

บริษัท ฝาจีบ จำกัด [มหาชน]
CROWN SEAL PUBLIC COMPANY LIMITED

คู่มือการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

Materiality and Sustainability Analysis



Environment



Social



Governance

คู่มือ การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality and Sustainability Analysis)



บริษัท ฟ้าจิบ จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 5 ซอยรังสิต-นครนายก 46 ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130

รหัสเอกสาร: CSC-ESG-002

วันที่ออกเอกสาร: 24 ธันวาคม 2568

ครั้งที่แก้ไข: 00

จัดทำโดย : *Kondaw* สำนักผู้จัดการใหญ่

จัดทำโดย *Ch P.* แผนกพัฒนาความยั่งยืน สำนักผู้จัดการใหญ่

ทบทวนโดย :

yama *Om* *Sh*
.....
ks *Wu Thng*
.....
ng *P*
.....

คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน

อนุมัติโดย : *Juy* (นางจิรพร หงูทอง) ผู้จัดการใหญ่



สารบัญ (List of Contents)

เนื้อหา (Contents)	หน้า (page)
ขอบเขต (Scope)	2
วัตถุประสงค์ (Objective)	2
คำจำกัดความ (Definition)	
กระบวนการวิเคราะห์ประเด็นความยั่งยืน (Sustainability issue analysis process)	2
ขั้นตอนที่ 1 การทบทวนประเด็นด้านความยั่งยืนจากบริบทองค์กร (Understand Context)	3
ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)	8
ขั้นตอนที่ 3 การระบุประเด็น และ การจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืน (Define & Prioritization Materiality)	12
ขั้นตอนที่ 4 การยืนยันความสมบูรณ์ของประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน (Sustainability materiality Validation)	15
ขั้นตอนที่ 5 การบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืน (Sustainability Management)	15

ขอบเขต (Scope)

คู่มือนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร โดยครอบคลุมขั้นตอนตั้งแต่ (1) การทบทวนประเด็นด้านความยั่งยืนจากบริบทขององค์กร (2) วิเคราะห์การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (3) กำหนดประเด็น & จัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืน (4) การบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนและการยืนยันความสมบูรณ์ของประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน (5) การบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืน ซึ่งสามารถประยุกต์กับทุกหน่วยงานในองค์กร โดยมุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจที่สอดคล้องกันในการวิเคราะห์และคัดเลือกประเด็นที่มีผลกระทบต่อทั้งองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ คู่มือนี้ยังสามารถใช้เป็นแนวทางอ้างอิงสำหรับการจัดทำรายงานความยั่งยืน (Sustainability Report) หรือการประเมินตามกรอบสากล

วัตถุประสงค์ (Objective)

ใช้เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจ วิเคราะห์ และจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่มีผลกระทบต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสนับสนุนให้องค์กรสามารถกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานด้านความยั่งยืนได้อย่างเหมาะสม โดยมุ่งสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนในระยะยาว

คำจำกัดความ (Definition)

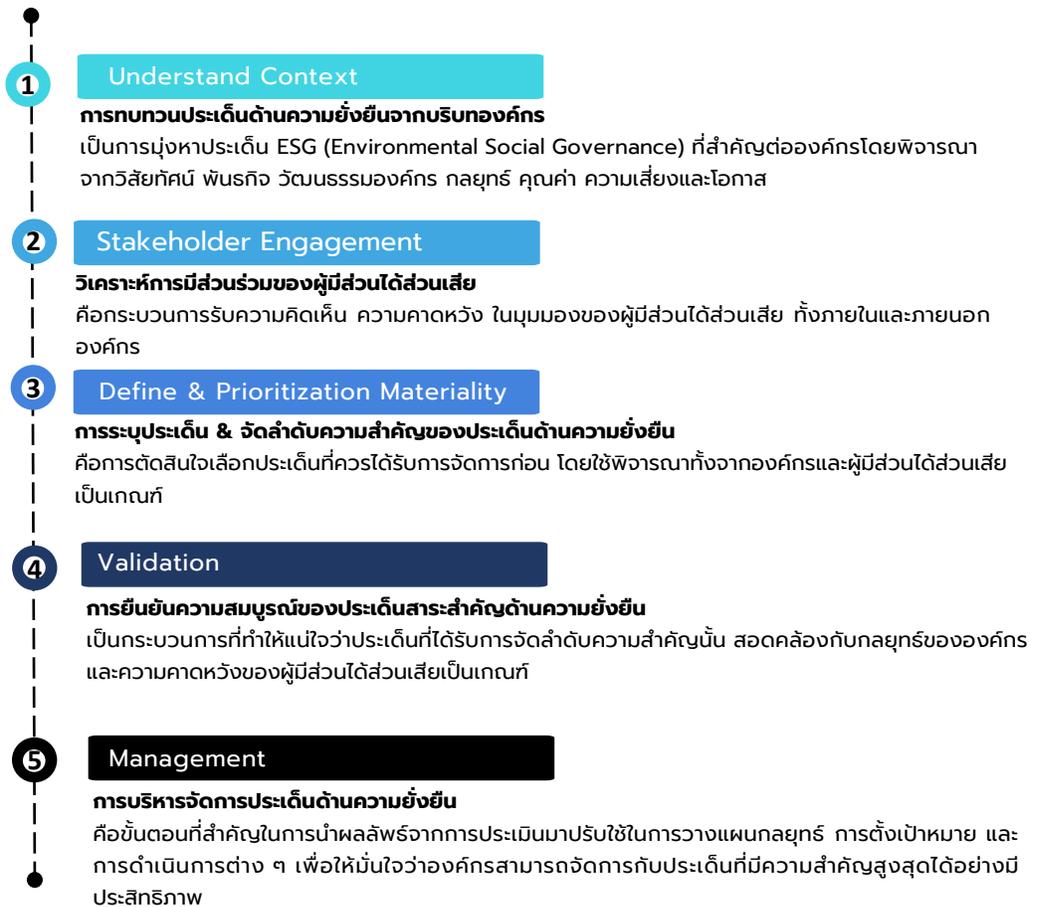
1) ประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน (Sustainability materiality topics) หมายถึง ประเด็นหรือหัวข้อที่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการสร้างมูลค่าในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวขององค์กร ตลอดจนส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งองค์กรต้องนำมาพิจารณา ระบุ และจัดลำดับความสำคัญเพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ

2) ห่วงโซ่คุณค่า (Supply chain value or Value chain) คือ แผนผังที่แสดงกระบวนการทั้งหมดในองค์กร ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดจำหน่าย ไปจนถึงการส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้า โดยจะแบ่งเป็นกิจกรรมหลัก (Primary activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support activities) ซึ่งเน้นว่าแต่ละขั้นตอนจะสามารถ สร้างคุณค่า (Value) ให้กับสินค้าและองค์กรได้มากน้อยเพียงใด ทำให้ช่วยวิเคราะห์หาจุดที่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน หรือสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันได้.

