

นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน
บริษัท ศรีนันทพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

1) หลักการและเหตุผล

บริษัท ศรีน่านาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ("บริษัทฯ") มีเจตนาแน่วแน่และความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่สร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ควบคู่กับการสร้างคุณค่าทางสังคมและสิ่งแวดล้อม บนพื้นฐานหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัทฯ โดยแสดงเจตนาแน่วแน่ในการเข้าเป็นส่วนร่วมในการพยายามการบรรลุความสำเร็จแห่งเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ หรือ Sustainable Development Goals (SDGs)

2) นโยบายและเป้าหมาย

คณะกรรมการบริหาร (Executive Committee) จึงได้กำหนดนโยบายและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนสู่ปี พ.ศ. 2575 อันประกอบด้วยประเด็นด้านความยั่งยืน 15 ประการ (15 เป้าหมายหลัก) ดังนี้

ประเด็นความยั่งยืน	นโยบาย	เป้าหมาย
1. ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต	แสดงหลักประกันการดำเนินงานที่โปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมุ่งเน้นพัฒนากระบวนการกำกับดูแลกิจการจริยธรรมทางธุรกิจ การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม ระบบการรับข้อร้องเรียนและรับแจ้งเบาะแสที่มีประสิทธิภาพ การบริหารความเสี่ยงตามหลักสากลปฏิบัติ การปกป้องเครือข่ายอุปกรณ์ โปรแกรม และข้อมูลจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์หรือการเจตนาเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน ลูกค้า และคู่ค้า รวมถึงการประเมินประสิทธิผลการกำกับดูแลกิจการจากสถาบันรับรองที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล	KPIs-01: บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ (CG Rating) ระดับดีเลิศ (Excellence) จากสถาบันรับรองที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลหรือเทียบเท่า
2. เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล	บริษัทดำเนินการตรวจสอบการดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Right Due Diligence) ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Impact Assessment) การบริหารจัดการที่ดีในด้านความหลากหลาย และยอมรับในความแตกต่าง การดูแลบุคลากร การบริหารจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้เกิดการปกป้องและส่งเสริมสิทธิมนุษยชนกับทุกคนที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ตามหลักปฏิบัติขององค์การสหประชาชาติว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights)	KPIs-02 : ดำเนินการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านอย่างต่อเนื่องตามแนวทางขององค์การสหประชาชาติ ให้ครอบคลุม 100% ในขอบเขตการดำเนินงานของบริษัทฯ และคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

ประเด็นความยั่งยืน	นโยบาย	เป้าหมาย
3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	บริษัทฯ ดำเนินการพัฒนาพนักงานทุกระดับให้มีความรู้ความสามารถ และทักษะใหม่ๆ ที่จำเป็นและสอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนธุรกิจอย่างยั่งยืน ตลอดจนถึงสร้างบรรยากาศและอำนวยความสะดวกให้พนักงานมีการริเริ่มพัฒนาตนเอง ส่งต่อความรู้ เพื่อสร้างคุณค่า (Add Value) ให้กับองค์กร สังคม และชุมชน ผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลายและการมีส่วนร่วมของโครงการด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ	KPIs-03: ผู้นำและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ โครงการหรือกิจกรรมด้านความยั่งยืน เป็นประจำสม่ำเสมอทุกปี
4. นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า	บริษัทฯ ดำเนินการคิดค้นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างนวัตกรรมสินค้าหรือบริการในธุรกิจใหม่ การแปลงความคิดหรือสิ่งประดิษฐ์ที่สร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งนวัตกรรม ตลอดจนส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร	KPIs-04: เกิดรายได้จากนวัตกรรมสินค้า บริการ หรือธุรกิจใหม่ และมีนวัตกรรมด้านกระบวนการทำงานให้ได้ไม่น้อยกว่า XX% ของรายได้รวม
5. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	บริษัทฯ ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนกับคู่ค้าหลักของบริษัทฯ ทุกราย และตรวจประเมินคู่ค้า (ESG Audit) เชิงรุกในคู่ค้าหลัก 3 ลำดับแรก และคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง โดยมุ่งมั่นและพยายามเสริมสร้างศักยภาพคู่ค้าสู่ความเป็นเลิศด้านการดำเนินงาน การลดผลกระทบเชิงลบตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานและเปลี่ยนกระบวนการทัศน์คู่ค้าไปสู่แนวทางการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน อีกทั้งจัดให้มีกระบวนการจัดหาวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตที่รับผิดชอบต่อและตรวจสอบกลับได้	KPIs-05: 100% ของคู่ค้าหลัก 3 ลำดับแรก และคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง ได้รับการตรวจประเมินเชิงรุก และเกิดการพัฒนาปรับปรุง
6. การสร้างคุณค่าทางสังคม และสนับสนุนระบบเศรษฐกิจ	ส่งเสริมอาชีพและรายได้ พัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม ผู้ประกอบการรายย่อย ผู้จัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงสร้างโอกาสทางอาชีพและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับกลุ่มคนในสังคมที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ (กลุ่มเปราะบาง) ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน	KPIs-06: เกิดการพัฒนาทักษะส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้ ส ำ ห รั บ เก ช ติ ร ก ร ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบางให้ได้รวมกัน จำนวน XXXX ราย

