รายงาน
ความยั่งยืนประจำปี 2567

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)









สารบัญ



4 สารประธานกรรมการบริษัท

6 สารประธานเจ้าหน้าที่สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร

8 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

11 เกี่ยวกับ เอส แอนด์ พี

16 ห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน

19 ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2567

22 รางวัลและความสำเร็จ ปี 2567

28 ผลงานการดำเนินงานด้านการเงิน

30 การบริหารการเงินที่ยั่งยืน

31 แนวทางการบริหารการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

42 การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

48 กลยุทธ์การพัฒนาที่ยั่งยืน



ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญสูงสุด
(ประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ)

การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน	56
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	83
สุขภาพและโภชนาการ	105
พลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	121

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญลำดับถัดมา
(ประเด็นด้านความยั่งยืนที่ไม่มีนัยสำคัญ)

การจัดการทรัพยากรมนุษย์	146
ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	167
เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม	173
กิจกรรมเพื่อสังคม	187
การกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และการบริหารความเสี่ยง	200
ความมั่นใจของลูกค้าด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการ	257

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญพื้นฐาน
(ประเด็นด้านความยั่งยืนที่ไม่มีนัยสำคัญ)

สิทธิมนุษยชนและแรงงานสัมพันธ์	285
การจัดการน้ำ	301
ความหลากหลายทางชีวภาพ	308
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	312

Appendix

GRI Content Index	323





สารประธานกรรมการบริษัท



ตลอดปีที่ผ่านมาบริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจและจัดกิจกรรมที่ยังคงเน้นย้ำนโยบาย **“ลูกค้าคือคนสำคัญของเรา”** ควบคู่ไปกับการดูแลรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ตลอดจนด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งตรวจประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และติดตามผลการดำเนินงานเพื่อกำหนดมาตรการป้องกันและเยียวยาผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า

พ.ศ. 2567 นับเป็นปีที่ท้าทายสำหรับภาคธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ที่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น รวมถึงความผันผวนของต้นทุนในการดำเนินงาน ที่สืบเนื่องกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงมองเห็นโอกาสในการพัฒนาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งขององค์กรในทุกมิติ รวมทั้งการประเมินความเสี่ยง เพื่อเตรียมรับมือให้ทันต่อสถานการณ์ และยังเป็นการวางรากฐานแห่งการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว



ตลอดปีที่ผ่านมาบริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจและจัดกิจกรรมที่ยังคงเน้นย้ำนโยบาย “ลูกค้าคือคนสำคัญของเรา” ควบคู่ไปกับการดูแลรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ตลอดจนด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งตรวจประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และติดตามผลการดำเนินงาน เพื่อกำหนดมาตรการป้องกันและเยียวยาผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล โปร่งใส่ ตรวจสอบได้ พร้อมทั้งมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบาย “ความยั่งยืน” ของบริษัทฯ เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า อีกทั้งบริษัทฯ มีความเชื่อมั่นในเรื่องการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ มีคุณภาพ และมีอาชีพที่มั่นคง จึงได้สนับสนุนการศึกษาและร่วมพัฒนาหลักสูตรการเรียนสำหรับนักศึกษาอาชีวะทวิภาคี และรับเข้าฝึกอาชีพที่สาขาของ S&P ทั่วประเทศ เพื่อให้นักเรียนสามารถเรียนและทำงานมีรายได้สำหรับเลี้ยงครอบครัวไปพร้อมกัน

ในนามของคณะกรรมการบริษัท ขอขอบคุณท่านผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า และพนักงานทุกท่านที่ให้การสนับสนุนและไว้วางใจบริษัทฯ ด้วยดีเสมอมา สำหรับพ.ศ. 2568 เราจะยังคงมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพสินค้า การบริการ และการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายต่อไป

ภัทรา ศิลาอ่อน

ประธานกรรมการ



สารประธานเจ้าหน้าที่สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร



> บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ ก้าวเข้าสู่ปีที่ 51 อย่างแข็งแกร่ง ด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล โปร่งใส ตรวจสอบได้ คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า มุ่งมั่นส่งมอบอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ และโภชนาการที่ดี เพื่อความสุขของทุกครอบครัว พร้อมกับการดูแลสังคม และสิ่งแวดล้อมให้เติบโตอย่างสมดุล อีกทั้งมุ่งสร้างวัฒนธรรมแห่งความยั่งยืนเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีแก่พนักงานในองค์กร

ในพ.ศ. 2567 บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ ก้าวเข้าสู่ปีที่ 51 อย่างแข็งแกร่ง ด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล โปร่งใส ตรวจสอบได้ คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า มุ่งมั่นส่งมอบอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ และโภชนาการที่ดี เพื่อความสุขของทุกครอบครัว พร้อมกับการดูแลสังคม และสิ่งแวดล้อมให้เติบโตอย่างสมดุล อีกทั้งมุ่งสร้างวัฒนธรรมแห่งความยั่งยืนเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีแก่พนักงานในองค์กร

แม้ว่า พ.ศ.2567 จะเป็นปีที่ท้าทายสำหรับภาคธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ที่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อาทิ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่แสวงหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณประโยชน์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มสูงขึ้นจากการปรับตัวให้ทันต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่ยังคงเกิดขึ้น ภาคธุรกิจจำเป็นต้องเตรียมแผนรับมือกับสถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงของนโยบายและกฎระเบียบต่างๆ อาทิ ภาษีคาร์บอน พรบ.การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ นอกจากนี้ ยังต้องพิจารณาแนวทางการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าให้เกิดความสมดุลในระบบนิเวศ

บริษัทฯ ดำเนินงานตามแผนการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่สอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) ทั้ง 7 ข้อ ด้วยกลยุทธ์หลักองค์กรที่ครอบคลุม 3P คือ People, Planet และ Prosperity โดยในพ.ศ.2567 บริษัทฯ มีการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและพิจารณาประเด็นที่ส่งผลกระทบสูงสุดต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Critical Topic) 4 ประเด็น ได้แก่ การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน การจัดการห่วงโซ่อุปทาน สุขภาพและโภชนาการ และพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อตอบสนองประเด็นสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่า

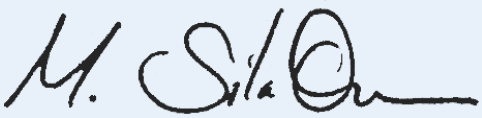
People - **"เสริมศักยภาพ คนและชุมชน"** บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของเรื่องสิทธิมนุษยชน ในพ.ศ. 2567 ได้ดำเนิน **โครงการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน** (Human Right Due Diligence) เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการดำเนินงานของบริษัทฯ ไม่ส่งผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า **ด้านพนักงาน** บริษัทฯ ยังคงส่งเสริมการอบรมความรู้เพื่อเสริมศักยภาพการทำงานแก่พนักงานทุกระดับ จนกระทั่งเติบโตในสายงานได้ **ด้านลูกค้า** บริษัทฯ มุ่งสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ พร้อมสื่อสารข้อมูลด้านโภชนาการที่ถูกต้อง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าและผู้รักสุขภาพ นอกจากนี้ยังดำเนินโครงการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลประเมินความพึงพอใจมาปรับปรุงการให้บริการผ่านการฝึกอบรมพนักงานหน้าร้าน ยกระดับการให้บริการ เติมเต็มประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า **ด้านสังคม** บริษัทฯ ดำเนินโครงการ S&P Learning Center ด้วยการฝึกทักษะอาชีพแก่นักเรียนทวิภาคีก่อนการปฏิบัติงานจริง รวมทั้งโครงการ S&P Chance for Change ด้วยการนำบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ สอนทักษะอาชีพแก่ผู้ต้องขังที่ใกล้จะพ้นโทษ ให้สามารถหาเลี้ยงตนเองได้ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำของคนในสังคม

Planet - **"สร้างสมดุล ระบบนิเวศ"** ในปีนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำแผนลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Decarbonization Roadmap) เป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการทำงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในพ.ศ. 2608 รวมทั้งการจัดการของเสียจากกระบวนการผลิตและหลังการบริโภคผ่านโครงการหมุนเวียนทรัพยากรไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด อาทิ โครงการ S&P Food Rescue เพื่อส่งต่อเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิตให้แก่ชุมชน โครงการทอดไม่ทิ้ง เพื่อส่งต่อน้ำมันใช้แล้วแก่ผู้ผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยาน ฯลฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รับมอบโล่ประกาศเกียรติคุณองค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก (Climate Action Leading Organization: CALO) ประจำปี พ.ศ. 2567 โดย องค์การบริหารการจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) รวมทั้งได้รับรางวัลโครงการร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Restaurant) ในระดับทอง จำนวน 12 แห่ง และยังคงมุ่งขยายสาขาที่เข้าร่วมโครงการอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งได้ร่วมประกาศเจตนารมณ์ในฐานะร้านกาแฟที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Coffee Shop) โดยกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม

Prosperity - **"สนับสนุน" ความแข็งแกร่งองค์กร** บริษัทฯ ดำเนินงานตามหลักจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่นทุกรูปแบบ รวมทั้งการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งระบบ ด้วยการคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพดีโดยตรงจากเกษตรกร และคู่ค้าท้องถิ่น เพื่อควบคุมคุณภาพวัตถุดิบและความปลอดภัยของอาหารตามมาตรฐานของบริษัทฯ และสร้างรายได้ที่ยั่งยืนแก่ชุมชน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับใช้ เพื่อเพิ่มคุณภาพสินค้าและบริการ และบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งยังมีการเสริมสร้างความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อความมั่นใจสูงสุดอีกด้วย

จากผลการดำเนินงานในพ.ศ.2567 ความสำเร็จสะท้อนผ่านการประเมินหุ้นยั่งยืน "SET ESG Ratings **ระดับ** AA" **ประจำปี** 2567 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้รับ**การประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี** 2567 (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2024 : CGR) **ในระดับ 5 ดาว หรือ "ดีเลิศ"** (Excellent) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ที่เป็นเครื่องยืนยันความมุ่งมั่นในการพัฒนาศักยภาพของบริษัทฯ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานตลอดห่วงคุณค่าอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงพิจารณาถึงความเสี่ยงและโอกาสอย่างรอบด้าน เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับปัจจัยต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างทันการณ์ เพื่อบรรลุเป้าด้านความยั่งยืน ตามคำมั่นสัญญาที่ว่า Healthier Family, Happier World" พร้อมส่งต่อความสุขที่ยั่งยืนผ่านอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ และเป็นหนึ่งในใจลูกค้าและผู้บริโภคตลอดไป



มณีสุดา ศิลาอ่อน

ประธานเจ้าหน้าที่สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีตั้งแต่ปี 2561 โดยรายงานนี้จัดทำขึ้นเป็นฉบับที่ 7 ประจำปี 2567 เพื่อเปิดเผยกระบวนการบริหารจัดการ และผลการดำเนินงานครอบคลุมประเด็นสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลที่ได้รวมเอาด้านเศรษฐกิจเข้าไว้ในการกำกับดูแลด้วย ภายใต้มุมมองและการประเมินผลกระทบ (Impact) อย่างมีนัยสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ รวมถึงการตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (United Nations Sustainable Development Goals: SDGs) ซึ่งทางบริษัทฯ ได้ดำเนินการจำนวน 7 เป้าหมาย และเป็นคำมั่นสัญญาที่มีการรายงานเป็นประจำในการประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียและผู้สนใจได้รับทราบ รวมทั้งเข้าใจความมุ่งมั่นของทางบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนให้บริษัทฯ ดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย

ขอบเขตของรายงาน

รายงานความยั่งยืนฉบับนี้นำเสนอผลการดำเนินงาน ตั้งแต่ วันที่ 1 มกราคม 2567 ถึง 31 ธันวาคม 2567 ของบริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) เท่านั้น

แนวทางและมาตรฐานการจัดทำรายงาน

- รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีเนื้อหาที่สอดคล้องตามแนวทางของ Global Reporting Initiative Standards 2021 (GRI Standards 2021)
- การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ ตามมาตรฐาน Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) ที่สอดคล้องกับมาตรฐาน IFRS S2
- หลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (United Nations Guiding. Principles on Business and Human Rights: UNGPs)
- ความสอดคล้องต่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals : SDGs)
- กระบวนการกำหนดเนื้อหาของรายงานนี้เชื่อมโยงกับแนวทางในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ของ เอส แอนด์ พี ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีผลกระทบมากที่สุดของธุรกิจ โดยผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ระบุประเด็นเหล่านี้ และพิจารณาถึงผลกระทบที่มีความสำคัญโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายใน และภายนอกองค์กร

ระบบบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน

บริษัทฯ ใช้ระบบบริหารจัดการตามมาตรฐานสากลต่างๆ ในการดำเนินงาน

- มาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9001: 2015
- มาตรฐาน Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP)
- มาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร ISO 22000: 2018
- มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015
- มาตรการควบคุมความปลอดภัยอาหารของมาตรฐาน FSSC 22000
- มาตรฐาน ISO/IEC 17025 จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
- มาตรฐาน Good Hygiene Practice (GHPs)
- มาตรฐานด้านสุขอนามัย IPHA : Industrial and Production Hygiene Administration จากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อนักท่องเที่ยว (Amazing Thailand Safety and Health Administration SHA)

หลักการและมาตรฐานการรายงาน

รายงานนี้จัดทำขึ้นตามมาตรฐาน GRI Universal Standards 2021 ในรูปแบบ In accordance with โดยใช้หลักการรายงานดังนี้

ความถูกต้อง

ข้อมูลถูกต้องและพอเพียงมีความแม่นยำ

ความสมดุล

ข้อมูลเสนอผลกระทบเชิงลบและเชิงบวกขององค์กรอย่างเป็นธรรม

ความชัดเจน

ข้อมูลที่สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่าย

การเปรียบเทียบ

ข้อมูลสามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทฯ

ความสมบูรณ์

ข้อมูลที่ครบถ้วนเพียงพอเพื่อให้สามารถประเมินผลกระทบขององค์กรในช่วงระยะเวลาการรายงาน

บริบทด้านความยั่งยืน

ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการกำหนดเนื้อหาของรายงาน ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นที่เกี่ยวข้อง

ทันเวลา

ข้อมูลช่วงเวลาที่ถูกต้อง เหมาะสมกับผู้นำไปใช้

การตรวจสอบได้

ข้อมูลที่บันทึก และวิเคราะห์สามารถตรวจสอบคุณภาพความถูกต้องและแหล่งที่มาของข้อมูลได้

การรับรองจากหน่วยงานภายนอก

ข้อมูลส่วนของผลการดำเนินงานทางด้านเศรษฐกิจในรายงานฉบับนี้ได้มาจากระบบการเก็บข้อมูลทางบัญชี และเป็นกระบวนการเดียวกับรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) โดยได้รับการสอบบัญชีจากผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาต

ข้อมูลด้านบรรษัทภิบาล ด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมเศรษฐกิจ โดยคณะทำงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ และผู้บริหารระดับสูงของแต่ละหน่วยงาน

สำหรับข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของด้านสิ่งแวดล้อม ได้รับการตรวจรับรองความถูกต้องโดยหน่วยงานภายนอก ดังนี้

หน่วยงานS&P	หน่วยงานทวนสอบ
สำนักงานใหญ่	บริษัท บูโรเวอริทัส เซอทิฟิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด
ร้าน S&P 410 สาขา	บริษัท บูโรเวอริทัส เซอทิฟิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด
โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง	บริษัท เอสจีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
โรงงานผลิตเบเกอรี่บางนา-ตราด กม.23.5	บริษัท บูโรเวอริทัส เซอทิฟิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด
โรงงานผลิตเบเกอรี่สุขุมวิท 62	บริษัท บูโรเวอริทัส เซอทิฟิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด
โรงงานผลิตเบเกอรี่ลำพูน	บริษัท บูโรเวอริทัส เซอทิฟิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด
ศูนย์กระจายสินค้า S&P	บริษัท บูโรเวอริทัส เซอทิฟิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด

ความมุ่งมั่นด้านนโยบาย

บริษัทฯ ได้ประกาศนโยบายด้านความยั่งยืน ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และบรรษัทภิบาล (Governance) รวมทั้งนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชนและแรงงานสัมพันธ์ และหลักจรรยาบรรณสำหรับพนักงาน และพันธมิตรทางธุรกิจ โดยได้สื่อสารไปยัง พนักงาน คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://www.snpfood.com/th/documents/corporate-policies

การเข้าถึงรายงาน

รายงานฉบับนี้และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนของปีที่ผ่านมา ได้รับการจัดทำในรูปแบบดิจิทัลและแสดงไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ในส่วน รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ข้อมูลการติดต่อ

ผู้สนใจสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร

สำนักงานใหญ่ : **บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)**
เลขที่ 2034/100-103 อาคารอิตัลไทย ทาวเวอร์ ชั้น 23
ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

โทรศัพท์ : (02) 785-4000

โทรสาร : (02) 785-4040

อีเมล : sd@snpfood.com

เว็บไซต์ : www.snpfood.com

เกี่ยวกับ เอส แอนด์ พี

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจอาหารและเบเกอรี่มาอย่างยาวนานกว่า 51 ปี จากร้านไอศกรีมคอร์เนอร์เล็ก ๆ เติบโตเป็นร้านอาหารและเบเกอรี่ชอปที่มีชื่อเสียงของประเทศ โดยมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง ทั่วประเทศปัจจุบันมีร้านอาหารทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงแบรนด์อื่น ๆ ในเครือกว่า 447 สาขา ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งยืนยันได้ว่า “เอส แอนด์ พี เติบโตคู่กับสังคมไทยอย่างมั่นคงและยั่งยืน”

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

นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการส่งมอบองค์ความรู้และทักษะการประกอบอาชีพสู่คู่ค้า สังคม ตลอดจนกลุ่มเปราะบาง รวมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิต ด้วยการส่งเสริมการศึกษา พร้อมทั้งดำเนินงานที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบและสร้างผลกระทบเชิงบวกด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการสภาพภูมิอากาศ การจัดการของเสียและเศษอาหาร เป็นต้น รวมทั้งยังมุ่งดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดีเสมอมา

จากการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนครอบคลุมด้าน ESG อย่างประสิทธิภาพ และไม่หยุดนิ่ง จนเกิดเป็นผลลัพธ์แห่งความสำเร็จ โดยบริษัทฯ ได้รับผลประเมินหุ้นยั่งยืน “SET ESG Ratings ระดับ AA” ประจำปี 2567 สะท้อนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามแนวทาง ESG ที่มุ่งขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้องค์กรเติบโตคู่กับสังคมไทยอย่างมั่นคงสืบไป

วิสัยทัศน์

“เป็นร้านอาหารไทย เค้ก และเบเกอรี่ แบรนด์ที่ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุดในประเทศไทย”

พันธกิจ

1. สร้างความประทับใจให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ด้วยประสบการณ์ที่น่าจดจำ
2. ดูแลและเสริมสร้างผู้นำที่ดีในองค์กร
3. ขับเคลื่อนธุรกิจหลักให้มั่นคงและยั่งยืน
4. พัฒนาธุรกิจให้เติมโต ก้าวสู่ New S-Curve
5. พัฒนาระบบดิจิทัล และ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสบการณ์ที่ดี
6. ร่วมกันสร้างสรรค์ครอบครัวและสังคมแห่งความสุข

เอส แอนด์ พี และความยั่งยืนขององค์กร

ตั้งแต่ปี 2561 เอส แอนด์ พี ได้ผนวกเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน สร้างความตระหนักเรื่องสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล เข้ากับการดำเนินงานและบริหารธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อให้บุคลากรทั้งองค์กรได้รับทราบแนวทางการดำเนินงานในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ

บริษัทฯ กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวทางการดำเนินงาน และกลยุทธ์หลักขององค์กร เพื่อเป็นแนวทางทุกคนในองค์กรมีเป้าหมายร่วมกัน ซึ่งความสำเร็จเกิดจากการเชื่อมโยงกระบวนการทำงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจที่ยั่งยืน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการทำงาน อันเป็นการลดผลกระทบเชิงลบ สนับสนุนประเด็นที่สร้างโอกาสให้กับองค์กร สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาปรับใช้ เพื่อให้กระบวนการทำงานเกิดประสิทธิผลสูงสุด สร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนอย่างแท้จริง

คุณภาพ (Quality)

การควบคุม (Control)

ด้วยการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และพัฒนาแนวทางบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

คุณค่า (Value)

การสร้างคุณค่า (Value)

ด้วยการส่งเสริมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยมุ่งพัฒนาศักยภาพบุคลากร ตระหนักถึงคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารสูงสุด ตลอดจนมุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีแก่คนในสังคมอย่างเท่าเทียม

คุณธรรม (Virtue)

การส่งเสริมคุณธรรม (Virtue)

ด้วยการกำกับดูแลเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยความสุจริต เป็นธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ และการสนับสนุนการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชั่นทุกรูปแบบ

กลยุทธ์หลักขององค์กร

สร้างสรรค์ความดี มุ่งสร้างความยั่งยืน

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน



วิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน

ครอบครัวสุขภาพดี สู่วิถีโลกแห่งความสุข (Healthier Family, Happier World)

พันธกิจด้านความยั่งยืน ปี 2573



ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัทในเครือประกอบธุรกิจร้านอาหาร กาแฟ และเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และอาหารสำเร็จรูปต่างๆ พร้อมทั้งเป็นผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร ภายใต้ชื่อ เอส แอนด์ พี และตราอื่นๆ ซึ่งในปี 2567 มีพนักงานรวม 4,321 คน

มีรายละเอียดการดำเนินธุรกิจ ประเภทผลิตภัณฑ์และบริการ และโครงสร้างกลุ่ม บริษัท เอส แอนด์ พี (สามารถดูรายละเอียดได้ที่รายงานประจำปี 2567 (แบบ 56-1 One Report))

กลุ่มธุรกิจภายในประเทศ

บริษัทฯ มีการดำเนินงานในประเทศไทยครอบคลุม ดังนี้

สำนักงานใหญ่	2034/100-103 อาคารอิตัลไทย ทาวเวอร์ ชั้น 23 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
ศูนย์กระจายสินค้า S&P	31/4 หมู่ที่ 3 ถนนบางนา-ตราด กม.23.5 ตำบลบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

โรงงานทั้งหมด 4 แห่ง แบ่งเป็น โรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง และโรงงานผลิตอาหาร 1 แห่ง ดังที่อยู่ต่อไปนี้

- **โรงงานผลิตเบเกอรี่สุขุมวิท 62** : 2, 2/1 ซอยสุขุมวิท 62 (แยก 3) ถนนสุขุมวิท แขวงพระโขนงใต้ เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร
- **โรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม. 23.5** : 86 หมู่ 4 ถนนบางนา-ตราด กม. 23.5 ตำบลบางเสาธง กิ่งอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ
- **โรงงานผลิตเบเกอรี่ ลำพูน** : 81 หมู่ที่ 4 ตำบลบ้านกลาง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
- **โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง** : 65/4-5 หมู่ 4 นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง แขวงลำปลาทิว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจในประเทศ

1 ธุรกิจอาหารและเบเกอรี่

- ร้านอาหารและเบเกอรี่ S&P
- ร้านเบเกอรี่ S&P
- ร้าน S&P Delivery and Takeaway (DelTA)
- จุดผลิตและกระจายสินค้า (Hub)
- บริการจัดส่ง 1344 Delivery

2 ธุรกิจค้าปลีกและรับจ้างผลิต

- ธุรกิจค้าปลีก
- ธุรกิจรับจ้างผลิต
- ธุรกิจส่งออก





3 แบรนด์อื่นๆ ในเครือ

- ร้านอาหารภัทรา
- ร้านอาหารพาทิโอ
- ร้านอาหารนายส์
- ร้านอาหารทะเลแกรนด์ซีไซด์
- S&P Cake Studio
- ร้านไมเซน
- ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น อุเมะโนะฮานะ
- ร้านอาหารโมโตอิ
- ธุรกิจบริการอาหารในโรงพยาบาลและสถานศึกษาฟู้ดส์เฮ้าส์
- ธุรกิจจัดเลี้ยงนอกสถานที่ (S&P Catering)

4 กลุ่มธุรกิจผลิตอาหารและเบเกอรี่

แบรนด์ในกลุ่มบริษัทฯ	จำนวนสาขาในประเทศ
ร้านอาหาร S&P	128
ร้านเบเกอรี่ S&P	275
ร้าน S&P DelTA	29
ร้านอาหารแบรนด์อื่นๆ	15
รวมทั้งสิ้น	447

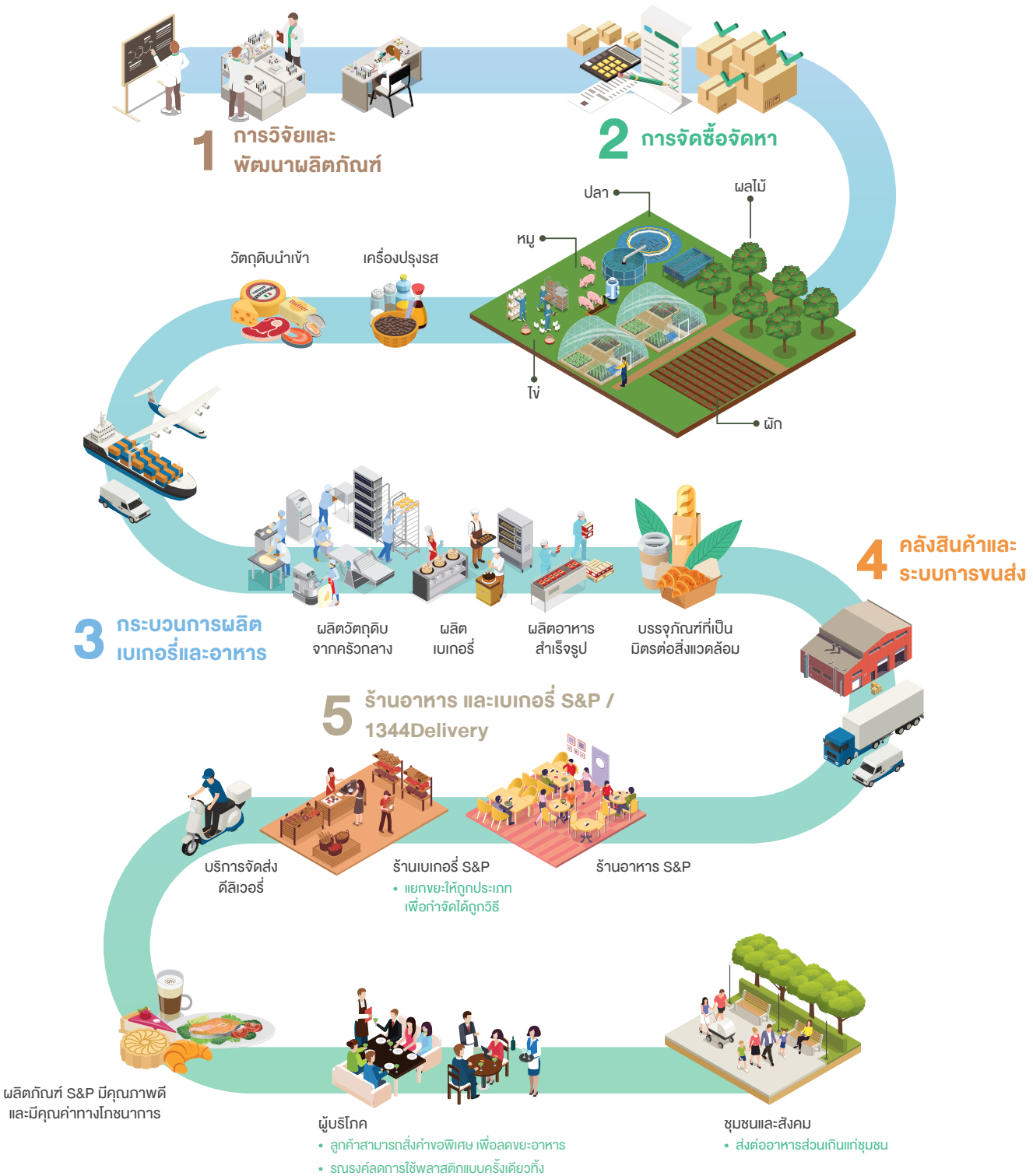
กลุ่มธุรกิจในต่างประเทศ

ธุรกิจในต่างประเทศ	จำนวนสาขาในต่างประเทศ
เอเชีย	6
ยุโรป	5
รวมทั้งสิ้น	11

ห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน

ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) แสดงกิจกรรมทั้งหมดในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีให้กับลูกค้าและผู้บริโภค อันประกอบด้วยห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำในการดำเนินธุรกิจอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่ม ในรูปแบบค้าปลีกเป็นหลัก โดยบริษัทฯ ประกาศนโยบายครอบคลุมประเด็นด้าน ESG และสิทธิมนุษยชน ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การจัดเก็บและการขนส่ง หน้าร้านS&P จนกระทั่งส่งมอบถึงลูกค้า

นโยบายที่เกี่ยวข้องสามารถศึกษาได้ที่
www.snpfood.com



ห่วงโซ่คุณค่าของ เอส แอนด์ พี

1 การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Research & Product Development)

- มุ่งพัฒนาและรังสรรค์เมนูใหม่ที่รสชาติอร่อย และมีคุณค่าทางโภชนาการเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค

2 การจัดซื้อจัดหา (Procurement & Raw Material)

- จัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ในราคาที่เหมาะสม
- คัดสรรวัตถุดิบคุณภาพดี ปลอดภัย ไร้สารเคมี ตามแนวทางเกษตรอินทรีย์
- ประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ของคู่ค้า
- ตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาวัตถุดิบได้ชัดเจน
- คัดเลือกปัจจัยการผลิตจากคู่ค้าที่ยอมรับจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ (S&P code of Conduct)
- แลกเปลี่ยนความรู้ รับทราบความต้องการร่วมกับคู่ค้า เพื่อพัฒนาคู่ค้าและคุณภาพวัตถุดิบ

3 กระบวนการผลิตเบเกอรี่และอาหาร (Manufacturing)

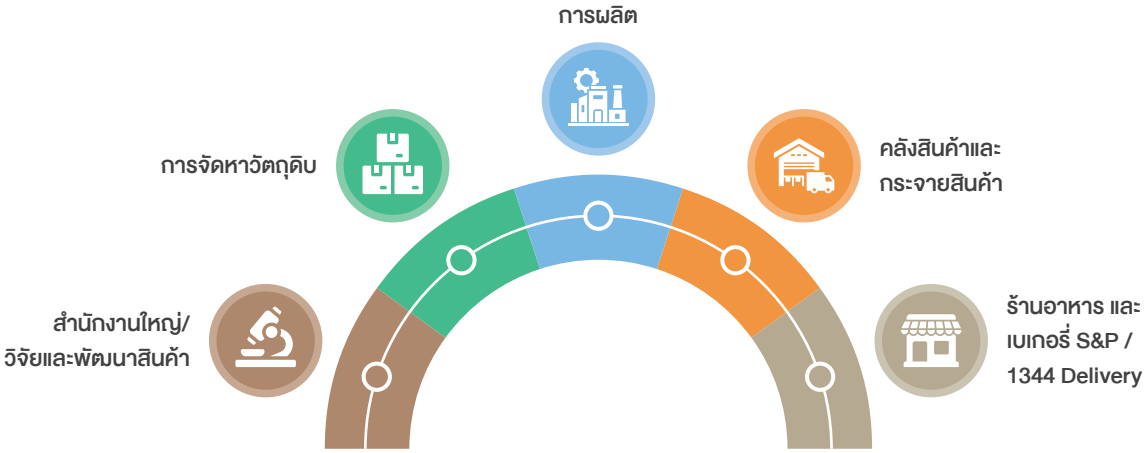
- ผลิตสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานของS&P และกระบวนการผลิตมีความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล
- มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ หลังคาพลังงานแสงอาทิตย์
- มีระบบการจัดการน้ำและของเสียที่มีประสิทธิภาพ

4 คลังสินค้าและระบบการขนส่ง (Warehouse & Logistics)

- รับสินค้า และเก็บรักษาโดยคงคุณภาพไว้
- เป็นศูนย์กลางการบริหารคลังสินค้าและขนส่งของบริษัทฯ เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน
- สร้างระบบการบริหารจัดการขนส่ง วางแผน และจัดวางเส้นทางในการกระจายสินค้าได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ
- ขนส่งด้วยรถไฟฟ้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

5 ร้านอาหารและเบเกอรี่ S&P / บริการจัดส่ง1344Delivery (Restaurant/Shop & Delivery)

- ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ
- รับทราบความคิดเห็นของลูกค้าผ่านแบบประเมินสำรวจความพึงพอใจหลังการใช้บริการได้จาก QR Code ท้ายใบเสร็จ
- บริหารจัดการข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ และรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าตามนโยบายของบริษัทฯ
- ลูกค้าสามารถสั่งคำขอพิเศษในเมนูอาหารได้ เพื่อลดขยะอาหาร
- มีการสื่อสารข้อมูลโภชนาการแก่ผู้บริโภคเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
- มีการรณรงค์ลดการใช้ Single use plastic อย่างต่อเนื่อง
- มีการแยกขยะให้ถูกประเภทเพื่อนำไปกำจัดได้ถูกวิธี
- มีบริการดีลิเวอรี่เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า โดยคงคุณภาพและความปลอดภัยผ่านมาตรฐานเดียวกับรับประทานในร้าน
- บริหารจัดการอาหารส่วนเกินจากผลิตโดยส่งต่อให้กับชุมชนที่ขาดแคลนและกลุ่มเปราะบางในโครงการ S&P Food Rescue



การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่า

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ห่วงโซ่คุณค่า S&P				
	สำนักงานใหญ่/ วิจัยและพัฒนาสินค้า	การจัดหาวัตถุดิบ	การผลิต	คลังสินค้าและกระจายสินค้า	ร้านอาหาร และ เบเกอรี่ S&P / 1344 Delivery
พนักงาน	✓		✓	✓	✓
ลูกค้า/ผู้บริโภค	✓	✓	✓	✓	✓
ชุมชน/สังคม	✓	✓	✓	✓	✓
หน่วยงานภาครัฐ	✓		✓		
ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน	✓				✓
สื่อสังคม/ องค์กรอิสระ	✓				
คู่ค้า/ พันธมิตรทางธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	

ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2567

บริษัทฯ กำหนดการวัดผลสำเร็จของงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยกำหนดการวัดผลจากประเด็นสำคัญตามกรอบ ESG ที่ส่งผลกระทบในการดำเนินการของบริษัทฯ และผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลัก ตลอดจนสังคมและสิ่งแวดล้อม

ในปี 2567 มีประเด็นผลกระทบที่มีความสำคัญมากที่สุด ที่ใช้รายงานต่อคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน จากการรวบรวมผลการดำเนินงานละการติดตามการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของคณะทำงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการดำเนินงานให้เกิดความยั่งยืนทั้งระบบ โดยบริษัทฯ ทำการเปิดเผยข้อมูลด้วยความถูกต้อง โปร่งใส และครบถ้วน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย

กลยุทธ์ความยั่งยืน	กิจกรรมที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการ	เป้าหมาย			เชื่อมโยงกับ SDGs
		2567	2567	2568	2573	
ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)						
การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน	การลดเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิต ไม่เกิน 5% ของยอดขาย (Bakery & Sandwich)	5.89% (185.52 ลบ.) **ของยอดขายเบเกอรี่** 3,147.84 ลบ.	≤5.5% ของยอดขาย	≤5.5% ของยอดขาย	≤4.5% ของยอดขาย	
	การส่งต่อเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิตให้เกิดประโยชน์แก่สังคม	11.92% (59.35 ตัน / 249,256 มื้อ จาก 88 จุดขาย)	10% จากสัดส่วนมูลค่า Surplus Bakery	15% จากสัดส่วนมูลค่า Surplus Bakery	20% จากสัดส่วนมูลค่า Surplus Bakery	
	จำนวนจุดขายที่แยกของเสียตามประเภทการกำจัดในร้านค้า (ปีฐาน 2567 ทั้งสิ้นที่ 442 จุดขาย)	100% (ปริมาณขยะ 2,517.42 ตัน)	20% ของจุดขาย	40% ของจุดขาย	100% ของจุดขาย	
บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	บรรจุภัณฑ์อาหารที่ย่อยสลายได้ รีไซเคิลได้ หรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้100%	97.14%	100%	100%	100%	

กลยุทธ์ความยั่งยืน	กิจกรรมที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการ	เป้าหมาย			เชื่อมโยงกับ SDGs
		2567	2567	2568	2573	
ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) (ต่อ)						
การจัดการสภาพภูมิอากาศ	การขอการรับรองระบบ การจัดการสิ่งแวดล้อม มาตรฐาน ISO 14001 หรือเทียบเท่า GI3 (จำนวนโรงงานที่ได้รับการรับรอง)	**1 โรงงาน (โรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม.23.5)**	1 โรงงาน	2 โรงงาน (สะสม)	3 โรงงาน (สะสม)	
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1&2 ลดลง 20% ภายในปี 2030 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2023 ที่ Business as usual 3% * เนื่องจากการรั่วไหลของสารทำความเย็น ณ ศูนย์กระจายสินค้าS&P	**เพิ่มขึ้น 2.43%**	ลดลง 2.86%	ลดลงสะสม 5.72%	ลดลงสะสม 20%	
ด้านสังคม (social)						
การจัดการทรัพยากรมนุษย์	อัตราลาออกโดยสมัครใจของพนักงานทุกระดับในองค์กร (Staff Turnover Rate) ≤50%	31.43%	≤50%	≤50%	≤50%	
	พนักงานทุกระดับในองค์กรสร้างผลตอบแทนให้บริษัทเพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ	7,864 **บาท/คน**	8,786 บาท/คน	9,494 บาท/คน	13,566 บาท/คน	
สุขภาพและโภชนาการ	เมนูสุขภาพ 100 เมนูใหม่ (ที่มีการให้ข้อมูลรายละเอียดคุณค่าทางโภชนาการ)	11 **เมนูใหม่**	70 เมนูใหม่	70 เมนูใหม่	100 เมนูใหม่	
คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์	จำนวนรายการผลิตภัณฑ์ที่มีการตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ (Traceability)	3 **ผลิตภัณฑ์**	3 ผลิตภัณฑ์	5 ผลิตภัณฑ์ (สะสม)	10 ผลิตภัณฑ์ (สะสม)	

กลยุทธ์ความยั่งยืน	กิจกรรมที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการ	เป้าหมาย			เชื่อมโยงกับ SDGs
		2567	2567	2568	2573	
ด้านสังคม (social) (ต่อ)						
คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และรักษ์โลก	2 **โครงการ**	≥1 โครงการ	≥3 โครงการ	≥5 โครงการ	
	ร้าน S&P ทั้งหมดได้รับการตรวจประเมิน QSC และจะต้องประเมิน 85% ขึ้นไปจึงผ่านเกณฑ์	71% **ของจำนวนร้านทั้งหมด**	100% ของจำนวนร้านทั้งหมด	100% ของจำนวนร้านทั้งหมด	100% ของจำนวนร้านทั้งหมด	
ประสบการณ์ของลูกค้า	คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (CSAT - Customer Satisfaction Scores)	89% **ของจำนวนลูกค้าที่ตอบแบบประเมิน** 20,552 **คน**	>85%	>85%	>85%	
ด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (Governance & Economic)						
การกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจ	การสำรวจเพื่อติดตามและวัดผลการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการ หรือ บรรษัทภิบาล ดำเนินการโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD)	**5 ดาว คะแนน** CGR **90 - 100 คะแนน ระดับดีเลิศ** (Excellence)	4 ดาว คะแนน CGR 80 - 89 คะแนน ดีมาก (Very Good)	5 ดาว คะแนน CGR 90 - 100 คะแนน ระดับดีเลิศ	5 ดาว คะแนน CGR 90 - 100 คะแนน ระดับดีเลิศ	

บริษัทฯ ได้ประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ได้มาซึ่ง 14 ประเด็น แบ่งออกเป็นประเด็นที่มีส่งผลกระทบสูงสุดต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Critical Topics) 4 ประเด็น ประเด็นที่ส่งผลกระทบสูงลำดับถัดมาต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Focus Topic) และประเด็นที่ส่งผลกระทบปานกลางถึงน้อยต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Foundational Topic) รวม 10 ประเด็น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังมีการติดตามผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ 3P ครอบคลุมตัวชี้วัด 9 ประเด็น อย่างต่อเนื่อง

รางวัลและความสำเร็จ ปี 2567

เอส แอนด์ พี ร่วมกับ กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม ประกาศเจตนารมณ์ยกระดับการดำเนินงานมุ่งสู่เป้าหมาย Thailand Net Zero 2065

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ร่วมประกาศเจตนารมณ์ยกระดับการดำเนินงานมุ่งสู่เป้าหมาย Thailand Net Zero 2065 เนื่องในวันปลอดถุงพลาสติกสากล โดยบริษัท เป็น 1 ใน 45 องค์กรจากภาคเอกชน เข้าร่วมในฐานะเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Coffee Shop) เป็นส่วนหนึ่งในการร่วมขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า จัดโดยกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ณ ห้องกมลทิพย์ 2-3 โรงแรมเดอะสุโกศล



เอส แอนด์ พี รับมอบรางวัลร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2566 และขยายโครงการต่อเนื่องในปี 2567

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รับมอบรางวัลตราสัญลักษณ์ G-Green ระดับประเทศ ภายใต้โครงการร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Restaurant) เพื่อเชิดชูเกียรติร้านอาหารเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีส่วนร่วมและยกระดับการให้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีการลดปริมาณขยะและบริหารจัดการของเสียตั้งแต่ต้นทางอย่างมีประสิทธิภาพ จัดโดย กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้รับตราสัญลักษณ์ G-Green ระดับประเทศ ภายใต้โครงการ Green Restaurant ทั้งสิ้น 11 แห่ง โดยแบ่งเป็น รางวัลG-Green ระดับทอง (ดีเยี่ยม) จำนวน 6 แห่ง และรางวัลG-Green ระดับเงิน (ดี) จำนวน 5 แห่ง

สำหรับปี 2567 บริษัทฯ ยังคงดำเนินโครงการ Green Restaurant อย่างต่อเนื่อง โดยมีร้านอาหาร S&P เข้าร่วมโครงการและได้รับรางวัล G-Green ระดับทอง (ดีเยี่ยม) ทั้งหมด 12 แห่ง ได้แก่ สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 สาขาแมกซ์แวลูนวมินทร์ สาขาบางพลี กม.23.5 สาขาบิ๊กซี สายไหม สาขาเดอะมอลล์ 6 งามวงศ์วาน สาขาคลินิคศูนย์แพทย์พัฒนา สาขาโรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา สาขาโรงพยาบาลสมิติเวชศรีราชา สาขาโรงพยาบาลพญาไท 1 สาขาโรงพยาบาลเซ็นต์หลุยส์ สาขาชินวัตร 2 และสาขาโรงพยาบาลสมิติเวชธนบุรี





เอส แอนด์ พี รับมอบโล่ประกาศเกียรติคุณองค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก (Climate Action Leading Organization: CALO) ประจำปี 2567

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รับมอบโล่ประกาศเกียรติคุณองค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก (Climate Action Leading Organization: CALO) ระดับดีเด่น ประจำปี 2567 เพื่อเชิดชูเกียรติให้กับองค์กรที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการจัดการและแสดงความรับผิดชอบต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรผ่านการแสดงเจตนารมณ์ที่จะลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนตลอดจนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในระดับองค์กร จัดโดย องค์การบริหารการจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ณ โรงแรม เซ็นทาราแกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว





เอส แอนด์ พี ร่วมออกบูธในงานมหกรรมความยั่งยืนที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน ‘Sustainability Expo 2024’

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ร่วมงาน ‘Sustainability Expo 2024’ เพื่อออกบูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์ S&P คาร์บอนต่ำ ได้แก่ เค้กบัตเตอร์วานิลลา เค้กกล้วยหอม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด โดยการผลิตและขนส่งด้วยกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในกระบวนการผลิต การใช้รถขนส่งไฟฟ้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมเสิร์ฟแก่ลูกค้าผ่านบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ ทั้งนี้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการแสดงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตลอดจนร่วมประสานพลังกับพันธมิตรทางธุรกิจภาคส่วนต่างๆ ขับเคลื่อนการดำเนินงานและเศรษฐกิจของประเทศ ณ งาน SX Food Festival โซน Low Carbon (F) ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์







เอส แอนด์ พี รับมอบรางวัลและตราสัญลักษณ์ MEA ENERGY AWARDS ปีที่ 7 ระดับ Standard ตอกย้ำแบรนด์ใส่ใจสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รับมอบรางวัลและตราสัญลักษณ์ MEA ENERGY AWARDS ปีที่ 7 เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเกิดแรงจูงใจในการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศและคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยร้าน S&P 3 แห่ง ได้แก่ ซอพศิริราช คอนเนอร์ ซอพปตท.ชัยพฤกษ์ และซอพปตท.ราชพฤกษ์ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพอากาศได้มาตรฐาน ในระดับ Standard จากผู้เข้ารับรางวัลทั้งหมด 125 แห่ง จัดโดยการไฟฟ้านครหลวง ณ โรงละครอักษราคิง เพาเวอร์ เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2567





เอส แอนด์ พี รับมอบประกาศเกียรติคุณ “คู่ค้าที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ในงาน “มหกรรมธุรกิจอาหารประเทศไทย ครั้งที่ 17 (MAKRO HORECA 2024)”

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รับมอบประกาศเกียรติคุณ “คู่ค้าที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน” สำหรับ “ผลิตภัณฑ์บัวลอยสามสี” ด้วยการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จัดขึ้นภายในงาน “มหกรรมธุรกิจอาหารประเทศไทย ครั้งที่ 17 (MAKRO HORECA) 2024” โดย บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) ณ อิมแพ็ค เมืองทองธานี ฮอลล์ 8 เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2567





เอส แอนด์ พี รับเข็มกลัดเชิดชูเกียรติ พิธีประกาศเกียรติคุณจรรยาบรรณดีเด่น หอการค้าไทย ครั้งที่ 22 ประจำปี 2567

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รับมอบเข็มกลัดชมรมจรรยาบรรณ หอการค้าไทย ในพิธีประกาศเกียรติคุณจรรยาบรรณดีเด่น หอการค้าไทย ครั้งที่ 22 ประจำปี 2567 ภายใต้แนวคิด “กู้วิกฤตศรัทธา ด้วยจรรยาบรรณ” เพื่อเชิดชูเกียรติให้กับองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล นำไปสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ณ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2567





เอส แอนด์ พี ได้รับผลประเมินการกำกับดูแลกิจการ บริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2567 (CGR) ในระดับ 5 ดาว อย่างต่อเนื่อง

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้รับผลประเมินจาก โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2567 (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2024 : CGR) จาก สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในระดับ 5 ดาว หรือ “ดีเลิศ” (Excellent) ต่อเนื่อง นับเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จในการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัทฯ ซึ่งเป็นการตอกย้ำถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาศักยภาพของบริษัท โดยยึดมั่นดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใส ปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย และการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน



‘เอส แอนด์ พี’ ได้รับผลประเมินการกำกับดูแลกิจการ
“CGR” ประจำปี 2567 ในระดับ **5 ดาว** หรือ **ดีเลิศ** (Excellence CG Scoring)

จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เอส แอนด์ พี ได้รับผลประเมินหุ้นยั่งยืน “SET ESG Rating ระดับ AA” ประจำปี 2567

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้รับผลการประเมิน “SET ESG Rating” ประจำปี 2567 ในระดับ AA จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเป็น 1 ใน 228 บริษัทจดทะเบียนที่ผ่านการคัดเลือกและได้รับการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ซึ่งแสดงถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทอย่างต่อเนื่อง โดยนำแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการดำเนินธุรกิจครอบคลุม ESG ทั้งมิติสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจและธรรมาภิบาล




SET
Certificate of Recognition
S & P SYNDICATE PUBLIC COMPANY LIMITED
has successfully met the selection criteria required for inclusion in the SET ESG Ratings 2024
SET AA ESG Ratings 2024
This Certificate is presented to the company to honor its continuous and outstanding achievements in corporate sustainability, thereby benefiting the environment and society.
Yuth Verachattam
Chairman of Thailand Sustainable Investment Committee
The Stock Exchange of Thailand
Asadej Kongsiri
President
The Stock Exchange of Thailand

เอส แอนด์ พี คว้ารางวัลแห่งปี “รางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น ปี 2567” ประเภทรางวัลธุรกิจผู้ส่งออกยอดเยี่ยมด้านความยั่งยืน

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รับมอบรางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น ปี 2567 (Prime Minister’s Export Award 2024) ประเภทรางวัลธุรกิจผู้ส่งออกยอดเยี่ยมด้านความยั่งยืน (Best Green & Sustainable Exporter) ถือเป็นรางวัลเกียรติยศสูงสุดระดับประเทศสำหรับผู้ประกอบการส่งออกของไทย เพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณ และเป็นเครื่องหมายการันตีที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการไทยในการยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการสู่ระดับสากล ในพิธีมอบรางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น ปี 2567 (Prime Minister’s Export Award 2024) ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 32 ภายใต้แนวคิด “Forward and Beyond, The Power of Perfection : ก้าวล้ำสู่สากล สร้างพลังสู่ความสำเร็จ” จัดโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2567





เอส แอนด์ พี รับมอบประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐาน ISO14001:2015 ยกระดับมาตรฐานสิ่งแวดล้อม ตอกย้ำความมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รับมอบประกาศนียบัตรรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO14001:2015 สำหรับโรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม.23.5 โดยสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ ณ สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ เมื่อเดือนธันวาคม 2567





เอส แอนด์ พี รับมอบประกาศนียบัตร “เครื่องหมายรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ประจำปี 2567”

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รับมอบประกาศนียบัตรใน “พิธีมอบประกาศนียบัตรเครื่องหมายรับรองฉลากคาร์บอน” จัดโดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ณ ห้อง Conference Hall สถาบันเพื่อการยุติธรรมแห่งประเทศไทย โดยในปี 2567 บริษัทฯ ได้รับเครื่องหมายรับรองฉลากคาร์บอน จำนวน 2 ประเภท ได้แก่

1. **เครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร** (Carbon Footprint for Organization: CFO) ครอบคลุมทุกหน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานใหญ่ ร้านอาหาร S&P จำนวน 375 สาขา โรงงานผลิตเบเกอรี่ สุขุมวิท 62 โรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม.23.5 โรงงานผลิตเบเกอรี่ ลำพูน โรงงานผลิตอาหาร ลาดกระบัง และศูนย์กระจายสินค้า S&P
2. **เครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์** (Carbon Footprint for Product: CFP) จำนวน 8 รายการ ได้แก่ ขนมขาไก่เนยสด อัลมอนด์เค้ก เค้กกล้วยตาก กาแฟโคลด์บรูว์คอฟฟี่ และเจลิโอ สูตรน้ำตาลน้อย (รสส้ม รสสตรอเบอรี่ รสสละ และรสลิ้นจี่)









ผลการดำเนินงานด้านการเงิน

ความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความท้าทายในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ในยุคปัจจุบัน เอส แอนด์ พี ได้แสดงศักยภาพ สร้างความแข็งแกร่งเป็นรากฐาน ผ่านการบูรณาการด้านความยั่งยืนร่วมกับการขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ตลอดจนการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับธุรกิจ รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

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

ข้อมูลทางการเงิน	2564	2565	2566	2567
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (ล้านบาท)				
รายได้รวม (ล้านบาท)	4,913.00	5,798.00	6,290.00	6,201.00
รายได้จากการขายและให้บริการ (ล้านบาท)	4,817.00	5,712.00	6,224.00	5,712.00
กำไรขั้นต้น (ล้านบาท)	2,654.00	3,185.00	3,496.00	3,185.00
รายได้จากการขายสินค้าเมนูสุขภาพ (ล้านบาท)	825.26	895.35	961.46	999.04
ค่าใช้จ่ายพนักงาน (ล้านบาท)	1,149.00	1,296.00	1,395.00	1,462.00
จำนวนพนักงาน (คน)	4,776.00	4,339.00	4,456.00	4,321.00
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ EBIT (ล้านบาท)	467.00	628.00	649.00	570.00
งบแสดงฐานะการเงิน (ล้านบาท)				
สินทรัพย์รวม (ล้านบาท)	5,066.00	5,325.00	5,045.00	4,746.00
หนี้สินรวม (ล้านบาท)	2,450.00	2,576.00	2,285.00	2,009.00
ส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่และส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	2,536.00	2,395.00	2,616.00	2,702.00
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	511.00	513.00	515.00	515.00

ข้อมูลทางการเงิน	2564	2565	2566	2567
อัตราส่วนทางการเงิน				
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	52.33	55.77	56.16	56.28
อัตรากำไรสุทธิต่อรายได้รวม (%)	6.92	7.93	7.71	6.88
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ROE (%)	13.57	17.16	17.88	15.74
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ROA (%)	9.17	12.10	12.51	13.25
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.40	1.40	1.27	1.25
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.94	0.94	0.84	0.74
ข้อมูลต่อหุ้น (บาท/หุ้น)				
ราคาปิด ณ 31 ธันวาคม (บาท/หุ้น)	16.00	18.30	16.60	11.20
ราคาพาร์ (บาท/หุ้น)	1.00	1.00	1.00	1.00
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (บาท/หุ้น)	5.11	5.36	5.29	5.27
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท/หุ้น)	0.69	0.90	0.94	0.83
เงินปันผลสุทธิต่อหุ้น (บาท/หุ้น)	0.63	0.80	1.00	1.00
อัตราการจ่ายเงินปันผล (%)	94.46	89.12	106.07	96.15

สามารถอ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

www.snpfood.com

การบริหารการเงินที่ยั่งยืน

- รายได้และมูลค่าสินทรัพย์ที่แท้จริง
- ผลตอบแทนการลงทุนด้านบุคลากร
- พนักงานมีศักยภาพ ความรู้ในงานสูง
- อุปกรณ์ เครื่องมือที่ช่วยให้การผลิตมีประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจสูง
- รายได้คู่ค้าท้องถิ่น
- ภาษีเงินได้ ภาษีท้องถิ่น
- การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรม ซึ่งช่วยให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน
- ก๊าซเรือนกระจก
- ของเสีย/อาหารส่วนเกิน

กำไรก่อนต้นทุนการเงิน และภาษี (EBIT)	รายได้จากการขายและให้บริการ
570 ล้านบาท	5,712 ล้านบาท

ในปี 2567 บริษัทฯ มีโครงการลงทุนด้าน ESG ที่โดดเด่น ดังนี้

การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม

- โครงการปรับปรุงและซ่อมบำรุงกระบวนการผลิต 4.10 ล้านบาท
- โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน 6.02 ล้านบาท
- โครงการปรับปรุงระบบบำบัดน้ำเสีย 0.76 ล้านบาท

การลงทุนด้านสังคม

- โครงการสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร 51 ล้านบาท
- โครงการสนับสนุนการยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนและสังคม 6.14 ล้านบาท

การลงทุนด้านบรรษัทภิบาล

- โครงการสนับสนุนการให้บริการลูกค้าสำหรับดีลิเวอรี่ 1.4 ล้านบาท
- โครงการสนับสนุนคู่ค้ากลุ่มเกษตรกรในชุมชนท้องถิ่น 73.79 ล้านบาท

แนวทางการบริหารการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

การดำเนินธุรกิจของ เอส แอนด์ พี ให้ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับความเข้าใจ และการสร้างความพึงพอใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า/ผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยบริษัทฯ มุ่งพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและองค์กรที่จะสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังเหล่านั้นได้ให้ได้มากที่สุด บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการที่จะเข้าใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อทราบความต้องการและความคาดหวังนั้นๆ บริษัทฯ ต้องระบุว่าใครคือผู้มีส่วนได้เสียตลอดกระบวนการทำงานในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ ดังนั้น จึงได้มีการปรับกระบวนการทำธุรกิจแบบมีความยืดหยุ่นให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป และสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียคาดหวังและให้ความสำคัญ โดยกรอบการทำงาน กลยุทธ์องค์กร และแผนงาน เป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

ในปี 2567 บริษัทฯ จึงได้วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ (Value Chain) เพื่อให้สอดรับกับการดำเนินที่มีความเกี่ยวโยงกับกิจกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่าในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ รวมทั้งได้สัมภาษณ์ผู้แทนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มเพื่อรับทราบความต้องการ ความมุ่งหวัง และมุมมองต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่อาจสร้างผลกระทบเชิงลบและบวกแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากที่บริษัทฯ ทำความเข้าใจกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียแล้ว ยังได้สรุปรวมประเด็นความต้องการและความคาดหวัง รวมไปถึงประเด็นที่มีความกังวล และทำการวิเคราะห์การตอบสนองความต้องการและความคาดหวังอย่างเป็นระบบ จากการที่สภาวะเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ จึงได้ลำดับความสำคัญและความเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการของประเด็น เพื่อให้สามารถจัดทำเป้าหมาย และกำหนดเวลาในการดำเนินงานให้เหมาะสมกับทุนที่ก่อให้เกิดมูลค่าแก่ธุรกิจ

ทั้งนี้ การสรุปความต้องการ ความคาดหวังและข้อกังวลต่างๆ ที่เกิดในห่วงโซ่คุณค่าเหล่านี้ เพื่อนำไปทำแผนการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจกับสินค้าและบริการ รวมทั้งการดำเนินงานของตัวบริษัทฯ เองด้วย

นโยบายด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

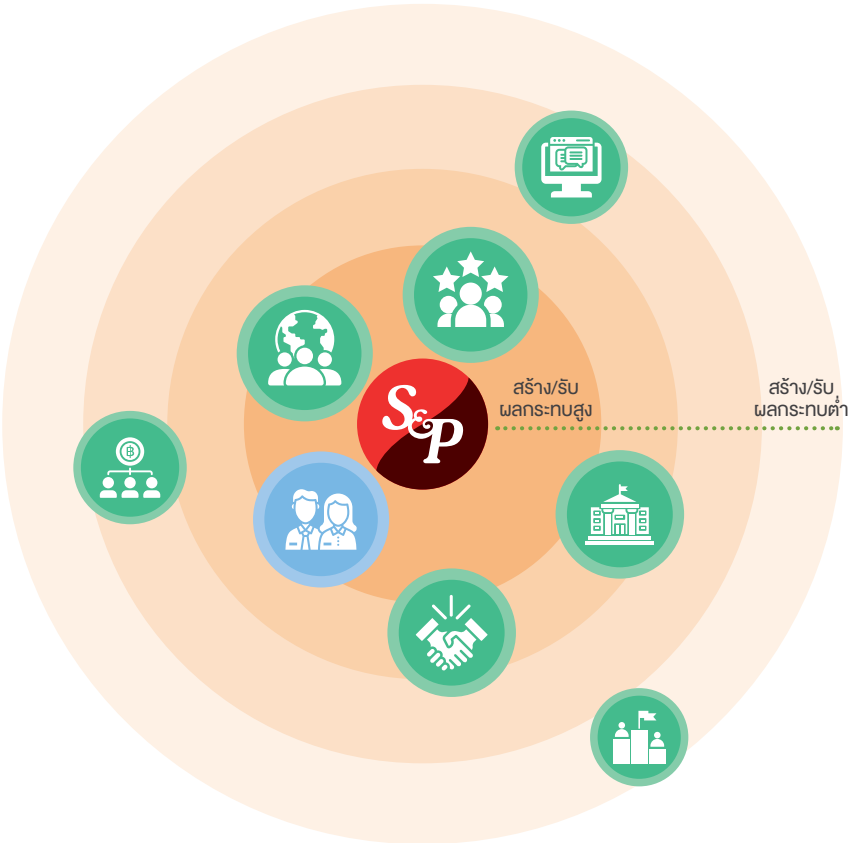
www.snpfood.com

ผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างบริษัทฯกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง ทำให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกที่เป็นความคาดหวัง ข้อกังวล ตลอดจนความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ช่วยให้บริษัทฯกำหนดประเด็นสำคัญสำหรับกลยุทธ์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อตอบสนองได้ตรงต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้อย่างแท้จริง

สำหรับข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้ยังแสดงให้เห็นถึงผลกระทบในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม รวมทั้งจริยธรรมและสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นผลกระทบภายนอกที่เข้ามาสู่บริษัทฯ และจากการที่บริษัทฯส่งผลกระทบออกสู่สังคมและสิ่งแวดล้อมตลอดกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ ทั้งนี้ กระบวนการดังกล่าวได้ผนวกกับกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเข้าเป็นส่วนหนึ่ง ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถลดผลกระทบเชิงลบ และสร้างผลกระทบเชิงบวกได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การลำดับความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสีย ที่ได้รับและส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของ เอส แอนด์ พี



- ผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลและความสนใจมาก ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการดำเนินงานขององค์กรมาก
- ผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลและความสนใจมาก แต่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการดำเนินงานขององค์กรน้อย
- ผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลและความสนใจน้อย แต่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการดำเนินงานขององค์กรมาก
- ผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลและความสนใจน้อย ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการดำเนินงานขององค์กรน้อย

ในปี 2567 บริษัทฯ จำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดเป็น 8 กลุ่ม โดยแบ่งเป็น

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียภายใน (Internal Stakeholder)

- พนักงาน



กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียภายนอก (External Stakeholder)

- ลูกค้า/ผู้บริโภค
- หน่วยงานภาครัฐ
- คู่ค้า/พันธมิตรธุรกิจ
- สื่อสังคม/องค์กรอิสระ
- ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน
- คู่แข่งการค้า
- ชุมชน/สังคม

ตัวอย่างบทสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

คุณปรียานุช บุตรสง่า ผู้แทนกลุ่มลูกค้า/ผู้บริโภค

เป็นลูกค้า S&P มายาวนานกว่า 5 ปี รับทราบข่าวสารว่ามีการดำเนินงานด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง จุดเด่นของ S&P ที่มั่นใจคือความสะอาด คุณภาพของอาหารและโภชนาการที่หลากหลาย รวมทั้งยังประทับใจในการบริการของพนักงานที่ใส่ใจลูกค้าทุกคนที่เข้ามารับบริการ นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อยากให้ S&P เน้นสื่อสารการตลาดบนแพลตฟอร์มออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อจะได้เข้าถึงลูกค้าทันสถานการณ์

คุณทวี อิ่มพูลทรัพย์ ผู้แทนกลุ่มชุมชนและสังคม

ดำเนินโครงการ S&P Food Rescue ร่วมกับบริษัทฯ ตั้งแต่ปี 2020 โดยส่งต่อเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิตแก่ชุมชนและกลุ่มเปราะบางอย่างต่อเนื่องกว่า 580 ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจาก S&P มีการเก็บรักษาอาหารที่มีมาตรฐานคุณภาพดี นอกจากความช่วยเหลือนี้ มุ่งหวังให้S&P พิจารณาการจ้างงานคนในพื้นที่ รวมถึงผู้สูงอายุเพื่อสร้างรายได้แก่คนในชุมชน นอกจากนี้ Climate Change และ Aging Society เข้ามามีผลกระทบต่อธุรกิจ อยากให้ S&P เพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า เช่น โภชนาการอาหาร (Health & Nutrition) หรือผลิตภัณฑ์รักษ์โลก (ECO-Friendly Product) เพื่อปรับตัวให้ทันกับกระแสของโลก

คุณปรารถนา ไชยวังเย็น ผู้แทนกลุ่มพนักงาน

พนักงานจะได้รับการอบรมความรู้ต่างๆ และการสื่อสาร Morning Talk ทุกเช้า เพื่อรับทราบ นโยบายต่างๆ เช่น โครงการปรับใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และโครงการรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติกอย่างต่อเนื่อง โดยมองว่าการสื่อสารให้ลูกค้ารับทราบเป็นเรื่องสำคัญ นอกจากนี้ ยังมีโครงการแยกขยะหน้าร้าน เพื่อนำไปกำจัดได้ถูกประเภท โดยบริษัทฯ จะมีการตรวจประเมินหน้าร้านตามมาตรฐาน QSC ในทุกเดือน ด้านการพัฒนาศักยภาพพนักงานจะได้รับการอบรมและทดสอบสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการติดตามการปรับปรุงการบริการด้วย ซึ่งการพัฒนาศักยภาพในการทำงานจะทำให้เติบโตในหน้าที่การงานต่อไปได้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ได้ระบุผู้มีส่วนได้เสียและจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อดำเนินการจัดทำแผนการมีส่วนร่วมและการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียตามความเหมาะสม รวมถึงการติดตามการรายงานผลในการนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร และสามารถนำความคิดเห็นประเด็นด้าน ESG จากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อจัดลำดับความสำคัญของผลกระทบสำหรับเตรียมขั้นตอนการประเมินประเด็นสำคัญที่มีผลต่อธุรกิจ (Materiality Assessment)

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ประเด็นด้านความยั่งยืน	ผู้มีส่วนได้เสีย						
	พนักงาน	ลูกค้า/ผู้บริโภค	ชุมชน/สังคม	คู่ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจ	องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่ออกกฎระเบียบ	นักลงทุนและผู้ถือหุ้น	องค์กรอิสระ สื่อมวลชน และกลุ่มคนที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์
มิติสิ่งแวดล้อม							
1.1 พลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ		●	●	●	●		
1.2 การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน	○	●	●				
1.3 การจัดการน้ำ			●	○			
1.4 ความหลากหลายทางชีวภาพ			●	○			

หมายเหตุ : ● เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ○ เกี่ยวข้องโดยอ้อมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประเด็นด้านความยั่งยืน	ผู้มีส่วนได้เสีย						
	พนักงาน	ลูกค้า/ผู้บริโภค	ชุมชน/สังคม	คู่ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจ	องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่ออกกฎระเบียบ	นักลงทุนและผู้ถือหุ้น	องค์กรอิสระ สื่อมวลชน และกลุ่มคนที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์
มิติสังคม							
2.1 สิทธิมนุษยชนและแรงงานสัมพันธ์	●	◉	●				
2.2 การจัดการทรัพยากรมนุษย์	●	◉					
2.3 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	◉			●			
2.4 ความมั่นใจของลูกค้าในคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าและการบริการ		●				◉	
2.5 กิจกรรมเพื่อสังคม		◉	●				
2.6 สุขภาพและโภชนาการ		●		●			

หมายเหตุ : ● เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ◉ เกี่ยวข้องโดยอ้อมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประเด็นด้านความยั่งยืน	ผู้มีส่วนได้เสีย						
	พนักงาน	ลูกค้า/ผู้บริโภค	ชุมชน/สังคม	คู่ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจ	องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่ออกกฎระเบียบ	นักลงทุนและผู้ถือหุ้น	องค์กรอิสระ สื่อมวลชน และกลุ่มคนที่มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์
มิติเศรษฐกิจ							
3.1 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	●	●	●	●			
3.2 การกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และการบริหารความเสี่ยง		●			●	●	●
3.3 เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม	●	●		●		●	
3.4 ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	●	●					

หมายเหตุ : ● เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ● เกี่ยวข้องโดยอ้อมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1. พนักงาน (Employee)

หมายถึง พนักงานประจำ พนักงานชั่วคราว และนักศึกษา รวมถึงพนักงานผู้ด้อยโอกาส ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานและขับเคลื่อนองค์กร โดยบริษัทฯ จ่ายค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม และเพียงพอต่อการดำรงชีวิต และส่งเสริมโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม สอดคล้องกับนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องสิทธิมนุษยชนและแรงงานสัมพันธ์

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
• สุขภาพและความปลอดภัย • ค่าตอบแทน / สวัสดิการ / สิทธิประโยชน์ อย่างเป็นธรรม และ กิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ • การประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรม • คุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน • การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั่วทั้งองค์กร • การเรียนรู้และพัฒนาทักษะ (Reskill and Upskill) และเพิ่มศักยภาพให้สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ • การจัดให้มีช่องทางการรับข้อร้องเรียนและการแสดงความคิดเห็นต่อองค์กร • การปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ	• การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี • กิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ • กิจกรรมผู้บริหารพบพนักงาน • การสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ภายในทางอีเมล list.snp.all@snpfood.com • การจัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาทักษะด้านต่างๆ • การรับข้อร้องเรียนผ่านช่องทางโทรศัพท์ อีเมล whistleline@snpfood.com และตู้จดหมายรับเรื่องร้องเรียน	• การจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งเสริมบรรยากาศการทำงานให้มีความสุข (Happy Working Place) • มีระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และตรวจสอบได้ • สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพ และการเติบโตในบริษัทฯ อย่างมีคุณค่า • จัดแผนการอบรมพัฒนาความรู้ที่เหมาะสม และส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กร • จัดและส่งเสริมกิจกรรมด้านสุขภาพและความปลอดภัย เช่น แนะนำด้านโภชนาการและการออกกำลังกาย • กำหนดโครงสร้างการเติบโตในสายอาชีพภายในองค์กรอย่างชัดเจน • คณะกรรมการสวัสดิการเป็นผู้แทนพนักงานทุกคนในการดูแลด้านสวัสดิการพนักงาน (Collective Bargaining Agreements) โดยมีพนักงานจำนวน 4,321 คน

2. ลูกค้า/ผู้บริโภค (Customer / Consumer)

หมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากบริษัทฯ ทั้งรับประทานที่ร้าน ซื้อกลับบ้าน หรือช่องทางดีลิเวอรี่ เป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสำคัญ มีผลต่อการเติบโตขององค์กร ซึ่งบริษัทฯ ได้กำหนดให้ความสำคัญกับลูกค้า/ผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
• คุณภาพของสินค้า และบริการ • วัตถุดิบ / แหล่งที่มาของอาหารที่สด สะอาด ปลอดภัย	• การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี • การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผ่านรหัสคิวอาร์ท้ายใบเสร็จ	• รับรู้และเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้ถูกต้อง เช่น การพัฒนาสินค้าอาหาร เครื่องดื่มเมนูใหม่

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
• การบริการที่ตรงตามความต้องการและประทับใจ • บรรยากาศภายในร้าน และความสะอาดของสถานที่ • การโฆษณา / กิจกรรมส่งเสริมการขาย • ราคาสินค้าที่เหมาะสม • ข้อมูลผลิตภัณฑ์ • การดำเนินธุรกิจที่มีไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม • การปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม และไม่เลือกปฏิบัติ	• การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ S&P Card / S&P 1344 Delivery • การรับข้อร้องเรียนผ่านช่องทางหน้าร้าน Call Center 1344 • อีเมล crm@snpfood.com, FB/IG: S&Pและทางจดหมาย • การสัมภาษณ์ผู้แทนลูกค้า • แคมเปญพิเศษสำหรับสมาชิก S&P Card	• สื่อสารข้อมูลโภชนาการของอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อของลูกค้า • พัฒนาทักษะการให้บริการของพนักงานหน้าร้าน และพนักงานที่ต้องติดต่อลูกค้า เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า • พัฒนาช่องทางการร้องเรียน/แก้ไขปัญหาสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว

3. ชุมชนและสังคม (Community & Society)

หมายถึง กลุ่มคนที่อยู่รวมกันเป็นสังคมขนาดเล็กอาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงที่ทำการบริษัทฯ ในรัศมีโดยรอบ 1.5 กิโลเมตร กำหนดให้เป็นชุมชนระยะใกล้ ที่บริษัทฯ มุ่งมั่นสนับสนุนต่อเศรษฐกิจ ชุมชน และสังคม โดยให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม บริษัทฯมีหน่วยงานทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบ พร้อมทั้งมีการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรและสร้างจิตสำนึกให้กับทุกคนในองค์กรที่จะดูแล พัฒนา ตลอดจนร่วมสร้างสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสียให้เติบโตควบคู่ไปกับบริษัทฯ อย่างยั่งยืน

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
• การพัฒนาชุมชนโดยรอบที่ตั้งของบริษัท/โรงงาน • การส่งเสริมอาชีพและรายได้ท้องถิ่น • การเคารพสิทธิมนุษยชน • การคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม • การช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่างๆ	• กิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม • การลงพื้นที่พบชุมชน • การรับข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นจากชุมชน และความอนุเคราะห์ผ่านช่องทาง โทรศัพท์ และอีเมล sd@snpfood.com	• ดำเนินธุรกิจพร้อมประเมินความเสี่ยงเพื่อป้องกัน/ลดผลกระทบต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม • ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด • สื่อสารและเปิดเผยข้อมูลการทำงานของบริษัท ถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส และตรวจสอบได้

4. คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ (Supplier / Business Partner)

หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือบริษัทที่ดำเนินความร่วมมือสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว โดยมีการนำจุดแข็งของแต่ละฝ่ายมารวมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางกลยุทธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน บริษัทฯ มุ่งยึดมั่นและปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเสมอภาคและตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกัน

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
• ความปลอดภัยของอาหาร • การร่วมธุรกิจในระยะยาว • กระบวนการจัดซื้อ/จัดจ้างที่ยุติธรรมและโปร่งใส • การพัฒนาคู่ค้า • เทคโนโลยีและนวัตกรรม • สิทธิมนุษยชนและแรงงานสัมพันธ์ • การดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม • การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่น • การเก็บรักษาข้อมูลความลับทางธุรกิจ	• การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี • การตกลงปฏิบัติตามหลักปฏิบัติของเอสแอนด์พีสำหรับคู่ค้า (S&P Code of Conduct for Suppliers) • การเข้าตรวจสอบสถานที่ปฏิบัติงานประจำปี • การลงพื้นที่ตรวจติดตามคุณภาพวัตถุดิบรายปี โดยเฉพาะวัตถุดิบที่มีปัญหาเพื่อหาแนวทางปรับปรุง	• รักษาระดับคุณภาพสินค้าและบริการและพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้ทันความต้องการ • การร่วมกันวางแผน และพัฒนาศักยภาพคู่ค้า เพื่อการเติบโตร่วมกันในระยะยาว • ดำเนินการตามจรรยาบรรณธุรกิจอย่างเคร่งครัด ในการจัดซื้อที่โปร่งใสและเป็นธรรม รวมทั้งต่อต้านการคอร์รัปชั่นทุกรูปแบบ • การสื่อสารนโยบายต่างๆของบริษัท รวมถึงจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจแก่คู่ค้าทุกรายรับทราบและยอมรับร่วมกัน • จัดช่องทางการสื่อสารปัญหาการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงแก้ไขร่วมกัน

5. องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่ออกกฎระเบียบ (Government Agency & Authority)

หมายถึง หน่วยงานของรัฐที่เป็นส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน และหน่วยงานที่ใช้อำนาจรัฐทำหน้าที่กำหนดกฎเกณฑ์หรือระเบียบปฏิบัติ รวมถึงศึกษาแนวคิดต่างๆ โดยบริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎระเบียบกฎหมาย และกรอบกติกาอย่างเคร่งครัด รวมถึงศึกษาแนวคิดด้านนวัตกรรม ด้านโภชนาการที่ดีและเป็นประโยชน์ในระดับสหประชาชาติ เพื่อนำมาเป็นแนวปฏิบัติในฐานะผู้นำธุรกิจอาหารและเบเกอรี่

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
• การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ • การกำกับดูแลกิจการที่ดี • คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร • การโฆษณา / ฉลากบรรจุภัณฑ์และการคุ้มครองผู้บริโภค	• การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี • การตอบรับนโยบายและความร่วมมือ • การรายงานผลการดำเนินให้นักลงทุนรายไตรมาสใน งาน Opportunity Day ผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ	• การเป็นองค์กรที่ดี มีการกำกับดูแลโดยปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบอย่างเคร่งครัด • พัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพสูง และลดผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
• การบริหารจัดการขยะและสิ่งปฏิกูล • การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) • การเปิดเผยรายงานข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม	• การเข้าพบหรือติดต่อประสานงานตามวาระต่างๆ • การประชุม สัมมนาและเข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ	• สนับสนุนโครงการความร่วมมือเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ • ร่วมมือหน่วยงานราชการในด้านวิชาการ และกิจกรรมสาธารณประโยชน์ต่างๆ

6. นักลงทุนและผู้ถือหุ้น (Investor & Shareholder)

หมายถึง บุคคล บริษัท หรือสถาบันที่ถือครองหุ้นในทางกฎหมายจำนวนหนึ่งหุ้น หรือมากกกว่า โดยจะได้รับผลประโยชน์จากความสำเร็จของบริษัทในรูปแบบของมูลค่าหุ้นที่เพิ่มขึ้นหรือเงินปันผล โดยได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนได้ร่วมประชุมและออกคะแนนเสียง และได้รับสิทธิจากการซื้อหุ้นออกใหม่ อาทิ การเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น โดยบริษัทฯ มุ่งมั่นในการสร้างการเติบโตและผลตอบแทนที่ดีอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
• การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจและทิศทางในการดำเนินงาน • ผลการดำเนินงานและการเติบโตทางธุรกิจที่ดี มีผลกำไร และปันผลที่ดี • การกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ • มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ และแนวทางการป้องกัน • การรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดีเป็นที่ยอมรับของสังคม สาธารณะ • คุณสมบัติของคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารที่มีความรู้ ความสามารถที่เหมาะสม • การดำเนินธุรกิจบนแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืน	• การแจ้งข่าวสารผ่านตลาดหลักทรัพย์และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) • การสำรวจประเด็นความยั่งยืนประจำปี • การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีและรายงานต่างๆ • การแจ้งข่าวสารแก่ผู้ถือหุ้นผ่านเว็บไซต์ของบริษัทมายังอีเมล irsnp@snpfood.com หรือทางโทรศัพท์ 0-2785-4000	• ดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กรอย่างเป็นระบบในการตัดสินใจการลงทุนและกระบวนการทำงาน ที่ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และบรรษัทภิบาล รวมถึงด้านสิทธิมนุษยชน • มีการกำกับกิจการที่ดี โปร่งใส และต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่นทุกรูปแบบ • สื่อสารข้อมูลการประกอบธุรกิจทั้งด้าน Financial และ Non-Financial อย่างถูกต้อง โปร่งใส • พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ดีเยี่ยม เพื่อสร้างรายได้ และผลกำไรที่ดีอย่างต่อเนื่อง

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

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

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
• ข้อมูล ข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กรอย่างถูกต้อง รวดเร็ว • ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และรายการส่งเสริมการขาย • การแสดงความคิดเห็นของลูกค้าและผู้บริโภคต่อแบรนด์ เอส แอนด์ พี	• การสำรวจประเด็นด้านความยั่งยืนประจำปี • การติดต่อผ่านช่องทางโทรศัพท์, เว็บไซต์ www.snpfood.com, อีเมล pr@snpfood.com, FB: S&P • การจัดงานแถลงข่าวและส่งข่าวประชาสัมพันธ์ • การพบปะสื่อมวลชนตามวาระต่างๆ เช่น งานครบรอบสื่อมวลชน เทศกาลปีใหม่ เทศกาลไหว้พระจันทร์ เป็นต้น	• สร้างช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อเหตุการณ์แก่สื่อมวลชน • รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ จากภาคประชาสังคม • สร้างความตระหนักและสร้างความเข้าใจแก่สังคมในประเด็นสำคัญด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ครอบคลุมด้าน ESG • สร้างความร่วมมือเพื่อผลักดันและขับเคลื่อนประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนและสังคม

8. คู่แข่งทางการค้า (Competitor)

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

ความต้องการและความคาดหวัง	แนวทางการมีส่วนร่วม	การตอบสนองของบริษัท
• ปฏิบัติทางการค้าอย่างเป็นธรรมและปฏิบัติตามกฎหมาย • ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส • มีความร่วมมือในระดับอุตสาหกรรมในการพัฒนาระดับประเทศต่อไป	• การประชุมร่วมของภาครัฐในด้านความร่วมมือต่างๆ • การพบปะในงานสัมมนาที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม	• ปฏิบัติตามกรอบกติกาการแข่งขันสากล สนับสนุนนโยบายการแข่งขันอย่างเป็นธรรม • ไม่โจมตีกล่าวหาคู่แข่งในทางร้ายโดยไม่มีหลักฐานที่เชื่อถือได้ • ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมและประเทศ

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ทำการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญเป็นประจำทุกปี โดยในปี 2567 จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการทบทวนและเพิ่มเติมประเด็นให้สอดคล้องและตอบสนองต่อมาตรฐานสากลและการดำเนินงานของบริษัทฯ เริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ผลกระทบของการดำเนินธุรกิจต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งเชิงบวกและลบ ในระยะสั้นและระยะยาว ในบริบทที่เกี่ยวข้องของธุรกิจ รวมทั้งความเสี่ยงและโอกาสที่จะเกิดขึ้น ผ่านการสัมภาษณ์ผู้แทนของผู้มีส่วนได้เสีย และนำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อบริษัทฯ ผ่านกระบวนการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญของบริษัทฯ ดำเนินการตามมาตรฐาน Global Reporting Initiative (GRI) Standards รวมทั้งบูรณาการแนวคิดทวิสารัตถภาพ (Double Materiality) ในกระบวนการประเมินปี 2567 ด้วย

ขั้นตอนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

1. ระบุประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญที่เกิดขึ้นและมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น
2. จัดกลุ่มประเด็นด้าน ESG
3. ตรวจสอบประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนโดยผู้เชี่ยวชาญ
4. จัดลำดับความสำคัญของผลกระทบ และรับรองประเด็น



1. ระบุประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญที่เกิดขึ้นและมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น

บริษัทฯ พิจารณากิจกรรมการดำเนินธุรกิจและกำหนดผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อการระบุประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ บริษัทฯ ทำการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ แบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality) โดยการประเมินผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality) ควบคู่กับการประเมินความเสี่ยงและโอกาสในมิติด้านการเงิน (Financial Materiality) เพื่อพิจารณาผลกระทบจากการดำเนินงาน ทั้งนี้บริษัทฯ ปรับใช้แนวทางการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญทางธุรกิจที่ปรับปรุงใหม่ตามมาตรฐานการจัดทำรายงาน GRI ปี 2021 (Global Reporting Initiative, GRI 3: Material Topics 2021) และมาตรฐาน Sustainability Accounting Standard Board (SASB) ร่วมกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญและอุตสาหกรรมที่ใกล้เคียง โดยระบุบริบทและผลกระทบจากประเด็นด้านความยั่งยืนทั้งที่เกิดขึ้น และมีแนวโน้มที่อาจจะเกิดขึ้น ครอบคลุมประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งประเมินความสามารถในการแก้ไข ฟื้นฟู และเยียวยา โดยบริษัทฯ ทำการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเพื่อรับฟังความคาดหวังและการตอบสนองของบริษัทฯ และนำมาพิจารณาประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต่อไป

2. จัดกลุ่มประเด็นด้าน ESG

บริษัทฯ ได้พิจารณาประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ ประเมินประเด็นที่มีผลกระทบด้านการเงินต่อความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้น นำมาจัดกลุ่มประเด็นใหม่ โดยคัดกรองประเด็นที่ไม่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจออก และจัดกลุ่มประเด็นย่อยที่มีความเกี่ยวข้องกัน สำหรับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญจะถูกพิจารณาจากลักษณะการดำเนินธุรกิจและบริบทขององค์กร แบ่งออกเป็น ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญสูงสุด (Critical Topic) ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญลำดับถัดมา (Focus Topic) และประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญพื้นฐาน (Foundational Topic)

3. ตรวจสอบประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนโดยผู้เชี่ยวชาญ

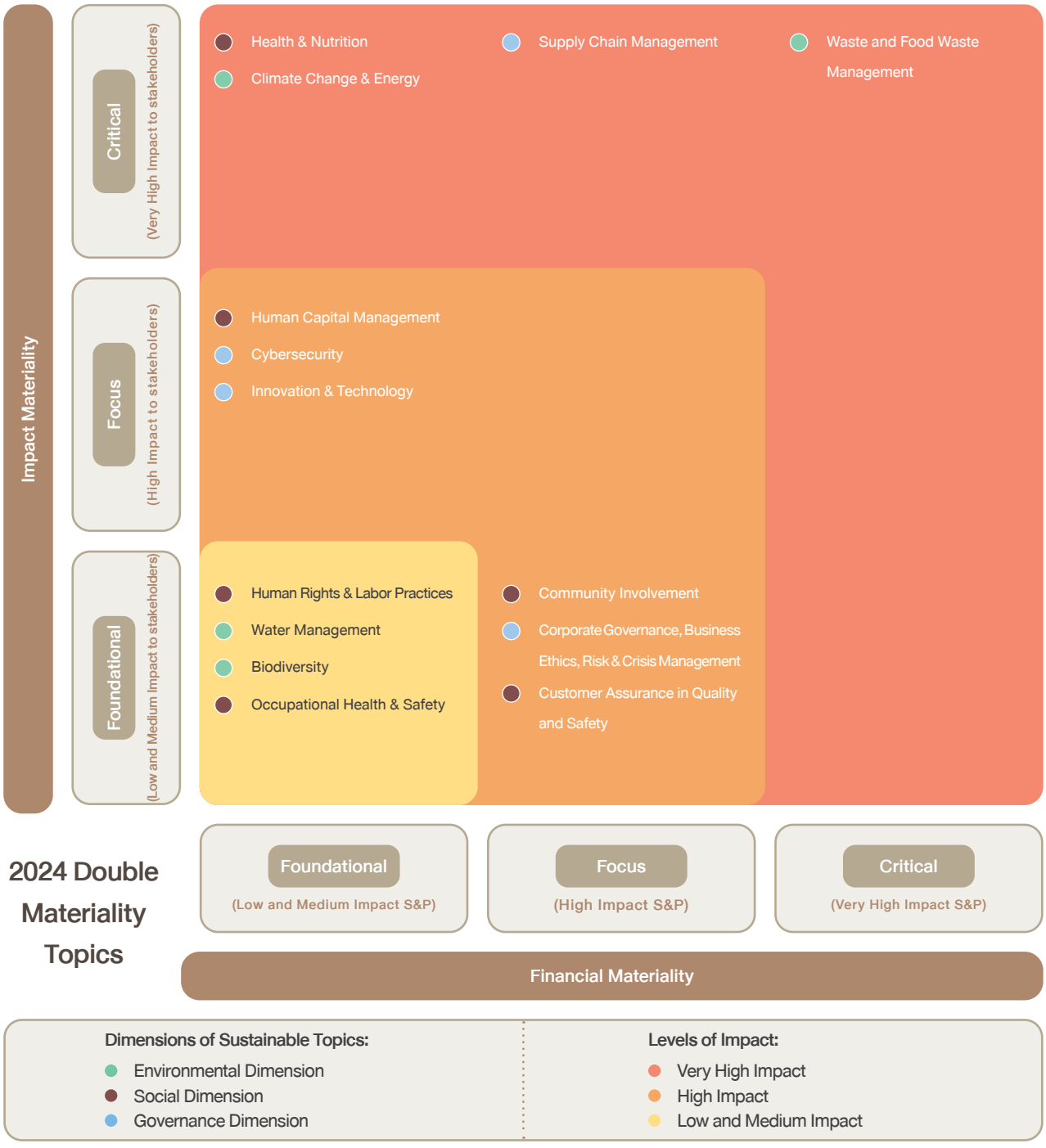
บริษัทฯ นำผลประเมินผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียจากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและจากการประชุมเชิงปฏิบัติการมาวิเคราะห์เพื่อหาประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญตามลำดับ พร้อมนำประเด็นเหล่านั้นมาทบทวนเพื่อหาความเชื่อมโยงกับบริบทและการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยผู้เชี่ยวชาญในกลุ่มธุรกิจอาหารและผู้เชี่ยวชาญด้านความยั่งยืน โดยในปี 2567 พบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ 14 ประเด็น

4. จัดลำดับความสำคัญของผลกระทบ และรับรองประเด็น

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อกระบวนการจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อกระบวนการดำเนินงานและผู้มีส่วนได้เสีย ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์และการทำความเข้าใจต่อปัจจัยต่าง ๆ อย่างรอบคอบ เพื่อระบุประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัทต้องให้ความสำคัญสูงสุด รวมทั้งได้พิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากประเด็นสำคัญต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย การประเมินนี้ได้นำการประเมินผลกระทบทางการเงิน การดำเนินงาน ชื่อเสียง และกฎระเบียบของแต่ละประเด็นเข้ามาร่วมพิจารณา สำหรับประเด็นที่มีโอกาสในการสร้างผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียจะถูกจัดลำดับให้มีความสำคัญสูง โดยในปี 2567 พบประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญสูงสุด (Critical Topic) ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญลำดับถัดมา (Focus Topic) และประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญพื้นฐาน (Foundational Topic)

ทั้งนี้ คณะทำงานพัฒนาความยั่งยืน นำเสนอผลจากกระบวนการทดสอบประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ต่อคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน เพื่อพิจารณาเห็นชอบ และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาอนุมัติประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน นำมาซึ่งการกำหนดขอบเขตการรายงานประเด็นสำคัญ อีกทั้งนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เหมาะสมต่อไป

ผลการประเมินประเด็นความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Matrix)



สำหรับรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ **มีการรายงานประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ** (Materiality Topic) 4 **ประเด็น ซึ่งพิจารณาเป็นประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญสูงสุด** (Critical Topic) **ได้แก่ การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน การจัดการห่วงโซ่อุปทาน สุขภาพและโภชนาการ และพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ** ทั้งนี้ ยังมีการรายงานประเด็นที่ไม่มีนัยสำคัญ (Non-Materiality Topic) 10 ประเด็น พิจารณาเป็นประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญลำดับถัดมา (Focus Topic) และประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญพื้นฐาน (Foundational Topic) ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม กิจกรรมเพื่อสังคม การกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และการบริหารความเสี่ยง ความมั่นใจของลูกค้าในคุณภาพและความปลอดภัยต่อสินค้าและการบริการ สิทธิมนุษยชนและแรงงานสัมพันธ์ การจัดการน้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพ และอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

สรุปขอบเขตประเด็นความยั่งยืนสำคัญมากที่สุดที่มีผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ปี 2567

ประเด็นความยั่งยืนส่งผลกระทบสูงสุดต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย		1		2		3		4		UN SDGs
		กลุ่มพนักงาน	กลุ่มลูกค้า/ผู้บริโภค	กลุ่มชุมชนและสังคม	กลุ่มคู่ค้า/พันธมิตรธุรกิจ	กลุ่มออกกฎ/ระเบียบ	กลุ่มนักลงทุนและ ผู้ถือหุ้น	กลุ่มคนที่มีอิทธิพลอื่นๆ	กลุ่มคู่แข่งการค้า	
E	การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน	●	●	●	●	●		●		
E	พลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	●	●	●	●	●		●		
S	สุขภาพและโภชนาการ	●	●	●	●	●		●		
G	การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	●	●	●	●	●	●			

ผลลัพธ์จากการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality Topic)	ผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และการขับเคลื่อนทางธุรกิจ	เป้าหมายปี 2030
การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน	การบริหารจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินจากการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการสูญเสียอาหารตั้งแต่กระบวนการขนส่ง การผลิต การจำหน่าย และการจัดเก็บอาหาร อันเป็นการช่วยลดขยะฝังกลบที่ก่อให้เกิดภาวะโลกร้อน รวมทั้งยังเป็นการบริหารจัดการกระบวนการผลิตและต้นทุนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ ความตระหนักถึงการบริหารจัดการของเสียตลอดกระบวนการ ช่วยลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม อันก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพคนในชุมชน และการเสียสมดุลของระบบนิเวศในระยะยาว	การลดเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิต ให้ไม่เกิน 4.5% ของยอดขายกลุ่ม Bakery & Sandwich
พลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ท่ามกลางการเติบโตของภาคธุรกิจและการกระจายตัวของภาคสังคมก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกปริมาณมหาศาลจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การผันแปรของสภาพภูมิอากาศของโลก ที่กระทบต่อทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาคเกษตรกรรมและปศุสัตว์ที่เป็นแหล่งอาหารของมนุษย์ หากบริษัทฯ มีการเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินกิจกรรมขององค์กรได้ จะสามารถวางแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ผนวกกับการนำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการหาแนวทางชดเชยและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในที่สุด	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1&2 ลดลง 20% ภายในปี 2030 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2023

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality Topic)	ผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และการขับเคลื่อนทางธุรกิจ	เป้าหมายปี 2030
	ทั้งนี้ การจัดการด้านพลังงานและการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศ ช่วยให้องค์กรรับมือต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างทันท่วงที อีกทั้งเป็นการชะลอการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด ตลอดจนช่วยลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม การเสียสมดุลของระบบนิเวศอันก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตและแหล่งอาหาร	
สุขภาพและโภชนาการ	คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร นับเป็นปัจจัยสำคัญสูงสุด บริษัทฯให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการคัดสรรวัตถุดิบจากเกษตรกรและคู่ค้า ที่สด สะอาด ปลอดสารเคมี ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยของอาหารระดับสากล นำมารังสรรค์เป็นเมนูที่มีคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค อันเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในการส่งมองผลิตภัณฑ์คุณภาพดี มีมาตรฐาน ตลอดจนยังเสริมสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีแก่คนในสังคม ทั้งนี้ความตระหนักถึงสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค และผู้ผลิต จะช่วยลดความเสี่ยงต่อผู้บริโภค และความเสี่ยงด้านชื่อเสียงขององค์กรในระยะยาว	พัฒนาเมนูอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มสุขภาพใหม่ที่มีการแสดงข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการ จำนวนสะสม 100 เมนู (Wellness Menu, Healthy Bakery และเครื่องดื่มสุขภาพ)
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าอย่างเป็นระบบ จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร สร้างความเชื่อมั่นแก่คู่ค้า ลูกค้า และนักลงทุน ทั้งนี้ เพื่อช่วยลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบการผลิตสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน อันก่อให้เกิดการหยุดชะงักในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ ยังลดความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่อาจนำไปสู่การฟ้องร้อง	ประเภทของคู่ค้าที่ได้รับการประเมินด้าน ESG ครบ 100% ได้แก่ คู่ค้ารายเดิมที่มีมูลค่าการซื้อเกินห้าแสนบาท และคู่ค้ารายใหม่

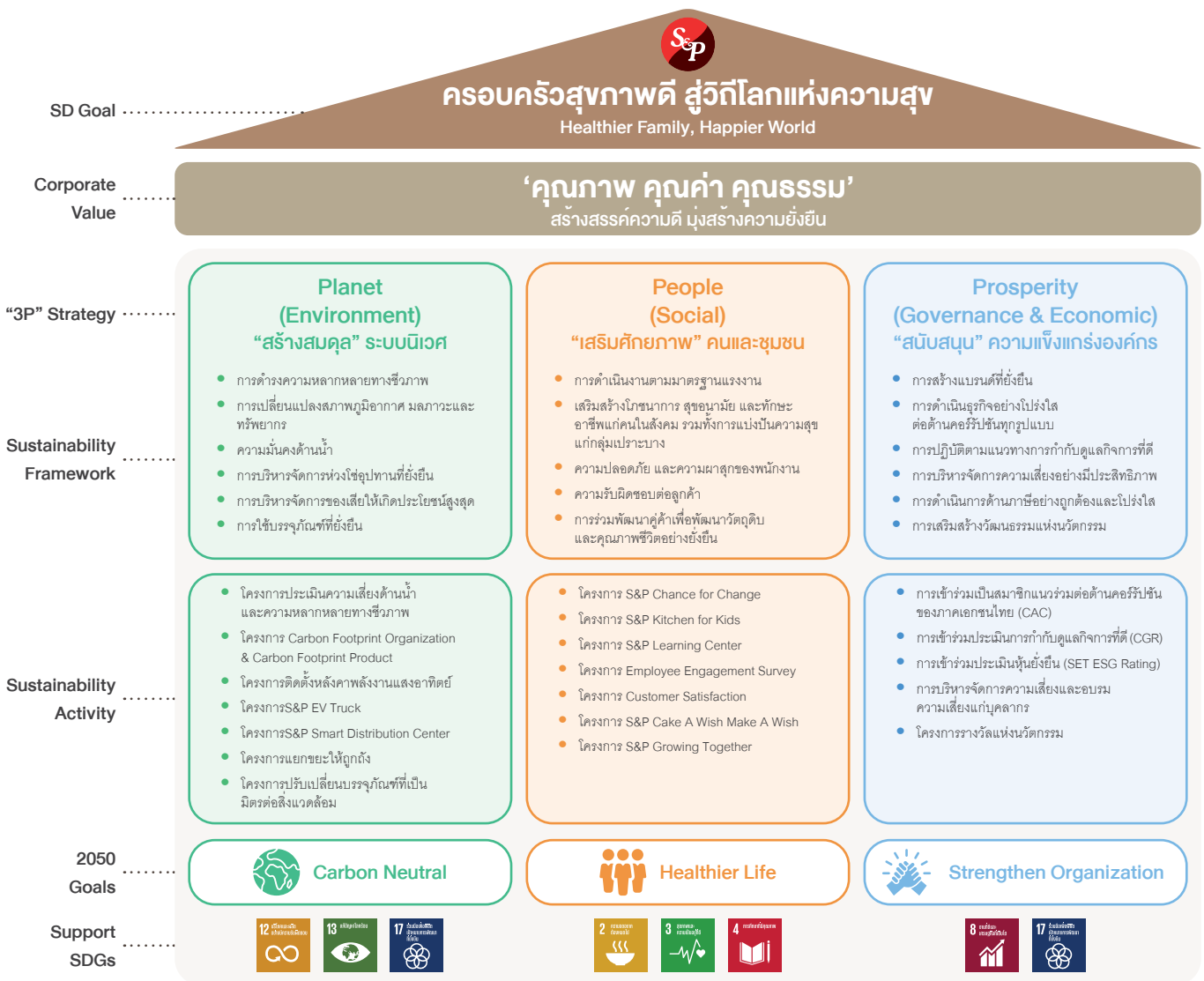
กลยุทธ์การพัฒนาที่ยั่งยืน

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจภายใต้ค่านิยมองค์กร 'คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม' โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ด้วยการดำเนินงานที่ดี มีคุณธรรม และมีความโปร่งใส มุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรไปพร้อมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม มีเป้าหมายการดำเนินธุรกิจตามกลยุทธ์หลักขององค์กรในการ "สร้างสรรค์ความดี มุ่งสร้างความยั่งยืน" เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปพร้อมกับการสร้างความเจริญเติบโตสู่สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล

เมื่อปี 2561 บริษัทฯ ได้จัดตั้งสำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร แสดงถึงความมุ่งมั่นและทุ่มเทที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เพื่อก้าวไปสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน โดยมีการจัดทำกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน 3P (Planet, People และ Prosperity) มุ่งสร้างการเติบโตที่แข็งแรงจากภายใน แล้วส่งต่อไปสู่สังคม สิ่งแวดล้อมภายนอก โดยมีความสอดคล้องและดำเนินการไปในทิศทางเดียวกับกลยุทธ์หลักขององค์กร เพื่อเป็นกรอบดำเนินงานของทุกหน่วยงานให้มีการสอดประสาน คำนึงถึงผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อ สิ่งแวดล้อม (Environment: E) สังคม และสิทธิมนุษยชน (Social: S) การดำเนินธุรกิจแบบบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (Economic/Governance: G) อย่างรอบด้าน โดยวิเคราะห์ประเด็นที่มีผลกระทบด้าน ESG ทั้งที่เกิดขึ้นแล้วในปัจจุบัน และมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือ วางแผนบริหารจัดการได้ทันต่อสถานการณ์

กลยุทธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน ของ เอส แอนด์ พี

บริษัทฯ กำหนดนโยบายและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ภายใต้กรอบการดำเนินงานใน 3 เสาหลัก ตาม**กลยุทธ์ 3P ประกอบด้วย** P-Planet **ร่วม "สร้างสมดุล" ระบบนิเวศ** P-People **มุ่ง "เสริมศักยภาพ" คนและชุมชน และ** P-Prosperity **"สนับสนุน" ความแข็งแกร่งองค์กร** ด้วยความร่วมมือกับพันธมิตรและผู้มีส่วนได้เสีย ตามหลักการกำกับดูแลที่โปร่งใส ทั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานให้สามารถช่วยให้บรรลุเป้าหมายได้