กระบวนการวิเคราะห์ประเด็นด้านความยั่งยืน (Sustainability issue analysis process)

บริษัท ฝาจิบ จำกัด (มหาชน) ได้ประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์ประเด็นด้านความยั่งยืน จากศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2564 (Sustainable Capital Market Development, SET Thailand, 2564) ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอนดังภาพที่ 1

กระบวนการ
วิเคราะห์ประเด็น
ด้านความยั่งยืน



ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการวิเคราะห์ประเด็นด้านความยั่งยืน

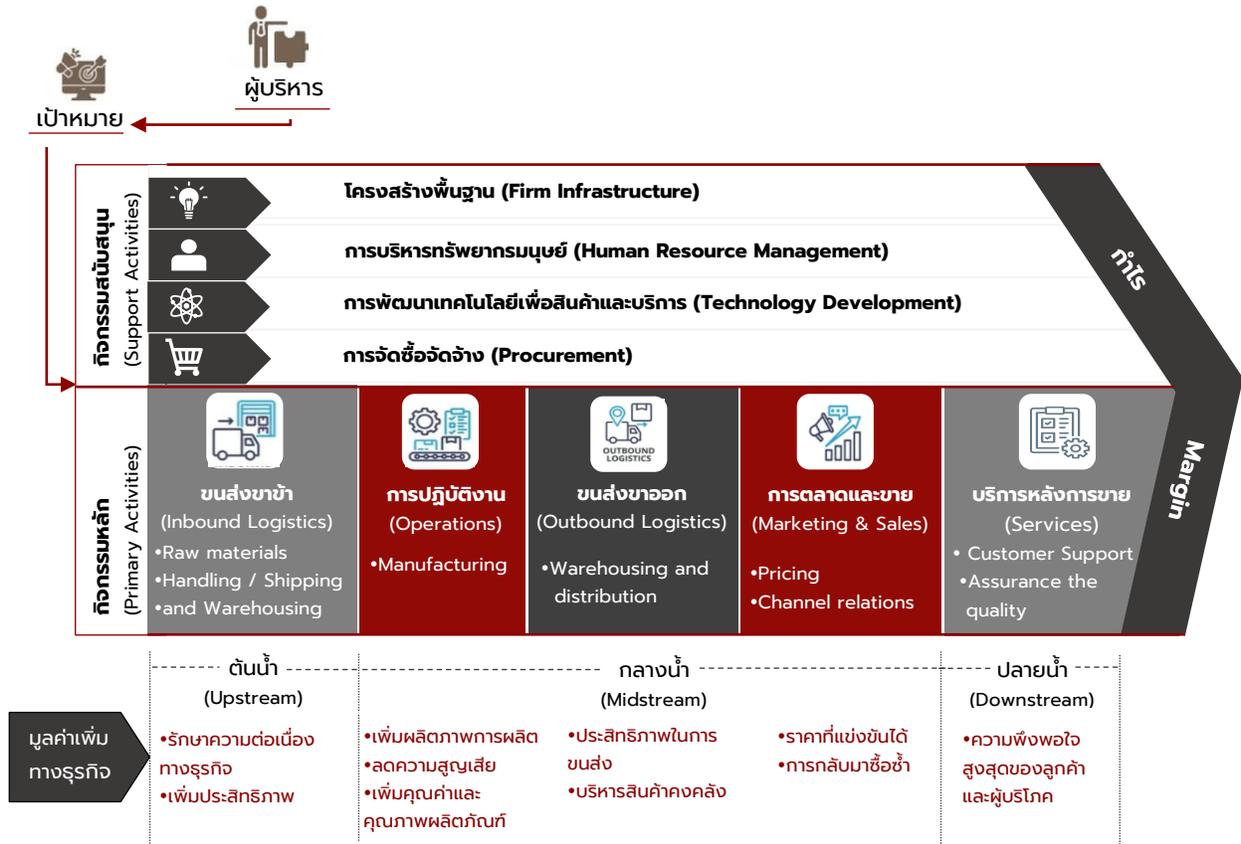
ประยุกต์จาก: เว็บไซต์ของศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
(<https://elearning.set.or.th/>)

ขั้นตอนที่ 1 การทบทวนประเด็นด้านความยั่งยืนจากบริบทองค์กร (Understand Context)

1.1 สร้างคุณค่าความยั่งยืน (Value Creation)

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างคุณค่าด้านความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ด้วยการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ พร้อมๆไปกับตอบสนองต่อความท้าทายและความต้องการทางสังคมเพื่อส่งคุณค่าเหล่านี้ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย **ผ่านทางคุณค่าความยั่งยืน** (ห่วงโซ่คุณค่า และ คุณค่าที่ส่งมอบ) และ **ผ่านทางความเสี่ยงและโอกาส** (Risks & Opportunities) ขององค์กร ที่พิจารณาจากแนวโน้มโลกและแรงกดดันภายนอก (Global Trends & External Drivers) วิสัยทัศน์และพันธกิจ (Vision & Mission) กลยุทธ์องค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย (Corporate Strategy & Stakeholders) ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถระบุประเด็นสาระสำคัญขององค์กร (Materiality topics) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความยั่งยืนต่อไป

บริษัทฯ ได้จัดทำห่วงโซ่คุณค่าเพื่อเพิ่มมูลค่าด้านความยั่งยืนของธุรกิจที่เชื่อมโยงการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่ต้นน้ำ (Upstream) จนถึงปลายน้ำ (Downstream) รวมไปถึงทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นทางตรง (กิจกรรมหลัก) และทางอ้อม (กิจกรรมสนับสนุน) และทางอ้อมโดยได้แสดงไว้ในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)
บริษัท ฝาจิ๊บ จำกัด (มหาชน)

จากแผนภาพห่วงโซ่คุณค่า บริษัทฯได้แบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆได้แก่

■ กิจกรรมหลักหรือกิจกรรมพื้นฐาน (Primary Activity) ประกอบด้วยกระบวนการต่างๆดังต่อไปนี้

(1) กระบวนการขนส่งขาเข้า (Inbound Logistics) เป็นการจัดหาและนำเข้าวัตถุดิบที่เป็นปัจจัยในการผลิตฝาปิดผนึกเครื่องดื่มบรรจุขวด เช่น แผ่นโลหะ หมึกพิมพ์ น้ำยาเคลือบ แผ่นโฟม เม็ดพลาสติก เม็ดสี เป็นต้น รวมถึงการดูแลจัดเก็บในคลังสินค้า

(2) กระบวนการผลิตหรือปฏิบัติการ (Operations) เป็นการเปลี่ยนปัจจัยการผลิต เช่น แผ่นโลหะ สี น้ำยาเคลือบต่างๆ เม็ดพลาสติก เม็ดสี (Masterbatch) เป็นต้น ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย (Final Product) ได้แก่ แผ่นพิมพ์ ฝาโลหะและฝาพลาสติกที่ใช้ปิดผนึกเครื่องดื่มบรรจุขวด

(3) กระบวนการขนส่งขาออก (Outbound Logistics) เป็นกระบวนการการกระจายสินค้าสำเร็จรูปที่ถูกจัดเก็บไว้ในคลังสินค้าหลังจากผลิตเสร็จจากโรงงาน สู่อริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มซึ่งเป็นลูกค้า

(4) กระบวนการทางการตลาด และการขาย (Marketing and Sales) เป็นการตั้งราคา หาตลาด และการนำสินค้าที่ผลิตได้มุ่งสู่บริษัทลูกค้าซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องดื่มบรรจุขวดที่เป็นตลาดเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ

(5) การบริการ (Services) บริษัทฯ จัดตั้งทีมบริการด้านเทคนิคและความพึงพอใจลูกค้า เพื่อให้การสนับสนุนและแก้ไขปัญหาการใช้งานผลิตภัณฑ์ฝาอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ พร้อมการรับประกันผลิตภัณฑ์ฝาที่เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยทางอาหาร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าและผู้บริโภค

■ กิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) ประกอบด้วยกระบวนการต่างๆดังต่อไปนี้

(1) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm infrastructure) บริษัทฯ จัดให้มีการบริหารงานต่างๆเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การบริหารด้านบัญชีและการเงิน ด้านการจัดการภาษี ด้านการวางกลยุทธ์หรือวางแผนนโยบายของบริษัทฯ

(2) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) บริษัทฯ บริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นระบบครอบคลุมการสรรหา พัฒนา และบริหารค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม พร้อมดูแลสวัสดิการและคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานทุกระดับ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

