



บริษัท ศรีนानาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)



# 2023

The Year of Strategic Expansion

## Sustainability Report

รายงานความยั่งยืน 2566

รอบระยะเวลา 1 มกราคม 2566 - 31 ธันวาคม 2566

คณะทำงานความยั่งยืนองค์กร

บริษัท ศรีนานาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

# สารบัญ

นโยบายด้านความยั่งยืน	4
ห่วงโซ่ธุรกิจ	4
การวิเคราะห์และการจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย ความต้องการและความคาดหวัง และการมีส่วนร่วม	5
การดำเนินงานและการจัดทำรายงานด้านความยั่งยืน	9

## 1. มิติเศรษฐกิจ 11

1.1 จรรยาบรรณทางธุรกิจ	11
1.2 ประเด็นสำคัญทางธุรกิจ	15
1.3 การจัดการความเสี่ยง	17
1.4 การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	27
1.5 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	29
1.6 การดำเนินงานด้านภาษี	32
1.7 นวัตกรรมทางธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	33

## 2. มิติสิ่งแวดล้อม 34

2.1 การจัดการสิ่งแวดล้อม	34
2.2 การใช้พลังงานไฟฟ้าและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ	36
2.3 การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ	38
2.4 การกำจัดของเสียที่เกิดจากกระบวนการธุรกิจ	46
2.5 การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	52
2.6 การจัดการวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ	53

3.1	การเคารพสิทธิมนุษยชน	54
3.2	การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมและการดูแลพนักงาน	61
3.3	การพัฒนาศักยภาพและโอกาสในการเติบโตของบุคลากร	71
3.4	การจูงใจและการรักษาพนักงาน	76
3.5	ความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร	78
3.6	สุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมของการทำงาน	80
3.7	การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	86

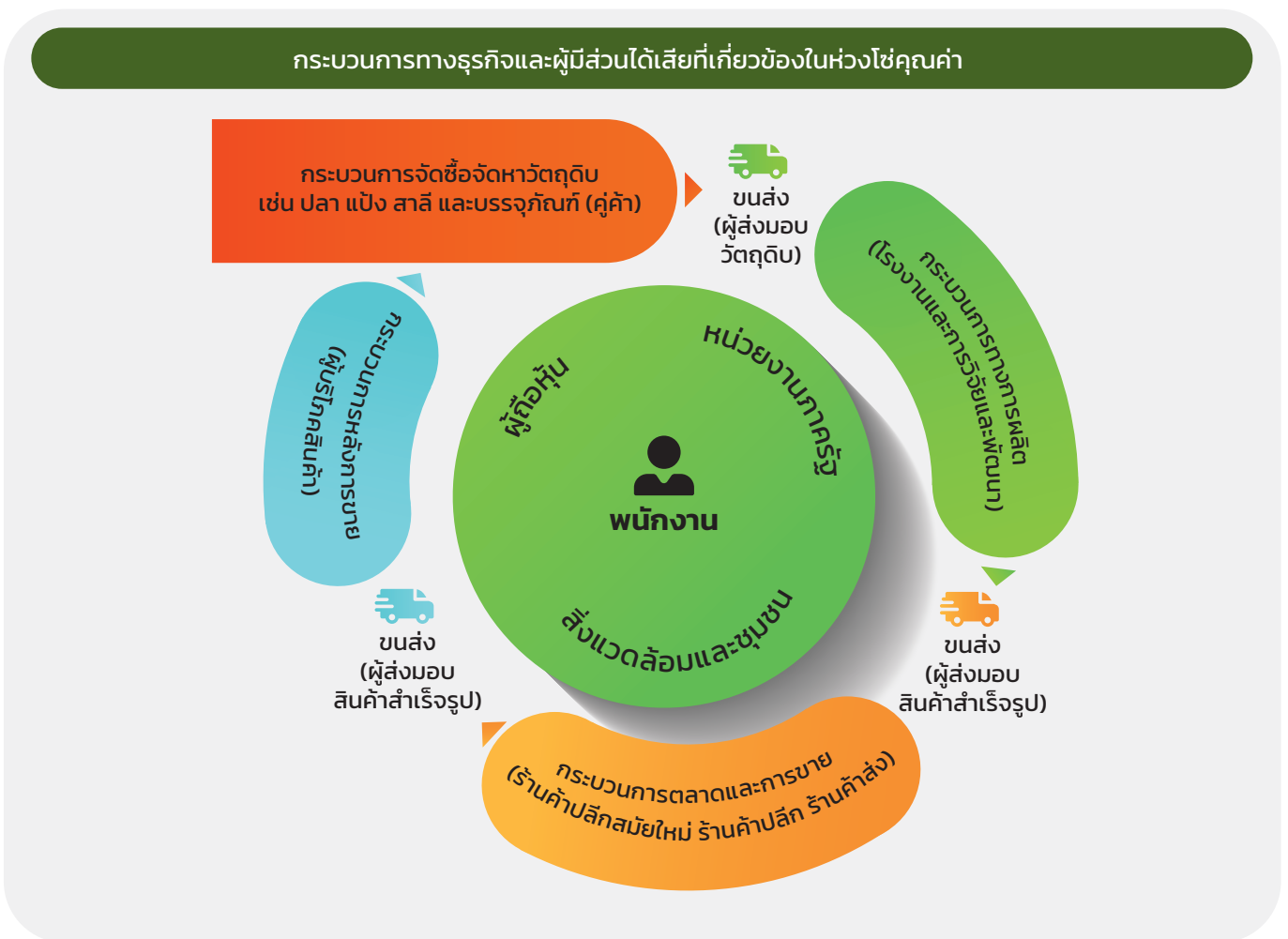
## นโยบายด้านความยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท คือ การพัฒนาคุณภาพของห่วงโซ่อุปทานที่ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนากระบวนการทำงาน การพัฒนาสินค้าและบริการ การเพิ่มคุณค่าและพัฒนาศักยภาพพนักงาน การให้องค์ความรู้แก่ชุมชน การยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชน และการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ลดและควบคุมผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น
- 2) สร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน
- 3) กำกับดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกรอบระเบียบของกฎหมาย และกฎระเบียบของบริษัท

บริษัทตั้งมั่นที่จะดำรงตนให้เป็นบริษัทที่เป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม (Good Corporate Citizen) ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และสามารถบริหารธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคงและเป็นที่ยอมรับในสังคม (Corporate Social Responsibility) บนพื้นฐานของหลักจริยธรรม และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ “มุ่งเน้นความเป็นเลิศเพื่อการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและขนมขบเคี้ยวที่ดีทั้งในด้านคุณภาพและการบริการ” และพันธกิจของบริษัท “ก้าวเป็นบริษัทมหาชน โดยดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมรับผิดชอบต่อสังคม คู่ค้า และสิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน”

## ห่วงโซ่ธุรกิจ



บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของบริษัทในกิจกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ (การจัดหาวัตถุดิบไปจนถึงบริการหลังการขาย) การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียให้มากที่สุดผ่านนโยบายและแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ดังจะได้กล่าวในลำดับถัดไป

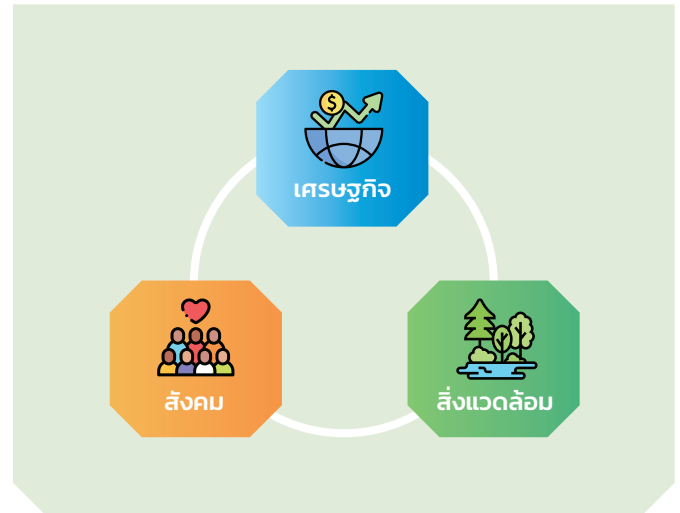
## การวิเคราะห์และการจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย ความต้องการและความคาดหวัง และการมีส่วนร่วม

บริษัทแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียบนห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- 1) ผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัททางตรง เช่น คู่ค้า (supplier) พนักงาน ผู้บริโภค เป็นต้น
- 2) ผู้มีส่วนได้เสียทางอ้อม คือ ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท เช่น องค์กรระหว่างประเทศ สถาบันการศึกษา เป็นต้น

อีกทั้งบริษัทยังให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่องโดยการรับฟังข้อมูลทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- การดำเนินงานเชิงรุก - บริษัทจัดให้มีแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคทั้งในระดับค้าปลีก (Attitude and Usage Assessment) และค้าส่ง (B2B Assessment) ตลอดจนมีแผนในการจัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจสำหรับพนักงานในปีถัดไป
- การดำเนินงานเชิงรับ - บริษัทเปิดให้มีการร้องเรียนสินค้าและการดำเนินงานผ่านสายด่วนผู้บริโภค และเก็บรวบรวมสถิติเพื่อพัฒนาการให้บริการในอนาคต โดยบริษัทได้ตอบสนองต่อการร้องเรียนที่เข้ามาอย่างทันท่วงทีหรือเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้



### กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและการวิเคราะห์ความคาดหวัง

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย
นักลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ</li> <li>• ความโปร่งใสของข้อมูล</li> <li>• การกำกับดูแลที่ดี</li> <li>• ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดี</li> <li>• สร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน</li> <li>• เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและเชื่อถือได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เว็บไซต์ของบริษัท (ในหัวข้อ “นักลงทุนสัมพันธ์”)</li> <li>• การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี</li> <li>• รายงานประจำปี</li> <li>• โทรศัพท์และอีเมล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ประชุมผู้ถือหุ้น 1 ครั้ง</li> <li>• ประชุมบริษัทจดทะเบียนกับนักลงทุน 4 ครั้ง</li> <li>• การเข้าตรวจสอบและเยี่ยมชมโรงงาน 12 ครั้ง</li> <li>• ประชุมร่วมกับกองทุนและนักลงทุน 50 ครั้ง</li> <li>• กิจกรรม Roadshow 9 ครั้ง</li> <li>• ประชุมร่วมกับนักวิเคราะห์ 5 ครั้ง</li> <li>• รวมทั้งสิ้น 81 ครั้ง</li> </ul>

