

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

# NEXT

*delicious*



S&P

รายงานความยั่งยืน  
ประจำปี

2566

# สารบัญ

## รู้จัก S&P

- 4 สารจากประธานกรรมการ
- 6 สารจากประธานเจ้าหน้าที่  
สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร
- 8 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้
- 11 เกี่ยวกับ เอส แอนด์ พี
- 19 ผลการดำเนินงานสำคัญด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2566
- 21 รางวัลแห่งความภูมิใจด้านความยั่งยืน
- 25 ผลการดำเนินงานด้านการเงิน
- 27 การสร้างคุณค่าร่วมกันทางธุรกิจ
- 28 แนวทางบริหารการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย
- 37 การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
- 44 กลยุทธ์การพัฒนาที่ยั่งยืน

## พันธกิจ



สร้างความประทับใจ  
ให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง  
ผ่านการดำเนินการที่เยี่ยมยอด



ขับเคลื่อนธุรกิจหลักของบริษัท  
ให้เติบโตอย่างมั่นคง



สร้างธุรกิจใหม่  
อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



ดูแลพนักงานที่มี  
ความสามารถโดดเด่น  
และสร้างการเป็นผู้นำที่ดี



พัฒนาระบบและ  
การจัดการให้มีความกระชับ  
และเรียบง่ายยิ่งขึ้น



ร่วมกันสร้างสรรค์สังคมให้  
มีสุขภาพและเพิ่มพื้นที่แห่งความสุข  
ในการดำรงชีวิตให้มากขึ้น



## วิสัยทัศน์



เป็นร้านอาหารไทย  
เค้ก และเบเกอรี่  
แบรนด์ที่ส่งมอบสินค้า  
และบริการที่ตอบสนอง  
ความเป็นอยู่ที่ดีของ  
ครอบครัวในทุกโอกาส





# NEXT

*delicious*



## 01

กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม

- 49 สภาพภูมิอากาศ การใช้พลังงาน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- 60 การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน

## 03

กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจ

- 102 นวัตกรรมและเทคโนโลยี

## 02

กลยุทธ์ด้านสังคม

- 69 การมีส่วนร่วมของพนักงาน
- 83 ความปลอดภัยด้านอาหาร
- 93 ประสิทธิภาพของลูกค้า

## 04

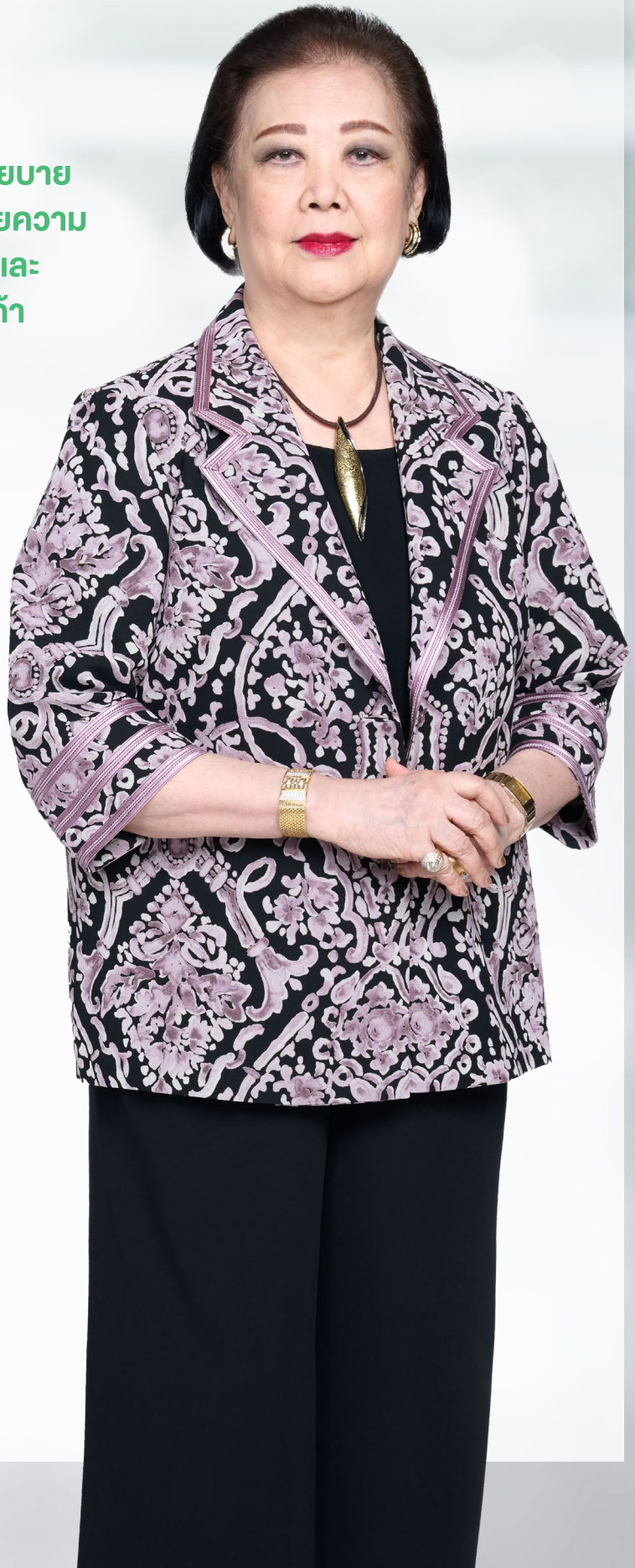
การปฏิบัติตามเกณฑ์ GRI (GRI Content Index)

- 111 GRI Content Index

# สารจากประธานกรรมการ

“ เอส แอนด์ พี ยังคงเน้นย้ำนโยบาย  
“ลูกค้าคือคนสำคัญของเรา” ด้วยความ  
มุ่งมั่นที่จะส่งมอบความอร่อยและ  
การบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า  
ในทุกภูมิภาค ”

ปี 2566 ที่ผ่านมา เป็นปีพิเศษสำหรับ S&P เนื่องในโอกาสครบรอบ 50 ปี ที่ก่อตั้งและให้บริการลูกค้ามาเป็นระยะเวลายาวนาน เป็นปีที่อาจจะกล่าวได้ว่าเราต้องเผชิญกับความท้าทายต่างๆ ทั้งในด้านการเงิน ความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศและของโลก เป็นการเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจแบบใหม่ที่มีแนวโน้มเป็นยุคดิจิทัลมากขึ้น ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม ตลอดจนการปรับตัวของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจ โดยเรามุ่งคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้เกิดความสมดุลทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสร้างความน่าเชื่อถือแก่นักลงทุน





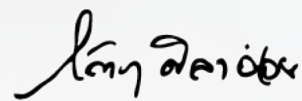
เอส แอนด์ พี ยังคงเน้นย้ำนโยบาย “ลูกค้าคือคนสำคัญของเรา” ด้วยความมุ่งมั่นที่จะส่งมอบความอร่อยและการบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าในทุกภูมิภาค และในปีพิเศษนี้ เราจัดมอบเมนูใหม่ฉลองครบรอบ 50 ปี เพื่อเป็นการขอบคุณลูกค้าที่ร่วมเดินทางมาด้วยกันตลอดระยะเวลา 50 ปี ให้เป็นที่ประจักษ์แก่คนทั่วโลกว่าอาหารไทยเป็น Soft Power สำคัญของประเทศไทย อันเป็นการยืนยันในการพัฒนาฝีมือของความเป็นผู้นำอาหารไทยร่วมสมัยที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน โดยในปีนี้เรามีการแข่งขันเชฟ ในกลุ่มต่างๆ ทั้งในบริษัท และประชาชนทั่วไป เพื่อเป็นการยกระดับศักยภาพของเชฟในประเทศไทย ได้แก่

- การแข่งขัน Super Chef ค้นหาพนักงานครัวที่มีฝีมือในองค์กร เพื่อฝึกฝนให้ผลิตอาหารที่อร่อยให้กับลูกค้า
- การแข่งขันสุดยอดฝีมืออาหารไทย กลุ่มนักเรียนอาชีวศึกษาทั่วประเทศกว่า 400 วิทยาลัยทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย
- การแข่งขันสุดยอดฝีมืออาหารร่วมสมัย สำหรับกลุ่มประชาชนทั่วไป จากทั่วประเทศไทย

จากนโยบายในการบริหารภายในองค์กรและบริหารลูกค้า ขอให้ผู้ที่ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า มั่นใจได้ว่าเราจะยึดมั่นในหลักจริยธรรมที่มีมาโดยตลอดตามหลักการของ “คุณภาพ คุณค่า และคุณธรรม” เพื่อให้เอส แอนด์ พี เติบโตอย่างยั่งยืนควบคู่สังคมไทยตลอดไป

ในนามของคณะกรรมการบริษัท ขอขอบคุณผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ได้ให้ความไว้วางใจ และให้การสนับสนุนบริษัทฯ ด้วยดีเสมอมา รวมทั้งขอขอบคุณผู้บริหารและพนักงานทุกท่านที่ร่วมกันทำงานด้วยความมุ่งมั่นและทุ่มเท จนทำให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และในปีต่อไป เรายังคงมุ่งมั่นพัฒนาเพื่อส่งมอบความสุข ความอร่อยให้กับลูกค้าทุกภูมิภาค และพร้อมที่จะเติบโตเคียงคู่สังคมไทยอย่างยั่งยืนตลอดไป

พร้อมกันนี้ผู้บริหารและพนักงาน เอส แอนด์ พี สัญญาว่า เรายังคงมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อยกระดับการดำเนินธุรกิจบริการอาหารและเบเกอรี่ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป



ภัทรา ศิลาอ่อน

ประธานกรรมการ

# สารประธานเจ้าหน้าที่สำนักพัฒนาความยั่งยืน และสื่อสารองค์กร



**“ เอส แอนด์ พี ดำเนินงาน  
ตามแผนการพัฒนายั่งยืน  
ของบริษัทฯ ที่สอดคล้องกับเป้าหมาย  
ความยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs)  
ทั้ง 7 ข้อ อันเป็นแนวทางในการกำหนด  
กลยุทธ์หลักองค์กรที่ครอบคลุม 3P คือ  
People, Planet และ Prosperity ”**

ประเทศไทยยังอยู่ในช่วงการฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ยังเผชิญกับปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่มากขึ้น ภาคธุรกิจต้องเตรียมแผนรับมือกับสถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น และผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศ การฟื้นฟูเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จึงต้องอาศัยความร่วมมือของพันธมิตรในการสร้างภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เพื่อให้ทุกภาคส่วนเติบโตไปพร้อมกันอย่างสมดุลและยั่งยืน

ในปี 2566 บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ ก้าวเข้าสู่ปีที่ 50 อย่างมั่นคงและแข็งแกร่ง ด้วยการส่งมอบอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ เพื่อความสุขของทุกคนรอบครัว ควบคู่กับการส่งเสริมโภชนาการ เพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค ดำเนินงานตามหลักบรรษัทภิบาล พร้อมกับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม เอส แอนด์ พี ดำเนินงานตามแผนการพัฒนายั่งยืนของบริษัทฯ ที่สอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) ทั้ง 7 ข้อ อันเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์หลักองค์กรที่ครอบคลุม 3P คือ People, Planet และ Prosperity โดยในปี 2566 บริษัทฯ มีการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและพิจารณาการดำเนินงานประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญมากที่สุด 6 ประเด็น ครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้ผู้บริโภคคู่ค้า พันธมิตรได้มาซึ่งสุขภาพดีและมีความสุขไปพร้อมกับการเติบโตของเอส แอนด์ พี อาทิ



**ยกระดับคุณภาพชีวิตคนในสังคม** บริษัทฯ มีการอบรม เสริมศักยภาพการทำงานแก่พนักงานทุกระดับ การดูแล พนักงานทั้งกายและใจ โครงการสำรวจการมีส่วนร่วมของ พนักงาน (Employee Engagement Survey) เพื่อรับทราบ ความต้องการและความคาดหวังของพนักงาน เสริมสร้าง ความสุขและความปลอดภัยในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น บริษัทฯ ยังดำเนินโครงการฝึกอาชีพนักเรียนทวิภาคีอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำของคนในสังคม ปูพื้นฐาน ให้นักเรียนได้เรียนรู้การทำงานจากประสบการณ์จริง บริษัทฯ ยังมุ่งคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพดีโดยตรงจากเกษตรกร เพื่อควบคุมคุณภาพวัตถุดิบและความปลอดภัยของอาหาร ตามมาตรฐานของบริษัทฯ ตลอดจนเป็นเพื่อสร้างรายได้ ที่ยั่งยืนแก่ชุมชน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังพัฒนาโครงการจัดทำ แบบประเมินความพึงพอใจลูกค้า เพื่อปรับแบบประเมิน ให้ครอบคลุมการบริการและความคาดหวังของลูกค้า ตลอดจนช่องทางตอบแบบประเมินที่สะดวกมากขึ้น เพื่อเติมเต็มประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

**เตรียมพร้อมรับมือด้านสภาพภูมิอากาศ** บริษัทฯ ขยายโครงการติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ จำนวน 4 แห่ง ณ โรงงานผลิตเบเกอรี่ เอส แอนด์ พี บานนา-ตราด กม.23.5 (เฟส 3) โรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง และศูนย์กระจายสินค้า เอส แอนด์ พี เพื่อส่งเสริมพลังงานสะอาดในกระบวนการผลิต และขนส่งสินค้า รวมทั้งโครงการ S&P EV Truck เพื่อทดลอง ใช้สำหรับขนส่งและกระจายสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้า ไปยังสาขา เป็นแนวทางในการพัฒนาการขนส่งที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม ให้ครอบคลุมกระบวนการดำเนินงาน มากยิ่งขึ้น เพื่อมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รับเลือกเป็นหนึ่งในองค์กรต้นแบบ ของโครงการต้นแบบการจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ ปี 2566 โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นองค์กร นำร่องการจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งกระบวนการด้านการกำกับดูแล การกำหนดกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยง และการกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมาย ขององค์กรที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และยกระดับการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนใน ตลาดหลักทรัพย์ฯ อย่างโปร่งใสสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

**มุ่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างมีธรรมาภิบาล** บริษัทฯ ดำเนินงานตามหลักจริยธรรมทางธุรกิจ กำกับดูแล เพื่อให้ การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ ตลอดจนการนำ เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับใช้ เพื่อเพิ่มคุณภาพสินค้า และบริการ ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้รับคัดเลือกให้เป็น 1 ในบริษัทกลุ่ม หลักทรัพย์ “ESG 100” จากทั้งหมด 888 หลักทรัพย์ จดทะเบียน ที่มีการดำเนินงานโดดเด่น ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental Social and Governance : ESG) จากการประเมินหลักทรัพย์จดทะเบียน โดยสถาบันไทยพัฒนา รวมทั้งได้รับผลประเมินหุ้นยั่งยืน “SET ESG Rating ระดับ A” ประจำปี 2566 โดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้รับการประเมิน การกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2566 (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2023 : CGR) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในระดับ 5 ดาว หรือ “ดีเลิศ” (Excellent) ซึ่งได้รับ ผลประเมินที่ดีขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการ พัฒนาศักยภาพของบริษัทฯ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงาน ตลอดห่วงโซ่มูลค่าอย่างยั่งยืน

สำหรับความท้าทายขององค์กรที่ต้องเผชิญในก้าวต่อไปได้แก่ การเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการวางแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging risk) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืน เอส แอนด์ พี ยังคงยึดมั่นในคำมั่นสัญญาที่ว่า “Healthier Family, Happier World” พร้อมส่งต่อความสุขที่ยั่งยืนของคนในสังคม ส่งมอบอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ เป็นพื้นฐาน และเป็นกำลังสำคัญในการร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ให้เติบโตไปพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อม



**มณีสุดา ศิลาอ่อน**

**ประธานเจ้าหน้าที่สำนักพัฒนาความยั่งยืน  
และสื่อสารองค์กร**

# เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้



บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืนขึ้นเป็นฉบับที่ 6 ประจำปี 2566 เพื่อเปิดเผยกระบวนการบริหารจัดการ และผลการดำเนินงานครอบคลุมประเด็นสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลที่ได้รวมเอาด้านเศรษฐกิจเข้าไว้ในการกำกับดูแลด้วยภายใต้มุมมองและการประเมินผลกระทบ (Impact) อย่างมีนัยสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ รวมถึงการตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (United Nations Sustainable Development Goals: SDGs) ซึ่งทางบริษัทฯ ได้ดำเนินการจำนวน 7 เป้าหมาย และเป็นคำมั่นสัญญาที่มีการรายงานเป็นประจำในการประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียและผู้สนใจได้รับทราบ รวมทั้งเข้าใจความมุ่งมั่นของบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนให้บริษัทฯ ดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย

## ขอบเขตของรายงาน

รายงานความยั่งยืนฉบับนี้นำเสนอผลการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2566 ถึง 31 ธันวาคม 2566 ของบริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) เท่านั้น

## แนวทางและมาตรฐานการจัดทำรายงาน

- รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีเนื้อหาที่สอดคล้องตามแนวทางของ Global Reporting Initiative Standards 2021 (GRI Standards 2021)
- การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศตามมาตรฐาน Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) ที่สอดคล้องกับมาตรฐาน IFRS S2
- กรอบดัชนี Thailand Sustainability Investment (SET ESG Ratings)
- ความสอดคล้องต่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals : SDGs)
- กระบวนการกำหนดเนื้อหาของรายงานนี้เชื่อมโยงกับแนวทางในการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ เอส แอนด์ พี ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีผลกระทบมากที่สุดของธุรกิจ โดยผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ระบุประเด็นเหล่านี้และพิจารณาถึงผลกระทบที่มีความสำคัญโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายใน และภายนอกองค์กร



## ระบบบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน

บริษัทฯ ใช้ระบบบริหารจัดการตามมาตรฐานสากลต่างๆ ในการดำเนินงาน

- มาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ (ISO 9001-Quality Management System)
- มาตรฐาน Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) ISO 22000: 2018
- มาตรฐาน ISO/IEC 17025 จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
- มาตรฐาน Good Hygiene Practices (GHPs)
- มาตรฐานด้านสุขอนามัย IPHA : Industrial and Production Hygiene Administration จากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อนักท่องเที่ยว (Amazing Thailand Safety and Health Administration หรือ SHA)

## หลักการและมาตรฐานการรายงาน

รายงานนี้จัดทำขึ้นตามมาตรฐาน GRI Universal Standards 2021 ในรูปแบบ In accordance with โดยใช้หลักการรายงานดังนี้



### ความถูกต้อง

ข้อมูลถูกต้องและพอเพียง มีความแม่นยำ



### ความสมดุล

ข้อมูลเสนอผลกระทบเชิงลบ และเชิงบวกขององค์กร อย่างเป็นธรรม



### ความชัดเจน

ข้อมูลที่สามารถเข้าถึง และเข้าใจได้ง่าย



### การเปรียบเทียบ

ข้อมูลสามารถวิเคราะห์ เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง ของผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทฯ



### ความสมบูรณ์

ข้อมูลที่ครบถ้วนเพียงพอ เพื่อให้สามารถประเมิน ผลกระทบขององค์กร ในช่วงระยะเวลาการรายงาน



### บริบทด้านความยั่งยืน

ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการ กำหนดเนื้อหาของรายงาน ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นที่เกี่ยวข้อง



### ทันเวลา

ข้อมูลช่วงเวลาที่ถูกต้อง เหมาะสมกับผู้นำไปใช้



### การตรวจสอบได้

ข้อมูลที่บันทึก และวิเคราะห์ สามารถตรวจสอบคุณภาพ ความถูกต้องและแหล่งที่มา ของข้อมูลได้

## การรับรองโดย หน่วยงานภายนอก

ข้อมูลส่วนของผลการดำเนินงานทางด้านเศรษฐกิจในรายงานฉบับนี้ได้มาจากระบบการเก็บข้อมูลทางบัญชี และเป็นกระบวนการเดียวกับรายงานประจำปี 56-1 One Report โดยได้รับการสอบบัญชีจากผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาต

ข้อมูลด้านบรรษัทภิบาล ด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมเศรษฐกิจ โดยคณะทำงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ และผู้บริหารระดับสูงของแต่ละหน่วยงาน

สำหรับข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของด้านสิ่งแวดล้อม ได้รับการตรวจรับรองความถูกต้องโดยหน่วยงานภายนอก และถูกแสดงไว้ในส่วนการรับรองจากหน่วยงานภายนอก บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ <https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/sustainability-strategy-performance>

## การเข้าถึงรายงาน

รายงานฉบับนี้และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของปีที่ผ่านมา ได้รับการจัดทำในรูปแบบดิจิทัลและแสดงไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ในส่วน รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

## ข้อมูลการติดต่อ

ผู้สนใจสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

### สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร

สำนักงานใหญ่ :

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 2034/100-103 อาคารอิติลไทย ทาวเวอร์

ชั้น 23 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ

เขตห้วยขวางกรุงเทพมหานคร 10310



โทรศัพท์ : (02) 785-4000



โทรสาร : (02) 785-4040



อีเมล : [sd@snpfood.com](mailto:sd@snpfood.com)



เว็บไซต์ : [www.snpfood.com](http://www.snpfood.com)



# เกี่ยวกับ เอส แอนด์ พี

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจอาหารและเบเกอรี่มาอย่างยาวนานกว่า 50 ปี จากร้านไอศกรีมคอร์เนอร์เล็กๆ เต็มโตเป็นร้านอาหารและเบเกอรี่ชอปที่มีชื่อเสียงของประเทศ โดยมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องทั่วประเทศ ปัจจุบันมีร้านอาหารทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงแบรนด์อื่นๆ ในเครือกว่า 450 สาขา ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งยืนยันได้ว่า “เอส แอนด์ พี เต็มโตคู่กับสังคมไทยอย่างมั่นคงและยั่งยืน”

ความสำเร็จของบริษัทฯ เกิดจากการดำเนินธุรกิจโดยยึดหลัก “คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม” อันเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจที่บริษัทฯ ยึดมั่นเสมอมา ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง จนได้รับการยอมรับและไว้วางใจจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มเสมอมา

นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการส่งมอบองค์ความรู้ และทักษะการประกอบอาชีพสู่เกษตรกร คู่ค้า ตลอดจนกลุ่มเปราะบาง รวมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิต ด้วยการส่งเสริมการศึกษา พร้อมทั้งดำเนินงานที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบ และสร้างผลกระทบเชิงบวกด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการสภาพภูมิอากาศ การจัดการของเสียและเศษอาหาร เป็นต้น รวมทั้งยังมุ่งดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาลเสมอมา

จากการดำเนินงานด้าน ESG ที่มีประสิทธิภาพ และไม่หยุดนิ่ง จนเกิดเป็นความสำเร็จ โดยบริษัทฯ ได้รับผลประเมินหุ้นยั่งยืน “SET ESG Ratings ระดับ A” ประจำปี 2566 สะท้อนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามแนวทาง ESG ที่มุ่งขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้องค์กรเติบโตคู่กับสังคมไทยอย่างมั่นคงสืบไป

## วิสัยทัศน์



เป็นร้านอาหารไทย แค็ก และเบเกอรี่  
แบรนด์ที่ส่งมอบสินค้าและบริการ  
ที่ตอบสนองความเป็นอยู่ที่ดี  
ของครอบครัวในทุกโอกาส



## พันธกิจ

 <p>สร้างความประทับใจ ให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ผ่านการดำเนินการที่ยึดมั่น</p>	 <p>ขับเคลื่อนธุรกิจหลักของบริษัท ให้เติบโตอย่างมั่นคง</p>
 <p>สร้างธุรกิจใหม่ อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน</p>	 <p>ดูแลพนักงานที่มี ความสามารถโดดเด่น และสร้างการเป็นผู้นำที่ดี</p>
 <p>พัฒนาระบบและ การจัดการให้มีความกระชับ และเรียบง่ายยิ่งขึ้น</p>	 <p>ร่วมกันสร้างสรรค์สังคมให้มี สุขภาวะและเพิ่มพื้นที่แห่งความสุข ในการดำรงชีวิตให้มากขึ้น</p>

# เอส แอนด์ พี และความยั่งยืนขององค์กร

ตั้งแต่ปี 2561 เอส แอนด์ พี ได้ผนวกเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน สร้างความตระหนักเรื่องสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล เข้ากับการดำเนินงานและบริหารธุรกิจของบริษัท เพื่อให้บุคลากร ทั้งองค์กรได้รับทราบแนวทางการดำเนินงานในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนรับรู้การกำหนดเป้าหมายร่วมกัน เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ สู่ความสำเร็จ

บริษัทฯ กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกรอบการดำเนินงานด้าน ความยั่งยืนให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวทางการดำเนินงาน และกลยุทธ์หลักขององค์กร เพื่อเป็นแนวทาง ทุกคนในองค์กรมีเป้าหมายร่วมกัน ซึ่งความสำเร็จเกิดจากการ เชื่อมโยงกระบวนการทำงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจที่ยั่งยืน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการทำงาน อันเป็นการลดผลกระทบ สันับสนุนประเด็นที่สร้างโอกาสให้กับองค์กร สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาปรับใช้ เพื่อให้ กระบวนการทำงานเกิดประสิทธิผลสูงสุด สร้างธุรกิจให้เติบโต อย่างยั่งยืนอย่างแท้จริง

## คุณภาพ (Quality)



### ด้วยการควบคุม (Control)

ควบคุมให้มีการบริหารจัดการทรัพยากร อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และพัฒนาแนวทาง บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

## คุณค่า (Value)



### ด้วยการสร้างคุณค่า (Value)

ส่งเสริมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักที่เกี่ยวข้อง กับการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยมุ่งพัฒนาศักยภาพบุคลากร ตลอดจน คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร

## คุณธรรม (Virtue)



### ด้วยการส่งเสริมคุณธรรม (Virtue)

การกำกับดูแลเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไป ด้วยความสุจริต เป็นธรรม โปร่งใสตรวจสอบได้ และการสนับสนุนการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

## กลยุทธ์หลักขององค์กร

สร้างสรรค์ความดี  
มุ่งสร้างความยั่งยืน

## กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

3P — Planet  
People  
Prosperity

## วิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน

ครอบครัวสุขภาพดี  
สู่วิถีโลกแห่งความสุข  
Healthier Family,  
Happier World

## พันธกิจด้านความยั่งยืน ปี 2573

Planet  
People  
Prosperity

มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน  
พัฒนาศักยภาพของบุคลากร และสุขภาพที่ดีของคนในสังคม  
มุ่งสร้างความร่วมมือเพื่อความแข็งแกร่ง

## ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัทในเครือประกอบธุรกิจร้านอาหาร กาแฟ และเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และอาหารสำเร็จรูปต่างๆ พร้อมทั้งเป็นผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร ภายใต้ชื่อ เอส แอนด์ พี และตราอื่นๆ ซึ่งในปี 2566 มีพนักงานรวม 4,456 คน

รายละเอียดการดำเนินธุรกิจ ประเภทผลิตภัณฑ์และบริการ และโครงสร้างกลุ่ม บริษัท เอส แอนด์ พี (สามารถดูได้ที่แบบแสดงข้อมูลรายการประจำปี/รายงานประจำปี 2566)

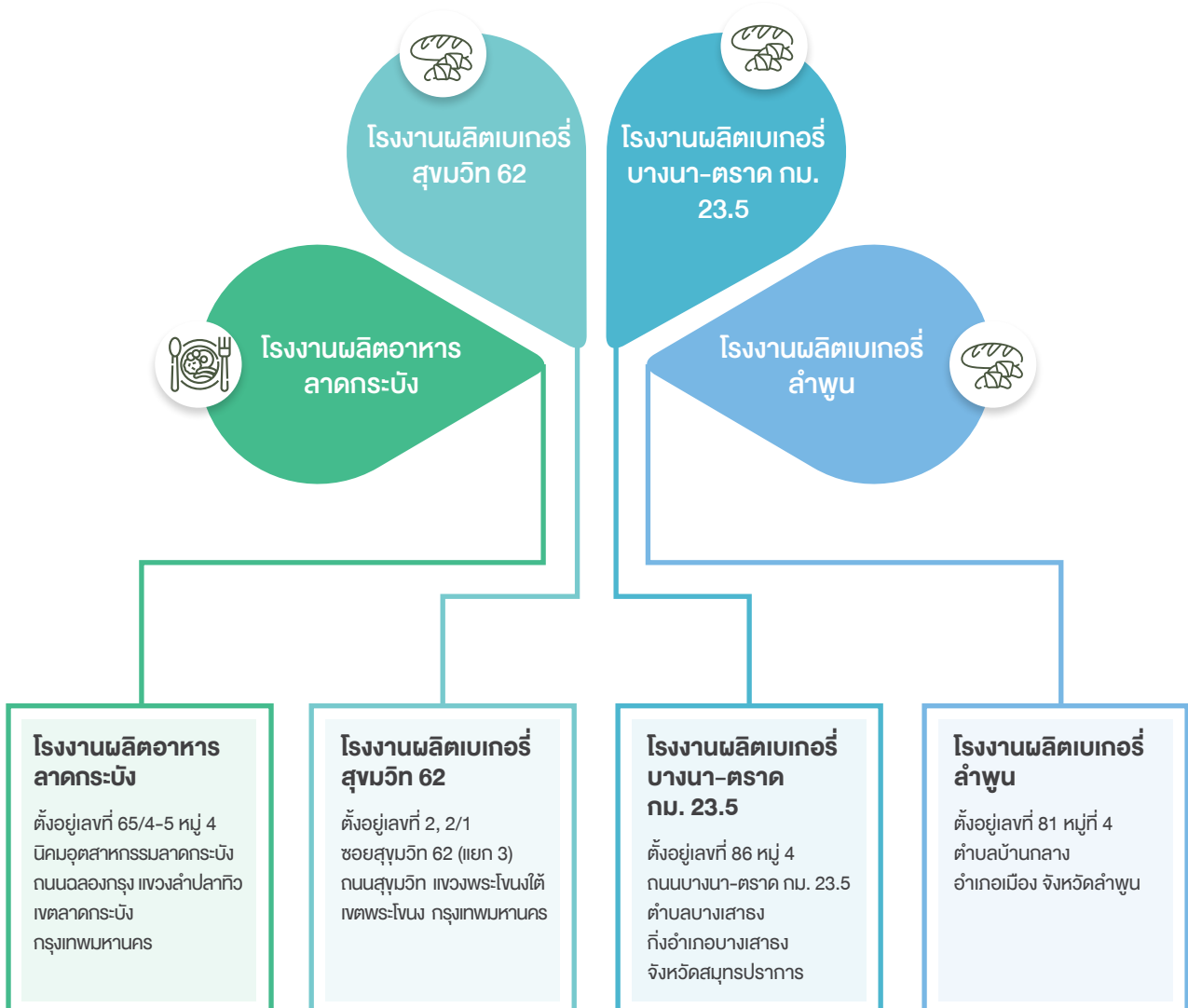
## กลุ่มธุรกิจภายในประเทศ

บริษัทฯ มีการดำเนินงานในประเทศไทยที่ครอบคลุม

**สำนักงานใหญ่** ตั้งอยู่เลขที่ 2034/100-103 อาคารอิตัลไทย ทาวเวอร์ ชั้น 23 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

**ศูนย์กระจายสินค้า S&P** ตั้งอยู่เลขที่ 31/4 หมู่ที่ 3 ถนนบางนา-ตราด กม.23.5 ตำบลบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

โรงงานทั้งหมด 4 แห่ง แบ่งเป็น โรงงานผลิตอาหาร 1 แห่ง และโรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง ดังที่อยู่ต่อไปนี้





# ลักษณะการประกอบธุรกิจ

## ธุรกิจอาหาร และเบเกอรี่



ร้านอาหารและเบเกอรี่ S&P



ร้านเบเกอรี่ S&P



ร้าน S&P Delivery and Takeaway (DelTA)



S&P Production Hub



ธุรกิจจัดเลี้ยงนอกสถานที่ (S&P Catering)



S&P Card

## ธุรกิจค้าปลีก และรับจ้างผลิต



ธุรกิจค้าปลีก



ธุรกิจส่งออก



ธุรกิจรับจ้างผลิต



## ธุรกิจอื่นๆ



MAISEN



UMENOHANA  
Authentic Kaiseki Cuisine

ภัตตาคาร  
patara

PATIO  
BISTRO • BAKERY • COFFEE

nais

foodhouse



## กลุ่มธุรกิจผลิตอาหาร และเบเกอรี่



ประเทศไทย **450** สาขา



ต่างประเทศ **12** สาขา

## ร้านเบเกอรี่ S&P



ประเทศไทย **274** สาขา

ธุรกิจในเครือ  
ของเอส แอนด์ พี

**462**  
สาขา

## ร้านอาหาร S&P



ประเทศไทย **128** สาขา

ต่างประเทศ **5** สาขา



## อื่นๆ 22 สาขา



**Maisen**  
ประเทศไทย 11 สาขา



**Umenohana**  
ประเทศไทย 1 สาขา

**PATIO**  
ประเทศไทย 1 สาขา



**PATARA 8 สาขา**  
ประเทศไทย 1 สาขา  
ต่างประเทศ 7 สาขา

**Nais & SNP  
Cake Studio**  
ประเทศไทย 1 สาขา

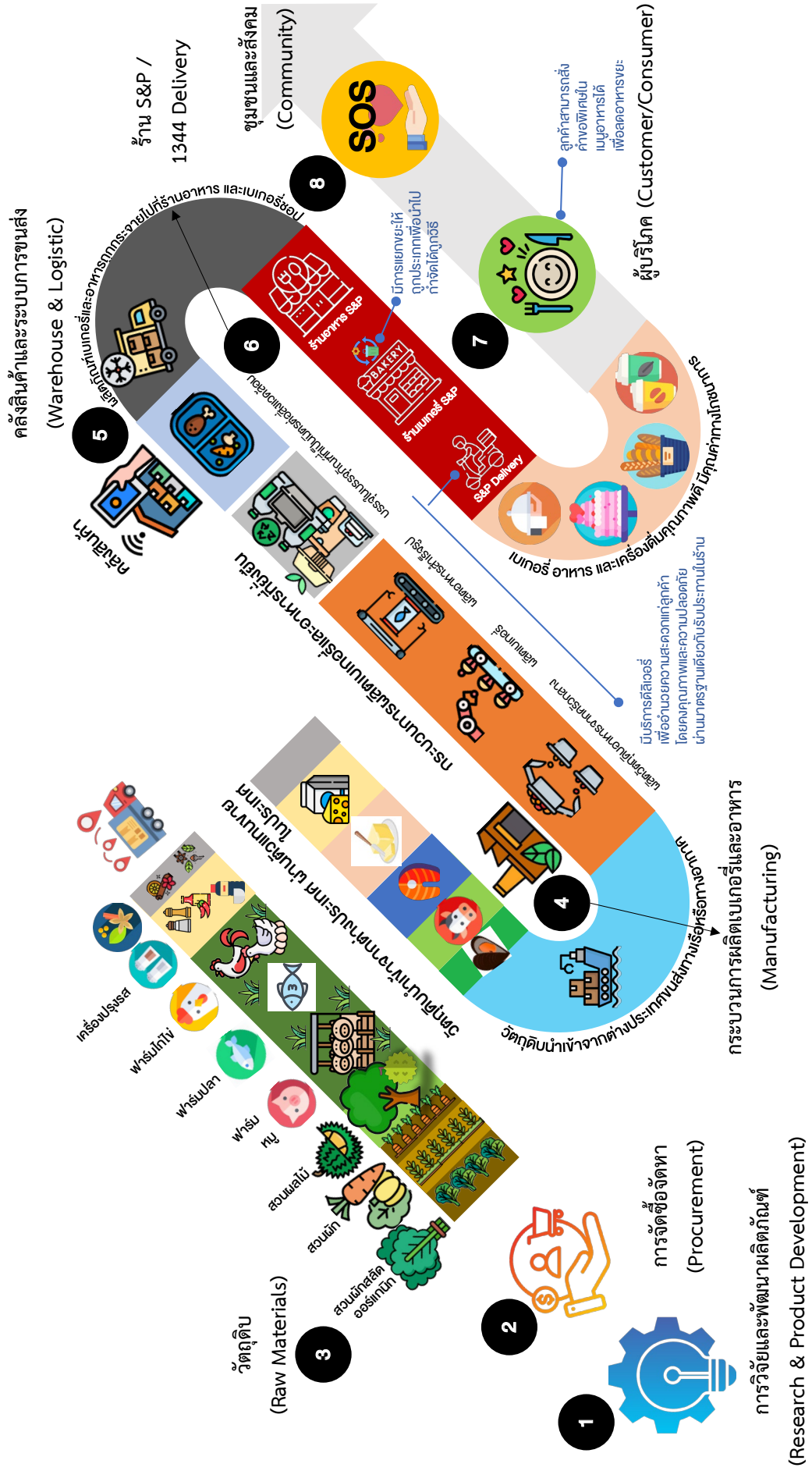


## ร้าน S&P DeITA



ประเทศไทย 33 สาขา










# ห่วงโซ่คุณค่าของ เอส แอนด์ พี









# ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2566

บริษัทฯ กำหนดการวัดผลสำเร็จของงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยกำหนดการวัดผลจากประเด็นสำคัญตามกรอบ ESG ที่ส่งผลกระทบต่อบริษัท และผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลัก ตลอดจนสังคมและสิ่งแวดล้อม

ในปี 2566 มีประเด็นผลกระทบที่มีความสำคัญมากที่สุดที่ใช้รายการงานต่อคณะกรรมการบริหารบริษัทและความยั่งยืน จากการบริหารรวมผลการดำเนินงานและการติดตามการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของคณะทำงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนากิจการดำเนินงาน ทั้งนี้เป้าหมายให้พนักงานที่มีข้อมูลเพียงพอสำหรับการพิจารณาในการลงทุนโดยบริษัทฯ ทำการเปิดเผยข้อมูลด้วยความถูกต้อง โปร่งใส และครบถ้วน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย

กลยุทธ์ความยั่งยืน	กิจกรรมที่ดำเนินการ	ผลลัพธ์ (Result)		เป้าหมาย (Target)		เชื่อมโยงกับ SDGs
		2566	2566	2566	2573	
 <b>ด้านสิ่งแวดล้อม</b>						
<b>บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>บรรจุภัณฑ์อาหารที่ย่อยสลายได้ ไร้พลาสติก หรือพลาสติกชีวภาพใหม่ได้ 100% (บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ในชุดหิ้ว)</li> </ul>	94.87%	100%	100%	100%	 
<b>การจัดการของเสียและเศษอาหารส่วนเกิน</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ลดขยะ Bakery Waste ไม่เกิน 4.5% ของยอดขาย</li> <li>การเพิ่มความร่วมมืวด้านการรีไซเคิลอย่างยั่งยืน (การบริหาร Bakery Waste ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม)</li> </ul>	6.15% (3,279 ลบ.)	< 5.5% ของยอดขาย	< 5.5% ของยอดขาย	< 4.5% ของยอดขาย	 
<b>การจัดการสภาพภูมิอากาศ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนจุดขายที่แยกของเสียตามประเภทการกำจัดในร้านค้า (ปีฐาน 2566 ทั้งสิ้นที่ 463 จุดขาย)</li> <li>การยื่นขอการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาตรฐาน ISO 14001 (จำนวนโรงงานที่ได้รับการรับรอง)</li> <li>ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2) คิดจากปีฐาน 2565 (โดยไม่ปี 2565 มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจาก 5 แห่ง รวม 13,400 ton CO<sub>2</sub>)</li> </ul>	10.13% (48.24 ตัน / 202,598 มื้อ จาก 52 จุดขาย)	10% จากสัดส่วนมูลค่า Surplus Bakery	20% จากสัดส่วนมูลค่า Surplus Bakery	30% จากสัดส่วนมูลค่า Surplus Bakery	 
		99.57% (ปริมาณขยะ 1,591.39 ตัน)	20% ของจุดขาย	40% ของจุดขาย	100% ของจุดขาย	
		อยู่ระหว่างดำเนินการ	2 โรงงาน	2 โรงงาน	4 โรงงาน	
		อยู่ระหว่างดำเนินการ	ลดลง 10%	ลดลง 10%	ลดลง 20%	
		* ในปี 2566 จะมีการเก็บข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดครบ 100%				

