SUSTAINABILITY
ESG HIGHLIGHTS
REPORT 2022
รายงานความยั่งยืน
ฉบับสาระสำคัญ

RECIPE FOR SUCCESS

เอส แอนด์ พี ก้าวสู่ปีที่ 50 อย่างแข็งแกร่ง เริ่มต้นจากร้านไอศกรีมคอนเนอร์เล็กๆ เติบโตเป็นร้านอาหารที่มีชื่อเสียงอันดับต้นๆ ของประเทศ และมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องกว่า 400 สาขาทั่วประเทศ ความสำเร็จนี้เกิดจากการนำแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ ผนวกกับการยึดหลักคุณธรรมเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ โดยบริษัทฯ มุ่งคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพดีโดยตรงจากเกษตรกร นำมารังสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพดี อุดมด้วยคุณประโยชน์ มีคุณค่าต่อผู้บริโภค เพื่อความสามารถในการเข้าถึงอาหารที่เพียงพอ ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ อันเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของคนในสังคม ตลอดจนคำนึงถึงความสมดุลของสิ่งแวดล้อม เพื่อธำรงรักษาให้คงอยู่จวบจนรุ่นลูกหลานในอนาคต

“สำหรับ **ข้าวไก่อบเอส แอนด์ พี** หนึ่งเมนูในตำนานที่ถูกส่งต่อความอร่อยจากรุ่นสู่รุ่น ด้วยการคัดสรรสะโพกไก่ชิ้นโต ปรุงรสชาติกลมกล่อม นำไปอบอย่างพิถีพิถัน ทานคู่กับข้าวหอมมะลิคุณภาพดี เมล็ดข้าวเรียวสวย จากกระบวนการเหล่านี้ แสดงถึงความรัก ความอบอุ่น และความปรารถนาดีที่พร้อมจะส่งต่อสิ่งดีๆให้แก่กันภายในครอบครัว เช่นเดียวกับความสำเร็จของเอส แอนด์ พี ที่ถูกรังสรรค์ด้วยเคล็ดลับแห่งความสำเร็จ ที่พร้อมจะทำให้สมาชิกในครอบครัวและสังคม มีสุขภาพดี อันจะนำไปสู่วิถีแห่งความสุขอย่างยั่งยืน”

ครอบครัวสุขภาพดี สู่วิถีโลกแห่งความสุข
Healthier Family, Happier World

สูตรความสำเร็จการพัฒนาที่ยั่งยืน
RECIPE FOR SUCCESS

ภาพรวมบริษัท

ผลการดำเนินงานด้าน ESG ที่โดดเด่นในปี 2565 3
ความท้าทายและเป้าหมายในการดำเนินการตามแนว ESG 4
รางวัลแห่งความภูมิใจด้านความยั่งยืน 5

เอส แอนด์ พี กับงานด้านความยั่งยืน

รู้จักธุรกิจ เอส แอนด์ พี 8
มุมมองและการกำกับจากประธานกรรมการ 11
มุมมองและการผลักดันจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร 12
มุมมองและการบริหารจากประธานเจ้าหน้าที่สายการเงินและการผลิต 13

การส่งมอบคุณค่าด้านความยั่งยืน

หัวใจสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนจากประธานเจ้าหน้าที่
สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร 15
ห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน 17
ผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ 18
ปัจจัยเสี่ยงจากภายนอกระดับโลก 2565 23
แนวโน้มความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ 24
ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน 25
กลยุทธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน 27
ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน 29

ผลการดำเนินงานด้าน ESG ที่โดดเด่นในปี 2565
ESG Highlights Performance in 2022

การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามกรอบ ESG

เอส แอนด์ พี ได้ปรับมุมมองการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยใช้ประเด็น ESG ในการดำเนินธุรกิจ คือการดูแลสิ่งแวดล้อม รับผิดชอบต่อสังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นการยกระดับการบริหารด้านเศรษฐกิจ ที่รวมแนวทางดำเนินธุรกิจแบบบรรษัทภิบาล ให้มีผลประกอบการที่ดี มีความโปร่งใส ยุติธรรมต่อด้านการทุจริต รวมทั้งการวิเคราะห์ ประเมิน และบริหารความเสี่ยงที่มีมาตรฐานตลอดห่วงโซ่ธุรกิจในด้านต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุน คำนึงถึงผลประโยชน์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย และดำเนินงานในการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ในปี 2565 บริษัทฯ ดำเนินงานด้าน ESG มีการใช้ตัวชี้วัด ทั้ง 3 ด้าน ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ ไม่ใช่ผลกำไรด้านการเงินเพียงอย่างเดียว แต่ยังแสดงคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลขององค์กรมากขึ้นด้วย

พบว่านอกจากผลลัพธ์จากกระบวนการ (Outputs) ตลอดห่วงโซ่คุณค่าแล้ว ยังมีผลประโยชน์และคุณค่า (Outcome) ที่บริษัทฯ ส่งมอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบริษัทฯ มุ่งให้ความสำคัญกับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้าน ESG เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วและอาจเกิดอีกในอนาคต เป็นการยกระดับความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวของธุรกิจ และความสามารถในการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียสร้างความไว้วางใจจากผู้บริโภค นักลงทุน และหน่วยงานกำกับดูแลเพื่อรักษาภาพลักษณ์ขององค์กร ขยายธุรกิจสู่ตลาดใหม่ และสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ต่อไป

ปัจจัยนำเข้า INPUTS → กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า PROCESSES → ผลลัพธ์จากกระบวนการ OUTPUTS → ผลประโยชน์/ คุณค่าที่ได้ OUTCOMES

E ด้านสิ่งแวดล้อม Environment

การลงทุนเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและพลังงาน
- Solar Energy
- SMART Distribution Center

500 ล้านบาท
(*เงินลงทุนสะสมโครงการ)

การลงทุนเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน
- กล่องลูกฟูกใส่เค้ก
- กล่องใส่อาหาร / อุปกรณ์

6.14 ล้านบาท

S Social ด้านสังคม

จำนวนพนักงานทั้งหมด **4,339 คน**

งบประมาณอบรมพนักงาน **30 ล้านบาท**

ทุนสนับสนุนงานด้านสังคม
- ศูนย์การเรียน เอส แอนด์ พี
- โครงการ CSR องค์กร

18.7 ล้านบาท

G ด้านบรรษัทภิบาล Governance

ผลดำเนินการจากปี 2564
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ **8.94 บาท**
- ผลตอบแทนจากส่วนผู้ถือหุ้น **13.77 %**
- อัตราส่วนกำไรสุทธิ **6.95 %**
- ผลตอบแทนกำไรต่อหุ้น (EPS) **0.69 บาท**

1. วัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์

2. กระบวนการผลิต

3. ผลิตภัณฑ์

4. การขนส่ง

5. การตลาด/ ช่องทางการขาย

6. ผู้บริโภค

ลดการใช้กระดาษลูกฟูกกล่องเค้กในการขนส่งกระจายสินค้า เป็นกล่องพลาสติกที่สามารถนำไป Reuse (จำนวนสะสมตั้งแต่ปี 2565)
เปลี่ยนได้ 94% ปริมาณ 186 ตัน

ลดการใช้พลาสติกอื่นๆ (คิดจากจำนวนพลาสติกลดสะสมตั้งแต่ปี 2562)
ลดจำนวนพลาสติกได้ 348.9 ตัน

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (เทียบปีฐาน 2561)
1,793.4 tCO_2e ▼ **19.0%**

ลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า (เทียบกับกรณีปกติ ณ ปีฐาน 2561)
870,846 KWh ▼ **22.0%**

ปริมาณการผลิต/ใช้ Solar ทดแทน
1.15 MKWh ▲ **51.0%**

พัฒนาเมนูสุขภาพทางโภชนาการ
135 เมนู คิดเป็นสัดส่วนรายได้ **16%** จากยอดขายเฉพาะอาหาร/เครื่องดื่มรวม
*เมนูสุขภาพ สะสมจากปี 2563

โครงการ เพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า และโครงการ S&P SMART Distribution Center
(เทียบปีฐาน 2562)
ลดจำนวนเที่ยวขนส่ง
11,810 เที่ยว ▼ **27.0%**
ลดระยะทางขนส่ง
1,570,668 กม. ▼ **22.4%**
ลดการใช้น้ำมันดีเซล
174,515 ลิตร ▼ **22.4%**
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงได้
478 tCO2e ▼ **22.4%**

โครงการ S&P Remodeling Sales Channels
S&P Bakery Mart 16 สาขา
S&P DelTA 33 จุดขาย
S&P Delivery 1344 112 จุดขาย
S&P Product Hub 11 จุดส่ง
เพิ่มยอดขายในประเทศต่อเนื่อง
5,422 ล้านบาท ▲ **17%**

โครงการเปลี่ยนอาหารส่วนเกินให้เกิดคุณค่า
ลดปริมาณสินค้า Bakery เหลือขาย
26.60 ล้านบาท ▼ **21.0%**
Bakery Rescue ส่งต่อคุณค่าให้สังคม
17.76 ล้านบาท ▲ **17.0%**
(จำนวนสะสมตั้งแต่ปี 2563)

คุณค่าที่สร้าง และส่งมอบด้าน ESG ในปี 2565

คุณค่าต่อสิ่งแวดล้อม

การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
1,793.4 tCO_2e ▼**19.0%**
(จำนวนการลดสะสมตั้งแต่ปี 2562 โรงงาน 2 แห่ง)
การใช้พลังงานสะอาดทดแทน
1.15 MKwh ▲**51.0%**

คุณค่าต่อสังคม/ ชุมชน

พัฒนาเมนูสุขภาพทางโภชนาการ
135 เมนูสุขภาพ ▲**43.6%**
(จำนวนสะสมตั้งแต่ปี 2562)
Bakery Rescue ส่งต่อคุณค่าให้ชุมชน
147,580 มื้ออาหาร ▲ **122%**
(จำนวนสะสมตั้งแต่ปี 2563)

คุณค่าต่อผู้ถือหุ้น/นักลงทุน

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)
12.1 % ▲ **35.0%**
ผลตอบแทนจากส่วนผู้ถือหุ้น (ROE)
17.2 % ▲ **26.6%**
อัตราส่วนกำไรสุทธิ %
8.0 % ▲ **15.1%**

คุณค่าต่อ เอส แอนด์ พี

รายได้รวม
5,798 ล้านบาท ▲ **18.0%**
กำไรสุทธิ
460.36 ล้านบาท ▲ **64.8%**
ผลตอบแทนกำไรต่อหุ้น (EPS)
0.90 บาท ▲ **30.0%**

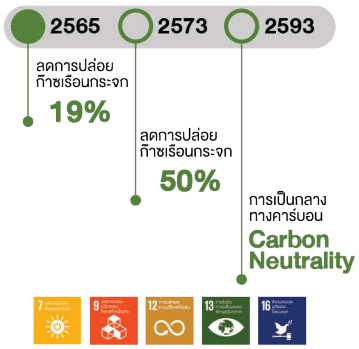
ความท้าทายและเป้าหมายในการดำเนินการตามแนว ESG

ช่วงต้นปี 2565 ทั่วโลกยังเผชิญกับปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ความไม่แน่นอนด้านการเมือง และการชะงักงันทางการค้า บริษัทฯ เองได้รับผลกระทบจากการถดถอยทั้งเศรษฐกิจโลก และวิกฤติในประเทศ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจร้านอาหารที่พฤติกรรมผู้บริโภคหลังเกิดโรคระบาดโควิดรุนแรงต่อเนื่องในช่วง 3 ปี ทำให้มีการปรับเปลี่ยนช่องทางการซื้อ เป็นการสั่งอาหารออนไลน์เพิ่มขึ้น และแนวโน้มการใส่ใจสุขภาพและโภชนาการที่ดี ทำให้บริษัทฯ ต้องปรับตัวทั้งช่องทางการขายและบริการ รวมทั้งพัฒนาเมนูอาหารที่เน้นโภชนาที่ดี เพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ และเป็นแนวโน้มในอนาคต

ในขณะที่ไตรมาส 3 ปี 2565 มาตรการโควิด-19 ที่เข้มงวดต่าง ๆ ได้รับการผ่อนคลาย ประกอบกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้นมาก ทำให้ธุรกิจทุกภาคส่วนค่อย ๆ ทยอยฟื้นตัวกลับมาดำเนินการได้อีกครั้ง เช่นเดียวกับธุรกิจร้านอาหารที่เริ่มกลับมาเปิดให้บริการอย่างเต็มรูปแบบ ทำให้บริษัทฯ ต้องบริหารจัดการกำลังคนเพื่อรองรับสาขาที่กลับมาเปิดเพิ่มขึ้น ปัญหาแรงงานจึงเป็นปัญหาสำคัญสำหรับธุรกิจร้านอาหารเนื่องจากมีพนักงานบางส่วนเริ่มประกอบอาชีพอื่นหรือมีกิจการของตนเอง ทำให้ตลาดแรงงานธุรกิจร้านอาหารขาดแคลนกำลังคน เอส แอนด์ พี วางแผนบริหารจัดการกำลังคนไว้ล่วงหน้า เพื่อให้มีพนักงานทำงานได้อย่างเพียงพอ โดยเพิ่มทักษะความสามารถให้ทำงานได้หลากหลายหน้าที่ ทดแทนกันได้ในกรณีที่พนักงานไม่เพียงพอ และเป็นการเพิ่มศักยภาพของพนักงานให้เหมาะสมยิ่งขึ้นอีกด้วย

การเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ในปี 2565 โดยการปรับแผนดำเนินงาน ตามการประเมินความเสี่ยงในประเด็น ESG ทำให้บริษัทฯ ค้นพบประเด็นสำคัญในการลดผลกระทบด้านลบ รวมทั้งสนับสนุนโอกาสให้บริษัทฯ สามารถตอบสนองประเด็นด้าน ESG ได้อย่างตรงตามความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้ปี 2565 บริษัทฯ ดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

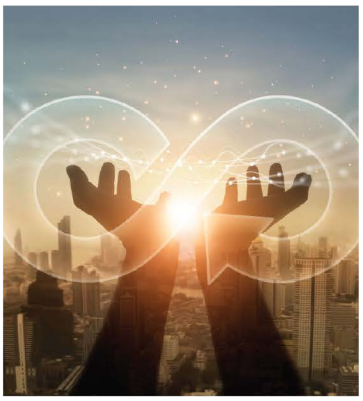
เป้าหมาย: การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
(เทียบปีฐาน 2561)



Environment: PLANET

บริษัทฯ ควบคุมให้มีการบริหารจัดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และพัฒนาปรับปรุงระบบจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดต่อชุมชนและสังคมให้น้อยที่สุด โดยเฉพาะปัญหาหลักของธุรกิจอาหารคือ เรื่องการลดขยะ/อาหารส่วนเกิน รวมทั้งการปรับเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นระบบที่สามารถประเมินค่าเพื่อหาแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ อย่างมีประสิทธิภาพได้

ในปี 2565 ด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งบริษัทฯ ตั้งเป้าในการลด 10% จากปีฐาน 2561 ผลดำเนินงานที่ได้ดีกว่าเป้าหมายมาก คือสามารถลดได้ถึง 19% จากกระบวนการดำเนินงานในหลายด้านตลอดห่วงโซ่คุณค่า และความเข้าใจเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ของพนักงานที่เกี่ยวข้อง



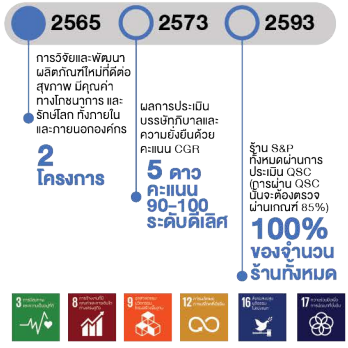
เป้าหมาย: การพัฒนาศักยภาพและสุขภาพ
(เทียบปีฐาน 2561)