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย
คู่ค้าและลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การค้าขายอย่างเป็นธรรม</li> <li>• ความน่าเชื่อถือในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ</li> <li>• มีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม</li> <li>• สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียและพัฒนาธุรกิจร่วมกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การประชุม การเข้าตรวจสอบและเยี่ยมชมโรงงาน</li> <li>• การตรวจสอบประจำปี</li> <li>• โทรศัพท์และอีเมล</li> <li>• ช่องทางการร้องเรียน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การเข้าตรวจสอบและเยี่ยมชมโรงงาน 11 ครั้ง</li> <li>• ประเมินความเสี่ยงคู่ค้ารายใหม่ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 100</li> </ul>
ผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (ทางโภชนาการและสุขภาพ)</li> <li>• ฉลากสิ่งแวดล้อม</li> <li>• ราคา</li> <li>• ความปลอดภัย</li> <li>• ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า</li> <li>• นำเสนอทุกผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพให้แก่ลูกค้า</li> <li>• ปรับลดขนาดบรรจุภัณฑ์</li> <li>• สารอาหารในผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เว็บไซต์ของบริษัท (ในหัวข้อ “แบรนด์และผลิตภัณฑ์”)</li> <li>• การสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภค</li> <li>• ช่องทางการร้องเรียนผ่านสายด่วนผู้บริโภค</li> <li>• สร้างผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงการให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและผู้บริโภค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• แบบประเมินความพึงพอใจลูกค้า 15 ราย (ลูกค้า Modern Trade)</li> <li>• แบบประเมินความพึงพอใจลูกค้า จำนวน 11 ราย (ลูกค้า Traditional Trade)</li> </ul>
พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่เป็นธรรม</li> <li>• จัดทำแนวทางปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม</li> <li>• สภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ที่ดี</li> <li>• โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• รับฟังความคิดเห็นของพนักงานผ่านกล่องรับฟังความคิดเห็น</li> <li>• พัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานให้เกิดความมั่นคง</li> <li>• ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมกันด้วยความสุภาพ ปราศจากการเลือกปฏิบัติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• กล่องรับฟังความคิดเห็น</li> <li>• นโยบายสวัสดิการพนักงาน</li> <li>• แผนพัฒนาศักยภาพพนักงาน</li> <li>• การประชุมคณะกรรมการสวัสดิการพนักงาน</li> <li>• การสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ประกาศแต่งตั้งคณะกรรมการสวัสดิการซึ่งประกอบไปด้วยตัวแทนจากฝั่งลูกจ้าง</li> <li>• ประกาศแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ส่งเสริมการทำงานที่ปลอดภัย</li> <li>• ปรับปรุงโรงอาหารและสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ</li> <li>• การสำรวจเพื่อประเมินความพึงพอใจของพนักงานปีละ 1 ครั้ง</li> <li>• การประเมินผลการปฏิบัติงานและปรับค่าจ้างประจำปี</li> </ul>

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• การอบรมและสัมมนาเพื่อพัฒนาศักยภาพ และภาวะผู้นำ</li> <li>• การประชุมใหญ่ประจำปี เพื่อให้ผู้บริหารมีโอกาสพูดคุยกับพนักงาน</li> <li>• กิจกรรมตรวจสอบสุขภาพประจำปี และวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ ป้องกันโรค</li> <li>• งานเลี้ยงสังสรรค์พนักงานประจำปี และการมอบผลิตภัณฑ์บริษัทไว้ใช้ในการอุปโภคบริโภค</li> <li>• จัดช่องทางที่ปลอดภัยในรับข้อเสนอแนะและเรื่องร้องเรียนจากพนักงาน เช่น กล่องรับความคิดเห็น / อีเมล และช่องทางร้องเรียนทางหน้าเว็บไซต์</li> <li>• จัดกิจกรรม CSR Big cleaning day ร่วมทำความสะอาดชุมชน หัวคู่ ส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม</li> <li>• การจัดให้มีอุปกรณ์ เครื่องจักร นวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ช่วยสนับสนุนให้การทำงานมีประสิทธิภาพ และปลอดภัย</li> <li>• ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร ผ่านประกาศ หรือจดหมายข่าว อิเล็กทรอนิกส์รายเดือน และรายสัปดาห์</li> <li>• ดำเนินงานตามมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยในการทำงาน และการปรับปรุงสวัสดิการตามความเหมาะสม</li> <li>• จัดให้มีโครงการแนะนำบริษัท (On-board program) สำหรับพนักงานใหม่</li> <li>• จัดทำการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน พร้อมทั้งติดตามประเด็น</li> </ul>

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย
องค์กรภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>• มีส่วนร่วมในโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>• การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• มีส่วนร่วมในโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>• ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• โครงการด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ได้รับรางวัล CSR-DIW</li> <li>• ดำเนินกิจกรรม Carbon Footprint Organization</li> <li>• ได้รับรางวัล 2 รางวัลจากการตรวจประเมินของกรมโรงงานอุตสาหกรรมคือ <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3Rs Award ระดับเหรียญเงิน ไม่มีของเสียต้องกำจัดโดยการฝังกลบ</li> <li>• 3Rs+ ระดับเหรียญเงินผ่านการประเมินทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐศาสตร์ ความคิดสร้างสรรค์ และการลดของเสีย</li> </ul> </li> </ul>
ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม</li> <li>• การพัฒนาชุมชนสู่ความยั่งยืน</li> <li>• การพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน</li> <li>• การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ</li> <li>• การมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จัดโครงการและกิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>• สนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม และละเว้นจากการละเมิดกฎหมาย</li> <li>• สนับสนุนกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่นที่บริษัทเข้าไปดำเนินกิจการ โดยให้ความสำคัญด้านการสร้างอาชีพ</li> <li>• ปฏิบัติตามนโยบายในการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เว็บไซต์ของบริษัท (ในหัวข้อ “ศรีน่านพรเพื่อสังคม”)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ลูกชุมชนสัมพันธ์ ศรีน่านพรสู่ชุมชน ถ่ายทอดความรู้ในกระบวนการผลิตขนมอย่างมืออาชีพโดยการสอนนักเรียนทำขนมไทย ลูกชุมชน เพื่อต่อยอดสู่การสร้างอาชีพในอนาคต</li> <li>• โครงการสอนทำเยลลี่รสส้ม ถ่ายทอดความรู้ในการกระบวนการผลิตเยลลี่อย่างมืออาชีพโดยการให้ความรู้ชุมชนรอบข้างทำเยลลี่รสส้ม เพิ่มการมีส่วนร่วมและแสดงถึงความใส่ใจของบริษัทกับชุมชนรอบข้างรวมถึงผู้มีส่วนได้เสีย</li> </ul>



## การดำเนินงานและการจัดทำรายงานด้านความยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นกลไกสำคัญในการจัดการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ กล่าวคือ มิติเศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล มิติสิ่งแวดล้อม และมิติสังคม โดยกำหนดให้มีแผนการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนและดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงมีแผนงานที่จะดำเนินงานในอนาคต เพื่อให้การขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนของบริษัทเป็นไปด้วยความคล่องตัว มีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนการดำเนินงานและนโยบายของบริษัท ตลอดจนมีการรายงานผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนรับทราบ จึงเสนอให้ที่ประชุมพิจารณาอนุมัติแต่งตั้งคณะทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังมีรายชื่อต่อไปนี้



รายชื่อ	ตำแหน่ง	แพก/ฝ่าย
1. คุณกิตติยา ชัยสถาพร	รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อและซัพพลายเชน	ฝ่ายจัดซื้อ
2. คุณศุภโชค บำรุงพันธ์	ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน	ฝ่ายบัญชีและการเงิน
3. คุณเสกสรร แต่ถาวร	ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายขายในประเทศ	ฝ่ายขายในประเทศ
4. คุณนันทิชา วรรณวงศ์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการฝ่ายวิจัยและพัฒนา	ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
5. คุณศรินทร์ล ศุภานุสนธิ์	ผู้จัดการฝ่ายบุคคลและธุรการ	ฝ่ายบุคคลและธุรการ
6. คุณพิเชษฐ พันดาวงษ์	ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายผลิต 1	ฝ่ายผลิต
7. คุณณรงค์ เนตรบงอร	ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายผลิต 3	ฝ่ายผลิต
8. คุณชำนาญ วิไลวรรณ	ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายผลิต 2	ฝ่ายผลิต
9. คุณพิทักษ์ ชวนขยัน	ผู้จัดการอาวุโส	ฝ่ายอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

ในปี 2566 คณะทำงานฯ จัดให้มีการประชุมเพื่อหารือ ปรับปรุง และพัฒนาแผนการจัดการด้านความยั่งยืนทั้งสิ้นจำนวน 5 ครั้ง โดยมีคุณกิตติยา ชัยสถาพร รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อและซัพพลายเชน เป็นประธานในการประชุมในฐานะประธานคณะทำงานฯ ที่ประชุมคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้อนุมัติและจัดสรรงบประมาณในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและมีโครงการที่ได้การอนุมัติให้ดำเนินการในปี 2566 จำนวน 7 โครงการ ได้แก่

ชื่อโครงการ	สถานะ	มัติ	เป้าหมาย	การดำเนินการ
1. โครงการติดตั้ง Solar Roof (ประเด็นสำคัญทางธุรกิจของลำดับที่ 1, 2)	ดำเนินการ	สิ่งแวดล้อม	ลดการซื้อไฟฟ้าจากการไฟฟ้าลงร้อยละ 0.05 ต่อยอดขายรวมและปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลงจากปีฐาน ไม่น้อยกว่า 10%	เพิ่มการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ทุกสาขาในประเทศไทย และประเมินคาร์บอนเครดิตจากการใช้พลังงานสะอาด
2. โครงการจัดการน้ำเสียครบวงจร (ประเด็นสำคัญทางธุรกิจของลำดับที่ 2)	ดำเนินการ	สิ่งแวดล้อม	ใช้น้ำที่บำบัดเสร็จแล้วทดแทนน้ำประปาในระบบห้องน้ำ โดยใช้โรงงานสาขาจังหวัดราชบุรีเป็นโรงงานนำร่อง	นำน้ำที่บำบัดเสร็จแล้วเข้า ระบบ R/O และส่งเข้าสู่ระบบจ่ายน้ำของระบบห้องน้ำ เพื่อเป็นการจัดการน้ำเสียจากขบวนการผลิตอย่างครบวงจร
3. โครงการเพิ่มความเข้าใจในการผลิตและแปรรูป (ประเด็นสำคัญทางธุรกิจของลำดับที่ 7)	ดำเนินการ	เศรษฐกิจ	เพิ่มศักยภาพและความถนัดทางวิชาชีพกับพนักงานและคู่ค้า	เข้าตรวจสถานที่การผลิตและให้ความรู้ด้านการผลิตที่ถูกสุขลักษณะแก่ Supplier ชาวสวนมะพร้าวท้องถิ่น
4. โครงการ CAC ต่อด้านทุจริตรับซัน (ประเด็นสำคัญทางธุรกิจของลำดับที่ 3)	ดำเนินการ	เศรษฐกิจ	ผ่านการรับรอง Certified Company จาก CAC ภายในปี 2566	ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมองค์กรต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ภายในเดือนธันวาคม 2566 และได้รับการรับรองภายในปี 2567
5. โครงการการจัดการความเสี่ยง (ประเด็นสำคัญทางธุรกิจของลำดับที่ 4, 5)	ดำเนินการ	สิ่งแวดล้อม	วางแผนป้องกันและบริหารจัดการความเสี่ยงด้านอากาศและน้ำจากกระบวนการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและป้องกันข้อพิพาทกับชุมชน	วิเคราะห์สถานการณ์และผลกระทบ พร้อมจัดทำแผนการจัดการความเสี่ยงด้านน้ำแบบบูรณาการกับผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน
6. โครงการเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านการบริหารความเสี่ยง (ประเด็นสำคัญทางธุรกิจของลำดับที่ 7)	ดำเนินการ	สังคม	กำหนดให้ผลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงเป็น KPI ขององค์กรหรือของฝ่ายงานเจ้าของความเสี่ยง (Risk owner)	บริหารงานร่วมกับคณะทำงานด้านความเสี่ยงจัดการให้ความรู้ด้านความเสี่ยงแก่ผู้มีส่วนได้เสียในทุกห่วงโซ่อุปทานและภายในองค์กร และจัดทำ KPI ด้านความเสี่ยง
7. โครงการการปลูกป่าเพื่อจัดเก็บคาร์บอนเครดิต (ประเด็นสำคัญทางธุรกิจของลำดับที่ 1)	ดำเนินการ	สิ่งแวดล้อม	จัดเก็บคาร์บอนเครดิตให้เพียงพอกับการ Carbon Neutrality ภายในปี 2575	ขออนุมัติเพื่อทำการศึกษาค่าความเป็นไปได้ของโครงการ