Planet : สิ่งแวดล้อม

“สร้างสมดุล” ระบบนิเวศ

บริษัทฯ มุ่ง “สร้างสมดุล” แก่ระบบนิเวศ ด้วยการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และปรับปรุงระบบจัดการสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยมุ่งคิดค้นนวัตกรรม แสวงหาเทคโนโลยี และวิธีการดำเนินงานใหม่ๆ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการจัดการสิ่งแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้น ทั้งยังลดผลกระทบเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดต่อชุมชนและสังคมให้น้อยที่สุด โดยเฉพาะปัญหาหลักของธุรกิจอาหารคือ ขยะอาหารที่เกิดจากอาหารส่วนเกินจากการผลิต รวมทั้งความปลอดภัยสูงสุดของผู้บริโภค จึงมีการปรับเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นระบบ จากการเก็บข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของทั้งองค์กร เพื่อหาแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิผลและเป็นรูปธรรม

People : สังคม

“เสริมศักยภาพ” คนและชุมชน

บริษัทฯ มุ่ง “เสริมศักยภาพ” พนักงานและชุมชน ด้วยการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ ได้แก่ กลุ่มพนักงาน กลุ่มลูกค้า/ผู้บริโภค และกลุ่มสังคม/ชุมชน โดยพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถที่แข่งขันได้ และเติบโตในสายอาชีพ รวมทั้งมุ่งสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีคุณภาพที่ดี และมีโภชนาการ การพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อทราบความต้องการที่แท้จริง และนำพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ ตลอดจนการสนับสนุนวัตถุดิบและงานฝีมือจากชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมอาชีพที่มั่นคงและสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

Prosperity : เศรษฐกิจ/บรรษัทภิบาล

“สนับสนุน” ความแข็งแกร่งองค์กร

บริษัทฯ “สนับสนุน” ความแข็งแกร่งองค์กร ด้วยความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย โดยการกำกับดูแลเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยความสุจริต โปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้ ตลอดจนสนับสนุนการต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชั่นทุกรูปแบบตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี รวมทั้งการปฏิบัติตามกฎหมายและจริยธรรมทางธุรกิจตามแนวปฏิบัติและมาตรฐานสากล ทั้งยังมุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามกลยุทธ์สู่ความยั่งยืน 3P บนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ภายใต้คำมั่นสัญญา “Healthier Family, Happier World” ด้วยการสร้างโภชนาการและสุขอนามัยที่ดีแก่ผู้บริโภคและสังคม ควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เกิดผลกระทบเชิงบวก ลดผลกระทบเชิงลบ รวมทั้งการบริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ด้วยการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals : SDGs)

การสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความยั่งยืน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า อันจะช่วยสร้างความสมดุลต่อสังคมและระบบนิเวศ ให้เติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ ทั้งนี้ จึงได้มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งความยั่งยืนแก่บุคลากรภายในองค์กร ซึ่งนับเป็นฟันเฟืองสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนและผลักดันความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ สอดแทรกไปในจิตสำนึก วิธีคิด วิธีปฏิบัติ ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตประจำวันและในงานที่รับผิดชอบ โดยเป็นค่านิยมหลักที่ยึดถือปฏิบัติร่วมกัน สามารถส่งต่อคุณค่าขององค์กรสู่สังคมภายนอกเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนความยั่งยืน ตามรากฐานที่บริษัทฯ ปลูกฝังแก่พนักงานมาตลอดคือ “คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม” เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรในระยะยาว

ผ่านกระบวนการ

- **วิเคราะห์บริบทองค์กรและประเด็นสำคัญขององค์กร** เพื่อค้นหาประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร และพนักงานผู้เกี่ยวข้อง นำมาจัดลำดับความสำคัญ เพื่อบริหารจัดการประเด็นได้อย่างตรงจุด เกิดการปรับปรุงและพัฒนาวิธีการอย่างยั่งยืน
- **กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ แผนงานด้านความยั่งยืน** เพื่อแสดงความมุ่งมั่น และเป็นกรอบในการดำเนินงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

- **ติดตามและวัดผลการดำเนินงาน** เพื่อแก้ไขปัญหาได้ทันต่อสถานการณ์ และเกิดการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยนำความเชี่ยวชาญและประสบการณ์การทำงานมาพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้น เพื่อรับมือได้ทันต่อสถานการณ์
- **สร้างการมีส่วนร่วมแก่พนักงาน ผ่านกิจกรรมรูปแบบต่างๆ** ได้แก่ การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพพนักงาน การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างจิตสำนึก และเพิ่มความรู้ด้านความยั่งยืน โครงการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อให้พนักงานได้ร่วมลงมือปฏิบัติ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในวาระต่างๆ ระหว่างผู้บริหารและพนักงาน











เป้าหมายด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัทฯ ปี 2573

บริษัทฯ ได้วิเคราะห์การดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าเพื่อจัดลำดับความสำคัญของ SDGs ที่มีตัวชี้วัดเกี่ยวข้อง โดยพิจารณาจากปัจจัยขับเคลื่อนทางธุรกิจ ความเสี่ยงหลักและโอกาสในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความเสี่ยงอุบัติใหม่ที่จะส่งผลกระทบในช่วงเวลาไม่กี่ปีข้างหน้า โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) เป็นกรอบความคิดและการดำเนินงาน มีการนำประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality) มาเชื่อมโยง SDGs กับเป้าหมายการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อช่วยการขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายและสร้างผลกระทบเชิงบวกแก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งลดผลกระทบเชิงลบในทุกด้านให้มากที่สุด

การขับเคลื่อนด้านสิ่งแวดล้อม เป้าหมายในปี 2573 (ค.ศ. 2030) บริษัทฯ มุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขต 1 และ 2 ลงร้อยละ 20 **“ความเป็นกลางทางคาร์บอน”** เป็นเป้าหมายสำคัญร่วมกันทั้งบริษัทฯ และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เนื่องจากเป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสำคัญในการร่วมแก้ปัญหา โดยปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเริ่มทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและการดำรงชีวิตเป็นอย่างมาก

การขับเคลื่อนด้านสังคม เป้าหมายในปี 2573 (ค.ศ. 2030) บริษัทฯ กำหนดให้ **“พัฒนาศักยภาพ และสุขภาพของทุกคน“** เป็นอีกเป้าหมายที่มีผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งนับเป็นอีกหนึ่งความรับผิดชอบสำคัญของบริษัทฯ ในการสร้างธุรกิจให้เติบโตควบคู่กับการพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งให้ความรู้ เสริมสร้างทักษะอาชีพจากความรู้ความชำนาญของบริษัทฯ ผ่านโครงการต่างๆ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

การขับเคลื่อนด้านบรรษัทภิบาล เป้าหมายในปี 2573 (ค.ศ. 2030) กำหนดให้ **“ความร่วมมือเพื่อความแข็งแกร่ง** Partnership for the Growth” เป็นอีกเป้าหมายที่สำคัญ โดยดำเนินความร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีความแข็งแกร่งในแต่ละด้าน เพื่อสร้างเครือข่ายของการพัฒนาที่ยั่งยืน มุ่งเน้นสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจตามหลัก “คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม” โดยปลูกฝัง เป็นรากฐานในการร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

ความมุ่งมั่นในการสนับสนุน 7 เป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2567

SDGs	ผลการดำเนินงาน ปี 2567	แผนปี 2573	แผนปี 2593
	• การส่งต่อเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิตให้เกิดประโยชน์แก่สังคม ในโครงการ S&P Food Rescue จำนวน 249,256 มื้อ จำนวน 21.94 ล้านบาท	• การเพิ่มความร่วมมือด้านการบริโภคอย่างยั่งยืน ด้วยส่งต่อเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิตให้เกิดประโยชน์แก่สังคม เพิ่มขึ้นร้อยละ 30	• การเพิ่มความร่วมมือด้านการบริโภคอย่างยั่งยืน ด้วยส่งต่อเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิตให้เกิดประโยชน์แก่สังคม เพิ่มขึ้นร้อยละ 30%
	• มีร้านอาหาร เบเกอรี่ชอป และบริการดีลิเวอรี่ จำนวน 447 แห่ง ในทุกภูมิภาค เพื่อการเข้าถึงที่สะดวกของผู้บริโภค	• พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย สะดวก ตอบโจทย์ผู้บริโภคอยู่เสมอ	• พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย สะดวก ตอบโจทย์ผู้บริโภคอยู่เสมอ
	• พัฒนาเมนูสุขภาพ รวมถึงการให้ข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการแก่ผู้บริโภค 11 เมนู	• พัฒนาเมนูสุขภาพ รวมถึงการให้ข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการแก่ผู้บริโภค 100 เมนู	• พัฒนาเมนูสุขภาพ รวมถึงการให้ข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการแก่ผู้บริโภค 100 เมนู
	• วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 2 โครงการ คือ โครงการ Healthy Bakery และ โครงการกระเป๋ารักษ์โลก	• วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวนไม่น้อยกว่า 5 โครงการ	• วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวนไม่น้อยกว่า 5 โครงการ
	• งบลงทุนเพื่ออบรมความรู้เพิ่มศักยภาพบุคลากร 51 ล้านบาท	• พนักงานผ่านการอบรมหลักสูตรต่างๆ ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน ได้แก่ หลักสูตรด้านโภชนาการ หลักสูตรการคัดแยกขยะ รวมถึงหลักสูตรความรู้เพื่อเพิ่ม Productivity และหลักสูตรด้านความยั่งยืน (ESG DNA)	• พนักงานผ่านการอบรมหลักสูตรต่างๆ ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน ได้แก่ หลักสูตรด้านโภชนาการ หลักสูตรการคัดแยกขยะ รวมถึงหลักสูตรความรู้เพื่อเพิ่ม Productivity และหลักสูตรด้านความยั่งยืน (ESG DNA)

SDGs	ผลการดำเนินงาน ปี 2567	แผนปี 2573	แผนปี 2593
	• ดำเนินโครงการศูนย์การเรียน S&P และนักเรียนทวิภาคี เพื่อสร้างโอกาสและยกระดับคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน	• ดำเนินโครงการเพื่อสร้างโอกาสและยกระดับคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน	• ดำเนินโครงการเพื่อสร้างโอกาสและยกระดับคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน
	• มีอัตราลาออกโดยสมัครใจของพนักงานทุกระดับในองค์กร (Staff Turnover Rate) คิดเป็นร้อยละ 31.43	• มีอัตราลาออกโดยสมัครใจของพนักงานทุกระดับในองค์กร (Staff Turnover Rate) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50	• มีอัตราลาออกโดยสมัครใจของพนักงานทุกระดับในองค์กร (Staff Turnover Rate) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50
	• ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานทุกระดับในองค์กรสร้างผลตอบแทนให้บริษัท จำนวน 7,864 บาทต่อคนต่อปี	• ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานทุกระดับในองค์กรสร้างผลตอบแทนให้บริษัท ในอัตราการเติบโตร้อยละ 16.8	• ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานทุกระดับในองค์กรสร้างผลตอบแทนให้บริษัท ในอัตราการเติบโตร้อยละ 64.8
	• สนับสนุนคู่ค้าท้องถิ่น จำนวน 73.79 ล้านบาท และ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน จำนวน 420 ครัวเรือน	• สนับสนุนคู่ค้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องตามศักยภาพของชุมชน	• สนับสนุนคู่ค้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องตามศักยภาพของชุมชน
	• บริหารจัดการเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิตคิดเป็นร้อยละ 5.89	• ควบคุม Bakery Waste ไม่เกินร้อยละ 4.5 ของยอดขาย	• ควบคุม Bakery Waste ไม่เกินร้อยละ 4.5 ของยอดขาย
	• ส่งต่อบรรจุภัณฑ์เพื่อรีไซเคิล จำนวน 2,711 กิโลกรัม	• ดำเนินโครงการตามแนวทาง Circular Economy เพิ่มขึ้น	• ดำเนินโครงการตามแนวทาง Circular Economy เพิ่มขึ้น
	• บรรจุภัณฑ์อาหารที่ย่อยสลายได้ รีไซเคิลได้ หรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ร้อยละ 97.14	• บรรจุภัณฑ์อาหารที่ย่อยสลายได้ รีไซเคิลได้ หรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ร้อยละ 100	• บรรจุภัณฑ์อาหารที่ย่อยสลายได้ รีไซเคิลได้ หรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ร้อยละ 100

SDGs	ผลการดำเนินงาน ปี 2567	แผนปี 2573	แผนปี 2593
	• ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงฟอสซิล ลงร้อยละ 8.02 ลดค่าใช้จ่ายลง 10.26 ล้านบาทจากการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในกระบวนการผลิตเบเกอรี่ ณ โรงงานผลิตเบเกอรี่ (สุขุมวิท 62, บางนา-ตราด กม.23.5 และ จ.ลำพูน) โรงงานผลิตอาหารลาดกระบังและศูนย์กระจายสินค้า S&P	• ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขต 1 และ 2 ลดลงร้อยละ 20	• มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality)
	• ลดการใช้น้ำมันดีเซล 4,642 ลิตรต่อปี ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 14.12 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าจากการใช้รถขนส่งไฟฟ้า (S&P EV Truck)		
	• ความร่วมมือกับพันธมิตรในด้านต่างๆ เพื่อส่งเสริมแบ่งปัน ยกระดับความรู้ด้วยแนวทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งส่งเสริมด้านสังคม และบรรษัทภิบาล อย่างต่อเนื่อง รวม 13 ความร่วมมือ ได้แก่ โครงการ Youเทิร์น by GC โครงการวน โครงการ Paper-X และโครงการร่วมกับแอปพลิเคชัน Yindii	• ร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืนเพิ่มขึ้น 5 โครงการ	• ร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืนเพิ่มขึ้น 5 โครงการ

ประเด็นด้านความยั่งยืน ที่สำคัญสูงสุด

(ประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ)



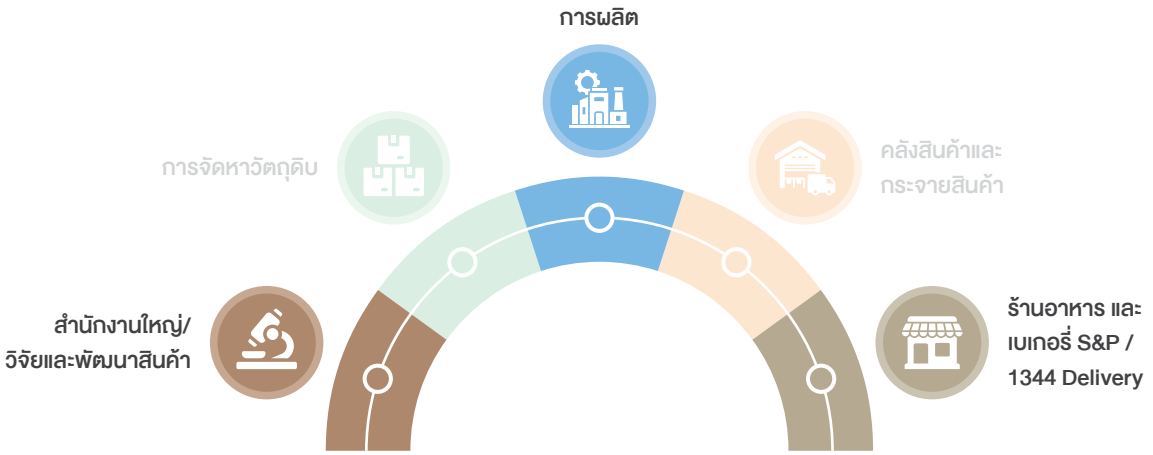
การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน 56

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน 83

สุขภาพและโภชนาการ 105

พลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 121

การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน



เป้าหมายปี 2573

เพิ่มความร่วมมือด้านการบริโภคอย่างยั่งยืน
โดยการส่งต่อเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิตผ่านพันธมิตร
ร้อยละ 30

จำนวนจุดขายที่แยกของเสียตามประเภทการกำจัด
ในร้านค้า 442 จุดขาย หรือคิดเป็น ร้อยละ 100
ของจุดขายทั้งหมด

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

รายละเอียดแผนงาน	เป้าหมายปี 2567	ผลการดำเนินงานปี 2567
การลดเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิต ไม่เกิน 5.5% ของยอดขาย (Bakery & Sandwich)	≤ 5.5% ของยอดขาย	5.89% (185.52 ลบ.) ของยอดขายเบเกอรี่ 3,147.84 ลบ.
การส่งต่อเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิตให้เกิดประโยชน์แก่สังคม	10% จากสัดส่วนมูลค่า Surplus Bakery	11.92% (59.35ตัน / 249,256 มื้อ จาก 88 จุดขาย)

ที่มาและความมุ่งมั่น

“ทุกคนมีสิทธิในมาตรฐานการดำรงชีวิตที่เพียงพอสำหรับสุขภาพและสุขภาวะของตนเองและครอบครัว ประกอบด้วย อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และบริการทางสังคมที่จำเป็น” โดยสิทธิด้านสุขภาพ นับเป็นสิทธิมนุษยชน ตาม ข้อ 5 ของปฏิญญาสากลสิทธิมนุษยชน ค.ศ.1948 โดย การกำจัดของเสีย เป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบทั่วโลก ก่อให้เกิดปัญหาก๊าซเรือนกระจก เนื่องจากของเสียที่นำไปฝังกลบส่งผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศ อีกทั้งยังส่งผลต่อสิทธิในการเข้าถึงเสรีภาพและความมั่นคงปลอดภัยในการดำรงชีวิตด้วย สำหรับประเทศไทย มีรายงานจากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในปี 2567 แสดงถึงข้อมูลปริมาณขยะมูลฝอยทั่วประเทศ ประมาณ 27.20 ล้านตัน หรือเฉลี่ย 1.12 กิโลกรัมต่อคนต่อวัน อีกทั้งพบว่าการกำจัดขยะด้วยวิธีที่ไม่ถูกต้องถึงร้อยละ 17

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ ด้วยความตระหนักถึงผลกระทบจากปัญหาและความสำคัญด้านการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน จึงมุ่งมั่นที่จะลดปริมาณขยะฝังกลบและของเสียที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมทั้งการบริหารจัดการอาหารส่วนเกินจากการผลิต ก่อนที่จะกลายเป็นขยะอาหารที่ก่อให้เกิดก๊าซมีเทนจากการฝังกลบได้ ซึ่งตามรายงานขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations: FAO) พบว่า 1 ใน 3 ของอาหารที่ผลิตทั้งปีกลายเป็นขยะอาหาร มีสาเหตุจากปัจจัยการผลิตอาหารที่มากเกินความจำเป็น ตลอดจนการขนส่ง การจัดจำหน่าย รวมถึงการบริโภคที่ก่อให้เกิดอาหารส่วนเกิน ซึ่งท้ายที่สุดแล้วจะถูกกำจัดด้วยการฝังกลบ ส่งผลให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกถึงประมาณร้อยละ 8 ของโลก

ปัจจุบันองค์กรต่างๆ เล็งเห็นความสำคัญของการจัดการอาหารส่วนเกินจากการผลิตอันจะก่อให้เกิดขยะอาหาร สอดคล้องตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป้าหมายที่ 12.3 การลดปริมาณขยะอาหารลงครึ่งหนึ่งภายในปี 2573 ตลอดจนการส่งเสริมการลดของเสียในภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ และผู้บริโภค ให้สามารถหมุนเวียนนำกลับไปใช้ประโยชน์ เพื่อลดการขาดแคลนทรัพยากรและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด พร้อมทั้งสร้างความมั่นคงทางอาหารให้เกิดขึ้นแก่คนในสังคม

โดยบริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินการดังนี้

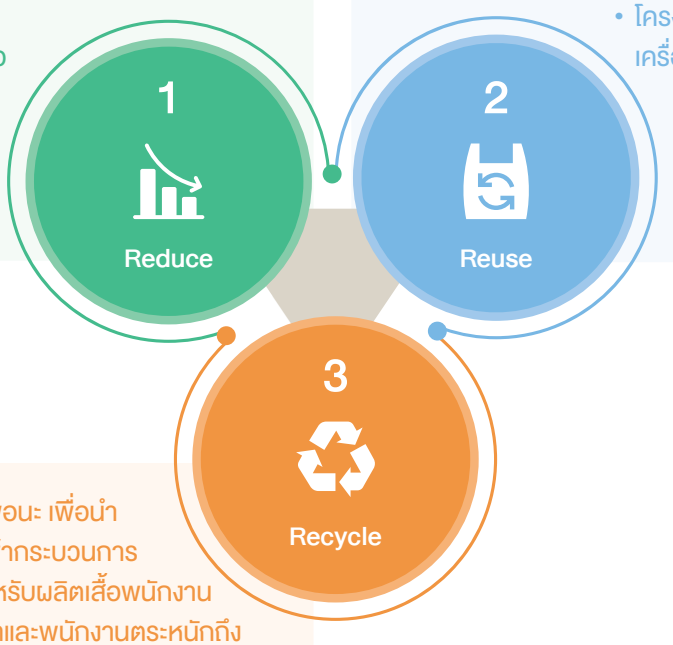
1. ลดการเกิดขยะมูลฝอยและของเสียตั้งแต่แหล่งกำเนิด
2. เพิ่มศักยภาพการจัดการขยะมูลฝอยและของเสียต่างๆ อย่างถูกวิธี
3. ส่งเสริมการบริหารจัดการขยะมูลฝอยและป้องกันการเกิดอาหารส่วนเกิน
4. คัดแยกขยะอย่างถูกต้องเพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ และการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
5. สร้างจิตสำนึกรักษ์โลกและนำเสนอแนวทางในการมีส่วนร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนให้แก่พนักงาน และบุคคลทั่วไปผ่านช่องทางต่างๆ

แนวทางการดำเนินงาน

ด้วยความตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน บริษัทฯ สามารถลดความเสี่ยงเรื่องการใช้ทรัพยากรเกินจำเป็นในการผลิต และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสีย โดยบริษัทฯ กำหนดนโยบายการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุด ครอบคลุมแนวทางการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินของบริษัทฯ เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติเป้าหมายที่ 12 ผ่านการดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรอย่างมูลนิธิสโกลารส์ ออฟ ชัสทีแนนซ์ ภายใต้ โครงการบริหารจัดการอาหารส่วนเกิน (S&P Food Rescue) โดยการส่งมอบเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิตในแต่ละวันแก่ชุมชนผู้ยากไร้ ซึ่งช่วยลดปริมาณขยะฝังกลบที่ส่งผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังช่วยเพิ่มการเข้าถึงอาหารแด่คนในสังคม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังบริหารจัดการทรัพยากรต่างๆ เพื่อลดการสูญเสียอาหาร (Food Loss) ในกระบวนการผลิต และขยะอาหาร (Food Waste) รวมถึงของเสีย (Waste) ประเภทอื่นๆ ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ โดยประยุกต์ใช้แนวทางขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations : FAO) ภายใต้หลักการ 3Rs คือ 1. การลดการใช้ทรัพยากร (Reduce) 2. การนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) 3.การแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycling) ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ด้วยการนำทรัพยากรธรรมชาติในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มาหมุนเวียนใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการวัตถุดิบ กระบวนการผลิตเพื่อลดของเสีย ตลอดจนสินค้าที่หมดอายุ ผ่านกระบวนการจัดการที่เหมาะสม อันเป็นการลดผลกระทบเชิงลบในการบริหารจัดการขยะด้วยการฝังกลบที่เป็นสาเหตุของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกสู่ชั้นบรรยากาศ

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัทฯ มีแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ไม่เพียงแค่เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการขยายธุรกิจเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังมุ่งหวังที่จะสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อระบบนิเวศและชุมชน ผ่านการสร้างความตระหนักรู้ถึงพนักงานทุกคน รวมถึงผู้บริโภคในการจัดการปัญหาของเสียอย่างเป็นรูปธรรม

- การใช้กล่องพลาสติกที่สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างต่อเนื่องและมีอายุการใช้งานที่นานกว่าแทนกล่องกระดาษสำหรับส่งสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้า S&P ไปยังหน้าร้าน
- ลดการใช้บรรจุภัณฑ์หีบห่อที่สิ้นเปลืองและรีไซเคิลได้ยาก โดยสามารถลดการใช้ลังกระดาษได้ถึง 97.8 ตันต่อปี



- โครงการพกถุงผ้า บอกลาถุงพลาสติก เพื่อรณรงค์และสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมแต่ผู้บริโภคให้เกิดการใช้ซ้ำ
- โครงการนำแก้วส่วนตัวมาซื้อเครื่องดื่ม รับส่วนลด 10 บาท

- โครงการขวดนี้ไม่ใช้...เราขอนะ เพื่อนำขวดน้ำพลาสติกที่ใช้แล้วเข้ากระบวนการรีไซเคิล ผลิตเป็นเส้นใยสำหรับผลิตเสื้อพนักงาน ซึ่งเป็นการรณรงค์ให้ลูกค้าและพนักงานตระหนักถึงการนำทรัพยากรหมุนเวียนใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสินค้าทุกประเภทให้สามารถเข้ากระบวนการรีไซเคิล (Recyclable packaging) หรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

นโยบายด้านการบริหารจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน

www.snpfood.com

การกำจัดขยะและของเสีย

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการบริหารจัดการขยะและของเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมุ่งเน้นการลดปริมาณของเสียจากแหล่งกำเนิด เช่น การวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับรายการสั่งสินค้าจากหน้าร้านผ่านระบบ Auto Push Order เปลือกไข่ที่เกิดในกระบวนการผลิตเบเกอรี่ การเปลี่ยนลังกระดาษในการขนส่งสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังหน้าร้าน เป็นต้น ด้วยการดำเนินการภายใต้หลักการ 3Rs คือ การลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) รวมถึงการส่งเสริมให้พนักงาน ลูกค้า ผู้บริโภค และคู่ค้าในห่วงโซ่คุณค่าตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการขยะและของเสียไปพร้อมกับบริษัทฯ ทั้งของเสียที่มาจากกระบวนการผลิตภายในโรงงานผลิตอาหาร โรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง ศูนย์กระจายสินค้า S&P ร้านอาหารและเบเกอรี่ S&P รวมทั้งสำนักงานใหญ่ เพื่อบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดความยั่งยืนทั้งระบบ

บริษัทฯ ดำเนินการแยกขยะเป็น 4 ประเภท ดังนี้

ขยะย่อยสลายได้



ได้แก่ เศษอาหาร สามารถนำไปทำปุ๋ยหมักได้

ขยะรีไซเคิล



ได้แก่ ขวดน้ำดื่ม ลังกระดาษ
สามารถนำไปหมุนเวียนเป็นของชิ้นใหม่

ขยะทั่วไป



ได้แก่ ขยะที่ไม่สามารถย่อยสลายได้
เช่น ถุงแกง ถุงพลาสติกที่ไม่สะอาด

ขยะอันตราย



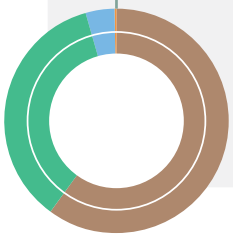
ได้แก่ หลอดไฟ เศษแก้ว ถ่านไฟฉาย

บริษัทฯ ได้มีการเก็บข้อมูลปริมาณขยะจากทุกแหล่งกำเนิดเป็นประจำ โดยการสุ่มตัวอย่างขยะแต่ละประเภทเพื่อชั่งน้ำหนักและประมาณการน้ำหนักขยะต่อรอบการเก็บขนส่ง ทั้งนี้ จะมีการสรุปรายงานรายไตรมาส สำหรับนำเสนอผลการดำเนินงานแก่ที่ประชุมคณะทำงานบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน เพื่อร่วมหาแนวทางบริหารจัดการ และลดการเกิดของเสียอย่างเป็นระบบ โดยแต่ละพื้นที่จะมีแนวทางจัดการของเสียตามความเหมาะสมของแต่ละแห่ง ทั้งโรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง โรงงานผลิตอาหาร ศูนย์กระจายสินค้า S&P ร้านอาหารและเบเกอรี่ S&P และสำนักงานใหญ่

สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

ปริมาณของเสีย แยกตามแหล่งกำเนิด

ร้านอาหารและเบเกอรี่ S&P

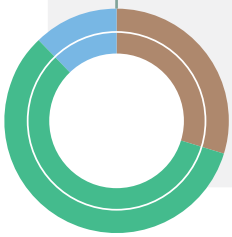


ขยะเปียก 60.1% (1,435.53 ตัน)
ขยะทั่วไป 35.5% (847.49 ตัน)
ขยะรีไซเคิล 4.3% (102.35 ตัน)
ของเสียอันตราย 0.1% (1.93 ตัน)

รวมทั้งหมด 2,387.30 ตัน



โรงงานผลิตเบเกอรี่ (สุขุมวิท 62 บางนา-ตราด กม. 23.5 และลำพูน)

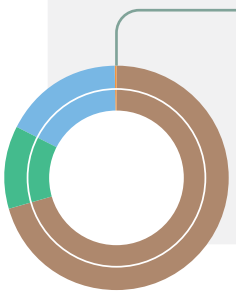


ขยะเปียก 29.7% (513.96 ตัน)
ขยะทั่วไป 58.2% (1,006.56 ตัน)
ขยะรีไซเคิล 12% (207.65 ตัน)
ของเสียอันตราย 0% (0.13 ตัน)

รวมทั้งหมด 1,728.29 ตัน



โรงงานผลิตอาหาร (ลาดกระบัง)

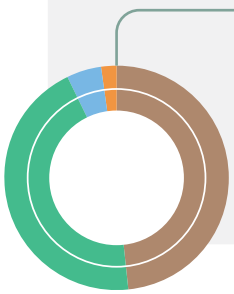


ขยะเปียก 70.7% (262.70 ตัน)
ขยะทั่วไป 11.9% (44.20 ตัน)
ขยะรีไซเคิล 17.4% (64.64 ตัน)
ของเสียอันตราย 0.1% (0.22 ตัน)

รวมทั้งหมด 371.76 ตัน

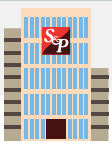


สำนักงานใหญ่

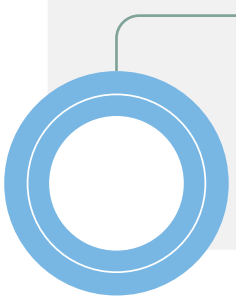


ขยะเปียก 48.5% (3.93 ตัน)
ขยะทั่วไป 44.4% (3.60 ตัน)
ขยะรีไซเคิล 5.1% (0.41 ตัน)
ของเสียอันตราย 2.0% (0.16 ตัน)

รวมทั้งหมด 8.10 ตัน



ศูนย์กระจายสินค้า S&P

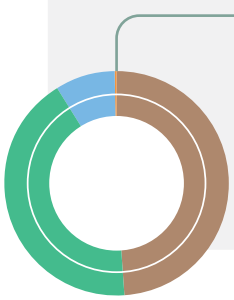


ขยะเปียก 0% (0 ตัน)
ขยะทั่วไป 0% (0 ตัน)
ขยะรีไซเคิล 100% (15.24 ตัน)
ของเสียอันตราย 0% (0 ตัน)

รวมทั้งหมด 15.24 ตัน



การดำเนินงานทั้งหมด



ขยะเปียก 49.1% (2,216.12 ตัน)
ขยะทั่วไป 42.3% (1,901.84 ตัน)
ขยะรีไซเคิล 8.7% (390.29 ตัน)
ของเสียอันตราย 0.1% (2.44 ตัน)

รวมทั้งหมด 4,510.70 ตัน



หมายเหตุ : สำหรับของเสียอันตรายที่ร้านอาหารและเบเกอรี่ S&P บริษัทฯ มีการเก็บข้อมูลเป็นจำนวนชิ้น เนื่องจากขยะประเภทดังกล่าวมีจำนวนไม่มาก และไม่ได้เกิดขึ้นทุกวัน โดยของเสียอันตรายหน้าร้านส่วนมากจะเป็นเศษแก้วน้ำดื่ม ทั้งนี้ จึงนำจำนวนของเสียอันตราย (ชิ้น) มาคูณกับน้ำหนักขวดแก้วน้ำดื่ม 200 กรัม ซึ่งเป็นตัวแทนของเสียอันตรายหน้าร้าน

ปริมาณของเสีย แยกตามวิธีการจัดการ

รายละเอียด		2565	2566	2567
1. **ของเสียอันตราย (ตัน)**	ปริมาณ**ของเสียอันตราย**ทั้งหมด แบ่งตามวิธีการกำจัด	0.12	1.67	0.35
	• ของเสียที่นำไป Reuse/Recycle	0	0	0
	• ของเสียที่ส่งเข้าเตาเผา (Incinerator)	0.12	1.67	0.35
	• ของเสียที่ส่งไปหลุมฝังกลบ (Landfill)	0	0	0
2. **ของเสียไม่อันตราย (ตัน)**	ปริมาณ**ของเสียไม่อันตราย**ทั้งหมด แบ่งตามวิธีการกำจัด	2,775.36	2,485.80	2,099.71
	• ของเสียที่นำไป Reuse/Recycle	0	0	272.29
	• ของเสียที่นำไปทำอาหารสัตว์	544.32	514.26	510.60
	• ของเสียที่นำไปทำปุ๋ยอินทรีย์	118.50	133.83	225.08
	• ของเสียที่ส่งเข้าเตาเผา (Incinerator)	0	0	0
	• ของเสียที่ส่งไปหลุมฝังกลบ (Landfill)	1,862.85	1,584.13	1,091.74
	• วิธีการอื่นๆ	249.70	253.58	0
Total generated (ตัน)		2,775.48	2,487.47	2,100.05
Total recovery (ตัน)		662.82	648.09	1,007.97
Total waste disposal (ตัน)		2,112.67	1,839.38	1,092.09
Resource recovery ratio (%)		24%	26%	48%
กำลังการผลิตรวม (ตันผลิตภัณฑ์)		12,185.17	12,797.20	12,082.59
ปริมาณขยะ/หน่วยการผลิต (ตันของเสีย/ตันผลิตภัณฑ์)		0.23	0.19	0.17

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

ผลการดำเนินงานด้านการลดของเสีย (Bakery Waste)

รายการ	มูลค่า/น้ำหนักของเสียเบเกอรี่ (ล้านบาท/ตัน)							มูลค่า/น้ำหนักของเสียเทียบกับปี 2561 (%)					
	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2562	2563	2564	2565	2566	2567
มูลค่าของเสียเบเกอรี่ (ล้านบาท/ตัน)	234.00	219.00	119.00	129.60	168.33	201.77	185.52 (362.04 ตัน)	-6.40%	-14.96%	-44.57%	-28.06%	-13.77%	-20.72%
จำแนกตามกลุ่มที่มีของเสียมากที่สุด 6 อันดับแรก 1. กลุ่มเฟรชเค้ก (Fresh Cake)	42.76	39.81	38.48	33.64	40.47	41.25	32.47 (83.87 ตัน)	-6.90%	-10%	-21.33%	-5.36%	-3.53%	-24.06%
2. กลุ่มขนมอบ (Pastry & Pie)	71.00	66.70	58.30	32.60	37.10	45.03	41.72 (95.06 ตัน)	-6%	-17.89%	-54.08%	-47.75%	-36.58%	-41.24%
3. กลุ่มเค้กปอนด์ (Pound Cake)	64.80	66.50	47.70	39.30	31.30	42.74	26.03 (12.10 ตัน)	2.60%	-26.39%	-39.35%	-51.69%	-34.04%	-59.83%
4. กลุ่มแพคเกจเค้ก (Packaged Cake)	62.40	52.20	53.20	38.20	23.40	26.99	23.39 (34.97 ตัน)	-16.34%	-14.74%	-38.78%	-59.34%	-56.75%	-62.52%
5. กลุ่มขนมปัง (Bread)	12.99	13.51	12.92	8.02	11.45	16.34	14.00 (74.43 ตัน)	4.00%	-0.54%	-38.26%	-11.86%	25.79%	7.78%
6. กลุ่มแซนด์วิช (Sandwich)	19.70	16.50	15.50	8.90	8.90	14.24	19.09 (47.56 ตัน)	-16.24%	-21.32%	-54.82%	-54.80%	-27.72%	-3.10%

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

www.snpfood.com

สรุปโครงการตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ปี 2567

ของเสียลดลง
58,312.24 ตัน

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
346.09 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ชื่อโครงการ	ของเสียที่ลดลง (ตัน)	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ($tonCO_2e$)	เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ (ต้น)
ทอดไม่ทิ้ง & ไม่ทอดซ้ำ	68.79	97.16	38,454
S&P Food rescue	58,115.42	147.03	
ขวดนี้ไม่ใช้...เราขอนะ	2.15	2.218	
Paper X	0.47	0.32	
วน (WON) by S&P x TPBI	0.47	0.32	
เปลี่ยนขยะเป็นอิฐบล๊อก	1.15	1.19	
เปลือกไข่รักษ์โลก	124.16	98.09	
รวมทั้งหมด	58,312.24	346.09	



โครงการที่สำคัญปี 2567

โครงการอบรมความรู้ “แยกขยะให้ถูกถัง ปลูกฝังจิตสำนึก”

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการขยะตั้งแต่ต้นทาง โดยการคัดแยกขยะให้ถูกวิธี เพื่อส่งต่อและนำไปกำจัดขยะได้อย่างถูกต้อง อันเป็นการช่วยลดปัญหาขยะฝังกลบที่ก่อให้เกิดปัญหาภาวะโลกร้อน รวมทั้งเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะของประเทศไทย ด้วยการปลูกฝังจิตสำนึกและอบรมความรู้เรื่องการคัดแยกขยะให้แก่พนักงานในองค์กร

วัตถุประสงค์

เพื่อรณรงค์ และสร้างจิตสำนึกในการแยกขยะให้ถูกประเภท ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมตั้งแต่แหล่งกำเนิดตลอดวัฏจักรชีวิต อีกทั้งช่วยลดของเสียจากการบริโภค และนำไปกำจัดได้อย่างถูกวิธี ตลอดจนนำไปใช้ต่อยอดให้เกิดประโยชน์สูงสุด













ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

ลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะ อาทิ สำนักงานใหญ่ ลดลงประมาณร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับปี 2566

ด้านสังคม

ผู้บริหารและพนักงานได้รับความรู้เรื่องการคัดแยกขยะ โดยมีพนักงานเข้าร่วมทั้งหมด 268 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ของพนักงานทั้งหมด

ด้านสิ่งแวดล้อม

เมื่อเปรียบเทียบก่อนและหลังการจัดกิจกรรมคัดแยกขยะ พบว่าอัตราส่วนขยะทั่วไปลดลงจากร้อยละ 56 เป็น 48 ในขณะที่อัตราส่วนขยะรีไซเคิลเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1 เป็นร้อยละ 8

โครงการทอดไม่ทิ้ง

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ร่วมพิธีลงนามเข้าร่วม โครงการ “ไม่ทอดซ้ำ” ในฐานะองค์กรที่ส่งต่อน้ำมันใช้แล้วผ่านโครงการทอดไม่ทิ้ง เพื่อนำไปผลิตเป็นเชื้อเพลิงอากาศยานยั่งยืน (Sustainable Aviation Fuel: SAF) โดยเอส แอนด์ พี ให้ความสำคัญสูงสุดกับคุณภาพของอาหาร และความปลอดภัยของผู้บริโภค ในกระบวนการปรุงอาหารประเภททอดจะมีการกำหนดอุณหภูมิที่เหมาะสม และคุณภาพของน้ำมันที่ใช้ทอดจะมีค่าโพล่าร์ไม่เกินร้อยละ 25 ของน้ำหนัก ตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุข เพื่อควบคุมให้ร้านอาหาร เอส แอนด์ พี ดำเนินงานตามมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งนอกจากผู้บริโภคจะได้รับประทานอาหารที่ปรุงสด ใหม่ คุณภาพดีแล้ว ยังมั่นใจในเรื่องความสะอาด และปลอดภัยต่อสุขภาพจากกระบวนการปรุงอาหารอีกด้วย

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งต่อน้ำมันใช้แล้วจากการประกอบอาหารทั้งร้านอาหาร S&P และโรงงานอาหารลาดกระบัง ผ่านโครงการ “ทอดไม่ทิ้ง” และเพื่อเป็นการรณรงค์การ “ไม่ทิ้ง” น้ำมันปรุงอาหารใช้แล้วสู่พื้นที่สาธารณะ ป้องกันปัญหาจากการทิ้งของเสียอย่างไม่ถูกวิธี ที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม











ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

ส่งต่อน้ำมันใช้แล้วทั้งสิ้น 68.79 ตัน (โดยมาจากร้านค้า 55.54 ตัน และ โรงงานอาหาร 13.25 ตัน) สร้างรายได้ให้กับบริษัทได้ 1.66 ล้านบาท

ด้านสิ่งแวดล้อม

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 97.16 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการ S&P Food Rescue





บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้ตั้งเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สำคัญต่อธุรกิจผลิตอาหาร คือการลดอาหารส่วนเกิน อีกทั้งยังตอบสนองต่อเป้าหมายของ SDGs ที่ 12 สร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยไม่เพียงแต่เล็งเห็นความสำคัญของการจัดการของเสียจากแหล่งกำเนิดเท่านั้น แต่ยังขยายขอบเขตการจัดการของเสียที่เป็นอาหารส่วนเกิน โดยดำเนินงานร่วมกับมูลนิธิสโกลาร์ส ออฟ ซัสทีแนนซ์ (เอส โอ เอส) ภายใต้โครงการ S&P Food Rescue อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 เพื่อนำอาหารส่วนเกินจากการผลิตในแต่ละวันไปส่งต่อชุมชนที่ขาดแคลนตามแหล่งต่างๆ ซึ่งเป็นเบเกอรี่ที่อยู่ในสภาพสมบูรณ์ ยังคงคุณภาพดี และสามารถบริโภคได้ **โดยในปี 2567 บริษัทฯ ได้ขยายโครงการส่งมอบเบเกอรี่ส่วนเกินจากร้านในกรุงเทพฯ จ.ประจวบคีรีขันธ์ จ.ภูเก็ต และ จ.เชียงใหม่ จากเดิม 52 จุด เป็น 88 จุดขาย** โครงการดังกล่าวเป็นการบริหารจัดการอาหารส่วนเกินจากการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด ช่วยลดผลกระทบจากการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก อีกทั้งยังสร้างความสุขและเป็นพลังให้แก่คนในสังคมไทยอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมงานเปิดตัว “โครงการจัดตั้งธนาคารอาหารของประเทศไทย การบริหารจัดการอาหารส่วนเกิน คำตอบในการสร้างความมั่นคงทางอาหารและความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” โดยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) (สวก.) และ มูลนิธิสโกลาร์ส ออฟ ซัสทีแนนซ์ (SOS) ณ โรงเรียนคลองทรงกระเทียม เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2567 ทั้งนี้ เอส แอนด์ พี ได้รับเชิญในฐานะเป็นองค์กรที่มีศักยภาพในการส่งต่อเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิต ผ่านมูลนิธิสโกลาร์ส ออฟ ซัสทีแนนซ์ (SOS) ภายใต้โครงการ S&P Food Rescue เพื่อนำอาหารส่วนเกินจากการผลิตในแต่ละวัน ส่งต่อชุมชนที่ขาดแคลนตามแหล่งต่างๆ ที่หมุนเวียนกันไป

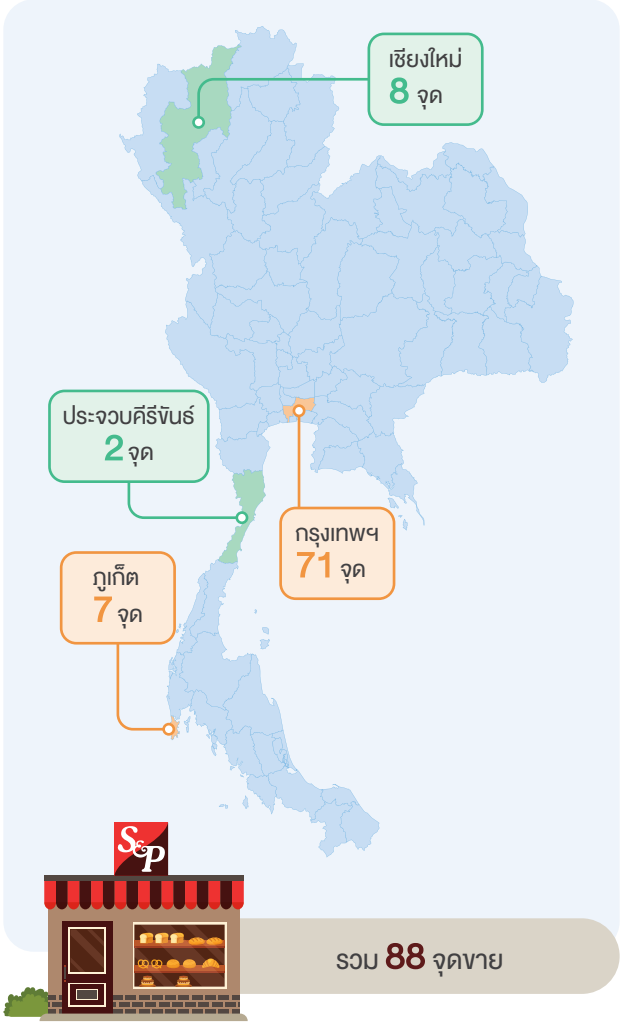
วัตถุประสงค์

เพื่อส่งต่ออาหารส่วนเกินจาก
กระบวนการผลิตสู่ชุมชนที่ขาดแคลน





เป้าหมายโครงการ









ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

เทียบเท่ากับการลดการใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน 10,290 วัน จากการลดปริมาณขยะอาหารและการประกอบอาหารในครัวเรือน

ด้านสังคม

ส่งมอบเบเกอรี่ส่วนเกินจากการผลิต 58,115.42 กิโลกรัม หรือเทียบเท่าอาหาร 244,087 มื้อ

ด้านสิ่งแวดล้อม

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 147.03 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการร่วมกับแอปพลิเคชัน “Yindii” (ยินดี)

บริษัทฯ ร่วมกับ แอปพลิเคชัน Yindii ส่งต่ออาหารส่วนเกินจากร้าน S&P ด้วยการจัดชุดเบเกอรี่แบบสุ่ม นำสินค้า Fresh Bake ที่มีอายุการขายวันต่อวัน หรือสินค้าที่ต้องรับประทานให้หมดภายในวัน รวมมูลค่าประมาณ 300-320 บาท เพื่อมาจัดโปรโมชั่นและจำหน่ายในราคาเฉลี่ยชุดละ 150-160 บาท เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้าที่มีราคาย่อมเยา สั่งซื้อได้สะดวกผ่านแอพพลิเคชัน ตอบโจทย์สำหรับลูกค้าที่ซื้อแล้วรับประทานทันที โดยมีเป้าหมายลดปริมาณขยะอาหารที่ต้องถูกกำจัดโดยการฝังกลบอันก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศ ทั้งนี้เพื่อลดผลกระทบของปัญหาขยะอาหาร และยังเป็นการช่วยลดภาวะโลกร้อนด้วย



ในปี 2567 ร้าน S&P เข้าร่วมโครงการ 74 จุดขาย โดยมีลูกค้าให้ความสนใจสั่งซื้อไปแล้วจำนวน 86 ชุด นับว่าเป็นโครงการหนึ่งที่สามารถบริหารจัดการของเหลือทิ้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งเพิ่มการเข้าถึงอาหารในราคาที่เหมาะสมแก่ผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อลดขยะอาหารส่วนเกินจากการผลิต ซึ่งเป็นขยะฝังกลบ ก่อให้เกิดภาวะโลกร้อน
2. เพื่อเพิ่มการเข้าถึงสินค้าได้มากขึ้น จากช่องทางการขายผ่านแอปพลิเคชั่น Yindii

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

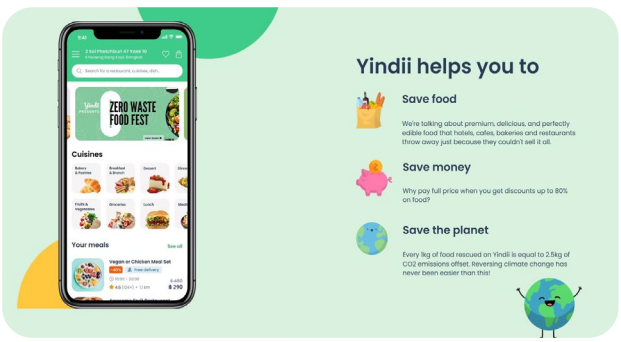
ด้านสังคม

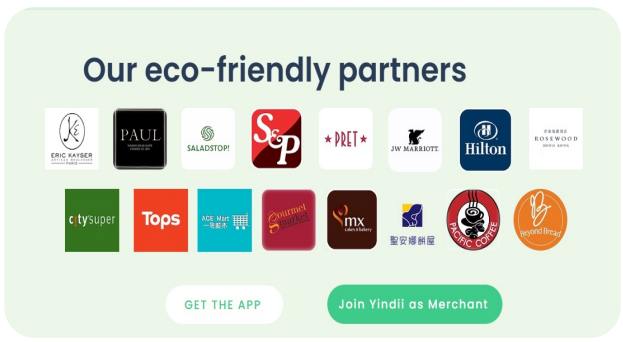
สร้างยอดขาย 22,105 บาท รวมสินค้า 86 ชุด

ด้านสิ่งแวดล้อม

ลดขยะฝังกลบจากอาหารส่วนเกิน
และสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ประมาณ
60.92 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า







โครงการ “ขวดนี้ไม่ใช้...เราขอนะ”

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ดำเนินโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม “ขวดนี้ไม่ใช้...เราขอนะ” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 โดยส่งมอบขวดพลาสติกไม่ใช้แล้ว เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลและนำมาแปลงเป็นของชิ้นใหม่ ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ด้วยการนำทรัพยากรที่ไม่ใช้แล้วมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยส่งมอบขวดพลาสติกแก่ You เทิร์น by GC เพื่อรณรงค์ส่งเสริมให้พนักงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม รู้จักคัดแยกขยะให้ถูกประเภท เพื่อนำทรัพยากรที่ไม่ใช้แล้วเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลอย่างถูกวิธี เพื่อผลิตเป็นเม็ดพลาสติกรีไซเคิลที่มีคุณภาพ สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งถือเป็นการลดปริมาณขยะพลาสติกได้โดยตรง อันจะทำให้เกิดความยั่งยืนทั้งระบบ นอกจากจะช่วยด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงานและลูกค้าด้วย

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2567 **บริษัทฯ ได้ขยายจุดรับขวดพลาสติกจากเดิม 18 จุด เป็น 104 จุด** ทั้งสำนักงานใหญ่ โรงงาน และร้านอาหาร S&P เพื่อสนับสนุนการนำขยะพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลและผลักดันให้เกิดการพัฒนาระบบรีไซเคิลอย่างครบวงจรในประเทศไทย





วัตถุประสงค์

เพื่อการแปรรูปวัสดุที่ใช้แล้วให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
ลดของเสียให้กับสิ่งแวดล้อม

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

สร้างการมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงานและลูกค้า

ด้านสิ่งแวดล้อม

ปี 2567 สามารถเก็บขวดพลาสติกเพื่อเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ถึง **2,151** กิโลกรัม คิดเป็นการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ประมาณ **2,217.68** กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า





โครงการกระดาษเก่าแลกกระดาษใหม่ โดย S&P ร่วมกับ SCGP

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ร่วมกับพันธมิตร ‘ธุรกิจเอสซีจี แพคเกจจิ้ง’ หรือ SCGP ดำเนินโครงการ ‘SCG Paper X’ โครงการกระดาษเก่าแลกกระดาษใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อรวบรวมกระดาษที่ไม่ใช้แล้วจากการคัดแยกขยะประเภทกระดาษของบริษัทฯ ส่งต่อให้กับ SCGP เพื่อนำกลับไปรีไซเคิล สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกระดาษใช้แล้วตามหลักการจัดการของเสียและขยะแบบเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยนำกระดาษขาวดำและกระดาษสีที่ไม่ใช้แล้วจากสำนักงานใหญ่ เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเพื่อนำไปผลิตเป็นของชิ้นใหม่ เช่น ถุงกระดาษ เฟอร์นิเจอร์จากกระดาษ ฯลฯ

วัตถุประสงค์

เพื่อการแปรรูปวัสดุที่ใช้แล้วให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ลดของเสียให้กับสิ่งแวดล้อม



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

สร้างความตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสร้างจิตสำนึกในการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง

ด้านสิ่งแวดล้อม

ปี 2567 สามารถรีไซเคิลกระดาษได้ถึง **470** กิโลกรัม เทียบเท่าการลดการตัดต้นไม้ **8** ต้น ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **320** กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และลดการใช้น้ำได้ถึง **12,220** ลิตร



โครงการวน โดย S&P ร่วมกับ TPBI

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ร่วมกับพันธมิตร บริษัท ทีพีบีไอ จำกัด (มหาชน) หรือ TPBI ดำเนินโครงการวน โดยส่งต่อพลาสติกสะอาดยืดได้ อาทิ ถุงพลาสติกหิ้ว ถุงขนมปัง ฟิล์มพลาสติก ฯลฯ เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเพื่อผลิตเป็นของชิ้นใหม่ ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ซึ่งเป็นการวนใช้พลาสติกให้เกิดประโยชน์สูงสุด และลดปัญหาขยะพลาสติกสู่สิ่งแวดล้อม

โดยในปี 2567 บริษัทฯ มีจุดรับพลาสติกยืดได้ รวม 3 จุด คือ สาขาสุขุมวิท26 สาขา ปตท.บางนาขาออก และสาขาเซ็นทรัล บางนา สามารถรวมพลาสติกได้ถึง 93 กิโลกรัม โดยเป็นยอดพลาสติกสะสมถึง 385 กิโลกรัม



โครงการ Forever sweet box (DIY กล่องคุกกี้)

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) จัดกิจกรรมรณรงค์และสร้างจิตสำนึกถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมต่อผู้บริโภค ด้วยการส่งความคิดสร้างสรรค์ในการนำกล่องผลิตภัณฑ์คุกกี้กลับมาใช้ประโยชน์ซ้ำ (Reuse) ในแบบ D.I.Y เช่น การใช้เป็นกล่องใส่ของ กระถางต้นไม้ นาฬิกา เป็นต้น เพื่อรณรงค์การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหลังการบริโภค ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า หมุนเวียนใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ส่งผลต่อการลดปริมาณขยะให้น้อยลง สอดคล้องตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy)



วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการเชิญชวนให้นำวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ซ้ำในรูปแบบที่สร้างสรรค์ สร้างคุณค่าและของเสียให้กับสิ่งแวดล้อม

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่ลูกค้าและพนักงาน

ด้านสิ่งแวดล้อม

เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าให้กับสิ่งของเหลือใช้และเป็นการลดขยะ ของเสียให้กับสิ่งแวดล้อม







โครงการ Auto Push Order

ในช่วงปลายปี 2567 บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบการสั่งสินค้าแบบเดิม (Manual Push Sales) ด้วยการปรับเป็นระบบการทำงานหน้าร้านทางเดียวในการประมาณการเพื่อสั่งสินค้ามาลงหน้าร้าน โดยใช้ฐานข้อมูลประวัติการขายสินค้าที่ผ่านมาในการคำนวณยอดขายเฉลี่ยต่อวันและแนะนำสินค้าขายดีให้สอดคล้องกับความต้องการซื้อตามสถานการณ์จริงในแต่ละช่วงโดยอัตโนมัติ จากนั้นจะส่งต่อข้อมูลดังกล่าว เพื่อวางแผนรอบรถเพื่อกำหนดเส้นทางการจัดส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเป็นการพัฒนาระบบให้มีความแม่นยำขึ้น สามารถสรุปและรายงานยอดประมาณการสั่งสินค้าให้กับผู้จัดการส่วนปฏิบัติการและผู้จัดการเขตเข้ามาตรวจสอบได้ 4 ช่องทางได้ทันที โดยหน้าร้านยังคงสามารถปรับแก้ไขยอดได้ตาม Lead time ช่วยลดปัญหาสินค้าเบเกอรี่หรืออาหารคงค้างจนกลายเป็นอาหารส่วนเกิน โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2568 มีแผนเริ่มทดลองใช้งานระบบใน 12 สาขา เพื่อนำผลการดำเนินงานมาปรับปรุงและขยายขอบเขตการใช้งานให้ครอบคลุมทุกสาขาทั่วประเทศต่อไป

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

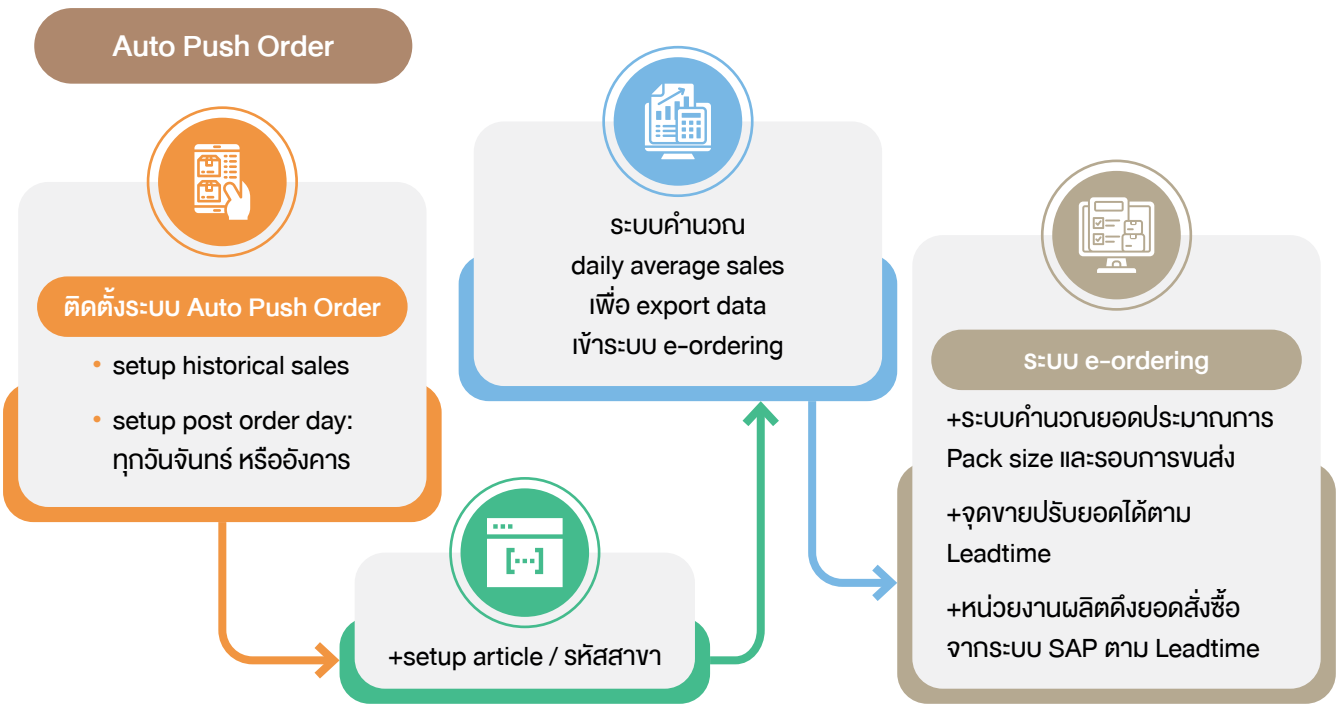
ช่วยลดค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไปกับการกักตุนสินค้าเกินความจำเป็น จนเกิดเป็นของเสีย

ด้านสังคม

ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานและการบริการสู่ลูกค้า ลดระยะเวลาการรายงานยอดขายจากทุก 8 สัปดาห์ เหลือเพียง 4 สัปดาห์ ลดระยะเวลาสั่งสินค้าล่วงหน้า 1 สัปดาห์ เป็น ทุก 2-3 วัน

ด้านสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายลดปริมาณขยะเหลือทิ้งที่สาขาหน้าร้านลงร้อยละ 3.6 จากสินค้าเบเกอรี่ 6 กลุ่มหลัก ได้แก่ เค้กปอนด์ ขนมอบและพาย เค้กแพคเกจ เค้กสด ขนมปัง และแซนด์วิช



โครงการเปลี่ยนขยะเป็นอิฐบล็อก

โรงงานผลิตเบเกอรี่ จ. ลำพูน ได้ริเริ่มโครงการแยกขยะเท่ากับรักษ์โลกซึ่งสอดคล้องตามนโยบายของบริษัทที่มุ่งเน้นการจัดการขยะภายในองค์กรตามหลัก 3R พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์ขยะดังกล่าวอย่างสูงสุดตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2567 ได้บริจาคขยะรีไซเคิลประเภทพลาสติก เข้าโครงการ Green Road เพื่อนำไปผลิตเป็นอิฐบล็อค สำหรับสร้างถนน บล็อกปูพื้น โต๊ะเก้าอี้ วัสดุก่อสร้าง และของเล่นเด็ก และนำไปบริจาคในโรงเรียน วัด อุทยานแห่งชาติ สวนสาธารณะ รวมถึงพื้นที่สาธารณะประโยชน์ทั่วประเทศ

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในการคัดแยกขยะของพนักงานและส่งขยะเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเป็นผลิตภัณฑ์หรือชิ้นงานที่สามารถส่งต่อให้กับสังคม



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการส่งขยะไปกำจัด ได้ 3,873 บาท

ด้านสังคม

สร้างเป็นอิฐบล็อกเพื่อสาธารณประโยชน์ได้ 262 ชิ้น

ด้านสิ่งแวดล้อม

ช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัดได้ 1,154 กิโลกรัม









โครงการเปลือกไข่ใส่ใจโลก

อุตสาหกรรมผลิตเบเกอรี่ย่อมมีการใช้วัตถุดิบที่สำคัญอย่างไข่ไก่ ก่อให้เกิดของเสียที่เป็นเปลือกไข่หลังจากใช้งานแล้วในปริมาณมากอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โรงงานผลิตเบเกอรี่สุขุมวิท 62 จึงได้ประสานงานกับหน่วยงานรับผิดชอบขนส่งและกำจัดของเสียในพื้นที่อย่างสำนักงานเขตพระโขนง ภายใต้ชื่อโครงการ “กากกาแฟxเปลือกไข่ ใส่ใจโลก” ซึ่งเป็นการต่อยอดนโยบายไม่เทรวม ของกรุงเทพมหานคร เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม 2567 โรงงานได้ดำเนินการคัดแยกขยะเปลือกไข่ที่ใช้งานแล้ว เพื่อส่งต่อให้กับสำนักงานเขตพระโขนงนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น สบู่สครับเท้า ผงแคลเซียมผสมอาหารเลี้ยงสัตว์ และปุ๋ยหมัก เป็นต้น

วัตถุประสงค์

เพื่อลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานและต่อยอดโดยการนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม อันก่อให้เกิดการสร้างรายได้และอาชีพให้กับชุมชนรอบข้าง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการส่งขยะไปกำจัด ได้ 48,000 บาท

ด้านสังคม

ส่งเสริมการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐผ่านการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง และสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนรอบข้าง

ด้านสิ่งแวดล้อม

ช่วยลดปริมาณขยะเปลือกไข่ที่ต้องกำจัดได้ 124.16 ตัน







การพัฒนาสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เป้าหมายปี 2573



บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าหน้าร้านเอส แอนด์ พี จะต้องสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ หรือย่อยสลายได้ ร้อยละ 100

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย



บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าหน้าร้านเอส แอนด์ พี จะต้องสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ หรือย่อยสลายได้ ร้อยละ 97.14

ที่มาและความมุ่งมั่น

ความตระหนักของผู้บริโภคต่อปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและความคาดหวังต่อการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหาร รวมถึงปัญหาวิกฤติการขาดแคลนวัตถุดิบและทรัพยากรในปัจจุบัน นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตอาหารและเบเกอรี่ของบริษัทฯ ให้สอดคล้องตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยบริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะจัดสรรการใช้ทรัพยากรในภาพรวมอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ซึ่งส่วนมากทำมาจากวัสดุที่ไม่สามารถย่อยสลายหรือนำมาหมุนเวียนเพื่อใช้ประโยชน์อื่นได้ ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาขยะพลาสติกหลังการบริโภค

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาจากพฤติกรรมผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่นิยมสั่งอาหารดีลิเวอรี่ (Delivery) รวมถึงพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ส่งผลให้ขยะพลาสติกและบรรจุภัณฑ์หีบห่อเป็นปัญหาที่มีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการกำจัดขยะพลาสติกที่ไม่ถูกวิธีตามหลักสุขาภิบาล เช่น การเผาทำลาย การฝังกลบ ทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งผลการศึกษาพบว่าอัตราการรีไซเคิลขยะพลาสติกในประเทศที่กำลังพัฒนามีค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศขนาดกลางที่พัฒนาแล้ว ดังนั้น การบริหารจัดการนวัตกรรมและกระบวนการบริหารจัดการขยะพลาสติกตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ จึงเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดปัญหามลพิษและผลกระทบในระบบนิเวศ ตลอดจนทรัพยากรทางทะเลที่อาจส่งผลกระทบอย่างเป็นวงกว้างต่อสิ่งแวดล้อม

ในฐานะผู้นำธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ที่ใส่ใจสังคมและสิ่งแวดล้อมยั่งยืน บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศ โดยมุ่งมั่นพัฒนาและจัดหาบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน ปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้น บรรจุภัณฑ์ของบริษัทฯ จึงเน้นเรื่อง ‘คุณภาพ’ และสร้าง ‘ความสมดุล’ แก่สิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

1. **คุณภาพ** บริษัทฯ เลือกใช้บรรจุภัณฑ์แบบมีความปลอดภัยสำหรับการจัดเก็บอาหาร (Food Grade) มีมาตรฐานรับรองการผลิตที่สามารถสัมผัสกับอาหารได้และไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค รวมถึงการพิมพ์ข้อมูลตามมาตรฐานของ Food Grade บนผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความมั่นใจถึงความปลอดภัยอย่างสูงสุดสำหรับผู้บริโภค รวมถึงมีคุณภาพด้านความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน สามารถใช้ซ้ำได้
2. **ความสมดุล** บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อความสะอาด ปลอดภัย และความสะดวกในการใช้งานสำหรับผู้บริโภค ควบคู่ไปกับความมุ่งมั่นที่จะลดการใช้พลาสติก อย่างไรก็ตาม พลาสติกยังคงเป็นวัสดุที่สามารถรักษาคุณภาพ รวมถึงให้ความปลอดภัยแก่ผลิตภัณฑ์อาหารได้เป็นอย่างดี โดยทำหน้าที่เป็นเกราะป้องกันเชื้อโรคและสิ่งปนเปื้อน รวมทั้งยืดอายุให้กับผลิตภัณฑ์ ดังนั้น บริษัทฯ จึงเลือกใช้พลาสติกที่ย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ และมีการเลือกใช้กล่องไฮบริดที่ผลิตจากกระดาษเยื่อใยธรรมชาติ สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ 100% ส่วนฝาใสผลิตจากพลาสติก PET ซึ่งสามารถนำกลับไปรีไซเคิลและนำกลับไปใช้ในอุตสาหกรรมพลาสติกได้ ทั้งนี้การเลือกใช้ฝาใสช่วยให้ลูกค้าสามารถเห็นสินค้าที่อยู่ภายใน เป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามจูงใจให้เกิดการนำกลับมาใช้ซ้ำ ซึ่งเป็นอีกแนวทางในการลดขยะ

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานการจัดการและสรรหาทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ โดยทุกหน่วยงานต้องดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ และแนวปฏิบัติด้านการจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ โดยใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุดตาม**หลักการ** 5Rs ได้แก่

- **Reuse :** การใช้ซ้ำ
  1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ S&P ที่มีดีไซน์สวยงามให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้
  2) การส่งเสริมโปรโมชั่นทางการตลาด เพื่อลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single Use Plastic)
  3) การใช้ภาชนะหมุนเวียนในการขนส่ง
  4) การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ตลอดจนส่งเสริมให้พนักงานใช้ภาชนะส่วนตัว เช่น จานชาม ช้อนส้อม แก้วน้ำ และกระบอกน้ำ เป็นต้น
- **Reduce :** การลดการใช้

ลดการใช้พลาสติกสำหรับบรรจุภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากธุรกิจอาหารยังไม่สามารถปฏิเสธการใช้พลาสติกได้ 100% เนื่องจากการให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาด สุขอนามัย และการเก็บรักษาอายุของผลิตภัณฑ์ ดังนั้น บริษัทฯ จึงปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ด้วยการลดความหนาของพลาสติกตามความเหมาะสม ตลอดจนเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทนพลาสติกที่สามารถย่อยสลายได้ในธรรมชาติ

- **Recycle :** การรีไซเคิล
  1) เลือกใช้ พลาสติกหมุนเวียน (Plastic Recycle) เพื่อลดการสร้างเม็ดพลาสติกใหม่
  2) ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ด้วยการร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยเปลี่ยนมาใช้พลาสติกชนิดเดียว (Mono-Material) หรือใช้วัสดุรักษ์โลกอื่นๆ สำหรับบรรจุอาหารและเบเกอรี่ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล
- **Reject :** ปฏิเสธการใช้สารที่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม หรือมีส่วนผสมที่อาจเป็นอันตราย เช่น โฟม พลาสติกชนิดอ๊อกโซ (Oxo-Degradable Plastics) สารทำความเย็นที่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
- **Replace :** การแทนที่บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็น Multi-layer ซึ่งมีข้อจำกัดต่อการนำไปรีไซเคิล และส่งผลต่อปริมาณขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งเพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทฯ พัฒนาและเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่ทำมาจากวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่สามารถเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยยังคงรักษาคุณภาพไว้ดังเดิม

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังริเริ่มการดำเนินงานตามมาตรการเพื่อบรรลุเป้าหมายการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ประโยชน์ 100% ภายในปี 2570 ตามแนวทางร่างแผนปฏิบัติการของกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

มาตรการที่ 1: ลดการใช้พลาสติก ณ แหล่งกำเนิด

พัฒนาและเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

มาตรการที่ 2 : ลดและทดแทนการใช้พลาสติก ณ ขั้นตอนการบริโภค

สร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้า ลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use plastic)

มาตรการที่ 3: ลดขยะพลาสติกหลังการบริโภค

สนับสนุนการนำขยะพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล เพื่อผลิตเป็นของชิ้นใหม่ ตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

สำหรับเป้าหมายบรรจุภัณฑ์ที่หน้าร้าน เอส แอนด์ พี จะต้องสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์รีไซเคิลได้ หรือย่อยสลายได้ 100% ภายในปี 2573 นั้น **ในปี 2567 บริษัทฯ ยังคงร่วมพัฒนาบรรจุภัณฑ์กับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการภายใต้การควบคุมมาตรฐานคุณภาพสินค้า ทั้งนี้ในส่วนที่ปรับเปลี่ยนได้จะต้องไม่กระทบกับคุณภาพผลิตภัณฑ์และความปลอดภัยของอาหาร โดยบริษัทฯ สามารถดำเนินการได้ถึงร้อยละ** 97.14 **สัดส่วนที่เหลืออีกร้อยละ** 2.86 **ได้แก่**

- **บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากพลาสติกหลายชนิด** (multi-Layer) **ร้อยละ** 2.83
- **สติ๊กเกอร์พลาสติก ร้อยละ** 0.03

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ในกลุ่มฟิล์มและซองอาหารต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และทดลองพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ยังคงรักษาคุณภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้องค์กรสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากขยะบรรจุภัณฑ์ให้น้อยที่สุด



การประกาศเจตนารมณ์มุ่งลดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ร่วมประกาศเจตนารมณ์ยกระดับการดำเนินงาน มุ่งสู่เป้าหมาย Thailand Net Zero 2065 เนื่องในวันปลอดถุงพลาสติกสากล จัดโดยกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ณ โรงแรมเดอะสุโกศล เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2567

โดยบริษัทฯ เป็น 1 ใน 45 องค์กรจากภาคเอกชน ซึ่งเข้าร่วมในฐานะเครือข่ายร้านกาแฟที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Coffee Shop) เพื่อร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศให้บรรลุเป้าหมาย 3 ประการ คือ

1. ร่วมกันลดและเลิกการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-Use Plastics)
2. สนับสนุนให้มีการรวบรวมผลิตภัณฑ์พลาสติกเป้าหมายเข้าสู่ระบบรีไซเคิล ร้อยละ100 ในปี 2570
3. สร้างความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนรณรงค์ให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคร่วมกันลดปริมาณขยะตั้งแต่ต้นทาง สนับสนุนกระบวนการผลิตและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมุ่งสู่เป้าหมาย Thailand Net Zero 2065 ไปพร้อมกัน

บริษัทฯ ได้มีการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า สำหรับร้านอาหารและเบเกอรี่S&P ได้ดำเนินโครงการเพื่อลดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งมาอย่างต่อเนื่อง อาทิ

- โครงการพกถุงผ้า บอกลาถุงพลาสติก
- โครงการ BlueCup รักษ์โลก นำแก้วมาเอง รับส่วนลด 10 บาท ซึ่งมีลูกค้านำแก้วมาเองทั้งสิ้น 33,304 ใบ
- โครงการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้หลอดกระดาษ กล่องอาหารจากเยื่อธรรมชาติ ถุงพลาสติกหูหิ้วที่ความหนา 36 ไมครอน สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำเพื่อใส่อาหารได้ รวมทั้งบรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่สามารถนำไปรีไซเคิลหรือย่อยสลายได้ ปัจจุบันได้ดำเนินการแล้วร้อยละ 97.14 และอยู่ในระหว่างการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมกับคู่ค้า เพื่อดำเนินการส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 2.86
- โครงการ Knowledge Sharing เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจถึงการตระหนักถึงผลกระทบของสิ่งแวดล้อมผ่านสื่ออินโฟกราฟิกแก่พนักงานและลูกค้า








การประกาศเจตนารมณ์
THAILAND
NET ZERO 2065


S&P GO GREEN
BlueCup
Coffee


หลอดรักษ์โลก


BlueCup
รักษ์โลก
for Earth
นำแก้วมาเอง
ลด
10
บาท


แก้วพลาสติกเครื่องดื่มเย็น
แบบ Take Away
ทำจากพลาสติกประเภท PET
ที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้
ORGANIC MATCHA




S&P GO GREEN
BlueCup
Coffee



สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

การออกแบบและเลือกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567
สัดส่วนของบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (ร้อยละ)	44	61	43	54
สัดส่วนของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ (Recyclable) หรือใช้ประโยชน์ต่อได้ (ร้อยละ)	3	6	5	6
สัดส่วนของบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดเดียวที่สามารถนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ (ร้อยละ)	46	27	31	21
สัดส่วนของบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิด PLA/PBS ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (ร้อยละ)	0.3	0.3	0.3	0.3
สัดส่วนของบรรจุภัณฑ์จากพลาสติกหรือวัสดุอื่น (ร้อยละ)	6.7	5.7	20.7	18.7
รวมทั้งหมด (ร้อยละ)	100	100	100	100

โครงการที่สำคัญปี 2567

โครงการลดการใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษ

การปรับรูปแบบและลดการใช้วัสดุใช้แล้วทิ้งในกระบวนการลำเลียงและขนส่งสินค้า โดยเลือกใช้การปรับวิธีการจัดเรียงการใช้วัสดุที่สามารถใช้ซ้ำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และลดปริมาณของเสียให้กับสิ่งแวดล้อมในกระบวนการขนส่งสินค้า

วัตถุประสงค์

เพื่อลดการใช้บรรจุภัณฑ์หีบห่อสินค้าที่ไม่จำเป็นต่อการจัดเรียงหรือขนส่งสินค้า โดยยังคงรักษามาตรฐานการทำงาน อีกทั้งยังลดภาระการทำงานของพนักงานอีกด้วย มีรายละเอียดดังนี้

1 ยกเลิกการใช้แผ่นกระดาษลูกฟูกคั่นระหว่างการเรียงชั้นเค้กขนาด 1 และ 2 ปอนด์

Before



มีแผ่นกระดาษลูกฟูกรองแต่ละชั้น

After



มีแผ่นกระดาษลูกฟูกรองแต่ละชั้น

2 ยกเลิกการใช้กล่องลังกระดาษลูกฟูกในการขนส่งเค้กนุ่มไปยังต่างจังหวัด โดยเปลี่ยนมาใช้กล่องพลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ (Reuse)

Before



บรรจุกล่องเค้กนุ่มในลังลูกฟูกสำหรับขนส่ง

After



บรรจุกล่องเค้กนุ่มในตะกร้าพลาสติกสำหรับขนส่ง

3 ยกเลิกการใช้แผ่นกระดาษทับบนกระปุกคุกกี้เดลี่ขนาด 85 และ 120 กรัม ก่อนปิดฝากล่อง

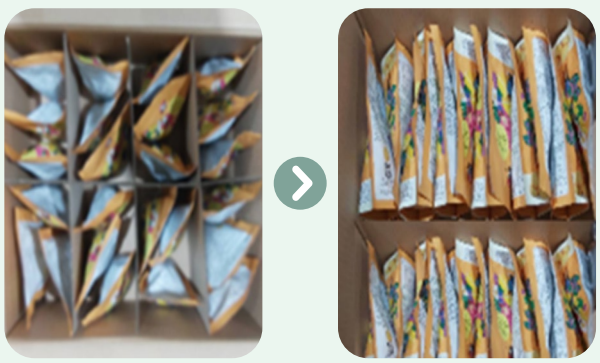


4 ลดขนาดกล่องลังกระดาษลูกฟูกให้เล็กลง จากการจัดเรียงซองคุกกี้ให้แน่นหนายิ่งขึ้นจึ่งสามารถลดพื้นที่ของบรรจุภัณฑ์หีบห่อได้อย่างมีนัยสำคัญ

การจัดเรียงซองคุกกี้คิดส์



การจัดเรียงซองคุกกี้คลาสสิก



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

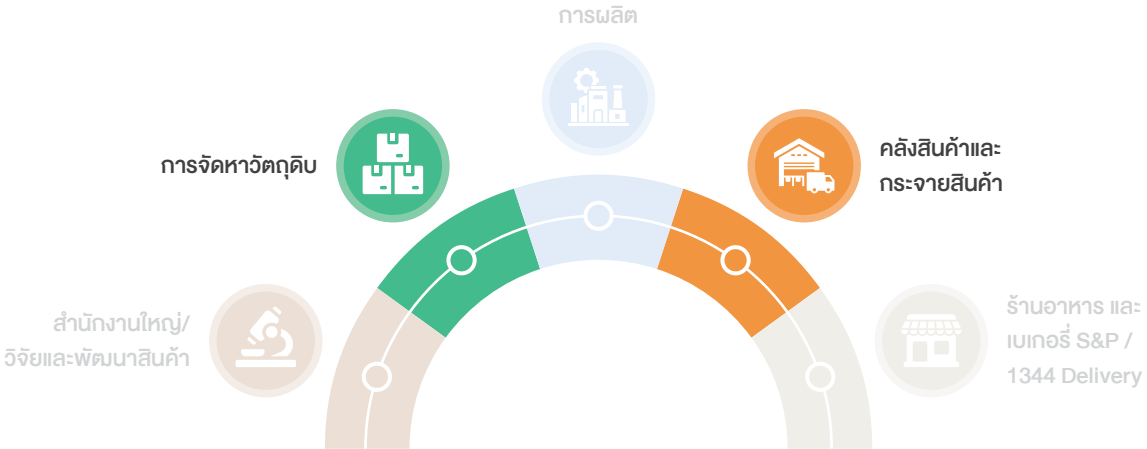
ลดค่าใช้จ่ายได้ 1,500,000 บาท/ปี

ด้านสิ่งแวดล้อม

ลดการใช้กระดาษลูกฟูกได้ 32 ตัน/ปี
ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้
0.64 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



การจัดการห่วงโซ่อุปทาน



เป้าหมายปี 2567

คู่ค้ากลุ่มวัตถุดิบ กลุ่ม OEM กลุ่มบรรจุภัณฑ์ ได้รับการประเมินผ่านระบบ SAP
ร้อยละ 100

คู่ค้ารายเดิมที่มีมูลค่าการซื้อเกินห้าแสนบาทต่อเดือน และคู่ค้ารายใหม่ ได้รับการประเมินด้าน ESG
ร้อยละ 100

คู่ค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด* ได้รับการตรวจประเมิน ณ สถานประกอบการ (On-Site Audit)
ร้อยละ 100

วัตถุดิบมีคุณภาพตรงตามมาตรฐานที่บริษัทฯกำหนด ทั้งด้านความปลอดภัยของอาหาร ความสมบูรณ์ อายุ ขนาดของวัตถุดิบ และการขนส่ง โดยวัตถุดิบทุกล็อตต้องได้รับการตรวจสอบคุณภาพและผ่านมาตรฐานความปลอดภัยก่อนนำไปผลิต
ร้อยละ 100

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

คู่ค้ากลุ่มวัตถุดิบ กลุ่ม OEM กลุ่มบรรจุภัณฑ์ ได้รับการประเมินผ่านระบบ SAP จำนวน 544 ราย คิดเป็น ร้อยละ 100

คู่ค้ารายเดิมที่มีมูลค่าการซื้อเกินห้าแสนบาทต่อเดือน ได้รับการประเมินด้าน ESG จำนวน 197 ราย และคู่ค้ารายใหม่ ได้รับการประเมินด้าน ESG จำนวน 38 ราย รวม 235 ราย คิดเป็นร้อยละ 100

คู่ค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด* ได้รับการตรวจประเมิน ณ สถานประกอบการ (On-Site Audit) จำนวน 30 ราย คิดเป็น ร้อยละ 100

วัตถุดิบมีคุณภาพตรงตามมาตรฐานที่บริษัทฯ กำหนด ทั้งด้านความปลอดภัยของอาหาร ความสมบูรณ์ อายุ ขนาดของวัตถุดิบ และการขนส่ง **โดยวัตถุดิบทุกล็อตต้องได้รับการตรวจสอบคุณภาพและผ่านมาตรฐานความปลอดภัยก่อนนำไปผลิต** ร้อยละ 100

หมายเหตุ: คู่ค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ

1) คู่ค้าที่มีมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าสูงสุด 20 อันดับแรก โดยมีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนในแต่ละปี

2) คู่ค้าที่มีการตรวจพบปัญหาทางด้านคุณภาพ ในกรณีที่ฝ่ายประกันคุณภาพตรวจพบปัญหาด้านคุณภาพระหว่างการส่งมอบสินค้า

3) คู่ค้ารายใหม่ที่ผ่านการคัดเลือกคุณภาพสินค้าหรือคู่ค้ารายใหม่ที่บริษัทฯ ว่าจ้างให้ผลิตสินค้า

ที่มาและความมุ่งมั่น

ก่อนการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้แก่ผู้บริโภคนั้น เอส แอนด์ พี มีกระบวนการจัดการที่ครอบคลุมตั้งแต่การจัดซื้อ การผลิต การจัดเก็บ การขนส่ง และการจัดจำหน่าย ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม ได้แก่ คู่ค้าวัตถุดิบ คู่ค้าบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การส่งมอบสินค้าจากกระบวนการผลิตไปสู่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขัน และเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและภาพลักษณ์ของบริษัท อาทิ ความเสี่ยงด้านต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบ ความเสี่ยงจากสินค้าเสียหายและการหยุดชะงักของภาคการผลิตอันเนื่องมาจากภัยธรรมชาติ ดังนั้น เอส แอนด์ พี ในฐานะผู้ผลิตและผู้ให้บริการด้านอาหารและเบเกอรี่ที่มีสาขาทั่วประเทศ จึงให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เริ่มตั้งแต่กระบวนการจัดหาอย่างรับผิดชอบ ด้วยการคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีระบบตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบ รวมถึงการบ่งชี้และการตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า บริษัทฯ จึงสนับสนุนการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นความปลอดภัยของวัตถุดิบ รวมทั้งการเพิ่มโอกาส ลดความเสี่ยง และส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพคู่ค้าทุกกลุ่ม คำนึงถึงประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาลตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

เอส แอนด์ พี มุ่งมั่นคัดสรรวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตจากแหล่งผลิตที่มีมาตรฐาน ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ รวมทั้งคำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตามหลักการห่วงโซ่ความรับผิดชอบ (Responsible Supply Chain) และปฏิบัติตามจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ (S&P Code of Conduct for Business Partner) ของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด มีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ตลอดห่วงโซ่การผลิตทั้งแบบ Forward (Raw material → Finished product) และ Backward (Finished product → Raw material) นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายสนับสนุนคู่ค้าที่จ้างงานอย่างเป็นธรรม ดำเนินงานตามมาตรฐานสุขภาพและความปลอดภัย มีการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม ด้วยการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของคู่ค้า มีการจัดจ้างโดยรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องตามหลักสิทธิมนุษยชน เช่น การไม่เลือกปฏิบัติ มีความเสมอภาค ไม่ใช้แรงงานเด็ก แรงงานบังคับ แรงงานผิดกฎหมาย และหลีกเลี่ยงการทำงานล่วงเวลา และคำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่า ด้วยการบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด อาทิ การลดใช้สารเคมีในกระบวนการเพาะปลูก ช่วยลดการปนเปื้อนของสารเคมีในระบบนิเวศ การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดการใช้พลังงานและทรัพยากรสิ้นเปลือง อันส่งผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างความสมดุลของระบบนิเวศ นอกจากนี้ ยังมุ่งมั่นคัดสรรวัตถุดิบจากเกษตรกรโดยตรง สร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่คนในสังคมส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น สร้างรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของชุมชน อีกทั้งสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์คุณภาพดีที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ทั้งนี้หากบริษัทฯ ขาดนโยบายการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม อาจส่งผลต่อคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า และความมั่นใจของผู้บริโภค อาทิ การผลิตสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน ไม่สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาได้ เนื่องจากขาดการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน

แนวทางการดำเนินงาน

1. นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่และนโยบายการจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบเพื่อเป็นกรอบการทำงานมุ่งส่งเสริมความยั่งยืนและรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งในการเสริมสร้างคุณภาพชีวิต สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนสังคม ผ่านการรับซื้อวัตถุดิบจากชุมชน อาทิ เผือกหอม ผักโขม มะม่วงน้ำดอกไม้ และการมีส่วนร่วมในการปกป้องสิ่งแวดล้อมและการลดปริมาณการปล่อยมลพิษทางอากาศ โดยบริษัทฯ มีการสื่อสารนโยบายต่างๆ รวมทั้งจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจแก่คู่ค้าทุกราย ดังนี้

สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
www.snpfood.com

2. จรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัทฯ ส่งเสริมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ (S&P Code of Conduct for Business Partner) ตลอดห่วงโซ่อุปทานในทุกอุตสาหกรรม ผ่านแนวปฏิบัติ 14 แนวทาง ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล เช่น การปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง การกำจัดของเสียอย่างเคร่งครัด การรักษาระบบนิเวศและการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด อาทิ ทรัพยากรน้ำ การปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเท่าเทียม การจ่ายค่าจ้างและการจัดชั่วโมงการทำงานอย่างเหมาะสม การไม่ใช้แรงงานเด็ก และการบังคับใช้แรงงาน เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ ดำเนินการสื่อสารจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจไปยังคู่ค้าครบทุกราย **โดยในปี 2567 บริษัทฯ สื่อสารจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจไปยังคู่ค้ารายใหม่ครบร้อยละ 100 ผ่านการจัดทำคู่มือความรู้ พร้อมทั้งทบทวนและตรวจสอบการดำเนินงานของคู่ค้า**

ศึกษาจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจได้ที่
www.snpfood.com

กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน



บริษัทฯ กำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นกรอบในการดำเนินงาน และเพื่อการบริหารจัดการคู่ค้าให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิผล ตลอดจนเพื่อเพิ่มผลกำไรของบริษัท และสร้างความตระหนักของคู่ค้าเกี่ยวกับความยั่งยืน ในขณะเดียวกันจะเป็นการสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้าด้วยเช่นกัน สำหรับกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานครอบคลุม 5 เรื่อง ประกอบด้วย

1. **การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ** เพื่อเสริมสร้างคุณค่าและพัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐาน
2. **การประหยัดต้นทุน** โดยการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อควบคุมต้นทุนการผลิต จัดซื้อจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ภายในระยะเวลาที่เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทฯ
3. **การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม** โดยจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บริหารจัดการความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานและแนวทางการรับมือเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมทั้งกระบวนการขนส่งวัตถุดิบ อันก่อให้เกิดการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน
4. **การกำกับดูแล** ด้วยการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพคู่ค้าในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ ได้แก่ การดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส การดูแลเรื่องสิทธิมนุษยชน และการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม
5. **การส่งเสริมและร่วมพัฒนาคู่ค้า** โดยการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ วางแผนการดำเนินงาน และพัฒนาผลิตภัณฑ์/วัตถุดิบ รวมทั้งส่งเสริมการดำเนินงานที่ลดผลกระทบเชิงลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน



1. สรรหาและคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ โดยสื่อสารความต้องการและความคาดหวัง และนำหลักเกณฑ์ด้านความยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของการพิจารณา

บริษัทฯ กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ครอบคลุมด้านการกำกับดูแลกิจการ สิ่งแวดล้อม และหลักสิทธิมนุษยชน พร้อมสื่อสารแก่ผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ สังคมและชุมชน บนเว็บไซต์ของบริษัท รวมถึงกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพและคุณสมบัติในการคัดเลือกคู่ค้า โดยคู่ค้ารายใดไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน บริษัทฯ จะไม่ถูกบันทึกขึ้นในทะเบียนผู้ขายของบริษัท Approve Vender List (AVL) นอกจากนี้ คู่ค้าจะได้รับการสื่อสารเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังขององค์กรตามหลักจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ (S&P Code of Conduct for Business Partner) โดยบริษัทฯ มีการทบทวนแนวปฏิบัติในการจัดซื้อจัดหาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าสอดคล้องกับข้อกำหนดด้าน ESG และครอบคลุมประเด็นสำคัญ

2. บริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืนแก่คู่ค้า ด้วยการตรวจประเมินเบื้องต้น (Supplier Screening)

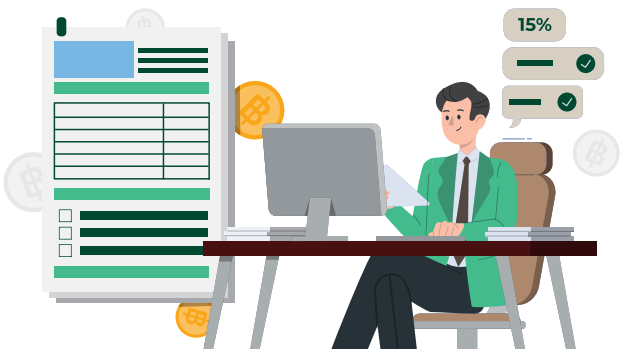
บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า ครอบคลุมด้าน ESG กำหนดให้คู่ค้ารายใหม่นำส่งเอกสารรับรองคุณภาพและได้รับเอกสารรับรองจากบริษัท เพื่อทำการรับรองก่อนการซื้อขาย และเป็นการคัดกรองเบื้องต้น อันเป็นการลดความเสี่ยงของบริษัทฯ จากนั้นคู่ค้าจะต้องจัดส่งตัวอย่างสินค้าเพื่อให้ทีมวิจัยและพัฒนา ทำการตรวจสอบควบคู่ไปกับการพิจารณาราคาสินค้า โดยเมื่อผ่านการพิจารณาแล้ว บริษัทฯ จะนำส่งแบบประเมินตนเอง ครอบคลุมด้าน ESG เพื่อดำเนินการ มีหัวข้อการประเมิน อาทิ

- **ด้านการกำกับดูแลกิจการ** : มีระบบการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) มีคู่มือจรรยาบรรณทางธุรกิจสำหรับคู่ค้า มีระบบการจัดการคุณภาพตรงตามมาตรฐานสากล
- **ด้านสังคม** : มีการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล มีนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน และมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน
- **ด้านสิ่งแวดล้อม** : มีมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมระดับสากล มีเป้าหมายและโครงการเพื่อลดการใช้พลังงาน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีโปรแกรมตรวจประเมินด้านสิ่งแวดล้อม

3. ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพคู่ค้าและสร้างความสัมพันธ์อันดี

บริษัทฯ ดำเนินโครงการ S&P Growing Together เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในการพัฒนาวัตถุดิบให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น รวมถึงมาตรฐานในกระบวนการผลิต อันเป็นการยกระดับศักยภาพด้านความยั่งยืนของคู่ค้า โดยการลงพื้นที่เยี่ยมชมสถานประกอบการของคู่ค้า เพื่อได้เห็นกระบวนการทำงานจริง และนำองค์ความรู้จากทีมงานบริษัทฯ และคู่ค้า หารือ ทดลอง และพัฒนาวัตถุดิบร่วมกัน นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวด้วย

แนวปฏิบัติในการจัดซื้อจัดหาอย่างยั่งยืน



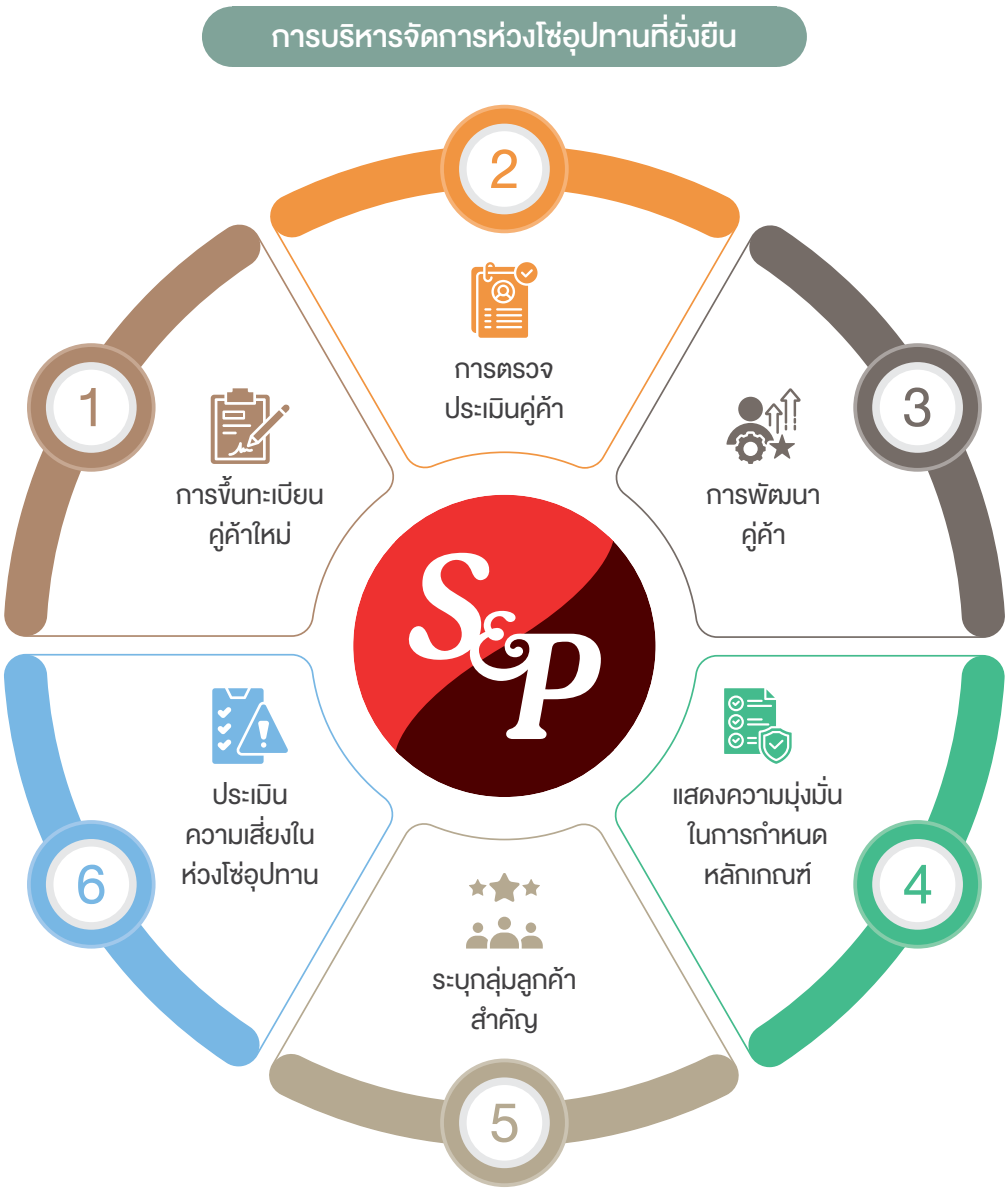
บริษัทฯ มีหลักเกณฑ์การประเมินและคัดเลือกคู่ค้า (Audit Protocol) ดังนี้

การบริหารจัดการคู่ค้า (Vendor Management)

คู่ค้า นับเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เป็นหนึ่งในห่วงโซ่อุปทานที่สำคัญมากของบริษัทฯ เนื่องจากมีส่วนสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ตลอดจนตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค อีกทั้งลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าเสมอมา รวมถึงให้การสนับสนุน พัฒนา และส่งเสริมศักยภาพในการดำเนินงานของคู่ค้าให้เติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ อย่างยั่งยืน โดยได้เชื่อมโยงแนวทางการบริหาร ตามแนวทาง ESG เข้ามาในกระบวนการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยบริษัทฯ มีการกำหนดประเด็นสังคมและหรือสิ่งแวดล้อมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในเกณฑ์คัดเลือกคู่ค้าในการจัดซื้อจัดจ้าง (Current approved vendor)

1. คู่ค้ารายใหม่

บริษัทฯ มีหลักเกณฑ์การจัดหาคู่ค้ารายใหม่ (New Approved Vendor) ด้วยความโปร่งใส โดยให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของวัตถุดิบและสินค้า ประกอบกับการพิจารณาหลักฐานการดำเนินกิจการที่ถูกต้องตามกฎหมาย รวมถึงต้องดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ครอบคลุมแนวทาง ESG นอกจากนี้ คู่ค้าของบริษัทฯ จะต้องยอมรับในจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ (S&P Code of Conduct for Business Partner) ของบริษัทฯ เพื่อตอบสนองตามนโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับคำมั่นสัญญาของบริษัทฯ “Healthier Family, Happier World” โดยมีกระบวนการดังนี้



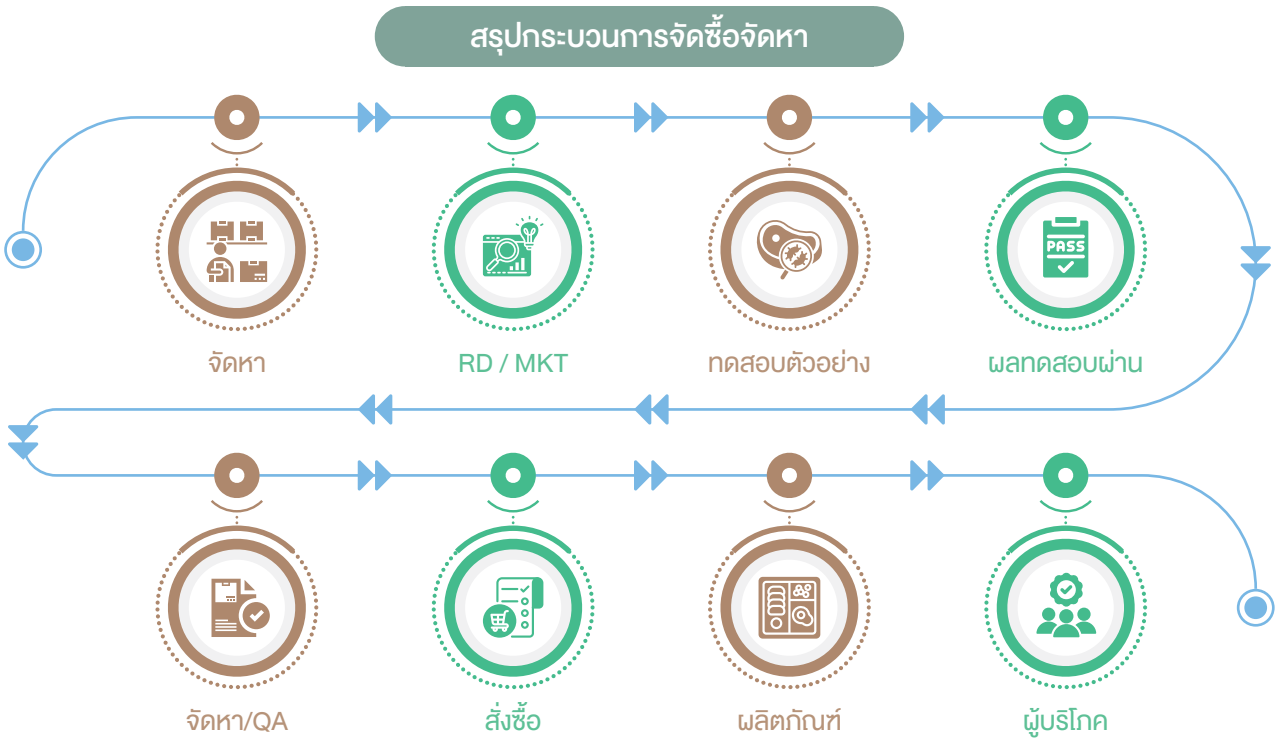
การพิจารณาคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ให้สอดคล้องต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัทฯ นอกจากการคัดเลือกคู่ค้าที่ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับแล้ว บริษัทฯ ยังพิจารณาถึงคุณภาพสินค้า ความปลอดภัยของพนักงาน รวมทั้งการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของคู่ค้า

บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม รวมถึงด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นเกณฑ์สำคัญในการประเมินศักยภาพคู่ค้าในการจัดซื้อจัดจ้าง ทั้งในระบบทะเบียนคู่ค้าของบริษัทฯ รวมถึงการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่

โดยมุ่งบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้ากับการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ในทุกขั้นตอน โดยสื่อสารให้คู่ค้ารับทราบนโยบายและความคาดหวังของบริษัทฯ พร้อมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพและคุณสมบัติในการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ ครอบคลุมประเด็นสำคัญดังนี้



1. คู่ค้าจัดส่งตัวอย่างสินค้ามาให้บริษัทฯ ทดสอบและประเมินด้านคุณภาพ คุณสมบัติ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ โดยการพิจารณาร่วมกันระหว่างหน่วยงานจัดซื้อจัดหา หน่วยงานวิจัยและพัฒนา หน่วยงานการตลาด และหน่วยงานขาย
2. คู่ค้าที่ผ่านการประเมินคัดเลือกด้านคุณภาพของบริษัทฯ นำเสนอราคาสินค้า เพื่อให้บริษัทประเมินความสามารถในการผลิตและการบริหารต้นทุนที่เหมาะสม
3. คู่ค้าที่ผ่านการประเมินคัดเลือกด้านการบริหารต้นทุน จะต้องผ่านการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าในด้านการจัดการเชิงคุณภาพ ความปลอดภัย ความสามารถการขนส่งและส่งมอบสินค้าและบริการ รวมถึงความเสี่ยงด้าน ESG ในรูปแบบการประเมินตนเอง ผ่านแบบสอบถาม (Self-Assessment Questionnaire : SAQ)
4. คู่ค้าที่มีมูลค่าการซื้อ-ขายสูง จะต้องผ่านการตรวจประเมิน ณ สถานประกอบการ (On-Site Audit) โดยหน่วยงานประกันคุณภาพจัดซื้อ และหน่วยงานประกันคุณภาพส่วนการผลิตของบริษัทฯ
5. คู่ค้าที่ผ่านการประเมินครบทุกด้าน ที่มีคะแนนการประเมิน 60% ขึ้นไป ลงนามยอมรับ “จรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ (S&P Code of Conduct for Business Partner)” เพื่อเป็นมาตรฐานแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน และจะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ขายรายใหม่ Approve Vender List (AVL) ของบริษัทฯ



ในปี 2567 มีคู่ค้ารายใหม่ 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 7 ของคู่ค้าทั้งหมด ได้รับการพิจารณาคัดเลือกโดยใช้หลักเกณฑ์ที่ผนวกแนวทางด้านความยั่งยืน ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

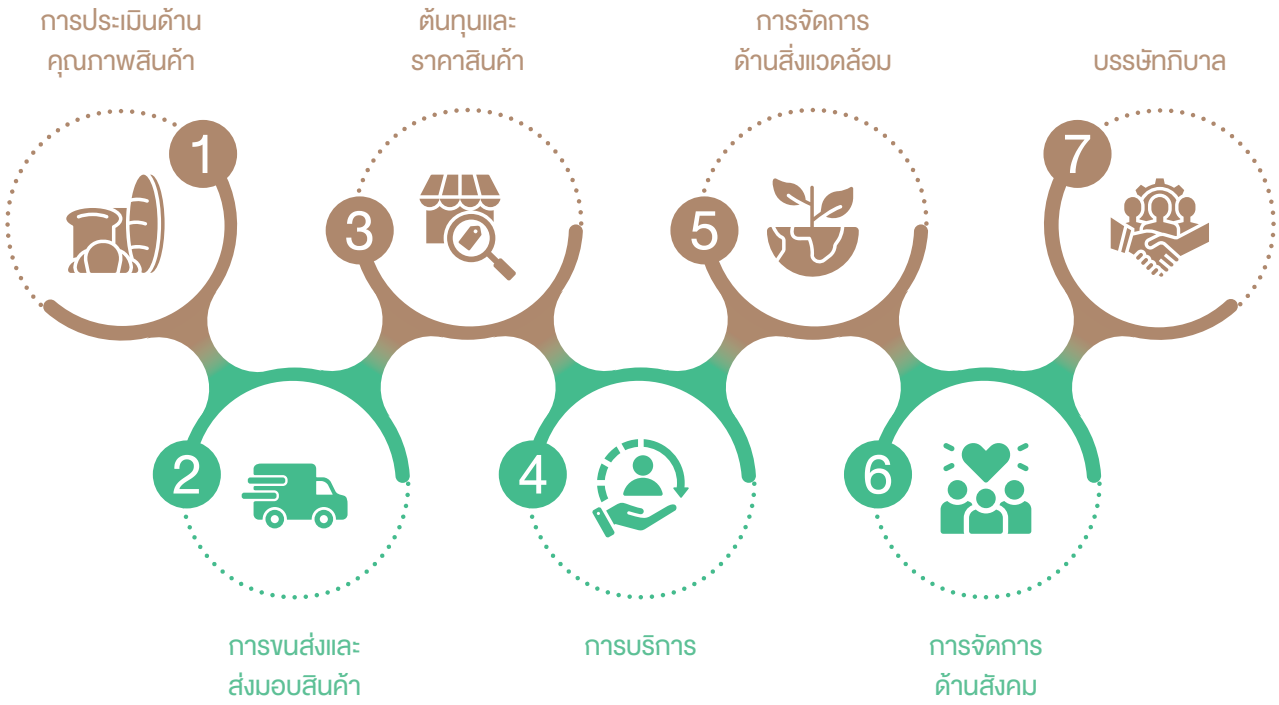
2. คู่ค้ารายปัจจุบัน

บริษัทฯ มีหลักเกณฑ์การพิจารณาเพื่อประเมินคู่ค้ารายปัจจุบัน (Current approved vendor) กลุ่มคู่ค้า วัตถุดิบ OEM และ บรรจุภัณฑ์ จาก **คุณภาพของสินค้า ปัจจัยความเสี่ยง** และ **ผลการดำเนินงาน** รวมถึง**มีการประเมินด้าน** ESG ที่ครอบคลุมประเด็นสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. **การประเมินคุณภาพคู่ค้าประจำปี** โดยการสรุปข้อมูลผลการดำเนินงานผ่านระบบ SAP ด้านคุณภาพที่หน่วยงานประกันคุณภาพบันทึกไว้ทุกครั้งหลังการตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้าและรับมอบวัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์ ก่อนเข้าคลังสินค้า ประกอบกับการประเมินจากฝ่ายประกันคุณภาพ (QA) ของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งมีหน้าที่ตรวจสอบสินค้าเพื่อทวนสอบซึ่งกันและกัน ก่อนนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ ร่วมกับข้อมูลด้านการจัดส่งและบริการ

ส่วนการจัดซื้อ-จัดหา	• ตรวจสอบเอกสารมาตรฐานวัตถุดิบ และตรวจประเมินคู่ค้าด้าน ESG เพื่อพัฒนาคู่ค้าประจำปีทั้งก่อนและหลังการจัดซื้อ • ตรวจเอกสารด้านคุณภาพของวัตถุดิบจากคู่ค้า
ส่วนคลังสินค้า และโรงงาน	• ตรวจสอบคุณภาพ และมาตรฐานวัตถุดิบ ก่อนรับวัตถุดิบเข้าคลัง • ตรวจมาตรฐานคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ในสายการผลิต ก่อนส่งออกจากโรงงาน สู่ร้าน S&P
ส่วนปฏิบัติการสาขา	• ตรวจสอบคุณภาพและอายุสินค้า ณ ร้าน S&P ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

2. **การประเมินคู่ค้าที่มีความเสี่ยงต่ำ** บริษัทฯ กำหนดให้มีการประเมินด้านการจัดการเชิงคุณภาพ ESG ประจำปี ในรูปแบบการประเมินตนเองผ่านแบบสอบถาม (Self-Assessment Questionnaire : SAQ) ซึ่งประกอบด้วยการประเมิน 7 ด้าน



3. **การประเมินคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง** โดยคู่ค้าที่มีผลการดำเนินงานผ่านระบบ SAP ในระดับ D หรือ อยู่ในเกณฑ์ “ควรปรับปรุง” บริษัทฯ จะทำหนังสือชี้แจงผลการประเมินให้คู่ค้าทราบ เพื่อให้คู่ค้าดำเนินการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้รับจากการประเมิน โดยเฉพาะคู่ค้าที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินด้านคุณภาพ บริษัทฯ จะมีการลงพื้นที่ตรวจประเมิน ณ สถานประกอบการ (On-Site Audit) โดยจัดทำเป็นแผนประจำปีในการตรวจประเมินคู่ค้า ด้านสถานที่ผลิต กระบวนการผลิต การจัดการคุณภาพสินค้า และการขนส่ง เพื่อพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าให้ดีขึ้นต่อไป

4. **การประเมินคู่ค้า ณ สถานประกอบการ** (On-site Audit) **ประจำปี** โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้า ดังนี้

   1) คู่ค้าที่มีมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าสูงสุด 20 อันดับแรก โดยมีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนในแต่ละปี

   2) คู่ค้าที่มีการตรวจพบปัญหาทางด้านคุณภาพ ในกรณีที่ฝ่ายประกันคุณภาพตรวจพบปัญหาด้านคุณภาพสินค้าระหว่างการส่งมอบสินค้าเข้าคลังสินค้าและโรงงาน

   3) คู่ค้ารายใหม่ที่ผ่านการคัดเลือกคุณภาพสินค้าหรือคู่ค้ารายใหม่ที่บริษัทฯ ว่าจ้างให้ผลิตสินค้า รวมถึงคู่ค้าOEM บางกลุ่มที่ต้องติดตามและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

   4) คู่ค้าที่ต้องได้รับการตรวจประเมินนโยบายด้าน ESG ในรอบปี 2567 มีจำนวน 235 ราย ได้แก่ คู่ค้ารายใหม่ 38 ราย และคู่ค้ารายปัจจุบันที่มีมูลค่าซื้อเกินห้าแสนบาทต่อเดือน 197 ราย

ทั้งนี้ ต้องมีการจัดทำแผนงานการสุ่มตรวจประเมินคุณภาพของคู่ค้าร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานปฏิบัติการสาขา โรงงานผลิตเบเกอรี่ โรงงานผลิตอาหาร หน่วยงานจัดซื้อ-จัดหา และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง **ในปี 2567 ผลการตรวจประเมินคู่ค้าไม่พบประเด็นที่ผิดปกติ และไม่พบความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยของอาหาร และวัตถุดิบ** (Food Safety) **อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีแผนการปรับปรุงเกณฑ์การประเมินการคัดเลือกคู่ค้า** โดยเพิ่มเติมเกณฑ์การพิจารณาที่ครอบคลุมรายละเอียดประเด็นด้าน ESG ในเชิงลึกเพิ่มขึ้น และปรับปรุงรายละเอียดการประเมินแยกตามกลุ่มความเสี่ยงของวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และสินค้ารับจ้างผลิต (OEM) เพื่อคัดสรรคู่ค้าที่มีความสามารถและมีศักยภาพตามแนวทางการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

การประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า (Vendor Risk Assessment)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนาคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานโดยเฉพาะคู่ค้าสำคัญ เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเสี่ยงในการละเมิดกฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งสนับสนุนประสิทธิภาพการทำงานของคู่ค้าและผู้รับเหมาให้ดียิ่งขึ้นและเป็นไปตามมาตรฐานของบริษัทฯ อาทิ การสนับสนุนให้คู่ค้าส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการโดยมีการพัฒนากระบวนการดำเนินธุรกิจได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล เช่น ISO14001 ISO9001 ISO17025 OSHA18000 GHPs และ HACCP เป็นต้น



ประเภทคู่ค้า	จำนวน (ราย)	จำนวนคู่ค้าที่ผ่านการตรวจประเมิน (ราย)	
		Self-Assessment	Onsite Audit
วัตถุดิบและOEM	410	101	24
บรรจุภัณฑ์	134	22	6
รวม	544	123	30

นอกจากนี้ ยังได้กำหนดเกณฑ์ประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าครอบคลุมประเด็นความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับและพัฒนาคู่ค้า โดยบริษัทฯ ระบุประเด็นความเสี่ยง วิเคราะห์ความเสี่ยง การจัดลำดับความเสี่ยงโดยการประเมินโอกาสของเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้

เกณฑ์การประเมินความเสี่ยงและการจัดระดับคู่ค้า แบ่งตามคะแนน		
ระดับคู่ค้า (เกรด)	คะแนนประเมิน	การแปลผล
A	90 - 100	ผ่าน ระดับดีมาก
B	80 - 89	ผ่าน ระดับดี
C	60 - 79	ผ่าน ระดับพอใช้
D	น้อยกว่า 60	ควรปรับปรุง

*ในกรณีคู่ค้าได้ผลการตรวจประเมินในระดับ D จะถูกจัดอยู่ในกลุ่มคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง บริษัทฯ จะร่วมพัฒนาและปรับปรุงระบบงาน เพื่อยกระดับผลประเมินคู่ค้าให้เป็นคู่ค้าทางธุรกิจที่ดีต่อไป

การวิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาสของการบริหารห่วงโซ่อุปทาน และการบริหารจัดการคู่ค้า

การบริหารห่วงโซ่อุปทาน:

	ด้านสิ่งแวดล้อม	ด้านสังคม	ด้านบรรษัทภิบาล
ความเสี่ยง	กระบวนการขนส่งก่อให้เกิดมลภาวะทางอากาศ และเกิดภาวะโลกร้อนจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานขององค์กร	การใช้แรงงานถูกต้องตามกฎหมายของบริษัทคู่ค้าและชุมชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเคารพสิทธิมนุษยชน	วัตถุดิบเฉพาะS&P ขาดแคลนชั่วคราว เกิดการหยุดชะงักในกระบวนการผลิต
โอกาส	การจัดการลดมลภาวะและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน ด้วยการติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์และการใช้รถไฟฟ้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	สนับสนุนคู่ค้าที่มีการดำเนินการตามหลักสิทธิมนุษยชน และสนับสนุนผลผลิตจากชุมชนท้องถิ่น ช่วยสร้างรายได้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน	จัดหาแหล่งวัตถุดิบสำรองที่มีคุณภาพ สามารถทำธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง
แนวทางบริหารจัดการ	• การบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้ากับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ การจัดหาวัตถุดิบที่ยั่งยืน เข้าสู่กระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน การขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการจัดการผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุการใช้งาน รวมทั้งมุ่งลดของเสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน		
เป้าหมายที่ท้าทายของการบริหารห่วงโซ่อุปทาน	• การจัดหาอย่างรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทาน สนับสนุนคู่ค้าให้เกิดการสร้างนวัตกรรมในกระบวนการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและช่วยลดต้นทุน • สร้างความปลอดภัยทั้งสินค้าและบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Security) • มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ที่ช่วยสร้างความมั่นใจแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภค		

การบริหารจัดการคู่ค้า:

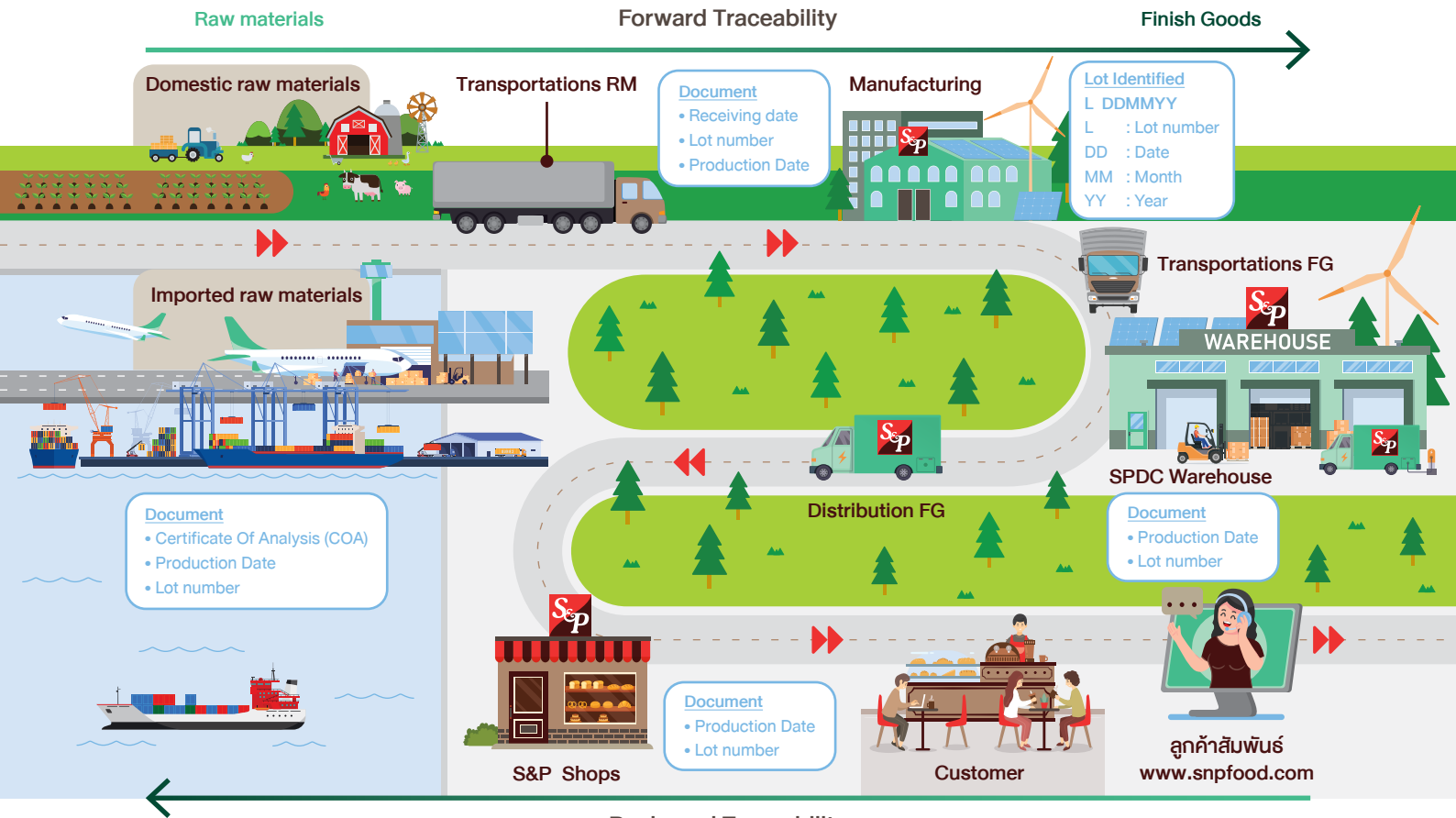
	ด้านสิ่งแวดล้อม	ด้านสังคม	ด้านบรรษัทภิบาล
ความเสี่ยง	มลภาวะจากการดำเนินงานของคู่ค้า	บริษัทฯ อาจโดนต่อต้านเนื่องจากสนับสนุนคู่ค้าที่มีปัญหาด้าน ESG	มาตรฐานคุณภาพอาจไม่สม่ำเสมอ ส่งผลถึงคุณภาพสินค้าของ เอส แอนด์ พี
โอกาส	ปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดมลภาวะ	การคัดกรองและพัฒนาคู่ค้าจะช่วยเพิ่มความมั่นใจและสร้างมาตรฐานการทำงานเพื่อความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าและผู้บริโภค	การคัดกรองและพัฒนาคู่ค้าจะช่วยยกระดับคุณภาพมาตรฐานของคู่ค้าและบริษัท

การบริหารจัดการคู่ค้า:	ด้านสิ่งแวดล้อม	ด้านสังคม	ด้านบรรษัทภิบาล
แนวทางบริหารจัดการ	• จัดทำจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ที่ครอบคลุมประเด็นสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อแสดงความมุ่งมั่นในการสนับสนุนให้คู่ค้ามีการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน		
เป้าหมายที่ท้าทายของการบริหารห่วงโซ่อุปทาน	• การพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าภายในประเทศ โดยให้ความสำคัญกับคู่ค้าที่มียอดซื้อสูง คู่ค้าที่เป็นเกษตรกรท้องถิ่น และคู่ค้ารายย่อย อาทิ การให้ความรู้ด้านความยั่งยืนแก่คู่ค้า และการดำเนินโครงการด้านความยั่งยืนต่างๆ ร่วมกัน • ลดความเสี่ยงจากคู่ค้าที่มีวัตถุดิบจำกัด ความล่าช้าจากการขนส่งสินค้า อันก่อให้การหยุดชะงักทางธุรกิจ • ร่วมพัฒนาธุรกิจให้แข็งแกร่ง		

กระบวนการตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบ (Traceability System)

S&P Traceability System

Forward Traceability คือ
การตรวจสอบย้อนกลับไปข้างหน้า – การตรวจสอบย้อนกลับจากวัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตไปยัง ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป



Backward Traceability คือ
การตรวจสอบย้อนกลับย้อนหลัง – การตรวจสอบย้อนกลับกระบวนการผลิตจากผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปไปยังวัตถุดิบและแหล่งที่มา

ระบบการตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบในกระบวนการผลิตอาหารและเบเกอรี่ของ S&P (Traceability System)

1. ขั้นตอนการบันทึกข้อมูลวัตถุดิบ (Raw Material Identification & Recording)

- โรงงานผลิตจะบันทึกแหล่งที่มาของวัตถุดิบ เช่น ฟาร์ม โรงงานแปรรูป หรือผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ โดยการบันทึกหมายเลขล็อต (Lot Number) ของวัตถุดิบที่รับเข้า
- ตรวจสอบและจัดเก็บเอกสารเกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัย เช่น ใบรับรอง COA, GAP, เอกสารรับรองระบบคุณภาพ GHPs /HACCP/ISO22000 หรือ FSSC22000
- ทำการชี้บ่งล็อตวันที่รับเข้าวัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์ก่อนที่จัดเก็บในคลังสินค้า

2. ขั้นตอนการบันทึกกระบวนการผลิต (Processing & Production Recording)

- บันทึกข้อมูลการนำวัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์มาใช้การแปรรูป เช่น วันที่รับเข้าของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต อุณหภูมิ ปริมาณสูตร ส่วนประกอบ การควบคุมกระบวนการผลิต และการตรวจสอบคุณภาพ
- ทำการชี้บ่งระบุหมายเลขล็อตของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่ผลิตได้เพื่อเชื่อมโยงกับล็อตของวัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้

3. ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control & Testing)

- ห้องปฏิบัติการทดสอบจะตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลิตสินค้า เช่น การทดสอบสารเคมี จุลินทรีย์ หรือการปนเปื้อน
- จัดทำบันทึกผลรายงานการตรวจสอบและเก็บตัวอย่างผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอ้างอิงทุกล็อตที่ผลิต สำหรับตรวจสอบกรณีที่พบปัญหาภายหลังการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

4. ขั้นตอนการชี้บ่งการบรรจุภัณฑ์และการติดฉลาก (Packaging & Labeling)

- โรงงานผลิตชี้บ่งระบุวันผลิต (MFG) และวันหมดอายุ (EXP) ของผลิตภัณฑ์ทุกล็อตการผลิตและพิมพ์บาร์โค้ด หรือ QR Code บนบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับที่มาได้

5. ขั้นตอนการจัดจำหน่ายและการขนส่ง (Distribution & Logistics Tracking)

- บันทึกข้อมูลการโหลดสินค้าและรายละเอียดเกี่ยวกับการตรวจสภาพรถขนส่ง อุณหภูมิรถขนส่งก่อน/หลังโหลด และบันทึกอุณหภูมิระหว่างขนส่งด้วย Data logger จนถึงคลังสินค้า S&P
- คลังสินค้า S&P บันทึกรายละเอียดกระบวนการขนส่ง เส้นทางสายรถการขนส่ง อุณหภูมิรถขนส่ง และสถานที่จัดส่งสินค้า-จำหน่าย
- รถขนส่งทุกคันที่ขนส่งจะมีระบบ GPS เพื่อตรวจสอบเส้นทางการขนส่งและสภาพแวดล้อมระหว่างขนส่ง (บันทึกอุณหภูมิระหว่างการขนส่งด้วย Data logger จนถึงร้าน S&P)
- เก็บบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับร้านสาขา ลูกค้า ผู้ค้าปลีกที่รับสินค้า

6. การติดตามย้อนกลับและการเรียกคืน-ถอนคืนสินค้า (Traceback & Recall - Withdrawal Management)

- หากลูกค้าหรือผู้บริโภคพบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพหรือความปลอดภัยของอาหาร สามารถใช้ข้อมูล Traceability เพื่อติดตามย้อนกลับไปยังแหล่งที่มา (แจ้งข้อมูลผ่านแผนกลูกค้าสัมพันธ์)
- การซ้อมแผนการสอบย้อนกลับและการเรียกคืน-ถอนคืนสินค้า จะทำทั้ง 2 รูปแบบ คือ Forward Traceability & Backward Traceability
- บริษัทฯ มีการจัดทำระเบียบปฏิบัติมาตรการเรียกคืนสินค้า (Product Recall) และสอบย้อนกลับได้อย่างรวดเร็วภายใน 24 ชั่วโมง (ด้านความปลอดภัยอาหาร) เพื่อป้องกันความเสียหายต่อผู้บริโภค
- บริษัทฯ จะนำปัญหามาทำการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา พร้อมทั้งกำหนดแนวทางการแก้ไขและปรับปรุงระบบเพื่อลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นซ้ำในอนาคต
- กรณีวัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์ที่ส่งตรงสู่หน้าร้าน S&P ทางพนักงานจะบันทึกล็อต วันที่ผลิต เพื่อใช้ในการสอบย้อนกลับข้อมูลเมื่อพบปัญหา

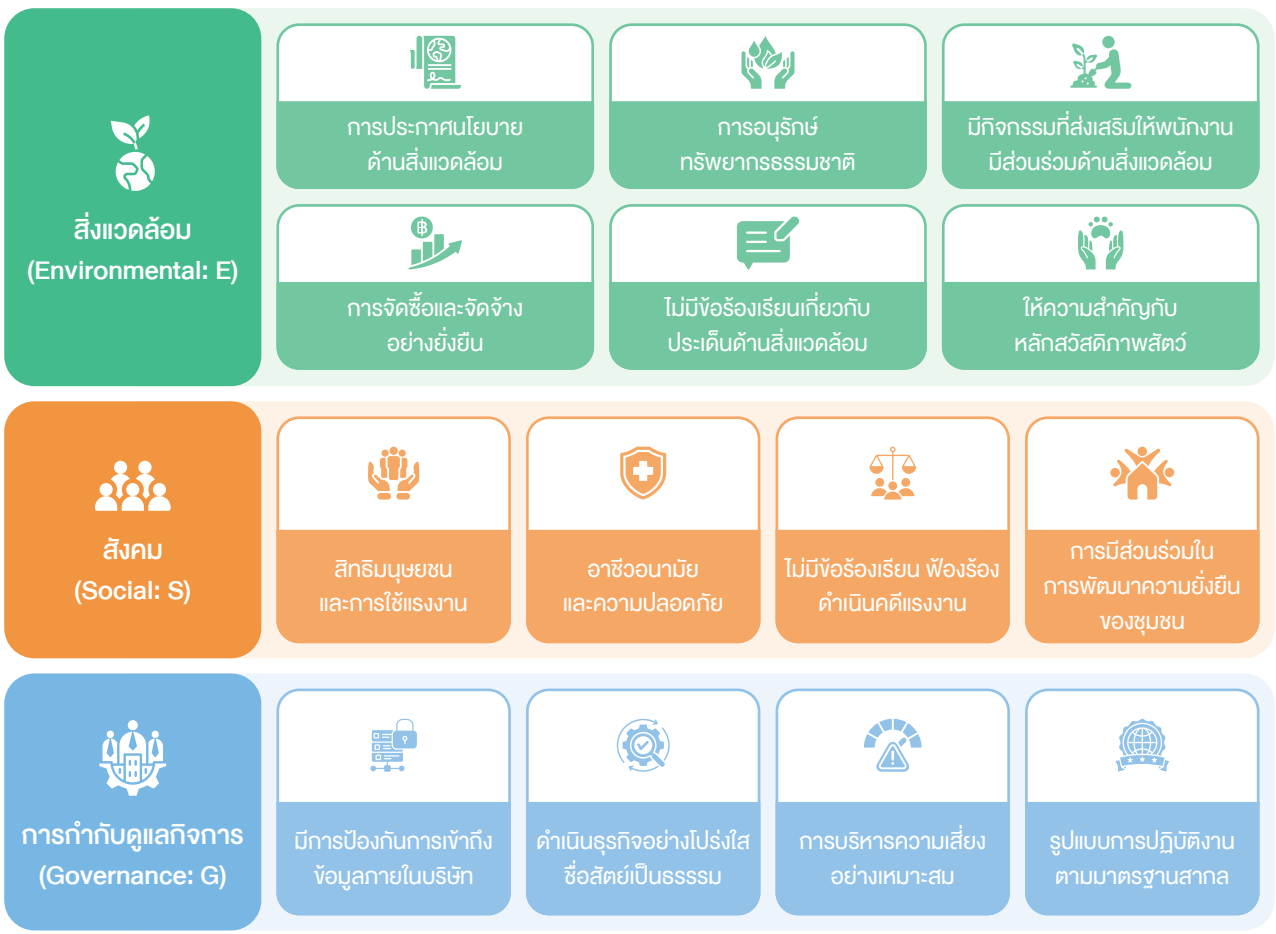
การรับรองมาตรฐานการผลิตด้านคุณภาพและความปลอดภัย

บริษัทฯ ตระหนักถึงคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญสูงสุด ในขั้นตอนการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ หลังจากผ่านการพิจารณาคุณภาพวัตถุดิบจากคู่ค้าแล้ว ทีมจัดซื้อจะดำเนินการขอใบรับรองมาตรฐาน ผลทดสอบจากห้องปฏิบัติการ (Lab Results) ทั้งทางกายภาพ และชีวภาพของวัตถุดิบ เพื่อประกอบการจัดทำข้อตกลงการซื้อขาย รวมทั้งจัดทำเอกสารบันทึกคุณภาพวัตถุดิบ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพวัตถุดิบตั้งแต่ต้นทาง สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงต้นทางการผลิต อันเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการคัดสรรวัตถุดิบประเภทสัตว์ทะเลจากคู่ค้า โดยมีสัดส่วนอาหารทะเลคิดเป็น 42% ของอาหารทั้งหมด ทั้งนี้ ในการคัดสรรวัตถุดิบดังกล่าว บริษัทฯ ได้มีการขอใบรับรองตามมาตรฐานจากคู่ค้า อาทิ ใบอนุญาตินำเข้าสัตว์น้ำ ใบรับรองการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ASC CoC Certificate การรับรองมาตรฐาน ISO 22000 เป็นต้น ทั้งนี้จะอธิบายเพิ่มเติมในบท ความมั่นใจของลูกค้าด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยของอาหารแก่ผู้บริโภค รวมทั้งสร้างความมั่นใจแก่บริษัทฯ ในการเลือกซื้อวัตถุดิบที่ถูกต้องตามฤดูกาล ไม่ก่อให้เกิดการสูญเสียในระบบนิเวศ

การประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าด้าน ESG

ในปี 2567 บริษัทฯ มีการประเมินคู่ค้าด้าน ESG ในกลุ่มคู่ค้ารายใหม่และคู่ค้ารายเดิมที่มีมูลค่าการซื้อเกินห้าแสนบาทต่อเดือน จำนวน 197 ราย และคู่ค้ารายใหม่ จำนวน 38 ราย รวม 235 ราย คิดเป็นร้อยละ 43 จากคู่ค้าทั้งหมด โดยในปี 2567 ไม่มีคู่ค้าที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน ทั้งนี้คู่ค้าที่ไม่ผ่านเกณฑ์ด้าน ESG บริษัทฯ จะทำการประชุมร่วมกับคู่ค้า พร้อมลงพื้นที่ตรวจสอบกระบวนการผลิต เพื่อค้นหาสาเหตุ ทบทวนกระบวนการทำงาน ตลอดจนหาแนวทางพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบและแก้ปัญหาเพื่อยกระดับคุณภาพวัตถุดิบให้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานของบริษัทฯ โดยมีเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Sustainable Supply Chain Management) เพิ่มเติม ดังนี้



ทั้งนี้ ผลการประเมินคู่ค้าด้าน ESG แยกตามประเด็นความเสี่ยง ดังนี้

ประเด็นความเสี่ยง	ผลการประเมินที่ได้รับปี 2567
สิ่งแวดล้อม	76 %
สังคม	84 %
บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ	85 %

บริษัทฯ มี**การประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ** (Business Risks) ที่เกิดจากคู่ค้าของบริษัท รวมถึงจัดลำดับความเสี่ยงของคู่ค้าโดยประเมินความสำคัญของคู่ค้าตามกลุ่มประเภทสินค้าและมูลค่าการซื้อขาย เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการพึ่งพาคู่ค้าน้อยราย หรือความเสี่ยงจากการได้รับสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพ ที่อาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานและผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ เพื่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและระบบการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ บริษัทฯ สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงัก

โรงงานผลิตอาหารและเบเกอรี่ เอส แอนด์ พี มีการบริหารจัดการภายใต้นโยบายคุณภาพ มุ่งสร้างความมั่นคงทางอาหาร โดยวางรากฐานตั้งแต่การพัฒนาบุคคลากรเพื่อสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety Culture) โดยปรับปรุงระบบบริหารงานคุณภาพสอดคล้องตามมาตรฐานสากลและข้อกำหนด/กฎหมาย โดยบริษัทฯ มีการบริหารจัดการและควบคุมคุณภาพตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่คุณภาพวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ การบริโภค รวมถึงระบบการตรวจสอบย้อนกลับข้อมูล เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ของ เอส แอนด์ พี

บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแล ครอบคลุมหัวข้อต่างๆ เช่น การมีระบบการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) การมีนโยบายเกี่ยวกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน รวมทั้งการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การมีนโยบายและแนวทางป้องกันการทุจริตคอร์รัปชั่น เป็นต้น **ซึ่งจากการประเมิน บริษัทฯ ไม่พบประเด็นที่มีความเสี่ยงอย่างมีนัยยะสำคัญ ดังการแสดงผลการดำเนินการตรวจประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ปี 2567 จำนวน 235 ราย ตามผลการประเมินที่จัดซื้อดำเนินการ**

อย่างไรก็ตามสำหรับคู่ค้าที่มีการซื้อขายสินค้าที่มีปริมาณและมูลค่าการซื้อสูง เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในการซื้อขาย บริษัทฯ จะกำหนดการจัดทำสัญญาการซื้อขาย เพื่อให้คู่ค้าเกิดความมั่นใจ ตลอดจนเตรียมการผลิตวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ให้สามารถรองรับปริมาณการใช้งานที่เพียงพอตลอดอายุสัญญาการซื้อขาย

หลักเกณฑ์ในการระบุคู่ค้าสำคัญ (Critical Supplier)

บริษัทฯ ใช้หลักการ Purchasing Matrix กำหนดหลักเกณฑ์ในการระบุคู่ค้าทางตรงที่สำคัญ (Critical Tier 1 Supplier) และคู่ค้าทางอ้อมที่สำคัญ (Critical Non-Tier 1 Supplier) โดยหลักเกณฑ์ในการระบุคู่ค้าทางตรงที่สำคัญ รวมถึงการวิเคราะห์คู่ค้าตามเกณฑ์ที่บริษัทฯ กำหนด

คู่ค้าที่สำคัญ (Critical Supplier)

มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

1. คู่ค้าที่มีมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าสูงสุด 20 อันดับแรก โดยมีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนในแต่ละปี
2. คู่ค้าที่มีการตรวจพบปัญหาทางด้านคุณภาพ ในกรณีที่ฝ่ายประกันคุณภาพตรวจพบปัญหาด้านคุณภาพระหว่างการส่งมอบสินค้า
3. คู่ค้ารายใหม่ที่ผ่านการคัดเลือกคุณภาพสินค้าหรือคู่ค้ารายใหม่ที่บริษัทฯ ว่าจ้างให้ผลิตสินค้า

คู่ค้าทางอ้อมที่สำคัญ (Critical Non-Tier1 Supplier)

มีหลักเกณฑ์เดียวกับคู่ค้าที่สำคัญ (Critical Supplier)

การจัดหาแหล่งวัตถุดิบสำรอง

ปัจจุบันสภาพภูมิอากาศอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านสาธารณภัย เช่น ภัยธรรมชาติ อุทกภัย ภัยแล้ง โรคระบาดในสัตว์ และการระบาดของศัตรูพืช เป็นต้น ส่งผลกระทบต่อคุณภาพและปริมาณวัตถุดิบการเกษตร ตลอดจนกรณีวัตถุดิบจากคู่ค้าหลักไม่สามารถจัดส่งได้ทัน หรือมีปัญหาด้านคุณภาพที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หรือมีการปรับราคาสูงขึ้น ทั้งนี้เพื่อป้องกันผลกระทบดังกล่าว บริษัทฯ ดำเนินการรับมือด้วยการกำหนดมาตรการการจัดหาคู่ค้าหลายรายเพื่อสำรองแหล่งวัตถุดิบตามความต้องการ รวมทั้งมีการกำหนดมาตรฐานคู่ค้าสำรองของบริษัทฯ เพื่อให้มีวัตถุดิบที่เพียงพอต่อการใช้งานในกรณีที่มีความจำเป็นชั่วคราว ดังนี้



1. **บริหารงานจัดซื้อแบบ** Multiple Suppliers โดยการจัดหาแหล่งวัตถุดิบสำรองจากผู้ขายรายสำรอง ในกรณีที่ผู้ขายหลักมีปัญหาไม่สามารถจัดส่งได้ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบกับต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
2. **บริหารงานจัดซื้อแบบ** Single Suppliers กรณีที่เป็นวัตถุดิบเฉพาะ S&P หรือเป็น Single Supplier ทางจัดซื้อจะดำเนินการขอ Forecast จากหน่วยงานวางแผนสำหรับสายการผลิต และหน่วยงาน Data Information Center สำหรับร้าน S&P เพื่อเตรียมการส่ง Forecastกับ Supplier และ Monitor ร่วมกับ หน่วยงานวางแผน ในการจัดการลดปัญหา Short Supply (Short Supply คือ ปริมาณวัตถุดิบจาก Supplier หลัก มีไม่เพียงพอที่จะส่งสินค้าให้บริษัทฯ)

การมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือคู่ค้า

บริษัทฯ และบริษัทในเครือมีระบบการควบคุมการจ่ายชำระเงิน โดยบริษัทฯ มีการกำหนดให้คู่ค้ามาวางบิลทุกต้นเดือน จากนั้นบริษัทฯ จะดำเนินการรวบรวมเอกสารที่ได้รับ เพื่อทำการตรวจสอบกับใบขอสั่งซื้อ และใบกำกับภาษีหรือใบแจ้งหนี้ที่บริษัทฯ ได้รับ เมื่อตรวจสอบครบถ้วนแล้ว ทางบริษัทฯจะออกใบรับวางบิลพร้อมกำหนดเวลาที่จะชำระเงินตามรอบการชำระเงินที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ บริษัทฯกำหนดนโยบายระยะเวลาสินเชื่อการค้า (Credit Term Policy) เพื่อจ่ายเงินให้แก่คู่ค้าภายในระยะเวลา 34-64 วัน โดยแจ้งคู่ค้าทราบ และเมื่อถึงวันชำระเงิน สำหรับรายที่แจ้งผ่านอีเมล บริษัทฯ จะมีส่งแจ้งการชำระเงินไปยังคู่ค้า

ระยะเวลาเฉลี่ยสินเชื่อการค้า (AP Day)	2564	2565	2566	2567
คู่ค้ารายย่อย ได้แก่ บุคคลธรรมดา วิสาหกิจชุมชน	34	34	34	34
คู่ค้ารายใหญ่ ได้แก่ นิติบุคคล	64	64	64	64

สำหรับปี 2567 บริษัทฯ มีการจ่ายเงินให้กับคู่ค้าของบริษัทฯ ตามรอบการจ่ายเงินที่กำหนดไว้ถูกต้อง ครบถ้วน ไม่มีเหตุการณ์ฟ้องร้อง หรือร้องเรียน

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

คู่ค้าทั้งหมด (ราย)	คู่ค้ารายเดิม (ราย)	คู่ค้ารายใหม่ (ราย)
544 คิดเป็นร้อยละ 100	506 คิดเป็นร้อยละ 93	38 คิดเป็นร้อยละ 7

จำนวนคู่ค้าทั้งหมด (ราย)	
• จำนวนคู่ค้าทางตรงทั้งหมด (Total Tier 1 Supplier)	544
• จำนวนคู่ค้าทางตรงที่สำคัญ (Critical Tier 1 Supplier)	114

การมีส่วนร่วมของคู่ค้า

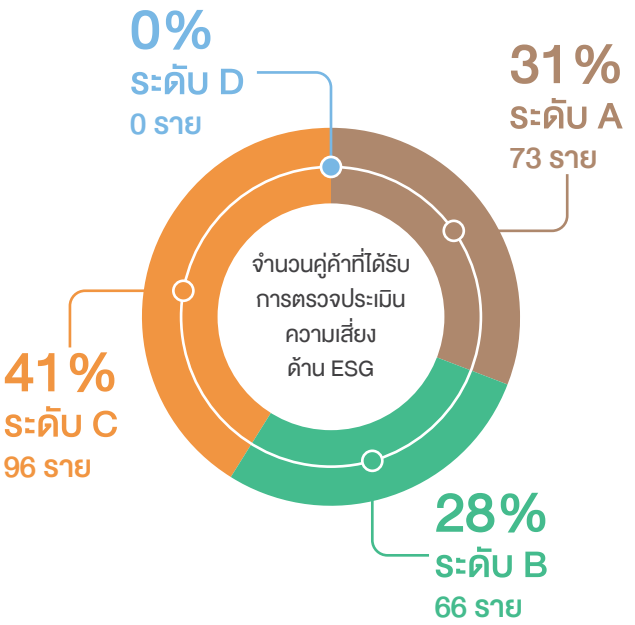
คู่ค้ารายใหม่ ได้รับการสื่อสารจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ (ร้อยละ)	คู่ค้ารายใหม่ รับทราบและยอมรับจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ (ร้อยละ)
100	100

การตรวจประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า ทั้งหมด

แผนงาน	ผลดำเนินงาน (ราย)
จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการประเมินผ่านระบบ SAP	544 ราย
จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการตรวจประเมินด้าน ESG	235 ราย
จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการตรวจประเมิน On-site	30 ราย

ผลการดำเนินการตรวจประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ปี 2567

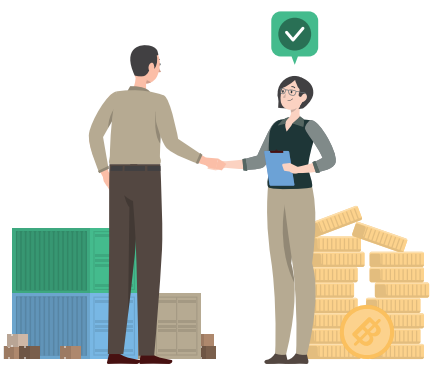
สำหรับคู่ค้ารายใหม่ จำนวน 38 ราย และ คู่ค้ารายปัจจุบันที่มีมูลค่าซื้อเกินห้าแสนบาท จำนวน 197 รายดังนี้



90 - 100 ระดับ **A** ผ่าน ระดับดีมาก	80 - 89 ระดับ **B** ผ่าน ระดับดีมาก
60 - 79 ระดับ **C** ผ่าน ระดับดีมาก	น้อยกว่า 60 ระดับ **D** ผ่าน ระดับดีมาก

การบริหารจัดการคู่ค้า

แผนงาน	กรณี
ข้อร้องเรียนด้าน ESG เกี่ยวกับการบริหารจัดการคู่ค้า	0
เหตุการณ์ที่คู่ค้าละเมิดกฎหมาย สิทธิมนุษยชน แรงงาน	0
เหตุการณ์ที่สร้างผลกระทบที่รุนแรงต่อสิ่งแวดล้อม	0
เหตุการณ์ชำระเงินล่าช้าแก่คู่ค้าเกินกำหนดในสัญญา	0
การเสียชีวิตจากการทำงานของคู่ค้า	0
อัตราความถี่ของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน	0



การจัดหาอย่างยั่งยืนด้วยการสนับสนุนคู่ค้ากลุ่มเกษตรกรและคู่ค้ารายย่อย (SMEs) เพื่อให้ได้วัตถุดิบคุณภาพสูงสุด

บริษัทฯ มุ่งคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งผลิตจากเกษตรกรไทย และคู่ค้ารายย่อย ที่ปฏิบัติตามกฎหมาย คำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ครอบคลุมด้าน ESG อันเป็นเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัทฯ เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนแก่ชุมชน โดยมีการสนับสนุนกลุ่มเกษตรกรและคู่ค้ารายย่อยในท้องถิ่นคิดเป็น 2.4% ของคู่ค้าทั้งหมด ดังนี้

มูลค่าการซื้อ (บาท)	2564	2565	2566	2567
สนับสนุนเกษตรกรเผือกหอม จ.สระบุรี	1,486,844	2,303,514	1,731,700	1,142,266
สนับสนุนเกษตรกรมะพร้าว (น้ำกะทิคั้นสด) จ.สมุทรสงคราม	16,585,365	12,059,162	15,336,218	13,595,872
สนับสนุนเกษตรกรมะม่วงน้ำดอกไม้ทอง จ.ฉะเชิงทรา	412,777	683,559	343,260	1,010,550
สนับสนุนเกษตรกรทุเรียน (S&PSF) จ.นราธิวาส	N/A	10,080,089	14,990,250	1,524,673
สนับสนุนเกษตรกรผักโขม จ.สมุทรสาคร	3,305,220	3,096,600	2,718,600	3,168,900
สนับสนุนเกษตรกรส้มอินทรีย์ จ.น่าน	490,200	714,000	630,000	441,000
สนับสนุนไข่ไก่ตอกสด จ.นครปฐม	N/A	N/A	10,732,720	27,473,185
สนับสนุนเนื้อไก่แปรรูป จ.สระบุรี	N/A	N/A	11,560,802	13,127,785
สนับสนุนเกษตรกรมะพร้าว (น้ำกะทิคั้นสด) จ.นครศรีธรรมราช	N/A	699,650	7,199,879	7,917,261
สนับสนุนกลุ่มเกษตรกรทำสวนกล้วย จ.ชุมพร	N/A	N/A	N/A	790,400
สนับสนุนตะกร้าผักตบชวา จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานผักตบชวาบ้านบางตาแผ่น จ.อ่างทอง	N/A	N/A	N/A	1,679,910
สนับสนุนผ้าขาวม้า สำหรับกระเป๋าผ้าจากกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านโนนธาตุ จ.อำนาจเจริญ	N/A	N/A	N/A	1,319,890
สนับสนุนผ้าขาวม้า สำหรับผ้าเช็ดปาก จากกลุ่มทอผ้า จ.สระแก้ว	N/A	N/A	N/A	600,000
ยอดรวมต่อปี	22,280,406	28,936,924	65,243,429	73,791,693

การสนับสนุนรายได้มั่นคงแก่เกษตรกรในแหล่งเพาะปลูกที่ไม่สร้างผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

แผนงาน	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567
ครอบครัวเกษตรกรที่ได้รับผลประโยชน์ (ครัวเรือน)	N/A	118	148	420
รายได้ที่ได้รับจากการเป็นคู่ค้าที่ยั่งยืน (ล้านบาท)	22.28	28.94	35.75	73.79
ยอดรวมสนับสนุนวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์จากเกษตรกร ชุมชน และSMEs (ล้านบาท)	184.42	205.7	314.59	284.67

การสนับสนุนคู่ค้าที่ผ่านมาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียว

บริษัทฯ ได้ส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคัดเลือกคู่ค้าที่ผ่าน มาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียว เพื่อเป็นพันธมิตรทางการค้า

จำนวนคู่ค้าที่ได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียว แบ่งตามกลุ่มคู่ค้า ปี 2567

กลุ่มคู่ค้า	จำนวนคู่ค้าที่ได้รับ มาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 1 ขึ้นไป
ประเภท วัตถุดิบ	82
ประเภท OEM	4
ประเภท บรรจุภัณฑ์	38
ประเภท อื่นๆ	27
รวม	151

แผนงาน	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567
คัดเลือกคู่ค้าที่ผ่านมาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียว ของคู่ค้าทั้งหมด	N/A	17%	13.27%	21.57%
คู่ค้าลงนามรับทราบหลักปฏิบัติของเอส แอนด์ พี สำหรับคู่ค้า (S&P Code of Conduct for Suppliers)	100%	100%	100%	100%
ความร่วมมือกับพันธมิตรในการดำเนินโครงการเพื่อความยั่งยืน (หน่วยงาน)	7	7	10	13

โครงการที่สำคัญปี 2567

โครงการ ‘S&P Growing Together’ สนับสนุนวัตถุดิบคุณภาพจากท้องถิ่น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในการพัฒนาวัตถุดิบร่วมกับคู่ค้า
2. เพื่อรับทราบความต้องการ ข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นของคู่ค้า สำหรับนำมาพัฒนากระบวนการทำงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1 เยี่ยมชมกระบวนการผลิต ‘ไข่ไก่ตอกสด’ จ.นครปฐม

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) เยี่ยมชมกระบวนการผลิตไข่ไก่ตอกสดและกระบวนการคัดไข่ไก่ ณ บริษัท เกษมชัยฟูดส์ จำกัด อ.บางเลน จ.นครปฐม เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ร่วมพัฒนาคู่ค้า รับทราบปัญหาและแนวทางการพัฒนาวัตถุดิบให้มีความสด สะอาด คงคุณภาพตรงตามมาตรฐาน สร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค บริษัทฯ ดำเนินโครงการไข่ไก่ตอกสด ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2566 โดยทีมผลิต ทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และทีมคุณภาพ ได้พัฒนากระบวนการผลิตไข่ไก่ตอกสดร่วมกับคู่ค้า ผ่านการตรวจประเมิน และให้คำแนะนำเรื่องระบบ Good Hygiene Practices (GHPs) ซึ่งเป็นการปฏิบัติตามสุขลักษณะที่ดี ควบคุมปริมาณจุลินทรีย์ให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน พร้อมให้คำแนะนำในส่วนของโครงสร้างระบบปรับอากาศ ระบบระบายอากาศ เพื่อควบคุมกระบวนการผลิตให้ได้ไข่ไก่ตอกสด สะอาด และปลอดเชื้อ สำหรับนำมาผลิตเป็นเบเกอรี่ S&P อาทิ บัทเทอร์เค้ก เค้กกล้วยหอม ขนมไหว้พระจันทร์ และคุกกี้ เป็นต้น













ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

สามารถลดชั่วโมงการทำงานของพนักงานในขั้นตอนการเตรียมไข่ก่อนนำมาประกอบเป็นเมนูเบเกอรี่ ได้ถึง **650 ชั่วโมงต่อเดือน**

ด้านสังคม

ในปี 2567 สร้างรายได้ให้กับคู่ค้าท้องถิ่น **27.47 ล้านบาท**

ด้านสิ่งแวดล้อม

ช่วยลดปริมาณขยะจากเปลือกไข่ในกระบวนการผลิตเบเกอรี่ ได้ถึง **32 ตันต่อปี** โดยเปลือกไข่นี้ทางคู่ค้ารวบรวมนำไปทำปุ๋ยสำหรับปลูกพืช ซึ่งเป็นการหมุนเวียนใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2 เยี่ยมชมกระบวนการแปรรูป ‘เนื้อไก่ที่เลี้ยงด้วยอาหารเสริมสมุนไพร’ จ.สระบุรี

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) เยี่ยมชมกระบวนการแปรรูปเนื้อไก่ที่เลี้ยงด้วยอาหารเสริมสมุนไพร ณ บริษัท ซันฟู้ด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จ.สระบุรี เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อการพัฒนาคู่ค้า รับทราบปัญหาและแนวทางการพัฒนาวัตถุดิบให้มีความสด สะอาด คงคุณภาพตรงตามมาตรฐาน สร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค บริษัทฯ คัดสรรวัตถุดิบ “เนื้อไก่” จากบริษัท ซันฟู้ด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มาตั้งแต่ปี 2558 ด้วยความพิเศษของเนื้อไก่มีสารอาหารที่ดี เนื่องจากมีนวัตกรรมการเลี้ยงไก่ด้วยอาหารเสริมสมุนไพร รวมทั้งยังให้ความสำคัญกับหลักสวัสดิภาพสัตว์โดยเลี้ยงไก่ในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นน้อย เลี้ยงไก่แบบไม่เร่งโต ส่งผลให้ไก่ไม่เครียด ไม่ป่วยง่าย ลดการใช้ยาปฏิชีวนะ ตลอดการเลี้ยงตามมาตรฐานของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และญี่ปุ่น นอกจากนี้ ในกระบวนการผลิตยังคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้นวัตกรรมรักษาคุณภาพอาหารโดยผ่านกระบวนการแช่เยือกแข็งอย่างรวดเร็ว (IVQF) ทำให้ยังคงสารอาหาร และมีเนื้อสัมผัส อร่อย สดใหม่ การสูญเสียคุณค่าทางโภชนาการ และสะดวกต่อการบริโภคลดการใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลืองและลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศ รวมทั้งบริหารจัดการกระบวนการผลิตตามหลัก Bio Circular Green Economy (BCG) เพื่อไม่ให้เกิดของเสียที่อาจกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับเนื้อไก่ที่เลี้ยงด้วยอาหารเสริมสมุนไพรนี้ S&P นำมารังสรรค์เป็นเมนูภายในร้าน S&P ได้แก่ ข้าวผัดอเมริกันลาบไก่-มันฝรั่งกรอบ ข้าวกะเพราไก่ไข่นุ่ม ต้มข่าไก่ ปีกไก่ทอด เส้นหมี่ไก่ผัดพริกเผา และพายไก่ เป็นต้น












ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

ในปี 2567 สร้างรายได้ให้กับคู่ค้าท้องถิ่น
13.13 ล้านบาท

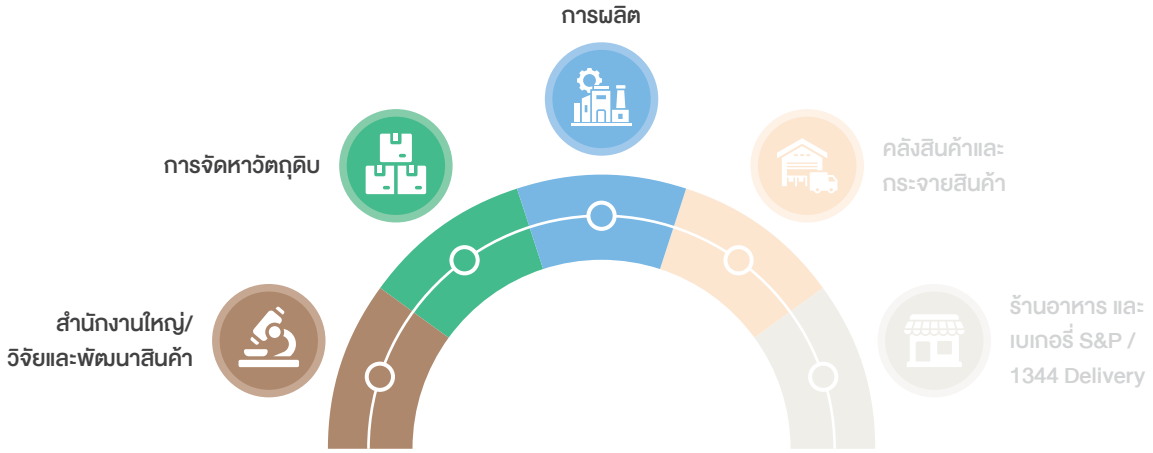
ด้านสังคม

ผู้บริโภคได้รับสารอาหารที่ดีจากการบริโภคไก่ ได้แก่ กรดอะมิโนจำเป็นและสังกะสีสูงถึง **20%** และคอเลสเตอรอลต่ำกว่าไก่ทั่วไปถึง **15%** เนื่องจากมีนวัตกรรมการเลี้ยงไก่ด้วยอาหารเสริมสมุนไพร และการเลี้ยงไก่ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นน้อย และใช้เวลาเลี้ยงประมาณ **46-50 วัน** ซึ่งเป็นการเลี้ยงไก่แบบไม่เร่งโต ส่งผลให้ไก่ไม่เครียด ไม่ป่วยง่าย ทำให้ไม่จำเป็นต้องใช้ยาปฏิชีวนะ ตลอดการเลี้ยงตามมาตรฐานสากล

ด้านสิ่งแวดล้อม

คู่ค้ามีการบริหารจัดการกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งบริหารจัดการกระบวนการผลิตตามหลัก Bio Circular Green Economy (BCG) เพื่อลดปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการผลิต

สุขภาพและโภชนาการ



เป้าหมายปี 2567

เมนูสุขภาพ 70 เมนูใหม่
(ที่มีการให้ข้อมูลรายละเอียดคุณค่าทางโภชนาการ)

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ และรักษ์โลก ทั้งภายในและภายนอกองค์กร มากกว่า 3 โครงการ

สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัด ไม่มีการฟ้องร้องในกรณีโฆษณาเกินสรรพคุณเกินจริง

วางแผนงานด้านการตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย และวัตถุดิบไม่มีปัญหาด้าน ESG คิดเป็นร้อยละ 100

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

เมนูสุขภาพ 11 เมนูใหม่
(ที่มีการให้ข้อมูลรายละเอียดคุณค่าทางโภชนาการ)

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ และรักษ์โลก ทั้งภายในและภายนอกองค์กร 2 โครงการ

สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัด ไม่มีการฟ้องร้องในกรณีโฆษณาสรรพคุณเกินจริง

วางแผนงานด้านการตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย และวัตถุดิบไม่มีปัญหาด้าน ESG ครบร้อยละ 100

ที่มาและความมุ่งมั่น

ในปี 2567 Kerry Health and Nutrition Institute (KHNI) Health & Nutrition Trends จัดการประชุมครั้งที่ 7 ได้นำเสนอความก้าวหน้าในด้านการวิจัย เทคโนโลยี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีบทบาทในการกำหนดเทรนด์อาหารโลก สอดคล้องกับประชากรโลกมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ความต้องการในการเข้าถึงทรัพยากรอาหารมีเพิ่มขึ้น จึงเป็นที่มาของแนวคิด “โภชนาการที่ยั่งยืน” ซึ่งเป็นการกำหนดความสามารถของระบบอาหารในการจัดหาพลังงานและสารอาหารที่จำเป็นและเพียงพอเพื่อรักษาประชากรให้มีสุขภาพดี โดยไม่กระทบต่อความเป็นอยู่ของประชากรรุ่นถัดไป โดยองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ได้ให้คำนิยามของอาหารที่ยั่งยืนว่า เป็นรูปแบบการรับประทานอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีในทุกมิติ มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ เข้าถึงได้ ราคาเป็นธรรม มีความปลอดภัย เท่าเทียมกัน และเป็นที่ยอมรับทางวัฒนธรรม

ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณค่าทางโภชนาการและข้อมูลเชิงลึก รวมถึงรายละเอียดโภชนาการบนฉลากของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนคุณภาพ ความสะอาด และความปลอดภัยของอาหาร ประกอบกับการแข่งขันทางธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ที่สูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลาย ทั้งนี้บริษัทต้องปรับตัวให้ทันกระแสบริโภคยุคใหม่ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถขององค์กร

เอส แอนด์ พี จึงให้ความสำคัญกับการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ ทั้งข้อมูลทางการตลาด และฉลากผลิตภัณฑ์ ด้วยการให้ข้อมูลด้านโภชนาการที่เป็นประโยชน์อย่างครบถ้วน โดยเฉพาะส่วนประกอบที่อาจก่อให้เกิดอาการแพ้ รวมถึงการทำการตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์บนพื้นฐานข้อเท็จจริง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับประทานอาหารและได้รับโภชนาการอย่างเหมาะสม ตลอดจนสามารถป้องกันตัวเองในเชิงรุกได้ ในการนี้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในความเป็นแบรนด์ที่มีความน่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภค ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด “คุณธรรมเพื่อความยั่งยืน” มาตลอดระยะเวลากว่า 51 ปี บริษัทฯ ดำเนินงานภายใต้แนวคิดความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค จึงได้พัฒนาเมนูอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพมาอย่างต่อเนื่อง อาทิ เมนูลดโซเดียม เมนูออร์แกนิค ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อสุขภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารที่มีคุณค่าโภชนาการ ส่งผลต่อการมีสุขภาพดีอย่างยั่งยืน รวมทั้งบริษัทฯ ยังมุ่งพัฒนาและปรับสูตรผลิตภัณฑ์ให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมตรงตามโภชนาการ

แนวทางการดำเนินงาน

ด้านคุณภาพอาหารในกระบวนการผลิต



บริษัทฯ เลือกใช้วัตถุดิบที่ปลอดภัยมีคุณภาพ คัดสรรโดยตรงจากเกษตรกรท้องถิ่น และคู่ค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด นำมาพัฒนาเมนูเพื่อสุขภาพสำหรับลูกค้า รวมทั้งมีการประเมินมาตรฐานคุณภาพของบริษัทและคู่ค้าอย่างเคร่งครัด สำหรับบริษัทฯ ได้ยกระดับมาตรฐานโรงงานผลิตอาหารและเบเกอรี่ ซึ่งล่าสุดได้รับการรับรอง ISO 14001 ISO 22000 และ FSSC 22000 และพัฒนาการบริการสำหรับร้านเอส แอนด์ พี กว่า 400 จุดขายอย่างเป็นระบบ ตลอดจนติดตามแนวโน้มความต้องการใหม่ของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดรับกับพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ/ออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์/บริการที่คำนึงถึงความยั่งยืนในธุรกิจ เป็นต้น ที่ผ่านมาบริษัทฯ ปรับลดน้ำตาลในเมนูอาหารและเบเกอรี่ ทำการพัฒนาและปรับสูตรให้สินค้ามีรสชาติที่อร่อย และคงคุณค่าทางโภชนาการที่เป็นประโยชน์ อาทิ ลดหวาน ลดเค็ม โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาสูตรอาหาร ร่วมกับการใช้ผลิตภัณฑ์ที่คู่ค้าได้ทำวิจัยและพัฒนาในประเด็นเดียวกัน เช่น น้ำตาลเพื่อสุขภาพ Low GI เป็นต้น มุ่งพัฒนาคุณภาพอาหารและโภชนาการแล้ว บริษัทฯ ยังใช้กลยุทธ์แบรนด์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพัฒนากระบวนการผลิตและ

การจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ ให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่บทความมั่นใจของลูกค้าด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนการนำนวัตกรรมเข้ามาร่วมพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อความมั่นใจแก่ผู้บริโภค โดยมุ่งให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ทั้งนี้ สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่บทเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางโภชนาการ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความอันตรายของโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง หรือ NCD (Non-communicable disease : NCD) ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการบริโภคอาหารไม่ถูกหลักโภชนาการ ส่งผลต่อการเกิดโรคของประชากรไทยที่มีจำนวนมากถึง 4 แสนคนต่อปี ตามข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) บริษัทฯ จึงได้ปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนสุขภาวะที่ดีอย่างยั่งยืน ตามแนวคิดสร้างเสริมสุขภาวะที่ดี เพื่อป้องกันก่อนรักษา โดยผลิตภัณฑ์ เอส แอนด์ พี ได้รับการรับรองตราสัญลักษณ์โภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ” จากสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อเป็นเครื่องหมายรับประกันเรื่องโภชนาการที่เหมาะสม และสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค

สำหรับการรับรองเครื่องหมาย “ทางเลือกสุขภาพ (Healthier Logo)” เป็นการการันตีจากหน่วยงานภายนอก เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคอีกด้วย นอกจากนี้บริษัทฯ มุ่งดำเนินงานด้านความมั่นคงทางอาหาร เพื่อสนับสนุนการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเพียงพอสำหรับผู้บริโภค ตลอดจนมีมาตรการป้องกันความปลอดภัยสูงสุด ให้แก่พนักงาน คู่ค้า ทั้งในส่วนของหน้าร้านและกระบวนการผลิต เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการเข้าถึงอาหารและเครื่องดื่มได้อย่างปลอดภัย เพียงพอ และมีสุขภาวะที่ดี

นอกจากการมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความรู้ด้านโภชนาการแก่พนักงานและลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยกระตุ้นให้ลูกค้า/ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ และพิถีพิถันในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด รวมทั้งบูรณาการมาตรฐานทางโภชนาการที่เกี่ยวของสุขภาพ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีต่อสุขภาพผู้บริโภค โดยมี **หลักเกณฑ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ดังนี้**

1. **ผลิตภัณฑ์อาหาร เบเกอรี่ เครื่องดื่ม ผ่านการรับรองหรือผ่านหลักเกณฑ์โครงการสัญลักษณ์โภชนาการทางเลือกสุขภาพ** (Healthier Logo) โดยสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล
2. **ผลิตภัณฑ์อาหาร เบเกอรี่ เครื่องดื่ม มีการปรับเพิ่มหรือลดหรือปราศจากสารอาหารตามที่มาตรฐานยอมรับ** อาทิ ประกาศประทรวงสาธารณสุข
3. **ผลิตภัณฑ์อาหาร เบเกอรี่ เครื่องดื่มที่คัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ** ได้รับสารอาหารจากธรรมชาติที่ครบถ้วนและให้พลังงานที่เหมาะสมใน 1 มื้อ
4. **ผลิตภัณฑ์อาหาร เบเกอรี่ เครื่องดื่ม ที่เหมาะแก่การบริโภคสำหรับผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง**



ด้านการสื่อสารฉลากผลิตภัณฑ์ เพื่อทำการตลาดอย่างรับผิดชอบ

บริษัทฯ มุ่งมั่นทำการตลาดโดยแสดงข้อมูลรายละเอียดบนฉลากผลิตภัณฑ์และการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้องครบถ้วน ตามมาตรฐานของกฎหมาย ข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุข และมาตรฐานระบบการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สามารถติดตามและตรวจสอบได้โดยหน่วยงานภาครัฐ เพื่อเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งในการคุ้มครองและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคว่าได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์สูงสุด ตลอดจนพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นสัญลักษณ์โภชนาการอย่างง่าย (Simplified Logo) ที่แสดงคุณสมบัติทางโภชนาการอาหารอย่างชัดเจนให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วขึ้น แสดงถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีปริมาณโซเดียม น้ำตาล และไขมันที่ต่ำลง เพื่อลดความเสี่ยงของการเกิดภาวะโภชนาการเกิน รวมถึงโรคที่เกี่ยวข้องอื่นสำหรับคนไทย ตลอดจนการทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารเป้าหมายการลดการบริโภคน้ำตาล โซเดียม และไขมัน สำหรับผู้บริโภคอย่างแท้จริง

แนวทางการดำเนินงาน

1. พัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ที่มีการตรวจสอบและระบุข้อมูลโภชนาการพลังงาน น้ำตาล ไขมันแบบจีดีเอ
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองสัญลักษณ์โภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ” (Healthier logo)
3. พัฒนาข้อมูลโภชนาการสำหรับรายการอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน รวมถึงคุณประโยชน์ของวัตถุดิบสำหรับรายการอาหารภายในร้าน
4. แสดงข้อมูลเชิงสัญลักษณ์ที่บ่งชี้คุณสมบัติพิเศษของวัตถุดิบ ให้สามารถสังเกตได้ง่าย เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีการเลือกรับประทานอาหารจากวัตถุดิบที่มีคุณค่า ปลอดภัย และมีประโยชน์เพิ่มมากขึ้น (Simplified Logo)
5. จัดทำภาพอินโฟกราฟฟิกที่น่าสนใจ เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้บริโภค

การสื่อสารบนฉลากผลิตภัณฑ์

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีขั้นตอนการจัดทำฉลากโภชนาการของกลุ่มสินค้าตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด และสื่อสารข้อมูลทางโภชนาการผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ชัดเจน และเป็นไปตามมาตรฐาน ดังนี้



การแสดงข้อมูลบนฉลากโภชนาการของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ดำเนินงานอย่างเคร่งครัดตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข โดยการแสดงข้อมูลโภชนาการบนฉลากผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลโภชนาการต่างๆ ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร และข้อมูลเพิ่มเติมอื่นๆ อาทิ แสดงข้อมูลวิธีการใช้ การเก็บรักษา ทั้งนี้ สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทขนมอบ บริษัทฯ มีการแสดงข้อความ “ควรบริโภคแต่น้อยและออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ” เพื่อเป็นการย้ำเตือนผู้บริโภค ให้ตระหนักถึงการดูแลสุขภาพควบคู่ไปกับการบริโภคอย่างเหมาะสมด้วย

รายการ	ประเภท
ข้อมูลโภชนาการ	แสดงข้อมูลโภชนาการที่สำคัญในอาหารตามที่กฎหมายกำหนด
ข้อมูลโภชนาการอย่างง่าย	แสดงข้อมูลโภชนาการของพลังงาน น้ำตาล ไขมัน และโซเดียม ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง
สัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ	เป็นโลโก้สำหรับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณค่าโภชนาการที่ดีกว่า ประกอบการตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วยิ่งขึ้น
ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร	แสดงข้อความสำหรับผู้แพ้อาหาร โดยระบุข้อมูลสารก่อภูมิแพ้ ต้องสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน
ข้อมูลเพิ่มเติม	แสดงข้อมูลวิธีการใช้ การเก็บรักษา

ตัวอย่างฉลากโภชนาการของผลิตภัณฑ์



การสื่อสารข้อมูลโภชนาการบนเล่มเมนูอาหาร

บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการ S&P Wellness Menu ในกลุ่มสาขาโรงพยาบาล จำนวน 10 แห่ง โดยได้จัดทำเมนูเล่มพิเศษ สำหรับร้านอาหารในสาขาโรงพยาบาลและหอพักผู้ป่วยใน เพื่อสื่อสารข้อมูลโภชนาการ ทั้งจุดเด่นของเมนูอาหารแต่ละรายการ และสัดส่วนโภชนาการที่เหมาะสม อันเป็นทางเลือกที่เหมาะสมแก่ผู้บริโภคกับโภชนาการที่ควรได้รับในแต่ละวัย ตลอดจนผู้ป่วยเฉพาะกลุ่มที่ได้รับคำแนะนำในการบริโภคอาหาร อาทิ ผู้ป่วยเบาหวาน เป็นต้น





การสื่อสารข้อมูลโภชนาการรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก และอื่นๆ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการสื่อสารให้ความรู้ด้านโภชนาการแก่พนักงานและผู้บริโภค เพื่อเป็นข้อมูลในการเลือกบริโภคอาหาร สามารถปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ ด้วยการสร้างสรรค์เนื้อหาที่กระชับ ชัดเจน เข้าใจง่าย ในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก หรือการให้ข้อมูลผ่านบทความประชาสัมพันธ์ เพื่อรณรงค์การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ให้เกิดทัศนคติที่ถูกต้อง อันจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน

สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

ผลการดำเนินงานด้านโภชนาการและสุขภาพ	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567
เมนูสุขภาพ ที่มีการให้ข้อมูลรายละเอียดคุณค่าทางโภชนาการ	57 เมนู	135 เมนู	15 เมนู	11 เมนู
การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ และรักษ์โลก ทั้งภายในและภายนอกองค์กร	N/A	2 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการ
กรณีโฆษณาสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	0 กรณี	0 กรณี	0 กรณี	0 กรณี
กรณีการสื่อสารข้อมูลบนฉลากผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามกำหนด	0 กรณี	0 กรณี	0 กรณี	0 กรณี
ผลิตภัณฑ์ที่มีการแสดงฉลากโภชนาการ (%)	92	94	100	100
การตรวจสอบย้อนกลับเพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและวัตถุดิบไม่มีปัญหาด้าน ESG	N/A	N/A	อยู่ระหว่างดำเนินการ	3 ผลิตภัณฑ์

เปรียบเทียบยอดขายเบเกอรี่สุขภาพที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Healthier Choice ปี 2566-2567







โครงการที่สำคัญปี 2567

โครงการวิจัยและพัฒนาเมนูเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ ปี 2567

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีสุขภาพดีอย่างยั่งยืน ด้วยการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน จึงคิดค้นเมนูอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ที่แสวงหาอาหารที่มีคุณภาพดี มีคุณประโยชน์ หาซื้อได้ง่าย สำหรับรับประทานในเวลาที่เร่งรีบ อีกทั้งคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหลังการบริโภค ด้วยการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยลดการสร้างผลกระทบในระยะยาว

เบเกอรี่เอส แอนด์ พี เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และยังเป็นรายได้หลักของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนา ที่มุ่งรังสรรค์เมนูเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ที่เร่งรีบ แต่ในขณะเดียวกันก็แสวงหาอาหารที่มีประโยชน์ ได้คุณค่าตามโภชนาการ เพื่อเติมพลังงานที่ดีให้ร่างกาย มุ่งหวังให้ลูกค้าและผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ ที่แสวงหาอาหารที่มีคุณภาพดี มีคุณประโยชน์ หาซื้อได้ง่าย สำหรับรับประทานในเวลาที่เร่งรีบ
2. เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคที่รักสุขภาพ และส่งเสริมการบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

1. สื่อสารข้อมูลด้านโภชนาการแก่ผู้บริโภค โดยระบุโภชนาการที่โดดเด่นของแต่ละเมนู เพื่อให้ความรู้ถึงส่วนประกอบและคุณค่าทางสารอาหารแก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นการสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค
2. ส่งเสริมการบริโภคอาหารที่คุณประโยชน์ครบถ้วน หลากหลาย ในสัดส่วนที่เหมาะสม เพื่อการมีสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน
3. สัดส่วนของเบเกอรี่และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Healthier Choice 7.5% ของเบเกอรี่กลุ่มขนมปังทั้งหมด นอกจากนี้ ยังมีเครื่องดื่มที่ได้รับตราสัญลักษณ์คิดเป็น 5.59% ของเครื่องดื่มทั้งหมด
4. ส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีฉลากรายละเอียดโภชนาการที่ครบถ้วน

ด้านสิ่งแวดล้อม

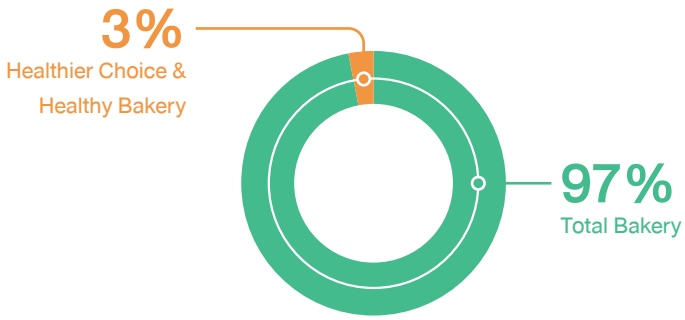
1. เลือกใช้วัตถุดิบคุณภาพดี ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารจากคู่ค้า
2. เลือกใช้บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านเศรษฐกิจ

1. ในปี 2567 เดือนตุลาคม บริษัทฯ ได้พัฒนาเบเกอรี่ที่มีส่วนผสมจากวัตถุดิบธรรมชาติที่อุดมด้วยคุณประโยชน์ (Healthy Bakery) 2 รายการ ได้แก่ **ขนมปังมัลติเกรนคิวบ์ และขนมปังฟักทอง มียอดขาย รวม 259,798 บาท โดยตั้งเป้าหมายการขายไว้ 300,000 บาท**
2. เบเกอรี่ที่มีส่วนผสมจากวัตถุดิบธรรมชาติที่อุดมด้วยคุณประโยชน์ (Healthy Bakery) ที่ผลิตและจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง 5 รายการ ได้แก่ คุกกี้ผสมธัญพืชและข้าวโอ๊ต คุกกี้ผสมธัญพืชและคอร์นเฟลค ช็อกโกแลต แอนด์ ออเรนจ์ไรด์ บานาน่าโลฟเค้ก ฟรุ๊ต แอนด์ นัท บานาน่าโลฟเค้ก และซีเรียลบัน **ยอดขายปี 2567 จำนวน 34,220,532 บาท เป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น 35% เมื่อเทียบกับยอดขายปี 2566**
3. เบเกอรี่เพื่อสุขภาพ ที่ได้รับการรับรองสัญลักษณ์โภชนาการทางเลือกเพื่อสุขภาพ (Healthier Choice) ยังคงผลิตและจำหน่ายเพื่อเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง จำนวน 3 รายการ ได้แก่ ขนมปังโฮลวีท ขนมปังข้าวกล้องงอก ขนมปังธัญพืช (มัลติเกรน) **ยอดขายปี 2567 จำนวน 29,638,623 บาท เป็นสัดส่วนที่ลดลง 3% เมื่อเทียบกับยอดขายปี 2566**

ทั้งนี้ กลุ่มผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อสุขภาพ ได้แก่ เบเกอรี่ที่มีส่วนผสมจากวัตถุดิบธรรมชาติ (Heathy Bakery) และเบเกอรี่ที่ได้รับรองสัญลักษณ์โภชนาการทางเลือกเพื่อสุขภาพ (Healthier Choice) มียอดขายรวมทั้งสิ้น 63.8 ล้านบาท คิดเป็น 3% ของยอดขายเบเกอรี่ทั้งหมด ซึ่งไม่นับรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์เค้ก

สัดส่วนยอดขายเบเกอรี่เพื่อสุขภาพเทียบกับยอดขายกลุ่มเบเกอรี่ทั้งหมด (ไม่รวมเค้ก)













ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่วิจัยและพัฒนาเมนูเบเกอรี่เพื่อสุขภาพ

ผลิตภัณฑ์

มัลติเกรนคิวบ์



คุณประโยชน์

ขนมปังผสมธัญพืช เนื้อนุ่ม อุดมไปด้วยคุณประโยชน์จากเมล็ดฟักทอง เมล็ดทานตะวัน งาขาว และงาดำ

งา : เป็นแหล่งของโปรตีน สารต้านอนุมูลอิสระวิตามินหลากหลาย มีใยอาหารสูง ช่วยรักษาอาการท้องผูก

เมล็ดฟักทอง : อุดมด้วยวิตามินและแร่ธาตุต่างๆ รวมทั้งโปรตีน แคลเซียม ธาตุเหล็ก สังกะสี และใยอาหาร

วันที่ออกจำหน่าย

เดือนตุลาคม 2567

ผลิตภัณฑ์

ขนมปังฟักทองผสมธัญพืชและแครอท



คุณประโยชน์

ขนมปังเนื้อนุ่มผสมฟักทองแครอท และเมล็ดทานตะวัน ซึ่งในฟักทองอุดมไปด้วยวิตามินและแร่ธาตุ โดยเฉพาะวิตามินเอที่บำรุงสายตา และมีลูทีน (Luteins) และซีแซนทีน (Zeaxanthin) อันมีส่วนช่วยชะลอความเสื่อมของดวงตา

อีกทั้งยังมีใยอาหารสูงช่วยในระบบการย่อยอาหารป้องกันท้องผูก นอกจากนี้เมล็ดทานตะวันมีส่วนประกอบของวิตามินและสารอาหารที่มีคุณค่าและอุดมด้วยไขมันไม่อิ่มตัวที่ช่วยลดคลอเรสเตอรอลและไขมันไตรกลีเซอไรด์

วันที่ออกจำหน่าย

เดือนธันวาคม 2567

โครงการ Bakery Studio

วัตถุประสงค์

นำเสนอและพัฒนาผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่คัดสรรวัตถุดิบคุณภาพ อบสดใหม่ทุกวัน ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่แสวงหาสินค้าที่มีคุณภาพควบคู่กับคุณประโยชน์



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

1. เพิ่มการเข้าถึงเบเกอรี่ที่มีคุณภาพดี จำนวน 40 สาขา
2. จำหน่ายเบเกอรี่สุขภาพ อาทิ มัลติเกรนคิวบ์ (ขนมปังผสมธัญพืช)
3. ยอดขายในปี 2567 จำนวน 22.9 ล้านบาท

ด้านสังคม

1. เพิ่มการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่สด ใหม่ แก่ลูกค้ามากขึ้น
2. ลูกค้าสามารถเลือกบริโภคเบเกอรี่ได้ตรงกับความต้องการที่หลากหลาย

ด้านสิ่งแวดล้อม

1. เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
2. รณรงค์ให้ลูกค้าพกถุงผ้ามาใช้บริการแทนถุงพลาสติก

โครงการความร่วมมือเพื่อส่งเสริมสุขภาพผู้บริโภค “Thailand Rice Fest 2024”

บริษัทฯ ร่วมกับ The Cloud ออกบูธจำหน่ายเมนูอาหารสุขภาพในงาน “Thailand Rice Fest 2024” โดยรังสรรค์เมนูสุขภาพดี อร่อยจัดเต็มจากผลิตภัณฑ์ “ข้าวเหนียวลืมผัว” สายพันธุ์ข้าวคุณภาพจากเกษตรกรไทย มีคุณค่าทางโภชนาการสูง อุดมไปด้วยวิตามิน สารต้านอนุมูลอิสระ และกรดไขมันอิ่มตัว เช่น โอเมก้า 3, 6, 9 อาทิ เมนูไก่ย่างโอชา ข้าวเหนียวลืมผัว เมนูข้าวเหนียวลืมผัว ส้มตำอะโวคาโด้แอปเปิล เป็นต้น จัดขึ้นระหว่างวันที่ 12-15 ธันวาคม 2567 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์





วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนข้าวคุณภาพจากเกษตรกรไทยให้พี่ที่รู้จักแก่สาธารณชน สร้างรายได้ที่มั่นคงแก่เกษตรกร
2. เพื่อนำร่องผลิตภัณฑ์ใหม่จาก S&P สำหรับนำข้อคิดเห็นของลูกค้าในงานมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ก่อนนำมาจำหน่ายที่หน้าร้าน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

สามารถสร้างยอดขายถึง 133 ชุด คิดเป็นรายได้จำนวน 20,550 บาท

ด้านสังคม

เพื่อเป็นทางเลือกแก่ลูกค้าที่รักสุขภาพ

ด้านสิ่งแวดล้อม

ใช้วัตถุดิบจากเกษตรกรท้องถิ่นที่มีมาตรฐาน ปลอดสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อทั้งเกษตรกรและผู้บริโภค

โครงการสร้างสรรค์เมนูอาหารที่อุดมด้วยโภชนาการ

ในปี 2567 บริษัทฯ คัดสรรวัตถุดิบ “เนื้อไก่” จากบริษัท ซันฟู้ด อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ภายใต้โครงการ S&P Growing Together มาอย่างต่อเนื่อง ด้วยความพิเศษของเนื้อไก่ ที่มีเนื้อสัมผัส หนึบ นุ่ม ฉ่ำ กว่าเนื้อไก่ทั่วไป รวมทั้งเนื้อไก่ยังมีสารอาหารที่ดี ได้แก่ กรดอะมิโนจำเป็นและสังกะสีสูงถึง 20% และคอเลสเตอรอลต่ำกว่าไก่ทั่วไปถึง 15% เนื่องจากมีนวัตกรรมการเลี้ยงไก่ด้วยอาหารเสริมสมุนไพร รวมทั้งยังให้ความสำคัญกับหลักสวัสดิภาพสัตว์ โดยเลี้ยงไก่ในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นน้อย และใช้เวลาเลี้ยงประมาณ 46-50 วัน ซึ่งเป็นการเลี้ยงไก่แบบไม่เร่งโต ส่งผลให้ไก่ไม่เครียด ไม่ป่วยง่าย ทำให้ไม่จำเป็นต้องใช้ยาปฏิชีวนะใดๆ ทั้งสิ้น ตลอดการเลี้ยงตามมาตรฐานของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และญี่ปุ่น



สำหรับเนื้อไก่ที่เลี้ยงด้วยอาหารเสริมสมุนไพรนี้ S&P นำมารังสรรค์เป็นเมนูจานอร่อยยอดนิยม จำนวน 11 เมนู ดังนี้

1. ลาบไก่ - มันฝรั่งทอดกรอบ
2. ปีกไก่ทอดสมุนไพร
3. ข้าวไข่นุ่มกะเพราไก่
4. ข้าวหน้าไก่ราชวงศ์
5. เส้นหมี่ไก่ผัดพริกเผา
6. วุ้นเส้นผัดไข่เค็ม









7. ต้มข่าไก่เห็ดออรินจิ
8. ข้าวผัดคะน้าปลาเค็ม
9. ปีกไก่สไปส์ซี่
10. ปีกไก่ตะกร้า
11. พายไก่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อคัดสรรวัตถุดิบตั้งแต่ต้นทางที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ดี มีรสสัมผัสที่อร่อย ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีจากภายใน
2. เพื่อสนับสนุนคู่ค้าที่มีการเลี้ยงตามหลักสวัสดิภาพสัตว์




ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

ในปี 2567 สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น 13.13 ล้านบาท

ด้านสังคม

ผู้บริโภคได้รับสารอาหารที่ดีจากการบริโภคไก่ ได้แก่ กรดอะมิโนจำเป็นและสังกะสีสูงถึง 20% และคอเลสเตอรอลต่ำกว่าไก่ทั่วไปถึง 15% เนื่องจากมีนวัตกรรมการเลี้ยงไก่ด้วยอาหารเสริมสมุนไพร ปลอดภัยต่อผู้บริโภค เนื่องจากคู่ค้าให้ความสำคัญกับหลักสวัสดิภาพสัตว์ โดยเลี้ยงไก่ในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นน้อย และใช้เวลาเลี้ยงประมาณ 46-50 วัน ซึ่งเป็นการเลี้ยงไก่แบบไม่เร่งโต ส่งผลให้ไก่ไม่เครียด ไม่ป่วยง่าย ทำให้ไม่จำเป็นต้องใช้ยาปฏิชีวนะตลอดการเลี้ยงตามมาตรฐานสากล

ด้านสิ่งแวดล้อม

คู่ค้ามีการบริหารจัดการกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการลดการใช้พลังงานและลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศ จากการนำนวัตกรรมรักษาคุณภาพอาหารโดยผ่านกระบวนการแช่เยือกแข็งอย่างรวดเร็ว (IVQF) รวมทั้งบริหารจัดการกระบวนการผลิตตามหลัก Bio Circular Green Economy (BCG) เพื่อไม่ให้เกิดของเสีย

โครงการ Knowledge Sharing ด้านโภชนาการ

1 อบรมหลักสูตร “Culinary Medicine: อาหารสุขภาพมิติแห่งศาสตร์และศิลป์”



บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) จัดโครงการ Knowledge Sharing อบรมหลักสูตร “Culinary Medicine: อาหารสุขภาพมิติแห่งศาสตร์และศิลป์” จำนวน 2 รุ่น คือ รุ่นที่ 1 วันที่ 2 กันยายน 2567 สำหรับกลุ่มผู้บริหารและพนักงานปฏิบัติการ จำนวน 150 คน และรุ่นที่ 2 วันที่ 4 กันยายน 2567 สำหรับกลุ่มคณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานสำนักงานและโรงงาน จำนวน 36 คน เพื่อเป็นการสร้างความรู้และตระหนักถึงความสำคัญของการบริโภคอาหารที่มีโภชนาการที่ดี ส่งผลต่อการมีสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน สามารถนำความรู้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และต่อยอดในการสร้างสรรค์เมนูสุขภาพดี ตลอดจนนำไปสื่อสารคุณประโยชน์ของอาหารและเบเกอรี่ S&P แก่ลูกค้าและบุคคลในครอบครัวต่อไปได้ โดยมี ผศ.ดร. เอกราช บำรุงพืชน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการชะลอวัย พร้อมด้วยคณะอาจารย์จากคณะโภชนวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นวิทยากร ณ S&P Hall สำหรับหลักสูตร Culinary Medicine อธิบายถึง “โภชนาการสมัยใหม่เพื่อการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค” “อาหารฟังก์ชั่น:วัตถุดิบจากธรรมชาติเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ” “นวัตกรรมอาหารทดแทน หวาน มัน เค็ม...ดีต่อกาย สบายต่อใจ” รวมทั้งยังมีกิจกรรม Workshop “Functional Ingredients for S&P Wellness” เพื่อวิเคราะห์จุดเด่น และจุดที่ควรพัฒนาเพิ่ม สำหรับเป็นแนวทางในพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม และเบเกอรี่ S&P ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ต่อไปได้







2 จัดทำสื่อความรู้โภชนาการรูปแบบอินโฟกราฟิก

เพื่อการสื่อสารข้อมูลความรู้ด้านโภชนาการและคุณประโยชน์สำคัญของอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่ม สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการมีสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน ด้วยการเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณประโยชน์ สารอาหารครบถ้วนในสัดส่วนที่เหมาะสม สำหรับการจัดทำสื่อให้ความรู้นี้ นำข้อมูลมากจากคุณประโยชน์ในส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์จากการคิดค้นสูตรของทีมวิจัยและพัฒนาเบเกอรี่ของบริษัทฯ ที่ผ่านการทดลองจนวางผลิตภัณฑ์จำหน่ายสู่สาธารณชน โดยช่องทางการสื่อสาร แบ่งออกเป็น

1. อีเมล์ภายในแก่พนักงานบริษัทฯ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ สามารถแนะนำเมนูแก่ลูกค้าได้
2. สื่อสังคมออนไลน์ แก่ลูกค้า/ผู้บริโภค โดยสื่อสารข้อมูลโภชนาการเพื่อสร้างการรับรู้ และตระหนักถึงคุณประโยชน์ของการบริโภคอาหาร และคุณประโยชน์จากวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการสื่อสารเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยหลังการบริโภคสามารถนำบรรจุภัณฑ์นี้ไปส่งต่อรีไซเคิลเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วย



วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมความรู้ด้านโภชนาการแก่พนักงาน สำหรับเป็นข้อมูลในการบริการลูกค้าหน้าร้าน
2. เพื่อนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และบอกต่อคนใกล้ตัวได้ เป็นการสร้างสังคมสุขภาพดีที่ยั่งยืน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

สามารถเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อแก่ลูกค้าทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

ด้านสังคม

พนักงาน และลูกค้ามีความตระหนักรู้เรื่องการบริโภคอาหารที่มีโภชนาการ เป็นการสร้างสังคมสุขภาพดีอย่างยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม

สื่อให้ความรู้นอกจากจะสื่อสารเรื่องโภชนาการแล้ว ยังให้ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น การคัดแยกขยะ การรีไซเคิล เพื่อสร้างการรับรู้อันจะนำไปสู่การลงมือปฏิบัติในอนาคต

ตัวอย่างสื่อความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ ในปี 2567







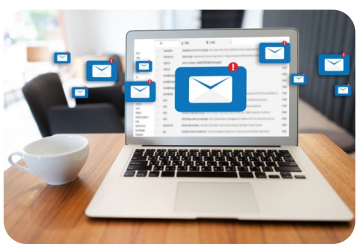






ช่องทางและรายละเอียดสื่อความรู้

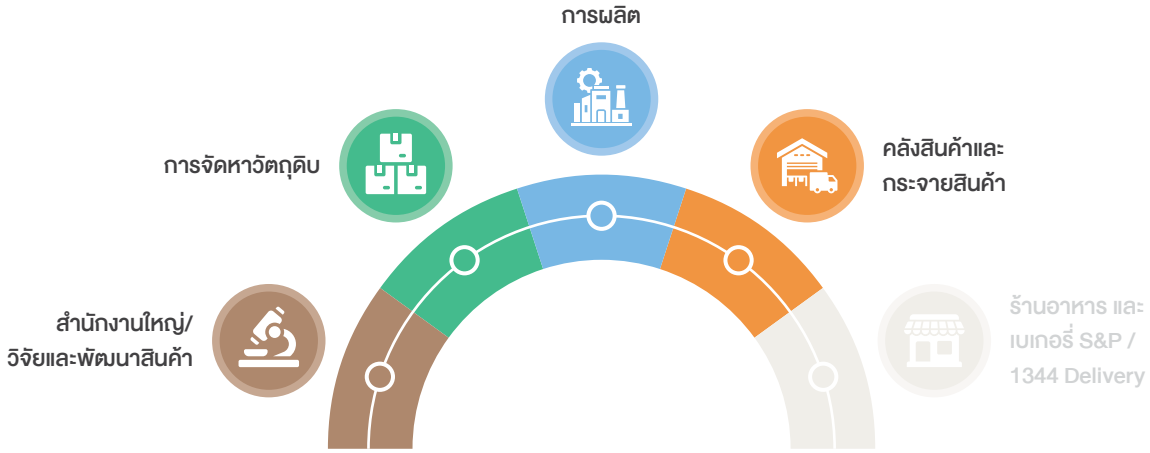
เผยแพร่ทาง Email พนักงาน



เผยแพร่ทาง Facebook S&P



พลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



เป้าหมายปี 2567

ปี 2566 เก็บฐานข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 - 2 ทั้งองค์กร* มีปริมาณ 29,568 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (ปีฐาน)

ปี 2567 ตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 - 2 ร้อยละ 2.86 เมื่อเทียบกับปีฐาน

ภายในปี 2573 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 - 2 ร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปีฐาน

ภายในปี 2573 ใช้พลังงานสะอาดร้อยละ 20 ของพลังงานทั้งหมด

ภายใน**ปี 2593** เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality)

ภายใน**ปี 2608** เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions)

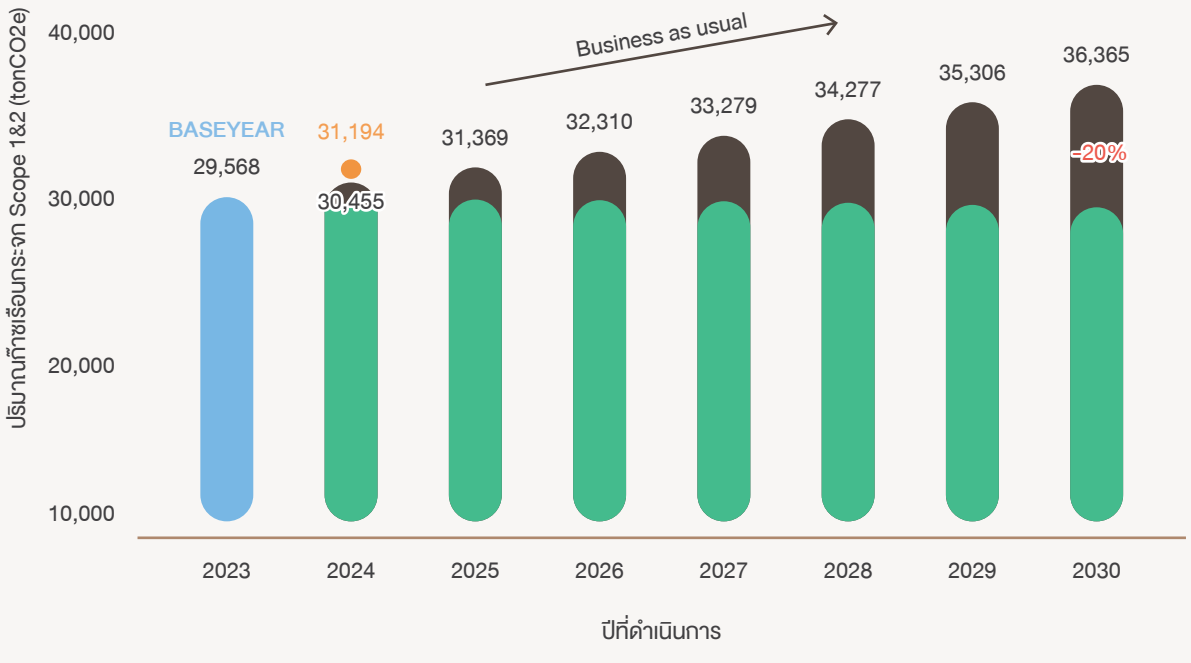
* ครอบคลุมการดำเนินงานของสำนักงานใหญ่ โรงงานผลิตเบเกอรี่สุขุมวิท 62 โรงงานผลิตเบเกอรี่บางนา กม.23.5 โรงงานผลิตเบเกอรี่ลำพูน จ.ลำพูน โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง ศูนย์กระจายสินค้า S&P และร้านอาหาร/เบเกอรี่ จำนวน 410 จุดขาย

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 - 2 ทั้งองค์กร มีปริมาณ **31,194** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มขึ้นร้อยละ **2.43** เมื่อเทียบกับปีฐานกรณีปกติ (Business as Usual)

S&P Climate transition pathway to reduce GHG 20% of scope 1&2 within 2030



หมายเหตุ: ในปี 2567 พบว่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 - 2 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.43 เมื่อเทียบกับปีฐานกรณีปกติ (Business as Usual) เนื่องจากการรั่วไหลของสารทำความเย็นที่ศูนย์กระจายสินค้า S&P

ที่มาและความมุ่งมั่น

ตามที่ประชุม COP29 หรือ การประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change Conference of the Parties: UNFCCC COP) ครั้งที่ 29 ที่มีเป้าหมายสำคัญในการผลักดันข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) โดยเฉพาะการจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส โดยประเทศไทยมุ่งเน้นการเสนอผลการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศภายใต้ข้อตกลงและกรอบอนุสัญญาฯ อย่างเป็นรูปธรรม เช่น การผลักดันพระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย ที่คาดว่าจะเป็นเครื่องมือสำคัญสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) เพื่อสร้างกลไกลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภาคบังคับ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมขีดความสามารถในการปรับตัวของทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลด้านสภาพภูมิอากาศ และการส่งเสริมเกษตรกรรมยั่งยืนอันเป็นความเสี่ยงของผลกระทบที่เกิดจากวิกฤตด้านสภาพอากาศ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก (Climate Change) เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อโลกทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ ซึ่งสาเหตุหลักเกิดจากการผลิตและการบริโภคที่ไม่ยั่งยืนของมนุษย์อย่างต่อเนื่องยาวนาน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสิ่งแวดล้อม เช่น ภัยธรรมชาติที่เพิ่มความถี่และความรุนแรง การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ และการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศ เป็นต้น ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เกษตรกรรม และความเป็นอยู่ของมนุษย์ ตลอดจนเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจในระยะยาว ส่งผลต่อความท้าทายด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมทั่วโลกทั้งระดับภูมิภาคและระดับประเทศ ดังนั้นการบริหารจัดการของภาคธุรกิจในด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งต่อคุณภาพการดำรงชีวิตของประชาชน อาทิ สิทธิและเสรีภาพในการเข้าถึงอากาศที่ดี ทรัพยากรอาหารและน้ำที่เพียงพอ และความเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน อีกทั้งยังสามารถสร้างภูมิคุ้มกันต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศโลก

ในสถานการณ์ที่การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกำลังกลายเป็นปัญหาทางสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่สุดทั่วโลก เอส แอนด์ พี ในฐานะผู้ผลิตอาหารและเบเกอรี่อันดับต้นๆ ของประเทศ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่ไม่เพียงแค่สร้างผลกำไร แต่ยังคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยตั้งเป้าหมายในการลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การผลิต การขนส่ง ไปจนถึงการจำหน่ายสินค้า เพื่อส่งเสริมกับนโยบายสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีความใส่ใจในผลิตภัณฑ์จากกระบวนการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นำไปสู่ความมุ่งมั่นในการศึกษาและพัฒนานโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเน้นการบันทึกและเปิดเผยข้อมูลการใช้พลังงานและไฟฟ้าขององค์กร เพื่อให้สามารถคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และใช้ข้อมูลเหล่านั้นในการวางแผนลดการปล่อยก๊าซได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการนำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาปรับใช้ในกระบวนการผลิต ทั้งในด้านการพัฒนาเครื่องจักรที่ใช้พลังงานน้อยลง หรือเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน เพื่อการพัฒนาธุรกิจควบคู่ไปกับการรักษาสมดุลด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