Social: PEOPLE

บริษัทฯ สนับสนุนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพอาหาร ความปลอดภัย และโภชนาการ รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีความรู้ความสามารถ แข่งขันในตลาดแรงงานได้ โดยก่อตั้งศูนย์การเรียนเอสแอนด์พี มานานกว่า 12 ปี เพื่อฝึกการทำอาหารและเรียนรู้การค้าปลีก เมื่อจบหลักสูตรนักเรียนจะได้ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช. ซึ่งรับรองโดยกระทรวงศึกษาธิการ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจอีกด้วย

ในปี 2565 ด้านสุขภาวะและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน บริษัทฯ พัฒนาเมนูสุขภาพเพิ่มจาก 100 เมนู เป็น 135 เมนู (จำนวนเมนูสุขภาพสะสมจากปี 2562) โดยบริษัทฯ ร่วมมือกับคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ดำเนินโครงการ S&P Wellness Menu เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลโภชนาการของเมนูอาหารและเครื่องดื่มสำหรับสื่อสารแก่ผู้บริโภค

เป้าหมาย: ความร่วมมือเพื่อความแข็งแกร่ง
(เทียบปีฐาน 2561)



Governance: PROFIT

สร้างพลังแห่งการเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีการพัฒนาความร่วมมือกับ 7 องค์กรที่มีจุดแข็งในเรื่องต่างๆ โดยมุ่งเน้นการร่วมมือโครงการด้านสิ่งแวดล้อม และสังคมให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งในปี 2565 สามารถทำสำเร็จไป 2 โครงการ คือ โครงการพัฒนาการปลูกทุเรียน ที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้บริษัทฯ ได้วัตถุดิบคุณภาพดี และสร้างรายได้ให้เกษตรกรในพื้นที่ และโครงการวิจัยพัฒนาเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ “ขนมปังมัลติเกรน”

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมุ่งดำเนินงานตามหลักจริยธรรมทางธุรกิจ มีการกำกับดูแล เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และสนับสนุนการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่นทุกรูปแบบตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี ตลอดจนมุ่งเน้นการปรับปรุงด้านคุณภาพสินค้าเป็นอันดับต้น ซึ่งบริษัทฯ กำหนดให้ทุกร้านค้า S&P ต้องผ่านการประเมิน QSC และต้องผ่านเกณฑ์ 85%

รางวัลแห่งความภูมิใจด้านความยั่งยืน
Proud and Pride

รางวัล SET Awards 2022

Sustainability Excellence ประเภท Rising Star Sustainability Awards ในธุรกิจกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร เอส แอนด์ พี เป็นธุรกิจกลุ่มบริษัทจดทะเบียนใน SET ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดสูงกว่า 3,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10,000 ล้านบาท ซึ่งรางวัลนี้สะท้อนการดำเนินธุรกิจด้วยการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยสามารถปรับตัวท่ามกลางแรงกดดันทางภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่นับวันจะทวีความรุนแรงขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความอยู่รอดทางธุรกิจ ตลอดจนสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามคำมั่นสัญญาของบริษัทฯ ที่ว่า “Healthier Family, Happier World”

“หุ้นยั่งยืน” ประจำปี 2565 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 สะท้อนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามหลัก ESG

บริษัท เอส แอนด์ พี ได้รับคัดเลือกเป็น “หุ้นยั่งยืน” Thailand Sustainability Investment (THSI) ประจำปี 2565 ประเภทเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเป็น 1 ใน 22 บริษัทในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งสะท้อนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้หลักธรรมาภิบาลควบคู่กับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือ ESG (Environment Social and Governance) โดยมุ่งเน้นการสร้างความเกื้อกูลต่อสังคม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับเอส แอนด์ พี พร้อมก้าวสู่ปีที่ 50 อย่างยั่งยืน

รับรางวัล SOS Award 2022 ด้าน Outstanding Food Rescue Award – Restaurant Chain

บริษัท เอส แอนด์ พี ได้รับรางวัล จากมูลนิธิสโกลารส์ ออฟ ซัสทีแนนซ์ หรือ SOS ซึ่งเป็นรางวัลที่แสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ เป็นพันธมิตรผู้ผลิตอาหารของ SOS ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงทางอาหารอย่างยั่งยืน ณ ทรู ดิจิทัล พาร์ค เวสต์ เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2565 โดยเอส แอนด์ พี ได้ดำเนินโครงการ S&P Food Rescue เพื่อนำอาหารส่วนเกินจากการขายในแต่ละวันไปบริจาคแก่ชุมชนที่ขาดแคลน ซึ่งเป็นการบริหารจัดการอาหารให้เกิดประโยชน์สูงสุด ช่วยลดการสร้างผลกระทบต่อโลกจากภาวะก๊าซเรือนกระจก อีกทั้งยังสร้างความสุขและเป็นพลังให้แก่คนในสังคมไทย

รับ 2 รางวัล Asia Responsible Enterprise Awards 2022

บริษัท เอส แอนด์ พี รับมอบรางวัล Asia Responsible Enterprise Awards 2022 (AREA) รางวัลความรับผิดชอบต่อสังคมระดับเอเชีย ประเภท Social Empowerment หรือการเสริมสร้างพลังทางสังคม เป็นปีที่ 3 จากการช่วยเหลือสังคม และตอบแทนชุมชนด้วยการสร้างอาชีพและรายได้อย่างยั่งยืน และรางวัลประเภท Corporate Sustainability Reporting หรือการรายงานความยั่งยืนขององค์กรเป็นปีแรก จากการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การจัดซื้อ การผลิต การขนส่ง และการจัดจำหน่ายตลอดจนส่งมอบสินค้าและบริการ ด้วยความรับผิดชอบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านพิธีมอบรางวัลออนไลน์ เมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2565

รับเกียรติบัตรรับรองโรงงานอุตสาหกรรมเครือข่ายการลดก๊าซเรือนกระจก

เอส แอนด์ พี สายการผลิตอาหาร รับเกียรติบัตรรับรองโรงงานอุตสาหกรรมเครือข่ายการลดก๊าซเรือนกระจกของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) ประจำปี 2565 เพื่อสร้างศักยภาพในการลดก๊าซเรือนกระจก จัดโดยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุม ไบเทค กรุงเทพ เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2565

รับรางวัล “Marketeer No.1 Brand Thailand 2021-2022 หมวด Bakery Shop” แบรนด์ยอดนิยมในใจผู้บริโภค ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3

เอส แอนด์ พี ตอกย้ำความเป็นผู้นำธุรกิจเบเกอรี่ รับมอบรางวัล “Marketeer No.1 Brand Thailand 2021-2022 หมวด Bakery Shop” แบรนด์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากผู้บริโภคต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จากผลสำรวจความคิดเห็นด้านการตลาดของประชากรทั่วประเทศ จัดโดยนิตยสาร Marketeer ณ โรงแรมสยามเคมปินสกี้ กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2565

เอส แอนด์ พี รับรางวัลร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 6 แห่ง
Green Restaurant

เอส แอนด์ พี รับรางวัลจากการเข้าร่วม “โครงการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Restaurant) ปี 2565” ในพิธีประกาศเกียรติคุณตราสัญลักษณ์ G-Green ระดับประเทศ โดยโครงการ**ร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Restaurant) จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมร้านอาหารที่มีการใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีส่วนร่วมและยกระดับการให้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีการลดปริมาณขยะและบริหารจัดการของเสียตั้งแต่ต้นทางอย่างมีประสิทธิภาพ** อันเป็นการแสดงถึงการบริหารจัดการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้เกิดการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ซึ่งจัดโดยกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

สำหรับองค์กรที่เข้าร่วมโครงการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Restaurant) จะได้รับการให้คำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ และต้องผ่านการตรวจประเมินจากคณะกรรมการ โดยมีเกณฑ์คะแนนอยู่ในระดับที่กำหนด **ซึ่ง เอส แอนด์ พี ได้รับรางวัล Green Restaurant ทั้งสิ้น 6 แห่ง จากร้านอาหารที่ได้รับรางวัลทั้งหมด 23 แห่ง**

- **รางวัลระดับทอง (ผลคะแนนระดับดีเยี่ยม) 1 แห่ง**
- **รางวัลระดับเงิน (ผลคะแนนระดับดีมาก) 5 แห่ง**

เอส แอนด์ พี มุ่งมั่นดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อเป็นร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เคียงข้างคนไทยต่อไป

รางวัลระดับทอง: ร้าน เอส แอนด์ พี สาขาทองหล่อ

รางวัลระดับเงิน:
สาขา โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า

รางวัลระดับเงิน:
สาขา โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีนครินทร์

รางวัลระดับเงิน:
สาขา ซิกเนเจอร์สีลม คอมเพล็กซ์

รางวัลระดับเงิน:
สาขา สีลม

รางวัลระดับเงิน:
สาขา โรงพยาบาลรามาธิบดี

รู้จัก
เอส แอนด์ พี

รู้จักธุรกิจ เอส แอนด์ พี
Knowing S&P Syndicate

เกี่ยวกับ เอส แอนด์ พี

เอส แอนด์ พี ดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเบเกอรี่มายาวนานเกือบ 50 ปี จากร้านไอศกรีมคอนเนอร์เล็กๆ เติบโตเป็นร้านอาหารและเบเกอรี่ชอป ที่มีชื่อเสียงของประเทศ และมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีร้านอาหารและเบเกอรี่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงแบรนด์อื่นๆ ในเครือกว่า 470 สาขา เป็นการยืนยันได้ว่า **แบรนด์ เอส แอนด์ พี ได้เติบโตควบคู่มากับสังคมไทยอย่างมั่นคงและยั่งยืน**

ความสำเร็จของเอส แอนด์ พี เกิดจากการดำเนินธุรกิจ โดยยึดหลัก **"คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม"** อันเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจที่บริษัทฯ ยึดมั่นมาโดยตลอด ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างสมดุลให้เกิดขึ้น ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการใส่ใจดูแลพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการบริการอย่างต่อเนื่อง จนได้รับการยอมรับและไว้วางใจจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มเสมอมาตลอดระยะเวลาเกือบ 50 ปี

นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการส่งมอบองค์ความรู้และทักษะการประกอบอาชีพสู่เกษตรกรและกลุ่มเปราะบาง ส่งเสริมการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต พร้อมทั้งดำเนินงานช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน การจัดการขยะพลาสติก การจัดการอาหารส่วนเกิน การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน ตลอดจนดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล และจากผลการดำเนินงานด้าน ESG ที่มีประสิทธิภาพมาอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับรายชื่อ "หุ้นยั่งยืน" ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืนที่**มุ่งมั่นขับเคลื่อนธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อให้องค์กรเติบโตควบคู่กับสังคมไทยอย่างมั่นคงยั่งยืนตลอดไป**

วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือ กลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท และค่านิยม

บริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ในการ **"เป็นร้านอาหารไทย เค้กและเบเกอรี่แบรนด์ที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในประเทศไทย"** โดยมีพันธกิจ 6 ประการดังนี้

1. ทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีอยู่เสมอ
2. สร้างเสริมความแข็งแกร่ง ของธุรกิจหลัก
3. ผลักดันธุรกิจใหม่ที่ยั่งยืน
4. ดึงดูดและพัฒนาผู้นำหลักและผู้สืบทอด
5. ทำให้การทำงานคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
6. ช่วยเหลือสังคมที่เราอยู่

เอส แอนด์ พี และความยั่งยืนขององค์กร

ตั้งแต่ปี 2561 เอส แอนด์ พี ได้ผนวกรวมเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนเข้ากับการดำเนินงานและบริหารธุรกิจ เพื่อให้บุคลากรทั้งองค์กรได้รับทราบแนวทางการดำเนินงานของบริษัทฯ รับรู้การกำหนดเป้าหมายร่วมกันเพื่อนำไปปฏิบัติให้เกิดความสำเร็จ เป็นการปลูกฝังและสร้างความตระหนักเรื่องสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล นอกเหนือจากการทำธุรกิจเพื่อสุขภาพทางการเงินที่ดีเพียงอย่างเดียว

เอส แอนด์ พี กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกับการทำงานและกลยุทธ์หลักขององค์กร เพื่อให้เกิดความชัดเจนและเป็นแนวทางที่ทุกคนร่วมรับผิดชอบในเป้าหมาย โดยความสำเร็จเกิดจากการทำงานที่สอดประสานในการพัฒนา ปรับปรุงแก้ไข ลดประเด็นผลกระทบ และสนับสนุนประเด็นที่สร้างโอกาสให้กับองค์กร สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาช่วย เพื่อให้กระบวนการทำงานเกิดประสิทธิผล และมีการพัฒนาต่ออย่างรวดเร็วต่อเนื่อง สร้างธุรกิจ เอส แอนด์ พี สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

คุณค่าขององค์กร		ด้านความยั่งยืน	
คุณภาพ	Quality	ควบคุม	Control
		ควบคุมให้มีการบริหารจัดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และพัฒนาปรับปรุงระบบจัดการสิ่งแวดล้อม	
คุณค่า	Value	คุณค่า	Value
		ส่งเสริมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยมุ่งพัฒนาด้านศักยภาพคน และคุณภาพอาหาร	
คุณธรรม	Virtue	คุณธรรม	Virtue
		การกำกับดูแล เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยความสุจริต เป็นธรรม มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และสนับสนุนการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่น	

กลยุทธ์หลักองค์กร

สร้างสรรค์ความดี มุ่งสร้างความยั่งยืน

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

" 3P – Planet People Profit "

ร่วมช่วยโลกให้ดีขึ้นเพื่อเราทุกคน โดยการสร้างองค์กรให้แข็งแรง

วิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน

ครอบครัวสุขภาพดี สู่วิถีโลกแห่งความสุข
HEALTHIER FAMILY, HAPPIER WORLD

พันธกิจด้านความยั่งยืน (พ.ศ. 2573)

- ความเป็นกลางทางคาร์บอน
- พัฒนาศักยภาพและสุขภาพ
- ความร่วมมือเพื่อความแข็งแกร่ง

ธุรกิจของกลุ่มบริษัท เอส แอนด์ พี
S&P Group Journey

S&P
เริ่มก่อตั้งร้านไอศกรีมเล็กๆ
ในซอยประสานมิตรจนเติบโต
กลายเป็นร้านอาหารและเบเกอรี่
ที่มีทั้งสาขาในและนอกประเทศ
กว่า 470 สาขา

2516

2532

SET
จดทะเบียนหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย

Bakery Factory
ก่อตั้งโรงงานผลิตเบเกอรี่
ที่สุขุมวิท 62

PATARA
อาหารไทยรสไทยแท้
Fine Thai Cuisine
สาขาแรกที่กรุงลอนดอน
ประเทศอังกฤษ

2533

2540

S&P
Delivery 1344
เริ่มให้บริการจัดส่งอาหาร เครื่องดื่ม
เบเกอรี่ พร้อมเสิร์ฟถึงมือคุณ

Food Factory
ก่อตั้งโรงงานผลิตอาหาร
ที่นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

PATIO
ร้านอาหารแนว
Home Style Cooking
ด้วยบรรยากาศ เรียบง่าย
และสบาย

2544

VANILLA
กลุ่มร้านอาหารที่เหมาะกับ
กลุ่มลูกค้าวัยรุ่นและทำงาน
ด้วยเมนูที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

UMENOHANA
ร้านอาหารญี่ปุ่น
แบบไคเซกิดั้งเดิม
มีเมนูที่เป็นเอกลักษณ์
ได้แก่ เต้าหู้ ปูและ
หลากหลายเมนู

ก้าวสู่ปีที่
50
ก้าวขึ้น ก้าวหน้า

2546 — 2548 — 2555 — 2556 — 2564 — 2566

BlueCup Coffee
กาแฟสดคุณภาพ
และหลากหลายเมนู
เครื่องดื่มน่าลิ้มลอง

MAISEN
ร้านอาหารประเภท
ทงคัตสึที่ดังที่สุด
ในโตเกียว นำมาเปิด
ให้บริการในประเทศไทย

- ร้านโมเดลใหม่ : DelTA และ Bakery Mart
- ระบบ New Delivery Ordering Platform
- เริ่มดำเนินการคลังสินค้าแห่งใหม่

มุมมองและการกำกับจากประธานกรรมการ

" เรายังคงตั้งใจดำเนินการพัฒนาธุรกิจที่ดีอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโตอย่างมั่นคงสืบไป "