ทั้งนี้ คุณธภักร ชัยสถาพร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญอย่างยิ่งยวดในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จึงผลักดันให้เกิดโครงการปลูกป่าเพื่อจัดเก็บคาร์บอนเครดิต รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ก่อปรกกับการสนับสนุนของศูนย์วิจัย วิจัยและพัฒนาธุรกิจภายในประเทศไทยในการขับเคลื่อนการให้ความรู้ในการจัดการความเสี่ยงจากกระบวนการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยจัดให้มีการฝึกอบรม การให้ความรู้ การทำสื่อให้กับพนักงานในทุกกระดับได้รับรู้และรับทราบถึงความสำคัญดังกล่าว อีกทั้ง การจัดสรรงบประมาณในการดำเนินการด้านความยั่งยืน การเตรียมความพร้อมพนักงานทุกคนในการรับมือกับความเสี่ยงและการเงินเป็นผู้บริหารที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญในการให้คำปรึกษา การเตรียมความพร้อมพนักงานทุกคนในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และด้วยความร่วมมือของฝ่ายบริหารและพนักงานทุกคนในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและยังมีส่วนในการบริหารจัดการของฝ่ายการพัฒนาอย่างยั่งยืน คณะทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้รับทราบ

# 1. มิติเศรษฐกิจ

## 1.1 จรรยาบรรณธุรกิจ

### หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

บริษัท ศรีนानาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) มีหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจซึ่งกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท จะต้องยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานในฐานะตัวแทนของบริษัท โดยบริษัทได้กำหนดหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ดี อันจะช่วยส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยความโปร่งใส สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ดังนี้

- 1. ผู้ถือหุ้น** บริษัทจะดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและมีประสิทธิภาพเพื่อการสร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน โดยมุ่งมั่นที่จะสร้างผลการดำเนินงานที่ดีและการเจริญเติบโตที่มั่นคง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว รวมทั้งดำเนินการเปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใสและเชื่อถือได้ต่อผู้ถือหุ้น
- 2. พนักงาน** บริษัทจะปฏิบัติต่อพนักงานทุกรายอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม และให้ผลตอบแทนที่เหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ และศักยภาพของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เช่น การจัดอบรม การสัมมนา และการฝึกอบรม โดยให้โอกาสอย่างทั่วถึงกับพนักงานทุกคน และพยายามสร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่มีความรู้ ความสามารถสูงให้คงอยู่กับบริษัทเพื่อพัฒนาองค์กรต่อไป อีกทั้งยังได้กำหนดแนวทางในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมทั้งปลูกฝังให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง เช่น การห้ามใช้ข้อมูลภายในอย่างเคร่งครัด เป็นต้น
- 3. คู่ค้า** บริษัทมีกระบวนการในการคัดเลือกคู่ค้าโดยการให้คู่ค้าแข่งขันบนข้อมูลที่เท่าเทียมกัน และคัดเลือกคู่ค้าด้วยความยุติธรรมภายใต้หลักเกณฑ์ในการประเมินและคัดเลือกคู่ค้าของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดทำรูปแบบสัญญาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่สัญญาทุกฝ่าย และจัดให้มีระบบติดตามเพื่อให้มั่นใจว่าได้มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาอย่างครบถ้วน และป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในทุกขั้นตอนของกระบวนการจัดหา โดยบริษัทซื้อสินค้าจากคู่ค้าตามเงื่อนไขทางการค้า ตลอดจนปฏิบัติตามสัญญาต่อคู่ค้าอย่างเคร่งครัด
- 4. ลูกค้า** บริษัทรับผิดชอบต่อลูกค้าโดยการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการ รวมถึงการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ครบถ้วนและครอบคลุมให้มากที่สุด เพื่อมุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทคำนึงถึงสุขลักษณะและอนามัยของลูกค้าในการบริโภคสินค้าและบริการของบริษัทและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ถูกต้องและครบถ้วนแก่ลูกค้า รวมทั้งยังจัดให้มีช่องทางให้ลูกค้าของบริษัทสามารถแจ้งปัญหาสินค้าและบริการที่ไม่เหมาะสมเพื่อที่บริษัทจะได้ป้องกันและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัทได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนรักษาความลับของลูกค้า และไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
- 5. เจ้าหนี้** บริษัทจะปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ตามสัญญาที่มีต่อเจ้าหนี้เป็นสำคัญ รวมทั้งการชำระคืนเงินต้น ดอกเบี้ย และการดูแลหลักประกันต่าง ๆ ภายใต้สัญญาที่เกี่ยวข้อง
- 6. คู่แข่ง** บริษัทประพฤติตามกรอบการแข่งขันที่ดี มีจรรยาบรรณและอยู่ในกรอบของกฎหมาย รวมทั้งสนับสนุนและส่งเสริมนโยบายการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม

บริษัทใส่ใจและให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของผู้คนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทและส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทที่มีจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งจัดให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทพยายามเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการสร้างและรักษาไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมและสังคม ตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่



**นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ  
และหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ**

**1) การฝึกอบรมด้านจรรยาบรรณธุรกิจ**

บริษัท ศรีน่านพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส ตามแนวทางการปฏิบัติงานตามกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ คำนึงถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทในทุก ๆ ส่วน โดยได้มีการจัดทำจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานขึ้น เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานใช้ยึดถือเป็นแนวทางในการทำงานและปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ยึดหลักนิติธรรม มีความโปร่งใส ตั้งมั่นในความยุติธรรมและความมีคุณธรรม ให้ความสำคัญต่อลูกค้า มีความรับผิดชอบต่อสังคม คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม การไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ไม่รับสิ่งตอบแทนที่เกินปกติวิสัย ไม่ข้องเกี่ยวกับการเรียกรับหรือจ่ายสินบน ไม่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ของผู้อื่น โดยบริษัทมีแผนการถ่ายทอดจรรยาบรรณความรับผิดชอบต่อเหล่านี้ไปยังพนักงานทุกระดับ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมต่อไป ทั้งนี้สามารถเข้าไปดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้บนหน้าเว็บไซต์ของบริษัท

**การดำเนินงานปี 2566**

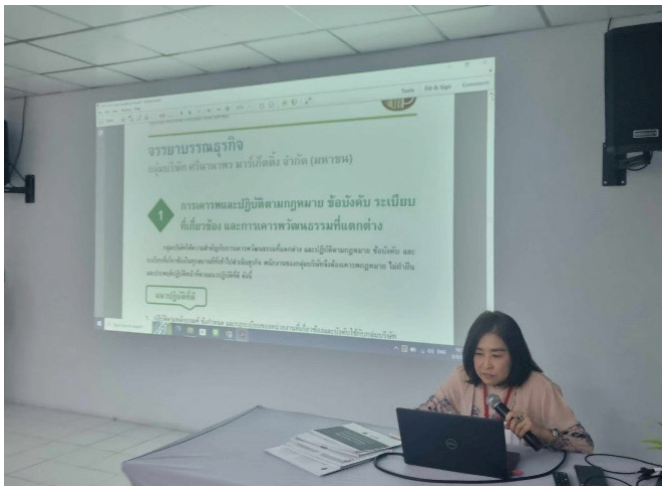
- จัดทำและประกาศใช้คู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct ) ให้คู่ค้าของบริษัทใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างมีความรับผิดชอบต่อในห่วงโซ่อุปทาน
- การฝึกอบรมคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ (Business Code of Conduct) ให้กับพนักงาน โดยเริ่มการฝึกอบรมให้กับผู้บริหารระดับบังคับบัญชาหรือหัวหน้างานขึ้นไปเพื่อนำไปยึดถือปฏิบัติ ตลอดจนส่งข้อมูลความรู้ดังกล่าวให้กับพนักงานภายใต้สังกัดของตนเองในการอบรมมีการประเมินความรู้ก่อนและหลังการอบรม โดยใช้แบบทดสอบก่อนการอบรม (Pre-Test) และแบบทดสอบหลังการอบรม (Post-Test) สามารถสรุปผลคะแนนการเรียนรู้ก่อนและหลังการเข้าอบรมจากผู้เข้าอบรมทั้งหมดจำนวน 120 คน พบว่าร้อยละ 100 ของผู้เข้าอบรม มีคะแนนการเรียนรู้เพิ่มขึ้นหลังจากเข้าอบรม ถือเป็นการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ว่าต้องผ่านเกณฑ์อย่างน้อยร้อยละ 75 ดังนี้

แบบทดสอบ	คะแนนเต็ม	คะแนนต่ำสุด	คะแนนสูงสุด	ค่าเฉลี่ย
ก่อนเรียน (Pre-Test)	10	3	8	6
หลังเรียน (Post-Test)	10	9	10	9

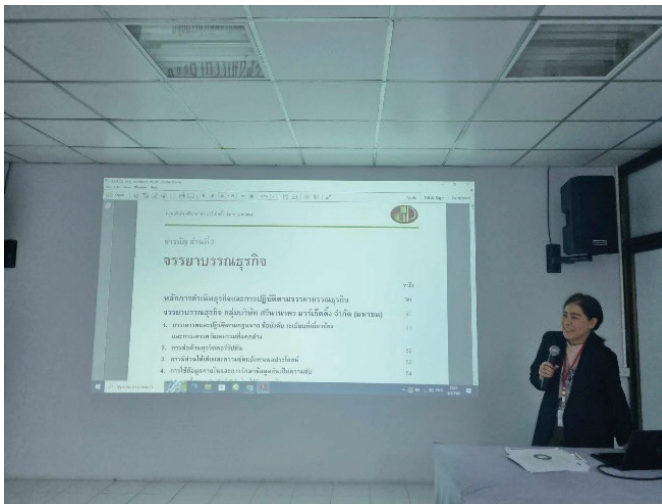
**เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2567**