- **ประกาศนโยบายด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม สภาพภูมิอากาศ และคุณภาพอากาศ** เพื่อแสดงความมุ่งมั่นในการดำเนินการด้านสภาพภูมิอากาศของบริษัทฯ
- **ประกาศนโยบายด้านการบริหารจัดการพลังงาน** เพื่อการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการใช้พลังงาน พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การเลือกใช้พลังงานทดแทน เพื่อเป็นการอนุรักษ์พลังงานอย่างยั่งยืน
- **ประกาศความมุ่งมั่นในการกำหนดเป้าหมายสูงสุดในการมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์** (Net Zero Emissions) **ภายในปี** 2608 เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการควบคุมอุณหภูมิของโลกไม่ให้สูงเกิน 1.5 องศาเซลเซียส
- **การวิเคราะห์ประเด็นผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่คุณค่าที่มีผลกระทบต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง** เพื่อวางแผนการรับมือต่อความเสี่ยงและการเข้าถึงโอกาสได้อย่างทันการณ์
- **การเปิดเผยข้อมูลการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ** (Climate Impact Report) ซึ่งจะเป็นการพัฒนาต่อจากร่างรายงานตามแนวทางมาตรฐาน Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) ของบริษัทฯ ที่ดำเนินการในปี 2567 และสอดคล้องกับมาตรฐาน IFRS S2 เพื่อเป็นข้อมูลแก่นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงศักยภาพการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสของบริษัทฯ

แนวทางการดำเนินงาน

คณะทำงานการจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ

บริษัทฯ กำหนดให้ประธานคณะกรรมการบริษัท เป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ทิศทางและยุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน โดยให้คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน (Corporate Governance and Sustainable Development Committee) และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) ติดตามและประเมินงานด้านการกำกับดูแลความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนสนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะทำงานกำกับดูแลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Committee) ซึ่งมีหน้าที่ติดตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับโลกและระดับท้องถิ่นที่มีผลกระทบต่อความยั่งยืน ตลอดจนจัดทำแผนการดำเนินงานด้านการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต การใช้พลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน วางแผนการกระจายสินค้า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการจัดการขยะและอาหารส่วนเกิน เพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ทั้งนี้คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนจะสรุปผลการดำเนินงานและนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกไตรมาส ในประเด็นสำคัญกับบริษัทฯ ที่มีความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและมีความจำเป็นต้องดำเนินการ



นโยบายด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม สภาพภูมิอากาศ และคุณภาพอากาศ

www.snpfood.com

นโยบายด้านการบริหารจัดการพลังงาน

www.snpfood.com

การมีส่วนร่วมกับเครือข่ายและการปฏิบัติตามนโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การยกระดับองค์กรเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้เป็นไปตามกรอบการดำเนินงานที่วางไว้ ในปี 2567 บริษัทฯ ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network: TCNN) ในฐานะองค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก (Climate Action Leading Organization) อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนและสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในระดับองค์กร



การประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate change risk and opportunity assessment)

การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับประเทศในระยะยาว ส่งผลกระทบต่อผลผลิตทางการเกษตร การปศุสัตว์ และการประมงอย่างมาก บริษัทฯ จึงจัดทำแนวทางการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศดังกล่าว โดยทำการประเมินปัจจัยเสี่ยงและผลกระทบตลอดห่วงโซ่คุณค่า และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยผลการประเมินจะได้รับการพิจารณาจากคณะทำงานกำกับดูแลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้เชื่อมโยงกับประเภทความเสี่ยงตามที่บริษัทฯ กำหนด ทั้งนี้ บริษัทฯ จะเปิดเผยการบริหารจัดการความเสี่ยง ตลอดจนการจัดทำแผนรับมือด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ ในประเด็นสำคัญดังนี้

1. **สูญเสียพื้นที่** เนื่องจากการเพิ่มสูงขึ้นของระดับน้ำทะเล และน้ำจะมีความเค็มมากขึ้น
2. **พื้นที่การเกษตรจะขยับถอยร่นจากการรุกล้ำของน้ำเค็ม** คุณภาพของผลผลิตจะเปลี่ยนแปลงไป
3. **สูญเสียแหล่งน้ำ** ปริมาณน้ำที่จะนำมาใช้ในการชลประทานลดลง
4. **ระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้น มีผลกระทบต่อการประมง** เพราะจะทำให้อุณหภูมิของน้ำ กระแสน้ำ การไหลของน้ำจืด และการหมุนเวียนของธาตุอาหารเปลี่ยนแปลงไป

บริษัทฯ มองเห็นถึงโอกาสในการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบด้านการเกษตร ปศุสัตว์ คุณค่าทางโภชนาการ และกระบวนการขนส่งที่มีประสิทธิภาพเพื่อรักษาคุณภาพสินค้า และความปลอดภัยของอาหารก่อนส่งมอบถึงผู้บริโภค โดยมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์เหล่านี้

ปัจจัยเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

- พายุลมแรง (Windstorm)
- ฝนตกรุนแรง (Heavy Rainfall)
- ระดับน้ำทะเลเพิ่มสูงขึ้น (Sea Level Rise)
- การรุกล้ำของน้ำเค็ม (Salter Water Intrusion)
- น้ำท่วมฉับพลัน (Flash Flood)
- อุณภูมิเฉลี่ยสูงขึ้น (Temperature Rise)
- ภัยแล้ง (Drought)
- ไฟไหม้ป่า (Wildfire)
- โรคระบาด / แมลงศัตรูพืช (Epidemic and Crop Pests)

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่อยู่ในความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

- พนักงาน
- ลูกค้า
- ชุมชน/สังคม
- คู่ค้า / พันธมิตรทางธุรกิจ

ประเภทความเสี่ยงองค์กร

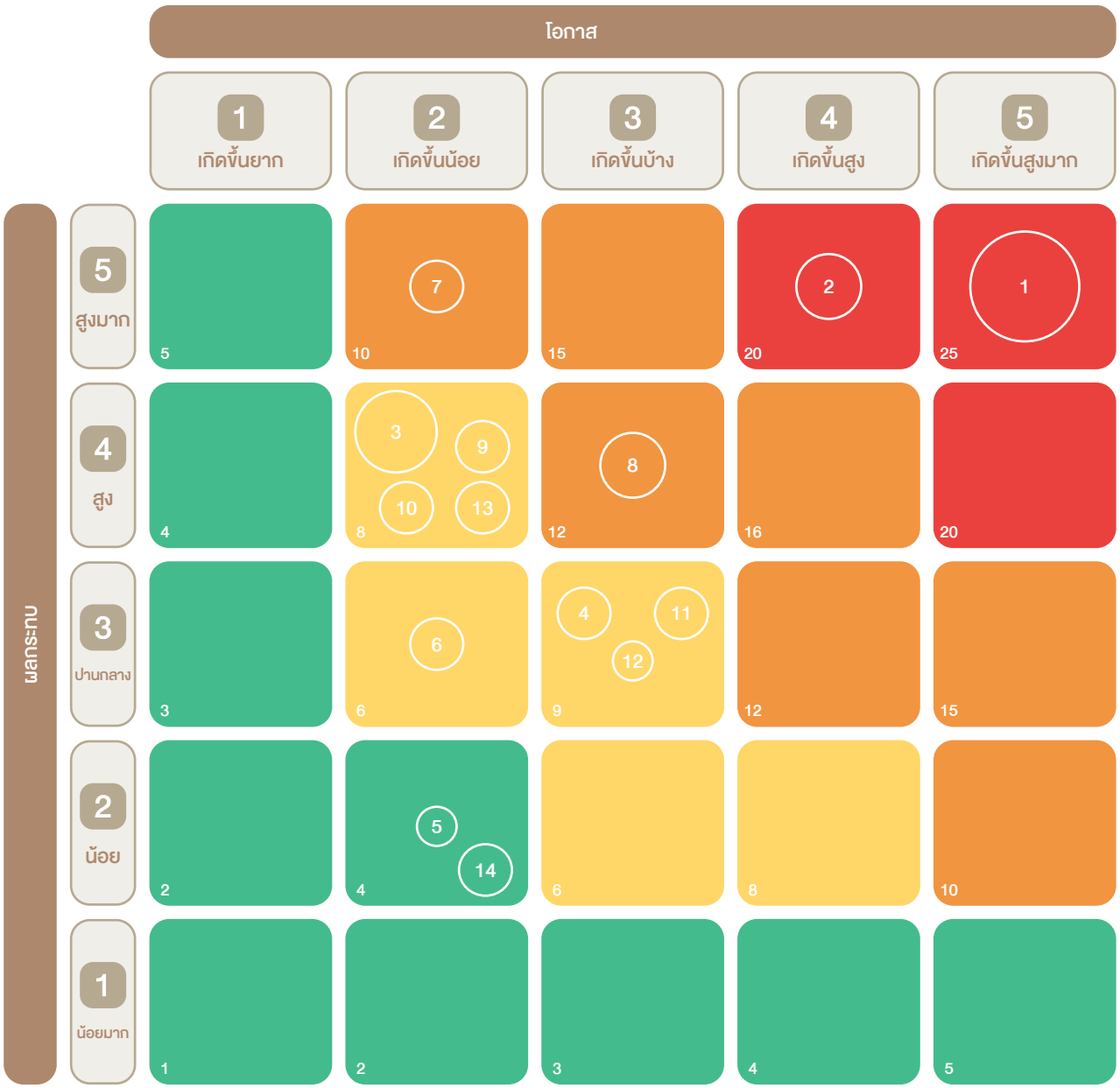
- ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategio Risk: SR)
- ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risk: OR)
- ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk: FR)
- ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risk: CR)
- ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk: ER)

การวิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงและผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ประเด็นผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีผลต่อห่วงโซ่คุณค่า						ประเภทการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ									ประเด็นความเสี่ยง
	วัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์	กระบวนการผลิต	ผลิตภัณฑ์	การขนส่ง	ตลาด/ช่องทางการขาย	ลูกค้า/ผู้บริโภค										
1. ความเสียหายของผลผลิตทางการเกษตร	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
2. ผลผลิตทางการเกษตรมีคุณภาพและรสชาติที่เปลี่ยนไป	●	●	●		●	●		●	●	●	●	●	●	●		
3. ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมต่อการปศุสัตว์	●		●			●		●	●	●	●	●	●	●	●	
4. ศัตรูพืชและโรคพืชส่งผลกระทบต่อการเกษตร ผลผลิตเสียหาย	●	●	●			●		●				●			●	
5. วัตถุดิบขาดสารอาหาร ส่งผลต่อคุณค่าทางโภชนาการที่ลดลง	●		●		●	●		●	●	●	●	●	●	●		
6. สภาพอากาศมีความชื้นสูงในช่วงฝนตกหนักติดต่อกัน จึงมีการใช้พลังงานสูงขึ้น		●	●	●	●			●				●	●			
7. การดำเนินธุรกิจทั้งภาคการผลิตและการบริการต้องหยุดชะงักฉับพลัน	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●		
8. ในช่วงอุณหภูมิโลกสูง การเก็บรักษาสินค้าและการขนส่งจำเป็นต้องใช้พลังงานสูง	●			●	●	●						●	●			
9. ความล่าช้าในการขนส่งจากการเกิดอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับภัยธรรมชาติ		●		●	●		●	●		●						

ประเด็นผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีผลต่อห่วงโซ่คุณค่า						ประเภทการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ									ประเด็นความเสี่ยง
	วัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์	กระบวนการผลิต	ผลิตภัณฑ์	การขนส่ง	ตลาด/ช่องทางการขาย	ลูกค้า/ผู้บริโภค										
10. ในช่วงธุรกิจหยุดชะงัก ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตพร้อมจำหน่ายหมดอายุ			●	●	●	●		●			●	●	●			
11. อุณหภูมิที่สูงขึ้น ทำให้พาหะนำโรคแพร่พันธุ์อย่างรวดเร็ว		●		●	●		●					●		●	●	
12. พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปตามฤดูกาล เช่น หน้าฝนนิยมใช้บริการดีลิเวอรี่				●	●	●		●		●						
13. ระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้นมีผลต่อการประมง สัตว์น้ำมีจำนวนและขนาดลดลง บางชนิดสูญพันธุ์		●		●	●	●			●	●					●	
14. โรคติดต่อที่มีผลจากอุณหภูมิโลกที่สูงขึ้นเกิดการแพร่ระบาด อาทิ โรคอุจจาระร่วงและโรคอาหารเป็นพิษ					●	●					●	●			●	

ผลการประเมินความเสี่ยงต่อองค์กรด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

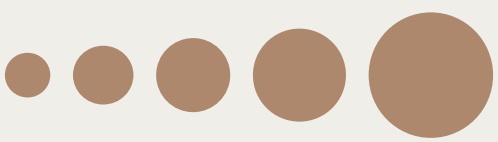


ระดับความเสี่ยงปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่ต้องกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด พร้อมมาตรการ

ระดับความเสี่ยงปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่ต้องเฝ้าระวัง

ระดับความเสี่ยงปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่พอจะยอมรับได้ โดยมีวิธีควบคุม

ระดับความเสี่ยงปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่ยอมรับได้ ไม่ต้องมีการควบคุม



ขนาดของขอบเขตผลกระทบที่มีต่อจำนวนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่ธุรกิจ

ความเสียหายของผลผลิตทางการเกษตร

การรักษาความปลอดภัยของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Security) ที่มีฐานการผลิตจากธรรมชาติ เพราะเกษตรกรรมเป็นวิถีที่พึ่งพาสภาพภูมิอากาศ เมื่อระบบนิเวศมีการเปลี่ยนแปลงรุนแรง เช่น ความแห้งแล้งสลับอุทกภัย ฝนไม่ตกตามฤดูกาล อุณหภูมิโลกเพิ่มขึ้น ดินเสื่อมสภาพ โรคและแมลงศัตรูพืชระบาด เป็นสาเหตุของการขาดแคลนผลผลิตทางการเกษตร และคุณภาพของผลผลิต เกิดความผันผวนในผลผลิตเกษตรของไทย ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้นและกระทบต่อห่วงโซ่การผลิต ดังนั้น การรับมือกับความเสี่ยงด้านความเสียหายของผลผลิตทางการเกษตร จำเป็นต้องมีการลงทุนและปรับตัวในระบบการผลิตอาหาร เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับและการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ

คุณภาพของผลผลิตทางการเกษตรมีคุณภาพ และรสชาติที่เปลี่ยนไป

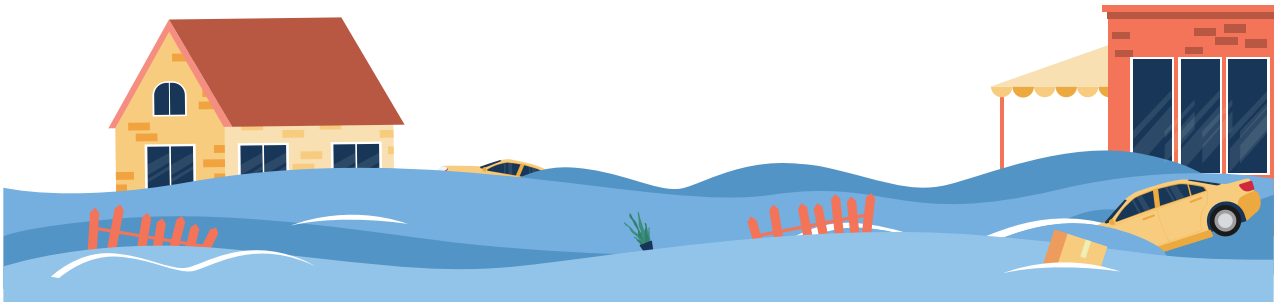
คุณภาพวัตถุดิบมีความสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจอาหาร อาทิ รสชาติที่ตรงตามมาตรฐาน สารอาหารที่สำคัญในวัตถุดิบ รวมถึงสีของอาหารที่น่ารับประทาน โดยพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการปลูกพืชผล แหล่งประมง อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ การเพิ่มสูงขึ้นของระดับน้ำทะเล และระดับความเค็มของน้ำทะเลที่มากขึ้น ล้วนมีผลกระทบต่อการหมุนเวียนของธาตุอาหารที่เปลี่ยนแปลงไปในระบบนิเวศ

ในช่วงอุณหภูมิโลกสูง การเก็บรักษาสินค้าและการขนส่งจำเป็นต้องใช้พลังงานสูง

การจัดการห่วงโซ่ความเย็น (Cold Chain Management) ของวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์อาหารและเบเกอรี่ โดยควบคุมอุณหภูมิให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมตั้งแต่แหล่งผลิตจนถึงผู้บริโภค เพื่อรักษาคุณค่าทางโภชนาการของอาหารแต่ละประเภท (Nutrient) และลดความเสียหายของผลิตภัณฑ์ ดังนั้น การขนส่งวัตถุดิบในระยะทางไกลจึงมีความสำคัญ โดยเฉพาะการขนส่งในประเทศเขตร้อนอย่างประเทศไทยที่พบว่าในฤดูแล้งมีอุณหภูมิสูงขึ้นมาก อาจส่งผลต่อวัตถุดิบบางประเภท เช่น กะทิ ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ ทำให้การลงทุนด้านอุปกรณ์รักษาความเย็นในการขนส่ง และค่าใช้จ่ายด้านพลังงานเพิ่มขึ้น จึงเป็นประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อบริษัท

การผลิต และการบริการต้องหยุดชะงักฉับพลัน

การเกิดภัยพิบัติที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจอันมีที่มาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ คือ การเกิดขึ้นอย่างไม่คาดฝัน ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ ดังนั้น บริษัทควรเตรียมวางแผนรับมือต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อลดผลกระทบอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ฝนตกน้ำท่วมฉับพลัน อาจเกิดความเสียหายต่อเครื่องจักรในโรงงาน ฯลฯ ทำให้บริษัทฯ ต้องหันกลับมาทบทวนนโยบายการลงทุนของบริษัทอย่างจริงจัง โดยการใช้ข้อมูลพิจารณาความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสำหรับการลงทุนในระยะ 3-5 ปี บริษัทฯ มีการจัดทำแผนจัดการภาวะวิกฤตหรือแผนดำเนินการธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) เพื่อการรับมือความเสี่ยงที่สำคัญ



มาตรการและแนวทางการรับมือความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ประเด็นความเสี่ยง	มาตรการและแนวทางการรับมือ
• ความเสียหายของผลผลิตทางการเกษตร • ผลผลิตทางการเกษตรมีคุณภาพและรสชาติที่เปลี่ยนไป	**ด้านคุณภาพผลผลิตทางการเกษตร** • สร้างเครือข่ายคู่ค้าเกษตรกร เพื่อร่วมแบ่งปันความรู้ และพัฒนาผลิตผลที่มีคุณภาพที่ดีเลิศ ยกระดับผลผลิตของเกษตรกรไทย • ลดการพึ่งพาวัตถุดิบจากแหล่งเดียว โดยหาแหล่งปลูกในพื้นที่ที่มีสภาพภูมิอากาศแตกต่างกัน เพื่อกระจายความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ • ส่งเสริมการสร้างรายได้ให้คู่ค้าท้องถิ่นเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี • การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ควบคุมอุณหภูมิ ความชื้น และคุณภาพอากาศได้ เพื่อให้วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์มีคุณภาพคงที่
• ในช่วงอุณหภูมิโลกสูง การเก็บรักษาสินค้าและการขนส่งจำเป็นต้องใช้พลังงานสูง	**ด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์** • วางแผนพัฒนาระบบจัดเก็บสินค้า เพื่อควบคุมสภาพแวดล้อมได้อย่างแม่นยำ ลดการสูญเสียพลังงาน • ใช้พลังงานหมุนเวียนในกระบวนการเก็บรักษาและขนส่ง เช่น การติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาศูนย์กระจายสินค้า S&P เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงฟอสซิล พิจารณาปรับเปลี่ยนระบบการขนส่งสินค้าเป็นรถขนส่งไฟฟ้าตลอดกระบวนการ • การขนส่งแบบเต็มความจุและวางแผนเส้นทางขนส่งที่ประหยัดเวลา ระยะทาง รวมถึงพลังงานในการขนส่ง
• การผลิต และการบริการต้องหยุดชะงักฉับพลัน	**ด้านการผลิตและการบริการ** • จัดทำแบบประเมินความเสี่ยงครอบคลุมแนวทางด้าน ESG เพื่อวางแผนรับมือ ป้องกัน และเตรียมการได้ทันสถานการณ์ ไม่ก่อให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ หรือก่อให้เกิดผลกระทบในระดับต่ำที่สุด • ทำประกันภัยที่ครอบคลุมและจัดตั้งกองทุนฉุกเฉิน เพื่อรักษาสมดุลทางการเงินให้บริษัทสามารถฟื้นฟูได้ตามสถานการณ์ฉุกเฉิน

รายงานผลกระทบด้านการเงินจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (IFRSS2 Report)

www.snpfood.com

สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

การดำเนินงานตามมาตรการและแนวทางการรับมือความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



ด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์

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



ด้านการขายและการบริการ

- ร้านอาหารS&P เข้าร่วมโครงการร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจำนวน 12 แห่งในปี 2567 ด้วยการใช้ทรัพยากรต่างๆให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีส่วนร่วมและยกระดับการให้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีการลดปริมาณขยะและบริหารจัดการของเสียตั้งแต่ต้นทางอย่างมีประสิทธิภาพ และมีแผนขยายสาขาเข้าร่วมโครงการอย่างต่อเนื่อง
- อยู่ระหว่างดำเนินการร้านต้นแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (S&P Green Outlets)

ตรวจวัดและขึ้นทะเบียนข้อมูล**การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม (Scope 1 และ 2) ทั้งองค์กรมีการปล่อย 29,568 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า** (กำหนดเป็นปีฐาน)

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน **3,253,786 กิโลวัตต์-ชั่วโมง** เทียบเป็น**ร้อยละ 8.02** ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดขององค์กร

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **1,626.57 ตัน** คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า จากการใช้พลังงานหมุนเวียน

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **152.68 ตัน** คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า จากโครงการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตต่างๆ และการจัดการขยะและของเสีย

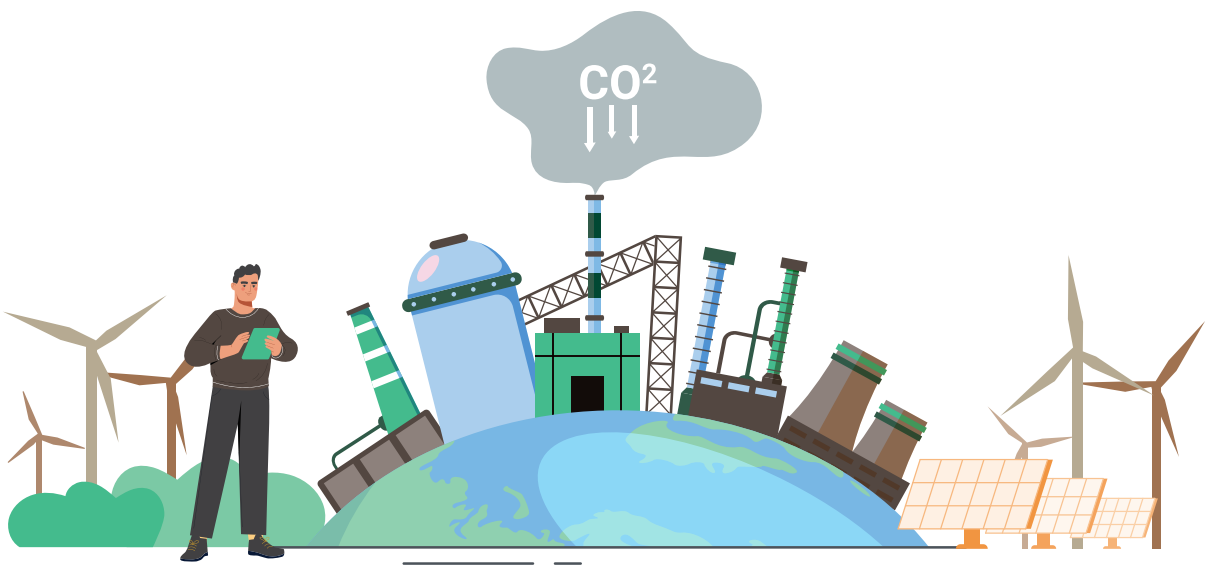
ในปี 2567 บริษัทฯ ซื้อคาร์บอนเครดิตจำนวน 10,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า จากโครงการประเภทผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน ได้แก่ BSE-BPI Grid Connected Solar PV Project โดยมียอดสะสมจำนวน 23,400 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร ประจำปี 2567

บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบในด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ทั้งจากภาคส่วนอุตสาหกรรมการผลิต การใช้พลังงาน การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่ง สาขาหน้าร้าน รวมทั้งส่วนสนับสนุนที่สำนักงานใหญ่ บริษัทฯ จึงมีนโยบายจัดทำฐานข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งองค์กรมาอย่างต่อเนื่องให้ครอบคลุมทั้งสำนักงานใหญ่ โรงงานผลิตเบเกอรี่สุขุมวิท 62 โรงงานผลิตเบเกอรี่บางนา-ตราด กม.23.5 โรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง ศูนย์กระจายสินค้า S&P และหน้าร้าน S&P ซึ่งมีการขยายจากเดิม 375 เป็น 410 จุดขายในปี 2567 เพื่อวางแผนรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและกำหนดเป็นกลยุทธ์องค์กร พร้อมทั้งกำหนดกรอบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทานให้บรรลุตามเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2593 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2608 โดยมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1)
หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1	ปี	โรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง *			โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง	สำนักงานใหญ่	ศูนย์กระจายสินค้า S&P	หน้าร้าน 410 จุดขาย	รวมทั้งหมด
		บางนา-ตราด กม. 23.5	สุขุมวิท 62	จ. ลำพูน					
	2565	736	500	727	4,863.0	460	-	-	7,288
	2566	1,002	578	1,206	4,701.0	330	128	3,186	11,131
	2567	693	478	1,147	4,457.0	331	1,979	3,448	12,533



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2)
หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

	ปี	โรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง *			โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง	สำนักงานใหญ่	ศูนย์กระจายสินค้า S&P	หน้าร้าน 410 จุดขาย	รวมทั้งหมด
		บางนา-ตราด กม. 23.5	สุขุมวิท 62	จ. ลำพูน					
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 2	2565	1,538	1,908	647	1,953	66	-	-	6,112
	2566	1,573	1,772	578	1,752	58	1,354	11,350	18,437
	2567	1,387	1,703	414	1,745	55	1,174	12,183	18,661

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (Scope 3)
หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

	ปี	โรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง *			โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง	สำนักงานใหญ่	ศูนย์กระจายสินค้า S&P	หน้าร้าน 410 จุดขาย	รวมทั้งหมด
		บางนา-ตราด กม. 23.5	สุขุมวิท 62	จ. ลำพูน					
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 3	2565	3,435	13,572	3,415	6,113	74	-	-	40,008
	2566	10,745	13,472	2,526	7,434	85	2,806	3,861	70,497
	2567	6,370	10,823	6,163	7,058	60	2,704	4,635	37,849

*โรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง ครอบคลุม โรงงานผลิตเบเกอรี่สุขุมวิท 62 โรงงานผลิตเบเกอรี่บางนา-ตราด กม.23.5 และโรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน

ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตันผลิตภัณฑ์)

รายละเอียด	2565	2566	2567
ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตันผลิตภัณฑ์)	3.23	3.70	3.51

*ครอบคลุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของโรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง (สุขุมวิท 62, เบเกอรี่บางนา-ตราด กม.23.5 และ จ.ลำพูน) และโรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง







โครงการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ ประจำปี 2567

ในปี 2567 ได้รับการรับรองรวมทั้งสิ้น 8 รายการ ได้แก่ **ขาไก่เนยสด อัลมอนด์เค้ก เค้กกล้วยตาก กาแฟโคลด์บรูว์คอฟฟี่ เจลิโอ ขนมเยลลี่รสส้ม สูตรน้ำตาลน้อย เจลิโอ ขนมเยลลี่รสสตรอเบอรี่ สูตรน้ำตาลน้อย เจลิโอ ขนมเยลลี่รสสละ สูตรน้ำตาลน้อย และเจลิโอ ขนมเยลลี่รสลิ้นจี่ สูตรน้ำตาลน้อย** โดยบริษัทฯ ดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2561 มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์สะสม 24 รายการ และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฉลากลดโลกร้อนสะสม 6 รายการ





การดำเนินงานด้านการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

การวางแผนติดตั้งเครื่องจักรที่มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การอนุรักษ์พลังงาน ตลอดจนการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในองค์กร โดยการติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ที่โรงงานผลิตเบเกอรี่ โรงงานผลิตอาหาร และศูนย์กระจายสินค้า S&P โดยตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาด ร้อยละ 20 ของพลังงานทั้งหมดที่ใช้ในองค์กร ภายในปี 2573 ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเฉพาะในขอบเขตที่ 2 (Scope 2) ซึ่งหมายถึงการปล่อยก๊าซที่เกิดจากการใช้พลังงานไฟฟ้าและพลังงานทางอ้อมจากแหล่งภายนอกที่โรงงานซื้อมาใช้

ปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด ปี 2567
หน่วย: กิกะจูล

โรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง *			โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง	สำนักงานใหญ่	ศูนย์กระจายสินค้า S&P	หน้าร้าน 410 จุดขาย	รวมทั้งหมด
บางนา-ตราด กม. 23.5	สุขุมวิท 62	จ. ลำพูน					
24,413.11	17,756.65	5,739.70	16,699.46	5,695.94	11,474.14	113,383.48	195,162.49

การแบ่งสัดส่วนการใช้พลังงานตามแหล่งพลังงาน ปี 2567

ปริมาณพลังงานเชื้อเพลิงที่ใช้แล้วหมดไป (Non-renewable source)

หน่วย: กิกะจูล

ชนิดเชื้อเพลิง	โรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง *			โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง	สำนักงานใหญ่	ศูนย์กระจายสินค้า S&P	หน้าร้าน 410 จุดขาย	รวมทั้งหมด
	บางนา-ตราด กม. 23.5	สุขุมวิท 62	จ. ลำพูน					
น้ำมันดีเซล	218.15	156.28	59.54	100.53	1,412.44	28.72	1,233.00	3,208.67
น้ำมันเบนซิน	32.24	365.84	11.24	180.44	3,884.43	0.00	2,446.38	6,920.56
ก๊าซธรรมชาติ	0	0	0	13.06	0	0	0	13.06
ก๊าซหุงต้ม	9,319.72	4,972.76	1,277.80	1,314.46	0.00	79.40	21,970.88	38,935.01

ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก

หน่วย: กิกะจูล

โรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง *			โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง	สำนักงานใหญ่	ศูนย์กระจายสินค้า S&P	หน้าร้าน 410 จุดขาย	รวมทั้งหมด
บางนา-ตราด กม. 23.5	สุขุมวิท 62	จ. ลำพูน					
9,986.40	12,261.77	2,980.67	12,560.40	399.07	8,450.02	87,733.23	134,371.56

ปริมาณพลังงงานหมุนเวียน (Renewable source)

หน่วย: กิกะจูล

โรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง *			โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง	ศูนย์กระจายสินค้า S&P	รวมทั้งหมด
บางนา-ตราด กม. 23.5	สุขุมวิท 62	จ. ลำพูน			
4,856.60	-	1,410.46	2,530.57	2,916.00	11,713.63

สรุปผลการดำเนินงานด้านการจัดการพลังงานในปี 2567

การใช้พลังงานทั้งหมดต่อหน่วยผลิตภัณฑ์

รายละเอียด	ปี 2567
ความเข้มข้นการใช้พลังงาน (กิกะจูลต่อตันผลิตภัณฑ์)	5.35

*ครอบคลุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของโรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง (สุขุมวิท 62, เบเกอรี่บางนา-ตราด กม.23.5 และ จ.ลำพูน) และโรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง

การใช้พลังงานหมุนเวียนจากโครงการติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) ทั้งองค์กร

สถานที่	โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง	โรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม. 23.5			โรงงานผลิตเบเกอรี่ จ. ลำพูน	ศูนย์กระจายสินค้า S&P	รวมทั้งสิ้น
	Solar Roof-Phase1	Solar Roof-Phase1	Solar Roof-Phase2	Solar Roof-Phase3	Solar Roof-Phase1	Solar Roof-Phase1	
วันที่เริ่มติดตั้ง	มีนาคม 2566	ตุลาคม 2559	ตุลาคม 2564	ตุลาคม 2566	ตุลาคม 2566	ตุลาคม 2566	-
ขนาดติดตั้ง (Kwh)	532.56	538	459	313	293	594	2,729.56
งบประมาณลงทุน (ล้านบาท)	13.91	39.7			7.27	12.43	73.31
พลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Kwh/ปี)	702,936	1,349,056			391,794	810,000	3,253,785.97
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ($TonCO_2e$)	351.40	674.39			195.86	404.92	1,626.57
ประหยัดค่าใช้จ่าย (ล้านบาท)	3.11	6.22			0.35	0.58	10.26
พลังงานไฟฟ้าที่ใช้ทั้งองค์กร* (kWh/ปี)	40,579,219						
สัดส่วนพลังงานทางเลือก (%RE)	8.02%						

หมายเหตุ: * ครอบคลุมในส่วนของพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ในโรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง (สุขุมวิท 62 บางนา-ตราด กม. 23.5 และลำพูน) โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง ศูนย์กระจายสินค้า S&P สำนักงาน และหน้าร้าน S&P จำนวน 410 จุด

โครงการที่สำคัญปี 2567

โครงการติดตั้งหลอดไฟจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Light)

การติดตั้งหลอดไฟจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่บริเวณลานจอดรถของโรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน ถือเป็นโครงการที่ตอบโจทย์การใช้พลังงานสะอาดอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการใช้พลังงานแสงอาทิตย์มาแปลงให้กลายเป็นพลังงานไฟฟ้า ซึ่งสามารถช่วยลดการใช้ไฟฟ้าจากแหล่งเชื้อเพลิงฟอสซิล ช่วยส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของบริษัท ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และลดต้นทุนพลังงานในระยะยาวด้วย

วัตถุประสงค์

เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า และสนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

ลดค่าใช้จ่ายจากการซื้อไฟฟ้าจากภายนอกได้ 86,757 บาท/ปี

ด้านสังคม

ช่วยเพิ่มแสงสว่างบริเวณลานจอดรถของโรงงานผลิตเบเกอรี่ สุขุมวิท 62 และโรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน เพิ่มความปลอดภัยแก่พนักงานและผู้เข้าเยี่ยมชมโครงการ

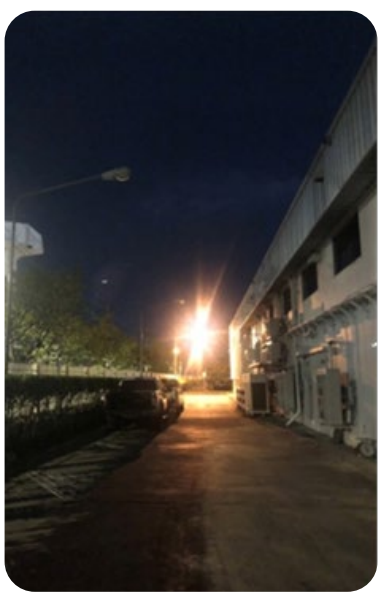
ด้านสิ่งแวดล้อม

สามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงปีละประมาณ 10.37 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า/ปี ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงฟอสซิลได้ 20,736 กิโลวัตต์-ชั่วโมง/ปี









โครงการเปลี่ยน Blower ในระบบบำบัดน้ำเสียของโรงงานผลิตเบเกอรี่บางนา-ตราด กม. 23.5

เนื่องจากบ่อบำบัดน้ำเสียใช้เครื่องเติมอากาศแบบ Root blower ที่มีการใช้งาน 15 ปี มีการใช้พลังงานไฟฟ้าสูง และมีมลภาวะทางเสียง ดังนั้นทีมวิศวกรรมจึงพิจารณาเปลี่ยนเครื่องใหม่ที่เป็นเทคโนโลยีปัจจุบันเป็นแบบ Magnetic blower ที่ใช้ Turbo blower เป็นชุดเติมอากาศที่มีประสิทธิภาพสูง ไม่มีการใช้น้ำมันในการหล่อลื่น และลดการใช้พลังงานไฟฟ้าลงร้อยละ 2.79 ส่งผลให้เครื่องจักรมีอายุการใช้งานยาวนานขึ้น ซึ่งมีส่วนช่วยลดต้นทุนพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อมได้ด้วย

วัตถุประสงค์
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องจักรและลดต้นทุนการใช้พลังงาน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

ลดค่าใช้จ่ายได้ 402,960 บาท/ปี

ด้านสิ่งแวดล้อม

เปลี่ยน Blower จำนวน 1 ชุด สามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประมาณ 43.79 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า/ปี ลดการใช้พลังงานได้ 87,600 กิโลวัตต์-ชั่วโมง/ปี

Roof Blower



Magnetic Blower



โครงการ Air Compressor -VSD Screw pump

เนื่องจาก Air compressor เดิมที่ใช้ในโรงงานมีอายุการใช้งาน 9 ปี มีการใช้พลังงานไฟฟ้าสูง ทีมวิศวกรรมจึงพิจารณาเปลี่ยนเครื่องใหม่ที่เป็นเทคโนโลยีปัจจุบันแบบ VSD Screw pump ซึ่งสามารถควบคุมความเร็วรอบมอเตอร์ได้ตามอัตรกการใช้งานและ เมื่อไม่มีอัตราการใช้งานเครื่องจะเข้าสู่โหมด Stand by และจะกลับมาทำงานอีกครั้ง หากมีความต้องการใช้ลม ดังนั้น จึงทำให้ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ร้อยละ 3.16 ลดปัญหาความผันผวนที่อาจส่งผลต่อกระบวนการผลิต อายุการใช้งาน และ ยังทำให้เครื่องจักรมีอายุการใช้งานยาวนานขึ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการลดใช้พลังงานและค่าใช้จ่ายด้วย

วัตถุประสงค์
ลดต้นทุนการใช้พลังงาน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

ลดค่าใช้จ่ายได้ประมาณ 456,688 บาท/ปี ณ โรงงานผลิตเบเกอรี่บางนา-ตราด กม.23.5

ด้านสิ่งแวดล้อม

เปลี่ยน Compressor จำนวน 1 ชุด สามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประมาณ 49.63 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า/ปี ลดการใช้พลังงานได้ 99,280 กิโลวัตต์-ชั่วโมง/ปี



โครงการ S&P EV Truck

บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจที่ลดผลกระทบ หรือสร้างผลกระทบจากการดำเนินงานให้น้อยที่สุด เพื่อให้บริษัทฯ สังคม และสิ่งแวดล้อมเติบโตร่วมกันได้อย่างสมดุลและยั่งยืน บริษัทฯ จึงดำเนินโครงการ S&P EV Truck เพื่อทดลองรถไฟฟ้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับขนส่งและกระจายสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังสาขาS&P เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการเผาไหม้เชื้อเพลิงด้วย อันเป็นแนวทางในการพัฒนาการขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างความยั่งยืนในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ ให้ครอบคลุมกระบวนการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น โครงการ S&P EV Truck เริ่มดำเนินการขนส่งในเดือนธันวาคม 2566 โดยนำรถบรรทุกขนส่งสินค้าที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า 100 % ขนาด 4 ล้อ มาทดลองวิ่งขนส่งสินค้าจากคลังสินค้ากระจายไปยังหน้าร้าน S&P นอกจากนี้ ภายในศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทฯ มีการใช้รถยกไฟฟ้าซึ่งใช้แบตเตอรี่เป็นพลังงานในการขับเคลื่อนซึ่งนับว่าเป็นพลังงานสะอาด สำหรับใช้ในกิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้าภายในคลังสินค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและอำนวยความสะดวกในการทำงาน โดยบริษัทฯ อยู่ระหว่างดำเนินการขยายโครงการ เพิ่มรถบรรทุกพลังงานสะอาด ขนาด 10 ล้อ ในปี 2568

วัตถุประสงค์

เพื่อลดใช้พลังงานเชื้อเพลิงในกระบวนการขนส่งสินค้า

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

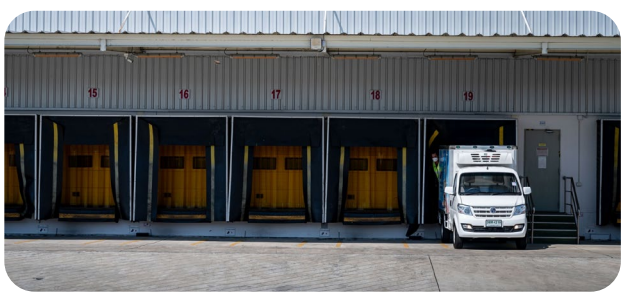
ด้านเศรษฐกิจ

ลดการใช้น้ำมันดีเซล **4,642** ลิตร/ปี สามารถลดค่าใช้จ่ายประมาณ **218,613** บาท/ปี

ด้านสิ่งแวดล้อม

รถบรรทุกไฟฟ้า 4 ล้อ **1** คัน ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ปีละประมาณ **14.12** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือเทียบเท่าการปลูกต้นไม้ประมาณ **1,568** ต้น





โครงการปรับปรุงกระบวนการต้มแฮมแบบให้ความร้อนโดยตรงด้วยไอน้ำ (Direct Steam Cooker)

ขั้นตอนการต้มแฮมมีความสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพ รสชาติ และประสิทธิภาพการผลิตแฮม กระบวนการผลิตเดิมของโรงงานใช้วิธีการให้ความร้อนทางอ้อม โดยการใช้หม้อน้ำร้อนแบบ Steam Jacket ซึ่งมีข้อจำกัดด้านประสิทธิภาพพลังงาน การใช้เวลานาน และต้นทุนเชื้อเพลิงสูง ดังนั้น เพื่อลดข้อจำกัดดังกล่าว โรงงานจึงมีแนวคิดในการปรับปรุงกระบวนการต้มแฮมโดยการนำเทคโนโลยี Direct Steam Cooker หรือระบบให้ความร้อนโดยตรงด้วยไอน้ำมาใช้ ซึ่งเป็นเทคนิคที่ช่วยให้ความร้อนเข้าสู่กระบอกต้มแฮมได้รวดเร็วขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพการถ่ายเทความร้อน ลดระยะเวลาในการผลิต และช่วยลดต้นทุนด้านพลังงาน

นอกจากนี้ การใช้ Direct Steam Cooker ยังช่วยให้กระบวนการผลิตมีความสม่ำเสมอ ลดการสูญเสียความชื้นของผลิตภัณฑ์ ควบคุมอุณหภูมิได้แม่นยำ และลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนของจุลินทรีย์ที่อาจเกิดขึ้นจากการถ่ายเทความร้อนทางอ้อม การปรับปรุงกระบวนการนี้จึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว ดังนั้น โครงการ “การปรับปรุงกระบวนการต้มแฮมโดยใช้ Direct Steam Cooker” จึงถูกจัดทำขึ้นเพื่อศึกษาและนำเทคโนโลยีนี้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับกระบวนการผลิต ทั้งในแง่ของคุณภาพ ประสิทธิภาพ และต้นทุนการดำเนินงาน

วัตถุประสงค์

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุน พัฒนาคุณภาพของแฮม และปรับปรุงมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร นอกจากนี้ยังช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

1. สามารถลดเวลาของการต้มแฮม จาก 3.5 ชั่วโมง เหลือ 3 ชั่วโมง สามารถลดต้นทุนได้ 144,000 บาทต่อปี
2. เพิ่มประสิทธิภาพและกำลังการผลิตได้ร้อยละ 10 หรือประมาณ 162 กิโลกรัม/ล็อต
3. เพิ่มพื้นที่การใช้งานไลน์การผลิตบริเวณห้อง Cooking ได้ร้อยละ 20 เนื่องจากการปรับเปลี่ยนรูปทรงหม้อต้มแฮมเปลี่ยนจากแบบเดิมรูปทรงกระบอก เปลี่ยนเป็นแบบรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าส่งผลให้พื้นที่การจัดวางหม้อเพิ่มขึ้น

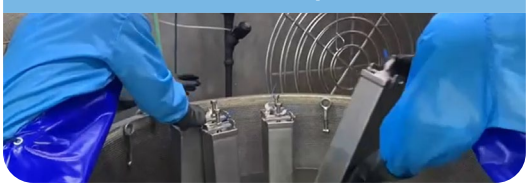
ด้านสังคม

1. ขั้นตอนการต้มแฮมใช้พนักงานลดลงจากเดิม 2 คน สามารถปรับลดลงเหลือเพียง 1 คน
2. สามารถลดชั่วโมงการทำงานของพนักงาน 2 ชั่วโมงต่อวัน (ต้ม 4 รอบ/วัน)

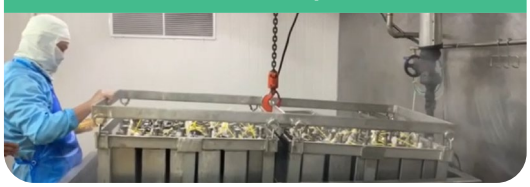
ด้านสิ่งแวดล้อม

1. สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ได้ 13.82 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี
2. ลดการใช้พลังงานจากแก๊สธรรมชาติร้อยละ 10
3. สามารถลดประมาณการใช้น้ำในการผลิตและขั้นตอนการต้มแฮมจากเดิมลงร้อยละ 20 หรือประมาณ 150 ลิตร

ก่อนปรับปรุง



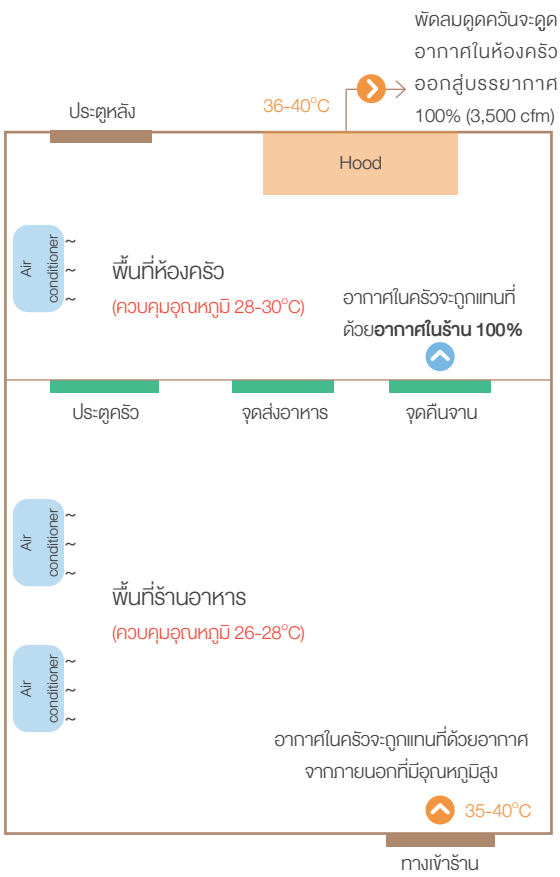
หลังปรับปรุง



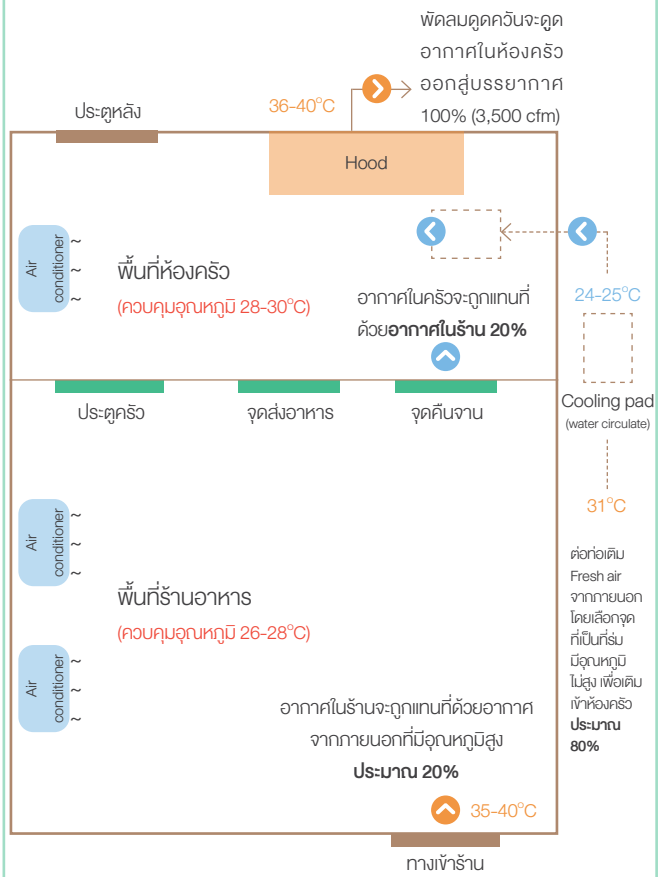
โครงการ Fresh Air สำหรับหมุนเวียนอากาศภายในร้าน เพื่อประหยัดพลังงาน

ดำเนินการ ปรับเปลี่ยนระบบหมุนเวียนอากาศในร้าน S&P โดยการติดตั้งระบบเติม Fresh Air จากภายนอกร้านเข้ามาภายในครัว ทั้งนี้ ทีมงานปรับปรุงร้านจะพิจารณาจุดที่จะต่อท่อ เพื่อดึง Fresh air เข้าครัวด้วยการสำรวจพื้นที่รอบร้าน และตรวจวัดเพื่อหาจุดที่มีอุณหภูมิต่ำประมาณ 30-32 องศาเซลเซียส พร้อมทั้งติดตั้ง Cooling pad ที่ช่วยลดอุณหภูมิจากภายนอกร้านให้ลดลงได้ถึง 24-25 องศาเซลเซียส เพื่อรักษาอุณหภูมิภายในห้องครัวไม่ให้ร้อนจนไม่สะดวกต่อการทำงานของพนักงาน อีกทั้งยังช่วยลดภาระการทำงานของเครื่องปรับอากาศภายในร้านด้วย โดยในปี 2568 มีแผนขยายโครงการติดตั้งระบบ Fresh air เพิ่มเติมจำนวน 30 สาขา

ก่อนติดตั้งระบบ



หลังติดตั้งระบบ



วัตถุประสงค์
เพื่อรักษาอุณหภูมิภายในห้องครัว และร้านอาหารให้เหมาะสมกับการทำงาน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสิ่งแวดล้อม

ดำเนินการติดตั้งระบบ Fresh Air จำนวน 3 สาขา สามารถลดภาระการทำงานของเครื่องปรับอากาศหรือประหยัดการใช้พลังงานโดยรวมได้ 10,060 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี

ด้านเศรษฐกิจ

ช่วยลดต้นทุนหน้าร้านได้ทั้งหมด 65,388 บาทต่อปี







โครงการใช้ไข่ไก่ตอกสดที่โรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม. 23.5

วัตถุดิบหลักที่สำคัญของการผลิตเบเกอรี่ คือ ไข่ไก่ แต่ในขณะเดียวกันก็สร้างของเสียในปริมาณมาก และเพื่อลดขั้นตอนการตอกไข่และคัดแยกไข่ ตลอดจนของเสียที่เกิดขึ้น ทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และทีมคุณภาพ ได้พัฒนากระบวนการผลิตไข่ไก่ตอกสดร่วมกับคู่ค้า ผ่านการตรวจประเมิน และให้คำแนะนำเรื่องระบบ Good Hygiene Practices (GHPs) เพื่อลดและควบคุมปริมาณจุลินทรีย์ให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ตลอดจนการให้คำแนะนำในส่วนของโครงสร้าง ระบบปรับอากาศ การระบายอากาศ และจุดควบคุมกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ไข่ไก่ตอกสด สะอาด ปลอดเชื้อ สำหรับนำมาผลิตเป็นเบเกอรี่ของบริษัทฯ โดยในปี 2567 มีการใช้ไข่ไก่ตอกสดที่โรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม. 23.5 มากกว่า 169.8 ตัน คิดเป็นร้อย 76 ของการใช้ไข่ไก่ทั้งหมด โดยยังคงมีการใช้ไข่ไก่ฟองสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีการคัดแยกไข่แดง ไข่ขาว เช่น ขนมปุยฝ้าย อัลมอนด์ บราวนี่ เป็นต้น สำหรับในปี 2568 บริษัทวางแผนจะขยายการใช้ไข่ไก่ตอกสดที่โรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม. 23.5 ให้ได้ร้อยละ 100

วัตถุประสงค์
การเลือกใช้ไข่ไก่ตอกสด เพื่อลดขั้นตอนการตอกไข่และคัดแยกไข่ ตลอดจนการจัดการของเสียจากเปลือกไข่

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสิ่งแวดล้อม

สามารถลดของเสียจากเปลือกไข่ได้ 26.4 ตันต่อปี หรือสามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้ 20.95 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ด้านเศรษฐกิจ

ช่วยลดค่าใช้จ่ายได้ 792,120 บาทต่อปี











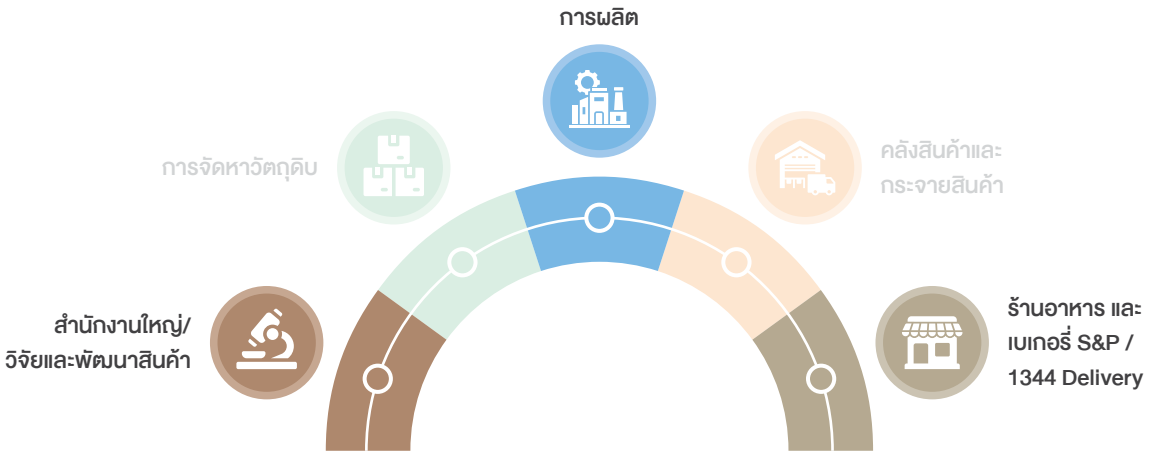
ประเด็นด้านความยั่งยืน ที่สำคัญลำดับถัดมา

(ประเด็นด้านความยั่งยืนที่ไม่มีนัยสำคัญ)



การจัดการทรัพยากรมนุษย์	146
ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	167
เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม	173
กิจกรรมเพื่อสังคม	187
การกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และการบริหารความเสี่ยง	200
ความมั่นใจของลูกค้าด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการ	257

การจัดการทรัพยากรมนุษย์



เป้าหมายปี 2567

จำนวนชั่วโมงเฉลี่ยสำหรับการอบรมพนักงาน
25 ชั่วโมง/คน/ปี

ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานทุกระดับ
ในองค์กรสร้างผลตอบแทนให้บริษัทฯ ในระยะกลาง
และระยะยาว โดยมีการเติบโต 8,956 บาทต่อคน

พนักงานทำแบบประเมินโครงการสำรวจ
การมีส่วนร่วมของพนักงานที่มีต่อองค์กร
(Engagement Survey Paticipation Rate)
ร้อยละ 100

การประเมินการมีส่วนร่วมของพนักงานมีต่อองค์กร
(Engagement Survey Score)
ร้อยละ 95

การประเมินความพึงพอใจต่อการมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employee Satisfaction Score)
ร้อยละ 80

หมายเหตุ: การประเมินการมีส่วนร่วมของพนักงานมีต่อองค์กร (Engagement Survey) ไม่นับรวมกลุ่มกรรมการอิสระ กรรมการบริษัท และที่ปรึกษา

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

จำนวนชั่วโมงเฉลี่ยสำหรับการอบรมพนักงาน
30 ชั่วโมง/คน/ปี

ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานทุกระดับในองค์กรสร้างผลตอบแทนให้บริษัท โดยมีการเติบโต
7,864 บาทต่อคน

พนักงานทำแบบประเมินโครงการสำรวจการมีส่วนร่วมของพนักงานที่มีต่อองค์กร (Engagement Survey Participation Rate)
ร้อยละ 95

ระดับการมีส่วนร่วมของพนักงานของพนักงานที่มีต่อองค์กร (Engagement Survey Score)
ร้อยละ 92

ระดับความพึงพอใจต่อการมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employee Satisfaction Score)
ร้อยละ 79

ที่มาและความมุ่งมั่น

ระยะเวลากว่า 51 ปี ในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ เชื่อว่า ปัจจัยของความสำเร็จและการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ คือ “บุคลากร” ด้วยการสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจให้ลูกค้าซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างฐานลูกค้าที่แข็งแกร่ง สำหรับวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่มีความตระหนักดีว่าบุคลากรในบริษัทฯ ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็ตาม ถือเป็นทรัพยากรอันมีค่า (Asset) ที่สำคัญ ซึ่งต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง อย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อสร้างความก้าวหน้าในอาชีพการงานให้แก่พนักงานและบุคลากร และยกระดับศักยภาพองค์กร รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ลูกค้าและผู้รับบริการ ตลอดจนเป็นแรงจูงใจให้นักลงทุนโดยการพัฒนาบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตของธุรกิจภายใต้ความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

บริษัทฯ ตระหนักถึงคุณค่าด้านการพัฒนาบุคลากร จึงมุ่งดำเนินการด้านการพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกระดับรวมทั้งกำหนดแผนพัฒนาศักยภาพและจัดทำเครื่องมือวิเคราะห์ศักยภาพบุคลากรของพนักงานทุกระดับ ผ่านโปรแกรมส่งเสริมทักษะที่หลากหลาย เช่น ทักษะด้านวิชาชีพ เรียนรู้วิธีการทำงานแบบใหม่ (Upskill /Reskill) เป็นต้น รวมทั้งทักษะด้านดิจิทัล เพื่อส่งเสริมให้พนักงานก้าวทันการเปลี่ยนแปลง อาทิ การเข้าสู่ยุค Digital Disruption ตลอดจนปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยความท้าทายและก่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการสร้างความมั่นคงในการประกอบอาชีพแก่พนักงาน อีกทั้งดึงดูดคนเก่งเข้ามาร่วมพัฒนาองค์กร ลดโอกาสการลาออกของพนักงานจากความเครียดในการทำงาน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมความก้าวหน้าของธุรกิจอย่างมั่นคง และยั่งยืนในระยะยาว

แนวทางการดำเนินงาน

ในยุคแห่งการแข่งขัน ภาคธุรกิจมีความต้องการทักษะใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาบุคลากรไม่เพียงแต่เป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงานของพนักงานเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันได้ด้วย สำหรับบริษัทฯ จากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ในบท ความมั่นใจของลูกค้าด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า การให้บริการของพนักงาน S&P เป็น 1 ใน 3 ของอันดับที่ได้รับผลประเมินสูงถึงร้อยละ 90 ซึ่งบุคลากร นับเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จ ดังนั้น การพัฒนาบุคลากรจึงถือเป็นหนึ่งในภารกิจสำคัญของฝ่ายทรัพยากรบุคคล ที่ไม่เพียงแต่ต้องจัดหาและคัดเลือกบุคคลที่มีความสามารถเข้ามาในองค์กรเท่านั้น แต่ยังต้องรักษาและพัฒนาพนักงานทุกคนให้เติบโตไปพร้อมกับองค์กรด้วย โดยมีการดำเนินงานตั้งแต่คัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสมกับการทำงาน สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาทักษะของพนักงานตามตำแหน่งงาน การประเมินผลรายบุคคลเพื่อการพัฒนา ตลอดจนการประเมินผลเพื่อติดตามประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรหลังการอบรม รวมถึงการวางแผนเกษียณอายุงาน

สำหรับในปี 2567 บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นสู่การเป็นองค์กรนายจ้างที่ได้รับความเชื่อมั่นและศรัทธาจากบุคลากรทุกระดับ ด้วยการพัฒนาอย่างรอบด้านและต่อเนื่อง จึงได้วางรากฐานสำคัญใน 4 มิติหลัก ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรสู่ความเป็นเลิศ การผสานเทคโนโลยีเข้ากับการทำงาน การส่งเสริมความยั่งยืนขององค์กร และการยกระดับคุณภาพชีวิตในการทำงาน ทั้งหมดนี้เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตร่วมกันระหว่างองค์กรและพนักงานอย่างยั่งยืน สะท้อนถึงปรัชญาการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรควบคู่ไปกับการเติบโตขององค์กร ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ รายงานประจำปี 2567 (แบบ 56-1 One Report)

กรอบการดำเนินงานพัฒนาทักษะและโอกาสทางอาชีพแก่บุคลากร S&P



การวางแผนอัตรากำลังเชิงกลยุทธ์ (Strategic Workforce Planning)

บริษัทฯ ดำเนินการวิเคราะห์ความต้องการกำลังคนเชิงกลยุทธ์ผ่านการวิเคราะห์แนวโน้มยอดขายตามฤดูกาล เพื่อกำหนดจำนวนบุคลากรและตำแหน่งที่เหมาะสม เสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก ดังนี้

1) ประเมินความต้องการองค์กรทั้งระยะสั้นและระยะยาว

2) กำหนดแผนอัตรากำลังที่สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ

3) บริหารจัดการอัตรากำลังเพื่อป้องกันปัญหาการขาดแคลนหรือมีบุคลากรเกินความจำเป็น

การสรรหาบุคลากร (Talent Acquisition)

บริษัทฯ ใช้กระบวนการสรรหาเชิงรุกทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร โดยบูรณาการหลากหลายช่องทางในการสรรหาผู้มีศักยภาพ ประกอบด้วย

1) ดำเนินโครงการความร่วมมือทวิภาคีกับสถาบันการศึกษาชั้นนำ

2) ใช้ระบบการประเมินสมรรถนะแบบองค์รวม ประเมินทั้งความรู้ ทักษะ และทัศนคติ

3) พัฒนาแบรนด์นายจ้างเพื่อดึงดูดผู้มีความสามารถที่สอดคล้องกับค่านิยมองค์กร

การพัฒนาศักยภาพ (Capacity Building)

บริษัทฯ ดำเนินการวิเคราะห์ความต้องการและพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบครบวงจร โดยเริ่มจากการประเมินช่องว่างทักษะ (Skills Gap) จากผลการปฏิบัติงานประจำปี วิเคราะห์สมรรถนะที่จำเป็นตามตำแหน่งงานและเส้นทางความก้าวหน้า เพื่อจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) ที่สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ จากนั้นดำเนินการพัฒนาตาม Training Matrix ที่ออกแบบเฉพาะสำหรับแต่ละตำแหน่ง ผ่านโมเดลการเรียนรู้ 70:20:10 ซึ่งผสมผสานการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (70%) ผ่านโครงการพิเศษและการหมุนเวียนงาน การเรียนรู้จากบุคคลอื่น (20%) ผ่านระบบพี่เลี้ยงและการสอนงาน และการเรียนรู้แบบทางการ (10%) ผ่านหลักสูตรฝึกอบรมและ e-Learning

นอกจากนี้ บริษัทฯ จัดทำแผนความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ที่ชัดเจนสำหรับทุกตำแหน่งงาน โดยระบุสมรรถนะ ประสบการณ์ และคุณสมบัติที่จำเป็นในการเลื่อนตำแหน่ง ส่งเสริมการพัฒนาผู้มีศักยภาพสูง (Talent) ผ่านโครงการพิเศษและการมอบหมายงานที่ท้าทาย พร้อมทั้งสร้างโอกาสในการเติบโตข้ามสายงาน (Cross-functional Development) เพื่อเพิ่มความหลากหลายของประสบการณ์และเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตในอนาคต

การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Assessment)

บริษัทฯ ดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติงานด้วยระบบมาตรฐานที่เป็นธรรม โดยพิจารณาตามตัวชี้วัด (KPIs) ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร การประเมินครอบคลุมทั้งด้านผลลัพธ์ (Results) และพฤติกรรม (Behaviors) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ข้อมูลสะท้อนกลับเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ ผลการประเมินจะถูกนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนารายบุคคล การพิจารณาความก้าวหน้าในสายอาชีพ และการกำหนดผลตอบแทนอย่างเหมาะสม

กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นกลไกสำคัญในการวัดประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานรายบุคคล ระบุประเด็นที่ควรพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน วางแผนพัฒนาศักยภาพพนักงานตลอดจนใช้ประกอบการตัดสินใจในด้านการเลื่อนตำแหน่ง การปรับเงินเดือน และการฝึกอบรม

บริษัทฯ ได้นำผลการประเมินประจำปีมาพัฒนาศักยภาพด้านการขายสำหรับพนักงานระดับหัวหน้าหน่วยอาวุโสทั้งในกรุงเทพฯ และภูมิภาค เนื่องจากมีการรับพนักงานใหม่อย่างต่อเนื่อง การสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องจะช่วยให้พนักงานสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์และให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความประทับใจแก่ลูกค้า โดยได้กำหนดโครงการฝึกอบรม อาทิ หลักสูตร Train the Trainer เพื่อให้หัวหน้างานเข้าใจความสำคัญของการสอนงาน เรียนรู้ระบบการสอนงานที่มีประสิทธิภาพ และสามารถนำเทคนิคการสอนงานไปใช้ในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่และทบทวนความรู้พนักงานปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการประเมินผลการปฏิบัติงาน

1) วัดผลการปฏิบัติงาน: เพื่อทราบถึงผลการทำงานของพนักงานว่าบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่
2) ให้ข้อเสนอแนะ: เพื่อให้พนักงานทราบถึงจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนา เพื่อปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น
3) ใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ: เช่น การเลื่อนตำแหน่ง การขึ้นเงินเดือน การโยกย้าย หรือการพ้นสภาพพนักงาน
4) พัฒนาศักยภาพของพนักงาน: เพื่อวางแผนการพัฒนาและฝึกอบรมให้พนักงานมีทักษะและความสามารถที่ดียิ่งขึ้น
5) สร้างแรงจูงใจ: เพื่อให้พนักงานทราบว่าผลงานของตนได้รับการยอมรับและมีคุณค่า

วิธีการประเมินผลที่บริษัทใช้ประเมินผลการปฏิบัติงาน ดังนี้

1) การประเมินตามเป้าหมาย: เป็นการประเมินโดยเทียบผลงานกับเป้าหมายที่ตกลงกันไว้ล่วงหน้าของแต่ละหน่วยงานตามผลประกอบการ หรือ Strategy House ซึ่งเป็นการประเมินโดยใช้ตัวชี้วัดที่สามารถวัดผลสำเร็จของงานได้อย่างเป็นรูปธรรม
2) การประเมินตามพฤติกรรม : เป็นการประเมินโดยใช้พฤติกรรมที่สังเกตได้มาเป็นเกณฑ์ในการประเมิน

ทั้งนี้ เมื่อจบการประเมินผลการปฏิบัติงาน หัวหน้างานมีบทบาทสำคัญในการนำผลประเมินการปฏิบัติงาน เพื่อพัฒนาทีมและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงาน การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ การให้ข้อเสนอแนะที่สร้างสรรค์ และการสนับสนุนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของทีมและองค์กร

การประเมินผลการปฏิบัติงานนับเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาทีมและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงาน โดยหัวหน้างานควรพิจารณาและดำเนินการหลังจากได้รับผลการประเมิน ดังนี้

1) การวิเคราะห์ผลการประเมินอย่างละเอียด
2) การสื่อสารและให้ข้อเสนอแนะ
3) การพัฒนาทีมและบุคคล
4) การติดตามการประเมินผล

ขั้นตอนการทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan)

1) กำหนดหรือวิเคราะห์เป้าหมายการพัฒนา: เป็นขั้นตอนแรกในการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ชัดเจนและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร
2) วิเคราะห์และประเมินบุคลากรรายบุคคล: เป็นการวิเคราะห์และประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน และความต้องการในการพัฒนาของพนักงานแต่ละคน
3) กำหนดเครื่องมือการพัฒนาบุคลากร (70:20:10):เป็นการเลือกเครื่องมือและวิธีการพัฒนาที่เหมาะสม โดยใช้แบบจำลอง 70:20:10 (70% จากประสบการณ์ 20% จากการเรียนรู้ผ่านผู้อื่น 10% จากการเรียนรู้ในห้องเรียน)
4) จัดทำแผนพัฒนารายบุคคล:เป็นการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) ที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับเป้าหมาย วิธีการพัฒนา ระยะเวลา และผู้รับผิดชอบ
5) ดำเนินการตามแผนพัฒนาที่กำหนดขึ้น: เป็นการดำเนินการตามแผน IDP ที่ได้วางไว้
6) ติดตามประเมินผลการพัฒนา:เป็นการติดตามและประเมินผลการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตรวจสอบความก้าวหน้าและปรับปรุงแผน IDP ให้เหมาะสม



ขั้นตอนการทำแผนพัฒนารายบุคคล (INDIVIDUAL DEVELOPMENT PLAN - IDP)

ASSESSMENT

การประเมินเพื่อกำหนดการพัฒนา มุ่งเน้นไปที่การระบุจุดอ่อน จุดแข็ง ทักษะ และความรู้ของพนักงาน โดยนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินไปใช้ในการตัดสินใจ วางแผน พัฒนา หรือแก้ไขในขั้นตอนถัดไป

ACQUIRE

การเลือกวิธีการพัฒนา กำหนดวิธีการพัฒนาบุคลากร หรือเป็นการได้มาซึ่งความรู้ ทักษะ และสมรรถนะ ที่ต้องการพัฒนา

APPLY

การประยุกต์ใช้สิ่งที่ได้รับจากการพัฒนามาประยุกต์ใช้ในการทำงาน และสามารถวัดความก้าวหน้าของตนเองและได้รับ Feedback





การติดตามประสิทธิผลของการดำเนินการ

1) กระบวนการที่ใช้ติดตามประสิทธิผลของการดำเนินการ

การติดตามประสิทธิผลของการฝึกอบรม ครอบคลุมถึงการสอบถามความเข้าใจหลังการอบรม ประเมินปฏิกิริยาของพนักงานในขณะการอบรม ให้พนักงานทำแบบทดสอบหลังการอบรมเพื่อประเมินการเรียนรู้ว่าพนักงานได้รับความรู้และทักษะตามที่กำหนดไว้ เช่น หลักสูตร Service Master ที่ทดสอบความรู้ผ่านระบบออนไลน์หลังการอบรม และติดตามประเมินพฤติกรรมหลังการเรียนจากการเข้าสังเกตการณ์ขณะพนักงานปฏิบัติงานจริง เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานได้นำทักษะที่ได้จากอบรมไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง เครื่องมือที่ใช้ในการติดตามผลในเชิงปริมาณโดยการวัดคะแนนทดสอบที่ต้องผ่านเกณฑ์ และติดตามผลในเชิงคุณภาพโดยการสังเกตพฤติกรรมหลังการเรียน

2) เป้าหมาย และตัวบ่งชี้ที่ใช้ประเมินความคืบหน้า

บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายในแผนพัฒนาบุคลากรด้วยการประเมินความคาดหวังของธุรกิจ เพื่อกำหนดเป้าหมายในการฝึกอบรมในแต่ละตำแหน่ง เช่น การอบรมสำหรับผู้จัดการเขต หลักสูตร Area Manager University ที่มีการกำหนดเป้าหมายในการอบรมในแต่ละครั้งให้สนองตอบต่อบริษัทในสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น หลักสูตรการประชุมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพและวิธีการสั่งงานลูกน้องทางโทรศัพท์ ที่มีเป้าหมายเพื่อให้ผู้บริหารและหัวหน้างานยุคใหม่มีทักษะในการจัดประชุมให้มีประสิทธิภาพตามรูปแบบการทำงานแบบ New normal อีกทั้งเพื่อลดค่าใช้จ่ายองค์การในการเดินทางประชุม และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของทีมให้มากขึ้น

3) ประสิทธิผลของการดำเนินการ รวมถึงความคืบหน้าในการบรรลุเป้าหมายและเป้าหมาย

การบรรลุเป้าหมายหลังการฝึกอบรม ซึ่งมีผลลัพธ์ทั้งด้านระดับองค์กร คือ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ลดต้นทุน และการปรับปรุงการบริการ ในส่วนผลลัพธ์ด้านบุคคล เช่น พนักงานได้เพิ่มพูนความรู้ และใช้ทักษะเรียนรู้นำมาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการทำงาน เช่น หลักสูตรยิ้มสดใสหัวใจเบิกบาน ได้บรรลุเป้าหมายในด้านการลดข้อร้องเรียนจากลูกค้าในปี 2567 ได้ถึง 1% นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังติดตามความคืบหน้าอย่างต่อเนื่องเพื่อนำมาพัฒนาระบบการฝึกอบรมให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป

บริษัทฯ กำหนดระบบประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรม โดยพนักงานและผู้บริหารทุกคนจะได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในรูปแบบการประเมินพนักงานตามตัวชี้วัด (Management by Objectives) และการเปรียบเทียบหรือจัดอันดับระหว่างพนักงานกลุ่มเดียวกัน (Formal Comparative Ranking of Employees within One Employee Category) ซึ่งหัวหน้างานสามารถพิจารณาผลการปฏิบัติงานของพนักงานในสังกัดที่มีความสามารถ **ทั้งนี้ ในปี 2567 มีพนักงานได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี คิดเป็น 100% มีพนักงานที่ได้รับการปรับตำแหน่งและเงินเดือนตามความสามารถและความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้นจำนวน 503 คน**

การบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์ (Strategic Talent Management)

บริษัทฯ ดำเนินการดูแลบุคลากรผู้มีศักยภาพสูง (High Potential) ด้วยโปรแกรมพัฒนาพิเศษที่ออกแบบเฉพาะ (Accelerated Development Program) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น โดยผสมผสานระหว่างการเรียนรู้ผ่านโครงการสำคัญ การมอบหมายงานที่ท้าทาย และการติดตามโดยผู้บริหารระดับสูง (Executive Mentoring) ควบคู่กับการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งสำคัญ (Succession Plan) ที่มีการระบุตำแหน่งหลัก กำหนดเกณฑ์คุณสมบัติ และประเมินความพร้อมของผู้สืบทอดอย่างเป็นระบบ

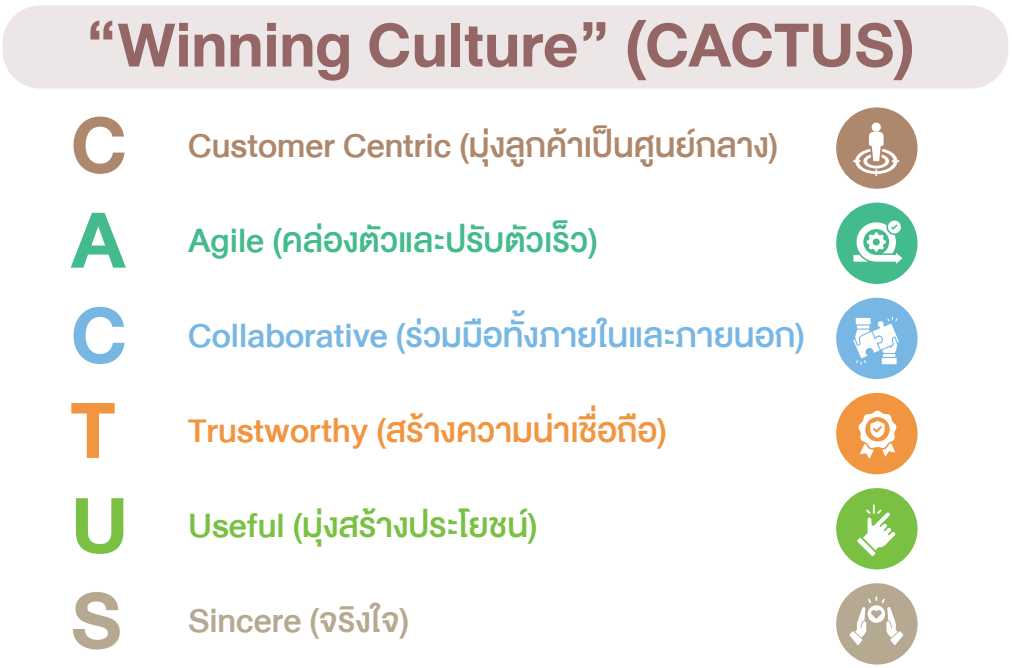
นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับ**การรักษาองค์ความรู้** (Knowledge Retention) **ด้วยการมอบโอกาสให้พนักงานเกษียณอายุ**ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านได้ถ่ายทอดประสบการณ์อันทรงคุณค่าสู่บุคลากรรุ่นใหม่ ผ่านโครงการถ่ายทอดองค์ความรู้ (Knowledge Transfer) โครงการพี่เลี้ยงผู้เชี่ยวชาญ (Expert Mentoring) และโครงการต่อสัญญาจ้างหลังเกษียณสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิ (Post-retirement Expert Contract) เพื่อรักษาความต่อเนื่องทางธุรกิจและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการจ้างงานพนักงานเกษียณอายุเป็นรายสัญญาจำนวน 32 คน

การสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนนอกเหนือจากกรอบการดำเนินงานหลัก

นอกเหนือจากกรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่บริษัทได้วางไว้ การดำเนินธุรกิจของ S&P ยังสอดคล้องและสนับสนุนแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนในหลากหลายมิติ ดังนี้:

- **การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ**

วัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสนับสนุนการทำงานร่วมกันในรูปแบบใหม่ และผลักดันให้เกิดการปรับตัวขององค์กร บริษัทฯ จึงส่งเสริม "วัฒนธรรมแห่งการสร้างชัยชนะ" หรือ "Winning Culture" (CACTUS) เพื่อสนับสนุนวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร โดยประกอบด้วย:



1.1 การบูรณาการวัฒนธรรมสู่การปฏิบัติ

» บริษัทฯ บูรณาการวัฒนธรรม CACTUS สู่การปฏิบัติผ่านการสื่อสารที่ชัดเจน การจัดกิจกรรมส่งเสริมค่านิยม และการผนวกค่านิยมเข้ากับระบบการประเมินผลงาน นอกจากนี้ ยังจัดให้มีการยกย่องและให้รางวัลพนักงานที่เป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร ซึ่งสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างยั่งยืน

1.2 ผลลัพธ์และคุณค่าที่สร้างขึ้น - การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งส่งผลสำคัญใน 3 ด้านหลัก:

» การยกระดับคุณภาพชีวิตการทำงาน: ผลสำรวจความผูกพันของพนักงานเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 92 ในปี 2567 และอัตราการลาออกลดลงอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนถึงสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมสุขภาวะที่ดีของพนักงาน

» การเพิ่มประสิทธิภาพและนวัตกรรม: โครงการ "IDEA BANK" ที่สอดคล้องกับค่านิยม Useful และ Collaborative สามารถสร้างนวัตกรรมภายในที่ช่วยประหยัดต้นทุนได้ถึง 6.21 ล้านบาท พร้อมทั้งลดขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ลงร้อยละ 20

» การส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนา: วัฒนธรรม Agile ผลักดันให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาทักษะและการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงาน ส่งผลให้บริษัทสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

วัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งจึงไม่เพียงส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจเท่านั้น แต่ยังสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนในมิติของการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี การเรียนรู้ตลอดชีวิต และการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีคุณภาพอีกด้วย

- **การส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน**

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานทุกระดับ โดยได้ดำเนินการที่เป็นรูปธรรมผ่านสวัสดิการที่ครอบคลุม การตรวจสุขภาพประจำปี การประกันสุขภาพ และการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานให้เอื้อต่อคุณภาพชีวิตที่ดี การดำเนินการเหล่านี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการสร้างหลักประกันการมีสุขภาวะที่ดีและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคนในทุกช่วงวัย ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับสากล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานทุกระดับ โดยดำเนินการดังนี้:

1) **การจัดสวัสดิการด้านสุขภาพ**

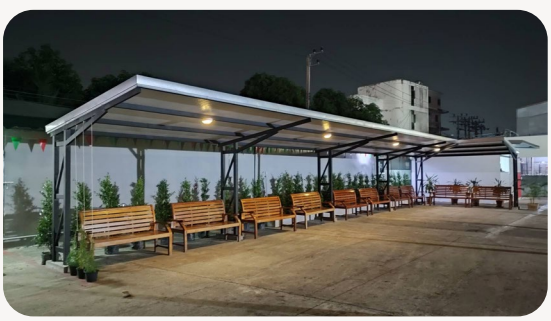
- จัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปีสำหรับพนักงานทุกคนตามข้อกำหนดของบริษัท
- มอบประกันชีวิตและประกันอุบัติเหตุกลุ่มให้กับพนักงานทุกประเภทรวมถึงนักเรียนตามเงื่อนไขของกรมธรรม์
- จัดให้มีประกันสุขภาพกลุ่มสำหรับพนักงานที่มีสิทธิ์ ครอบคลุมทั้งผู้ป่วยนอก (OPD) และผู้ป่วยใน (IPD)
- สนับสนุนค่ารักษาพยาบาลกรณีฉุกเฉิน วงเงิน 5,000 บาทต่อปี สำหรับพนักงานที่ไม่ได้รับสิทธิ์ผู้ป่วยนอก (OPD) จากประกันกลุ่ม

2) **การส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี**:

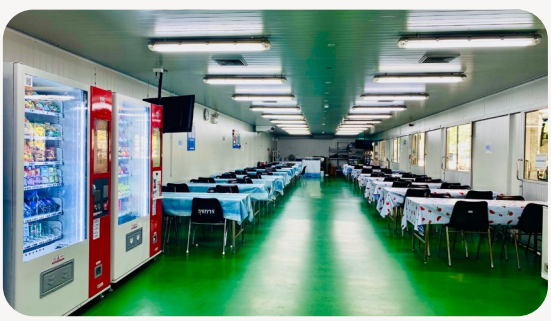
- ปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีบรรยากาศที่ดี โดยในปี 2567 บริษัทได้ปรับปรุงโรงอาหารและขยายพื้นที่พักผ่อน ณ โรงงานผลิตเบเกอรี่สุขุมวิท 62 และโรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง

โรงงานผลิตเบเกอรี่ สุขุมวิท 62

พื้นที่พักผ่อนพนักงาน (เพิ่ม)



โรงอาหาร (ใหม่)



โรงงานผลิตอาหาร

โรงอาหาร ห้องน้ำ และทางเข้าไลน์ผลิตอาหารแปรรูป (ใหม่)



ช็อปซ่อมบำรุง (ใหม่) และพื้นที่รั้ว ที่จอดรถ และไฟส่องสว่าง (ใหม่)



- จัดให้มีการฝึกซ้อมแผนปลอดภัยในภาวะฉุกเฉินจากเหตุกราดยิง (Active Shooter) เพื่อสร้างความปลอดภัยและลดความเสี่ยงต่อพนักงาน

3) **การส่งเสริมความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน:**

- จัดสวัสดิการวันหยุดตามประเพณี 15 วัน (มากกว่ากฎหมายกำหนด 13 วัน)
- จัดให้มีวันหยุดพักผ่อนประจำปีตามอายุงาน: อายุงาน 1-5 ปี = 6 วัน อายุงาน 5-10 ปี = 8 วัน อายุงาน >10 ปี = 10 วัน
- ให้วันลากิจ 6 วัน (มากกว่ากฎหมายกำหนด 3 วัน)
- ลาคลอดบุตรสำหรับพนักงานหญิง 98 วัน



4) **การสร้างองค์กรที่ยั่งยืนด้วยการจัดโปรแกรม** “Meaningful Workplace, Engaged Workforce”: สถานที่ทำงานมีความหมายและความสำคัญต่อพนักงานทุกคน โดยการสร้างบรรยากาศการทำงานที่มีความเชื่อมโยงกับเป้าหมายการทำงานและวัตถุประสงค์ส่วนตัวของพนักงาน ให้โอกาสในการพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อต่อยอด มีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ทำให้พนักงานมีแรงกระตุ้น ความมุ่งมั่น และความตั้งใจที่จะสร้างผลงานที่ดีอยู่เสมอ จนเกิดเป็นความผูกพันต่อองค์กร สร้างผลประกอบการที่ดีขึ้น และมีแรงจูงใจในการทำงาน บริษัทฯ ได้จัดทำแบบสำรวจความผูกพันและความมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employee Engagement Survey) ในทุกระดับของพนักงาน เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นสำหรับนำไปพัฒนาและปรับปรุงบรรยากาศการทำงาน การให้รางวัล และการยกย่องชมเชยผลการทำงาน เพื่อสร้างความภาคภูมิใจและการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับ

การรักษาบุคลากรคุณภาพ

บริษัทฯ ปรับกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรให้นาน ตลอดจนสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เอื้อต่อการสร้างผลงานที่มีคุณค่าต่อบริษัทฯ รวมถึงตัวพนักงานเอง โดยมีแนวทางการรักษาบุคลากรคุณภาพ ดังนี้

1) พัฒนาผู้บริหารในองค์กรให้เป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้บังคับบัญชา หรือหัวหน้างานมีผลต่อการทำงานที่มีความสุข
2) ปรับสภาพแวดล้อมของการทำงานให้เหมาะสม ทั้งสถานที่ทำงาน เพื่อนร่วมงาน ตลอดจนระบบการทำงานและการบริหารงานบุคคล
3) ประเมินผลตามศักยภาพและประสิทธิผลของงานอย่างแท้จริง ด้วยการประเมินผลการทำงานตามศักยภาพและประสิทธิภาพของงาน
4) มีโปรแกรมพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ตามที่ได้รายงานไปในหัวข้อการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพ และความเชี่ยวชาญในการทำงานอยู่เสมอ ตลอดจนเห็นเส้นทางก้าวหน้าในอาชีพการทำงานได้

การสร้างความผูกพันและการมีส่วนร่วมของพนักงาน

การรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพนับเป็นกลยุทธ์สำคัญในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ นอกเหนือจากการพัฒนาศักยภาพและความสามารถอย่างต่อเนื่องแล้ว การสำรวจความผูกพันของพนักงานยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กรเข้าใจความต้องการและตอบสนองความคาดหวังของบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ จึงดำเนินการสำรวจการมีส่วนร่วมและความผูกพันของบุคลากรเป็นประจำทุกปี เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาสภาพแวดล้อมการทำงาน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกระบวนการทางธุรกิจ และยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงาน

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินการสื่อสารโครงการสำรวจผ่านหลากหลายช่องทาง ทั้งหัวหน้างาน อีเมลภายใน และแอปพลิเคชัน Humatrix เพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึง โดยตั้งเป้าหมายการตอบแบบสำรวจที่ร้อยละ 90 และสามารถบรรลุผลเกินเป้าหมายด้วยอัตราการตอบกลับร้อยละ 92 จากพนักงานทั้งสิ้น 3,601 คน ผลการสำรวจพบว่าประเด็นที่ได้รับคะแนนสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ ทีมและความร่วมมือ การมีส่วนร่วมและผู้นำ รวมถึงงานและความรับผิดชอบ

จากการวิเคราะห์ผลสำรวจ พบว่า “คุณภาพของทีมงาน” เป็นปัจจัยที่พนักงานให้ความสำคัญมากที่สุด (ร้อยละ 78) ในขณะที่ “ผลตอบแทนและการเติบโต” ได้รับความสำคัญน้อยที่สุด (ร้อยละ 62) บริษัทฯ จึงได้พัฒนาโครงการเชิงกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อผลการสำรวจดังกล่าว โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมความรู้และความภาคภูมิใจผ่านโครงการ “Lean Manufacturing” ซึ่งเน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริงในการพัฒนากระบวนการทำงาน ส่งผลให้เกิดการประหยัดต้นทุนอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งมีระบบการยกย่องและให้รางวัลแก่พนักงานที่มีผลงานโดดเด่น รวมถึงมอบประกาศนียบัตรรับรองระดับ Lean Six Sigma เพื่อเสริมสร้างความภาคภูมิใจและพัฒนาวิชาชีพ





- **การพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง**

บริษัทฯ ไม่เพียงแต่พัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานเท่านั้น แต่ยังมุ่งสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับพนักงานผ่านแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) การฝึกอบรมที่หลากหลาย และการให้โอกาสในการเติบโตในสายอาชีพ การส่งเสริมการเรียนรู้เหล่านี้สอดคล้องกับแนวคิดการสร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม รวมถึงสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างยั่งยืน

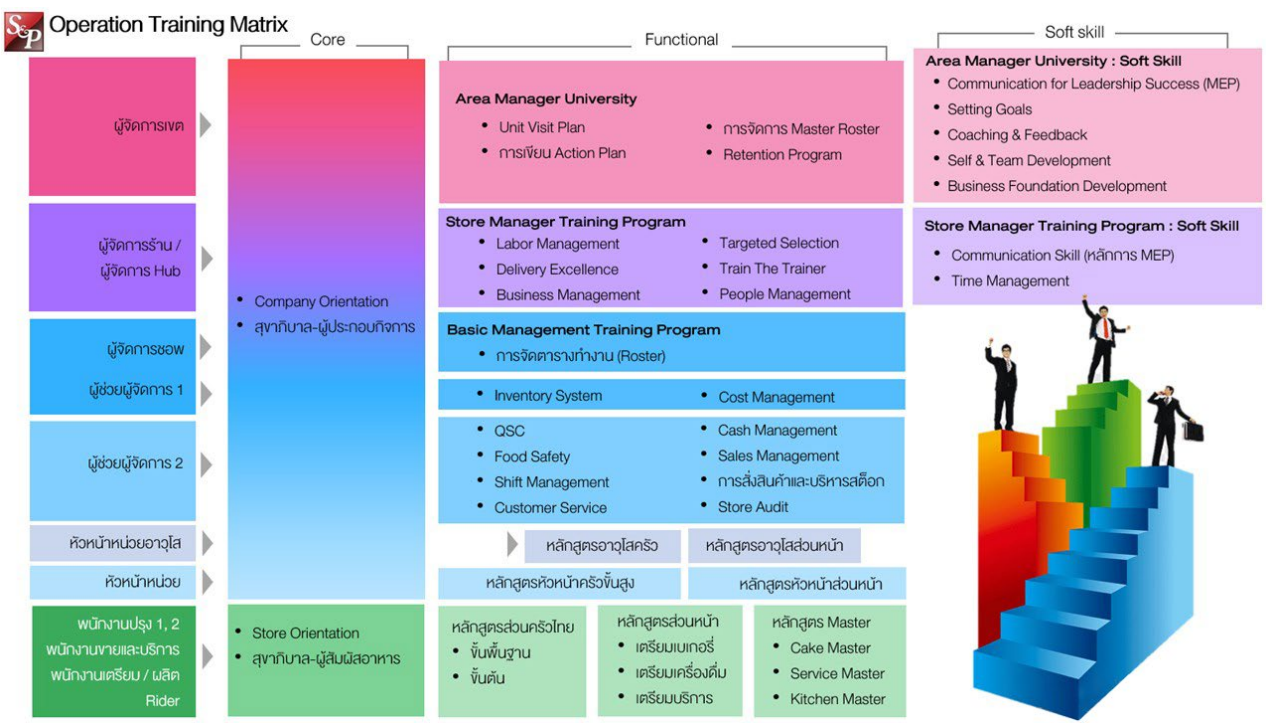
โดยส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพและการเรียนรู้ของพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ผ่านการดำเนินการดังนี้:

1) **การพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างเป็นระบบ**:

- จัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) ที่สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ
- พัฒนาพนักงานตาม Training Matrix ที่ออกแบบเฉพาะสำหรับแต่ละตำแหน่ง
- ใช้โมเดลการเรียนรู้ 70:20:10 ซึ่งผสมผสานการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (70%) การเรียนรู้จากบุคคลอื่น (20%) และการเรียนรู้แบบทางการ (10%)

2) **การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ**:

- ในปีงบประมาณ 2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดการฝึกอบรมภายในอย่างเข้มข้น โดยมีการจัดฝึกอบรมทั้งสิ้น 829 ครั้ง ครอบคลุมหลักสูตรที่หลากหลายถึง 136 หลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในทุกระดับให้สอดคล้องกับความต้องการทางธุรกิจและแนวโน้มตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- โดยมีพนักงานเข้าร่วมอบรมจำนวน 4,311 คน คิดเป็นจำนวนชั่วโมงอบรม 129,424 ชั่วโมง (เพิ่มขึ้น 15% จากปี 2566)
- จัดสรรงบประมาณการฝึกอบรม 51 ล้านบาทในปี 2567 คิดเป็นการฝึกอบรมเฉลี่ย 3,815 บาท/คน/ปี
- บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบการฝึกอบรมที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งหลักสูตรออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ Core Competency (สมรรถนะหลัก) Functional Competency (สมรรถนะตามสายงาน) และ Soft Skill พร้อมทั้งได้พัฒนาเครื่องมือวิเคราะห์ความต้องการฝึกอบรมเฉพาะตำแหน่ง (Operation Training Matrix) เพื่อให้การพัฒนาบุคลากรมีความเฉพาะเจาะจงและตรงตามความต้องการ ตั้งแต่ทักษะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับพนักงานทุกคน ไปจนถึงทักษะเฉพาะทางสำหรับแต่ละตำแหน่งงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการปลูกฝัง Mindset ด้านความยั่งยืน เพื่อให้บุคลากรสามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้องค์กรในระยะยาว



3) **การพัฒนาหลักสูตรสำคัญ:**

- โครงการพัฒนา Leadership Development สำหรับหัวหน้างานถึงผู้จัดการแผนก เพื่อสร้างศักยภาพการเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพ
- หลักสูตร Setting Performance Expectation สำหรับผู้บริหาร เพื่อการตั้งเป้าหมายและสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ
- โครงการ “IDEA BANK” คลังแห่งไอเดีย ส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานแบบ “LEAN” และการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง
- หลักสูตร Train the Trainer สำหรับหัวหน้าอาวุโส เพื่อพัฒนาทักษะการสอนงานพนักงาน

4) การส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพ:

- จัดทำแผนความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ที่ชัดเจนสำหรับทุกตำแหน่งงาน
- ระบุสมรรถนะ ประสบการณ์ และคุณสมบัติที่จำเป็นในการเลื่อนตำแหน่ง
- ส่งเสริมการพัฒนาผู้มีศักยภาพสูง (Talent) ผ่านโครงการพิเศษและการมอบหมายงานที่ท้าทาย



สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

ชั่วโมงเฉลี่ยต่อปีของการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน

ประเภท		ชั่วโมงเฉลี่ย/คน
จำแนกตามเพศ	เพศหญิง	32
	เพศชาย	26
จำแนกตามตำแหน่ง	กรรมการและผู้บริหารระดับสูง (ระดับ C-Level)	43
	ผู้บริหาร (ระดับผู้จัดการส่วนถึงรองประธาน)	144
	พนักงาน	32

งบประมาณการฝึกอบรม

ปี	งบประมาณ (ล้านบาท)	การฝึกอบรมเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)
2567	51	3,815
2566	45	2,046
2565	30	3,555
2564	30	3,238
2563	32	4,036

อัตราการจ้างงานพนักงานใหม่ทุกระดับในองค์กร

จำแนกตามเพศ		
เพศ	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ชาย	576	28.87
หญิง	1,419	71.13
จำแนกตามอายุ		
อายุ	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
อายุน้อยกว่า 30 ปี	1,475	73.93
อายุ 30-50 ปี	461	23.11
อายุมากกว่า 50 ปี	59	2.96

อัตราการลาออก โดยสมัครใจของพนักงานทุกระดับในองค์กร

จำแนกตามเพศ		
เพศ	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ชาย	575	28.49
หญิง	1,443	71.51
จำแนกตามอายุ		
อายุ	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
อายุน้อยกว่า 30 ปี	1,401	69.43
อายุ 30-50 ปี	536	26.56
อายุมากกว่า 50 ปี	81	4.01

โครงการที่สำคัญปี 2567

หลักสูตรพัฒนาศักยภาพพนักงานทุกระดับ

โครงการพัฒนา Leadership Development
สำหรับหัวหน้างานถึงผู้จัดการแผนกของสายการผลิตทุกโรงงาน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างศักยภาพการเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้สามารถเพิ่มประสิทธิผลได้อย่างยั่งยืน
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ ที่ต้องพัฒนาตนเองและทีมงาน
3. รู้จักการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และมีแนวทางในการนำไปปฏิบัติ
4. สามารถนำความรู้และความเข้าใจถ่ายทอดไปยังทีมงานของตนเองได้

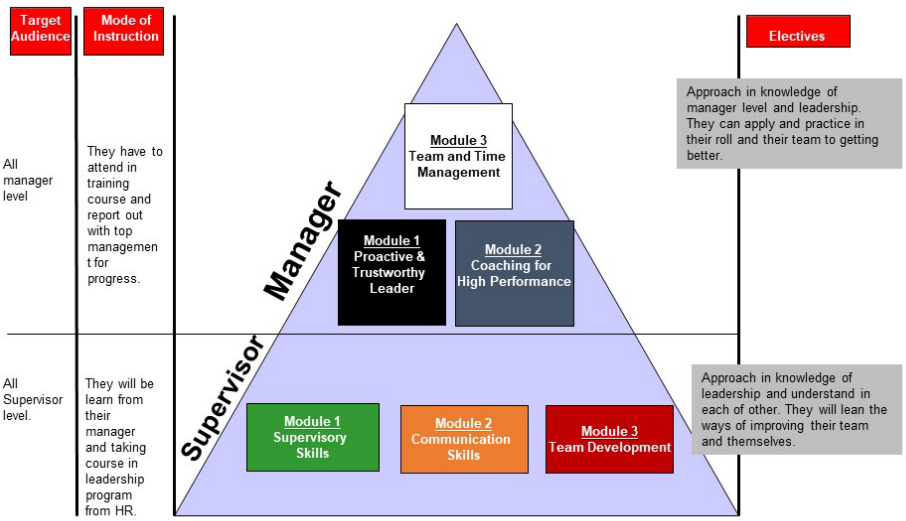
ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

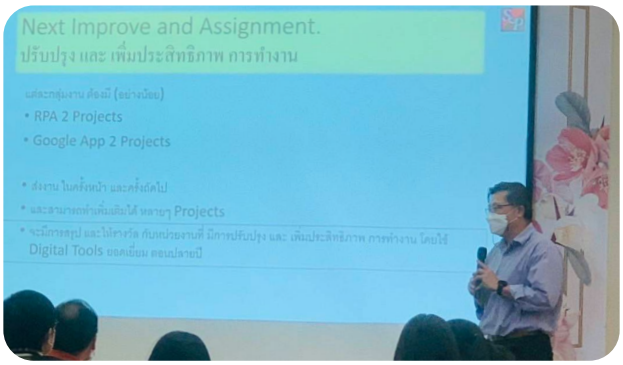
พนักงานจำนวน 61 คน จาก 4 โรงงาน ที่เข้าร่วมโครงการสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง ผ่านการฝึกปฏิบัติอย่างเข้มข้นตลอดระยะเวลา **6 เดือน** เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

Leadership Curriculum

"Leadership Program" will be provided for leaders in S&P manufacturing with supervisor - section manager level as details of training course



หลักสูตร Setting Performance Expectation สำหรับผู้บริหาร





วัตถุประสงค์

1. เพื่อตั้งเป้าหมายได้อย่างมีความหมาย เข้าใจง่าย และชัดเจน
2. เพื่อสามารถสื่อสารสร้างแรงบันดาลใจให้ลูกน้อง
3. เพื่อสามารถวางแผนและเขียนแผนได้อย่างละเอียด ปฏิบัติตามได้จริง
4. เพื่อจัดสรรบุคลากรที่มีความสามารถเหมาะสมกับงาน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

พนักงานจำนวน 40 คน ที่เข้าร่วมโครงการสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง ผ่านการฝึกปฏิบัติอย่างเข้มข้น ตลอดระยะเวลา **6 เดือน** เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น