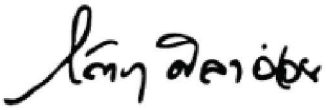
ในปี 2565 ถือว่าเป็นปีที่ท้าทายอย่างมากสำหรับผู้ประกอบกิจการบริการร้านอาหาร ที่ต้องปรับตัวเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจใหม่ที่มีลักษณะเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ที่แข่งขันกันด้วยรูปแบบการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป มีการสั่งอาหารทางออนไลน์มากขึ้นเป็นหลายเท่าตัว ในขณะที่การจ้างงานเริ่มมีความยากขึ้น ผู้ทำงานในสังคมไทยมีแนวโน้มการทำงานแบบมีนายจ้างไปสู่การค้าขายแบบออนไลน์ ทำให้พนักงานในองค์กรน้อยลง แต่บริษัทฯ ได้ทุ่มเทอย่างเต็มที่ในการก้าวข้ามอุปสรรคเพื่อรักษาการเติบโตของธุรกิจให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับการดูแลผู้มีส่วนร่วมในธุรกิจตั้งแต่พนักงานไปจนถึงลูกค้า

เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดี ได้รับอาหารที่อร่อย มีความสะดวกในการเลือกซื้ออาหารและเบเกอรี่และยังสร้างความมั่นใจในการบริการแก่ลูกค้าทุกท่าน บริษัทฯได้พัฒนาและปรับเปลี่ยนลักษณะการทำงานของทีมงานทั้งในร้านและหน่วยงานสนับสนุนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ให้พนักงานมีความสามารถทำงานมากกว่าอย่างเดียว และใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเป็นเครื่องมือให้แก่พนักงานใช้จัดการทั้งระบบหน้าร้านและระบบสนับสนุน ทั้งยังทำหลักสูตรการสอนภาคปฏิบัติแก่นักเรียนทวิภาคีที่ฝึกงานในครัวล่วงหน้าให้มีทักษะความพร้อมที่จะสามารถบริการลูกค้าได้รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจที่สุด ตามนโยบาย

" เพราะลูกค้าคือคนสำคัญของเรา "

พร้อมกันนั้น บริษัทฯ ยังคงดำเนินการรับผิดชอบในโครงการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นโครงการลดขยะและมลพิษด้วยการแยกขยะ ลดการใช้พลาสติก ซึ่งจะส่งผลต่อสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐ บริษัทฯ ขอให้สัญญาต่อทุกๆ ท่านเราจะยังคงตั้งใจดำเนินการพัฒนาธุรกิจที่ดีอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโตอย่างมั่นคงสืบไป และด้วยความมุ่งมั่นอุตสาหะของพนักงาน ผู้บริหาร รวมทั้งการสนับสนุนของลูกค้าและผู้ถือหุ้น ทำให้บริษัทก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง มีผลกำไรที่สามารถจ่ายเป็นรางวัลโบนัสให้พนักงานเป็นการตอบแทนความดี ความตั้งใจ และความทุ่มเทในการทำงานของผู้บริหาร พนักงานทุกคน และมีเงินปันผลคืนสู่ผู้ถือหุ้นทุกท่านอย่างทั่วถึง

ในนามของคณะกรรมการบริษัท ขอขอบคุณผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า รวมทั้งผู้บริหารและพนักงานทุกท่านที่ให้ความสนับสนุนและมอบความไว้วางใจให้บริษัทฯ ด้วยดีเสมอมา และ**ปีที่ 50 ที่จะถึงนี้ เรายังคงมุ่งมั่นรักษาและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ดี คุ้มค่า และการบริการที่ประทับใจ** พร้อมกันนี้ผู้บริหารและพนักงาน S&P จะยังคงร่วมมือร่วมใจทุ่มเทในการทำงานเพื่อยกระดับการดำเนินธุรกิจบริการอาหารและเบเกอรี่ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป



ภัทรา ศิลาอ่อน
ประธานกรรมการ

มุมมองและการผลักดันจาก
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

" การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้ครบทุกองค์ประกอบ เรายึดนำลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เพื่อทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดี ที่สุดกับสินค้าและบริการของเรา "

ปี 2565 เป็นปีที่ 4 ของผมในการดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ที่ผ่านมาสิ่งที่ผมได้เรียนรู้ในขณะที่บริษัทกำลังเติบโตไปข้างหน้าคือ

การสร้างความแข็งแกร่งในการพัฒนาองค์กรอย่างมืออาชีพนั้น เป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลา ความอดทน ความร่วมมือ และความช่วยเหลือจากทุกฝ่าย อีกทั้งต้องใช้เหตุผลในการตัดสินใจ และมีความเชื่อมั่นในทิศทางที่กำลังจะก้าวเดินไป “เอสแอนด์พี” มีแนวทางในการพัฒนาธุรกิจเดิม และต่อยอดธุรกิจใหม่อย่างยั่งยืน เพื่อโอกาสในการกระตุ้นการเติบโตขององค์กร เหตุผลหลักในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของเราก็คือ การยกระดับความเป็นอยู่ที่ดีของครอบครัว จากคติพจน์ขององค์กร

“ S&P Simply Delicious
เอสแอนด์พี ชื่อนี้มีแต่ของอร่อย ”

ชีวิตนั้นก็สามารถเปรียบได้กับอาหารจานอร่อยที่มีองค์ประกอบครบถ้วนทั้งสูตรอาหารที่ดี คนปรุงที่มีฝีมือ รายละเอียด ประสบการณ์ที่คุณได้รับ รวมไปถึงบรรยากาศ และผู้คนที่อยู่รอบตัวคุณ

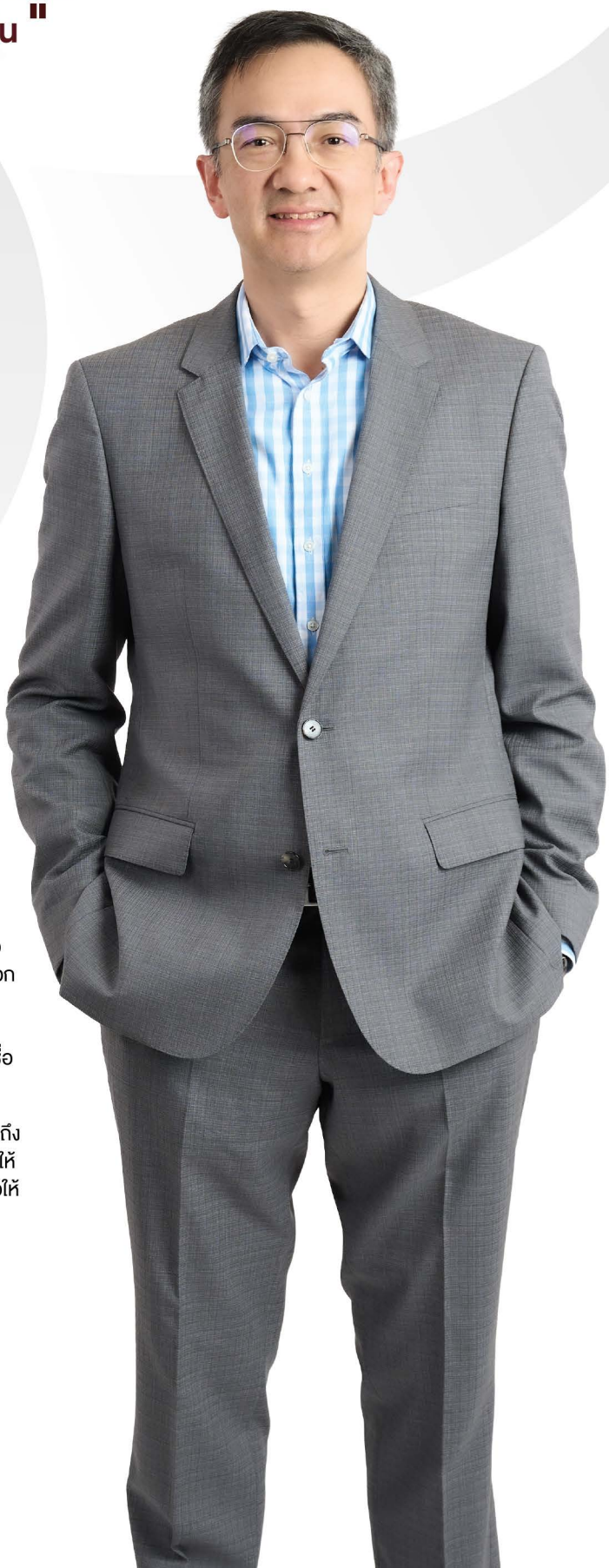
เราจึงมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนา เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้ครบทุกองค์ประกอบ โดยยึดนำลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เพื่อทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีที่สุด กับสินค้าและบริการของเรา สิ่งสำคัญของเราในสูตรแห่งความมุ่งมั่นนี้ก็คือ “บุคลากร“ ที่ ”เอสแอนด์พี” เรามุ่งเน้นให้การพัฒนาทั้ง พนักงานที่อุทิศกายใจทำงานให้กับบริษัทมาอย่างยาวนาน และพนักงานหนุ่มสาวเลือดใหม่ไปพร้อมกับการปฏิรูป และ พัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สูงสุด พร้อมให้บริการแก่ลูกค้าของเราทุกท่าน อีกทั้งเรายังสร้างทีมที่แข็งแกร่งโดยนำผู้ที่มีความสามารถ และผู้สืบทอดตำแหน่งต่างๆ มานำพาองค์กร เพื่อก้าวไปสู่ครึ่งศตวรรษหน้า อย่างมั่นคงโดยให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมการบริหารงานตามนิยามของความยั่งยืนเป็นอันดับแรกในใจ โดยยึดหลัก “People, Planet, Profit” ไปพร้อมกับ 3 ความยึดมั่น ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และ การบริการที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า, พัฒนาคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าได้รับ และปฏิบัติด้วยการยึดหลักคุณธรรม ในการทำสิ่งที่ถูกต้องให้กับลูกค้าเสมอมา “เอสแอนด์พี” จึงก้าวสู่ปีที่ 50 ด้วยความภาคภูมิใจและ มั่นใจว่า เป็นองค์กรที่สามารถปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงเพื่อการทำงานที่รวดเร็วและคล่องตัวกว่าเดิม

ในนามของคณะกรรมการบริษัท ขอขอบคุณผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า รวมทั้งผู้บริหารและพนักงานทุกท่านที่ให้ความสนับสนุนและมอบความไว้วางใจให้บริษัทฯ ด้วยดีเสมอมา และปีที่ 50 ที่จะถึงนี้ เรายังคงมุ่งมั่นรักษาและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ดี คุ้มค่า และการบริการที่ประทับใจ พร้อมกันนี้ผู้บริหารและพนักงาน S&P จะยังคงร่วมมือร่วมใจทุ่มเทในการทำงานเพื่อยกระดับการดำเนินธุรกิจบริการอาหารและเบเกอรี่ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วิทูร ศิลาอ่อน
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

มุมมองและการบริหารจาก
ประธานเจ้าหน้าที่สายการเงินและการผลิต

" ความแข็งแกร่งของธุรกิจ เกิดจากผลลัพธ์แห่งความสำเร็จ ที่เชื่อมโยงกระบวนการทำงานทุกหน่วยงาน ร่วมกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน "



ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันของภาวะเศรษฐกิจทั่วโลก การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นแนวทางปฏิบัติที่ต้องอาศัยความร่วมมือของบุคลากรทุกระดับในองค์กร เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนให้บริษัทฯ เติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว ในปี 2565 เอส แอนด์ พี มีรายได้เพิ่มขึ้น 895 ล้านบาท หรือคิดเป็น 19% เมื่อเทียบกับปีก่อน เป็นการสะท้อนให้เห็นว่า เอส แอนด์ พี ยังคงรักษาระดับความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และมีความสามารถในการเพิ่มศักยภาพการดำเนินธุรกิจได้ จากวิสัยทัศน์ในการประเมินสถานการณ์และแนวโน้มเศรษฐกิจทั้งในประเทศและระดับโลก ตลอดจนการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป รวมทั้งยังมีการวางแผนการลงทุนสำหรับโครงการต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจ อันเป็นการสนับสนุนให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในระยะยาว ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผลประกอบการทางการเงินของบริษัทฯ ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ เชื่อว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืน คือพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจที่ทำให้สมาชิกในครอบครัวและสังคม มีสุขภาพดี อันจะนำไปสู่วิถีแห่งความสุขอย่างยั่งยืน ด้วยการพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแนวทาง ESG ในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มจากความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาบุคลากร ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร และส่งมอบความปรารถนาดีให้แก่ลูกค้า ผู้บริโภค ผ่านการพัฒนากระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง ลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนเพื่อเพิ่ม Productivity รวมถึงการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาระบบงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งสามารถบริหารและควบคุมต้นทุนการผลิตเพื่อไม่ให้เป็นการผลักภาระไปยังลูกค้า ผู้บริโภค เช่น **โครงการติดตั้ง Solar Roof** ณ โรงงานผลิตเบเกอรี่ เพื่อใช้พลังงานสะอาดทดแทนการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในห่วงโซ่คุณค่า **โครงการ S&P Wellness Menu** เพื่อพัฒนาเมนูสุขภาพที่อุดมด้วยคุณค่าทางโภชนาการและมีการระบุสัดส่วนโภชนาการบนฉลากผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อสารแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค รวมถึงยังมีการพัฒนาและปรับสูตรเบเกอรี่มาอย่างต่อเนื่องเพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค

" บริษัทฯ มีการวิเคราะห์ความเสี่ยงด้าน ESG เพื่อเป็นฐานข้อมูลที่สำคัญของบริษัทฯ สำหรับประกอบการตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ดำเนินธุรกิจ "

อีกทั้งเป็นแนวทางสำหรับวางแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดความก้าวหน้า ก้าวขึ้น และสามารถก้าวผ่านการเปลี่ยนแปลงจากบริบทภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ลดความเสี่ยงในการลงทุน รักษาเสถียรภาพการเงินและกระแสเงินสดในระดับที่เหมาะสม เพื่อสร้างผลกำไรและผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียอย่างสม่ำเสมอและเหมาะสม อันเป็นการสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นจากผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อบริษัทฯ ด้วย

ธุรกิจในโลกทุกวันนี้ ไม่ได้มองเพียงผลกำไรที่เป็นตัวเงินเท่านั้น แต่ต้องพิจารณาถึงกระบวนการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดความยั่งยืน ควบคู่ไปกับการส่งมอบคุณค่าสู่สังคม และดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และเอส แอนด์ พี ก้าวไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

กำธร ศิลาอ่อน
ประธานเจ้าหน้าที่สายการเงินและการผลิต

เอส แอนด์ พี กับการพัฒนาที่ยั่งยืน

หัวใจสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า

จากประธานเจ้าหน้าที่สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร

ในวาระก้าวสู่ปีที่ 50 นี้ ภาพรวมแห่งความสำเร็จสะท้อนให้เห็นว่า เอส แอนด์ พี เป็นร้านอาหารและเบเกอรี่ที่อยู่เคียงคู่คนไทย ทั้งการส่งมอบอาหารที่มีคุณภาพ การยกระดับคุณภาพชีวิตคนในสังคมและชุมชน ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เติบโตร่วมกับเราอย่างยั่งยืนตามคำมั่นสัญญาว่า "ครอบครัวสุขภาพดี สู่วิถีโลกแห่งความสุข, Healthier Family Happier World"

ในปี 2565 หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 คลี่คลายลง ธุรกิจหลายภาคส่วนต่างมีการปรับตัวเพื่อรับมือได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก รวมทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) สำหรับเอส แอนด์ พี นับเป็นช่วงเวลาที่มีความพร้อมอย่างแข็งแกร่งสำหรับการก้าวสู่ปีที่ 50 ของการดำเนินธุรกิจเพื่อความสุขของทุกครอบครัวที่เริ่มต้นด้วยอาหารและเบเกอรี่แสนอร่อย ควบคู่กับการส่งเสริมโภชนาการเพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค

เอส แอนด์ พี กำหนดแผนการพัฒนาอย่างยั่งยืนและเป้าหมายที่สอดคล้องกับเป้าหมายของโลก (SDGs) เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์หลักขององค์กร ซึ่งทำให้บริษัทฯ มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจสามารถดำเนินไปพร้อมกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีธรรมาภิบาล ในฐานะผู้ประกอบการที่อาจสร้างผลกระทบทั้งบวกและลบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะเปิดเผยผลการดำเนินงานมิติต่างๆ ในรายงานความยั่งยืน และการตอบแบบประเมินของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดย **เอส แอนด์ พี สามารถคว้ารางวัล SET Awards 2022 กลุ่มรางวัล Sustainability Excellence ประเภท Rising Star Sustainability Awards ประจำปี 2565** ซึ่งนับเป็นกำลังใจสำคัญสำหรับบุคลากรทุกระดับของบริษัทฯ ที่ทุ่มเททั้งความคิด แรงใจ แรงกาย ในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าหมายหลักเพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน มีหลายเป้าหมายประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ในขณะที่เป้าหมายบางส่วนยังคงต้องดำเนินต่อไป เนื่องจากเป็นแผนดำเนินงานระยะกลางและระยะยาว เพื่อยกระดับสู่เป้าหมายระดับสูงให้ได้ ขณะเดียวกันแผนและเป้าหมายใหม่ ได้รับการอนุมัติให้ดำเนินงานเพิ่มเพื่อความก้าวหน้าสู่ธุรกิจที่ยั่งยืนโดยแท้จริง

ในปี 2565 บริษัทฯ มีเป้าหมายเพิ่มขึ้นอีก 2 ข้อ คือ **เป้าหมายที่ 4 การศึกษาที่มีคุณภาพ** บริษัทฯ สนับสนุนการศึกษาแก่เยาวชนในสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยมี "ศูนย์การเรียนเอส แอนด์ พี" เพื่อยกระดับการศึกษาให้กับเยาวชนที่ด้อยโอกาสทางการศึกษา ให้มีความสามารถและความเชี่ยวชาญ ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมธุรกิจอาหารและการบริการ

และ**เป้าหมายที่ 13 การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ**ที่นับวันทวีความรุนแรงมากขึ้น บริษัทฯ มุ่งดำเนินธุรกิจเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว รวมทั้งวางแผนหาแหล่งวัตถุดิบสำรองเพื่อความมั่นคงของธุรกิจตลอดจนหาแนวทางฟื้นฟูสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศให้คงอยู่จวบจนรุ่นลูกหลาน

ประเด็นสำคัญที่สุดของบริษัทฯ คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งนอกจากเรื่องโภชนาการที่มีทีมวิจัยและพัฒนาของบริษัทฯ มุ่งปรับสูตรและรังสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องแล้ว ในด้านความปลอดภัยของอาหารและกระบวนการผลิตเรายังได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย สำหรับหน้าร้านทั้ง SHA และ SHA Plus โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข สำหรับโรงงานเอส แอนด์ พี ได้รับเครื่องหมายรับรองตนเองว่าเป็นสถานประกอบการที่มีการบริหารจัดการสถานที่กระบวนการผลิตและบุคลากร ตามมาตรการร่วมและมาตรฐานด้านสุขอนามัย หรือ IPHA : Industrial and Production Hygiene Administration โดยสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย การรับรองจากหน่วยงานที่ทรงคุณวุฒิเหล่านี้ล้วนเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจของบริษัทฯ ในการส่งมอบความสุข ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัยสูงสุดแก่ผู้บริโภค เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหาร เบเกอรี่และเครื่องดื่มของ เอส แอนด์ พี นั้นยังคงคุณค่าตลอด 50 ปี

เส้นทางสู่ความยั่งยืนของ เอส แอนด์ พี

เรื่องราวการเดินทางสู่ความยั่งยืนของ เอส แอนด์ พี ในการก้าวเข้าสู่ปีที่ 50 นั้น บริษัทฯ ดำเนินการตามกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กรที่ตั้งไว้ครอบคลุม 3P คือ People, Planet, Profit โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพดีจากเกษตรกรโดยตรง เพื่อคัดสรรวัตถุดิบตามมาตรฐานที่เอส แอนด์ พี กำหนดและช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ส่งเข้ากระบวนการผลิตที่ผ่านการรับรองมาตรฐานเพื่อควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยสูงสุด มีการใช้พลังงานสะอาดในกระบวนการผลิต รวมทั้งสามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาได้ชัดเจน จากนั้นพร้อมส่งต่อถึงผู้บริโภคผ่านระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการบริหารจัดการการขนส่งและใช้รถควบคุมอุณหภูมิเพื่อรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ จนกระทั่งส่งมอบอาหารจานอร่อย คุณภาพดีแก่ผู้บริโภค ผ่านพนักงานเอส แอนด์ พี ที่คอยให้บริการตามช่องทางการขายรูปแบบต่างๆ

บริษัทฯ ได้ส่งเสริมศักยภาพของพนักงานอยู่เสมอผ่านการอบรมพัฒนาบุคลากร และมีการสื่อสารลงไปยังพนักงานทุกคนในองค์กร เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างแนวทางการดำเนินงานกับเป้าหมายองค์กร ซึ่งพนักงานทุกคนเปรียบเสมือนฟันเฟืองสำคัญ ในการร่วมขับเคลื่อนองค์กรเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ สำหรับชุมชนและสังคม บริษัทฯ มีความตั้งใจดูแลสุขภาพของลูกค้าและผู้บริโภคผ่านการดำเนินธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ตลอดระยะเวลาเกือบ 50 ปี เพราะเราเชื่อว่าการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ อุดมด้วยโภชนาการที่ดีเป็นพื้นฐานของการมีสุขภาพดี นอกจากนี้ เรายังคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับทุกการดำเนินงานขององค์กร เพื่อวางแผน ป้องกัน และลดผลกระทบที่อาจส่งผลต่อระบบนิเวศ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพดี สู่สังคมดี และสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีพร้อมส่งต่อให้คนรุ่นต่อไป

พลังงานทดแทน Solar Roof

สนับสนุนพัฒนาเกษตรกรสวนทุเรียน

พัฒนาธุรกิจชุมชนโรงงานแปรรูปทุเรียน

ทั้งหมดนี้เปรียบเสมือนการต่อภาพจิ๊กซอว์แห่งความสำเร็จ โดยเราใช้เวลาในการต่อจิ๊กซอว์อย่างค่อยเป็นค่อยไป ด้วยความมุ่งมั่นพยายาม ดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและไม่หยุดนิ่ง แม้ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่โครงการต่างๆ ชะลอตัวลง แต่กลับไม่เป็นอุปสรรคในการดำเนินงาน เราสามารถก้าวข้ามเพื่อสานต่อความมุ่งมั่นและริเริ่มโครงการใหม่อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การดำเนินโครงการต่างๆ เกิดประสิทธิผลสูงสุดและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับอย่างแท้จริง

สำหรับในปี 2565 บริษัทฯ มี**ตัวอย่างโครงการแห่งความสำเร็จ ได้แก่ โครงการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Restaurant)** เพื่อส่งเสริมร้านอาหารที่มีการใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีส่วนร่วมและยกระดับการให้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีการลดปริมาณขยะและบริหารจัดการของเสียตั้งแต่ต้นทางอย่างมีประสิทธิภาพ จัดโดยกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่ง เอส แอนด์ พี ได้รับรางวัลการันตีรวมทั้งสิ้น 6 แห่ง จากร้านอาหารที่ได้รับรางวัลทั้งหมด 23 แห่ง แบ่งเป็น รางวัลระดับทอง 1 แห่ง คือ ร้านเอส แอนด์ พี สาขาทองหล่อ และได้รับรางวัลระดับเงิน 5 แห่ง คือร้านเอส แอนด์ พี สาขาโรงพยาบาลสมิติเวชศรีนครินทร์ ร้านเอส แอนด์ พี สาขาโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า ร้านเอส แอนด์ พี สาขาโรงพยาบาลรามาธิบดี ร้านเอส แอนด์ พี สาขาสีลม และร้านเอส แอนด์ พี สาขาซิกเนเจอร์สีลม คอมเพล็กซ์

นอกจากนี้ มีตัวอย่างการขยายโครงการเพื่อสานต่อความมุ่งมั่น ได้แก่ **โครงการแยกขยะที่ร้านเอส แอนด์ พี** ซึ่งตั้งเป้าหมายดำเนินการครบ 100% โดยเริ่มดำเนินการสาขานำร่องในโรงพยาบาล และขยายโครงการ จนปัจจุบันเราดำเนินการแล้ว 389 แห่ง เมื่อเราทำแล้ว วัดผลได้ เห็นผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม จะยิ่งเป็นแรงผลักดันให้เรามีพลังที่จะก้าวต่อไป

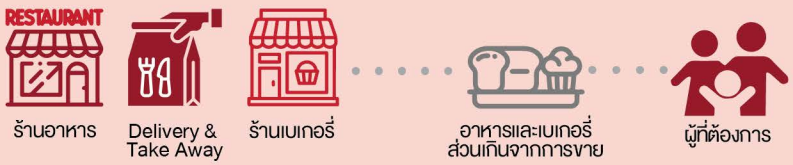
ความยั่งยืนที่ เอส แอนด์ พี ไม่ใช่เพียงความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเท่านั้น แต่ยังได้เห็นความสุขในโลกวิถีใหม่ไปพร้อมกัน โดยสะท้อนผ่านคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในสังคมจากการบริโภคอาหารที่ดี มีโภชนาการ ซึ่งสุขภาพดีของทุกคนล้วนเป็นกำลังสำคัญในการร่วมกันขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตไปพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

มณีสุดา ศิลาอ่อน
ประธานเจ้าหน้าที่สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร

ห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน
Sustainable Value Chain

ห่วงโซ่คุณค่าของเอส แอนด์ พี แสดงกิจกรรมทั้งหมดในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีให้กับลูกค้าและผู้บริโภค ที่ประกอบด้วยห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ในการดำเนินธุรกิจอาหารเบเกอรี่ และเครื่องดื่มค้าปลีกเป็นหลัก โดยในปี 2565 บริษัทฯ มีการปรับปรุงกิจกรรมและกระบวนการทำงานเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการในภาวะที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ที่เป็นผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบรุนแรงต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2562 จนกลายเป็นวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ของผู้คนในปัจจุบัน

บริษัทฯ มีการปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจตั้งแต่ปลายปี 2564 คือ การเพิ่มกิจกรรม **"การตลาดและช่องทางการขาย"** เป็นการปรับรูปแบบให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและมาตรฐานที่เข้มงวดของภาครัฐในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยเน้นการซื้อสินค้ากลับบ้าน (Take Away) หรือการบริการส่งถึงที่ (Delivery) มากขึ้น ทำให้สัดส่วนการรับประทานอาหารที่ร้านลดลง รวมถึงการจัดทำศูนย์ผลิตเบเกอรี่ (Product Hub) สำหรับกระจายไปยังร้านในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อควบคุมการผลิตและคุณภาพผลิตภัณฑ์ รวมทั้งลดงานของพนักงานหน้าร้านเพื่อบริการลูกค้าได้อย่างเต็มศักยภาพ ทำให้บริษัทฯ สามารถพ้นวิกฤติ และพลิกกลับมามียอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายปี 2564 จนถึงปัจจุบัน



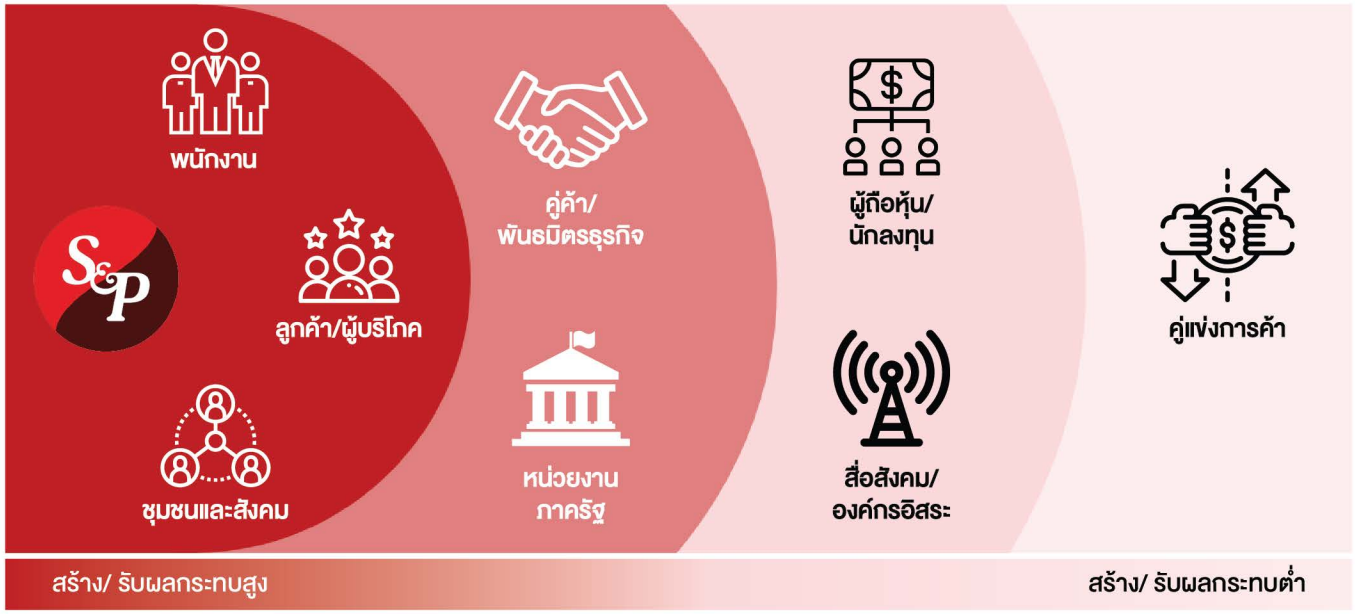
เอส แอนด์ พี ได้ดำเนินการบริหารอาหารและเบเกอรี่ส่วนเกินจากการขาย เพื่อลดปัญหาในเรื่องขยะอาหาร ซึ่งมีปริมาณสูงมากในแต่ละปี โดยที่ยังมีชุมชนและสังคมที่ต้องการอาหารที่ยังมีคุณภาพดี โดยบริษัทฯ สร้างคุณค่าเพิ่มให้อาหารผ่านองค์กรมูลนิธิและบริษัทพันธมิตรที่ไปดำเนินการต่อโดยการขายในราคาถูกพิเศษสำหรับการรับประทานทันที และการบริจาคสำหรับชุมชนที่ต้องการ

ผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ
Stakeholder Management

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ กับผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกด้านความคาดหวัง ข้อกังวล และความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนช่วยให้บริษัทฯ กำหนดประเด็นสำคัญสำหรับกลยุทธ์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อตอบสนองได้ตรงต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้

ข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้ยังแสดงให้เห็นถึงผลกระทบในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม รวมทั้งด้านจริยธรรมและสิทธิมนุษยชน ทั้งผลกระทบภายนอกที่เข้ามาสู่บริษัทฯ และจากการที่บริษัทฯ ส่งผลกระทบออกสู่สังคมกับสิ่งแวดล้อมตลอดกระบวนการของห่วงโซ่ธุรกิจ กระบวนการนี้ช่วยให้บริษัทฯ สามารถลดผลกระทบเชิงลบและขยายผลกระทบเชิงบวกได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ โดยได้นำกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเข้าเป็นส่วนหนึ่ง

การลำดับความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสีย ที่ได้รับและส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของ เอส แอนด์ พี



ในปี 2565 บริษัทฯ จำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดเป็น 8 กลุ่ม โดยแบ่งเป็น

- **กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียภายใน (Internal Stakeholder)** ได้แก่ พนักงาน
- **กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียภายนอก (External Stakeholder)** ได้แก่ ลูกค้า/ผู้บริโภค ชุมชน/สังคม คู่ค้า/พันธมิตรธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน สื่อสังคม/องค์กรอิสระ และเพิ่มเติมขึ้นมาในปี 2565 คือ คู่แข่งการค้า