ดำเนินการผนวกเนื้อหาการฝึกอบรมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรอบรมสำหรับพนักงานใหม่ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกระดับ รับรู้เข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล จริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

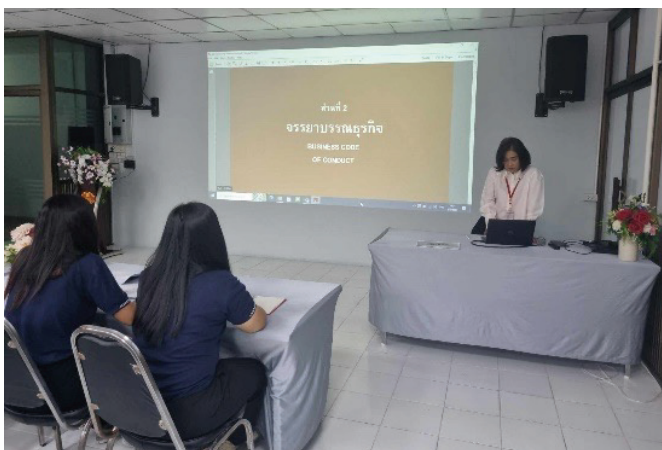
**SNNP - ภาพการจัดอบรมหลักสูตร Code of Conduct จรรยาบรรณธุรกิจ ไตรมาส 1 / 2566**



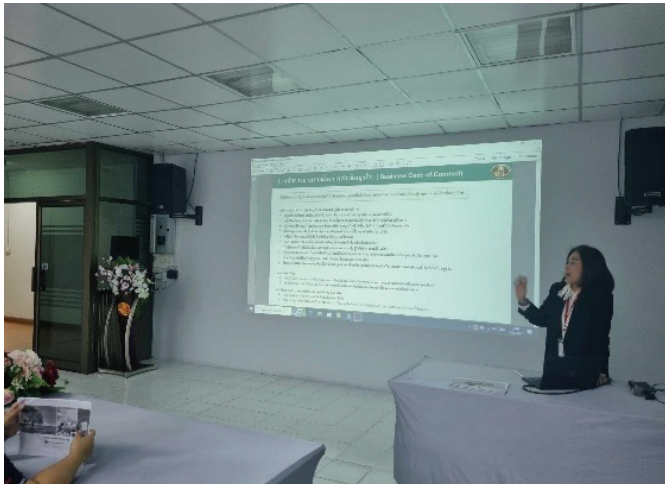
**SNNP - ภาพการจัดอบรมหลักสูตร Code of Conduct จรรยาบรรณธุรกิจ ไตรมาส 2 / 2566**



**SNNP - ภาพการจัดอบรมหลักสูตร Code of Conduct จรรยาบรรณธุรกิจ ไตรมาส 3 / 2566**



SNNP -ภาพการจัดอบรมหลักสูตร Code of Conduct จรรยาบรรณธุรกิจ ไตรมาส 4 / 2566



2) การดำเนินการเพื่อการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทให้ความสำคัญในการเข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Against Corruption) บริษัทได้ดำเนินการแสดงเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการดังกล่าวแล้วเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2566 พร้อมทั้งรายงานการดำเนินงานให้คณะกรรมการบริษัททราบ พร้อมทั้งการเชิญชวนให้ลูกค้าเข้าร่วมเครือข่ายฯ รวมถึงการสื่อสารให้กับพนักงานทุกระดับได้รับทราบ

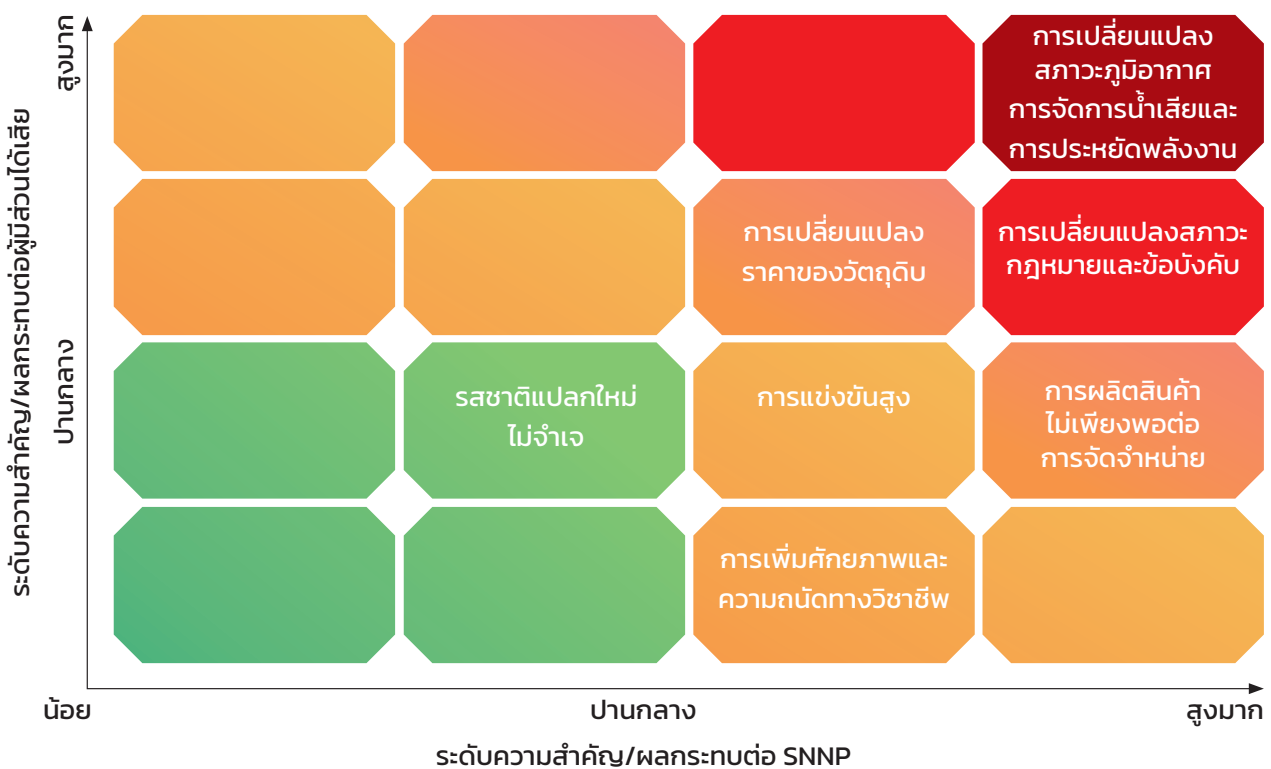


3) มาตรฐานการดำเนินงานกิจการตามหลักบรรษัทภิบาล\*

บริษัทได้รับผลการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ปี 2566 โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในระดับ 5 ดาว หรือเกณฑ์ดีเลิศ (Excellent) อีกทั้งบริษัทยังถูกจัดอยู่ในกลุ่มที่มีคะแนนสูงสุด (Top Quartile) ของบริษัทที่มีมูลค่าทางการตลาด (Market Capitalization) ขนาดไม่เกิน 10,000 ล้านบาท และได้รับการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2566 (AGM Checklist) ได้คะแนน 95 คะแนนจาก 100 คะแนนเต็ม โดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย

(\*รายละเอียดเพิ่มเติมในรายงาน 56-1 One Report 2023 หัวข้อ 6.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของนโยบาย แนวปฏิบัติ และระบบการกำกับดูแลกิจการในรอบปีที่ผ่านมา)

1.2 ประเด็นสำคัญทางธุรกิจ



บริษัทจัดให้มีการระบุประเด็นสำคัญในการทำธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals) ซึ่งบริษัทสามารถระบุและจัดลำดับประเด็นสำคัญและดำเนินการอย่างเร่งด่วนเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายสากล โดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทและการพัฒนาที่ยั่งยืน ครั้งที่ 2/2566 ได้อนุมัติแล้ว ดังต่อไปนี้

ประเด็นสำคัญทางธุรกิจ	เป้าหมายสากล
ลำดับที่ 1. การเปลี่ยนแปลงสภาวะภูมิอากาศ	 
ลำดับที่ 2. การจัดการน้ำเสียและการประหยัดพลังงาน	  
ลำดับที่ 3. การเปลี่ยนแปลงกฎหมายและข้อบังคับ	  
ลำดับที่ 4. การผลิตสินค้าไม่เพียงพต่อการจัดจำหน่าย	  
ลำดับที่ 5. การเปลี่ยนแปลงราคาของวัตถุดิบ	  
ลำดับที่ 6. การแข่งขันสูง	 
ลำดับที่ 7. การเพิ่มศักยภาพและความถนัดทางวิชาชีพ	 
ลำดับที่ 8. รสชาติแปลกใหม่ไม่จำเจ	  



### 1.3 การจัดการความเสี่ยง

บริษัทมีนโยบายการบริหารความเสี่ยง และการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรแบบบูรณาการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยอ้างอิงการบริหารความเสี่ยงตามกรอบการดำเนินงานและแนวปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานสากล COSO ERM 2017 โดยการประเมินความเสี่ยงได้คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงจากทั้งปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน รวมถึงปัจจัยความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่และโอกาสที่จะเกิดการทุจริตและคอร์รัปชัน พร้อมทั้งกำหนดแนวทางการจัดการความเสี่ยง เพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ มีการทบทวนความเสี่ยงและติดตามการดำเนินงานตามมาตรการจัดการความเสี่ยงเป็นประจำ เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และบริษัทได้นำดัชนีชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ (Key Risk Indicator: KRI) มาเชื่อมโยงกับดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicator: KPI) เพื่อประเมินความสัมพันธ์ผลของการดำเนินกลยุทธ์ระยะสั้นและระยะยาวของบริษัท และติดตามการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ พร้อมทั้งกำหนดมาตรการเพิ่มเติมสำหรับตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างทันท่วงที ในปี 2566 บริษัทได้ทำการจัดหมวดหมู่ของปัจจัยความเสี่ยงตามมาตรฐาน COSO ERM 2017 โดยครอบคลุมความเสี่ยงที่เป็นไปได้หรือคาดว่าจะเกิดขึ้น (Potential Risk) ทั้งหมดของบริษัท นำไปใช้ในการระบุปัจจัยเสี่ยงให้ครอบคลุม ครบถ้วน และเป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ความเสี่ยงได้ในหลายระดับ และการวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงในภาพรวม (Aggregate Risk) เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงมีความเหมาะสมเพียงพอและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บริษัทเชื่อว่าการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพถือเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อความยั่งยืนขององค์กร เนื่องจากเป็นแนวทางที่จะสนับสนุนให้องค์กรบรรลุเป้าหมายภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล และช่วยลดผลกระทบจากความไม่แน่นอนต่าง ๆ พร้อมทั้งแสวงหาโอกาสในการเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ บริษัทจึงมีการดำเนินการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องตามหลักการและแนวทางของ The Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission (COSO-ERM) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลในเรื่องการบริหารความเสี่ยง รวมถึงหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2560 (Thai Corporate Governance Code for Listed Companies - 2017)