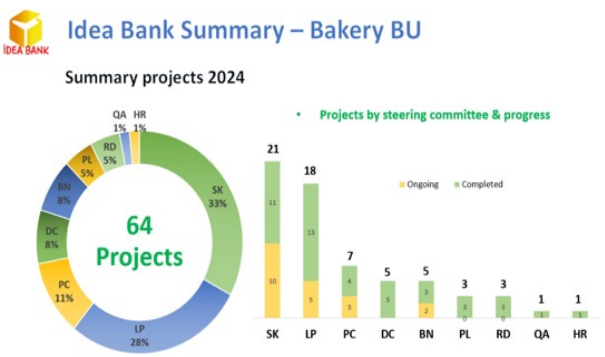
หลักสูตรส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงาน

โครงการ “IDEA BANK” คลังแห่งไอเดีย

สืบเนื่องจากการติดตามประสิทธิผลของการดำเนินการที่ดำเนินการ บริษัทฯ จัดให้พนักงานได้ร่วมมือกันนำเสนอ โครงการ “IDEA BANK” คลังแห่งไอเดีย ภายใต้แนวคิดการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานแบบ “LEAN” (Lean Culture) และได้มีการจัดงาน “IDEA BANK 2024 Award Ceremony” เพื่อสรุปโครงการและความสำเร็จ โดยสามารถทำ Cost saving ได้ถึง 6.21 ล้านบาท และเมื่อจบโครงการคาดการณ์ Cost saving ไว้ถึง 20.65 ล้านบาท โดยพนักงานของทั้ง S&P และ MINOR LINFOX ที่สามารถทำ Cost saving จากโครงการได้ทุกๆ 100,000 บาท/โครงการ จะได้รับรางวัล จำนวน 1,000 บาท ซึ่งถือได้ว่าเป็นโครงการที่สร้าง “การมีส่วนร่วมของพนักงาน” (Employee Engagement) ได้อย่างชัดเจนและยั่งยืน

วันที่จัดโครงการ
เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2567
ณ โรงงานผลิตเบเกอรี่ สุขุมวิท 62

วัตถุประสงค์
เพื่อเพิ่มศักยภาพของพนักงาน
ผ่านการให้ความร่วมมือในการทำงาน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

1. ในปี 2567 มีจำนวนโครงการที่ผ่านการพิจารณาแล้ว จำนวน 64 โครงการ และสามารถประหยัดต้นทุน ได้สำเร็จจำนวน 44 โครงการ คิดเป็น 6.21 ล้านบาท
2. พนักงานระดับหัวหน้างานจนถึงผู้จัดการแผนก ในสายงานการผลิต จำนวน 46 คน เข้าร่วมโครงการ ได้พัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การจัดการปัญหา การสื่อสาร การทำงานร่วมกันอย่างมีส่วนร่วม ช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น



หลักสูตร Train the Trainer ให้กับหัวหน้าอาวุโส สำหรับหัวหน้าอาวุโส ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และภาคตะวันออก ภาคเหนือ และภาคอีสาน

วัตถุประสงค์

1. มีเข้าใจความสำคัญของการสอนงานพนักงานและการเป็นผู้สอน (Mindset)
2. สามารถดำเนินการสอนงานพนักงานได้อย่างถูกต้องและใช้เทคนิคในการสอนได้อย่างเชี่ยวชาญ (Skillset)
3. รู้จักระบบการสอนงานพนักงานที่สมบูรณ์แบบ (System)
4. สามารถนำไปใช้ในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่และสอนงานพนักงานได้อย่างถูกต้อง (Implement)







ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

ในปี 2567 มีการจัดอบรมทั้งหมด 4 แห่ง ได้แก่ กรุงเทพฯ หาดใหญ่ เชียงใหม่ ขอนแก่น มีพนักงานเข้าร่วมโครงการ 64 คน และพนักงานผู้เข้าร่วมทดสอบความรู้ผ่านเกณฑ์ ร้อยละ 100 ทั้งนี้ สามารถลดจำนวนพนักงานลาออก เปรียบเทียบกับปี 2566 มีพนักงานลาออก 1,496 คน คิดเป็น 50% ภายหลังการจัดการอบรมปี 2567 พนักงานลาออก 1,053 คน คิดเป็นร้อยละ 37% ซึ่ง ลดลงถึง 13%

หลักสูตรบริการ : หลักสูตรยิ้มสดใสหัวใจเบิกบาน

วัตถุประสงค์

เพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจสาเหตุของการไม่ยิ้ม และฝึกให้พนักงานมีทักษะในการยิ้มที่เป็นธรรมชาติสำหรับใช้ในงานบริการ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

หลักสูตรยิ้มสดใสหัวใจเบิกบาน มีพนักงานเข้าร่วมโครงการทั้งผู้จัดการเขต ผู้จัดการ และอาวุโสจำนวน **488 คน** โดยการอบรมจะจัดอบรมทั้งหมด 2 ครั้งต่อปี และในการอบรมนี้มีพนักงานผู้เข้าร่วมทดสอบความรู้ผ่านเกณฑ์คิดเป็น **100%** **สามารถลดข้อร้องเรียนได้ถึง 1%** จากจำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการบริการทั้งหมด โดยก่อนเปิดหลักสูตรอบรมมีจำนวนข้อร้องเรียนสูงที่สุด **14%** และหลังเปิดหลักสูตรอบรมมีจำนวนข้อร้องเรียนลดลงเหลือ **13%** จากข้อร้องเรียนทั้งหมด ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรและสามารถส่งเสริมการขายด้วยภาพลักษณ์ของพนักงานที่มีมนุษยฯ สัมพันธ์ที่ดี









หลักสูตรอบรมด้านสิทธิมนุษยชน

หลักสูตรฝึกซ้อมแผนปลอดภัยในภาวะฉุกเฉินจากเหตุกราดยิง (Active Shooter)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบูรณาการบริหารจัดการ ประสานความร่วมมือของทุกภาคส่วนขององค์กร ภาครัฐ และชุมชนรอบอาคาร / ร้านอาหาร ในการประสานงาน การสั่งการ และการติดต่อสื่อสารเมื่อเกิดเหตุไม่สงบเรียบร้อยเกิดขึ้น เพื่อควบคุมหรือลดผลกระทบที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อลดผลกระทบต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สำนักงาน ประชาชน และลูกค้าที่มาใช้บริการในสำนักงาน และร้านอาหาร

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้และทักษะในการระบุและตอบสนองต่อสถานการณ์ที่อาจเกิดเหตุกราดยิง ทำให้สามารถป้องกันและลดความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำนวน **68 คน** ได้เสริมสร้างความตระหนักในการรับมือกับเหตุการณ์ไม่คาดฝันและเตรียมความพร้อมในการตอบสนองได้รวดเร็วและเหมาะสม และช่วยเสริมสร้างความร่วมมือและความเข้าใจระหว่างสมาชิกของสังคม ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีและเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยในสังคม โดยมีพนักงานผู้เข้าร่วมทดสอบความรู้ผ่านเกณฑ์ **ร้อยละ 100** ทั้งนี้พนักงานสามารถนำความรู้ไปรับมือกับสถานการณ์จริงและสามารถช่วยลูกค้าภายในร้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ









หลักสูตรการให้บริการสำหรับลูกค้าผู้สนใจสุขภาพ

หลักสูตรทักษะการขายสำหรับพนักงาน (Selling Skills)

มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการขายของพนักงานทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติในด้านต่างๆ อาทิ การรู้จักสินค้าเป็นอย่างดีและสามารถแนะนำสินค้าได้ตรงความต้องการของลูกค้า รวมถึงสามารถแนะนำสินค้าที่มีสารก่อให้เกิดภูมิแพ้ สำหรับลูกค้าผู้ให้ความสนใจในสุขภาพเป็นพิเศษ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าและสามารถแนะนำสินค้าได้ตรงตามความต้องการได้
2. เพื่อให้พนักงานมีทักษะในการขายที่โดนใจลูกค้า

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

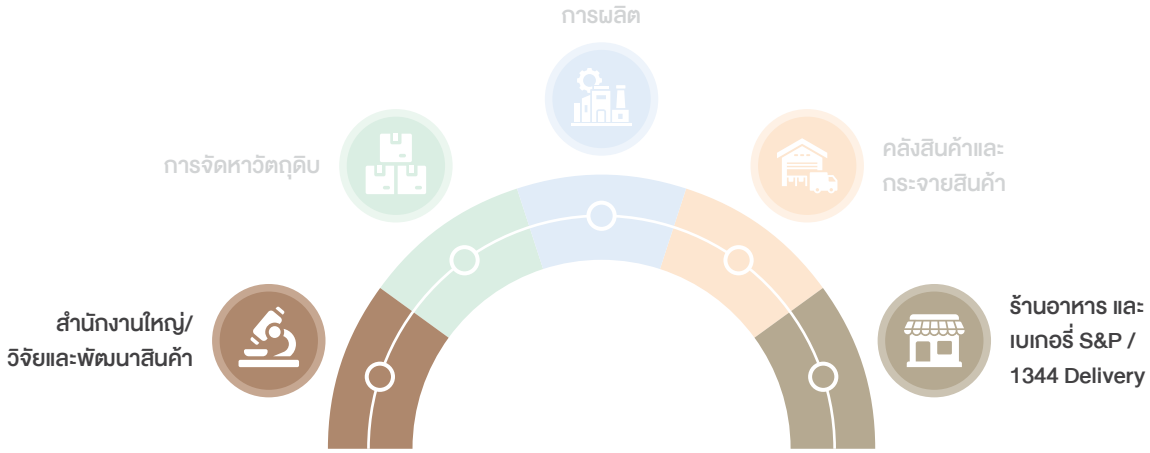
ด้านเศรษฐกิจ

การอบรมเพื่อเพิ่มทักษะการขายสำหรับพนักงาน รวมถึงการรู้จักสินค้าอย่างลึกซึ้ง เพื่อให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้ตรงความต้องการ โดยมีพนักงานเข้าร่วมอบรม 882 คน จากจำนวนพนักงานทั้งหมด 1,165 คน คิดเป็น 76% ทั้งนี้จะช่วยส่งเสริมศักยภาพพนักงานหน้าร้านเพื่อการพัฒนาการขายและแนะนำสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ





ความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ



เป้าหมายปี 2567

ไม่มีข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับความไม่ปลอดภัยของข้อมูล

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับความไม่ปลอดภัยของข้อมูล 0 กรณี



ที่มาและความมุ่งมั่น

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญในระบบการบริหารจัดการข้อมูลขององค์กรเป็นอย่างมาก ตั้งแต่การวางแผนการผลิต การขนส่ง การควบคุมคุณภาพ ไปจนถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลทางไซเบอร์จึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยปกป้องข้อมูลสำคัญขององค์กร เช่น สูตรอาหาร และข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า อีกทั้งการเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์จะช่วยลดความเสี่ยงจากการถูกโจมตีหรือการละเมิดข้อมูล ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กร ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และการดำเนินธุรกิจในระยะยาว แม้ว่าเทคโนโลยีจะช่วยเสริมศักยภาพการดำเนินธุรกิจให้กับองค์กร แต่การหยุดชะงักของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการโจมตีด้านไซเบอร์สามารถสร้างความกังวลใจต่อลูกค้าและผู้บริโภคได้ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวองค์กรได้นำเข้าเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึงการจัดทำนโยบายที่รัดกุม เกี่ยวข้องกับการเข้ารหัสข้อมูล การตรวจสอบสิทธิ์ผู้ใช้งาน และการสำรองข้อมูลอย่างปลอดภัย เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ตลอดจนคู่ค้าและนักลงทุน แสดงถึงความมุ่งมั่นในการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับความเสี่ยงด้านไซเบอร์อย่างรอบด้าน โดยเน้นการดูแลและเสริมความปลอดภัยของเครือข่ายข้อมูล ด้วยมาตรการที่สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ตามหลักการปกป้องสิทธิและความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชน และสร้างความไว้วางใจในฐานะองค์กรที่มีความรับผิดชอบสูงสุดต่อสังคมในยุคดิจิทัล

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ ปรับปรุงนโยบายความมั่นคงปลอดภัยทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการใช้งานข้อมูล การปฏิบัติงาน การพัฒนา และการบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นไปอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ISO 27001 ตลอดจนข้อกำหนดด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง โดยนโยบายนี้ยังผนวกการจัดการความเสี่ยงด้านไซเบอร์เข้ากับระบบบริหารองค์กร เพื่อให้สามารถตอบสนองและรับมือกับเหตุการณ์ทางไซเบอร์หรือการหยุดชะงักของระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลา

• โครงสร้างคณะกรรมการด้านความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะผู้บริหารเพื่อกำกับดูแล ให้คำแนะนำด้านความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนแนวทางในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ โดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารมอบหมายให้ผู้อำนวยการฝ่ายสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นผู้แทนฝ่ายในการควบคุมและดูแลภาพรวมของระบบความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการประเมินความเสี่ยง การพัฒนามาตรการที่เหมาะสมต่อการนำไปปฏิบัติอย่างทั่วถึง และการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิผล

• นโยบายความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

บริษัทฯ ได้ประกาศนโยบายความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบเครือข่ายและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ของบริษัทฯ มีความมั่นคงปลอดภัย และสามารถสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทฯให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับข้อกำหนดกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ รวมถึงกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเพื่อป้องกันภัยคุกคามที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัทฯ

นโยบายความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

www.snpfood.com

• การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์

บริษัทฯ ได้นำหลักการบริหารความเสี่ยงมาใช้ โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์เป็นกำหนดนโยบายและกำกับผู้ดูแล พร้อมทั้งจัดทำแผนรองรับกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินเมื่อไม่สามารถดำเนินการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ นอกจากนี้ ยังมีการทดสอบสถานการณ์ทางไซเบอร์เสมือนจริงสำหรับพนักงานเพื่อสร้างความคุ้นเคยและพัฒนาทักษะการตอบสนองต่อภัยคุกคามอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

• มาตรการการดูแลรับมือกรณีเกิดการคุกคามทางไซเบอร์

บริษัทฯ มีการประเมินรูปแบบของภัยคุกคามปัจจุบันที่มีความเสี่ยงสูง จัดทำแผนและวิธีปฏิบัติสำหรับเหตุความไม่ปลอดภัย (Incident Response Plan) และมีการซักซ้อมอย่างน้อยปีละครั้งต่อแผนนั้น ในการป้องกัน กู้คืน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว เพื่อให้บริษัทฯ คงดำเนินธุรกิจได้ต่อเนื่องและเกิดผลกระทบน้อยที่สุด

• การอบรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับภัยไซเบอร์

บริษัทฯ ส่งเสริมและสนับสนุนการฝึกอบรมเกี่ยวกับการระวังภัยคุกคามทางไซเบอร์กับสถาบันที่ได้รองมาตรฐานผ่านการทำ Cyber Security ให้กับพนักงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบเรื่องนี้โดยตรงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานสามารถรับมือและจัดการภัยคุกคามได้อย่างถูกต้องและทันท่วงที

• การทดสอบการตอบสนองภัยคุกคามทางไซเบอร์

บริษัทฯ จัดให้มีการจำลองสถานการณ์การตอบสนองภัยคุกคามทางไซเบอร์ ในรูปแบบของเมล์หลอกลวงอย่างเหมาะสมตามความถี่ที่กำหนดไว้ โดยจะเป็นการสุ่มทดสอบ เพื่อดูพฤติกรรมทั้งของผู้ใช้งาน ผู้ดูแลระบบ และนำข้อมูลนั้นมาพิจารณาพร้อมให้คำแนะนำแก่ผู้ที่ยังมีความเข้าใจไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการตอบสนองหรือการจัดการความเสี่ยงจากภัยคุกคาม

สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับความไม่ปลอดภัยของข้อมูล

ประเด็นเหตุการณ์ภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่เกิดขึ้นกับองค์กร ที่ได้รับจากบุคคลภายนอกและได้รับการยืนยันโดยองค์กร	จำนวนกรณีการรั่วไหลหรือการสูญหายของข้อมูลลูกค้า
0 กรณี	0 กรณี

โครงการที่สำคัญปี 2567

โครงการมาตรฐานความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Standard Cyber Security Framework)

บริษัทฯ ได้นำมาตรการรักษาความปลอดภัยที่จัดลำดับความสำคัญทางไซเบอร์ (CIS Controls : Center for Internet Security Controls) มาเป็นแนวทางเพื่อลดความเสี่ยงทางไซเบอร์ และสร้างความปลอดภัยทางไซเบอร์ โดย CIS Controls สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ

- ระดับ Basic Controls (มาตรการพื้นฐาน)
- ระดับ Foundational Controls (มาตรการที่ช่วยสร้างระบบความปลอดภัยที่แข็งแกร่ง)
- ระดับ Organizational Controls (มาตรการเชิงนโยบายและการบริหาร)

โดยบริษัทฯ เริ่มใช้งานในปี 2567 มีรายละเอียด ดังนี้



แผนการจัดการกับระบบความปลอดภัยข้อมูลขององค์กรต่อเนื่อง ในปี 2567

Cyber Security Consulting

Assessment S&P Security Align Security Framework and ISO 27001

Account Management

Privilege Access Management and Single Sign On

Security Awareness and Skills Training

Cyber Security Awareness and Training

Inventory and Control Enterprise Assets

Asset Management Policies and IT Hardware and Software Inventory



วัตถุประสงค์



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

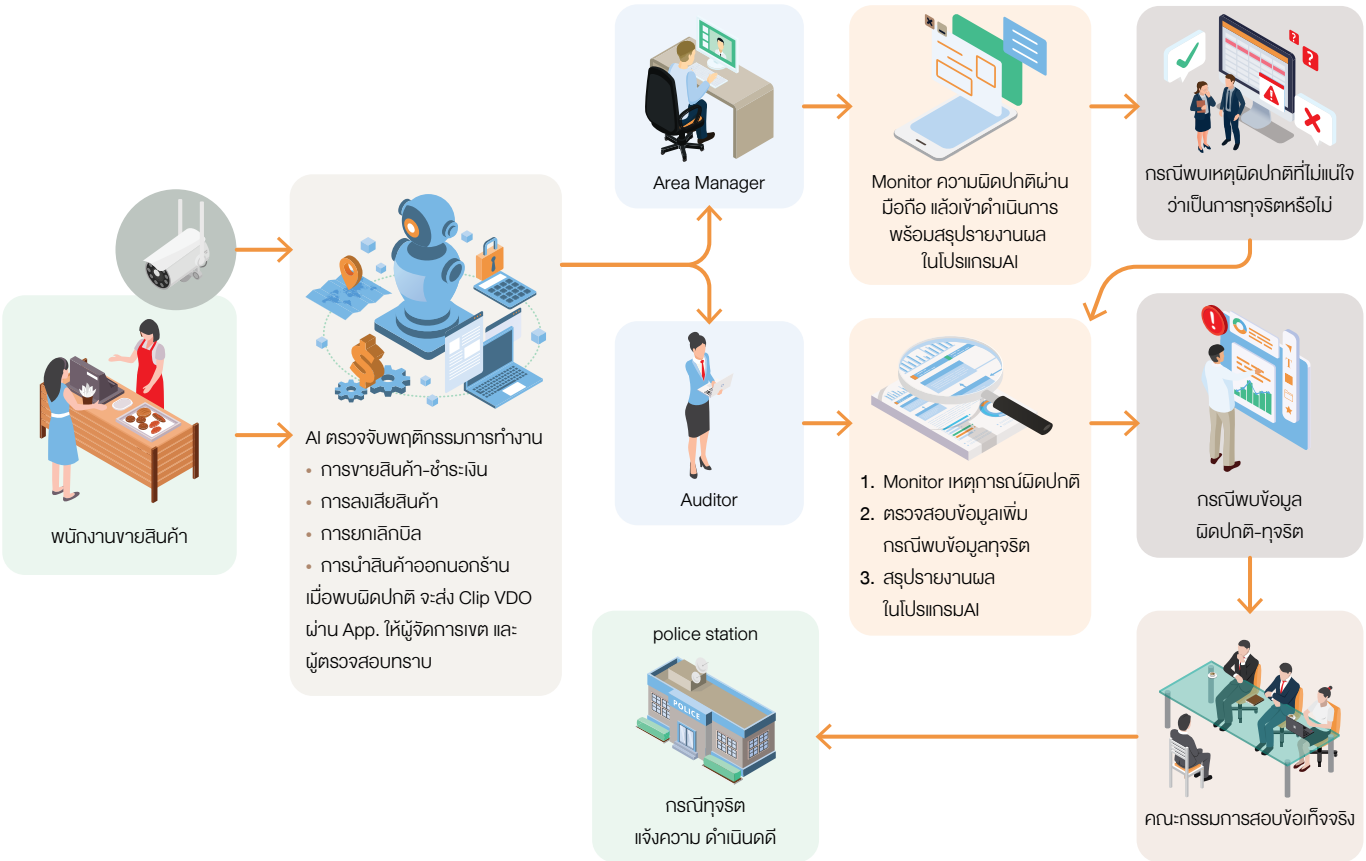
ด้านสังคม

1. สามารถตรวจสอบแนวโน้มที่อาจเป็นภัยคุกคามต่อระบบเครือข่าย
2. สามารถรับมือและตอบสนองภัยคุกคามทางไซเบอร์อย่างถูกต้อง
3. เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของระบบเครือข่ายและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน



โครงการ AI Audit-Detective on CCTV

หลักการทำงาน

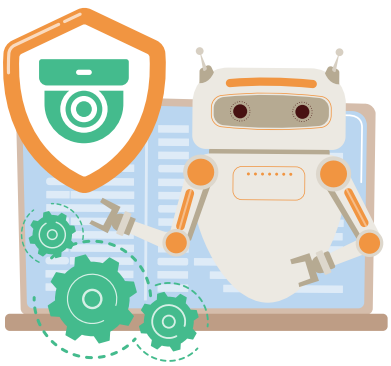


วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการจับพฤติกรรมความเสี่ยงของการปฏิบัติงานของพนักงานหน้าร้าน โดยระบบจะส่งข้อมูลแสดงผลผ่านแอปพลิเคชันทำให้สามารถติดตามและตรวจสอบความผิดปกติได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วขึ้น

2. เพื่อป้องปราม และ ลดการทุจริตของพนักงานหน้าร้านทั้งร้านอาหารและเบเกอรี่ โดยใช้เทคโนโลยี AI

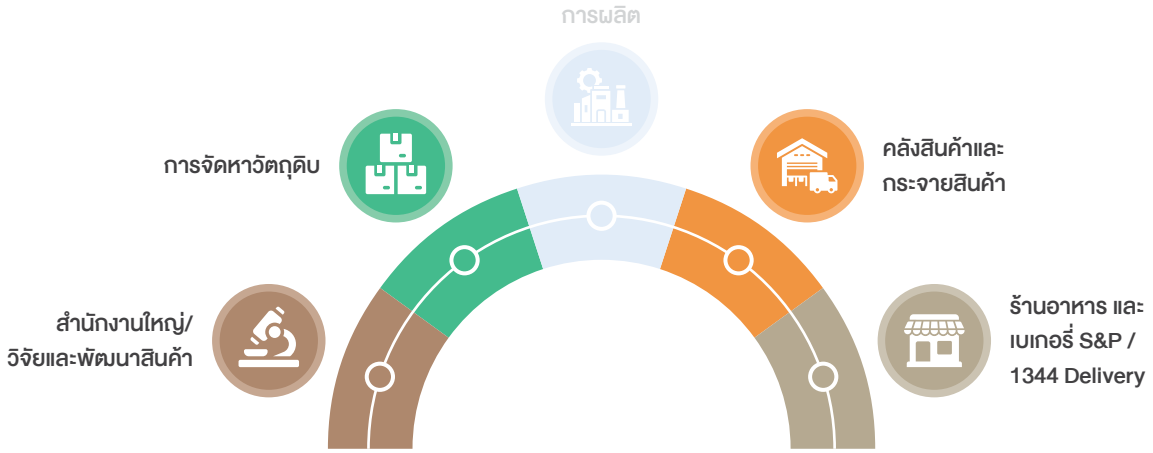
ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ด้านเศรษฐกิจ

1. สามารถช่วยจับการทุจริต โดยมีผลแม่นยำถึง 90%
2. พบกรณีทุจริต 2 กรณี คิดเป็นมูลค่าความเสียหาย 41,041 บาท

เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม



เป้าหมายปี 2567

พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)
3 รายการ

ขยายขอบเขตทางธุรกิจ (Business Innovation)
1 โครงการ

พัฒนานวัตกรรมหรือเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
คุณภาพการผลิต (Process Innovation)
1 โครงการ

พัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรม
(Human resource & Training Innovation)
ให้มีความคิดสร้างสรรค์ในงาน 1 กิจกรรม

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)
3 รายการ

ขยายขอบเขตทางธุรกิจ (Business Innovation)
1 โครงการ

พัฒนานวัตกรรมหรือเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
คุณภาพการผลิต (Process Innovation)
1 โครงการ

พัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรม
(Human resource & Training Innovation)
ให้มีความคิดสร้างสรรค์ในงาน 1 กิจกรรม

ที่มาและความมุ่งมั่น

จากสถานการณ์ทั่วโลกที่กำลังเผชิญกับสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวและสภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงนี้ การดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนจึงต้องปรับตัวโดยให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) พร้อมนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากร เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านของผู้บริโภค โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมผลิตอาหารและเบเกอรี่ ซึ่งนวัตกรรมเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาคุณภาพ ตั้งแต่การปรับปรุงกระบวนการผลิตที่ใช้ระบบอัตโนมัติ เพื่อลดการใช้กำลังคนและเพิ่มกำลังการผลิต ไปจนถึงการควบคุมมาตรฐานสินค้าให้มีความปลอดภัยและตรงตามความคาดหวังของผู้บริโภค นอกจากนี้ การนำเทคโนโลยีดิจิทัล AI มาช่วยวิเคราะห์ข้อมูลและบริหารจัดการวัตถุดิบ ยังช่วยลดของเสียและเสริมสร้างความยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นการสร้างโอกาสและความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจด้วยการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการทำงานของพนักงาน รวมถึงการทำงานกับภาคการศึกษา เพื่อสนับสนุนเยาวชนในการริเริ่มพัฒนานวัตกรรมแห่งอนาคต และสร้างคุณค่าให้กับสังคมในวงกว้าง ดังนั้น การใช้นวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพจึงไม่เพียงแต่ช่วยแก้ปัญหา แต่ยังเป็นโอกาสด้วยการสร้างความแตกต่างและสร้างเอกลักษณ์ให้แก่องค์กรในอุตสาหกรรมผลิตอาหารและเบเกอรี่อีกด้วย

บริษัทฯ ตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีนวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเสริมศักยภาพและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้เติบโตอย่างก้าวกระโดดในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การปรับกระบวนการทำงานและการนำเทคโนโลยีมาใช้ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร พร้อมสร้างคุณค่าร่วมระหว่างพนักงาน องค์กร และสังคม ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนตามเป้าหมายดังนี้

1 พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

ยกระดับมาตรฐานสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค เพิ่มความปลอดภัยและความหลากหลาย

2 ขยายขอบเขตทางธุรกิจ (Business Innovation)

เปิดโอกาสใหม่ในตลาดด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่ม

3 พัฒนาคุณภาพการผลิต (Process Innovation)

ใช้เทคโนโลยีอัตโนมัติและดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดของเสีย และประหยัดทรัพยากร

4 พัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรม (Human Resource & Training Innovation)

ส่งเสริมการเรียนรู้และสร้างทักษะใหม่ให้แก่พนักงาน พร้อมปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ มุ่งมั่นสนับสนุนและส่งเสริมการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อเป็นการสร้างโอกาสใหม่ที่ขับเคลื่อนการเติบโตและพัฒนาธุรกิจอย่างก้าวหน้า โดยพิจารณาในทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ กระบวนการผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการยกระดับบุคลากร โดยการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และสร้างความเข้าใจในงานที่ทำ รวมถึงบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการเข้าใจความต้องการของ “ลูกค้า” และ “สภาพตลาด” เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน พร้อมสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีนโยบายด้านนวัตกรรมและการสร้างคุณค่า เพื่อให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียเข้าใจเป้าหมายการดำเนินงาน พร้อมสร้างนวัตกรรมที่ยั่งยืนและปลูกฝังให้กลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร โดยมีแนวทางดังนี้

การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovation Culture)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการคิดค้นและนำนวัตกรรมมาใช้ในกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดตั้งแผนกวิศวกรรมเครื่องจักรและนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนการดูแล ซ่อมบำรุง และพัฒนาเครื่องจักร โดยเน้นการต่อยอดจากแนวคิดของพนักงาน สู่การผลิตเครื่องจักรที่ออกแบบเฉพาะสำหรับการใช้งานของบริษัทฯ ช่วยลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดการอบรมและสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านนวัตกรรม พร้อมส่งเสริมบรรยากาศที่กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ให้พนักงานได้เกิดแนวคิด สร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้กับองค์กร เช่น การเชิดชูเกียรติแก่พนักงานที่สร้างสรรค์โครงการที่สร้างผลลัพธ์เชิงบวกด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ และการจัดการความรู้ในองค์กร ทั้งนี้ยังสนับสนุนการปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดภาระงานที่ไม่จำเป็น เพิ่มความคล่องตัว และสร้างผลงานที่มีคุณค่าให้แก่บริษัท พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลก

สำหรับในปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดพิธีมอบรางวัลนวัตกรรมดีเด่น พร้อมประกาศนียบัตรเชิดชูเกียรติแก่พนักงานจากทีมโรงงานผลิตเบเกอรี่บางนา-ตราด กม. 23.5 ซึ่งเป็นผู้คิดค้นผลงาน**"โครงการพัฒนาเครื่องจักร สำหรับผลิตพายกรอบผีเสื้อ"** โดยผลลัพธ์ของโครงการก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งหวังที่จะสร้างกำลังใจต่อพนักงานในการสร้างสรรค์สิ่งดีๆ แก่องค์กร อีกทั้งยังเป็นการเชิดชูเกียรติบุคคลตัวอย่างที่มีความคิดริเริ่มในการปรับปรุงและพัฒนาการทำงานให้แก่หน่วยงานอื่น มุ่งหวังให้เกิดกระบวนการทำงานอย่างยั่งยืน อันจะส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรมในองค์กรอย่างต่อเนื่อง





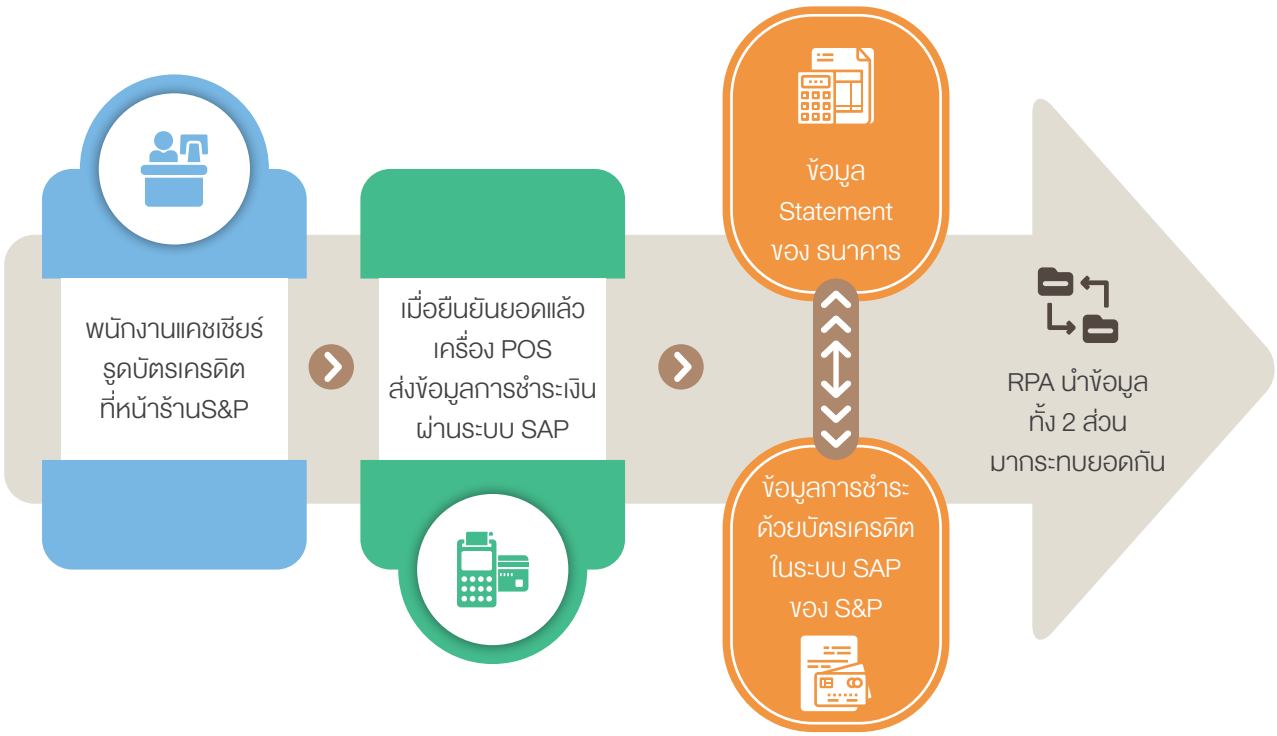


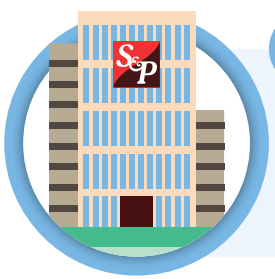




การนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาการดำเนินงาน

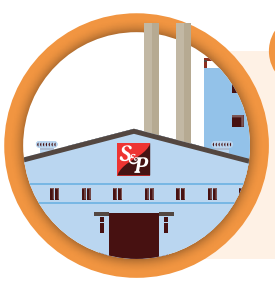
ในปี 2567บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าปรับใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้โปรแกรม RPA (Robotic Process Automation) เพื่อลดขั้นตอนการดำเนินงานที่ซ้ำซ้อน และลดความเสี่ยงจากข้อผิดพลาดของมนุษย์ ดังนี้





สำนักงาน

ใช้ RPA ในการกระทบยอดบัญชีบัตรเครดิต (Credit Card Payment and Bank Statement Reconcile Process) จากลูกค้าและธนาคาร เพื่อลดระยะเวลาทำงาน เพิ่มความแม่นยำของข้อมูล และลดภาระงานของพนักงาน



โรงงาน

ใช้ระบบ RPA ในกระบวนการสั่งผลิต โดยพนักงานบันทึกคำสั่งผลิตผ่านระบบ SAP (System Application products) จากนั้น RPA จะจัดการบันทึกข้อมูลผลผลิตที่ได้รับ และส่งข้อมูลการเบิกจ่ายไปยังหน่วยที่เกี่ยวข้องโดยอัตโนมัติ ช่วยลดขั้นตอนและเวลาในการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิผล

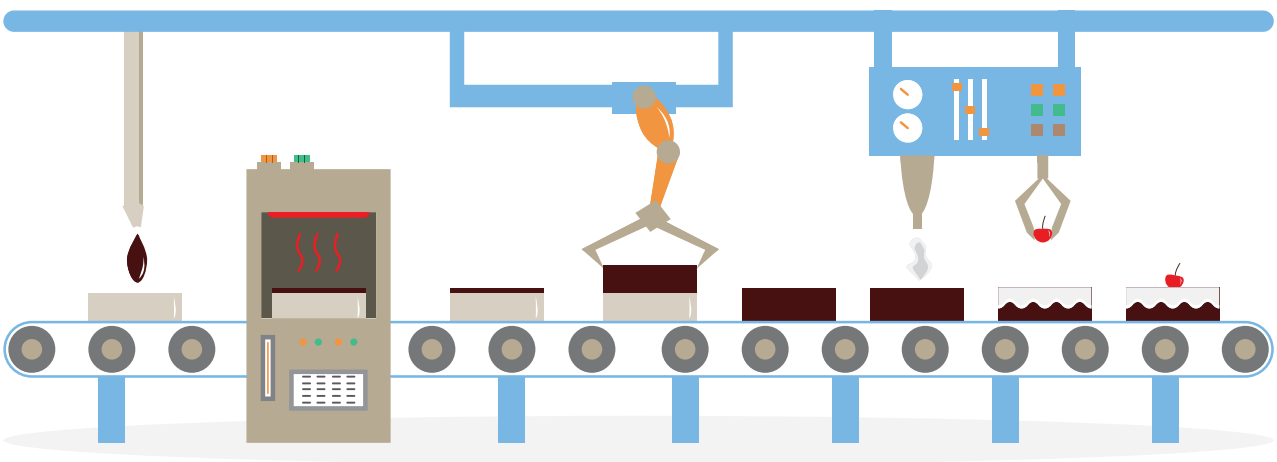
ทั้งนี้ในขั้นตอนสุดท้ายจากการสรุปผลด้วย RPA พนักงานจะดำเนินการตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องที่ได้จากการใช้โปรแกรม RPA เพื่อทบทวนการทำงาน หาแนวทางปรับปรุงและพัฒนา ตลอดจนนำมาต่อยอดการทำงานให้ครอบคลุมส่วนงานต่างๆ มากขึ้น

นโยบายด้านนวัตกรรมและการสร้างคุณค่า

www.snpfood.com

สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

เป้าหมาย	หน่วย	2564	2565	2566	2567
พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ได้แก่ โครงการยืดอายุผลิตภัณฑ์ด้วยซองเอทานอล	ผลิตภัณฑ์	N/A	N/A	3	3
ขยายขอบเขตทางธุรกิจ (Business Innovation) เช่น โครงการ Foxtrax พัฒนาศักยภาพพันธมิตรทางธุรกิจ	โครงการ	N/A	N/A	1	1
พัฒนานวัตกรรมหรือเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพคุณภาพการผลิต (Process Innovation) เช่น การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิต	โครงการ	N/A	1 (26 โครงการย่อยมาจากกิจกรรมสนุกคิดพิชิตงาน)	1	1
พัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรม (Human resource & Training innovation) ให้มีความคิดสร้างสรรค์ในงาน เช่น อบรม Lean	กิจกรรม	N/A	1	1	1



โครงการที่สำคัญปี 2567

โครงการยืดอายุผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ โดยใช้ “ผลิตภัณฑ์ปลดปล่อยเอทานอล”

เอทานอล มีคุณสมบัติยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อรา ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เน่าเสียได้ง่าย โดยซองปล่อยเอทานอลนี้ มีลักษณะเป็นซองขนาดเล็กทำจากฟิล์มชนิดพิเศษที่บรรจุเอทานอลไว้ภายใน โดยจะค่อยๆ ปล่อยเอทานอลออกมาอย่างช้าๆ เพื่อลดความชื้นและยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อราในผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ โดยช่วยยืดอายุการเก็บรักษา ลดการเกิดของเสีย และปลอดภัยต่อผู้บริโภค นวัตกรรมนี้เริ่มพัฒนาตั้งแต่เดือนตุลาคม 2565 และ **ในปี 2567 ได้นำมาใช้ในผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของ S&P เช่น ขนมปังเนย (บริยอชโลฟ) ขนมปังนมฮอกไกโด ขนมปังฟักทองผสมธัญพืชและแครอท ซีเรียลบัน ขนมปังสอดไส้รสบลูเบอรี่ และวาฟเฟิลเมเปิ้ล เป็นต้น**





วัตถุประสงค์

เพิ่มประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์เบเกอรี่

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

สามารถเพิ่มโอกาสในการขาย จากการยืดอายุผลิตภัณฑ์จาก 6 เป็น 10 วัน กลุ่มผลิตภัณฑ์นี้เพิ่มโอกาสสร้างยอดขายมากขึ้นประมาณร้อยละ 31 เมื่อเทียบกับปี 2566

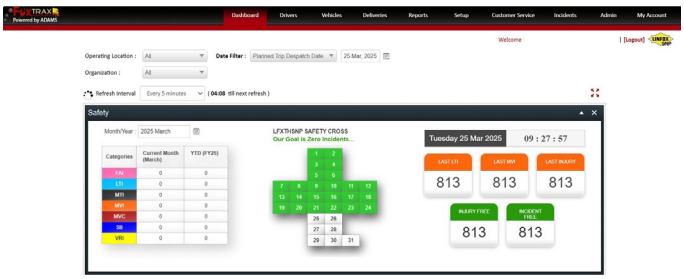


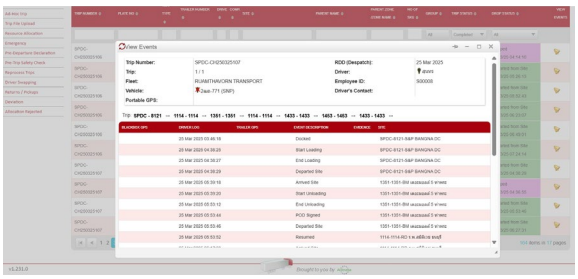


โครงการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการขนส่งสินค้าของศูนย์กระจายสินค้า S&P

ระบบ Foxtrax เป็นระบบบริหารจัดการฐานข้อมูลการขนส่งประจำวัน ที่พัฒนามาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการขนส่งสินค้า โดยมาพร้อมกับแอปพลิเคชันสำหรับพนักงานขับรถ ซึ่งช่วยในการอัปเดตข้อมูลเวลาและสถานที่ ทำให้สามารถติดตามข้อมูลและความคืบหน้าของการจัดส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยระบบจะบันทึกจัดเก็บข้อมูลขนส่งสำคัญ ดังนี้

1. บันทึกข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับจุดเริ่มต้นและจุดหมายของการจัดส่ง รวมถึงข้อมูลรถยนต์และพนักงานขนส่ง
2. บันทึกจำนวนเที่ยวรถและรายละเอียดการขนส่งที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน
3. บันทึกข้อมูลน้ำหนักและปริมาตรสินค้าที่ขนส่ง เพื่อการวางแผนและการจัดการที่เหมาะสม
4. บันทึกข้อมูลเวลาจัดส่ง เพื่อติดตามผลการจัดส่งที่ตรงเวลา (On-Time Delivery)





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

เพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง สามารถติดตามการขนส่งได้อย่างแม่นยำ ลดเวลาและความเสียหายที่เสียไปกับการจัดส่งล่าช้าหรือการขนส่งที่ไม่มีประสิทธิภาพ

ด้านสังคม

เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งการส่งสินค้าตรงเวลา (On-Time Delivery) ได้ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 99.78 ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า

ด้านสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการที่เป็นระบบ ฐานข้อมูลที่ถูกจัดเก็บสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อวางแผนการขนส่งโดยการเพิ่มการใช้พื้นที่บรรทุกรถ (Truck Utilization) ซึ่งช่วยให้สามารถใช้พลังงานในการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นจากร้อยละ 65 เป็น 86



โครงการนวัตกรรมต้มแฮมแบบให้ความร้อนโดยตรงด้วยไอน้ำ (Direct Steam Cooker)

กระบวนการต้มแฮมเป็นขั้นตอนสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพ รสชาติ และประสิทธิภาพของการผลิต กระบวนการผลิตเดิมของโรงงานใช้หม้อน้ำร้อนแบบ Steam Jacket ซึ่งเป็นระบบให้ความร้อนทางอ้อม อย่างไรก็ตาม วิธีดังกล่าวมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ประสิทธิภาพพลังงานต่ำ ใช้เวลาต้มยาวนาน และมีต้นทุนเชื้อเพลิงสูง ดังนั้น ด้วยแนวคิด “นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต” โรงงานจึงได้พัฒนาและนำเทคโนโลยี Direct Steam Cooker หรือระบบให้ความร้อนโดยตรงด้วยไอน้ำมาใช้ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีล้ำสมัยที่ช่วยให้ความร้อนแทรกซึมเข้าสู่กระบอกต้มแฮมได้รวดเร็วยิ่งขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพการถ่ายเทความร้อน ลดระยะเวลาในการผลิต และลดการใช้พลังงานอย่างมีนัยสำคัญ

วัตถุประสงค์

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุน พัฒนาคุณภาพของแฮม และปรับปรุงมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร นอกจากนี้ยังช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

1. สามารถลดเวลาของการต้มแฮม จาก 3.5 ชั่วโมง เหลือ 3 ชั่วโมง สามารถลดต้นทุนได้ 144,000 บาทต่อปี
2. เพิ่มประสิทธิภาพและกำลังการผลิตได้ร้อยละ 10 หรือประมาณ 162 กิโลกรัม/ล็อต
3. เพิ่มพื้นที่การใช้งานไลน์การผลิตบริเวณห้องปรุงอาหาร ได้ร้อยละ 20 เนื่องจากการปรับเปลี่ยนรูปทรงหม้อต้มแฮมเปลี่ยนจากแบบเดิมรูปทรงกระบอก เปลี่ยนเป็นแบบรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าส่งผลให้พื้นที่การจัดวางหม้อเพิ่มขึ้น

ด้านสังคม

1. ขั้นตอนการต้มแฮมใช้พนักงานลดลงจากเดิม 2 คน สามารถปรับลดลงเหลือเพียง 1 คน
2. สามารถลดชั่วโมงการทำงานของพนักงาน 2 ชั่วโมงต่อวัน (ต้ม 4 รอบ/วัน)

ด้านสิ่งแวดล้อม

1. สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ได้ 13.82 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี
2. ลดการใช้พลังงานจากแก๊สธรรมชาติร้อยละ 10
3. สามารถลดประมาณการใช้น้ำในการผลิตและขั้นตอนการต้มแฮมจากเดิมลงร้อยละ 20 หรือประมาณ 150 ลิตรต่อล็อต

ก่อนปรับปรุง



หลังปรับปรุง



การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน และการปรับปรุงความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ในสายการผลิต

กลุ่มเป้าหมาย	รายละเอียด
1. พนักงานหน้าร้าน S&P	• หลักสูตร Lean Leader (White Belt) ให้กับผู้บริหารและผู้จัดการเขต เพื่อส่งเสริมความรู้และทักษะในการบริหารจัดการที่เน้นการลดความสูญเปล่าและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการทำงานและการให้บริการของหน้าร้าน
2. พนักงานในส่วนของโรงงาน	• สร้าง S&P Lean Culture ที่ครอบคลุมการทำงานของโรงงานผลิตเบเกอรี่ (สุขุมวิท 62 บางนา-ตราด กม. 23.5 และลำพูน) และโรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความรู้และสามารถนำเครื่องมือ Lean และแนวคิด Continuous Improvement มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน • สร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วมและนวัตกรรมในสายการผลิต เช่น การให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาและปรับปรุงระบบ สร้าง Innovation Board สำหรับบุคลากรเสนอไอเดียเกี่ยวกับการพัฒนาประสิทธิภาพ มอบรางวัลหรือยกย่องบุคคลที่มีผลงานโดดเด่นด้านนวัตกรรมในสายการผลิต
3. ความพร้อมของอุปกรณ์/เครื่องจักรในสายการผลิต	• หลักสูตร Total Productive Maintenance (TPM) เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลรักษาเครื่องจักรแบบครบวงจร ลดเวลาหยุดทำงานของเครื่องจักร และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

โครงการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมแบบ LEAN

การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมไม่ใช่เพียงเรื่องของเทคโนโลยีหรือการเปลี่ยนกระบวนการผลิต แต่เป็นการปลูกฝังแนวคิดที่เน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความยืดหยุ่นให้กับองค์กรในสภาวะที่เศรษฐกิจและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานเพื่อต่อยอดไปสู่การพัฒนานวัตกรรมในองค์กร โดยการนำแนวคิด LEAN ที่เน้นการลดความซ้ำซ้อนหรือความสูญเปล่าในกระบวนการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดระยะเวลาในการทำงาน ผสานกับแนวคิด Six Sigma ซึ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพโดยลดความผิดพลาดและความผันแปรในกระบวนการ ทำให้องค์กรสามารถแก้ปัญหาและปรับปรุงกระบวนการได้อย่างเป็นระบบ สามารถลดความสูญเปล่าในกระบวนการผลิต (Waste) เพื่อรักษาเสถียรภาพในการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ และตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และปรับปรุงคุณภาพสินค้าหรือบริการได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังช่วยสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและความคิดเชิง LEAN เพื่อให้ธุรกิจมีความยืดหยุ่นและสามารถแข่งขันได้ในตลาด

ในเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2567 บริษัทฯ ได้จัดโครงการ “KAIZEN Leader” เพื่อพัฒนาพนักงานและผู้บริหาร จำนวน 15 คน ผ่านการรับรอง Lean Six Sigma ในระดับ Yellow Belt โดยส่งเสริมและต่อยอดด้วยการจัดทำโครงการจำนวน 15 โครงการ เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตและสนับสนุนการผลิตให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement Project) ในโรงงานผลิตเบเกอรี่ (สุขุมวิท 62 และบางนา-ตราด กม. 23.5) และโรงงานผลิตอาหาร (ลาดกระบัง) โดยใช้แนวคิดจากหลักสูตร LEAN Six Sigma ซึ่งช่วยลดต้นทุนการผลิตได้กว่า 7.17 ล้านบาท พร้อมทั้งสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมที่สนับสนุนการพัฒนาทักษะ และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน โดยมีการมอบรางวัล LSS Role Model Awards เพื่อเชิดชูเกียรติให้กับพนักงานที่มีความโดดเด่นในความคิดสร้างสรรค์ในการปรับปรุงงานเพื่อเป็นต้นแบบแก่พนักงานในองค์กร

วัตถุประสงค์

เพื่อสนับสนุนและฝึกอบรมให้พนักงานและผู้บริหารมีแนวคิดพัฒนากระบวนการผลิต โดยใช้แนวคิด Lean

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

สามารถลดต้นทุนการผลิตได้กว่า 7.17 ล้านบาท

ด้านสังคม

- ลดความเมื่อยล้าจากการทำงานของพนักงาน จากการเพิ่มประสิทธิภาพการแต่งหน้าเค้กเร็วขึ้นถึง 45% เดิมพนักงานใช้เวลาในการแต่งหน้าเค้ก 20 นาที/ 1 ชิ้น หลังจากผ่านการบวนการพัฒนาแล้ว พนักงานใช้ เวลาในการแต่งหน้าเค้กเหลือเพียง 11 นาที/ 1 ชิ้น
- สามารถพัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถของพนักงานให้มีศักยภาพในการพัฒนางานและสิ่งต่างๆ รอบตัวได้อย่างมีความยั่งยืน รวมถึงสามารถที่จะถ่ายทอดให้กับทีมงาน เพื่อนร่วมงานทั้งในโรงงานและนอกโรงงาน เพื่อสร้างให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรในลีน (Lean Culture) สำหรับ S&P ต่อไป

ด้านสิ่งแวดล้อม

สามารถลดเวลาในการทำงาน ส่งผลให้โรงงานสามารถลดการใช้พลังงานลงด้วย อาทิ โครงการเพิ่มประสิทธิภาพในการแต่งเค้กของพนักงาน จัดทำโดยฝ่ายบุคคลโรงงาน











ผลการดำเนินงาน

ชื่อโครงการ : การปรับปรุงกระบวนการผลิตข้าวพะแนงหมู

ผลิตภัณฑ์เป้าหมาย



ข้าวพะแนงหมู

รายละเอียดโครงการ

ปรับปรุงรูปแบบการควบคุมน้ำหนักของข้าวสวย น้ำแกงพะแนง และหมูปรุงสุกให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน โดยใช้เครื่องจักรในการช่วยบรรจุน้ำแกง และใช้เครื่องหุงข้าวแบบใหม่ที่สามารถควบคุมน้ำหนักได้อย่างคงที่

ผลลัพธ์การปรับปรุงกระบวนการ

- เพิ่มโอกาสในการขายและเพิ่มกำลังการผลิตจากการควบคุมน้ำหนักในการบรรจุน้ำแกงพะแนง และข้าวอย่างมีประสิทธิภาพ คิดเป็นมูลค่า 633,297 บาท/ปี
- ลดชั่วโมงการทำงานลงได้ 16 ชั่วโมง/วัน

ชื่อโครงการ : การควบคุมน้ำหนักของไส้พายเห็ด

ผลิตภัณฑ์เป้าหมาย



พายเห็ด

รายละเอียดโครงการ

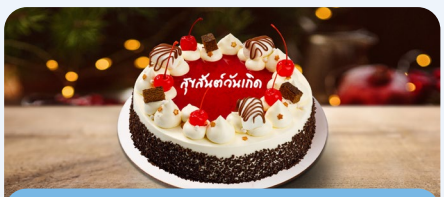
ปรับปรุงการชั่งวัตถุดิบและอัตราส่วนผสมของพายเห็ดให้มีปริมาณไส้ที่สม่ำเสมอเป็นไปตามมาตรฐาน ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ผลลัพธ์การปรับปรุงกระบวนการ

- เพิ่มโอกาสในการขายและเพิ่มกำลังการผลิต (พายเห็ด) 10% (160,000 ชิ้น/ปี) และลดค่าวัตถุดิบจากการปรับปรุง 7% คิดเป็นมูลค่า 1.2 ล้านบาท/ปี
- ส่งเสริมเกษตรกรกลุ่มเพาะเลี้ยงเห็ดตามฤดูกาล เนื่องจากใช้เห็ด 2 ชนิดผสมกัน (เห็ดฟาง เห็ดออรินจิ) อีกทั้งตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วย

ชื่อโครงการ : การเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานแต่งเค้กคลาสสิก

ผลิตภัณฑ์เป้าหมาย



เค้ก Black Forest

รายละเอียดโครงการ

พัฒนาศักยภาพพนักงานในการตกแต่งหน้าเค้ก ผ่านการจัดตารางทักษะการทำงาน (Skill Matrix) และการฝึกอบรมพนักงานให้เรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริงจากผู้เชี่ยวชาญ (On the Job Training)

ผลลัพธ์การปรับปรุงกระบวนการ

- เพิ่มโอกาสในการขายและเพิ่มกำลังการผลิต (Black Forest Cake) ได้ 40,000 ชิ้น/ปี
- ช่วยปรับพฤติกรรมการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (การแต่งเค้ก) ได้ 68%
- ลดชั่วโมงการทำงาน หรือลดชั่วโมงการทำงานล่วงเวลาได้ 1 ชั่วโมง/วัน/คน หรือ 3,600 ชั่วโมง/ปี

โครงการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจสู่การต่อยอดด้านนวัตกรรม ปี 2567

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ย่อมต้องพึ่งพาความร่วมมือจากพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ดังนั้น การส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างบริษัทฯ และพันธมิตรจึงถือเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างคุณค่าให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องแล้ว การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมยังเป็นเป้าหมายที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ

เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ ได้จัด Workshop “Lean Leader” ให้กับ บริษัท Linfox ซึ่งเป็นพันธมิตรที่สำคัญด้านการบริหารจัดการคลังสินค้าและการขนส่งที่ศูนย์กระจายสินค้า S&P (S&P Smart DC) โดยมีวัตถุประสงค์ในถ่ายทอดความรู้และแนวคิดเกี่ยวกับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) โดยใช้เครื่องมือและแนวคิดของ Lean ในการแก้ปัญหาและพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงาน ตัวแทนพนักงานจาก Linfox ได้มีโอกาสนำเสนอผลสำเร็จจาก 4 โครงการต่อผู้บริหาร เพื่อช่วยลดต้นทุนการบริหารจัดการได้กว่า 0.6 ล้านบาท จาก 2 โครงการ และช่วยลดความซ้ำซ้อนของการทำงาน ซึ่ง สามารถลดชั่วโมงการทำงานได้ 1,200 ชั่วโมง/ปีจากอีก 2 โครงการ สำหรับผลสำเร็จในครั้งนี้ไม่เพียงสะท้อนถึงศักยภาพของพันธมิตร แต่ยังเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้และนวัตกรรมร่วมกัน

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสนับสนุนการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ หรือแนวทางการทำงานแบบ Lean เพื่อเพิ่มความคล่องตัว ความยืดหยุ่น และศักยภาพในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาด วัฒนธรรมนวัตกรรมนี้จะช่วยให้พันธมิตรสามารถพัฒนาความรู้และทักษะอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความร่วมมือที่ยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการทำงานร่วมกันระหว่างทีมงานของบริษัทและพันธมิตร เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความท้าทายใหม่ ๆ ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวไม่เพียงแต่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน แต่ยังเป็นการสร้างคุณค่าร่วมกันในระยะยาว ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ และพันธมิตรเติบโตเคียงข้างกันได้อย่างมั่นคง









วัตถุประสงค์

เพื่อส่งต่อการสร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรมให้กับคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจ

ชื่อโครงการ : การลดระยะเวลาจัดเก็บสินค้าแช่แข็ง

ผลิตภัณฑ์เป้าหมาย



เนื้อหมูสำหรับการประกอบอาหาร

รายละเอียดโครงการ

การพัฒนาขั้นตอนการสั่งซื้อและบริหารความต้องการในการใช้วัตถุดิบ โดยการปรับปรุงให้ระยะเวลาในการจัดเก็บลดลงและยังคงสามารถมีวัตถุดิบที่เพียงพอในการดำเนินธุรกิจ

ผลลัพธ์การปรับปรุงกระบวนการ

- สามารถลดระยะเวลาการจัดเก็บได้ถึง 50% ซึ่งส่งผลให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บได้ถึง 137,520 บาท/ปี

ชื่อโครงการ : โครงการลดชั่วโมงการทำงานล่วงเวลาของพนักงาน

ผลิตภัณฑ์เป้าหมาย



การทำงานของหน่วยงานเบเกอรี่

รายละเอียดโครงการ

ปรับปรุงขั้นตอนในการทำงาน วิธีในการจัดเก็บ จัดเรียง และจัดส่งสินค้าเบเกอรี่ให้มีความรวดเร็วมากขึ้น จัดทำเทคนิคต่างๆ จาก Best Practice เพื่อช่วยพัฒนาพนักงานในหน่วยงานให้สามารถทำงานได้เร็วยิ่งขึ้น

ผลลัพธ์การปรับปรุงกระบวนการ

- สามารถลดเวลาในการทำงานล่วงเวลาลงได้ 1 ชั่วโมง/วัน จากพนักงานทั้งหมดในหน่วยงานเบเกอรี่ ซึ่งทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายได้ถึง 463,320 บาท/ปี

ชื่อโครงการ : โครงการลดความสูญเสียของสินค้าจากการจัดเรียงสินค้าเพื่อส่งให้สาขา

ผลิตภัณฑ์เป้าหมาย



สินค้าเบเกอรี่

รายละเอียดโครงการ

ปรับปรุงขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน ให้เป็นระบบมากขึ้น ตามหลักการในการกำจัดความสูญเปล่าของลีน จัดทำเทคนิคต่างๆ จาก Best Practice เพื่อช่วยพัฒนาพนักงานในหน่วยงานให้สามารถทำงานได้เร็วยิ่งขึ้น

ผลลัพธ์การปรับปรุงกระบวนการ

- สินค้าเสียหายที่เกิดจากการจัดเรียงลดลงจากเดิมเฉลี่ยเดือนละ 12 ชิ้น เหลือเพียงเดือนละ 2 ชิ้น

ชื่อโครงการ : โครงการจัดเที่ยวรถขนส่งตามพื้นที่และกิจการของลูกค้า

ผลิตภัณฑ์เป้าหมาย



การขนส่งสินค้า S&P
ไปสู่สาขาและลูกค้าภายนอก

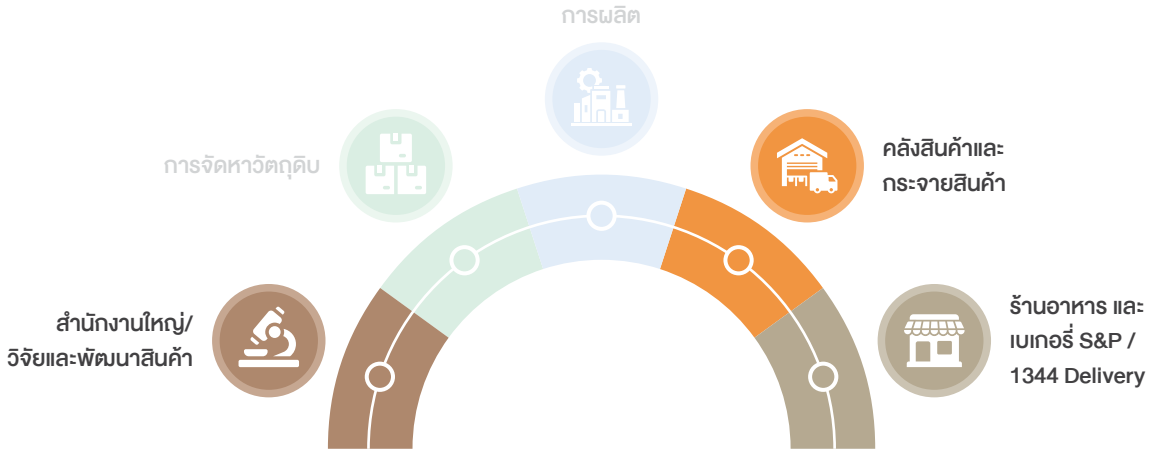
รายละเอียดโครงการ

ปรับปรุงเที่ยวรถขนส่งให้ตอบโจทย์ของธุรกิจของลูกค้าภายนอกให้มีความสอดคล้องและยืดหยุ่นทั้งเรื่องของระยะทางและเวลาในการขนส่ง รวมถึงการวางแผนเส้นทางขนส่งสินค้าให้กับสาขาของ S&P ให้ทันต่อเวลาและความต้องการซื้อของลูกค้า

ผลลัพธ์การปรับปรุงกระบวนการ

- สามารถจัดเที่ยวรถได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งของได้ทันเวลาของทั้งสาขาและลูกค้าภายนอก ลดเวลาสูญเปล่าในการรอคอยและการวิ่งรถนอกเส้นทาง

กิจกรรมเพื่อสังคม



เป้าหมายปี 2567

มุ่งเสริมสร้างโภชนาการแก่เยาวชน
2 โรงเรียนต่อปี

ลงพื้นที่เยี่ยมเกษตรกรท้องถิ่น
แลกเปลี่ยนความต้องการร่วมกัน
3 ครั้งต่อปี

สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน
1 ครั้งต่อปี

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

มุ่งเสริมสร้างโภชนาการแก่เยาวชน
2 โรงเรียน ในปี 2567
คิดเป็นเงินจำนวน
1.67 ล้านบาท

ลงพื้นที่เยี่ยมเกษตรกรท้องถิ่น
แลกเปลี่ยนความต้องการ
ร่วมกัน 3 ครั้ง ในปี 2567
มีการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น
420 ครัวเรือน

สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน
2 ครั้ง ในปี 2567
คิดเป็นเงินจำนวน 3 ล้านบาท

ที่มาและความมุ่งมั่น

หัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เกิดจากการนำคุณธรรมมาเป็นพื้นฐานในการดำเนินงาน เพราะบริษัทฯ เชื่อว่าการดำเนินธุรกิจอย่างมั่นคง ควบคู่ไปกับคำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นอกจากบริษัทฯ จะได้รับผลกำไรที่เหมาะสมแล้ว ยังมุ่งมั่นดูแลสังคม ชุมชน และพนักงานให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ได้รับอาหารที่เพียงพอ ซึ่งแสดงถึงความมั่นคงทางอาหาร อันเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดำรงอยู่ได้อย่างสมดุล บริษัทฯ จึงได้วางกลยุทธ์และกรอบการดำเนินงานเพื่อร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมให้เติบโตไปพร้อมกัน โดยมุ่งปลูกฝังแนวความคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่พนักงาน คู่ค้าและพันธมิตร ด้วยการนำศักยภาพและความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจที่มีถ่ายทอดสู่ชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคม ตลอดจนการช่วยลดผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจ อาทิ การเข้าไปรุกล้ำพื้นที่ทำให้ชุมชนสูญเสียพื้นที่ทำกิน หรือ การไม่สื่อสารสร้างความเข้าใจระหว่างชุมชนและบริษัทส่งผลให้เกิดการขัดแย้งในกิจกรรมต่างๆของบริษัทฯ และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมด้วย

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยการขับเคลื่อนการดำเนินงานร่วมกับชุมชนและภาคีเครือข่ายต่างๆ ในการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อให้ชุมชนมีรายได้ที่มั่นคง พึ่งพาตนเองได้ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เพราะบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยความร่วมแรง ร่วมใจเพื่อให้สามารถรับมือได้ทันต่อสถานการณ์ โดยมี ‘สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร’ ดูแลรับผิดชอบ และผลักดันให้เกิดกระบวนการดำเนินงานอย่างยั่งยืนทั้งระบบ รวมทั้งสร้างสรรค์โครงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีแก่คนในสังคม ตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืนและสร้างจิตสำนึกแก่พนักงาน เพื่อร่วมกันพัฒนาและเสริมสร้างสังคมไทย สนับสนุนความมั่นคงทางอาหารจากการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อเข้าถึงอาหารคุณภาพดีได้อย่างเท่าเทียม ลดความเหลื่อมล้ำของคนในสังคม ควบคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อม ซึ่งวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมนั้น ต้องสอดคล้องกับความเชี่ยวชาญของบริษัทและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ ตลอดจนสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคมให้ดีขึ้น อาทิ การส่งเสริมโภชนาการที่ครบถ้วน การส่งเสริมสุขภาวะในครัวเรือนที่ถูกต้องตามมาตรฐานสากล การส่งเสริมรายได้ที่มั่นคงจากการประกอบอาชีพสุจริต เพื่อให้คนในชุมชนมีสุขภาพกายและใจที่แข็งแรง มีทักษะประกอบอาชีพ พร้อมจะเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนสังคมไทยให้เติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินงานที่ยั่งยืนในทุกระดับขององค์กร โดยมีคณะทำงานบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนขับเคลื่อนงานที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร และนโยบายด้านความยั่งยืนขององค์กร พร้อมอัพเดทสถานการณ์ติดตาม และสรุปผลการทำงาน ซึ่งมีการจัดประชุมรายไตรมาส รวม 4 ครั้งต่อปี เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการดูแลให้มีการนำนโยบายและแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

กลยุทธ์การดำเนินงาน

บริษัทฯ กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อเป็นแนวทางขับเคลื่อนกิจกรรมขององค์กร ครอบคลุมความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย

“Give for All”

G	I	V	E
Growth	Improvement	Value	Education
สนับสนุนชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการแลกเปลี่ยนความรู้ และสร้างรายได้แก่ชุมชนที่ยั่งยืน	มุ่งพัฒนาคนในสังคมด้วยการเสริมสร้างทักษะอาชีพหาเลี้ยงตนเองได้อย่างยั่งยืน	สร้างคุณค่าแก่คนในสังคมอย่างเสมอภาค ด้วยการส่งมอบความสุขแก่ผู้ด้อยโอกาสผ่านโครงการต่างๆ	ส่งเสริมความรู้ด้านโภชนาการและสุขอนามัย เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีอันเป็นพื้นฐานการดำรงชีวิตที่ยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาและต่อยอดโครงการตามแนวทางที่สอดคล้องกับธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อนำความเชี่ยวชาญที่มีมากว่า 51 ปี ส่งเสริมความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่ดี เสริมสร้างทักษะด้านอาชีพเพื่อให้หาเลี้ยงตนเองและครอบครัว ตลอดจนเติมเต็มความสุขให้แก่สังคม ในการนี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างแท้จริง บริษัทฯ จึงได้ลงพื้นที่สำรวจและประเมินความต้องการของชุมชนในพื้นที่ฯ มีการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมทั้งพื้นที่อื่นๆ เพื่อกระจายความช่วยเหลือให้ทั่วถึง โดยนำผลกระทบที่สำรวจมาหาแนวทางปรับปรุงเพื่อลดความเสียหาย ตลอดจนสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนและสังคม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เปิดช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนจากชุมชน ผ่านช่องทางอีเมล sd@snpfood.com **โดยในปี 2567 ไม่มีข้อร้องเรียนในประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมจากชุมชน บริษัทฯ ยังคงมีกระบวนการดูแลชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง**

ในปี 2567 บริษัทฯ ดำเนินโครงการตามกรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาชุมชน ดังนี้



ปี	งบประมาณสนับสนุน (บาท)	มูลค่าสิ่งของและบริการที่มอบให้ (บาท)	ชั่วโมงการทำงานของพนักงานจิตอาสา (ชั่วโมง)
2563	6,457,463.16	480,500.64	267
2564	8,218,498.50	3,577,179.00	285
2565	11,706,629.00	6,952,854.47	686
2566	3,638,598.97	552,172.23	2,154
2567	4,822,083.55	1,314,209.90	1,953

สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

เอส แอนด์ พี ดำเนินงานด้านพัฒนาชุมชนที่อยู่ในห่วงโซ่ธุรกิจของบริษัทฯ ผ่านโครงการสนับสนุน เกื้อกูล ตลอดจนยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคม ครอบคลุมทั้งภาคประชาสังคมในกลุ่มเยาวชน กลุ่มเกษตรกรท้องถิ่น และกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ สถานพยาบาล และมูลนิธิ ให้เติบโตไปพร้อมกับภาคเอกชนอย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ ดำเนินโครงการต่างๆ สอดคล้องกับกลยุทธ์ ดังนี้

โครงการที่สำคัญปี 2567

S&P สนับสนุนชุมชนรวม
73.79 ล้านบาท

ส่งเสริมคุณภาพชีวิตได้ถึง
420 ครัวเรือน

วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ชุมชน สร้างยอดขายให้ S&P
338.67 ล้านบาท

G Growth

สนับสนุนชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการแลกเปลี่ยนความรู้ และสร้างรายได้แก่ชุมชนที่ยั่งยืน

เอส แอนด์ พี คัดสรรวัตถุดิบจากเกษตรกรโดยตรงตั้งแต่ต้นน้ำ เพื่อสร้างรายได้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน รวมทั้งยังได้ร่วมแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อพัฒนาคู่ค้าให้สามารถผลิตวัตถุดิบด้วยคุณภาพที่ดีที่สุด มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่คุณค่า สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่บท การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

นอกจากวัตถุดิบแล้ว บริษัทฯ ยังสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่มาจากงานฝีมืออันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมดังนี้

โครงการ S&P Growing Together สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน

- **S&P เยี่ยมชมกระบวนการจักสานตะกร้าผักตบชวา สำหรับชุดของขวัญปีใหม่ 2025 ณ วิสาหกิจชุมชนจักสานผักตบชวาบ้านบางตาแผ่น จ.อ่างทอง**

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ร่วมกับบริษัท ประชารัฐรักสามัคคีประเทศไทย วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด เยี่ยมชมกระบวนการจักสานตะกร้าผักตบชวา ณ วิสาหกิจชุมชนจักสานผักตบชวาบ้านบางตาแผ่น จ.อ่างทอง ภายใต้โครงการ S&P Growing Together



บริษัทฯ ได้สนับสนุนผลิตภัณฑ์ “ตะกร้าผักตบชวา” ที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์แบบไทย ใช้วัสดุธรรมชาติจากผักตบชวาที่มีความคงทนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อนำมาจัดชุดของขวัญปีใหม่สำหรับลูกค้า ส่งเสริมการมอบความรักและความปรารถนาดีให้กันผ่านชุดของขวัญอันมีคุณค่า โดยจำหน่ายที่หน้าร้านS&P ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2567 เป็นต้นไป









ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

สนับสนุนตะกร้าผักตบชวาจำนวน 1.68 ล้านบาท

ด้านสังคม

ช่วยกระจายรายได้ที่มั่นคงแก่คนในชุมชนเครือข่ายถึง 7 ชุมชน จำนวน 60 ครัวเรือน

- **S&P สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน ‘กระเป๋าผ้าขาวม้า งานฝีมือของกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านโนนธาตุ จ.อำนาจเจริญ’**

บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) เยี่ยมชมกระบวนการผลิต‘กระเป๋าผ้าขาวม้า’ งานฝีมือของกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านโนนธาตุ จ.อำนาจเจริญ



บริษัทฯ สานต่อการรณรงค์พกถุงผ้า บอกลาถุงพลาสติก เพื่อสนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่นและส่งเสริมรายได้แก่คนในชุมชน ด้วยงานฝีมือท้องถิ่นอันเป็นเอกลักษณ์ด้วยวัสดุธรรมชาติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากจะเป็นของขวัญที่มีคุณค่าเพื่อการส่งต่อความรักและความปรารถนาดีแล้ว ยังเป็นการเชิญชวนลูกค้าใช้กระเป๋าผ้าที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำทดแทนการใช้ถุงพลาสติกแบบใช้แล้วทิ้ง (Single-use plastic) เพื่อลดผลกระทบต่อเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม









ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

สนับสนุนกระเป๋าผ้าขาวม้าจำนวน 1.92 ล้านบาท

ด้านสังคม

ช่วยกระจายรายได้ที่มั่นคงแก่คนในชุมชนได้ถึง 197 ครัวเรือน

I Improvement

มุ่งพัฒนาคนในสังคม ด้วยการเสริมสร้างทักษะอาชีพเพื่อหาเลี้ยงตนเองได้อย่างยั่งยืน

- **โครงการ S&P Chance for Change**

บริษัทฯ จัดโครงการ “S&P Chance for Change” ร่วมกับ กรมราชทัณฑ์ สังกัดกระทรวงยุติธรรม และโครงการกำลังใจในพระดำริ พระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าพัชรกิติยาภา โดยนำประสบการณ์จากการดำเนินธุรกิจอาหารมากว่า 51 ปี มาถ่ายทอดความรู้ในการประกอบอาชีพ



วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาผู้ต้องขังที่มีความประพฤติดี และใกล้จะพ้นโทษ ให้มีทักษะด้านการประกอบอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่ม นำทักษะความรู้ไปประกอบอาชีพ สร้างรายได้ที่มั่นคงให้กับตนเองและครอบครัวอย่างยั่งยืนต่อไป

ในปี 2567 บริษัทฯ เข้าอบรมให้ความรู้แก่ผู้ต้องขังในเรือนจำทั้ง 3 แห่ง ได้แก่

- จัดอบรมหลักสูตรการทำอาหาร “เมนูข้าวผัดหมูเค็ม ส้มตำ” ณ เรือนจำชั่วคราวเขาพลอง จ.ชัยนาท
- จัดอบรมหลักสูตรเบเกอรี่ “เค้กกล้วยหอมและเค้กกล้วยหอมช็อกโกแลต” ณ เรือนจำกลางราชบุรี จ.ราชบุรี
- จัดอบรมหลักสูตรเครื่องดื่ม ได้แก่ เมนูกาแฟน้ำผลไม้ (เอสเปรสโซ่ น้ำส้ม, น้ำผึ้งมะนาว, มิกซ์เบอรี่) และเครื่องดื่มน้ำผลไม้สปาร์คลิ่ง (สตรอเบอรี่ ,ราสเบอรี่, แอปเปิ้ลทับทิม) ณ ทัณฑสถานบำบัดพิเศษหญิง จ.ปทุมธานี

โดยในกิจกรรมมีผู้บริหารและพนักงานจิตอาสาเข้าร่วม จำนวน 17 คน













ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

ผู้เข้าอบรมจำนวน 90 คน จากทัณฑสถานทั้ง 3 แห่ง ได้พัฒนาทักษะ และสร้างอาชีพ เพื่อสร้างรายได้หาเลี้ยงตนเองและครอบครัวด้วยอาชีพสุจริต

ด้านสังคม

สร้างความภาคภูมิใจและเป็นกำลังใจให้แก่ผู้ต้องขัง ในการกลับสู่สังคม ลดอัตราการถูกคุมขัง หลังจากการพ้นโทษ เนื่องจากมีอาชีพสุจริตเป็นทักษะติดตัว

V Value

สร้างคุณค่าแก่คนในสังคมอย่างเสมอภาค ด้วยการส่งมอบความสุขแก่ผู้ด้อยโอกาส

- **โครงการ S&P Cake A Wish Make A Wish 2024**

โครงการส่งมอบความสุข สร้างรอยยิ้มสู่สังคม เนื่องในเทศกาลปีใหม่และเทศกาลวันแห่งความรัก ไปยังผู้ด้อยโอกาส เด็กกำพร้า คนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ป่วยจากมูลนิธิต่างๆ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวม 22 แห่ง โดยดำเนินการต่อเนื่องเป็นปีที่ 20 ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายได้แก่ ผู้ด้อยโอกาส เด็กกำพร้า คนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ป่วย จำนวน 3,856 คน

วัตถุประสงค์

เพื่อช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสและสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทและชุมชน















ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

มอบผลิตภัณฑ์เค้กปอนด์ขนาดใหญ่พิเศษ จำนวน 555 ปอนด์ มูลค่า 194,250 บาท

ด้านสังคม

- ช่วยสร้างความสุข และรอยยิ้มคืนสู่สังคม
- สร้างคุณค่าและการเข้าถึงอาหารอย่างเสมอภาคแก่กลุ่มเปราะบาง
- เพื่อส่งเสริมการส่งต่อความรัก ความห่วงใย และความปรารถนาดีไปยังผู้ด้อยโอกาส

- **โครงการ S&P มอบผลิตภัณฑ์แก่หน่วยงานต่างๆ**

บริษัทฯ มอบผลิตภัณฑ์ตามวาระต่างๆ ในปี 2567 ดังนี้

1. “S&P รวมใจช่วยภัยน้ำท่วม ปี 2567” มอบผลิตภัณฑ์ S&P เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย แด่กองทัพบก มูลค่ารวม 387,600 บาท
2. S&P มอบเงินสนับสนุนคอนเสิร์ตการกุศลศิลปิน “เบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์” แด่มูลนิธิโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้าในพระราชูปถัมภ์ฯ จำนวน 500,000 บาท
3. คุณภัทรา ศิลาอ่อน มอบเงินบริจาค จำนวน 50,000 บาท และ เอส แอนด์ พี มอบผลิตภัณฑ์ขนมไหว้พระจันทร์ มูลค่า 241,200 บาท แด่มูลนิธิร่วมกตัญญู ภายใต้โครงการ “เอส แอนด์ พี รวมใจช่วยภัยน้ำท่วม ปี 2567





วัตถุประสงค์

เพื่อมอบผลิตภัณฑ์และเงินบริจาคสำหรับบรรเทาทุกข์แก่ผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

มอบผลิตภัณฑ์ S&P ได้แก่ ขนมไหว้พระจันทร์ และขนมเปี๊ยะ รวมจำนวน 7,399 หน่วย และเงินบริจาค คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1,178,800 บาท

ด้านสังคม

สนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ และช่วยเหลือประชาชน รวมถึงแบ่งปันความสุขแก่ผู้ด้อยโอกาส

E Education

ส่งเสริมความรู้ด้านโภชนาการและสุขอนามัย เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีอันเป็นพื้นฐานการดำรงชีวิตที่ยั่งยืน

- **โครงการ S&P Kitchen for Kids ปีที่ 16**

โครงการพัฒนาและปรับปรุงโรงครัว โรงอาหาร ภายใต้โครงการ S&P Kitchen for Kids ปีที่ 16 และนำผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการมาอบรมให้ความรู้แก่แม่ครัว นักเรียน และบุคลากรของโรงเรียน เพื่อให้มีความรู้ และสามารถประกอบอาหารได้อย่างถูกสุขอนามัย พร้อมมอบอุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับประกอบอาหาร รวมถึงยังส่งเสริมด้านเกษตรกรรม โดยได้ปรับปรุงโรงเรือนปลูกผักกางมุ้ง และมอบพันธุ์ปลาเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบประกอบอาหารที่สด สะอาด ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ

ในปี 2567 บริษัทฯ ดำเนินโครงการร่วมกับโรงเรียน 2 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 35 จ.พังงา และโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านคลองมะลิประเวศน์วิทยา จ.จันทบุรี โดยมีผู้บริหาร พนักงานจิตอาสาจากสำนักงาน และสาขา เข้าร่วมโครงการ จำนวน 62 คน

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมด้านโภชนาการและสุขอนามัยที่ดีให้แก่โรงเรียนในถิ่นทุรกันดารทั่วประเทศ ซึ่งเป็นหนึ่งในพันธกิจการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัทฯ ตลอดระยะเวลา 51 ปี

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

ยกระดับคุณภาพชีวิตคนในสังคมให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืนด้วยการส่งเสริมสุขอนามัยและโภชนาการที่ดีแก่คนในชุมชน 776 คน

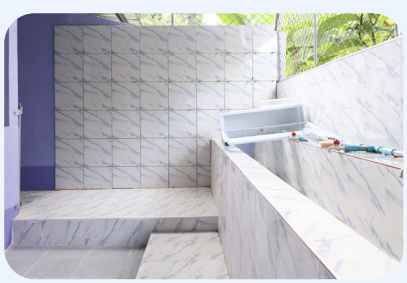
โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านคลองมะลิประเวศน์วิทยา จ.จันทบุรี

Before





After





โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 35 จ.พังงา

Before





After















ทั้งนี้ หลังจากการดำเนินโครงการ บริษัทฯ ดำเนิน “**โครงการตรวจติดตามโรงครัว** S&P Kitchen for kids” ในทุก 3 ปี โดยหมุนเวียนตรวจติดตามโรงครัวที่บริษัทฯ ได้เข้าไปปรับปรุง เพื่อตรวจสอบมาตรฐานสุขอนามัยในครัวเรือน การดูแลรักษาอุปกรณ์ ตลอดจนชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เพื่อนำผลมาปรับปรุงแนวทางการดำเนินโครงการในปีต่อไปให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในปี 2567 บริษัทฯ เข้าไปตรวจประเมิน ณ โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านต้นมะม่วง จ.กาญจนบุรี โดยผลการประเมินโรงครัวในครั้งนี้ อยู่ในระดับดี (Silver) และทาง เอส แอนด์ พี ได้มอบเงินรางวัลสนับสนุนจำนวน 10,000 บาท พร้อมทั้งมอบใบประกาศนียบัตร เพื่อเป็นกำลังใจให้กับบุคลากรในโรงเรียนให้ยังคงรักษามาตรฐานความสะอาดและสุขอนามัยที่ดีให้กับนักเรียนต่อไป







ด.ต.หญิงวรรณวิษา เมืองวงศ์ ครูวิชาการและโภชนาการ



โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน บ้านคลองมะลิประเวศน์วิทยา จังหวัดจันทบุรี

"เดิมโรงอาหารชำรุด น้ำท่วมขัง พื้นทรุด มีความเสี่ยงอาจเกิดอันตรายต่อผู้ใช้งาน ซึ่งโรงเรียนขาดงบซ่อมบำรุง รวมทั้งห้องเก็บอุปกรณ์ไม่มีตาข่ายคลุม จึงปิดไม่ได้ใช้งาน นอกจากนี้ โรงเรือนปลูกผัก เดิมมีน้ำท่วมขัง พื้นต่ำ เลอะเทอะ ผลผลิตตายในวันที่บริษัทฯ เข้ามาสำรวจโรงเรียนและตอบรับให้ความช่วยเหลือ คุณครูและนักเรียนรู้สึกดีใจมาก บริษัทฯเข้ามาช่วยก่อสร้างโรงเรือนให้เป็นรูปร่าง เทพื้นและติดมุ้งลวดให้ถูกสุขลักษณะ ทำให้ใช้งานได้ง่าย ปลอดภัย รวมทั้งมีผลผลิตเพิ่มขึ้นสำหรับเป็นอาหารกลางวันนักเรียน และเป็นรายได้เสริมของโรงเรียน ส่วนปลาเราเลี้ยง เพื่อนำมาประกอบอาหารให้นักเรียนก่อน เหลือแล้วจึงนำไปขาย เพื่อนำรายได้เข้าโครงการอาหารกลางวัน หมุนเวียนไว้ใช้ในโรงเรียนต่อไป"

พรชัย พรหมด้วง รองผู้อำนวยการ ฝ่ายบริหารงานทั่วไปและอาคารสถานที่

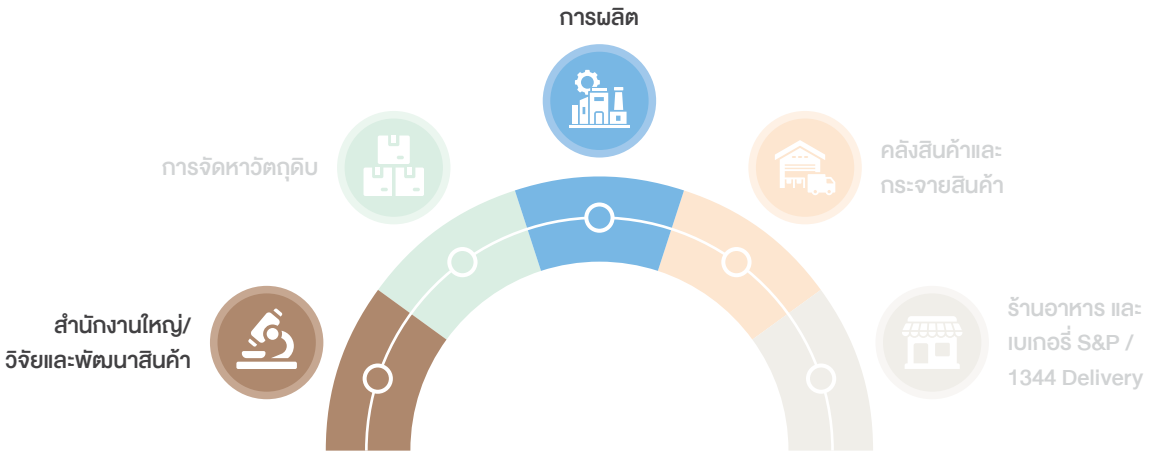


โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 35 จ.พังงา

"ก่อนหน้านี้โรงครัว ไม่เคยได้รับการปรับปรุงเลย ทั้งหลังคารั่ว อ่างล้างมือชำรุดและไม่มีบ่อดักไขมัน นอกจากนี้ความรู้โภชนาการครูและแม่ครัว เราเรียนรู้แบบบ้านๆ ของเราเอง จนกระทั่งบริษัทฯ เข้ามาสำรวจโรงเรียนเมื่อเดือนมีนาคม เราจึงทราบว่าการทำโรงครัวให้ถูกสุขลักษณะจะต้องมีมุ้งลวดมิดชิด มีบ่อดักไขมัน รวมทั้งโต๊ะเตรียมอาหารจะต้องสูงกว่าพื้นตามมาตรฐาน บริษัทฯ เข้ามาช่วย ปรับปรุงโรงครัวให้ถูกสุขลักษณะปลอดภัย รวมทั้งได้รับความรู้จากการอบรมที่นำมาใช้ได้ เช่น การจัดวางของอย่างเป็นระบบ สะดวกต่อการหยิบใช้ลดการเกิด Food waste และเกิดความปลอดภัยจากสารปนเปื้อน จากเดิมเราทำตามความเคยชิน เน้นสะดวกในการใช้งานแต่ไม่คำนึงถึงสุขลักษณะ ตั้งแต่นี้ไปเรามีความรู้ที่จะนำไปปรับปรุงโรงครัว และถ่ายทอดแก่ชุมชนต่อได้"



การกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และการบริหารความเสี่ยง



เป้าหมายปี 2567

การสำรวจและประเมินการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการ โดย สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD) ในระดับดีเลิศ (Excellence) หรือ 5 ดาว

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

การสำรวจและประเมินการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการ โดย สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD) ในระดับดีเลิศ (Excellence) หรือ 5 ดาว

ที่มาและความมุ่งมั่น

การกำกับดูแลกิจการที่ดี ถือเป็นอีกหนึ่งหลักปฏิบัติที่จะส่งเสริมให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจและเติบโตได้อย่างยั่งยืน เอส แอนด์ พี ยึดมั่นในการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ตามแนวปฏิบัติที่ยอมรับในระดับสากล โดยมีการเปิดเผยอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ มีการจัดโครงสร้างอย่างเป็นระบบ และมีกลไกการบริหารจัดการภายในองค์กรที่มีการบูรณาการระหว่างคณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ถือหุ้น รวมทั้งการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

บริษัทฯ ยังตระหนักและให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมาย และข้อบังคับ ของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก อาทิ การเกิดสงครามระหว่างประเทศ การเกิดภัยภิบัติทางธรรมชาติอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ อันส่งผลกระทบต่อสภาวะเศรษฐกิจทั่วโลก และส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ในทางกลับกันบริษัทฯ ก็มีความเสี่ยงที่อาจสร้างผลกระทบที่ส่งออกไปสู่สังคมและสิ่งแวดล้อมได้ด้วย อีกทั้งได้นำระบบการบริหารความเสี่ยงตาม**มาตรฐานระดับสากล** (COSO ERM 2017) มาใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลกิจการ เพื่อช่วยควบคุมและลดผลกระทบของความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ รวมถึงเพื่อให้สามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเหมาะสม ทั้งยังสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนสร้างมูลค่าและคุณค่าให้บริษัทฯ อย่างยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งส่งเสริมและสนับสนุนคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ภายใต้หลัก “คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม” รวมถึงการมีจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ด้วยหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นรากฐานที่มั่นคงเพื่อให้องค์กรแข็งแรง พร้อมเติบโตอย่างยั่งยืน และมีนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่น โดยได้จัดทำคู่มือจรรยาบรรณไว้เป็นลายลักษณ์อักษร พร้อมสื่อสารให้พนักงานทุกระดับเข้าใจและยึดถือปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

1. การกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส สร้างความน่าเชื่อถือ นับเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน รวมทั้งมีผลต่อการตัดสินใจของบริษัทฯ ในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจต่างๆ อย่างรวดเร็ว บริษัทฯ กำหนดนโยบายในการสรรหากรรมการ กรรมการอิสระ และผู้บริหารระดับสูงโดยมอบหมายให้คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเป็นผู้ดำเนินการ โดยพิจารณาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมทั้งด้านความรู้ ความสามารถเฉพาะด้านที่เป็นประโยชน์กับบริษัท มีประสบการณ์ในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมหลักที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่ รวมถึงทักษะจำเป็นที่คณะกรรมการยังขาดอยู่ จึงได้จัดทำตาราง Board Skill Matrix เพื่อกำหนดเกณฑ์ในการสรรหากรรมการให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท อีกทั้งมีนโยบายความหลากหลายในโครงสร้างของคณะกรรมการ (Board Diversity) ทั้งด้านวิชาชีพ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ความรู้ความสามารถ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา การศึกษา อายุ สถานภาพสมรส ตลอดจนมุ่งสนับสนุนความหลากหลายทางเพศสำหรับการสรรหาคณะกรรมการบริษัทฯ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดให้ประธานกรรมการบริษัทฯ ประธานกรรมการบริหาร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และกรรมการเป็นคนละบุคคลกัน เพื่อให้การแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ในเรื่องการกำหนดนโยบายของบริษัทฯและการบริหารงาน จึงได้แยกหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งอย่างชัดเจน พร้อมทั้งค่าตอบแทน (ของคณะกรรมการบริษัท ผู้นำบริษัท ผู้บริหารระดับสูง พนักงาน) รวมถึงค่าบริการ Audit และ Non-Audit โดยสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ แบบ 56-1 รายงานประจำปี 2567

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

www.snpfood.com

2. การมีคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ

เป้าหมายปี 2567

การอบรมด้านจรรยาบรรณ ธรรมาภิบาล และต่อต้านการทุจริต สำหรับพนักงานทุกระดับ ร้อยละ 100

คู่ค้าได้รับการสื่อสารเกี่ยวกับการส่งเสริมจริยธรรม และแนวทางการปฏิบัติทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ร้อยละ 100

คู่ค้าลงนามรับทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมจริยธรรม และแนวทางการปฏิบัติทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ร้อยละ 100

การรายงานทุจริตที่ตรวจพบ 0 กรณี

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

การอบรมด้านจรรยาบรรณ ด้านธรรมาภิบาล และต่อต้านการทุจริต สำหรับพนักงานทุกระดับ ร้อยละ 100

คู่ค้าได้รับการสื่อสารเกี่ยวกับการส่งเสริมจริยธรรม และแนวทางการปฏิบัติทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ร้อยละ 100

คู่ค้าลงนามรับทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมจริยธรรม และแนวทางการปฏิบัติทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ร้อยละ 100

การรายงานทุจริตที่ตรวจพบ 22 กรณี

แนวทางการดำเนินงาน

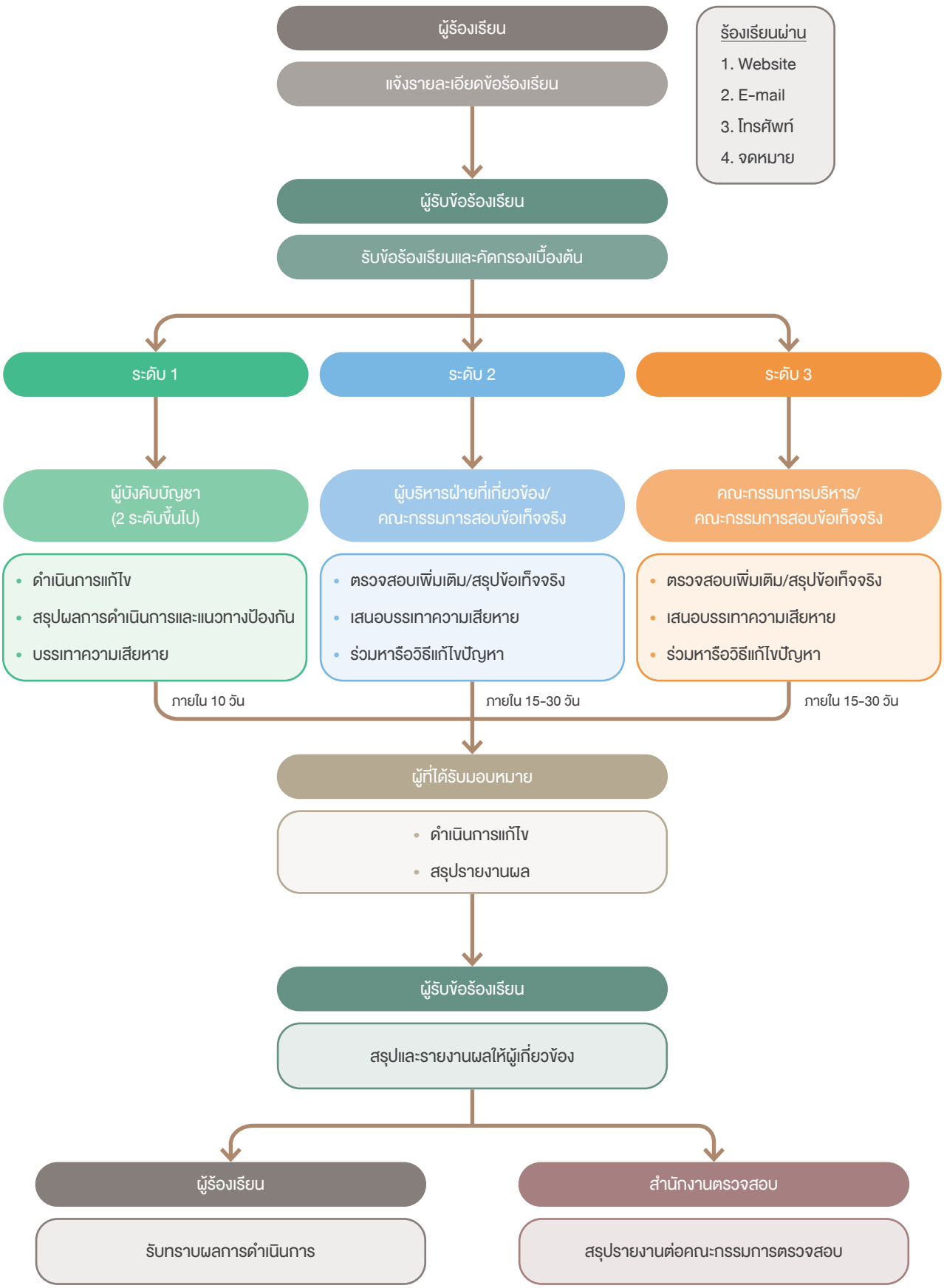
บริษัทฯ ยึดมั่นหลักการความถูกต้องโปร่งใสถือเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินงาน จึงจัดทำ**คู่มือจรรยาบรรณสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน** (Code of Conduct for Director, Executive and Employees) โดยมีการตรวจสอบการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อตรวจสอบประสิทธิผลและปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญ สำหรับปี 2568 อยู่ระหว่างการปรับปรุงประเด็นสำคัญ โดยพิจารณาเพิ่มการบริหารจัดการความเสี่ยงด้าน ESG ในคู่มือ ดังนี้

1. การปฏิบัติตามกฎหมาย
2. ความปลอดภัยของสินค้าและบริการ
3. การดูแลและรักษาสิ่งแวดล้อม
4. การไม่เลือกปฏิบัติ สิทธิมนุษยชน และแรงงาน
5. การคำนึงความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมการทำงาน
6. การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน
7. การให้ การรับของขวัญ ของกำนัล และการเลี้ยงรับรอง
8. การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์
9. การช่วยปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท
10. การรักษาความลับ และการเปิดเผยข้อมูล
11. การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ
12. การต่อต้านการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม
13. การใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์
14. การปฏิบัติด้านจัดซื้อจัดหา
15. ให้ความร่วมมือในการควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน
16. การปฏิบัติด้านการเมือง
17. การแจ้งเบาะแส และการสอบถาม

การสร้างความตระหนักรู้ด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

- การออกประกาศหลักกำกับดูแลและจริยธรรมทางธุรกิจอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร เช่น นโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน นโยบายการไม่รับมอบของขวัญ เป็นต้น
- การจัดอบรมเรื่องจรรยาบรรณการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยพนักงานทุกคนสามารถทบทวนและศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องดังกล่าวได้จากระบบ E-Learning และการประกาศทาง E-mail ภายในขององค์กร
- การสื่อสารแก่คู่ค้าโดยนำส่งคู่มือหลักปฏิบัติของ เอส แอนด์ พี สำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ (S&P Code of Conduct for Suppliers) ให้แก่คู่ค้าทุกราย เพื่อรับทราบและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด
- คู่ค้าและสาธารณชน สามารถรับทราบข้อมูลการกำกับดูแลกิจการที่ดีได้ที่เว็บไซต์ของบริษัทฯ

ขั้นตอนการสอบสวน การรับข้อร้องเรียน กรณีผู้กระทำผิดหรือฝ่าฝืนจรรยาบรรณ



การรับเรื่องร้องเรียนและสอบสวนกรณีผู้กระทำผิดหรือฝ่าฝืนจรรยาบรรณ

บริษัทฯ กำหนดช่องทางการร้องเรียนด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้ร้องเรียน

โทรศัพท์	:	089-204-5542 หรือ 02-784-4000 ต่อ 386
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	:	whistleline@snpfood.com
จดหมายปิดผนึก	:	สำนักงานตรวจสอบ บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่
ช่องทางรับข้อร้องเรียนอื่นๆ	:	สำนักงานใหญ่ รวมถึงโรงงานผลิตเบเกอรี่ และโรงงานผลิตอาหารเอส แอนด์ พี

การพิจารณาบทลงโทษ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการทวนสอบภายในพร้อมดำเนินการแก้ไขประเด็นที่เกิดขึ้น พร้อมบทลงโทษพนักงานที่ทำการทุจริตตามขั้นตอนของบริษัทฯ จนลุล่วงด้วยดี ทั้งนี้ บริษัทฯ มีขั้นตอนการดำเนินการสอบสวน แก้ปัญหา และเยียวยา โดยเมื่อตรวจพบการกระทำที่ผิดปกติ สำนักงานตรวจสอบจะทำการตรวจสอบข้อเท็จจริงเพิ่มเติม และเรียกผู้กระทำผิดเข้ามาสอบถามโดยคณะกรรมการสอบสวน กรณีพบพนักงานทุจริตจริง จะดำเนินการลงโทษตามระเบียบบริษัทฯ และหาแนวทางการป้องกันร่วมกับผู้บริหารหน่วยงานเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นอีก กรณีมีผู้เสียหายจากการกระทำของพนักงาน บริษัทฯจะพิจารณาชดเชยให้อย่างเหมาะสม สำหรับในปี 2567 บริษัทฯ พบการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตทางการเงิน 8 กรณี แต่ไม่พบการละเมิดนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท รวมถึงไม่มีกรณีพิพาท ถูกตัดสินความผิด ถูกฟ้องร้อง หรือถูกร้องเรียนในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นตรวจสอบการปฏิบัติงานอย่างรัดกุม เพื่อลดปัญหาการทุจริตในองค์กรต่อไป สำหรับการดำเนินการลงโทษเมื่อตรวจสอบพบการกระทำผิดจะอยู่ในจรรยาบรรณพนักงาน ทั้งนี้ หากเกิดกรณีพบปัญหา บริษัทฯ มีมาตรการแก้ไขป้องกันไม่ให้เกิดกรณีดังกล่าวซ้ำ เช่น การทบทวนกระบวนการที่เกี่ยวข้องโดยฝ่ายงานต่างๆ เพื่อหาจุดบกพร่องในกระบวนการทำงาน และปรับปรุงไม่ให้เกิดเหตุซ้ำ อันเป็นการลดโอกาสการเกิดปัญหาอย่างยั่งยืน