กลยุทธ์ความยั่งยืน	กิจกรรมที่ดำเนินการ		ผลลัพธ์ (Result)		เป้าหมาย (Target)		เชื่อมโยงกับ SDGs	
			2566	2566	2566	2573		
<b>ด้านสังคม</b>								
<b>สุขภาพและความปลอดภัยของทุกคน</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เมนูสุขภาพ 100 เมนูใหม่ (ที่มีการให้ข้อมูลรายละเอียดคุณค่าทางโภชนาการ)</li> <li>อัตราค่าออกโดยสมัครใจของพนักงานทุกระดับในองค์กร (Staff Turnover Rate) <math>\leq</math> 60%</li> <li>ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานทุกระดับในองค์กร สร้างผลตอบแทนให้บริษัท (โดยมีเป้าอัตราการเติบโต 2.4% ต่อปี)</li> <li>การตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ (Traceability) แสดงจำนวนรายการผลิตภัณฑ์ที่ทำการตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย วัตถุดิบไม่มีปัญหาด้าน ESG</li> <li>การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ และรักษารสชาติ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร</li> <li>ร้าน S&amp;P ทั้งหมดผ่านเกณฑ์ประเมิน QSC (การผ่าน QSC นั้นจะต้องตรวจผ่านเกณฑ์ 85%)</li> <li>คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (CSAT - Customer Satisfaction Scores)</li> </ul>	15 เมนูใหม่ที่เป็นอาหารสุขภาพ	100 เมนูใหม่	70 เมนูใหม่	100 เมนูใหม่	  		
<b>การพัฒนาบุคลากร</b>		42.32%	$\leq$ 60%	$\leq$ 60%	$\leq$ 60%	 		
<b>ความปลอดภัยของอาหารและการสื่อสารการตลาดอย่างรับผิดชอบ</b>		8,527.77 บาท/คน	8,416.26 บาท/คน	8,825.08 บาท/คน	9,936.16 บาท/คน			
<b>คุณภาพผลิตภัณฑ์</b>		อยู่ระหว่างดำเนินการ	NA	3 ผลิตภัณฑ์	10 ผลิตภัณฑ์			
		2 ผลิตภัณฑ์	$\geq$ 1 โครงการ	$\geq$ 3 โครงการ	$\geq$ 5 โครงการ	 		
<b>ประสบการณ์ของลูกค้า</b>		76% ของจำนวน 450 จุดขาย	$>$ 80%	100%	100%	 		
		89% ของจำนวนลูกค้าที่ตอบแบบประเมิน 17,541 คน	$>$ 85%	$>$ 85%	$>$ 85%	  		
<b>ด้านบรรษัทภิบาลเศรษฐกิจ</b>								
<b>การกำกับดูแลและธรรมภิบาลธุรกิจ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจเพื่อติดตามและวัดผลการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการหรือบรรษัทภิบาล ดำเนินการโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD)</li> </ul>	5 ดาวคะแนน CGR 90 - 100 คะแนนระดับดีเลิศ (Excellence)	4 ดาวคะแนน CGR 80 - 89 คะแนนดีมาก (Very Good)	5 ดาวคะแนน CGR 90 - 100 คะแนนระดับดีเลิศ (Excellence)	5 ดาวคะแนน CGR 90 - 100 คะแนนระดับดีเลิศ (Excellence)			

บริษัทฯ ได้ประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ได้มาซึ่ง 18 ประเด็น แบ่งออกเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุด 6 ประเด็น (Materiality Topics) และประเด็นอื่น ๆ 12 ประเด็น (Non-Materiality Topic) บริษัทฯ ยังมีมีการติดตามผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ 3P อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ สามารถอ่านข้อมูลเพิ่มเติมด้านความยั่งยืนของของกลุ่มประเด็นที่มีความสำคัญอื่น ๆ ได้ที่ <https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy-strategy-performance>



# รางวัลและความสำเร็จ ด้านความยั่งยืน ปี 2566



## S&P รับ 2 รางวัลระดับเอเชีย ในพิธีมอบรางวัล Asia Responsible Enterprise Awards 2023

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รับมอบรางวัลระดับเอเชียในพิธีมอบรางวัล Asia Responsible Enterprise Awards 2023 (AREA) จำนวน 2 รางวัล ได้แก่ รางวัลประเภทการเสริมสร้างพลังทางสังคม (Social Empowerment) ซึ่งบริษัทฯ ได้รับรางวัลเป็นปีที่ 4 และรางวัลประเภทการเปิดเผย

รายงานความยั่งยืนขององค์กร (Corporate Sustainability Reporting) เป็นปีที่ 2 จาก Enterprise Asia องค์กรอิสระที่สนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในภูมิภาคเอเชีย ณ โรงแรมนากา เวิลด์ กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2566



## S&P ได้รับผลประเมินหุ้นยั่งยืน “SET ESG Rating ระดับ A” ประจำปี 2566

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้รับการประเมิน “SET ESG Rating” ประจำปี 2566 ในระดับ A จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเป็น 1 ใน 193 บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับการประกาศผลประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings เป็นบริษัทที่มีการนำแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงการบริหารความเสี่ยงและเตรียมพร้อมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks) อีกทั้งพร้อมรับมือกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนได้อย่างสมดุล ผลการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Rating ในครั้งนี้สะท้อนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในทุกมิติ โดยตลอดระยะเวลากว่า 50 ปี เอส แอนด์ พี ดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด ‘คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม’ เพื่อสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อมคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตามคำมั่นสัญญาของบริษัทที่ว่า ‘Healthier Family, Happier World’



## S&P ได้รับผลประเมินการกำกับดูแลกิจการ บริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2566 (CGR) ในระดับ 5 ดาว

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2566 (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2023 : CGR) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในระดับ 5 ดาว หรือ “ดีเลิศ” (Excellent) ซึ่งในปีนี้จะแนะนำของบริษัทฯ ได้รับผลประเมินที่ดีขึ้นกว่าปี 2565 สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาศักยภาพของบริษัทฯ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่มูลค่าอย่างยั่งยืน โดยยึดมั่นดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม



และสิ่งแวดล้อมด้วยการดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใส ปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ตลอดจนเกิดการพัฒนารูปร่างอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระยะยาว

## S&P รับมอบประกาศนียบัตรรับรองการต่ออายุเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ในงาน CAC Certification Ceremony 2023



บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รับมอบประกาศนียบัตรรับรองการต่ออายุเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) เป็นครั้งที่ 3 ในพิธีมอบประกาศนียบัตร ซึ่งจัดขึ้นภายในงาน “CAC Certification Ceremony 2023 : Success Story for Sustainability” ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2566

CAC AWARD 2023 จัดขึ้นเพื่อประกาศเกียรติคุณให้กับบริษัทที่ผ่านกระบวนการรับรองในไตรมาส 3 และ 4 ปี 2565 โดย S&P เป็นหนึ่งบริษัทที่ได้รับการรับรอง CAC สำหรับปี 2565 มีบริษัทยื่นขอรับรองจำนวน 99 บริษัท และผ่านการพิจารณาได้รับการรับรองทั้งสิ้น 95 บริษัท

## S&P ได้รับคัดเลือกให้เป็น 1 ในบริษัทกลุ่มหลักทรัพย์ “ESG 100” ประจำปี 2566

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้รับคัดเลือกให้เป็น 1 ในบริษัทกลุ่มหลักทรัพย์ “ESG 100” จากทั้งหมด 888 หลักทรัพย์จดทะเบียนที่มีการดำเนินงานโดดเด่น ด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล (Environmental Social and Governance : ESG) จากการประเมินหลักทรัพย์จดทะเบียนในปี 2566 โดยสถาบันไทยพัฒนา



## “เอส แอนด์ พี” ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณ “จรรยาบรรณดีเด่น” จากหอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ประจำปี 2566

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณ “จรรยาบรรณดีเด่น” และรับมอบรางวัล “ประกาศเกียรติคุณจรรยาบรรณดีเด่น” จากหอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ภายใต้แนวคิด “ธุรกิจยั่งยืน สืบสานจรรยาบรรณจากรุ่นสู่รุ่น 90 ปี หอการค้าไทย” ซึ่งจัดต่อเนื่องเป็นปีที่ 21 เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2566 ณ ห้อง UTCC EVENTS LAB มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



## S&P รับมอบประกาศนียบัตร “เครื่องหมายรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ประจำปี 2566”



บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รับมอบประกาศนียบัตร เครื่องหมายรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ประจำปี 2566 โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2566 ณ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) บริษัทฯ ได้รับเครื่องหมายรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ จำนวน 3 ประเภท ได้แก่

1. คาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO) จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ สำนักงานใหญ่, โรงงานสุขุมวิท 62, โรงงานบางนาตราด กม.23.5, โรงงานลาดกระบัง และโรงงานลำพูน
2. คาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (CFP) จำนวน 3 รายการ ได้แก่ บัวย่อยเปลือก บัวย่อยมันม่วง มะพร้าวอ่อน และบัวย่อยสามสี
3. ฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (CFR) หรือ ฉลากลดโลกร้อน จำนวน 1 รายการ ได้แก่ บัทเทอร์เค้กวานิลลา



## S&P ได้รับรางวัลจากการเข้าร่วมโครงการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Restaurant) ปี 2566

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัลจากการเข้าร่วมโครงการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Restaurant) ปี 2566 เพื่อส่งเสริมร้านอาหารที่มีการใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีส่วนร่วมและยกระดับการให้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีการลดปริมาณขยะและบริหารจัดการของเสียตั้งแต่ต้นทางอย่างมีประสิทธิภาพ จัดโดยกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



ในปี 2566 เอส แอนด์ พี ได้รับรางวัลทั้งสิ้น 11 แห่ง ดังนี้

- ระดับทอง (ดีเยี่ยม) จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ ร้าน S&P สาขาสยามพรีเมียมเอ้าท์เลท ร้าน S&P สาขาวิเศษดอม 101 ร้าน S&P สาขาโรงพยาบาลศิริราช ร้าน S&P สาขาสุขุมวิท 26 ร้าน S&P สาขาโอลิมเปียรัชดา และร้าน S&P สาขาโลตัสสุขาภิบาล 1
- ระดับเงิน (ดี) จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ร้าน S&P สาขาเซ็นทรัลพระราม 9 ร้าน S&P สาขามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ร้าน S&P สาขาเซ็นทรัลปิ่นเกล้า ร้าน S&P สาขาโรงพยาบาลตำรวจ และร้าน S&P สาขา SF สุขาภิบาล 3



## S&P ร่วมพิธีลงนามความร่วมมือ “โครงการส่งเสริมภาคธุรกิจลดก๊าซเรือนกระจก โดยกำหนดเป้าหมายทางวิทยาศาสตร์เพื่อมุ่งสู่ Net Zero Emissions”

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ร่วมพิธีลงนามความร่วมมือและพิธีเปิด “โครงการส่งเสริมภาคธุรกิจลดก๊าซเรือนกระจก โดยกำหนดเป้าหมายทางวิทยาศาสตร์เพื่อมุ่งสู่ Net Zero Emissions” เพื่อร่วมกันกำหนดเป้าหมายและแผนการดำเนินงานลดก๊าซเรือนกระจก นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายในการควบคุมอุณหภูมิของโลกไม่ให้เกิน 1.5 และ 2 องศาเซลเซียส พร้อมกับองค์กรนำร่องที่เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 10 องค์กร โดยร่วมกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก และศูนย์ความเป็นเลิศทางด้านพลังงานเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (ECEE) ภาควิชาวิศวกรรมเคมี คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ณ โรงแรมเซ็นจูรี่ พาร์ค กรุงเทพฯ



# ผลการดำเนินงานด้านการเงิน



สภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง ผลกระทบเศรษฐกิจในระดับโลก และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค หลังโรคระบาดโควิด-19 ล้วนเป็นการพิสูจน์ความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความท้าทายในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ในยุคปัจจุบัน ก้าวสู่ปีที่ 50 เอส แอนด์ พี ได้สร้างความแข็งแกร่งเป็นรากฐานผ่านการบูรณาการด้านความยั่งยืนร่วมกับการขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ตลอดจนการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนต่อไปให้กับธุรกิจ รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ เปิดเผยแพร่ผลการดำเนินงานทางการเงินบนเว็บไซต์ของบริษัทเป็นรายไตรมาสและเป็นประจำทุกปี โดยยื่นต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (www.sec.or.th) โดยมีข้อมูลดังนี้

ข้อมูลทางการเงิน	2564	2565	2566
<b>งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (ล้านบาท)</b>			
รายได้รวม (ล้านบาท)	4,913	5,798	6,290
รายได้จากการขายและให้บริการ (ล้านบาท)	4,817	5,712	6,224
กำไรขั้นต้น (ล้านบาท)	2,654	3,185	3,496
<b>รายได้จากการขายสินค้าเมนูสุขภาพ (ล้านบาท)</b>	<b>255.2</b>	<b>386.52</b>	<b>542.46</b>
ค่าใช้จ่ายพนักงาน (ล้านบาท)	1,149	1,296	1,395
จำนวนพนักงาน (คน)	4,776	4,339	4,456
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ EBIT (ล้านบาท)	467	628	649
<b>งบแสดงฐานะการเงิน (ล้านบาท)</b>			
สินทรัพย์รวม (ล้านบาท)	5,066	5,325	5,045
หนี้สินรวม (ล้านบาท)	2,450	2,576	2,285
ส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่และส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	2,536	2,395	2,616
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	511	513	515
<b>อัตราส่วนทางการเงิน</b>			
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	52.33	55.77	56.16
อัตรากำไรสุทธิต่อรายได้รวม (%)	6.92	7.93	7.71
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ROE (%)	13.57	17.16	17.88
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ROA (%)	9.17	12.10	12.51
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.40	1.40	1.27
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.94	0.94	0.84
<b>ข้อมูลต่อหุ้น (บาท/หุ้น)</b>			
ราคาปิด ณ 31 ธันวาคม (บาท/หุ้น)	16.00	18.30	16.60
ราคาพาร์ (บาท/หุ้น)	1.00	1.00	1.00
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (บาท/หุ้น)	5.11	5.36	5.29
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท/หุ้น)	0.69	0.90	0.94
เงินปันผลสุทธิต่อหุ้น (บาท/หุ้น)	0.63	0.80	1.00
อัตรากำไรจ่ายเงินปันผล (%)	94.46	89.12	106.07

ทั้งนี้ สามารถอ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.snpfood.com/th/investor-relations/publication-download/yearly-report>



# การสร้างคุณค่าร่วมกันทางธุรกิจ



- รายได้ และมูลค่าสินทรัพย์ที่แท้จริง



- อุปกรณ์ เครื่องมือที่ช่วยให้การผลิตมีประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจสูง



- R&D, Innovation ซึ่งช่วยให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน




- ผลตอบแทนการลงทุนด้านบุคลากร
- พนักงานมีศักยภาพความรู้ในงานสูง




- รายได้คู่ค้าท้องถิ่น
- ภาษีเงินได้ ภาษีท้องถิ่น



- ก๊าซเรือนกระจก
- ของเสีย/อาหารส่วนเกิน



กำไรก่อนต้นทุนการเงิน และภาษี (EBIT) **649 ล้านบาท** เพิ่มขึ้นจากปี 2565 **3.34%**



รายได้จากการขายและให้บริการ **6,224 ล้านบาท** เพิ่มขึ้นจากปี 2565 **8.96%**

ในปี 2566 บริษัทฯ มีโครงการลงทุนด้าน ESG ที่โดดเด่น ดังนี้



## การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม

โครงการสนับสนุนการติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ **41.79 ล้านบาท**

โครงการสนับสนุนรถขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม **1.35 ล้านบาท**



## การลงทุนด้านสังคม

โครงการสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร **45 ล้านบาท**

โครงการสนับสนุนการยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนและสังคม **4.19 ล้านบาท**

โครงการสนับสนุนพัฒนาเมมูสุขภาพ **542.46 ล้านบาท**



## การลงทุนด้านบรรษัทภิบาล

โครงการสนับสนุนการให้บริการและประสบการณ์ของลูกค้า **0.25 ล้านบาท**

โครงการสนับสนุนคู่ค้ากลุ่มเกษตรกรในชุมชนท้องถิ่น **35.75 ล้านบาท**

# แนวทางการบริหารการมีส่วนร่วมของ ผู้มีส่วนได้เสีย

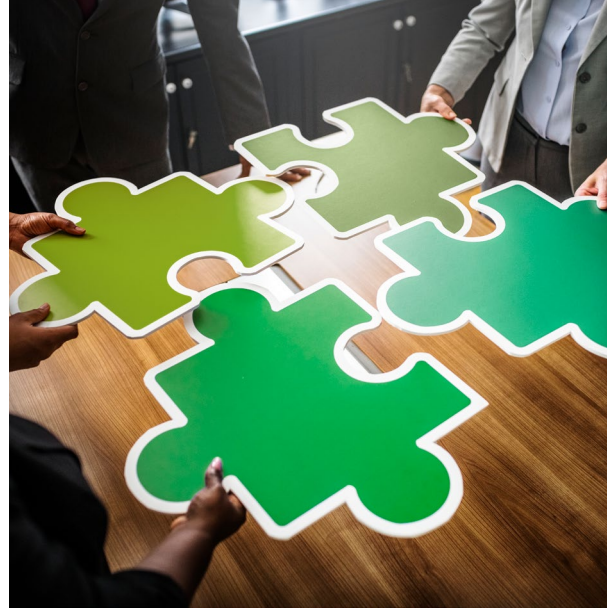
การดำเนินธุรกิจของ เอส แอนด์ พี ให้ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับความเข้าใจ และการสร้างความพึงพอใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า/ผู้บริโภคนในปัจจุบัน โดยบริษัทฯ ได้มุ่งพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและองค์กรที่จะสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังเหล่านั้นให้ได้มากที่สุด ซึ่งรวมถึงการทำความเข้าใจและพิจารณาถึงผู้มีส่วนได้เสียเป็นเรื่องสำคัญ

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการที่จะเข้าใจผู้มีส่วนได้เสียเพื่อทราบความต้องการและความคาดหวังนั้นๆ บริษัทฯ ต้องเข้าใจว่าใครคือผู้มีส่วนได้เสียตลอดกระบวนการทำงานในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ ดังนั้น จึงได้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำธุรกิจแบบมีความยืดหยุ่นให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป และสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังและให้ความสำคัญ โดยแผนการตลาด การออกแบบการทำงาน และกลยุทธ์องค์กรต้องอยู่ในทิศทางเดียวกันเพื่อการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

ในปี 2566 บริษัทฯ จึงได้วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ (Value Chain) เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่าในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

นอกเหนือจากที่บริษัทฯ ทำความเข้าใจกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียแล้ว ยังได้สรุปรวมประเด็นความต้องการและความคาดหวัง รวมไปถึงประเด็นที่มีความกังวล และทำการวิเคราะห์การตอบสนองความต้องการและความคาดหวังอย่างเป็นระบบจากการที่สภาวะเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ จึงได้ทำการลำดับความสำคัญและความเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการของประเด็น เพื่อให้สามารถจัดทำเป้าหมายและกำหนดเวลาในการดำเนินงานให้เหมาะสมกับทุนที่ก่อให้เกิดมูลค่าแก่ธุรกิจ

โดยการสรุปความต้องการ ความคาดหวังและข้อกังวลต่างๆ ที่เกิดในห่วงโซ่คุณค่าเหล่านี้ เพื่อนำไปทำแผนการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจกับสินค้าและบริการ รวมทั้งการดำเนินงานของตัวบริษัทฯ เองด้วย



## ผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ

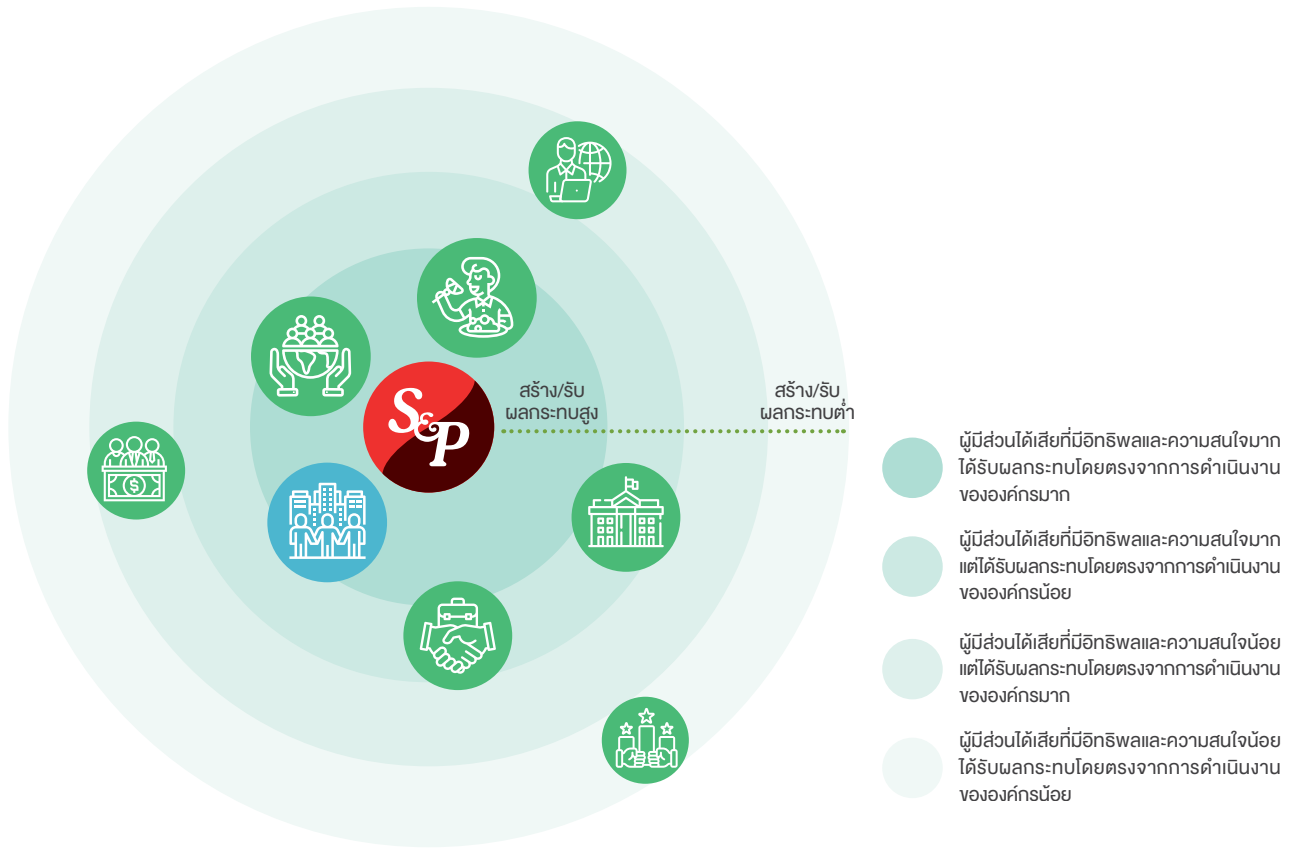
การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ กับผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง ทำให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกที่เป็นความคาดหวัง ข้อกังวล ตลอดจนความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ช่วยให้บริษัทฯ กำหนดประเด็นสำคัญสำหรับกลยุทธ์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อตอบสนองได้ตรงต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้อย่างแท้จริง

สำหรับข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้ยังแสดงให้เห็นถึงผลกระทบในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม รวมทั้งจริยธรรมและสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นผลกระทบภายนอกที่เข้ามาสู่บริษัทฯ และจากการที่บริษัทฯ ส่งผลกระทบต่อผู้สังคมและสิ่งแวดล้อมตลอดกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ ทั้งนี้ กระบวนการดังกล่าวได้ผนวกกับกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเข้าเป็นส่วนหนึ่ง ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถลดผลกระทบเชิงลบ และสร้างผลกระทบเชิงบวกได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

แนวปฏิบัติด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย



# การลำดับความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับและส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของ เอส แอนด์ พี



ในปี 2566 บริษัทฯ จำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดเป็น 8 กลุ่ม โดยแบ่งเป็น



## การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการบ่งชี้และจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อดำเนินการจัดทำแผนการมีส่วนร่วม และการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียตามความเหมาะสมรวมถึงการติดตามการรายงานผลในการนำไปปฏิบัติ ให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร และสามารถนำความคิดเห็นประเด็นด้าน ESG จากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อจัดลำดับความสำคัญของผลกระทบต่อเตรียมขั้นตอนการประเมินประเด็นสำคัญที่มีผลต่อธุรกิจ (Materiality Assessment)





## 1. พนักงาน (Employee)

หมายถึง พนักงานประจำ พนักงานชั่วคราว และนักศึกษา รวมถึงพนักงานผู้ด้อยโอกาส ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานและขับเคลื่อนองค์กรโดยบริษัทฯ จ่ายค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม และส่งเสริมโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม สอดคล้องกับนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องสิทธิมนุษยชนของแรงงาน

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>สุขภาพและความปลอดภัย</li> <li>ค่าตอบแทน/สวัสดิการ/สิทธิประโยชน์อย่างเป็นธรรม และกิจกรรมพนักงานสัมพันธ์</li> <li>การประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรม</li> <li>คุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน</li> <li>การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั่วทั้งองค์กร</li> <li>การเรียนรู้และพัฒนาทักษะ (Reskill and Upskill) และเพิ่มศักยภาพให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ</li> <li>การจัดให้มีช่องทางการรับข้อร้องเรียนและการแสดงความคิดเห็นต่อองค์กร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี</li> <li>กิจกรรมพนักงานสัมพันธ์</li> <li>กิจกรรมผู้บริหารพบพนักงาน</li> <li>การสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ภายในทาง E-mail: list.snp.all@snpfood.com</li> <li>การจัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาทักษะด้านต่างๆ</li> <li>การรับข้อร้องเรียนผ่านช่องทางโทรศัพท์, E-mail: whistleblower@snpfood.com และคู่มือรับเรื่องร้องเรียน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งเสริมบรรยากาศการทำงานให้มีความสุข (Happy Workplace)</li> <li>มีระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และตรวจสอบได้</li> <li>สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพและการเติบโตในบริษัทฯ อย่างมีคุณค่า</li> <li>จัดแผนการอบรมพัฒนาความรู้ที่เหมาะสม และส่งเสริมด้านนวัตกรรมเพื่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์</li> <li>จัดและส่งเสริมกิจกรรมด้านสุขภาพและความปลอดภัย เช่น แนะนำด้านโภชนาการและการออกกำลังกาย</li> <li>กำหนดโครงสร้างการเติบโตในสายอาชีพภายในองค์กรอย่างชัดเจน</li> <li>คณะกรรมการสวัสดิการเป็นผู้แทนพนักงานทุกคนในการดูแลด้านสวัสดิการพนักงาน (Collective bargaining agreements)</li> </ul>

### ประเด็นด้านความยั่งยืน

สิ่งแวดล้อม	สังคม	บรรษัทภิบาล
<ul style="list-style-type: none"> <li>สถานที่ทำงาน มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศการทำงานที่เหมาะสม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้</li> <li>มีอาชีพอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน</li> <li>มีการดูแลสุขภาวะและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน</li> <li>มีการปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม</li> <li>มีการสนับสนุนความหลากหลาย ความเสมอภาค และส่งเสริมการมีส่วนร่วม</li> <li>มีการปกป้องความเป็นส่วนตัว</li> <li>มีการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั่วทั้งองค์กร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีการจ่ายค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม</li> <li>มีผลประกอบการทางธุรกิจที่ดี</li> <li>มีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรม</li> <li>เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น ร่วมเจรจา และหารือกับบริษัทฯ</li> </ul>



## 2. ลูกค้า/ผู้บริโภค (Customer/Consumer)

หมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากบริษัท ทั้งรับประทานที่ร้าน ชื้อกลับบ้าน หรือช่องทางดีลิเวอรี่ เป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสำคัญ มีผลต่อการเติบโตขององค์กร ซึ่งบริษัทฯ ได้กำหนดให้ความสำคัญกับลูกค้า/ผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>คุณภาพของสินค้า และการบริการ</li> <li>วัตถุดิบ/แหล่งที่มาของอาหารที่สด สะอาด ปลอดภัย</li> <li>การบริการที่ตรงตามความต้องการ และประทับใจ</li> <li>บรรยากาศภายในร้านและความสะอาดของสถานที่</li> <li>การโฆษณา/กิจกรรมส่งเสริมการขาย</li> <li>ราคาสินค้าที่เหมาะสม</li> <li>ข้อมูลผลิตภัณฑ์</li> <li>การดำเนินธุรกิจที่ไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี</li> <li>การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผ่านรหัสคิวอาร์ท้ายใบเสร็จ</li> <li>การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ และแอปพลิเคชัน S&amp;P Card/ S&amp;P Delivery 1344</li> <li>การรับข้อร้องเรียนผ่านช่องทางหน้าร้าน, Call Center 1344, E-mail: crm@snpfood.com, FB/IG: S&amp;P และทางจดหมาย</li> <li>การสัมภาษณ์ผู้แทนลูกค้า</li> <li>แคมเปญพิเศษสำหรับสมาชิก S&amp;P Card</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>รับรู้และเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้ถูกต้อง เช่น การพัฒนาสินค้า อาหาร เครื่องดื่มเมนูใหม่</li> <li>ให้ข้อมูลด้านโภชนาการของอาหาร และเครื่องดื่ม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของลูกค้า</li> <li>พัฒนาทักษะการให้บริการของพนักงานหน้าร้าน และพนักงานที่ต้องติดต่อลูกค้า เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี</li> <li>พัฒนาช่องทางการร้องเรียน/แก้ไขปัญหาสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว</li> </ul>
ประเด็นด้านความยั่งยืน		
สิ่งแวดล้อม	สังคม	บรรษัทภิบาล
<ul style="list-style-type: none"> <li>มีสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน</li> <li>การจัดการของเสียและเบเกอรี่ส่วนเกินจากการขายที่เหมาะสม</li> <li>การจัดการด้านพลังงานและก๊าซเรือนกระจกที่หน้าร้านและโรงงาน</li> <li>การจัดการมลภาวะจากการดำเนินงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ทุกคนมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ดำรงชีวิตด้วยความปลอดภัย</li> <li>การทำการตลาดและสื่อสารอย่างรับผิดชอบ โดยการให้ข้อมูลโภชนาการที่ถูกต้อง</li> <li>การปกป้องความเป็นส่วนบุคคล</li> <li>ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ</li> <li>การเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างเพียงพอในทุกสถานการณ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี สด สะอาด ปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงที่มาได้</li> <li>มีราคาที่เหมาะสม</li> <li>มีการกำกับดูแลและจรรยาบรรณการธุรกิจ</li> <li>มีการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า</li> <li>การบริหารความน่าเชื่อถือของแบรนด์</li> <li>สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เน้นคุณค่าทางโภชนาการ</li> </ul>



### 3. ชุมชนและสังคม (Community & Society)

หมายถึง กลุ่มคนที่อยู่ร่วมกันเป็นสังคมขนาดเล็กอาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงที่ทำการบริษัทฯ ในรัศมีโดยรอบ 1.5 กิโลเมตร กำหนดให้เป็นชุมชนระยะใกล้ ที่บริษัทฯ มุ่งมั่นสนับสนุนต่อเศรษฐกิจ ชุมชน และสังคม โดยให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม บริษัทฯมีหน่วยงานทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบ พร้อมทั้งมีการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรและสร้างจิตสำนึกให้กับทุกคนในองค์กรที่จะดูแล พัฒนา ตลอดจนร่วมสร้างสังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสียให้เติบโตควบคู่ไปกับบริษัทฯ อย่างยั่งยืน

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>การพัฒนาชุมชนโดยรอบที่ตั้งของบริษัท/โรงงาน</li> <li>การส่งเสริมอาชีพและรายได้ท้องถิ่น</li> <li>การเคารพสิทธิมนุษยชน</li> <li>การคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม</li> <li>การช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่างๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม</li> <li>การลงพื้นที่พบชุมชน</li> <li>การรับข้อเสนอแนะ และความ อนุเคราะห์ ผ่านช่องทางโทรศัพท์, E-mail: sd@snpfood.com</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจพร้อมประเมินความเสี่ยงเพื่อป้องกัน/ลดผลกระทบต่อชุมชนสังคม สิ่งแวดล้อม</li> <li>ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด</li> <li>สื่อสารและเปิดเผยข้อมูลการทำงานของบริษัท ถูกต้อง ครบถ้วน และโปร่งใส</li> </ul>
ประเด็นด้านความยั่งยืน		
สิ่งแวดล้อม	สังคม	บรรษัทภิบาล
<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามกฎหมาย การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>การจัดการของเสีย</li> <li>การปล่อยก๊าซเรือนกระจก</li> <li>การบริหารจัดการน้ำ</li> <li>การบริหารจัดการขยะ และเบเกอร์รี่ส่วนเกินจากการผลิต</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน</li> <li>สุขภาพและความปลอดภัย</li> <li>ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ</li> <li>การเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ</li> <li>การพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น</li> <li>การจ้างงานในท้องถิ่น</li> <li>สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ</li> <li>การสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีอาหาร เครื่องดื่ม</li> </ul>



### 4. คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ (Supplier/Business Partner)

หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือบริษัทที่ดำเนินความร่วมมือสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว โดยมีการนำจุดแข็งของแต่ละฝ่ายมารวมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางกลยุทธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน บริษัทฯ มุ่งยึดมั่นและปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเสมอภาคและตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกัน

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>ความปลอดภัยของอาหาร</li> <li>การร่วมธุรกิจในระยะยาว</li> <li>กระบวนการจัดซื้อ/จัดจ้างที่ยุติธรรมและโปร่งใส</li> <li>การพัฒนาคู่ค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี</li> <li>การตกลงปฏิบัติตามหลักปฏิบัติของ เอส แอนด์ พี สำหรับคู่ค้า (S&amp;P Code of Conduct for Suppliers)</li> <li>การเข้าตรวจสอบสถานที่ปฏิบัติงานประจำปี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>รักษาระดับคุณภาพสินค้าและบริการ และพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้ทันความต้องการ</li> <li>การร่วมกันวางแผน และพัฒนาศักยภาพคู่ค้า เพื่อการเติบโตร่วมกันในระยะยาว</li> </ul>



ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>เทคโนโลยีและนวัตกรรม</li> <li>สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน</li> <li>การดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม</li> <li>การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน</li> <li>การเก็บรักษาข้อมูลความลับทางธุรกิจ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การลงพื้นที่ตรวจสอบติดตามคุณภาพวัตถุดิบรายปี โดยเฉพาะวัตถุดิบที่มีปัญหาเพื่อหาแนวทางปรับปรุง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินการตามจรรยาบรรณธุรกิจอย่างเคร่งครัด ในการจัดซื้อที่โปร่งใสและเป็นธรรม รวมทั้งต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ</li> <li>จัดช่องทางการสื่อสาร ปัญหาการดำเนินงาน เพื่อปรับปรุงแก้ไขร่วมกัน</li> </ul>
ประเด็นด้านความยั่งยืน		
สิ่งแวดล้อม	สังคม	บรรษัทภิบาล
<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม</li> <li>กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>การปล่อยก๊าซเรือนกระจก</li> <li>เศรษฐกิจหมุนเวียน</li> <li>เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเคารพสิทธิมนุษยชน</li> <li>การรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล</li> <li>อาชีพอนามัยและความปลอดภัย</li> <li>ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์</li> <li>การสนับสนุนความรู้เพื่อการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ</li> <li>พันธมิตรทางธุรกิจที่ยั่งยืน</li> <li>ห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน</li> <li>การร่วมพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี</li> <li>การบริหารความเสี่ยง</li> <li>สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ</li> </ul>



## 5. องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่ออกกฎระเบียบ (Government Agency & Authority)

หมายถึง หน่วยงานของรัฐที่เป็นส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และหน่วยงานที่ใช้อำนาจรัฐ ทำหน้าที่กำหนดกฎเกณฑ์หรือระเบียบปฏิบัติ รวมถึงศึกษาแนวคิดต่างๆ โดยบริษัท ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และกรอบกติกาอย่างเคร่งครัด รวมถึงศึกษาแนวคิดด้านนวัตกรรม ด้านโภชนาการที่ดีและเป็นประโยชน์ในระดับสหประชาชาติ เพื่อนำมาเป็นแนวปฏิบัติในฐานะผู้นำธุรกิจอาหารและเบเกอรี่

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ</li> <li>การกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> <li>คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร</li> <li>การโฆษณา/ฉลากบรรจุภัณฑ์ และการคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>การบริหารจัดการขยะและสิ่งปฏิกูล</li> <li>การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO)</li> <li>การเปิดเผยรายงานข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี</li> <li>การตอบรับนโยบายและความร่วมมือ</li> <li>การรายงานผลการดำเนินงานให้นักลงทุนรายไตรมาสในงาน Opportunity Day ผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ</li> <li>การเข้าพบหรือติดต่อประสานงานตามวาระต่างๆ</li> <li>การประชุม สัมมนา และเข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเป็นองค์กรที่ดี มีการกำกับดูแลโดยปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบอย่างเคร่งครัด</li> <li>พัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพสูง และลดผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม</li> <li>สนับสนุนโครงการความร่วมมือเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ</li> <li>ร่วมมือหน่วยงานราชการในด้านวิชาการ และกิจกรรมสาธารณประโยชน์ต่างๆ</li> </ul>

ประเด็นด้านความยั่งยืน		
สิ่งแวดล้อม	สังคม	บรรษัทภิบาล
<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม</li> <li>กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>การจัดการของเสียและมลภาวะ</li> <li>ผลกระทบต่อระบบนิเวศ</li> <li>เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเคารพสิทธิมนุษยชน</li> <li>การไม่ใช้แรงงานภาคบังคับ</li> <li>ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์</li> <li>การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน</li> <li>การทำการตลาดและการสื่อสารอย่างรับผิดชอบต่อผู้บริโภค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ</li> <li>การต่อต้านคอร์รัปชันและการทำธุรกิจอย่างโปร่งใส</li> <li>การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น</li> <li>การจ้างงานชุมชนท้องถิ่น</li> <li>ภาษีจากการดำเนินงาน</li> </ul>



## 6. นักลงทุนและผู้ถือหุ้น (Investor & Shareholder)

หมายถึง บุคคล บริษัท หรือสถาบันที่ถือครองหุ้นในทางกฎหมายจำนวนหนึ่งหุ้น หรือมากกว่า โดยจะได้รับผลประโยชน์จากความสำเร็จของบริษัทในรูปแบบของมูลค่าหุ้นที่เพิ่มขึ้นหรือเงินปันผล โดยได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องตลอดจนได้ร่วมประชุมและออกคะแนนเสียง และได้รับสิทธิจากการซื้อหุ้นออกใหม่ อาทิ การเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นโดยบริษัทฯ มุ่งมั่นในการสร้างการเติบโตและผลตอบแทนที่ดีอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และทิศทางในการดำเนินงาน</li> <li>ผลการดำเนินงานและการเติบโตทางธุรกิจที่ดี มีผลกำไร และปันผลที่ดี</li> <li>การกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ</li> <li>มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ และแนวทางการป้องกัน</li> <li>การรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี เป็นที่ยอมรับของสังคม สาธารณะ</li> <li>คุณสมบัติของคณะกรรมการบริษัท และผู้บริหารที่มีความรู้ ความสามารถที่เหมาะสม</li> <li>การดำเนินธุรกิจบนแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การแจ้งข่าวสารผ่านตลาดหลักทรัพย์ และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.)</li> <li>การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี</li> <li>การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี และรายงานต่างๆ</li> <li>การแจ้งข่าวสารแก่ผู้ถือหุ้นผ่านเว็บไซต์ของบริษัทมายัง E-mail: irsnp@snpfood.com หรือทางโทรศัพท์หมายเลข 0-2785-4000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กรอย่างเป็นระบบ ในการตัดสินใจการลงทุน และกระบวนการทำงาน ที่ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และบรรษัทภิบาล รวมถึงด้านสิทธิมนุษยชน</li> <li>มีการกำกับกิจการที่ดี โปร่งใส และต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ</li> <li>สื่อสารข้อมูลการประกอบธุรกิจ ทั้งด้าน Financial และ Non-financial อย่างถูกต้อง โปร่งใส</li> <li>พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ดีเยี่ยม เพื่อสร้างรายได้ และผลกำไรที่ดีอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>

ประเด็นด้านความยั่งยืน		
สิ่งแวดล้อม	สังคม	บรรษัทภิบาล
<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามกฎหมาย</li> <li>กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเคารพสิทธิมนุษยชน</li> <li>การพัฒนาทุนมนุษย์</li> <li>การรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ</li> <li>การต่อต้านคอร์รัปชันและทำธุรกิจอย่างโปร่งใส</li> <li>ผลประโยชน์ทางธุรกิจที่ดี</li> <li>การบริหารจัดการความเสี่ยง</li> <li>การลงทุนอย่างรับผิดชอบต่อผู้บริโภค</li> <li>สร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดี</li> </ul>



## 7. องค์กรอิสระ สื่อมวลชน และกลุ่มคนที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ (Independent organizations, Media and Online influencers)