ในรอบปี 2566 เศรษฐกิจโลก ประเทศไทย รวมถึงบริษัท ต้องเผชิญความท้าทายกับความไม่แน่นอนจากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ เช่น สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างอิสราเอลและฮามาส ความ

ผันผวนของราคาพลังงาน วัตถุดิบ รวมถึงความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว เป็นต้น โดยปัจจัยเหล่านี้สร้างความกดดันทั้งด้านอุปสงค์และด้านอุปทานอย่างมากในระบบเศรษฐกิจโลก ในกรณีนี้ บริษัทได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงต่าง ๆ เพื่อลดผลกระทบต่อบริษัท เช่น มาตรการลดค่าใช้จ่าย การปรับแผนการผลิตและแผนการขายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาดที่เปลี่ยนแปลง การจัดหาเงินกู้เพื่อเสริมสภาพคล่อง มาตรการติดตามและบริหารการจัดเก็บรายได้ที่มีประสิทธิภาพตามระยะเวลาที่เหมาะสม

บริษัทได้บูรณาการระบบบริหารจัดการความเสี่ยงเข้ากับนโยบาย กฎหมาย ระเบียบ และมาตรฐานการปฏิบัติงานต่าง ๆ ครอบคลุมทั้งด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Governance) การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) และการควบคุมภายใน (Internal Control) และการกำกับดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ (Compliance) เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม โดยมีระบบการควบคุมที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพทั้งองค์กร โดยบริษัทถือว่าการบริหารความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบสำคัญของทุกกระบวนการในการดำเนินธุรกิจและจำเป็นต้องเชื่อมโยงกันทุกระดับ ซึ่งบริษัทกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรที่พนักงานทุกคนต้องยึดถือและปฏิบัติ โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee: RMC) ทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงในภาพรวมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

บริษัทมีโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับองค์กรและระดับปฏิบัติการ โดยบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรผ่านคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee: RMC) ซึ่งได้รับแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัท ให้ทำหน้าที่ประเมินและทบทวนลักษณะความเสี่ยงที่บริษัทประสบอยู่หรือคาดว่าจะเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อบริษัท (Risk Identification) กำกับแนวทางการบริหารความเสี่ยงผ่านการกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยง และกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ซึ่งครอบคลุมและสอดคล้องกับกลยุทธ์และทิศทางการดำเนินธุรกิจบริษัท ตลอดจนทำหน้าที่ในการติดตามความก้าวหน้า ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง โดยมีคณะทำงานด้านการบริหารความเสี่ยงองค์กร ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงจากฝ่ายงานต่าง ๆ เป็นคณะทำงาน ทำหน้าที่ดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงองค์กรอย่างสม่ำเสมอตามนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยงที่ได้รับจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง


บริษัทมีหน่วยบริหารความเสี่ยง เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการประสานงานและอำนวยความสะดวกให้ระบบการบริหารความเสี่ยงของ

บริษัทมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด และมีหน่วยงานตรวจสอบภายในเป็นผู้รับผิดชอบในการติดตามและทวนสอบการบริหารความเสี่ยงขององค์กร ก่อนที่จะมีการนำเสนอรายงานการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและคณะกรรมการบริษัททราบตามลำดับ (ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง และแผนการบริหารความเสี่ยง สามารถอ่านรายละเอียดตามแบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566 หัวข้อ การบริหารความเสี่ยง)

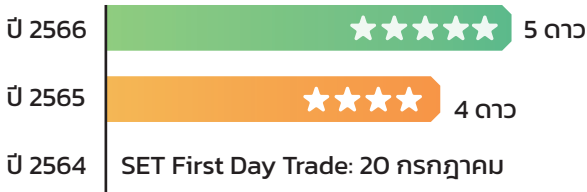
### 1.3.1 การจัดการความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทตระหนักดีว่าการกำกับดูแลที่มีความสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ถือเป็นรากฐานการดำเนินงานและกิจกรรมทั้งหมดของบริษัท เพื่อให้เกิดความโปร่งใสเป็นธรรม แสดงถึงความรับผิดชอบต่อ บริษัทไม่เพียงแต่ลดความเสี่ยงของการกระทำผิดภายในองค์กร แต่ยังได้ยกระดับความสัมพันธ์กับพันธมิตร นักลงทุน คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียอื่น โดยบริษัทมุ่งหวังที่จะส่งเสริมหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งรวมทั้งการคุ้มครองสิทธิของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน การส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสมและมีจริยธรรม ตลอดจนการต่อต้านการให้สินบนและการทุจริตคอร์รัปชัน อีกทั้งขยายขอบเขตไปถึงการกำกับดูแลในประเด็นสำคัญอื่น เช่น สิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ การบริหารความเสี่ยงและการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว ซึ่งทั้งหมดนี้จะส่งเสริมให้บริษัทสามารถลดผลกระทบเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้เสียและสร้างคุณค่าร่วมสำหรับทุกภาคส่วนได้สำเร็จ

### เป้าหมายและความก้าวหน้าด้านการกำกับดูแล

 **เป้าหมายปี 2566 ระดับ ดีเลิศ (5 ดาว)**

#### การต่อต้านคอร์รัปชัน



## เหตุการณ์การทุจริตคอร์รัปชัน หรือการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ



**เป้าหมายปี 2566 = 0**  
2544 - 2566

การต่อต้านคอร์รัปชันเป็นส่วนสำคัญของงานด้านการกำกับดูแลกิจการ เนื่องจากบริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงกำหนดนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันโดยเชื่อมโยงและต่อยอดกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัทซึ่งบังคับใช้กับบุคลากรของบริษัททุกระดับ ตั้งแต่คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร ไปจนถึงพนักงาน เพื่อแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมและคงไว้ซึ่งจริยธรรมทางธุรกิจ ความคาดหวังเหล่านี้ยังได้ถ่ายทอดไปถึงพันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า ผู้รับเหมาของบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียอื่นที่เกี่ยวข้องผ่านจรรยาบรรณคู่ค้าตามแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (SNNP Supplier Sustainable Code of Conduct) และเพื่อสนับสนุนความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2566 บริษัทได้เข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์เพื่อขอรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Thai Private Sector Collective Action against Corruption – CAC) อย่างเป็นทางการแล้ว โดยคาดว่าจะได้รับการรับรองการเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติภายในปี 2567

### การประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการประเมินความเสี่ยงของบริษัท ซึ่งสอดคล้องตามหลักการที่องค์กร CAC ซึ่งบริษัทได้ให้คำจำกัดความการคอร์รัปชันว่าเป็นการจ่ายเงินเพื่อซื้องานหรือโอกาสทางธุรกิจ เพื่อซื้อความสะดวกหรือเพื่อซื้อความผิด โดยความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันจะพิจารณาจากกระบวนการทางธุรกิจที่สำคัญของทุกฝ่ายงาน ซึ่งระดับความเสี่ยงจะประเมินจากผลกระทบ โอกาสเกิดและความเป็นไปได้ และมาตรการควบคุมสำคัญ รวมทั้งแผนบรรเทาผลกระทบสำหรับความเสี่ยงหลัก โดยจะมีเจ้าของความเสี่ยงและคณะทำงานเฉพาะเรื่องที่ตั้งขึ้นเพื่อติดตามสถานะของการจัดการความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ ก่อนที่จะรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหาร คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และคณะกรรมการบริษัทตามความเหมาะสม

เพื่อให้แน่ใจว่ามีการจัดการความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเหมาะสม บริษัทได้แต่งตั้งคณะทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหาร ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายของแต่ละหน่วยงาน เช่น หน่วยงานผลิต ทรัพยากรบุคคล กฎหมาย บัญชีและการเงิน หน่วยงานกำกับและตรวจสอบภายใน หน่วยงานเลขานุการบริษัท ฯลฯ โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นประธานคณะทำงานฯ มีหน้าที่กำกับดูแลการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและกระบวนการบริหารความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัท โดยมีคณะทำงานที่ประกอบด้วยตัวแทนจากส่วนงานต่าง ๆ เป็นผู้สนับสนุนด้วยการผลักดันให้เกิดการปฏิบัติที่สอดคล้องกับนโยบายและระเบียบที่เกี่ยวข้องทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันและติดตามผลการดำเนินงานของบริษัท อีกทั้งรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

### การรายงานและการแจ้งเบาะแส

บริษัทกำหนด “นโยบายการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิด” เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียในการแจ้งข้อมูลหรือให้เบาะแสหากพบเห็นการฝ่าฝืนหรือพบความผิดปกติในการดำเนินธุรกิจของบริษัท อาทิ การกำกับดูแล คุณธรรม จรรยาบรรณ การทุจริตคอร์รัปชัน การทำธุรกรรมทางการเงิน การปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ ข้อบังคับว่าด้วยกฎหมาย ผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ เพื่อให้มีการตรวจสอบข้อมูลข้อร้องเรียนตามกระบวนการที่ระบุไว้ในนโยบายการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิด ดังนี้

### ผู้รับข้อร้องเรียน

1. กรรมการอิสระ หรือคณะกรรมการตรวจสอบ
2. หัวหน้าฝ่ายทรัพยากรบุคคล / หัวหน้าฝ่ายตรวจสอบภายใน / เลขานุการบริษัท

### วิธีการร้องเรียน

1. ร้องเรียนได้โดยตรงด้วยวาจา
2. ทำเป็นจดหมายถึงผู้รับข้อร้องเรียนโดยตรง
3. ผ่านทาง E-mail Address ของผู้รับข้อร้องเรียน

4. ในกรณีที่ผู้ร้องเรียนเลือกที่จะไม่เปิดเผยชื่อ ต้องระบุรายละเอียดข้อเท็จจริงหรือหลักฐานที่ชัดเจนเพียงพอที่แสดงให้เห็นว่ามีเหตุอันควรเชื่อว่าจะมีการกระทำที่เป็นการทุจริต หรือฝ่าฝืนกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับบริษัท หรือหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

### ช่องทางการรับแจ้งเบาะแส

คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้กรรมการอิสระหรือคณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้พิจารณาเบาะแสหรือข้อร้องเรียนที่อาจทำให้เกิดความสงสัยได้ว่าเป็นการทุจริตคอร์รัปชันที่เกิดขึ้นกับบริษัททั้งทางตรงหรือทางอ้อม โดยผ่านช่องทางการรับเรื่องที่ได้กำหนดไว้ในนโยบายฉบับนี้ โดยผู้ร้องเรียนจะต้องระบุรายละเอียดของเรื่องที่จะแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน พร้อมชื่อที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ส่งมายังช่องทางรับเรื่องดังนี้

#### • แจ้งผ่านกรรมการอิสระหรือคณะกรรมการตรวจสอบ

อีเมล [audit\\_committee@snnp.co.th](mailto:audit_committee@snnp.co.th)

ไปรษณีย์ กรรมการอิสระ หรือคณะกรรมการตรวจสอบ  
บริษัท ศรีนानาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)  
เลขที่ 325/6-9 ถนนหลานหลวง แขวงสีแยกมหนาค  
เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