(3) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) บริษัทฯ มุ่งแสวงหาและนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและกำลังการผลิต ลดต้นทุนและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

(4) การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) บริษัทฯ จัดซื้อปัจจัยการผลิตที่จำเป็น ได้แก่ วัตถุดิบ วัสดุสิ้นเปลือง เครื่องมือ เครื่องจักร และอะไหล่ รวมถึงการว่าจ้างผู้รับเหมาเพื่อดำเนินงานซ่อมบำรุง ก่อสร้าง และให้บริการภายในบริษัทฯ

■ การจัดการเพื่อเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

จากกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนข้างต้น บริษัทฯ ได้มีการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มมูลค่าของธุรกิจ (Business Value) ดังนี้

(1) รักษาความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจและเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการต่างๆเพื่อทำให้เกิดความยั่งยืนทางธุรกิจ

(2) มุ่งปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ใช้เวลาน้อยลงและลดปริมาณของเสีย เพื่อลดการใช้ทรัพยากรและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (Productivity) ควบคู่กับการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดและลูกค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าและความสามารถในการแข่งขัน

(3) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าและการขนส่งให้มีความเหมาะสม ควบคุมระดับสินค้าคงคลังให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และลดการใช้พื้นที่จัดเก็บที่ไม่จำเป็น

(4) กำหนดราคาผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม เป็นธรรม และสามารถแข่งขันได้ พร้อมดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และความจดจำในสินค้าแก่ลูกค้าและตลาด

(5) ให้การบริการหลังการขายในด้านบริการทางเทคนิคขณะใช้งานผลิตภัณฑ์ฝาของบริษัทฯ และการประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามเกณฑ์ที่ได้ตกลงกันไว้ รวมถึงทำการประเมินความพึงพอใจจากลูกค้า

(6) มีการกำหนดระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างและเกณฑ์การคัดเลือก-ประเมินผู้ค้าอย่างชัดเจน พร้อมจัดทำกระบวนการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยจำแนกผู้ค้าสำคัญเป็น Critical Tier 1 (ผู้ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง) และ Critical Non-Tier 1 (ผู้ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง)

1.1.2 การวิเคราะห์ประเด็นความยั่งยืนผ่านคุณค่าที่ส่งมอบ

เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่สามารถนำไปปฏิบัติและสร้างผลสัมฤทธิ์ได้จริง บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณค่าที่ส่งมอบ (Value Delivered) โดยมุ่งดำเนินธุรกิจให้สามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับคุณค่าทางสังคมในเวลาเดียวกัน ผ่านการประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value Creation) (ตามหลักการ CSV ของ Michael Porter และ Mark Kramer, 2006) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การสร้างคุณค่าแบบคุณค่าร่วม (Creating Shared Value : CSV)

ประเด็นการสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value)	คุณค่าทางธุรกิจขององค์กร (Business Value)	คุณค่าทางสังคม (Social Value)
1. มุ่งเน้นสินค้าและการตลาด (Product & Market)	<ul style="list-style-type: none"> • การเพิ่มยอดขาย • เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดพัฒนา • เสริมสร้างการเติบโตทางการตลาด • เพิ่มผลกำไร 	<ul style="list-style-type: none"> • เพิ่มการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม • ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก • เพิ่มการปรับปรุงด้านโภชนาการ • ช่วยพัฒนาการศึกษา
2. มุ่งเน้นผลิตภาพในห่วงโซ่คุณค่า (Productivity in value chain)	<ul style="list-style-type: none"> • เพิ่มผลิตภาพการผลิต • ลดค่าใช้จ่ายลดการใช้ทรัพยากร • ลดค่าขนส่งและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน • เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดหา/ส่งมอบ • ลดของเสีย/พัฒนาคุณภาพ • เพิ่มผลกำไร 	<ul style="list-style-type: none"> • ลดการใช้พลังงาน /ทรัพยากร/ วัสดุ • เพิ่มการจ้างงานในพื้นที่ • เพิ่มทักษะและคุณภาพด้านฝีมือแรงงาน • เพิ่มรายได้พนักงาน/ลูกจ้าง
3. มุ่งเน้นพัฒนาบริบทภายนอก (Cluster development)	<ul style="list-style-type: none"> • การเติบโตและเพิ่มผลิตภาพของธุรกิจ • ลดค่าใช้จ่าย • เพิ่มความมั่นคงด้านการจัดส่ง/ส่งมอบ • เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดหา/ส่งมอบ • เพิ่มการเข้าถึงแรงงาน • เพิ่มผลกำไร 	<ul style="list-style-type: none"> • ส่งเสริมสนับสนุนด้านการศึกษา • เพิ่มการสร้างงาน • พัฒนาคุณภาพชีวิตท้องถิ่น • เพิ่มการเข้าถึงแรงงาน • เพิ่มรายได้

1.1.3 การวิเคราะห์ประเด็นความยั่งยืนผ่านความเสี่ยงและโอกาส

องค์กรได้ดำเนินการประเมินผลกระทบในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม รสนาภิบาล และเศรษฐกิจ (ESG) ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อระบุภัยคุกคามที่อาจก่อให้เกิดความเสียหาย รวมถึงโอกาสทางธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์ในระยะยาว และสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งนี้ ผลการประเมินผลกระทบดังกล่าวแสดงไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ประเด็นความยั่งยืนผ่านความเสี่ยงและโอกาส

■ มิติด้านสิ่งแวดล้อม

ความเสี่ยง (Risk)	โอกาสในการสร้างความยั่งยืน (Opportunity)
1) เกิดมลภาวะทางอากาศ ทางน้ำ มลพิษ/ของเสีย ที่มาจากกระบวนการต่างๆตลอดห่วงโซ่อุปทาน 2) การใช้เชื้อเพลิงงานและทรัพยากร ในกิจกรรมต่างๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน อาจเกิดทำให้เกิดการขาดแคลน 3) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่าส่งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 4) สถานที่ตั้งและการดำเนินกิจกรรมของบริษัทฯอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบ 5) อาจมีการออกกฎหมายหรือมาตรการทางภาษีด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มเติมสำหรับองค์กรที่ไม่ให้ความสำคัญต่อการดูแลสิ่งแวดล้อม	1.1) เกิดแรงผลักดันให้ต้องมองหาเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยในการลดมลภาวะ 1.2) เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการการนำของเสียมาขายหรือพัฒนาเป็น ผลิตภัณฑ์ Recycle ที่มีมูลค่า 2) โอกาสในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานภายในองค์กรอย่างยั่งยืน 3) โอกาสในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อเสริมความสามารถในการแข่งขันและภาพลักษณ์องค์กร 4) โอกาสในการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร 5) โอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดความเสี่ยงจากภาษีที่อาจเพิ่มขึ้น
แนวทางการจัดการ : คำนึงถึงความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - การจัดหาวัตถุดิบ/วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและหาพลังงานทางเลือกมาประยุกต์ใช้ภายในองค์กรเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - การลดปริมาณขยะ/ของเสียที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน เช่นการส่งขายให้ผู้รับซื้อนำไปใช้ประโยชน์ต่อ - การควบคุมมลภาวะทางน้ำ ทางอากาศให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด และหาทางบำบัดให้มีคุณภาพดีขึ้นในอนาคต 	