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

โดยได้กำหนดแนวทางการบ่งชี้ และจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อดำเนินการจัดทำแผนการมีส่วนร่วม และการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียตามความเหมาะสม รวมทั้งการติดตามการรายงานผล ในการนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร และนำความคิดเห็นประเด็นด้าน ESG จากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อการจัดลำดับความสำคัญของผลกระทบสำหรับการเตรียมขั้นตอนประเมินประเด็นสำคัญที่มีผลต่อธุรกิจ (Materiality Assessment)

- ผู้มีส่วนได้เสีย มีอิทธิพลและความสนใจมาก ได้รับผลกระทบโดยตรงจากดำเนินงานขององค์กรมาก
- ผู้มีส่วนได้เสีย มีอิทธิพลและความสนใจมาก แต่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากดำเนินงานขององค์กรน้อย
- ผู้มีส่วนได้เสีย มีอิทธิพลและความสนใจน้อย แต่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากดำเนินงานขององค์กรมาก
- ผู้มีส่วนได้เสีย มีอิทธิพลและความสนใจน้อย แต่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากดำเนินงานขององค์กรน้อย

พนักงาน (EMPLOYEE)

เป็นผู้ปฏิบัติงานและขับเคลื่อนองค์กร โดย **"พนักงาน"** บริษัทฯ หมายถึง พนักงานประจำ พนักงานชั่วคราว และนักศึกษา รวมถึงพนักงานผู้พิการหรือผู้ด้อยโอกาส โดยบริษัทฯ จ่ายค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม และส่งเสริมโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม สอดคล้องกับนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องสิทธิมนุษยชนของแรงงาน

ความต้องการและความคาดหวัง

- สุขภาพและความปลอดภัย
- ค่าตอบแทน / สวัสดิการ / สิทธิประโยชน์อย่างเป็นธรรม และ กิจกรรมพนักงานสัมพันธ์
- การประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรม
- คุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน
- การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั่วทั้งองค์กร
- การเรียนรู้และพัฒนาทักษะ (Reskill and Upskill) และเพิ่มศักยภาพให้สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ
- การจัดให้มีช่องทางการรับข้อร้องเรียนและการแสดงความคิดเห็นต่อองค์กร

แนวทางการมีส่วนร่วม

- การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี
- กิจกรรมพนักงานสัมพันธ์
- กิจกรรมผู้บริหารพบพนักงาน
- การสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ภายในทางอีเมล์ list.snp.all@snpfood.com
- การจัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาทักษะด้านต่างๆ
- การรับข้อร้องเรียนผ่านช่องทางโทรศัพท์, E-mail:whistleline@snpfood.com และตู้จดหมายรับเรื่องร้องเรียน

การตอบสนองของบริษัท

- การจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งเสริมบรรยากาศการทำงานให้มีความสุข (Happy Working Place)
- มีระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และตรวจสอบได้
- สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพ และการเติบโตในบริษัทฯ อย่างมีคุณค่า
- จัดแผนการอบรมพัฒนาความรู้ที่เหมาะสม และส่งเสริมด้านนวัตกรรมเพื่อให้เกิดความคิดริเริ่ม /สร้างสรรค์
- จัดและส่งเสริมกิจกรรมด้านสุขภาพ และความปลอดภัย เช่น แนะนำด้านโภชนาการและการออกกำลังกาย
- กำหนดโครงสร้างการเติบโตในสายอาชีพภายในองค์กรอย่างชัดเจน

ประเด็นความยั่งยืน

สิ่งแวดล้อม

- สถานที่ทำงานที่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศ และสภาพแวดล้อมการทำงาน

สังคม

- การพัฒนาบุคลากร
- องค์กรแห่งการเรียนรู้
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- สุขภาวะและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน
- การปฏิบัติด้านแรงงาน
- สิทธิมนุษยชน: การสนับสนุนความหลากหลาย ความเสมอภาค และการมีส่วนร่วม (DEI)
- การปกป้องความเป็นส่วนบุคคล
- การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั่วทั้งองค์กร

บรรษัทภิบาล

- การจ่ายค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม
- ผลประกอบการทางธุรกิจที่ดี
- ประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรม
- ส่งเสริมให้พนักงานรวมกลุ่มเพื่อร่วมเจรจาหรือหารือกับบริษัท

ลูกค้า/ ผู้บริโภค (CUSTOMER/ CONSUMER)

ผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากบริษัทฯ ทั้งรับประทานที่ร้าน ซื้อกลับบ้าน หรือผ่านช่องทางเดลิเวอรี เป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสำคัญ มีผลต่อการเติบโตขององค์กร ซึ่งบริษัทฯ ได้กำหนดให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ว่า **"ลูกค้าคือคนสำคัญสำหรับเรา"**

ความต้องการและความคาดหวัง

- คุณภาพของสินค้า รสชาติอร่อย สะอาด ทั้งในด้านอาหารและการบริการ
- วัตถุดิบ/ แหล่งที่มาของอาหาร
- การบริการที่ตรงตามความต้องการ และประทับใจ
- บรรยากาศภายในร้านและความสะอาดของสถานที่
- การโฆษณา / กิจกรรมส่งเสริมการขาย
- ราคาสินค้าที่เหมาะสม
- ข้อมูลผลิตภัณฑ์
- การดำเนินธุรกิจที่ไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

แนวทางการมีส่วนร่วม

- การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี
- การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผ่านรหัสคิวอาร์ท้ายใบเสร็จ
- การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์และแอปพลิเคชัน S&P Card / S&P Delivery 1344
- การรับข้อร้องเรียนผ่านช่องทางหน้าร้าน, Call Center 1344
- E-mail: crm@snpfood.com, FB/IG: S&P และทางจดหมาย
- การสัมภาษณ์ผู้แทนลูกค้า
- แคมเปญพิเศษสำหรับสมาชิก S&P Card

การตอบสนองของบริษัท

- รับรู้และเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้ถูกต้อง เช่น การพัฒนาสินค้า อาหาร เครื่องดื่ม เมนูใหม่
- ให้ข้อมูลด้านโภชนาการของอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อของลูกค้า
- พัฒนาทักษะการให้บริการของพนักงานหน้าร้านและพนักงานที่ต้องติดต่อลูกค้า เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี
- พัฒนาช่องทางการร้องเรียน /แก้ไขปัญหาสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว

ประเด็นความยั่งยืน

สิ่งแวดล้อม

- สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน
- การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินจากการขายให้เหมาะสม
- การจัดการด้านพลังงานและก๊าซเรือนกระจกทั้งที่โรงงาน และร้านจำหน่าย
- การจัดการมลภาวะต่างๆ จากการดำเนินงาน

สังคม

- สุขภาวะและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน มีความปลอดภัย
- การทำการตลาด และการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ (ให้ข้อมูลโภชนาการที่ถูกต้อง)
- การปกป้องความเป็นส่วนบุคคล
- ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ
- การเข้าถึงสินค้าและบริการ

บรรษัทภิบาล

- คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดี สะอาด และปลอดภัย
- การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ
- การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
- การบริหารความน่าเชื่อถือของแบรนด์
- นวัตกรรมด้านอาหาร มุ่งเน้นโภชนาการ
- การตรวจสอบย้อนกลับ ที่มาของสินค้า

ชุมชนและสังคม (COMMUNITY / SOCIETY)

กลุ่มคนที่อยู่รวมกันเป็นสังคมขนาดเล็ก อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงที่ทำการบริษัทฯ ในรัศมีโดยรอบ 1.5 กิโลเมตร กำหนดให้เป็นชุมชนระยะใกล้ ที่บริษัทฯ มุ่งมั่นสนับสนุนต่อเศรษฐกิจ ชุมชน และสังคม ให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทฯ มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบต่อสังคมพร้อมทั้งมีการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร และสร้างจิตสำนึกให้กับทุกคนในองค์กรที่จะดูแลพัฒนาและเสริมสร้างสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียโดยควบคู่ไปกับการเติบโตของบริษัทฯ อย่างยั่งยืน

ความต้องการและความคาดหวัง

- การพัฒนาชุมชนโดยรอบที่ตั้งของบริษัท/โรงงาน
- การส่งเสริมอาชีพและรายได้ท้องถิ่น
- การเคารพสิทธิมนุษยชน
- การคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม
- การช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่างๆ

แนวทางการมีส่วนร่วม

- กิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม
- การลงพื้นที่พบชุมชน
- การรับข้อเสนอแนะ และความอนุเคราะห์ผ่านช่องทางโทรศัพท์, E-mail: sd@snpfood.com

การตอบสนองของบริษัท

- ดำเนินธุรกิจพร้อมประเมินความเสี่ยง เพื่อป้องกัน/ลดผลกระทบต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม
- ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด
- สื่อสารและเปิดเผยข้อมูลการทำงานของบริษัทถูกต้อง ครบถ้วน และโปร่งใส

ประเด็นความยั่งยืน

สิ่งแวดล้อม

- ปฏิบัติตามกฎหมาย การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- การจัดการของเสีย
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- การบริหารจัดการน้ำ
- การบริหารจัดการขยะ และอาหารส่วนเกินจากการผลิต

สังคม

- การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน
- สุขภาพและความปลอดภัย
- ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ
- ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์
- การเข้าถึงสินค้าและบริการ

บรรษัทภิบาล

- การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ
- การพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น
- การจ้างงานในท้องถิ่น
- สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ
- การสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีอาหาร เครื่องดื่ม

คู่ค้า และ พันธมิตรธุรกิจ (SUPPLIER / BUSINESS PARTNER)

บุคคล กลุ่มบุคคล หรือบริษัทที่ดำเนินความร่วมมือสนับสนุนในการทำธุรกิจร่วมกันในระยะยาว โดยมีการนำเอาจุดแข็งของทุกๆฝ่ายมารวมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางกลยุทธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน บริษัทฯ มุ่งยึดมั่นและปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเสมอภาคและตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกัน

ความต้องการและความคาดหวัง

- ความปลอดภัยของอาหาร
- การร่วมธุรกิจในระยะยาว
- กระบวนการจัดซื้อ/จัดจ้างที่ยุติธรรมและโปร่งใส
- การพัฒนาคู่ค้า
- เทคโนโลยีและนวัตกรรม
- สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
- การดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม
- การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่น
- การเก็บรักษาข้อมูลความลับทางธุรกิจ

แนวทางการมีส่วนร่วม

- การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี
- การตกลงปฏิบัติตามหลักปฏิบัติของเอสแอนด์พีสำหรับคู่ค้า (S&P Code of Conduct for Suppliers)
- การเข้าตรวจสอบสถานที่ปฏิบัติงานประจำปี
- การลงพื้นที่ตรวจติดตามคุณภาพวัตถุดิบรายปี โดยเฉพาะวัตถุดิบที่มีปัญหาเพื่อหาแนวทางปรับปรุง

การตอบสนองของบริษัท

- รักษาระดับคุณภาพสินค้าและบริการ และพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้ทันความต้องการ
- การร่วมกันวางแผน และพัฒนาศักยภาพคู่ค้าเพื่อการเติบโตร่วมกันในระยะยาว
- ดำเนินการตามจรรยาบรรณธุรกิจอย่างเคร่งครัดในการจัดซื้อที่โปร่งใสและเป็นธรรม รวมทั้งต่อต้านการคอร์รัปชั่นทุกรูปแบบ
- จัดช่องทางการสื่อสาร ปัญหาการดำเนินงาน เพื่อปรับปรุงแก้ไขร่วมกัน

ประเด็นความยั่งยืน

สิ่งแวดล้อม

- ปฏิบัติตามกฎหมาย การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- เศรษฐกิจหมุนเวียน
- เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ

สังคม

- การเคารพสิทธิมนุษยชน
- การรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- การรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์
- การสนับสนุนความรู้เพื่อการพัฒนา

บรรษัทภิบาล

- การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ
- พันธมิตรที่ยั่งยืน
- ห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน
- การร่วมพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี
- การบริหารความเสี่ยง
- สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่ออกกฎระเบียบ (GOVERNMENT AGENCY & AUTHORITY)

หน่วยงานของรัฐ ที่เป็นส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน และหน่วยงานที่ใช้อำนาจรัฐ ทำหน้าที่กำหนดกฎเกณฑ์ หรือระเบียบปฏิบัติ รวมถึงศึกษาแนวคิดต่างๆ โดยบริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎระเบียบ กฎหมาย และกรอบกติกาอย่างเคร่งครัด รวมถึงศึกษาแนวคิดด้านนวัตกรรม ด้านโภชนาการที่ดีและเป็นประโยชน์ในระดับสหประชาชาติ เพื่อนำมาเป็นแนวปฏิบัติในฐานะผู้นำธุรกิจอาหารไทยและเบเกอรี่

ความต้องการและความคาดหวัง

- การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ
- การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร
- การโฆษณา / ฉลากบรรจุภัณฑ์ และการคุ้มครองผู้บริโภค
- การบริหารจัดการขยะและสิ่งปฏิกูล
- การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO)
- การเปิดเผยรายงานข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

แนวทางการมีส่วนร่วม

- การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี
- การตอบรับนโยบายและความร่วมมือ
- การรายงานผลการดำเนินให้นักลงทุนรายไตรมาส ในงานOpportunity Day ผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ
- การเข้าพบหรือติดต่อประสานงานตามวาระต่างๆ
- การประชุม สัมมนาและเข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ

การตอบสนองของบริษัท

- การเป็นองค์กรที่ดี มีการกำกับดูแลโดยปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบอย่างเคร่งครัด
- พัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพสูง และลดผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม
- สนับสนุนโครงการความร่วมมือ เพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ
- ร่วมมือหน่วยงานราชการในด้านวิชาการ และกิจกรรมสาธารณประโยชน์ต่างๆ

ประเด็นความยั่งยืน

สิ่งแวดล้อม

- ปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม
- การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- การจัดการมลภาวะและของเสีย
- ผลกระทบต่อระบบนิเวศ
- เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ

สังคม

- การเคารพสิทธิมนุษยชน
- การใช้แรงงานภาคบังคับ
- การรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์
- การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน
- การทำการตลาด และการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ

บรรษัทภิบาล

- การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ
- การต่อต้านคอร์รัปชัน และทำธุรกิจอย่างโปร่งใส
- การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น
- การจ้างงานในท้องถิ่น
- ภาษีจากการดำเนินงาน

นักลงทุน และ ผู้ถือหุ้น (INVESTOR & SHAREHOLDER)

บุคคล บริษัท หรือสถาบันที่ถือครองหุ้นในทางกฎหมาย จำนวนหนึ่งหุ้นหรือมากกว่านั้นของบริษัทฯ โดยจะได้รับผลประโยชน์จากความสำเร็จของบริษัทในรูปแบบของมูลค่าหุ้นที่เพิ่มขึ้นหรือเงินปันผล ได้รับข้อมูลข่าวสารของกิจการอย่างต่อเนื่อง ได้เข้าร่วมประชุมและออกเสียงลงคะแนน ได้รับสิทธิในการจองซื้อหุ้นออกใหม่ และสิทธิในการบริหารบริษัท อาทิ การเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น โดยบริษัทฯ มุ่งมั่นในการสร้างการเจริญเติบโตและผลตอบแทนที่ดีอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

ความต้องการและความคาดหวัง

- การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และทิศทางในการดำเนินงาน
- ผลการดำเนินงานและการเติบโตทางธุรกิจที่ดี มีผลกำไร และปันผลที่ดี
- การกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ
- มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ และแนวทางการป้องกัน
- การรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี เป็นที่ยอมรับของสังคม สาธารณะ

แนวทางการมีส่วนร่วม

- การแจ้งข่าวสารผ่านตลาดหลักทรัพย์ฯ และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.)
- การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี
- การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี และรายงานต่างๆ
- การแจ้งข่าวสารแก่ผู้ถือหุ้นผ่านเว็บไซต์ของบริษัท มายัง E-mail: irsnp@snpfood.com หรือทางโทรศัพท์หมายเลข 0-2785-4000

