผลประโยชน์ของบริษัท ข้อมูลด้านธุรกิจของไออีซี เป้าหมายและวิสัยทัศน์ของบริษัท ความโปร่งใสในการประกอบธุรกิจ การดำเนินงานที่รับผิดชอบ ต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม การให้ข้อมูลด้านธุรกิจอย่างโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี การจัดประชุมนักวิเคราะห์หรายไตรมาส (Analyst Meeting) การร่วมกิจกรรมพบนักลงทุนรายย่อยกับ ตลก. รายปี (Opportunity Day) การเข้าเยี่ยมชมโรงงาน
ชุมชน สังคม	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างงานและส่งเสริมอาชีพให้แก่ชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน การส่งเสริมคุณภาพชีวิต-สุขอนามัยที่ดีให้กับชุมชน การส่งเสริมด้านการศึกษาให้กับชุมชน การส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม และดูแลเรื่องสภาพแวดล้อมในชุมชน การลดปริมาณขยะอาหารและปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างงาน ส่งเสริมอาชีพให้แก่ชุมชน และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติงาน มีการลงพื้นที่และประชุมร่วมกับชุมชน เพื่อติดตามความคืบหน้าโครงการที่ร่วมมือกับดำเนินงาน การจัดโครงการเพื่อสังคมช่วยเหลือชุมชน และสังคม บริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบริหารจัดการผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ
หน่วยงานกำกับดูแล	<ul style="list-style-type: none"> การบริหารและจัดการด้านภาษีอย่างโปร่งใส การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม การโฆษณาและการขายสินค้าเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และมีจริยธรรม การดูแลสวัสดิภาพและความปลอดภัยด้านแรงงาน การเคารพสิทธิมนุษยชน 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณและปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย และนโยบายของหน่วยงานกำกับดูแล รายงานผลการดำเนินธุรกิจและผลปฏิบัติงานต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องตามความถี่ที่หน่วยงานกำหนด เข้ารับการอบรมในหลักสูตรด้านต่าง ๆ ที่จัดโดยหน่วยงานรัฐหรือหน่วยงานอื่นที่รัฐให้การรับรอง บริหารจัดการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม
องค์กรพัฒนาเอกชน	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณและปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย และนโยบายของหน่วยงานกำกับดูแล รายงานผลการดำเนินธุรกิจและผลปฏิบัติงานต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องตามความถี่ที่หน่วยงานกำหนด เข้ารับการอบรมในหลักสูตรด้านต่าง ๆ ที่จัดโดยหน่วยงานรัฐหรือหน่วยงานอื่นที่รัฐให้การรับรอง บริหารจัดการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม 	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรต่าง ๆ การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี บริหารจัดการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม

きぎょうとうち

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

ไออีซี ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม ซื่อสัตย์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดมั่นปฏิบัติภายใต้กรอบจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การกำกับดูแลกิจการที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร และการกำกับดูแลก่อให้เกิดโครงสร้างสำคัญระหว่างฝ่ายจัดการคณะกรรมการ คณะผู้บริหาร พนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย อันเป็นกลไกในการกำหนดวัตถุประสงค์ แนวทางการดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงการพร้อมรับการตรวจสอบในทุกกระบวนการ อันจะนำไปสู่ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

การกำกับดูแลกิจการเพื่อสร้างคุณค่าสู่ความยั่งยืน

ไออีซีให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการจัดให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งสะท้อนถึงระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เป็นธรรม และตรวจสอบได้ บริษัทมุ่งเน้นพัฒนาและยกระดับการกำกับดูแลกิจการ โดยคณะกรรมการบริษัทกำหนดให้มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัทที่สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“ก.ล.ต.”) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลท.”) ซึ่งอ้างอิงหลักการที่เป็นสากลของ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) ประกอบด้วย 5 หมวดหลัก ได้แก่ สิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูล และความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ รวมถึงจรรยาบรรณของบริษัท เพื่อเป็นหลักเกณฑ์และแนวทางให้ผู้บริหาร พนักงาน และบุคลากรทุกคนของบริษัทและบริษัทย่อยต้องปฏิบัติตาม รวมถึงจัดให้มีการสื่อสาร สร้างความเข้าใจ และมีการติดตามผลการปฏิบัติงานในด้านการกำกับดูแลกิจการภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นไปอย่างถูกต้อง คำนึงถึงประโยชน์และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

จากความมุ่งมั่นในการยกระดับการดำเนินการด้านการกำกับดูแลกิจการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทได้รับการจัดอันดับเครดิตองค์กรที่ระดับ A+ จากการมีผลการดำเนินงานที่ดี ประกอบกับการมีตราสินค้าซึ่งเป็นที่รู้จักซึ่งจัดอันดับโดยสถาบันจัดอันดับเครดิตแห่งแรกของประเทศไทย บริษัท ทริสเรทติ้ง จำกัด (“ทริสเรทติ้ง”) อีกทั้งยังได้รับคะแนนตามผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ประจำปี 2564 ในระดับดีเลิศ เป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน ซึ่งประเมินโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (“IOD”) ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จและความภาคภูมิใจที่สำคัญขององค์กร

การบริหารความเสี่ยง

โออิชิ ได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง ประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัทตามจำนวนที่เหมาะสม เพื่อบริหารความเสี่ยง โดยมีการติดตาม ประเมิน และบริหารจัดการความไม่แน่นอนตามกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรของโออิชิ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อช่วยให้เห็นความเสี่ยงทางธุรกิจที่สำคัญและโอกาสใหม่ ๆ สำหรับการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน สามารถตอบสนองต่อความท้าทายและบรรเทาผลกระทบ รวมถึงใช้ประโยชน์จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็นผู้นำและสร้างสรรค์ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มสไตล์ญี่ปุ่น เพื่อมอบคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ผู้บริโภคและสร้างการเติบโตแก่ธุรกิจอย่างยั่งยืน

โออิชิ ยึดมั่นการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์การพัฒนาที่ยั่งยืนของโออิชิ จึงครอบคลุมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยง โดยเฉพาะความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อความยั่งยืนของบริษัท เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพ โออิชิ จึงดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรตามแนวทางของ COSO: Enterprise Risk Management โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

- 1. โครงสร้างการกำกับดูแล**
ครอบคลุมตั้งแต่ระดับคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร คณะผู้บริหาร คณะกรรมการบริหารความยั่งยืน และความเสี่ยง คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- 2. ความเข้าใจในบริษัทและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่เน้นแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน**
โดยทุกหน่วยงานทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดเพื่อทำความเข้าใจ วิเคราะห์ติดตาม และสื่อสารปัจจัยเสี่ยงและแนวโน้มสำคัญในอนาคตที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ หรือกลยุทธ์องค์กร
- 3. กระบวนการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ**
ทั้งในระดับองค์กร ระดับจัดการ จนถึงระดับปฏิบัติการ การประเมินความเสี่ยงที่สำคัญและกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการความเสี่ยงภายใต้กรอบการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงจะต้องสามารถระบุ วิเคราะห์ ประเมิน ตอบสนอง และติดตามกระบวนการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงที่สำคัญทั้งหมดของบริษัท รวมถึงการสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ และแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของสาระสำคัญด้านความยั่งยืนของโออิชิ
- 4. การติดตาม รายงาน และประเมินผล**
มีการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง ในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับสายงาน ระดับสายธุรกิจ และระดับองค์กร
- 5. การสร้างวัฒนธรรมด้านความยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยง**
โดยให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยงกับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ในองค์กร ส่งเสริมให้พนักงานได้พูดคุยหรือเสนอความเห็นด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการบริหารจัดการความเสี่ยง ผ่านการทำงานและกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การทำเวิร์กช็อปร่วมกันในงาน Oishi Group Conference เป็นต้น

กระบวนการบริหารความเสี่ยง



โออิชิ พิจารณา “ความเสี่ยงด้านความยั่งยืนขององค์กร” จากสาระสำคัญด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้ง 3 ด้าน คือ สิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ เป็นประจำทุกปี โดยกำหนดประเด็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืนขององค์กรที่มีทั้งผลกระทบ และโอกาสต่อธุรกิจ แบ่งเป็น 4 ระดับ คือ 1) ระดับ “สูงมาก” (E) 2) ระดับ “สูง” (H) 3) ระดับ “ปานกลาง” (M) และ 4) ระดับ “ต่ำ” (L) การบริหารจัดการความเสี่ยงในระดับต่าง ๆ ถือเป็นความท้าทายของคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง รวมถึงผู้บริหารที่จะต้องหาวิธีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่แตกต่างกันและมีการติดตามอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ โออิชิ ได้ร่วมทำการประเมินด้านความยั่งยืนภายใน (Internal Sustainability Assessment) กับไทยเบฟ เพื่อให้เกิดความตระหนักรู้และผนวกเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนและความเสี่ยงให้เกี่ยวข้องกับกระบวนการดำเนินงานธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืนและการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะเกิดขึ้นภายในองค์กรที่มีการปลูกฝังวัฒนธรรมด้านความยั่งยืนและความเสี่ยงให้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ดังนั้น เพื่อให้พนักงานทุกคนตระหนักถึงความสำคัญ

ของความยั่งยืนและร่วมกันพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน รวมถึงการป้องกัน ติดตาม และจัดการความเสี่ยงภายในองค์กรที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนขององค์กร โออิชิ จึงได้กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจทางธุรกิจ ตั้งแต่การวางแผนงานตามกลยุทธ์ขององค์กร การจัดทำงบประมาณและการปฏิบัติงานในแต่ละวัน โดยพิจารณาถึงความสมดุลระหว่างความเสี่ยง โอกาสการเติบโตของธุรกิจ และผลประโยชน์ที่ผู้มีส่วนได้เสียจะได้รับเป็นสำคัญ ซึ่งในการกำหนดกลยุทธ์ การวางแผน การปฏิบัติงานต่าง ๆ หากประเมินว่ามีโอกาสเกิดความเสี่ยงและอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ก็จะนำเสนอประเด็นความเสี่ยงต่าง ๆ กับคณะทำงานบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง เพื่อรวบรวมข้อมูลในทะเบียนความเสี่ยงองค์กรและรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยงต่อไป นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้หัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายในเข้ารับการอบรมและสัมมนาเป็นประจำทุกปี และนำความรู้มาถ่ายทอดให้ผู้บริหารและพนักงานเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาที่ยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องด้วย

ตารางแผนภูมิความเสี่ยงของโออิชิ

ระดับผลกระทบ	โอกาส/ความถี่ในการเกิดเหตุการณ์				
	1 น้อยมาก	2 น้อย	3 ปานกลาง	4 ค่อนข้างมาก	5 มาก
5 สูงมาก	M5	H10	H15	E20	E25
4 สูง	M4	H8	H12	H16	E20
3 ปานกลาง	L3	M6	H9	H12	H15
2 เล็กน้อย	L2	M4	M6	H8	H10
1 ไม่มีผล	L1	L2	L3	M4	M5

Severity (S)

มาตรการตอบสนองความเสี่ยง	
ระดับความเสี่ยง	มาตรการ
สูงมาก (E)	การปฏิบัติเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงนั้นทันที
สูง (H)	ผู้บริหารระดับสูงต้องให้ความสนใจหรือความสำคัญ
ปานกลาง (M)	ต้องมีการระบุหน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่ฝ่ายจัดการ (ระดับผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการฝ่าย)
ต่ำ (L)	บริหารจัดการโดยวิธีการปฏิบัติงานประจำ

จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

โออิชิ ดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักธรรมาภิบาล มีจรรยาบรรณทางธุรกิจ มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้เป็นสำคัญ อีกทั้งคำนึงถึงประโยชน์และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยปฏิบัติต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง ชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม หน่วยงานภาครัฐ นอกจากนี้ บริษัทจัดให้มีการเปิดเผยและรับฟังข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียม เหมาะสม และทันต่อเหตุการณ์ รวมถึงหลีกเลี่ยงการดำเนินการอันอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ด้วยบริษัทตระหนักดีว่าผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะส่งเสริมและเกื้อกูลให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทประสบความสำเร็จ

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

โออิชิ มีนโยบายที่ชัดเจนในการต่อต้านการทุจริต ไม่ว่าจะเป็นการให้สินบนหรือการคอร์รัปชัน โดยเข้าร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันตามความเหมาะสม พร้อมกันนี้ ยังได้กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนต้องไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการคอร์รัปชัน การให้หรือรับสินบนจากเจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้ได้มาหรือคงไว้ซึ่งธุรกิจหรือข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน หรือห้ามใช้ประโยชน์จากการบริจาคและการทำสาธารณกุศลไปสนับสนุนการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเด็ดขาด รวมทั้งการเปิดโอกาสให้แจ้งเบาะแสการกระทำทุจริต เพื่อให้พนักงานทุกคนตระหนักถึงความสำคัญและยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต ปฏิบัติงานด้วยความไม่ประมาทเลินเล่อ หรือบกพร่องต่อหน้าที่ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสและเอื้อประโยชน์ต่อการกระทำผิดทุจริตต่อหน้าที่ อันอาจส่งผลให้บริษัทได้รับผลกระทบและความเสียหายอย่างร้ายแรงได้

โออิชิ ป้องกันและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่องผ่านการสอบทานจากคณะกรรมการตรวจสอบ อีกทั้งยังมีการติดตามประเมินและกำหนดแนวทางบริหารจัดการความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้นโดยคณะกรรมการบริหารความยั่งยืนและความเสี่ยง ซึ่งจะมีการรายงานความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญไปยังคณะกรรมการบริษัทในทุกไตรมาส พร้อมกำหนดแนวทางป้องกันการทุจริตในองค์กร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. จัดให้มีหลักสูตรการอบรมด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันแก่ผู้บริหารและพนักงาน ครอบคลุมทั้งในส่วนของสำนักงานใหญ่ โรงงาน และร้านอาหาร
2. ปลูกฝัง สื่อสาร ทำความเข้าใจ และกำหนดให้พนักงานและผู้บริหารปฏิบัติตามจรรยาบรรณและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ
3. หากบริษัทตรวจพบการทุจริต บริษัทจะดำเนินการขั้นเด็ดขาดทันที
4. มีกระบวนการตรวจสอบการทุจริตในองค์กรอย่างเป็นระบบและจริงจัง รวมถึงสนับสนุนหน่วยงานตรวจสอบภายใน
5. สื่อสารกับคู่ค้าถึงเจตนาแน่วแน่และนโยบายที่ชัดเจนในการสนับสนุนการต่อต้านการทุจริต

การตรวจสอบทุจริตภายในองค์กร

สำหรับการรับเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแส โออิชิ จัดให้มีมาตรการกำกับดูแลและมีช่องทางสื่อสารสำหรับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมถึงพนักงานในการรับเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแสการกระทำที่สงสัยว่ามีการฝ่าฝืน การละเมิดสิทธิ์ หรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ จรรยาบรรณ หรือนโยบายการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงการรายงานทางการเงินที่ไม่ถูกต้องหรือระบบควบคุมภายในที่บกพร่อง โดยสามารถแจ้งต่อคณะกรรมการตรวจสอบโดยตรงผ่านหลากหลายช่องทางที่เปิดเผย รวมถึงช่องทางเว็บไซต์ของบริษัทในหัวข้อนักลงทุนสัมพันธ์

ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแส

เว็บไซต์ : www.oishigroup.com
อีเมล : AuditCommittee@Oishigroup.com
ไปรษณีย์ : คณะกรรมการตรวจสอบ ฝ่ายตรวจสอบภายใน บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เลขที่ 90 อาคารซีดับเบิลยู ทาวเวอร์ ชั้นที่ 36 ห้องเลขที่ บี 3601 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

นอกจากนี้ โออิชิ ได้กำหนดแนวทางในการคุ้มครองผู้ร้องเรียนหรือผู้แจ้งเบาะแส โดยถือว่าข้อมูลของผู้ร้องเรียนหรือผู้แจ้งเบาะแสเป็นความลับ บริษัทจะไม่เปิดเผยชื่อผู้ร้องเรียนหรือผู้แจ้งเบาะแส เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามที่กฎหมายและหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกำหนด รวมถึงจัดให้มีระเบียบการรับเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแสและการให้ความคุ้มครองตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัทและบริษัทย่อย โดยมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2558 (“ระเบียบการรับเรื่องร้องเรียน”) เพื่อให้การดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนและแจ้งเบาะแสของโออิชิมีแบบแผนที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ มีความคล่องตัว และมีมาตรฐานสากลทัดเทียมกับบริษัทชั้นนำอื่น ๆ ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมถึงพนักงานว่าจะได้รับการป้องกันจากการถูกกลั่นแกล้ง ให้อภัย หรือปฏิบัติอย่างไม่เหมาะสม อันเนื่องมาจากการร้องเรียนหรือให้เบาะแสแก่โออิชิ เว้นแต่การกระทำดังกล่าวได้กระทำโดยไม่สุจริตหรือมีเจตนามุ่งร้ายทำลายบริษัทหรือบุคคลอื่น หรือผิดกฎหมาย หรือระเบียบวินัยของบริษัท