■ มิติด้านสังคม

ความเสี่ยง (Risk)	โอกาสในการสร้างความยั่งยืน (Opportunity)
1) การละเมิดสิทธิมนุษยชนและการจ้างงานผิดกฎหมายในห่วงโซ่อุปทาน	การสร้างระบบตรวจสอบและกำกับดูแลการจ้างงานในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจว่ามีการเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างครบถ้วน
2) ความขัดแย้งของสภาพแรงงาน ความเสี่ยงด้านกฎหมาย ความไม่พึงพอใจของพนักงาน	การสร้างระบบรับฟังความคิดเห็นและข้อร้องเรียนของพนักงาน (Employee Voice) และสื่อสารอย่างโปร่งใส เสริมสร้างความผูกพันและความไว้วางใจของพนักงาน พนักงานและสภาพแรงงาน
3) อาจเกิดการคัดค้านในการขยายกิจการหรือประกอบกิจกรรมขององค์กรจากชุมชนใกล้เคียง	การเสริมสร้างความร่วมมือและความเชื่อมั่นกับชุมชน เพื่อสร้างการยอมรับ การอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
4) ขาดแคลนบุคลากรภายในที่มีทักษะ (Talent) ความรู้ มีการอัตราการเปลี่ยนงานของผู้สืบทอดสูง (Successors)	การพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่ง(Successor Development) และสร้างระบบบริหารพนักงานที่มีความสามารถ (Talent Management) ควบคู่กับมาตรการรักษาคนเก่งให้อยู่กับองค์กรอย่างยั่งยืน
5) มีการเกษียณอายุของบุคลากรที่สำคัญ	การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพบุคลากรรุ่นใหม่ เพื่อสืบทอดองค์ความรู้ และเสริมทักษะให้พร้อมรับมือกับการเปลี่ยน

	แปลงในอนาคต
แนวทางการจัดการ : (1) สำรวจการมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employee Engagement) เป็นประจำเพื่อทราบความต้องการและแก้ไขความไม่พอใจที่เกิดขึ้นในระยะแรกเริ่ม (2) ตรวจสอบข้อกำหนดของกฎหมายเป็นประจำเพื่อให้แน่ใจว่าภายในองค์กรมีปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและนโยบายในสถานที่ทำงานอย่างถูกต้อง (3) สร้างกิจกรรมร่วมกันระหว่างบริษัทกับชุมชนใกล้เคียง (4) ทำแผนการสับเปลี่ยนโยกย้าย (Rotation)หน้าที่การทำงานเพื่อให้พนักงานมีทักษะ/ความสามารถที่หลากหลายและทดแทนหน้าที่กันได้ (5) จัดทำโครงการพัฒนาภาวะผู้นำ กลยุทธ์ด้านการพัฒนาทักษะเพื่อให้บุคลากรรุ่นใหม่สามารถทดแทนบุคลากรที่เกษียณอายุได้อย่างราบรื่น	

■ มิติด้านบรรษัทภิบาล

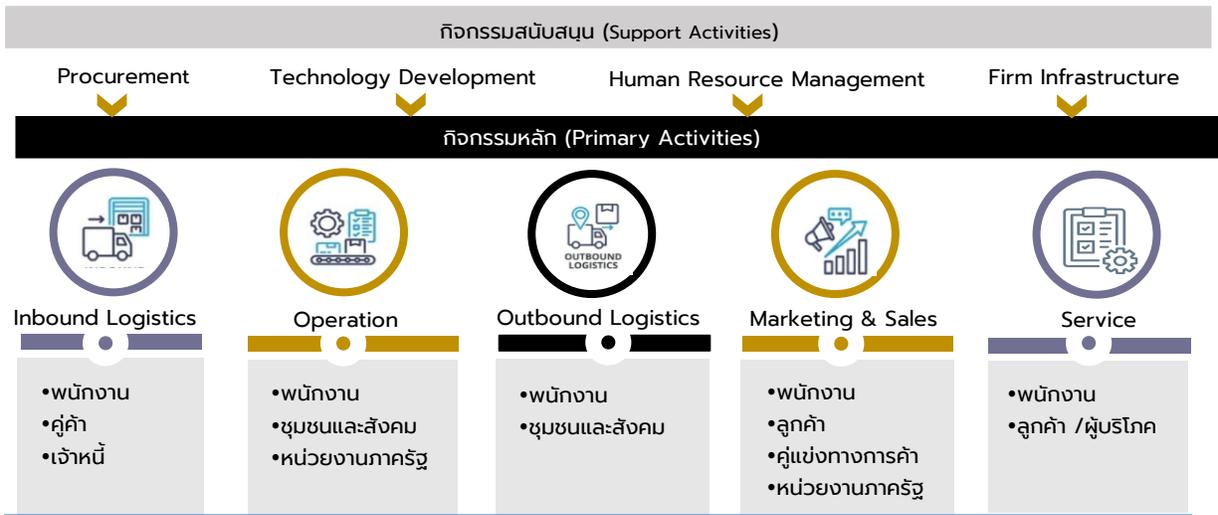
ความเสี่ยง	โอกาสในการสร้างความยั่งยืน
การไม่ปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับ จรรยาบรรณ และนโยบายต่อต้านทุจริตคอร์ปชั่น	เปิดโอกาสให้บริษัทฯ มีการเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส ครอบคลุม ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีความเป็นธรรม ไม่ขัดต่อกฎหมายและตรวจสอบได้
การปฏิบัติไม่สอดคล้องกับมาตรฐานด้านความยั่งยืนของ ก.ล.ต.	โอกาสในการสร้างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนให้องค์กรเพื่อให้เกิดเทียบกับบริษัทจดทะเบียนต่างๆ
แนวทางการจัดการ : 1) จัดให้มีการอบรม สื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ของการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับ จรรยาบรรณ และนโยบายต่อต้านทุจริตคอร์ปชั่น อย่างสม่ำเสมอ 2) กำหนดให้มีทีมงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน เพื่อดำเนินการและขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานด้านความยั่งยืนตามที่ ก.ล.ต. กำหนด	

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)

บริษัทฯ จัดให้มีการทำความเข้าใจความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในภายนอก เพื่อนำมาวิเคราะห์ประเด็นด้านความยั่งยืน (ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ) และส่งเสริมให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร สำหรับการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียได้แบบเป็นขั้นตอน ได้แก่

2.1 การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

ได้ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยการพิจารณาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละกิจกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่าที่มีบทบาทต่อธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งในทางตรงและทางอ้อม ดังได้แสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละกิจกรรมหลักของห่วงโซ่คุณค่า

2.2 ผลการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัทฯ ได้ระบุช่องทางการสื่อสาร ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการตอบสนองระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจต่อความคาดหวัง จากการพิจารณาผลกระทบของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อของธุรกิจบริษัทฯ หรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Expectations)