หมายถึง องค์กรสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่สื่อข้อความ ข่าวสาร รายงานเหตุการณ์ เฝ้าติดตามความเป็นไปได้ของสถาบัน และสังคมในภาพรวม รวมถึงผู้มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ที่สามารถกระตุ้น ชักจูง โน้มน้าวให้เกิดการคล้อยตามทั้งทางด้านจิตใจ หรือพฤติกรรม และองค์กรอิสระที่จัดตั้งขึ้นให้มีความอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ใช้อำนาจโดยสุจริตและเที่ยงธรรม เช่น คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ และคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>ข้อมูล ข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กรอย่างถูกต้อง รวดเร็ว</li> <li>ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และ รายการส่งเสริมการขาย</li> <li>การแสดงความคิดเห็นของลูกค้าและผู้บริโภคต่อแบรนด์ เอส แอนด์ พี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี</li> <li>การติดต่อผ่านช่องทางโทรศัพท์, เว็บไซต์ <a href="http://www.snppfood.com">www.snppfood.com</a>, E-mail: <a href="mailto:pr@snppfood.com">pr@snppfood.com</a>, FB: S&amp;P</li> <li>การจัดงานแถลงข่าวและส่งข่าวประชาสัมพันธ์</li> <li>การพบปะสื่อมวลชนตามวาระต่างๆ เช่น งานครบรอบสื่อมวลชน เทศกาลปีใหม่ เทศกาลไหว้พระจันทร์ เป็นต้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>สร้างช่องทางการสื่อสารข้อมูล ข่าวสารทางออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อเหตุการณ์และอำนวยความสะดวกให้กับสื่อมวลชน</li> <li>รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ จากภาคประชาสังคม</li> <li>สร้างความตระหนักและสร้างความเข้าใจแก่สังคมในประเด็นสำคัญด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน</li> <li>สร้างความร่วมมือเพื่อผลักดันและขับเคลื่อนประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน</li> </ul>

### ประเด็นด้านความยั่งยืน

สิ่งแวดล้อม	สังคม	บรรษัทภิบาล
<ul style="list-style-type: none"> <li>การจัดการมลภาวะต่างๆ จากการผลิตดำเนินงาน</li> <li>ปฏิบัติตามกฎหมาย</li> <li>กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน</li> <li>สิทธิมนุษยชน</li> <li>การทำตลาดและการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ</li> <li>การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ</li> <li>การต่อต้านคอร์รัปชันและการทำธุรกิจอย่างโปร่งใส</li> <li>การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น</li> </ul>





## 8. คู่แข่งทางการค้า (Competitor)

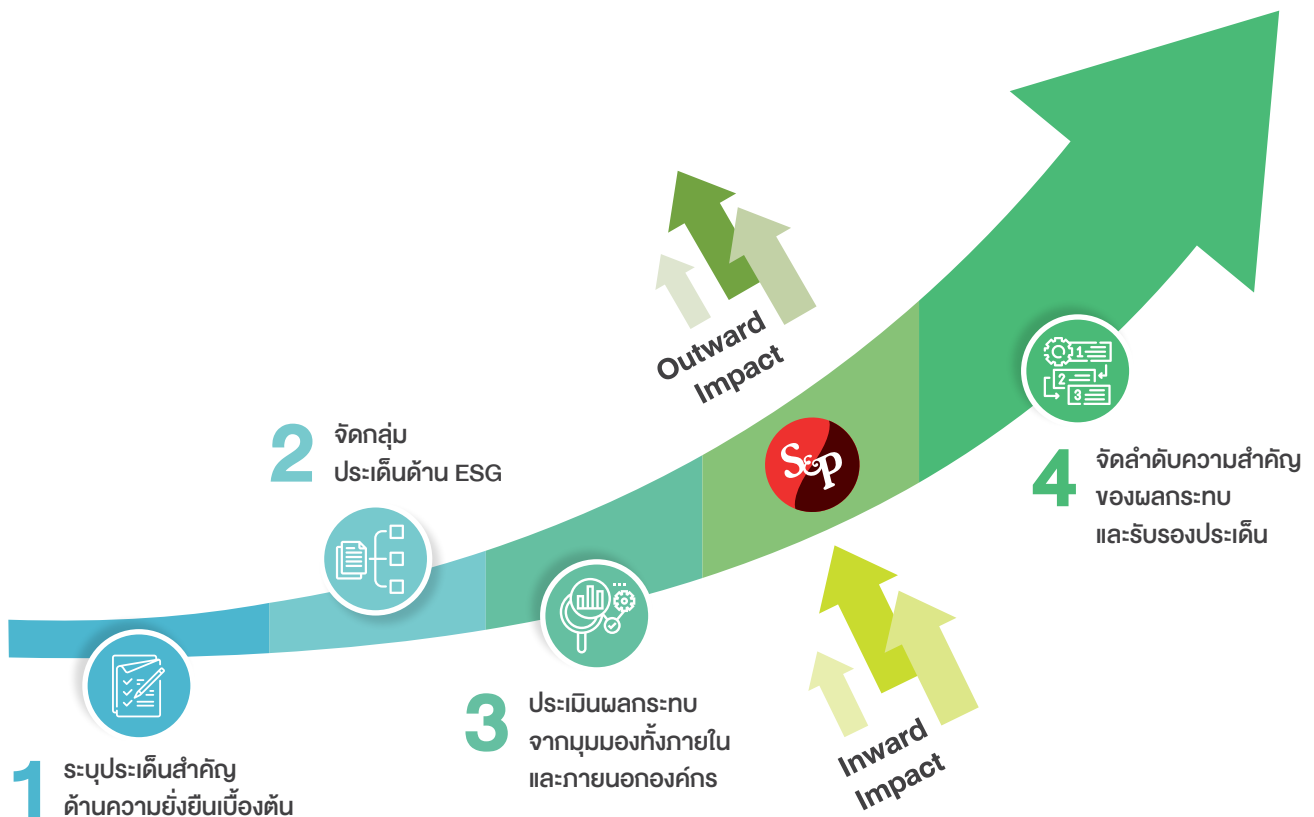
หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน โดยมีแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ การตลาด การผลิต ซึ่งนับเป็นข้อดีแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภค เนื่องจากการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาธุรกิจนั้นให้มีสินค้ามีคุณภาพสูง และมีความหลากหลายมากขึ้น ตลอดจนมีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุดอีกด้วย

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติทางการค้าอย่างเป็นธรรม และปฏิบัติตามกฎหมาย</li> <li>ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส</li> <li>มีความร่วมมือในระดับอุตสาหกรรม ในการพัฒนาระดับประเทศต่อไป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมร่วมของภาครัฐในด้านความร่วมมือต่างๆ</li> <li>การพบปะในงานสัมมนาที่เกี่ยวข้อง ในอุตสาหกรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามกรอบกติกาการแข่งขันสากล สนับสนุนนโยบายการแข่งขัน อย่างเป็นธรรม</li> <li>ไม่โจมตีกล่าวหาคู่แข่งในทางร้าย โดยไม่มีหลักฐานที่ชัดเจน เชื่อถือได้</li> <li>ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรม ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม และประเทศ</li> </ul>
ประเด็นด้านความยั่งยืน		
สิ่งแวดล้อม	สังคม	บรรษัทภิบาล
<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามกฎหมาย</li> <li>กระบวนการผลิตที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามกรอบกติกาการแข่งขันสากล</li> <li>สนับสนุนนโยบายการแข่งขัน อย่างเป็นธรรม</li> <li>ให้ความร่วมมือในกิจกรรมที่เป็น ประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมและประเทศ</li> </ul>

# การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

กระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ เริ่มต้นด้วยการระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเบื้องต้นในบริบทที่เกี่ยวข้องของธุรกิจ ตามด้วยการระบุผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาสที่จะเกิดขึ้น จากนั้นประเมินผลกระทบประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนจากมุมมองทั้งภายในและภายนอกองค์กรโดยผู้แทนของผู้มีส่วนได้เสีย และนำผลการประเมินเพื่อจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสีย

## ขั้นตอนการประเมินประเด็นที่สำคัญ

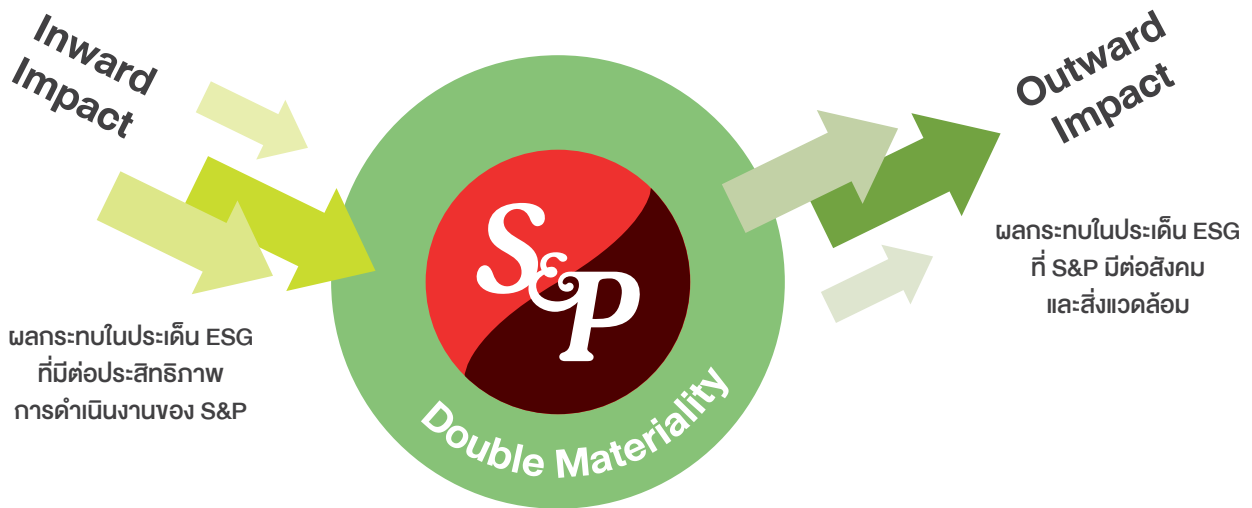


## 1. ระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเบื้องต้น

ในการระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเบื้องต้น บริษัทฯ ได้วิเคราะห์ตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมาตรฐานและกรอบการรายงานในระดับสากล ศึกษาทิศทางของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนบริษัทเทียบเคียงในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน และนำมาพิจารณาร่วมกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในปัจจุบัน เพื่อมาจัดลำดับความสำคัญของเป็นประเด็นด้านความยั่งยืนขององค์กร

## 2. จัดกลุ่มประเด็นด้าน ESG

บริษัทฯ ได้พิจารณาประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ได้ จัดกลุ่มประเด็นใหม่ โดยคัดประเด็นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจออก และรวมกลุ่มประเด็นย่อยที่สามารถรวมกันได้



## 3. ประเมินผลกระทบจากมุมมองทั้งภายในและภายนอกองค์กร

บริษัทฯ ได้วิเคราะห์ผลกระทบความเสี่ยงและโอกาส เพื่อให้เป็นไปอย่างครอบคลุม โดยได้นำแนวทางประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแบบ Double Materiality มาใช้ ทำให้บริษัทฯ สามารถจัดการกับข้อกังวลด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ได้อย่างรอบคอบ ทั้งนี้ ผู้ทำแบบประเมินเป็นผู้แทนของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง โดยในปี 2566 พบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ 18 ประเด็น

## 4. จัดลำดับความสำคัญของผลกระทบและรับรองประเด็น

บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากต่อกระบวนการจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีความสำคัญต่อกระบวนการดำเนินงานและผู้มีส่วนได้เสีย ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์และการทำความเข้าใจต่อปัจจัยต่างๆ อย่างรอบคอบ เพื่อระบุประเด็นที่สำคัญที่สุดที่บริษัทต้องให้ความสำคัญสูงสุด รวมทั้งได้พิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากประเด็นสำคัญต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย การประเมินนี้ได้นำการประเมินผลกระทบทางการเงิน การดำเนินงาน ชื่อเสียง และกฎระเบียบของแต่ละประเด็นเข้ามาร่วมพิจารณา สำหรับประเด็นที่มีโอกาสในการสร้างผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสีย จะถูกจัดลำดับให้มีความสำคัญสูง โดยในปี 2566 พบประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีความสำคัญมากที่สุด 6 ประเด็น

จากนั้นคณะทำงานนำเสนอประเด็นความยั่งยืนต่อคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน เพื่อพิจารณาเห็นชอบและอนุมัติประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน นำมาซึ่งการกำหนดขอบเขตการรายงานประเด็นสำคัญ อีกทั้งนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เหมาะสมต่อไป



# การประเมินประเด็น ESG ที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ ในปี 2566 โดยใช้แนวทาง Double Materiality



การประเมินประเด็นสำคัญเป็นหัวใจของการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืน บริษัทฯ มุ่งมั่น พัฒนาระบบการประเมินประเด็นสำคัญทางธุรกิจ ทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อทำความเข้าใจ และนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนที่มีความชัดเจนมากขึ้น ทำให้บริษัทฯ เข้าใจปัจจัยแบบองค์รวมทั้งภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อทางการเงินและ ESG ที่เกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียและบริษัทฯ สามารถกำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัด และแผนดำเนินงานของกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนที่จะพัฒนาบริษัทฯ ให้เกิดผลสำเร็จได้จริง

ในปี 2566 บริษัทฯ ปรับใช้แนวทางการประเมินประเด็นสำคัญทางธุรกิจที่ปรับปรุงใหม่ตามมาตรฐานการจัดทำรายงาน GRI ปี 2021 (Global Reporting Initiative, GRI 3: Material Topics 2021) เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงการจัดทำรายงานในระดับสากล บริษัทฯ จัดทำแบบประเมินศึกษาผลกระทบ และประเมินตามมุมมอง 2 ด้าน คือ:

## ผลกระทบภายใน (Inward Impact)

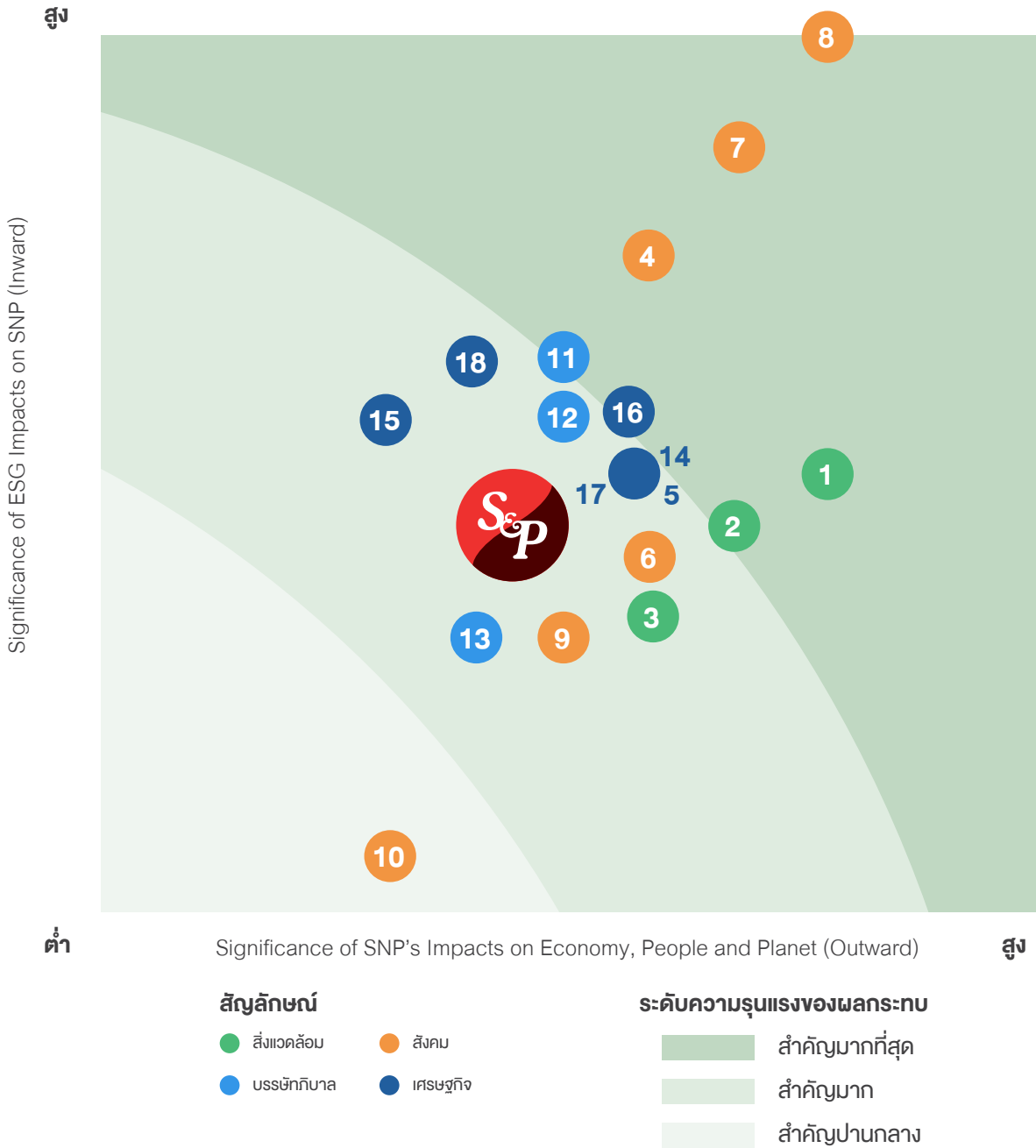
ผลกระทบที่มาจากภายนอกสู่ภายในองค์กร และมีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยส่งมอบ Double Materiality ในแง่ของความเสี่ยงและโอกาสที่มี หรือมีผลกระทบต่อมูลค่าองค์กรทั้งปัจจุบันและอนาคต

ผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และสังคม รวมทั้งที่มีผลด้านสิทธิมนุษยชนและผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ตลอดห่วงโซ่มูลค่า

## ผลกระทบภายนอก (Outward Impact)

บริษัทฯ รวมผลลัพธ์ของมุมมองทั้งสองนี้เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างเมทริกซ์ โดยปี 2566 มีประเด็นด้านความยั่งยืน 18 ประเด็น และทำการจัดลำดับประเด็นที่มีสาระสำคัญมากที่สุด จำนวน 6 ประเด็น ดังต่อไปนี้






# ผลจากการประเมินประเด็นความยั่งยืนแบบ Double Materiality Assesment



สำหรับรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ จะรายงานประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีความสำคัญมากที่สุด 6 ประเด็น ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน การมีส่วนร่วมของพนักงาน ความปลอดภัยของอาหาร ประสบการณ์ของลูกค้า และนวัตกรรมและเทคโนโลยี

ส่วนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีความสำคัญมาก 12 ประเด็น จะนำไปรายงานบนเว็บไซต์บริษัท <https://www.snppfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy> ได้แก่ การบริหารจัดการน้ำ โภชนาการและสุขภาพของลูกค้า อาหารที่เข้าถึงได้ในราคาที่เหมาะสม การพัฒนาบุคลากร การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน การมีคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ การบริหารจัดการความเสี่ยงห่วงโซ่อุปทานที่รับผิดชอบและยั่งยืน การบริหารแบรนด์ การพัฒนาสินค้า และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และพันธมิตรเชิงกลยุทธ์

# สรุปขอบเขตประเด็นความยั่งยืนสำคัญมากที่สุด ปี 2566 ที่มีผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

ประเด็นความยั่งยืนสำคัญมากที่สุด	1*	2*	3*	4*	UN SDGs				
	กลุ่มพนักงาน	กลุ่มลูกค้า/ผู้บริโภคร	กลุ่มชุมชนและสังคม	กลุ่มลูกค้า/พันธมิตรธุรกิจ		กลุ่มออกกฏ/ระเบียบ	กลุ่มนักลงทุน และ ผู้ถือหุ้น	กลุ่มคนที่บอกริพพลอื่นๆ	กลุ่มคู่แข่งการค้า
 <b>สิ่งแวดล้อม</b> สภาพภูมิอากาศ การจัดการของเสีย และอาหารส่วนเกิน	●	●	●	●	●		●		    
 <b>สังคม</b> การมีส่วนร่วม ของพนักงาน ความปลอดภัยด้านอาหาร ประสิทธิภาพของลูกค้า	●	●	●	●	●		●	●	    
 <b>บรรษัทภิบาล และเศรษฐกิจ</b> นวัตกรรมและเทคโนโลยี	●	●			●				  

# ประเด็นการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สำคัญที่สุดของ เอส แอนด์ พี ในปี 2566

ประเด็นด้าน ESG ที่สำคัญที่สุดในแต่ละมิติ ดังนี้

ประเด็นด้าน ESG	สิ่งแวดล้อม	สังคม	เศรษฐกิจ
<p><b>สภาพภูมิอากาศ</b></p> <p>ท่ามกลางการเติบโตของภาคธุรกิจและการกระจายตัวของภาคสังคมก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกปริมาณมหาศาลจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ อันเป็นต้นเหตุให้พื้นผิวโลกมีอุณหภูมิสูงขึ้น ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การผันแปรของสภาพภูมิอากาศของโลกที่กระทบต่อทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาคเกษตรกรรมและปศุสัตว์ที่เป็นแหล่งอาหารของมนุษย์</p>	<p><b>การมีส่วนร่วมของพนักงาน</b></p> <p>ปัญหาการดูแลสุขภาพและมีความเป็นอยู่ที่ดี เป็นประเด็นที่สังคมยุคใหม่ให้ความสนใจอย่างมาก เนื่องจากเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่แสวงหาอาหารและน้ำดื่ม เพื่อการบริโภคที่มีคุณภาพ สด สะอาดปลอดภัย และมีโภชนาการครบถ้วน</p>	<p><b>นวัตกรรมและเทคโนโลยี</b></p> <p>สถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นวัตกรรมและเทคโนโลยีโดยีเข้ามามีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการค้าเป็นธุรกิจ ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนในการทำงาน อีกทั้งยังสามารถบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้</p>	<p><b>นวัตกรรมและเทคนิคลอย</b></p> <p>หากบริษัทไม่เริ่มวางแผนปรับตัวในการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน และแสวงหาทางนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน อาจส่งผลกระทบต่ออายุเฉลี่ยทรัพยากรเกินความจำเป็น ทั้งทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และแรงงาน พนักงาน อีกทั้งค่าใช้จ่ายในการลงทุนด้านนวัตกรรมและพัฒนาเทคโนโลยีในอัตราที่สูงสำหรับกระบวนการผลิตที่ไม่มีมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อรับมือกับการจัดการสภาพภูมิอากาศในอนาคต</p>
<p><b>ความเสี่ยง</b></p> <p>การเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิอาจส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตรซึ่งอยู่ในห่วงโซ่อุปทานลดลง วัตถุประสงค์เสียหายและไม่ได้คุณภาพ ส่งผลต่อการหยุดชะงักในกระบวนการผลิต รวมทั้งต้นทุนในการจัดหาวัตถุดิบสูงขึ้น ท้ายที่สุดส่งผลให้สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค บริษัทเกิดการสูญเสียรายได้จากการขาย</p> <p>นอกจากนี้ ในอนาคตหากภาครัฐเรียกเก็บภาษีคาร์บอนจากการดำเนินงาน จะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการค้าเน้นกิจการของบริษัท ตลอดจนการลงทุนด้านเทคโนโลยีที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมีอัตราที่สูงขึ้น บริษัทได้วางแผนหาแหล่งวัตถุดิบสำรอง และการกระจายทรัพยากรหลายเออร์เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว</p>	<p><b>การมีส่วนร่วมของพนักงาน</b></p> <p>ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่กระทบต่อสุขภาพของทุกคน จากวิกฤตนี้ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป คัดสรรอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น ด้วยกระบวนการผลิตที่สะอาดปลอดภัยได้มาตรฐาน รวมถึงใส่ใจสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคใหม่ที่นิยมอาหารที่ทานสะดวก รสชาติ และมีคุณค่าทางโภชนาการเพื่อบริโภคในช่วงเวลาเร่งรีบ</p>	<p><b>การมีส่วนร่วมของพนักงาน</b></p> <p>ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่กระทบต่อสุขภาพของทุกคน จากวิกฤตนี้ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป คัดสรรอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น ด้วยกระบวนการผลิตที่สะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน รวมถึงใส่ใจสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคใหม่ที่นิยมอาหารที่ทานสะดวก รสชาติ และมีคุณค่าทางโภชนาการเพื่อบริโภคในช่วงเวลาเร่งรีบ</p>	<p><b>นวัตกรรมและเทคนิคลอย</b></p> <p>หากบริษัทไม่เริ่มวางแผนปรับตัวในการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน และแสวงหาทางนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน อาจส่งผลกระทบต่ออายุเฉลี่ยทรัพยากรเกินความจำเป็น ทั้งทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และแรงงาน พนักงาน อีกทั้งค่าใช้จ่ายในการลงทุนด้านนวัตกรรมและพัฒนาเทคโนโลยีในอัตราที่สูงสำหรับกระบวนการผลิตที่ไม่มีมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อรับมือกับการจัดการสภาพภูมิอากาศในอนาคต</p>



โอกาส	สิ่งแฉดล้อม	สังคม	เศรษฐกิจ
<p><b>โอกาส</b></p> <p>แนวโน้มของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปดไป โดยให้ความสาคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น หากบริษัทที่การปรับตัวโดยการผลิตผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ จะเป็นการเพิ่มฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ที่สนับสนุนธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจ สร้างรายได้ และกำไรที่ส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว</p> <p>ทั้งนี้ บริษัทได้ดำเนินโครงการขยายการติดตั้งคลังคางพลังงานแสงอาทิตย์จำนวน 4 แห่ง พร้อมทดลองโครงการ S&amp;P EV Truck เพื่อเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาดในห่วงโซ่อุปทาน อันเป็นการช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในระยะยาว</p>	<p>การมุ่งพัฒนาและผู้สุขภาพอย่างต่อเนื่องทั้งโภชนาการและการปรับสูตร ลดหวาน ลดมัน ลดเค็ม เพื่อสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ ในการออกกฎหมายควบคุมการจำกัดเก็บภาษีอากรตามปริมาณความหวาน/ความเค็ม (Sugar Tax/Sodium Tax) นอกจากนี้ยังเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคใหม่ ที่มองหาเมนูอร่อย ได้สุขภาพ นับเป็นโอกาสที่ดีในการสร้างการรับรู้และความมั่นใจแก่ผู้บริโภคในความเป็นแบรนด์อาหาร-เบเกอรี่ที่ดีต่อสุขภาพ</p> <p>บริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนาอาหารและเบเกอรี่เพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง อาทิ โครงการ Healthy Bakery รวมถึงการขอรับการรับรองสัญลักษณ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ (Healthier Logo) เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค</p>	<p>การลงทุนในนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการดำเนินงานเป็นโอกาสที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานสำหรับบริษัทที่มีการนำระบบ RPA (Robotic Process Automation) มาปรับใช้ในการทำงานของหน้าร้านและระบบงานภายใน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน ลดขั้นตอนในการทำงาน อีกทั้งยังช่วยลดภาระของพนักงานหน้าร้านได้</p>	<p>การลงทุนในนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการดำเนินงานเป็นโอกาสที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานสำหรับบริษัทที่มีการนำระบบ RPA (Robotic Process Automation) มาปรับใช้ในการทำงานของหน้าร้านและระบบงานภายใน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน ลดขั้นตอนในการทำงาน อีกทั้งยังช่วยลดภาระของพนักงานหน้าร้านได้</p>

# กลยุทธ์การพัฒนายั่งยืน

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจภายใต้ค่านิยมองค์กร ‘คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม’ โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ด้วยการดำเนินงานที่ดี มีคุณธรรม และมีความโปร่งใส มุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรไปพร้อมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม มีเป้าหมายการดำเนินธุรกิจตามกลยุทธ์หลักองค์กรในการ “สร้างสรรคความดี มุ่งสร้างความยั่งยืน” เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปพร้อมกับการสร้างความเจริญเติบโตสู่สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล

เมื่อปี 2561 บริษัทฯ ได้จัดตั้งสำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร แสดงถึงความมุ่งมั่นและทุ่มเทที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเป็นระบบ เพื่อก้าวไปสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน โดยมีการจัดทำกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน 3P (Planet, People, Prosperity) “ร่วมช่วยโลกให้ดีขึ้น เพื่อเราทุกคน โดยสร้างองค์กรให้แข็งแรง” มุ่งสร้างการเติบโตที่แข็งแรงจากภายใน แล้วส่งต่อไปสู่สังคม สิ่งแวดล้อมภายนอก โดยมีความสอดคล้องและดำเนินการไปในทิศทางเดียวกับกลยุทธ์หลักองค์กร เพื่อเป็นกรอบดำเนินงานของทุกหน่วยงานให้มีการสอดคล้องและดำเนินการไปในทิศทางเดียวกับกลยุทธ์หลักองค์กร เพื่อเป็นกรอบดำเนินงานของทุกหน่วยงานให้มีการสอดคล้องและดำเนินการไปในทิศทางเดียวกับกลยุทธ์หลักองค์กร เพื่อเป็นกรอบดำเนินงานของทุกหน่วยงานให้มีการสอดคล้องและดำเนินการไปในทิศทางเดียวกับกลยุทธ์หลักองค์กร

## กลยุทธ์การพัฒนายั่งยืน ของ เอส แอนด์ พี

ประกอบด้วยยุทธศาสตร์หลัก 3 ประการ และกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในการควบคุม สนับสนุน และกำกับดูแล เพื่อให้สามารถช่วยให้บรรลุเป้าหมายได้





## Planet : สิ่งแวดล้อม

**Planet:** บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และพัฒนาปรับปรุงระบบจัดการสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยมุ่งคิดค้นนวัตกรรมแสวงหาเทคโนโลยี และวิธีการดำเนินงานใหม่ๆ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการจัดการสิ่งแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้น ทั้งยังลดผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดต่อชุมชนและสังคมให้น้อยที่สุด โดยเฉพาะปัญหาหลักของธุรกิจอาหารคือ ขยะอาหารที่เกิดจากอาหารส่วนเกินจากการผลิต รวมทั้งความปลอดภัยสูงสุดของผู้บริโภค จึงมีการปรับเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นระบบจากการเก็บข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของทั้งองค์กร เพื่อหาแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ได้อย่างเป็นรูปธรรม



## People : สังคม

**People:** บริษัทฯ สนับสนุนการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีแก่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ คือ กลุ่มพนักงาน กลุ่มลูกค้า/ผู้บริโภค และกลุ่มสังคม/ชุมชน โดยมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพอาหาร และโภชนาการ เพื่อให้มีความปลอดภัยของอาหารสูงสุด รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถที่แข่งขันได้ ตลอดจนส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่อุปทานธุรกิจองค์กร



## Prosperity : เศรษฐกิจ/บรรษัทภิบาล

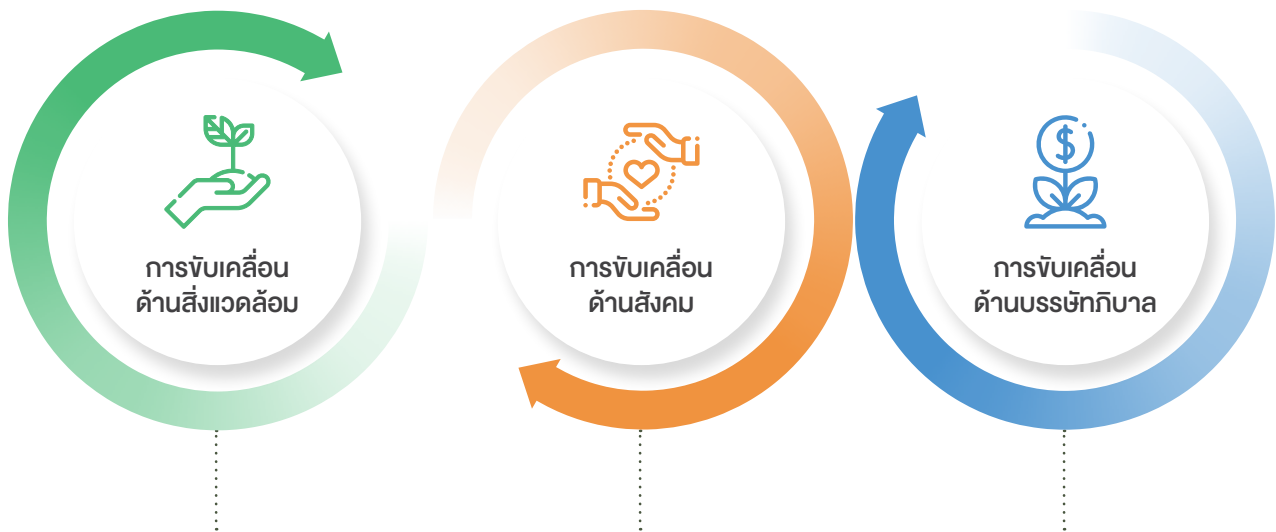
**Prosperity:** บริษัทฯ ให้ความสำคัญดูแล เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยความสุจริต โปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้ ตลอดจนสนับสนุนการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี รวมทั้งการปฏิบัติตามกฎหมายและจริยธรรมทางธุรกิจตามแนวปฏิบัติและมาตรฐานสากล ทั้งยังมุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการสำรวจความพึงพอใจเพื่อทราบความต้องการที่แท้จริง ซึ่งบริษัทฯ สามารถนำมาเป็นแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองได้อย่างถูกต้อง

ทั้งนี้ บริษัทฯ ดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามกลยุทธ์สู่ความยั่งยืน 3P บนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ภายใต้คำมั่นสัญญา “Healthier Family, Happier World” มีจุดมุ่งหมายสูงสุด คือ การสร้างสุขอนามัยที่ดีให้แก่ผู้บริโภคและสังคมควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เกิดผลกระทบเชิงบวก ลดผลกระทบเชิงลบ รวมทั้งการรักษาสมดุลของผลตอบแทนที่เหมาะสมต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ด้วยการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals : SDGs)

## เป้าหมายด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัทฯ ปี 2573

บริษัทฯ ได้วิเคราะห์การดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าเพื่อจัดลำดับความสำคัญของ SDGs ที่มีตัวชี้วัดเกี่ยวข้อง โดยพิจารณาจากปัจจัยขับเคลื่อนทางธุรกิจ ความเสี่ยงหลักและโอกาสในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความเสี่ยงอุบัติใหม่ที่จะส่งผลกระทบต่อช่วงเวลาไม่กี่ปีข้างหน้า โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) เป็นกรอบความคิดและการดำเนินงาน มีการนำประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality) มาเชื่อมโยง SDGs กับเป้าหมายการดำเนินงานของ บริษัทฯ เพื่อช่วยการขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายและสร้างผลกระทบเชิงบวกแก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งลดผลกระทบเชิงลบในทุกด้านให้มากที่สุดเช่นกัน

### เป้าหมายในปี 2573 (ค.ศ. 2030)



บริษัทฯ กำหนดให้ “**ความเป็นกลางทางคาร์บอน**” เป็นเป้าหมายสำคัญร่วมกันทั้งบริษัทฯ พนักงาน และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เนื่องจากเป็นประเด็นวิกฤติโลกที่ทั่วโลกให้ความสำคัญในการร่วมแก้ปัญหา โดยเริ่มทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งผลที่เกิดสร้างผลกระทบต่อการค้าปลีกและการดำรงชีวิตเป็นอย่างมาก

บริษัทฯ กำหนดให้ “**พัฒนาศักยภาพและสุขภาพของทุกคน**” เป็นอีกเป้าหมายที่มีผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งถือเป็นอีกความรับผิดชอบสำคัญของบริษัทฯ ในการสร้างธุรกิจให้เติบโตควบคู่กับการพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งให้ความรู้ เสริมทักษะ สร้างอาชีพ จากความรู้ความชำนาญของบริษัทฯ ผ่านโครงการต่างๆ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน และลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

บริษัทฯ กำหนดให้ “**ความร่วมมือเพื่อความแข็งแกร่ง**” เป็นอีกเป้าหมายที่สำคัญ โดยดำเนินความร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีความแข็งแกร่งในแต่ละด้าน ที่จะทำให้บริษัทฯ ได้เรียนรู้แบบย่อเวลา (Quick Win) เพื่อสร้างเครือข่ายของการพัฒนาที่ยั่งยืน มุ่งเน้นสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ “คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม” โดยปลูกฝังเป็นรากฐานในการร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป



# ความมุ่งมั่นในการสนับสนุน 7 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2566

## ผลการดำเนินงาน ปี 2566

- สนับสนุนเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิตในโครงการ S&P Food Rescue จำนวน 202,598 มื้อ จำนวน 16.24 ล้านบาท
- มีร้านอาหาร เบเกอรี่ช็อป และบริการดีลิเวอรี่ จำนวน 450 แห่ง ในทุกภูมิภาค เพื่อการเข้าถึงที่สะดวกของผู้บริโภค

- การเพิ่มความร่วมมือด้านงานบริการโดยยั่งยืน ด้วยการบริหาร Bakery Waste ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมเพิ่มขึ้น 30%
- พัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลาย สะดวก ตอบโจทย์ผู้บริโภคอยู่เสมอ

## แผนปี 2573 (ค.ศ.2030)

- พัฒนาเมนูสุขภาพ รวมถึงการใช้ข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการแก่ผู้บริโภค 15 เมนู
- วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวนไม่น้อยกว่า 2 โครงการ คือ โครงการ Healthy Bakery และ โครงการกระเป๋ารักโลก

- พัฒนาเมนูสุขภาพ รวมถึงการใช้ข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการแก่ผู้บริโภค 100 เมนู
- วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวนไม่น้อยกว่า 5 โครงการ

## แผนปี 2593 (ค.ศ.2050)

- การเพิ่มความร่วมมือด้านงานบริการโดยยั่งยืน ด้วยการบริหาร Bakery Waste ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมเพิ่มขึ้น 30%
- พัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลาย สะดวก ตอบโจทย์ผู้บริโภคอยู่เสมอ

- พัฒนาเมนูสุขภาพ รวมถึงการใช้ข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการแก่ผู้บริโภค 100 เมนู
- วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวนไม่น้อยกว่า 5 โครงการ

2  
ZERO  
HUNGER



3  
GOOD  
HEALTH  
AND  
WELL-BEING



4  
QUALITY  
EDUCATION



8  
DECENT  
WORK  
AND  
ECONOMIC  
GROWTH



- งบประมาณเพื่ออบรวมความรู้เพิ่มศักยภาพบุคลากร 45 ล้านบาท
- ดำเนินโครงการศูนย์การเรียนรู้ S&P และนักเรียนทวิภาคี เพื่อสร้างโอกาสและยกระดับคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน
- มีอัตราการออกโดยสมัครใจของพนักงานทุกระดับในองค์กร (Staff Turnover Rate) คิดเป็น 42.32%
- ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานทุกระดับในองค์กร สร้างผลตอบแทนให้บริษัท จำนวน 8,527.77 บาท ต่อคนต่อปี
- สนับสนุนลูกค้าท้องถิ่น จำนวน 35.75 ล้านบาท และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน จำนวน 148 ล้านบาท

- งบประมาณด้านการอบรมหลักสูตรต่างๆ ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน ได้แก่ โภชนาการ การคัดแยกขยะ การเพิ่ม Productivity
- ดำเนินโครงการเพื่อสร้างโอกาสและยกระดับคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน

- งบประมาณด้านการอบรมหลักสูตรต่างๆ ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน ได้แก่ โภชนาการ การคัดแยกขยะ การเพิ่ม Productivity
- ดำเนินโครงการเพื่อสร้างโอกาสและยกระดับคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน

- มีอัตราการออกโดยสมัครใจของพนักงานทุกระดับในองค์กร (Staff Turnover Rate) คิดเป็น 60%
- ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานทุกระดับในองค์กร สร้างผลตอบแทนให้บริษัท ในอัตรากำไรเติบโตปีละ 2.4%
- สนับสนุนลูกค้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องตามศักยภาพของชุมชน

- มีอัตราการออกโดยสมัครใจของพนักงานทุกระดับในองค์กร (Staff Turnover Rate) ไม่น้อยกว่า 60%
- ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานทุกระดับในองค์กร สร้างผลตอบแทนให้บริษัท ในอัตรากำไรเติบโตปีละ 2.4%
- สนับสนุนลูกค้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องตามศักยภาพของชุมชน

- มีอัตราการออกโดยสมัครใจของพนักงานทุกระดับในองค์กร (Staff Turnover Rate) ไม่น้อยกว่า 60%
- ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานทุกระดับในองค์กร สร้างผลตอบแทนให้บริษัท ในอัตรากำไรเติบโตปีละ 2.4%
- สนับสนุนลูกค้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องตามศักยภาพของชุมชน

## ผลการดำเนินงาน ปี 2566

- บริหารจัดการเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิตคิดเป็น 10.13%
- ส่งต่อบรรจุภัณฑ์พลาสติกเพื่อรีไซเคิล จำนวน 2,638 กิโลกรัม