แนวทางการปรับปรุง ป้องกัน และแก้ไขด้านการทุจริตคอร์รัปชันในองค์กร

บริษัทฯ ได้ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ดังนี้

1. ทบทวนปรับปรุงระเบียบการปฏิบัติงานและลดขั้นตอนการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและมีการควบคุมภายในที่ดี โดยทำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน อาทิ โปรแกรม RPA (Robotic Process Automation) เพื่อทดแทนการปฏิบัติงานที่ทำประจำ เช่น การออกใบสั่งขาย (Sale Order)
2. สนับสนุนการรับชำระค่าสินค้าผ่านระบบ Payment Online มากขึ้น โดยในปี 2567 จำนวน 39 สาขา งดรับเงินสด โดยเป็นการลดการถือเงินสดของพนักงานด้วย
3. บริษัทฯ ประกาศขอความร่วมมือสำหรับผู้มีส่วนได้เสียในเรื่องการงดรับของขวัญในทุกเทศกาล เพื่อส่งเสริมป้องกัน และต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน



นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

www.snpfood.com

จรรยาบรรณสำหรับกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน

www.snpfood.com

ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ มีช่องทางในการแจ้งเบาะแสให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถร้องเรียนเรื่องทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อสร้างความร่วมมือในการต่อต้านคอร์รัปชันร่วมกัน พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ยังได้ร่วมประกาศเจตนารมณ์และประกาศนียบัตรรับรองการเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต โครงการ Collective Action Coalition (CAC) โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) มาอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังสนับสนุนให้คู่ค้าเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายกับองค์กรภาครัฐและเอกชนเพื่อร่วมต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันทุกรูปแบบ โดยปี 2568 บริษัทฯ วางแผนจัดอบรมความรู้คู่ค้า ส่งเสริมความรู้ด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน เพื่อสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งในการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดจนเป็นการสร้างความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสียในภาคเอกชนสำหรับการแก้ปัญหาและป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันระดับประเทศด้วย



การติดตามและตรวจสอบภายในด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีหน่วยงานตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานและระบบควบคุมหน่วยงานภายในองค์กร โดยยึดหลักการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในที่สอดคล้องตามมาตรฐานสากล รวมถึงกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ มีหลักเกณฑ์การตรวจสอบตามผลการประเมินความเสี่ยงและจุดควบคุมที่สำคัญ รวมทั้งมีการสอบทานการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบโดยเน้นให้มีการควบคุมเชิงป้องกัน เพื่อลดโอกาสที่จะเกิดการทุจริตขึ้นในองค์กร พร้อมกับสรุปรายงานผลการตรวจ กรณีพบทุจริต ประจำปี 2567 เสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าทุกหน่วยงานปฏิบัติงานอย่างมีคุณภาพ ดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบาย ระเบียบข้อบังคับและจรรยาบรรณอย่างถูกต้อง เหมาะสม และส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

การประเมินความเสี่ยงด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ตระหนักถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร ที่หากไม่มีการบริหารจัดการอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ในการนี้บริษัทฯจึงได้มีการสื่อสารและลงนามใน**คู่มือจรรยาบรรณ สำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน** (Code of Conduct for Director, Executive and Employees) และ **คู่มือจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ** (Code of Conduct for Business Partners) เพื่อเป็นการรับทราบและยอมรับแทนวทางการดำเนินงานร่วมกัน นอกจากนี้ สำหรับคู่ค้าของบริษัทฯ ได้มีการตรวจประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจและธรรมาภิบาล เพื่อเป็นการคัดกรองความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ อันเป็นการสร้างความมั่นใจแก่บริษัทฯ

การดำเนินการด้านภาษี

บริษัทฯ ตระหนักถึงหน้าที่ในการเสียภาษีให้ถูกต้อง โดยมีการวางแผนภาษีเพื่อดำเนินการจ่ายภาษีเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และมุ่งมั่นในการคัดสรรและหมุนเวียนผู้ตรวจสอบบัญชีเป็นประจำ เพื่อความโปร่งใสในการดำเนินการ บริษัทฯ กำหนดหลักการปฏิบัติด้านภาษีไว้ในกฎระเบียบฝ่ายบัญชีและการเงิน ซึ่งมีการดำเนินการยื่นชำระภาษีภายในระยะเวลาที่กำหนดเพื่อปฏิบัติตามพระราชบัญญัติต่างๆ ที่เกี่ยวกับภาษี และใช้ประโยชน์ในทางกฎหมายภาษีอากรได้ รวมทั้งยังป้องกันการชำระภาษีเกินเนื่องจากคำนวณผิดพลาดและพยายามให้เสียภาษีเท่าที่จำเป็น นอกจากนี้ บริษัทฯ กำหนดให้ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงินเป็นผู้รับผิดชอบงานด้านภาษีให้เป็นไปตามหลักการสำหรับการชำระภาษีจะต้องยื่นแบบผลการคำนวณและขออนุมัติจากผู้มีอำนาจลงนาม กรณีมีข้อพิพาททางภาษีจะต้องขอคำปรึกษาจากคณะกรรมการบริหาร ในปี 2567 ที่ผ่านมาบริษัทฯ มีกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักภาษี 497.84 ล้านบาท จ่ายภาษีจำนวน 71.76 ล้านบาท คิดภาษีในอัตราร้อยละ 14.42

ปี 2567	งบการเงินรวม (ล้านบาท)	งบเฉพาะกิจการ (ล้านบาท)
กำไรก่อนภาษี (ล้านบาท)	497.84	464.80
ภาษี (ล้านบาท)	71.76	69.30
คิดเป็นภาษีอัตราร้อยละ	14.42	14.91

แนวทางดำเนินการด้านภาษี

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามแนวบรรษัทภิบาลที่มีการกำกับดูแลจากคณะกรรมการบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด โดยยึดหลัก “โปร่งใส ตรวจสอบได้ เป็นไปตามกฎหมาย วางแผนลดหย่อนภาษีอย่างมีประสิทธิภาพ”

- สร้างความโปร่งใสทางด้านภาษี: เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบข้อมูลอย่างรอบด้าน
- สนับสนุนทางเศรษฐกิจ: ให้กับผู้มีส่วนได้เสียและชุมชนรอบพื้นที่ที่บริษัทฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ
- ปฏิบัติตามกฎหมาย: ยึดถือและปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งหมดตามเจตนารมณ์นโยบายด้านภาษี โปร่งใส ตรวจสอบได้ และไม่หลีกเลี่ยงภาษีในทุกกรณี
- เปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน: ตามข้อกำหนดของกฎหมายที่บังคับใช้ในทุกพื้นที่ ที่บริษัทฯ ดำเนินการ
- สิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives): ใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอย่างถูกต้องตามกฎหมายและเต็มประสิทธิภาพภายใต้กฎระเบียบนโยบายภาษี กฎหมาย สอดคล้องการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและเหมาะสม ตามประสิทธิภาพของระบบภาษีที่กฎหมายระบุ และเป็นแนวทางปฏิบัติที่ฝ่ายบัญชีและการเงินวางไว้

การบริหารความเสี่ยงทางภาษี

- **การปฏิบัติตามกฎหมาย**: บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการด้านภาษีอย่างรับผิดชอบ โดยยึดถือและปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับภาษี
- **ติดตามและตรวจสอบ**: รายงานภาษีเงินได้พร้อมทั้งแสดงค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ปัจจุบันและรอการตัดบัญชีอย่างถูกต้อง
- **ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง**: ติดตามและจัดการการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และความเสี่ยงด้านชื่อเสียงที่เกี่ยวเนื่องกับภาษีอย่างมีประสิทธิภาพ

สามารถศึกษานโยบายด้านภาษีได้ที่
www.snpfood.com

สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

รายงานทุจริตที่ตรวจพบ
22 กรณี

จำนวนพนักงานของบริษัท
4,321 คน

ตรวจสอบแล้วพบว่าทุจริตจริง
22 กรณี
คิดเป็นร้อยละ 0.5 ของพนักงานทั้งหมด

ดำเนินการแก้ไข
22 กรณี
คิดเป็น ร้อยละ 100

จำนวนกรณีการทุจริตที่ได้รับการยืนยัน ซึ่งส่งผลให้พนักงานถูกไล่ออกหรือถูกลงโทษ

22 กรณี

จำนวนกรณีการทุจริตที่ได้รับการยืนยันซึ่งส่งผลให้สัญญากับพันธมิตรทางธุรกิจถูกยกเลิกหรือไม่ได้รับการต่ออายุเนื่องจากการละเมิดที่เกี่ยวข้องกับการทุจริต

0 กรณี

คดีทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทุจริต ซึ่งถูกดำเนินการต่อองค์กรหรือพนักงานขององค์กร ในช่วงระยะเวลาการรายงาน รวมถึงผลลัพธ์ของคดีเหล่านั้น

ดำเนินคดีต่อพนักงาน 22 กรณี

จำนวนการดำเนินการทางกฎหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขัน การละเมิดกฎหมายป้องกันการผูกขาด และการปฏิบัติที่เป็นการผูกขาด

0 กรณี

จำนวนการดำเนินการทางกฎหมายที่อยู่ระหว่างพิจารณาหรือเสร็จสิ้นในช่วงระยะเวลาการรายงาน

22 กรณี

ผลลัพธ์หลักของการดำเนินการทางกฎหมายที่เสร็จสิ้น รวมถึงคำตัดสินหรือคำพิพากษาใดๆ

22 กรณี

การทุจริตที่พบ

การทุจริต	2565	2566	2567
ตรวจสอบพบการทุจริต (กรณี)	21	26	21
เรื่องร้องเรียนการทุจริต (กรณี)	4	1	1
รวมจำนวนทุจริต (กรณี)	25	27	22

แบ่งตามประเภทการทุจริต

ประเภทการทุจริต	2563	2564	2565	2566	2567
การเรียกรับผลประโยชน์ / เอื้อประโยชน์กับคู่ค้า / ติดสินบน (กรณี)	0	0	0	0	0
การทุจริตทางการเงิน (กรณี)	7	3	4	1	1
การทุจริตในรายงาน/ปลอมแปลงเอกสาร (กรณี)	0	0	0	0	7
รวมจำนวนร้องเรียน (กรณี)	7	3	4	1	8

การพิจารณาบทลงโทษ ปี 2567

บทลงโทษ

ตักเตือนด้วยวาจา
2 กรณี

ตักเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร
9 กรณี

พักงาน
0 กรณี

เลิกจ้าง
28 กรณี

ทั้งนี้ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินงานตามจรรยาบรรณทางธุรกิจที่ประกาศไว้อย่างเคร่งครัด เพื่อไม่ให้เกิดกรณีที่จะเสียค่าปรับในกรณีที่บริษทฯ ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ จะมีการเสียค่าปรับในอัตราที่กฎหมายกำหนด อาทิ พรบ.ประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามทุจริต เรื่องการรับทรัพย์สินหรือผลประโยชน์ จะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือ ปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ นอกจากนี้ บริษัทฯ ไม่มีการสนับสนุนทางการเมืองแก่พรรคต่างๆ ด้วย

โครงการที่สำคัญปี 2567

โครงการอบรมพนักงานด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินโครงการสื่อสารและสร้างความตระหนักในเรื่องการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลแก่ผู้บริหารและพนักงานทั้งสายสำนักงาน ปฏิบัติการ และโรงงาน เพื่อสร้างความตระหนักในการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมภิบาล โดยได้จัดทำสื่อความรู้ คู่มือ และแบบทดสอบแก่พนักงาน ผ่านช่องทางระบบ E-Learning และ E-mail ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานรับทราบและเข้าใจหลักปฏิบัติอย่างชัดเจน จึงมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน พร้อมทั้งมีการประเมินการรับรู้และเข้าใจด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ผ่านการทำแบบทดสอบ และมอบวุฒิบัตรแก่พนักงานที่สอบผ่าน โดยมีพนักงานเข้ารับการอบรมและผ่านเกณฑ์ร้อยละ 100

ในปี 2567 พบว่าร้อยละ 100 ของพนักงานมีการรับรู้และเข้าใจด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันเป็นอย่างดี บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องเพื่อให้พนักงานตระหนักรู้ถึงผลกระทบของการทุจริตคอร์รัปชันและเข้าใจแนวทางการปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่มีความรับผิดชอบ (Responsible Corporate Citizen) และดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงานปี 2567
การอบรมหลักสูตรจรรยาบรรณสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน (Code of Conduct)	100% (4,321 คน) *รวมคณะกรรมการ และที่ปรึกษา	100%



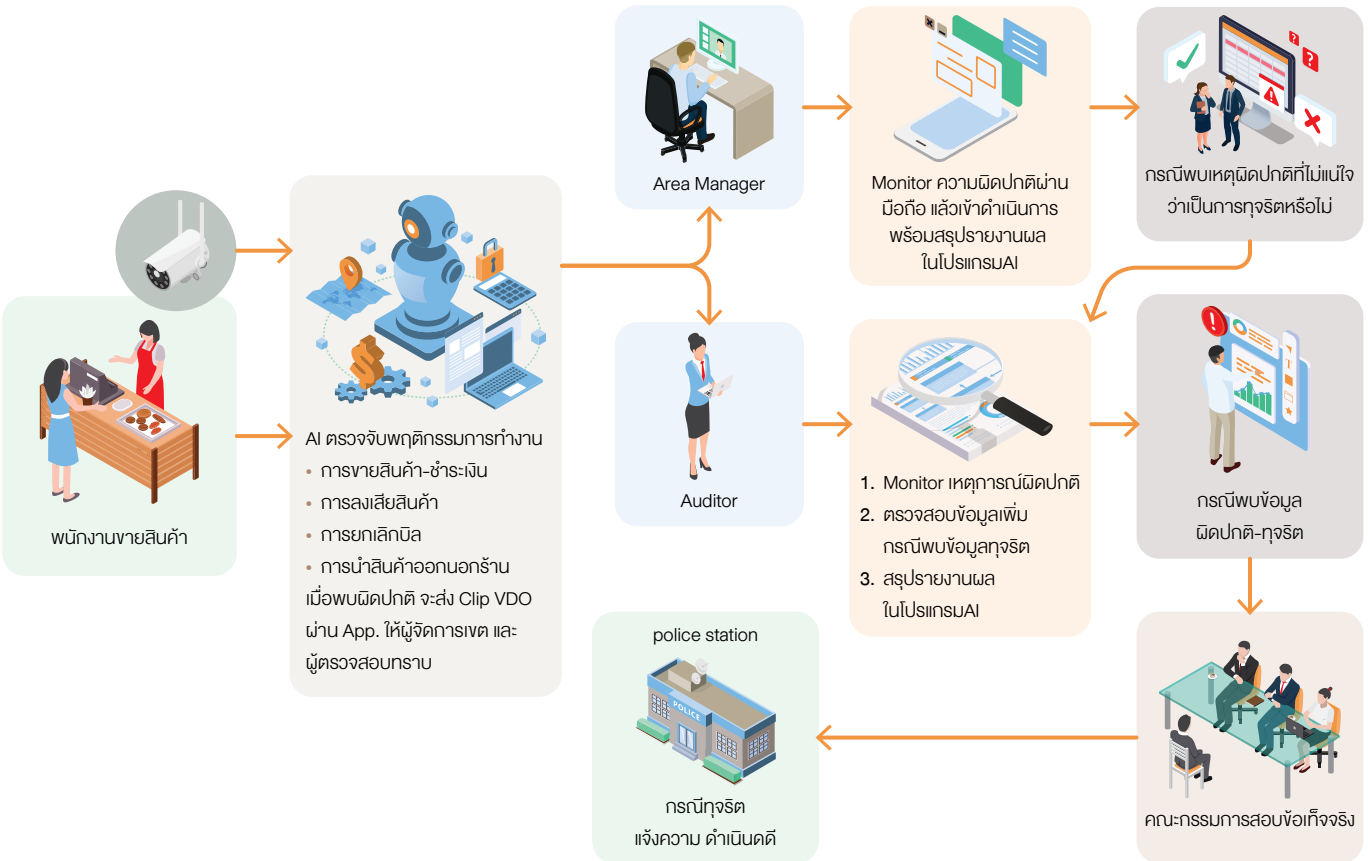




โครงการ AI - Detective on CCTV

บริษัทฯ จัดทำโครงการ AI - Detective on CCTV เพื่อป้องปราม และลดการทุจริตของพนักงานหน้าร้าน ทั้งร้านอาหารและเบเกอรี่ โดยใช้ AI Technology อีกทั้งเป็นเครื่องมือช่วยจับพฤติกรรมและความเสี่ยงของการปฏิบัติงานของพนักงานหน้าร้าน

โดยระบบจะส่งข้อมูลแสดงผลผ่านแอปพลิเคชันทำให้สามารถติดตามและตรวจสอบความผิดปกติได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วขึ้น ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่บท เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม



โครงการประกาศเกียรติคุณจรรยาบรรณดีเด่น หอการค้าไทย ประจำปี 2567

บริษัทฯ เข้าร่วมโครงการประกาศเกียรติคุณจรรยาบรรณดีเด่น หอการค้าไทย อย่างต่อเนื่อง โดยพิธีประกาศเกียรติคุณจรรยาบรรณดีเด่น หอการค้าไทย ครั้งที่ 22 ประจำปี 2567 ภายใต้แนวคิด “กู้วิกฤตศรัทธา ด้วยจรรยาบรรณ” เพื่อเชิดชูเกียรติให้กับองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล นำไปสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2567 ณ ห้อง UTCC EVENTS LAB อาคาร 23 ชั้น 7 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย







วัตถุประสงค์

1. เพื่อสนับสนุนและพัฒนาองค์กรให้มีความโดดเด่นด้านจรรยาบรรณ เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือแก่สาธารณชน
2. เพื่อเชิดชูเกียรติให้กับองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล นำไปสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผู้บริหารและพนักงาน ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ตามแนวทางของการมีจรรยาบรรณที่ดี รวมทั้งเกิดความภาคภูมิใจในการเป็นองค์กรต้นแบบที่ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภายนอก
2. เป็นการสร้างวัฒนธรรมความโปร่งใส อันเป็นรากฐานที่ดีแก่พนักงานในองค์กร
3. บริษัทฯ เป็นองค์กรต้นแบบให้แก่ผู้ประกอบการ สร้างความน่าเชื่อถือแก่คู่ค้า และนักลงทุน ด้วยการดำเนินธุรกิจตามหลักจรรยาบรรณ 10 ประการ ได้แก่

1. การให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง
2. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้
3. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและคู่ค้า
4. การรักษาความสุจริต
5. กิจกรรมที่ส่งเสริมจริยธรรม
6. กิจกรรมช่วยเหลือสังคม
7. การส่งเสริมการบำบัดและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
8. สิทธิเสรีภาพของบุคคล
9. การลดความเสี่ยงของกิจการ
10. มุ่งการส่งเสริมหลักการปฏิบัติอันเป็นเลิศในองค์กร

การบริหารจัดการความเสี่ยง

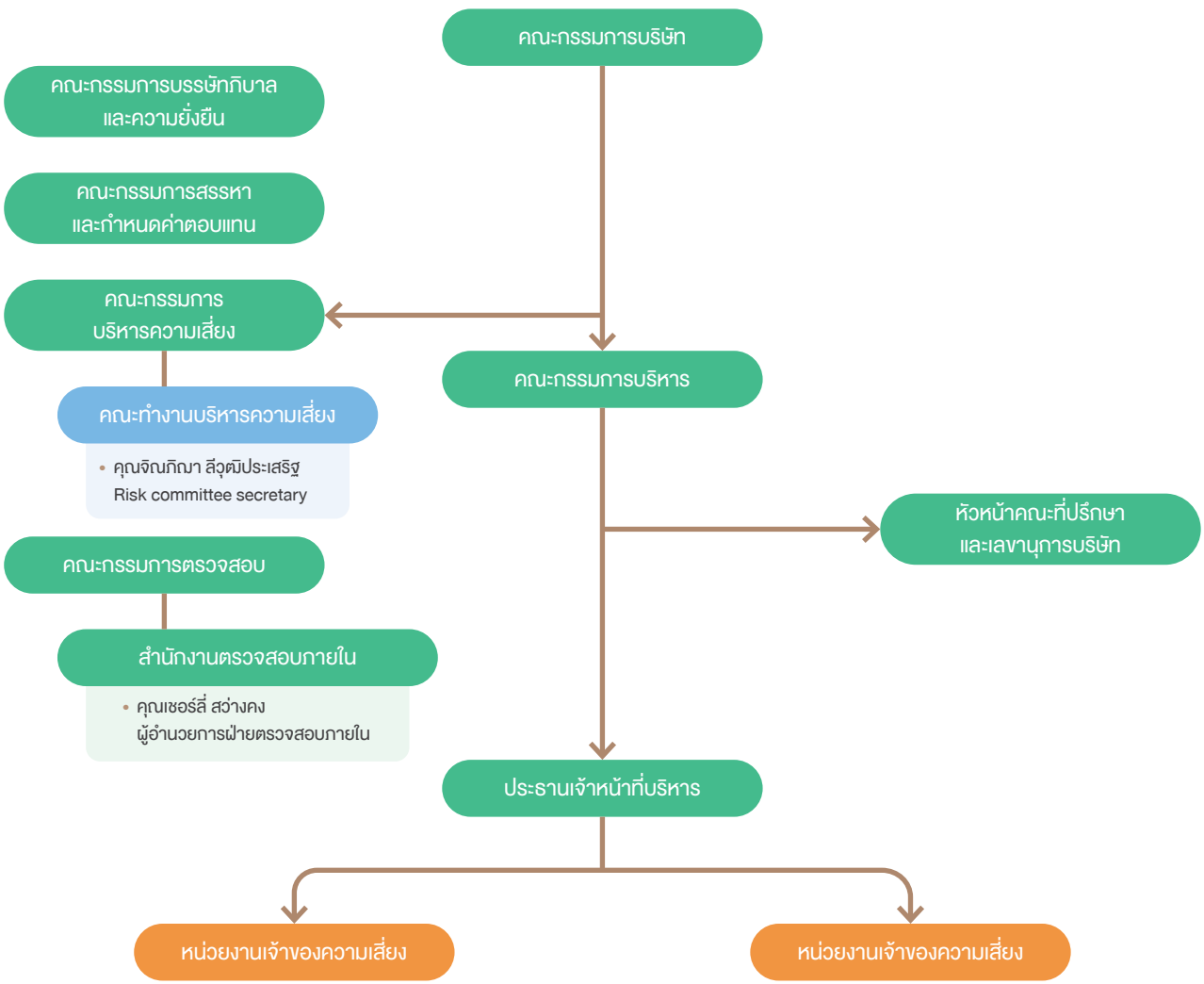
แนวทางการดำเนินงาน

นโยบายและแผนบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ กำหนดให้มีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงดำเนินการจัดทำนโยบาย และแผนจัดการความเสี่ยงขององค์กร รวมถึงกำหนดความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ที่เหมาะสม โดยพิจารณาการบริหารความเสี่ยงของทุกหน่วยงานในองค์กร ตามความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท รวมถึงการประเมินความเสี่ยงในโครงการสำคัญที่มีงบประมาณลงทุนสูง เพื่อสอบทานกระบวนการบริหารความเสี่ยง ติดตามผล และหาแนวทางแก้ไข เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และลดผลกระทบที่เกิดจากความเสี่ยงได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น โดยนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

นโยบายบริหารจัดการความเสี่ยง
www.snpfood.com

โครงสร้างของการบริหารความเสี่ยง



บทบาทหน้าที่ของการบริหารความเสี่ยง

- กำหนดนโยบาย และแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง รวมทั้งกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายหลักขององค์กร
- แต่งตั้งและติดตามผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
- กำหนดโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมทั้งบริษัทฯ
- กำกับดูแลการดำเนินงานบริหารความเสี่ยง และอนุมัติความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ที่เหมาะสมกับการดำเนินงานของบริษัทฯ

- ประเมินปัจจัยเสี่ยงจากเป้าหมายและทิศทางการดำเนินธุรกิจ ตลอดกระบวนการในห่วงโซ่ธุรกิจ เพื่อลำดับความสำคัญระดับบริษัทฯ
- กำหนดกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรและความเสี่ยงที่ยอมรับได้จากปัจจัยความเสี่ยงระดับบริษัทฯ เสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงระดับนโยบายเพื่อพิจารณา
- กำหนดกระบวนการและมาตรการในการบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กร รวมทั้งลดผลกระทบที่เหมาะสม
- ติดตามการทบทวนความเสี่ยง และการรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบและธรรมาภิบาล
- แต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยงระดับหน่วยงาน แต่ละสังกัด
- ส่งเสริมและสนับสนุนการเรียน อบรม เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยง
- สนับสนุนและผลักดันการสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงให้พนักงาน

- ทำหน้าที่บ่งชี้ประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องตามกระบวนการที่กำหนด เพื่อให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้
- จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงระดับสายงานพร้อมทั้งกำหนดผู้รับผิดชอบ
- สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือหน่วยงานให้สามารถปฏิบัติงานตามแผนและเป้าหมาย
- ติดตามและรายงานผลการจัดการความเสี่ยงระดับปฏิบัติการเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัท

ปัจจัยความเสี่ยงและแนวโน้มสำคัญภายนอกระดับโลกที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงผลกระทบของปัจจัยเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจซึ่งมักจะมีความไม่แน่นอนอยู่เสมอ และการเกิดสถานการณ์ที่คาดไม่ถึงสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ดังนั้นปัจจัยความเสี่ยงและแนวโน้มสำคัญทั้งระดับโลก ระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศจะเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบทั้งในปัจจุบัน และอนาคต ความสำคัญคือการรวบรวมประเด็นปัจจัยความเสี่ยงสำคัญมาใช้พิจารณาการบริหารความเสี่ยง รวมทั้งการเตรียมความพร้อมกับการแข่งขันในอนาคต เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจจะสามารถบรรลุได้ตามเป้าหมาย ในขณะเดียวกันยังคงสร้างความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ

ความล้มเหลวในการบริหารจัดการด้านสภาพอากาศ

- การปรับกระบวนการผลิตและการขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- การดำเนินงานตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของภาครัฐ

สภาพอากาศที่รุนแรง

- การขาดแคลนวัตถุดิบส่งผลให้วัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น เช่น แป้งสาลี น้ำตาล
- การวางแผนรองรับความเสี่ยง กรณีเกิดน้ำท่วมฉับพลัน ส่งผลต่อการหยุดชะงักในไลน์การผลิต รวมถึงช่องทางการขายและการขนส่ง

กระบวนการดำเนินธุรกิจช่วยลดปัญหาการขาดแคลนพลังงานได้ในอนาคต

- การใช้พลังงานสะอาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการดำเนินธุรกิจ ช่วยลดปัญหาการขาดแคลนพลังงานได้ในอนาคต
- การคัดแยกขยะ และกำจัดอย่างถูกวิธี ลดขยะฝังกลบ ที่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม
- การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เช่น การรีไซเคิลขวดพลาสติก เป็นเส้นใยสำหรับเสื้อพนักงาน

การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ

- คุณภาพของผลผลิตไม่เหมือนเดิม ส่งผลต่อรสชาติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ตัวอย่างแผนรับมือความเสี่ยง

ประเด็นความเสี่ยง	กรณีความเสี่ยง	แผนระยะสั้น	แผนระยะกลาง	แผนระยะยาว
สภาพอากาศที่รุนแรง	ขาดแคลนน้ำตาล ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของเบเกอรี่S&P	หาคู่ค้าสำรอง 3-5 รายที่มีคุณภาพดี ใกล้เคียงกับวัตถุดิบหลักในปัจจุบัน	• พิจารณาหาเทคโนโลยี AI มาช่วยเก็บขอมูล และคาดการณ์แนวโน้มด้านธรรมชาติที่อาจเกิดขึ้น • พิจารณาหาวัตถุดิบให้ความหวานแทนน้ำตาลที่ดีต่อสุขภาพ และปรับสูตรให้เหมาะสม	พิจารณานำนวัตกรรมมาต่อยอดจากผลการวิเคราะห์ของ AI

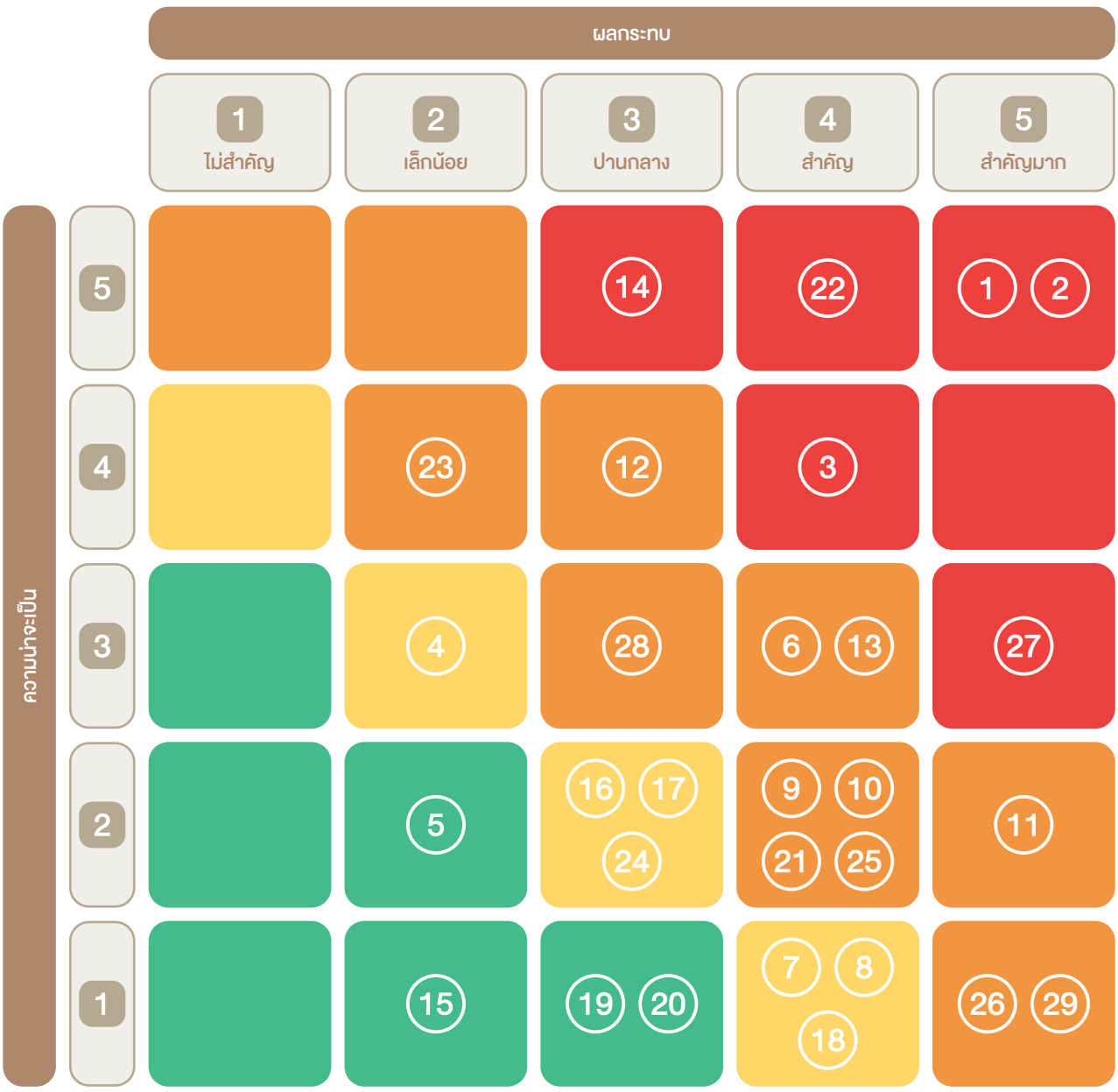
ดังนั้น กระบวนการสำคัญคือ การรวบรวมปัจจัยและประเด็นที่เป็นข้อมูลสำคัญ จัดทำมาตรการที่จะลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และทบทวนปัจจัยความเสี่ยงและอุปสรรคต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียอย่างสม่ำเสมอ โดยบริษัทฯยังมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่ประเมินความเสี่ยงและลดปัจจัยลบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของแผนบริษัทฯ

การบริหารความเสี่ยงหลักองค์กร (Corporate Risk Management)

ในปี 2567 บริษัทฯ มีการประชุมคณะกรรมการความเสี่ยงจำนวน 5 ครั้ง โดยพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อบริษัท โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้อนุมัติแผนการบริหารความเสี่ยงออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. **ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์** (Strategic Risk)
2. **ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงานและการผลิต** (Operational and Production Risk)
3. **ความเสี่ยงด้านไอทีและความปลอดภัยทางไซเบอร์** (Cyber and IT Security Risk)
4. **ความเสี่ยงด้าน ESG** (ESG Risk)
5. **ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ** (Legal and Compliance Risk)
6. **ความเสี่ยงด้านการเงิน** (Financial Risk)
7. **ความเสี่ยงอุบัติใหม่** (Emerging Risk)

การประเมินความเสี่ยงหลักองค์กร (Risk Assessment Matrix)



ทะเบียนความเสี่ยง (Risk Profile) และกระบวนการบริหารความเสี่ยง (Risk Management)

บริษัทฯ ได้ มีการกำหนดความเสี่ยงในระดับความที่ยอมรับได้ (Risk Appetite : RA) และความเสี่ยงที่ยอมให้เบี่ยงเบนได้ (Risk Tolerance : RT) โดยคำนึงความเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ขององค์กรและผลกระทบของความเสี่ยงนั้นๆ ต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรเป็นสำคัญ (อ้างอิงถึงทะเบียนความเสี่ยง) และได้มีการทบทวนความเสี่ยงและแผนการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์เหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงหรือความไม่แน่นอนทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินการของบริษัท ดังนี้

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk : SR)			
1 **ความเสี่ยงด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป** (Customer Behavior Change)	1. จัดทำกลยุทธ์และแผนธุรกิจ โดยวิเคราะห์ความต้องการและความชอบของลูกค้าผ่านข้อมูลเชิงสถิติของบริษัท เช่น ยอดขายรายผลิตภัณฑ์ ยอดขายต่อบิล ยอดขายต่อวัน 2. ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานตามแผนงาน โดยรายงานในการประชุมประจำสัปดาห์ของฝ่ายการตลาด และ รายงานผลการดำเนินงานประจำเดือนในการประชุมคณะจัดการ 3. เก็บรวมรวมและวิเคราะห์ จัดทำรายงานประจำปีเพื่อติดตามผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันกับบริษัท รวมถึงแนวโน้มต่างๆ ที่ส่งผลต่อ สินค้า ราคา และช่องทางการจำหน่าย ทั้งในและต่างประเทศ (Competitor Benchmarking)	1. วิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ ตามข้อมูลเชิงสถิติและข้อมูลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่เป็นปัจจุบัน 2. ใช้นวัตกรรมใหม่ๆ เช่น Artificial Intelligence ในการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคและความชอบของลูกค้า รวมถึงแนวโน้มใหม่ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการใช้ชีวิตของผู้บริโภค	1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ 2. จำนวนลูกค้าและความถี่ในการเข้ามาซื้อสินค้าและบริการในแต่ละวัน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร 3. จำนวนซัพพลายเออร์ที่ยังดำเนินการค้าขายร่วมกัน

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
2 **ความเสี่ยงจากการแทรกแซงทางเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและรุนแรง** (Technology Disruption)	1. วิเคราะห์และทำความเข้าใจเทคโนโลยีใหม่ ในทุกมิติ รวมทั้งวิเคราะห์ผลกระทบในแง่บวกและแง่ลบที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจหลักของบริษัท และภาพรวมอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมด เพื่อให้สามารถกำหนดแผนงานในการสร้างโอกาสใหม่ได้อย่างรวดเร็ว และกำหนดแผนงานจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้อย่างทันเวลา โดยการไปศึกษาดูงานที่เกี่ยวข้อง 2. วิเคราะห์ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับบริษัท และเทคโนโลยีที่ใช้ใหม่ รวมทั้งศึกษาแนวโน้มสำคัญที่เกิดขึ้นกับประเทศที่มี สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และรายได้ต่อประชากร ระดับใกล้เคียงหรือดีกว่าประเทศไทย 3. ศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมอาหารทั้งตลาด	1. ดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดอย่างรอบคอบ รวมทั้งติดตาม การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอเพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนแผนงานตามความเหมาะสม 2. ปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆ ที่เหมาะสมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค 3. ลงทุนในเทคโนโลยีที่เหมาะสมและคุ้มค่า เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพ รวมถึงสร้างนวัตกรรมที่สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค	1. ความสามารถในการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลง 2. ความรวดเร็วในการพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันกับความเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
3 **ความเสี่ยงด้านการแข่งขันทางธุรกิจ** (Competitive Advantage Risk)	1. ปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้ทันสมัยและน่าสนใจมากขึ้น เช่น การเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ การเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนออาหารในร้านอาหาร เป็นต้น 2. ติดตาม และวิเคราะห์ สภาวะการแข่งขันในตลาดอย่างใกล้ชิด โดยกำหนดขอบเขตนิยามตลาดที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเดียวกัน (โดยตรง) หรือใกล้เคียงกันกับบริษัท (โดยอ้อม) รวมทั้งวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่เกิดจากผู้ประกอบการรายใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ และช่องทางการจำหน่ายใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยที่ส่งผลลบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัท และการสูญเสียโอกาสในการขยายธุรกิจ 3. พัฒนาสินค้าใหม่ เสนอรายการส่งเสริมการขาย และจัดกิจกรรมทางการตลาดที่น่าสนใจและเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเร่งสร้างลูกค้าประจำผ่านระบบสมาชิกของบริษัท เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าในแต่ละกลุ่ม และสร้างความภักดีในตราสินค้าในระยะยาว	1. เน้นการสร้างตราสินค้า ให้เป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือ ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้ง ช่องทาง online และ offline และระบบสมาชิก และสร้างความเชื่อมั่นในตราสินค้าผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม 2. ดำเนินการหาโอกาสใหม่ๆ ในการขยายธุรกิจ โดยการพิจารณาลงทุน ร่วมลงทุนหรือซื้อกิจการใน Brand ใหม่ที่มีเอกลักษณ์ ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือฐานลูกค้าที่แตกต่างจากของ S&P 3. ใช้นวัตกรรมใหม่ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า 4. เพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิต เพื่อลดต้นทุนต่างๆ โดยใช้หลักการ Lean Process โดยยังคงรักษาระดับคุณภาพสินค้าและบริการ และทำให้บริษัทสามารถแข่งขันด้านราคาหรือจัดรายการส่งเสริมการขายที่เหมาะสมได้	1. % การสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด 2. จำนวนลูกค้าและความถี่ในการเข้ามาซื้อสินค้าและบริการในแต่ละวัน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร 3. ความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการรักษาคุณภาพและคุณค่าของตราสินค้า 4. ความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตให้มีความเหมาะสมและทันเวลา

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
4 **ความเสี่ยงด้านการวางแผนผู้สืบทอดตำแหน่งที่สำคัญในองค์กร** (Succession Planning for Capability Management)	1. กำหนดนโยบายการสืบทอดตำแหน่งระดับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) ประธานเจ้าหน้าที่ (C-Level) และระดับรองประธานสาย (Vice President) เพื่อรองรับการเกษียณอายุและตำแหน่งที่ว่างลงด้วยเหตุอื่นๆ อย่างชัดเจน ทั้งในเรื่องคุณสมบัติและจำนวนผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้สืบทอด 2. คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนมีส่วนร่วมในการให้ความเห็นเกี่ยวกับนโยบายการสืบทอดตำแหน่ง และการพิจารณาคุณสมบัติและความเหมาะสมของผู้สืบทอดระดับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) ประธานเจ้าหน้าที่ (C-Level) และระดับรองประธานสาย (Vice President) 3. ประเมิน และรวบรวม รายชื่อบุคคลภายในบริษัทที่อาจมีคุณสมบัติในการสืบทอดตำแหน่งสำคัญ 4. กำหนดนโยบายหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บริหารระดับสูงที่อาจมีคุณสมบัติในการสืบทอดตำแหน่งสำคัญ และพัฒนาศักยภาพให้มีความพร้อมดำรงตำแหน่งที่สูงขึ้นรวมทั้งจัดให้มีการประเมินผลการทำงานที่เป็นธรรมและรอบด้านอย่างสม่ำเสมอ	1. กำหนดระยะเวลาและขั้นตอนการส่งมอบงานในตำแหน่งสำคัญ ภายใต้การกำกับดูแลของผู้บังคับบัญชาที่สูงกว่า 2. มีการประเมินบุคคลภายในที่ได้รับการพิจารณาเป็นผู้สืบทอด ถึงผลการปฏิบัติงานซึ่งหากไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ให้เร่งดำเนินการพัฒนาในรูปแบบต่างๆ เช่น ให้มีการอบรมจากภายนอก 3. สรรหาบุคคลภายนอกที่มีคุณสมบัติและความเหมาะสมที่จะเป็นผู้สืบทอดในตำแหน่งสำคัญ ภายใต้กรอบนโยบายการสืบทอดตำแหน่งของบริษัท	1. มีการกำหนดตำแหน่งและคุณสมบัติที่ต้องการแผนสืบทอดอย่างละเอียด 2. มีแผนในการสรรหา ประเมินและจัดลำดับผู้สืบทอดอย่างเป็นรูปธรรม 3. มีการสื่อสารและประเมินผู้สืบทอดเป็นระยะ

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
5 **ความเสี่ยงเกี่ยวกับชื่อเสียงของบริษัทและการถูกลอกเลียนแบบตราสินค้า** (Brand and Copy Right Protection)	1. กำหนดนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อให้พนักงานและผู้บริหารของบริษัท ตระหนักและสื่อสารไปยังลูกค้า คู่ค้า และสาธารณชน อย่างมีเอกภาพว่า บริษัทยึดถือหลัก “คุณภาพ คุณค่า และคุณธรรม” ในการประกอบธุรกิจ 2. จัดกิจกรรมและเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและเป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ 3. แต่งตั้ง Crisis Management Team ในการดูแลเหตุการณ์ต่างๆที่อาจส่งผลต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร โดยมีผู้บริหารระดับ C เป็นประธาน Crisis Management Team 4. สร้างระบบและกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ในการจัดการกับเหตุการณ์เฉพาะหน้าและเร่งด่วน 5. มอบหมายผู้รับผิดชอบงานด้านลูกค้าสัมพันธ์ให้ติดต่อและเจรจากับลูกค้าตามนโยบายของบริษัท	1. กำหนดผู้รับผิดชอบหลัก แผนรองรับ และขั้นตอนการดำเนินการที่ชัดเจน ในกรณี (อาจ) เกิดเหตุวิกฤตเกี่ยวกับชื่อเสียงของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณี ที่มีโอกาสเกิดขึ้นสูงหรือมีผลกระทบมาก จำเป็นต้องมีผู้บริหารระดับ C Suite เป็นผู้รับผิดชอบหลัก 2. เชิญผู้เชี่ยวชาญ และ/หรือหน่วยงานราชการร่วมชี้แจงทำความเข้าใจกับลูกค้าและสาธารณชน 3. จัดตั้งทีมในการเจรจาหรือฟ้องร้องกับผู้ละเมิด	1. จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้าในช่องทางต่างๆ 2. ระดับความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อแบรนด์และตราสินค้า 3. ระดับการให้บริการในสาขา (Level of Service)

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk : OR)			
6 **ความเสี่ยงจากการปฏิบัติที่ไม่เหมาะสมของพนักงานหน้าสาขา** (Branch Operation Mismanagement)	1. ระบบงานต้องชัดเจนและปฏิบัติได้ 2. จัดให้มีการฝึกอบรมพนักงาน 100% 3. ตรวจสอบระบบ QSC , Audit Me และ Internal Audit ต่างๆ 4. หัวหน้างานตรวจสอบและดูแลจัดการ 5. มีระบบการวัดผลความพึงพอใจของลูกค้า Customer Satisfaction Rate 6. นำระบบ AI Fraud Detection มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ให้ข้อมูลแบบ Real time โดยมีหลักฐานชัดเจน 7. ติดตามรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อประเมินความพึงพอใจด้านการบริการ	1. เมื่อเกิดเหตุการณ์ให้มีหน่วยงาน SWAT ในการเข้าไปบริหารจัดการในทันที โดยมีการศึกษาถึง “ช่องโหว่ด้านความเสี่ยงที่ต้องปรับปรุง” เพื่อให้มั่นใจว่าจะไม่ให้เกิดเหตุการณ์ซ้ำ 2. เมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้น ให้ Internal Audit Team เข้าไปดำเนินการตรวจสอบโดยทันที 3. มีการแจ้งให้พนักงานทั่วไปทราบ เพื่อตระหนักถึงความสำคัญในการปฏิบัติงานอย่างสุจริต 4. มีการอบรมเพื่อปรับปรุงการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยให้มีการติดตามผลจากระบบ AI ผ่าน CCTV	1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้า 2. จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้าในช่องทางต่างๆ 3. ความเปลี่ยนแปลงของยอดขายของสาขา 4. ข้อบกพร่องของกระบวนการควบคุมภายใน 5. ระดับความรุนแรงของความเสียหายจากการทุจริต
7 **ความเสี่ยงด้านห่วงโซ่อุปทานและการผลิตหยุดชะงักเนื่องจากวัตถุดิบขาดแคลนหรือไม่ได้คุณภาพ** (Production Risk - Supply Chain Shortage)	1. กำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อเพื่อยืนยันราคากับ supplier 2. ฝ่ายจัดซื้อต้องมีรายชื่อของ suppliers หลายๆ ราย หากเกิดเหตุการณ์ที่ supplier รายเดิมจัดหาวัตถุดิบให้ไม่ได้ครบตามจำนวนสั่งซื้อเพื่อจะได้จัดหาเพิ่มเติมจากรายอื่น 3. จัดหาสูตรสินค้าที่เป็นวัตถุดิบ Substitute Material หรือ Substitute Product	1. ติดต่อเพื่อซื้อวัตถุดิบหรือสินค้าจาก Supplier รายอื่น (Substitute Suppliers) 2. มีสูตรอาหาร substitute สำหรับ core product โดยเลือกใช้สูตรสินค้าที่เป็นวัตถุดิบ (Substitute Raw Ingredient) เมื่อมีเหตุการณ์ผิดปกติ 3. ยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มกับ Existing Supplier เพื่อให้จัดหาวัตถุดิบที่สำคัญส่งให้กับเราแทนที่จะส่งให้กับผู้ผลิตรายอื่น	1. ระดับของวัตถุดิบคงคลังที่เพียงพอในการผลิต 2. ระดับความรุนแรงของโรคระบาด 3. ระดับความรุนแรงของสภาพภูมิอากาศ 4. จำนวนครั้งที่มีการขนส่งสินค้าล่าช้า

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
7 **ความเสี่ยงด้านห่วงโซ่อุปทานและการผลิตหยุดชะงักเนื่องจากวัตถุดิบขาดแคลนหรือไม่ได้คุณภาพ** (Production Risk - Supply Chain Shortage) (ต่อ)	4. จัดทำประมาณการ การใช้วัตถุดิบเพื่อวางแผนการในการสต๊อกวัตถุดิบแต่ละประเภท 5. จัดหา Second / Multiple suppliers and Alternative materials & supplier 6. จัดทำ supplier audit checklist สำหรับ key suppliers เพื่อการ monitor และตรวจสอบคุณภาพการผลิต เพื่อช่วยลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการผลิตไม่ได้คุณภาพ 7. จัดการประชุม supplier เป็นประจำทุกปี		
8 **ความเสี่ยงจากวัตถุดิบที่ไม่ปลอดภัยหรือวัตถุดิบเจือปนต่างๆ** (Production Risk - Contamination)	<u>ผลกระทบจากวัตถุดิบที่ไม่ปลอดภัย (เช่น วัตถุดิบเจือปนต่างๆ)</u> 1. หยุดการผลิต รวมทั้งหยุดการขายทันทีเมื่อตรวจพบเจอวัตถุดิบเจือปน 2. ต้องมีการทบทวน คุณสมบัติของสินค้าเป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อให้ได้รับใบรับรอง 3. จัดหา Second / Multiple suppliers and Alternative materials & supplier 4. จัดทำ supplier audit checklist สำหรับ key suppliers เพื่อการ monitor และตรวจสอบคุณภาพการผลิต เพื่อช่วยลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการผลิตไม่ได้คุณภาพ	1. Activate BCP ตามระดับความรุนแรงของเหตุการณ์ 2. Recall Products ต่างๆจากจุดขาย โดยให้มีการสื่อความระหว่าง Call Center และพนักงานสาขา เพื่อสร้างความเข้าใจ โดยเฉพาะหากมีลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปแล้วมีการติดต่อเข้ามา 3. จัดให้มีการสอบทานเส้นทางของวัตถุดิบเจือปนต่างๆ ว่ามาจากแหล่งใด สามารถหาแนวทางแก้ไขได้หรือไม่ เพื่อหากจำเป็นจริงๆ ก็ต้องพิจารณาในการจัดหา suppliers ใหม่ที่เหมาะสม	1. ความรุนแรงในการผิดพลาดของพนักงานในกระบวนการผลิตที่อาจส่งผลกับคุณภาพของสินค้า 2. ปริมาณของสารเจือปนหรือสิ่งแปลกปลอมที่พบในผลิตภัณฑ์ 3. จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้าในช่องทางต่างๆ

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
9 **ความเสี่ยงของสายการผลิตหยุดชะงักไม่สามารถผลิตได้อย่างต่อเนื่องและปัญหาจากระบบสนับสนุนการผลิต** (Uncontinuously Production)	1. ประเมินความเสี่ยงกรณีสายการผลิตไม่สามารถผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำและประเมินทักษะระดับความรู้ความสามารถของพนักงานในสายการผลิตอย่างสม่ำเสมอ 2. กำหนดแนวทางการซ่อมบำรุงเครื่องจักรและสต็อกอะไหล่ที่จำเป็นและเหมาะสม สำหรับสายการผลิตเพื่อประเมินความเสี่ยงผลกระทบหากระบบสนับสนุนการผลิตหยุดทำงาน เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำ ระบบบำบัดน้ำเสีย หยุดชะงัก เป็นต้น 3. พิจารณาแนวทางลดผลกระทบในกรณีเกิดภัยพิบัติทำให้สายการผลิตหยุดชะงัก	1. จัดทำแผนประเมินความเสี่ยงรวมถึงแนวทางป้องกัน สำหรับ BCP plan เพื่อนำเสนอผู้บริหาร 2. Activate BCP ตามระดับความรุนแรงของเหตุการณ์ 3. Re-evaluate situation และปรับ action ให้สอดคล้องเหมาะสม 4. จัดการฝึกอบรมให้พนักงานเพื่อเพิ่มความรู้ความเชี่ยวชาญอย่างต่อเนื่อง	1. ความถี่ในการตรวจสอบความพร้อมใช้งานของเครื่องจักร 2. ความถี่ในการซ่อมบำรุงและเปลี่ยนอะไหล่ตามรอบของเครื่องจักร การพัฒนาทักษะและความชำนาญของวิศวกรโรงงานอย่างต่อเนื่อง
10 **ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนแรงงานในสายการผลิต** (Risk of Skill and Non Skill Labor)	1. พัฒนากระบวนการทำงานอัตโนมัติให้มากขึ้น โดยคำนึงถึงต้นทุนและประโยชน์ที่ได้รับ ประกอบด้วย การพิจารณาหา Software / Hardware หรือระบบปฏิบัติการอัตโนมัติเพื่อทดแทนบุคลากรที่ขาด 2. จัดหาแรงงานชั่วคราว ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนหรือแรงงานต่างด้าวทดแทนตำแหน่งที่มีลักษณะงานไม่ซับซ้อน หากเป็นตำแหน่งงานที่ยากหรือมีความซับซ้อนให้พัฒนาพนักงานชั่วคราว ให้มีความสามารถเพิ่มขึ้น	1. หากแรงงานขาดแคลนให้ติดต่อ Outsource เพื่อจัดหาแรงงานทดแทนได้ทันท่วงที 2. ดำเนินการประกาศจัดรับแรงงานชั่วคราวที่ได้มีการวางแผนไว้ ซึ่งหากจำเป็นจะสามารถเพิ่มค่าตอบแทนแรงงานกลุ่มนี้ให้ดึงดูดจนเพียงพอ 3. อาจพิจารณาใช้แรงงานผู้ต้องขังจากทัณฑสถาน โดยฝ่ายบุคคลต้องศึกษาเพิ่มเติมในข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้น	1. จำนวนตำแหน่งและความถี่ที่ขาดแคลนแรงงาน 2. ระดับการให้บริการ (Level of Service : LoS) 3. ระยะเวลาในการฝึกอบรมแรงงานให้มีทักษะ 4. ความรวดเร็วในการหาแรงงานทดแทน

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
10 **ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนแรงงานในสายการผลิต** (Risk of Skill and Non Skill Labor) (ต่อ)	3. วิเคราะห์ต้นทุนในการผลิตสินค้าบางรายการหากไม่เป็นไปตามงบประมาณที่กำหนดไว้ให้พิจารณาส่งคู่ค้าผลิต 4. บริหารเรื่อง Retention ให้มีประสิทธิภาพ โดยเริ่มจากกระบวนการ Recruitment ที่ถูกต้องเหมาะสม		
ความเสี่ยงด้านไซเบอร์ (IT & Cyber Security Risk)			
11 **ความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์** (Ransomware and Hacker)	1. สำรองข้อมูล (Data backup) อย่างสม่ำเสมอ โดยเลือกวิธีที่แยกออกจากเครือข่ายหลัก เพื่อป้องกันการเข้าถึงของ Ransomware / Hackers attack โดยมีการทดสอบการกู้คืนข้อมูลปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้มั่นใจว่า ข้อมูลที่ถูกสำรองสามารถกู้และนำกลับมาให้ได้อย่างสมบูรณ์ 2. อัพเดตระบบ Operating system และ Software รวมถึง Patch (System Updates and Patches) รวมถึงมีการตรวจสอบติดตาม เฝ้าระวังภัยคุกคามทางไซเบอร์อย่างสม่ำเสมอ โดยติดตั้งการอัปเดตและแพตช์ระบบปฏิบัติการ รวมถึงซอฟต์แวร์แอนตี้ไวรัส เพื่อปิดช่องโหว่ที่อาจถูกโจมตี	1. ติดตั้งระบบสำรองข้อมูลอัตโนมัติ (Auto data back system) ในการสำรองข้อมูลในระบบหลักของบริษัทฯ เช่น SAP, POS, BOR 2. กำหนดและติดตั้งระบบ Windows patch updates และ Antivirus updates บนเครื่อง Servers และคอมพิวเตอร์ของบริษัทฯ 3. กำหนดและติดตั้งระบบ Firewall (IDS/IPS features) เพื่อควบคุมและป้องกัน การเชื่อมต่อระบบ IT Network ในทุกที่ของบริษัทฯ เช่น สำนักงานใหญ่ โรงงาน รวมถึงสาขาร้าน S&P ทั้งหมด 4. กำหนดขั้นตอน การกำหนดสิทธิ์ เช่น สร้าง ลบ และแก้ไขเปลี่ยนแปลงสิทธิ์ ผ่านระบบ IT users request	1. จำนวนครั้งที่เกิดข้อผิดพลาดของระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการถูกโจมตี 2. จำนวนครั้งและความรุนแรงที่ถูกโจมตีทางไซเบอร์

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
11 **ความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์** (Ransomware and Hacker) **(ต่อ)**	3. เฝ้าระวังและดูแลความปลอดภัยให้องค์กร หากมีเหตุการณ์ใดที่คุกคาม หรือมีผลกระทบ ณ จุด Internet Gateway ของบริษัทฯ จะมีการตรวจจับ และรายงานให้ทราบ อย่างรวดเร็ว พร้อมมาตรการดำเนินการ ป้องกันและแก้ไขทันท่วงที 4. ใช้ Firewall และระบบการป้องกัน โดยติดตั้งระบบ Firewall และระบบป้องกัน การบุกรุก (IDS) เพื่อคอยตรวจจับและบล็อก ความพยายามที่ไม่พึงประสงค์จากภายนอก 5. กำหนดและจัดการการเข้าถึงระบบ Software และข้อมูลต่างๆ ในระบบของบริษัทฯ (Access Control) มีการกำหนดสิทธิ์ และจำกัดการเข้าถึงข้อมูลให้กับพนักงาน ที่ใช้ระบบงานต่างๆ ของบริษัทและกำหนด นโยบายการใช้ Password รวมถึงมีการ บังคับการเปลี่ยน Password เป็นประจำ รวมทั้งมีการใช้นโยบายเพื่อตรวจสอบและ ทบทวนสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลและการใช้ ระบบงานต่างๆ เป็นประจำ	5. กำหนดนโยบายบนระบบ Software เพื่อบังคับการเปลี่ยน password ทุกๆ 3 เดือน ให้กับระบบหลักๆของบริษัทฯ เช่น ระบบ SAP, POS, BOR 6. ทบทวน ปรับปรุงนโยบายเหตุการณ์ที่มี ผลกระทบต่อระบบสารสนเทศ เพื่อให้ ครอบคลุมต่อเหตุการณ์การโจมตีทางไซเบอร์ 7. ส่งอีเมลสื่อสาร สร้างการรับรู้ และเตือนภัย ในรูปแบบต่างๆให้กับพนักงาน	

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
11 **ความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์** (RansomWare and Hacker) (ต่อ)	6. วางแผนการตอบสนองและกู้คืนระบบ โดยจัดทำแผนรับมือเหตุการณ์ Ransom Wareและการโจมตีทางไซเบอร์ โดยมีขั้นตอนและการประสานงานที่ชัดเจนสำหรับทุกฝ่าย ซ้อมแผนรับมือเหตุการณ์เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถปฏิบัติตามแผนได้อย่างรวดเร็วเมื่อต้องการ 7. สร้างวัฒนธรรมการรับรู้ รวมถึงสื่อสารเกี่ยวกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ		
12 **ความเสี่ยงที่ระบบและเครือข่ายต่าง ๆ ที่ไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ** (Network Breakdown)	1. ติดตั้งระบบเครือข่ายสำรอง (Redundant Network Setup) 2. การจัดการอุปกรณ์เครือข่าย (Network Device Management) ให้มีประสิทธิภาพและทำงานได้อย่างสมบูรณ์อยู่ตลอด 3. การควบคุมการเข้าถึงระบบเครือข่ายของบริษัทฯ (Network Access Control) 4. การตรวจสอบระบบเครือข่าย (Network Monitoring) โดยใช้เครื่องมือในการตรวจสอบเครือข่ายตลอด 24 ชั่วโมง เช่น การวิเคราะห์ทราฟฟิกเพื่อค้นหาพฤติกรรมผิดปกติหรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้น 5. การวางแผนการกู้คืน (Disaster Recovery Plan)	1. ใช้การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบสำรอง เช่น ใช้เส้นทางการเชื่อมต่อจากผู้ให้บริการอินเตอร์เน็ตมากกว่า 1 จุด 2. ทำ High Availability ด้วยการติดตั้งอุปกรณ์ Network failover เพื่อรองรับสถานการณ์ถ้าอุปกรณ์ Network เกิดการชำรุด ไม่ทำงาน มีการตรวจสอบอุปกรณ์เครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ และจัดทำแผนการบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (Preventive Maintenance Plan) เพื่อความพร้อมของระบบ 3. ใช้การควบคุมการเข้าถึงระบบของบริษัทฯ โดยการใช้ระบบ VPN สำหรับพนักงานที่ต้องเชื่อมต่อจากภายนอกบริษัทฯ หรือระยะไกล กำหนดสิทธิ์การเข้าถึงระบบตามระดับของพนักงานเพื่อลดความเสี่ยงที่เกิดจากการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต	1. จำนวนครั้งและความถี่ที่ระบบ IT ไม่สามารถใช้งานได้ 2. ระบบ IT ต้องสามารถกลับมาใช้งานได้เป็นปกติภายใน 4 ชั่วโมง หลังจากเกิดเหตุการณ์ผิดปกติที่ทำให้ไม่สามารถใช้งานได้

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
12 **ความเสี่ยงที่ระบบและเครือข่ายต่าง ๆ ที่ไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ** (Network Breakdown) (ต่อ)		4. มีผู้เชี่ยวชาญในการเฝ้าระวังระบบเครือข่ายและ Server ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว 5. มีการทดสอบและจำลองเหตุการณ์เหตุการณ์เครือข่ายล่ม (IT BCP) เป็นประจำ ปีละ 1 ครั้ง โดยมีขั้นตอนที่ชัดเจนและระยะเวลาที่แน่นอน เพื่อให้แน่ใจว่าการฟื้นฟู ระบบสามารถทำได้ตามแผน	
ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk)			
13 **ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ** (Climate Change)	1. บริหารจัดการระบบการผลิต ซึ่งส่งผลกระทบกับสิ่งแวดล้อม และคิดค้นนวัตกรรมใหม่ที่ช่วยลดต้นทุนการใช้วัตถุดิบตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ 2. พัฒนากระบวนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่การผลิต 3. ศึกษาหาแหล่งพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) และส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติ 4. ส่งเสริมการใช้วัสดุรีไซเคิลและลดของเสียทั้งพนักงานผ่านการสร้างความตระหนักรู้และกฎระเบียบ ภายในกระบวนการผลิตและกระบวนการจำหน่ายสินค้า (ตามสาขา) 5. ปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อแนะนำขององค์กรหรือหน่วยงานภาครัฐ	1. ศึกษาข้อมูลหรือปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อแก้ไขสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและกำหนดแผนงานในอนาคต 2. ทุกการปฏิบัติงานหรือกิจกรรม เพื่อลดการใช้พลังงานหรือกระบวนการที่สามารถติดตามและวัดผลได้อย่างชัดเจน เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงต่อในอนาคต 3. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและความยั่งยืน ต้องมีการกำหนดนโยบาย เป้าหมายที่ชัดเจน พร้อมกับให้การสนับสนุนทีมงานด้านนี้ ผ่านการประสานงานกับผู้บริหารระดับสูง เพื่อดำเนินการ	1. ความรุนแรงของสภาพอากาศ 2. ระดับของวัตถุดิบคงคลังที่เพียงพอในการผลิต 3. ช่องทางการหาจัดหาแหล่งวัตถุดิบสำรองหรือทดแทน

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
14 **ความเสี่ยงด้านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการเก็บภาษีภาคอุตสาหกรรมหรือธุรกิจที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์** (New Adoption of Carbon Tax in Thailand in Y2005)	1. ประเมินผลกระทบจากการเก็บภาษีคาร์บอนต่อธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต และกำหนดกลยุทธ์ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 2. ตรวจสอบและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น 3. เลือกใช้วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อย 4. ติดตามแนวโน้มการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด 5. อบรมพนักงานเกี่ยวกับความสำคัญของการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการลดการใช้พลังงานและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	1. ลงทุนในเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นเพื่อให้การใช้พลังงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 2. ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต 3. ใช้พลังงานทดแทน 4. ใช้กลยุทธ์การเงินที่มุ่งเน้นการลดต้นทุนในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น การใช้คาร์บอนเครดิตเพื่อชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	1. การประเมินผลกระทบจากการเก็บภาษีคาร์บอนต่อธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต 2. การพิจารณาและจำนวนการซื้อคาร์บอนเครดิต เพื่อชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ให้เพียงพอ 3. การอบรมพนักงานให้มีส่วนร่วมในการลดการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 4. การหาพลังงานทดแทนหรือเลือกใช้วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 5. การเปลี่ยนแปลงของข้อกฎหมายที่อาจส่งผลต่อการดำเนินการปกติของบริษัท
15 **ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน อาชีวอนามัย ความปลอดภัยของพนักงานและแรงงานจากผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน**	1. ประกาศ และสื่อสารนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนให้พนักงานเข้าใจและปฏิบัติโดยกำหนดให้มีการตรวจสอบอย่างเป็นรูปธรรม 2. จัดทำมาตรการเพื่อเฝ้าระวัง ป้องกัน รวมถึงควบคุมอันตรายที่อาจเกิดขึ้น 3. นำมาตรการความปลอดภัยในการทำงานมาใช้และฝึกอบรมพนักงาน	1. เตรียมความพร้อมด้านบุคลากรและอุปกรณ์ให้สามารถดำเนินการได้ทันทีเมื่อเกิดภาวะฉุกเฉินในรูปแบบต่างๆ ขณะมีการปฏิบัติหน้าที่ 2. มีระบบให้พนักงานร้องเรียน ทั้งด้านสิทธิมนุษยชน และความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน	1. มีการประกาศและสื่อสารนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนให้พนักงานเข้าใจและปฏิบัติตามอย่างเป็นรูปธรรม 2. จำนวนการฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจในการนำมาตรการความปลอดภัยในการทำงานมาปรับใช้

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
15 **ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน อาชีวอนามัย ความปลอดภัยของพนักงานและแรงงานจากผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน (ต่อ)**	4. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนผ่านโครงการ CSR และมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น 5. ประเมินความเสี่ยงที่อาจนำไปสู่การละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม		3. มีการติดตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ 4. จัดทำแผนงานและมาตรการเฝ้าระวังและควบคุมอันตรายที่อาจเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ
16 **ความเสี่ยงด้านความบกพร่องในการกำกับดูแลกิจการภายในองค์กร** (Good Corporate Governance Risk)	1. กำหนดโครงสร้างคณะกรรมการที่มีความหลากหลายและมีกระบวนการตัดสินใจได้อย่างโปร่งใสและเป็นอิสระ 2. กำหนดให้มีการตรวจสอบภายในอย่างสม่ำเสมอ มีกระบวนการตรวจสอบภายในและมีนโยบายการควบคุมภายในที่ชัดเจน 3. สื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างชัดเจน รวมถึงให้ความรู้ด้านกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับพนักงานและผู้บริหาร 4. ติดตามและอัพเดทแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น	1. วิเคราะห์เหตุการณ์เพื่อระบุปัญหาและช่องโหว่ในกระบวนการกำกับดูแล 2. แจ้งเหตุการณ์ให้ผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการรับทราบ และสื่อสารกับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและแผนการแก้ไข 3. ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการกำกับดูแลภายในเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ซ้ำ	1. มีการกำหนดโครงสร้างคณะกรรมการที่มีความหลากหลายและมีกระบวนการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระ 2. มีการตรวจสอบภายในและกระบวนการตรวจสอบภายในที่ชัดเจนและติดตามผลการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ 3. มีการติดตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอเพื่อลดผลกระทบทางธุรกิจ

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
17 **ความเสี่ยงจากการทุจริต หรือการรับผลประโยชน์ที่เกี่ยวเนื่องจากการดำรงตำแหน่งสำคัญ ๆ ในองค์กร** (Corruption Risk)	1. พัฒนากระบวนการบริหารงานภายในและการดำเนินธุรกิจให้ชัดเจน ถูกต้อง เพื่อป้องกันการเรียกรับสินบน 2. จัดให้มีระบบที่รัดกุมและตรวจสอบได้ 3. ประกาศนโยบายและระเบียบปฏิบัติ รวมถึงสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกรับทราบนโยบายต่อต้านคอร์รัปชั่น นโยบายการรับของขวัญการจ่ายค่ารับรอง 4. ทบทวนความรู้ให้แก่พนักงานเพื่อยกระดับการรับรู้และสร้างความเข้าใจเพื่อจะได้ปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง	1. เปิดให้มีการแจ้งเบาะแสผ่านช่องทางต่างๆ 2. กำหนดให้มีกระบวนการตรวจสอบ สอบสวนและลงโทษโดยมีกรรมการบริษัทที่ได้รับมอบหมายเป็นประธานในการพิจารณา	1. มีการประกาศนโยบายต่อต้านคอร์รัปชั่น การรับของขวัญ การจ่ายค่ารับรองที่ชัดเจนให้กับพนักงานทุกระดับในองค์กร 2. มีระบบการตรวจสอบภายในที่ชัดเจนและรัดกุม 3. มีช่องทางการแจ้งเบาะแสของการกระทำความผิด (Whistleblower)
ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Legal & Compliance Risk)			
18 **ความเสี่ยงจากการละเมิดกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี** (Acts and Regulations: FDA / Industrial & Factory / National Environmental Quality Act)	1. ติดตามศึกษาแนวโน้ม วิเคราะห์ และเข้าร่วมสังเกตการณ์การเปลี่ยนแปลงกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจ รวมทั้งวิเคราะห์และศึกษาแนวทางกฎหมาย และกรณีต่างๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศที่มีความก้าวหน้าทางกฎหมาย และรายงานให้ผู้บริหารรับทราบ (ปัจจุบันอยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายกฎหมายและฝ่ายตรวจสอบ)	1. หากมีข้อพิพาทเกิดขึ้น รวมถึงพบการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย หลักเกณฑ์ ข้อบังคับ หรือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติงานโดยทันที โดยได้รับการอนุมัติจากผู้บริหารสูงสุดของบริษัท 2. ว่าจ้างที่ปรึกษากฎหมายเฉพาะทางหรือผู้เชี่ยวชาญภายนอก เพื่อประเมินและให้ความเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย หลักเกณฑ์ หรือข้อบังคับทางกฎหมาย ต่อผู้บริหารระดับ C Suite และ/หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (แล้วแต่กรณี)	1. มีนโยบายและกระบวนการทำงานที่ชัดเจนและสอดคล้องกับข้อกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ 2. มีการติดตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ 3. มีการตรวจสอบการดำเนินงานของธุรกิจที่สอดคล้องกับข้อกฎหมายอย่างสม่ำเสมอ

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
18 **ความเสี่ยงจากการละเมิดกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี** (Acts and Regulations: FDA / Industrial & Factory / National Environmental Quality Act) (ต่อ)	2. ศึกษา และวิเคราะห์ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย หลักเกณฑ์ หรือข้อบังคับ และรายงานให้ผู้บริหารรับทราบถึงผลกระทบและความรุนแรงที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงเสนอแนวทางการดำเนินการต่อไป สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 3. ติดต่อ ประเมิน และรวบรวมรายชื่อ Law Firm ทนายความ และ Auditor ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน 4. ทบทวนความคุ้มครอง และวงเงินประกันภัยทุกปี เพื่อจัดทำกรมธรรม์ประกันภัยที่เหมาะสม		
19 **ความเสี่ยงด้านการกระทำผิด พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ลูกค้าและบุคลากร** (PDPA Act.)	1. กำหนดนโยบาย ขั้นตอนและคู่มือการปฏิบัติงานตาม PDPA และผู้รับผิดชอบให้ชัดเจน และแต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 2. ติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย เพื่อนำมาปรับปรุงคู่มือให้ทันสมัย และจัดอบรมความรู้ให้กับพนักงาน เกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยและการทำลายข้อมูลส่วนบุคคล ให้เป็นไปตามกรอบและมาตรฐาน PDPA หรือตามกฎหมาย และจัดเก็บ anonymized data หรือสถิติในกรณีที่ไม่มีความจำเป็น	1. ในกรณีที่ทราบว่ามีการละเมิด PDPA ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทำการวิเคราะห์สาเหตุ ประเมินผลกระทบ และเสนอแนวทางแก้ไข รวมทั้งหาแนวทางป้องกันเหตุในอนาคต ให้ฝ่ายจัดการพิจารณาตัดสินใจทันที 2. ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และคณะทำงานบริหารความเสี่ยง (ที่จัดตั้งในปี 2566) เสนอปัญหาและแนวทางแก้ไข พร้อมความเห็นจากสำนักกฎหมายต่อผู้บริหารระดับ C Suite และ/หรือคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (แล้วแต่กรณี) เพื่อกำหนดมาตรการตอบสนองที่เหมาะสม	1. ตัวชี้วัดด้านความปลอดภัยของข้อมูลและโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล 2. จำนวนครั้งของข้อผิดพลาดของระบบข้อมูล 3. ผลการทดสอบมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
19 **ความเสี่ยงด้านการกระทำผิด พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ลูกค้าและบุคลากร** (PDPA Act.) (ต่อ)	3. จัดทำเอกสารทางกฎหมาย ระบบ และติดป้ายประกาศ เพื่อแจ้ง/ให้บุคคลที่เกี่ยวข้องให้ความยินยอมในการเก็บ รวบรวม ใช้ข้อมูลส่วนบุคคล 4. ให้คู่ค้าลงนามในหนังสือรักษาความลับที่มีเงื่อนไขที่เหมาะสม 5. กำหนดมาตรการลงโทษผู้ปฏิบัติงานและแจ้งให้พนักงานรับทราบ หากบริษัท กรรมการ หรือบุคคลอื่นได้รับโทษจากการกระทำ ละเว้นการกระทำ หรือประมาทเลินเล่อของพนักงาน	3. ในกรณีที่มีผลกระทบรุนแรงต่อบริษัทและกรรมการ ซึ่งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และฝ่ายกฎหมายไม่มีความเชี่ยวชาญ ให้เจ้าหน้าที่ฯ หรือฝ่ายกฎหมายเสนอจัดจ้างที่ปรึกษากฎหมายหรือผู้เชี่ยวชาญภายนอกเพื่อให้ความเห็นหรือดำเนินการเพิ่มเติม 4. ดำเนินการลงโทษพนักงานตามมาตรการที่กำหนดไว้	
20 **ความเสี่ยงด้านข้อพิพาททางกฎหมายและความเสี่ยงด้านสัญญา** (Legal Dispute)	1. บังคับใช้สัญญามาตรฐานกับคู่ค้า เพื่อให้ปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนด รวมทั้งกำหนดขั้นตอนการจัดทำและตรวจร่างสัญญาและกำหนดผู้มีอำนาจอนุมัติเงื่อนไขสัญญาและลงนามสัญญาอย่างชัดเจน 2. ห้ามมิให้แก้ไขหรือปลี่ยนแปลงข้อสัญญาที่เป็นมาตรฐาน หรือตกลงเงื่อนไขทางกฎหมายในร่างสัญญาที่คู่ค้าจัดเตรียม โดยไม่ได้รับความเห็นชอบจากฝ่ายกฎหมาย 3. ตรวจสอบกฎหมายและกฎระเบียบเมื่อมีการจัดทำสัญญา ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่บังคับใช้อยู่ล่าสุด	1. หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการทำสัญญาเกิดข้อสงสัยหรือข้อพิพาททางกฎหมายให้หน่วยงานนั้นๆ ปรึกษาฝ่ายกฎหมายของบริษัททันที โดยจะต้องไม่พิจารณาหรือตัดสินใจเอง 2. หน่วยงานและฝ่ายกฎหมายจะต้องหาแนวทางในการเจรจาต่อรองกับคู่สัญญาเพื่อระงับข้อพิพาท 3. หากฝ่ายกฎหมายไม่แน่ใจ หรือต้องการความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อพิพาททางกฎหมายให้เสนอจัดจ้างที่ปรึกษากฎหมายหรือผู้เชี่ยวชาญภายนอกเพื่อให้ความเห็นหรือดำเนินการเพิ่มเติม	1. บังคับใช้สัญญามาตรฐานกับคู่ค้าเพื่อให้ปฏิบัติตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด 2. มีการตรวจสอบกฎหมายและกฎระเบียบเมื่อมีการจัดทำสัญญาให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน 3. กำหนดมูลค่าสัญญาและ/หรือประเภทสัญญาที่บริษัทต้องส่งให้ที่ปรึกษากฎหมายภายนอกตรวจสอบและให้ความเห็น

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
20 **ความเสี่ยงด้านข้อพิพาททางกฎหมายและความเสี่ยงด้านสัญญา** (Legal Dispute) (ต่อ)	4. กำหนดมูลค่าสัญญา และ/หรือประเภทสัญญาที่บริษัทต้องส่งให้ที่ปรึกษากฎหมายภายนอกตรวจสอบและให้ความเห็น 5. กำหนดแผนการทำงาน กรณีพบการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย และความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้อง	4. หากเกิดหรือมีแนวโน้มว่าจะเกิดเป็นคดีความฟ้องร้องทางศาล ผู้บริหารระดับสูงสุดของหน่วยงานหรือตัวแทนผู้รับผิดชอบนำเสนอเพื่อหารือกับคณะกรรมการบริหารเพื่อรับทราบและอนุมัติดำเนินการที่เกี่ยวข้อง	
21 **ความเสี่ยงจากการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา** (Infringement of Intellectual Property and Copy Right)	1. ในกรณีที่พนักงานหรือผู้รับจ้างภายนอกไม่ได้สร้างสรรค์ผลงานด้วยตัวเอง และจำเป็นต้องใช้ทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น พนักงานและผู้รับจ้างภายนอกจะต้องแจ้งฝ่ายกฎหมายของบริษัทเพื่อให้ทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรทุกกรณี 2. ห้ามพนักงานหรือผู้รับจ้างภายนอกใช้ทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น โดยไม่ได้ทำสัญญาที่ฝ่ายกฎหมายตรวจสอบและให้ความเห็นชอบแล้ว	1. หากเกิดข้อสงสัยว่าพนักงานหรือผู้รับจ้างภายนอกเกิดการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาพิพาทหรือไม่ ให้หน่วยงานนั้นๆ ปรึกษาฝ่ายกฎหมายของบริษัททันที 2. หน่วยงานและฝ่ายกฎหมายจะต้องหาแนวทางในการเจรจาต่อรองกับคู่สัญญาเพื่อระงับข้อพิพาท 3. หากฝ่ายกฎหมายไม่แน่ใจ หรือต้องการความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อพิพาททางกฎหมายให้เสนอจัดจ้างที่ปรึกษากฎหมายหรือผู้เชี่ยวชาญภายนอกเพื่อให้ความเห็นหรือดำเนินการเพิ่มเติม 4. หากเกิดหรือมีแนวโน้มว่าจะเกิดเป็นคดีความฟ้องร้องทางศาล ผู้บริหารระดับสูงสุดของหน่วยงานหรือตัวแทนผู้รับผิดชอบนำเสนอเพื่อหารือกับคณะกรรมการบริหารเพื่อรับทราบและอนุมัติดำเนินการที่เกี่ยวข้อง	1. มีการกำหนดห้ามมิให้พนักงานหรือผู้รับจ้างภายนอกใช้ทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นโดยไม่ได้ทำสัญญาที่ฝ่ายกฎหมายตรวจสอบและให้ความเห็นชอบแล้ว 2. หากพนักงานหรือผู้รับจ้างภายนอกไม่ได้สร้างสรรค์ผลงานด้วยตัวเอง จำเป็นต้องใช้ทรัพย์สินทางปัญญา จะต้องแจ้งฝ่ายกฎหมายของบริษัทเพื่อให้ทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรทุกกรณี

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)			
22 **ความเสี่ยงจากการลงทุน และ/หรือการดำเนินโครงการใหม่หรือความไม่แน่นอนและการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินงาน** (Investment in New Site and New Business)	1. มีการศึกษาและวิเคราะห์แผนงานการเปิดสาขาใหม่อย่างเคร่งครัด และสาขาที่เปิดใหม่จะต้องให้ผลตอบแทนที่ดีและคุ้มต่อการลงทุนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยการพิจารณาถึงทำเลที่ตั้ง ความหนาแน่นของประชากรในพื้นที่ และใช้ผลการดำเนินงานของสาขาใกล้เคียงมาเป็นแนวเทียบเคียง 2. มีการวิเคราะห์ทางการเงินและแนวโน้มของธุรกิจใหม่ ทั้งในเรื่องของโอกาสและความเสี่ยง (Risk Management) โดยการพิจารณาระยะเวลาคืนทุน (Payback period) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) โดยผลตอบแทนและระยะเวลาคืนทุนจะต้องไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดไว้ 3. มีการจัดตั้งคณะกรรมการการลงทุนในการพิจารณาอนุมัติแผนการลงทุนและการขยายสาขา โดยมีการติดตามและพิจารณาผลประกอบการของสาขาใหม่อย่างสม่ำเสมอ โดยการรายงานในที่ประชุมคณะจัดการเป็นประจำทุกเดือน	1. ให้ฝ่ายควบคุมการเงิน (Financial Controller) ที่รับผิดชอบในโครงการนั้นทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการโดยการทำ Visibility study เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการบริหารพิจารณาและอนุมัติการลงทุนในลำดับแรก 2. นำเสนอโครงการที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริหาร มานำเสนอให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงพิจารณาและอนุมัติ เพื่อให้มั่นใจว่าโครงการที่จะลงทุนมีความเสี่ยงและให้ผลตอบแทนในระดับที่คณะกรรมการความเสี่ยงยอมรับได้	1. มีการจัดทำ Business Plan เพื่อวิเคราะห์แผนการเปิดสาขาใหม่ โดยพิจารณาถึงทำเลที่ตั้ง ความหนาแน่นของประชากรในพื้นที่และแนวโน้มความเป็นไปได้ของธุรกิจ 2. ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) และ Payback period เป็นไปตามที่คาดหวัง 3. ยอดขายและรายได้ เป็นไปตามแผนธุรกิจ

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
23 **ความเสี่ยงจากการมีเงินสดมากโดยมิได้นำไปลงทุนให้ได้ผลตอบแทนที่สูงขึ้น** (Underutilize Capital Management)	1. มีการวางแผนการบริหารกระแสเงินสด (Cash Flow Management) ล่วงหน้า เพื่อให้มีกระแสเงินสดหมุนเวียนในบริษัทอย่างเพียงพอ และนำเงินสดส่วนเกินไปลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำ สภาพคล่องสูง และให้ผลตอบแทนสูงกว่าเงินฝากธนาคาร เช่น การลงทุนในกองทุนรวมต่างๆ เป็นต้น 2. หลังจากที่ทราบปริมาณเงินสดที่พึงมีในบริษัท ส่วนที่เหลือให้นำมาพิจารณาในการหาผลตอบแทนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการขยายธุรกิจ (Organic Growth) หรือขยายกิจการ (Inorganic Growth) 3. จัดให้มีคณะกรรมการการลงทุน (Investment Committee) และกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) เพื่อพิจารณาข้อเสนอของการลงทุนจากผู้บริหาร	1. ติดตามภาวะตลาด ความต้องการ โอกาสการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจหลัก เพื่อหาโอกาสที่จะลงทุนเพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิตหรือเครือข่ายสาขา 2. หาโอกาสร่วมลงทุนธุรกิจอื่นหรือการซื้อแฟรนไชส์ (Franchise) ทั้งในและต่างประเทศภายใต้สินค้าและแบรนด์ใหม่	1. ประมาณการกระแสเงินสดปลายงวด เพื่อนำเงินสดส่วนเกินไปลงทุนในสินทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนที่สูงแต่ความเสี่ยงต่ำ 2. มีกระแสเงินสดหมุนเวียนในกิจการอย่างเพียงพอในการดำเนินธุรกิจประจำวัน 3. หาโอกาสร่วมลงทุนในธุรกิจอื่นๆ หรือซื้อแฟรนส์ไชส์ ทั้งในและต่างประเทศภายใต้สินค้าและแบรนด์ใหม่
24 **ความเสี่ยงจากการรายงานข้อมูลทางการเงินอันเป็นเท็จ** (Inherent Risk)	1. บันทึกรายการทางบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีอย่างเคร่งครัด ทั้งในเรื่องรายได้ค้างรับ ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย การตัดจำหน่ายต่างๆ เป็นต้น	1. มีการติดตามและปรับปรุงรายการบัญชีให้ถูกต้องอยู่เสมอ 2. หากมีการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการบัญชีหรือมาตรฐานรายงานทางการเงิน ขอให้มีการวิเคราะห์ผลกระทบและรายงานให้คณะกรรมการบริหารและคณะจัดการรับทราบ พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางแก้ไข	1. มีการบันทึกรายการทางบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีอย่างเคร่งครัด 2. มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดของการแบ่งหน้าที่และอำนาจการอนุมัติต่างๆ โดยผู้มีอำนาจสูงสุดของแต่ละสายงาน 3. มีการติดตามแนวโน้มการบังคับใช้มาตรฐานการบัญชีใหม่ๆ และการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการบัญชีอย่างสม่ำเสมอ

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
24 **ความเสี่ยงจากการรายงานข้อมูลทางการเงินอันเป็นเท็จ** (Inherent Risk) (ต่อ)	2. มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดของการแบ่งแยกหน้าที่ และอำนาจการอนุมัติต่างๆ โดยผู้มีอำนาจสูงสุดของแต่ละสายงาน และมีการสอบทานการทำรายการต่างๆ อย่างเหมาะสม โดยผู้มีอำนาจสูงสุดในสายงานบัญชี 3. มีการติดตามแนวโน้มการบังคับใช้มาตรฐานการบัญชีใหม่ๆ และการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการบัญชีอย่างสม่ำเสมอ	3. หากพบการบันทึกบัญชีหรือการรายงานทางการเงินที่ไม่ถูกต้อง ให้รีบดำเนินการชี้แจงต่อคณะกรรมการบริหารและคณะจัดการให้ทราบโดยด่วน 4. หากมีผู้ไม่แน่ใจในประเด็นการบันทึกบัญชี ให้สอบถามผู้สอบบัญชี เพื่อให้มั่นใจว่าการบันทึกบัญชีนั้นถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชีและการสอบบัญชี	
ความเสี่ยงอุบัติใหม่ (Emerging Risk)			
25 **ความเสี่ยงด้านธรรมชาติและอุทกภัยต่าง ๆ** (Disaster)	1. จัดทำแผนรองรับหากเกิดเหตุการณ์ (BCP Plan) เพื่อประเมินและรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นโดยระบุถึงระดับของความรุนแรง ผู้รับผิดชอบหากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว และขั้นตอนในการดำเนินการ เป็นต้น 2. ติดตามข้อมูล ข่าวสาร ให้เป็นปัจจุบันเสมอ และวางแผนเตรียมความพร้อมหากต้องดำเนินการตามคำสั่งขององค์กรภาครัฐและมีเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย 3. สื่อสารหรือให้ความรู้กับพนักงานรวมถึงผู้บริหารผ่านระบบ online หรือ Town Hall เพื่อให้พนักงานและผู้บริหารทุกคนเข้าใจและรับทราบ	1. Activate BCP โดย CEO and C-Level โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของพนักงานและครอบครัวพนักงาน รวมถึงลูกค้าเป็นสำคัญ 2. จัดตั้ง War room ทั้ง online หรือ offline เพื่อบริหารจัดการสถานการณ์ ออกคำสั่งติดตาม รวมถึงปรับเปลี่ยนให้เป็นไปตามความเหมาะสม โดยขึ้นอยู่กับความรุนแรงของสถานการณ์ ซึ่งจะดำเนินการรายงานคณะกรรมการ (Engage Board) สำหรับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและความคืบหน้าในการดำเนินการต่างๆ	1. ระดับความรุนแรงและความยืดเยื้อของเหตุการณ์ 2. ประเมินผลกระทบจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น 3. ประเมินความสามารถในการรับมือกับเหตุการณ์ต่างๆ 4. ความรวดเร็วในการบังคับใช้แผนบริหารความต่อเนื่องภายใต้สภาวะวิกฤต (Business Continuity Plan)

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
25 **ความเสี่ยงด้านธรรมชาติและอุทกภัยต่าง ๆ** (Disaster) (ต่อ)	4. จัดหาสถานที่ปลอดภัยเพื่อจัดเก็บข้อมูลที่เป็นเอกสารสำคัญของบริษัทรวมทั้งจัดให้มีระบบสำรองข้อมูล เพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลจำเป็นทั้งหมดถูกจัดเก็บอย่างเหมาะสมและสามารถเข้าถึงได้ในกรณีฉุกเฉิน 5. กำหนดแนวทางในการดำเนินการหากเกิดสถานการณ์ที่ไม่ปกติเกิดขึ้น		
26 **ความเสี่ยงเมื่อเกิดโรคระบาดรุนแรงต่าง ๆ** (Pandemic)	1. ให้มีการสื่อสารกับพนักงานในช่องทางต่างๆ เช่น Online ตามสายบังคับบัญชา หรือเรียก Town Hall เมื่อเกิดโรคระบาดร้ายแรง เพื่อชี้แจงการปฏิบัติหน้าที่ของแต่ละส่วนงาน 2. ศึกษาและอัพเดตข้อมูลโรคร้ายแรง โรคระบาด รวมทั้งปรับเปลี่ยนแนวทางการทำงาน โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริหารและพนักงานเป็นหลัก 3. ปฏิบัติตามข้อกำหนดของราชการอย่างเคร่งครัด	1. ให้คำนึงถึงความปลอดภัยของพนักงาน ครอบครัวและลูกค้าเป็นหลัก รวมถึงการอำนวยความสะดวกต่างๆ 2. Activate BCP และสื่อสารข้อมูลของโรคและคำแนะนำของกระทรวงสาธารณสุขให้พนักงานทราบและกำหนดนโยบายและแผนปฏิบัติอย่างเคร่งครัด 3. อนุมัติงบประมาณเฉพาะกาลเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับรักษาความปลอดภัยของพนักงาน	1. ระดับความรุนแรงและความยืดเยื้อของโรคระบาด 2. ประเมินผลกระทบจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น 3. ประเมินความสามารถในการรับมือกับเหตุการณ์ต่างๆ 4. ความรวดเร็วในการบังคับใช้แผนบริหารความต่อเนื่องภายใต้สภาวะวิกฤต (Business Continuity Plan)

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
27 **ความเสี่ยงจากสภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงที่มีผลกระทบต่อความอยู่รอดของบริษัท** (Economic Crisis)	1. ประเมินความรุนแรงของผลกระทบ (ซึ่งปกติด้านการเงินจะสำคัญที่สุด) และหาแนวทางแก้ไขต่างๆ 2. บริษัทมีสภาพคล่องทางการเงินสูงคาดว่าไม่มีผลกระทบทางการเงิน แต่บริษัทมีแผนหาเงินทุนสำรองจากสถาบันการเงินหากเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินขึ้น 3. จัดให้มีวงเงินสำรองกับสถาบันการเงิน โดยให้มีการติดตามความเหมาะสม 4. ศึกษารายละเอียดสัญญาระหว่างบริษัทกับเจ้าหนี้ หรือกับลูกหนี้ เตรียมพร้อมหากมีวิกฤตทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น 5. บริษัทควรสำรองเงินสดไว้หากเกิดกรณีหยุดชะงักทางธุรกิจ เพื่อสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ประมาณ 6 เดือน 6. ลดต้นทุนโดยเริ่มจากรายการที่ไม่จำเป็น เช่น การโฆษณา จนถึงสุดท้ายอาจต้องพิจารณาถึงการลดพนักงาน	1. หากเกิดกรณีไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขและสัญญาที่ตกลงกันไว้ได้ โดยบริษัทจะแจ้งให้เจ้าหนี้ทราบและเจรจาหาทางออกร่วมกัน 2. ชี้แจงให้พนักงานทราบถึงสถานการณ์ทางการเงินที่เกิดขึ้นกับบริษัท พร้อมทั้งระบุแนวทางในการแก้ไขปัญหา 3. หากมีความจำเป็นที่ต้องประชาสัมพันธ์ให้ผู้เกี่ยวข้องภายนอกบริษัท เช่น ผู้ถือหุ้นหรือตลาดหลักทรัพย์ฯ รับทราบ ให้ดำเนินการตามความจำเป็นหรือรุนแรงของสถานการณ์ โดยให้กำหนดผู้บริหารที่จะรับผิดชอบดำเนินการ	1. ประเมินความรุนแรงของผลกระทบทางการเงิน 2. ประเมินกระแสเงินสดหมุนเวียนในกิจการอย่างเพียงพอในการดำเนินธุรกิจประจำวัน 3. ประเมินความสามารถในการรับมือกับเหตุการณ์ต่างๆ 4. ความรวดเร็วในหาแหล่งเงินทุนสำรองจากสถาบันการเงิน หากเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
28 **ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย หลักเกณฑ์ หรือข้อบังคับอย่างรวดเร็วจนกระทบธุรกิจของบริษัท** (New Adoption of Laws, Rules, Regulations and Others Including the IRFS and TAX)	1. ติดตามและศึกษาแนวโน้ม วิเคราะห์และเข้าร่วมสังเกตการณ์การเปลี่ยนแปลงกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจ รวมทั้งวิเคราะห์และศึกษาแนวทางกฎหมายและกรณีต่างๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศที่มีความก้าวหน้าทางกฎหมาย และรายงานให้ผู้บริหารรับทราบ (ปัจจุบันอยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายกฎหมายและฝ่ายตรวจสอบ) 2. ศึกษา และวิเคราะห์ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย หลักเกณฑ์ หรือข้อบังคับ และรายงานให้ผู้บริหารรับทราบถึงผลกระทบและความรุนแรงที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงเสนอแนวทางการดำเนินการต่อไปสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 3. ติดต่อ ประเมิน และรวบรวมรายชื่อ Law Firm ทนายความ และ Auditor ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน 4. ทบทวนความคุ้มครอง และวงเงินประกันภัยทุกปี เพื่อจัดทำกรมธรรม์ประกันภัยที่เหมาะสม	1. หากมีข้อพิพาทเกิดขึ้น รวมถึงพบการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหลักเกณฑ์ข้อบังคับ หรือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติงานโดยทันที โดยได้การอนุมัติจากผู้บริหารสูงสุดของบริษัท 2. ว่าจ้างที่ปรึกษากฎหมายเฉพาะทางหรือผู้เชี่ยวชาญภายนอก เพื่อประเมินและให้ความเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย หลักเกณฑ์ หรือข้อบังคับทางกฎหมาย ต่อผู้บริหารระดับ C Suite และ/หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (แล้วแต่กรณี)	1. ติดตามและศึกษาแนวโน้ม วิเคราะห์และเข้าร่วมสังเกตการณ์การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจ 2. ศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย หลักเกณฑ์ หรือข้อบังคับต่างๆ รวมทั้งประเมินผลกระทบและความรุนแรงที่อาจเกิดขึ้น 3. ติดต่อ ประเมิน และรวบรวมรายชื่อ Law Firm ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน 4. ทบทวนความคุ้มครองและวงเงินประกันภัยทุกปี เพื่อจัดทำกรมธรรม์ประกันภัยที่เหมาะสม

ปัจจัยความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	แนวทางแก้ไข	ตัวชี้วัดความเสี่ยง
29 **ความเสี่ยงกรณีคนร้ายบุกเข้ามาในตึกหรืออออฟฟิศของบริษัทพร้อมอาวุธ** (Active Shooting)	1. ประสานงานกับทีมตำรวจที่เชี่ยวชาญให้เข้ามาสอนวิธีการบริหารจัดการ หากเกิดเหตุการณ์ร้ายขึ้น โดยการสอนทฤษฎีและทำการสาธิตให้กับพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยแยกวิธีการฝึกระหว่างอาคารสำนักงานและสาขา 2. ให้ทีมรักษาความปลอดภัยของเจ้าของพื้นที่เข้าร่วมอบรมการปฏิบัติหน้าที่ให้ถูกต้องและเหมาะสม	1. Activate BCP ในการบริหารจัดการเหตุการณ์ร้ายแรงขึ้น ตามที่ได้รับการอบรมมา โดยให้คำนึงถึงความปลอดภัยของพนักงานและลูกค้าเป็นสำคัญ 2. มีการสื่อสารจากส่วนกลางของบริษัทให้กับครอบครัวของพนักงานในเหตุการณ์รับทราบความคืบหน้าตลอดเวลา 3. หากเกิดเหตุการณ์ร้ายแรงใดๆ ให้บริษัทเร่งดำเนินการช่วยเหลือและหาวิธีการเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบ	1. มีการฝึกอบรมจากเจ้าหน้าที่ตำรวจให้กับพนักงานในสำนักงานและพนักงานสาขาในการบริหารจัดการหากเกิดเหตุการณ์ร้ายขึ้น



ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และระดับความเสี่ยงที่ยอมให้เบี่ยงเบนได้

- **ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้** (Risk Appetite) คือระดับค่าความเสี่ยงโดยรวมที่บริษัทยินดีจะยอมรับเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ซึ่งการกำหนด Risk Appetite นี้ให้คณะทำงานความเสี่ยงและผู้รับผิดชอบคำนึงถึงผลที่สอดคล้องกับกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรและข้อกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งคำนึงถึงเป้าหมายที่ต้องการให้บรรลุผลในระยะยาว
- **ระดับความเสี่ยงที่ยอมให้เบี่ยงเบนได้** (Risk Tolerance) บริษัทฯ ได้กำหนดให้สอดคล้องกับระดับที่องค์กรยอมให้เบี่ยงเบนได้ โดยบริษัทฯ ได้พิจารณาถึงผลกระทบต่างๆ เช่น ตัวเลขในการประมาณทางการเงิน รวมทั้งผลกระทบต่างๆ ที่ไม่ใช่ตัวเลขทางการเงิน เช่น ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดระดับความเสี่ยงที่ไม่อาจยอมรับและไม่ยอมให้เบี่ยงเบนได้ ใน 3 ข้อหลัก คือ

  1. องค์กรไม่ยอมรับให้เกิดการทุจริตหรือการรับผลประโยชน์ที่เกี่ยวเนื่องจากการดำรงตำแหน่งสำคัญในองค์กร (Zero Fraud and Corruption)
  2. องค์กรต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อกฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้อง 100% ซึ่งมีผลกระทบต่อการดำเนินงานและชื่อเสียงขององค์กร (100% Comply with Laws and Regulations)
  3. องค์กรเน้นให้ความสำคัญกับความปลอดภัยรวมทั้งมีมาตรการป้องกันการโจมตีทางไซเบอร์และข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหว (Zero Tolerance of Cyber Attack and Personal Data Breach)

สำหรับความเสี่ยงใน 3 หัวข้อข้างต้นบริษัทฯ ได้มีการจัดทำแนวทางบริหารความเสี่ยง อาทิ มีการตรวจสอบภายในที่เข้มแข็งในทุกกระบวนการทำงาน รวมทั้งได้มีการติดตามข้อกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ โดยในส่วนของการป้องกันการโจมตีทางไซเบอร์ บริษัทฯ ได้มีการใช้ Firewall และ Antivirus software และมีการสำรองข้อมูลที่สำคัญของบริษัทอยู่อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการกำหนดเอกสารความปลอดภัยทางไซเบอร์และบังคับใช้รหัสผ่านที่ปลอดภัย

ดัชนีชี้วัดความเสี่ยง

บริษัทฯ มีการกำหนดดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators : KRIs) สำหรับการติดตามและประเมินผลการบริหารความเสี่ยงของบริษัท โดยมีการทบทวนความเสี่ยงและปรับแนวทางให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันในทุกปี ในการกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยงจะคำนึงถึงผลกระทบต่อการดำเนินงาน วัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรเป็นสำคัญ โดยจะถูกขับเคลื่อนผ่านการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ที่มีการระบุความเสี่ยงที่สำคัญ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์หรือเป้าหมายนั้นๆ และนำไปสู่การวิเคราะห์และกำหนดดัชนีชี้วัดความเสี่ยง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการติดตามความเสี่ยง (Tracking) และเป็นสัญญาณแจ้งเตือนถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (Early Warning) ทั้งนี้ดัชนีชี้วัดความเสี่ยงของบริษัทฯ ได้พิจารณาตามโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง (Likelihood) และผลกระทบของความเสี่ยง (Impact) และระดับของความเสี่ยง โดยได้จำแนก 3 ระดับดังนี้

ระดับความเสี่ยง	ข้อมูลดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (KRIs)	การดำเนินการ
สีเขียว (ความเสี่ยงระดับต่ำ)	โอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงน้อยและ/หรือหากเกิดขึ้นก็มีผลกระทบน้อย (Low Risk/ Low Impact)	เฝ้าดูปกติ
สีเหลือง (ความเสี่ยงปานกลาง)	โอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงปานกลางและ/หรือหากเกิดขึ้นก็มีผลกระทบปานกลาง (Medium Risk/ Medium Impact)	ทบทวนหรือปรับปรุงวิธีการหรือมาตรการดำเนินงานที่มีอยู่
สีแดง (ความเสี่ยงสูง)	โอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงสูงและ/หรือหากเกิดขึ้นก็มีผลกระทบสูง (High Risk/ High Impact)	จัดทำแผนการจัดการความเสี่ยงทันทีและรายงานผลต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการทบทวนดัชนีชี้วัดความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องและใกล้เคียงกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทฯ จัดให้มีการกำหนดและทบทวน KRIs เป็นประจำทุกปีอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วงก่อนเริ่มปีงบประมาณ หรือทันทีเมื่อมีเหตุการณ์ที่เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นสาระสำคัญต่อการดำเนินงานของกิจการ โดยเลขาคณะกรรมการความเสี่ยง ได้มีการส่งแบบฟอร์ม “Key Risk Register” ให้แก่คณะทำงานความเสี่ยงไปทบทวนและรวบรวมสรุปผลนำส่งให้คณะกรรมการความเสี่ยงพิจารณาและอนุมัติในลำดับถัดไป โดยบริษัทฯ จะพิจารณาแผนบรรเทาความเสี่ยง (Mitigation) และแนวทางการแก้ปัญหาความเสี่ยง (Solution) ในความเสี่ยงที่มีผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นลำดับแรก เพื่อจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงต่อไป ส่วนความเสี่ยงที่คณะกรรมการความเสี่ยงพิจารณาแล้วว่าอยู่ในลำดับต่ำหรือมีผลกระทบน้อย ถือเป็นความเสี่ยงที่ยอมรับได้

การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ Business Continuity Management (BCM)

บริษัทฯ ตระหนักอยู่เสมอว่า สภาวะแวดล้อมการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และสถานการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ทั้ง **ปัจจัยภายนอก** อาทิ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ภัยจากการเมือง ภัยจากการก่อการร้าย เช่น สงครามระหว่างประเทศ รวมทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ เป็นต้น สำหรับ**ปัจจัยภายใน** อาจเกี่ยวกับการบริหารงาน อาทิ การขาดแคลนบุคลากร ที่อาจส่งผลต่อการหยุดชะงักของธุรกิจหรือไม่สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การตอบสนองต่อวิกฤตการณ์และสามารถรับมือได้อย่างทันท่วงที ด้วยการแก้ไขปัญหาตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

การเตรียมพร้อมรับมือกับความเสี่ยงที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ บริษัทฯ จึงเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจและการประเมินความเสี่ยง (Business risks and impacts analysis) โดยประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นหรือมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน โดยมุ่งเน้นการประเมินความรุนแรงของความเสี่ยง หากเกิดขึ้นและทำให้ต้องหยุดกิจการชั่วคราว ควรกำหนดระดับการให้บริการขั้นต่ำที่บริษัทฯ และลูกค้ายอมรับได้ เพราะการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจเป็นการดำเนินการ เฝ้าระวัง รักษา กู้กลับ งานที่มีความสำคัญในการบริการหรือรักษาโครงสร้างที่สำคัญเอาไว้ โดยมีแผนสำรองเพื่อรองรับธุรกิจในสภาวะฉุกเฉิน ดังนี้

การเตรียมการและการจัดการกับเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ ภาคเหนือ โรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน

ในภาวะที่เกิดวิกฤตการณ์น้ำท่วม ธุรกิจจำเป็นต้องมีแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อรับมือและเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยโรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน มีแนวโน้มความเสี่ยงที่อาจเกิดสถานการณ์น้ำท่วมในภาคเหนือ จึงจัดทำแผน BCP ที่ครอบคลุมถึงการประเมินความเสี่ยง การจัดการทีมงาน มาตรการป้องกัน และแผนการฟื้นฟู เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและรับมือกับสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย**มีแผนดำเนินการ** ดังนี้

1. การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบของน้ำท่วม ประเมินผลกระทบทางธุรกิจ และจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมทางธุรกิจ
2. การจัดตั้งทีมงานและการกำหนดบทบาท เพื่อหาแนวทางแก้ไขป้องกัน
3. มาตรการป้องกันและรับมือกับสถานการณ์น้ำท่วม ประกอบด้วยแนวทาง 3 ระยะ ดังนี้

ระดับการปฏิบัติตามแผน BCP

มี 3 ระยะ ดังนี้

ระยะเตรียมการ



ก่อนเกิดน้ำท่วม

จัดเตรียมมาตรการป้องกันน้ำท่วม เช่น เฝ้าระวังระดับน้ำแต่ละพื้นที่ เฝ้าระวังเส้นทางขนส่งสินค้า จัดลำดับความสำคัญการผลิตสินค้า การเตรียมกระสอบทราย และรายงานสถานการณ์เฝ้าระวังประจำวัน เมื่อระดับน้ำใกล้ถึงค่าจุดวิกฤต

ระยะเกิดเหตุ



ขณะเกิดน้ำท่วม

ทางโรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนเบื้องต้น โดยการมอบถุงยังชีพให้กับพนักงาน หลังจากได้รับแจ้งจากพนักงาน 1 วัน

ระยะฟื้นฟู



เมื่อน้ำท่วมลดลง

สำรวจและประเมินความเสียหายที่พักอาศัยของพนักงาน เพื่อขออนุมัติเงินช่วยเหลือ กรณีประสบอุทกภัย โดยจะนำจ่ายผ่านบัญชีเงินเดือนของพนักงาน

ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญในการรวบรวมข้อมูลจากการดำเนินงานและเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ได้แก่ การพัฒนาแพลตฟอร์ม ความร่วมมือกับพันธมิตรจัดส่งอาหารต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว การกำหนดแผนจัดการภาวะฉุกเฉินและการฝึกซ้อมแผนในแต่ละระดับอย่างสม่ำเสมอ เป็นหนึ่งในกระบวนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เช่น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กรณีเกิดเหตุฉุกเฉินไม่สามารถใช้งานระบบหรือข้อมูลด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ การทดสอบไซเบอร์สำหรับพนักงานบนสถานการณ์เสมือนจริง เพื่อสร้างความคุ้นเคย การตอบสนองและการรับมือได้อย่างถูกต้องและทันการณ์

ด้านอาชีวอนามัยและเสริมสร้างความปลอดภัยในการทำงาน

บริษัทฯ ประเมินและระบุความเสี่ยง เพื่อลดความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและเสริมสร้างความปลอดภัยในการทำงานตามกฎหมายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ของกระทรวงแรงงานอย่างเคร่งครัด บริษัทฯ วิเคราะห์และจัดลำดับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น โดยพิจารณาจากการประเมินถึงโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง และความรุนแรงของผลกระทบจากความเสี่ยงที่เคยเกิดขึ้น ต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของกระบวนการทำงานขององค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ โดยมีขั้นตอนการประเมินความเสี่ยง ดังนี้

1. วิเคราะห์ความเสี่ยงแต่ละขั้นตอนการทำงานของหน่วยงาน
2. ประเมินความเสี่ยงในการทำงานของหน่วยงาน
3. กำหนดมาตรการป้องกันและข้อเสนอแนะ
4. สำหรับพนักงานที่มีการปฏิบัติงานกับความเสี่ยงจะดำเนินการให้มีการตรวจสุขภาพประจำปี

ทั้งนี้ ระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจของบริษัทครอบคลุมถึงการรับมือกับความเสี่ยงด้านสาธารณสุข ตามที่ได้กล่าวถึงในบทอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

การซ้อมอพยพหนีไฟ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการด้านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจด้วยการซ้อมอพยพหนีไฟ ประจำปี สำหรับทุกหน่วยงานของบริษัท ซึ่งบริษัทฯ ได้กำหนดให้มีการซ้อมการเกิดเหตุเป็นประจำ โดยฝึกซ้อมในสถานประกอบการของบริษัทฯ รวมทั้งในสถานประกอบการของบริษัทฯ ที่อยู่ในอาคารเช่า ซึ่งบริษัทฯ ได้ให้ความร่วมมือในการซ้อมอพยพหนีไฟทุกครั้ง ในปี 2567 บริษัทฯ ดำเนินการซ้อมอพยพหนีไฟ และการซ้อมการเกิดเพลิงไหม้ประจำปีทุกหน่วยงาน ครอบคลุม ทั้งสำนักงานใหญ่ โรงงานผลิตเบเกอรี่ 3 แห่ง โรงงานผลิตอาหาร ศูนย์กระจายสินค้าS&P และร้านอาหารและเบเกอรี่ S&P จำนวนเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อปี

อบรมการป้องกันและระงับอัคคีภัยและการซ้อมอพยพ โรงงานผลิตเบเกอรี่สุขุมวิท 62













อบรมการป้องกันและระงับอัคคีภัยและการซ้อมอพยพ โรงงานผลิตเบเกอรี่บางนา-ตราด กม. 23.5












อบรมการป้องกันและระงับอัคคีภัยและการซ้อมอพยพ โรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน









อบรมการป้องกันและระงับอัคคีภัยและการซ้อมอพยพ โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง









อบรมการป้องกันและระงับอัคคีภัยและการซ้อมอพยพร้าน S&P













การเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk Culture)

ปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลต่อวิกฤติด้านวัตถุดิบสำหรับประกอบอาหาร อาทิ ผัก ผลไม้ที่ได้รับผลกระทบ เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบตามฤดูกาล รวมทั้งรสชาติและคุณภาพที่เปลี่ยนไป ตลอดจนปัญหาศัตรูพืชที่เติบโตแพร่พันธุ์จากสภาวะอากาศ ทำให้เกิดความเสียหาย จนภึงภาวะภัยแล้งที่ทวีความรุนแรงขึ้นทุกปี ดังนั้น การบริหารความเสี่ยงจึงมีบทบาทที่สำคัญอย่างมากต่อบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัลที่องค์กรจะต้องเผชิญกับความท้าทาย โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจอย่างมาก ทั้งในเรื่องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ความคาดหวังของลูกค้า และห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร

บริษัทฯ มุ่งหวังให้เกิด “วัฒนธรรมความเสี่ยง (Risk Culture)” ด้วยการส่งเสริมคุณค่าให้พนักงานมีทัศนคติ ความเชื่อและประสบการณ์จากการทำงาน เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารความเสี่ยง โดยมีการจัดอบรมด้านความเสี่ยงให้แก่ผู้บริหารและพนักงานเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านความเสี่ยงหลักขององค์กร รวมทั้งยังมุ่งเน้นการสร้างความเชี่ยวชาญในงาน ซึ่งประสบการณ์จากการทำงานจะทำให้พนักงานมองเห็นความเสี่ยงและโอกาส ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งหวังผนวกเรื่องการบริหารความเสี่ยงเข้าเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมองค์กร (Core Values) และมีแผนงานที่สอดคล้องกับค่านิยมขององค์กร นอกเหนือจากฝ่ายบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ มีการกำหนดให้ผลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงเป็น KPI ขององค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนวางแผนกำหนดให้ความเสี่ยงเป็นหนึ่งในเกณฑ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยบริษัทฯ มีแผนที่จะดำเนินการดังต่อไปนี้

- จัดตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยงที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง
- จัดอบรมความรู้ด้านความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและการบริหารความเสี่ยงให้พนักงานทุกระดับ ได้แก่ กรรมการผู้บริหารระดับสูง และพนักงาน ปีละ 1 ครั้ง
- พนักงานทุกคนเข้าใจวิธีการ และนำมาปรับใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำงานของบริษัทฯ
- สรุปรวบรวมผลการดำเนินด้านความเสี่ยง และลำดับความสำคัญของผลกระทบ จัดทำเป็นรายงานความเสี่ยงองค์กร
- รายงานต่อคณะกรรมการความเสี่ยง และคณะกรรมการบริษัท ก่อนได้รับการอนุมัติและเผยแพร่

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยง มุ่งเสริมสร้างวัฒนธรรมความเสี่ยง และตระหนักว่าการมีวัฒนธรรมความเสี่ยง (Risk Culture) ที่เข้มแข็ง จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยในการดำเนินธุรกิจปรับตัวให้ทันกับความเสี่ยงและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

การดำเนินงานที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริต



ผลการประเมินความเสี่ยง ด้านกฎหมาย และการทุจริต

คิดเป็นร้อยละ 91.6

แผนการสร้างและปลูกฝังวัฒนธรรมด้านการบริหารความเสี่ยง 2564–2573

2564

บริษัทฯ ริเริ่มและผลักดันเรื่องความเสี่ยงองค์กรโดยผู้นำบริษัทฯ

2565

1. กำหนดผู้รับผิดชอบด้านการบริหารความเสี่ยงขององค์กร โดยการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง รวมถึงกำหนดบทบาทของคณะทำงานบริหารความเสี่ยงเพื่อดูแล รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ความเสี่ยงขององค์กรตามที่คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงกำหนด
2. ระบุปัจจัยความเสี่ยง และประเมินระดับความเสี่ยงหลักขององค์กรที่มีผลกระทบต่อบริษัท ทั้งหมด 7 ปัจจัย ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้นำปัจจัยความเสี่ยงดังกล่าวเพื่อหาแนวทางการป้องกันหากความเสี่ยงนั้นเกิดขึ้น ซึ่งอยู่ระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล

2566

1. บริษัทฯ กำหนดความเสี่ยงหลักขององค์กรทั้ง 7 ปัจจัย โดยหาแนวทางป้องกันและแก้ไขความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เพื่อเตรียมพร้อมรับมือได้อย่างทันต่อสถานการณ์
2. การสื่อสารเรื่องความเสี่ยง
   - ผู้บริหารระดับสูง รับทราบข้อมูลจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อหารือ และให้ข้อคิดเห็นโดยคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ
   - ผู้บริหารระดับกลางและพนักงาน บริษัทฯ กำหนดแผนสร้างความวัฒนธรรมความเสี่ยง ผ่านการอบรมความรู้ ทดสอบ และวัดผลความเข้าใจผ่านระบบ E-Learning
3. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะนำประเด็นความเสี่ยงหลักขององค์กรมาทบทวนทุกปี เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงปรับเปลี่ยนไปตามบริบทที่เกิดขึ้น และรับมือได้ทันต่อทุกสถานการณ์

2567

1. บริษัทฯ กำหนดความเสี่ยงหลักขององค์กรเพิ่มเติมรวมเป็น 7 ปัจจัย โดยหาแนวทางป้องกันและแก้ไขความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เพื่อเตรียมพร้อมรับมือได้อย่างทันต่อสถานการณ์
2. การสื่อสารเรื่องความเสี่ยง
   - ผู้บริหารระดับสูงและระดับกลาง ได้รับการสื่อสารข้อมูลจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อเป็นความรู้และแนวทางสำหรับวางแผนการดำเนินงาน ลดความเสี่ยงในอนาคต
3. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะนำประเด็นความเสี่ยงหลักขององค์กรมาทบทวนทุกปี เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงปรับเปลี่ยนไปตามบริบทที่เกิดขึ้น และรับมือได้ทันต่อทุกสถานการณ์

2569

1. การพิจารณาด้านการลงทุนต่างๆ ใช้เกณฑ์ ESG Risk ในการประเมินโครงการ
2. สร้างวัฒนธรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง
3. การสื่อสารและมีความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน เพื่อบรรลุเป้าหมายของบริษัทฯ

2573

ดำเนินการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งเป็นตัวอย่างกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงให้คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ

โครงการที่สำคัญปี 2567

โครงการอบรมความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพิจารณาประเด็นความเสี่ยงด้าน ESG โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนสังคมและสิ่งแวดล้อม ไปพร้อมกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันประเด็นเรื่องสิทธิมนุษยชน เป็นเรื่องที่องค์กรให้ความสำคัญ
2. เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานได้รับความรู้และร่วมพิจารณาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานขององค์กร จะไม่ก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ผู้รับเหมา และชุมชน
3. เพื่อระบุและประเมินความเสี่ยงที่เกิดขึ้น หรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นเพื่อรับมือได้ทันการณ์ ตลอดจนระบุประเด็นสิทธิมนุษยชนที่สำคัญขององค์กรและกำหนดมาตรการเพิ่มเติมเพื่อควบคุมและป้องกันได้อย่างรอบด้าน

ผู้เข้าร่วมอบรม	ผู้บริหาร และพนักงานซึ่งเป็นผู้แทนของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 36 คน
วันที่อบรม	เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2567






ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

1. สร้างความรู้ความเข้าใจถึงความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ เพื่อเป็นการทบทวนหาแนวทางแก้ไขและมาตรการป้องกันเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
2. ผู้บริหารและพนักงานได้เรียนรู้กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ขอบเขตการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท กรณีศึกษาการละเมิดสิทธิมนุษยชนของธุรกิจ ตลอดจนร่วมประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและแนวทางที่บริษัทฯ ดำเนินการ
3. นำผลการประเมินความเสี่ยงที่ได้ไปจัดทำคู่มือด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ ต่อไป
4. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเรื่องสิทธิมนุษยชน 36 ราย



โครงการอบรมความเสี่ยงหลักและกลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสื่อสารประเด็นความเสี่ยงหลักและกลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงขององค์กรแก่ผู้บริหารหน่วยงานต่างๆ สำหรับเป็นแนวทางวางแผนการดำเนินงานลดผลกระทบจากความเสี่ยงเพื่อความยั่งยืนในอนาคต
2. เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมและความตระหนักในการจัดการความเสี่ยงภายในองค์กร

ผู้เข้าร่วมอบรม คณะกรรมการและผู้บริหาร ซึ่งเป็นผู้แทนของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 20 คน

วันที่อบรม เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2567

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

การสื่อสารความเสี่ยงหลักและกลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงแก่ผู้บริหาร สำหรับเป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินงานลดผลกระทบจากความเสี่ยง และแสวงหาโอกาสเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

ด้านสังคม

เพื่อสร้างวัฒนธรรมการจัดการความเสี่ยงขององค์กรให้เป็นระบบ

ด้านสิ่งแวดล้อม

สร้างความตระหนักและเป็นแนวทางในการรับมือกับความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นรุนแรงในอนาคต



ปัจจัยความเสี่ยงและแนวโน้มสำคัญภายนอกระดับโลกที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ

ปัจจัยความเสี่ยงระดับโลก / แนวโน้มสำคัญที่มีผลต่อ	ความล้มเหลวในการบริหารจัดการด้านสภาพอากาศ	สภาพอากาศที่รุนแรง	วิกฤตการณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ	การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ
	• การปรับกระบวนการผลิตและการขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม • การดำเนินงานตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของภาครัฐ	• การขาดแคลนวัตถุดิบส่งผลให้วัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น เช่น แป้งสาลี น้ำตาล • การวางแผนรองรับความเสี่ยง กรณีเกิดน้ำท่วมฉับพลัน ส่งผลต่อการหยุดชะงักในไลน์การผลิต รวมถึงช่องทางการขายและการขนส่ง	• การใช้พลังงานสะอาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการดำเนินธุรกิจ ช่วยลดปัญหาการขาดแคลนพลังงานได้ในอนาคต • การคัดแยกขยะ และกำจัดอย่างถูกวิธี ลดขยะฝังกลบ ที่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม • การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เช่น การรีไซเคิลขวดพลาสติก เป็นเส้นใยสำหรับเสื้อพนักงาน	• คุณภาพของผลผลิตไม่เหมือนเดิม ส่งผลต่อรสชาติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์



โครงการอบรมความเสี่ยงสำหรับพนักงานหน้าร้าน S&P

ตามสถานการณ์ปัจจุบันปัญหาด้านสังคมของประเทศที่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคม และการดำเนินธุรกิจ เช่น เหตุคนร้ายกราดยิงในห้างสรรพสินค้า คนคลุ้มคลั่งยิงประชาชนในสถานที่สาธารณะ เป็นต้น ซึ่งเหตุการณ์ความรุนแรงเหล่านี้ได้ก่อให้เกิดความสูญเสีย และนำมาซึ่งความเสียใจที่มีผลกระทบโดยตรงต่อสภาพจิตใจที่ไม่สามารถประเมินค่าได้ อีกทั้งยังนับเป็นความเสี่ยงขององค์กร ที่อาจทำให้ธุรกิจหยุดชะงักจากเหตุการณ์ดังกล่าว ทางบริษัทฯ จึงจัดอบรมการฝึกซ้อมแผนความปลอดภัยในสถานการณ์ฉุกเฉิน (เหตุกราดยิงและใช้อาวุธมีด) เนื่องจากเป็นเรื่องใกล้ตัว และเพื่อสร้างความเข้าใจและทราบแนวทางในการรับมือ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า วิธีการเอาตัวรอดของพนักงาน รวมถึงสามารถช่วยเหลือลูกค้าเป็นการลดผลกระทบความรุนแรงและลดความสูญเสียที่จะเกิดขึ้นได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบูรณาการบริหารจัดการ ประสานความร่วมมือของทุกภาคส่วนขององค์กร ภาครัฐ และชุมชนรอบอาคาร / ร้านอาหาร ในการประสานงาน การสั่งการ และการติดต่อสื่อสารเมื่อเกิดเหตุไม่สงบเรียบร้อยเกิดขึ้น เพื่อควบคุมและลดผลกระทบที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อลดผลกระทบต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่สำนักงาน ประชาชน และลูกค้าที่มาใช้บริการในสำนักงานและร้านอาหาร

ผู้เข้าร่วมอบรม	คณะกรรมการและผู้บริหารซึ่งเป็นผู้แทนของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 68 คน
วันที่อบรม	เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2567

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

1. พนักงานหน้าร้านมีความรู้และทักษะในการระบุและตอบสนองต่อสถานการณ์ที่อาจเกิดเหตุกราดยิง ทำให้สามารถป้องกันและลดความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เสริมสร้างความตระหนักให้แก่พนักงานหน้าร้านในการรับมือกับเหตุการณ์ไม่คาดฝันและเตรียมความพร้อมในการตอบสนองได้รวดเร็วและเหมาะสม
3. ช่วยเสริมสร้างความร่วมมือและความเข้าใจระหว่างสมาชิกของสังคม ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีและเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยในสังคม
4. การมีความรู้และการซักซ้อมในการเตรียมรับมือกับเหตุการร์ความรุนแรงต่างๆ จะช่วยลดความวิตกกังวลและความเครียดเมื่อเกิดเหตุการณ์จริง ช่วยให้พนักงานหน้าร้านสามารถตอบสนองได้อย่างมีสติและปลอดภัย

ด้านเศรษฐกิจ

1. การรับมือเหตุการณ์ความรุนแรงอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยลดความเสียหายทางทรัพย์สินและค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมและฟื้นฟูหน้าร้านได้
2. ความรู้และการเตรียมพร้อมช่วยให้พนักงานมีความมั่นใจในสถานที่ทำงาน ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานสูงขึ้นและลดความวิตกกังวล





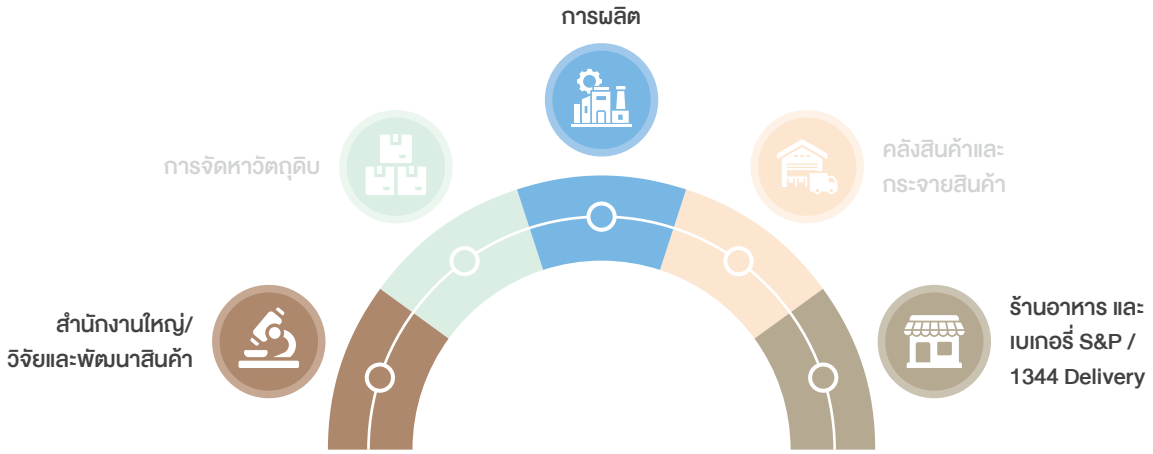








ความมั่นใจของลูกค้าด้านคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการ



ที่มาและความมุ่งมั่น

เอส แอนด์ พี ดำเนินธุรกิจคู่กับคนไทยในทุกๆ ช่วงเวลาแห่งความสุข ตลอดระยะเวลากว่า 51 ปี ด้วยสินค้าและบริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทั้งอาหาร เบเกอรี่ เครื่องดื่ม และสินค้าพร้อมรับประทานหลากหลายเมนู โดยมีการวิจัยและพัฒนาเมนูใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ทั้งรับประทานอาหารที่ร้าน ซื้อกลับบ้าน และบริการ 1344 ดีลิเวอรี่ เนื่องจากความปลอดภัยของอาหารเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด สอดคล้องกับบริษัทฯ ที่มุ่งให้ความสำคัญลำดับแรกในเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ ที่เกิดจากกระบวนการผลิตจนถึงการส่งมอบแก่ผู้บริโภค บริษัทฯ มุ่งคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพดีจากเกษตรกรโดยตรง ปราศจากสารเคมี ผ่านการส่งเสริมให้เกษตรกรคำนึงถึงการเพาะปลูกที่ยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบต่อสุขภาพของทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค ตลอดจนสิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศ อันเป็นการปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม การเคารพสิทธิมนุษยชนแรงงาน อาทิ การจ้างงานอย่างเป็นธรรม การปฏิบัติอย่างเท่าเทียม และการไม่ใช้แรงงานบังคับ รวมถึงคัดสรรปัจจัยการผลิตอื่นๆ จากคู่ค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ เพื่อลดและป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดผลกระทบต่อสุขภาพผู้บริโภค ตลอดจนความเสียหายและสูญเสียรายได้ของผู้ประกอบการตลอดห่วงโซ่คุณค่าที่เกิดจากการขาดความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารจากการดำเนินงานของบริษัทฯ

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะแก้ไขข้อร้องเรียนจากผู้ใช้บริการ อาทิ การเพิ่มจำนวนจุดขาย การเพิ่มพนักงานขาย เนื่องจากข้อร้องเรียนเรื่องการบริการที่ไม่เต็มประสิทธิภาพ ไม่ได้รับความสะดวกอย่างเต็มศักยภาพ บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า และสร้างความพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งยุคแห่งการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น ความต้องการของลูกค้าเป็นข้อมูลสำคัญที่บริษัทใช้ประกอบในการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กำหนดกลยุทธ์การขาย และการบริการที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า ทั้งนี้ลูกค้าและผู้บริโภคที่มาใช้บริการจะได้รับการดูแลอย่างเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน ตลอดจนสามารถเข้าถึงอาหารและบริการที่มีคุณภาพ รวมถึงกรณีมีข้อร้องเรียนจากการรับบริการ ทางบริษัทฯ มีแผนกรับข้อร้องเรียนทำหน้าที่พิจารณา ดำเนินการแก้ไขปัญหา ทวนสอบ และติดตามการแก้ปัญหาจนเสร็จสิ้นด้วยมาตรฐานเดียวกัน

1. ด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

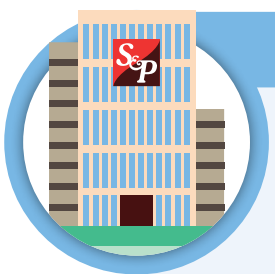
ในฐานะผู้นำของธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ บริษัทฯ ยังคงตระหนักถึงความสำคัญของการผลิตอาหารที่มีคุณภาพตลอดกระบวนการ มีคุณค่าทางโภชนาการ และแสดงข้อมูลโภชนาการที่ถูกต้อง มีความปลอดภัยของอาหารสูงสุด และมีสุขลักษณะที่ดีในการผลิต มุ่งลดผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ทั้งด้านคุณภาพอาหารและกระบวนการผลิต เพื่อความสมดุลตลอดห่วงโซ่คุณค่า บริษัทฯ ได้ดำเนินการผลิต ตรวจสอบ และประเมินคุณภาพสินค้าเป็นประจำทุกเดือน โดยกำหนดมาตรฐานที่เข้มงวด สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และติดตามการดำเนินงานอย่างใกล้ชิดเพื่อสร้างความมั่นใจ ความปลอดภัย รวมถึงมีกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อเรียกคืนผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านมาตรฐาน ตลอดจนมีการเก็บรักษาคุณภาพของอาหารและระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ พร้อมส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพดี และปลอดภัยสูงสุดแก่ผู้บริโภค อันเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีและความพึงพอใจสูงสูดให้แก่ลูกค้าและผู้บริโภค

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้รับการรับรองด้านคุณภาพอาหารและความปลอดภัยของอาหารจากหน่วยงานภายนอก และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม ตลอดจนยังมีระบบตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพและบริการสำหรับหน้าร้าน เพื่อเป็นการตรวจติดตาม และนำผลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานและผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลความปลอดภัยของอาหารได้



คุณภาพที่ดีสำหรับลูกค้า ผู้บริโภค

- อาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่มมีรสชาติอร่อย มีคุณค่าทางโภชนาการ สะอาด ปลอดภัย
- สินค้าและบริการมีคุณภาพ มีราคาเหมาะสม และคุ้มค่าต่อการบริโภค
- ไม่เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม
- มีช่องทางรับข้อร้องเรียนด้านคุณภาพอาหารและการบริการที่เข้าถึงได้ง่าย มีการตอบกลับและแก้ปัญหาที่รวดเร็ว
- สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์และใช้บริการได้



คุณภาพที่ดีสำหรับ เอส แอนด์ พี

- มีกระบวนการการผลิตที่ถูกต้อง ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงการผลิตขั้นตอนสุดท้าย รวมถึงการส่งมอบสินค้าและบริการ
- มีกระบวนการการผลิตที่ใช้แนวคิด Zero Defects หรือมีระดับการเกิดของเสียไม่เกินเกณฑ์มาตรฐาน
- มีกระบวนการผลิตที่ไม่เบี่ยงเบนจากมาตรฐานที่กำหนดไว้ และสามารถทำการผลิตได้อย่างถูกต้องตามต้องการ
- มีต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม ทำให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่เข้าถึงได้

เป้าหมายปี 2567

ร้าน S&P ทั้งหมดผ่านการประเมิน QSC
ครบ ร้อยละ 100 ของจุดขายทั้งหมด
และผ่านเกณฑ์ ร้อยละ 85 ของจุดขายทั้งหมด

โรงงานผลิตเบเกอรี่และอาหาร
ได้ใบรับรองมาตรฐาน ISO 14001
จำนวน 2 โรงงาน ในปี 2568

การตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ (Traceability)
จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์
มีความปลอดภัย วัตถุดิบไม่มีปัญหาด้าน ESG

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ
สินค้าและการบริการ ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 85

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

ร้าน S&P ได้รับการประเมิน QSC
ครบ ร้อยละ 100 จาก 445 จุดขาย
และผ่านเกณฑ์ ร้อยละ 71 ของจุดขายทั้งหมด

โรงงานผลิตเบเกอรี่บางนากม.23.5
ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001
จำนวน 1 โรงงาน ในปี 2568

การตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ (Traceability)
จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เค้กกล้วยหอม
บัทเทอร์เค้ก และเค้กช็อกโกแลตมาร์เบิ้ล

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ
สินค้าและการบริการ ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 89

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer Centric) โดยเฉพาะในด้านคุณค่าทางโภชนาการ และปลอดภัยของอาหาร เพื่อสนับสนุนการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัยสูงสุดสำหรับผู้บริโภค ตลอดจนมีมาตรการความปลอดภัยสูงสุดแก่พนักงาน คู่ค้า ผู้รับเหมา ทั้งในส่วนของหน้าร้านและกระบวนการผลิต เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการเข้าถึงอาหารและเครื่องดื่มที่ปลอดภัยมีสุขภาวะที่ดี ด้วยระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability System) ที่สามารถติดตามประวัติของสินค้าตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบการผลิตไปจนถึงการจัดจำหน่าย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเข้าร่วมการรับรองสัญลักษณ์โภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ” (Heathier Choice) โดย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาร่วมกับสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำตาล โซเดียม และไขมันตามเกณฑ์ที่กำหนด สำหรับการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์อาหารของผู้บริโภค อันเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอาหารและโภชนาการที่ดีให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

แผนการบริหารจัดการความปลอดภัยของอาหาร และคุณภาพสินค้าและบริการ ปี 2567–2573

วัตถุดิบ

- จากเกษตรกรโดยตรงในประเทศ
- จากอุตสาหกรรมคู่ค้าในประเทศ
- จากอุตสาหกรรมคู่ค้าในต่างประเทศ

วัตถุดิบในประเทศ	วัตถุดิบต่างประเทศ
74%	26%

การขนส่งวัตถุดิบ

จากคู่ค้าเพื่อกระจายไปยังโรงงานและหน้าร้าน S&P

กระบวนการผลิต

ดำเนินการตามระบบมาตรฐานต่างๆ ได้แก่

- มาตรฐาน Good Hygiene Practice (GHPs)
- มาตรฐาน Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP)
- มาตรฐานสากลระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร ISO 22000 : 2018
- มาตรฐานสากลระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2015
- มาตรฐานการผลิตสินค้าฮาลาล (HALAL)
- มาตรการควบคุมความปลอดภัยอาหารของมาตรฐาน FSSC 22000

บรรจุลงบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การขนส่งและกระจายสินค้าไปยังหน้าร้านS&P โดยศูนย์กระจายสินค้าS&P

อาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่ม คุณภาพดีและปลอดภัย พร้อมเสิร์ฟถึงผู้บริโภคผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ หน้าร้านS&P 1344 ดีลิเวอรี่ และพันธมิตรต่างๆ

ลูกค้า/ผู้บริโภค

มั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ด้วยระบบ Traceability



กระบวนการบริหารจัดการ “คุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ” ของ เอส แอนด์ พี

บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานด้านคุณภาพอาหาร ความปลอดภัยและโภชนาการเพื่อสร้างเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค ด้วยกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย อาหารมีคุณภาพและโภชนาการที่ดี โดยหน้าร้าน โรงงานผลิตอาหาร และโรงงานผลิตเบเกอรี่ ยังคงมุ่งเน้นด้านคุณภาพ ความสะอาด ความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด ในระดับความปลอดภัยสูงสุด เพื่อให้ลูกค้าและผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตรวมถึงผลิตภัณฑ์ทุกรายการผ่านมาตรฐานคุณภาพและมาตรการความปลอดภัยก่อนส่งต่อผู้บริโภคตลอดจนมีการบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบเชิงลบต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะมีรายละเอียดเพิ่มเติมในบทการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินต่อไป

การวางแผน (PLANNING)



- การวิเคราะห์ความเสี่ยงและแผนลดความเสี่ยง (Risk Analysis & Mitigation Plan)
- กระบวนการในการวัดและเปรียบเทียบ ผลิตภัณฑ์ บริการ และวิธีการปฏิบัติกับองค์กรอื่น (Quality Benchmarking)
- การอบรมให้ความรู้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง (Training)

การจัดเตรียมระบบ (SET UP)



- ข้อกำหนดทางกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับเรื่องคุณภาพ (Statutory & Regulatory Requirements)
- กระบวนการในด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค (Health & Safety of Consumer)
- การบริหารจัดการคู่ค้า (Vendor Management)

การปรับใช้ (DEPLOY)



- การกำหนดระบบตรวจสอบคุณภาพในกระบวนการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทาน (Quality in Supply Chain Process)

การเพิ่มประสิทธิภาพ (OPTIMIZE)



- มุ่งมั่นที่จะส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงสุด

บริษัทฯ ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสูงสุด” ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพและเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ในปี 2567 บริษัทฯ ได้เลือกประเด็นที่น่าสนใจในการจัดทำแผนพัฒนาและกำหนดเป้าหมาย/ตัวชี้วัดสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการทำงานให้สอดรับและเกิดประสิทธิผลที่สูงสุด

1. การวางแผน (Planning): การวิเคราะห์ผลกระทบที่เป็นความเสี่ยงและโอกาสของประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจเรื่องคุณภาพสินค้าและบริการ

	ด้านสิ่งแวดล้อม	ด้านสังคม	ด้านบรรษัทภิบาล
ความเสี่ยง	การเกิดขยะจากอาหาร และบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค คุณภาพวัตถุดิบไม่ตรงตามมาตรฐานเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ขาดความรู้ที่เพียงพอในการควบคุมคุณภาพการผลิต รวมทั้งความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน	ขาดการควบคุมดูแลที่โปร่งใส มุ่งกำไร โดยไม่คำนึงผลกระทบสังคมและสิ่งแวดล้อม
โอกาส	การลดของเสียตลอดกระบวนการผลิต และการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การค้นหาและพัฒนาแหล่งวัตถุดิบสำรองเพื่อควบคุมมาตรฐานวัตถุดิบ	มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคมผ่านโครงการฝึกอบรมความรู้ด้านต่างๆ แก่คู่ค้าบริษัทฯ	มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส
แนวทางบริหารจัดการ	• สำรวจความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค และติดตามเทรนด์การบริโภคอยู่เสมอ เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า(Customer Centric) โดยเฉพาะในด้านคุณค่าทางโภชนาการ และความปลอดภัยทางอาหาร ทั้งนี้ เรื่องโภชนาการและสุขภาพของลูกค้าจะกล่าวถึงในบท สุขภาพและโภชนาการ • ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยอย่างเพียงพอ และกำหนดราคาที่เหมาะสม เพื่อการเข้าถึงได้ง่ายของลูกค้าและผู้บริโภค		
เป้าหมายที่ท้าทายของประเด็น	• มุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพทางโภชนาการครบถ้วน ตามมาตรฐานสากล เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการมีสุขภาวะที่ดีของสังคม • สร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจแก่ลูกค้าและผู้บริโภค ตลอดจนสร้างความผูกพันกับแบรนด์และประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า เพื่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ		



2. การจัดเตรียมระบบ (Set up): การจัดการความเสี่ยง และการหาโอกาส

บริษัทฯ มีการบริหารงานและการวางแผนตามแนวทางขององค์กร และสอดคล้องตามมาตรฐานสากล โดยพิจารณาประเด็นที่จะมีผลกระทบกับความปลอดภัยอาหาร และหาแนวทางจัดการความเสี่ยงและโอกาสเหล่านี้ โดยการดำเนินการต้องสอดคล้องกับข้อกำหนด กฎหมาย ความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ ไม่เพียงแต่บริหารจัดการเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารเท่านั้น แต่ยังคงมุ่งเน้นแนวทางบริหารจัดการกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยควบคุมการเกิดของเสียให้เกิดขึ้นน้อยที่สุดหรือเป็นศูนย์ โดยใช้หลักการ 3Rs คือ การลดการใช้ทรัพยากร (Reduce) การนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) และการแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ทั้งนี้ จะมีอธิบายเพิ่มเติมในบทการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกิน

2.1 ระบบการประกันคุณภาพและความปลอดภัย

กระบวนการผลิตอาหารและเบเกอรี่ของเอส แอนด์ พี มีการควบคุมจุดที่สำคัญในแต่ละขั้นตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจุดหรือขั้นตอนที่สำคัญ (Critical Control Point: CCP) เพื่อประสิทธิภาพในการป้องกันอันตรายจากสิ่งแปลกปลอมต่างๆ ทั้งด้านกายภาพ เคมี ชีวภาพ และสารก่อภูมิแพ้ รวมไปถึงการทวนสอบวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์สุดท้าย ณ ห้องปฏิบัติการทดสอบผลิตภัณฑ์ของโรงงาน ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO/IEC 17025:2017 จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข นับเป็นระบบมาตรฐานการทดสอบที่ให้ผลการทดสอบที่ถูกต้องน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับระดับสากลตลอดจนได้รับการรับรองการผลิตตามมาตรฐานต่างๆ ดังนี้

โรงงานผลิตเบเกอรี่

- มาตรฐาน GHPs (Good Hygiene Practices) หรือการปฏิบัติสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร จากหน่วยรับรอง บริษัท Intertek
- มาตรฐาน HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) หรือระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดควบคุมที่สำคัญในการผลิตอาหาร จากหน่วยรับรอง บริษัท Intertek
- มาตรฐาน ISO 22000: 2018 (Food Safety Management System) หรือระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร จากสถาบัน United Kingdom Accreditation Service (UKAS) จากหน่วยรับรอง บริษัท Intertek
- มาตรฐาน ISO 14001 : 2015 ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม จากสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ
- มาตรฐานการผลิตสินค้าฮาลาล (HALAL) จาก สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดสมุทรปราการ และสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

โรงงานผลิตอาหาร

- 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
- มาตรฐาน FSSC 22000 V.6 (Food Safety System Certification 22000 หรือมาตรฐานระบบการรับรองความปลอดภัยของอาหาร) จากสถาบัน United Kingdom Accreditation Service (UKAS) หน่วยรับรอง SGS ประเทศไทย
- มาตรฐานระบบคุณภาพโรงงานส่งออกอาหารแช่แข็งที่ไข่เป็นส่วนประกอบ สุขลักษณะการผลิตที่ดี (GMP) จากกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประเทศไทย
- มาตรฐานอาหารฮาลาล (HALAL) สินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เยลลี่ และกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำสลัด จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

ผู้บริโภคจึงมั่นใจได้ว่าสินค้า เอส แอนด์ พี มีกระบวนการผลิตและการตรวจสอบที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัยต่อการบริโภค เพื่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภค

2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคที่สนใจด้านสุขภาพ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร รวมทั้งสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค ตลอดจนให้ความสำคัญกับผู้บริโภคที่ต้องดูแลสุขภาพเป็นพิเศษ ปัจจุบันโรงงานผลิตเบเกอรี่และอาหารเอส แอนด์ พี ดำเนินงานตามระบบคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร HACCP และ FSSC โดยมีการวิเคราะห์อันตรายต่างๆ ตั้งแต่เริ่มต้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องตามข้อกำหนด กฎระเบียบต่างๆ ด้านอาหาร ทั้งด้านกายภาพ เคมี จุลชีววิทยา และด้านสารก่อภูมิแพ้ซึ่งปัจจุบันอ้างอิงตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 450 เรื่องการแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ ปัจจุบันประเทศไทยกำหนดสารก่อภูมิแพ้ไว้ 10 ชนิด โดยวัตถุดิบใหม่ที่จะนำมาใช้เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ใหม่ทุกรายการต้องผ่านการประเมินดังกล่าวและมีระบบการจัดการในการนำมาใช้ในสายการผลิต ซึ่งมุ่งเน้นการป้องกันการปนเปื้อน และมีการแสดงข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหารไว้บนฉลากผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ดังนี้

- ธัญพืชที่มีกลูเตน
- สัตว์น้ำที่มีเปลือกแข็ง
- ไข่และผลิตภัณฑ์จากไข่
- ปลาและผลิตภัณฑ์จากปลา
- ถั่วลิสง และผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง
- ถั่วเหลือง และผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลือง
- นม และผลิตภัณฑ์จากนม
- ถั่วที่มีเปลือกแข็ง และผลิตภัณฑ์จากถั่วที่มีเปลือกแข็ง
- ซัลไฟต์
- หอย หมึก และผลิตภัณฑ์จากหอย หมึก

3. การปรับใช้ (Deploy): ระบบตรวจสอบคุณภาพในกระบวนการดำเนินงาน

3.1 คุณภาพการผลิต

บริษัทฯ มีระบบการจัดการคุณภาพ ดำเนินงานตามมาตรฐานของ ระบบ ISO22000 : 2018 เป็นระบบมาตรฐานสากลเพื่อความปลอดภัยทางอาหารและเป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพที่กำหนด และคำนึงถึงการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผู้บริโภค ตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยจะครอบคลุมทั้งข้อกำหนดของ GHPs และ HACCP และข้อกำหนดสำหรับระบบการจัดการในองค์กร โดยเน้นการสื่อสารร่วมกัน ระบบการจัดการและการควบคุมอันตราย เพื่อรับประกันว่ามีการกำหนดรายละเอียดการตรวจสอบเพื่อความปลอดภัยของอาหารอย่างถูกต้องเหมาะสม และมีกระบวนการควบคุมตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน ซึ่งได้รับการตรวจสอบและรับรองโดยหน่วยงานอิสระ จึงสามารถมั่นใจได้ว่าระบบการจัดการของบริษัทฯ เป็นไปตามกฎระเบียบข้อบังคับตามมาตรฐานสากล รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่างๆ จึงมีความปลอดภัยและได้มาตรฐานตลอดทุกขั้นตอนจนนำส่งถึงผู้บริโภค



ระบบจัดการความปลอดภัยในอาหาร (Food Safety Management System)

- บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดระบบบริหารจัดการโดยจัดทำเป็น ลายลักษณ์อักษร นำไปปฏิบัติ คงรักษา และปรับปรุงให้ทันสมัย ระบุขอบข่ายโดยใช้ชนิดผลิตภัณฑ์เป็นหลัก
- ทีมปฏิบัติงานระบบคุณภาพต้องมีการระบุอันตราย วิธีการประเมินและการควบคุมผลิตภัณฑ์ เพื่อไม่ให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค ทั้งทางตรงและทางอ้อม
- ทางบริษัทฯ จัดให้มีระบบการสื่อสารข้อมูลด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ระหว่างองค์กรในห่วงโซ่อาหาร รายละเอียดดังตารางแสดงรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายนอก
- ทีมงานระบบคุณภาพจัดให้มีการสื่อสารข้อมูลภายในบริษัทเกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยอาหารเท่าที่จำเป็น ตามมาตรฐานรายละเอียดดังตารางแสดงรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในบริษัท
- ทีมงานระบบคุณภาพทำการประเมิน ปรับปรุงระบบบริหารจัดการความปลอดภัย เพื่อให้ทันสมัยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- ถ้ามีการจ้างบริษัทภายนอก ซึ่งมีผลกระทบต่อความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ทีมงานระบบคุณภาพจัดให้มีระบบการควบคุมและบันทึกการทำงานดังกล่าว
- บริษัทมีการกำหนดมาตรฐานวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ ใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ มีการกำหนดค่าควบคุมในกระบวนการผลิตเพื่อความสม่ำเสมอของผลิตภัณฑ์ มีการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบคุณภาพก่อนการปล่อยผ่านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและเกิดความปลอดภัยต่อของผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการยกระดับมาตรฐานของกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล



3.2 คุณภาพการบริการ

บริษัทฯ ใช้ระบบ QSC (Quality Service and Cleanliness) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ครอบคลุมทั้งด้านคุณภาพ บริการ และความสะอาดมาใช้ในการบริหารระบบงานหน้าร้านให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีกระบวนการประเมินและชี้วัดผลการทำงานที่ชัดเจน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าของเอส แอนด์ พี ได้รับอาหารและการบริการที่มีคุณภาพภายใต้มาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ ทั้งนี้ หากพบว่ามีการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับข้อบังคับที่สำคัญ (Critical) จะส่งผลให้ไม่ผ่านการประเมินในหมวดของหัวข้อการประเมินนั้นทันที เพื่อให้ทุกจุดขายตระหนักและให้ความสำคัญทั้งด้านคุณภาพ บริการ และความสะอาดตามมาตรฐานสูงสุดของบริษัทฯ

เป้าหมายการดำเนินการด้านการควบคุมคุณภาพ ปี 2567-2573

1. ทุกร้านค้าของ S&P มีการตรวจ QSC ครบ 100 %
2. ทุกร้านค้าที่ตรวจ QSC ต้องมีคะแนนสูงกว่า 85%
3. การตรวจ QSC ต้องถูกต้องตามมาตรฐาน 100%

ผู้รับผิดชอบในแต่ละระดับเพื่อตรวจทานการทำงาน

1. ผู้จัดการสาขา ตรวจประเมินร้านสัปดาห์ละ 1 ครั้ง
2. ผู้จัดการเขต ตรวจประเมินสาขาเดือนละ 1 ครั้ง
3. หน่วยงานคุณภาพ ตรวจประเมินสาขาอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

3.3 ระบบการตรวจสอบย้อนกลับ

• การตรวจสอบย้อนกลับวัตถุดิบ

บริษัทฯ ดำเนินการควบคุมคุณภาพตลอดกระบวนการผลิต โดยผลิตภัณฑ์ทุกประเภท คิดเป็น 100% จะถูกควบคุมคุณภาพให้ตรงตามมาตรฐานการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งได้ดำเนินการตรวจประเมินคุณภาพสินค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยหน่วยงานประกันคุณภาพ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการตรวจประเมินและเพื่อทวนสอบว่ามาตรฐานดังกล่าวยังถูกนำไปปฏิบัติอย่างเคร่งครัด สอดคล้องตามข้อกำหนด เพื่อสร้างความมั่นใจในเบเกอรี่และอาหารที่ผลิตจากบริษัทฯ มีคุณภาพและปลอดภัยเป็นไปตามระเบียบ ข้อกำหนด และกฎหมาย บริษัทฯ มีกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ ตั้งแต่การตรวจรับวัตถุดิบ ระหว่างกระบวนการผลิตจนถึงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บทการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

• การตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย

บริษัทฯ จัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ โดยใช้เทคโนโลยีบาร์โค้ดสินค้ารูปแบบใหม่ ด้วยเทคโนโลยีระบบ 2D Barcode เมื่อสแกนบาร์โค้ดสามารถตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ไปถึงแหล่งที่มาของกระบวนการผลิตได้ อาทิ วันผลิต ล็อตการผลิต เป็นต้น เพื่อสามารถตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหา และเรียกคืนกลับได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ สำหรับพนักงานหน้าร้านS&P เมื่อสแกนบาร์โค้ดระบบสามารถแจ้งข้อความเตือนในขั้นตอนการชำระเงิน เพื่อป้องกันการจำหน่ายสินค้าหมดอายุให้แก่ลูกค้าได้ด้วย **ทั้งนี้ ในปี 2567 ดำเนินการแล้วเสร็จ จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เค้กกล้วยหอม เค้กบัตเตอร์วานิลลา และเค้กช็อกโกแลตมาร์เบิ้ล**





จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ	ปี 2567
คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการตามคู่มือมาตรฐานการทำงานของบริษัทฯ	279 กรณี
คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการตามมาตรฐานคุณภาพสินค้าระดับสากล รวมทั้ง กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ	0 กรณี

ในปี 2567 บริษัทฯ มีข้อร้องเรียนเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามคู่มือมาตรฐานการทำงานของบริษัทฯ จำนวน 103 กรณี อาทิ กรณีลูกค้าได้รับข้าวหน้าไก่ราชวงศ์ ที่มีปริมาณน้ำซุปมากเกินกว่ามาตรฐาน ไม่ตรงกับภาพโฆษณา หรือกรณีลูกค้าได้รับพัฟสับปะรด มีรสเค็ม เป็นต้น โดยบริษัทฯ ไม่มีกรณีเกี่ยวข้องกับด้านคุณภาพสินค้า ตามมาตรฐานคุณภาพสินค้าระดับสากล รวมทั้งกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่กำหนด ทั้งนี้ บริษัทฯ ตระหนักคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญสูงสุดที่ต้องดำเนินการอย่างเคร่งครัดตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับ ซึ่งหากมีกรณีที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด จะส่งผลให้บริษัทฯ เสียค่าปรับหรือบทลงโทษ ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ ในสายตาของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งนี้ทางสาขาได้มีการดำเนินการทวนสอบและมีการแก้ไขปัญหาตามขั้นตอนอย่างสมบูรณ์ โดยหลังจากสิ้นสุดกระบวนการกรณีดังกล่าว ทางทีม QSC ได้ลงพื้นที่อบรมถึงกระบวนการการทำงานตามคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน (SOP) เพื่อย้ำเตือน และลดโอกาสการเกิดความผิดพลาดซ้ำ

4. การเพิ่มประสิทธิภาพ (OPTIMIZE)

บริษัทฯ มุ่งมั่นปรับปรุงการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการใช้นวัตกรรมและการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานทั้งส่วนโรงงาน หน้าร้าน และบริการดีลิเวอรี่ ด้วยการพัฒนาเว็บไซต์ให้เข้าถึงง่ายขึ้น พร้อมพัฒนาระบบการจ่ายเงินแบบไร้เงินสด (Cashless Payment) การนำระบบงานหลังบ้านที่เรียกว่า RPA (Robotic Process Automation) มาใช้เพื่อทำให้กระบวนการทำงานเป็นระบบอัตโนมัติ เช่น การสั่งสินค้า การจ่ายเงิน เพิ่มคุณภาพในกระบวนการให้แม่นยำยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีความร่วมมือกับพันธมิตร Food Aggregator เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดส่งสินค้าดีลิเวอรี่ และขยายฐานลูกค้าใหม่ เป็นการยกระดับคุณภาพของการบริการที่ให้ความสะดวกสบายและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้เอส แอนด์ พี สามารถแข่งขันและเติบโตทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

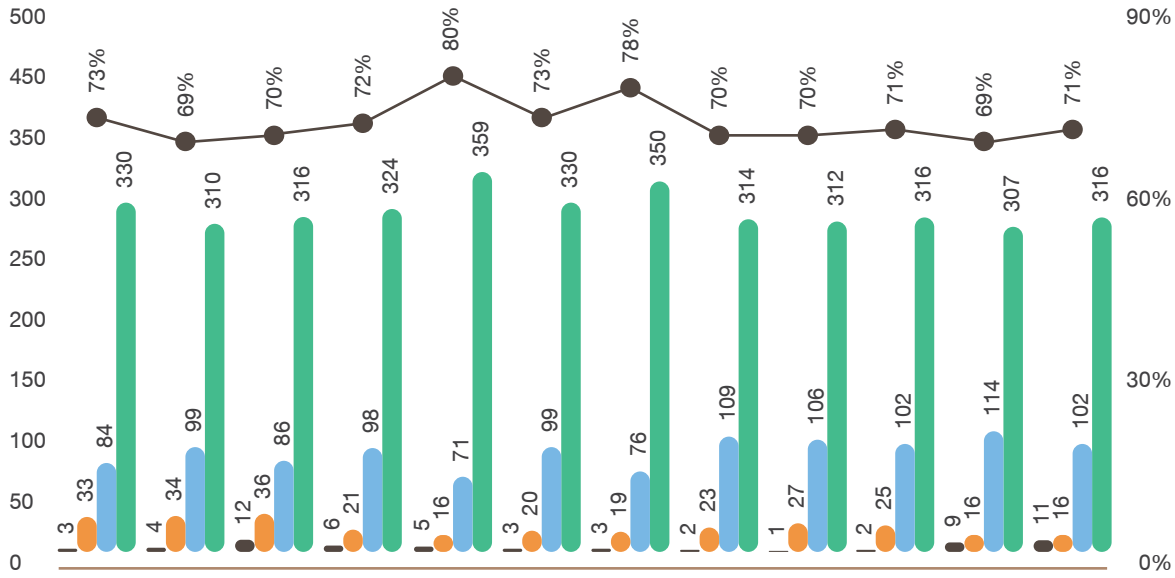
ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัยของอาหารในส่วนการผลิต (โรงงาน)

ผลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567
กำลังการผลิต**เบเกอรี่**ทั้งหมด (Total bakery production volume)	ตัน	7,427	7,036	7,894	7,977	7,202.59
กำลังการผลิตเบเกอรี่ที่ได้รับการรับรองจากมาตรฐานด้านความปลอดภัยของอาหารตามกฎหมายหรือมาตรฐานสากล เช่น GHPs, HACCP, ISO 22000, ISO 14001	ตัน	7,426.93	7,036.35	7,893.50	7,977	7,202.59
	%	100	100	100	100	100
กำลังการผลิต**อาหาร**ทั้งหมด (Total food production volume)	ตัน	3,919	4,157	4,291	4,818	4,880
กำลังการผลิตอาหารที่ได้รับการรับรองจากมาตรฐานด้านความปลอดภัยของอาหารตามกฎหมายหรือมาตรฐานสากล เช่น GMP, GMP Codex, ISO 22000, BRC,HACCP, FSSC22000	ตัน	3,919	4,157	4,291	4,818	4,880
	%	100	100	100	100	100

ผลการตรวจประเมิน QSC สำหรับร้านอาหารและเบเกอรี่ S&P ทุกจุดขาย

ในปี 2567 มีจำนวนจุดขายที่ได้รับการตรวจประเมิน QSC จำนวน 445 จุดขาย คิดเป็น 100% และผลการตรวจคะแนนที่ผ่านเกณฑ์ 85 % มีจำนวน 316 จุดขาย คิดเป็น 71%

แสดงคะแนนตรวจเดือนมกราคม - ธันวาคม 2567



คะแนน	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
<50%	3	4	12	6	5	3	3	2	1	2	9	11
50-69%	33	34	36	21	16	20	19	23	27	25	16	16
70-84%	84	99	86	98	71	99	76	109	106	102	114	102
<85%	330	310	316	324	359	330	350	314	312	316	307	316
รวม	450	447	450	449	451	452	448	448	446	445	446	445

โครงการที่สำคัญปี 2567

โครงการ S&P Growing Together

วัตถุประสงค์
เพื่อลงพื้นที่เยี่ยมชมเกษตรกรและคู่ค้า แลกเปลี่ยนความรู้ ร่วมพัฒนาคู่ค้า โดยร่วมกันหาแนวทางการพัฒนาวัตถุดิบให้มีความสด สะอาด ปลอดภัย คุณภาพตรงตามมาตรฐานS&P รวมทั้งมาตรฐานการผลิตของคู่ค้าที่สอดคล้องกับข้อกำหนด และมาตรฐานสากล สร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค อาทิ

- **การรับรองมาตรฐานหลักปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี** (Good Agricultural Practices: GAP) เป็นแนวทางในการทำการเกษตรอย่างยั่งยืน โดยกระบวนการผลิตจะต้องปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค ปราศจากการปนเปื้อนของสารเคมี ไม่ทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นระบบป้องกันหรือลดความเสี่ยงของอันตรายที่เกิดขึ้นในสินค้าเกษตรและอาหาร ได้แก่ วัตถุดิบกลุ่มพืชผล ปศุสัตว์ และสัตว์น้ำ
- **การรับรองมาตรฐานสำหรับอาหารทะเล** อาทิ ใบอนุญาตินำเข้าสัตว์น้ำ ASC Coc Certificate และใบรับรองการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ กรมประมงสำหรับสัตว์ทะเล เป็นต้น
- **การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม** (SDGsPGS) ได้แก่ ส้มอินทรีย์สีทอง จ.น่าน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

1. บริษัทฯ มั่นใจได้ว่าวัตถุดิบที่นำมาผลิตสินค้ามีคุณภาพและปลอดภัยตรงตามมาตรฐานสากลกำหนด
2. ผู้บริโภคได้รับสินค้าคุณภาพดีและมีความปลอดภัย ในราคาที่เหมาะสม
3. ลดความเสี่ยงจากการเกิดผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค

การรับรองมาตรฐานการผลิตด้านคุณภาพและความปลอดภัย

HACCP ISO 22000 QUALITY CONTROL SYSTEM
GHP GOOD HYGIENIC PRACTICE
FSSC 22000
ISO 9001:2015
ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM ISO 14001

วัตถุดิบ	มาตรฐานที่ได้รับ	ปริมาณการจัดซื้อสินค้าที่ได้รับการรับรอง เทียบกับกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน
น้ำตาลทรายขาว	GHP, HACCP, ISO9001, ISO14001, FSSC22000	100%
ข้าวหอมมะลิ	ISO9001, ISO14001, BRC, GHP, HACCP	100%
เนื้อหมู	GHP, HACCP, ISO9001, ISO14001, ISO45001	100%
กุ้งขาวแช่แข็ง	GHP, HACCP, ISO9001, ISO14001, FSSC22000	100%
ปลาแซลมอน	GHP, HACCP, ISO9001, ISO14001, FSSC22000	100%

ปี 2567 บริษัทฯ ลงพื้นที่เยี่ยมชมเกษตร 3 แห่ง ได้แก่ ผู้ผลิตไข่ไก่ตอกสด จ.นครปฐม ผู้ผลิตเนื้อไก่ที่เลี้ยงด้วยอาหารเสริมสมุนไพร จ.สระบุรี และผู้ผลิตปลาหมึกอบกรอบ จ.สมุทรสงคราม ทั้งนี้ สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่บทการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

โครงการตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ด้วยระบบ 2D Barcode

ในปี 2567 บริษัทฯ จัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ โดยใช้เทคโนโลยีบาร์โค้ดสินค้ารูปแบบใหม่ ด้วยเทคโนโลยีระบบ 2D Barcode

การดำเนินการ

Step 1

เมื่อลูกค้าเลือกซื้อสินค้า และสแกนบาร์โค้ดบนบรรจุภัณฑ์



บาร์โค้ดชุดเดียวกับลูกค้าและพนักงาน แต่การแสดงผลต่างกัน

Step 2 (ลูกค้า)

บาร์โค้ดจะลิ้งค์ไปยังเว็บไซต์ แสดงผลเป็นคลิปวีดีโอบอกเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ จุดเด่น คุณประโยชน์ กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์



Step 2 (พนักงาน S&P)

เมื่อพนักงานยิงบาร์โค้ด ณ จุดชำระเงินกรณีสินค้าหมดอายุการขาย ระบบจะแจ้งเตือนบน POS ณ จุดขาย เพื่อป้องกันการขายสินค้าหมดอายุ กรณีสินค้ายังไม่หมดอายุ ระบบจะผ่านไปยังหน้าชำระสินค้า



ปี 2567 โครงการ 2D Barcode สำหรับผลิตภัณฑ์ 3 รายการ ได้แก่ **เค้กกล้วยหอม เค้กบัตเตอร์วานิลลา และเค้กช็อกโกแลตมาร์เบิ้ล**

วัตถุประสงค์

1. ระบบตรวจสอบภายในบริษัทฯ สามารถตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ไปถึงแหล่งที่มาของกระบวนการผลิตได้ อาทิ วันผลิต ล็อตการผลิต เป็นต้น เพื่อตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหา และเรียกคืนกลับได้อย่างถูกต้อง
2. ป้องกันการขายผลิตภัณฑ์หมดอายุแก่ลูกค้า (Consumer Safety) ณ หน้าร้านS&P
3. ใช้ในการสื่อสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภค เช่น ข้อมูลผลิตภัณฑ์ จุดเด่นของวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

1. ผลิตภัณฑ์เค้กกล้วยหอม เค้กบัตเตอร์วานิลลา และช็อกโกแลตมาร์เบิ้ล แสดงข้อมูลผ่าน 2D Barcode บนบรรจุภัณฑ์
2. ลูกค้า สามารถรับทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้โดยการสแกน Barcode เชื่อมไปยังเว็บไซต์ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
3. จุดชำระเงิน กรณีสินค้าหมดอายุการขาย ระบบจะแจ้งเตือนบน POS ณ จุดขาย เพื่อป้องกันการขายสินค้าหมดอายุ กรณีสินค้ายังไม่หมดอายุ ระบบจะผ่านไปยังหน้าชำระสินค้า

ด้านเศรษฐกิจ

ในปี 2567 เริ่มโครงการเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2567 โดยผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 รายการ มียอดผลิต รวมจำนวน 5,464,231 ชิ้นต่อปี

1. ผลิตภัณฑ์เค้กกล้วยหอม ยอดผลิต 2,437,696 ชิ้นต่อปี
2. ผลิตภัณฑ์เค้กบัตเตอร์วานิลลา ยอดผลิต 2,084,597 ชิ้นต่อปี
3. ผลิตภัณฑ์เค้กช็อกโกแลตมาร์เบิ้ล ยอดผลิต 941,938 ชิ้นต่อปี









โครงการขอรับรองมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร FSSC 22000

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมอาหารและเบเกอรี่ มีการแข่งขันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากขึ้น มาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล คือ FSSC 22000 (Food Safety System Certification 22000) ซึ่งเป็นระบบมาตรฐานที่ได้รับการรับรองจาก Global Food Safety Initiative (GFSI) มาตรฐานนี้ช่วยให้บริษัทสามารถบริหารจัดการความปลอดภัยของอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ป้องกันการปนเปื้อน และสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) อบรมพนักงาน พัฒนาระบบเอกสาร และเตรียมความพร้อมสำหรับการตรวจรับรอง เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ จะสามารถผ่านการรับรอง FSSC 22000 V.6 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถรักษามาตรฐานความปลอดภัยอาหารให้สอดคล้องกับข้อกำหนดสากลในระยะยาว

วัตถุประสงค์

1. ยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร ให้เป็นไปตามข้อกำหนดสากล และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค
2. เพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร และขยายโอกาสทางธุรกิจในตลาดโลก
3. ลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของอาหาร โดยมีระบบควบคุมและตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
4. สร้างวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยอาหาร (Food Safety Culture) ให้เกิดขึ้นภายในองค์กร

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

1. เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคและเพิ่มโอกาสความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
2. ลดต้นทุนจากความสูญเสีย ข้อผิดพลาดในการผลิตและลดความเสี่ยงด้านกฎหมาย
3. เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ลดความล่าช้าในการผลิต และลดความสูญเสียที่เกิดจากวัตถุดิบที่ไม่ได้มาตรฐาน

ด้านสังคม

1. เสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์อาหารมีความปลอดภัย ปราศจากการปนเปื้อน และผ่านกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามมาตรฐาน
2. ส่งเสริมสุขอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน ด้วยสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยขึ้น
3. สร้างโอกาสการจ้างงานและพัฒนาทักษะแรงงาน
4. มีการพัฒนาและฝึกอบรมแรงงานให้มีความรู้และทักษะที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล

ด้านสิ่งแวดล้อม

1. ลดของเสียและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต
2. ลดมลพิษและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมีระบบควบคุม การจัดการของเสีย และการบำบัดน้ำเสียตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อม
3. ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิตและขนส่ง
4. สนับสนุนแนวทางความยั่งยืน (Sustainability) สอดคล้องกับนโยบายที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ (Responsible Sourcing) เป็นต้น

2. ด้านประสบการณ์ของลูกค้า

เป้าหมายปี 2573

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและการบริการ
ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 85

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

ผลคะแนน	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567
ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและการบริการ (ร้อยละ)	81	84	76	89	89

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการใช้บริการที่ร้านS&P ด้วยการให้บริการภายใต้แนวคิด ‘คุณภาพ คุณค่า คุณธรรม’ อันได้แก่

- Quality หมายถึง คุณภาพอาหาร และความปลอดภัยในอาหาร
- Service หมายถึง คุณภาพการบริการ และความรวดเร็วในการใช้บริการ
- Cleanliness หมายถึง คุณภาพความสะอาด ทั้งสถานที่ อุปกรณ์ และพนักงาน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องผ่านการจัดกิจกรรมรูปแบบต่างๆ รวมทั้งติดตามประเมินความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง มุ่งหวังเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของลูกค้าและเติบโตเคียงข้างกันอย่างยั่งยืน



แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีแนวทางการดำเนินงานด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าหลากหลายรูปแบบ เพื่อทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการของบริษัทฯ พร้อมทั้งเกิดความผูกพัน เชื่อมั่น และไว้วางใจในการบริการ ดังนี้

1. หลักการที่ใช้และการสื่อสารกับพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและพนักงานภายในองค์กร เมื่อบุคลากรเข้าใจนโยบายของบริษัทฯ จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ทำให้สามารถปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายสำหรับแจ้งนโยบายและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของบริษัทฯ เช่น การประชุมผู้จัดการสาขาประจำเดือน การประชุมคณะทำงานความยั่งยืน การแจ้งข่าวสารทางอีเมล์ และระบบอินทราเน็ต เป็นต้น

2. การฝึกอบรมพนักงานในการดูแลลูกค้า

บริษัทฯ ได้จัดตั้ง “ส่วนพัฒนาฝึกอบรมส่วนกลาง” โดยพนักงานทุกคนจะต้องผ่านการอบรมและทดสอบจากส่วนพัฒนาฝึกอบรมส่วนกลางตั้งแต่แรกเข้า และตลอดระยะเวลาของการเป็นพนักงาน เอส แอนด์ พี ตามหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะด้านต่างๆ ในการทำงาน ฝึกอบรมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของผู้บริโภค อาทิ การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบของอาหารที่ก่อให้เกิดการแพ้ และโภชนาการอย่างง่าย รวมทั้งฝึกอบรมการช่วยเหลือลูกค้ากลุ่มเปราะบางหรือผู้มีปัญหาสุขภาพเพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างเต็มศักยภาพ สำหรับหลักสูตรฝึกอบรมแก่ผู้จัดการร้านและพนักงาน ดังนี้

1. **การฝึกอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหาร**สำหรับผู้ประกอบกิจการและผู้สัมผัสอาหาร
2. **การฝึกอบรมขั้นตอนการบริการลูกค้า และหลักสูตรทักษะการขาย** (Selling Skills) สำหรับพนักงาน โดยมีเนื้อหาที่สอนความเข้าใจจุดเด่นของสินค้า สินค้าที่ก่อให้เกิดภูมิแพ้หรืออาการแพ้ เพื่อให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าและสนองตอบได้
3. **การฝึกอบรมด้านบุคลิกภาพ รวมทั้งทักษะการสื่อสารในการให้บริการ** เพื่อสร้างความมั่นใจและความราบรื่นในการให้บริการอาทิ การพูดต้อนรับและพูดขอบคุณลูกค้า การฝึกยิ้มและการแสดงสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส การฝึกพูดเชิญชวนเพื่อแนะนำโปรโมชั่นหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ การใช้น้ำเสียง รวมทั้งการรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด

3. การสื่อสารกับลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกับลูกค้าทุกเพศ ทุกวัย ทั้งการสื่อสารโดยตรงจากพนักงานปฏิบัติการหน้าร้านที่พบเจอลูกค้าทุกวันและการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มทั้งแบบออฟไลน์ เช่น สื่อประชาสัมพันธ์บนโต๊ะอาหาร (Table Menu) สื่อประชาสัมพันธ์บนเคาน์เตอร์แคชเชียร์ (Counter Stand) และกระดาษรองจาน ตลอดจนสื่อออนไลน์ผ่าน Website, Facebook, Line Official และช่องทางการสื่อสารอื่นๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและตอบสนองความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้รวดเร็วมากขึ้น

4. การพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสินค้า/บริการ

บริษัทฯ มีผู้เชี่ยวชาญทำหน้าที่วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ รวมทั้งมีเครื่องมือที่ทันสมัยต่อการผลิตสินค้าใหม่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ นอกจากนี้ ยังร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ อาทิ สถาบันอาหาร มหาวิทยาลัย และชุมชนต่างๆ เพื่อสร้างความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการนำวัตถุดิบของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ภายใต้การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของบริษัทฯ

นอกจากนี้ สำหรับลูกค้ากลุ่มเปราะบาง บริษัทฯ ได้มีการจัดสภาพแวดล้อมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่ใช้รถเข็น จำนวน 127 สาขาที่เป็นร้านอาหาร ได้แก่ สาขา ฟิวเจอร์พาร์ครังสิต แฟชั่นไอซ์แลนด์ และเซ็นทรัลลาดพร้าว เป็นต้น

1. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าด้วยรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Survey) ซึ่งลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยการสแกนคิวอาร์โค้ดจากท้ายใบเสร็จรับเงินหลังจากการรับบริการทุกครั้ง โดยสอบถามความพึงพอใจ 4 ประเด็นหลัก ได้แก่



รสชาติของอาหาร/สินค้า (Taste)



คุณภาพของสินค้าและบริการ (Quality)



ความสะอาด (Cleanliness)



การแนะนำต่อ (Recommendation)

สำหรับคำถามในแบบประเมินจะแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ



ให้คะแนนความพึงพอใจ 1-10



เสนอความคิดเห็นแบบเปิดกว้าง เช่น ความคาดหวังอื่นๆ ที่อยากให้พัฒนาเพิ่มเติม เป็นต้น

ทั้งนี้ เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการให้สนองตอบตรงตามความต้องการของลูกค้า ตลอดจนการพัฒนาระบบการทำงานที่มีมาตรฐานต่อเนื่องในระยะยาว เพื่อบรรลุเป้าหมายในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด

แบบประเมินความพึงพอใจมีความละเอียด และครอบคลุมประเด็นสำคัญคือ

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





2. การจัดการปัญหาจากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการพัฒนาด้านสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคที่สุด ดังนั้น บริษัทฯ จึงนำประเด็นที่ได้คะแนนน้อยที่สุด ควรปรับปรุง และความคิดเห็นสำคัญในประเด็นนั้นมากำหนดเป้าหมายในการจัดทำแผนงานปรับปรุงในปีถัดไป

3. การจัดการข้อร้องเรียน

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด จึงมีขั้นตอนการบริหารจัดการกรณีเกิดข้อร้องเรียนอย่างมีระเบียบแบบแผน และดำเนินการตามลำดับขั้นตอนที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ ที่ให้ความสำคัญกับลูกค้า และตอบสนองเรื่องการจัดการข้อร้องเรียนให้ครบกลุ่มลูกค้า ครอบคลุมทุกช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เปิดช่องทางสำหรับรับข้อร้องเรียนที่สามารถเข้าถึงได้หลากหลาย เช่น โทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเว็บไซต์

ขั้นตอนการจัดการข้อร้องเรียน

ช่องทางรับข้อร้องเรียน

โทรศัพท์ :	E-mail:	Website:
02 785 4000	crm@snpfood.com	www.snpfood.com/contact US

Social Media: Facebook “S&P”

QR Code ท้ายใบเสร็จ

แผนกบริหารจัดการข้อร้องเรียน

ประเภทข้อร้องเรียนทั่วไป (กำหนดการแก้ไขให้แล้วเสร็จภายใน 3 วัน)

- งานบริการ
- มารยาทพนักงาน
- คุณภาพอาหาร

ประเภทข้อร้องเรียนเรื่องร้ายแรง (กำหนดการแก้ไขให้แล้วเสร็จภายใน 1 วัน)

- ผลกระทบต่อสุขภาพลูกค้า
- อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นในร้าน
- สิ่งแปลกปลอม
- จำหน่ายสินค้าหมดอายุ

ขั้นตอนการจัดการข้อร้องเรียน

1. ติดต่อลูกค้าเพื่อประเมินความเสี่ยงเบื้องต้น
2. ทวนสอบระบบ ปัญหาที่เกิดขึ้น และแนวทางแก้ไขเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ
3. หน่วยงานต้นเรื่องติดต่อลูกค้าเพื่อชี้แจงปัญหาและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารับทราบ

กรณีปิดเคสได้ → หน่วยงานต้นเรื่องแจ้งปิดเคสให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทราบ

กรณีปิดเคสไม่ได้ → หน่วยงานต้นเรื่องแจ้งผู้จัดการส่วนและทีมCRM เพื่อหาแนวทางแก้ไขร่วมกัน

กรณีพบลูกค้า

ทีม CRM พร้อมผู้จัดการเขตหรือผู้จัดการส่วนเดินทางไปขอโทษลูกค้าด้วยตัวเอง พร้อมจดหมาย ขอโทษและกระเช้าผลิตภัณฑ์ ในกรณีเคสร้ายแรงจะมีการชดเชยค่ารักษาพยาบาล

ในปี 2567 มีเรื่องร้องเรียน จำนวน 521 กรณี โดยแบ่งข้อร้องเรียนออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัญหาด้านบริการ/ปัญหาทั่วไป และปัญหาร้ายแรง โดยมีการทวนสอบหาสาเหตุการเกิดข้อร้องเรียน ส่งเรื่องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไข ติดตามผลการดำเนินการแก้ไขปรับปรุง ทำจดหมายส่งออก ติดต่อลูกค้าเพื่อแจ้งให้ผู้ร้องเรียนทราบและสำรวจ ความพึงพอใจ จัดทำจดหมายขอโทษลูกค้า และรายงานผลดำเนินงานให้ผู้บริหารทราบทุกครั้ง รวมถึงมีการเก็บข้อมูลสถิติเรื่องร้องเรียนเพื่อใช้วิเคราะห์ ปรับปรุงการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน เพิ่มประสิทธิภาพการบริการด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยบริษัทฯ นำประเด็นในลำดับต้น และปัญหาร้ายแรงมาแสดงตัวอย่างการวิเคราะห์ปัญหา และแก้ไข

ปัญหาด้านบริการ/ทั่วไป
รับการแก้ไขภายใน 3 วัน

ดำเนินการ: ขอโทษทันที ทำการตรวจสอบสาเหตุจากหน่วยงานต้นเรื่อง บันทึกรายละเอียดลงในแบบฟอร์ม ส่ง Email ให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรายงานผลและการแก้ไขให้ผู้แจ้งทราบ ติดตามผลและสำรวจความพึงพอใจ

1. อบรมพนักงานที่บริการ ณ ร้านอาหารและจุดขายตามมาตรฐาน S&P
2. พนักงานสามารถทำงาน Cross-Functional ทำงานทดแทนกันได้
3. นำหุ่นยนต์มาช่วยลดเวลาบางส่วน เพื่อให้ความสะดวกในการบริการ
4. ในเวลาเร่งรีบนำ ระบบ Cashless-Payment มาช่วยลดระยะเวลาการรอของลูกค้า

ปัญหาร้ายแรง
รับการแก้ไขภายใน 1 วัน

ดำเนินการ: ติดต่อลูกค้าทันที เพื่อประเมินความเสี่ยงและความรุนแรงของปัญหาพร้อมเตรียมแนวทางแก้ไข/วิเคราะห์ปัญหา ชดเชย และดำเนินการตามระเบียบข้อปฏิบัติ

1. อบรมพนักงานที่บริการ ณ ร้านอาหารและจุดขายตามมาตรฐาน S&P
2. พัฒนาร้านให้ผ่านมาตรฐาน QSC ตามกระบวนการทำงานของบริษัทฯ
3. ดำเนินงานตามมาตรฐาน ISO 22000:2018 ของโรงงานอย่างเคร่งครัด
4. จัดทำกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับที่สามารถตรวจสอบที่มาสินค้าได้

บริษัทฯ ได้นำผลคะแนนมาวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงแนวทางพัฒนาการให้บริการของสาขาดังนี้

1. จัดอบรมพนักงานด้านการบริการ
2. นำเทคโนโลยี และนวัตกรรมมาช่วยงานด้านบริการ โดยนำหุ่นยนต์ช่วยเสิร์ฟ ซึ่งปัจจุบันใช้ในร้านอาหาร S&P จำนวน 10 จุดขาย ทั้งนี้ หุ่นยนต์ 1 ตัว สามารถทดแทนกำลังคนได้ 1 คน
3. นำระบบ Cashless-Payment ที่ครอบคลุมทุกช่องทาง เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า
4. นำระบบ Mobile Take Order รับออเดอร์ลูกค้า เพื่อลดความผิดพลาดในการรับคำสั่ง โดยลูกค้าสามารถระบุคำสั่งพิเศษเพิ่มได้ อาทิ ลดปริมาณข้าว ไม่รับวัตถุดิบที่ก่อให้เกิดการแพ้
5. หลังจากบันทึกปริมาณคำสั่งผ่าน Mobile Take Order แล้ว ระบบจะส่งข้อมูลไปในครัว เพื่อเตรียมอาหารตามออเดอร์ และใช้ระบบชำระเงินบนมือถือ (Mobile POS) ซึ่งช่วยให้พนักงานรับชำระเงินที่โต๊ะได้ทันที

4. การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรทุกกลุ่ม โดยบริษัทฯ ได้ประกาศใช้นโยบายความเป็นส่วนตัว รวมถึงการจัดทำเอกสารแจ้งการเก็บรวบรวม การใช้ เปิดเผย และดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อป้องกันการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล และสร้างความมั่นใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียถึงการบริหารจัดการข้อมูลอย่างเหมาะสม รวมทั้งได้รับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด

ทั้งนี้ ก่อนการสนทนาในการรับเรื่องร้องเรียน ทางบริษัทฯ จะดำเนินการสื่อสารเพื่อแจ้งถึงนโยบายความเป็นส่วนตัว เพื่อให้ลูกค้ารับทราบและยินยอมก่อนเริ่มกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงการตอบแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้า จะมีข้อความสื่อสารเพื่อรับการยินยอมเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลก่อนเริ่มดำเนินการเช่นกัน

นโยบายความเป็นส่วนตัว
www.snpfood.com

เอกสารแจ้งการเก็บรวบรวมและดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล
www.snpfood.com



สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

การจัดการข้อร้องเรียน

ปัญหาที่ได้รับการร้องเรียนทั้งหมด (กรณี)	521		
การดำเนินการและแจ้งกลับผู้แจ้งร้องเรียน	คิดเป็น 100%		
ปัญหาด้านบริการ/ทั่วไป	ได้รับการแก้ไขภายใน 3 วัน	176 กรณี	คิดเป็น 53%
ปัญหาร้ายแรง	ได้รับการแก้ไขภายใน 1 วัน	0 กรณี	คิดเป็น 0%

ความพึงพอใจของลูกค้า

คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (CSAT – Customer Satisfaction Scores)	คิดเป็น 89 % ของจำนวนลูกค้าที่ตอบแบบประเมินทั้งสิ้น 20,552 คน

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

จำนวนข้อร้องเรียนจากหน่วยงานภายนอก (กรณี)	521
จำนวนข้อร้องเรียนจากหน่วยงานกำกับดูแล/ภาครัฐ (กรณี)	0
จำนวนการรั่วไหลหรือละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล (กรณี)	0

ทั้งนี้ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
www.snpfood.com

โครงการที่สำคัญปี 2567

โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ปี 2567

แผนกลูกค้าสัมพันธ์พัฒนาช่องทางการประเมินเพื่อสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการทำแบบประเมิน คือ QR Code ท้ายใบเสร็จ และ Line Official S&P เพื่อรวบรวมความคิดเห็นจากลูกค้า สามารถตอบสนองความต้องการ และแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที อันนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ตลอดจนนำไปพัฒนากระบวนการดำเนินงานเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

ช่องทางการทำแบบประเมิน

1. QR Code ท้ายใบเสร็จ



2. Line Official S&P
(เปิดระบบในกรณีที่ยอดการทำแบบประเมินไม่มาก)



ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งมีลูกค้าตอบแบบประเมินจำนวน 20,552 คน พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของบริษัทฯ เฉลี่ยอยู่ที่ 89% โดยมีความพึงพอใจด้านความสะอาดสูงสุดถึง 92% มีความพึงพอใจด้านรสชาติอาหาร เท่ากับ ความพึงพอใจด้านคุณภาพอาหาร 91% และมีความพึงพอใจด้านการให้บริการที่เป็นมิตร เท่ากับ การแนะนำบอกต่อร้าน S&P ให้กับบุคคลใกล้ตัวมาใช้บริการ 90%

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นพัฒนาปรับปรุงการให้บริการที่รวดเร็วขึ้น โดยการพัฒนาทักษะของพนักงานให้ทำงานได้อย่างหลากหลาย และสามารถทดแทนการทำงานของพนักงานในส่วนที่ขาดได้อย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

วัตถุประสงค์

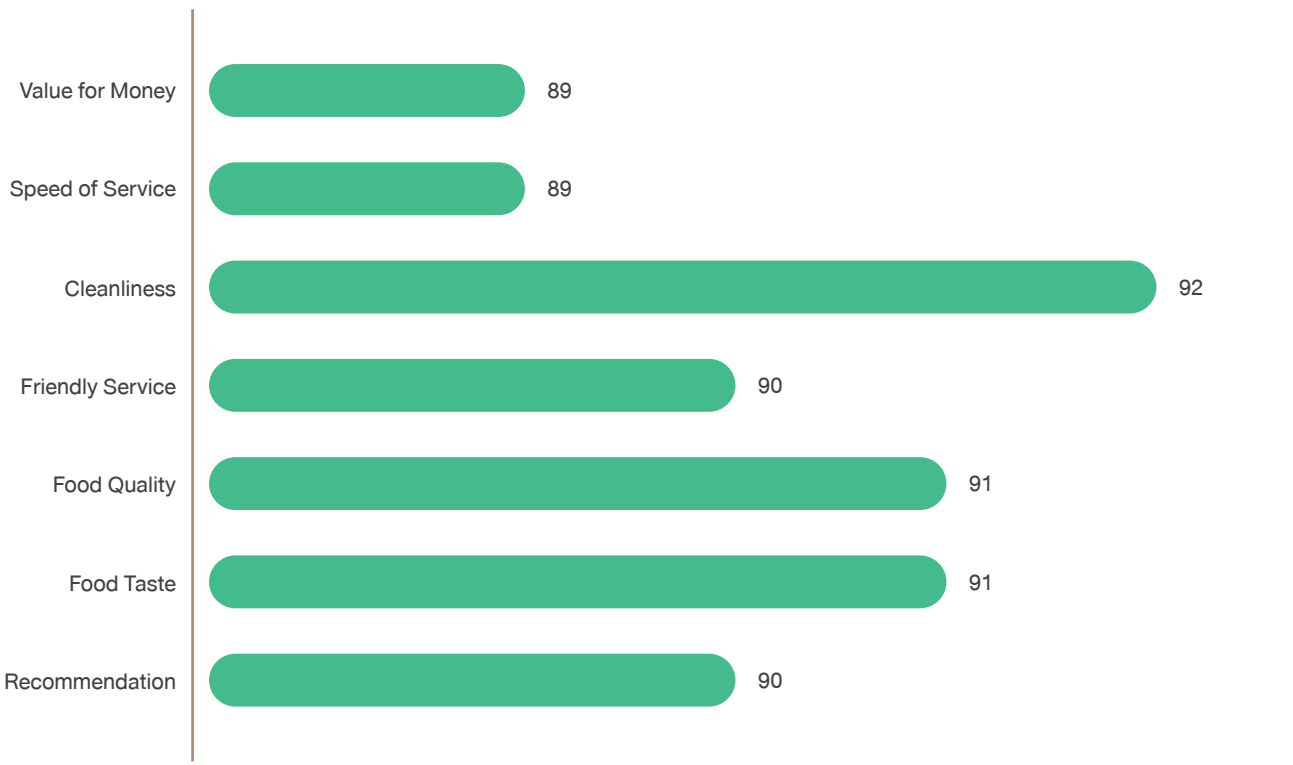
1. เพื่อทราบความพึงพอใจของลูกค้า และนำข้อมูลมาปรับใช้ในการพัฒนาการให้บริการต่อไป
2. เพื่อวัดผลได้อย่างต่อเนื่อง และประเมินผลการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. เพื่อนำไปประเมินมาตรฐานการบริการ จากตัวชี้วัดผลการประเมินความพึงพอใจลูกค้า

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

ผลการประเมิน	89%
จำนวนลูกค้าตอบแบบประเมิน	20,552 คน

คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าแยกตามประเด็น



โครงการฝึกอบรมการให้บริการ

1 หลักสูตรฝึกอบรมการให้บริการแก่พนักงาน

หลักสูตร “ยิ้มสดใสหัวใจเบิกบาน”

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการทำงานของพนักงานทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติในด้านต่างๆ อาทิ งานครัว หลักสูตรอาหารเมนูใหม่ อาหารพิเศษ เครื่องดื่มพิเศษ ตลอดจนทักษะการให้บริการ ฯลฯ เพื่อให้พนักงานมีความชำนาญ สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า ตลอดจนเพื่อป้องกันการเกิดข้อร้องเรียนในระยะยาว ผ่านการพัฒนาทักษะการให้บริการ เทียบเท่ามาตรฐานสากล เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

วัตถุประสงค์

เพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจสาเหตุของการไม่ยิ้ม และฝึกให้พนักงานมีทักษะในการยิ้มที่เป็นธรรมชาติสำหรับใช้ในงานบริการ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

1. เพิ่มความพึงพอใจในการรับบริการแก่ลูกค้าได้ถึง **89%**
2. ลดข้อร้องเรียนได้ถึง **1%** จากจำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการบริการทั้งหมด โดยก่อนเปิดหลักสูตรอบรม มีจำนวนข้อร้องเรียนสูงที่สุด **14%** และหลังเปิดหลักสูตรอบรม มีจำนวนข้อร้องเรียนลดลงเหลือ **13%** จากข้อร้องเรียนทั้งหมด

2 หลักสูตรฝึกอบรมการให้บริการแก่ผู้สนใจสุขภาพ

หลักสูตร “ทักษะการขายสำหรับพนักงาน (Selling Skills)”

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการขายของพนักงานทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติในด้านต่างๆ อาทิ การรู้จักสินค้าเป็นอย่างดีและสามารถแนะนำสินค้าได้ตรงความต้องการของลูกค้า รวมถึงสามารถแนะนำสินค้าที่มีสารก่อให้เกิดภูมิแพ้ สำหรับลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าและสามารถแนะนำสินค้าได้ตรงตามความต้องการ
2. เพื่อให้พนักงานมีทักษะในการขายที่ตรงใจลูกค้า





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

จำนวนพนักงานเข้าอบรม **882** คน จากจำนวนพนักงานทั้งหมด **1,165** คน คิดเป็น **76%**

โครงการการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

วัตถุประสงค์

1. สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของนโยบายความเป็นส่วนตัว การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ตลอดจนกฎระเบียบข้อบังคับตามมาตรฐานสากล เพื่อเป็นการปกป้องสิทธิความเป็นส่วนตัวของลูกค้า
2. เพื่อให้พนักงานทุกคน มีความตระหนักในความสำคัญของข้อมูลส่วนบุคคล มีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับประเภทของข้อมูลส่วนบุคคล และสิทธิของเจ้าของข้อมูล โดยสามารถนำไปปฏิบัติในส่วนตนและส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานได้อย่างถูกต้องตามกฎระเบียบข้อบังคับตามมาตรฐานสากล







ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

พนักงานมีความเข้าใจในเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ผ่านการเข้าอบรมทำแบบประเมินและผ่านเกณฑ์ จำนวน 4,321 คน หรือร้อยละ 100

โครงการปรับปรุงเว็บไซต์สำหรับบริการดีลิเวอรี่ 1344

ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบันที่เน้นความสะดวก และรวดเร็ว จึงนิยมสั่งอาหารผ่านช่องทางดีลิเวอรี่และออนไลน์ ในปี 2567 บริษัทฯ จึงได้ขยายช่องทางการขายผ่านออนไลน์ ด้วยการปรับปรุงเว็บไซต์ใหม่ เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า และลดข้อผิดพลาดจากเว็บไซต์เดิม โดยโครงการจะพัฒนาเว็บไซต์ใหม่ที่มีลักษณะเด่นดังนี้:

1. ออกแบบใหม่ให้สะดวกต่อการใช้งานของลูกค้า
2. เพิ่มประสิทธิภาพของระบบ
3. เพิ่มความสามารถในการปรับเปลี่ยน และรองรับเพิ่มเติมฟีเจอร์ใหม่
4. มีฟีเจอร์ขั้นพื้นฐานของระบบครบถ้วน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

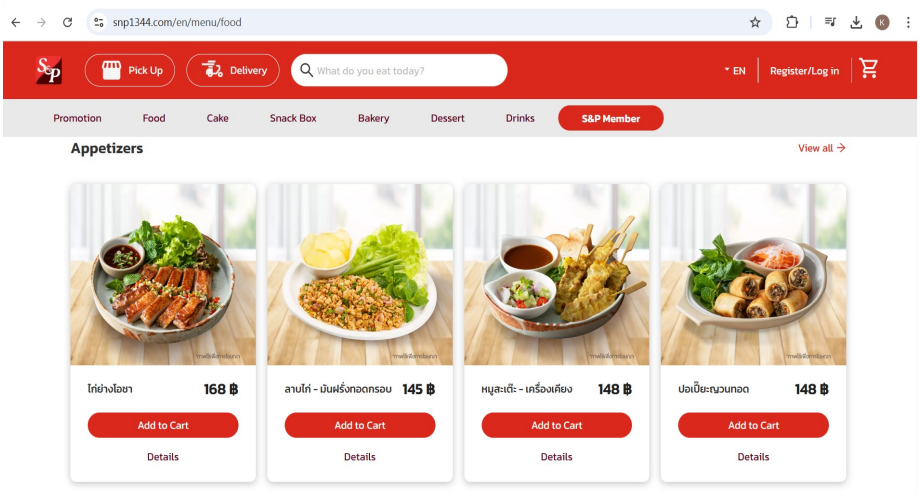
1. พัฒนาช่องทางการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย
2. ขยายฐานลูกค้าใหม่
3. สามารถสร้างยอดขายได้ถึง 15.8 ล้านบาทตลอดปี เพิ่มขึ้นจากเดิม 1%

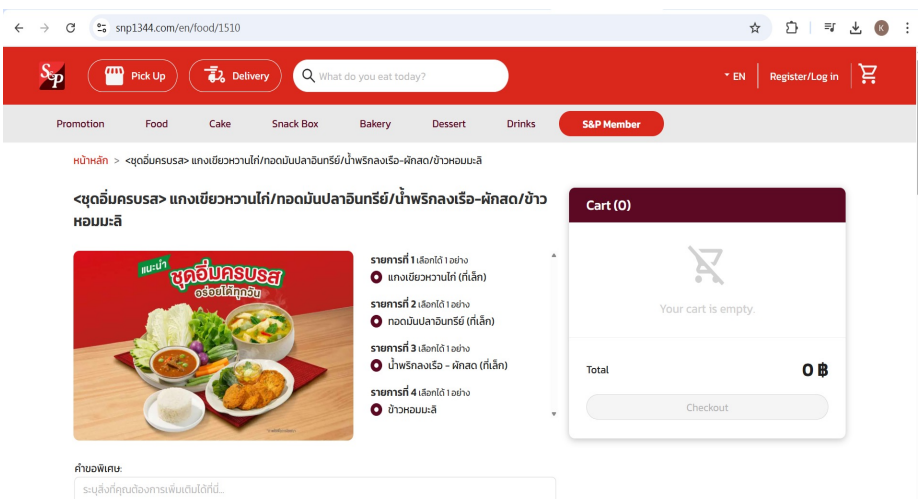
ด้านสังคม

1. สร้างความพึงพอใจในการใช้บริการแก่ลูกค้า
2. ลดระยะเวลาการรอคอยจากการติดต่อผ่าน Call Center โดยลูกค้าสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองในเว็บไซต์

ด้านสิ่งแวดล้อม

1. ระบบสามารถเชื่อมโยงออเดอร์ไปยังสาขาที่ใกล้ที่สุดในรัศมี 3–5 กิโลเมตร เพื่อเป็นการลดระยะทาง สาขาสามารถบริหารจัดการเที่ยวขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ลูกค้าสามารถเลือกรับสินค้าที่สาขาได้ด้วยตนเอง หรือปักหมุดใช้บริการจากสาขาที่ใกล้เคียงได้ เพื่อเป็นการลดระยะทาง ส่งผลต่อการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการขนส่ง





ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญพื้นฐาน

(ประเด็นด้านความยั่งยืนที่ไม่มีนัยสำคัญ)



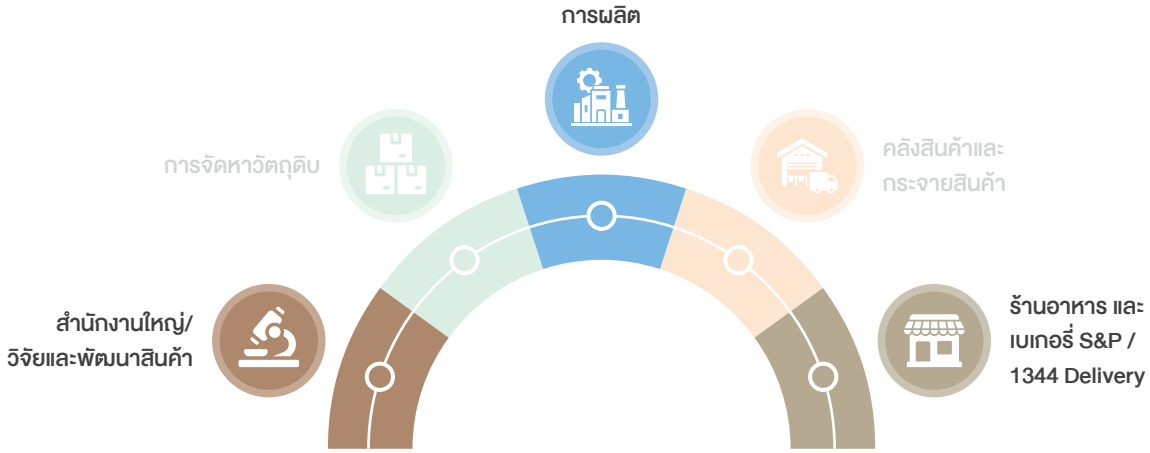
สิทธิมนุษยชนและแรงงานสัมพันธ์ 285

การจัดการน้ำ 301

ความหลากหลายทางชีวภาพ 308

อาชีวอนามัยและความปลอดภัย 312

สิทธิมนุษยชนและแรงงานสัมพันธ์



เป้าหมายปี 2567

การส่งเสริม
ความหลากหลายพนักงาน

อัตราลาออกโดยสมัครใจ
ของพนักงานทุกระดับในองค์กร
(Staff Turnover Rate)
≤ ร้อยละ 50

ประสิทธิภาพในการทำงาน
ของพนักงานทุกระดับในองค์กร
สร้างผลตอบแทนให้บริษัท

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

การส่งเสริมความหลากหลาย
พนักงานเพศหญิง
ร้อยละ 74.03

การส่งเสริมความหลากหลาย
พนักงานตามอายุ

- อายุน้อยกว่า 30 ปี
  ร้อยละ 44.09
- อายุ 30–50 ปี
  ร้อยละ 46.05
- อายุมากกว่า 50 ปี
  ร้อยละ 9.86

อัตราลาออกโดยสมัครใจ
ของพนักงานทุกระดับในองค์กร
(Staff Turnover Rate)
ร้อยละ 31.43

ที่มาและความมุ่งมั่น

“บุคลากร” เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จและการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นกับบุคลากร อาทิ การปฏิบัติด้านแรงงานที่เป็นธรรม การป้องกันการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด การใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับตามกฎหมายกำหนด รวมถึงจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทฯ การลดชั่วโมงการทำงานที่เกินความจำเป็น การได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการดำรงชีวิต โดยจัดสวัสดิการที่เหมาะสมนอกเหนือจากค่าจ้าง เสรีภาพในการรวมกลุ่มเพื่อเจรจาต่อรอง เพื่อรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของพนักงาน ตลอดจนส่งเสริมความหลากหลายและการอยู่ร่วมกันอย่างเท่าเทียม เนื่องจากสิทธิมนุษยชนและแรงงานสัมพันธ์นับเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ซึ่งผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนสามารถส่งผลกระทบต่อธุรกิจอาจเกิดการหยุดชะงักได้ และมีค่าใช้จ่ายในการฟ้องร้องมูลค่าสูง

ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน พร้อมกับสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงได้ผลักดันการปฏิบัติด้านแรงงานให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล และมุ่งมั่นขยายขอบเขตการดำเนินงานในด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานของพนักงาน รวมถึงการตรวจสอบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence : HRDD) ตามแนวทางสากลซึ่งรวมถึงหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights : UDHR) แห่งสหประชาชาติ (United Nation) หลักการข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact : UN Global Compact) หลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights : UNGP) และปฏิญาณว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (Declaration on Fundamental Principles and Rights at work) ขององค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization : ILO) และกฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทประกอบธุรกิจ

แนวทางการดำเนินงาน

การร่วมเจรจาต่อรองกับบริษัท

บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีอิสระเสรีภาพในการมีส่วนร่วมเจรจาต่อรองกับบริษัทเกี่ยวกับข้อตกลงที่ส่งผลกระทบต่อพนักงาน ผ่านการแต่งตั้งคณะกรรมการสวัสดิการ เพื่อเป็นผู้แทนพนักงานร่วมหารือและเจรจากับนายจ้าง 4 ครั้งต่อปี รวมทั้งจัดสวัสดิการที่เหมาะสม ให้คำปรึกษา เสนอแนะความคิดเห็นเรื่องสวัสดิการต่างๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ลูกจ้าง ลูกค้า คู่ค้า ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมถึงการแจ้งผู้มีส่วนได้เสียล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน หากบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยยะสำคัญขององค์กร **ในปี 2567 คณะกรรมการสวัสดิการประกอบด้วยสมาชิกจำนวน 8 คน และได้ดำเนินการประชุม 4 ครั้ง ดังนี้**

กำหนดการการประชุม	วาระการประชุม
ประชุมครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2567	หารือแนวโน้มความต้องการสวัสดิการของพนักงาน
ประชุมครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2567	ทบทวนสวัสดิการพนักงานปัจจุบันของบริษัทฯ
ประชุมครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2567	หารือกิจกรรมมอบรางวัลอายุงานประจำปี 2567 และพิจารณาโครงสร้างและนโยบายการให้สิทธิประโยชน์และสวัสดิการ
ประชุมครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2567	หารือแผนงานการตรวจสุขภาพประจำปี 2568

การจัดสวัสดิการเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต

บริษัทฯ ได้จัดสรรสวัสดิการด้านความมั่นคงของชีวิตแก่พนักงาน ครอบคลุมทุกหน่วยงาน เป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน เพื่อให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างสบายใจ ส่งผลต่อศักยภาพในการทำงานที่ดียิ่งขึ้น ได้แก่ สวัสดิการด้านเงินกู้กับสถาบันการเงิน และเงินช่วยเหลือต่างๆ เช่น เงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย เงินกู้สินเชื่อบุคคล โดยพนักงานจะได้รับสิทธิในการพิจารณาตามเงื่อนไขพิเศษ เงินช่วยเหลือการศึกษาบุตร รวมทั้งเงินช่วยเหลือกรณีเกิดภัยพิบัติต่างๆ

บริษัทฯ ให้สิทธิพนักงานหญิงลาคลอดตามกฎหมายกำหนด โดยพนักงานหญิงมีครรภ์มีสิทธิ์ลาคลอดบุตรครรภ์หนึ่งไม่เกิน 98 วัน โดยวันลาเพื่อคลอดบุตรนี้รวมถึงวันลาเพื่อตรวจครรภ์ก่อนคลอดบุตร รวมทั้งให้นับรวมวันหยุดที่มีในระหว่างวันลาด้วย สำหรับพนักงานหญิงมีครรภ์ มีสิทธิ์ได้รับค่าจ้างเท่ากับค่าจ้างในวันทำงานตลอดระยะเวลาที่ลาเพื่อคลอดบุตร แต่ไม่เกิน 45 วัน **โดยในปี** 2567 **พนักงานหญิงใช้สิทธิ์ลาคลอดและกลับมาทำงานหลังใช้สิทธิ์ครบร้อยละ** 63.16 สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่บทการจัดการทรัพยากรมนุษย์

การตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

บริษัทฯ กำหนดให้คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน และหน่วยงานสำนักพัฒนาความยั่งยืนร่วมกับฝ่ายทรัพยากรบุคคล รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ได้แก่ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายผลิต ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อร่วมกันวิเคราะห์ และประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้น โดยร่วมกันจัดทำมาตรการป้องกันและเยียวยา ที่ประกอบด้วยการประกาศและทบทวนนโยบายการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนเพื่อให้พนักงานยึดถือเป็นแนวปฏิบัติทั้งต่อพนักงานด้วยกัน และต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ตรวจสอบรับเรื่องรายวันอย่างสม่ำเสมอ คือ หน่วยงานตรวจสอบภายใน เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินกิจกรรมขององค์กรไม่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงการบูรณาการแนวปฏิบัติด้านความเสี่ยงเข้ากับการดำเนินงานของบริษัทฯ ผ่านการสื่อสารในจรรยาบรรณสำหรับคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน รวมถึงจรรยาบรรณสำหรับพันธมิตรทางธุรกิจ นอกจากนี้ยังกำหนดแผนงานฝึกอบรมด้านสิทธิมนุษยชน โดยใช้กับการดำเนินธุรกิจของบริษัท เอส แอนด์ พี ชินดิเคท จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ รวมถึงส่งเสริมให้คู่ค้าเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของตนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในการเคารพสิทธิมนุษยชน



1 การประกาศนโยบายและหลักการของบริษัทฯ ที่ว่าด้วยการเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ สื่อสารนโยบายที่ประยุกต์จากหลักการพื้นฐานและมาตรฐานสากลด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อให้พนักงานในองค์กร และคู่ค้ามีความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนมีความตระหนักถึงความสำคัญของการเคารพสิทธิมนุษยชน

2 การตรวจประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

เพื่อระบุความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในประเด็นสำคัญต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริง หรือมีแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งทบทวนการดำเนินงานเพื่อบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มจากการดำเนินงานของบริษัทฯ

3 การบูรณาการผลการประเมินกับการบริหารงานภายในองค์กร

เพื่อวางแผนและกำหนดแนวทางการป้องกัน และการบริหารจัดการแก้ไขและเยียวยาผลกระทบในกรณีเกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนหรือมีการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรมให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กร

4 การติดตามผล และการรับเรื่องร้องเรียน

บริษัทฯ จัดให้มีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชนจากพนักงาน และผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงกระบวนการตรวจสอบเรื่องร้องเรียน เพื่อดำเนินการแก้ไขและเยียวยาผู้เสียหายอย่างเหมาะสม ตลอดจนนำประเด็นร้องเรียนมาพิจารณา ปรับปรุงการดำเนินงาน เพื่อป้องกันให้เกิดกรณีซ้ำ หรือเหตุการณ์ใหม่ได้ ผ่านช่องทางการร้องเรียนบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยหน่วยงานตรวจสอบภายในจะนำข้อร้องเรียนดังกล่าวหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการแก้ไขเยียวยาภายใน 30 วัน รวมทั้งมีการติดตามผลและทวนสอบผลที่เกิดขึ้นจริง

ช่องทางการสื่อสาร

- โทรศัพท์ : 089-204-5542 หรือ 0-2785-4000 ต่อ 386
- อีเมล : whistleline@snpfood.com
- ตู้รับเรื่องร้องเรียน : สำนักงานใหญ่ และสำนักงานต่างๆ ของบริษัท รวมถึงโรงงานผลิตอาหารและเบเกอรี่ S&P
- จดหมายปิดผนึก : สำนักงานตรวจสอบ บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

5 การแก้ไข และเยียวยาผลกระทบ

บริษัทฯ ดำเนินการแก้ไข และเยียวยาผลกระทบตามแนวทางและมาตรการที่กำหนด ตลอดจนติดตามผลเพื่อนำประเด็นที่เกิดขึ้นมาปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเปิดเผยผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงาน

www.snpfood.com

สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

การตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

ความครอบคลุมของการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

ร้อยละ 100
ตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ

ประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ (Salient Issues)

- ประเด็นด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานและคู่ค้า
- ประเด็นด้านสุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า/ผู้บริโภค และชุมชน

การจัดทำมาตรการป้องกันและแก้ไขสำหรับประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญ (Salient Issues)

ทุกประเด็นมีการจัดทำมาตรการป้องกันและแก้ไขครบถ้วน ร้อยละ 100

กรณีเหตุการณ์ละเมิดสิทธิมนุษยชน (รวมประเด็นด้านแรงงานเด็ก แรงงานบังคับ ชุมชนพื้นเมือง และการเลือกปฏิบัติ)

0 กรณี



การส่งเสริมความหลากหลายพนักงาน

จำแนกตามเพศ : คณะกรรมการ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	5	71.43
หญิง	2	28.57

จำแนกตามอายุ : คณะกรรมการ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุน้อยกว่า 30 ปี	-	-
อายุ 30-50 ปี	-	-
อายุมากกว่า 50 ปี	7	100

จำแนกตามเพศ : ผู้บริหารระดับสูง – พนักงาน

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	1,111	25.97
หญิง	3,167	74.03

จำแนกตามอายุ : ผู้บริหารระดับสูง – พนักงาน

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุน้อยกว่า 30 ปี	1,886	44.09
อายุ 30-50 ปี	1,970	46.05
อายุมากกว่า 50 ปี	422	9.86

จำแนกตามอายุ : ผู้บริหารระดับสูง – พนักงาน

สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงานระหว่างเพศชายและเพศหญิงอยู่ที่ 1:0.86

การจ้างงานผู้พิการ : พนักงาน

จำนวน 44 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.03

เสรีภาพในการสมาคม : พนักงาน

การดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัทฯ ผ่านการจัดประชุม 4 ครั้งต่อปี

โครงการที่สำคัญ ปี 2567

โครงการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



ในปี 2567 บริษัทฯ ดำเนินการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านร่วมกับที่ปรึกษาที่เชี่ยวชาญ โดยประเมินประเด็นความเสี่ยงที่พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า/ผู้บริโภค และชุมชน จะมีโอกาสได้รับการละเมิดหรือถูกละเมิดสิทธิพื้นฐานของมนุษย์ระหว่างการปฏิบัติงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า ผ่านการระบุระดับความรุนแรง (Severity) ครอบคลุมระดับของผลกระทบ (Scale) จำนวนของผู้ได้รับผลกระทบ (Scope) และความสามารถในการเยียวยา (Remendability) และโอกาสในการเกิด (Likelihood) หากมีประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนใดแสดงผลระดับความเสี่ยงในเกณฑ์สูง บริษัทฯ จะกำหนดมาตรการเพิ่มเติมเพื่อลดและควบคุมความเสี่ยงดังกล่าว ทั้งนี้ ผลการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน พบว่า ประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญ (Salient Issues) ได้แก่ ประเด็นด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานและคู่ค้า และประเด็นด้านสุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า/ผู้บริโภค และชุมชน ซึ่งจากผลดังกล่าว บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการรองรับเพื่อควบคุมและลดความเสี่ยง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ขยายขอบเขตการพิจารณาด้านสิทธิมนุษยชนไปยังคู่ค้าของบริษัทฯ ซึ่งคู่ค้าในระดับ Tier 1 ทุกราย จะได้รับการตรวจประเมินด้าน ESG ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพิจารณาคัดเลือกคู่ค้าของบริษัทฯ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน ได้แก่ ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย กระบวนการตรวจสอบอายุแรงงานและใบอนุญาตทำงาน และนโยบายการปกป้องด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพิจารณาประเด็นความเสี่ยงด้าน ESG โดย คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนสังคมและสิ่งแวดล้อมไป พร้อมกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันประเด็นเรื่อง สิทธิมนุษยชน เป็นเรื่องที่องค์กรให้ความสำคัญ
2. เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานได้รับความรู้และร่วมพิจารณาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของเรา จะไม่ก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ผู้รับเหมา และชุมชน
3. เพื่อระบุและประเมินความเสี่ยงที่เกิดขึ้น หรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นเพื่อรับมือได้ทันการณ์ ตลอดจนระบุประเด็นสิทธิมนุษยชนที่สำคัญขององค์กรและกำหนดมาตรการเพิ่มเติมเพื่อควบคุมและป้องกันได้อย่างรอบด้าน

ผู้เข้าร่วมอบรม	ผู้บริหาร และพนักงานซึ่งเป็นผู้แทนของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 36 คน
วันที่อบรม	เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2567






ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

1. สร้างความรู้ความเข้าใจถึงความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ เพื่อเป็นการทบทวน หาแนวทางแก้ไขและมาตรการป้องกันเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยมีผู้บริหารและพนักงานมีความรู้ความเข้าใจเรื่องสิทธิมนุษยชน 36 ราย
2. ผู้บริหารและพนักงานได้เรียนรู้กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน และนำผลการประเมินความเสี่ยงที่ได้นำไปจัดทำคู่มือด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ ต่อไป

สามารถศึกษารายละเอียดการดำเนินการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านได้ที่
www.snpfood.com



โครงการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

1 โครงการส่งเสริมการออกกำลังกาย การเล่นกีฬาแบดมินตัน เชื่อมความสามัคคี





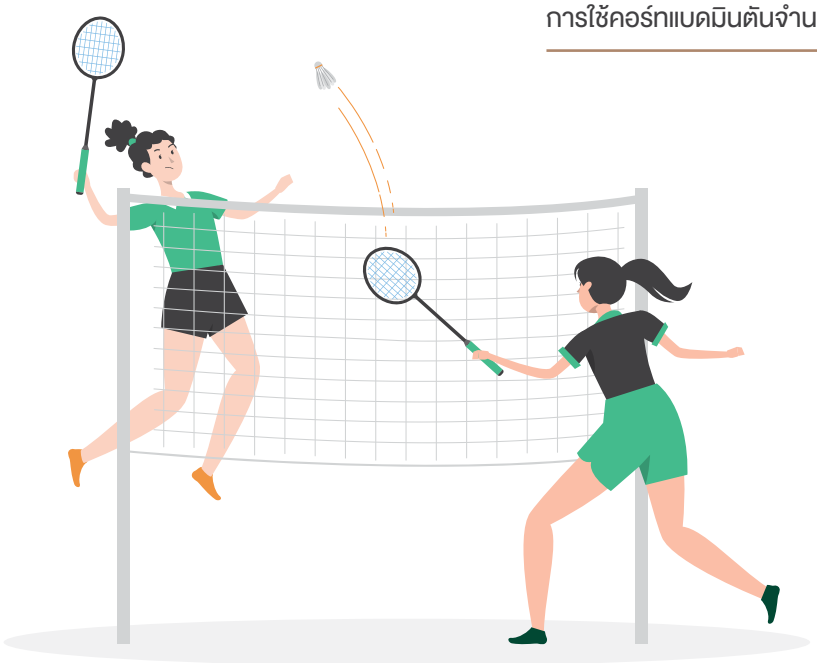
วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีและความสามัคคีของพนักงาน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

พนักงานมีสุขภาพที่ดีขึ้น ช่วยลดความเครียดจากการทำงาน และเสริมสร้างการมีสุขภาพดีจากภายใน รวมถึงการสร้างความสามัคคีของพนักงาน โดยมีพนักงานและผู้บริหารที่เข้าร่วมเฉลี่ยจำนวน 11 คน ต่อสัปดาห์ รวมชั่วโมงการใช้คอร์ทแบดมินตันจำนวน 166 ชั่วโมง



โครงการส่งเสริมด้านสิทธิมนุษยชน

1 กิจกรรมการสื่อสาร Morning Talk





วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารแบบ Two-way communication ระหว่างหน่วยงานทรัพยากรบุคคล หน่วยงานความปลอดภัย หัวหน้างาน และพนักงาน ในการสื่อสารนโยบายของบริษัท แนวทางการทำงาน ตลอดจนการอัพเดทข้อมูลข่าวสารตามสถานการณ์ปัจจุบันแก่พนักงาน ได้แก่ แผนงานประจำวัน ปัญหาและแนวทางการแก้ไขในงาน ความปลอดภัยในการทำงาน การใช้อุปกรณ์ความปลอดภัยต่างๆ โครงการด้านความปลอดภัยที่บริษัทกำหนด สวัสดิการพนักงานทั้งเรื่องใหม่และทบทวนเรื่องเดิม กิจกรรมต่างๆ ของบริษัท เพื่อให้พนักงานรับทราบและตระหนักถึงความสำคัญและสามารถนำไปปรับใช้ในการทำงานและการดำเนินชีวิตได้

อาทิ กิจกรรม Morning Talk ในเดือนมีนาคม 2567 หน่วยงานความปลอดภัยได้สื่อสารเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้พนักงานเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน หลังจากนั้นพนักงานได้แจ้งหน่วยงานความปลอดภัยเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในพื้นที่เสียงดังจากเครื่องผสมเนื้อเค้ก หลังจากนั้นเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยวิชาชีพประจำโรงงาน จึงได้ดำเนินการเข้าไปตรวจวัดระดับเสียงเพิ่มเติมในบริเวณเครื่องผสมเนื้อเค้ก ซึ่งจากการตรวจวัดเสียง พบว่า ไม่เกินมาตรฐานตามกฎหมายกำหนด (85 เดซิเบลเอ) โดยวัดได้ 72.2 เดซิเบลเอ ดังนั้นจึงได้ดำเนินการแจ้งให้พนักงานทราบถึงผลการตรวจสอบ และได้จัดอุปกรณ์ Earplug ให้พนักงานสวมใส่ทั้งในการทำงานกะกลางวัน และกลางคืน เพื่อป้องกันเบื้องต้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

สร้างช่องทางการสื่อสารของพนักงานและบริษัท ให้เข้าถึงได้ง่ายและตรงประเด็น เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างทีมงาน โดยมีผู้บริหารและพนักงานดำเนินกิจกรรม Morning Talk 3-5 ครั้งต่อสัปดาห์



2 โครงการตรวจประเมินภายใน QSCs

บริษัทฯ มีการตรวจประเมินมาตรฐาน QSC ได้แก่ คุณภาพ บริการ และความสะอาด (Quality, Service, Cleanliness) สำหรับหน้าร้าน S&P เป็นประจำทุกเดือน ทั้งนี้ บริษัทฯ ตระหนักถึงความปลอดภัยของพนักงานหน้าร้านจึงได้เพิ่มเรื่องความปลอดภัย (Safety) เป็นอีกหนึ่งเรื่องในการตรวจสอบหน้าร้าน เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการดำเนินงานนอกจากด้านคุณภาพ การให้บริการ และความสะอาดแล้ว ยังมีความปลอดภัยสูงสุดแก่พนักงาน และลูกค้าด้วย โดยปี 2567 ได้ดำเนินงาน ดังนี้

1. จัดอบรมหลักสูตรการดับเพลิงขั้นต้นและการอพยพหนีไฟให้กับพนักงาน
2. ประชุมร่วมกับทางทีมจป. เพื่อปรับแนวทางการตรวจ QSC ให้สอดคล้องกับมาตรฐานขั้นตอนการปฏิบัติงาน (SOP) และกฎหมายด้านความปลอดภัยฯ
3. ตรวจสอบความปลอดภัยในร้านให้ได้มาตรฐาน และตามกฎหมายด้านความปลอดภัย ทั้งอุปกรณ์และแบบตรวจสอบความปลอดภัยสำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกประเภท เช่น การติดตั้งป้ายสัญญาณความปลอดภัย ป้ายเตือน ถังดับเพลิง แผนฉุกเฉินกรณีต่างๆ คู่มือความปลอดภัย และเบอร์โทรฉุกเฉิน เป็นต้น

ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ มีแผนจัดทำสื่อการสอนด้านความปลอดภัยในการทำงานลงในระบบ Learning Management System (LMS) ภายใต้ชื่อ สถาบันการเรียนรู้ เอส แอนด์ พี (S&P Learning Center) เพื่อให้พนักงานได้อบรมสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านความปลอดภัยในการทำงาน







3 โครงการสนับสนุนการจ้างงานคนพิการ



วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนพิการ โดยให้โอกาสคนพิการ ได้มีอาชีพที่มั่นคงและมีรายได้สามารถเลี้ยงดูตนเองและครอบครัวได้อย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

1. การจ้างงานคนพิการในการพัฒนาระบบ AI เพื่อส่งเสริมสุขภาวะที่ดี เรื่องคัดกรองความเสี่ยงของพนักงานที่อาจจะมีอาการโรคซึมเศร้า
2. การจ้างงานคนพิการเพื่อบริหารจัดการการตอบคำถามและเก็บข้อมูลจากบทสนทนา (Chat) เพื่อเป็น Company Insight สำหรับนำไปต่อยอดโครงการในอนาคต

ด้านสังคม

สนับสนุนให้ผู้พิการได้ใช้ศักยภาพในการประกอบอาชีพ เสริมสร้างคุณค่าในตนเอง ตลอดจนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยในปี 2567 บริษัทฯ มีอัตราจ้างงานผู้พิการจำนวน **44** คน

4 โครงการความร่วมมือด้านสิทธิมนุษยชนร่วมกับ บริษัท วอลท์ ดิสนีย์ จำกัด

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

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **ด้านการจ้างแรงงาน** ต้องเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด โดยไม่จ้างแรงงานเด็ก หรือแรงงานบังคับ
2. **ด้านลักษณะการทำงาน** จะต้องมีชั่วโมงการทำงานที่เหมาะสมไม่เกิน 48 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และจำนวนชั่วโมงล่วงเวลาไม่ต่ำเกิน 12 ชั่วโมง
3. **ด้านสวัสดิการ** ได้แก่ ชุดพนักงาน กิจกรรมพนักงาน อาหาร โดยพนักงานทุกคนจะได้รับการดูแลอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ
4. **ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน** กระบวนการทำงานที่มุ่งเน้นเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญสูงสุด โดยจัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม

ทั้งนี้ ทาง Disney จะมีผู้ตรวจสอบภายนอก (External Auditor) เข้ามาตรวจกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดที่ Disney กำหนดไว้อย่างเข้มงวด **โดยดำเนินการตรวจติดตามปีละ 1 ครั้ง ในปี 2567 ได้รับการตรวจประเมิน เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2567 ณ โรงงานผลิตเบเกอรี่บางนา-ตราด กม.23.5**

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

สร้างโอกาสในการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์จากลายการ์ตูนลิขสิทธิ์ที่ได้รับรองอย่างถูกต้องจาก Disney

ด้านสังคม

ยกระดับการดำเนินงานด้านแรงงาน ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล (International Standard) และสามารถนำไปปรับใช้สำหรับสายการผลิตอื่นๆ ได้ในอนาคต โดยพนักงานจำนวน **265** คน ได้รับการดูแลตามหลักสิทธิมนุษยชนด้วยความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ

5 โครงการความร่วมมือร่วมกับสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ

เดิม บริษัทฯ ก่อตั้ง “ศูนย์การเรียน เอส แอนด์ พี” เป็นการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างบริษัทฯ องค์กรภาครัฐ และหน่วยงานที่ออกกฎระเบียบ และพนักงานให้เติบโต รวมทั้งส่งเสริมให้เยาวชนได้มีโอกาสเข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม ส่งผลให้มีทักษะความรู้ทางสายอาชีพ เพื่อหาเลี้ยงตนเองได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

จากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารระดับสูง นำมาสู่นโยบายและแนวคิดในการสนับสนุนจัดตั้งสถานศึกษาในสถานประกอบการตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ซึ่งผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา

“ศูนย์การเรียน เอส แอนด์ พี” เริ่มเปิดดำเนินการปีแรกในปีการศึกษา 2550 ในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) เพื่อยกระดับการศึกษาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีศักยภาพในสายวิชาชีพเฉพาะมีสมรรถนะ ความสามารถและความเชี่ยวชาญ ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมธุรกิจอาหารและการบริการ จำนวน 2 ประเภทวิชาคือ

1. ประเภทวิชาพาณิชยกรรม สาขางานธุรกิจค้าปลีก

2. ประเภทวิชาคหกรรม สาขางานอาหารและโภชนาการ

บริษัทฯ เปิดรับนักเรียนด้อยโอกาสทางการศึกษา ผู้ที่มีความสนใจเข้าศึกษาต่อสายวิชาชีพด้านอาหารและการบริการ ให้มีโอกาสเรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติจากการฝึกอาชีพตามระบบทวิภาคี โดยนักเรียนจะได้รับรายได้จากการฝึกงานกับบริษัทฯ ตลอดหลักสูตรการเรียน 3 ปี และพร้อมรับเข้าเป็นพนักงานของบริษัทฯ เมื่อจบการศึกษา ทั้งนี้นับเป็นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความสามารถตรงสายอาชีพ ลดภาวะการตกงาน ส่งเสริมการมีรายได้ระหว่างเรียน การสร้างคนดีให้มีอาชีพ และผลิตคนมีคุณภาพเข้าสู่สังคมไทยอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นการให้โอกาสทางการศึกษาอย่างเท่าเทียมแก่เยาวชน ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา อีกด้วย

สืบเนื่องจากการจัดตั้งศูนย์การเรียนเอส แอนด์ พี บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะขยายโอกาสทางการศึกษาและการเข้าถึงการประกอบอาชีพที่มั่นคงของเยาวชน จึงได้ดำเนินโครงการความร่วมมือทางการศึกษาร่วมกับสถาบันการศึกษาระดับต่างๆ ทั่วประเทศ ได้แก่





1. **การให้ทุนการศึกษาเรียนแก่นักเรียนด้อยโอกาสที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น** จากโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ทั่วประเทศที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ โดยบริษัทให้เรียนโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของศูนย์การเรียน S&P โดยนักเรียนจะฝึกอาชีพควบคู่กับการเรียน และหลังจบการศึกษาจะได้รับการบรรจุเป็นพนักงานประจำของบริษัท
2. **การลงนามความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.)** โดยการรับนักเรียนทวิภาคี จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาทั่วประเทศ เข้ามาฝึกอาชีพในร้านอาหาร เพื่อฝึกฝนทักษะให้มีสมรรถนะในการทำงานตรงตามตำแหน่งงาน สามารถพัฒนาเป็นเชฟหรือผู้บริหารร้านอาหาร และร้านเบเกอรี่ได้ทันทีหลังจบการศึกษา โดยครูและนักเรียนจะได้รับการอบรมหลักสูตรตามมาตรฐานงานของ S&P ในการฝึกเตรียมความพร้อม ก่อนลงฝึกงานจริงในร้านสาขาต่อไป

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

นักเรียนสามารถนำทักษะไปประกอบอาชีพ สร้างรายได้ที่มั่นคงแก่ตนเองได้อย่างยั่งยืน

ด้านสังคม

นักเรียนที่จบการศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่และสร้างสังคมสุขภาพดีแก่สมาชิกในครอบครัวและชุมชนต่อไปได้ โดยมี ผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปวช. จากศูนย์การเรียน เอส แอนด์ พี เข้าทำงานกับบริษัท 553 คน คิดเป็นร้อยละ 44 อีกทั้งยังมีนักเรียนดังนี้

- จำนวนนักเรียน ปวช. ศูนย์การเรียน เอส แอนด์ พี สะสมทั้งหมด 1,266 คน
- จำนวนนักเรียนศูนย์การเรียน เอส แอนด์ พี สำเร็จการศึกษาสะสมทั้งหมด 553 คน
- จำนวนนักเรียนทวิภาคี จากวิทยาลัยอาชีวศึกษา สะสมทั้งหมด 9,678 คน
- จำนวนนักเรียนทวิภาคี จบการฝึกงานกับบริษัทฯ สะสมทั้งหมด 9,337 คน

5 โครงการพัฒนาเทคโนโลยีทางการศึกษาเพื่อการจัดการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์

โครงการความร่วมมือทางวิชาการ ระหว่าง บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) และวิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงราย สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) ในการนำเทคโนโลยีทางการศึกษามาใช้ในจัดการเรียนการสอนแบบฐานสมรรถนะ รูปแบบออนไลน์เป็นครั้งแรกสำหรับวิทยาลัยอาชีวศึกษาภาครัฐ โดยเปิดเป็นห้องเรียน S&P โดยใช้การเรียนรู้แบบ Flexible Learning ตามนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการที่เน้นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทุกที่ ทุกเวลา หรือ Anywhere Anytime Learning



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อใช้นวัตกรรมการจัดการเรียนการสอนรูปแบบใหม่ แบบเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning Program) ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
2. เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้แบบทุกที่ ทุกเวลา ยกระดับการศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
3. เพื่อขยายช่องทาง และเพิ่มรูปแบบการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้นักเรียน มีความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ที่ตรงตามสมรรถนะรายตำแหน่งของบริษัทฯ
4. เพื่อเป็นการขยายโอกาสทางการศึกษาให้แก่นักเรียนที่มีความประสงค์ศึกษาต่อแต่ขาดทุนทรัพย์ โดยการมีรายได้ควบคู่ไปกับการเรียนตลอดหลักสูตร 2 ปี โดยปี 2567 มีนักเรียน ปวส.รุ่นแรก จำนวน 14 คน เข้าเรียนในระบบออนไลน์ และไม่มีอัตราการพ้นสภาพของผู้เรียนสำหรับการเรียนในปีแรก
5. เพื่อผลิตสื่อบทเรียนออนไลน์สำหรับความรู้ภาคทฤษฎีและปฏิบัติ รวมถึงระบบการประเมินผลแบบออนไลน์ สำหรับหลักสูตรระดับ ปวส. สาขาอาหารและโภชนาการ

ด้านเศรษฐกิจ

1. ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายครัวเรือน สำหรับค่าเล่าเรียน และค่าใช้จ่ายสำหรับนักเรียน คิดเป็น 257,712 บาทต่อปี
2. ช่วยให้นักเรียนมีรายได้ควบคู่ไปกับการเรียนตลอดหลักสูตร และมีโอกาสปรับตำแหน่งตามความสามารถ ซึ่งเบี้ยเลี้ยงจะมีการปรับขึ้นตามตำแหน่งงาน

ด้านสังคม

1. ช่วยให้วิทยาลัยเพิ่มจำนวนผู้เรียนต่อในระดับ ปวส. และลดจำนวนนักเรียนพ้นสภาพเนื่องจากปัญหาทางการเงิน รวม 14 คน
2. ช่วยลดปัญหาภาวะความเครียดของนักเรียนและผู้ปกครอง เนื่องจากปัญหาทางการเงิน

ด้านสิ่งแวดล้อม

ระบบการอบรมออนไลน์ ช่วยลดการเดินทางของนักเรียน อันก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้

โครงการส่งเสริมด้านสิทธิมนุษยชน

1 โครงการพัฒนาทักษะวิชาชีพนักเรียนทุน กองทุนความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.)

บริษัทฯ ดำเนินกิจการศูนย์การเรียน เอส แอนด์ พี เป็นเวลา 16 ปี มุ่งเน้นให้ทุนเรียนแก่เด็กด้อยโอกาสทางการศึกษา เพื่อช่วยลดความเหลื่อมล้ำด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ อายุ และสัญชาติ ได้เข้าสู่ระบบการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียม สอดคล้องกับการดำเนินงานหลักของกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.) ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามข้อเสนอของคณะกรรมการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา โดยปรากฏในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 มาตรา 54 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเสมอภาคทางการศึกษา ช่วยเหลือผู้ขาดแคลนทุนทรัพย์ ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา รวมทั้งเสริมสร้างและพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพครู โดยให้รัฐเป็นผู้จัดสรรงบประมาณให้กองทุน และมีการบริหารงานที่เป็นอิสระ บริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา เพื่อให้เยาวชนไทยได้มีโอกาสเท่าเทียมและสามารถเข้าถึงระบบการศึกษาที่มีคุณภาพ โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง และส่งเสริมให้เยาวชนรุ่นหลังมีอาชีพทำกิน และออกสู่กับดักความยากจน นำความรู้ ทักษะวิชาชีพเป็นอาชีพเลี้ยงตนเองได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ไม่เป็นภาระแก่ครอบครัว และมีคุณภาพชีวิตที่ดี

การดำเนินการ

โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ดำเนินงานร่วมกับคณะกรรมการของ กสศ. และระดมสมองเพื่อให้ได้แนวทางการส่งเสริมและพัฒนานักเรียนทุนนวัตกรรมสายอาชีพชั้นสูง ที่เป็นเด็กด้อยโอกาสทางการศึกษาในด้านการฝึกทักษะวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2566 จนถึงปัจจุบัน ดังนี้

1. สนับสนุนให้บุคลากรเป็นตัวแทนเข้าร่วมเป็นคณะทำงาน กับ กสศ.ในเวทีการประชุม และร่วมเป็นคณะกรรมการคัดเลือกสถาบันการศึกษาที่รับทุน กสศ. รวมถึงร่วมเป็นคณะกรรมการ และเป็นทีมค้นหานักเรียนทุนในแหล่งชุมชนใกล้วิทยาลัยตามเกณฑ์คัดเลือกของ กสศ.
2. พัฒนาแผนฝึกอาชีพนักเรียนทุนนวัตกรรมสายอาชีพชั้นสูง สาขาอาหารและโภชนาการให้มีความสอดคล้องกับรายวิชาฝึกงานของหลักสูตรการเรียนอาชีวศึกษา
3. สนับสนุนให้นักเรียนทุนสาขาอาหาร เข้าฝึกวิชาชีพในครัวของร้านอาหาร S&P ทั่วประเทศ เพื่อฝึกทักษะปฏิบัติการเตรียมและประกอบอาหารไทย ตามมาตรฐานของ S&P โดยในปีที่ผ่านมา มีนักเรียนทุน กสศ. สาขาอาหารและโภชนาการเข้ารับการฝึกอาชีพกับ S&P หน่วยครัว จำนวนทั้งสิ้น 23 คน โดยเป็นนักเรียนด้อยโอกาสทางการศึกษาที่ไม่ได้มีสัญชาติไทยจากจังหวัดเชียงราย จำนวน 17 คน และนักเรียนด้อยโอกาสทางการศึกษาจากจังหวัดภูเก็ต จำนวน 6 คน
4. จัดให้มีการอบรมให้ความรู้ทั้งภาคทฤษฎี และปฏิบัติแก่นักเรียนทุนสาขาอาหาร ก่อนเริ่มฝึกอาชีพ ในระหว่างการฝึกอาชีพและมีการติดตาม ประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ โดยรายงานผลการฝึกอาชีพของนักเรียนทุน ให้แก่สถาบันการศึกษาต้นสังกัด เมื่อเสร็จสิ้นการฝึกอาชีพ
5. สนับสนุนให้บุคลากรของบริษัท เป็นวิทยากรให้ความรู้แก่นักเรียนทุนและครูอาจารย์จากสถาบันการศึกษาที่ได้รับทุน กสศ.





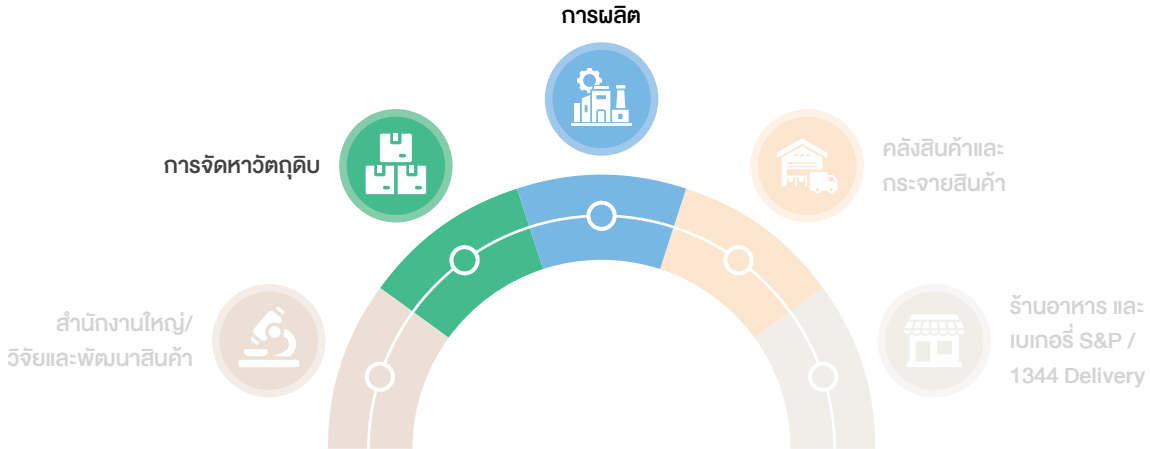
ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

1. พนักงานมีสุขภาพกาย สุขภาพจิตที่ดีขึ้น ช่วยลดความเครียด หรือภาวะซึมเศร้าจากปัญหาความยากจน ทำงานด้วยความมั่นใจ และรู้สึกมีคุณค่าได้รับโอกาสที่เท่าเทียม
2. นักเรียนทุน กสศ. ที่ได้เข้ารับการฝึกอาชีพและพัฒนาสมรรถวิชาชีพกับ S&P จำนวน **23** คน



การจัดการน้ำ



เป้าหมายปี 2567

ลดการใช้น้ำต่อหน่วยการผลิตร่วม
(ลูกบาศก์เมตรต่อตันการผลิต)
ลงร้อยละ 20

สัดส่วนปริมาณของน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัด
และนำกลับมาใช้ประโยชน์
ร้อยละ 40

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยการผลิตรวม
10.09 ลูกบาศก์เมตรต่อตันการผลิต
ลดลงร้อยละ 5.68 เมื่อเทียบกับปริมาณการใช้น้ำ
ต่อหน่วยการผลิตปี 2566

ปริมาณของน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัด
และนำกลับมาใช้ประโยชน์
36,723 ลูกบาศก์เมตร หรือร้อยละ 37.14
ของน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดทั้งหมด

ที่มาและความมุ่งมั่น

น้ำ นับเป็นทรัพยากรที่สำคัญสำหรับสิ่งมีชีวิตและการดำเนินธุรกิจ แต่การเติบโตด้านเศรษฐกิจและการขยายตัวของประชากรส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมและภาคประชาชนมีความต้องการใช้น้ำสูงขึ้น เกิดความเสี่ยงต่อความสมดุลของแหล่งน้ำในธรรมชาติและระบบนิเวศ อีกทั้งปัจจัยจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศยังส่งผลให้เกิดความเสี่ยงด้านการเข้าถึงทรัพยากรน้ำในด้านปริมาณและคุณภาพทั้งเพื่อการอุปโภคและบริโภค รวมถึงความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ อุทกภัยและสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคภัยที่อุบัติใหม่ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญต่อการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เพียงเพื่อรองรับความเสี่ยงและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อกระบวนการผลิต แต่ยังเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนจึงเป็นหัวใจสำคัญในการสนับสนุนระบบนิเวศและสร้างความมั่นคงในห่วงโซ่การผลิตอาหารในระยะยาว

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน โดยในปี 2567 บริษัทฯ ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรน้ำเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ ด้วยการนำมาประกอบเมนูเครื่องดื่มที่มีสัดส่วนยอดขายถึง 12% บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรน้ำและการรักษาสมดุลของระบบนิเวศ ด้วยการนำยึดมั่นในหลักการสิทธิการเข้าถึงน้ำสะอาดของทุกคนและมุ่งสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นการปกป้องแหล่งน้ำสำคัญที่มีผลต่อชีวิตประจำวันของทุกคน โดยตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาคุณภาพน้ำและการบริหารจัดการความเสี่ยงจากการขาดแคลนน้ำ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและชุมชนโดยรอบในระยะสั้นและระยะยาว ตามนโยบายด้านการบริหารจัดการน้ำ บริษัทฯ ดำเนินการบำบัดน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายในพื้นที่บริษัทฯ ก่อนปล่อยสู่พื้นที่แหล่งน้ำสาธารณะ รวมทั้งติดตามและประเมินความเสี่ยงด้านการจัดการน้ำ เพื่อสนับสนุนการอนุรักษ์ระบบนิเวศและความยั่งยืนในอนาคต

นโยบายด้านการบริหารจัดการน้ำและคุณภาพน้ำ

www.snpfood.com

แนวทางการดำเนินงาน

1. **บริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำ โดยมีการติดตามปริมาณน้ำที่สามารถใช้ได้ในระดับท้องถิ่น** เพื่อประเมินสถานการณ์และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากปริมาณ หรือคุณภาพน้ำที่เปลี่ยนแปลง เช่น การขาดแคลนผลผลิตจากวิกฤติน้ำแล้ง เป็นต้น เนื่องจากปัญหาฝนไม่ตกตามฤดูกาล หรือ วิกฤติน้ำท่วม (Abnormal Precipitation) รวมถึงผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์น้ำ เช่น คุณภาพอาหารทะเล เป็นต้น ตลอดจนส่งเสริมให้คู่ค้าของบริษัท (Supplier) มีการบริหารความเสี่ยงด้านน้ำ มีแผนการจัดสรรน้ำ เช่น วางแผนเพาะปลูกพืชฤดูแล้ง เป็นต้น เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาความขัดแย้งกับชุมชน และผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมของบริษัท
2. **ประเมินคุณภาพแหล่งน้ำที่นำมาใช้ในกระบวนการผลิต โดยวิเคราะห์ความอ่อนไหว** (Sensitivity Analysis) **ประจำทุกปี** ได้แก่ การวิเคราะห์การปนเปื้อนของโลหะ (Metals Testing) การวิเคราะห์ทางจุลชีววิทยา (Microbiological Testing) การวิเคราะห์คุณลักษณะของน้ำ (Water Testing) เช่น สี แร่ธาตุในน้ำ ความเป็นกรดด่าง เป็นต้น ตลอดจนการประเมินคุณภาพของน้ำแข็ง เพื่อความปลอดภัย และรักษาคุณภาพในการผลิตให้ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยสูงสุด รวมทั้งการวิเคราะห์สถานการณ์ความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตจากการดำเนินธุรกิจขององค์กร (Scenario Analysis)
3. **ติดตามปริมาณน้ำใช้ทั่วทั้งองค์กร รวมถึงผลกระทบทางการเงินจากราคาค่าน้ำที่เปลี่ยนแปลง** เพื่อหามาตรการประหยัดน้ำในองค์กร และจัดทำแผนการบริหารจัดการน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด
4. **ควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิตตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด** เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของชุมชน

5. **ลงทุนในโครงการนำน้ำทิ้งกลับมาปรับปรุงคุณภาพ โดยใช้ระบบบำบัดน้ำทางชีวภาพแบบใช้อากาศ** (Sequencing Batch Reactor; SBR) เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งเป็นการเติมอากาศให้จุลินทรีย์ใช้ในการย่อยสลายสารอินทรีย์ในน้ำเสีย ให้ตกตะกอนเหลือเป็นน้ำใสเพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่
6. **ติดตั้งบ่อดักไขมัน** (Grease Trap) ณ ร้านเอส แอนด์ พี ทุกจุดขาย เพื่อดักไขมัน ก่อนปล่อยน้ำทิ้งไปตามระบบระบายน้ำของสถานที่ต่างๆ โดยต้องตักไขมันหรือน้ำมันสะสมทิ้งทุกวัน เพื่อลดการเกิดปัญหาน้ำเน่าเสีย
7. **ส่งเสริมการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำให้แก่พนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง** เช่น การอบรมและการแบ่งปันความรู้ หรือการจัดกิจกรรมรณรงค์ประหยัดน้ำใช้ เป็นต้น

แผนจัดทำความเสี่ยงที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญ

บริษัทฯ มีแผนจัดทำความเสี่ยงที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญ ดังนี้



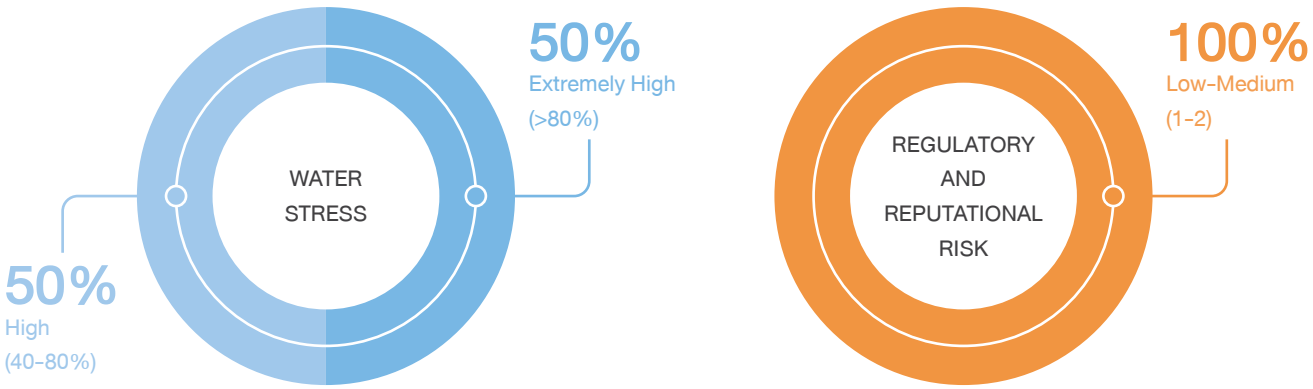
บริษัทฯ บริหารจัดการดูแลทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมีการกระจายพื้นที่ตั้งโรงงานผลิตเบเกอรี่ ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดลำพูน เพื่อสร้างความมั่นใจว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดชะงัก บนพื้นฐานการรักษาสมดุลการใช้น้ำที่สอดคล้องกับความต้องการน้ำ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม เป็นการสร้างภาพลักษณ์องค์กรลดข้อกังวลหรือข้อขัดแย้ง และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียโดยรอบพื้นที่ดำเนินธุรกิจ รวมทั้งลดผลกระทบเชิงลบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพที่อาจเกิดขึ้นจากบริหารจัดการการใช้น้ำของบริษัทฯ ผ่านการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าเพื่อลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำอย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามกฎหมาย ตามแบบประเมินคู่ค้าด้าน ESG ในหัวข้อ การกำหนดเป้าหมายและโครงการด้านการใช้ทรัพยากรน้ำ **โดยในปี** 2567 **คู่ค้าได้รับการประเมินด้านสิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำ คิดเป็น ร้อยละ** 76

นอกจากนี้ ยังร่วมมือกับพันธมิตร เช่น ร่วมมือกับหน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนลดความเสี่ยงด้านน้ำ การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น

การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำ

บริษัทฯ ตระหนักถึงปัญหาและความเสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำ ซึ่งเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนการดำเนินธุรกิจ โดยในปี 2567 **บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำครอบคลุมทุกพื้นที่การดำเนินธุรกิจ เป็นประจำทุกๆ 1 ปี ผ่านเครื่องมือ** Aqueduct Water Risk Atlas ซึ่งผลการประเมินความเสี่ยงพบว่า ร้อยละ 50 ของพื้นที่ดำเนินการอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับสูงมาก (Extremely High) คือพื้นที่โรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน และโรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง ร้อยละ 50 ของพื้นที่ดำเนินการอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับปานกลางถึงสูง (Medium-High) คือพื้นที่โรงงานผลิตเบเกอรี่ สุขุมวิท 62 และโรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม. 23.5

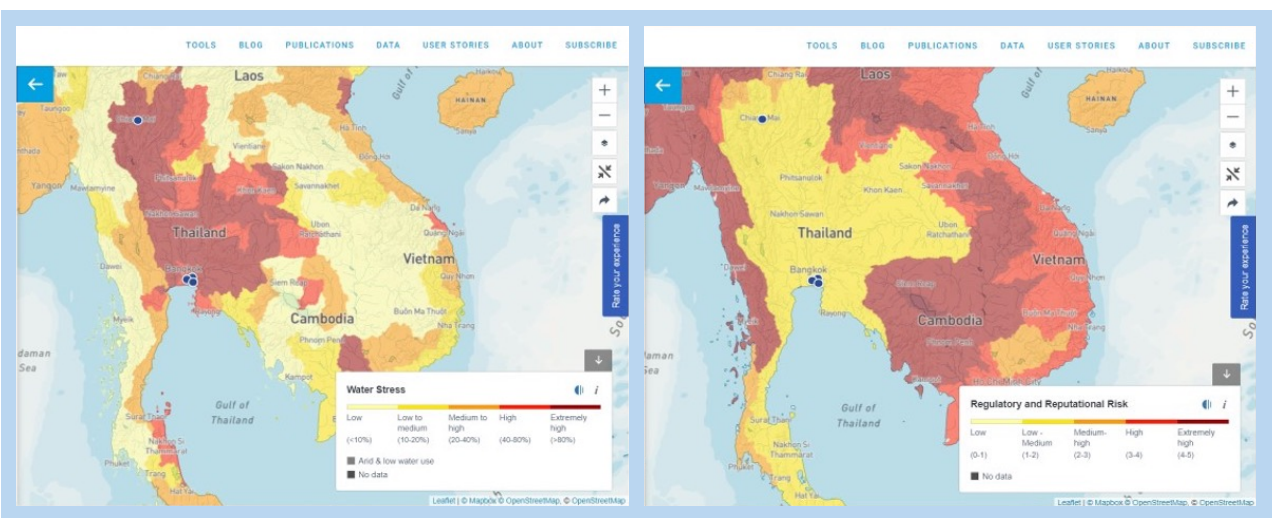


นอกจากนี้ การประเมินยังครอบคลุมถึงการประเมินความเสี่ยงอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบข้อบังคับและชื่อเสียงในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรน้ำ **ซึ่งมีผลการประเมินอยู่ในระดับต่ำ-กลาง**

13 CLIMATE ACTION

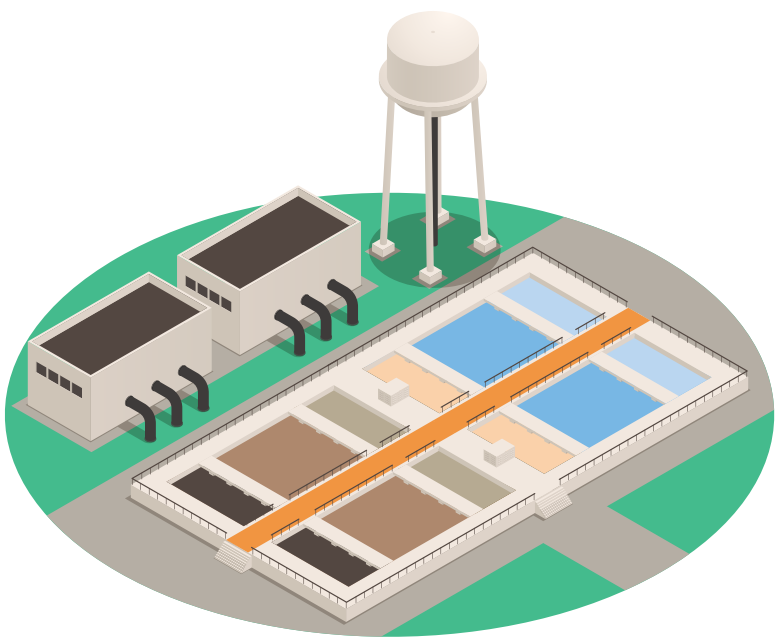
Water Stress Risk

การประเมินความเสี่ยงพื้นที่ในการขาดแคลนน้ำของโรงงานทั้ง 4 แห่ง โดยใช้เครื่องมือ WRI Aqueduct tool



สถานที่	ที่อยู่	ผลประเมิน WATER STRESS	ผลประเมิน REGULATORY AND REPUTATIONAL RISK
โรงงานผลิตอาหาร ลาดกระบัง	65/4-5 หมู่ 4 นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง แขวงลำปลาทิว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520 ประเทศไทย	Extremely High (>80%)	Low - Medium (1-2)
โรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม.23	86 หมู่ 4 ถนนบางนา-ตราด กม 23.5 ตำบลบางเสาธง กิ่งอำเภอบางเสาธง สมุทรปราการ 10570 ประเทศไทย	High (40-80%)	Low - Medium (1-2)
โรงงานผลิตเบเกอรี่ สุขุมวิท 62	2,2/1 ซอยสุขุมวิท 62 (แยก 3) ถนนสุขุมวิท แขวงพระโขนงใต้ เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260 ประเทศไทย	High (40-80%)	Low - Medium (1-2)
โรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน	81 หมู่ที่ 4 ตำบลบ้านกลาง อำเภอเมืองลำพูน ลำพูน 51000 ประเทศไทย	Extremely High (>80%)	Low - Medium (1-2)

อย่างไรก็ตาม โรงงานที่ตั้งในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับสูงมาก (Extremely High) พบว่าเป็นโรงงานที่ดำเนินการอยู่ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม ซึ่งต้องมีการควบคุมคุณภาพน้ำเสียที่ออกจากโรงงานให้สอดคล้องตามมาตรฐานทั่วไปในการระบายน้ำเสียสำหรับโรงงานในนิคมอุตสาหกรรม อีกทั้งนิคมฯ ได้จัดสรรให้มีระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง เพื่อรองรับน้ำเสียดังกล่าวจากโรงงานและบำบัดให้มีคุณภาพน้ำทิ้งตามที่กฎหมายกำหนดก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะต่อไป สำหรับโรงงานที่อยู่ในพื้นที่มีความเสี่ยงระดับปานกลางถึงสูง บริษัทฯ ได้ออกแบบให้มีระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพสูงเพื่อควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด พร้อมทั้งส่งเสริมการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายในพื้นที่บริษัทฯ ก่อนปล่อยสู่พื้นที่แหล่งน้ำสาธารณะ



การควบคุมค่าน้ำเสียของโรงงานในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับสูงมาก

การควบคุมค่าน้ำเสียตามกฎหมายสำหรับโรงงานที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรม	โรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน			โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง		
	2565	2566	2567	2565	2566	2567
COD 750 mg/L	COD 199-673 mg/L	COD 220-440 mg/L	COD 25-603 mg/L	COD 20-120 mg/L	COD 50-150 mg/L	COD 40-120 mg/L
BOD 500 mg/L	BOD 62-197 mg/L	BOD 94-234 mg/L	BOD 32-360 mg/L	BOD 15-50 mg/L	BOD 15-35 mg/L	BOD 5-50 mg/L
COD loading (kgCOD/ต้นการผลิต)	0.96-3.23	1.19-2.38	0.15-3.69	0.15-0.50	0.13-0.31	0.04-0.44
การจัดการน้ำทิ้ง	100% ปล่อยลงสู่ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางของการนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน			100% ปล่อยลงสู่ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย(ลาดกระบัง)		

การควบคุมค่าน้ำเสียของโรงงานในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับปานกลางถึงสูง

การควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งตามกฎหมายสำหรับโรงงาน	โรงงานผลิตเบเกอรี่ สุขุมวิท62			โรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม. 23.5		
	2565	2566	2567	2565	2566	2567
COD 120 mg/L	16-96 mg/L	16-80 mg/L	13-51 mg/L	16-64 mg/L	16-80 mg/L	6-57 mg/L
BOD 20 mg/L	3-18 mg/L	3-17 mg/L	1-15 mg/L	2-16 mg/L	3-17 mg/L	1-10 mg/L
COD loading (kgCOD/ต้นการผลิต)	0.14-0.82	0.16-0.80	0.16-0.61	0.13-0.51	0.13-0.65	0.06-0.56
การจัดการน้ำทิ้ง	20% สำรองในบ่อพักน้ำทิ้งสำหรับล้างพื้นและรดน้ำต้นไม้ และ 80% ปล่อยสู่รางน้ำสาธารณะ			100% ใช้ในการเติมสระน้ำในโรงงานและรดน้ำต้นไม้		

หมายเหตุ : ค่า COD คือ Chemical oxygen demand (ปริมาณ O2 ที่สารเคมีใช้ในการทำปฏิกิริยากับสารอินทรีย์)

ค่า BOD คือ Biochemical Oxygen demand (ปริมาณ O2 ที่จุลินทรีย์ใช้ในการสลายสารอินทรีย์ในน้ำ)

ทั้งนี้ แม้ว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จะไม่ได้ใช้น้ำเป็นทรัพยากรหลักในการผลิตสินค้า แต่บริษัทฯ มีความตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรน้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมุ่งมั่นหาแนวทางลดการใช้ทรัพยากรน้ำ โดยมีการบริหารจัดการอัตราการใช้น้ำที่สอดคล้องกับกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังดำเนินโครงการเพื่อการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด นำน้ำทิ้งมาหมุนเวียนสำหรับรดน้ำต้นไม้ และล้างพื้นที่ปฏิบัติงาน

โครงการที่สำคัญปี 2567

บริษัทฯ ตระหนักถึงปัญหาและความเสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำ ซึ่งเป็นทรัพยากรหลักที่สำคัญต่อสิ่งมีชีวิต และการดำเนินธุรกิจ จึงมุ่งดำเนินการบริหารจัดการดูแลทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่คุณค่า ผ่านโครงการดังนี้

โครงการ Zero discharge factory

โรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม. 23.5 และศูนย์กระจายสินค้า S&P ได้นำแนวคิดการหมุนเวียนน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดจนมีคุณภาพน้ำทิ้งตามมาตรฐานกำหนดกลับมาใช้ประโยชน์ต่อระบบนิเวศภายในโรงงาน โดยไม่มีการระบายออกนอกโรงงาน (Zero discharge) เช่น รดน้ำต้นไม้ในพื้นที่เติมสระน้ำบริเวณด้านหน้าโรงงาน ซึ่งสามารถสำรองไว้ใช้รดน้ำต้นไม้ในช่วงหน้าแล้งได้อย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการนำน้ำที่ใช้แล้วกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ ลดการระบายน้ำเสียออกนอกโรงงาน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

ลดปริมาณการใช้น้ำประปาได้ 31,125 ลูกบาศก์เมตร/ปี

ด้านสิ่งแวดล้อม

ลดปัญหาขาดแคลนน้ำในช่วงฤดูแล้ง รวมทั้งสามารถรักษาโครงสร้างสระน้ำหน้าโรงงานไม่ให้ชำรุดเมื่อระดับน้ำลดลง รักษาสมดุลของระบบนิเวศบริเวณด้านหน้าโรงงาน

นำน้ำจากการบำบัดเติมสระน้ำด้านหน้าโรงงาน



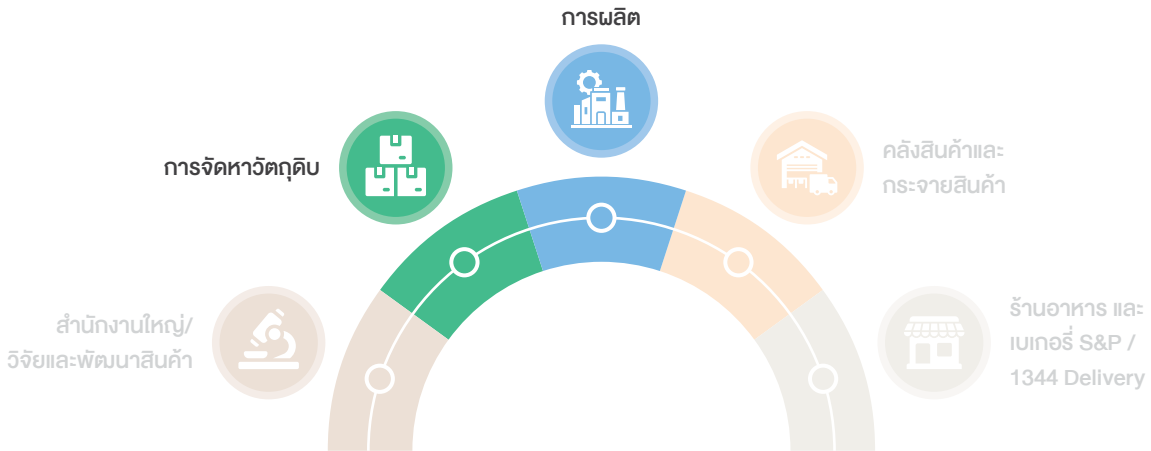


ระบบการนำน้ำจากการบำบัดมาใช้รดน้ำต้นไม้ในโรงงาน





ความหลากหลายทางชีวภาพ



ที่มาและความมุ่งมั่น

ความหลากหลายทางชีวภาพคือส่วนสำคัญในการรักษาสมดุลของระบบนิเวศ มีผลกระทบเชิงบวกโดยตรงต่อสิ่งแวดล้อมและมนุษย์ เช่น การเป็นแหล่งอาหาร แหล่งดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ การทำหน้าที่เป็นแนวป้องกันหรือบรรเทาความรุนแรงของภัยธรรมชาติ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาทางเศรษฐกิจและการดำเนินกิจกรรมของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน การรุกล้ำพื้นที่ป่า พฤติกรรมการบริโภค การพัฒนาเทคโนโลยี และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเกินขีดจำกัดของการฟื้นตัว ล้วนเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดวิกฤติการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ ตามรายงานของ UNEP (United Nation Environment Programme) ระบุว่าสิ่งมีชีวิตกว่าหนึ่งล้านชนิดกำลังเผชิญกับภัยคุกคามหรือความเสี่ยงต่อการสูญพันธุ์ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อความมั่นคงทางอาหาร รวมถึงกลไกการทำงานและประสิทธิภาพของระบบนิเวศ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติและสภาพอากาศ อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นถี่และทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น การละเมิดที่ดินของชุมชนท้องถิ่นหรือชนเผ่าพื้นเมือง การสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติแต่เดิม ทำให้หลายประเทศทั่วโลกต้องเร่งดำเนินการตามกรอบงานด้านความหลากหลายทางชีวภาพ โดยมีแผนการดำเนินงานจากที่ประชุมความหลากหลายทางชีวภาพแห่งสหประชาชาติ (Kunming-Montreal Global Biodiversity Framework) ซึ่งเป็นข้อตกลงสำคัญต่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่จะสร้างแรงขับเคลื่อนสำคัญต่อภาคเอกชนในอนาคต

แนวทางการดำเนินงาน

เอส แอนด์ พี ในฐานะบริษัทฯ ผู้ผลิตอาหารและเบเกอรี่ จึงได้ให้ความสำคัญต่อผลกระทบที่เกิดจากความไม่สมดุลของความหลากหลายทางชีวภาพ โดยมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงปกป้องและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพให้คงอยู่อย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ จะพิจารณาคัดเลือกวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนร่วมวางแผนร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจดำเนินโครงการด้านการฟื้นฟู อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพให้อุดมสมบูรณ์ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน

- **การกำหนดนโยบายด้านการบริหารจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ** เพื่อแสดงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานโดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ การจัดหาวัตถุดิบหลักจากแหล่งที่ไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ รวมถึงการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม เพื่อป้องกันการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพที่ไม่อาจฟื้นฟูกลับได้

- **การประเมินความหลากหลายทางชีวภาพ** การพิจารณาและประเมินผลกระทบจากการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและเฝ้าระวังความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพจากการดำเนินงานของบริษัท รวมถึงการดำเนินงานของพันธมิตรคู่ค้าที่สำคัญ เพื่อกำหนดแนวทางป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่เหมาะสม
- **การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ** เพื่อสนับสนุนการเกษตรอย่างสมดุลตั้งแต่ระดับท้องถิ่น การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ
- **การควบคุมการปลดปล่อยมลพิษ** บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการควบคุมการปลดปล่อยมลพิษจากโรงงานผลิตเบเกอรี่และโรงงานผลิตอาหาร โดยกำหนดให้มีการตรวจวัดมลพิษทางอากาศและการเฝ้าระวังคุณภาพน้ำทิ้ง ดังรายละเอียดในบทการบริหารจัดการน้ำ เพื่อให้การปล่อยมลพิษเป็นไปตามประกาศของกระทรวงอุตสาหกรรมและกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำแนวคิด 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) มาใช้ในการจัดการของเสียแต่ละประเภท เพื่อลดมลพิษจากของเสียให้เหลือน้อยที่สุด
- **การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในอาหารสำหรับผู้ผลิต** แนวทางที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการผลิตอาหารที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการผลิตให้พิจารณาแหล่งวัตถุดิบเป็นสำคัญ โดยคัดเลือกจากแหล่งที่มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรับผิดชอบ เช่น การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืนจากระบบนิเวศ การใช้พันธุ์พืชท้องถิ่น แหล่งอาหารออร์แกนิกที่ไม่ใช้สารเคมี ตลอดจนการส่งเสริมให้พันธมิตรคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานดำเนินกิจการที่ไม่กระทบต่อความมั่นคงทางอาหาร ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้พิจารณาสั่งซื้อวัตถุดิบประเภทออร์แกนิก จากการคัดสรรแหล่งวัตถุดิบคุณภาพดีจากเกษตรกรโดยตรง ช่วยลดมลพิษ ปราศจากการใช้สารเคมีในกระบวนการเพาะปลูก ส่งผลดีต่อเกษตรกรและสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค ได้แก่

ชาเขียวออร์แกนิก บริษัทคัดเลือกแหล่งวัตถุดิบชาเขียวที่ได้รับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แคนาดา (Canada Organic Regime - COR) มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์สหภาพยุโรป (EU) และมาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ IFOAM หรือ IFOAM Accredited เป็นการรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นระบบการผลิตที่คำนึงถึงสภาพแวดล้อม และรักษาสมดุลของธรรมชาติ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของมาตรฐานการรับรองที่ยั่งยืน จากการเลือกใช้วัตถุดิบเพื่อรักษาความหลากหลายของระบบนิเวศ อาทิ มาตรฐานการผลิตน้ำมันปาล์มอย่างยั่งยืน (RSPO) สำหรับน้ำมันปาล์ม และมาตรฐานการผลิตอ้อยและน้ำตาลอย่างยั่งยืน (Bonsucro) สำหรับน้ำตาลทราย ตามนโยบายด้านการจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบของบริษัทฯ รวมทั้งการรับรองมาตรฐานคุณภาพและการจัดการสิ่งแวดล้อม อาทิ

น้ำมันปาล์ม : คู่ค้าได้รับการรับรองตามมาตรฐานระบบการจัดการคุณภาพ ISO9001 และมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001 คิดเป็น ร้อยละ100 ของน้ำมันปาล์มทั้งหมดที่ใช้ภายในบริษัท

น้ำตาลทราย : คู่ค้าได้รับการรับรองตามมาตรฐานระบบการจัดการคุณภาพ ISO9001 และมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001 คิดเป็น ร้อยละ100

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

การประเมินผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัทฯ ได้จัดทำกระบวนการคัดกรองความเสี่ยงเชิงพื้นที่ ครอบคลุมตามพื้นที่ดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ประกอบด้วย โรงงานผลิตเบเกอรี่สุขุมวิท 62 โรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม.23.5 โรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง และศูนย์กระจายสินค้า S&P ด้วยเครื่องมือ IBAT (Integrated Biodiversity Assessment Tool) โดยวิเคราะห์ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับฐานข้อมูลพื้นที่คุ้มครอง (World Database on Protected Areas) พื้นที่สำคัญด้านความหลากหลายทางชีวภาพของโลก (World Database of Key Biodiversity Areas) และรายชื่อชนิดพันธุ์ที่ถูกคุกคามของ IUCN (IUCN Red List of Threatened Species) สามารถสรุปได้ดังนี้

พื้นที่ที่ประเมินผลกระทบ	กระบวนการคัดกรองความเสี่ยงเชิงพื้นที่	
	พื้นที่สำคัญเพื่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ(KBA)	รายชื่อชนิดพันธุ์ที่ถูกคุกคามของ IUCN
โรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง	✓	• สัตว์ที่มีแนวโน้มใกล้สูญพันธุ์ (VU): 3 สายพันธุ์ • สัตว์ที่ใกล้ถูกคุกคาม (NT): 1 สายพันธุ์ • สัตว์ที่มีความเสี่ยงถูกคุกคามน้อย (LC): 2 สายพันธุ์
โรงงานผลิตเบเกอรี่สุขุมวิท 62	✓	-
โรงงานผลิตเบเกอรี่ บางนา-ตราด กม.23	✗	-
โรงงานผลิตเบเกอรี่ จ.ลำพูน	✗	-
ศูนย์กระจายสินค้า S&P	✗	-

หมายเหตุ : เกณฑ์การประเมินสถานภาพสัตว์ป่าตาม IUCN (International Union for Conservation of Nature) ระบุ VU คือ Vulnerable (เสี่ยงสูญพันธุ์) NT คือ Near Threatened (ใกล้ถูกคุกคาม) และ LC คือ Least Concerned (มีความเสี่ยงถูกคุกคามน้อย)

สำหรับโรงงานผลิตอาหารลาดกระบัง ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ซึ่งปฏิบัติตามมาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามจากผลการประเมินดังกล่าว บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของความหลากหลายทางชีวภาพเป็นสิ่งสำคัญ แม้ลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในปัจจุบันอาจยังไม่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศโดยรอบ แต่ด้วยความมุ่งมั่นในการป้องกันและอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น มลพิษจากกิจกรรมต่างๆ และผลกระทบจากการดำเนินงานของพันธมิตรในห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ จึงดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อหลีกเลี่ยง ลดผลกระทบ และฟื้นฟูหรือชดเชยผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งมุ่งดำเนินโครงการที่ส่งเสริมความสมดุลของระบบนิเวศ

โครงการที่สำคัญ ปี 2567

โครงการเสริมสร้างทัศนียภาพภายในองค์กร

บริษัทฯ สนับสนุนโครงการปลูกต้นไม้ในทุกพื้นที่การดำเนินธุรกิจร่วมกับพนักงาน เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว สร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และฟื้นฟูระบบนิเวศให้ดียิ่งขึ้น โดยมีการปลูกต้นไม้บริเวณพื้นที่ตั้งโรงงานเบเกอรี่ โรงงานผลิตอาหารไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของพื้นที่โรงงาน รวมถึงบริเวณหน้าร้านเอส แอนด์ พี

วัตถุประสงค์

เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวส่งเสริมระบบนิเวศบริเวณโดยรอบพื้นที่การดำเนินธุรกิจ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

สร้างภาพลักษณ์และทัศนียภาพที่สวยงาม ส่งเสริมร้านค้าและดึงดูดลูกค้าให้กับธุรกิจ

ด้านสังคม

สร้างพื้นที่ร่มไม้ และพื้นที่พักผ่อนให้กับพนักงานและบริเวณร้านค้า

ด้านสิ่งแวดล้อม

เพิ่มพื้นที่ทางนิเวศ ส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ โดยคิดเป็นพื้นที่สีเขียวประมาณ 10 ไร่ ประกอบด้วย ต้นปีบ ต้นปาล์ม และไม้ประดับ เช่น ต้นชบา และต้นบานชื่น เป็นต้น





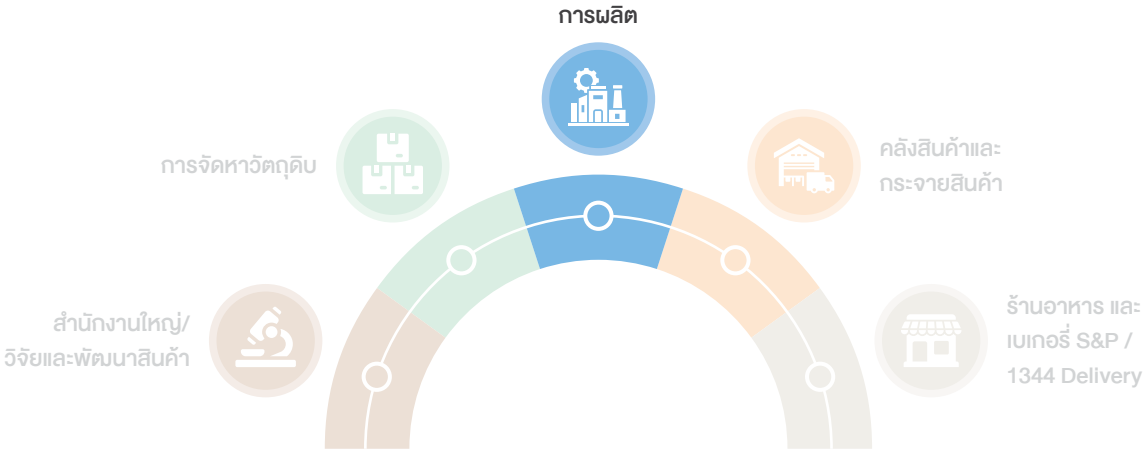








อาชีวอนามัยและความปลอดภัย



เป้าหมายปี 2567

จำนวนผู้บาดเจ็บถึงขั้นเสียชีวิตของพนักงาน และคู่ค้าธุรกิจ เป็น 0

อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นสูญเสียวันทำงาน (Lost-Time Injuries Frequency Rate: LTIFR)* กรณีต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน เป็น 0

อัตราการเจ็บป่วยและโรคจากการทำงานของพนักงาน เป็น 0

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

จำนวนผู้บาดเจ็บถึงขั้นเสียชีวิตของพนักงาน และคู่ค้าธุรกิจ 0

อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นสูญเสียวันทำงาน (Lost-Time Injuries Frequency Rate: LTIFR)* กรณีต่อ 200,000 ชั่วโมงการทำงาน = 1.06

อัตราการบาดเจ็บของผู้รับเหมาที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ = 0

อัตราการเจ็บป่วยและโรคจากการทำงานของพนักงาน = 50

ที่มาและความมุ่งมั่น

พนักงานทุกคนล้วนเป็นฟันเฟืองสำคัญที่ขับเคลื่อนให้บริษัทดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง โดยเป็นผู้สร้างผลงานที่ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ มีกำไรและผลประกอบการที่ดี ดังนั้น บริษัทฯ จึงต้องดูแลพนักงานให้สามารถทำงานได้อย่างปลอดภัย ลดความเสี่ยงด้านอุบัติเหตุ อันเป็นความรับผิดชอบด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ ที่ให้การดูแลต่อทั้งพนักงานและผู้รับเหมาที่เข้ามาในพื้นที่ดำเนินงานของบริษัทฯ โดยป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็น “ศูนย์” เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายทั้งในด้านชีวิต ความเป็นอยู่ และทรัพย์สินต่อบุคลากร ตลอดจนสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี และสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยให้แก่พนักงาน

บริษัทฯ ปฏิบัติตามข้อบังคับและกฎหมายเกี่ยวกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด ตลอดจนมุ่งมั่นปลูกฝังจิตสำนึกด้านความปลอดภัยในการทำงานอย่างรอบด้านให้แก่ของพนักงาน คู่ค้า รวมถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม เพื่อลดความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุ การเจ็บป่วยจากการทำงาน ตลอดจนไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิตหรือทุพพลภาพ

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

1. **การส่งเสริม** (Promotion) และธำรงรักษาสุขภาพ ทั้งร่างกายและจิตใจของพนักงานให้แข็งแรงสมบูรณ์ ตลอดจนมีความเป็นอยู่ที่ดีร่วมกันในสังคมของผู้ประกอบอาชีพตามสถานะที่พึงมีได้
2. **การป้องกัน** (Prevention) ไม่ให้พนักงาน หรือ แรงงานมีสุขภาพอนามัยเสื่อมโทรม หรือเกิดความผิดปกติ เนื่องจากสภาพหรือสภาวะแวดล้อมการทำงานที่ไม่ถูกต้อง ไม่เหมาะสม
3. **การปกป้องคุ้มครอง** (Protection) พนักงานหรือแรงงานในสถานประกอบการ ไม่ให้มีการทำงานที่เสี่ยงต่ออันตรายหรือการเกิดโรคภัยไข้เจ็บ
4. **การจัดการทำงาน** (Placing) โดยจัดการเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของการทำงานให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพความต้องการของร่างกายและจิตใจของพนักงานหรือแรงงานเท่าที่จะทำได้
5. **การปรับพนักงานให้มีความเหมาะสมกับงาน** (Adaptation) โดยพิจารณามอบหมายความรับผิดชอบที่เหมาะสมกับความสามารถ รวมถึงความชอบของพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การคำนึงถึงสภาพทางสรีรวิทยาและพื้นฐานความแตกต่างทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจอย่างเหมาะสม

นโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยยึดถือนโยบายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน โดยให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยเทียบเท่ากับการดำเนินการธุรกิจด้านอื่นๆ ดังนั้น ผู้บริหารในแต่ละสายงานจะต้องดูแลรับผิดชอบดำเนินการตามนโยบายอย่างต่อเนื่องและอย่างสอดคล้องกับหลักปฏิบัติของบริษัทฯ ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน เพื่อเตรียมรับมือได้ทันต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ภายใต้การดูแลของ**คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน** ดังต่อไปนี้

- **ด้านความปลอดภัย**

บริษัทฯ มีนโยบายด้านความปลอดภัยการป้องกันอุบัติเหตุและอันตรายที่จะเกิดขึ้นกับพนักงานอย่างเต็มความสามารถและสนับสนุนการเสริมสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัยด้วยการอบรมให้ความรู้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง

- **ด้านอาชีวอนามัย**

บริษัทฯ มีนโยบายด้านอาชีวอนามัย สนับสนุนป้องกันไม่ให้พนักงานเกิดการเจ็บป่วยอันเนื่องมาจากการทำงานทุกกรณี ตลอดจนส่งเสริมให้พนักงานใส่ใจในสุขภาพอนามัย และไม่กระทำการใดๆ ที่เกิดผลกระทบทางลบต่อสุขภาพแก่ตัวพนักงานเองและลูกค้าของบริษัท รวมทั้งยังจัดการดูแลสถานที่ทำงานให้ถูกสุขลักษณะ และมีความปลอดภัยอยู่เสมอ

- **ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน**

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

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการประกาศนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน
www.snpfood.com

แนวทางการบริหารจัดการและการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

1. ความปลอดภัยในการทำงานเป็นหน้าที่ของพนักงานทุกคน ที่ต้องร่วมมือกันปฏิบัติ โดยพนักงานสามารถแจ้งเหตุหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดในการทำงานได้ รวมถึงสามารถสื่อสารผ่านกิจกรรม Morning Talk เพื่อนำปัญหาที่พนักงานพบมาปรับปรุงการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยให้ครอบคลุมและตรงประเด็นยิ่งขึ้น
2. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อม วิธีปฏิบัติที่ปลอดภัย ตลอดจนการใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายที่เหมาะสม มีการตรวจสอบแสง เสียง และคุณภาพอากาศภายในอาคารของโรงงานเป็นประจำทุกปี เพื่อให้เป็น Safe & Happy Work Place
3. มีการประเมินความปลอดภัยด้านอาคารและสถานที่ รวมทั้งมีการตรวจสอบความปลอดภัยของระบบไฟฟ้า แก๊สเครื่องเอกซเรย์เป็นประจำทุกปี
4. มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อควบคุมดูแลให้มีการปฏิบัติอย่างจริงจังและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด
5. มีการประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดต่อทั้งพนักงาน คู่ค้า รวมทั้งผู้รับเหมาที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัทฯ

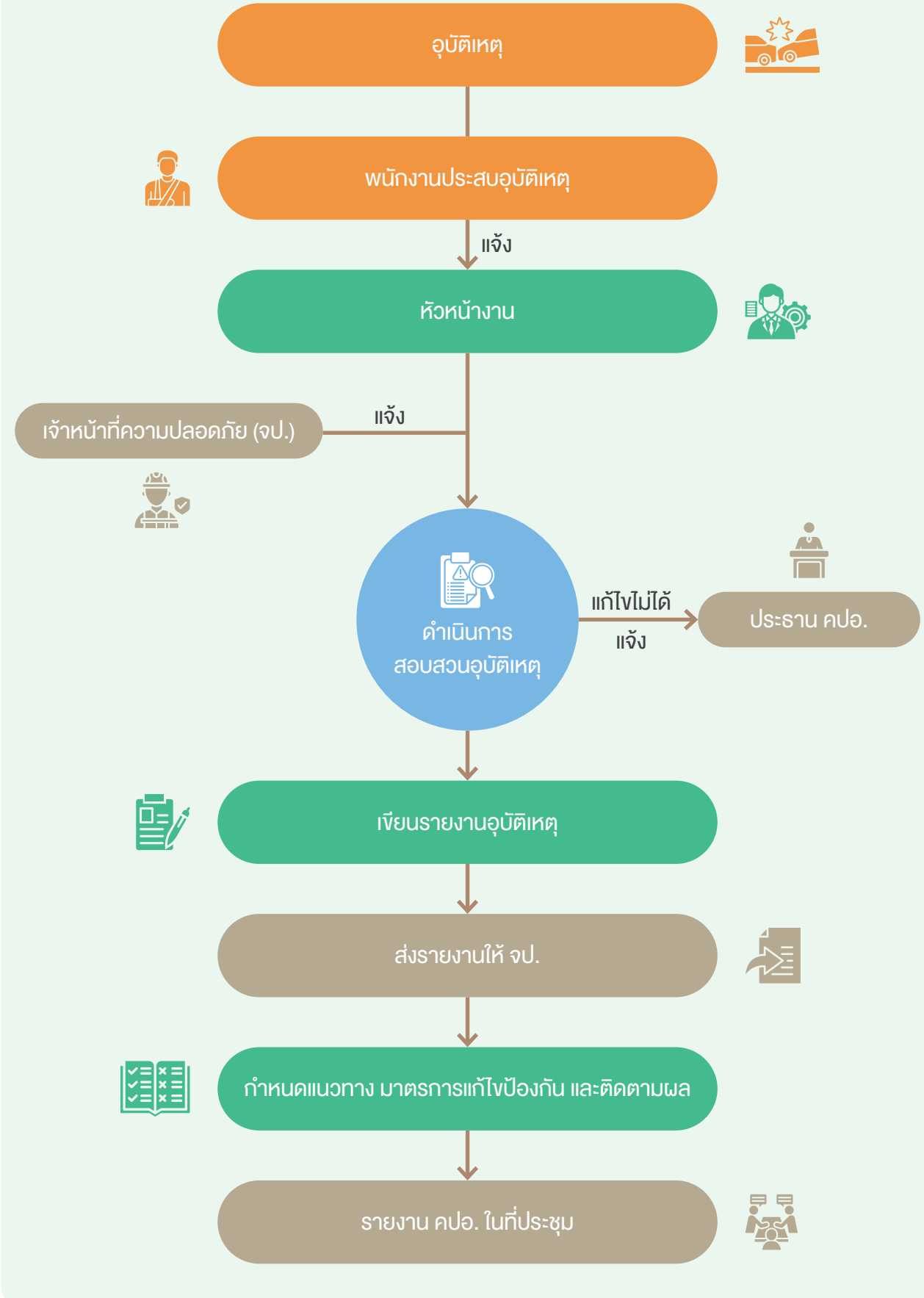
การประเมินความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน

บริษัทฯ ดำเนินกระบวนการประเมินและระบุความเสี่ยง เพื่อลดความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและเสริมสร้างความปลอดภัยในการทำงาน โดยดำเนินงานตามกฎหมายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ของกระทรวงแรงงานอย่างเคร่งครัด โดยบริษัทฯ ได้วิเคราะห์และจัดลำดับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น โดยพิจารณาจากการประเมินถึงโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง และความรุนแรงของผลกระทบจากความเสี่ยงที่เคยเกิดขึ้น ต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของกระบวนการทำงานขององค์กรหรือหน่วยงานนั้นๆ โดยมีขั้นตอนการประเมินความเสี่ยง ดังนี้

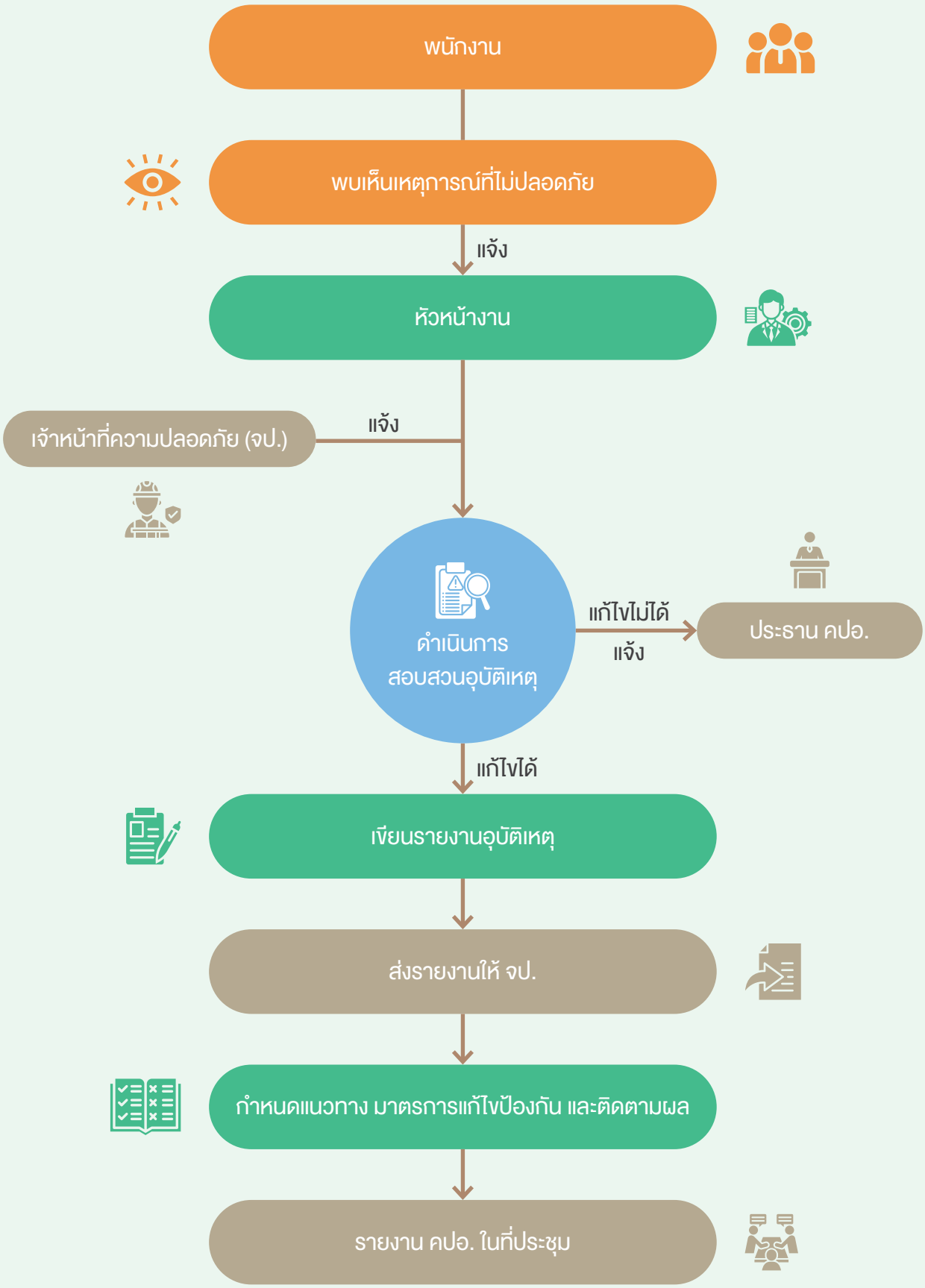
1. วิเคราะห์ความเสี่ยงแต่ละขั้นตอนการทำงานของหน่วยงาน
2. ประเมินความเสี่ยงในการทำงานของหน่วยงาน
3. กำหนดมาตรการป้องกันและข้อเสนอแนะ
4. สำหรับพนักงานที่มีการปฏิบัติงานกับความเสี่ยงจะดำเนินการให้มีการตรวจสุขภาพประจำปี

ทั้งนี้ จากการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของพนักงานและผู้รับเหมา บริษัทฯ จึงได้จัดทำมาตรการและแนวทางป้องกัน เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน จึงได้พิจารณามาตรการป้องกันความเสี่ยง ตามลำดับชั้นของการควบคุมอันตราย (Hierarchy of controls) โดยมีกระบวนการ ดังนี้

กระบวนการสำหรับพนักงานให้รายงานอุบัติเหตุ



กระบวนสอบสวนและวิเคราะห์อุบัติเหตุ แนวทางการรับมือและแก้ไขสถานการณ์



มาตรการยกระดับความปลอดภัยในการทำงาน

บริษัทฯ ตระหนักถึงการเคารพสิทธิด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระหว่างปฏิบัติงานของพนักงานและผู้รับเหมา โดยบริษัทฯมีมาตรการป้องกัน ตรวจสอบด้านความปลอดภัยในโรงงานทุกแห่งเป็นระยะ ซึ่งรับผิดชอบโดยเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยวิชาชีพ ทำหน้าที่ตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมทั้งได้รับการตรวจสอบความปลอดภัยของระบบและอุปกรณ์จากหน่วยงานความปลอดภัยและหน่วยงานประกันคุณภาพเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยวิชาชีพของบริษัทฯ ได้จัดทำรายงาน ส่งหน่วยงานตรวจสอบความปลอดภัย กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญถึงมาตรการยกระดับความปลอดภัยในการทำงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยให้สอดคล้องตามมาตรฐานสากล เพื่อให้มั่นใจได้ว่า พนักงาน และผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัทฯ จะสามารถดำเนินงานหรือปฏิบัติงานภายใต้สภาพการทำงานที่ปลอดภัย

สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

การเกิดอุบัติเหตุและการเจ็บป่วยจากการทำงาน รวมสำนักงานใหญ่ โรงงานอาหาร โรงงานเบเกอรี่ S&P 3 แห่ง และร้านอาหารและเบเกอรี่ S&P ทุกสาขา

	หน่วย	2562	2563	2564	2565	2566	2567
อุบัติเหตุขั้นเสียชีวิตของพนักงาน	ครั้ง	0	0	0	0	0	0
อุบัติเหตุขั้นเสียชีวิตของผู้รับเหมา	ครั้ง	0	0	0	0	0	0
จำนวนการบาดเจ็บขั้นหยุดงานของพนักงาน	ครั้ง	57	51	28	35	22	50
จำนวนการบาดเจ็บขั้นหยุดงานของผู้รับเหมา	ครั้ง	0	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บขั้นหยุดงานของพนักงาน	กรณี / 200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.9	1.15	0.61	0.83	0.98	1.06
อัตราการบาดเจ็บขั้นหยุดงานของผู้รับเหมา	กรณี / 200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0	0	0	0	0	0
จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย	ครั้ง	0	0	0	0	0	0

ทั้งนี้ แม้ว่าในปี 2567 อัตราการเกิดอุบัติเหตุและการเจ็บป่วยจากการทำงานจะเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯตระหนักถึงความสำคัญด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงานของบุคลากร จึงมุ่งหาแนวทางลดการเกิดอุบัติเหตุและการเจ็บป่วยจากการทำงาน

ข้อมูลสถิติอุบัติเหตุภายในปี 2567

หน่วยสนับสนุน (Support)
0
กรณี

หน่วยผลิต (Manufacturing)
31
กรณี

หน่วยธุรกิจ (Business Unit)
19
กรณี

โครงการที่สำคัญ ปี 2567

โครงการอบรมด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

1 โครงการฝึกอบรมการดับเพลิงขั้นต้นและฝึกซ้อม

วัตถุประสงค์

เพื่อให้พนักงานมีความรู้และทักษะในการดับเพลิงขั้นต้น รวมถึงวิธีในการอพยพหากเกิดเหตุอัคคีภัย







ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

ช่วยลดความเสี่ยงจากความสูญเสียจากอัคคีภัย

ด้านสังคม

พนักงานเข้าอบรม จำนวน 30 คน ทราบถึงบทบาทหน้าที่และมีทักษะในการเข้าระงับเหตุเพลิงไหม้ได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นและมีสติในการควบคุมสถานการณ์ โดยไม่ก่อให้เกิดความสับสนในการปฏิบัติหน้าที่ตามแผนที่กำหนดไว้ เพื่อลดการสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินจากเหตุเพลิงไหม้

2 โครงการสนับสนุนด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ที่เกี่ยวข้องกับการรั่วไหลของสารเคมี รังสี หรือสิ่งที่อาจเกิดความไม่ปลอดภัยแก่พนักงาน ผู้รับเหมา

วัตถุประสงค์

เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสารเคมี การจัดเก็บสารเคมี และการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย เมื่อต้องทำงานเกี่ยวกับสารเคมี



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

พนักงานเข้าอบรมจำนวน 225 คน ตระหนักถึงสารเคมีและวัตถุอันตราย มีความระมัดระวังในการป้องกัน จัดเก็บสารเคมีและวัตถุอันตราย ดูแลพื้นที่การใช้งานให้ถูกสุขอนามัย ลดความเสี่ยงการใช้งาน







3 โครงการสนับสนุนด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ที่เกี่ยวข้องกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

วัตถุประสงค์

เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น เพื่อให้สามารถช่วยเหลือซึ่งกันและกัน หรืออาจช่วยเหลือการฟื้นคืนชีพเบื้องต้นก่อนเข้ารับการรักษาพยาบาล

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านสังคม

พนักงานเข้าอบรมจำนวน 48 คน ตระหนักถึงความปลอดภัยของเพื่อนพนักงานด้วยกัน และมีจิตสาธารณะในการเข้าช่วยเหลือผู้ประสบเหตุได้อย่างทันท่วงที และถูกต้องตามหลักปฏิบัติ





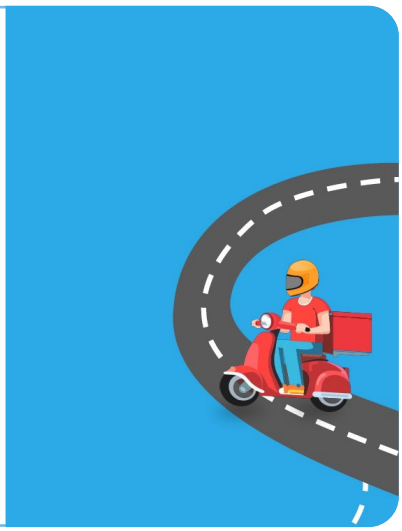




4 โครงการอบรมความหลักสูตรความปลอดภัยด้านการขับขี่แก่พนักงานดีลิเวอรี่

3 ขั้นตอนการจัดส่งสินค้า

ขับขี่รถด้วยความระมัดระวังและปลอดภัย



พนักงานส่งต้อง

- มีใบขับขี่ และ พรบ. ไม่หมดอายุ
- มีความรู้เกี่ยวกับกฎจราจรเป็นอย่างดี ขับรถถูกต้องตามกฎและไม่ประมาท ไม่ขับขี่รถย้อนศร ไม่ฝ่าสัญญาณไฟจราจร ไม่ขับขี่รถบนทางเท้า
- สวมหมวกนิรภัยทุกครั้งที่ขับขี่รถจักรยานยนต์
- ขับรถด้วยความระมัดระวัง เช่น เนิน หลุม หรือลูกระนาด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ Delivery ของ S&P
2. เพื่อให้ความรู้เรื่องระบบงาน Delivery เพื่อให้ทำงานอย่างมีระบบ และเป็นมาตรฐานเดียวกัน
3. เพื่อรับทราบบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้จัดการร้านในธุรกิจ Delivery
4. เพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุจากการขับขี่ในระหว่างจัดส่งสินค้า





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

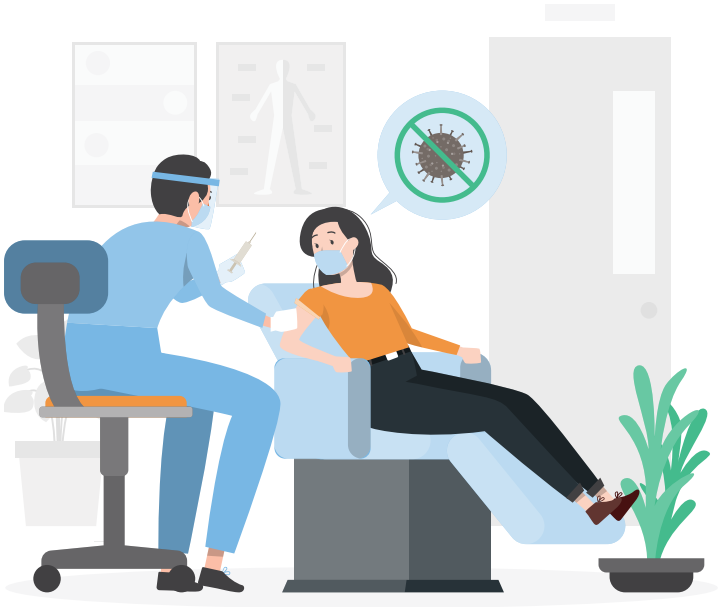
ด้านเศรษฐกิจ

เพิ่มประสิทธิภาพในการขับขี่และขนส่งสินค้าอย่างปลอดภัยให้แก่พนักงานขับรถ

ด้านสังคม

ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการขับขี่ ไม่สร้างผลกระทบแก่สาธารณะ โดยบริษัทฯ กำหนดหลักสูตรความปลอดภัยแก่พนักงานดีลิเวอรี่ในรูปแบบ On the job Training ซึ่งพนักงานทุกคนจะได้รับการอบรมตั้งแต่วันแรกในการเข้ามาทำงานกับบริษัทฯ

โครงการดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยของพนักงานในสถานการณ์โรคระบาด



วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมสุขภาวะของพนักงานและสมาชิกในครอบครัว ให้มีสุขภาพที่ดี ป้องกันความเสี่ยงจากการระบาดของโรคตามฤดูกาล

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านเศรษฐกิจ

พนักงานและสมาชิกในครอบครัวเข้าร่วมจำนวน 169 คน ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดโรคระบาด ที่ส่งผลต่อการลาป่วยของพนักงาน รวมทั้งหากติดต่อในสถานที่ทำงานอาจก่อให้เกิดการหยุดชะงักในหน่วยงานนั้นๆได้ ตลอดจนมีค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้น โดยหากเกิดกับพนักงานที่มีปัญหาสุขภาพอยู่แล้ว อาจมีความรุนแรงกว่ากรณีเจ็บป่วยทั่วไป

ด้านสังคม

เสริมสร้างสุขภาวะที่ดีในการทำงาน ลดการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสความเสี่ยง



GRI Content Index

Statement of use	S&P Syndicate (SNP)
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standard(s)	-

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	SUSTAINABILITY REPORT 2024	ONE REPORT 2024	URL	OMISSION		
						REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
General disclosures								
Organization and its reporting practices								
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organizational details	About this report	11			A gray cell indicates that reasons for omission are not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.		
	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					
	2-4 Restatements of information	About this report	8					
	2-5 External assurance	About this report	10					
Activities and workers								
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	About S&P	16-18					
	2-7 Employees	Performance Data			https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-goals-performance			

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	SUSTAINABILITY REPORT 2024	ONE REPORT 2024	URL	OMISSION		
						REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
	2-8 Workers who are not employees	Performance Data			https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-goals-per-formance			
Governance								
	2-9 Governance structure and composition	One Report 2024		153				
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	One Report 2024		137				
	2-11 Chair of the highest governance body	Message from Chairperson	4					
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	Message from Chairperson	4-7					
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	Message from Chairperson	5					
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	Message from Chief Sustainability Officer	6					
	2-15 Conflicts of interest	One Report 2024		149				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	SUSTAINABILITY REPORT 2024	ONE REPORT 2024	URL	OMISSION		
						REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
	2-16 Communication of critical concerns	One Report 2024		143-144				
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	One Report 2024		138				
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	One Report 2024		140				
	2-19 Remuneration policies	One Report 2024		139				
	2-20 Process to determine remuneration	One Report 2024		139				
	2-21 Annual total compensation ratio	-		-			Confidentiality constraints	This information is considered as confidential and cannot be report publicly.
Strategy, policies and practices								
	2-22 Statement on sustainable development strategy	Message from Chief Sustainability Officer	7					
		About S&P	12-13					
	2-23 Policy commitments	About S&P	12					
	2-24 Embedding policy commitments	Message from Chief Sustainability Officer	6					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	SUSTAINABILITY REPORT 2024	ONE REPORT 2024	URL	OMISSION		
						REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
	2-25 Processes to remediate negative impacts	Sustainable Development Strategy	50					
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	One Report 2024		143				
	2-27 Compliance with laws and regulations	One Report 2024		316-318				
	2-28 Membership associations	Sustainability Development Awards 2024	25					
Stakeholder engagement								
	2-29 Approach to stakeholder engagement	Management Approach to stakeholder	31-36					
	2-30 Collective bargaining agreements	Management Approach to stakeholder	37-41					
Material topics								
[Please note: The material topics included in the headings below are examples. They can be renamed and grouped according to the names the organization has given to its material topics. The list of material topics included in the content index is the same as the list of material topics reported under 3-2-a in GRI 3: Material Topics 2021. The disclosures included under the material topics are also examples. The disclosures can be removed (except for Disclosure 3-3) and other disclosures can be added according to the disclosures the organization has reported for each material topic.]								
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Process to determine material topics	Assessment on Key Sustainability Issue : Materiality	43			A gray cell indicates that reasons for omission are not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.		
	3-2 List of material topics	Assessment on Key Sustainability Issue : Materiality	44					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	SUSTAINABILITY REPORT 2024	ONE REPORT 2024	URL	OMISSION		
						REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
Climate Change and Energy								
Energy								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Climate Change & Energy	124					
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	Climate Change & Energy	136					
	302-3 Energy intensity	Climate Change & Energy	137					
	302-4 Reduction of energy consumption	Climate Change & Energy	137-141					
Emissions								
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	Climate Change & Energy	132					
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	Climate Change & Energy	133					
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	Climate Change & Energy	133					
	305-4 GHG emissions intensity	Climate Change & Energy	134					
	305-5 Reduction of GHG emissions	Climate Change & Energy	138-143					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	SUSTAINABILITY REPORT 2024	ONE REPORT 2024	URL	OMISSION		
						REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
Waste Management								
Energy								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Waste and Food Waste Management	58					
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	Waste and Food Waste Management	58-59					
	306-2 Management of significant waste-related impacts	Waste and Food Waste Management	71					
	306-3 Waste generated	Waste and Food Waste Management	60-61					
	306-4 Waste diverted from disposal	Performance Data			https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-goals-per-formance			
	306-5 Waste directed to disposal	Performance Data			https://www.snpfood.com/th/sustainability/sustainability-goals-per-formance			
Supply Chain Management								
Procurement practices								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Supply Chain Management	85					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	SUSTAINABILITY REPORT 2024	ONE REPORT 2024	URL	OMISSION		
						REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1 Proportion of spending on local suppliers	Supply Chain Management	101					
Supplier environmental assessment								
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	Supply Chain Management	90					
	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	Supply Chain Management	93					
Supplier social assessment								
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	Supply Chain Management	90					
	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	Supply Chain Management	93					
Health and Nutrition								
Marketing and labeling								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Health & Nutrition	106					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	SUSTAINABILITY REPORT 2024	ONE REPORT 2024	URL	OMISSION		
						REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1 Requirements for product and service information and labeling	Health & Nutrition	109					
	417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	Health & Nutrition	110					
	417-3 Incidents of non-compliance concerning marketing communications	Health & Nutrition	110					

สำนักงานใหญ่ : บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 2034/100 - 103 อาคารอิตัลไทย ทาวเวอร์ ชั้นที่ 23
ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง
กรุงเทพมหานคร 10310
ติดต่อ สำนักพัฒนาความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร : sd@snpfood.com

snpfood snpfood snpfood

www.snpfood.com