พร้อมกันนี้ คณะกรรมการบริษัทมอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระ เป็นผู้ดูแลและกำหนดแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนหรือข้อมูลเบาะแสที่ผ่านเข้ามาตามช่องทางดังกล่าวข้างต้น รวมถึงมอบหมายให้หน่วยงานตรวจสอบภายใน ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอิสระในการปฏิบัติงานและรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบปฏิบัติหน้าที่สนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบในการคัดกรอง บริหารจัดการ และตรวจสอบข้อร้องเรียนหรือเบาะแส หากมีมูลความจริงที่จะนำเสนอผลการตรวจสอบต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อพิจารณา และแนะนำแนวทางการแก้ไข หรือรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทต่อไป โดยภายหลังการพิจารณาดำเนินการแก้ไข ปรับปรุงตามข้อร้องเรียนหรือเบาะแสที่ได้รับมาแล้ว บริษัทจะแจ้งการดำเนินการให้ผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียนได้ทราบตามขั้นตอนภายในระยะเวลาที่เหมาะสม

ทั้งนี้ หากมีกรณีที่เรื่องร้องเรียนหรือการให้เบาะแสระบุด้วยเจตนาที่ดี ปราศจากการมุ่งร้ายทำลายชื่อเสียงของบริษัทหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เมื่อบริษัทถูกศาลพิจารณาแล้วว่าได้ละเมิดสิทธิตามกฎหมายของบุคคลนั้นจริง บุคคลนั้นย่อมมีสิทธิที่จะได้รับการชดเชยจากบริษัทตามความเหมาะสมพอสมควรแก่เหตุ และเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

ความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว

ปัจจุบันโออิชิ นำเทคโนโลยีและดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับพนักงานและระบบปฏิบัติการต่าง ๆ ประกอบกับใช้เป็นเครื่องมือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อเพิ่มยอดขาย สร้างกำไร เช่น การมอบสิทธิพิเศษด้วยกลยุทธ์การตลาดแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) ผ่านรูปแบบการแสดงความยินดีของลูกค้าย รวมถึงช่วยเพิ่มความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค แต่ขณะเดียวกันการจารกรรมข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น จนกลายเป็นภัยคุกคามทางไซเบอร์ โออิชิ คำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด รวมถึงข้อมูลของผู้บริโภค ลูกค้าย พนักงาน และภาคส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้นโออิชิ จึงมีกลไก แผนงาน มาตรการป้องกันสำหรับการบริหารจัดการเพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูลซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายทางธุรกิจและผู้เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 1. กำหนดให้มีนโยบายสารสนเทศของโออิชิ ประกอบด้วย แนวทางปฏิบัติในการใช้งาน การกำกับดูแล การป้องกันรักษาความปลอดภัย และบทกำหนดโทษ รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและดิจิทัลที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน การสร้างความตระหนักรู้และรับผิดชอบเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการแจ้งข่าวสารผ่านระบบอีเมล การอบรมและจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีอย่างถูกต้องที่ไม่ละเมิดต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และมีความปลอดภัยของข้อมูลเพื่อป้องกันการถูกคุกคามทางไซเบอร์ รวมถึงคุณและโทษจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่จะส่งผลกระทบต่อสังคม
2. การสร้างระบบป้องกันความปลอดภัยตั้งแต่ระบบเครือข่ายจนถึงเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่มีความเสี่ยงต่อการถูกโจมตีจากบุคคลภายนอก
2.1 ระดับเครือข่ายมีการสร้างไฟร์วอลล์ (Firewall) เพื่อป้องกันและตรวจสอบให้มีการรับส่งข้อมูลในช่องทางที่กำหนดกับปลายทางที่อนุญาตเท่านั้น
2.2 ระดับอุปกรณ์มีการติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสคอมพิวเตอร์ในเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่อง และการเชื่อมต่อมาที่ส่วนกลางเพื่อสามารถควบคุมและแก้ไขเครื่องที่มีปัญหาได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว พร้อมทั้งยังสามารถหาสาเหตุของการถูกคุกคามเพื่อแก้ปัญหาที่ต้นเหตุและป้องกันการเกิดปัญหาซ้ำในครั้งต่อไป
3. การกำหนดสิทธิการใช้งานระบบต่าง ๆ ของพนักงาน เพื่อการจำแนกชั้นความลับและการจัดการข้อมูล เพื่อให้การเข้าถึงข้อมูลเป็นไปเพื่อประโยชน์ในการใช้งานและตามความจำเป็น อันจะเป็นการป้องกันการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นความลับและการจารกรรมข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ รวมถึงกำหนดให้มีระบบการบันทึกการเข้าใช้งานเพื่อให้สามารถตรวจสอบการเข้าถึงข้อมูลในระบบต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. การมีศูนย์ข้อมูล (Data Center) และการสำรองข้อมูลที่สำคัญ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลมาใช้งานได้เมื่อระบบหลักมีปัญหา ส่งผลให้ธุรกิจยังสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง
5. การเก็บข้อมูลการใช้งานเครือข่ายตามข้อบังคับของพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และมีการกำกับดูแลการเข้าถึงเว็บไซต์ที่มีความเสี่ยงต่อการถูกจารกรรมข้อมูล หรือกระทำความผิดกฎหมาย
6. การติดตั้งโปรแกรมเพื่อตรวจสอบการใช้งานโปรแกรมที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายในเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่อง เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์หรือทรัพย์สินทางปัญญาต่าง ๆ ในส่วนของระบบเครื่องแม่ข่าย (Server) มีการตรวจสอบสิทธิการใช้งานและ License รวมถึงดำเนินการต่ออายุการใช้งานทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าระบบทั้งหมดของกลุ่มบริษัทโออิชิมีการใช้โปรแกรมที่ถูกต้องตามกฎหมายเท่านั้น
7. การเพิ่มระบบบันทึกและติดตามการแก้ไขปัญหาของเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศ เพื่อให้หน่วยงานที่ดูแลเรื่องดังกล่าวสามารถสื่อสารกับผู้ใช้งานและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
8. จัดทำระบบฐานข้อมูลแบบรวมศูนย์ ให้สอดคล้องกับ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการให้ความสำคัญในการเคารพสิทธิความเป็นส่วนตัวด้านข้อมูลอันเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล (“Personal Data”) ของลูกค้าและสมาชิกผู้ใช้งาน (“Users”) โดยข้อมูลจะถูกเก็บไว้ใน Server ที่ทางหน่วยงานที่รับผิดชอบเข้าถึงและจัดดำเนินการโดยองค์กรหรือผู้ให้บริการที่ได้รับสิทธิอนุญาตเท่านั้น ข้อมูลส่วนบุคคลใด ๆ ที่ผู้ใช้บริการได้ให้ไว้จะถูกเก็บรักษาไว้ตราบนานเท่านาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในเอกสารแจ้งทางเลือกเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลที่ผู้ใช้บริการได้ให้ความยินยอมหรือตามระยะเวลาที่จำเป็นเพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมาย ข้อกำหนดทางด้านบัญชีและ/หรือเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของบริษัทฯ

けいざい

ด้านเศรษฐกิจ

โออิชิ ดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์และพันธกิจภายใต้หลักการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม ให้ความสำคัญกับการพัฒนาวัฒนธรรม และการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ ดังนี้

1. สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค

จากเทรนด์การดูแลสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยม และผู้บริโภคยุคนี้ให้ความสนใจกับเรื่องอาหาร และเครื่องดื่มมากขึ้น โออิชิตระหนักถึงแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างดี จึงพัฒนาสินค้า โดยคำนึงถึงสุขภาพและความต้องการของผู้บริโภคตามสถานการณ์ตลาดในปัจจุบัน โดยมีการดำเนินการดังนี้

1.1 การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ

โออิชิคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานข้อกำหนดของบริษัทเพื่อการผลิตอาหาร และเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และส่งเสริมสุขภาพที่แข็งแรงให้แก่ผู้บริโภค โดยมีหลักการดังต่อไปนี้

- ใช้มาตรฐานสากล (Codex Alimentarius Commission - CAC) ในการคัดเลือกคู่ค้าเพื่อให้มั่นใจว่าสามารถผลิตสินค้าที่ปลอดภัยตามข้อกำหนดของ FAO/WHO
- คัดเลือกและตรวจสอบวัตถุดิบว่ามีคุณภาพและปลอดภัยผ่านการรับการรับรองระบบมาตรฐาน GMP จาก Thai FDA เป็นอย่างน้อย
- สำหรับกระบวนการจัดหาและคัดเลือกวัตถุดิบสำหรับผลิตเครื่องดื่มชาเขียว โออิชิได้มีการประเมินเรื่อง GMOs โดยวัตถุดิบในกลุ่มใบชา กลุ่มน้ำตาลฟรุคโตส กลุ่ม Concentrate รวมถึงสารสกัดจากธรรมชาติ มีเอกสารรับรองว่าเป็น Non-GMOs

1.2 กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน

โออิชิ ให้ความสำคัญและใส่ใจในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนอย่างพิถีพิถัน โดยควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยในการผลิต การจัดเก็บ การขนส่ง และการบริการ รวมไปถึงกระบวนการตรวจสอบย้อนหลังไปยังแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ด้วยมาตรฐานระดับสากล ซึ่งครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และผู้บริโภค เช่น มาตรฐาน ISO 9001 ISO 14001 ISO 22000 GMP และ HACCP

โรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่ม: มีการจัดการด้านความปลอดภัยและสุขลักษณะที่ดีภายในโรงงานและแหล่งผลิตต่าง ๆ โดยได้รับการรับรองมาตรฐานในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9001: 2015 และระบบการจัดการบริหารความเสี่ยงและมาตรฐานด้านความปลอดภัยอาหาร GHP & HACCP Codex 2020 จากบริษัท SGS (Thailand)
- บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบด้านการจัดการความปลอดภัยอาหาร FSSC 22000 Version 5.1 (Food Safety System Certification) สำหรับกระบวนการผลิตเครื่องดื่มโออิชิแบบบรรจุกล่องและบรรจุขวดแบบเย็นและปลอดเชื้อ โดยระบบครอบคลุมถึงความรับผิดชอบของฝ่ายบริหาร การจัดการทรัพยากร การวางแผนการผลิต และการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย รวมถึงเรื่องของการจัดการงานบริการ การปกป้องอาหาร (Food Defense) การป้องกันอาหารปลอม (Food Fraud) และการแสดงฉลากผลิตภัณฑ์ ซึ่งเพิ่มเติมจากระบบ ISO 22000 กำหนดไว้ จากบริษัท SGS (Thailand)
- ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มทั้งหมดของบริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด ได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตตามมาตรฐานอาหารฮาลาล (HALAL) จากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย
- ห้องปฏิบัติการสอบเทียบ บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด ได้รับการรับรองมาตรฐานห้องปฏิบัติการสอบเทียบตามมาตรฐาน ISO/IEC 17025 ตามเงื่อนไขการรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
- ห้องปฏิบัติการตรวจวิเคราะห์ บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด ได้รับการรับรองมาตรฐานห้องปฏิบัติการทดสอบตามมาตรฐาน ISO/IEC 17025 ตามเงื่อนไขการรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการจากกรมวิทยาศาสตร์บริการ และกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์
- ร้านอาหารญี่ปุ่นในเครือ บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ทุกสาขา ผ่านการตรวจรับรองมาตรฐานระบบ GMP และ HACCP จากบริษัท SGS (Thailand)
- บริษัท โออิชิ ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการบริหารความเสี่ยงและมาตรฐานด้านความปลอดภัยอาหาร GMP และ HACCP สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารทุกกลุ่มสินค้า จากบริษัท SGS (Thailand) และสำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มเกี่ยวข้าวเพื่อการส่งออกจากกรมปศุสัตว์ กรมประมง และกรมวิชาการเกษตร
- บริษัท โออิชิ ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยอาหาร BRC (British Retail Consortium) Issue 8 ของสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแห่งสหราชอาณาจักรสำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มเกี่ยวข้าวทั้งหมด จากบริษัท SGS (Thailand)
- บริษัท โออิชิ ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry System) และระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001: 2015 สำหรับกระบวนการผลิตอาหารทุกกลุ่มสินค้า



- ห้องปฏิบัติการตรวจวิเคราะห์ บริษัท โออิชิ ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ได้รับการรับรองมาตรฐานห้องปฏิบัติการทดสอบตามมาตรฐาน ISO/IEC 17025 ตามเงื่อนไขการรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์
- บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด โรงงานนวนคร และโรงงานวังมั่งได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001: 2015 จากบริษัท SGS (Thailand)
- บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด โรงงานนวนคร และโรงงานวังมั่งได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัย ISO 45001: 2018 & TIS 45001-2561 จากบริษัท SGS (Thailand)
- บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด โรงงานนวนคร และโรงงานวังมั่งได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการด้านพลังงาน ISO 50001: 2018 จากบริษัท SGS (Thailand)
- บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด ได้รับรางวัล “อย. ควอลิตี้ อวอร์ด” 3 ปีซ้อน (ปี 2560-2562) จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด โรงงานนวนครและโรงงานวังมั่งผ่านการรับรองตนเองว่าเป็นสถานประกอบการที่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม ติดตาม และป้องกันการปนเปื้อนของโควิด-19 ในสถานที่กระบวนการผลิต และบุคลากรตามเกณฑ์การประเมินตนเอง IPHA โดยสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กรมควบคุมโรค สถาบันอาหาร และสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ อีกทั้งบริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด ทุกโรงงานผ่านการรับรองตนเองว่าเป็นสถานประกอบการที่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม สะอาด ปลอดภัย และป้องกันโควิด-19 ตามเกณฑ์การประเมินตนเอง Thai STOP COVID Plus โดยกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
- บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด โรงงานวังมั่ง ได้รับรางวัลเกียรติยศสถานประกอบการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2563 จากกระทรวงแรงงาน



ร้านอาหาร: มุ่งพัฒนาคุณภาพ สุขลักษณะ และความปลอดภัยของอาหาร เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและคงไว้ซึ่งความเชื่อมั่นสูงสุดแก่ลูกค้า ด้วยระบบการจัดการและการปฏิบัติงานตามแบบมาตรฐานสากลอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องให้เกิดประสิทธิผลที่ดีเพื่อให้มั่นใจว่าทุกเมนูมีความปลอดภัย ขั้นตอนการปรุงและประกอบอาหารในร้านอาหาร ต้องเป็นไปตามมาตรฐานสากล ได้รับการรับรองระบบ GMP และ HACCP จาก SGS สามารถสอบกลับได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการทวนสอบผ่านจุด CCP (Critical Control Point) อย่างสม่ำเสมอ

การขนส่ง: มีระบบการจัดการและการขนส่งวัตถุดิบด้วยระบบ Cold Chain Logistics ที่ได้มาตรฐานสากลผ่านการรับรองมาตรฐาน GMP และ HACCP (Codex Alimentarius Commission-CAC)

รางวัลและประกาศนียบัตรการรับรองมาตรฐาน และการเป็นแบรนด์ที่น่าเชื่อถือ

- ผู้ผลิตเครื่องดื่มชาเขียวโออิชิได้รับรางวัล Thailand's Most Admired Brand ประจำปี 2564 ในฐานะแบรนด์ที่ครองความน่าเชื่อถือและเป็นแบรนด์ชาเขียวอันดับ 1 ในใจผู้บริโภคในหมวดชาพร้อมดื่มต่อเนื่องกัน 10 ปีซ้อน (ปี 2555-2564) จากนิตยสารแบรนด์เอจทำการวิจัยร่วมกับสถาบันการศึกษาชั้นนำของประเทศในทุกภูมิภาคอย่างมีประสิทธิภาพจนได้ผลสำรวจที่แม่นยำ
- บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด ได้รับ "การรับรองมาตรฐานฝีมือแรงงานของผู้ประกอบอาชีพ ในสาขาอาชีพช่างไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ สาขาผู้ควบคุมกระบวนการเครื่องบรรจุขวด (บรรจุเย็นในสภาวะปลอดเชื้อ) ระดับ 1" จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม เป็นการสร้างระบบประกันคุณภาพฝีมือและทักษะของพนักงานผู้ควบคุมเครื่องบรรจุสายการผลิต (CAF-Filler Operator)

1.3 การสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ

โออิชิ มีการทำวิจัยและพัฒนาอาหารและเครื่องดื่มอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ แต่ยังคงรสชาติดั้งเดิมให้ได้มากที่สุด โดยนโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นด้านโภชนาการ ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่

1.3.1 เครื่องดื่มชาเขียวปรับลดปริมาณน้ำตาล

เครื่องดื่มชาเขียวโออิชิมีการปรับลดน้ำตาล เช่น ชาเขียวโออิชิ รสแดงโม รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ สูตรไม่มีน้ำตาลและสูตรหวานน้อย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรอง "สัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ" (Healthier Choice Logo) จากมูลนิธิส่งเสริมโภชนาการฯ สถาบันโภชนาการมหาวิทยาลัยมหิดลอย่างต่อเนื่อง โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง "สัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ" แล้ว ได้แก่ ชาเขียวโออิชิ รสต้นตำรับ ชาเขียวโออิชิ รสชาวีญี่ปุ่น ชาเขียวโออิชิ โกลด์ เกียวคุโร สูตรไม่มีน้ำตาลและสูตรดีไลท์ ชาเขียวโออิชิ โกลด์ คาบูเซะ สูตรไม่มีน้ำตาลและสูตรดีไลท์ ชาเขียวโออิชิ โกลด์ เซนวะผสมมะนาว สูตรไม่มีน้ำตาลและสูตรดีไลท์ โออิชิ โกลด์ วาโอะ ชาเขียวโออิชิ พลัสซี กลิ่นส้มผสมวันมะพร้าว ชาเขียวโออิชิ รสแดงโม ชาเขียวโออิชิ รสแอปเปิ้ลอันนี้ สูตรไม่มีน้ำตาล และชาเขียวโออิชิ ชาคูลซ่า รสอุ่นเคียวโอ