ประเด็นความยั่งยืน	นโยบาย	เป้าหมาย
7. การสนับสนุน การศึกษาและการ เรียนรู้ตลอดชีวิต	สนับสนุนเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้ได้มีโอกาสเข้าถึงการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ โดยครอบคลุมถึงความร่วมมือและประสานงานกับ องค์กรต่างๆ เพื่อส่งเสริมการศึกษา การสนับสนุน ทุนการศึกษา เพื่อการพัฒนาทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะ ทางเทคนิคและวิชาชีพสำหรับการจ้างงาน	KPIs-07: เกิดการสนับสนุน เด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึง กลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึง การศึกษาในระบบและนอกระบบ ให้มีทักษะทางเทคนิค และวิชาชีพที่จำเป็นต่อการ ทำงาน และการส่งเสริมให้เกิด การเรียนรู้ตลอดชีวิตให้ได้ รวมกัน จำนวน XXX ราย
8. การเสริมสร้าง สุขภาพและสุขภาวะ ที่ดี	บริษัทฯ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่มุ่งเน้นสุขภาพและ โภชนาการ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งโภชนาการที่ดี การส่งเสริมการแสดงฉลากโภชนาการในผลิตภัณฑ์ อาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงมีการพัฒนาโครงการหรือ กิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ครอบคลุมถึง ความเป็นอยู่ที่ดีทั้งร่างกาย จิตใจ และสังคมของบุคคล อย่างต่อเนื่อง	KPIs-08: เพิ่มสัดส่วนจำนวน ผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่มุ่งเน้น สุขภาพและโภชนาการที่ดี ให้ ได้เป็น XX% ของสินค้าทั้งหมด
9. การเข้าถึงอาหารและ น้ำที่ปลอดภัย และ สุขภาวะที่ดี	บริษัทฯ สนับสนุนผู้คนที่มีความยากลำบาก ขาดแคลน และขาดคน กลุ่มผู้ยากไร้ และกลุ่มเปราะบาง ให้ได้รับการ บรรเทาและยุติความหิวโหย โดยสนับสนุนการเข้าถึง อาหารและน้ำที่ปลอดภัย รวมถึงการมีสุขภาวะที่ดี	KPIs-09: สนับสนุน ผู้ขาด แคลน กลุ่มผู้ยากไร้ และกลุ่ม เปราะบาง ให้เข้าถึงอาหาร และน้ำที่ปลอดภัย และมีสุข ภาวะที่ดี ให้ได้รวมกันจำนวน XXX ราย
10. ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	บริษัทฯ ยกระดับกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยระบุ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเข้าใจถึงความต้องการ และ ความคาดหวังของแต่ละกลุ่ม กำหนดกลยุทธ์ และ แนวทางเพื่อตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงการ สร้างความตระหนักของคนในองค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย และมีกระบวนการตรวจสอบข้อร้องเรียนจากผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความผูกพันที่ แข็งแกร่งกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง	KPIs-10: ผลลัพธ์ของผลการ ประเมินระดับความผูกพันของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อบริษัทฯ ไม่ต่ำกว่า 80% ทุก กลุ่ม