#### • แจ้งผ่านเลขานุการบริษัท หรือหัวหน้าฝ่ายทรัพยากรบุคคล หรือหัวหน้าฝ่ายตรวจสอบภายใน

อีเมล [cg@snnp.co.th](mailto:cg@snnp.co.th)

ไปรษณีย์ เลขานุการบริษัท หรือหัวหน้าฝ่ายทรัพยากรบุคคล  
หรือหัวหน้าฝ่ายตรวจสอบภายใน  
บริษัท ศรีนานาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)  
เลขที่ 325/6-9 ถนนหลานหลวง แขวงสีแยกมหนาค  
เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

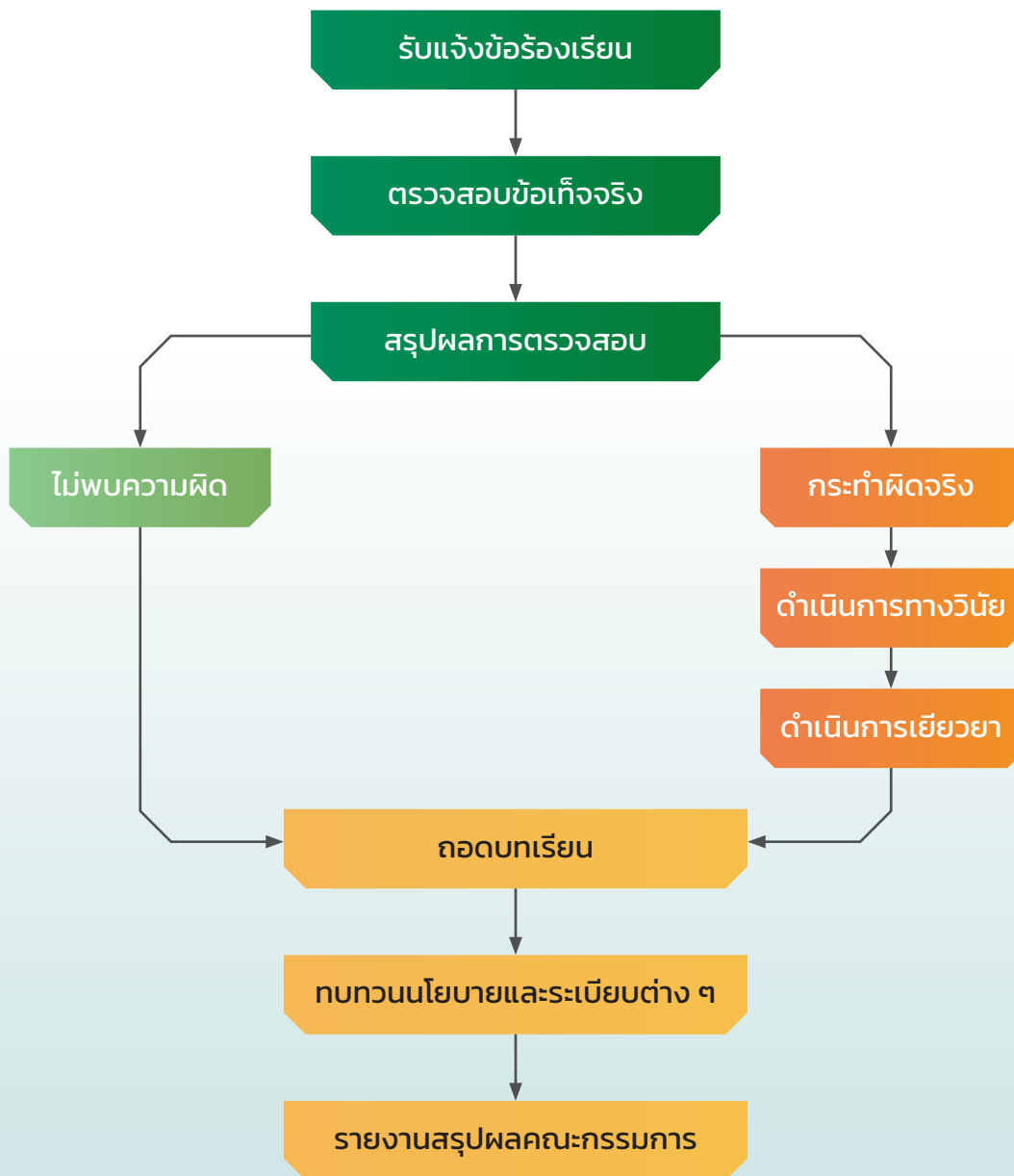
โทรศัพท์ 0 2628 0408

ทั้งนี้ การร้องเรียนจะถือเป็นความลับที่สุด และผู้ร้องเรียนสามารถร้องเรียนได้มากกว่าหนึ่งช่องทาง และไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตัวตนผู้ร้องเรียน เว้นแต่หากเปิดเผยตนเองจะทำให้บริษัทสามารถแจ้งผลการดำเนินการหรือรายละเอียดเพิ่มเติมในเรื่องที่ร้องเรียนให้ทราบได้

**ขั้นตอนการตรวจสอบข้อเท็จจริง**

1. ผู้รับข้อร้องเรียนดำเนินการกลั่นกรอง ตรวจสอบ และรวบรวมข้อเท็จจริง
2. ผู้รับข้อร้องเรียนสามารถเชิญให้พนักงานคนหนึ่งคนใดมาให้ข้อมูล หรือขอให้จัดส่งเอกสารใด ๆ ที่เกี่ยวข้องมาเพื่อการตรวจสอบหาข้อเท็จจริงได้
3. หากตรวจสอบแล้ว พบว่ามีข้อมูลหรือหลักฐานเพียงพอที่จะมีเหตุอันควรเชื่อได้ว่า เรื่องที่ร้องเรียนเป็นความจริง ผู้รับข้อร้องเรียนจะเสนอเรื่องพร้อมความเห็นต่อคณะกรรมการบริหาร และ/หรือคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อพิจารณาและกำหนดโทษตามที่เห็นสมควรต่อไป ทั้งนี้ ในกรณีที่ข้อร้องเรียนใดก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ใดผู้หนึ่ง ผู้รับข้อร้องเรียนจะเสนอวิธีการบรรเทาความเสียหายที่เหมาะสมและเป็นธรรมให้กับผู้เสียหายตามที่เห็นสมควรด้วยก็ได้

**กลไกการแจ้งเบาะแสและการตอบสนอง**



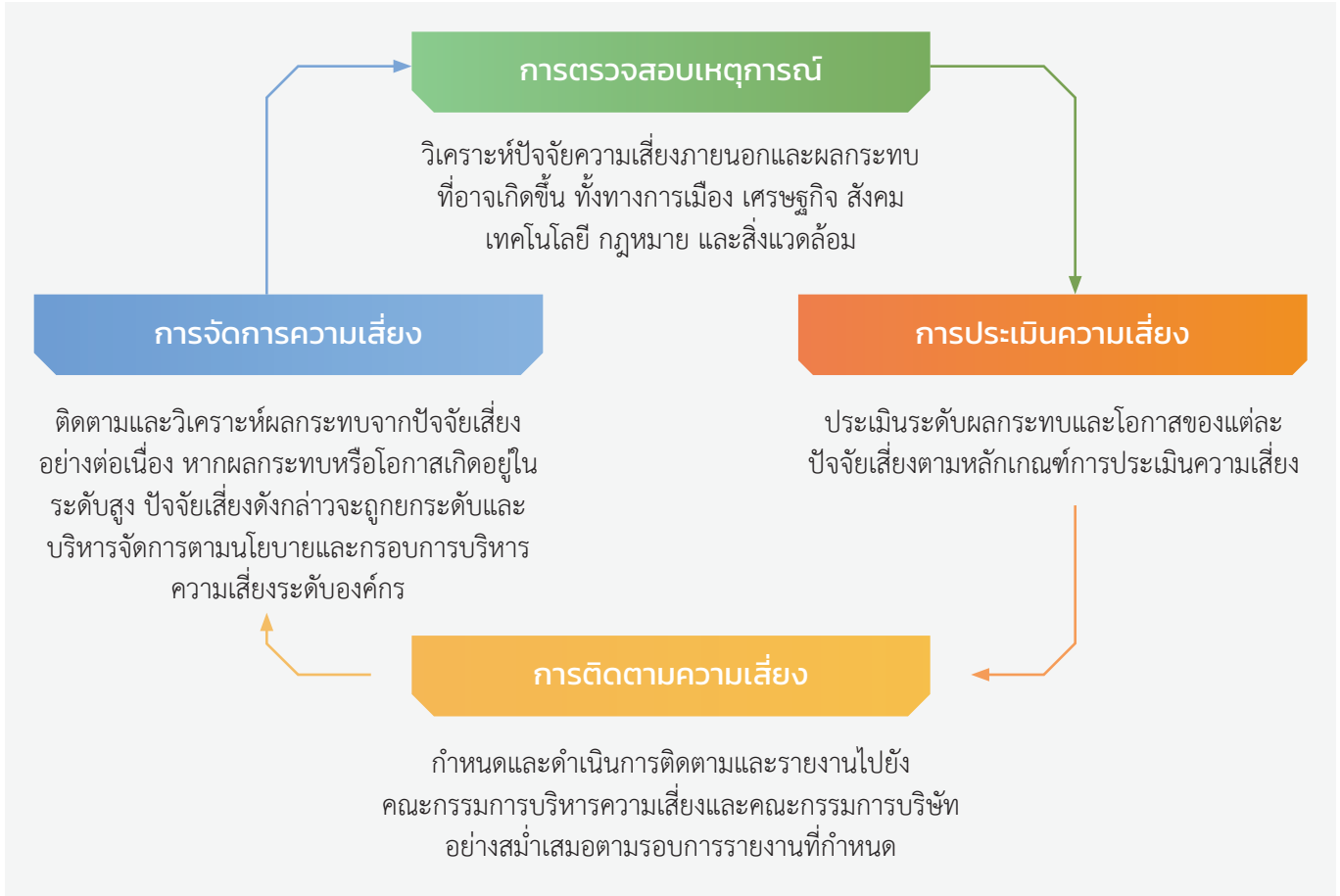
## การคุ้มครองปกป้องผู้แจ้งข้อมูลหรือให้เบาะแส