12

RESPONSIBLE  
CONSUMPTION  
AND PRODUCTION

13

CLIMATE  
ACTION

- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าลง 20% ลดค่าใช้จ่ายลง 5.06 ล้านบาทจากการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ในกระบวนการผลิตเบเกอรี่ ณ โรงงานผลิตเบเกอรี่ เอส แอนด์ พี บางนา-ตราด กม23.5

- ลดการใช้น้ำมันดีเซล 6,500 ลิตรต่อปี ลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 20 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่าจากการใช้รถขนส่งไฟฟ้า (S&P EV Truck)

- ความร่วมมือกับพันธมิตรในด้านต่างๆ เพื่อส่งเสริม แบ่งปัน ยกระดับความรู้ด้วยแนวทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ โครงการ You เทิร์น by GC โครงการวน โครงการ Paper-X และโครงการร่วมกับ แอปพลิเคชัน Yindli

17

PARTNERSHIP  
FOR DEVELOPMENT

## แผนปี 2573 (ค.ศ.2030)

- ควบคุม Bakery Waste ไม่เกิน 5.5% ของยอดขาย
- ดำเนินโครงการตามแนวทาง Circular Economy เพิ่มขึ้น

- บรรจุภัณฑ์อาหารที่ย่อยสลายได้ รีไซเคิลได้ หรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ 100%

- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขต 1 และ 2 ลดลง 20%

- ร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืนเพิ่มขึ้น 5 โครงการ

## แผนปี 2593 (ค.ศ.2050)

- ควบคุม Bakery Waste ไม่เกิน 4.5% ของยอดขาย
- ดำเนินโครงการตามแนวทาง Circular Economy เพิ่มขึ้น

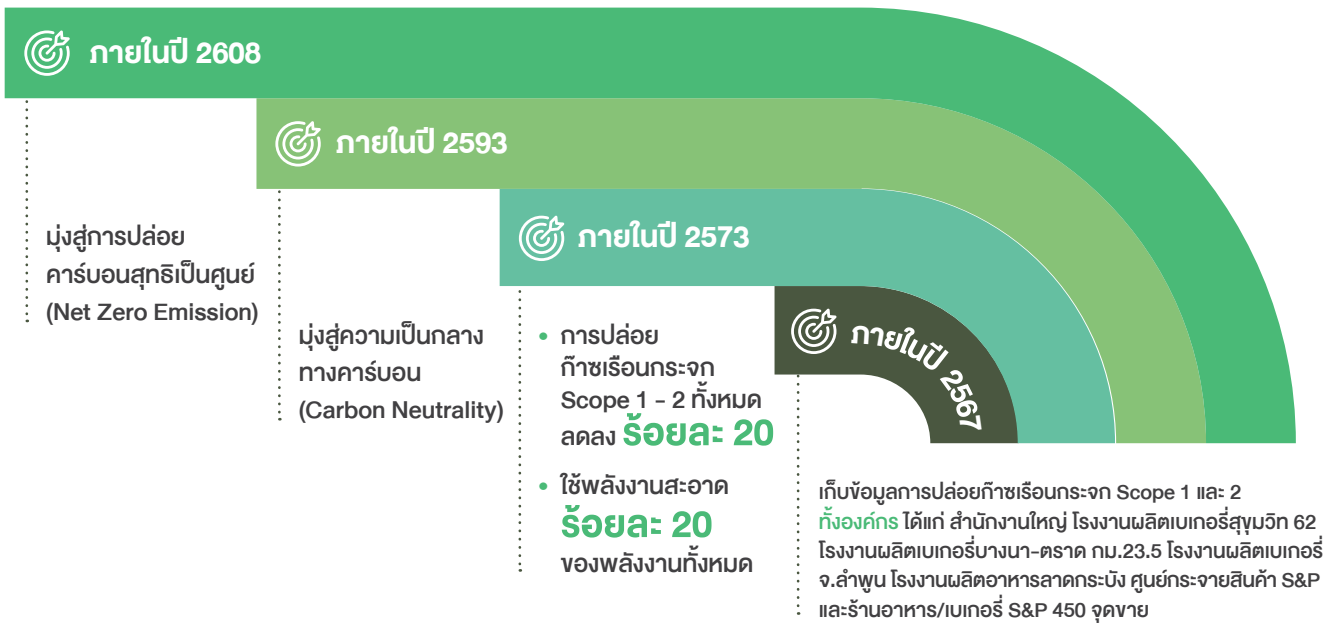
- บรรจุภัณฑ์อาหารที่ย่อยสลายได้ รีไซเคิลได้ หรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ 100%

- มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality)

- ร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืนเพิ่มขึ้น 5 โครงการ

# สภาพภูมิอากาศ การใช้พลังงาน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

## เป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว



## ผลการดำเนินงาน เทียบเป้าหมาย

**เก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 - 2** ได้แก่ สำนักงานใหญ่ โรงงานผลิตเบเกอรี่สุบุมวิท 62 โรงงานผลิตเบเกอรี่บางนา-ตราด กม. 23.5 โรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง ศูนย์กระจายสินค้า S&P และร้านอาหาร/เบเกอรี่ S&P 375 จุดขาย

**ข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ** โรงงานผลิตเบเกอรี่สุบุมวิท 62 โรงงานผลิตเบเกอรี่บางนา กม. 23.5 โรงงานผลิตเบเกอรี่ลำพูน จ.ลำพูน ศูนย์กระจายสินค้า S&P และร้านอาหาร/เบเกอรี่ S&P

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/planet>

## ที่มาและความเกี่ยวข้อง

ตามที่ประชุม COP28 หรือ การประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change Conference of the Parties: UNFCCC COP) ครั้งที่ 28 ซึ่งประเทศไทยมีเจตนาที่จะทำให้บรรลุตามเป้าหมายการจำกัดอุณหภูมิตามที่ระบุไว้ในข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) โดยเน้นย้ำถึงความพยายามในทุกระดับ เพื่อบรรลุเป้าหมายการรักษาอุณหภูมิทั่วโลกตามข้อตกลงปารีส พยายามจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส ภายในปี 2643

การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศโลก (Climate Change) ทั้งระดับภูมิภาค และระดับประเทศ มีสาเหตุมาจากการผลิตและการบริโภคของมนุษย์อย่างต่อเนื่องและยาวนาน โดยผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ นับวันยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น ก่อให้เกิดปัญหาในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สุขภาพ ความมั่นคง และเศรษฐกิจ ตลอดจนเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจในระยะยาว ซึ่งการบริหารจัดการของภาคธุรกิจในด้าน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสามารถส่งผลกระทบต่อ

ต่อการดำรงชีวิตของประชากร ทั้งสิทธิ เสรีภาพในการเข้าถึงอากาศที่ดี ทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ อาหารและน้ำที่เพียงพอ การดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพดี เท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน และภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศโลก

การเติบโตของภาคธุรกิจและการกระจายตัวของภาคสังคมก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกปริมาณมหาศาลจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ส่งผลกระทบโดยตรงทำให้โลกมีพลังงานความร้อนสะสมอยู่บนผิวโลกและชั้นบรรยากาศมากขึ้น อันเป็นต้นเหตุให้พื้นผิวโลกมีอุณหภูมิสูงขึ้น ผลที่ตามมาคือการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การผันแปรของสภาพภูมิอากาศของโลกและท้องถิ่น

## ความมุ่งมั่น

เอส แอนด์ พี ในฐานะผู้ผลิต และผู้ให้บริการอาหารและเบเกอรี่อันดับต้นๆ ของประเทศ จึงพยายามศึกษาและเร่งดำเนินการตามนโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างจริงจัง รวมถึงดำเนินการเพื่อลดการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าตลอดจนมุ่งหาทางปรับปรุงงานทางวิศวกรรมต่างๆ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยลดภาวะโลกร้อนด้วยตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อที่มีร่วมกัน ทั้งนี้ มีการบันทึกข้อมูลและเปิดเผยข้อมูลปริมาณการใช้ไฟฟ้า/พลังงานของบริษัทเพื่อทราบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร สำหรับเป็นข้อมูลในการวางแผนลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้วยการพัฒนากระบวนการทำงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ อันเป็นการเปลี่ยนผ่านไปสู่ธุรกิจคาร์บอนต่ำ พร้อมปรับตัวรับมือต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

- ประกาศแนวปฏิบัติด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ เพื่อแสดงความมุ่งมั่นในการดำเนินการด้านสภาพภูมิอากาศของบริษัทฯ
- ประกาศความมุ่งมั่นในการกำหนดเป้าหมายสูงสุดในการมุ่งสู่ การปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2608 เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการควบคุมอุณหภูมิของโลกไม่ให้สูงเกิน 1.5 องศาเซลเซียส
- การวิเคราะห์ประเด็นผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่คุณค่าที่มีผลกระทบต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนการรับมือต่อความเสี่ยงและการเข้าถึงโอกาสได้อย่างทันการณ์

- การเปิดเผยข้อมูลการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Impact Report) ซึ่งจะเป็นการพัฒนาต่อจากรายงานตามแนวทางมาตรฐาน Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) ของบริษัทฯ ที่ดำเนินการในปี 2566 และสอดคล้องกับมาตรฐาน IFRS S2 เพื่อเป็นข้อมูลแก่นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงศักยภาพการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสของบริษัทฯ

## แนวทางการดำเนินงาน

### • คณะกรรมการจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ

จากประเด็นดังกล่าว บริษัทฯ กำหนดให้ประธานคณะกรรมการบริษัท เป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ทิศทางและยุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน โดยให้คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน (Corporate Governance and Sustainable Development Committee) และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) ติดตามและประเมินงานด้านการกำกับดูแลความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนสนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะทำงานกำกับดูแลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Committee) ซึ่งมีหน้าที่ติดตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับโลกและระดับท้องถิ่นที่มีผลกระทบต่อความยั่งยืน ตลอดจนจัดทำแผนการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อมุ่งไปสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ทั้งนี้ คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนจะสรุปผลการดำเนินงานและนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกไตรมาส ในประเด็นสำคัญกับบริษัทฯ มีความเสี่ยงที่จำเป็นต้องดำเนินการ

แนวปฏิบัติด้านการบริหารจัดการ  
สิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ





## • การประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับประเทศในระยะยาว ส่งผลกระทบต่อผลผลิตทางการเกษตร การปศุสัตว์ และการประมงอย่างมาก บริษัทฯ มีแนวทางการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยทำการวิเคราะห์ ประเมินผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่คุณค่าที่มีผลกระทบต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกับประเภทความเสี่ยงตามที่บริษัทฯ กำหนด รวมทั้งการผลิตอาหารที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งวัตถุดิบทางการเกษตร การปศุสัตว์ และการประมง ในประเด็นสำคัญดังนี้

1. **สูญเสียพื้นที่** เนื่องจากการเพิ่มสูงขึ้นของระดับน้ำทะเล และน้ำจะมีความเค็มมากขึ้น
2. **พื้นที่การเกษตรจะขยับถอยร่นจากการรุกคืบของน้ำเค็ม** คุณภาพของผลผลิตจะเปลี่ยนแปลงไป
3. **ปริมาณน้ำที่จะนำมาใช้ในการชลประทานจะลดลง**
4. **ระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้นมีผลกระทบต่อ การประมง** เพราะจะทำให้อุณหภูมิของน้ำ กระแสน้ำ การไหลของน้ำจืด และการหมุนเวียนของธาตุอาหาร เปลี่ยนแปลงไป

บริษัทฯ มองเห็นถึงโอกาสในการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบด้านการเกษตร ปศุสัตว์ คุณค่าทางโภชนาการ และกระบวนการขนส่งที่มีประสิทธิภาพเพื่อรักษาคุณภาพสินค้า และความปลอดภัยของอาหารก่อนส่งมอบถึงผู้บริโภค โดยมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์เหล่านี้

## ปัจจัยเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



พายุลมแรงพายุลม  
(Windstorm)



ฝนตกชุกแรง  
(Heavy Rainfall)



ระดับน้ำทะเลสูงขึ้นกัดเซาะชายฝั่ง  
(Sea Level Rise)



การรุกคืบของน้ำเค็ม  
(Saltier Water Intrusion)



น้ำท่วมฉับพลัน  
(Flash Flood)



อุณหภูมิเฉลี่ยสูงขึ้นในน้ำเลี้ยง  
(Temperature Rise)



ภัยแล้ง  
(Drought)



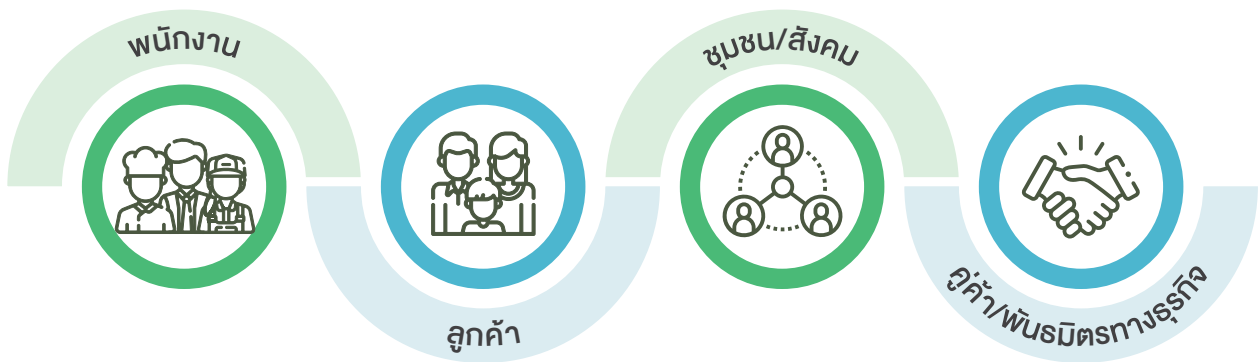
ไฟไหม้ป่า  
(Forest Fire)



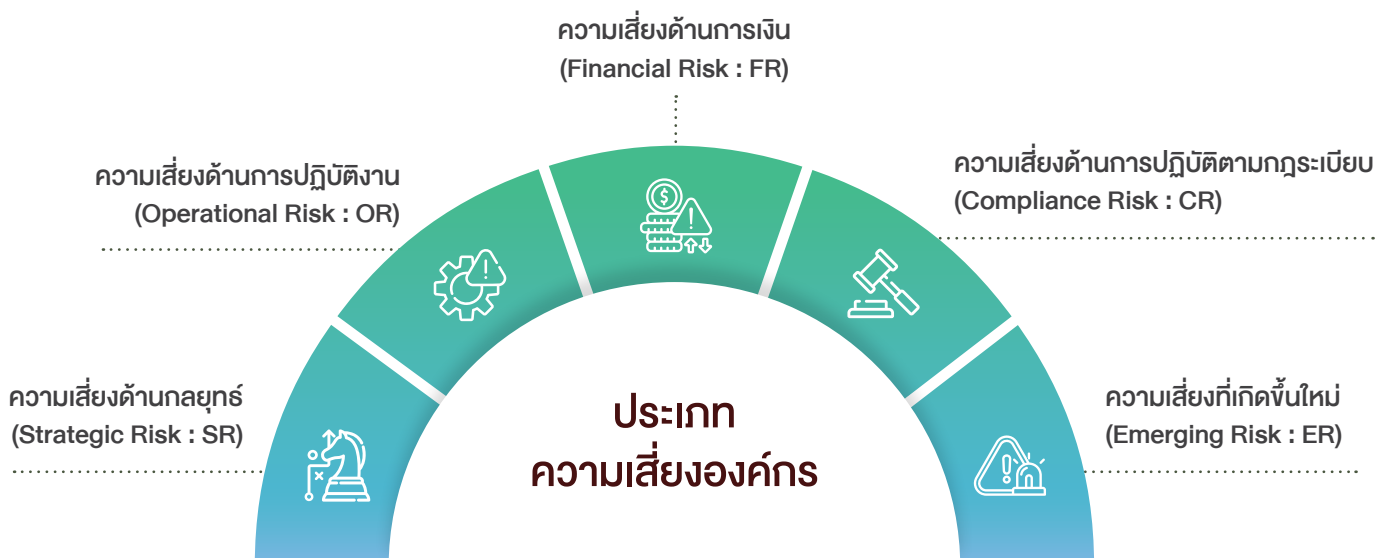
โรคระบาด / แมลงศัตรูพืช  
(Plague and Pest Attacks)



## ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่อยู่ในความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



## ประเภทความเสี่ยงองค์กร





# ผลการประเมินความเสี่ยงต่อองค์กรด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

โอกาส ผลกระทบ	เกิดขึ้นยาก (1)	เกิดขึ้นน้อย (2)	เกิดขึ้นบ้าง (3)	เกิดขึ้นสูง (4)	เกิดขึ้นสูงมาก (5)
สูงมาก (5)	5	10 (7)	15	20 (2)	25 (1)
สูง (4)	4	8 (3) 10 (9) 13	12 (8)	16	20
ปานกลาง (3)	3	6 (6)	9 (4) 11 (11)	12	15
น้อย (2)	2	4 (5) 14	6	8	10
น้อยมาก (1)	1	2	3	4	5

- ระดับความเสี่ยงปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ต้องกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดพร้อมมาตรการ
- ระดับความเสี่ยงปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ต้องเฝ้าระวัง
- ระดับความเสี่ยงปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่พอจะยอมรับได้ โดยมีวิธีควบคุม
- ระดับความเสี่ยงปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ยอมรับได้ ไม่ต้องการควบคุม
- ขนาดของขอบเขตผลกระทบที่มีต่อจำนวนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน

## • ความเสียหายของผลผลิตทางการเกษตร

เป็นความเสี่ยงระบบความมั่นคงด้านอาหาร (Supply Chain Security) ที่มีฐานการผลิตจากธรรมชาติ เพราะเกษตรกรรมเป็นวิธีที่พึ่งพาสภาพภูมิอากาศ เมื่อระบบนิเวศมีการเปลี่ยนแปลงรุนแรง เช่น ความแห้งแล้งสลับอุทกภัย ฝนไม่ตกตามฤดูกาล อุณหภูมิโลกเพิ่มขึ้น ดินเสื่อมสภาพ โรคและแมลงศัตรูพืชระบาด เป็นสาเหตุของการขาดแคลนผลผลิตทางการเกษตร และคุณภาพของผลผลิตที่เปลี่ยนไป ดังนั้น ผลกระทบจากสภาพภูมิอากาศแปรปรวนจึงมีผลต่อการผลิตอาหาร ก่อให้เกิดปัญหาผลผลิตที่ลดลง กระทบต่อความมั่นคงอาหารและราคาอาหารที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้ยากด้วย

## • คุณภาพของผลผลิตการเกษตรมีรสชาติ และสีที่เปลี่ยนไป

คุณภาพวัตถุดิบมีความสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจอาหาร อาทิ รสชาติ ตรงตามมาตรฐาน และสีของอาหารที่น่ารับประทาน โดยพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการปลูกพืชผล แหล่งประมง อาจขยับเปลี่ยนไป ตามการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ การเพิ่มสูงขึ้นของระดับน้ำทะเล และระดับความเค็มของน้ำทะเลที่มากขึ้น ล้วนมีผลกระทบต่อการผลิตอาหารที่เปลี่ยนแปลงไปในระบบนิเวศ

## • ในช่วงอุณหภูมิโลกสูง การเก็บรักษาสินค้าและการขนส่งจำเป็นต้องใช้พลังงานสูงขึ้น

ระบบสายโซ่ความเย็นในการบริหารจัดการวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์อาหารและเบเกอรี่เป็นระบบที่ควบคุมอุณหภูมิให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อรักษาคุณค่าทางโภชนาการของอาหารแต่ละประเภท (Nutrient) การรักษาคุณภาพ และลดความเสียหายของผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญต่อการขนส่งวัตถุดิบ ในระยะทางไกล โดยเฉพาะการขนส่งในประเทศเขตร้อนอย่างประเทศไทย ที่ในฤดูแล้งมีอุณหภูมิสูงขึ้นมาก อาจส่งผลกระทบต่อวัตถุดิบบางประเภท เช่น กะทิ ดังนั้น การลงทุนด้านอุปกรณ์รักษาความเย็นในการขนส่ง และค่าใช้จ่ายด้านพลังงานที่เพิ่มขึ้น จึงเป็นประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อบริษัท

## • การผลิต และการบริการต้องหยุดชะงักดับพลับ

การเกิดภัยพิบัติที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจอันมีที่มาจากจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ คือ การเกิดขึ้นอย่างไม่คาดฝัน ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ ดังนั้น บริษัทควรวางแผนเตรียมตัวป้องกัน เพื่อลดผลกระทบอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ฝนตกน้ำท่วมฉับพลัน เข้าทำลายเกิดความเสียหายต่อเครื่องจักรในโรงงาน ฯลฯ ทำให้บริษัทฯ ต้องหันกลับมามาทบทวนนโยบายการลงทุนของบริษัทอย่างจริงจัง โดยการใช้ข้อมูลพิจารณาความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสำหรับการลงทุนในระยะ 3-5 ปี บริษัทฯ มีการจัดทำแผนจัดการภาวะวิกฤตหรือแผนดำเนินการธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) เพื่อการรับมือความเสี่ยงที่สำคัญ



## มาตรการและแนวทางการรับมือความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

### ประเด็นความเสี่ยง

- ความเสียหายของผลผลิตทางการเกษตร
- คุณภาพของผลผลิตทางการเกษตร มีรสชาติ และสีที่เปลี่ยนไป
- ในช่วงอุณหภูมิโลกสูง การเก็บรักษาสินค้าและการขนส่งจำเป็นต้องใช้พลังงานสูงขึ้น
- การผลิต และการบริการ ต้องหยุดชะงักฉับพลัน

### มาตรการและแนวทางการรับมือ

#### ด้านคุณภาพผลผลิตทางการเกษตร

- สร้างเครือข่ายคู่ค้าเกษตรกร เพื่อร่วมแบ่งปันความรู้และพัฒนาผลผลิตที่มีคุณภาพที่ดีเลิศ ยกกระดับผลผลิตของเกษตรกรไทย
- ส่งเสริมการสร้างรายได้ให้คู่ค้าท้องถิ่นเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี
- การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลง

#### ด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์

- พิจารณาปรับเปลี่ยนระบบการขนส่งสินค้าเป็นรถขนส่งไฟฟ้าตลอดกระบวนการเพื่อบริหารจัดการการขนส่งสินค้า และรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

#### ด้านการขายและการบริการ

- จัดทำแบบประเมินความเสี่ยงครอบคลุมแนวทางด้าน ESG เพื่อวางแผนรับมือป้องกันและเตรียมการได้ทันสถานการณ์ ไม่ก่อให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ หรือก่อให้เกิดผลกระทบในระดับต่ำที่สุด

ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ใน รายงานผลกระทบด้านการเงินจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (IFRSS2 Report) <https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/planet>

## สรุปผลการดำเนินงานปี 2566

### การดำเนินงานตามมาตรการและแนวทางการรับมือความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



#### ด้านคุณภาพผลผลิตทางการเกษตร

- สนับสนุนคู่ค้าท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 2.3 ของคู่ค้าทั้งหมด
- สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร และชุมชน ประมาณ 35.75 ล้านบาท
- บริษัทสนับสนุนคู่ค้าท้องถิ่น โดยกระจายการสนับสนุนไปภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ



#### ด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์

- การใช้รถบรรทุกไฟฟ้า (EV Truck) ในการขนส่งสินค้าไปยังหน้าร้าน S&P
- เพิ่มประสิทธิภาพในด้านการขนส่งสินค้า โดยการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า (Smart Distribution Center) เพื่อบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล



#### ด้านการขายและการบริการ

- อยู่ระหว่างการดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กรอย่างเป็นระบบ

## การใช้พลังงานทั้งหมด (โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง)

	ปริมาณการใช้ (กิโลวัตต์)	ปริมาณการใช้ทั้งหมด (กิโลวัตต์)	ความเข้มข้นการใช้พลังงาน ต่อหน่วยการผลิต
พลังงานที่ใช้แล้วหมดไป (non-renewable)	16,154.93	28,770.19	5.97
พลังงานหมุนเวียน (renewable)	2,076.63		
พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	12,615.26		

## การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) (โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง)

	ปริมาณการปล่อยทั้งหมด (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	ความเข้มข้นการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยการผลิต (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อหน่วย)
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1)	4,666	0.97
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม จากการใช้พลังงาน (Scope 2)	1,752	0.36
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 3)	7,434	1.54

## การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) (สำนักงานใหญ่)

	ปริมาณการปล่อยทั้งหมด (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	ความเข้มข้นการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกต่อพื้นที่ ตร.ม. (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อพื้นที่ ตร.ม.)
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1)	330	0.1890
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม จากการใช้พลังงาน (Scope 2)	58	0.0332
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 3)	74	0.0424

ทั้งนี้ ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของโรงงานผลิตเบเกอรี่สุซุมวิท62 โรงงานผลิตเบเกอรี่บางนา กม.23.5 โรงงานผลิตเบเกอรี่ลำพูน จ.ลำพูน ศูนย์กระจายสินค้า S&P และร้านอาหาร/เบเกอรี่ S&P สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/planet>

# โครงการที่สำคัญ ปี 2566

## โครงการติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์

### วัตถุประสงค์โครงการ

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้ขยายโครงการ “Solar Roof” เพิ่มเติม 4 แห่ง ณ โรงงานผลิตเบเกอรี่เอส แอนด์ พี บางนา-ตราด กม.23.5 เฟส 3 โรงงานผลิตเบเกอรี่จ.ลำพูน โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง และศูนย์กระจายสินค้าเอส แอนด์ พีที่สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้า โดยใช้พลังงานสะอาดทดแทนในกระบวนการผลิตเบเกอรี่และอาหาร นอกจากนี้ ยังสามารถช่วยลดความร้อนให้แก่ตัวอาคารแล้ว ยังเป็นการลดภาระของเครื่องปรับอากาศ และเครื่องทำความเย็นได้อีกด้วย

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- โรงงานผลิตเบเกอรี่เอส แอนด์ พี บางนา-ตราด กม.23.5 แสดงแนวโน้มการใช้พลังงานสะอาดทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้า ในช่วงเวลากลางวัน จะเห็นได้ว่าในปี 2566 มีสัดส่วนการลดใช้พลังงาน 20% เนื่องจากการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นตามกำลังการผลิตเบเกอรี่ที่เพิ่มขึ้น
- โรงงานผลิตเบเกอรี่สุโขมิวิท 62 ติดตั้งระบบ Solar Light เนื่องจากสภาพพื้นที่ไม่สามารถรองรับการติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ได้ โดยมีขนาดติดตั้ง 3.3 กิโลวัตต์ต่อชั่วโมง สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 8 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ 50,000 บาทต่อปี

### สรุปการขยายโครงการติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ ปี 2566

สถานที่	Food -LKB	Bakery-Bangna trad	Bakery-Lumphun	Smart DC	รวมทั้งสิ้น
	Solar Roof-Phase 1 (เริ่มใช้งานเดือนมีนาคม - ธันวาคม 2566)	Solar Roof-Phase 3 (เริ่มใช้งานเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2566)	Solar Roof-Phase 1 (เริ่มใช้งานเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2566)	Solar Roof-Phase 1 (เริ่มใช้งานเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2566)	
ขนาดติดตั้ง (Kwh)	532.56	313.5	293	596.85	1,735.91
งบประมาณลงทุน (ล้านบาท)	13.91	8.18	7.27	12.43	41.79
กำลังผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Kwh)	576,841.73	86,106	86,300	142,900	892,147.73
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (TonCO <sub>2</sub> e)	280.18	45.21	40	66	439.57
ประหยัดค่าใช้จ่าย (ล้านบาท)	2.85	0.41	0.35	0.58	4.19

หมายเหตุ: ข้อมูล ณ เดือนเมษายน 2567



ศูนย์กระจายสินค้า S&P



โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง



โรงงานผลิตเบเกอรี่เอส แอนด์ พี บางนา-ตราด กม.23.5 (1W/ส3)



โรงงานผลิตเบเกอรี่เอส แอนด์ พี จ.ลำพูน

## โครงการ S&P EV Truck

### วัตถุประสงค์โครงการ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด เพื่อให้บริษัทฯ สังคม และสิ่งแวดล้อมเติบโตร่วมกันได้อย่างสมดุลและยั่งยืน บริษัทฯ จึงดำเนินโครงการทดลองใช้รถบรรทุกไฟฟ้า (EV Truck) เพื่อทดลองใช้สำหรับขนส่งและกระจายสินค้า จากศูนย์กระจายสินค้าไปยังสาขา S&P อีกทั้งบริษัทฯ ยังตั้งเป้าการเพิ่มรถบรรทุกพลังงานสะอาด อีก 4 คัน ในปี 2567 เพื่อครอบคลุมระยะทางขนส่งสายหลัก และช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการเผาไหม้เชื้อเพลิงด้วย อันเป็นแนวทางในการพัฒนาการขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างความยั่งยืนในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ ให้ครอบคลุมกระบวนการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น

โครงการ S&P EV Truck เริ่มดำเนินการขนส่งในเดือน ธันวาคม 2566 โดยนำรถบรรทุกขนส่งสินค้าที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า 100% ไฟฟ้า 4 ล้อ มาทดลองวิ่งขนส่งสินค้าจากคลังสินค้ากระจายไปยังหน้าร้าน S&P นอกจากนี้ ภายในศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทฯ มีการใช้รถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งใช้แบตเตอรี่เป็นพลังงานในการขับเคลื่อนซึ่งนับว่าเป็นพลังงานสะอาด สำหรับใช้ในกิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้า ภายในคลังสินค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ และอำนวยความสะดวกในการทำงาน

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- รถบรรทุกไฟฟ้า 4 ล้อ 1 คันจะสามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลงปีละประมาณ 20 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- ลดการใช้น้ำมันดีเซล 6,500 ลิตร/ปี
- เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ 616 ต้น



## โครงการ Drop & Go

### วัตถุประสงค์โครงการ

เพื่อบริหารจัดการรถขนส่งให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ด้วยการเพิ่มการใช้พื้นที่ภายในรถขนส่ง สามารถเพิ่มจำนวนจุดส่งสินค้าได้มากขึ้น และลดระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า S&P ในแต่ละจุดให้รวดเร็วยิ่งขึ้น

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดปริมาณการใช้รถขนส่ง  
**26** คัน/เดือน



ลดระยะเวลาในการจัดส่ง  
**20** นาที/สาขา  
เพิ่มโอกาสการขายให้กับร้าน



ลดระยะทาง **2,600** กม./เดือน  
ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์  
ถึง **790** kgCO<sub>2</sub> ต่อเดือน



## โครงการ ‘S&P ฟันฟูระบบนิเวศ คืบคุณค่าสู่ท้องทะเล’



บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) นำโดย คุณมณีสุดา ศิลาอ่อน ประธานเจ้าหน้าที่สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร และพนักงานจิตอาสา 33 คน ร่วมกับ ศูนย์วิจัยทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอ่าวไทย ตะวันออก กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอ่าวไทย ตะวันออก สังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นำโดย คุณสุรศักดิ์ ทองสุกดี ผู้อำนวยการ พร้อมกันนี้ ยังได้รับเกียรติจาก คุณบรรณรักษ์ เสริมทอง รองอธิบดีกรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ร่วมกิจกรรมปลูกหญ้าทะเลในโครงการ “S&P ฟันฟูระบบนิเวศ คืบคุณค่าสู่ท้องทะเล” เนื่องในวันสิ่งแวดล้อมโลกและวันทะเลโลก ด้วยการร่วมกัน ‘ปลูกหญ้าทะเล’ จำนวน 300 ชุด เพื่อเป็นแหล่งอาหาร ที่พักพิง และแหล่งอนุบาลสัตว์ทะเล เมื่อสัตว์ทะเลมีคุณภาพชีวิตที่ดีจะส่งผลดีต่อการขยายพันธุ์ต่อไป

นอกจากนี้ หญ้าทะเลยังมีคุณสมบัติสำคัญสามารถดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ สาเหตุของภาวะโลกร้อนได้ดีกว่าป่าบกถึง 4 เท่า อันเป็นการช่วยสร้างสมดุลให้ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน หน้าน้ำแดง จ.ระยอง



# การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน

## เป้าหมายปี 2573

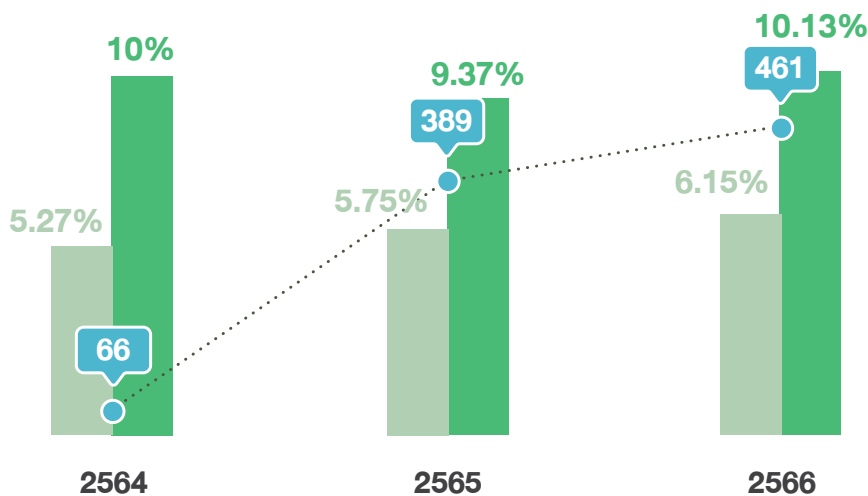


เพิ่มความร่วมมือด้านการบริโภคอย่างยั่งยืน  
โดยการส่งต่อเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิต  
ผ่านพันธมิตร **30%**



จำนวนจุดขายที่แยกของเสียตามประเภท  
การจัดในร้านค้า **463 จุดขาย** หรือ  
คิดเป็น **100%** ของจุดขายทั้งหมด

## ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย



- ลดขยะ Bakery Waste ไม่เกิน 4.5% ของยอดขาย
- เพิ่มความร่วมมือด้านการบริโภคอย่างยั่งยืน
- จำนวนจุดขายที่แยกของเสียตามประเภทการจัดในร้านค้า (จุดขาย)

## ที่มาและความเกี่ยวข้อง

การจัดการของเสีย เป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อทั่วโลก ก่อให้เกิดปัญหาก๊าซเรือนกระจก เนื่องจากของเสียที่นำไปฝังกลบส่งผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศ โดยสถิติด้านสุขภาพ นับเป็นสิทธิมนุษยชนตาม ข้อ 5 ของปฏิญญาสากลสิทธิมนุษยชน ค.ศ.1948 ที่ระบุว่า “ทุกคนมีสิทธิในมาตรฐานการดำรงชีวิตที่เพียงพอสำหรับสุขภาพและสุขภาวะของตนเองและครอบครัว ประกอบด้วย อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และบริการทางสังคมที่จำเป็น” ทั้งนี้ เพื่อสิทธิในการเข้าถึงเสรีภาพและความมั่นคงปลอดภัยในการดำรงชีวิตด้วย ในปี 2566 ข้อมูลจากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรายงานว่า ปริมาณขยะมูลฝอยทั่วประเทศ ประมาณ 27 ล้านตัน หรือเฉลี่ย 1.13 กิโลกรัมต่อคนต่อวัน โดยมีการกำจัดด้วยวิธีที่ไม่ถูกต้องถึง 27.6%

บริษัท ดำเนินธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ จึงมุ่งมั่นที่จะลดปริมาณขยะฝังกลบของเสียที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัท รวมทั้งการบริหารจัดการอาหารส่วนเกินจากการผลิต ก่อนที่จะกลายเป็นขยะอาหารที่ก่อให้เกิดก๊าซมีเทนจากการฝังกลบได้ ทั้งนี้ ตามรายงานขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations: FAO) พบว่า 1 ใน 3 ของอาหารที่ผลิตทั้งปีกลายเป็นขยะอาหาร มีสาเหตุจากปัจจัยการผลิตอาหารที่มากเกินไป ความจำเป็น ตลอดจนการขนส่ง การจัดจำหน่าย รวมถึงการบริโภคที่ก่อให้เกิดอาหารส่วนเกินเพิ่มขึ้น ซึ่งมักถูกกำจัดด้วยการฝังกลบ ส่งผลให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกถึงประมาณร้อยละ 8 ของโลก

ปัจจุบันองค์กรต่างๆ เล็งเห็นความสำคัญของการจัดการอาหารส่วนเกินจากการผลิตอันจะก่อให้เกิดขยะอาหารสอดคล้องตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป้าหมายที่ 12.3 การลดปริมาณขยะอาหารลงครึ่งหนึ่งภายในปี 2573 ตลอดจนการส่งเสริมการลดของเสียในภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ และผู้บริโภค ให้สามารถหมุนเวียนนำกลับไปใช้ประโยชน์เพื่อลดการขาดแคลนทรัพยากรและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด พร้อมทั้งสร้างความมั่นคงทางอาหารให้เกิดขึ้นแก่คนในสังคม

## ความมุ่งมั่น

1. ลดการเกิดขยะมูลฝอยและของเสียที่แหล่งกำเนิด
2. เพิ่มศักยภาพการจัดการขยะมูลฝอยและของเสียต่างๆ
3. ส่งเสริมการบริหารจัดการขยะมูลฝอยและขยะอาหาร
4. คัดแยกขยะอย่างถูกต้องเพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ใหม่ และการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. สร้างจิตสำนึกรักษ์โลกและนำเสนอแนวทางในการมีส่วนร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนให้แก่พนักงานและบุคคลทั่วไปผ่านทางช่องทางต่างๆ

แนวปฏิบัติด้านการจัดการของเสีย



## แนวทางการดำเนินงาน

ด้วยความตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการของเสียและขยะอาหารอย่างยั่งยืน บริษัทฯ สามารถลดความเสี่ยงเรื่องการใช้ทรัพยากรเกินจำเป็นในการผลิต และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสียโดยบริษัทฯ กำหนดนโยบายการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุด ครอบคลุมแนวทางการจัดการของเสียและเศษอาหารของบริษัทฯ เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 12 ผ่านการดำเนินโครงการบริหารจัดการอาหารส่วนเกิน (S&P Food Rescue) โดยการส่งมอบเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิตในแต่ละวันแก่ชุมชนผู้ยากไร้ผ่านพันธมิตรอย่าง มูลนิธิสโกลาร์ส ออฟ ซีเอสทีแอนด์ซี ซึ่งช่วยลดปริมาณขยะฝังกลบที่ส่งผลกระทบต่อโลก อีกทั้งยังช่วยเพิ่มการเข้าถึงอาหารแก่คนในสังคม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังบริหารจัดการเพื่อลดการสูญเสียอาหาร (Food Loss) ในกระบวนการผลิต และขยะอาหาร (Food Waste) รวมถึงของเสีย (Waste) ประเภทอื่น ๆ ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ โดยประยุกต์ใช้แนวทางขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations : FAO) ภายใต้หลักการ 3Rs คือ 1. การนำมาผลิตเพื่อใช้ซ้ำ (Reuse) 2. การลดการใช้ (Reduction) 3. การนำมาใช้ใหม่ (Recycling) ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ด้วยการนำทรัพยากรธรรมชาติในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) หมุนเวียนใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการของเสีย วัตถุประสงค์ ตลอดจนสินค้าที่หมดอายุ ผ่านกระบวนการที่เหมาะสม อันเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการบริหารจัดการขยะด้วยการฝังกลบ ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศ

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัทฯ มีโครงการบริหารจัดการของเสียที่มีผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งการนำกลับมาใช้ซ้ำผ่านโครงการรณรงค์พกถุงผ้าออกกลางพลาสติก ด้วยการผลิตกระเป๋าผ้ารักษ์โลกจากกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อรณรงค์ให้ลูกค้า และพนักงานใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก โครงการลดการใช้พลาสติกในโรงงาน ด้วยการใส่ตะกร้าบรรจุสินค้าในการขนส่งแทนการใช้ลังกระดาษ เพื่อส่งเสริมให้พนักงาน และคู่ค้าลดการใช้พลาสติกที่ก่อให้เกิดขยะ และโครงการขวดน้ำไม่ใช้...เราชนะ เพื่อนำขวดน้ำพลาสติกที่ไม่ใช้แล้ว เข้ากระบวนการรีไซเคิลผลิตเป็นเส้นใยสำหรับเสื้อพนักงาน ซึ่งเป็นการรณรงค์ให้ลูกค้าและพนักงานตระหนักถึงการนำทรัพยากรหมุนเวียนใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด



## การกำจัดขยะและของเสีย

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการบริหารจัดการขยะและของเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมุ่งเน้นการลดปริมาณของเสียจากแหล่งกำเนิด เช่น เปลือกไข่ที่เกิดในกระบวนการผลิตเบเกอรี่ ดังกระดาษจากการขนส่งสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังหน้าร้าน เป็นต้น ด้วยการดำเนินการภายใต้หลักการ 3Rs คือ การใช้ซ้ำ (Reuse) การลดการใช้ซ้ำ (Reduce) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) รวมถึงการส่งเสริมให้พนักงาน ลูกค้า ผู้บริโภค และคู่ค้าในห่วงโซ่คุณค่าตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการขยะและของเสียไปพร้อมกับบริษัทฯ ทั้งของเสียที่มาจากระบวนการผลิตภายในโรงงานอาหาร โรงงานเบเกอรี่ หน้าร้าน S&P รวมทั้งสำนักงานใหญ่ เพื่อบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดความยั่งยืนทั้งระบบ

บริษัทฯ ดำเนินการแยกขยะเป็น 4 ประเภท ดังนี้



### ขยะย่อยสลายได้

ได้แก่ เศษอาหาร สามารถนำไปทำปุ๋ยหมักได้



### ขยะรีไซเคิล

ได้แก่ ขวดน้ำดื่ม ลังกระดาษ สามารถนำไปหมุนเวียนเป็นของชิ้นใหม่



### ขยะทั่วไป

ได้แก่ ขยะที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ เช่น ถุงแกง ถุงพลาสติก ที่ไม่สะอาด



### ขยะอันตราย

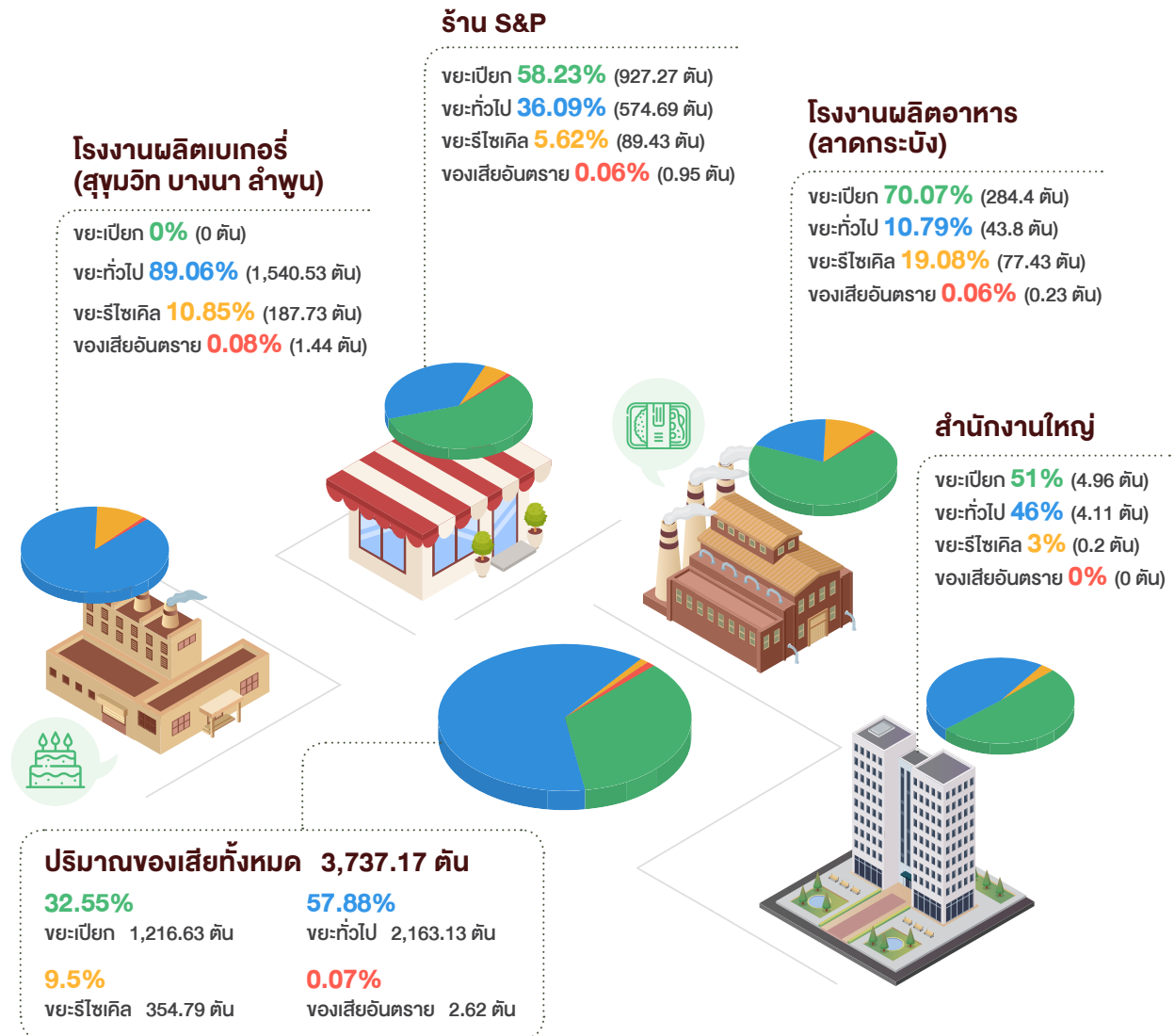
ได้แก่ หลอดไฟ เศษแก้ว

บริษัทฯ ได้มีการบันทึกปริมาณขยะแต่ละประเภททุกวัน และมีการสรุปรายงานรายไตรมาส เพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานแก่ที่ประชุมคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการผู้ถือหุ้น สำหรับร่วมหาทางจัดการ และแนวทางลดการเกิดของเสียอย่างเป็นระบบ โดยแต่ละพื้นที่จะมีแนวทางจัดการของเสียตามความเหมาะสมของแต่ละแห่งทั้งโรงงานเบเกอรี่ โรงงานอาหาร หน้าร้าน และสำนักงาน



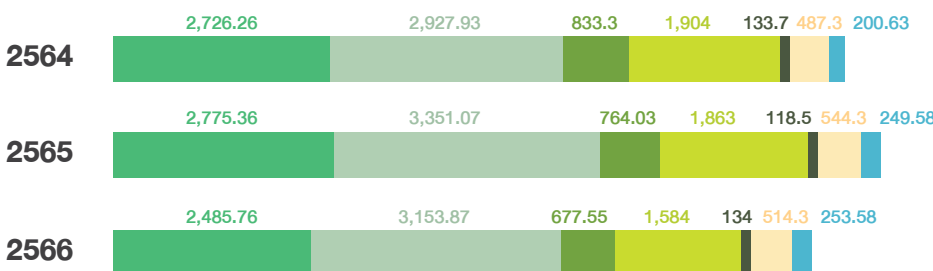
# สรุปผลการดำเนินงานปี 2566

## ปริมาณของเสีย แยกตามแหล่งกำเนิด



หมายเหตุ : ของเสียอันตรายสำหรับร้าน S&P บริษัท มีการเก็บข้อมูลเป็นจำนวนชิ้น เนื่องจากขยะประเภทดังกล่าวมีจำนวนไม่มาก และไม่เกิดขึ้นทุกวัน โดยของเสียอันตรายหน้าร้านส่วนมากจะเป็นเศษแก้วน้ำดื่ม ทั้งนี้ จึงนำจำนวนของเสียอันตราย 4,756 ชิ้น มาคูณกับน้ำหนักแก้วน้ำดื่ม 200 กรัม ซึ่งเป็นตัวแทนของของเสียอันตรายหน้าร้าน

## ปริมาณของเสีย แยกตามวิธีการจัดการ



- ปริมาณขยะ/ของเสียทั้งหมด (ตัน)
- กำลังการผลิต (ตัน)
- ปริมาณขยะ/หน่วยการผลิต
- ปริมาณขยะ/ของเสียที่ถูกกำจัดโดยการฝังกลบ (ตัน)
- ปริมาณขยะ/ของเสียที่นำไปทำเป็นปุ๋ย (ตัน)
- ปริมาณขยะ/ของเสียที่นำไปทำอาหารสัตว์ (ตัน)
- ปริมาณขยะ/ของเสียที่ถูกกำจัดโดยวิธีการอื่น (ตัน)

หมายเหตุ : ปริมาณของเสีย โดยแยกวิธีการจัดการดังตารางข้างต้นนี้ รายงานครอบคลุมโรงงาน 4 แห่ง คือ โรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม.23.5 โรงงานผลิตเบเกอรี่สุ่มวิท 62 โรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน และโรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง

## ผลการดำเนินงานด้านการลดของเสียเบเกอรี่

รายการ	มูลค่า/น้ำหนักของเสียเบเกอรี่ (ล้านบาท/ตัน)						มูลค่า/น้ำหนักของเสียเทียบกับปี 2561 (%)					
	2561 (ล้านบาท)	2562 (ล้านบาท)	2563 (ล้านบาท)	2564 (ล้านบาท)	2565 (ล้านบาท)	2566 (ล้านบาท)	2562	2563	2564	2565	2566	
มูลค่าของเสียเบเกอรี่ (ล้านบาท/กิโลกรัม)	234	219	199	129.6	168.33	201.77 (404.9 ตัน)	-6.40%	-14.96%	-44.57%	-28.06%	-13.77%	
จำแนกตามกลุ่มที่มีของเสียมากที่สุด 6 อันดับแรก												
1. กลุ่มฟรेशเค้ก (Fresh Cake)	42.76	39.81	38.48	33.64	40.47	41.25 (108.8 ตัน)	-6.90%	-10.00%	-21.33%	-5.36%	-3.53%	
2. กลุ่มขนมอบหรือเพรสตี้ (Pastry & Pie)	71.00	66.70	58.30	32.60	37.10	45.03 (103.72 ตัน)	-6.00%	-17.89%	-54.08%	-47.75%	-36.58%	
3. กลุ่มเค้กปอนด์ (Pound Cake)	64.80	66.50	47.70	39.30	31.30	42.74 (22.72 ตัน)	2.60%	-26.39%	-39.35%	-51.69%	-34.04%	
4. กลุ่มแพคเกจเค้ก (Packaged Cake)	62.40	52.20	53.20	38.20	23.40	26.99 (42.16 ตัน)	-16.34%	-14.74%	-38.78%	-59.34%	-56.75%	
5. กลุ่มขนมปัง (Bread)	12.99	13.51	12.92	8.02	11.45	16.34 (75.51 ตัน)	4.00%	-0.54%	-38.26%	-11.86%	25.79%	
6. กลุ่มแซนด์วิช (Sandwich)	19.70	16.50	15.50	8.90	8.90	14.24 (235.83 ตัน)	-16.24%	-21.32%	-54.82%	-54.80%	-27.72%	

หมายเหตุ : ตั้งแต่ปี 2564 บริษัทฯ มีการปรับโครงสร้างผลิตภัณฑ์ (Product Group) ใหม่ ซึ่งกลุ่มแซนด์วิชจะรวมอยู่ในหมวดอาหาร (Food) แต่เนื่องจากในรายงานจะมีการจัดการอาหารส่วนเกินในโครงการ S&P Food Rescue จึงจะขอยกงานกลุ่มแซนด์วิชในรายงานฉบับนี้ด้วย

ทั้งนี้ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.snfood.com/th/sustainability/sustainability-goals-performance>

# โครงการที่สำคัญ ปี 2566

## โครงการอบรมความรู้ “การคัดแยกขยะ”

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการขยะตั้งแต่ต้นทาง โดยการคัดแยกขยะให้ถูกวิธี เพื่อส่งต่อและนำไปกำจัดขยะได้อย่างถูกต้อง อันเป็นการช่วยลดปัญหาขยะฝังกลบที่ก่อให้เกิดปัญหาภาวะโลกร้อน ตลอดจนเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะของประเทศ ด้วยการปลูกฝังจิตสำนึกและอบรมความรู้เรื่องการคัดแยกขยะให้แก่พนักงานในองค์กร ผ่านระบบ E-learning หลักสูตร “คัดแยกขยะ” ทั้งนี้ ผู้อบรมจะต้องทำแบบทดสอบ โดยจะต้องมีคะแนน 80% ขึ้นไปจึงจะผ่านเกณฑ์

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อรณรงค์ และสร้างจิตสำนึกในการแยกขยะให้ถูกประเภท ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นทาง
2. เพื่อลดของเสียในร้าน และนำไปกำจัดได้อย่างถูกวิธี ตลอดจนนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
3. เพื่อสร้างจิตสำนึกในการกำจัดขยะได้ถูกวิธี ไม่ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- พนักงานเข้าร่วมอบรม 4,562 คน จากจำนวนผู้ที่เรียนและสอบผ่านแล้ว 1,920 คน ผ่านเกณฑ์ที่คิดเป็น 42%
- ในปี 2566 มีการขยายโครงการคัดแยกขยะหน้าร้านจำนวน 461 จุดขาย จาก 335 จุดขายในปี 2565 จึงส่งผลให้มีปริมาณขยะเพิ่มมากขึ้น



### จำนวนจุดขายที่ร่วมโครงการแยกขยะ

2565

335 ร้าน



จำนวนสาขา

2566

461 ร้าน



ปริมาณขยะ

444.78 ตัน

1591.39 ตัน

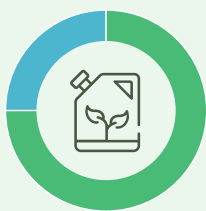
## โครงการทอดไม่ทิ้ง

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ส่งต่อน้ำมันใช้แล้วจากการประกอบอาหารทั้งหน้าร้าน S&P และโรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง ผ่านโครงการ “ทอดไม่ทิ้ง” เพื่อรณรงค์การ “ไม่ทิ้ง” น้ำมันปรุงอาหารใช้แล้วสู่พื้นที่สาธารณะ ป้องกันปัญหาจากการทิ้งของเสียอย่างไม่ถูกวิธี ที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการ “ไม่ทอดซ้ำ” อันจะเกิดผลกระทบต่อสุขภาพ จากการเสื่อมสภาพของน้ำมันและเปลี่ยนเป็นสารประกอบที่อันตรายต่อร่างกายผู้บริโภค ตลอดจนนำไปผลิตเป็นเชื้อเพลิงอากาศยานยั่งยืน (Sustainable Aviation Fuel: SAF) สามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้สูงสุดถึง 80% รวมถึงเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนให้แก่ น้ำมันใช้แล้ว ทั้งนี้ เอส แอนด์ พี เข้าร่วมโครงการเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2566



## ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ในปี 2566 เอส แอนด์ พี ส่งต่อน้ำมันใช้แล้วทั้งสิ้น 30.45 ตัน
- เทียบเท่าการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 43 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- จากร้าน S&P จำนวน 113 สาขา ส่งต่อน้ำมันใช้แล้วจำนวน 7.63 ตัน
- โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง ส่งต่อน้ำมันปรุงอาหารใช้แล้ว 22.82 ตัน



- โรงงานผลิตอาหาร **รวมทั้งหมด 22.82 ตัน**
- หน้าร้าน S&P **7.63 ตัน**

**30.45**  
ตัน

ส่งต่อน้ำมันใช้แล้ว

**81%** **19%**

- โรงงานผลิตอาหาร **683,830 บาท**
- หน้าร้าน S&P **159,600 บาท**



รวมทั้งหมด  
**843,430 บาท**

สร้างรายได้



- โรงงานผลิตอาหาร **รวมทั้งหมด 32.23 tCO<sub>2</sub>e**
- หน้าร้าน S&P **11 tCO<sub>2</sub>e**

**43.01**  
tCO<sub>2</sub>e

ลดการปล่อย  
ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์



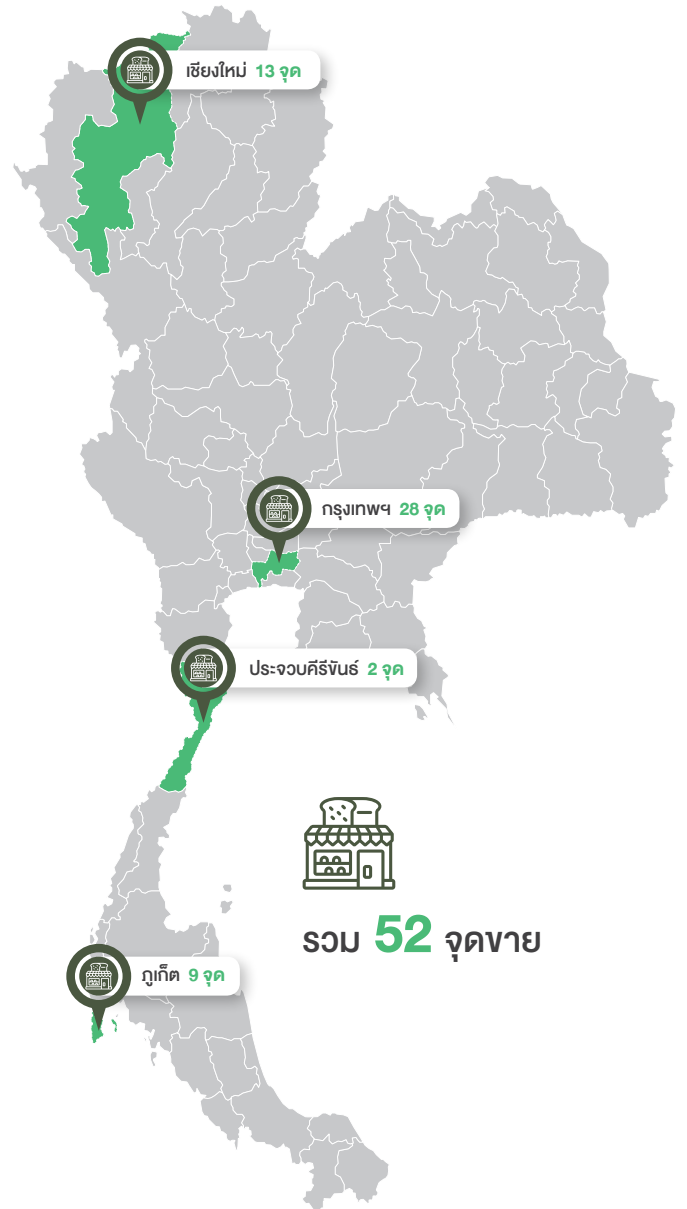


## โครงการ S&P Food Rescue

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ร่วมกับมูลนิธิสโกลาร์ส ออฟ ซีส์ทีแนนซ์ (เอส โอ เอส) ดำเนินโครงการ S&P Food Rescue อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 เพื่อนำอาหารส่วนเกินจากการผลิตในแต่ละวันไปส่งต่อชุมชนที่ขาดแคลนตามแหล่งต่างๆ ที่หมุนเวียนกันไป ซึ่งเป็นเบเกอรี่ที่อยู่ในสภาพสมบูรณ์ ยังคงคุณภาพดี และสามารถบริโภคได้ โดยในปี 2566 บริษัทฯ ได้ขยายโครงการส่งมอบเบเกอรี่ส่วนเกินจากร้านในกรุงเทพฯ จ.ประจวบคีรีขันธ์ จ.ภูเก็ต และ จ.เชียงใหม่ จากเดิม 39 จุด เป็น 52 จุดขยายโครงการดังกล่าวเป็นการบริหารจัดการอาหารส่วนเกินจากการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด ช่วยลดการสร้างผลกระทบต่อโลกจากภาวะก๊าซเรือนกระจก อีกทั้งยังสร้างความสุขและเป็นพลังให้แก่คนในสังคมไทยอย่างยั่งยืน







## ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ส่งมอบเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิต 48,238 กิโลกรัม หรือเทียบเท่า อาหาร 202,598 มื้อ
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 122,045 ตันคาร์บอนไดออกไซด์
- เทียบเท่ากับการลดการใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน 8,482 วัน จากการลดปริมาณขยะอาหารและการประกอบอาหารในครัวเรือน



# การมีส่วนร่วมของพนักงาน



## เป้าหมายปี 2566

### เป้าหมายการบริหารทรัพยากรบุคคล



การประเมินผลการปฏิบัติงาน

**100%**



การส่งเสริมความหลากหลายพนักงาน



ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานทุกระดับในองค์กรสร้างผลตอบแทนให้บริษัท



อัตราลาออกโดยสมัครใจของพนักงาน  
ทุกระดับในองค์กร (Staff Turnover Rate)

**≤ 60%**



การประเมินการมีส่วนร่วมของพนักงาน  
มีต่อองค์กร (Engagement Survey)

**100%**

### ผลการดำเนินงานการบริหารทรัพยากรบุคคล



จำนวนผู้บาดเจ็บถึงขั้นเสียชีวิต  
ของพนักงาน และคู่ค้าธุรกิจ

**0**



อัตราการเจ็บป่วย  
และโรคจากการทำงานของพนักงาน

**0**



อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน  
ถึงขั้นสูญเสียวันทำงาน (Lost-Time  
Injuries Frequency Rate: LTIFR)\*  
กรณีต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน

**0**

หมายเหตุ: การประเมินการมีส่วนร่วมของพนักงานมีต่อองค์กร (Engagement Survey) ไม่นับรวมพนักงานที่ยังไม่ผ่านการทดลองงานและคณะกรรมการบริษัทฯ

## ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

### ผลการดำเนินงานการบริหารทรัพยากรบุคคล



การประเมินผลการปฏิบัติงาน  
**100%**



การส่งเสริมความหลากหลายพนักงาน  
เพศหญิง  
**73.56%**



ระดับการมีส่วนร่วมของพนักงานของ  
พนักงานที่มีต่อองค์กร  
(Engagement Survey)  
**73%**



การส่งเสริมความหลากหลายพนักงาน  
ตามอายุ  
อายุน้อยกว่า 30 ปี **46.43%**  
อายุ 30-50 ปี **46.12%**  
อายุมากกว่า 50 ปี **7.45%**



พนักงานทำแบบประเมินโครงการ  
สำรวจการมีส่วนร่วมของพนักงาน  
ที่มีต่อองค์กร (Engagement Survey)  
**98%**



อัตราลาออกโดยสมัครใจของพนักงาน  
ทุกระดับในองค์กร  
(Staff Turnover Rate)  
**42.32%**

### ผลการดำเนินงานอาชีวอนามัยและความปลอดภัย



จำนวนผู้บาดเจ็บถึงขั้นเสียชีวิต  
ของพนักงาน และคู่ค้าธุรกิจ  
**0**



อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้น  
สูญเสียวันทำงาน (Lost-Time Injuries  
Frequency Rate: LTIFR)\*  
กรณีต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน  
**0.83**



อัตราการบาดเจ็บของผู้รับเหมา  
ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่  
**0**



อัตราการเจ็บป่วย  
และโรคจากการทำงานของพนักงาน  
**0**

### ผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน



จัดอบรมเพื่อเปิดโอกาสให้  
พนักงานทุกระดับเรียนรู้เรื่อง  
กฎหมายคุ้มครองแรงงาน



บริษัทฯ ยึดถือการปฏิบัติและส่งเสริม  
ให้คู่ค้าดำเนินนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน  
ผ่านขอบเขตของ “หลักปฏิบัติของ  
เอส แอนด์ พี สำหรับคู่ค้า (S&P Code of  
Conduct for Supplier)”



บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนกับคู่ค้า (Tier1) ทุกราย ตลอดจนร่วมมือ  
กับคู่ค้าลำดับอื่นๆ เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้วย โดยประเด็นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ด้านอาชีวอนามัย  
และความปลอดภัย กระบวนการตรวจสอบอายุแรงงานและใบอนุญาตทำงาน และนโยบายการปกป้อง  
ด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน



จัดประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน  
อย่างรอบด้านตลอดห่วงโซ่คุณค่า  
ของธุรกิจ โดยบริษัทฯ พบว่าอาจมี  
ความเสี่ยงจากการใช้แรงงานต่างด้าว  
บริษัทฯ จึงมีการตรวจสอบใบขึ้นทะเบียน  
แรงงานที่ถูกต้องตามกฎหมายจากคู่ค้า



ข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน  
เป็น **0** กรณี



# ที่มาและความเกี่ยวข้อง

## การบริหารทรัพยากรบุคคล

บริษัทฯ เชื่อว่า ปัจจัยของความสำเร็จและการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ ตลอดระยะเวลา 50 ปี คือ “บุคลากร” ด้วยวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่มีความตระหนักดีว่าบุคลากรในบริษัทฯ ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็ตาม ถือเป็นทรัพยากรอันมีค่า (Asset) ที่สำคัญของบริษัท ที่ต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความก้าวหน้าในอาชีพการงาน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นกับบุคลากร อาทิ การปฏิบัติด้านแรงงานที่เป็นธรรมชาติ ความหลากหลายและการอยู่ร่วมกันอย่างเท่าเทียม หรือการป้องกันการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด ซึ่งผลกระทบต่อด้านสิทธิมนุษยชนสามารถส่งผลกระทบต่อธุรกิจ อาจเกิดการหยุดชะงักได้ เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนพร้อมกับสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะในงาน เชื่อมโยงการเรียนรู้สู่การนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างประสบการณ์ที่ดีเลิศให้กับลูกค้าในทุกช่องทางขาย ทั้งนี้ การที่บริษัทฯ ดึงศักยภาพในแต่ละบุคคลออกมาเพื่อสร้างความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ทำให้พนักงานมีรายได้ที่เหมาะสม รวมถึงสร้างความภาคภูมิใจและคุณค่าในตนเอง ซึ่งเป็นการเติมเต็มความสุขของคนในองค์กร

## อาชีพอนามัยและความปลอดภัย

พนักงานทุกคนล้วนเป็นฟันเฟืองที่สำคัญ ที่ขับเคลื่อนให้ทำให้บริษัทดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง โดยเป็นผู้สร้างผลงานทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้และมีกำไรมีผลประกอบการที่ดี ดังนั้น บริษัทฯ จึงต้องดูแลพนักงานให้สามารถทำงานได้อย่างปลอดภัย โดยป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็น “ศูนย์” เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายทั้งในด้านชีวิต ความเป็นอยู่ และทรัพย์สินต่อบุคลากรของบริษัท และเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่พนักงาน

## สิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ยึดมั่นในหลักสิทธิมนุษยชนเป็นหลักปฏิบัติร่วมกัน ในการดำเนินธุรกิจสอดคล้องตามแนวทางสากล ซึ่งได้พิจารณาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจอาหารอันเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิตที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพ ความเป็นอยู่ที่ดีจากผลิตภัณฑ์ที่สะอาด ปลอดภัย รวมทั้งยังเป็นแหล่งอาหารที่เข้าถึงได้ของทุกคน บริษัทฯ จึงต้องพิจารณาสิทธิของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียโดยลำดับกลุ่มที่มีอิทธิพล และกลุ่มที่ได้รับผลกระทบ รวมทั้งอาจสร้างผลกระทบต่อการดำเนินการของบริษัทฯ

## ความมุ่งมั่น

### การบริหารทรัพยากรบุคคล

จากชีวิตวิถีใหม่ หรือ ความปกติใหม่ (New Normal) บริษัทฯ มีการปรับตัวด้วยการจัดทำสื่อการสอนออนไลน์ ผ่านระบบ E-Learning เพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาทักษะและความสามารถของบุคลากรได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนถึงการเรียนการสอนได้สะดวก ในรูปแบบคลิปวิดีโอที่ยังคงความเข้มข้นของเนื้อหา มีความกระชับ ชัดเจน และเข้าใจง่าย เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะสื่อการสอนออนไลน์ พนักงานตั้งใจศึกษาจนจบหลักสูตรและสามารถทบทวนซ้ำได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ ยังคงมีรูปแบบการเรียนการสอนสำหรับหลักสูตรที่ต้องมีการฝึกปฏิบัติ และพัฒนาทักษะการทำงาน เพื่อให้พนักงานสามารถเรียนรู้มาตรฐานการทำงานได้อย่างถูกต้อง

บริษัทฯ ยังตระหนักถึงในการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมให้ครอบคลุมและรอบด้านสอดคล้องกับบริบททางสังคมในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น รวมทั้งยังให้ความสำคัญในด้านต่อกรมุ่งใจและรักษาพนักงานที่มีประสิทธิภาพให้อยู่กับบริษัทฯ อย่างยั่งยืน ด้วยระบบประเมินผลการดำเนินงานที่ชัดเจน เพื่อพิจารณา กำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสม รวมทั้งให้การพัฒนาทักษะที่สอดคล้องกับศักยภาพเพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าตามเส้นทางอาชีพ (Career Path) ของพนักงานแต่ละบุคคล

บริษัท ตั้งเป้าหมายให้บุคลากรทุกคน ดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละบุคคลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น เพื่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งสร้างประสบการณ์การทำงานที่ดีให้แก่พนักงาน เพื่อมุ่งสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้วยการพัฒนาทักษะและความรู้ที่จำเป็นในอนาคต (Future Skills) โดยเฉพาะการปลูกฝังการเป็นคนดี สามารถส่งต่อคุณค่าขององค์กรสู่สังคมภายนอกเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนความยั่งยืนตามรากฐานที่บริษัทฯ ยึดปฏิบัติมาตลอดคือ “คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม” ฝ่ายทรัพยากรบุคคลจึงเป็นกำลังสำคัญในการรักษาพนักงานที่มีศักยภาพและมีความเชี่ยวชาญ อีกทั้ง สามารถสร้างประสิทธิผลให้แก่องค์กรได้ในอนาคต

## อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัทฯ มุ่งมั่นปฏิบัติตามข้อบังคับและกฎหมายเกี่ยวกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด ตลอดจนมุ่งมั่นปลูกฝังจิตสำนึกด้านความปลอดภัยในการทำงานอย่างรอบด้านให้แก่ของพนักงาน คู่ค้า รวมถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มเพื่อลดอัตราการบาดเจ็บจากการทำงานให้ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิตหรือทุพพลภาพ

นอกจากการดำเนินงานตามกฎหมายความปลอดภัยและอาชีวอนามัยแล้ว บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นดำเนินงานตามขอบข่ายขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization : WHO) และองค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization : ILO) ดังนี้

1. **การส่งเสริม (Promotion)** และดำรงรักษาสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจของพนักงานให้แข็งแรงสมบูรณ์ ตลอดจนมีความเป็นอยู่ที่ดีร่วมกันในสังคมของผู้ประกอบอาชีพตามสถานะที่พึงมีได้
2. **การป้องกัน (Prevention)** ไม่ให้พนักงาน หรือ แรงงานมีสุขภาพอนามัยเสื่อมโทรม หรือเกิดความผิดปกติเนื่องจากสภาพหรือสภาวะแวดล้อมการทำงานที่ไม่ถูกต้อง ไม่เหมาะสม
3. **การปกป้องคุ้มครอง (Protection)** พนักงานหรือแรงงานในสถานประกอบการ ไม่ให้มีการกระทำการที่เสี่ยงต่ออันตรายหรือการเกิดโรคภัยไข้เจ็บ

4. **การจัดการทำงาน (Placing)** โดยจัดการเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของการทำงานให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพความต้องการของร่างกายและจิตใจของพนักงานหรือแรงงานเท่าที่จะทำได้

5. **การปรับพนักงานให้มีความเหมาะสมกับงาน (Adaptation)** โดยพิจารณาอบหมายความรับผิดชอบที่เหมาะสมให้แก่ความสามารถรวมถึงความชอบของพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การคำนึงถึงสภาพทางสรีรวิทยาและพื้นฐานความแตกต่างทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจอย่างเหมาะสม

## สิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ตระหนักดีว่ามนุษย์มีสิทธิติดตัวมาแต่กำเนิด มีศักดิ์ศรี และมีความเท่าเทียมกัน จึงยึดมั่นต่อการปฏิบัติต่อบุคลากรอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงการต่อต้านการคุกคามทั้งที่เกี่ยวข้องกับทางเพศและรูปแบบอื่นๆ เพื่อให้บุคลากรแสดงศักยภาพในการทำงานอย่างเต็มที่ บริษัทฯ ยังได้ผลักดันการปฏิบัติด้านแรงงานให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล และมุ่งมั่นที่จะขยายขอบเขตการดำเนินงานในด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานของพนักงาน โดยบริษัทฯ มีระยะเวลาการแจ้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียล่วงหน้าถึงการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยยะสำคัญขององค์กร 30 วัน รวมถึงมีคณะกรรมการสวัสดิการเพื่อเป็นตัวแทนพนักงานร่วมหารือและเจรจากับนายจ้างรวมทั้งจัดสวัสดิการที่เหมาะสม ตลอดจนให้คำปรึกษาเสนอแนะความคิดเห็นสวัสดิการต่างๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ลูกจ้าง ลูกค้า คู่ค้า ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย บริษัทฯ ได้ดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนสอดคล้องตามแนวทางสากล ซึ่งรวมถึงหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights : UDHR) แห่งสหประชาชาติ (United Nation) หลักการข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact : UN Global Compact) หลักการที่ระบุว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights : UNGP) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (Declaration on Fundamental Principles and Rights at work) ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization : ILO) และกฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทประกอบธุรกิจ

## แนวทางการดำเนินงาน

### การบริหารทรัพยากรบุคคล

ความยั่งยืนจะเกิดได้จากการเติบโตขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยมีพนักงานร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงานไปยังเป้าหมายเดียวกัน ภายใต้คุณธรรมและจริยธรรมขององค์กรที่ดี โดยบริษัทฯ ได้ดูแลทรัพยากรบุคคลภายใต้หลักสิทธิมนุษยชนที่มีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ รวมทั้งจรรยาบรรณของบริษัท ตลอดจนมีการส่งเสริมความเท่าเทียม ความหลากหลายของบุคลากรและการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

### แนวทางการสร้างประสบการณ์แก่พนักงานในองค์กร

1. การจ้างงาน : ด้วยการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และจรรยาบรรณพนักงาน
2. การพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร : การปฐมนิเทศ และการรับทราบกฎระเบียบ
3. การพัฒนา : ด้วยการฝึกอบรมพื้นฐาน การอบรมเสริมทักษะการทำงาน ทั้งความรู้และทักษะ (Hard side) และแนวคิด ทศนคติ อารมณ์ (Soft side)
4. การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน : ด้วยนวัตกรรมองค์กร การอบรมเสริมศักยภาพ และการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ
5. การรักษาและการดูแลพนักงาน : ผ่านการประเมินผลอย่างเป็นระบบ 100% การประเมินความพึงพอใจพนักงาน การให้คำปรึกษาพัฒนาส่วนบุคคล การมอบรางวัล/ชมเชยตามผลการปฏิบัติงาน และการสัมภาษณ์ความคิดเห็นกับพนักงานที่ลาออก (Exit Interview) เพื่อปรับปรุงระบบงาน

### การประเมินผลการปฏิบัติงาน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญต่อการจูงใจและรักษาพนักงานที่มีประสิทธิภาพให้เติบโตไปพร้อมกับบริษัทอย่างยั่งยืน จึงกำหนดระบบประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรม โดยพนักงานและผู้บริหารทุกคนจะได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ซึ่งหัวหน้างานสามารถพิจารณาผลการปฏิบัติงานของพนักงานในสังกัดที่มีความสามารถ เพื่อนำเสนอปรับตำแหน่งและเงินเดือนได้ระหว่างปี โดยไม่จำเป็นต้องรอรอบ

การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีโดยพนักงานในหน่วยงาน Functional จะมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานตามแนวทาง Training Roadmap ซึ่งพนักงานจะต้องผ่านการอบรมหลักสูตรตามมาตรฐานของบริษัทฯ เพื่อการเตรียมความพร้อมพนักงานสำหรับการประเมินผลและการเติบโตในสายงานต่อไป ทั้งนี้ ผลการประเมินการปฏิบัติงานจะนำไปพิจารณากำหนดค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับโครงสร้างเงินเดือนตาม Job Grade ในรูปแบบที่บริษัทกำหนด โดยผลการประเมินจะมีการสื่อสารให้พนักงานทราบเพื่อนำไปทำแผนพัฒนากระบวนการทำงานร่วมกัน ซึ่งเป็นการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนสามารถนำไปใช้ทำแผนพัฒนาศักยภาพการทำงานในสายอาชีพด้วย ทั้งนี้ ในปี 2566 มีพนักงานได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี คิดเป็นร้อยละ 100

### การกำหนดค่าตอบแทน

บริษัทฯ ยึดมั่นในหลักความเท่าเทียม ไม่มีความแตกต่างทางเพศในการกำหนดค่าตอบแทนและการเลื่อนตำแหน่งของพนักงาน โดยบริษัทฯ นำผลการประเมินประจำปีไปใช้ประกอบการพิจารณากำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสมอันเป็นไปตามกฎหมาย อีกทั้ง สามารถแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการบริหารค่าตอบแทนอย่างเหมาะสม ยุติธรรมตามประสิทธิภาพการทำงาน เนื่องจากค่าตอบแทนนับเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการย้ายงาน หรือ การลาออกของพนักงาน นอกจากนี้ บุคลากรของบริษัทฯ จะได้รับการสนับสนุนศักยภาพ ตลอดจนมีทิศทางการเติบโตและระบบความก้าวหน้าในสายอาชีพชัดเจน

บริษัทฯ ปรับกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรให้นาน ตลอดจนสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เอื้อต่อการสร้างผลงานที่มีคุณค่าต่อบริษัทฯ รวมถึงตัวพนักงานเอง โดยมีแนวทางการรักษาบุคลากรคุณภาพ (Retaining Performance Employees) ดังนี้

1. พัฒนาผู้บริหารในองค์กรให้เป็นผู้ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้บังคับบัญชา หรือหัวหน้างานมีผลต่อการทำงานที่มีความสุข
2. ปรับสภาพแวดล้อมของการทำงานให้เหมาะสม ทั้งสถานที่ทำงาน เพื่อนร่วมงาน ตลอดจนระบบการทำงาน และการบริหารงานบุคคล

- ประเมินผลตามศักยภาพและประสิทธิผลของงานอย่างแท้จริง ด้วยการประเมินผลการทำงานตามศักยภาพและประสิทธิภาพของงาน
- มีโปรแกรมพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ตามที่ได้รายงานไปในหัวข้อการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพ และความเชี่ยวชาญในการทำงานอยู่เสมอ ตลอดจนเห็นเส้นทางก้าวหน้าในอาชีพการงานได้

## อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยยึดถือนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน โดยให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยเทียบเท่ากับการดำเนินการธุรกิจด้านอื่นๆ ดังนั้น ผู้บริหารในแต่ละสายงานจะต้องดูแลรับผิดชอบดำเนินการตามนโยบายอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับหลักปฏิบัติของบริษัทฯ ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ดังต่อไปนี้

### • ด้านความปลอดภัย

บริษัทฯ มีนโยบายด้านความปลอดภัยการป้องกันอุบัติเหตุ และอันตรายที่จะเกิดขึ้นกับพนักงานอย่างเต็มความสามารถ และสนับสนุนการเสริมสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัย ด้วยการอบรมให้ความรู้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง

### • ด้านอาชีวอนามัย

บริษัทฯ มีนโยบายด้านอาชีวอนามัย สนับสนุนป้องกันไม่ให้เกิดพนักงานเกิดการเจ็บป่วยอันเนื่องมาจากการทำงานทุกกรณี ตลอดจนส่งเสริมให้พนักงานใส่ใจในสุขภาพอนามัย และไม่กระทำการใดๆ ที่เกิดผลกระทบต่อสุขภาพแก่ตัวพนักงานเองและลูกค้าของบริษัทฯ รวมทั้งยังจัดการดูแลสถานที่ทำงานให้ถูกสุขลักษณะ และมีความปลอดภัยอยู่เสมอ

### • ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทฯ มีนโยบายด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน จัดการปรับปรุงการปฏิบัติงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความเหมาะสม ตลอดจนบริษัทต้องระมัดระวังในแต่ละขั้นตอนของการปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอนไม่ให้เกิดอันตรายต่อพนักงานและผู้รับเหมา/คู่ค้า (Supplier/Vendor) ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัท

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการประกาศนโยบายด้านความปลอดภัย และนโยบายด้านแรงงานเพื่อเป็นแนวทางยึดถือปฏิบัติร่วมกัน

## แนวทางการสร้างประสบการณ์แก่พนักงานในองค์กร

- ความปลอดภัยในการทำงานเป็นหน้าที่ของพนักงานทุกคนที่ต้องร่วมมือกันปฏิบัติ
- ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อม วิธีปฏิบัติที่ปลอดภัย ตลอดจนการใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายที่เหมาะสม มีการตรวจสอบแสง เสียง และคุณภาพอากาศภายในอาคารของโรงงานเป็นประจำทุกปี เพื่อให้เป็น Safe & Happy Work Place
- มีการประเมินความปลอดภัยด้านอาคารและสถานที่ รวมทั้งมีการตรวจสอบความปลอดภัยของระบบไฟฟ้า แก๊ส เครื่องเอ็กซเรย์เป็นประจำทุกปี
- มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติอย่างจริงจัง และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- มีการประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดต่อทั้งพนักงาน คู่ค้า รวมทั้งผู้รับเหมาที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัทฯ

## การประเมินความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน

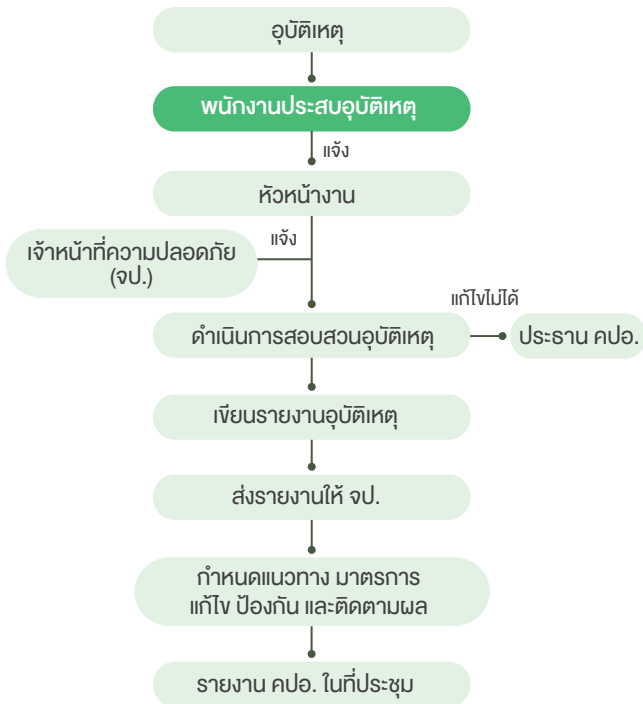
บริษัทฯ ดำเนินกระบวนการประเมินและระบุความเสี่ยง เพื่อลดความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและเสริมสร้างความปลอดภัยในการทำงาน โดยดำเนินงานตามกฎหมายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ของกระทรวงแรงงานอย่างเคร่งครัด ดังนี้

บริษัทฯ ได้วิเคราะห์และจัดลำดับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น โดยพิจารณาจากการประเมินถึงโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง และความรุนแรงของผลกระทบจากความเสี่ยงที่เคยเกิดขึ้นต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของกระบวนการทำงานขององค์กร หรือหน่วยงานนั้นๆ โดยมีขั้นตอนการประเมินความเสี่ยง ดังนี้

- วิเคราะห์ความเสี่ยงแต่ละขั้นตอนการทำงานของหน่วยงาน
- ประเมินความเสี่ยงในการทำงานของหน่วยงาน
- กำหนดมาตรการป้องกันและข้อเสนอแนะ
- สำหรับพนักงานที่มีการปฏิบัติงานกับความเสี่ยง จะดำเนินการให้มีการตรวจสอบสุขภาพประจำปี



## กระบวนการสำหรับพนักงานให้รายงานอุบัติเหตุ

กระบวนการสอบสวนและวิเคราะห์อุบัติเหตุ  
แนวทางการรับมือและแก้ไขสถานการณ์

บริษัทฯ มีการป้องกัน ตรวจสอบด้านความปลอดภัยในโรงงาน ทุกแห่งเป็นระยะ ซึ่งรับผิดชอบโดย เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย วิชาชีพ ทำหน้าที่ตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการทำงาน และจัดทำรายงาน ส่งหน่วยงานตรวจสอบความปลอดภัย กรมสวัสดิการ กระทรวงแรงงาน

## สิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ประกาศนโยบายการจัดการด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อให้พนักงานยึดถือเป็นแนวปฏิบัติทั้งต่อพนักงานด้วยกัน และต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยใช้กับการดำเนิน ธุรกิจของบริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) และ บริษัทในเครือ รวมถึงส่งเสริมให้คู่ค้าเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของตนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **การปลูกฝังและการสื่อสาร** โดยบริษัทฯ สื่อสารนโยบาย ที่ประยุกต์จากหลักการพื้นฐานและมาตรฐานสากล ด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อให้พนักงานในองค์กร และคู่ค้า มีความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนมีความตระหนักถึง ความสำคัญของการเคารพสิทธิมนุษยชน
2. **การตรวจประเมินสถานะด้านสิทธิมนุษยชน อย่างรอบด้าน** เพื่อระบุความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ในประเด็นสำคัญต่างๆ ตรวจสอบผลกระทบ รวมทั้ง ทบทวนการดำเนินงานเพื่อบรรเทาผลกระทบเชิงลบ ที่อาจเกิดขึ้นกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มจาก การดำเนินงานของบริษัทฯ

ทั้งนี้ ในปี 2566 ไม่พบประเด็นความเสี่ยงที่มี นัยยะสำคัญ ด้านสิทธิมนุษยชนจากบริษัทฯ และคู่ค้า อย่างมีนัยสำคัญ ที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ในระยะเวลาอันใกล้นี้ แต่ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงเฝ้าระวัง ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับ แรงงานอย่างเป็นทางการไปตามที่กฎหมายกำหนด

3. **การรับเรื่องร้องเรียน** โดยบริษัทฯ จัดให้มีกระบวนการ รับเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชนจากพนักงาน และผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงกระบวนการตรวจสอบ เรื่องร้องเรียน เพื่อดำเนินการแก้ไขและเยียวยาผู้เสียหาย อย่างเหมาะสม ตลอดจนนำประเด็นร้องเรียนมาพิจารณา ปรับปรุงการดำเนินงาน เพื่อป้องกันให้เกิดกรณีซ้ำ หรือ เหตุการณ์ใหม่ได้

## ช่องทางการสื่อสาร

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)  
2034/100-103 อาคารอิตัลไทย ทาวเวอร์ ชั้นที่ 23  
ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง  
กรุงเทพมหานคร 10310

4. **การติดตามและเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน** โดยติดตามผล ทวนสอบผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง เพื่อนำประเด็นที่เกิดขึ้นมาปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุด และเปิดเผยผลการดำเนินงาน อย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้

ทั้งนี้ ในปี 2566 ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ พบว่า ไม่มีการดำเนินการใดที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนและการใช้แรงงานอย่างมีนัยยะสำคัญ รวมทั้งยังขยายขอบเขตไปยังคู่ค้าของบริษัทฯ ซึ่งคู่ค้าในระดับ Tier1 ทุกราย จะได้รับการตรวจประเมินด้าน ESG ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพิจารณาคัดเลือกคู่ค้าของบริษัทฯ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน ได้แก่ ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย กระบวนการตรวจสอบอายุแรงงานและใบอนุญาตทำงาน และนโยบายการปกป้องด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน

นโยบายการจัดการจัดการด้านสิทธิมนุษยชน



## สรุปผลการดำเนินงานปี 2566

### การส่งเสริมความหลากหลายพนักงาน

#### จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	1,178	26.44
หญิง	3,278	73.56

#### จำแนกตามอายุ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุน้อยกว่า 30 ปี	2,069	46.43
อายุ 30-50 ปี	2,055	46.12
อายุมากกว่า 50 ปี	332	7.45

#### การจ้างงานผู้พิการ

จำนวน 4 คน คิดเป็น ร้อยละ 0.1

### อัตราการจ้างงานพนักงานใหม่ทุกระดับในองค์กร

#### จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	738	25.72
หญิง	2,131	74.28

#### จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุน้อยกว่า 30 ปี	2,180	75.98
อายุ 30-50 ปี	620	21.61
อายุมากกว่า 50 ปี	69	2.41

## อัตราการลาออก โดยสมัครใจของพนักงานทุกระดับในองค์กร

### จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	539	26.78
หญิง	1,474	73.22

### จำแนกตามอายุ

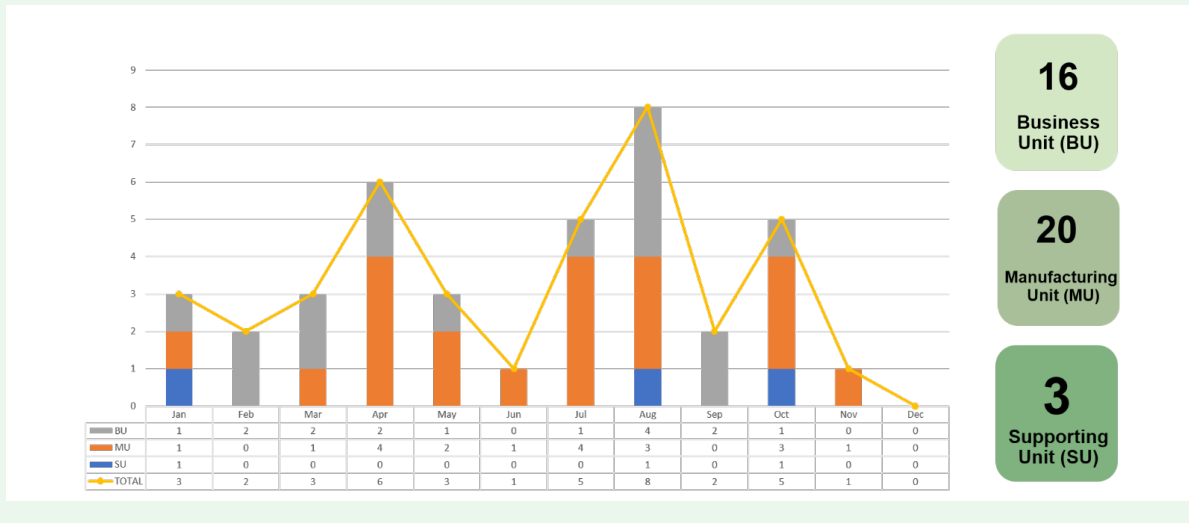
อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุน้อยกว่า 30 ปี	1,267	62.94
อายุ 30-50 ปี	515	25.58
อายุมากกว่า 50 ปี	231	11.48

## การเกิดอุบัติเหตุและการเจ็บป่วยจากการทำงาน

	หน่วย	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
อุบัติเหตุขั้นเสียชีวิตของพนักงาน	ครั้ง	0	0	0	0	0
อุบัติเหตุขั้นเสียชีวิตของผู้รับเหมา	ครั้ง	0	0	0	0	0
จำนวนการบาดเจ็บขั้นหยุดงานของพนักงาน	ครั้ง	57	51	28	35	22
จำนวนการบาดเจ็บขั้นหยุดงานของผู้รับเหมา	ครั้ง	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บขั้นหยุดงานของพนักงาน	กรณี / 200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.9	1.15	0.61	0.83	0.98
อัตราการบาดเจ็บขั้นหยุดงานของผู้รับเหมา	กรณี / 200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0	0	0	0	0
จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย	ครั้ง	0	0	0	0	0

หมายเหตุ: จำนวนการเกิดอุบัติเหตุและการเจ็บป่วยจากการทำงานครอบคลุมข้อมูลของสำนักงานใหญ่เท่านั้น ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/sustainability-strategy-performance>

## ข้อมูลสถิติอุบัติเหตุระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2566



หมายเหตุ: การเกิดอุบัติเหตุและการเจ็บป่วยจากการทำงานรายงานครอบคลุมทุกหน่วยงานของบริษัทฯ ได้แก่ สำนักงาน (Support Unit) โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง โรงงานผลิตเบเกอรี่สุโขทัย 62 โรงงานผลิตเบเกอรี่บางนา-ตราด กม.23.5 โรงงานผลิตเบเกอรี่จ.ลำพูน (Manufacturing Unit) ร้านอาหารและเบเกอรี่ซ้อฟ S&P (Business Unit)

## สิทธิการลาคลอด และดูแลบุตร

บริษัทฯ ให้สิทธิพนักงานหญิงลาคลอดตามกฎหมายกำหนด โดยพนักงานหญิงมีครรภ์มีสิทธิลาคลอดบุตรครรภ์หนึ่งไม่เกิน 98 วัน โดยวันลาเพื่อคลอดบุตรนี้รวมถึงวันลาเพื่อตรวจครรภ์ก่อนคลอดบุตร รวมทั้งให้นับรวมวันหยุดที่มีในระหว่างวันลาด้วย สำหรับพนักงานหญิงมีครรภ์ มีสิทธิได้รับค่าจ้างเท่ากับค่าจ้างในวันทำงานตลอดระยะเวลาที่ลาเพื่อคลอดบุตร แต่ไม่เกิน 45 วัน โดยในปี 2566 พนักงานหญิงใช้สิทธิลาคลอดและกลับมาทำงานหลังใช้สิทธิครบร้อยละ 100

ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-goals-performance>

## โครงการที่สำคัญ ปี 2566

### โครงการรักษาบุคลากร

### โครงการแบบสำรวจการมีส่วนร่วมของพนักงาน ประจำปี 2566

เพื่อทราบความคิดเห็นและเข้าใจเพื่อนำไปพัฒนาสถานะความพึงพอใจของพนักงานให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและเข้าใจในกระบวนการทางธุรกิจ ส่งเสริมการทำงานที่ส่งผลให้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดความล่าช้า และสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ นำข้อมูลที่ได้รับจากความคิดเห็นของพนักงานมาวิเคราะห์หาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาสุขภาวะในการทำงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และสามารถส่งเสริมการทำงานที่ส่งผลให้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดความล่าช้า เพื่อยกระดับคะแนนการมีส่วนร่วมของพนักงาน โดยตั้งเป้าหมายคะแนนในระดับ ร้อยละ 85 และพัฒนาสุขภาวะที่ดีให้กับพนักงาน

**S&P Employee Engagement Survey**  
แบบสำรวจการมีส่วนร่วมของพนักงาน

เสียงของท่านมีความสำคัญ เพื่อพัฒนาสุขภาวะที่ดีในการทำงานและเป็นองค์กรที่เข้มแข็ง

1. สแกน QR Code เริ่มทำแบบสำรวจการมีส่วนร่วมของพนักงาน
2. กรอกข้อมูลหน่วยงานที่สังกัด, ประธานสาขา, จำนวนปีที่ทำงาน, ระดับตำแหน่ง
3. ทำแบบสำรวจ จำนวนทั้งหมด 40 ข้อ โดยในแต่ละข้อใช้เวลา 4-5 นาที

อย่าลืม กดส่งคำตอบด้วยนะคะ **SUBMIT**

ตั้งแต่วันที่: 9 - 25 ตุลาคม 2566

\*\*แบบสำรวจครั้งนี้ไม่มีผลต่อการประเมินผลงาน และปรับค่าตอบแทนที่คิดเป็นเดือนค่าตอบแทนพิเศษ

📍 ประชาสัมพันธ์โดย: ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล



## ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ:

- บริษัทฯ มีการสื่อสารโครงการผ่านหัวหน้างานและอีเมลภายในเพื่อประชาสัมพันธ์ให้พนักงานรับทราบและสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรม
- ปี 2566 พนักงานร่วมทำแบบประเมินทั้งหมด 3,646 คน โดยตอบแบบประเมินจำนวน 3,594 คน คิดเป็นร้อยละ 98
- ผลคะแนนด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานร้อยละ 73 โดยประเด็นที่พนักงานให้คะแนนมากที่สุด คือ “คุณภาพของทีมงาน” และประเด็นที่พนักงานให้คะแนนน้อยที่สุด คือ “ค่าตอบแทนและการได้รับการยกย่องชมเชย”

## โครงการส่งเสริมการออกกำลังกายด้วยกีฬาเบดมินตัน

การเล่นเบดมินตัน 1 ชั่วโมง สามารถเผาผลาญพลังงานได้ถึง 200 - 550 แคลอรี เพื่อให้พนักงานและผู้บริหารตระหนักถึงความสำคัญของการออกกำลังกาย เสริมสร้าง Work Life Balance ให้พนักงานและผู้บริหารด้วยการออกกำลังกาย ทำให้พนักงานมีสุขภาพร่างกายและจิตใจแข็งแรง ส่งผลต่ออัตราการเจ็บป่วยลดลง ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์หลีกเลี่ยง ลด ละ เลิกอบายมุข และสิ่งเสพติด ดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น โดยส่วนมากเป็นพนักงานที่มีความเสี่ยงโรคออฟฟิศซินโดรม

## ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ:

- พนักงานมีสุขภาพที่ดีขึ้น ช่วยลดความเครียดจากการทำงาน และเสริมสร้างการมีสุขภาพดีจากภายใน
- พนักงานและผู้บริหารที่เข้าร่วมเฉลี่ยจำนวน 150 คน ต่อสัปดาห์

หมายเหตุ: โครงการสำหรับผู้บริหารและพนักงานทุกระดับในโรงงานผลิตเบเกอรี่สุ่มวิท 62 รวมถึงบุคลากรของบริษัทฯ ที่สนใจเข้าร่วม

## ศูนย์การเรียนรู้ เอส แอนด์ พี และโครงการความร่วมมือร่วมกับสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ

“ศูนย์การเรียนรู้ เอส แอนด์ พี” เป็นการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างบริษัทฯ องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่ออกกฎระเบียบและพนักงานให้เติบโต มุ่งเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารระดับสูง นำมาสู่นโยบายและแนวคิดในการสนับสนุนจัดตั้งสถานศึกษาในสถานประกอบการ ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ซึ่งผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากสำนักเลขาธิการสภาการศึกษา

“ศูนย์การเรียนรู้ เอส แอนด์ พี” เริ่มเปิดดำเนินการปีแรก ในปีการศึกษา 2550 ในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) เพื่อยกระดับการศึกษาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีศักยภาพในสายวิชาชีพเฉพาะมีสมรรถนะ ความสามารถและความเชี่ยวชาญ ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมธุรกิจอาหารและบริการ จำนวน 2 ประเภทวิชาคือ

1. ประเภทวิชาพาณิชยกรรม สาขางานธุรกิจค้าปลีก
2. ประเภทวิชาคหกรรม สาขางานอาหารและโภชนาการ

บริษัทฯ ได้เปิดรับนักเรียนด้อยโอกาสทางการศึกษา ผู้ที่มีความสนใจเข้าศึกษาต่อสายวิชาชีพด้านอาหารและการบริการ ให้มีโอกาสเรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติจากการฝึกอาชีพตามระบบทวิภาคี โดยนักเรียนจะได้รับ

รายได้จากการฝึกงานกับบริษัทฯ ตลอดหลักสูตรการเรียน 3 ปี และพร้อมรับเข้าเป็นพนักงานของบริษัทฯ เมื่อจบการศึกษา ทั้งนี้ นับเป็นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความสามารถตรงสายอาชีพ ลดภาวะการตกงาน ส่งเสริมการมีรายได้ระหว่างเรียน การสร้างคนดีให้มีอาชีพและผลิตคนที่มีคุณภาพเข้าสู่สังคมไทยอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นการให้โอกาสทางการศึกษาอย่างเท่าเทียมแก่เยาวชนลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาอีกด้วย

สืบเนื่องจากการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ เอส แอนด์ พี บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะขยายโอกาสทางการศึกษาและการเข้าถึงการประกอบอาชีพที่มั่นคงของเยาวชน จึงได้ดำเนินโครงการความร่วมมือทางการศึกษาร่วมกับสถาบันการศึกษาระดับต่างๆ ทั่วประเทศ ได้แก่

1. การให้ทุนการศึกษาเรียนฟรีแก่นักเรียนด้อยโอกาสที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ทั่วประเทศที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ โดยบริษัทให้เรียนฟรีในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของศูนย์การเรียนรู้ เอส แอนด์ พี โดยนักเรียนจะฝึกอาชีพควบคู่กับการเรียน และหลังจบการศึกษา จะได้รับการบรรจุเป็นพนักงานประจำของบริษัทฯ

2. การลงนามความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) โดยการรับนักเรียนทวิภาคี จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาทั่วประเทศ เข้ามาฝึกอาชีพในร้านอาหาร เพื่อฝึกฝนทักษะให้มีสมรรถนะในการทำงาน ตรงตามตำแหน่งงาน สามารถพัฒนาเป็นเชฟหรือผู้บริหารร้านอาหาร และร้านเบเกอรี่ได้ทันทีหลังจบการศึกษา โดยครูและนักเรียนอาชีวศึกษาจะได้รับการอบรมหลักสูตรตามมาตรฐานงานของ S&P ในการฝึกเตรียมความพร้อม ก่อนลง ฝึกงานจริงในร้านสาขาต่อไป

### ผลลัพธ์และผลประโยชน์ที่ได้รับ :

- จำนวนนักเรียน ปวช. ศูนย์การเรียน เอส แอนด์ พี สะสมทั้งหมด 1,258 คน
- จำนวนนักเรียนศูนย์การเรียน เอส แอนด์ พี สำเร็จการศึกษาสะสมทั้งหมด 553 คน
- จำนวนนักเรียนทวิภาคี จากวิทยาลัยอาชีวศึกษา สะสมทั้งหมด 9,177 คน
- จำนวนนักเรียนทวิภาคี จบการฝึกงานกับบริษัทฯ สะสมทั้งหมด 8,954 คน
- ผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปวช. จากศูนย์การเรียน เอส แอนด์ พี เข้าทำงานกับบริษัทฯ 224 คน คิดเป็นร้อยละ 41
- นักเรียนที่จบการศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่และสร้างสังคมสุขภาพดีแก่สมาชิกในครอบครัวและชุมชนต่อไปได้
- นักเรียนสามารถนำทักษะไปประกอบอาชีพ สร้างรายได้ที่มั่นคงแก่ตนเองได้อย่างยั่งยืน

### ตำแหน่งงาน S&P



**01**  
ครัว

เตรียมวัตถุดิบผัด/เนื้อสัตว์  
ตรวจเช็ค/จัดเก็บวัตถุดิบ  
ปรุงประกอบอาหาร



**02**  
เบเกอรี่

ตรวจรับ/จัดเรียงสินค้า  
เช็ครายสินค้า  
เช็คลิสสินค้า กำบังซี



**03**  
เครื่องดื่ม

เตรียมวัตถุดิบทำเครื่องดื่ม  
ทำกาแฟ (ใช้เครื่อง)  
ทำเครื่องดื่มต่างๆ  
เตรียมขนมหวาน



**04**  
บริการ

ต้อนรับลูกค้า  
แนะนำอาหารและโปรโมชั่น  
รับออเดอร์  
เสิร์ฟ เก็บเงิน เก็บโต๊ะ

### ความก้าวหน้าในการฝึกงาน



## โครงการอบรมด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

### โครงการซ้อมอพยพหนีไฟประจำปี



เพื่อเพิ่มความรู้ ความสามารถ และเพิ่มทักษะในการฝึกซ้อม ทำให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของตน ที่จะปฏิบัติอย่างเป็นระบบตามแบบแผน ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามขั้นตอนที่ถูกต้องและทันการณ์ ซึ่งจะช่วยลดความเสียหายต่อทรัพย์สิน และความปลอดภัยต่อตัวพนักงาน

#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ:

- ผู้เข้าร่วม 180 คน (สาขาสุขุมวิท 26 สำนักงานจัดเลี้ยง สาขาทองหล่อ ร้านภัทรา สาขาสปอร์ตแอนด์สปา และสำนักงาน RCA)
- พนักงานมีทักษะในการเข้าระงับเหตุเพลิงไหม้ได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย
- พนักงานรู้ถึงบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- พนักงานสามารถสร้างความเชื่อมั่นและมีสติในการควบคุมสถานการณ์ โดยไม่ก่อให้เกิดความสับสนในการปฏิบัติหน้าที่ตามแผนที่กำหนดไว้ เพื่อลดการสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินจากเหตุเพลิงไหม้

### โครงการสนับสนุนด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ที่เกี่ยวข้องกับสารเคมี และวัตถุอันตราย ในโรงงานผลิตเบเกอรี่

เพื่อให้พนักงานได้ทราบเกี่ยวกับอันตรายของสารเคมี และวัตถุอันตราย ทราบเกี่ยวกับวิธีการจัดเก็บสารเคมี และวัตถุอันตรายได้อย่างปลอดภัย พนักงานสามารถจัดการเบื้องต้นเมื่อสารเคมีและวัตถุอันตรายหก รั่วไหล

#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ:

- พนักงานผู้เข้าร่วม 20 คน ผ่านเกณฑ์การทดสอบหลังเข้ารับการอบรม ร้อยละ 100
- พนักงานตระหนักถึงอันตรายของสารเคมีและวัตถุอันตราย ทำให้รู้จักการระมัดระวัง ป้องกัน และการจัดเก็บสารเคมีอย่างถูกวิธี เพื่อลดความเสี่ยงจากการใช้งาน
- พนักงานที่อยู่ในพื้นที่การใช้งานมีสุขอนามัยที่ดี สามารถดูแลตนเองได้



## โครงการด้านสิทธิมนุษยชน

### โครงการสนับสนุนการจ้างงานคนพิการร่วมกับ บริษัท วัลแคน โคะลิชั่น จำกัด

บริษัทฯ ลงนามความร่วมมือกับ วัลแคน โคะลิชั่น จำกัด เพื่อส่งเสริมการจ้างงานและพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของผู้พิการประเภทต่างๆ โดยทำหน้าที่อ่าน หรือบันทึกข้อมูลต่างๆ จากนักวิชาการ แพทย์ นักจิตวิทยา เพื่อนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์ความเสี่ยงของการเป็นโรคซึมเศร้า และบันทึกเสียงในระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) ผ่านแพลตฟอร์ม “MAYWE” ที่บริษัทฯ จัดเตรียมข้อมูล พัฒนาระบบปัญญาประดิษฐ์ที่จะช่วยคัดกรองความเสี่ยงจากอาการซึมเศร้าของพนักงานในบริษัทฯ และส่งเสริมสุขภาวะที่ดีในการทำงาน



(Happy Work Place) ให้สามารถป้องกันไม่ให้เกิดโรคซึมเศร้าและความเครียดสะสมที่อาจเกิดขึ้นได้ ทั้งนี้ โครงการอยู่ในขั้นตอนการกำหนดแผนการดำเนินงาน ซึ่งจะเริ่มดำเนินการในเดือนมกราคม 2567

#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ:

- บริษัทฯ มีแผนจ้างงานผู้พิการ จำนวน 39 คน
- ผู้พิการได้ใช้ศักยภาพในการประกอบอาชีพ เสริมสร้างคุณค่าในตนเอง ตลอดจนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

### โครงการความร่วมมือด้านสิทธิมนุษยชนร่วมกับ บริษัท วอลท์ ดิสนีย์ จำกัด

ตามที่บริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์เป็นผู้ผลิตที่สามารถใช้ลวดลายต่างๆ ของ Disney ในการนำมาใช้สำหรับการออกแบบลายการ์ตูนหน้าเด็กปอนด์รวมถึงออกแบบกล่องคุกกี้คอลเลคชั่นต่างๆ บริษัทฯ ในฐานะคู่ค้าของ บริษัท วอลท์ ดิสนีย์ จำกัด ได้ดำเนินงานตาม “จรรยาบรรณในการดำเนินการของผู้ผลิต” (Code of Conduct) ตามมาตรฐานแรงงานนานาชาติ (ILS) ของดิสนีย์

โดยมีรายละเอียดดังนี้



**ด้านการจ้างแรงงาน** ต้องเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด โดยไม่จ้างแรงงานเด็ก หรือแรงงานบังคับ



**ด้านลักษณะการทำงาน** จะต้องมีชั่วโมงการทำงานที่เหมาะสมไม่เกิน 48 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และจำนวนชั่วโมงล่วงเวลาไม่ต่ำกว่า 12 ชั่วโมง



**ด้านสวัสดิการ** ได้แก่ ชุดพนักงาน กิจกรรมพนักงาน อาหาร โดยพนักงานทุกคนจะได้รับการดูแลอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ



**ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน** กระบวนการทำงานที่มุ่งเน้นเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญสูงสุด โดยจัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม

ทั้งนี้ ทาง Disney จะมีผู้ตรวจสอบภายนอก (Auditor) เข้ามาตรวจกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดที่ Disney กำหนดไว้อย่างเข้มงวด โดยดำเนินการตรวจติดตามปีละ 1 ครั้ง

#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ:

- สร้างโอกาสในการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์จากลายการ์ตูนลิขสิทธิ์ที่ได้รับรองอย่างถูกต้องจาก Disney
- ยกระดับการดำเนินงานด้านแรงงาน ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล (International Standard) และในสามารถนำไปปรับใช้สำหรับสายการผลิตอื่นๆ ได้ในอนาคต
- พนักงานได้รับการดูแลตามหลักสิทธิมนุษยชนด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ



# ความปลอดภัยของอาหาร

## เป้าหมายปี 2566

ร้าน S&P ทั้งหมด ผ่านการประเมิน QSC  
ครบ **100%** ของจุดขายทั้งหมด

โรงงานผลิตเบเกอรี่และอาหาร  
ได้ใบรับรองมาตรฐาน ISO 14001  
จำนวน **2 โรงงาน**

การตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์  
(Traceability) จำนวน **3 ผลิตภัณฑ์**  
เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย  
วัตถุประสงค์ไม่มีปัญหาด้าน ESG



การประเมิน QSC



ใบรับรองมาตรฐาน  
ISO 14001



การตรวจสอบย้อนกลับ  
ผลิตภัณฑ์ (Traceability)

## ผลการดำเนินงาน เทียบเป้าหมาย

ร้าน S&P ได้รับการประเมิน QSC  
ครบ **100%** ของจุดขายทั้งหมด  
(450 จุดขาย)  
และมีจุดขายที่ผ่านเกณฑ์ คิดเป็น **76%**

อยู่ระหว่างดำเนินการขอใบรับรอง  
มาตรฐาน ISO 14001 จำนวน  
**1 โรงงาน**

อยู่ระหว่างดำเนินการจำนวน  
**3 ผลิตภัณฑ์**

## ที่มาและความเกี่ยวข้อง

ผู้บริโภคตระหนักถึงความปลอดภัยของอาหารเป็นสิ่งสำคัญสูงสุด ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ เข้าสู่กระบวนการผลิต จนกระทั่งส่งมอบถึงผู้บริโภค สำหรับบริษัทฯ มุ่งให้ความสำคัญอันดับต้นๆ ในเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค จากการบริโภคผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยมุ่งคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพดีจากเกษตรกรโดยตรง ปราศจากสารเคมี บริษัทฯ มีการส่งเสริมให้เกษตรกรคำนึงถึงการเพาะปลูกที่ยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบต่อสุขภาพของทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค ตลอดจนสิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศ อันเป็นการปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ โดยประกาศใช้นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพ และทรัพยากรธรรมชาติเป็นแนวปฏิบัติครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของการดำเนินงานและกิจกรรมทางธุรกิจ ตลอดจนร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกดำเนินโครงการด้านการฟื้นฟู อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย รวมถึงคัดสรรปัจจัยการผลิตอื่นๆ จากคู่ค้าที่เชื่อถือได้ เพื่อลดและป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดผลกระทบต่อสุขภาพผู้บริโภค ตลอดจนความเสียหายและสูญเสียรายได้ของผู้ประกอบการตลอดห่วงโซ่คุณค่าที่เกิดจากการขาดความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารจากการดำเนินงานของบริษัทฯ

## ความมุ่งมั่น

ในฐานะผู้นำของธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ บริษัทฯ กำหนดมาตรฐานที่เข้มงวด สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและติดตามการดำเนินงานอย่างใกล้ชิดเพื่อสร้างความมั่นใจ ปลอดภัย และตรวจสอบย้อนกลับได้ ตลอดจนมีการเก็บรักษาคุณภาพของอาหารและระบบขนส่งที่มีศักยภาพ พร้อมส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพดี และปลอดภัยสูงสุดแก่ผู้บริโภค

บริษัทฯ ยังคงตระหนักถึงความสำคัญของการผลิตอาหารที่มีคุณภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ และมีความปลอดภัยสูงสุด โดยได้รับการรับรองด้านคุณภาพอาหารและความปลอดภัยของอาหารจากหน่วยงานภายนอก ตลอดจนยังมีระบบตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพและบริการสำหรับหน้าร้าน เพื่อเป็นการตรวจ ติดตาม และนำผลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและเพื่อสร้างความมั่นใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมุ่งพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้พนักงานและผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลความปลอดภัยของอาหารได้

### คุณภาพที่ดีสำหรับลูกค้า ผู้บริโภค

- อาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มมีรสชาติอร่อย มีคุณค่าทางโภชนาการ สะอาด ปลอดภัย
- สินค้าและบริการมีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม คำนึงต่อผู้บริโภค
- ไม่เกิดอันตรายทั้งต่อทั้งผู้บริโภคและต่อสิ่งแวดล้อม
- มีช่องทางรับข้อร้องเรียนด้านคุณภาพอาหารและการบริการที่เข้าถึงได้ง่าย และมีการตอบกลับที่รวดเร็ว
- สามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์และใช้บริการ

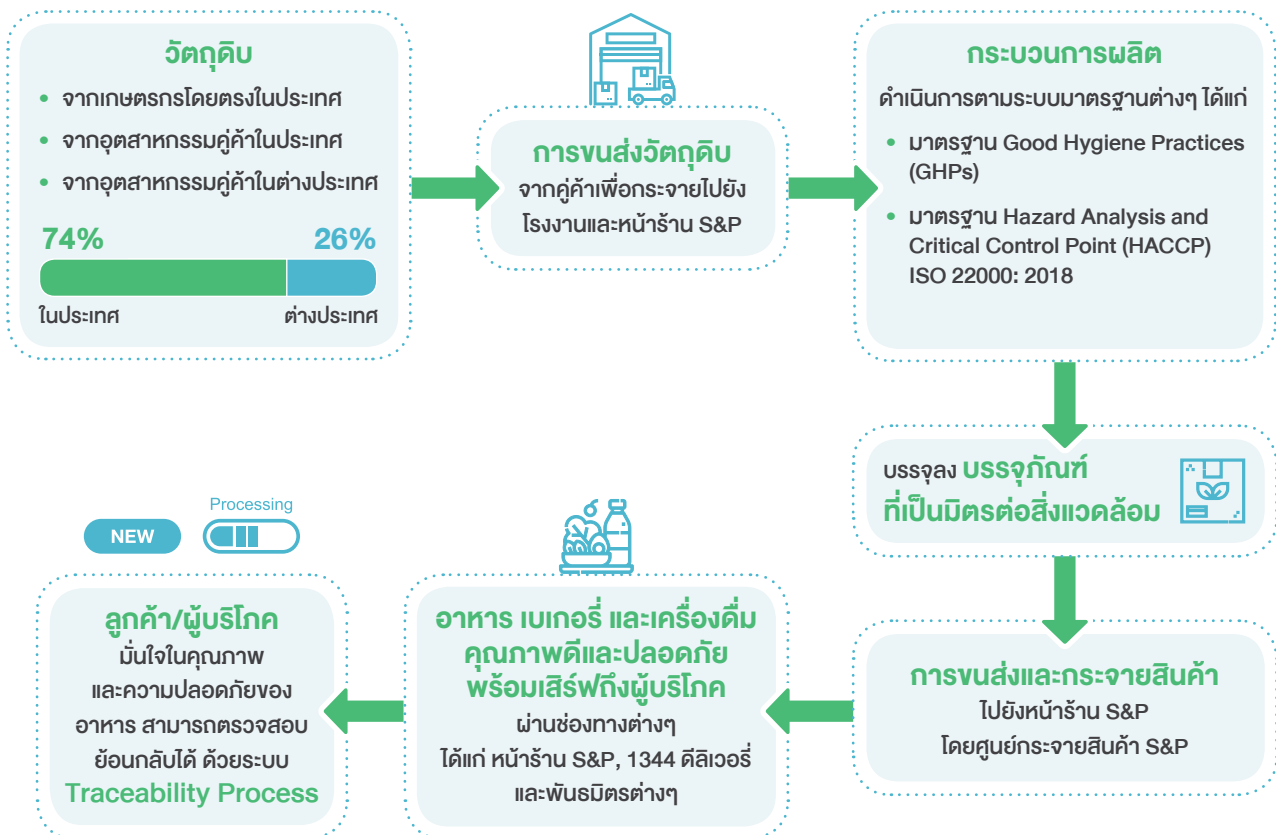
### คุณภาพที่ดีสำหรับ เอส แอนด์ พี

- มีกระบวนการการผลิตที่ถูกต้อง ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงสิ้นสุดการผลิต รวมถึงการส่งมอบสินค้าและบริการ
- มีกระบวนการการผลิตที่ใช้แนวคิด zero defects หรือมีระดับการเกิดของเสียไม่เกินเกณฑ์มาตรฐาน
- มีกระบวนการการผลิตที่ไม่เบี่ยงเบนจากมาตรฐานที่กำหนดไว้ และสามารถทำการผลิตได้อย่างถูกต้องตามตัวแปรที่ต้องการ
- มีความเหมาะสมในด้านระดับต้นทุนการผลิต ทำให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่เหมาะสมและยอมรับได้

## แนวทางการดำเนินงาน

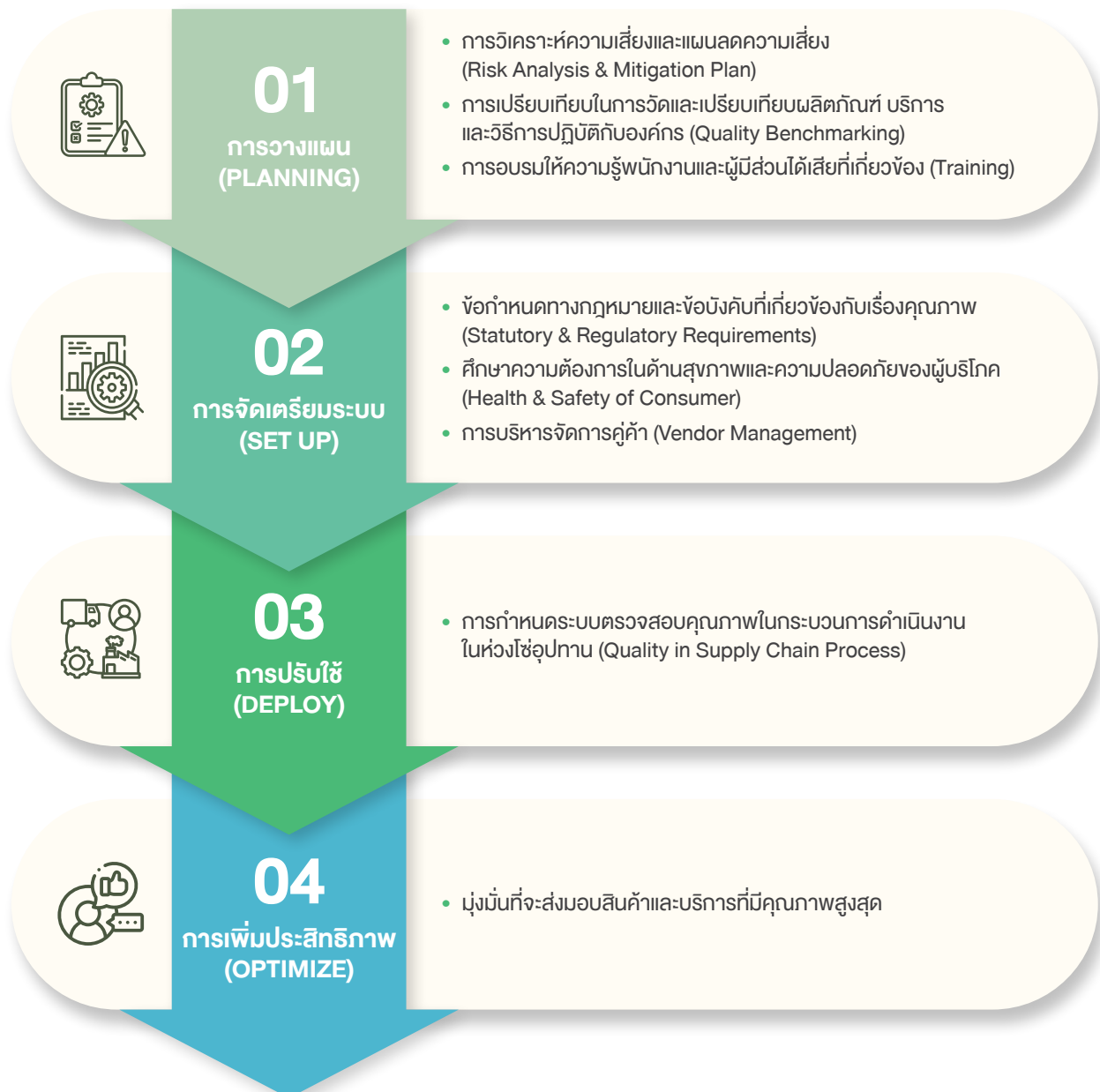
บริษัทฯ มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer Centric) โดยเฉพาะในด้านคุณค่าทางโภชนาการ และปลอดภัย เพื่อสนับสนุนการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัยสูงสุดสำหรับผู้บริโภค ตลอดจนมีมาตรการป้องกันความปลอดภัยสูงสุดให้แก่พนักงาน คู่ค้า ทั้งในส่วนของหน้าร้านและกระบวนการผลิต เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการเข้าถึงอาหารและเครื่องดื่มได้อย่างปลอดภัย มีสุขภาพที่ดี ด้วยระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability System) สามารถติดตามประวัติของสินค้าตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการจัดจำหน่ายได้