ผู้มีส่วนได้เสีย Stakeholders	ช่องทางการสื่อสาร Communication channels	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย Stakeholder expectations	การตอบสนองต่อความคาดหวัง Response to expectations
ผู้ถือหุ้น (Shareholders)	: รายงานประจำปี : การประชุมผู้ถือหุ้น : ข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านตล. : Opportunity day : Website / e-mail	1) มีความสามารถในการสร้างผลประโยชน์ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง 2) ปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม 3) การเปิดเผยข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์อย่างถูกต้อง ครบถ้วนและดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ 4) มีการดูแลกำกับกิจการและบริหารความเสี่ยงที่ดี	1) กำหนดนโยบายจ่ายเงินปันผลที่ชัดเจนและเหมาะสม 2) กำกับดูแลกิจการและปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ 3) พัฒนาช่องทางการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นและนักลงทุน และเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง ครบถ้วนและโปร่งใส 4) บริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ รอบคอบและรัดกุม
ลูกค้า และผู้บริโภค Customers & consumers)	: การติดต่อทางโทรศัพท์ / อีเมล / การพบปะหรือเข้าเยี่ยมโดยตรง : การสำรวจความพึงพอใจ : ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (whistleblowing channel) (กรณีของผู้บริโภคช่องทางการสื่อสารผ่านทางลูกค้า)	1) ได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัยทางอาหาร 2) มีการตอบสนองความต้องการหรือตอบสนองในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว 3) สินค้าได้รับการส่งมอบตามความต้องการและตรงเวลา 4) ข้อมูลที่สำคัญของลูกค้าไม่ถูกเผยแพร่โดยไม่ได้รับความยินยอม 5) มีการพัฒนาหรือนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ที่ตรงตามความต้องการ	1) ควบคุมกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามที่กำหนด มีการตรวจสอบคุณภาพก่อนส่งมอบ 2) มีระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อรวบรวมข้อมูลการแก้ปัญหา เพื่อให้มีการตอบกลับอย่างรวดเร็ว 3) กำหนดวิธีการจัดเก็บและส่งมอบให้ชัดเจน ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วยให้เกิดความรวดเร็วถูกต้อง 4) จัดเก็บข้อมูลของลูกค้าไว้ในระบบ อิเล็กทรอนิกส์ และจำกัดการเข้าถึงข้อมูลของลูกค้า 5) สืบค้นข้อมูลแนวโน้มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สอบถามความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์
พนักงาน (Employees)	: การประชุมต่างๆขององค์กร : สื่อสารผ่านทางอีเมล ประกาศเสียงตามสาย : กิจกรรมที่จัดขึ้นสำหรับบุคลากรในองค์กร : แบบสำรวจที่พนักงานมีส่วนร่วม : สื่อสารผ่านทางหัวหน้างาน/ กล้องรับความคิดเห็น	1) ค่าตอบแทน และสวัสดิการที่เป็นธรรมและเหมาะสม 2) ความมั่นคง ก้าวหน้า และการเติบโตในสายอาชีพ 3) การปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมและการเคารพในสิทธิมนุษยชน 4) การเข้าร่วมประชุม การอบรมสัมมนา และการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น 5) สภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน	1) จัดให้มีการจ้างงาน กำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการต่างๆอย่างเป็นธรรมทั้งที่เป็นไปตามกฎหมาย และนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด 2) กำหนดให้มีเส้นทางสายอาชีพ (Career path) และมีการเลื่อนขั้นตามความสามารถ รวมถึงมีการโอนย้ายงาน เพื่อเพิ่มพูนทักษะในด้านต่างๆเพื่อเตรียมความพร้อม 3) ดูแล เอาใจใส่ และปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม และเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ 4) จัดหลักสูตรการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับงานและการดำเนินธุรกิจ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมถึงจัดกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วม 5) จัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสมตามมาตรฐานความปลอดภัย พร้อมส่งเสริมกิจกรรมด้าน

			สุขภาพและอนามัยของพนักงาน เพื่อลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุและโรคจากการทำงาน
ชุมชน และ สังคม (Local community and social)	: การเข้าร่วมกิจกรรมเครือข่ายชุมชน : สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล : ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (whistleblowing channel)	(1) การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อไม่ส่งผลกระทบต่อที่สร้างความเดือดร้อน รำคาญให้แก่ชุมชน (2) รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมขององค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน	1) กำหนดนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และมีการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด 2) จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ต่อชุมชนและสังคม 3) ดำเนินธุรกิจตามนโยบายสิ่งแวดล้อมที่ได้มีการทบทวนความเหมาะสมอย่างสม่ำเสมอ
คู่ค้า(Partners)	: การติดต่อประสานงานทางโทรศัพท์ อีเมล : ประชุมร่วมกับคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ : ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (whistleblowing channel)	1) การจัดซื้อจัดจ้างอย่างเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ 2) ระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่มีประสิทธิภาพ มีความเป็นธรรม โปร่งใส เป็นมืออาชีพ 3) ดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างยาวนานและยั่งยืน	1) กำหนดนโยบายและระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างที่ชัดเจน และเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย 2) รับฟังความคิดเห็นและแนวทางการดำเนินการร่วมกัน 3) รักษาความสัมพันธ์อันดี เพื่อให้การดำเนินธุรกิจร่วมกันเป็นไปอย่างราบรื่น
คู่แข่งทางการค้า (Competitors)	: รับข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นทางเว็บไซต์ / อีเมล : ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (whistleblowing channel)	1) มีการแข่งขันทางธุรกิจอย่างโปร่งใส ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบ	1) ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี ไม่ผูกขาด 2) เปิดเผยข้อมูลการดำเนินธุรกิจบนเว็บไซต์บริษัท และ ตลก.
เจ้าหนี้ (Creditor)	: รายงานประจำปี : ข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน : ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (whistleblowing channel)	1) การบริหารจัดการด้วยความโปร่งใส 2) การชำระหนี้ตามเงื่อนไข ภายในระยะเวลาที่กำหนด	1) ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล 2) ปฏิบัติตามพันธสัญญาภายใต้หลักเกณฑ์และบริบทกฎหมาย
หน่วยงานกำกับดูแล (Regulatory agencies)	: ติดต่อเข้าพบ และประสานงาน : การเข้าร่วมประชุม สัมมนา และเข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ	1) การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของกฎหมายและนโยบายของหน่วยงานกำกับดูแล 2) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและโครงการหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง	1) ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ มีความเป็นธรรม และไม่ขัดต่อกฎหมาย 2) การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส ครบถ้วนตรวจสอบได้ 3) ให้ความร่วมมือด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)

ขั้นตอนที่ 3: การระบุประเด็น และ การจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืน (Define & Prioritization Materiality)

บริษัทฯ ได้รวบรวมและคัดเลือกประเด็นด้านความยั่งยืนจากกระบวนการภายใน ร่วมกับข้อมูลจากแหล่งภายนอกที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ อาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงกรอบการประเมินด้าน ESG ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยนำมาพิจารณาให้สอดคล้องกับบริบทและการดำเนินงานขององค์กร และกำหนดเป็นประเด็นความยั่งยืนขององค์กรดังภาพที่ 4

มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)	มิติด้านสังคม (Social)	มิติด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (Governance and Economic)
E1: การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate change strategy) E2: การใช้ไฟฟ้าและทรัพยากร (Electricity & Resource Consumption) E3: การจัดการของเสียและมลภาวะด้านสิ่งแวดล้อม (Waste and pollution management) E4: ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ (Product Responsibility)	S1: การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (Respect for Human Rights and Fair Labor Practices) S2: การพัฒนาศักยภาพแก่นักงาน (Employee Capability Development) S3: การจูงใจและรักษานักงาน (Motivating and Retaining Employees) S4: สุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน (Occupational Health and Workplace Safety) S5: การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)	G1: จรรยาบรรณธุรกิจและการต่อต้านทุจริต (Code of Conduct & Anti-Corruption) G2: การจัดการความเสี่ยงและวิกฤตการณ์ (Risk and Crisis Management) G3: การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) G4: การดำเนินการด้านภาษี (Tax Strategy) G5: นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสังคม / หรือสิ่งแวดล้อม (Social / Environmental Business Innovation)

หมายเหตุ : การวิเคราะห์ประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืนในปีถัดๆไป สามารถทำตามรายละเอียดดัง “ตารางการวิเคราะห์ประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนในแต่ละประเด็น” ตามตัวอย่างใน [ภาคผนวก ข](#) ได้