ประเด็นความยั่งยืน	นโยบาย	เป้าหมาย
11. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ	บริษัทพิจารณาและบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พัฒนารูริกิจสู่สังคมคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Society) โดยตั้งเป้าหมายเชิงปริมาณในการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการดำเนินธุรกิจต่อหน่วยการผลิต พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทาน เช่น เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการรายย่อย คู่ค้า ผู้จัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท ในการลดผลกระทบและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงต่อสภาพภูมิอากาศ ส่งเสริมการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนดำเนินกิจกรรมเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และสนับสนุนโครงการการรับมือกับภัยพิบัติจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	KPIs-11: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท (ขอบเขต 1 และ 2) ลดลงจากปีฐานไม่น้อยกว่า 10% และเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี พ.ศ. 2575
12. ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน	บริษัทฯ ลดการใช้พลังงานโดยควบคุมการเติบโตของการใช้พลังงานรวมสุทธิต่อหน่วยรายได้ และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน และพลังงานสะอาดหมุนเวียน ตลอดจนส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์พลังงาน การมีส่วนร่วมให้แก่พนักงานตลอดจนคู่ค้าที่สำคัญในห่วงโซ่อุปทาน ได้ตระหนักถึงการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงด้านพลังงาน และปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน	KPIs-12: อัตราการเติบโตของการใช้พลังงานรวมสุทธิลดลง ไม่น้อยกว่า 20% เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้พลังงานตามการดำเนินธุรกิจปกติ
13. การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	บริษัทฯ ประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนโดยพิจารณาเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มุ่งเน้นความปลอดภัยของผู้บริโภค ชุมชน รวมถึงมีกระบวนการสรรหาวัสดุจากแหล่งผลิตที่มีความรับผิดชอบ	KPIs-13: บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัทฯ สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reusable) หรือนำกลับมาใช้ใหม่ (Recyclable) หรือสามารถย่อยสลายได้ (Compostable) ไม่น้อยกว่า 10% ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด และครบถ้วน 100% ภายในปี พ.ศ. 2575

ประเด็นความยั่งยืน	นโยบาย	เป้าหมาย
14. การจัดการขยะอย่างยั่งยืน	บริษัทฯ ลดปริมาณการสูญเสียจากกระบวนการผลิตที่ต้องทิ้ง ร่วมกับลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ทั้งที่เป็นกระดาษ พลาสติกที่เกินความจำเป็น และ/หรือ ใช้ครั้งเดียว เพื่อลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบ โดยการเสาะแสวงหาแนวทางในการนำขยะมาใช้ประโยชน์ รวมถึงการนำขยะมาหมุนเวียนเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับของเสียที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด	KPIs-14: ลดปริมาณสูญเสียจากกระบวนการผลิตที่ต้องนำไปทิ้ง และลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อเดินหน้าสู่เป้าหมายการฝังกลบของเสียเป็นศูนย์ (Zero Waste) ภายในปี พ.ศ. 2575
15. การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	พื้นที่การดำเนินธุรกิจของบริษัททุกแห่ง (สำนักงาน คลังสินค้า โรงงาน และหน่วยธุรกิจต่างๆ) ต้องมีโครงการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในระดับท้องถิ่นหรือระดับประเทศ หรือระดับสากล ด้านการปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงแหล่งที่อยู่ทางธรรมชาติ อาทิ แม่น้ำลำธาร ป่า แหล่งกำเนิดต้นน้ำ ทะเล และชายฝั่งทะเล เป็นต้น ตามความเหมาะสม	KPIs-15: พื้นที่การดำเนินธุรกิจของบริษัททุกแห่ง มีโครงการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในระดับท้องถิ่นหรือระดับประเทศ หรือระดับสากล เพื่อช่วยสนับสนุนการลดผลกระทบเชิงลบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

ทั้งนี้ ให้บริษัทฯ กำหนดดัชนีชี้วัดย่อยเพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายหลักทั้ง 15 เป้าหมายข้างต้น ตลอดจนใช้นโยบายฉบับนี้สำหรับเป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกัน โดยให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับของบริษัทฯ มีหน้าที่สนับสนุน ผลักดัน และให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามนโยบาย เพื่อมุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงให้มีการติดตามประเมินผลการดำเนินการเปรียบเทียบกับเป้าหมาย และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทรับทราบเป็นประจำทุกปี

ให้มีผลตั้งแต่วันที่ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2565



(นายนิวัฒน์ กาญจนภูมิินทร์)

ประธานกรรมการบริษัท

บริษัท ศรีน่านาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)