## แผนการบริหารจัดการความปลอดภัยของอาหาร และคุณภาพสินค้าและบริการ ปี 2567-2573



## กระบวนการบริหารจัดการ “คุณภาพสินค้าและบริการ” ของ เอส แอนด์ พี

บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานด้านคุณภาพอาหาร ความปลอดภัยและโภชนาการเพื่อสร้างเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค ด้วยกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย อาหารมีคุณภาพและโภชนาการที่ดี โดยหน้าร้าน โรงงานผลิตอาหาร และโรงงานผลิตเบเกอรี่ ยังคงมุ่งเน้นด้านคุณภาพ ความสะอาด ความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด ในระดับความปลอดภัยสูงสุดจนเป็นความปกติใหม่ (New Normal) เพื่อให้ลูกค้าและผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตรวมถึงผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นผ่านมาตรฐานคุณภาพและการดูแลเพื่อความปลอดภัยก่อนส่งต่อผู้บริโภค ตลอดจนมีการบรรจุในผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะมีรายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อการพัฒนาสินค้าและออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป



บริษัทฯ ดำเนินงานเพื่อ “คุณภาพสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงสุด” ส่งมอบผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มอย่างต่อเนื่องด้วยความมุ่งมั่นในด้านการพัฒนาคุณภาพและเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ในปี 2566 บริษัทฯ ได้เลือกประเด็นที่น่าสนใจในการจัดทำแผนพัฒนา และกำหนดเป้าหมาย/ตัวชี้วัดสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการทำงานให้สอดคล้องและเกิดประสิทธิผลที่สูงสุด

## การวางแผน : การวิเคราะห์ผลกระทบที่เป็นความเสี่ยงและโอกาสของประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจเรื่องคุณภาพสินค้าและบริการ

	ด้านสิ่งแวดล้อม	ด้านสังคม	ด้านบรรษัทภิบาล
<b>ความเสี่ยง</b>	การเกิดขยะจากอาหารและบรรจุภัณฑ์	ไม่มีการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์และระบบการผลิตอย่างเคร่งครัด	การไม่มีการควบคุมดูแลที่โปร่งใสตรวจสอบได้ มุ่งกำไร โดยไม่คำนึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
<b>โอกาส</b>	การลดขยะตลอดกระบวนการและการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคมผ่านโครงการส่งเสริมอาชีพแก่คู่ค้าบริษัทฯ	มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
<b>แนวทางการบริหารจัดการ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer Centric) อยู่เสมอ โดยเฉพาะในด้านคุณค่าทางโภชนาการ และความปลอดภัยทางอาหาร ทั้งนี้ เรื่องโภชนาการและสุขภาพของลูกค้าจะกล่าวถึงในบทต่อไป</li> <li>การเข้าถึงสินค้าที่ปลอดภัยอย่างเพียงพอ และการมีสุขภาวะที่ดี ซึ่งจะกล่าวถึงในบทอาหารที่เข้าถึงได้ในราคาที่เหมาะสม</li> </ul>		
<b>เป้าหมายที่ท้าทายของประเด็น</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพทางโภชนาการสูง ตามมาตรฐานสากล เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการมีสุขภาวะที่ดีของสังคม</li> <li>สร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจ สร้างความผูกพันกับแบรนด์ เอสแอนด์พี เพื่อการซื้อและใช้บริการซ้ำ รวมทั้งการบอกต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า</li> </ul>		

## การจัดเตรียมระบบ : การจัดการความเสี่ยง และการหาโอกาส

บริษัทฯ มีการบริหารงานและการวางแผนให้สอดคล้องตามแนวทางขององค์กร และตามมาตรฐานสากล โดยพิจารณาประเด็นที่จะมีผลกระทบกับการบริหารความปลอดภัยอาหาร และหาแนวทางเพื่อจัดการความเสี่ยงและโอกาสเหล่านี้ โดยการดำเนินการต้องสอดคล้องกับข้อกำหนด กฎหมาย ความต้องการของลูกค้า หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อไป

บริษัทฯ ไม่เพียงแต่บริหารจัดการเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารเท่านั้นแต่ยังคงมุ่งเน้นแนวทางการบริหารจัดการกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วย ควบคุมการเกิดของเสียให้เกิดขึ้นน้อยที่สุดหรือเป็นศูนย์ โดยใช้หลักการ 3Rs คือ การนำมาผลิตเพื่อใช้ซ้ำ (Reuse) การลดการใช้ (Reduction) และการนำมาใช้ใหม่ (Recycling) ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ทั้งนี้ จะมีอธิบายเพิ่มเติมในเรื่องการจัดการของเสียและเศษอาหารต่อไป





## ระบบการประกันคุณภาพ และความปลอดภัย

กระบวนการผลิตเบเกอรี่ของเอส แอนด์ พี มีการควบคุมจุดที่สำคัญในแต่ละขั้นตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจุดหรือขั้นตอนที่สำคัญ (Critical Control Point: CCP) เพื่อประสิทธิภาพในการป้องกันอันตรายจากสิ่งแปลกปลอมต่างๆ ทั้งด้านกายภาพเคมี ชีวภาพ และสารก่อภูมิแพ้ รวมไปถึงการทวนสอบวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สุดท้าย ห้องปฏิบัติการทดสอบผลิตภัณฑ์ของโรงงาน ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO/IEC 17025: 2017 จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งนับเป็นระบบมาตรฐานการทดสอบที่ให้ผลการทดสอบที่ถูกต้องน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับระดับสากล ตลอดจนได้รับการรับรองการผลิตตามมาตรฐานต่างๆ ดังนี้

### โรงงานผลิตเบเกอรี่และโรงงานผลิตอาหาร ได้รับการรับรอง ได้แก่

- มาตรฐาน GHPs (Good Hygiene Practices) หรือการปฏิบัติสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร จากสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ หน่วยรับรอง SGS ประเทศไทย
- มาตรฐาน HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) หรือระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดควบคุมที่สำคัญในการผลิตอาหาร จากสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ หน่วยรับรอง SGS ประเทศไทย
- มาตรฐาน ISO 22000: 2018 (Food Safety Management System) หรือระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร จากสถาบัน United Kingdom Accreditation Service (UKAS) หน่วยรับรอง SGS ประเทศไทย

### นอกจากนี้ โรงงานผลิตอาหารยังได้รับการรับรอง ดังนี้

- มาตรฐานระบบคุณภาพโรงงานส่งออกอาหารแช่แข็ง ที่มีไข่เป็นส่วนประกอบ สุขลักษณะการผลิตที่ดี (GMP) จากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประเทศไทย
- มาตรฐานอาหารฮาลาล (HALAL) สินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เยลลี่และกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำสลัด จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

ผู้บริโภคจึงมั่นใจได้ว่าสินค้า เอส แอนด์ พี มีกระบวนการผลิตและการตรวจสอบที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัยต่อการบริโภค เพื่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภค

## การปรับใช้ : ระบบตรวจสอบคุณภาพ ในกระบวนการดำเนินงาน

### คุณภาพการผลิต

#### ระบบจัดการความปลอดภัยในอาหาร

- บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดระบบบริหารจัดการโดยจัดทำเป็น ลายลักษณ์อักษรนำไปปฏิบัติ คุ้มครองและปรับปรุงให้ทันสมัย ระบุขอบข่ายโดยใช้ชนิดผลิตภัณฑ์เป็นหลัก
- ทีมปฏิบัติงานระบบคุณภาพต้องมีการระบุอันตรายวิธีการประเมินและการควบคุมผลิตภัณฑ์ เพื่อไม่ให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อม
- ทางบริษัทฯ จัดให้มีระบบการสื่อสารข้อมูลด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ระหว่างองค์กรในห่วงโซ่อาหาร รายละเอียดดังตารางแสดงรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายนอก
- ทีมงานระบบคุณภาพจัดให้มีการสื่อสารข้อมูลภายในบริษัทเกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยอาหารเท่าที่จำเป็นตามมาตรฐานรายละเอียดดังตารางแสดงรูปแบบการติดต่อ สื่อสารภายในบริษัท
- ทีมงานระบบคุณภาพทำการประเมิน ปรับปรุงระบบบริหารจัดการความปลอดภัย เพื่อให้ทันสมัยอย่างน้อยปีละครั้ง
- ถ้ามีการจ้างบริษัทภายนอก ซึ่งมีผลกระทบต่อความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ทีมงานระบบคุณภาพจัดให้มีระบบการควบคุมและบันทึกการทำงานดังกล่าว
- บริษัทมีการกำหนดมาตรฐานวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ ใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ มีการกำหนดค่าควบคุมในกระบวนการผลิต เพื่อความสม่ำเสมอของผลิตภัณฑ์ มีการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบคุณภาพก่อนการปล่อยผ่านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและเกิดความปลอดภัยต่อของผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการยกระดับมาตรฐานของกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

ระบบการจัดการคุณภาพของเอส แอนด์ พี มีการดำเนินงานตามมาตรฐานของระบบ ISO22000: 2018 เป็นระบบมาตรฐานสากล เพื่อความปลอดภัยทางอาหารและเป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพที่กำหนด และคำนึงถึงการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผู้บริโภค ตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยจะครอบคลุมทั้งข้อกำหนดของ GHPs & HACCP และข้อกำหนดสำหรับระบบการจัดการในองค์กร โดยเน้นที่การสื่อสารร่วมกันระบบการจัดการและการควบคุมอันตราย เพื่อประกันว่ามีการกำหนดรายละเอียดการตรวจสอบ เพื่อความปลอดภัยของอาหารอย่างถูกต้องเหมาะสม และมีกระบวนการควบคุมตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน ซึ่งได้รับการตรวจสอบและรับรองโดยหน่วยงานอิสระ จึงสามารถมั่นใจได้ว่าระบบการจัดการของบริษัทฯ เป็นไปตามกฎระเบียบ ข้อบังคับตามมาตรฐานสากล รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่างๆ จึงมีความปลอดภัยและได้มาตรฐานตลอดทุกขั้นตอน จนนำเสนอถึงผู้บริโภค

## คุณภาพการบริการ

บริษัทฯ ใช้ระบบ QSC (Quality Service and Cleanliness) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ครอบคลุมทั้งด้านคุณภาพ บริการ และความสะอาด มาใช้ในการบริหารระบบงานหน้าร้านให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีกระบวนการประเมินและชี้วัดผลการดำเนินงานที่ชัดเจน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าของเอส แอนด์ พี ได้รับอาหารและการบริการที่มีคุณภาพภายใต้มาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ ทั้งนี้ หากพบว่ามีกรณีปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับข้อบังคับที่สำคัญ (Critical) จะส่งผลให้ไม่ผ่านการประเมินในหมวดของหัวข้อ การประเมินนั้นทันที เพื่อให้ทุกจุดขายตระหนักและให้ความสำคัญทั้งด้านคุณภาพ บริการ และความสะอาดตามมาตรฐานสูงสุดของบริษัทฯ

### เป้าหมายการดำเนินการ ด้านควบคุมคุณภาพ ปี 2566-2573

- 1 ทุกร้านค้าของ S&P มีการตรวจ QSC คsu 100%
- 2 ทุกร้านค้าที่ตรวจ QSC ต้องมีคะแนน สูงกว่า 85%
- 3 การตรวจ QSC ต้องถูกต้องตามมาตรฐาน 100%

### ผู้รับผิดชอบในแต่ละระดับ เพื่อตรวจทานการทำงาน

- 1 ผู้จัดการสาขา ตรวจสอบร้าน สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
- 2 ผู้จัดการเขต ตรวจสอบร้าน ประจำเดือนละ 1 ครั้ง
- 3 หน่วยงานคุณภาพ ตรวจสอบร้าน ประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

## ระบบการตรวจสอบย้อนกลับ

บริษัทฯ มีแผนการจัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ โดยใช้เทคโนโลยีบาร์โค้ดสินค้ารูปแบบใหม่ ด้วยเทคโนโลยีระบบ 2D Barcode ซึ่งสามารถตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ไปถึงแหล่งที่มาของกระบวนการผลิต อาทิ วันผลิต ล็อตการผลิต เป็นต้น นอกจากนี้ ระบบยังแจ้งเตือนเพื่อป้องกันการจำหน่ายสินค้าหมดอายุให้แก่ลูกค้าได้ ทั้งนี้ อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ โดยตั้งเป้าหมายตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ได้ 3 รายการ ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2567

## จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ ปี 2566



คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการตาม  
คู่มือมาตรฐานการทำงานของบริษัทฯ

**1 เคส**

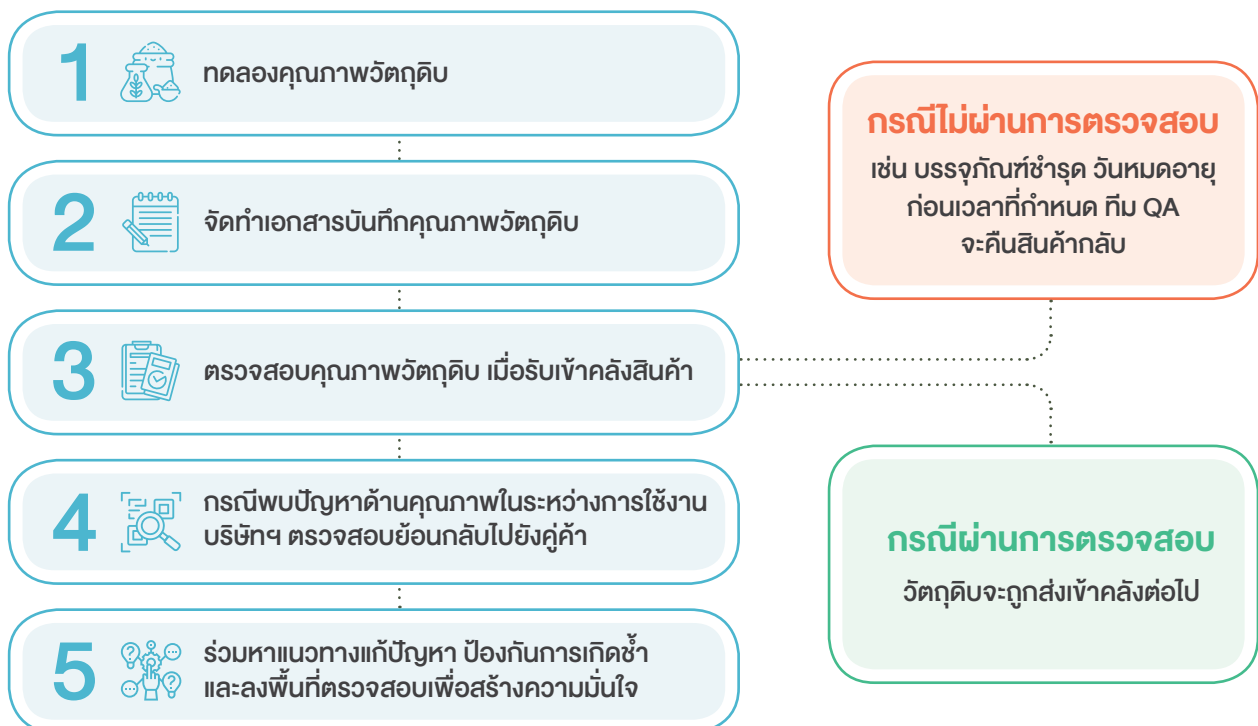


คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการตาม  
มาตรฐานคุณภาพสินค้าระดับสากล  
รวมทั้งกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ

**0 เคส**

บริษัทฯ มีกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบ ดังนี้

1. บริษัทฯ พิจารณาคัดเลือกคู่ค้าวัตถุดิบ โดยขอตัวอย่างวัตถุดิบ เพื่อนำมาวิจัยและพัฒนาสูตรอาหาร เบเกอรี่ หรือเครื่องดื่ม ให้ตรงกับความต้องการของบริษัทฯ โดยที่วิจัยและพัฒนา
2. หลังจากผ่านการทดลอง ทีมจัดซื้อจะแจ้งผลกลับกับทางคู่ค้า ขอใบรับรองมาตรฐาน ผลทดสอบจากห้องปฏิบัติการ (Lab Results) ทั้งทางกายภาพและชีวภาพของวัตถุดิบเพื่อประกอบการจัดทำข้อตกลงการซื้อขาย จัดทำเอกสารบันทึกคุณภาพวัตถุดิบจากนั้นจึงทำการสั่งซื้อวัตถุดิบตามระบบ SAP
3. เมื่อวัตถุดิบเข้าคลังสินค้า ทีมตรวจสอบคุณภาพ (QA) จะตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบตามเอกสารบันทึกคุณภาพวัตถุดิบ
  - กรณีไม่ผ่านการตรวจสอบ เช่น บรรจุภัณฑ์ชำรุด วันหมดอายุก่อนเวลาที่กำหนด เป็นต้น ทีม QA จะคืนสินค้ากลับ
  - กรณีที่ผ่านการตรวจสอบ วัตถุดิบจะถูกส่งเข้าคลังต่อไป
4. หากหน่วยผลิตเบเกอรี่วัตถุดิบจากคลังสินค้า แล้วพบปัญหาด้านคุณภาพวัตถุดิบ วัตถุดิบจะถูกคืนกลับคู่ค้า โดยทีมจัดซื้อ จะตรวจสอบย้อนกลับไปยังคู่ค้า โดยระบุหมายเลขใบสั่งซื้อ ล็อตวัตถุดิบที่มีปัญหา แจ้งปัญหาที่เกิดขึ้นแก่คู่ค้า เพื่อดำเนินการแก้ปัญหาโดยทันที
5. เมื่อพบปัญหาวัตถุดิบ ทีมจัดซื้อและทีมตรวจสอบคุณภาพจะดำเนินการประชุมร่วมกับคู่ค้าในทันที เพื่อคู่ค้าดังกล่าวเร่งตรวจสอบปัญหาไปยังต้นทางการผลิต รวมถึงกระบวนการแก้ปัญหา และดำเนินการแจ้งกลับบริษัท จากนั้นบริษัท จะลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบกระบวนการทำงาน สร้างความมั่นใจในวัตถุดิบ ทั้งนี้ เพื่อร่วมกันแก้ปัญหา และหาแนวทางป้องกันปัญหาด้านคุณภาพวัตถุดิบไม่ให้เกิดซ้ำ อันเป็นการร่วมพัฒนาคู่ค้าอย่างยั่งยืน



ในปี 2566 มีข้อร้องเรียนเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามคู่มือมาตรฐานการทำงานของบริษัทฯ ซึ่งมี 1 เคส ที่เกิดจากการปรุงอาหารหน้าร้าน ทั้งนี้ ไม่มีเคสเกี่ยวข้องกับด้านคุณภาพสินค้า ตามมาตรฐานคุณภาพสินค้าระดับสากล รวมทั้งกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับที่กำหนด

ทั้งนี้ ทางสาขาได้มีการดำเนินการทวนสอบและมีการแก้ไขปัญหาตามขั้นตอนอย่างสมบูรณ์ โดยหลังจากสิ้นสุดกระบวนการกรณีดังกล่าว ทางทีม QSC ได้ลงพื้นที่เพื่ออบรมย้ำถึงกระบวนการการทำงานตามคู่มือ SOP และลดโอกาสการเกิดความผิดพลาดซ้ำ

## การเพิ่มประสิทธิภาพ :

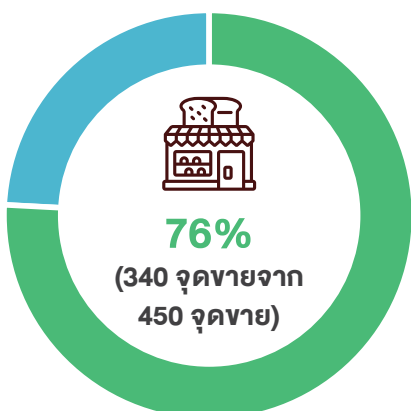
บริษัทฯ มุ่งมั่นปรับปรุงการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการใช้นวัตกรรมและการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน ทั้งส่วนโรงงาน หน้าร้าน และบริการดีลิเวอรี่ ด้วยการพัฒนาแอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ให้เข้าถึงง่ายขึ้น พร้อมพัฒนาระบบการจ่ายเงินแบบไร้เงินสด (Cashless Payment) การนำระบบงานหลังบ้านที่เรียกว่า RPA (Robotic Process Automation) มาใช้ เพื่อให้กระบวนการทำงานเป็นระบบอัตโนมัติ เช่น การส่งสินค้า การจ่ายเงิน เพิ่มคุณภาพในกระบวนการให้แม่นยำยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังเพิ่มจำนวนไรเคอร์สำหรับบริการดีลิเวอรี่ 1344 เพื่อยกระดับคุณภาพของการบริการที่ให้ความสะดวกสบาย และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้เอส แอนด์ พี สามารถแข่งขันและเติบโตทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

## สรุปผลการดำเนินงานปี 2566

### ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัยของอาหารในส่วนการผลิต (โรงงาน)

ผลการดำเนินงาน	หน่วย	2563	2564	2565	2566
กำลังการผลิตเบเกอรี่ทั้งหมด Total bakery production volume	ตัน	7,427	7,036	7,894	7,977
กำลังการผลิตเบเกอรี่ที่ได้รับการรับรองจากมาตรฐานด้านความปลอดภัยของอาหารตามกฎหมายหรือมาตรฐานสากล เช่น GHPs, HACCP, ISO 22000:2018	ตัน %	7,426.93 100	7,036.35 100	7,893.50 100	7,977 100
กำลังการผลิตอาหารทั้งหมด Total food production volume	ตัน	3,919	4,157	4,291	4,818
กำลังการผลิตอาหารที่ได้รับการรับรองจากมาตรฐานด้านความปลอดภัยของอาหารตามกฎหมายหรือมาตรฐานสากล เช่น GHPs, HACCP, ISO22000:2018	ตัน %	3,919 100	4,157 100	4,291 100	4,818 100

## ผลการตรวจประเมิน QSC

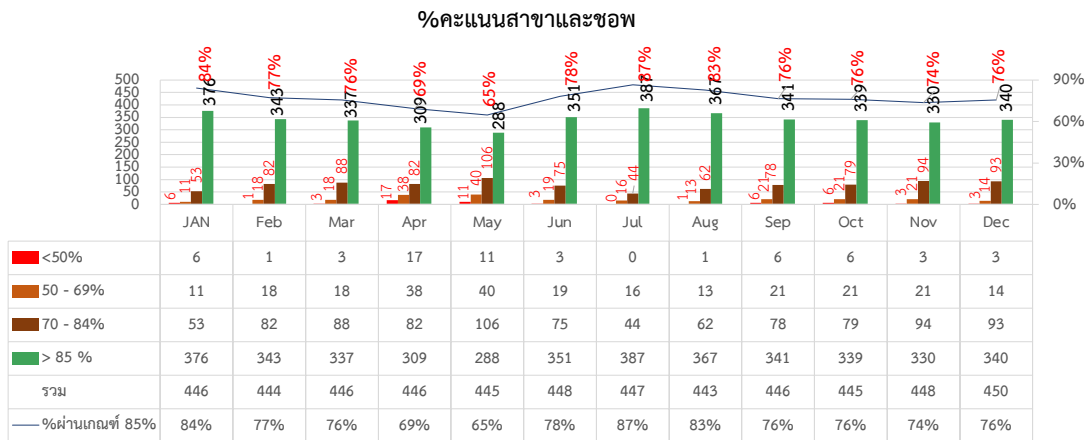


จากผลการตรวจประเมินโดยมีคะแนนผ่านเกณฑ์ 85%

ในปี 2566 ร้านอาหารและเบเกอรี่ S&P ได้รับการตรวจประเมินครบ **100%**



## สรุปคะแนนร้านที่ได้รับการตรวจ QSC เดือนมกราคม - ธันวาคม 2566



ตรวจรวม = 450 ร้าน ผ่านเกณฑ์ 85% = 340 ร้าน คิดเป็น 76% (ไม่ผ่าน = 110)

## โครงการที่สำคัญ ปี 2566

### โครงการสนับสนุนเกษตรกรผู้ปลูกผักโขม



#### วัตถุประสงค์

เอส แอนด์ พี ให้ความสำคัญกับการคัดสรรวัตถุดิบจากแปลงเกษตรกรโดยตรง เพื่อให้ได้วัตถุดิบ “ผักโขม” คุณภาพดี ปลอดภัยและมีรสชาติดีสำหรับนำไปสู่การผลิตเมนู แซนด์วิชอบร้อน ผักโขมเบคอนชีส เดนิชผักโขม และมักริโน่ผักโขมอบชีส จึงได้คัดสรรคู่ค้าที่ดำเนินการตามแนวทาง ESG และมีการดำเนินงานตามมาตรฐานสากล โดยบริษัท สยาม เฟรช ฟู้ด แอนด์ โพรเซส จำกัด อำเภอกะทู้มบเนน จังหวัดสมุทรสาคร เกษตรกรผู้ปลูกผักโขมและนำมาแปรรูป ได้รับการรับรองการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และโรงงานแปรรูปได้รับมาตรฐานการผลิต GMP / HACCP / HALAL จึงมั่นใจได้ว่าผู้บริโภคจะได้รับอาหารที่มีคุณภาพ และปลอดภัยสูง



บริษัทฯ ได้เข้าไปร่วมพัฒนาคุณค่าเพื่อแก้ปัญหาเรื่องการตายเน่าของผักโขม ซึ่งเกิดจากการที่ผักโขมเปลี่ยนสีเมื่อโดนอุณหภูมิสะสมสูงเกินไป ทำให้ผักโขมที่หนึ่งแล้วเปลี่ยนจากสีเขียวเป็นสีอมเหลือง มีสีส้มไม่สวยงาม ส่งผลถึงคุณภาพผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ทีม QA ของบริษัทฯ ยังได้ร่วมพัฒนาคุณค่าถึงเทคนิคการล้างผัก เพื่อกำจัดตัวหอยติดอยู่ในกอกผักโขมก่อนนำมาหนึ่งเพื่อความสะอาด และความปลอดภัยสูงสุดของผู้บริโภค

## ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ในปี 2566 บริษัทฯ มียอดซื้อผักโขมจำนวน 2,718,600 บาท มีการจ้างงานเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นจำนวน 30 คน ซึ่งในกระบวนการผลิตผักโขมแปรรูปนี้ มีการจ้างงานคนในพื้นที่ทั้งผู้สูงอายุ ผู้ทุพพลภาพทางร่างกายรวมทั้งผู้ที่เคยต้องโทษ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า สร้างความเท่าเทียม และความเสมอภาคแก่คนในสังคมให้สามารถสร้างรายได้เพื่อเลี้ยงชีพตัวเองและครอบครัวได้อย่างยั่งยืน ตลอดจนเป็นการส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตคนในสังคมด้วย



## โครงการขยายขอบข่ายรับรองใบอนุญาตผลิต สายการผลิตอาหาร

### วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค ในกระบวนการผลิตที่เป็นไปตามมาตรฐานกำหนด โดยมีหน่วยงานรับรองอย่างเป็นทางการ สายการผลิตอาหาร ได้ขยายขอบข่ายใบอนุญาตผลิตให้ครอบคลุมกลุ่มสินค้าเครื่องดื่ม และกลุ่มผลิตภัณฑ์ชา เพื่อจำหน่ายหน้าร้านสาขา โดยได้รับรองจากหน่วยงานสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค และสอดคล้องตามกฎหมาย

ในปี 2566 โรงงานผลิตอาหารลาดกระบังได้เตรียมการขยายขอบข่ายรับรองใบอนุญาตผลิตอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อรองรับการผลิตในอนาคต โดยตั้งเป้าหมายเริ่มจากกลุ่มเครื่องดื่ม Ready to Drink 4 รายการ



# ประสบการณ์ของลูกค้า

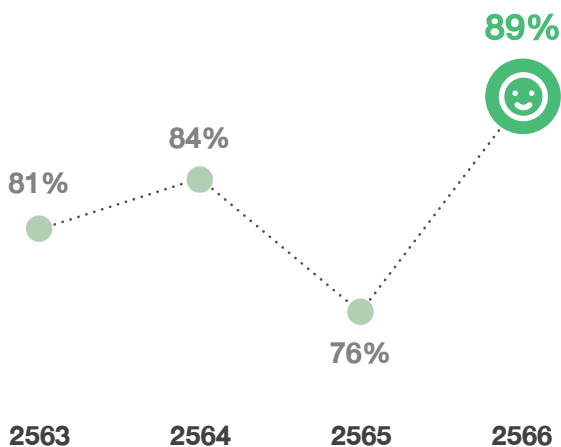
## เป้าหมายปี 2573



ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ  
สินค้าและบริการ ไม่ต่ำกว่า  
**85%**

## ผลการดำเนินงาน เทียบเป้าหมาย

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้า  
และบริการ



## ความมุ่งมั่น

บริษัทฯ มุ่งมั่นใส่ใจลูกค้าด้วยการให้บริการภายใต้แนวคิด 'คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม' อันได้แก่

### Quality

คุณภาพอาหาร  
และความปลอดภัยในอาหาร

### Service

คุณภาพการบริการ  
และความรวดเร็วในการ  
ใช้บริการ

### Cleanliness

คุณภาพความสะอาด  
ทั้งสถานที่ อุปกรณ์  
และพนักงาน

## ที่มาและความเกี่ยวข้อง

เอส แอนด์ พี ดำเนินธุรกิจคู่กับคนไทยในทุกๆ ช่วงเวลาแห่งความสุข ตลอดระยะเวลากว่า 50 ปี ด้วยสินค้าและบริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทั้งอาหารเบเกอรี่ เครื่องดื่มบลูคัพ และสินค้าพร้อมรับประทานหลากหลายเมนู โดยมีการวิจัยและพัฒนาเมนูใหม่ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ทั้งรับประทานอาหารที่ร้าน ช้อปกลับบ้าน และบริการ 1344 ดีลิเวอรี่ โดยการได้รับคำติชมจากลูกค้านับเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายสำคัญ ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ มีจำนวนจุดขายเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการหมุนเวียนของพนักงานที่เข้ามาใหม่ ส่งผลต่อการให้บริการลูกค้าอาจยังไม่ได้รับความสะดวกอย่างเต็มศักยภาพ ซึ่งอาจเกิดข้อร้องเรียนจากลูกค้าได้ ทั้งนี้ ลูกค้าและผู้บริโภคที่มาใช้บริการจะได้รับการดูแลอย่างเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน ตลอดจนสามารถเข้าถึงอาหารและบริการที่มีคุณภาพ รวมถึงกรณีมีข้อร้องเรียนจากการรับบริการ ทางบริษัทฯ มีแผนรับข้อร้องเรียนทำหน้าที่พิจารณา ดำเนินการแก้ไขปัญหา ทวนสอบ และติดตามการแก้ปัญหาจนเสร็จสิ้นด้วยมาตรฐานเดียวกัน

การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า และสร้างความพึงพอใจของลูกค้า เป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจที่ปัจจุบันมีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น ความต้องการของลูกค้าเป็นข้อมูลสำคัญที่บริษัทฯ ใช้ประกอบในการกำหนดกลยุทธ์การขาย การบริการที่มีคุณภาพ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างยั่งยืนผ่านการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย รวมทั้งติดตามประเมินความพึงพอใจของลูกค้า และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งหวังเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของลูกค้าและเติบโตเคียงข้างกันอย่างยั่งยืน

## แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีแนวทางการดำเนินงานด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของบริษัทฯ พร้อมทั้งเกิดความผูกพัน เชื่อมั่น และไว้วางใจในการบริการ ดังนี้

### 1. หลักการใช้และการสื่อสารกับพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กรเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นสิ่งที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและพนักงานภายในองค์กร เมื่อบุคลากรเข้าใจนโยบายของบริษัทฯ จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ทำให้สามารถปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้ เอส แอนด์ พี กำหนดช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายสำหรับแจ้งนโยบายและข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของบริษัทฯ เช่น การประชุมผู้จัดการสาขา ประจำเดือน E-mail และ Intranet เป็นต้น

### 2. การฝึกอบรมพนักงานในการดูแลลูกค้า

บริษัทฯ ได้จัดตั้ง “ส่วนพัฒนาฝึกอบรมส่วนกลาง” โดยพนักงานทุกคนจะต้องผ่านการอบรมและทดสอบจากส่วนพัฒนาฝึกอบรมส่วนกลางตั้งแต่แรกเข้าและตลอดระยะเวลาการเป็นพนักงานของ เอส แอนด์ พี ตามหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะด้านต่าง ๆ ในการทำงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้สอนทักษะในการสื่อสาร อาทิ การพูดต้อนรับและพูดขอบคุณลูกค้า ฝึกการพูดเชิญชวนเพื่อแนะนำ โปรโมชันหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ การใช้น้ำเสียง การแสดงสีหน้าต้องยิ้ม แย้มแจ่มใส และจะต้องผ่านการฝึกอบรมภาษาอังกฤษ รวมทั้งต้องฝึกอบรมเรื่องการรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด

### 3. การสื่อสารกับลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกับลูกค้าทุกเพศทุกวัย ทั้งการสื่อสารโดยตรงจากพนักงานปฏิบัติการหน้าร้านที่พบเจอลูกค้าทุกวัน และการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มทั้งแบบออฟไลน์ เช่น สื่อประชาสัมพันธ์บนโต๊ะอาหาร (Table Menu) สื่อประชาสัมพันธ์บนเคาน์เตอร์แคชเชียร์ (Counter Stand) กระจาดซองจาน สื่อโทรทัศน์ ตลอดจนสื่อออนไลน์ที่มีความทันสมัยผ่านแอปพลิเคชัน S&P และช่องทางการสื่อสารอื่นๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและตอบสนองความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้รวดเร็วมากขึ้น

### 4. การพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสินค้า/บริการ

บริษัทฯ มีผู้เชี่ยวชาญทำหน้าที่วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ รวมทั้งมีเครื่องมือที่ทันสมัยต่อการผลิตสินค้าใหม่ สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ นอกจากนี้ ยังร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ อาทิ สถาบันอาหาร มหาวิทยาลัย และชุมชนต่างๆ เพื่อสร้างความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการนำวัตถุดิบของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ภายใต้การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของบริษัทฯ



## • การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าด้วยรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Survey) ซึ่งลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยการสแกนคิวอาร์โค้ดจากท้ายใบเสร็จรับเงินจากการรับบริการทุกครั้ง โดยสอบถามความพึงพอใจ 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1. รสชาติของอาหาร/ สินค้า 2. การบริการ และ 3. ความสะอาด ซึ่งการตอบแบบประเมินจะแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ 1. ให้คะแนนความพึงพอใจ 1-10 และ 2. เสนอความคิดเห็นแบบเปิดกว้าง ทั้งนี้ เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการให้สนองตอบตามเป้าหมายในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด ตลอดจนการพัฒนากระบวนการทำงานที่มีมาตรฐานต่อเนื่องในระยะยาว

สำหรับหัวข้อการประเมินผลแบ่งออก ดังนี้



โดยแบบประเมินใหม่ คำถามมีความละเอียดมากขึ้น  
ครอบคลุมประเด็นสำคัญ คือ

- ภาพรวมความพึงพอใจในการใช้บริการ
- แนะนำร้าน S&P
- รสชาติอาหาร
- คุณภาพสินค้า
- พนักงานบริการอย่างเป็นมิตร
- ความสะอาดของร้าน
- ความรวดเร็วในการให้บริการ
- ความคุ้มค่าของราคา

OVERALL SATISFACTION

RECOMMENDATION

FOOD TASTE

FOOD QUALITY

FRIENDLY SERVICE

CLEANLINESS

SPEED OF SERVICE

VALUE FOR MONEY

## • การจัดการปัญหาจากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการปรับปรุงด้านสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคที่สุด ดังนั้น บริษัทฯ จึงนำประเด็นที่ได้คะแนนน้อยที่สุด ควรปรับปรุง และความคิดเห็นสำคัญในประเด็นนั้นมาเป็นเป้าหมายในการจัดทำแผนงานปรับปรุงในปีถัดไป

## • การจัดการข้อร้องเรียน

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด จึงมีขั้นตอนการบริหารจัดการกรณีเกิดข้อร้องเรียนอย่างมีระเบียบแบบแผน และดำเนินการตามลำดับขั้นตอนที่กำหนดไว้ ด้วยนโยบายของบริษัทฯ ที่ให้ความสำคัญกับลูกค้า และตอบสนองเรื่องการจัดการข้อร้องเรียนให้ครบทุกกลุ่มลูกค้า ครอบคลุมทุกช่องทาง การแจ้งเรื่องร้องเรียน บริษัทฯ ได้เปิดช่องทางสำหรับรับข้อร้องเรียนที่สามารถเข้าถึงได้หลากหลาย เช่น หน่วยงานรับข้อร้องเรียน โทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเว็บไซต์

ในปี 2566 มีเรื่องร้องเรียน จำนวน 476 เรื่อง โดยแบ่งข้อร้องเรียนออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัญหาด้านบริการ/ปัญหาทั่วไป และปัญหาร้ายแรง โดยมีการทวนสอบหาสาเหตุการเกิดข้อร้องเรียน ส่งเรื่องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไข รายงานผลดำเนินงานให้ผู้ร้องเรียนทราบเป็นลายลักษณ์อักษรโดยมีผู้บริหารลงนามทุกครั้ง รวมถึงมีการเก็บข้อมูลสถิติเรื่องร้องเรียนเพื่อใช้วิเคราะห์ ปรับปรุงการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน เพิ่มประสิทธิภาพการบริการด้วยความโปร่งใส และเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยบริษัทฯ นำประเด็นในลำดับต้น และปัญหาร้ายแรงมาแสดงตัวอย่างการวิเคราะห์ ปัญหา และแก้ไข

ปัญหาด้านบริการ/ทั่วไปบริการแก้ไขภายใน 15 วัน	ปัญหาร้ายแรงบริการแก้ไขภายใน 1 วัน
<p><b>ดำเนินการ:</b> ขอโทษทันที ทำการตรวจสอบ และรายงานผลผู้แจ้ง</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>อบรมพนักงานที่บริการ ณ ร้านอาหารและจุดขาย ตามมาตรฐาน S&amp;P</li> <li>พนักงานสามารถทำงาน Cross-Functional ทำงานทดแทนกันได้</li> <li>นำหุ่นยนต์มาช่วยลดเวลาบางส่วน เพื่อให้ความสะดวกในการบริการ</li> <li>ในเวลาเร่งรีบนำระบบ Cashless-Payment มาช่วยลดระยะเวลาการรอของลูกค้า</li> </ol>	<p><b>ดำเนินการ:</b> ชดเชยทันที และดำเนินการตามระเบียบข้อปฏิบัติ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>อบรมพนักงานที่บริการ ณ ร้านอาหารและจุดขาย ตามมาตรฐาน S&amp;P</li> <li>พัฒนาร้านให้ผ่านมาตรฐาน QSC ตามกระบวนการทำงานของบริษัทฯ (รายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อความปลอดภัยของอาหาร และคุณภาพผลิตภัณฑ์)</li> <li>โรงงานเคร่งครัดตามมาตรฐาน ISO 22000:2018</li> <li>จัดทำกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับที่สามารถตรวจสอบที่มาสินค้าได้</li> </ol>

## บริษัทฯ ได้นำผลคะแนนมาวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงแนวทางพัฒนาการให้บริการของสาขาดังนี้

- จัดอบรมพนักงานในด้านการบริการ
- นำเทคโนโลยี และนวัตกรรมมาช่วยงานด้านบริการ โดยนำหุ่นยนต์ช่วยเหลือ ซึ่งปัจจุบันดำเนินการแล้ว จำนวน 17 จุดขาย จุดขายละ 1 ตัว
- นำระบบ Cashless-Payment ที่ครอบคลุมทุกช่องทาง เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า
- นำระบบ Mobile Take Order เพื่อรับออเดอร์ลูกค้า ลดความผิดพลาดในการรับคำสั่ง
- หลังจากบันทึกคำสั่งผ่าน Mobile Take Order แล้ว ระบบจะส่งข้อมูลไปในครัว เพื่อเตรียมอาหารตามออเดอร์ และใช้ระบบชำระเงินบนมือถือ (Mobile POS) ซึ่งช่วยให้พนักงานคิดเงินที่โต๊ะได้เลย

## การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรทุกกลุ่ม โดยบริษัทฯ ได้ประกาศใช้นโยบายความเป็นส่วนตัว รวมถึงการจัดทำเอกสารแจ้งการเก็บรวบรวม การใช้เปิดเผย และดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อป้องกันการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล และสร้างความมั่นใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียถึงการบริหารจัดการข้อมูลอย่างเหมาะสม รวมทั้งได้รับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด

ทั้งนี้ ก่อนการสนทนาในการรับเรื่องร้องเรียน ทางบริษัทฯ จะดำเนินการสื่อสารเพื่อแจ้งถึงนโยบายความเป็นส่วนตัว เพื่อให้ลูกค้ารับทราบและยินยอมก่อนเริ่มกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงการตอบแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้า จะมีข้อความสื่อสารเพื่อขออนุญาตก่อนเริ่มดำเนินการเช่นกัน

นโยบายความเป็นส่วนตัว



เอกสารแจ้งการเก็บรวบรวม  
และดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล



## สรุปผลการดำเนินงานปี 2566



### การจัดการข้อร้องเรียน

#### ปัญหาด้านบริการ/ทั่วไป

ได้รับการแก้ไขภายใน 3 วัน

**451 เรื่อง**

คิดเป็น

**94.75%**

#### ปัญหาร้ายแรง

ได้รับการแก้ไขภายใน 1 วัน

**25 เรื่อง**

คิดเป็น

**5.25%**

ปัญหาที่ได้รับการร้องเรียน  
ทั้งหมด

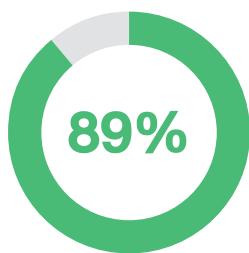
**476 เรื่อง**

ได้มีการดำเนินการและแจ้งกลับผู้แจ้งร้องเรียน **100%**



### ความพึงพอใจของ ลูกค้า

คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า  
(CSAT - Customer Satisfaction Scores)



ของจำนวนลูกค้าที่ตอบแบบประเมินทั้งสิ้น

**17,541 คน**



### การคุ้มครองข้อมูล ส่วนบุคคลของลูกค้า

จำนวนข้อร้องเรียนจาก  
หน่วยงานภายนอก (ครั้ง) **0**

จำนวนข้อร้องเรียนจาก  
หน่วยงานกำกับดูแล/ภาครัฐ (ครั้ง) **0**

จำนวนการรั่วไหล  
หรือละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล (ครั้ง) **0**

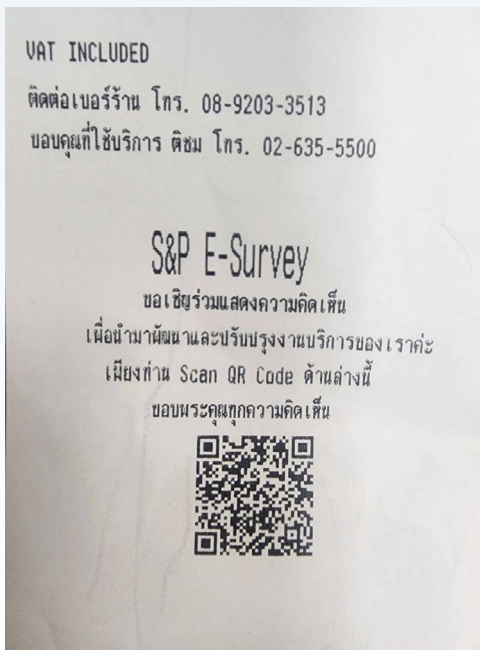
# โครงการที่สำคัญปี 2566

## โครงการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจลูกค้า ปี 2566

แผนกลูกค้าสัมพันธ์มีการพัฒนาช่องทางการประเมินทางอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบใหม่ ผ่านช่องทางการทำแบบประเมินที่เพิ่มขึ้น และสะดวกมากขึ้น คือ QR Code ท้ายใบเสร็จ และ Line Official S&P เพื่อรวบรวมความคิดเห็นจากลูกค้า และสามารถตอบสนองความต้องการ และแก้ปัญหาได้อย่างทันที่ที่ อันนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ตลอดจนนำไปพัฒนากระบวนการดำเนินงานเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

### ช่องทางการทำแบบประเมิน

#### 1. QR Code ท้ายใบเสร็จ



#### 2. Line Official S&P (เปิดในกรณีที่ยอดการทำแบบประเมินไม่มาก)

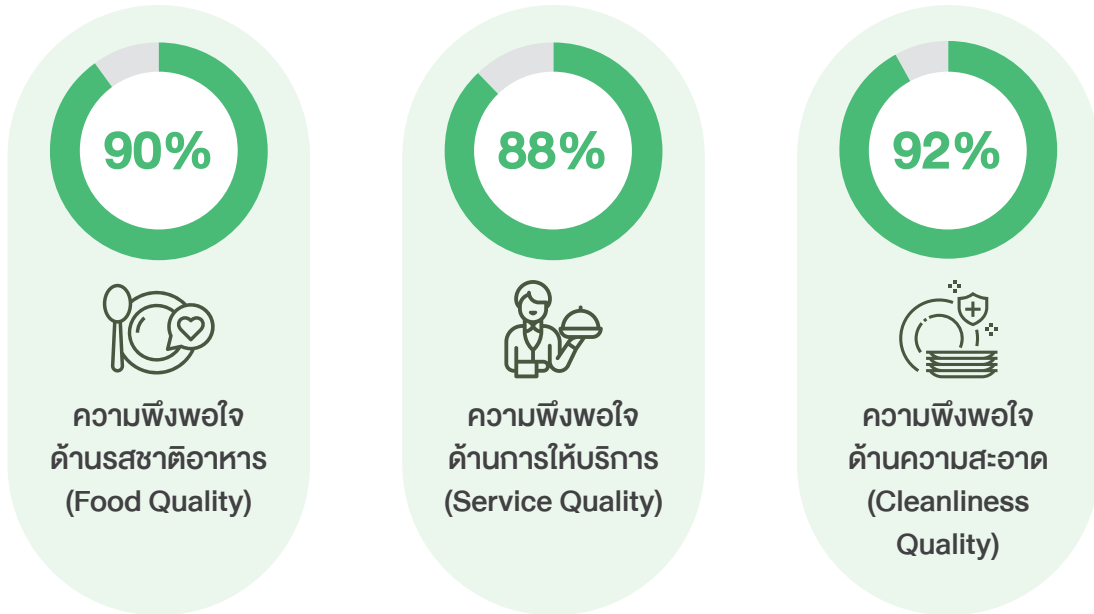


ในปี 2566 บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการพัฒนาจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจลูกค้า โดยในเดือนมกราคม ถึง กรกฎาคม 2566 เป็นรูปแบบเก่า และเดือนสิงหาคม ถึง ธันวาคม 2566 เป็นการประเมินรูปแบบใหม่ โดยบริษัทฯ รวมผลประเมินของทั้งสองส่วน และนำมาหาค่าเฉลี่ย ซึ่งมีลูกค้าตอบแบบประเมินจำนวน 17,541 คน พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของบริษัทฯ เฉลี่ยอยู่ที่ 89% โดยมีความพึงพอใจด้านความสะอาดสูงสุดถึง 92% มีความพึงพอใจด้านรสชาติอาหาร 90% และมีความพึงพอใจด้านการให้บริการ 88% นอกจากนี้ยังมีเพิ่มหัวข้อการแนะนำออกต่อร้าน S&P ให้กับบุคคลใกล้เคียงตัวมาใช้บริการ 83%

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นพัฒนาปรับปรุงการให้บริการที่รวดเร็วขึ้น โดยการพัฒนาทักษะของพนักงานให้ทำงานได้อย่างหลากหลาย และสามารถทดแทนการทำงานของพนักงานในส่วนที่ขาดได้อย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า



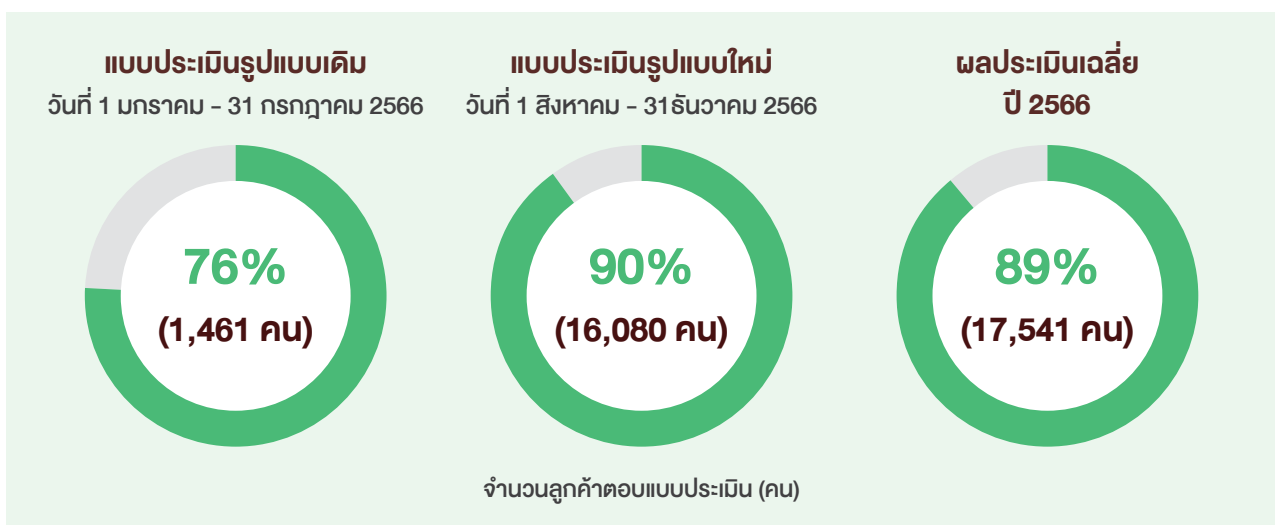
อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นพัฒนาปรับปรุงการให้บริการที่รวดเร็วขึ้น โดยการพัฒนาทักษะของพนักงานให้ทำงานได้อย่างหลากหลาย และสามารถทดแทนการทำงานของพนักงานในส่วนที่ขาดได้อย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า



## วัตถุประสงค์

- เพื่อทราบความพึงพอใจของลูกค้า และนำข้อมูลมาปรับใช้ในการพัฒนาการให้บริการต่อไป
- เพื่อวัดผลได้อย่างต่อเนื่อง และประเมินผลการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- เพื่อนำไปประเมินมาตรฐานการบริการ จากตัวชี้วัดผลการประเมินความพึงพอใจลูกค้า

## ผลลัพธ์



## ประโยชน์ที่ได้รับ

แบบประเมินใหม่มีข้อความถามที่มีความละเอียดมากขึ้น ทำให้สามารถนำผลประเมินไปพัฒนาได้ตรงความต้องการของลูกค้าครอบคลุมประเด็นมากขึ้นด้วย

## โครงการ Service Master หลักสูตร 5 ขั้นตอนการบริการ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการทำงานของพนักงานทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติในด้านต่างๆ อาทิ งานครัว หลักสูตรอาหารเมนูใหม่ อาหารพิเศษ เครื่องดื่มพิเศษ ตลอดจนทักษะการให้บริการ ฯลฯ เพื่อให้พนักงานมีความชำนาญ สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า ตลอดจนเพื่อป้องกันการเกิดข้อร้องเรียนในระยะยาว ผ่านการพัฒนาทักษะการให้บริการเทียบเท่ามาตรฐานสากล เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า โดยหลักสูตร 5 ขั้นตอนการบริการ เป็นการเริ่มต้นการสร้างวัฒนธรรม Service excellence หรือ การบริการที่ยอดเยี่ยม หมายถึง การบริการที่มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสูงสุด ในทุกๆ ด้าน ทั้งคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ความรวดเร็วในการบริการ ความใส่ใจ ความเอาใจใส่ และความเป็นมิตรของพนักงาน

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมในปี 2566 ทั้งสิ้น 322 คน จากจำนวนพนักงานทั้งหมด 584 คน คิดเป็น 55%
- จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการบริการลดลงหลังจากฝึกอบรมถึง 75% โดยก่อนเปิดหลักสูตรอบรม มีจำนวนข้อร้องเรียนสูงที่สุด 44 ข้อร้องเรียน และหลังเปิดหลักสูตรอบรม มีจำนวนข้อร้องเรียนลดลงเหลือ 11 ข้อร้องเรียน



## โครงการการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

เพื่อให้พนักงานทุกคน มีความตระหนักในความสำคัญของข้อมูลส่วนบุคคล มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประเภทของข้อมูลส่วนบุคคล และสิทธิของเจ้าของข้อมูล โดยสามารถนำไปปฏิบัติในส่วนตัวและส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานได้อย่างถูกต้อง ตามกฎระเบียบข้อบังคับตามมาตรฐานสากล



### เป้าหมาย

สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของนโยบายความเป็นส่วนตัว การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ตลอดจนกฎระเบียบข้อบังคับตามมาตรฐานสากล เพื่อเป็นการปกป้องสิทธิความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

### ผลลัพธ์

พนักงานร่วมทำแบบประเมินและผ่านเกณฑ์จำนวน 453 คน



# นวัตกรรมและเทคโนโลยี

เป้าหมายปี 2566

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์  
(Product Innovation)  
**3 รายการ**

100%

พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์  
(Product Innovation)  
**3 รายการ**

ขยายขอบเขตทางธุรกิจ  
(Business Innovation)  
**1 โครงการ**

100%

ขยายขอบเขตทางธุรกิจ  
(Business Innovation)  
**1 โครงการ**

พัฒนานวัตกรรมหรือเทคโนโลยี  
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพคุณภาพการผลิต  
(Process Innovation)  
**1 โครงการ**

100%

พัฒนานวัตกรรมหรือเทคโนโลยี  
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพคุณภาพการผลิต  
(Process Innovation)  
**1 โครงการ**

พัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรม  
(Human Resource & Training Innovation)  
ให้มีความคิดสร้างสรรค์ในงาน  
**1 กิจกรรม**

100%

พัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรม  
(Human Resource & Training Innovation)  
ให้มีความคิดสร้างสรรค์ในงาน  
**1 กิจกรรม**



## ที่มาและความเกี่ยวข้อง

เมื่อหลายปีที่ผ่านมา สภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ตลอดจนความท้าทายของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจทั้งในเชิงบวกและลบ อาทิ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป การดำรงชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ดังนั้น การดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) จึงจำเป็นต้องนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่อาจเกิดจากการดัดแปลงวิธีการทำงานแบบเดิม ซึ่งนวัตกรรมและเทคโนโลยี จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม รวมถึงลดการใช้ทรัพยากรต่างๆ ตลอดจนพัฒนากระบวนการทำงาน เพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาเฉพาะเรื่อง ทั้งนี้ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสนับสนุนให้เกิดการสร้างสรรคิในกระบวนการทำงานของพนักงาน นับเป็นการส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ บริษัทฯ ยังได้ทำงานร่วมกับภาคการศึกษา เพื่อสนับสนุนนวัตกรรมและสร้างคุณค่าแก่เยาวชนของประเทศ ดังนั้น การใช้นวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาและสร้างการเปลี่ยนแปลง สร้างผลกระทบเชิงบวกให้แก่องค์กร เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต ช่วยลดการใช้กำลังคน และสามารถควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สร้างความแตกต่าง และสร้างเอกลักษณ์ให้แก่องค์กรด้วย



## ความมุ่งมั่น

บริษัทฯ ตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ต้องอาศัยปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุน ซึ่งนวัตกรรมและเทคโนโลยี เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะสร้างโอกาสทางธุรกิจให้เติบโตแบบก้าวกระโดด เพื่อเพิ่มระดับความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรม ซึ่งการใช้นวัตกรรมและการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน เป็นการเพิ่มศักยภาพของพนักงาน และองค์กรแบบการสร้างความร่วมมือ ทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตามเป้าหมายดังนี้

1. พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)
2. ขยายขอบเขตทางธุรกิจ (Business Innovation)
3. พัฒนาคุณภาพการผลิต (Process Innovation)
4. พัฒนาคูณบุคลากรและการฝึกอบรม (Human Resource & Training Innovation)

## แนวทางการจัดการ

บริษัทฯ ได้สนับสนุน ส่งเสริม และผลักดันให้เกิดการสร้างสรรคินวัตกรรมเพื่อเป็นการสร้างโอกาส (Opportunity) รูปแบบหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจเจริญเติบโต และมีความก้าวหน้า โดยพิจารณาสร้างสรรคินวัตกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ กระบวนการผลิต รวมถึงการพัฒนา ด้านบุคลากร การกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ซึ่งต้องสร้างความรู้ความเข้าใจในเนื้องาน และบริบทโดยรอบที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนเข้าใจความต้องการของ “ลูกค้า” และ “สภาวะตลาด” เพื่อเพิ่มระดับความสามารถในการแข่งขัน ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรได้

ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้มีแนวปฏิบัติด้านนวัตกรรมและการสร้างคุณค่า เพื่อพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ได้มีความเข้าใจเป้าหมายในการดำเนินงานด้านการสร้างนวัตกรรมในองค์กรให้เกิดประสิทธิผลอย่างยั่งยืน ตลอดจนการปลูกฝังด้านนวัตกรรมจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร

## การสร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม

เมื่อปี 2562 บริษัทฯ ในส่วนของโรงงานผลิตเบเกอรี่ เอส แอนด์ พี บางนา-ตราด กม.23.5 ได้จัดตั้งแผนกวิศวกรรมเครื่องจักรและนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมการนำนวัตกรรมมาปรับใช้ในกระบวนการทำงาน รวมถึงการดูแล ซ่อมบำรุง ปรับปรุง และพัฒนาเครื่องจักรที่มาจากนวัตกรรมทางความคิดของพนักงาน โดยการเรียนรู้กลไกการทำงานของเครื่องจักรและนำมาต่อยอดพัฒนาเป็นเครื่องจักรโดยเฉพาะของบริษัทฯ ที่ตรงความต้องการในการใช้งาน และช่วยลดต้นทุนของเครื่องจักรได้อีกด้วย

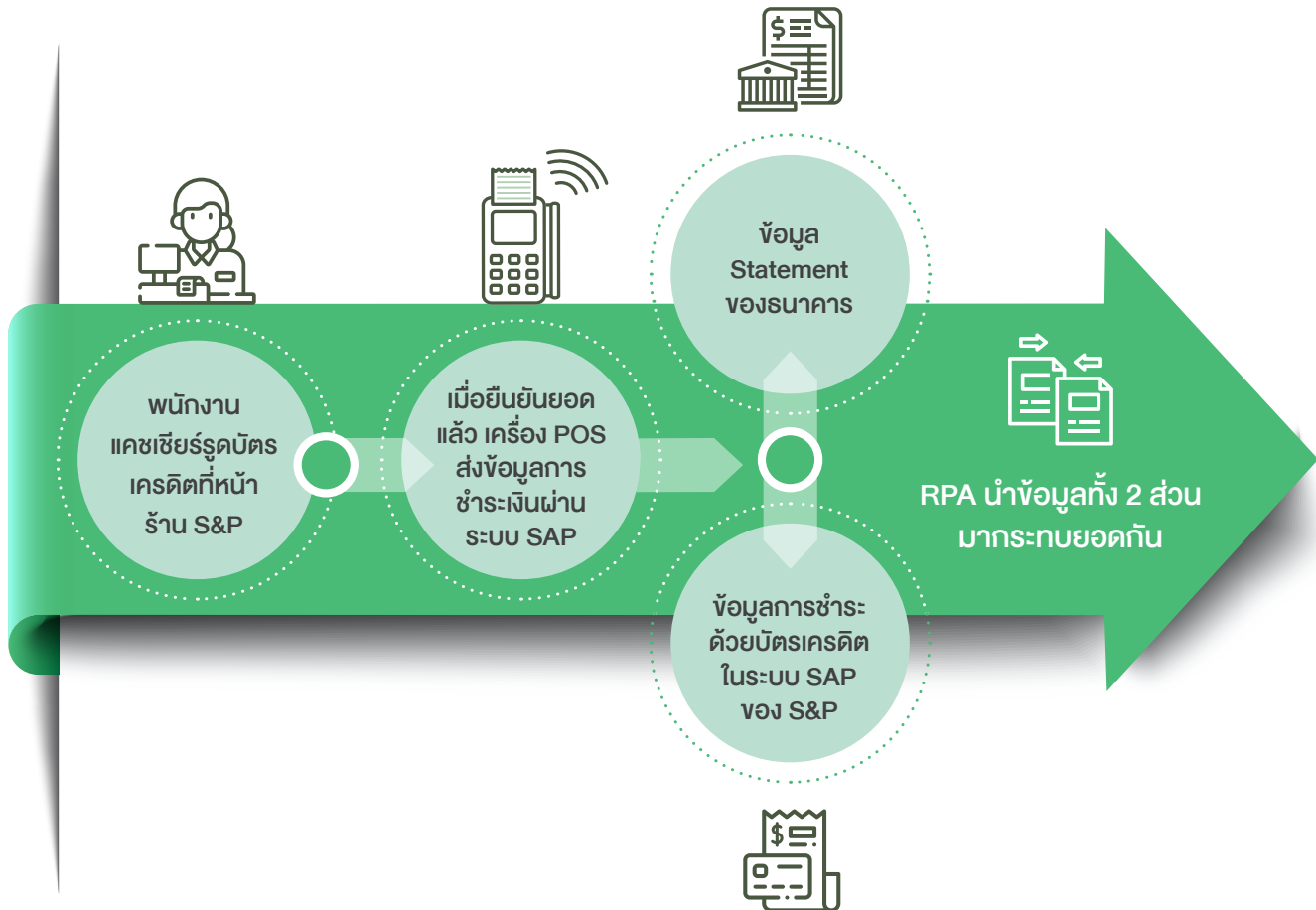
นอกจากนี้ บริษัทฯ ดำเนินการจัดอบรม ให้ความรู้สร้างความเข้าใจ และสร้างบรรยากาศให้พนักงานได้เกิดแนวคิด สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ รวมถึงส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กรด้วยการเชิญเกียรติให้กับโครงการที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งเสริมให้มีการจัดการความรู้ภายในกลุ่ม โดยนำนวัตกรรมใหม่ไปขยายผล และแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศแก่กัน พร้อมทั้งส่งเสริมการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน เพื่อลดภาระงานที่ไม่จำเป็น ทำให้องค์กรเกิดความคล่องตัว และพนักงานสามารถสร้างสรรค์งานและนวัตกรรมที่มีคุณค่าให้แก่บริษัทและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลกทั้งในปัจจุบันและอนาคต



## การนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาการดำเนินงาน

ปี 2566 บริษัทฯ ยังคงนำนวัตกรรมมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้โปรแกรม RPA (Robotic Process Automation) ในระบบงานหลังบ้าน เพื่อลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน และความเสี่ยงในการเกิดข้อผิดพลาดจากการทำงานของพนักงาน ดังนี้

**สำนักงาน :** ใช้ RPA สำหรับกระบวนการบัญชีบัตรเครดิต (Credit Card Payment and Bank Statement Reconcile Process) จากลูกค้าและธนาคาร เพื่อช่วยลดขั้นตอน ลดเวลาการทำงานของพนักงาน และเพิ่มความแม่นยำของข้อมูล



**โรงงาน :** ใช้ RPA ในการสั่งผลิต โดยพนักงานจะบันทึกข้อมูลการผลิตผ่านระบบ SAP (System Application Products) เมื่อได้ผลผลิต RPA จะจับข้อมูลจำนวนผลผลิตที่ได้เพื่อบันทึกข้อมูล และบันทึกการจ่ายข้อมูลอัตโนมัติไปยังหน่วยที่เบิกสินค้า เพื่อลดขั้นตอนการทำงานของพนักงาน ลดเวลาในการทำงาน ตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการบริหารจัดการ

ทั้งนี้ ในขั้นตอนสุดท้ายจากการสรุปผลด้วย RPA พนักงานจะดำเนินการตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องที่ได้จากการใช้โปรแกรม RPA เพื่อทบทวนการทำงาน หาแนวทางปรับปรุงและพัฒนา ตลอดจนนำมาต่อยอดการทำงานให้ครอบคลุมส่วนงานต่างๆ มากขึ้น





## สรุปผลการดำเนินงานปี 2566

เป้าหมาย	หน่วย	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ได้แก่ โครงการยืดอายุผลิตภัณฑ์ด้วยของเอทานอล	ผลิตภัณฑ์	N/A	N/A	3
ขยายขอบเขตทางธุรกิจ (Business Innovation) ได้แก่ โครงการ Foxtrax	โครงการ	N/A	N/A	1
พัฒนานวัตกรรมหรือเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพคุณภาพการผลิต (Process Innovation) เช่น การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิต	โครงการ	N/A	1 (26 โครงการย่อย มาจากกิจกรรม สนุกคิดพิชิตงาน)	1
พัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรม (Human Resource & Training Innovation) ให้มีความคิดสร้างสรรค์ในงาน เช่น อบรมหลักสูตร Lean Manufacturing	กิจกรรม	N/A	1	1

## โครงการที่สำคัญ ปี 2566

### โครงการยืดอายุผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ โดยใช้ “ผลิตภัณฑ์ปลดปล่อยเอทานอล”

เอทานอล มีคุณสมบัติยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อรา ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เน่าเสียได้ง่าย โดยของปลดปล่อยเอทานอลนี้มีลักษณะเป็นซองขนาดเล็กทำจากฟิล์มชนิดพิเศษที่บรรจุเอทานอลไว้ภายใน โดยจะค่อยๆ ปล่อยเอทานอลออกมาอย่างช้าๆ เป็นการปรับสภาวะภายในบรรจุภัณฑ์ ช่วยลดความชื้นในบรรจุภัณฑ์ประเภทขนมปัง ส่งผลต่อการยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์ โดยเฉพาะเชื้อราได้ดี จึงสามารถช่วยยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้ อีกทั้งยังปลอดภัยต่อผู้บริโภค และยังช่วยลดโอกาสการเกิดของเสียได้ บริษัทฯ ได้พัฒนานวัตกรรมนี้ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2565 และได้พัฒนานวัตกรรมนี้ไปยังผลิตภัณฑ์ขนมปังแครนเบอร์รี่ในเดือนพฤษภาคม ปี 2566

### เป้าหมาย

เพิ่มประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่





## ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



### ด้าน เศรษฐกิจ

- เพื่อเพิ่มโอกาสในการขาย จากอายุผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ขนปังปีแครงเบอร์รี่ สามารถช่วยยืดอายุผลิตภัณฑ์จาก 6 วัน เป็น 10 วัน
- สามารถเพิ่มยอดขายได้ถึงร้อยละ 41
- ช่วยลดของเสียจากการขายได้ถึงร้อยละ 79

### ด้าน สิ่งแวดล้อม

ช่วยบริหารจัดการกำลังการผลิต และกำลังคนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

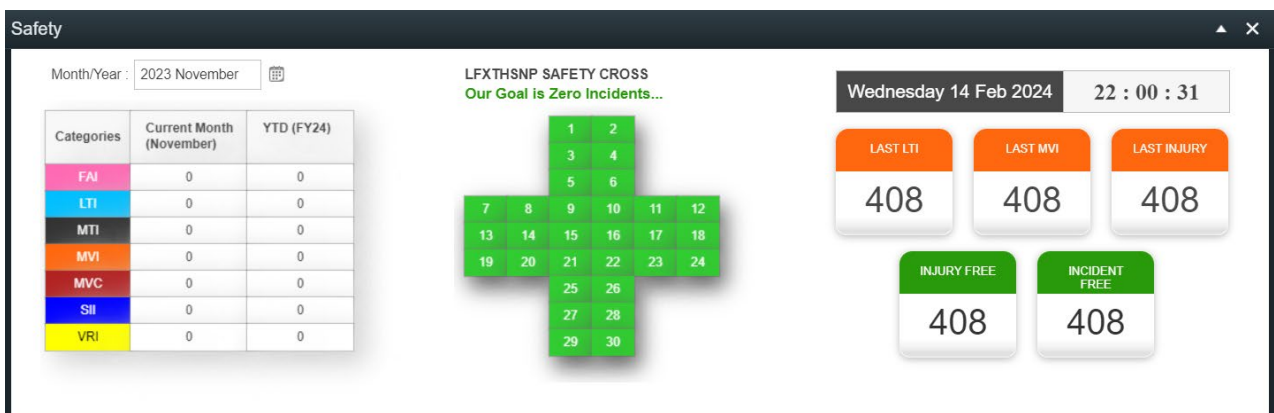
### ด้าน สังคม

ช่วยลดการเกิดขยะอาหารที่ต้องนำไปฝังกลบ ก่อให้เกิดก๊าซมีเทนในชั้นบรรยากาศ อันเป็นการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

## โครงการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการขนส่งสินค้าของศูนย์กระจายสินค้า S&P ปี 2566

บริษัทฯ ลงทุนในโครงการก่อสร้าง “ศูนย์กระจายสินค้า S&P” ณ ถนนบางนา-ตราด กม.23.5 เมื่อปี 2564 และยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ให้เป็นศูนย์กลางด้านการวางแผน การบริหารคลังสินค้าและขนส่งของบริษัทฯ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน ลดความซ้ำซ้อนในการบริหารจัดการงานต่างๆ ได้ภายในที่แห่งเดียวและรองรับการเติบโตของบริษัทฯ ในอนาคต ตลอดจนยังเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และเป็นการใช้ทรัพยากรร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ในเดือนกันยายน ปี 2566 ทางศูนย์กระจายสินค้า S&P ได้มีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อพัฒนางานด้านโลจิสติกส์ โดยการใช้ระบบ TMS (Foxtrax) เพื่อช่วยติดตามการจัดส่งสินค้าแบบ Real Time สามารถทราบสถานะการจัดส่งสินค้าในแต่ละสาขา นอกจากนี้ระบบดังกล่าวยังสามารถให้พนักงานสาขาประเมินผลการทำงานหรือแจ้งข้อร้องเรียนเพื่อเป็นการปรับปรุงการทำงานได้ด้วย



## ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สร้างระบบการบริหารจัดการขนส่งให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- สามารถรักษาคุณภาพของสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่โรงงานผลิตจนถึงมอบถึงผู้บริโภค
- สามารถติดตามการจัดส่งแบบ Real Time สร้างความรวดเร็วในการให้บริการและความมั่นใจแก่ผู้บริโภค



## โครงการพัฒนาเครื่องจักร สำหรับผลิตพายผีเสื้อ

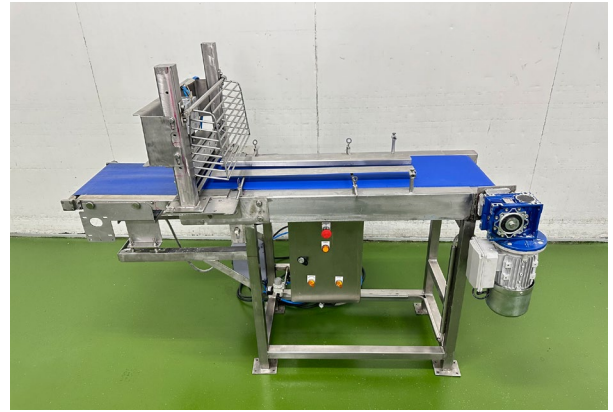
ในเดือนตุลาคม 2566 บริษัทฯ ริเริ่มโครงการพัฒนาเครื่องจักร ด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อปรับใช้ในการทำงานสำหรับผลิตพายผีเสื้อ ปัจจุบันอยู่ระหว่างการพัฒนาต่อยอด โดยการสร้างสายพานและอุปกรณ์เสริมเพื่อเชื่อมต่อเครื่องจักร 2 ชุด ระหว่างเครื่องตัดพายผีเสื้อกับเครื่องจัดเรียงสินค้าลงถาด ซึ่งจะสามารถลดกำลังคนลงได้อีก 5 คน ในขั้นตอนของการเรียงสินค้าลงถาด ช่วยลดอุบัติเหตุจากการทำงานในขั้นตอนการผลิต และเติมเต็มกำลังใจในการทำงานแก่พนักงาน



## เป้าหมาย



เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานและกำลังการผลิต



## เริ่มโครงการ

วันที่ 10 ตุลาคม 2566

## ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



### ด้านเศรษฐกิจ

- ลดการเกิดของเสียในขั้นตอนการตัดด้วยวิธีการเดิมได้ถึงร้อยละ 90
- เพิ่มกำลังการผลิตในการตัดได้ร้อยละ 200



### ด้านสังคม

- ลดการพนักงานในไลน์ผลิตจาก 6 คน เหลือ 1 คน
- สามารถลดชั่วโมงการทำงานได้จากเดิม 216 ชั่วโมงต่อเดือน เหลือเพียง 12 ชั่วโมงต่อเดือน ซึ่งสามารถหมุนเวียนพนักงานในไลน์ผลิตนี้ ไปปฏิบัติงานในหน้าที่อื่นได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ลดความเมื่อยล้าในการทำงานของพนักงานได้ถึง 2 ชั่วโมงต่อวัน



### ด้านสิ่งแวดล้อม

- การใช้เครื่องตัดพายไฟเส้นช่วยลดการเกิดของเสียในไลน์ผลิตได้จากเดิม 48 กิโลกรัมต่อเดือน เหลือเพียง 12 กิโลกรัมต่อเดือน หรือเท่ากับลดลงร้อยละ 75
- ช่วยลดการเกิดขยะอาหารที่ต้องนำไปฝังกลบ 36 กิโลกรัมต่อเดือน ซึ่งช่วยลดการก่อให้เกิดก๊าซมีเทนในชั้นบรรยากาศ อันเป็นการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เท่ากับ 91.08 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO<sub>2</sub>eq)



## โครงการ Lean Manufacturing Workshop

บริษัทฯ ส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงาน เพื่อปูพื้นฐานความคิดอันนำไปสู่นวัตกรรมที่ยั่งยืน โดยการนำแนวคิด Lean มาปรับใช้ในกระบวนการทำงานของพนักงาน ผ่านการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended Learning Approach) ประกอบด้วย การอบรม (Training) การทำโครงการ (Project Assignment) และการโค้ช (Coaching) โดยมีเป้าหมายให้เกิดวัฒนธรรมการทำงานที่เน้นการกำจัดความสูญเปล่า (Waste) ในทุกกระบวนการทำงาน เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิต ปรับปรุงคุณภาพสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและน่าอยู่



โดยใช้เวลาอบรม ลงมือทำโครงการและรับการโค้ช เป็นระยะเวลา 6 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม ปี 2566 ถึง เมษายน ปี 2567

### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

พนักงานจากโรงงานสุขุมวิท บางนา และลาดกระบัง รวมถึงพนักงานจากฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบัญชีและการเงิน และฝ่ายบุคคล เข้าร่วมจำนวน 39 คน และมีแผนที่จะขยายผลไปยังหน่วยงานอื่นๆ ต่อไป





# GRI Content Index

<b>Statement of use</b>	<b>S&amp;P Syndicate (SNP)</b>
<b>GRI 1 used</b>	<b>GRI 1: Foundation 2021</b>
<b>Applicable GRI Sector Standard (s)</b>	-

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION		
		CHAPTER	PAGE NUMBER/ WEBSITE URL	REQUIREMENT (S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
General Standard Disclosure						
GRI 2: General Disclosures 2021						
Organization and its reporting practices						
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1	Organization details	About S&P	11		
	2-2	Entities included in the organization's sustainability reporting	About This Report	8		
	2-3	Reporting period, frequency and contact point	About This Report	8	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.	
	2-4	Restatements of information	About This Report	8		
	2-5	External assurance	About This Report	10		
Activities and workers						
GRI 2: General Disclosures 2021	2-6	Activities, value chain and other business relationships	About S&P	13 - 18		
	2-7	Employees	Performance Data	<a href="https://www.snfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/sustainability-strategy-performance">https://www.snfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/sustainability-strategy-performance</a>		
	2-8	Workers who are not employees	Performance Data	<a href="https://www.snfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/sustainability-strategy-performance">https://www.snfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/sustainability-strategy-performance</a>		

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION		
		CHAPTER	PAGE NUMBER/ WEBSITE URL	REQUIREMENT (S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
<b>Governance</b>						
GRI 2: General Disclosures 2021	2-9	Governance structure and composition	One Report	164		
	2-10	Nomination and selection of the highest governance body	One Report	151		
	2-11	Chair of the highest governance body	CEO Message	4		
	2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	CEO Message	4		
	2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	CEO Message	4		
	2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	CSO Message	6		
	2-15	Conflicts of interest	One Report	158		
	2-16	Communication of critical concerns	One Report	161		
	2-17	Collective knowledge of the highest governance body	Website	<a href="https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/governance-prosperity">https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/governance-prosperity</a>		
	2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	One Report	153		
	2-19	Remuneration policies	One Report	152		
2-20	Process to determine remuneration	One Report	152			
2-21	Annual total compensation ratio	-	-		Confidentiality constraints	This information is considered as confidential and cannot be report publicly.
<b>Strategy, policies and practices</b>						
GRI 2: General Disclosures 2021	2-22	Statement on sustainable development strategy	CSO Message About S&P	6,12		
	2-23	Policy commitments	About S&P	12		

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION			OMISSION	
		CHAPTER	PAGE NUMBER/ WEBSITE URL	REQUIREMENT (S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
	2-24	Embedding policy commitments	CSO Message	6		
	2-25	Processes to remediate negative impacts	SD Strategy	45		
	2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	One Report	161		
	2-27	Compliance with laws and regulations	One Report	307 - 308		
	2-28	Membership associations	SD Award	22		
<b>Stakeholder engagement</b>						
GRI 2: General Disclosures 2021	2-29	Approach to stakeholder engagement	Stakeholder Engagement	28 - 36		
	2-30	Collective bargaining agreements	Stakeholder Engagement	30		
<b>GRI 3: Material topics 2021</b>						
GRI 3: Material Topics 2021	3-1	Process to determine material topics	Materiality	37 - 39		
	3-2	List of material topics	Materiality	40 - 41		
<b>Energy and Climate Change Management</b>						
<b>Management Approach 2021</b>						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Climate, Energy Management and GHG Emissions	49		
<b>Energy</b>						
GRI 302: Energy 2016	302-1	Energy consumption within the organization	Climate, Energy Management and GHG Emissions	56		
	302-2	Energy consumption outside of the organization	Climate, Energy Management and GHG Emissions	56		
	302-3	Energy intensity	Climate, Energy Management and GHG Emissions	56		
	302-4	Reduction of energy consumption	Climate, Energy Management and GHG Emissions	57 - 58		

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION	
		CHAPTER	PAGE NUMBER/ WEBSITE URL	REQUIREMENT (S) OMITTED	REASON
<b>Emissions</b>					
GRI 305: Emissions 2016	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	Climate, Energy Management and GHG Emissions		56
	305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	Climate, Energy Management and GHG Emissions		56
	305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	Climate, Energy Management and GHG Emissions		56
	305-4	GHG emissions intensity	Climate, Energy Management and GHG Emissions		56
	305-5	Reduction of GHG emissions	Climate, Energy Management and GHG Emissions		57 - 58
<b>Waste</b>					
<b>Management Approach 2021</b>					
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Waste		60
<b>Waste</b>					
GRI 306: Waste 2020	306-1	Waste generation and significant waste-related impacts	Waste		62
	306-2	Management of significant waste-related impacts	Waste		62
	306-3	Waste generated	Waste		63
	306-4	Waste diverted from disposal	Waste		63
	306-5	Waste directed to disposal	Waste		63
<b>Employee Engagement</b>					
<b>Management Approach 2021</b>					
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Employee Engagement		71 - 72



GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION		
		CHAPTER	PAGE NUMBER/ WEBSITE URL	REQUIREMENT (S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
<b>Training and education</b>						
GRI 401: Employment 2016	401-1	New employee hires and employee turnover	Employee Engagement	76 - 77		
	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or parttime employees	Employee Engagement	74, 79		
	401-3	Parental Leave	Employee Engagement	78		
<b>Labor/management relations</b>						
GRI 402: Labor/ Management Relations 2016	402-1	Minimum notice periods regarding operational changes	Performance Data	<a href="https://www.snfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/sustainability-strategy-performance">https://www.snfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/sustainability-strategy-performance</a>		
<b>Occupational health &amp; safety</b>						
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1	Occupational health and safety management system	Employee Engagement	72, 74		
	403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	Employee Engagement	74		
	403-3	Occupational health services	Employee Engagement	74		
	403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	Employee Engagement	74		
	403-5	Worker training on occupational health and safety	Employee Engagement	81		
	403-6	Promotion of worker health	Employee Engagement	74, 79		
	403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	Employee Engagement	79		

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION		OMISSION		
		CHAPTER	PAGE NUMBER/ WEBSITE URL	REQUIREMENT (S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
	403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	Performance Data	<a href="https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/sustainability-strategy-performance">https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-strategy/sustainability-strategy-performance</a>		
	403-9	Work-related injuries	Employee Engagement	77		
<b>Diversity and equal opportunity</b>						
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1	Diversity of governance bodies and employees	Employee Engagement	76		
	405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	-	-	Information unavailable/incomplete	This information is unavailable this year, the data collection is in progress
<b>Food Safety</b>						
<b>Management Approach 2021</b>						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Food Safety	83		
<b>Customer Relationship Management</b>						
<b>Management Approach 2021</b>						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Customer Relationship Management	93		
<b>Innovation and Technology</b>						
<b>Management Approach 2021</b>						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Innovation and Technology	102		



**สำนักงานใหญ่ : บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)**

เลขที่ 2034/100 - 103 อาคารอิติลไทย ทาวเวอร์ ชั้นที่ 23

ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง

กรุงเทพมหานคร 10310

ติดต่อ สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร : [sd@snpfood.com](mailto:sd@snpfood.com)

 snpfood

 snpfood

 snpfood



[www.snpfood.com](http://www.snpfood.com)