ภาพที่ 4 แสดงประเด็นด้านความยั่งยืนขององค์กร

เมื่อได้ระบุประเด็นความยั่งยืนขององค์กรแล้ว ได้นำประเด็นเหล่านี้มาประเมินผลกระทบทั้งในเชิงบวกและ/หรือเชิงลบ ในมิติของสิ่งแวดล้อม สังคม บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ โดยผลกระทบดังกล่าวนี้ได้มีการพิจารณาทั้งในด้านที่มี**ต่อธุรกิจขององค์กรด้วยการประเมินความเสี่ยง**ตามวิธีการขององค์กร และ**พิจารณาความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย** ดังแสดงในตารางที่ 4 จากนั้นจึงนำมาจัดลำดับความสำคัญดังแสดงไว้ในตารางที่ 5 และภาพที่ 5

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ผลกระทบด้าน ESG ที่ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

ประเด็น ESG	ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย								รวม (1-8)
	ผู้ถือหุ้น	ลูกค้า	พนักงาน	ชุมชน	คู่ค้า	คู่แข่ง	เจ้าหนี้	หน่วยงานกำกับดูแล	
E1	○	○	○	○	○			○	6
E2		○	○	○	○			○	5
E3			○	○				○	3
E4		○	○	○					3
S1	○	○	○	○	○	○	○	○	8
S2	○	○	○		○				4
S3			○						1
S4	○	○	○	○				○	5
S5	○		○	○				○	4
G1	○	○	○	○	○	○	○	○	8
G2	○	○	○	○	○	○	○	○	8
G3		○	○			○	○		4
G4			○				○	○	3
G5		○	○		○			○	4

ตารางที่ 5 การจัดลำดับประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืนของธุรกิจ

ประเด็นความยั่งยืน	ผลกระทบต่อ			ลำดับความสำคัญ
	ธุรกิจ (1-25)	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (1-8)	คะแนนรวม	
E1: การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	6	6	12	3
E2: การใช้ไฟฟ้าและทรัพยากร	6	5	11	4
E3: การจัดการของเสียและมลภาวะด้านสิ่งแวดล้อม	3	3	6	8
E4: ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์	9	3	12	3
S1: การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	4	8	12	3
S2: การพัฒนาศักยภาพแก่พนักงาน	6	4	10	5
S3: การจูงใจและรักษาพนักงาน	6	1	7	7
S4: สุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน	6	5	11	4
S5: การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	2	4	6	8
G1: จรรยาบรรณธุรกิจและการต่อต้านทุจริต	6	8	14	1
G2: การจัดการความเสี่ยงและวิกฤตการณ์	3	8	11	4
G3: การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	9	4	13	2
G4: การดำเนินการด้านภาษี	6	3	9	6
G5: นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสังคม / หรือสิ่งแวดล้อม	6	4	10	5

หมายเหตุ :

- (1) การประเมินผลกระทบด้าน ESG ที่มีต่อธุรกิจขององค์กร อ้างอิงจากภาคผนวก ก
- (2) กรณีที่ในแต่ละประเด็นของความยั่งยืนมีคะแนนรวมเท่ากันให้พิจารณาผลกระทบทางธุรกิจที่สูงกว่าเป็นลำดับความสำคัญก่อน
- (3) กรณีที่ในแต่ละประเด็นของความยั่งยืนมีคะแนนผลกระทบทางธุรกิจและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเท่ากัน ให้กำหนดลำดับความสำคัญที่เท่ากัน โดยที่ละลำดับความสำคัญอันดับถัดไปไว้

ลำดับความสำคัญของประเด็นที่เป็นด้านความยั่งยืนขององค์กร

- 1 G1: จรรยาบรรณธุรกิจและการต่อต้านทุจริต (Code of Conduct & Anti-Corruption)
- 2 G2: การจัดการความเสี่ยงและวิกฤตการณ์ (Risk and Crisis Management)
- 3 G3: การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)
- 4 E4: ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ (Responsible for our products)
- 5 E1: การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Management)
- 6 S1: การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (Respect for Human Rights and Fair Labor Practices)
- 7 E2: การใช้ไฟฟ้าและทรัพยากร (Electricity & Resource Consumption)
- 8 G5: นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสังคม / หรือสิ่งแวดล้อม (Social / Environmental Business Innovation)
- 9 G4: การดำเนินการด้านภาษี (Tax Strategy)
- 10 S2: การพัฒนาศักยภาพแก่นักงาน (Employee Capability Development)
- 11 S4: สุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน (Health and Safety in the work environment)
- 12 S3: การจูงใจและรักษานักงาน (Employee Engagement and Retention)
- 13 S5: การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)
- 14 E3: การจัดการของเสียและมลภาวะด้านสิ่งแวดล้อม (Waste and pollution management)

ภาพที่ 5 แสดงจัดลำดับประเด็นที่เป็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญขององค์กร

ขั้นตอนที่ 4 การยืนยันความสมบูรณ์ของประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน (Sustainability materiality validation)

ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนที่ระบุและจัดลำดับไว้จะถูกนำเสนอให้คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ราย ทำการทบทวนเพื่อยืนยันความสมบูรณ์ร่วมกัน จากนั้นให้ “ประธานคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน” เป็นตัวแทนลงนามทบทวน และให้ “ประธานคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน” ลงนามอนุมัติ ทั้งนี้เพื่อยืนยันว่าประเด็นฯ มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และสามารถนำไปบูรณาการเข้ากับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน การบริหารจัดการความเสี่ยง รวมถึงการรายงานข้อมูลด้านความยั่งยืนต่อสาธารณชน ซึ่งผลการทบทวนจะถูกบันทึกใน “ผลการยืนยันความสมบูรณ์ของประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน” แบบไว้ท้ายเล่ม

ขั้นตอนที่ 5 การบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืน (Sustainability Management)

เมื่อได้ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนที่ถูกยืนยันและอนุมัติแล้ว หัวหน้าคณะทำงานในแต่ละมิติ และผู้รับผิดชอบในแต่ละประเด็น จัดทำแผนการดำเนินการ(Plan)/แนวทางการจัดการ/เป้าหมาย นำไปปฏิบัติ(Do) การติดตามวัดผล(Check) และการปรับปรุง(Act) และนำเสนอความคืบหน้าของแต่ละโครงการในการประชุมทุกๆไตรมาสอ้างอิง “แผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG)” ที่มีการsup-date ในแต่ละปี

ผลการยืนยันความสมบูรณ์ของประเด็นสารสำคัญด้านความยั่งยืน (Results of the Validation of Material Sustainability Topics)

ชื่อบริษัท (Company Name) : บริษัท ฟ้าจิบ จำกัด (มหาชน)

วันที่ยืนยัน (Validation Date) :

วิธีการยืนยัน (Validation Method): จัดประชุมคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนเพื่อยืนยันจำนวน 9 ท่านได้แก่

1	คุณจิรพร	หนูกอง	ผู้จัดการใหญ่
2	คุณโมโตคึกชี	ยามาดะ	ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่อาวุโสเทคนิค
3	คุณจิตพล	สิทธศักดิ์	ผู้อำนวยการบัญชีและการเงิน
4	คุณอริยะ	รณานุกุลกิจ	ผู้อำนวยการขาย
5	คุณบัญชา	ไตรยปัญจวิทย์	ผู้อำนวยการประกันคุณภาพ
6	คุณชรินทร์	วานิชวาทัญญู	ผู้อำนวยการเทคนิค
7	คุณวันเฉลิม	ทยานศิลป์	ผู้ช่วยผู้อำนวยการโรงงาน
8	คุณราตรี	จันทำ	ผู้จัดการสำนักเลขานุการบริษัท
9	คุณจารุวรรณ	ปัญญาศิริ	หัวหน้าแผนกพัฒนาความยั่งยืน (ผู้จัดทำรายงาน)

1. วัตถุประสงค์

เพื่อยืนยันความถูกต้อง ครบคลุม และความสอดคล้องของประเด็นความยั่งยืนที่องค์กรได้ระบุและจัดลำดับไว้ โดยพิจารณาความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์องค์กร มุมมองผู้มีส่วนได้เสีย และผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