การตอบสนองของบริษัท

- ดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กรอย่างเป็นระบบ ในการตัดสินใจการลงทุน และกระบวนการทำงาน ที่ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และบรรษัทภิบาล รวมถึงด้านสิทธิมนุษยชน
- มีการกำกับกิจการที่ดี โปร่งใส และต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่นทุกรูปแบบ
- สื่อสารข้อมูลการประกอบธุรกิจ ทั้งด้าน Financial และ Non-financial อย่างถูกต้อง โปร่งใส
- พัฒนาสินค้าและบริการใหม่ที่ดีเยี่ยม เพื่อสร้างรายได้ และผลกำไรที่ดีอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นความยั่งยืน

สิ่งแวดล้อม

- ปฏิบัติตามกฎหมาย การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สังคม

- การเคารพสิทธิมนุษยชน
- การพัฒนาทุนมนุษย์
- การรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

บรรษัทภิบาล

- การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ
- การต่อต้านคอร์รัปชัน และทำธุรกิจอย่างโปร่งใส
- ผลประกอบการทางธุรกิจที่ดี
- การบริหารจัดการความเสี่ยง
- การลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบ
- สร้างความพึงพอใจ และประสบการณ์ที่ดี

องค์กรอิสระ สื่อมวลชน และกลุ่มคนที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ (Independent organizations, media and online influencers)

องค์การสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่สื่อข้อความ ข่าวสาร รายงานเหตุการณ์ เฝ้าติดตามความเป็นไปของสถาบันสังคมและสังคมในภาพรวม รวมถึงผู้ที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ ที่สามารถกระตุ้น การชักจูง การโน้มน้าวใจ ให้เกิดการคล้อยตามทั้งทางด้านจิตใจหรือพฤติกรรม และองค์กรอิสระที่จัดตั้งขึ้นให้มีความอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ ใช้อำนาจโดยสุจริต เที่ยงธรรม เช่น คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ และคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ

ความต้องการและความคาดหวัง

- ข้อมูล ข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กรอย่างถูกต้อง รวดเร็ว
- ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และ รายการส่งเสริมการขาย
- การแสดงความคิดเห็นของลูกค้าและผู้บริโภคต่อแบรนด์ เอส แอนด์ พี

แนวทางการมีส่วนร่วม

- การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี
- การติดต่อผ่านช่องทางโทรศัพท์, เว็บไซต์ www.snpfood.com, E-mail: pr@snpfood.com, FB: S&P
- การจัดงานแถลงข่าวและส่งข่าวประชาสัมพันธ์
- การพบปะสื่อมวลชนตามวาระต่างๆ เช่น งานครบรอบสื่อมวลชน เทศกาลปีใหม่ เทศกาลไหว้พระจันทร์ เป็นต้น

การตอบสนองของบริษัท

- สร้างช่องทางการสื่อสารข้อมูล ข่าวสารทางออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อเหตุการณ์และอำนวยความสะดวกให้กับสื่อมวลชน
- รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากภาคประชาสังคม
- สร้างความตระหนักและสร้างความเข้าใจแก่สังคมในประเด็นสำคัญด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน
- สร้างความร่วมมือเพื่อผลักดันและขับเคลื่อนประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน

ประเด็นความยั่งยืน

สิ่งแวดล้อม

- การจัดการมลภาวะต่างๆ จากการดำเนินงาน
- ปฏิบัติตามกฎหมาย การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สังคม

- สุขภาวะและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน
- สิทธิมนุษยชน
- การทำการตลาด และการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ
- การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน

บรรษัทภิบาล

- การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ
- การต่อต้านคอร์รัปชัน และทำธุรกิจอย่างโปร่งใส
- การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

คู่แข่งการค้า (COMPETITOR)

บุคคล กลุ่มบุคคล หรือบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน โดยมีการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ การตลาด การผลิต ซึ่งนับเป็นข้อดีแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภค เนื่องจากเป็นการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาธุรกิจนั้นให้มีสินค้ามีคุณภาพสูง และมีความหลากหลายมากขึ้น ตลอดจนมีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุดอีกด้วย

ความต้องการและความคาดหวัง

- ปฏิบัติทางการค้าอย่างเป็นธรรม และปฏิบัติตามกฎหมาย
- ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส
- มีความร่วมมือในระดับอุตสาหกรรมในการพัฒนาระดับประเทศต่อไป

แนวทางการมีส่วนร่วม

- การประชุมร่วมของภาครัฐ ในด้านความร่วมมือต่างๆ
- การพบปะในงานสัมมนาที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม

การตอบสนองของบริษัท

- ปฏิบัติตามกรอบกติกาการแข่งขันสากล สนับสนุนนโยบายการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- ไม่โจมตีกล่าวหาคู่แข่งในทางร้ายโดยไม่มีหลักฐานที่ชัดเจน เชื่อถือได้
- ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม และประเทศ

ประเด็นความยั่งยืน

สิ่งแวดล้อม

- ปฏิบัติตามกฎหมายการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สังคม

- การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน

บรรษัทภิบาล

- การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ
- การต่อต้านคอร์รัปชัน และทำธุรกิจอย่างโปร่งใส
- การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

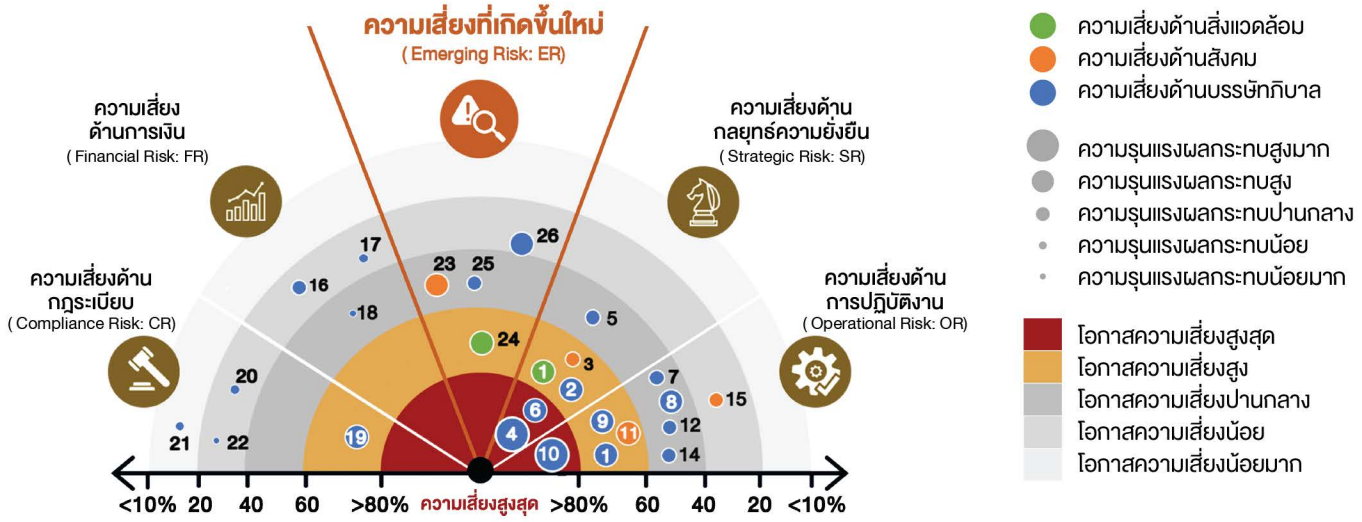
ปัจจัยความเสี่ยงและแนวโน้มสำคัญจากภายนอกระดับโลก 2565
The Significant External Risk Factors And The Global Trends

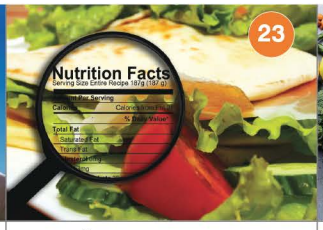
ในปี 2565 เอส แอนด์ พี มีการประเมินความเสี่ยงที่มีความสอดคล้องกับประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนซึ่งครอบคลุมประเด็นความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านการกำกับดูแล (ESG) โดยมีการศึกษาในเรื่องปัจจัยความเสี่ยงจากภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ใช้ข้อมูลจาก World Economic Forum – The Global Risks Report 2022, 17th Edition ที่ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับภาพรวมด้านความเสี่ยงทั่วโลกที่เปลี่ยนแปลงไป พบว่าปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในลำดับต้นที่ส่งผลกระทบความเสี่ยงทั้งระยะสั้นและระยะยาว และยังส่งผลต่อเนื่อง ไปยังความเสี่ยงด้านอื่นอีกด้วย

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ของบริษัทฯ มีลักษณะเฉพาะ มีความไม่แน่นอนสูง ยังไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน แต่อาจจะสร้างผลกระทบได้ในอนาคตอันใกล้ บริษัทฯ จึงเริ่มต้นจาก Global Footprint Network (2022) และ ผลการสำรวจของ Marsh Asia Food & Beverage เพื่อให้บูรณาการเข้ากับกระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ สร้างสมมุติฐานที่เป็นไปได้ เปรียบเทียบกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เพื่อทบทวนผลกระทบ และออกแบบมาตรการการบริหารจัดการต่างๆ ก่อนผลกระทบจะชัดเจน และรุนแรงขึ้นตามลำดับ

ปัจจัยความเสี่ยงระดับโลก	แนวโน้มสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินงานของ S&P
• **ความล้มเหลวในการดำเนินการด้านสภาพอากาศ** **Climate action failure** ความล้มเหลวในบรรเทาความเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศ	• **การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของ ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่ใส่ใจสุขภาวะ รักสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี** **Health and Wellness Trend** แนวโน้มความอยู่ดีมีสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีด้านร่างกาย และจิตใจ
• **สภาพอากาศที่รุนแรง** **Extreme weather** หายนะจากภัยธรรมชาติและเหตุการณ์สภาพอากาศรุนแรงแบบสุดขั้ว	• **สิ่งแวดล้อม** **Environment** การลดปัญหาและผลกระทบด้านต่างๆ ในสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหาขยะ ภาวะโลกรวน มลภาวะทางน้ำ และส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ
• **การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ** **Biodiversity loss** การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพและการล่มสลายของระบบนิเวศ	• **การจัดการทรัพยากร** **Resource Management** การลดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)
• **วิกฤตการณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ** **Natural resource crises** การลดลงของพื้นที่ป่าไม้ ปัญหาการขาดแคลนน้ำ การลดลงของความหลากหลายทางชีวภาพ ปัญหาการจัดการของเสีย	• **พลังงาน** **Energy** ด้านพลังงาน มีแนวโน้มทางการใช้พลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และช่วยลดปัญหาการขาดแคลนพลังงานได้ในอนาคต
• **ความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมของมนุษย์** **Human environmental damage** ภัยจากธรรมชาติเช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว พายุและผลการกระทำของมนุษย์ เช่น การทิ้งขยะลงแหล่งน้ำ การตัดไม้ทำลายป่า การเผาทำลายขยะอย่างผิดวิธี	• **การขนส่ง** **Transportation** ลดผลกระทบด้านมลพิษทางอากาศ ลดปัญหาขยะ ส่งเสริมกิจกรรมทางกาย (Active Mobility) ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงลดแนวโน้มของการแพร่กระจายเชื้อ
	• **การบริโภคอาหาร** **Food consumption** ด้านการบริโภคอาหาร ที่ช่วยสร้างทางเลือกด้านอาหารที่มีความยั่งยืน รวมถึงตัวอย่างการใช้ทรัพยากรอาหารให้เกิดประโยชน์สูงสุด

แนวโน้มความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ที่สอดคล้องไปกับผลกระทบความเสี่ยงของโลก



หัวข้อ	24	 23	26	25
ปัจจัยความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	**ความเสี่ยงของการนิยมเทรนด์รักษ์โลก และการสนับสนุนการใช้สินค้ารีไซเคิล (Environmental Behavior Risk)** เทรนด์ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมและการดูแลสุขภาพไปพร้อมกัน	**ความเสี่ยงต่อความกังวลของผู้บริโภค ต่อความโปร่งใสของข้อมูลโภชนาการและฉลากผลิตภัณฑ์ (Health Conscious Behavior Risk)** แนวโน้มผู้บริโภคส่วนใหญ่พยายามเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีจริยธรรมจากการที่ผู้บริโภคมองหาความโปร่งใสในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น	**ความเสี่ยงจากคุณภาพวัตถุดิบไม่คงที่ (Unstable Raw Material Quality Risk)** วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้า เช่น ผลิตผลจากการเกษตร ปศุสัตว์ และประมง คุณภาพของผลผลิตอาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยของสภาพอากาศ ฤดูกาล และความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการ ทำให้ปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบ ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้	**ความเสี่ยงด้านการจัดการข้อมูลและโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล (Digital Risk Management)** การจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหากบริษัทมีกระบวนการรวบรวมข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้อง
ผลกระทบต่อธุรกิจ	• ต้นทุนด้านบรรจุภัณฑ์สูงขึ้น • ถ้าพนักงานขาดความเข้าใจจะสื่อสารผิดพลาดจึงต้องให้ความรู้พนักงานและผู้บริโภคในการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการ เพื่อความเข้าใจสิ่งที่เป็นเป้าหมายด้านความยั่งยืนร่วมกัน	• การให้ข้อมูลฉลากผลิตภัณฑ์หรือข้อมูลด้านการบริโภคที่ผิด จะลดความน่าเชื่อถือของแบรนด์ มีผลต่อความมั่นใจการเลือกซื้อสินค้าของแบรนด์	• ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการรับคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน • ส่งผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภคในเรื่องคุณภาพของรสสัมผัสที่เปลี่ยนไป	• ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภค • การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการก่อให้เกิดรายได้ และเพิ่มการแข่งขันทางธุรกิจได้ในระยะกลางหรือระยะยาว
มาตรการรองรับความเสี่ยง	• บริษัทฯ มีนโยบายและแนวปฏิบัติชัดเจนเรื่องการดูแลสิ่งแวดล้อม การคืนประโยชน์กลับสู่สังคม เช่น เรื่อง การใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก การลดการใช้พลาสติกใช้ครั้งเดียว (Single – Use Plastic) • โครงการลดขยะอาหาร ในปี 2565 ลดไปได้ 28.06 % เทียบจากปีฐาน 2561 (ลดลง 65.67 ล้านบาท)	• กำหนดให้มีการบริหารจัดการด้านการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) สามารถตรวจสอบทุกกระบวนการดำเนินงานด้านคุณภาพ • จัดทำมาตรการเยียวยาผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหาย • พัฒนาสินค้าด้านสุขภาพอย่างต่อเนื่องพร้อมระบุข้อมูลที่ชัดเจน โดยรักษาการรับรองด้านสุขภาพ Healthier Choice รวมถึงรางวัล Marketeer No.1 Brand Thailand ที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากผู้บริโภค • การให้ความรู้พนักงานและผู้บริโภคในเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ • การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ด้าน Green Product	• มีกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบที่มีความเสี่ยงสูง • ร่วมพัฒนาคุณภาพของวัตถุดิบกับคู่ค้าให้มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค • สื่อสารแก่ผู้บริโภคสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพ รวมถึงสร้างความตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อมที่กระทบต่อระบบนิเวศ	• การลงทุนระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ (Customer Relationship Management: CRM) • ในกระบวนการตัดสินใจทั้ง Financial & Non-Financial จะใช้การประเมินความเสี่ยง ที่มีข้อมูลในระบบการจัดเก็บคัดกรองที่ถูกต้อง และข้อมูลเป็นปัจจุบันและแนวโน้มอนาคต (Data Driven)

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในมุมมองและผลกระทบด้าน ESG
ESG Double Materiality