1.3.2 ผลิตภัณฑ์อาหารลดปริมาณโซเดียม ไม่ใช้ผงชูรส และวัตถุดิบเสีย

ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมทานโออิชิ อีกโตะ ได้แก่ เกียวซาซูบิโซะ และเกียวซาซูปลุกียากิ มีการปรับลดปริมาณโซเดียมลงจากสูตรเดิม นอกจากนี้ ยังคิดค้นและพัฒนาสูตรอาหารพร้อมทาน กลุ่มเบนโตะ (ราเมนพร้อมทาน) ให้ปราศจากผงชูรสวัตถุดิบเสีย พร้อมเตรียมขยายไปสู่ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในอนาคต

1.3.3 ใช้วัตถุดิบที่ไม่มีส่วนผสมของไขมันทรานส์ ในการประกอบอาหาร

1.3.4 เพิ่มสารอาหารและคุณค่าทางโภชนาการ

- ชาเขียวโออิชิ ปรับปรุงสูตร โดยเพิ่มปริมาณสารอาหาร เช่น เพิ่มวิตามินซี 200% สำหรับชาเขียวโออิชิ พลัสซี และเพิ่มวิตามินบีสำหรับ โออิชิ โกลด์ เก็นโมะ วิตามินบีสูง
- ร้านอาหารญี่ปุ่นชาบูชิ พัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มชาบู-ชาบู เพื่อเน้นย้ำในเรื่องสุขภาพ โดยจัดทำน้ำซุซุชาบู-ชาบู สูตรผสมคอลลาเจน เป็นเมนูพิเศษจำหน่ายในช่วงเดือนเมษายน-มิถุนายน 2564



2. ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและคุณค่าทางโภชนาการ

โออิชิ พัฒนาและสร้างสรรค์เมนูอาหารใหม่ ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมทาน รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเขียวโออิชิรสชาติใหม่ที่ดีต่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความหลากหลายและเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและโภชนาการ ดังต่อไปนี้

เมนูอาหารใหม่และผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมทานที่ดีต่อสุขภาพ

- **ชุดชาบู-ชาบู หมูอนามัย อาหารพร้อมปรุงสไลด์ญี่ปุ่น:** โออิชิ ร่วมกับเมทาโกร สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุดชาบู-ชาบู หมูอนามัยพร้อมปรุง ง่ายสำหรับทำรับประทานเองได้ที่บ้าน ตอบรับวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป อยู่บ้านมากขึ้น ทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่บ้านเพิ่มขึ้น ทั้งทำงานและทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน พร้อมตอบโจทย์เรื่องความปลอดภัย หาซื้อได้สะดวกที่ซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำทั่วไป



- **ชาบู-ชาบู เพื่อสุขภาพ:** ร้านอาหารญี่ปุ่นชาบูชิ พัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มชาบู-ชาบู เพื่อเน้นย้ำในเรื่องสุขภาพ ได้แก่ เมนูปลาแซลมอน ที่มาพร้อมน้ำซุสชาบู-ชาบู สูตรผสมคอลลาเจน ที่เป็นเมนูพิเศษจำหน่ายเฉพาะช่วงเดือนเมษายน-มิถุนายน 2564
- **เมนูอาหารจากโปรตีนจากพืช (Plant-Based Protein):** มีการพัฒนาเมนูอาหารเพื่อสุขภาพที่ทำจากโปรตีนจากพืช (Plant-Based Protein) อาทิ ถั่วลันเตาสีทอง ถั่วเหลือง (Non-GMO) เฟ็ดหอมและข้าวที่ใส่โปรตีนสูง เพื่อให้บริการลูกค้าในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจ ได้แก่ เมนูราเมนผัดซอสโหระพาเจจำหน่ายที่ร้านโออิชิ ราเมน และเมนูข้าวหน้ากะเพราเจจำหน่ายที่ร้านคาชาชิ
- **แซนวิชผสมธัญพืช:** โออิชิ อีกโตะ สร้างสรรค์กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ในกลุ่มแซนวิชที่ผสมธัญพืชต่าง ๆ อาทิ ข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ ถั่วเหลือง มอลต์ และควินัว ได้แก่ แซนวิชผสมชาเขียวใส่แฮมไก่สลัดควินัว แซนวิชผสมธัญพืชใส่ไส้น้ำยาลำพวย แซนวิชผสมธัญพืชใส่อกไก่ซอสสลัดญี่ปุ่น แซนวิชผสมธัญพืชใส่อกไก่พริกไทยดำสลัดไข่ แซนวิชผสมธัญพืชใส่ปูอัดไข่กุ้งอะโวคาโดสเปรด



ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเขียวโออิชิรสชาติใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ

- **ชาเขียว โออิชิ พลัส ซี:** ตอบโจทย์เทรนด์รักสุขภาพ เพราะเพิ่มประโยชน์จากวิตามินซี 200% ซึ่งเป็นปริมาณเท่ากับเครื่องดื่มผสมวิตามินซีที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาด โดยวิตามินซีช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แข็งแรง ขณะที่ชาเขียวมีส่วนช่วยต้านอนุมูลอิสระ
- **ชาเขียว โออิชิ โกลด์ เก็นไมอะ วิตามินบี 1 บี 6 และ บี 12 สูง:** ชาข้าวคั่วญี่ปุ่นที่ผสมคุณค่าประโยชน์จากชาข้าวคั่วญี่ปุ่นและวิตามินบี ซึ่งมีส่วนช่วยในการทำงานตามปกติของระบบประสาทและสมอง พร้อมประโยชน์เรื่องผ่อนคลายความเครียดจากแอล-ธีอะนีน ประโยชน์ที่พบได้ในชาเขียว บี 2 รสชาติ ได้แก่ สูตรไม่มีน้ำตาลและสูตรดีไลท์ (หวานน้อย)
- **โออิชิ โกลด์ วาโคะ:** ชาญี่ปุ่นเกรดพรีเมียมพันธุ์หายากและมีเฉพาะช่วงเวลาสั้น ๆ ผ่านการคัดสรรเฉพาะยอดอ่อนใบชาที่ผ่านกระบวนการหมักอย่างสมบูรณ์ตามธรรมชาติให้ได้กลิ่นและรสชาติเฉพาะตัว รสเข้มข้น นุ่ม สดชื่น พร้อมมีสารทีโอฟลาวินที่ช่วยกระตุ้นการเผาผลาญไขมัน พร้อมมีไฟเบอร์ เพิ่มกากในระบบทางเดินอาหาร ช่วยกระตุ้นการขับถ่าย อีกทั้งน้ำตาลน้อย มีสองรสชาติ ได้แก่ สูตรเลมอนดีไลท์ รสเปรี้ยว หวานน้อย แคลอรี่ต่ำ และสูตรไม่มีน้ำตาล
- **โออิชิ ชาคูลส์ซ่า รสอุนเคียวโอะ:** ชาเขียวโซดาซ่า เพิ่มความอร่อยซ่า หอม จากกลิ่นอุนเคียวโอะ เคียวโอะ ไม่ต้องกังวลเรื่องน้ำตาล การันตีด้วยการได้รับเครื่องหมาย “ทางเลือกเพื่อสุขภาพ” (Healthier Choice)





3. การพัฒนาศักยภาพคู่ค้า

นอกจากความใส่ใจในทุกขั้นตอนและทุกกระบวนการของการจัดหาอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพแล้ว โออิชิ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพคู่ค้า เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

3.1 การบริหารจัดการคู่ค้าอย่างยั่งยืน

โออิชิ คัดเลือกคู่ค้าที่มีธรรมาภิบาล มีมาตรฐานการผลิตที่เป็นไปตามกฎหมาย มาตรฐานสากล และพร้อมที่จะให้ความร่วมมือกับโออิชิ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคสังคม ดังนั้น การคัดเลือกคู่ค้าใหม่ทุกรายจึงต้องผ่านเกณฑ์การประเมินตามนโยบายด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน มีความโปร่งใส มีคุณค่าทางโภชนาการที่เหมาะสม แสดงข้อมูลสินค้าที่มีส่วนประกอบของยีนส์ดัดแปลงพันธุกรรม (GMO) และแสดงข้อมูลสินค้าที่มีส่วนประกอบไขมันทรานส์ (Trans Fat) เพื่อกำหนดแนวทางการใช้วัตถุดิบให้เกิดประโยชน์และมีความปลอดภัยสูงสุดต่อผู้บริโภค

นอกจากนั้น การจัดซื้อจัดจ้างมีการตรวจสอบ เปรียบเทียบราคากับคุณภาพ เนื่องจากมีผลต่อต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งมีการสรรหาหรือพัฒนาคู่ค้ารายใหม่หรือแหล่งวัตถุดิบใหม่ ๆ มีการรวมปริมาณการสั่งซื้อในแต่ละคราวให้เหมาะสม เพื่อสร้างความสนใจให้กับคู่ค้า สร้างโอกาส



ในการแข่งขัน เพิ่มอำนาจในการต่อรองราคา เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่จัดหามานั้นมีคุณภาพดีราคาเหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ พร้อมหมั่นทบทวนราคาสินค้าและวัตถุดิบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การจัดซื้อมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาวะของตลาดอยู่เสมอ

3.2 หลักเกณฑ์สำคัญในการคัดเลือกคู่ค้า

- มีข้อกำหนด นโยบาย และคุณสมบัติที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของโออิชิ และมีธรรมาภิบาล มีความรับผิดชอบต่อคู่ค้า สังคม และสิ่งแวดล้อม
- มีผลตรวจรับการรับรองสินค้าจากหน่วยงานที่ได้รับการรับรอง และสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบรับรองตามข้อกำหนดและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ การจัดเก็บ การจัดส่ง การบริหารจัดการ และการคัดกรองของเสีย
- มีความสามารถในการแข่งขัน สามารถจัดหาวัตถุดิบให้ได้ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง
- มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ

3.3 การพัฒนาคู่ค้าอย่างยั่งยืน

โออิชิ ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพคู่ค้า ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างผลประโยชน์และคุณภาพชีวิตที่ดีต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทั้งระบบของห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเติบโตไปพร้อมกับโออิชิอย่างยั่งยืน โดยมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสินค้าและบริการ มีการตรวจสอบผลงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน และกระบวนการจัดการที่เหมาะสม

4. ห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน จะช่วยเพิ่มโอกาสลดความเสี่ยง และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ดังนั้นแนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของโออิชิ จึงให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและการผลิตสินค้าที่ดีต่อสุขภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมแก่คู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือกันให้แก่คู่ค้า ผู้บริโภค และสังคม ในฐานะบริษัทผู้นำธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มสไตลญี่ปุ่นในประเทศไทย

4.1 การจัดหาวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพ

การขาดแคลนวัตถุดิบหลักในการผลิตเป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่สำคัญของบริษัท เพื่อให้การจัดหาวัตถุดิบเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างใกล้ชิดกับคู่ค้าในการวางแผนจัดหาวัตถุดิบ รวมทั้งการจัดเตรียมวัตถุดิบทดแทนในกรณีฉุกเฉินเพื่อความต่อเนื่องของธุรกิจ โดยจัดให้มีการประชุมอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับคู่ค้าหลัก นอกจากนี้ โออิชิ ร่วมกับบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

(“ไทยเบฟ”) และบริษัทในกลุ่มไทยเบฟในกระบวนการคัดเลือกและจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบหลัก เพื่อให้เกิดประโยชน์จากการประสานกำลัง ซึ่งช่วยเพิ่มอำนาจในการต่อรองที่ดีกว่าเดิม และเพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่ได้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โออิชิ มีแผนนโยบายชัดเจนที่ให้ความสำคัญในการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการจากผู้ประกอบการและเกษตรกรภายในประเทศ ประกอบด้วย

- การใช้วัตถุดิบใบชาที่มีคุณภาพสูงจากเกษตรกรในประเทศ ซึ่งมาจากพื้นที่เกษตรกรรมที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ประเทศไทย)
- การใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนประกอบในการผลิตอาหารและเครื่องดื่มจากผู้ประกอบการในโครงการประชารัฐและผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีระบบการจัดการที่ดี
- ร่วมมือกับบริษัทในกลุ่มไทยเบฟ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการประสานกำลัง ในเรื่องการจัดหาวัตถุดิบ ซึ่งจะช่วยเพิ่มอำนาจในการต่อรอง และเพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่ได้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้



4.2 การจัดหาอย่างยั่งยืน

การจัดหาอย่างยั่งยืนเป็นรากฐานสำคัญของห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน เพราะการจัดหาเป็นจุดเริ่มต้นของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และเป็นส่วนสำคัญที่จะกำหนดคุณภาพและผลกระทบต่อจากการเลือกใช้วัตถุดิบและแหล่งวัตถุดิบที่เหมาะสม ด้วยเหตุนี้ โออิชิ จึงใส่ใจในการคัดสรรวัตถุดิบสินค้า บริการ รวมถึงคู่ค้า โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งที่จะเกิดขึ้นในปัจจุบันและที่อาจจะส่งผลกระทบยาว

โออิชิ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการที่มีความถูกต้อง รวมถึงการจัดระบบและกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส เป็นธรรม ขณะเดียวกันยังให้ความสำคัญกับการดำเนินงานของคู่ค้า โดยนำกลไกการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสินค้าและบริการมาใช้ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการความเสี่ยงคู่ค้า ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ คัดกรองคู่ค้า ไปจนถึงตรวจสอบผลงานให้เป็นไปตามมาตรฐานและกระบวนการจัดการที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี

นอกจากนั้น โออิชิ ปรับเพิ่มนโยบายที่รัดกุมในการจัดการต่อโรคภัยใหม่ ๆ ที่เพิ่งเกิดขึ้นและที่อาจเกิดขึ้นใหม่ในอนาคต เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าและบริการที่ส่งถึงมือผู้บริโภค นั้นมีคุณภาพและปลอดภัย ดังเช่นในปี 2563-2564 เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างรุนแรงทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทยด้วย ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก ดังนั้นในส่วนการบริหารจัดการคู่ค้าในช่วงสถานการณ์โควิด-19 โออิชิ ได้จัดเตรียมแผนรองรับ ดังนี้

- ตรวจสอบความพร้อมของคู่ค้า และจัดเตรียมคู่ค้าทางเลือกพร้อมจัดทำรายการสินค้ากลุ่มเสี่ยง เช่น สินค้าที่เป็นวัตถุดิบหลัก สินค้าที่มีปริมาณการใช้สูง และสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ
- เตรียมวัตถุดิบทดแทน ในกรณีที่วัตถุดิบหลักไม่เพียงพอ
- ทำงานร่วมกับคู่ค้ามากขึ้นในการแก้ปัญหา รวมถึงการขอรับการสนับสนุนตามความเหมาะสม
- จัดให้มีการประชุมอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับคู่ค้าหลักในการจัดหาวัตถุดิบ ทำงานอย่างใกล้ชิดในการวางแผนจัดหาวัตถุดิบ รวมถึงการจัดเตรียมวัตถุดิบทดแทนในกรณีฉุกเฉินที่วัตถุดิบหลักไม่เพียงพอ เพื่อความต่อเนื่องของธุรกิจ

5. นวัตกรรม

การสร้างสรรค “นวัตกรรม” เพื่อความยั่งยืน เป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักของโออิชิ เพราะปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมาก โออิชิ จึงมุ่งเน้นพัฒนานวัตกรรมทั้งด้านสินค้า บริการ และการจัดการให้มีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการสร้างประสบการณ์ใหม่ เพิ่มความสะดวกสบายและความปลอดภัยให้กับลูกค้า ในปี 2564 โออิชิ มีการส่งเสริมนวัตกรรม ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

5.1 นวัตกรรมแบบเปิด

เป็นการผนึกกำลังระหว่างบริษัท สถาบัน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิต ลดต้นทุน พัฒนานวัตกรรม และเพิ่มความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน

โครงการที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมแบบเปิด ในปี 2564 ได้แก่

- **ระบบการจัดกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรม:** กลุ่มธุรกิจอาหารโออิชิประสานความร่วมมือกับ CMKL University ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่เกิดจากความร่วมมือระหว่าง Carnegie Mellon University (CMU) และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง พัฒนาระบบจัดกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกของ BevFood จากการใช้บริการจริงในทุกช่องทาง เพื่อนำมาวิเคราะห์และสร้างสรรค์แนวทางการขายให้โดนใจกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม ด้วยวัตถุประสงค์หลักเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้และขยายฐานสร้างลูกค้าใหม่ผ่านรูปแบบการส่งมอบสิทธิพิเศษด้วยกลยุทธ์การตลาดแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) ผ่านรูปแบบการแสดงความยินยอมของคู่ค้า (Push Notification) ให้กับสมาชิกของแอปพลิเคชัน BevFood และ/หรือ e-Coupon โดยสามารถเลือกส่งไปยังฐานสมาชิกทั้งหมด หรือเฉพาะบุคคล/กลุ่มที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของแต่ละรายการส่งเสริมการตลาด พร้อมทั้งกำหนดสิทธิ์-ระยะเวลาการใช้ อีกทั้งยังมีระบบตรวจสอบการตอบรับของกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในการพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งอัตราการใช้และความพึงพอใจที่สูงขึ้น
- **คู่มือทำความสะอาดร้านอาหาร ด้วย QR Code:** ธุรกิจอาหารโออิชิร่วมมือกับบริษัทคินน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการทำความสะอาดด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ จัดทำ QR Code คู่มือการทำความสะอาดร้านอาหารในเครือโออิชิให้กับแต่ละสาขา เพื่อลดปริมาณการใช้กระดาษจากคู่มือในรูปแบบกระดาษ