1. ผู้ร้องเรียนสามารถเลือกที่จะไม่เปิดเผยตนเองได้หากเห็นว่าการเปิดเผยอาจทำให้เกิดความเสียหายกับตนเอง แต่ต้องระบุรายละเอียดข้อเท็จจริงหรือหลักฐานที่ชัดเจนเพียงพอที่แสดงให้เห็นว่ามีเหตุอันควรเชื่อว่าจะมีการกระทำที่เป็นการทุจริต หรือฝ่าฝืนกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับบริษัท หรือหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทเกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม หากเลือกที่จะเปิดเผยตนเองก็จะทำให้ผู้รับข้อร้องเรียนสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น
2. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียน บริษัทถือเป็นความลับและจะเปิดเผยเท่าที่จำเป็นโดยคำนึงถึงความปลอดภัย และความเสียหายของผู้รายงานแหล่งที่มาของข้อมูล หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ผู้รับผิดชอบในทุกขั้นตอนจะต้องเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับรู้ชั้นความลับสูงสุด และไม่เปิดเผยต่อบุคคลอื่น หากฝ่าฝืนถือเป็นการกระทำความผิดวินัย
3. ในกรณีที่ผู้ร้องเรียนเห็นว่าตนเองอาจเกิดความเดือดร้อนเสียหาย หรืออาจไม่ได้รับความปลอดภัย ผู้ร้องเรียนสามารถร้องขอให้บริษัทกำหนดมาตรการคุ้มครองที่เหมาะสมได้ หรือบริษัทอาจกำหนดมาตรการคุ้มครองโดยที่ผู้ร้องเรียนไม่ต้องร้องขอ หากเห็นว่าเป็นเรื่องที่มีแนวโน้มที่จะเกิดความเดือดร้อนเสียหายหรือความไม่ปลอดภัยต่อผู้ร้องเรียน อันเนื่องมาจากการร้องเรียนตามนโยบายฉบับนี้
4. พนักงานที่ปฏิบัติต่อบุคคลอื่นด้วยวิธีการที่ไม่เป็นธรรม เลือกปฏิบัติด้วยวิธีการที่ไม่เหมาะสม หรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลอื่นนั้น อันมีเหตุจูงใจมาจากการที่บุคคลอื่นนั้นได้ร้องเรียน ได้แจ้งข้อมูล ร้องเรียนหรือให้เบาะแสเกี่ยวกับการทุจริตหรือการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัท รวมไปถึงการที่บุคคลอื่นนั้นฟ้องร้องดำเนินคดี เป็นพยาน ให้ถ้อยคำ หรือให้ความร่วมมือใด ๆ ต่อศาลหรือหน่วยงานของรัฐ ถือเป็นการกระทำความผิดวินัยที่ต้องได้รับโทษ ทั้งนี้ อาจได้รับโทษตามที่กฎหมายกำหนดไว้หากการกระทำความผิดตามกฎหมาย
5. ผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนเสียหายจะได้รับการบรรเทาและเยียวยาความเสียหายด้วยวิธีการหรือกระบวนการที่มีความเหมาะสมและเป็นธรรม

โดยสรุป ในปี 2566 บริษัทไม่มีข้อร้องเรียน / การแจ้งเบาะแส กรณีการรับสินบน การทุจริตคอร์รัปชัน การเลือกปฏิบัติ การละเมิดความเป็นส่วนตัว หรือการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ ตลอดจนการกระทำผิดทางอาญา

### 1.3.2 การบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

บริษัทติดตามสถานการณ์และแนวโน้มของปัจจัยภายนอกอย่างต่อเนื่องตามหลักการเตือนภัยล่วงหน้า โดยเฉพาะปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ซึ่งผลจากระบบเตือนภัยล่วงหน้าจะนำมาจัดทำมาตรการเชิงรุกและเชิงป้องกันความเสี่ยงล่วงหน้า และสร้างโอกาสในการเติบโตให้กับธุรกิจ



### ผลการประเมินปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ผลกระทบต่อธุรกิจ และมาตรการป้องกันความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงจากการปรับตัวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Risk)	
คำอธิบายความเสี่ยง	การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลกที่รุนแรงส่งผลให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติที่รุนแรง และมีอัตราการเกิดเหตุภัยพิบัติขึ้นบ่อยครั้ง ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นที่มาให้นานาประเทศต่างร่วมกันตั้งเป้าหมายเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งรัฐบาลไทยได้ตั้งเป้าหมายในการเป็นประเทศที่เป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ในปี พ.ศ. 2593 และจะบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี พ.ศ. 2608 กรณีดังกล่าวส่งผลให้มีการออกนโยบาย กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มข้นมากยิ่งขึ้น ประกอบกับความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุน นักลงทุน คู่ค้า และผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสียอื่น อย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวและให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและการผลิตสินค้าหรือบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
ประเภทความเสี่ยง	ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Risk)

## 1. ความเสี่ยงจากการปรับตัวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Risk)

### ผลกระทบ

- ภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มีความถี่และความรุนแรงเพิ่มขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อให้เกิดการหยุดชะงักทางธุรกิจและกิจกรรมสำคัญของบริษัท รวมทั้งอาจส่งผลกระทบต่อทรัพย์สินและความปลอดภัยของพนักงาน หากบริษัทไม่ปรับตัวและเตรียมการรับมือไว้อย่างเพียงพอ
- หากขาดแผนการบริหารจัดการน้ำที่มีประสิทธิภาพ การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศอาจส่งผลกระทบต่อเกิดการขาดแคลนน้ำในกระบวนการผลิต ทำให้เกิดการหยุดชะงักในกระบวนการผลิต ส่งผลต่อรายได้ ความน่าเชื่อถือของระบบปฏิบัติการของบริษัท
- ต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทอาจเพิ่มขึ้น จากความพยายามในการลดการปล่อยมลพิษและต้นทุนคาร์บอนเครดิต เพื่อให้สอดคล้องกับกฎระเบียบที่เข้มงวดมากขึ้น นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบต่าง ๆ ยังจะส่งผลกระทบต่อความต้องการผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำมากยิ่งขึ้น
- บริษัทนำความเสี่ยงไปเป็นโอกาส โดยพิจารณาลงทุนในผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำอย่างต่อเนื่องร่วมกับการเลือกใช้พลังงานสะอาด ควบคู่กับการดูแลประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อสนองความต้องการผู้บริโภค ลูกค้า นักลงทุน รักษามูลค่าผลประกอบการของบริษัท สร้างมูลค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืน

### การวิเคราะห์

#### แนวโน้มสถานการณ์

บริษัทได้วิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เพื่อระบุผลกระทบสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยใช้การวิเคราะห์สถานการณ์จำลอง เพื่อนำมากำหนดเป็นสมมติฐานตั้งเป้าหมาย และกำหนดกลยุทธ์ ทิศทางการดำเนินธุรกิจให้สามารถปรับตัวและตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม โดยบริษัทประเมินว่ากรอบระยะเวลาที่จะเกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในระยะกลางและระยะยาว 5-10 ปี

### มาตรการรองรับ

#### ปัจจัยเสี่ยง

#### ความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risk)

- ผู้บริหารของบริษัทประเมินโอกาสเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในอนาคตและคาดการณ์ผลกระทบต่อชีวิตทรัพย์สิน และการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับเฝ้าระวังและเตรียมการรองรับสถานการณ์ภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้น
- จัดทำแผนรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ และสื่อสารแผนรับมือไปยังผู้บริหาร พนักงาน และผู้รับผิดชอบตลอดจนซัพพลายเชนเพื่อให้มั่นใจว่ามาตรการหรือแผนรับมือดังกล่าวจะบรรเทาหรือป้องกันผลกระทบต่อลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียที่เสี่ยงเพียงพอสถิติและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง รวมถึงการกำหนดมาตรการสำรองเพื่อปรับปรุงแก้ไขหากเกิดอุบัติเหตุจริง

#### ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk)

- ประเมินโอกาสและผลกระทบจากนโยบายการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งนโยบายระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงติดตามผลการดำเนินงาน การทบทวนมาตรการและกลยุทธ์ ตลอดจนทบทวนเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้สอดคล้องกับนโยบาย กฎหมาย ระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง
- ดำเนินระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001)
- จัดทำบัญชีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร (Carbon Footprint Organization) ซึ่งอ้างอิงวิธีการคำนวณตามองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เพื่อให้ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นระบบ น่าเชื่อถือ และนำไปใช้พิจารณากำหนดแนวทางในการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ศึกษาและแสวงหาโอกาสในการลงทุนเอาเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมใหม่ที่มีประสิทธิภาพและต้นทุนต่ำมาใช้ในการดำเนินงานบริษัท
- เพิ่มประสิทธิภาพ ปรับปรุงกระบวนการผลิต โดยใช้นวัตกรรมใหม่เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ปรับลดพลาสติกบรรจุภัณฑ์ที่ไม่จำเป็น เพื่อลดการใช้พลาสติก
- คิดค้นนวัตกรรมและผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**2. ความเสี่ยงจากความขัดแย้งทางด้านภูมิศาสตร์โลก (Goeconomic Confrontations)**

**คำอธิบายความเสี่ยง** การแข่งขันและการแบ่งขั้วระหว่างประเทศมหาอำนาจ ปัญหาโลกร้อน และทรัพยากรที่จำกัด ความตึงเครียดทางการเมืองในภูมิภาคต่าง ๆ ตลอดจนความขัดแย้งทางการทหารระหว่างประเทศ ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ รวมถึงประเทศไทย ต้องเผชิญกับความท้าทายกับการรับมือกับภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน ทั้งในประเด็นความต้องการสินค้าที่ลดลงจากภาวะเศรษฐกิจ ปัญหาด้านการอุปทาน ความไม่แน่นอนในการลงทุน การกีดกันทางการค้า รวมถึงประเด็นเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินตราต่างประเทศต่าง ๆ

**ประเภทความเสี่ยง** ความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitical)

- ผลกระทบ**
- ความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitical) ส่งผลกระทบเชิงลบต่อภาวะเศรษฐกิจการเงินในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ผลกระทบดังกล่าวส่งผลกระทบต่อความต้องการของผู้บริโภค ความกังวลใจในการใช้จ่ายใช้สอย ซึ่งกระทบต่อผลประกอบการของบริษัท
  - ความขัดแย้งระหว่างขั้วอำนาจทางเศรษฐกิจ จะส่งผลให้เกิดการกำหนดมาตรการกีดกันทางการค้าและมาตรฐานเป็นการเฉพาะของแต่ละประเทศ เพื่อปกป้องเศรษฐกิจภายในประเทศของตนและสร้างความได้เปรียบทางการค้า ซึ่งกรณีดังกล่าวจะส่งผลทำให้บริษัทมีต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น สูญเสียตลาดและความสามารถในการแข่งขัน และอาจไม่สามารถสร้างผลตอบแทนแก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาวได้
  - ภาวะความผันผวนของทิศทางเศรษฐกิจ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐ ภาวะการขาดความคล่องตัวทางเศรษฐกิจ และการโจมตีทางเศรษฐกิจ ทำให้ความเชื่อมั่นในการลงทุนลดน้อยลง นักลงทุนอาจจะชะลอการลงทุน ส่งผลต่อทิศทางการลงทุนของบริษัท
  - ความขัดแย้งระหว่างประเทศ อาจส่งผลกระทบต่อระบบห่วงโซ่อุปทานของบริษัท ทั้งด้านการจัดหาวัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ และสารเคมีสำคัญ รวมถึงข้อจำกัด อุปสรรค ระยะเวลา และต้นทุนในการจัดส่งสินค้า จากคู่ค้าและส่งสินค้าไปให้กับลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้น