การประเมินประเด็นสำคัญเป็นหัวใจของการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืน เอส แอนด์ พี มุ่งมั่น พัฒนากระบวนการประเมินประเด็นสำคัญทางธุรกิจทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อการทำความเข้าใจ และนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนที่มีความชัดเจนมากขึ้น การมีแนวทางใหม่ที่ทันสมัยทำให้บริษัทฯ เข้าใจปัจจัยแบบองค์รวมทั้งภายในและภายนอกที่มีผลกระทบทางการเงินและ ESG ที่เกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียและบริษัทฯ กว้างขึ้น สามารถกำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัด และแผนดำเนินงาน ของกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนที่จะพัฒนาบริษัทฯ ให้เกิดผลสำเร็จได้จริง

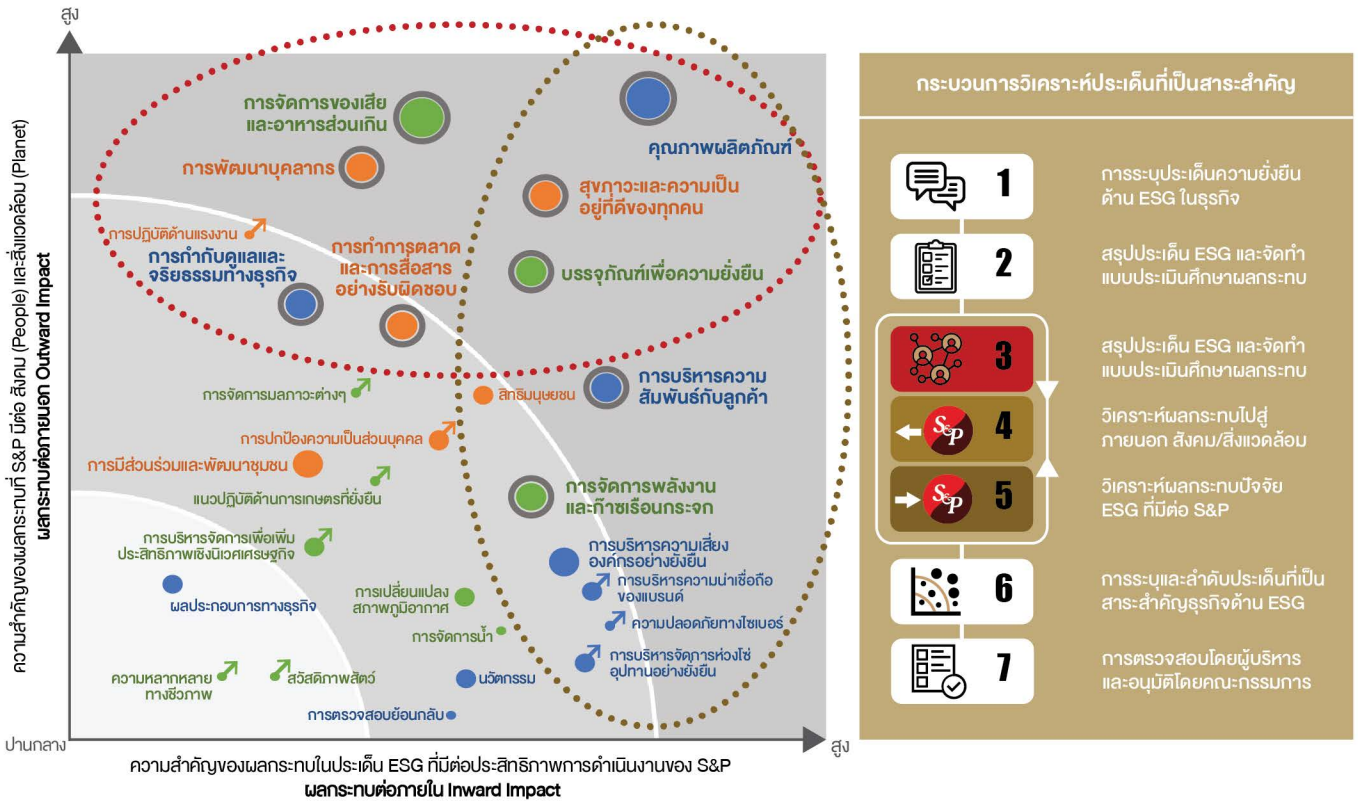
ในปี 2565 เอส แอนด์ พี ปรับใช้ แนวทางการประเมินประเด็นสำคัญทางธุรกิจ ที่ปรับปรุงใหม่ตามมาตรฐานการจัดทำรายงาน GRI ปี 2021 (Global Reporting Initiative, GRI 3: Material Topics 2021) เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงการจัดทำรายงานเช่นเดียวกับทั่วโลก

บริษัทฯ เริ่มต้นจากการจัดทำรายการระบุประเด็นสำคัญด้าน ESG ที่เกี่ยวข้อง จัดทำแบบประเมินศึกษาผลกระทบ และประเมินตามมุมมอง 3 ด้าน คือ

- **มุมมองผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders)**: ประเด็นที่มีโอกาสต่อผลกระทบด้านความคิดเห็น และการตัดสินใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักต่าง ๆ ในห่วงโซ่คุณค่า โดยจะแสดงเป็นขนาดของความเกี่ยวข้อง จากขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่
- **ผลกระทบภายนอก (Outward Impact):** ผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ผู้คนในชุมชน และสังคม รวมทั้งที่มีผลด้านสิทธิมนุษยชนและกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ของห่วงโซ่คุณค่า
- **ผลกระทบภายใน (Inward Impact):** ผลกระทบที่มาจากภายนอกสู่ภายในองค์กร และมีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยส่งมอบ double materiality ในแง่ของความเสี่ยงและโอกาสที่มี หรือมีผลกระทบต่อมูลค่าองค์กรทั้งปัจจุบันและอนาคต

บริษัทฯ รวมผลลัพธ์ของมุมมองทั้งสามนี้เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างเมทริกซ์ โดยปี 2565 มีประเด็นด้านความยั่งยืน 27 ประเด็น และ**ทำการจัดลำดับประเด็นที่มีสาระสำคัญมากที่สุด จำนวน 9 ประเด็น** ดังต่อไปนี้

แผนภูมิแสดงประเด็นสำคัญที่มีผลต่อธุรกิจ (Materiality Matrix)



สัญลักษณ์	ผลกระทบประเด็น ESG ที่มีต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ระดับความรุนแรงของผลกระทบ
สิ่งแวดล้อม	เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียมากที่สุด	สำคัญมากที่สุด
สังคม	เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียมาก	สำคัญมาก
บรรษัทภิบาล/ เศรษฐกิจ	เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียปานกลาง	สำคัญปานกลาง
ประเด็นสำคัญทางธุรกิจ	เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียน้อย	
ประเด็นที่เกิดขึ้นใหม่ในปี 2565		
ผลกระทบที่มีต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม		
ผลกระทบที่มีต่อ S&P		

ประเด็นด้าน ESG ที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจในปี 2565

การประเมินประเด็นผลกระทบด้าน ESG บริษัทพบว่าการจัดลำดับความสำคัญที่เพิ่มขึ้นสูงสุดของประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม โดยผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่มจัดให้**ประเด็นบรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน** เป็นประเด็นสำคัญอันดับต้น ๆ ในปี 2565 เป็นการเพิ่มความสำคัญขึ้นของการจัดลำดับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมจากปี 2564 และ**ประเด็นการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน** ที่เคยเป็นประเด็นที่สำคัญที่สุดได้ลดระดับลง จากการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบมากขึ้น รวมทั้ง**ประเด็นการจัดการพลังงานและก๊าซเรือนกระจก** ซึ่งเป็นประเด็นใหม่ในปี 2565 ที่สามารถอธิบายได้จากผลกระทบที่เกิดกระแสความกังวลเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนที่มีสาเหตุมาจากภาวะเรือนกระจก ซึ่งได้กลายเป็นหนึ่งในกระแสหลักที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ หลายฝ่ายได้ออกมารณรงค์ให้มีการตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม

ประเด็นด้านสังคม ได้แก่ **“สุขภาวะ และความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน”** และ**“การทำการตลาดและการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ”** การลำดับเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ส่วน **“การพัฒนาบุคลากร”** ยังเป็นหัวข้อที่ผู้มีส่วนได้เสียได้เน้นย้ำให้ความสำคัญเพื่อดำเนินการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง และในปี 2565 เรื่อง “สิทธิมนุษยชน (Human Rights)” จะถูกสะท้อนอยู่ในทุกประเด็นเพื่อเข้าใจผลกระทบต่างๆ ให้ชัดเจน และสามารถตอบสนองได้อย่างถูกต้อง

ประเด็นด้านการกำกับดูแลและเศรษฐกิจ โดยผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม จัดให้ **“คุณภาพผลิตภัณฑ์”** เป็นประเด็นสำคัญอันดับต้น ๆ ในปี 2565 และ **“การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า”** ยังคงสำคัญสืบเนื่องจากปีก่อน โดยมี **“การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ”** ได้เพิ่มลำดับความสำคัญขึ้นมาในลำดับต้นๆ

ประเด็นความยั่งยืนสำคัญมากที่สุด	ประเด็นความยั่งยืนสำคัญมาก	ประเด็นความยั่งยืนสำคัญปานกลาง
• คุณภาพผลิตภัณฑ์ • สุขภาวะ และความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน + • บรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน • การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน • การพัฒนาบุคลากร • การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ + • การทำการตลาดและการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ + • การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า • การจัดการพลังงานและก๊าซเรือนกระจก +	• การปฏิบัติด้านแรงงาน ↗ • สิทธิมนุษยชน + • การบริหารความเสี่ยงองค์กรอย่างยั่งยืน ↗ • การบริหารความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ↗ • การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน • การจัดการมลภาวะต่างๆ ↗ • การปกป้องความเป็นส่วนบุคคล ↗ • การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน • แนวปฏิบัติด้านการเกษตรที่ยั่งยืน ↗ • การบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ ↗ • การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • ความปลอดภัยทางไซเบอร์ ↗ • การจัดการน้ำ • นวัตกรรม • การตรวจสอบย้อนกลับ	• ผลประกอบการทางธุรกิจ • ความหลากหลายทางชีวภาพ ↗ • สวัสดิภาพสัตว์ ↗

ความหมายสัญลักษณ์

+ อันดับเพิ่มขึ้นอย่างมากจากประเด็นสาระสำคัญในปี 2564 ↗ ประเด็นใหม่จากการประเมินประเด็นสาระสำคัญในปี 2565

การประเมินประเด็น ESG ที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจในปี 2565 โดยใช้แนวทาง Double Materiality

ในปี 2565 เอส แอนด์ พี ปรับใช้แนวทางการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่ปรับปรุงใหม่ เพราะ การประเมินประเด็นสำคัญเป็นหัวใจของการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ พิจารณาทั้ง**การเป็นผู้สร้าง และการเป็นผู้รับผลกระทบด้าน ESG หรือ Double Materiality** จากเดิมที่ใช้เฉพาะการประเมินผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่เข้ามามีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร (Inward Impact – outside in) โดยการเพิ่มการวิเคราะห์ในปัจจัยการสร้างผลกระทบจากองค์กรออกไปสู่ภายนอกทั้งด้านบรรษัทภิบาล/เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Outward Impact – Inside out) อันเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการสนับสนุน จากผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม แนวทางดังกล่าวทำให้บริษัทฯ เห็นปัจจัยแบบองค์รวมทั้งภายในและภายนอกเกี่ยวกับผลกระทบทางการเงินและ ESG ที่เกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียและบริษัทฯ กว้างขึ้น

ปัจจุบันนี้การพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงทั่วโลก ทำให้ทั้งลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย ประเด็นผลกระทบในกลุ่มประเภทธุรกิจเปลี่ยนไป กระบวนการประเมินที่ทันสมัย ทำให้บริษัทฯ สามารถวิเคราะห์และบรรลุแนวทางมากขึ้นเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียท่ามกลางความเสี่ยงอุบัติใหม่ของโลกอย่างต่อเนื่อง และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทวีความรุนแรงมาโดยตลอด

ประเด็นสำคัญที่สุดด้าน ESG ที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจในปี 2565 โดยใช้แนวทาง Double Materiality

- คุณภาพผลิตภัณฑ์ Product Quality
- สุขภาวะและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน People’s Health and Well-being
- บรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน Sustainable Packaging

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจภายใต้ค่านิยมองค์กร **"คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม"** โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจด้วยการดำเนินงานที่ดี มีคุณธรรม และมีความโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล มุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรไปพร้อมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม มีเป้าหมายการดำเนินธุรกิจตาม **กลยุทธ์หลักองค์กรในการ "สร้างสรรค์ความดี มุ่งสร้างความยั่งยืน"** เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ไปพร้อมกับการสร้างความเจริญเติบโตสู่สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้จัดตั้งสำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร เป็นการแสดงความมุ่งมั่นและทุ่มเทที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เพื่อก้าวไปสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน โดยมีการจัดทำกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน **3P (Planet People Profit)**

มุ่งสร้างการเติบโตที่แข็งแรงจากภายใน แล้วส่งต่อไปสู่สังคม สิ่งแวดล้อมภายนอก โดยมีความสอดคล้องและดำเนินการไปในทิศทางเดียวกับกลยุทธ์หลักองค์กร เพื่อเป็นกรอบดำเนินงานของทุกหน่วยงานให้มีการสอดประสาน คำนึงถึงผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อ **สิ่งแวดล้อม (Environment : E) สังคมและสิทธิมนุษยชน (Social: S) การดำเนินธุรกิจแบบบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (Economic/Governance: G)** อย่างรอบด้าน ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยวิเคราะห์หาประเด็นที่มีผลกระทบด้าน ESG ทั้งที่เกิดขึ้นแล้วในปัจจุบันและมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ด้วย เพื่อการเตรียมพร้อมรับมือในการบริหารจัดการได้ทันต่อสถานการณ์

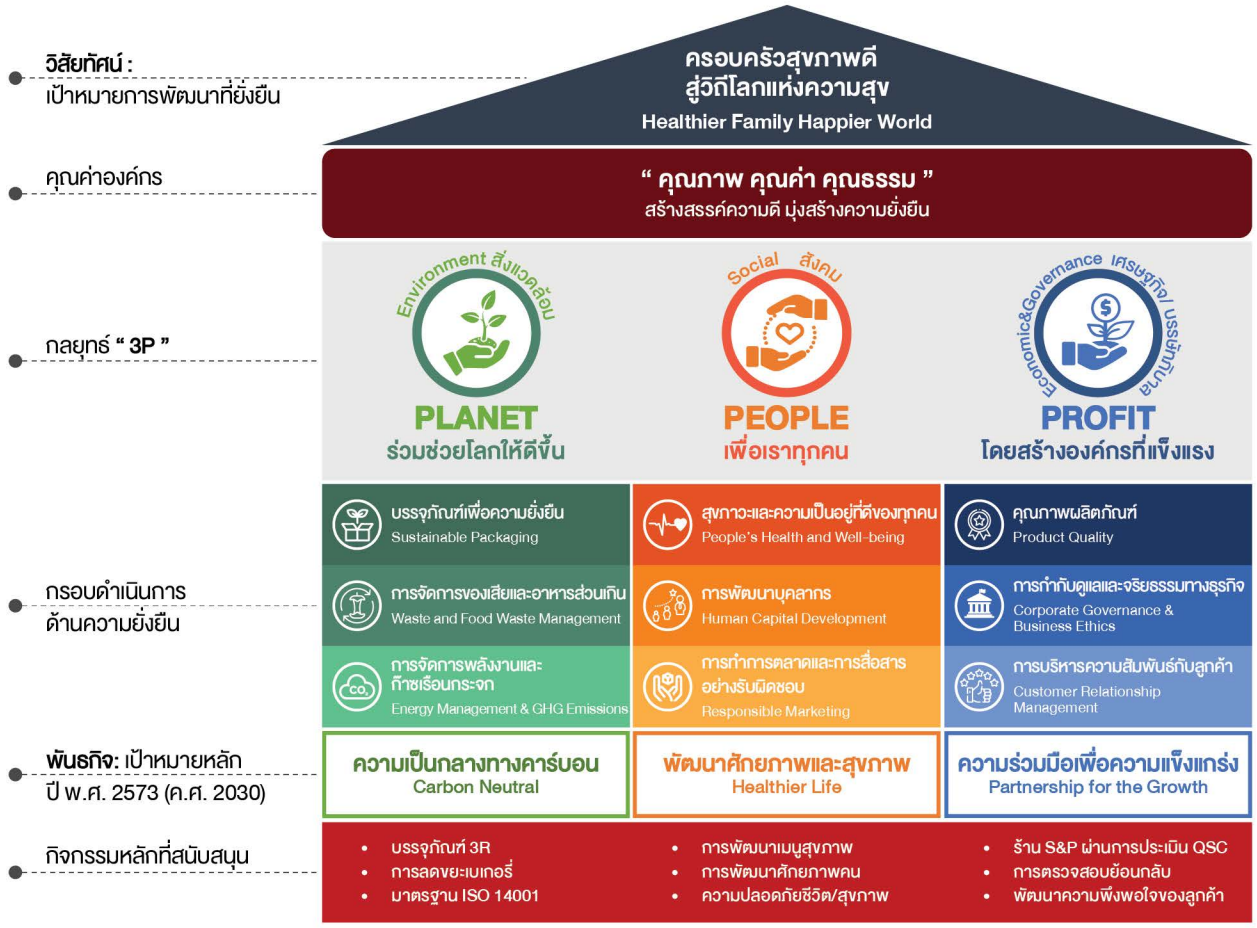
บริษัทฯ จึงได้กำหนดเป็น **"นโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน"** เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติงานที่ดีสำหรับการดำเนินธุรกิจ และเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาบริษัทฯ ไปสู่การเจริญเติบโตทางธุรกิจที่แข็งแรงควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

สามารถดูนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ได้ที่ https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy

กลยุทธ์การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability Strategy)

กลยุทธ์การพัฒนาที่ยั่งยืน 3P ของเอส แอนด์ พี ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ หลัก 3 ประการ และกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในการควบคุม ส่งเสริม และกำกับดูแล เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายได้ ด้วยแนวคิดการทำงาน **"ร่วมช่วยโลกให้ดีขึ้น เพื่อเราทุกคน โดยสร้างองค์กรให้แข็งแรง"**

Planet สิ่งแวดล้อม: ร่วมช่วยโลกให้ดีขึ้น โดยควบคุมให้มีการบริหารจัดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และพัฒนาปรับปรุงระบบจัดการสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งคิดค้นนวัตกรรม แสวงหาเทคโนโลยี รวมถึงมาตรการ และวิธีการดำเนินงานใหม่ ๆ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการจัดการสิ่งแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้น ทั้งยังลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นต่อ



ชุมชนและสังคมให้น้อยที่สุด โดยเฉพาะปัญหาหลักของธุรกิจอาหารคือเรื่องการลดขยะ/อาหารส่วนเกิน รวมทั้งการปรับเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นระบบที่สามารถประเมินค่าเพื่อหาแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ได้

People สังคม: เพื่อเราทุกคน โดยส่งเสริมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ คือ กลุ่มพนักงาน กลุ่มลูกค้า/ผู้บริโภค และกลุ่มสังคม/ชุมชน ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพอาหาร ความปลอดภัย และโภชนาการ รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของคนให้มีความรู้ความสามารถที่แข่งขันได้ ตลอดจนส่งเสริมการปฏิบัติ ตามหลักสิทธิมนุษยชนกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจองค์กร

Profit เศรษฐกิจ/บรรษัทภิบาล: โดยสร้างองค์กรให้แข็งแรง มีการกำกับดูแล เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยความสุจริต เป็นธรรม มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และสนับสนุนการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่นทุกรูปแบบตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี รวมทั้งการปฏิบัติตามกฎหมายและจริยธรรมทางธุรกิจ ทั้งยังมุ่งเน้นการปรับปรุงด้านคุณภาพสินค้า พัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อทราบความต้องการที่แท้จริงในการตอบสนองได้อย่างถูกต้อง

ทั้งนี้ กลยุทธ์สู่ความยั่งยืน 3P บนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ภายใต้คำมั่นสัญญา **"Healthier Family, Happier World"** มีจุดมุ่งหมายสูงสุดคือการสร้างสุขอนามัยที่ดีให้แก่ผู้บริโภคและสังคม ควบคู่ไปกับการรักษาสมดุลของผลตอบแทนที่เหมาะสมทั้งต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ตลอดจนรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วยการขับเคลื่อนการทำงานอย่างสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals (SDGs)

เป้าหมายด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัทฯ ปี 2593
Company's Sustainable Development Goals 2050

ความเป็นกลางทางคาร์บอน

พัฒนาศักยภาพและสุขภาพ

ความร่วมมือเพื่อความแข็งแกร่ง

บริษัทฯ ได้วิเคราะห์การดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าเพื่อจัดลำดับความสำคัญของ SDGs ที่มีตัวชี้วัดเกี่ยวข้อง โดยพิจารณาจากปัจจัยขับเคลื่อนทางธุรกิจ ความเสี่ยงหลักและโอกาสในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความเสี่ยงอุบัติใหม่ที่จะส่งผลกระทบในช่วงเวลาไม่กี่ปีข้างหน้า โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) เป็นกรอบความคิดและการดำเนินงาน มีการนำประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality) มาเชื่อมโยง SDGs กับเป้าหมายการดำเนินงานของ เอส แอนด์ พี เพื่อช่วยการขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายและสร้างผลกระทบเชิงบวกแก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้มากที่สุด รวมทั้งลดผลกระทบเชิงลบในทุกด้านให้มากที่สุดเช่นกัน

ในการขับเคลื่อน**ด้านสิ่งแวดล้อม** เป้าหมายในปี 2593 (ค.ศ. 2050) บริษัทฯ กำหนดให้ **"ความเป็นกลางทางคาร์บอน – Carbon Neutrality"** เป็นเป้าหมายสำคัญร่วมกันทั้งบริษัทฯ พนักงาน และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เนื่องจากเป็นประเด็นวิกฤติโลกที่ส่งสัญญาณ ในเรื่องโลกร้อน หรือวิกฤติการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ที่ส่งผลในเรื่อง **"โลกร้อน หรือ การเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิอย่างรุนแรง"** มาตลอดในช่วง 5 ปีก่อนหน้าและต่อไป โดยเริ่มทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งผลที่เกิดสร้างผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก

ในการขับเคลื่อน**ด้านสังคม** เป้าหมายในปี 2593 (ค.ศ. 2050) บริษัทฯ กำหนดให้ **"พัฒนาศักยภาพ และสุขภาพ Healthier Life"** เป็นอีกเป้าหมายที่มีผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งบริษัทฯ ถือเป็นอีกความรับผิดชอบสำคัญของบริษัท ในการสร้างธุรกิจให้เติบโตควบคู่กับการพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งให้ความรู้ เสริมทักษะ สร้างอาชีพจากความรู้ความชำนาญของบริษัทฯ ผ่านโครงการต่างๆ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน และลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

ในการขับเคลื่อน**ด้านบรรษัทภิบาล** เป้าหมายในปี 2593 (ค.ศ. 2050) กำหนดให้ **"ความร่วมมือเพื่อความแข็งแกร่ง Partnership for the Growth"** เป็นอีกเป้าหมายที่สำคัญในการไปสู่อีกหลายเป้าหมายย่อย โดยดำเนินความร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีความแข็งแกร่งในแต่ละด้าน ที่จะทำให้บริษัทฯ ได้เรียนรู้อย่างย่อเวลา Quick Win เป็นการสร้างเครือข่ายของการพัฒนาที่ยั่งยืน มุ่งเน้นสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ **"คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม"** โดยปลูกฝังให้อยู่ใน DNA พนักงาน และเมื่อไปพัฒนาในเรื่องอะไรต่อไปพื้นฐานคุณธรรมจะทำให้ดำเนินงานด้วยความตั้งใจมุ่งมั่น และยุติธรรม

ผลการดำเนินงานสำคัญด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน
Sustainable Development Milestones

บริษัทฯ กำหนดการวัดผลสำเร็จของงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยกำหนดการวัดผลจากประเด็นสำคัญที่สุดด้านความยั่งยืนตามกรอบ ESG ที่ส่งผลกระทบในการดำเนินการของบริษัทฯ และกระทบถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลัก รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม

ในปี 2565 มีประเด็นผลกระทบสำคัญมากที่สุดจำนวน 9 ประเด็น และกำหนดตัวชี้วัดจำนวน 14 หัวข้อ ที่ใช้ในการรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทรวมทั้งใช้ในการประชุมชี้แจงต่อผู้ทำงานในหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นประจำ เพื่อการปรับปรุง แก้ไขทันเวลา โดยมีเป้าหมายให้ผู้ลงทุนมีข้อมูลเพียงพอสำหรับการพิจารณาในการลงทุน โดยบริษัทฯ ทำการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส ถูกต้อง และครบถ้วน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

กลยุทธ์ความยั่งยืน	กิจกรรมที่ดำเนินการ	ผล (Result) 2565	เป้าหมาย (Target) 2565	2568	2573	เชื่อมโยงกับ SDGs
ENVIRONMENT/ ด้านสิ่งแวดล้อม: ร่วมช่วยโลกให้ดีขึ้น						
บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน (Sustainable Packaging)	• บรรจุภัณฑ์อาหารที่ย่อยสลายได้ รีไซเคิลได้ หรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ 100% (บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย)	94% ลดพลาสติก 15 ตัน	100%	100%	100%	
การจัดการของเสียและเบเกอรี่/ อาหารส่วนเกิน (Waste and Bakery/ Food Waste Management)	• ลดเบเกอรี่ส่วนเกิน ลง 30% (ปีฐาน 2561 ที่ 234 ลบ.)	28.10% (168.33 ลบ.)	30% (70.2 ลบ.)	⩽ 3% ของยอดขาย	⩽ 3% ของยอดขาย	
	• การเพิ่มความร่วมมือด้านการบริโภคอย่างยั่งยืน (การบริหาร Bakery Waste ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม)	9% จากสัดส่วนมูลค่า Exp. date Bakery	8.5% จากสัดส่วนมูลค่า Exp. date Bakery	20% จากสัดส่วนมูลค่า Exp. date Bakery	30% จากสัดส่วนมูลค่า Exp. date Bakery	
	• จำนวนจุดขายที่แยกของเสียตามประเภทการกำจัดในร้านค้า (ปีฐาน 2565 ทั้งสิ้นที่ 460 ร้านค้า/ จุดขาย)	84% (389 จุดขาย 490,416 kg)	20% ของจุดขาย	40% ของจุดขาย	100% ของจุดขาย	
การจัดการพลังงาน/ ก๊าซเรือนกระจก (Energy Management & GHG Emission)	• การยื่นขอการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มาตรฐานISO 14001 (จำนวนโรงงานที่ได้รับการรับรอง)	อยู่ระหว่างเริ่มต้นโครงการ	-	2 โรงงาน	4 โรงงาน	
	• ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2) คิดจากปีฐาน 2564 (โดยในปี2564 มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จาก 4 แห่ง รวม 12,249 tCO2e)	ลดลง 1.82%	ลดลง 10%	ลดลง 20%	Carbon Neutral	
Social/ ด้านสังคม: เพื่อเราทุกคน						
สุขภาวะและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน (People's Health and Well-being)	• เมนูสุขภาพ 100 เมนูใหม่ (ที่มีการให้ข้อมูลรายละเอียดคุณค่าทางโภชนาการ)	135 เมนูใหม่ที่เป็นอาหารสุขภาพ	100 เมนูสุขภาพใหม่	70 เมนูสุขภาพใหม่	100 เมนูสุขภาพใหม่	
การพัฒนาบุคลากร (Human Capital Development)	• การลาออกโดยสมัครใจ หรือพนักงานลาออกเอง (ฐานข้อมูล 2562 =11%)	10.79%	⩽ 5%	-	-	
	• ผลตอบแทนจากการลงทุนกับพนักงาน (HCROI) (ปีฐาน 2561 ที่ 3.08)	3.63 (+18%)	3.70 (+20%)	-	-	
การทำการตลาดและการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ (Responsible Marketing)	• การตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ (Traceability) แสดงจำนวนรายการผลิตภัณฑ์ที่ทำการตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย วัตถุดิบไม่มีปัญหาด้าน ESG	N/A	N/A	3 ผลิตภัณฑ์	10 ผลิตภัณฑ์	
Governance & Economic/ ด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ: โดยสร้างองค์กรที่แข็งแรง						
คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Quality)	• การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ และรักษ์โลก ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร	2 โครงการ	⩾ 1 โครงการ	⩾ 3 โครงการ	⩾ 5 โครงการ	
	• ร้าน S&P ทั้งหมดผ่านการประเมิน QSC (การผ่าน QSC นั้นจะต้องตรวจผ่านเกณฑ์ 85%)	78% ของจำนวนร้าน 349 ล้าน	> 80% จำนวนร้านทั้งหมด	100% จำนวนร้านทั้งหมด	100% จำนวนร้านทั้งหมด	
การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ (Corporate Governance & Business Ethics)	• การสำรวจเพื่อติดตามและวัดผลการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการ หรือ บรรษัทภิบาล ดำเนินการโดย สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD)	4 ดาว คะแนน CGR 80-89 คะแนน ดีมาก (Very Good)	4 ดาว คะแนน CGR 80-89 คะแนน ดีมาก (Very Good)	5 ดาว คะแนน CGR 90-100 คะแนน ระดับดีเลิศ	5 ดาว คะแนน CGR 90-100 คะแนน ระดับดีเลิศ	
การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)	• คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (CSAT - Customer Satisfaction Scores)	76% ของจำนวนการสอบถามลูกค้า 2,140 คน	> 85%	> 85%	> 85%	

บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนครั้งแรกในปี 2561 โดยให้เริ่มเป็นปีฐานเพื่อใช้เปรียบเทียบสำหรับการพัฒนา ในปี2565 บริษัทฯ สามารถตอบสนองต่อประเด็นสำคัญ ESG โดยบรรลุเป้าหมายจำนวน 6 ข้อ (Achieved) กำลังมุ่งสู่เป้าหมายจำนวน 4 ข้อ (On track) อยู่ระหว่างการพัฒนาจำนวน 2 ข้อ (Developing) และเริ่มเป้าหมายใหม่จำนวน 2 ข้อ

บริษัทฯ ยังได้เชื่อมโยงกับเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติจำนวน 5 ข้อ ตั้งแต่ปี 2561 โดยในปลายปี 2564 ได้มีการปรับเปลี่ยนเป้าหมาย และติดตามผลดำเนินการให้มีความสอดคล้องกับธุรกิจ บริษัทฯ จึงได้เพิ่มเป้าหมายอีก 2 ข้อ รวมเป็นเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งหมดในปี 2565 มีจำนวน 7 ข้อ

เพื่อสร้างการเติบโตในระยะยาวให้กับธุรกิจ บริษัทฯ ในฐานะ **"พลเมืองที่ดีของประเทศและของโลก"** มีความร่วมมือระหว่าง บริษัทฯ และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักที่เกี่ยวข้อง ร่วมวิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบสูงสุดตามกรอบ ESG ทั้ง 3 ด้าน เพราะปัญหาที่มีไม่ใช่แค่ระดับบริษัทฯ เท่านั้น ยังส่งผลไปในระดับประเทศและระดับโลกที่ต้องเผชิญปัญหารุมเร้ารอบด้านเช่นนี้ เช่น ปัญหาโลกร้อน ขยะอาหาร เป็นต้น

ดังนั้นบริษัทฯ ทำงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีเป้าหมายร่วมกัน เพื่อทำให้ **"โลกในปัจจุบัน" สามารถก้าวไปสู่ความยั่งยืน และส่งต่อโลกที่ดีให้คนรุ่นต่อไป**

Planet People Profit

ครอบครัวสุขภาพดี สู่วิถีโลกแห่งความสุข

www.snpfood.com

snpfood

สำนักงานใหญ่ : บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 2034/100-103 อาคารอิตัลไทย ทาวเวอร์ ชั้นที่ 23
ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง
กรุงเทพมหานคร 10310
ติดต่อ สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร : sd@snpfood.com