5.2 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์

โออิชิ มุ่งเน้นการวิจัยพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยสร้างสรรคนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย แตกต่าง ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค สร้างความตื่นตัวให้กับกลุ่มเป้าหมาย

โครงการที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น ในปี 2564 ได้แก่

- **นาเบะ เซลฟ์-ฮีตติ้ง ฮอท พอต (NABE Self-Heating Hot Pot):** หม้อไฟญี่ปุ่นแบบอุ่นร้อนเองได้ เป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่นำเมฆอาหารญี่ปุ่นยอดนิยมอย่างนาเบะ และสุกียากี้ นำซุป์น้ำดำ มาต่อยอดเป็นเมนู “นาเบะ เซลฟ์-ฮีตติ้ง ฮอท พอต” (NABE Self-Heating Hot Pot) ด้วยการผสานเทคโนโลยี เซลฟ์-ฮีตติ้ง ฟู้ด แพคเกจจิ้ง หรือ Self-Heating Food Packaging (SHFP) ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถอุ่นร้อนเองได้ ให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์การรับประทานเมนูหม้อไฟญี่ปุ่นที่ไหนก็ได้แบบร้อน ๆ เช่นเดียวกับรับประทานที่ร้าน โดยไม่ต้องใช้ไฟฟ้า หรือแม่แต่เตาอบหรือไมโครเวฟ
- **น้ำจิ้มและซอสปรุงรสสไตล์ญี่ปุ่นบรรจุขวดตราโออิชิ:** เป็นการนำรสชาติน้ำจิ้มและเครื่องปรุงรสเป็นครั้งแรก ด้วยการพัฒนาและต่อยอดจากน้ำจิ้มและซอสปรุงรสต่าง ๆ ที่มีให้บริการภายในร้านอาหารญี่ปุ่นในเครือโออิชิ นำมาบรรจุลงในขวดแก้วเป็นผลิตภัณฑ์น้ำจิ้มและซอสปรุงรสสไตล์ญี่ปุ่น



บรรจุขวดตราโออิชิ ประเดิม 3 สูตรแรก น้ำจิ้มสุกียากี้ ซอสเทอริยากิ และซอสโชยุ ตอบโจทย์คนรักการทำอาหารทานเองที่บ้าน

- **ผลิตภัณฑ์พร้อมปรุงและพร้อมทาน โออิชิ อีทอะ ลีส์ ฟูมยั้ง น้ำจิ้มแจ่วโชยุ:** เป็นการผสมผสานความเป็นอาหารญี่ปุ่นและน้ำจิ้มรสชาติไทย ๆ ที่เป็นที่ยอมรับ เพื่อสร้างสีสันและน่าทดลอง
- **ชาเขียวเพิ่มวิตามินซี:** โออิชิ พลัส ซี นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชาเขียวที่เพิ่มประโยชน์จากวิตามินซี 200% ของปริมาณที่แนะนำต่อวัน ได้ทั้งคุณประโยชน์ ความอร่อย และความสนุกจากหุ่นเมพราว มี 2 รสชาติ ได้แก่ รสจันทน์เขียวโอและรสส้ม
- **ชาเขียววิตามินบี 1 บี 6 และ บี 12 สูง:** โออิชิ โกลด์ เก็นโมะ: วิตามินบี 1 บี 6 และ บี 12 สูง นวัตกรรมชาข้าวคั่วญี่ปุ่นที่มาพร้อมวิตามินบีสูงครั้งแรกในประเทศไทย เป็นการผสานคุณประโยชน์จากชาเขียวข้าวคั่วญี่ปุ่นและวิตามินบีได้อย่างลงตัว
- **ชาวาโคะ:** โออิชิ โกลด์ วาโคะ: พัฒนาต่อยอดจากผลิตภัณฑ์กลุ่มพรีเมียม โออิชิ โกลด์ โดยโออิชิ เป็นเจ้าแรกที่นำชาวาโคะเข้ามาในประเทศไทย ผลิตจากใบชาหมักญี่ปุ่นเกรดพรีเมียมรสเข้มเป็นเอกลักษณ์ ดีต่อสุขภาพและน้ำตาลน้อย อุดมด้วยสารทีโอฟลาวิน และมีไฟเบอร์ เพิ่มกากในระบบทางเดินอาหารช่วยกระตุ้นการขับถ่าย



ด้านสังคม

สังคมที่เข้มแข็งจะเป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน โออิชิ จึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาด้านสังคมอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ชุมชน และพนักงาน โดยมีการบริหารจัดการการพัฒนาความยั่งยืนด้านสังคม ดังนี้

1. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคมององค์กร

โออิชิ ใส่ใจและให้ความสำคัญกับผู้บริโภคด้วยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีมีคุณภาพ มีความคุ้มค่า และการให้บริการที่ปลอดภัย รวมทั้งการให้ความรู้และให้ข้อมูลที่ถูกต้องตลอดจนมีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์คอยดูแลลูกค้าเมื่อเกิดปัญหา เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



1.1 การให้บริการที่ปลอดภัย

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในปี 2564 โออิชิ จึงปรับเปลี่ยนรูปแบบบริการให้เหมาะสมกับสถานการณ์เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค ดังนี้

- ตรวจสอบสุขภาพพนักงานทุกคนก่อนเริ่มปฏิบัติงาน และจัดให้พนักงานทุกคนได้รับการตรวจโรคโควิด-19
- พนักงานทุกคนต้องสวมหน้ากากและถุงมือขณะปฏิบัติงาน และทำความสะอาดมืออย่างน้อยทุก 30 นาที ส่วนพนักงานแคชเชียร์หลังจากรับเงินทอนแล้วให้ฉีดแอลกอฮอล์ที่มือทุกครั้ง

しゃかい



- คัดกรองลูกค้าที่หน้าร้านด้วยการวัดอุณหภูมิลูกค้าก่อนเข้ารับบริการ
- จัดเตรียมแอลกอฮอล์ล้างมือให้กับลูกค้าที่จุดเข้า-ออก และบริเวณต่าง ๆ ในร้าน
- จัดที่นั่งให้เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1-2 เมตร
- มีการฆ่าเชื้อสินค้าและวัตถุดิบที่รับเข้าร้านก่อนทำการจัดเก็บ
- อุปกรณ์ส่วนกลางที่ให้บริการบริเวณเคาน์เตอร์มีการเปลี่ยนใหม่ทุก ๆ ชั่วโมง รวมถึงมีมาตรการเข้มงวดในการทำความสะอาดภาชนะและอุปกรณ์ต่าง ๆ
- ทำความสะอาดโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อทุกครั้งหลังลูกค้าใช้บริการเสร็จ

- ทำความสะอาดพื้น ทางเดิน และเคาน์เตอร์ต่าง ๆ ภายในร้านด้วยน้ำยาทำความสะอาดฆ่าเชื้อ
- จัดทำระบบสั่งอาหารไร้สัมผัส (QR Order) ผ่านการสแกนคิวอาร์โค้ดจากพนักงานหรือโต๊ะที่นั่งด้วยสมาร์ตโฟน ลูกค้าสามารถเลือกดูเมนูอาหารที่แสดงในโทรศัพท์ลูกค้า และกดสั่ง จากนั้นระบบจะทำการส่งรายการเข้าครัวเพื่อจัดเตรียมตามข้อมูลที่ได้รับ
- จ่ายเงินแบบไร้สัมผัส (Contactless Payment) เป็นอีกทางเลือกในการชำระค่าอาหารทั้งสำหรับการมารับประทานที่ร้านและจัดส่งถึงบ้าน โดยการสแกนคิวอาร์โค้ดที่ปรากฏอยู่บนใบแจ้งยอด ซึ่งจะแสดงจำนวนยอดเงินที่ต้องทำการชำระได้ทันทีเมื่อทำการสแกนเสร็จสิ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า อีกทั้งยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำรายการให้แก่ร้านค้า รวมไปถึงช่วยลดการจัดการเงินสดและเวลาทำธุรกรรมที่สิ้นลง



- 1.2 คุณภาพและความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ**
สำหรับร้านอาหารโออิชิ เน้นให้ความสำคัญกับคุณภาพอาหารที่สด สะอาด ปลอดภัย และคุ้มค่ากับผู้บริโภค ทั้งในด้านคุณภาพ ปริมาณ และราคา เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยให้บริการอาหารทั้งในรูปแบบบุฟเฟต์ที่มีอาหารให้เลือกหลากหลายและไม่จำกัดปริมาณการรับประทานในระดับราคาที่เหมาะสม และการให้บริการแบบสั่งตามรายการอาหาร หรือ A La Carte ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่าง ส่วนผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงและพร้อมทานโออิชิ อีกโต๊ะและเครื่องดื่มชาเขียวโออิชิ มีการคัดสรรวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่ดีเพื่อนำมาผลิตเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ สะอาด และปลอดภัย รวมถึงมีการพัฒนาและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคจึงสามารถไว้วางใจและเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าของโออิชิได้ว่ามีความคุ้มค่าเหมาะสมกับราคาอย่างแท้จริง

- 1.3 การแสดงฉลากผลิตภัณฑ์และบริการ**
ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของโออิชิ จะมีการแสดงข้อมูลบนฉลากผลิตภัณฑ์หรือบนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นไปตามหลักสากลและตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ตลอดจนได้แสดงเครื่องหมายให้ผู้บริโภคได้ตระหนักถึงการรับรองคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ยังได้ให้ข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า เช่น ข้อมูลด้านสารอาหารและคุณค่าทางโภชนาการ ผ่านการแสดงฉลาก GDA, Nutrition Table, คุณประโยชน์จากสารอาหาร และการแสดงสัญลักษณ์ Healthier Choice Logo

- 1.4 การสื่อสารการตลาดและความเป็นส่วนตัวของลูกค้า**
โออิชิ มีการมอบสิทธิพิเศษด้วยกลยุทธ์การตลาดแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) ผ่านรูปแบบการส่งข้อความบนมือถือของลูกค้า (Push Notification) ให้กับสมาชิกของ BevFood Application และ/หรือ e-Coupon โดยสามารถเลือกส่งไปยังฐานสมาชิกทั้งหมดหรือเฉพาะบุคคล/กลุ่ม ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของแต่ละรายการส่งเสริมการตลาด ขณะเดียวกันมีการจัดระบบ Centralized Database เพื่อรองรับ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act-PDPA) โดยข้อมูลของลูกค้าจะถูกเก็บเป็นความลับ ไม่เปิดเผยต่อภายนอกและบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้อง ไม่นำข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสมหรือไม่เกิดประโยชน์กับผู้บริโภค

- 1.5 การสำรวจความพึงพอใจและรับข้อเสนอแนะจากลูกค้า**
โออิชิ มีการจัดทำ QR Survey ภายใต้อีเมลรับเงินร้านอาหาร เพื่อเก็บข้อมูลลูกค้าที่แสดงความคิดเห็น แนะนำ และติชม โดยหากมีข้อใดที่ลูกค้าให้คะแนนต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนด จะมีอีเมลแจ้งไปยังร้านที่ให้บริการในทันทีเพื่อทำการแก้ไขปัญหาและแจ้งผลการดำเนินงานให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแต่ละข้อ ทุกความคิดเห็นจึงเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่จะถูกนำมาวิเคราะห์ กลับกรอง เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุง และช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. การพัฒนาชุมชนและการเป็นพันธมิตร

โออิชิ ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม โดยหลีกเลี่ยงการดำเนินงานที่อาจสร้างผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของชุมชน พร้อมเข้าไปมีส่วนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับชุมชนผ่านโครงการ “ให้” ซึ่งจัดตั้งขึ้นมาเป็นเวลากว่า 10 ปี และสานต่อโครงการมาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงได้ขยายความช่วยเหลือในวงกว้างขึ้น เช่น การให้ความช่วยเหลือด้านคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ชุมชน การช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสและขาดแคลนอาหาร การสนับสนุนด้านการศึกษา โดยกิจกรรมที่โดดเด่นในปี 2564 ประกอบด้วย

โครงการ “ให้ สู้ภัยโควิด-19”

ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมกับบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ส่งกำลังใจและความสดชื่นให้กับเหล่าบุคลากรทางการแพทย์ที่ทำงานอย่างหนักในการรับมือกับผู้ป่วย มอบผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ โออิชิ อีทีเอ แชนดิว ชาเขียวโออิชิ โกลด์ ชาเขียวญี่ปุ่นพรีเมียมเพื่อสุขภาพ สูตรไม่มีน้ำตาล และน้ำดื่มตราช้างให้กับ 7 โรงพยาบาล ได้แก่ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลรามอินทรี โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ โรงพยาบาลราชวิถี และสถาบันบำราศนราดูร โดยจัดส่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปบรรจุในตู้แช่เย็นที่จัดตั้งไว้ให้บริการบริเวณหอผู้ป่วยติดเชื้อโควิด-19 เป็นระยะเวลา 5 เดือน เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564 ประกอบด้วย จำนวนชาเขียวโออิชิ 270,456 ขวด แชนดิว 118,120 ขัน และน้ำดื่มตราช้าง 471,480 ขวด เพื่ออำนวยความสะดวกแก่เหล่าบุคลากรทางการแพทย์ ทั้งแพทย์พยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้ป่วยโควิด-19



โครงการ “ส่งยิ้ม ให้ ยิ้มสู้ไปด้วยกัน”

โออิชิ รวมพลังส่งต่อน้ำใจให้คนไทยยามเผชิญวิกฤตโควิด-19 เนื่องในวาระครบรอบ 22 ปี (9 กันยายน 2564) บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จัดกิจกรรมการกุศลในโครงการ “ส่งยิ้ม ให้ ยิ้มสู้ไปด้วยกัน” โดยคณะผู้บริหารและพนักงานเดินสายไปมอบผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นและเครื่องดื่มชาเขียวโออิชิ ให้กับชุมชนผู้ด้อยโอกาสและผู้ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 รวมทั้งสิ้น 11 แห่ง ได้แก่ ผู้ป่วยติดเชื้อโควิด-19 และหน่วยงานที่ดูแลผู้ป่วย ประกอบด้วย ศูนย์พักคอยเพื่อการส่งต่อเมตพระนคร โครงการพระไม่ทิ้งโยม ศูนย์พักคอยผู้ป่วยโควิด วัตถุประสงค์รณรงค์ โครงการรับฝากศพผู้เสียชีวิตจากโควิด-19 วัตถุประสงค์รณรงค์ วัตถุประสงค์รณรงค์ ตลอดจนชุมชนที่ตั้งอยู่ในละแวกเดียวกับโรงงานผลิตอาหาร-เครื่องดื่มโออิชิ เพื่อเป็นการให้ความช่วยเหลือชุมชนที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจอยู่ ซึ่งประกอบด้วย โรงพยาบาลสนามเทศบาลเมือง อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ศูนย์พักคอยเทศบาลเสลวงพัน อำเภอลองหลวง จังหวัดสระบุรี โรงพยาบาลพาทอง อำเภอลองหลวง จังหวัดลพบุรี โรงพยาบาลบ้านนิง อำเภอบ้านนิง จังหวัดลพบุรี



นอกจากนั้น ยังมีชุมชนผู้ด้อยโอกาสที่บริษัทลงพื้นที่ไปมอบอาหารและเครื่องดื่มโออิชิ ได้แก่ บ้านเด็กกำพร้ามูลนิธิบ้านนกขมิ้น ศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุบ้านบางแค 1 มูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และมูลนิธิบ้านเด็กตาบอดผู้พิการซ้ำซ้อนรามอินทรา

โครงการ “โออิชิ ให้ สู้ภัยโควิด-19”

ในปี 2564 ประเทศไทยเผชิญการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อประชาชนทั่วประเทศ โออิชิ จึงให้ความช่วยเหลือสังคมผ่านโครงการ “โออิชิ ให้ สู้ภัยโควิด-19” โดยนำเครื่องดื่มชาเขียวโออิชิ อุปกรณ์ป้องกันโควิด-19 ทั้งแอลกอฮอล์และหน้ากากอนามัยไปมอบให้กับหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะหน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับโรงงานโออิชิ เพื่อเป็นการช่วยเหลือชุมชนที่โรงงานเข้าไปดำเนินธุรกิจอยู่ อาทิ ศูนย์พักคอยเทศบาลเสลวงพัน อำเภอลองหลวง จังหวัดสระบุรี โรงพยาบาลวังม่วงสิรินธร อำเภอลองหลวง จังหวัดสระบุรี โรงพยาบาลเกาะจันทร์ อำเภอกะเปอร์ จังหวัดชลบุรี



โครงการ “น้ำดื่มสะอาด”

ดำเนินโครงการต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 4 สำหรับโครงการ “น้ำดื่มสะอาด” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างเสริมสุขอนามัยที่ดีให้กับชุมชน โดยเฉพาะชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงโรงงาน อีกทั้งยังเป็นการสร้างสัมพันธ์อันดีกับชุมชนที่โออิชิเข้าไปดำเนินธุรกิจอยู่ โดยในปี 2564 โออิชิ เข้าไปปรับปรุงระบบน้ำดื่มให้สะอาด ได้มาตรฐาน ถูกหลักอนามัยให้กับโรงเรียนวัดสำนักบก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้กับโรงงานผลิตเครื่องดื่มโออิชิ ในเขตอุตสาหกรรมอมตะนคร ทั้งนี้ การจัดโครงการดังกล่าวส่งผลให้นักเรียนและบุคลากรในโรงเรียนซึ่งส่วนหนึ่งเป็นลูกหลานของพนักงานโรงงานโออิชิจำนวนรวม 250 คน ได้รับประโยชน์จากโครงการดังกล่าว นับเป็นอีกหนึ่งโครงการที่โออิชิ ได้ร่วมแรงร่วมใจกันพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืนให้กับชุมชน