2. รายการประเด็นความยั่งยืนที่ผ่านการประเมินเบื้องต้น

No.	ประเด็นความยั่งยืน (Sustainability Topics)	มิติ (E/S/G)	เหตุผลความสำคัญ	แหล่งข้อมูลประกอบ	ความเห็นจาก คณะกรรมการ
E1	การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Strategy)	E	กิจกรรมต่างๆขององค์กร ส่งผลกระทบต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	•ข้อมูลการประเมิน CFO •กิจกรรมลดการปล่อย GHG	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ
E2	การใช้ไฟฟ้าและทรัพยากร (Electricity & Resource Consumption)	E	ลดผลกระทบจากการขาดแคลนทรัพยากร /ลดของเสียที่เกิดจากการใช้ทรัพยากร	•ข้อมูลการใช้น้ำ •ข้อมูลการใช้กระดาษ •ข้อมูลการใช้ไฟฟ้า	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ
E3	การจัดการของเสียและมลภาวะด้านสิ่งแวดล้อม (Waste and pollution management)	E	กิจกรรมต่างๆขององค์กรก่อเกิดของเสียและมลภาวะ	•ข้อมูลปริมาณของเสีย •ผลการตรวจวัดมลภาวะ	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ
E4	ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ (Responsible for our products)	E	ผลิตภัณฑ์ที่เสียจากการผลิตและความปลอดภัยในการใช้ผลิตภัณฑ์ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในภาพรวม	•ปริมาณผลิตภัณฑ์ที่เสีย •จำนวนผลิตภัณฑ์ที่เสียอันเนื่องมาจากความปลอดภัยจากการใช้ผลิตภัณฑ์	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ
S1	การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (Respect for human rights and treating workers fairly)	S	การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและหลักสากลเป็นสิ่งจำเป็นต้องมีการควบคุม	•จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับกฎหมายแรงงานและสิทธิมนุษยชน	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ

S2	การพัฒนาศักยภาพแก่นักงาน (Developing Employee Potential)	S	การยกระดับความรู้ความสามารถของพนักงานช่วยให้เกิดการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ	•แผนการอบรม •บันทึกการอบรม	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ
S3	การจูงใจและรักษาพนักงาน (Motivating and Retaining Employees)	S	การหากิจกรรมเพื่อสร้างทัศนคติต่อองค์กร จะช่วยให้พนักงานเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร	•รายละเอียดกิจกรรมเพื่อจูงใจและรักษาพนักงาน •รายงานสถิติการลาออกของพนักงาน	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ
S4	สุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน (Health and Safety in the work environment)	S	ความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงานทำให้มีการปฏิบัติงานอย่างราบรื่นไม่มีอุปสรรค	•รายงานจำนวนอุบัติเหตุในการทำงาน และโรคจากการทำงาน •รายงานผลการตรวจสุขภาพประจำปี	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ
S5	การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)	S	การให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น เป็นการสร้างพันธมิตรที่ดีและทราบความต้องการ	•รายละเอียดกิจกรรมที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ
G1	จรรยาบรรณธุรกิจและการต่อต้านทุจริต (Code of Conduct & Anti-Corruption)	G	เนื้อหาต่างๆในจรรยาบรรณบริษัท	•รายชื่อผู้รับทราบจรรยาบรรณบริษัท	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ
G2	การจัดการความเสี่ยงและวิกฤตการณ์ (Risk and Crisis Management)	G	ลดความเสี่ยง/ทำให้เกิดความต่อเนื่องทางธุรกิจ	•บันทึกการประเมิน/จัดการความเสี่ยง	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ
G3	การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)	G	ความพึงพอใจของลูกค้าทำให้เกิดการกลับมาซื้อซ้ำและทำให้เกิดรายได้แก่องค์กรซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความยั่งยืน	•ผลการประเมินความพึงพอใจ/และความคาดหวังของลูกค้า	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ
G4	การดำเนินการด้านภาษี (Tax Strategy)	G	องค์กรต้องมีความโปร่งใสในการชำระภาษีตามข้อกำหนดของกฎหมาย	•ข้อมูลการชำระภาษีอย่างครบถ้วนและเป็นไปตามกำหนดเวลา (ในระบบการยื่นภาษี)	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ
G5	นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสังคมหรือสิ่งแวดล้อม (Social or Environmental Business Innovation)	G	นวัตกรรมสร้างความแตกต่างและทำให้ธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้	•รายละเอียดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์/กระบวนการที่องค์กรจัดทำขึ้น	<input checked="" type="checkbox"/> เห็นชอบ <input type="checkbox"/> ไม่เห็นชอบ

บันทึกเพิ่มเติม :

3. การอนุมัติและลงนาม

ตำแหน่ง	ชื่อ-สกุล	ลายเซ็น	วันที่
หัวหน้าคณะทำงานพัฒนาความยั่งยืน2568	คุณชรินทร์ วาณิชชัญญ์		19 / 02 / 2569
ประธานคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน	คุณจิรพร หनुทอง		19 / 02 / 256

ภาคผนวก ก

ตาราง แสดงผลการประเมินความเสี่ยงที่สัมพันธ์กับประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน

<อ้างอิงจากระบบการประเมินความเสี่ยงใน Intranet ของบริษัทฯ>

เหตุการณ์ที่เป็นความเสี่ยง (Risk Event)	Risk Level		ประเด็นความยั่งยืน (Sustainability issue)
	Inherent	Residual	
การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศและจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	12	6	E1: การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Strategy)
การเกษียณอายุของพนักงานหลัก	10	6	S2: การพัฒนาศักยภาพแก่พนักงาน (Employee Capability Development)
มีการใช้พลังงานและทรัพยากรในกิจกรรมต่างๆ	8	6	E2: การใช้ทรัพยากร (Resource Consumption)
ความขัดแย้งของสภาพแรงงาน ความเสี่ยงด้านกฎหมายและการปฏิบัติตามข้อกำหนด ความไม่พอใจของพนักงาน	8	3	G2: การจัดการความเสี่ยงและวิกฤตการณ์ (Risk and Crisis Management)
ความไม่สอดคล้องกับมาตรฐาน EST ของก.ส.ต.	8	4	(ภาพรวมในทุกข้อ)
เกิดมลภาวะทางอากาศ ทางน้ำ มลพิษของเสีย	8	3	E3: การจัดการของเสียและมลภาวะด้านสิ่งแวดล้อม (Waste and pollution management)
ขาดแคลนบุคลากรภายใน ขาดความรู้ มีการลาออกของผู้สืบทอดตำแหน่ง	6	6	S3: การจูงใจและรักษาพนักงาน (Motivating and Retaining Employees) S2: การพัฒนาศักยภาพแก่พนักงาน (Employee Capability Development)
การไม่ปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับ จรรยาบรรณและนโยบายต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	6	6	G1: จรรยาบรรณธุรกิจและการต่อต้านทุจริต (Code of Conduct & Anti-Corruption)
กิจกรรมของบริษัทอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่อชุมชนโดยรอบ	6	2	S5: การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)
การละเมิดสิทธิมนุษยชน	4	4	S1: การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (Respect for Human Rights and Fair Labor Practices)
อาจมีการเรียกเก็บภาษีเพื่อสิ่งแวดล้อมกับบริษัทที่ไม่ได้คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	3	2	(ความเสี่ยงกำเนิดใหม่)
เกิดข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากชุมชน หรือภาครัฐ	3	2	(ตรงกับข้อ S5)
ประเด็นด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์	9	9	E4: ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ (Product Responsibility) G3: การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)
ความเสี่ยงจากการหยุดดำเนินธุรกิจ, อุบัติเหตุ และสถานการณ์ฉุกเฉิน	15	6	S4: สุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน (Health and Safety in the work environment)
ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดภาครัฐ	20	6	G4: การดำเนินการด้านภาษี (Tax Strategy)
ความล่าช้าในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์	8	6	G5: นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสังคม / หรือสิ่งแวดล้อม (Social / Environmental Business Innovation)