ภาพรวมโครงการ “น้ำดื่มสะอาด”



โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ นักเรียน/บุคลากรในโรงเรียนที่ได้รับประโยชน์

โรงเรียนบ้านมณีโชติสามัคคี
อำเภอม่วง จังหวัดสระบุรี

400
คน

โรงเรียนวัดพิชัยมิต
(เขตอุตสาหกรรมนวนคร)
อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

450
คน

โรงเรียนบ้านหนองขาก
อำเภอบ้านฉาง จังหวัดชลบุรี

500
คน

โรงเรียนวัดสำนักบก
(เขตอุตสาหกรรมนวนคร)
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

250
คน



โครงการ “ทุนบุตรพนักงาน”

โออิชิ ใส่ใจชีวิตความเป็นอยู่พนักงานและส่งต่อความห่วงใยไปยังบุตรพนักงาน ผ่านการสนับสนุนการศึกษาภายใต้โครงการ “ทุนบุตรพนักงาน” ซึ่งเริ่มให้การสนับสนุนตั้งแต่ปี 2551 จนถึงปัจจุบัน ระยะเวลา 14 ปี โดยมอบทุนให้แก่บุตรของพนักงานที่มีผลการเรียนดีและความประพฤติดีตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษาถึงระดับอุดมศึกษา ซึ่งในปี 2564 นี้ ได้มอบทุนจำนวน 118 ทุน เป็นการช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาให้แก่พนักงานได้ 118 ครอบครัว

โครงการ “Work Integrated Learning”

โออิชิ สนับสนุนโครงการด้านการศึกษาโดยจัด “โครงการบูรณาการเรียนรู้อบรมกับการทำงาน” หรือ “Work Integrated Learning” (WIL) ซึ่งเป็นโครงการที่โรงงานผลิตเครื่องดื่มชาเขียวนวนคร จังหวัดปทุมธานี และโรงงานโออิชิ ฟู้ด เซอร์วิส (ครัวกลาง) อำเภอบ้านฉาง จังหวัดชลบุรี ดำเนินการร่วมกับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งยกระดับมาจากสหกิจศึกษาเป็นการบูรณาการเรียนรู้อบรมกับการทำงานเข้าด้วยกัน มีการประยุกต์ใช้ทฤษฎี เน้นเรียนจริง รู้จริง และทำจริง เมื่อนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการศึกษาจบแล้วต้องประกอบอาชีพได้ พร้อมมีการประเมินผลตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งโครงการ WIL นี้ เกิดประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย 3 กลุ่ม ดังนี้



- ส่วนองค์กร (อุตสาหกรรม): องค์กรได้ทำงานร่วมกับมหาวิทยาลัย จึงได้องค์ความรู้ คำแนะนำ และคำปรึกษา ในเชิงหลักการและเทคนิคจากทางมหาวิทยาลัย บุคลากรได้พัฒนาศักยภาพ ความรู้ ความเชี่ยวชาญในการทำโครงการ เช่น การเพิ่มผลผลิต การประหยัดค่าใช้จ่าย
- นักศึกษา: ได้ประสบการณ์โดยตรงจากการปฏิบัติงานจริง จึงเพิ่มทักษะในการประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งให้น้อง ๆ ที่เข้าโครงการได้มีโปรไฟล์ที่ดี สามารถนำทักษะเหล่านี้ไปพัฒนาต่อยอดในการทำงานในอนาคตได้
- สถาบันการศึกษา: สถาบันการศึกษาได้รับความร่วมมือ ในด้านการศึกษาในระดับองค์กร ทำให้นักศึกษาของมหาวิทยาลัย มีอัตราการได้งานสูงขึ้น พร้อมทั้งเป็นการร่วมพัฒนาหลักสูตร และส่งเสริมให้อาจารย์ได้มีความรู้ ความสามารถเพิ่มพูนไปด้วย

โครงการรักษาอาหาร ลด Food Waste

ร้านอาหารในเครือโออิชิเข้าร่วมโครงการรักษาอาหารของมูลนิธิ สโกลาร์สออฟฟู้ดส์ทีแนนท์ (SOS Thailand) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ช่วยลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม โดยลดปริมาณขยะอาหาร ไม่ทำให้อาหารกลายเป็นขยะไปอย่างสูญเปล่า เนื่องจากขยะประเภทอินทรีย์ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน ซึ่งเป็นปัญหาที่ร้ายแรงของโลกในปัจจุบัน (2) แบ่งปันอาหารให้กับผู้ที่ขาดแคลนในสังคม โดยปัจจุบันมีร้านอาหารในเครือโออิชิจำนวน 3 ร้าน เข้าร่วมโครงการ ได้แก่ ร้านชาบูชิ สาขาเซ็นทรัล ลาดพร้าว ร้านชาบูชิ สาขาสามย่าน มิตรทาวน์ และร้านโออิชิ อีทเกอเรียน สาขาสามย่าน มิตรทาวน์ ส่วนรูปแบบการดำเนินการ คือ ทางร้านจะนำอาหารที่เหลือจากการใช้งาน ซึ่งเป็นอาหารที่ยังรับประทานหรือปรุงประกอบได้ เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ปูอัด ลูกชิ้น ผัก ผลไม้ และอาหารทอดมาจัดเก็บอย่างถูกวิธีภายใต้การควบคุมโดยฝ่ายประกันคุณภาพของโออิชิ (QA) เพื่อช่วยให้อาหารยังคงคุณภาพและปลอดภัยสำหรับบริโภค หลังจากนั้นนำไปส่งต่อให้กับมูลนิธิ SOS Thailand ซึ่งเป็นศูนย์กลางส่งต่ออาหารให้ชุมชนที่ต้องการ ซึ่งอาหารจากโออิชิ ได้ส่งต่อให้ชุมชนต่าง ๆ ที่ขาดแคลนเป็นจำนวนสิบลกว่าชุมชนแล้ว อาทิ ชุมชนวัดรวกบางกอกน้อย ชุมชนทางรถไฟคลองเตย บ้านเมอร์ซีเซนต์เตอร์คลองเตย ชุมชนคนไร้บ้านปทุม เป็นต้น



สนับสนุนโครงการ “ปันน้ำใจ มอบน้ำสะอาดใส ให้ชีวิต”

โออิชิ สนับสนุนเครื่องดื่มชาเขียวโออิชิ และน้ำดื่มคริสตัล ให้กับโครงการ “ปันน้ำใจ มอบน้ำสะอาดใส ให้ชีวิต” ของมูลนิธิคณะนักบุญคาทอลิกแห่งประเทศไทย เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ด้อยโอกาส 3 กลุ่ม ที่อยู่ภายใต้การดูแลของมูลนิธิ ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเด็กพิการ-เด็กกำพร้า และกลุ่มเยาวชน ผู้ติดเชื้อ HIV



สนับสนุนอาหาร-เครื่องดื่ม กิจกรรม Christmas Charity Carnival 2020

โออิชิ สนับสนุนขนมเค้กสโตนีย์ปุ่น โออิชิ อีทโตะ และเครื่องดื่ม โออิชิ กรีนที ภายใต้โครงการ “ให้” สำหรับกิจกรรม Christmas Charity Carnival 2020 ที่จัดโดยมูลนิธิ Central Thailand Mission ที่โรงเรียนนานาชาติ St. Andrews International School โดยเด็ก ๆ และเยาวชนที่มาร่วมกิจกรรมเป็นเด็กด้อยโอกาส จากมูลนิธิต่าง ๆ อาทิ The Emergency Home, The House of Blessing, The Thanksgiving Home, The Mercy Centre, The Rangsit Babies' Home, Pakistani Asylum-seekers and Refugees



3. ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

บุคลากร ถือเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนองค์กร โออิชิ จึงให้ความสำคัญและใส่ใจความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความปลอดภัย มีการวางระบบบริหารจัดการด้านความปลอดภัยให้สอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานสากลเพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานสำหรับพนักงาน พร้อมส่งเสริมให้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพร่างกายและจิตใจของพนักงาน เพื่อคุณภาพชีวิตในการทำงานและสุขภาพที่ดีของพนักงาน

การดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

โออิชิ กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงานให้ครอบคลุม 4 ด้าน ดังนี้

3.1 ด้านความปลอดภัย

โออิชิจัดทำระบบบริหารจัดการด้านความปลอดภัยโดยมุ่งเน้นการปฏิบัติตามกฎหมาย และมาตรฐานด้านความปลอดภัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานด้านความปลอดภัยสูงสุด คือปราศจากอุบัติเหตุ (Zero Accident) และโรคอันเนื่องมาจากการทำงาน (Zero Occupational Diseases) รวมทั้งปลูกฝังให้เกิดวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้

- กำหนดนโยบายด้านความปลอดภัยเพื่อเป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงาน
- กำหนดโครงสร้างการบริหารงานด้านความปลอดภัยอย่างชัดเจน โดยมีการจัดตั้งฝ่ายความปลอดภัย OH&S และแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย (คปอ.) ตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมและเกิดการผลักดันให้งานด้านความปลอดภัยดำเนินไปได้ อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน
- จัดทำและขอการรับรองระบบมาตรฐานการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO 45001 เพื่อเป็นไปตามมาตรฐานสากลและสอดคล้องกับกฎหมาย เพื่อให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและมีการตรวจติดตามประจำปี (Annual Surveillance for Continual Improvement)
- มีการประเมินอันตรายและความเสี่ยงในการทำงาน ครอบคลุมทุกขั้นตอนและทุกพื้นที่การทำงาน รวมทั้งมีการตรวจความปลอดภัย (Safety Patrol) โดยคณะกรรมการความปลอดภัย เพื่อค้นหาอันตรายและความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดอันตราย พร้อมนำผลการตรวจไปดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดความปลอดภัยยิ่งขึ้น
- กระตุ้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านความปลอดภัยผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเขียน Near Miss Report, การทำโครงการปรับปรุง Safety Improvement Project
- มีการวิเคราะห์หาสาเหตุที่แท้จริงของอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นทุกกรณี เพื่อกำหนดมาตรการในการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุซ้ำ และขยายผลไปทุกโรงงานที่มีลักษณะงานหรือความเสียหายที่คล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ ได้นำเอาเครื่องจักรที่ทันสมัยและมีนวัตกรรมด้านความปลอดภัย มาใช้งาน เพื่อลดอุบัติเหตุความเสียหาย และป้องกันโรคจากการทำงาน
- สร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยให้กับพนักงาน โดยจัดอบรมหลักสูตรต่าง ๆ ด้านความปลอดภัย รวมทั้งมีการฝึกอบรมมาตรฐานขั้นตอนการทำงาน โดยเน้นให้พนักงานได้ฝึกและทดลองปฏิบัติจริงผ่านการเรียนรู้จาก Safety DOJO และการ On Job Training: OJT
- มีระบบการเตรียมความพร้อมสำหรับสถานการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ เช่น ฝึกซ้อมแผนดับเพลิงและอพยพหนีไฟเป็นประจำทุกปีตามที่กฎหมายกำหนด ฝึกซ้อมแผนฉุกเฉินอื่น ๆ ตามลักษณะอันตรายและความเสี่ยงของพื้นที่การทำงาน และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเนื่องจากภัยพิบัติหรือภัยธรรมชาติ เป็นต้น
- เป็นส่วนหนึ่งในระบบ TPM: Total Productive Maintenance เพื่อใช้เทคนิคด้าน TPM ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงาน ให้ทำงานอย่างปลอดภัย ปลอดภัยและมีความสุข

3.2 ด้านอาชีวอนามัย

สำหรับการบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัย โออิชิ ดูแลพนักงานเพื่อให้พนักงานมีความสุขและอนามัยที่ดี ภายใต้สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีและปลอดภัย ดังนี้

- จัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้สะอาด ปลอดภัย เหมาะสมตามข้อกำหนดของกฎหมาย ทั้งในส่วนขอพื้นที่การทำงาน และส่วนที่เป็นระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ รวมถึงมีห้องพยาบาลที่มีพยาบาลประจำคอยให้การดูแลรักษาพยาบาลเบื้องต้น กรณีพนักงานได้รับบาดเจ็บหรือเจ็บป่วย
- กรณีพื้นที่การทำงานมีอันตรายและความเสี่ยง โออิชิมีการดำเนินการปรับปรุงแก้ไขที่ต้นเหตุ แต่ถ้าหากในกรณีที่ไม่แก้ไขแล้วยังคงมีความเสี่ยงเหลืออยู่ โออิชิ จะจัดอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลที่เหมาะสมให้กับพนักงาน
- ตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการทำงานตามลักษณะอันตรายและความเสี่ยง เพื่อให้เป็นไปตามหลักสุขศาสตร์อุตสาหกรรม (Industrial Hygiene) และข้อกำหนดของกฎหมาย ทั้งแสง เสียง ความร้อน สารเคมี

- มีการตรวจสอบสุขภาพประจำปีและตรวจสุขภาพตามปัจจัยเสี่ยงให้กับพนักงานตามลักษณะอันตรายหรือปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ เพื่อดูแลสุขภาพพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ไม่มีพนักงานเป็นโรคเนื่องจากการทำงาน แต่หากพบว่าพนักงานมีผลการตรวจสุขภาพผิดปกติ จะมีการส่งตรวจซ้ำ และส่งพนักงานเข้ารับการรักษาโดยแพทย์ รวมถึงมีการพิจารณาเปลี่ยนลักษณะงาน หรือปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน/เครื่องมือ เครื่องจักรให้มีความปลอดภัยต่อพนักงานมากขึ้น
- มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ โดยมุ่งเน้นใส่ใจในการป้องกันโรคให้กับพนักงาน เช่น มีกิจกรรมส่งเสริมให้พนักงานออกกำลังกาย และให้การฉีดวัคซีนป้องกันโรคต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

3.3 ด้านสภาวะแวดล้อมในการทำงาน

โออิชิ ดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: สภาพแวดล้อมทั่วไปและสิ่งแวดล้อม

- เตรียมพร้อมสถานที่ทำงานให้เหมาะสม จัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์การทำงาน และเฟอร์นิเจอร์สำนักงานที่เหมาะสม และได้มาตรฐานให้กับพนักงาน
- มีระบบสาธารณูปโภคที่ถูกต้องเหมาะสมและเหมาะสมให้กับพนักงาน เช่น ห้องรับประทานอาหาร ห้องน้ำ พื้นที่พักผ่อน พื้นที่สูบบุหรี่
- จัดทัศนียภาพ สภาพแวดล้อมภายในองค์กรให้น่าอยู่ เป็นระเบียบเรียบร้อย สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกของพนักงาน สร้างแรงบันดาลใจ และผลักดันให้เกิดผลงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะนำมาสู่ความสำเร็จให้กับองค์กร

ส่วนที่ 2: สภาพแวดล้อมในการทำงาน

- จัดสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานอย่างปลอดภัยและเหมาะสมตามหลักการศาสตร์ ลดการบาดเจ็บ การเจ็บป่วยอันเนื่องมาจากโรคจากการทำงาน
- มีระบบการตรวจสอบพื้นที่การทำงานเป็นประจำ (Monthly Safety Patrol) หากพบว่าพื้นที่การทำงานมีอันตรายและความเสี่ยง จะดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเพื่อลดหรือกำจัดอันตรายนั้น ๆ ส่งผลให้เกิดความปลอดภัยต่อผู้ปฏิบัติงานสูงสุด
- มีระบบการตรวจสอบ ตรวจวัด และติดตามผลการปรับปรุงแก้ไขกรณีที่ไม่เป็นไปตามที่กฎหมาย หรือข้อกำหนดเป็นประจำทุกปี (Annual Monitoring and Measurement) ทั้งนี้ เพื่อมุ่งเน้นให้ผู้ปฏิบัติงานมีความปลอดภัยและมีสุขภาพอนามัยในการทำงานที่ดี





3.4 ด้านการดูแลพนักงานในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19

โออิชิให้ความสำคัญกับสุขภาพ ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่สร้างผลกระทบต่อองค์กรและพนักงานทุกคน โออิชิ จึงมีมาตรการต่าง ๆ เพื่อป้องกันดูแล อำนวยความสะดวก และช่วยเหลือพนักงานทุกคน

- บริหารจัดการพื้นที่ในการทำงานตามความเหมาะสม เช่น ปรับที่นั่งทำงานตามหลักการเว้นระยะห่าง 1.8 เมตร (Social Distancing)
- นโยบายการทำงานจากบ้าน (Work from Home) สำหรับกลุ่มพนักงานที่สามารถทำงานผ่านระบบออนไลน์ต่าง ๆ ได้ เพื่อลดความเสี่ยงสำหรับตัวพนักงานและคนในครอบครัว
- มาตรการด้านความปลอดภัยในการเข้าสถานที่ทำงาน เช่น มีจุดตรวจคัดกรองเชื้อไวรัสโควิด-19 การทำความสะอาดฆ่าเชื้อ การติดตั้งเจลแอลกอฮอล์ในพื้นที่ต่าง ๆ การตรวจวัดอุณหภูมิ รวมถึงอุปกรณ์ป้องกันต่าง ๆ ที่จำเป็นในการเข้าพื้นที่ทำงาน

- ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบันทึกเวลาเข้า-ออกงานแทนการสแกนด้วยนิ้วมือในการเข้าทำงานตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายเชื้อจากการสัมผัส
- มอบสวัสดิการเสริมให้พนักงาน เช่น อำนวยความสะดวกให้กับพนักงานในการตรวจหาเชื้อโควิด-19 การฉีดวัคซีน และโรงพยาบาลรองรับพนักงานที่ติดเชื้อโควิด-19 รวมทั้งทำประกันสุขภาพสำหรับโรคโควิด-19 ให้กับพนักงานทุกคน
- แจกจ่ายอุปกรณ์ป้องกัน เช่น หน้ากากอนามัย แอลกอฮอล์ ให้กับพนักงานและครอบครัว
- มีศูนย์บริการพนักงานช่วงโควิด-19 ของไทยเบฟ เพื่อให้พนักงานสามารถโทรสอบถามข้อมูลและรับคำปรึกษาการรับมือช่วงสถานการณ์โควิด-19 โดยเฉพาะพนักงานที่ได้รับผลกระทบโดยตรง
- มีการตรวจหาเชื้อโควิด-19 แบบเชิงรุกในพนักงานกลุ่มโรงงานโออิชิเป็นประจำทุก ๆ หนึ่งเดือน ในพื้นที่ที่มีการแพร่ระบาดต่ำ และทุก ๆ 2 สัปดาห์ ในพื้นที่ที่มีการแพร่ระบาดสูง
- มีการจัดตั้ง Isolation Center ของไทยเบฟ เพื่อเป็นสถานที่พักกักตัวสำหรับพนักงานที่สัมผัสความเสี่ยงซึ่งไม่สามารถแยกกักตัวเองที่บ้านได้ เพื่อป้องกันการแพร่เชื้อจากบุคคลในครอบครัว รวมถึงช่วยป้องกันการกระจายความเสี่ยงจากตัวพนักงานไปยังบุคคลในครอบครัวด้วย

4. การพัฒนาบุคลากร

ด้วยความมุ่งมั่นพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โออิชิ จึงมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับค่านิยมกลุ่มไทยเบฟ (ThaiBev Global Values) อันเป็นรากฐานสำคัญของการทำงานร่วมกันที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ การเปิดใจรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง คิดสร้างสรรค์เพิ่มมูลค่าในงาน และดูแลใส่ใจผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง โดยในปี 2564 โออิชิ ได้มุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพบุคลากร ดังนี้

- มีการจัดอบรมให้ความรู้ภายในหน่วยงานตามแผนการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรรายปีให้แก่ละหน่วยงาน
- มีโปรแกรมการพัฒนาศักยภาพรูปแบบต่าง ๆ ที่ออกแบบเพื่อส่งเสริมและต่อยอดให้บุคลากรในแต่ละระดับได้พัฒนาศักยภาพของตนเองและเติบโตในองค์กร
- จัดทำแผนพัฒนาพนักงานรายบุคคล (Individual Development Plan: IDP) โดยจัดทำร่วมกับพนักงานครอบคลุมพนักงานในระดับ 4 ขึ้นไป เพื่อปรับปรุงจุดอ่อนและเสริมสร้างจุดแข็ง สำหรับการเตรียมความพร้อมให้พนักงานที่จะก้าวไปสู่ระดับงานที่สูงขึ้นในสายอาชีพของตน โดยมีการติดตามประเมินผลแผนการพัฒนากับพนักงานและหัวหน้างานอย่างต่อเนื่องทุก ๆ 6 เดือน
- โออิชิ ร่วมกับไทยเบฟในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการบริหารงานฝึกอบรมพนักงาน เช่น การลงทะเบียน การบันทึกประวัติฝึกอบรม ตลอดจนการรายงานผลการทดสอบต่าง ๆ ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ โครว์ท็อทหรือแท็บเล็ต ทำให้มีการใช้เอกสารลดลง การประมวลผลข้อมูลของการฝึกอบรมสามารถทำได้รวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งการฝึกอบรมผ่านทางออนไลน์ยังสามารถตอบสนองต่อนโยบาย Social Distancing ได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย
- จัดโครงการอบรมแบบดิจิทัลผ่านการศึกษาด้วยตนเอง (Oishi Corporate Online Training Program) เพื่อตอบสนองความต้องการในการเรียนรู้ของพนักงานแบบทุกที่ทุกเวลา โดยพนักงานสามารถเลือกพัฒนาในหัวข้อที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง เพื่อนำมาใช้พัฒนาศักยภาพของตนเองและพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ซึ่งหลังจากที่เปิดโครงการอบรมดังกล่าวเป็นระยะเวลา 1 เดือน (1-30 กันยายน 2564) พบว่ามีผู้สนใจเข้าร่วมอบรม 31% และผ่านการวัดผล 100% โดยเนื้อหาหลักสูตรแบ่งเป็น 6 หัวข้อหลัก ประกอบด้วย
 - (1) Business Effectiveness: การบริหารจัดการงานในหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
 - (2) Team Effectiveness: การบริหารและพัฒนาทีมงานให้ทำงานได้มีประสิทธิภาพสูงสุด
 - (3) Marketing and Service Excellence: เพื่อให้สามารถบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันที
 - (4) Media and Learning Technology: การผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารและการเรียนการสอนโดยเฉพาะในรูปแบบออนไลน์ให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน
 - (5) Communication Effectiveness: เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร ทั้งในการสื่อสารระหว่างบุคคล และในการสื่อสารกับคนหมู่มาก
 - (6) Digital Literacy: เพื่อพัฒนาทักษะในการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการทำงานได้ดียิ่งขึ้น





5. การสร้างแรงจูงใจและรักษาพนักงานที่มีความสามารถ

โออิชิ เชื่อว่าความสุขและความก้าวหน้าของพนักงานเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ส่งเสริมให้พนักงานอยู่กับองค์กรได้ยาวนาน เพื่อเสริมสร้างองค์กรให้แข็งแกร่งจากภายใน โออิชิมีความตั้งใจในการสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกัน (Oneness) โดยมอบโอกาสให้พนักงานได้ก้าวหน้าในสายอาชีพ ได้เรียนรู้ พัฒนาทักษะ และแสดงศักยภาพในด้านต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกัน เป็นผลให้พนักงานของโออิชิ เป็นบุคลากรที่มีความสามารถทำงานอย่างมีความสุขและอยู่กับองค์กรได้อย่างยาวนาน โดยมีการบริหารจัดการบุคลากร ดังนี้

(1) โครงสร้างและบทบาทที่ชัดเจน

- จัดโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับบทบาทและหน้าที่ของงานแต่ละตำแหน่ง
- ขยายการพัฒนาสมรรถนะ (Competency) และเส้นทางอาชีพ (Career Path) ในกลุ่มงานให้สอดคล้องกับโครงสร้างองค์กร

(2) ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่แข่งขันได้กับตลาด

- บริหารและวิเคราะห์ค่าจ้าง ค่าตอบแทน และสวัสดิการเพื่อสร้างเป็นมาตรฐานที่เหมาะสม โดยให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานและความต้องการของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

(3) การบริหารผลการดำเนินงานที่โดดเด่น

- การประเมินผลงานอย่างเป็นธรรม รวมถึงการวางแผนพัฒนาทักษะ เพื่อให้พนักงานมีศักยภาพ ทำงานได้ตามเป้าหมายที่ตนได้วางไว้ ส่งเสริมการมีผลงานให้เป็นเลิศ

(4) การพัฒนาพนักงานแบบองค์รวม

- ส่งเสริมให้พนักงานเกิดการพัฒนาตนเอง ผ่านการเรียนรู้ในแบบ 70:20:10 รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาทักษะให้แก่บุคลากรในด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การใช้แผนพัฒนาส่วนบุคคล (IDP) และโปรแกรมการติดตามความก้าวหน้าทางอาชีพของพนักงาน

(5) การบริหารผู้สืบทอดตำแหน่งและบุคลากรเชิงรุก

- ยกระดับการเตรียมความพร้อมของพนักงานและผู้บริหารในการสืบทอดตำแหน่งให้มีความพร้อมและความสามารถทันกับการเติบโตของธุรกิจ

(6) การสรรหาพนักงานที่มีศักยภาพและการดูแลพนักงานใหม่

- พัฒนากระบวนการค้นหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และทักษะที่เหมาะสมเพื่อเข้ามาปฏิบัติงานในตำแหน่งที่องค์กรต้องการ รวมถึงดึงดูดพนักงานรุ่นใหม่ที่มีความคล่องตัวและสามารถปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลได้เป็นอย่างดี
- ส่งเสริมโอกาสในการเติบโตของพนักงาน ด้วยการเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถสมัครงานในตำแหน่งที่สนใจจากบริษัทในเครือทั้งหมดที่มีการเปิดรับสมัครตามแนวทาง Limitless Opportunity (โอกาสไร้ขีดจำกัด)

(7) การส่งเสริมวัฒนธรรมที่สร้างความผูกพันต่อองค์กร

- สร้างความรู้ ความเข้าใจ ความผูกพัน และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เสริมสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกัน (Oneness) รวมถึงกระตุ้นการมีส่วนร่วมของพนักงานอย่างต่อเนื่องให้เกิดพฤติกรรมที่เหมาะสมต่อค่านิยมองค์กร

6. สิทธิมนุษยชน

โออิชิ ดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักบรรษัทภิบาล ด้วยความยุติธรรมและยึดมั่นตามจรรยาบรรณ มีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ไม่เลือกปฏิบัติ มีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน ให้เกียรติกัน และคำนึงถึงศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์ (Human Dignity) ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญและเจตนารมณ์ของหลักการสิทธิมนุษยชน โออิชิ เชื่อนับว่าการเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจเป็นรากฐานในการส่งเสริมความยั่งยืนของธุรกิจและสังคม โออิชิ จึงมีระบบบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล โดยนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน ได้นำมาใช้กับพนักงานของโออิชิ ทุกคน ดังนี้

- กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานจะปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์ และให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชนของบุคคลทุกคน รวมถึงชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ ภายใต้กรอบของกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชน รวมถึงมาตรฐานแรงงานสากลอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ว่าจะมาจากเรื่องเชื้อชาติ สัญชาติ เผ่าพันธุ์ เพศ ภาษา อายุ สิว ความแตกต่างทางร่างกาย ความเชื่อ ศาสนา ความคิดเห็นทางการเมือง การศึกษา สถานภาพทางสังคม วัฒนธรรม ชนชนธรรมเนียม ความหลากหลายทางเพศ หรือเรื่องอื่นใดที่ถือว่าเป็นสิทธิมนุษยชน

- ปฏิบัติตามคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เลือกปฏิบัติ
- ไม่ใช้แรงงานเด็ก
- ใส่ใจในมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้วยมาตรฐานที่กฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนด
- สนับสนุนส่งเสริมการดำเนินการเพื่อคุ้มครองสิทธิมนุษยชน
- ประสงค์ให้คู่ค้าเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียของคู่ค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้มีส่วนได้เสียของคู่ค้าทุกกลุ่ม จะได้รับความคุ้มครองในสิทธิขั้นพื้นฐานอย่างเท่าเทียมกัน ตามแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าของโออิชิ
- มีกระบวนการและกลไกเยียวยาผลกระทบหรือความเสียหายหากเกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- ให้ความสำคัญและปกป้องผู้แจ้งเบาะแสที่เป็นผู้รายงานเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินธุรกิจของโออิชิ โดยยึดมาตรการการปกป้องคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส และผู้ที่ให้ความร่วมมือในการรายงานการละเมิดสิทธิมนุษยชน ตามนโยบายการรับข้อร้องเรียนของบริษัท

かんきょう

ด้านสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อมที่ดีจะนำไปสู่ความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคมและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวม โออิชิ ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า จึงให้ความสำคัญและมีการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมดังนี้

1. การจัดการพลังงาน

โออิชิ บริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งระบบไฟฟ้าและระบบปรับอากาศ โดยติดตั้งและบำรุงรักษาอุปกรณ์ควบคุมการทำงานของระบบไฟฟ้าที่เกี่ยวข้อง ทำให้สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 (ISO 14001 Environmental Management Standard) ซึ่งโรงงานผลิตเครื่องดื่มของโออิชิ ทุกโรงงานได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อย รวมทั้งได้ปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านพลังงาน ISO 50001 version 2018 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้



โรงงาน	แนวทางการบริหารจัดการ	ผลลัพธ์
โรงงานผลิตเครื่องดื่ม เขตนครอุตสาหกรรม นคร จังหวัดปทุมธานี	ปรับปรุงระบบต้นกำลัง โดยติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมการทำงานของปั๊ม ในระบบการผลิตน้ำ RO (Reverse Osmosis) ให้สอดคล้องกับอัตราการใช้งาน	ลดไฟฟ้า 100,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี
	ปรับปรุงระบบต้นกำลัง โดยติดตั้งมอเตอร์ประสิทธิภาพสูงในระบบทำน้ำเย็น	ลดไฟฟ้า 60,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี
	ปรับปรุงระบบปรับอากาศในอาคารสำนักงาน โดยติดตั้งระบบปรับอากาศแบบแยกส่วน (Split Type) แทนการใช้ระบบปรับอากาศแบบรวมศูนย์ (Water Cooled Chiller System)	ลดไฟฟ้า 700,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี
	สายการผลิตเครื่องดื่มแบบบรรจุกล่อง UHT ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้สามารถผลิตต่อเนื่องได้นาน ช่วยลดความถี่ในการทำสะอาด โดยไม่ต้องถอดชิ้นส่วน (Cleaning in Place)	ลดไฟฟ้า 500,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี
โรงงานผลิตเครื่องดื่ม อำเภอวังม่วง จังหวัดสระบุรี	ปรับปรุงการนำลมที่เหลือจากกระบวนการเป่าขวด หมุนเวียนกลับมาใช้ในระบบต้นกำลัง	ลดไฟฟ้า 240,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี
	ปรับปรุงด้วยการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนที่ผลิตจาก Solar Rooftop แทนไฟฟ้าที่ผลิตจากเชื้อเพลิงฟอสซิล	ลดการใช้ไฟฟ้าที่ผลิตจากเชื้อเพลิงฟอสซิล 1,121,048 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี
โรงงานผลิตเครื่องดื่ม เขตนครอุตสาหกรรม อมตะนคร จังหวัดชลบุรี	ปรับปรุงกระบวนการผลิตน้ำดื่ม ให้สามารถผลิตสินค้าได้ต่อเนื่องยาวนานมากขึ้น ช่วยลดความถี่ในการทำสะอาดโดยไม่ต้องถอดชิ้นส่วน (Cleaning in Place)	ลดไฟฟ้า 80,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี ลดเชื้อเพลิง (Natural Gas) 2,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี
โรงงานโออิชิ ฟู้ด เซอร์วิส (ครัวกลาง) อำเภอบ้านฉาง จังหวัดชลบุรี	ปรับปรุงด้วยการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนที่ผลิตจาก Solar Rooftop แทนไฟฟ้าที่ผลิตจากเชื้อเพลิงฟอสซิล	ลดการใช้ไฟฟ้าที่ผลิตจากเชื้อเพลิงฟอสซิล 1,024,496 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี
	ปรับปรุงกระบวนการผลิตโดยลดการใช้ลมในขั้นตอนการลดอุณหภูมิของผลิตภัณฑ์กลุ่มครัวร้อน	ลดไฟฟ้า 30,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี

ด้วยการบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านพลังงาน ISO 50001 version 2018 โออิชิ จึงได้รับการรับรองด้านการบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ โรงงานสีเขียวระดับ 3 (Green Industry Level 3) จากกระทรวงอุตสาหกรรม โดยโรงงานผลิตเครื่องดื่มเขตนครอุตสาหกรรมนคร จังหวัดปทุมธานี ได้ผ่านการประเมินและได้รับการรับรองเป็นโรงงานสีเขียวระดับ 3 (Green Industry Level 3) ซึ่งเป็นระดับที่แสดงให้เห็นว่าบริษัทได้ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและพัฒนากระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2. การบริหารจัดการของเสียและบรรจุภัณฑ์

โออิชิ ได้สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป้าหมายที่ 12: แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน รวมถึงส่งเสริมให้มีการรีไซเคิลและลดขยะมูลฝอยในธุรกิจ กระบวนการผลิต และผู้บริโภค เพื่อตอบสนองเป้าหมายการจัดการของเสียอย่างยั่งยืนของกลุ่มบริษัทไทยเบฟในการมุ่งสู่การทำให้การสูญเสียทางอาหารและขยะอาหารที่ถูกทิ้งลงไปยังบ่อฝังกลบกลายเป็น 0 หรือ Zero Waste to Landfill ในปี 2030 โดยโออิชิ ได้กำหนดกรอบกลยุทธ์เพื่อบริหารจัดการของเสียอย่างยั่งยืน ได้แก่ การลด ควบคุม และนำขยะอาหารไปใช้ประโยชน์ภายใต้การดำเนินการด้านความยั่งยืนที่มุ่งลด ควบคุม และใช้ประโยชน์จากขยะอาหารบริษัทได้ดำเนินการโครงการเพื่อร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนดังกล่าว ผ่านโครงการและกิจกรรมที่หลากหลาย ดังนี้

2.1 โครงการเกี่ยวกับการบริหารจัดการของเสีย

• โครงการรักอาหาร

การดำเนินงาน: บริษัทร่วมสนับสนุนโครงการ “รักอาหาร” ของ “มูลนิธิ สโกลาร์ส์ ออฟ ชิลด์เร็นช” (SOS Thailand) นำอาหารที่เหลือจากการใช้งานซึ่งเป็นอาหารที่ยังรับประทานหรือปรุงประกอบได้ เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ปูอัด ลูกชิ้น ผัก ผลไม้ และอาหารทอดจากร้านอาหารในเครือโออิชิ จำนวน 3 ร้าน ประกอบด้วย ร้านชาบูชิ สาขาเซ็นทรัลลาดพร้าว ร้านชาบูชิ สาขาสามย่านมิตรทาวน์ และร้านโออิชิ อีทเทอเรียม สาขาสามย่านมิตรทาวน์ โดยมีฝ่ายประกันคุณภาพของ โออิชิ (QA) จัดทำวิธีเก็บอาหารสำหรับการบริจาคดังกล่าว เพื่อให้ยังคงคุณภาพพร้อมบริโภคและให้ความรู้แก่พนักงานของแต่ละสาขาที่ร่วมโครงการ เพื่อส่งต่ออาหารที่ยังคงคุณภาพและมีความปลอดภัยสำหรับการบริโภคให้มูลนิธิ ได้นำไปช่วยเหลือชุมชนต่าง ๆ โออิชิ ในฐานะภาคธุรกิจไทยที่เป็นผู้ผลิตอาหารและให้บริการร้านอาหาร จึงร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหา

ผลงาน: โออิชิสนับสนุนโครงการรักอาหารมาตั้งแต่ปลายปี 2563 และเตรียมขยายการสนับสนุนจากสาขาอื่น ๆ เพิ่มเติมในอนาคต โดยปริมาณอาหารที่บริจาคตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 ถึงสิงหาคม 2564 รวมเป็นจำนวน 553.44 กิโลกรัม เท่ากับมื้ออาหาร 2,198 มื้อ รวมมูลค่า 51,840.90 บาท

• โครงการ #กินหมดเกลี้ยง Challenge

การดำเนินงาน: โออิชิ จัดโครงการ #กินหมดเกลี้ยง Challenge ผ่านร้านอาหารชาบูชิจำนวนรวม 156 สาขาทั่วประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรณรงค์ให้ผู้บริโภคช่วยกันลดขยะอาหารซึ่งเป็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และยังช่วยลดต้นทุนให้กับร้านได้อีกด้วย โดยมีรูปแบบกิจกรรม คือ ทางร้านจะเชิญชวนลูกค้าเข้าร่วมโครงการ โดยลูกค้าสามารถทานได้ไม่จำกัดปริมาณเช่นเดิม แต่ต้องทานให้หมดเกลี้ยง จึงถือว่าเป็นผู้ชนะในแคมเปญ โดยผู้ชนะจะได้รับรางวัลเป็นคูปองส่วนลด 50 บาท สำหรับใช้บริการในครั้งต่อไป

ผลงาน: มีลูกค้าจำนวนประมาณ 140,000 คน ที่มาใช้บริการในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนกันยายน 2564 เข้าร่วมโครงการเพื่อช่วยกันลดขยะอาหาร



- **การใช้เคลือบไขมันพืชจากการประกอบอาหาร**
การดำเนินงาน: บริษัทนำน้ำมันพืชเก่าที่ได้จากการปรุงประกอบอาหารที่ร้านอาหารในเครือโออิชิและจากโรงงานโออิชิ ฟู้ด เซอร์วิส ไปจำหน่ายให้กับบริษัทคู่สัญญาที่ได้รับรองมาตรฐานและมีประสิทธิภาพในการจัดการน้ำมันที่ผ่านการใช้งานแล้ว โดยจะนำไปเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเป็นไบโอดีเซลหรืออาหารสัตว์ เป็นต้น ซึ่งน้ำมันที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิลทั้งหมดจะถูกนำไปใช้งานอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร

ผลงาน: ส่งต่อน้ำมันพืชเก่าที่ผ่านการใช้งานแล้วตั้งแต่เดือนตุลาคม 2563 ถึงเดือนกันยายน 2564 ปริมาณประมาณ 157,176 กิโลกรัม นำไปเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลที่จะแปรสภาพให้ใช้ประโยชน์อื่น ๆ ได้ต่อไป นอกจากนี้ การนำน้ำมันพืชเก่าไปขายให้กับบริษัทที่ได้รับการรับรองยังสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทได้ 2,210,560 บาท

• การทำสารปรับปรุงดิน

การดำเนินงาน: โรงงานโออิชิ ฟู้ด เซอร์วิส (ศรีวรา) นำเศษผักที่เหลือจากกระบวนการผลิตมาหมักด้วยวิธีธรรมชาติจนได้สารปรับปรุงดินเพื่อนำไปใช้บำรุงต้นไม้ภายในบริเวณโรงงาน และมอบให้แก่โรงเรียนบ้านหนองซากซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้กับศรีวราโออิชิ นำไปใช้บำรุงแปลงผักที่ปลูกไว้เป็นอาหารกลางวัน

ผลงาน: นำเศษผักของเดือนตุลาคม 2563 ถึงเดือนกันยายน 2564 ปริมาณรวม 6,476 กิโลกรัม ไปทำสารปรับปรุงดิน นับเป็นการใช้ทรัพยากรอาหารที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ให้เกิดคุณค่า และลดค่ากำจัดขยะให้กับโรงงานด้วย

• การนำกากชาไปใช้ประโยชน์

การดำเนินงาน: โรงงานผลิตเครื่องดื่มโออิชิสามารถส่งต่อกากชาให้กับบริษัทคู่สัญญาที่ได้รับรองมาตรฐานและมีประสิทธิภาพในการจัดการกากชาไปใช้ให้เกิดประโยชน์

ผลงาน: โรงงานผลิตเครื่องดื่มโออิชิ อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดสระบุรี ส่งต่อกากชาปริมาณ 1,945,765 กิโลกรัม ให้บริษัทดังกล่าวนำไปทำเป็นเชื้อเพลิง ขณะที่โรงงานผลิตเครื่องดื่มโออิชิในเขตอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี ส่งต่อกากชาปริมาณ 1,855,988 กิโลกรัม ให้บริษัทดังกล่าวนำไปทำเป็นสารปรับปรุงดิน

2.2 การบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์

ปัจจุบันการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ ไม่ใช้แค่เพียงเพื่อความสวยงามภายนอกเท่านั้น หากยังต้องตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย ทั้งนี้ ในการเลือกวัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์โออิชิ จึงให้ความสำคัญกับการลดปริมาณการใช้ทรัพยากรและวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยังคำนึงถึงการนำวัสดุบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) หรือนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ในทุกกลุ่มธุรกิจ อาทิ

ธุรกิจอาหาร: ร้านอาหารโออิชิและอาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุงและพร้อมทานโออิชิ อีทโตะ ปรับปรุงการใช้บรรจุภัณฑ์โดยปฏิบัติตามแนวทางความยั่งยืนด้านบรรจุภัณฑ์ 4 มิติ ได้แก่

- ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกชนิดที่สามารถนำเข้าไปสู่กระบวนการรีไซเคิลได้
- ลดปริมาณการใช้พลาสติกผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ทางธรรมชาติ
- ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ลูกค้าสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse)

จากการปรับปรุงดังกล่าว ส่งผลให้การดำเนินการด้านบรรจุภัณฑ์ใหม่ ๆ ในปี 2564 ของร้านอาหารในเครือโออิชิและผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงและพร้อมทานโออิชิ อีทโตะ สามารถดำเนินการตามเป้าหมายได้ 100% และจากแนวทางดังกล่าว ร้านอาหารโออิชิสามารถลดปริมาณการใช้พลาสติกได้ถึง 3.46 ตัน จากการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

- ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (Polylactic Acid-PLA) เช่น ถ้วยไอศกรีม แก้วน้ำฝาหลอด และช้อนของร้านโอโยกิ (YOYOKI)
- ศึกษาการใช้หลอดกระดาษเพื่อทดแทนหลอดพลาสติกเพื่อเป็นทางเลือกในกรณีกฎหมายบังคับใช้ในปี 2565
- เริ่มใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ได้แก่ ถุงผ้า พร้อมระบุสัญลักษณ์ Recycle ลงบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคที่ใช้งานได้รับทราบข้อมูล



ขณะที่ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุงและพร้อมทานโออิชิ อีทโตะ ก็ปฏิบัติตามแนวทางความยั่งยืนด้านบรรจุภัณฑ์ลดปริมาณการใช้พลาสติกจากการดำเนินการดังนี้

- การลดความหนาชั้นฟิล์มบรรจุภัณฑ์ของอาหารพร้อมปรุงและพร้อมทานโออิชิ อีทโตะ โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ราเมนแช่แข็งสามารถลดความหนาของชั้นฟิล์ม LLDPE ได้ครบ 100%



- บรรจุภัณฑ์ของโออิชิ อีทโตะ กลุ่มแซนด์วิชแช่เย็นใช้ฟิล์มประเภทพลาสติกเดี่ยว (Mono-material) เพื่อสามารถนำไปย่อยสลายได้โดยไม่ต้องผ่านกระบวนการแยกชนิดฟิล์มช่วยลดขั้นตอนและลดการใช้พลังงานในการแยกชนิดฟิล์ม

ธุรกิจเครื่องดื่ม: นอกจากมุ่งเน้นพัฒนาเครื่องดื่มชาเขียวที่มีคุณภาพแล้ว โออิชิ ยังพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการลดปริมาณพลาสติกโดยดำเนินการดังนี้

- **ปรับลดน้ำหนักพร็อฟอร์ม:** ขวดพลาสติกเป็นบรรจุภัณฑ์หลักของเครื่องดื่มชาเขียวโออิชิ โดยมีพร็อฟอร์มเป็นวัตถุดิบในการเข้าขึ้นรูปขวด แบ่งเป็น 2 ขนาด ได้แก่ (1) พร็อฟอร์มน้ำหนัก 17 กรัม ใช้เป่าขวดพลาสติกขนาด 350 มิลลิลิตร และ 380 มิลลิลิตร (2) พร็อฟอร์มน้ำหนัก 18.5 กรัม ใช้เป่าขวดพลาสติกขนาด 500 มิลลิลิตร ซึ่งแต่ละปีโออิชิ ใช้พร็อฟอร์มจำนวนมากกว่า 567 ล้านชิ้นต่อปี ประกอบด้วยพร็อฟอร์มน้ำหนัก 17 กรัม จำนวนประมาณ 317 ล้านชิ้นต่อปี หรือประมาณ 55% และพร็อฟอร์มน้ำหนัก 18.5 กรัม จำนวนประมาณ 188 ล้านชิ้นต่อปี หรือประมาณ 33% ของปริมาณพร็อฟอร์มทั้งหมด ดังนั้น การลดน้ำหนักของพร็อฟอร์มจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการลดปริมาณพลาสติก ปี 2564 โออิชิ ประเมินยอดสั่งซื้อพร็อฟอร์มน้ำหนัก 17 กรัม จำนวนมากถึง 317,280,000 ชิ้น โออิชิ จึงเริ่มโครงการทดลองลดน้ำหนักพร็อฟอร์ม จาก 17 กรัม เหลือ 15.89 กรัม สำหรับขวดขนาด 350 มิลลิลิตร และ 380 มิลลิลิตร และจาก 18.50 กรัม เหลือ 18.16 กรัม สำหรับขวดขนาด 500 มิลลิลิตร และหากการทดลองลดน้ำหนักพร็อฟอร์มเหลือ 15.89 กรัม สำเร็จ ก็จะช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ถึง 60,280,000 บาท แต่เนื่องด้วยพลาสติกในตลาดโลกราคาสูงขึ้น ส่งผลให้ไตรมาสที่ 4

ของปี 2564 สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ 12,690,000 บาท ส่วนผลลัพธ์ในเชิงสิ่งแวดล้อม หากคำนวณจากการใช้พร็อฟอร์ม น้ำหนัก 17 กรัม จะส่งผลให้มีปริมาณการใช้พลาสติกประมาณ 5.4 ล้านกิโลกรัม ซึ่งถ้าเทียบกับพร็อฟอร์มน้ำหนัก 15.89 กรัม จะลดปริมาณการใช้พลาสติกได้ประมาณ 352,000 กิโลกรัม ซึ่งคาดการณ์ว่าโครงการทดลองใช้พร็อฟอร์มน้ำหนัก 15.89 กรัม จะแล้วเสร็จภายในไตรมาสที่ 1 ของปี 2565

- **พัฒนาจากวัสดุ PET:** ในปี 2564 โออิชิ ได้ศึกษาและทดลองใช้พลาสติก PET ในสายการผลิต CAF1 สำหรับชาเขียวโออิชิรสชาเขียวญี่ปุ่น ขนาด 500 มิลลิลิตร แทนพลาสติกชนิด PVC เนื่องจากพลาสติกชนิด PET มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าพลาสติกชนิด PVC และพลาสติกชนิด PET ยังสามารถนำไปเข้ากระบวนการรีไซเคิลได้อีกด้วย แต่ในด้านการใช้งานพลาสติกชนิด PET ยังมีข้อจำกัด เพราะหตุตัวสูงเหมาะสำหรับขวดโคงก์ที่ตัวขวดมีขนาดแตกต่างกันระหว่างลำตัวขวดและคอขวด ดังนั้น โออิชิ จึงรอผลการศึกษาและทดลองที่แม่นยำก่อนที่จะนำไปใช้ในอนาคต
- **เปลี่ยนขวดชาเขียวโออิชิกลั่นเองเคียวโฮสีม่วงเป็นขวดใส:** ในช่วงต้นปี 2563 บริษัทเริ่มปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเขียวโออิชิกลั่นเองเคียวโฮสีม่วง โดยเปลี่ยนจากขวด PET แบบมีสีเป็นขวด PET แบบใสเพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle) ซึ่งตั้งแต่เริ่มดำเนินการมาประมาณการได้ว่าสามารถเพิ่มปริมาณขวด PET ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle) จำนวนประมาณ 69 ล้านขวด อีกทั้งยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในกระบวนการเติมสีม่วงในกระบวนการผลิตขวดได้ถึงปีละ 1.7 ล้านบาท



3. การบริหารจัดการน้ำ

น้ำ เป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตสำหรับธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม โออิชิ จึงมุ่งมั่นพัฒนาและปรับปรุงการบริหารทรัพยากรน้ำให้มีประสิทธิภาพเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งยังเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจและลดความเสี่ยงในการขาดแคลนทรัพยากรน้ำที่มีคุณภาพในอนาคตอีกด้วย ทั้งนี้ โออิชิ ยังปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมาย มีระบบมาตรฐานสากลในการกำกับดูแลและตรวจสอบความถูกต้องของการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้น้ำ รวมถึงควบคุมมาตรฐานการปล่อยน้ำทิ้งจนมีคุณภาพดีกว่ามาตรฐานที่กำหนดก่อนปล่อยสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้อง

โออิชิ ได้รับใบประกาศเกียรติคุณการรับรองการตรวจประเมินตามเกณฑ์มาตรฐานการรับรองวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์(WFP) จากสถาบันน้ำและสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สำหรับผลิตภัณฑ์ชาเขียวญี่ปุ่น โออิชิ กรีนที รสน้ำผึ้งผสมมะนาว ขนาด 380 มิลลิลิตร จากการประเมินปริมาณการใช้น้ำในกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่อาหารอย่างเหมาะสมและผ่านการประเมินและรับรองค่าฟุตพริ้นท์การขาดแคลนน้ำ (Water Scarcity Footprint)

ในปี 2564 โออิชิ บริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

โรงงาน	แนวทางการบริหารจัดการน้ำ	ผลลัพธ์
โรงงานผลิตเครื่องดื่มเขตนิกมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี	ปรับปรุงกระบวนการผลิตน้ำดื่มให้สามารถผลิตสินค้าได้ต่อเนื่องยาวนานมากขึ้น ช่วยลดความถี่ในการทำทำความสะอาดโดยไม่ต้องถอดชิ้นส่วน (Cleaning in Place)	ลดปริมาณน้ำ 500 ลูกบาศก์เมตรต่อปี
โรงงานผลิตเครื่องดื่มอำเภอวังม่วง จังหวัดสระบุรี	ปรับปรุงโปรแกรมควบคุมการทำงานของวาล์วในกระบวนการผลิต ช่วยลดน้ำขatakค้างในระบบการผลิต	ลดปริมาณน้ำ 28,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี
โรงงานผลิตเครื่องดื่มเขตนิกมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี (สายการผลิต CAF, UHT, HF)	ปรับปรุงติดตั้งระบบจัดเก็บน้ำที่ผ่านอุปกรณ์ตรวจวัด และน้ำที่เหลือจากการกรองด้วยระบบ RO (Reverse Osmosis) เพื่อนำน้ำกลับมาใช้ระบายความร้อนในระบบทำความเย็น	ลดปริมาณน้ำ 130,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี
โรงงานโออิชิ ฟู้ด เซอร์วิส (ครัวกลาง) อำเภอบ้านฉาง จังหวัดชลบุรี	ปรับปรุงติดตั้งระบบนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วนำกลับมาใช้สำหรับรดน้ำต้นไม้	ลดปริมาณน้ำ 36,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

4. การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ

โออิชิ กำหนดแผนการจัดการด้านสภาพภูมิอากาศอย่างต่อเนื่อง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และช่วยพัฒนาความยั่งยืนให้กับการดำเนินธุรกิจขององค์กรและความเป็นอยู่ของชุมชนรอบโรงงาน โดยกำหนดมาตรการในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ดังนี้



โรงงาน	แนวทางการบริหารจัดการน้ำ	ผลลัพธ์
โรงงานผลิตเครื่องดื่มเขตนิกมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี	ปรับปรุงติดตั้งระบบรวบรวมน้ำที่ผ่านอุปกรณ์ตรวจวัดและน้ำ RO Reject นำกลับมาใช้งานที่ Evaporative Condenser	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 34,362.09 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี หรือเทียบเท่าต้นไม้ที่ปลูก 1,997.08 ต้น
	ปรับปรุงระบบต้นกำลัง โดยติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมการทำงานของปั๊มในระบบการผลิตน้ำ RO (Reverse Osmosis) ให้สอดคล้องกับอัตราการใช้	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 42,060 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี หรือเทียบเท่าต้นไม้ที่ปลูก 2,445.35 ต้น
	ปรับปรุงระบบต้นกำลัง โดยติดตั้งมอเตอร์ประสิทธิภาพสูงในระบบทำน้ำเย็น	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 25,236 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี หรือเทียบเท่าต้นไม้ที่ปลูก 14,67.21 ต้น
	ปรับปรุงระบบปรับอากาศในอาคารสำนักงาน โดยติดตั้งระบบปรับอากาศแบบแยกส่วน (Split Type) แทนการใช้ระบบปรับอากาศแบบรวมศูนย์ (Water Cooled Chiller System)	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 294,420 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี หรือเทียบเท่าต้นไม้ที่ปลูก 17,117.44 ต้น
	ปรับปรุงกระบวนการผลิตสายการผลิตเครื่องดื่มแบบบรรจุกล่อง UHT ให้สามารถผลิตต่อเนื่องได้นาน ช่วยลดความถี่ในการทำทำความสะอาดโดยไม่ต้องถอดชิ้นส่วน (Cleaning in Place)	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 210,442.14 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี หรือเทียบเท่าต้นไม้ที่ปลูก 12,235.01 ต้น
โรงงานผลิตเครื่องดื่มเขตนิกมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี	ปรับปรุงกระบวนการผลิตน้ำดื่มให้สามารถผลิตสินค้าได้ต่อเนื่องยาวนานมากขึ้น ช่วยลดความถี่ในการทำทำความสะอาดโดยไม่ต้องถอดชิ้นส่วน (Cleaning in Place)	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 39,992 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี หรือเทียบเท่าต้นไม้ที่ปลูก 2,325.12 ต้น

โรงงาน	แนวทางการบริหารจัดการ	ผลลัพธ์
โรงงานผลิตเครื่องดื่ม อำเภอวังม่วง จังหวัดสระบุรี	นำพลังงานทดแทนจากแสงอาทิตย์มาใช้ผลิตไฟฟ้าสำหรับใช้ในโรงงาน	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 937,086 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี หรือเทียบเท่าต้นไม้ที่ปลูก 27,968 ต้น
	ปรับปรุงการใช้ลมที่เหลือจากกระบวนการเป่าขวด โดยนำลมที่เหลือจากกระบวนการเป่าขวดหมุนเวียนกลับมาใช้ในระบบต้นกำลัง	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 119,976 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี หรือเทียบเท่าต้นไม้ที่ปลูก 6,975.35 ต้น
	ปรับปรุงโปรแกรมควบคุมการทำงานขบวนการในกระบวนการผลิตช่วยลดน้ำขาดตกค้างในระบบ	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 7,576.96 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี หรือเทียบเท่าต้นไม้ที่ปลูก 440.52 ต้น
โรงงานโออิชิฟู้ด เซอร์วิส (ศรีวิชัย) อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี	ปรับปรุงกระบวนการผลิต โดยลดการใช้ลมในขั้นตอนการลดอุณหภูมิของผลิตภัณฑ์กลุ่มครีกร้อน	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 14,997.0 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี หรือเทียบเท่าต้นไม้ที่ปลูก 871.92 ต้น
	ปรับปรุงติดตั้งระบบน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วนำกลับมาใช้สำหรับรดน้ำต้นไม้	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 10,411.63 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี หรือเทียบเท่าต้นไม้ที่ปลูก 605.33 ต้น



จากการบริหารจัดการด้านสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ โออิชิ จึงได้รับการรับรองด้านการจัดการด้านสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้



- **ประกาศนียบัตรคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรในภาคอุตสาหกรรม ขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (Carbon Footprint for Organization: CFO):** โดยบริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด โรงงานผลิตเครื่องดื่มชนิดมอดุตราหมอนคร จังหวัดปทุมธานี โรงงานผลิตเครื่องดื่มชนิดมอดุตราหมอนคร จังหวัดชลบุรี โรงงานผลิตเครื่องดื่ม อำเภอวังม่วง จังหวัดสระบุรี และโรงงานโออิชิ ฟู้ด เซอร์วิส (ศรีวิชัย) อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ได้สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและวิธีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร เพื่อให้สามารถคำนวณปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง อันจะนำไปสู่การกำหนดแนวทางการบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
- **ใบประกาศเกียรติคุณเครื่องหมายรับรองหรือฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (CFP) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน):** โดยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเขียวโออิชิ กรีนที ขนาด 380 มิลลิลิตร รสต้นตำรับ รสน้ำผึ้งผสมมะนาว และกลิ่นอุ่นเขียวโฮผสมวนมะพร้าว ผ่านการประเมินและได้รับการรับรองปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- **ใบประกาศเกียรติคุณเครื่องหมายลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์หรือฉลากลดโลกร้อน (CFR) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน):** โดยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มโออิชิ กรีนที ขนาด 380 มิลลิลิตร รสน้ำผึ้งผสมมะนาว และกลิ่นอุ่นเขียวโฮผสมวนมะพร้าว ผ่านการประเมินและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- **ใบรับรองการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม:** โดยในปี 2564 โรงงานโออิชิที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก มีดังนี้

โรงงาน	ปี 2563 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี)	ปี 2564 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี)	% Change
โรงงานผลิตเครื่องดื่มชนิดมอดุตราหมอนคร จังหวัดชลบุรี	2,333	1,329	ลดลง 43%
โรงงานผลิตเครื่องดื่ม อำเภอวังม่วง จังหวัดสระบุรี	23,334	19,699	ลดลง 16%
โรงงานโออิชิ ฟู้ด เซอร์วิส (ศรีวิชัย) อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี	9,688	9,140	ลดลง 6%

GRI Standards Universal Standards

GRIมาตรฐาน たいしょうひょう

Profile	Reference	Topics
GRI 102 : GENERAL DISCLOSURES		
Organizational Profile		
GRI 102-1 Name of the organization	Form 56-1 One Report	- General Information: Oishi Group Public Company Limited
GRI 102-2 Activities, brands, products, and services	Form 56-1 One Report	- Nature of Products
GRI 102-3 Location of headquarters	Form 56-1 One Report	- General Information: Unit B3601 36 th Floor, CW TOWER, 90 Ratchadaphisek Rd., Huai Khwang, Bangkok 10310, Thailand
GRI 102-4 Location of operations	Form 56-1 One Report	- General Information
GRI 102-5 Ownership and legal form	Form 56-1 One Report	- Business Assets - Sharedholding Structure
GRI 102-6 Markets served	Form 56-1 One Report	- Structure and Business Operations
GRI 102-8 Information on employees and other workers	Form 56-1 One Report Sustainability Report	- Employee Development and Policy - Social
GRI 102-9 Supply chain	Form 56-1 One Report Sustainability Report	- Product and Service Procurement - OISHI'S Value Chain - Economic
GRI 102-10 Significant changes to the organization and its supply chain	Form 56-1 One Report	- Business Policy and Overview - Management Structure
GRI 102-11 Precautionary Principle or approach	Form 56-1 One Report	- Risk Management Policy - Corporate Governance
GRI 102-12 External initiatives	Form 56-1 One Report Sustainability Report	- Corporate Governance Report - OISHI Sustainability Approachs - Corporate Governance
GRI 102-13 Membership of associations		- The Company is a member of Thai Chamber of Commerce and various other organizations.
Strategy		
GRI 102-14 Statement from senior decision-maker	Form 56-1 One Report	- Message from the Chairman - Message from the President and CEO
GRI 102-15 Key impacts, risks, and opportunities	Form 56-1 One Report	- Risk Management

Profile	Reference	Topics
Ethics and Integrity		
GRI 102-16 Values, principles, standards, and norms of behavior	Form 56-1 One Report	- Corporate Governance
	Sustainability Report	- Corporate Governance
GRI 102-17 Mechanisms for advice and concerns about ethics	Form 56-1 One Report	- Corporate Governance
	Sustainability Report	- Corporate Governance
Governance		
GRI 102-18 Governance structure	Form 56-1 One Report	- Board of Directors and the Executives
		- Management Structure
GRI 102-25 Conflicts of interest	Form 56-1 One Report	- Related Party Transaction
GRI 102-28 Evaluating the highest governance body's performance	Form 56-1 One Report	- Report on the Performance of Corporate Governance
GRI 102-30 Effectiveness of risk management process	Form 56-1 One Report	- Risk Management Policy
GRI 102-32 Highest governance body's role in sustainability reporting	Sustainability Report	- About This Report
Stakeholder Engagement		
GRI 102-40 List of stakeholder groups	Form 56-1 One Report	- Internal Control System and Related Party Transactions
	Sustainability Report	- Stakeholder Engagement
GRI 102-41 Collective bargaining agreements	Form 56-1 One Report	- Internal Control System and Related Party Transactions
	Sustainability Report	- Oishi's Value Chain - Economic
GRI 102-42 Identifying and selecting stakeholders	Form 56-1 One Report	- Internal Control System and Related Party Transactions
	Sustainability Report	- Stakeholder Engagement
GRI 102-43 Approach to stakeholder engagement	Form 56-1 One Report	- Internal Control System and Related Party Transactions
	Sustainability Report	- Stakeholder Engagement
GRI 102-44 Key topics and concerns raised	Form 56-1 One Report	- Internal Control System and Related Party Transactions
	Sustainability Report	- OISHI's Key Sustainability Topics
Reporting Practice		
GRI 102-45 Entities included in the consolidated financial statements	Form 56-1 One Report	- Financial Statements

Profile	Reference	Topics
GRI 102-46 Defining report content and topic boundaries	Form 56-1 One Report	- Corporate Governance
	Sustainability Report	- OISHI's Key Sustainability Topics
GRI 102-47 List of material topics	Form 56-1 One Report	- Corporate Governance
	Sustainability Report	- Economic
		- Social - Environment
GRI 102-48 Restatements of information	Form 56-1 One Report	- Corporate Governance
GRI 102-49 Changes in reporting	Form 56-1 One Report	- Corporate Governance
GRI 102-50 Reporting period		- 1 October 2020 to 30 September 2021
GRI 102-51 Date of most recent report		- 1 October 2020 to 30 September 2021
GRI 102-52 Reporting cycle		- Annual
GRI 102-53 Contact point for questions regarding the report	Form 56-1 One Report	- General Information
GRI 102-54 Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	Sustainability Report	- About This Report
GRI 102-55 GRI content index	Sustainability Report	- GRI Standards Content Index

GRI 103 : MANAGEMENT APPROACH

GRI 103-1 Explanation of the material topic and its boundary	Form 56-1 One Report	- Corporate Governance
	Sustainability Report	- About This Report - OISHI's Key Sustainability Topics
GRI 103-2 The management approach and its components	Form 56-1 One Report	- Corporate Governance
	Sustainability Report	- About This Report
GRI 103-3 Evaluation of the management approach	Form 56-1 One Report	- Corporate Governance
	Sustainability Report	- Corporate Governance

GRI 204 : PROCUREMENT PRACTICES

GRI 204-1 Proportion of spending on local suppliers	Form 56-1 One Report	- Product and Service Procurement
---	----------------------	-----------------------------------

GRI 205 : ANTI-CORRUPTION

GRI 205-1 Operations assessed for risks related to corruption	Form 56-1 One Report	- Risk Management Policy
GRI 205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	Form 56-1 One Report	- Report on the Performance of Corporate Governance

Profile	Reference	Topics
GRI 205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	Form 56-1 One Report	- Report on the Performance of Corporate Governance
GRI 301 : MATERIALS		
GRI 301-1 Materials used by weight or volume	Sustainability Report	- Environment
GRI 301-2 Recycled input materials used	Sustainability Report	- Environment
GRI 301-3 Reclaimed products and their packaging materials	Sustainability Report	- Environment
GRI 302 : ENERGY		
GRI 302-1 Energy consumption within the organization	Sustainability Report	- Environment
GRI 302-3 Energy intensity	Form 56-1 One Report and SD Report	- Environment
GRI 302-4 Reduction of energy consumption	Form 56-1 One Report and SD Report	- Product and Service Procurement - Environment
GRI 303 : WATER		
GRI 303-1 Interactions with water as a shared resource	Form 56-1 One Report Sustainability Report	- Product and Service Procurement - Environment
GRI 303-3 Water recycled and reused	Sustainability Report	- Environment
GRI 305 : EMISSION		
GRI 305-5 Reduction of GHG emissions	Sustainability Report	- Environment
GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG Emissions	Sustainability Report	- Environment
GRI 305-2 Energy Indirect (Scope 2) GHG emissions	Sustainability Report	- Environment
GRI 305-4 GHG emission intensity	Sustainability Report	- Environment
GRI 305-7 Nitrogen oxides (Nox), sulfur oxides (Sox), and other significant air emissions	Sustainability Report	- Environment
GRI 306 : EFFLUENT AND WASTE		
GRI 306-2 Waste disposal by type and method	Sustainability Report	- Environment
GRI 308 : SUPPLIER ENVIRONMENTAL ASSESSMENT		
GRI 308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	Sustainability Report	- OISHI's Value Chain - Economic

Profile	Reference	Topics
GRI 403 : OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY		
GRI 403-2 Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	Form 56-1 One Report	- Corporate Governance
GRI 404 : TRAINING AND EDUCATION		
GRI 404-1 Average hours of training per year per employee	Form 56-1 One Report	- Report on the Performance of Corporate Governance
GRI 404-2 Program for upgrading employee skills and transition assistance programs	Form 56-1 One Report	- Report on the Performance of Corporate Governance
GRI 406 : NON-DISCRIMINATION		
GRI 406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	Form 56-1 One Report	- Corporate Governance
GRI 407 : FREEDOM OF ASSOCIATION AND COLLECTIVE BARGAINING		
GRI 407-1 Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	Form 56-1 One Report	- Risk Management - Corporate Governance
GRI 409: FORCED OR COMPULSORY LABOR		
GRI 409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	Form 56-1 One Report	- Product and Service Procurement - Corporate Governance
GRI 413 : LOCAL COMMUNITIES		
GRI 413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	Sustainability Report	- Social
GRI 414 : SUPPLIER SOCIAL ASSESSMENT		
GRI 414-1 New suppliers that were screened using social criteria	Form 56-1 One Report	- Product and Service Procurement
GRI 416 : CUSTOMER HEALTH AND SAFETY		
GRI 416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	Form 56-1 One Report Sustainability Report	- Nature of Business - Economic
GRI 417 : MARKETING AND LABELING		
GRI 417-1 Requirements for product and service information and labeling	Sustainability Report	- Social

แบบตอบกลับ รายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนของโออิชิ 2564

ขอบคุณที่ให้ความสนใจรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนของโออิชิ 2564 ความคิดเห็นของท่านเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเราที่จะช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมของการพัฒนาที่ยั่งยืนและการรายงานในอนาคต

***ข้อมูลที่เป็นต้องกรอก**

ขอความกรุณากรอกแบบตอบกลับและส่งมุมมองของคุณมาที่อีเมล: apisara.j@oishigroup.com

หรือส่งจดหมายมาที่
บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่
ฝ่ายกฎหมายและกำกับดูแล
เลขที่ 90 อาคารซีดับเบิลยูทาวเวอร์ ชั้น 43
ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง
กรุงเทพมหานคร 10310

1. หัวข้อใดเกี่ยวข้องกับท่านมากที่สุด* (กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ได้มากกว่า 1 หัวข้อ)
- | | | | |
|--------------------------------|--|---|-------------------------------|
| <input type="radio"/> ชุมชน | <input type="radio"/> ผู้บริโภค | <input type="radio"/> ลูกค้า | <input type="radio"/> พนักงาน |
| <input type="radio"/> นักลงทุน | <input type="radio"/> องค์กรพัฒนาเอกชน | <input type="radio"/> หน่วยงานกำกับดูแล | <input type="radio"/> คู่ค้า |
| ○ อื่น ๆ โปรดระบุ : | | | |

2. ประสิทธิภาพในการสื่อสารความยั่งยืนของไทยเบฟผ่านรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นอย่างไร* (กรุณาให้คะแนนโดยใส่เครื่องหมาย ✓ เมื่อ 5 หมายถึง ดีเยี่ยม และ 1 หมายถึง ควรปรับปรุง)

หัวข้อ	1	2	3	4	5
2.1 แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของโออิชิ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.2 การกำกับดูแลกิจการที่ดี	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.3 ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.4 ความยั่งยืนด้านสังคม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.5 ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.6 อื่น ๆ โปรดระบุ :					

3. กรุณาให้คะแนนเนื้อหาและคุณภาพของรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืนของโออิชิ 2564 ตามหัวข้อต่อไปนี้ (โดย 5 หมายถึง ดีเยี่ยม และ 1 หมายถึง ควรปรับปรุง)

หัวข้อ	1	2	3	4	5
3.1 ความสมดุลของเนื้อหา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.2 ความชัดเจนของเนื้อหา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.3 การเปรียบเทียบได้กับบริษัทอื่น	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.4 การทำสาระสำคัญด้านความยั่งยืนและสาระที่เกี่ยวข้อง	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.5 ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.6 ความถูกต้องของเนื้อหา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.7 ความโปร่งใสของเนื้อหา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.8 โครงสร้างและการเรียบเรียงเนื้อหา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.9 การออกแบบรูปเล่ม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. กรุณาให้ความเห็นอื่น ๆ ต่อความยั่งยืนและรายงานการพัฒนาที่ยั่งยืน

.....

.....

.....

.....

Note



บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ทะเบียนเลขที่ 0107547000150

เลขที่ 90 อาคารซีดับเบิลยู ทาวเวอร์ ชั้นที่ 36
ห้องเลขที่ บี 3601 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง
กรุงเทพมหานคร 10310

โทรศัพท์ : (02) 768-8888
โทรสาร : (02) 768-8889



www.oishigroup.com