หมายเหตุ : ใช้วิธีการประเมินความเสี่ยง E4, G3, S4, G4, และ G5 นำมาจากการเป็นความเสี่ยงของแผนก/ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกัน โดยไม่ได้เป็นการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG โดยตรง ดังนั้น ในการประเมินผลกระทบ ESG ในปีถัดไปควรวางแยกประเมิน

ภาคผนวก ข

ตัวอย่าง ตารางการวิเคราะห์ประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน

(ที่เชื่อมโยงกับคุณค่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความเสี่ยง ผลกระทบ และระดับผลกระทบจากการประเมินความเสี่ยง)

※ พอร์มนีใช้เพื่อเป็นแนวทางในการบันทึกหลักฐานการวิเคราะห์ฯในการปฏิบัติจริงฟอร์มและเนื้อหาอาจปรับเปลี่ยนไปตามสภาพการและข้อมูลปัจจุบัน.ขณะนั้น

E1: การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Strategy)	
ผู้มีส่วนได้เสียหลัก (Key Stakeholders)	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ถือหุ้น (Shareholders) • คู่ค้า (Partners) • เจ้าหนี้ (Creditor) • ลูกค้า (Customers) • ภาครัฐ (Government sector) • ชุมชน/สังคม (Local Community and Social) • พนักงาน (Employees)
ระดับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม (Impact Materiality Level)	<div style="display: inline-block; background-color: red; color: white; padding: 5px 10px; border-radius: 5px;">12</div> → <div style="display: inline-block; background-color: yellow; color: black; padding: 5px 10px; border-radius: 5px;">6</div>
ระดับผลกระทบต่อบริษัทฯ (Financial Materiality Level)	
สาเหตุของผลกระทบ (Cause of Impact)	<p>ห่วงโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้อง</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ การดำเนินงานภายในเขตบริษัทฯ (Operations) ▪ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ (Products) ▪ ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)
ผลกระทบและประเภทของผลกระทบ (Main Impact and Type of Impact)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ▪ ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง ▪ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ▪ สูญเสียรายได้ ▪ งบประมาณเพิ่มขึ้นในการดำเนินธุรกิจ
ช่วงเวลาผลกระทบคาดว่าจะเกิด (Impact Period)	<ul style="list-style-type: none"> ◇ ระยะสั้น ◇ ระยะยาว
SDGs ที่สอดคล้อง (Main Reference SDGs)	
ปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง (Risk Factor)	<p>ปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> • ปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจก • ปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลังงานไฟฟ้า • ปัจจัยความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่
กลยุทธ์และการจัดการ (Business Strategy)	บริษัทฯ มีนโยบายอนุรักษ์พลังงาน เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วม โดยถือว่าเป็นหน้าที่หนึ่งในการปฏิบัติงาน โดยดำเนินการและพัฒนาระบบการจัดการพลังงานอย่างเหมาะสม ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรพลังงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง
แนวทางการดำเนินการ (Outline)	<ol style="list-style-type: none"> (1) การอนุรักษ์พลังงาน (conserving energy) (2) การติดตั้ง Solar rooftop ในองค์กร (3) การใช้ประโยชน์จากที่ดินโดยการปลูกต้นไม้บนพื้นที่ 50 ไร่ร่วมกับภาครัฐและตัวแทนหมู่บ้านในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อดูดกลับ GHG (4) สนับสนุนการใช้ Green Energy จากภาครัฐ
เป้าหมายระยะสั้น (Short Term Target)	<p>ได้ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นปีฐาน</p> <p>Solar Phase 1: Reduce ESG emission (scope 2) 274 TonCO₂e/year</p> <p>Solar Phase 2: Reduce ESG emission (scope 2) 191TonCO₂e/year</p>
ปีเป้าหมาย (Target Year)	2568 (ค.ศ.2025)

เป้าหมายระยะยาว (Long Term Target)	Carbon Neutral or Net Zero Emission (in CFO assessment)
ปีเป้าหมาย (Target Year)	2593 (ค.ศ.2050)
ผู้รับผิดชอบโครงการ (Project Owner)	คุณไพรินทร์,คุณมานพ,คุณวรัญญา
ความคืบหน้าของการดำเนินงาน (Implementation Progress)	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบข่าย 2) ของปี 2567 ได้ 9,910 TonCO ₂ e เทียบกับปี 2565 ที่ได้ 11,150 TonCO ₂ e ลดลงไป 1,240 TonCO ₂ e (11.12 %) ผลจากการติดตั้ง Solar roof และกำลังการผลิตลดลง (ในปี 2567 ผลิตได้ 10,690 ล้านฟว และ ในปี 2565 ผลิตได้ 12,626 ล้านฟว)

ภาคผนวก ค

ตัวอย่าง การบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ประเด็น E1 : การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Strategy)

บริษัท ฝาจีบ จำกัด (มหาชน) มีผลการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO) โดยมีรายละเอียดของกิจกรรมดังนี้

วัตถุประสงค์	เพื่อควบคุมและบริหารจัดการปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินกิจกรรมขององค์กร			
แผนงาน	การลด (Reduction) พลังงานไฟฟ้า จากโครงการอนุรักษ์พลังงาน การลดเชื้อเพลิงจากจากยานพาหนะ	การดูดกลับ(Removal) การดูดกลับคาร์บอนไดออกไซด์ จาก การปลูกพืช		การชดเชย(offset) ปริมาณที่ไม่สามารถลดโดยการชดเชยคาร์บอนเครดิต
ตัวชี้วัด	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร			
ระยะเวลาเก็บข้อมูล	1 มกราคม 2567 - 31 ธันวาคม 2567 (ปีประเมิน 2568)			
ผลลัพธ์	ปริมาณการปล่อย GHG (TonCO ₂ e)		การปล่อยก๊าซ GHG ลด หรือเพิ่มขึ้น	
	2022	2024	ปริมาณ (TonCO ₂ e)	ร้อยละ
Scope 1	13,752	13,614	138	(138/13752) *100 = 1.00
Scope 2	11,150	9,910	1240	(1240/11150) *100 = 11.12
Scope 3	57,126	77,216	ใช้วิธีคำนวณต่างกัน/ไม่สามารถเทียบกันได้	
Scope 1+2	24,902	23,524	1378	(1378/24902) * 100 = 5.53
Scope 1+2+3	82,028	100,740	ใช้วิธีคำนวณต่างกัน/ไม่สามารถเทียบกันได้	
ปริมาณการผลิต(ล้านชิ้น)	12,625.8	10,690.69	หมายเหตุ:	
Carbon intensity (Scope 1 + 2)	(24,902/12,625.8) = 1.97 TonCO ₂ eq/ล้านชิ้น	(23,524/10,690.69) = 2.20 TonCO ₂ eq/ล้านชิ้น	(1) ณ. ปี 2568 การเปิดเผยสู่สาธารณะของค่าการปล่อยGHG Scope 1 และ Scope 2 เป็นภาคบังคับ ส่วน scop 3 เป็นภาคสมัครใจจะรายงานหรือไม่ก็ได้ (2) Carbon Intensity เป็นค่าการปล่อยGHGที่เทียบกับปริมาณการผลิต เพื่อให้เห็นค่าที่แท้จริงที่ใช้ภายใน โดยไม่ต้องเปิดเผยแพร่สู่สาธารณะได้	