**การวิเคราะห์แนวโน้มสถานการณ์** บริษัทติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์ความตึงเครียด ทั้งจากสถานการณ์สงคราม รวมถึงโอกาสในการเกิดการแบ่งขั้วอำนาจของระบบเศรษฐกิจและการเมืองโลก ตลอดจนปัจจัยเสี่ยงทางด้านเศรษฐกิจอื่นที่อาจมีผลต่อการลงทุนและผลประกอบการอย่างใกล้ชิด โดยบริษัทได้วิเคราะห์และกำหนดสถานการณ์ที่เป็นไปได้เพื่อนำมาประเมินผลกระทบต่อแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ระยะยาวของบริษัท โดยกำหนดให้มีการติดตาม ทบทวน สถานการณ์และปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ โดยบริษัทประเมินว่ากรอบระยะเวลาที่จะเกิดผลกระทบเชิงเศรษฐกิจในระยะกลางและระยะยาว 5-10 ปี

- มาตรการรองรับปัจจัยเสี่ยง**
- ติดตาม ประมวลผล และวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลก (Megatrend) รวมถึงแนวโน้มอุตสาหกรรมหรือตลาด ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นโยบายที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้านและรอบคอบ เพื่อใช้ในการคาดการณ์ราคาสินค้า ต้นทุนการผลิตและการดำเนินธุรกิจในระยะยาว
  - จัดทำแผนธุรกิจเพื่อรองรับสถานการณ์ที่หลากหลาย (Scenario Planning) ในสถานการณ์ระดับราคาวัตถุดิบต่าง ๆ เพื่อรับมือและลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างทันท่วงที
  - กำหนดมาตรการที่สร้างความยืดหยุ่นและสร้างทางเลือกในด้านการตลาดและผลิตภัณฑ์ (Flexibility and Optionality) เพื่อให้บริษัทสามารถปรับเปลี่ยนธุรกิจได้อย่างคล่องตัวในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เพื่อสร้างความมั่นคงด้านรายได้และกำไร
  - บริหารจัดการสายโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพ โดยการวิเคราะห์สถานการณ์และคาดการณ์ความเสี่ยงร่วมกับคู่ค้า สร้างสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้า โดยเฉพาะคู่ค้ารายสำคัญ รวมทั้งเพิ่มจำนวนคู่ค้าที่มีศักยภาพ การทำสัญญาระยะยาวเพื่อให้แน่ใจได้ว่าบริษัทจะไม่เผชิญปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบหรืออะไหล่สำคัญที่ใช้ในการดำเนินงาน



## 2. ความเสี่ยงจากความขัดแย้งทางด้านภูมิศาสตร์โลก (Goeconomic Confrontations)

มาตรการรองรับ  
ปัจจัยเสี่ยง

- ติดตามประกาศมาตรฐานผลิตภัณฑ์ รวมถึงมาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศต่าง ๆ เพื่อกำหนดแนวทางรับมือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- กำหนดให้มีแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อยกระดับศักยภาพพนักงานให้พร้อมต่อการแข่งขัน และการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

### 1.3.3 การจัดการภาวะวิกฤต

บริษัทได้กำหนดแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) ที่ครอบคลุมภาวะวิกฤตต่าง ๆ ได้แก่ อุทกภัย การก่อวินาศกรรม การชุมนุมประท้วง/จลาจล อัคคีภัย แผ่นดินไหว ภัยพิบัติระบบสารสนเทศ/อินเทอร์เน็ต ไฟฟ้าดับ และโรคระบาด (เช่น COVID-19) เพื่อรับมือกับเหตุการณ์วิกฤตและภัยพิบัติต่าง ๆ ที่อาจนำไปสู่การหยุดชะงักของธุรกิจบริษัท ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งผู้บริหารสูงสุดของแต่ละสายงานเป็นผู้พิจารณาและวิเคราะห์กิจกรรมการดำเนินงานในสายงานตน โดยประเมินโอกาสเกิดและผลกระทบต่อชีวิต ทรัพย์สิน หรือสินทรัพย์ หากเกิดวิกฤตกระทบธุรกิจหยุดชะงัก พร้อมจัดทำแผนการรับมือ แผนการตอบโต้สถานการณ์ฉุกเฉิน แผนฟื้นฟูภายหลังสถานการณ์ฉุกเฉิน และดำเนินการซักซ้อมการปฏิบัติตามแผน BCP อย่างสม่ำเสมอ และรายงานผลต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและคณะกรรมการบริษัทรับทราบตามลำดับ

โดยในรอบปี 2566 บริษัทได้ดำเนินการจัดการภาวะวิกฤต ดังนี้

1. ทบทวนการประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่งานสำคัญจะหยุดชะงักจากเหตุฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้น วิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจและประเมินความเสียหายจากการหยุดชะงักของการดำเนินงานที่สำคัญ (Major operational disruptions) และทบทวนการกำหนดลำดับความสำคัญของงาน รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้การบริหารการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ
2. ทบทวนการกำหนดเป้าหมายในการกู้คืนการดำเนินงานให้กลับคืนสู่สภาพการดำเนินงานปกติ (Recovery objective) โดยทบทวนการกำหนดระยะเวลาในการกลับคืนสู่สภาพการดำเนินงานปกติของแต่ละงานสำคัญ (Recovery time objectives) พิจารณาทบทวนการกำหนดประเภทของข้อมูล และชุดข้อมูลล่าสุดที่จะกู้คืนได้ (Recovery point objective) เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง และไม่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อลูกค้า การดำเนินธุรกิจ และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ หากเกิดเหตุฉุกเฉิน
3. ทบทวนการกำหนดแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business continuity planning: BCP) เพื่อให้ BCP ครอบคลุมทุกงานสำคัญของบริษัท และมีรายละเอียดวิธีปฏิบัติอย่างเหมาะสมกับขนาดและความซับซ้อนของธุรกิจและครอบคลุมการหยุดชะงักที่อาจเกิดขึ้นทุกสถานการณ์ โดยให้ทุกหน่วยงานมีส่วนร่วมในการจัดทำ BCP เพื่อรองรับงานสำคัญของตนเอง
4. ดำเนินการทดสอบและประเมินความเพียงพอและสอดคล้องของ BCP (Training, Exercising and Auditing) โดยอบรมให้ความรู้และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ BCP แก่ผู้เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกอย่างสม่ำเสมอ และทำการทดสอบ BCP ให้สอดคล้องกับสถานการณ์จำลองที่หลากหลาย โดยให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเข้ามามีส่วนร่วมในการทดสอบ BCP ภายใต้ขอบเขตการทดสอบที่เพียงพอ ตัวอย่างเช่น การทดสอบ BCP ของฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ประจำปี 2566 ซึ่งได้มีการจำลองสถานการณ์ภัยพิบัติเกิดขึ้นกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท ทำให้ server ของบริษัทเกิดความชำรุดเสียหาย ส่งผลให้การใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศไม่สามารถใช้งานได้ โดยฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและผู้รับผิดชอบได้ดำเนินการตามแผน BCP ที่กำหนด ซึ่งผลการทดสอบแผน BCP ปรากฏว่าการผลการทดสอบเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด โดยสามารถกู้คืนข้อมูลได้ครบถ้วน ถูกต้อง 100% และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทกลับมาใช้งานได้เป็นปกติภายในระยะเวลาที่กำหนด

### 1.3.4 การเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านความเสี่ยง

บริษัทมุ่งมั่นและส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมในการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร โดยกำหนดให้ผู้บริหารเป็นผู้สื่อสารถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง และเป็นต้นแบบในการบริหารความเสี่ยง รวมถึงสร้างวิธีการนำการบริหารความเสี่ยงไปใช้ให้เห็นผลในทางปฏิบัติ โดยกำหนดให้มีการใช้ภาษาความเสี่ยงหรือคำศัพท์ทางความเสี่ยงที่เข้าใจตรงกัน บนกรอบการบริหารความเสี่ยงที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน สนับสนุนให้มีการกำหนดวาระเรื่องความเสี่ยงในการประชุมสำคัญของระดับฝ่ายงานและระดับบริหาร รวมถึงกำหนดให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมและพัฒนากรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน และยังส่งเสริมให้มีการแบ่งปันประสบการณ์การบริหารความเสี่ยงระหว่างฝ่ายงานเพื่อสื่อสารแนวปฏิบัติและประโยชน์ของการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านรูปแบบ e-Learning เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องการบริหารความเสี่ยงให้กับพนักงาน นอกจากนี้ บริษัทได้ยกระดับการให้ความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงองค์กร ด้วยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น คู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ (Corporate Governance & Business Code of Conduct Handbook) ซึ่งพนักงานสามารถดาวน์โหลดในเว็บไซต์บริษัท ([www.snp.co.th](http://www.snp.co.th)) การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องกรอบแนวทางการบริหารความเสี่ยง (COSO-ERM) การบรรจุคำถามเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงไว้ในหัวข้อการทดสอบวัดความรู้การปฐมนิเทศ (Pre-Test & Post-Test) การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจโดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรม นอกจากนี้ ยังได้กำหนดให้มีอีเมลและหมายเลขโทรศัพท์ของหน่วยงานบริหารความเสี่ยงสำหรับเป็นช่องทางการสื่อสารของพนักงานในการติดต่อสอบถามแนวทางและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง

#### โครงการที่สำคัญในปี 2566

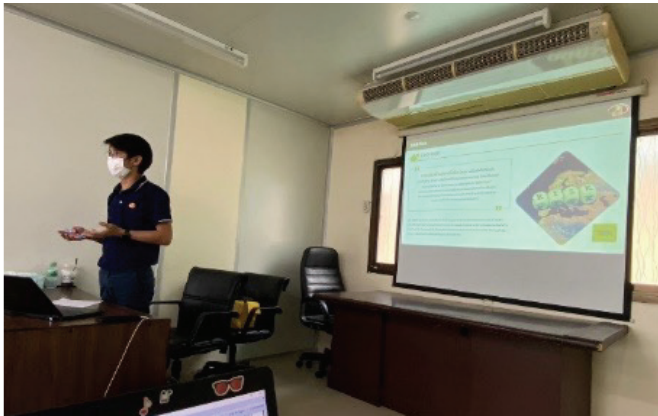
การอบรมเชิงปฏิบัติการ: การบริหารความเสี่ยงองค์กร (SNNP Enterprise Risk Management)

#### วัตถุประสงค์



เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management: ERM) และร่วมกันประเมินความเสี่ยงองค์กร โดยการระบุปัจจัยความเสี่ยง วิเคราะห์โอกาสเกิด ผลกระทบ สำหรับความเสี่ยงก่อนการควบคุม (Inherent Risk) และกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ทบทวนมาตรการจัดการความเสี่ยงที่มีอยู่ปัจจุบัน และประเมินระดับความเสี่ยงที่เหลืออยู่ (Residual Risk) และพิจารณามาตรการจัดการความเสี่ยงเพิ่มเติม (Mitigation Plan) เพื่อให้ความเสี่ยงนั้น ๆ ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Risk Appetite)

หลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การบริหารความเสี่ยงองค์กร (SNNP Enterprise Risk Management) จัดโดยหน่วยงานบริหารความเสี่ยง ฝ่ายกำกับและตรวจสอบภายในของบริษัท เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และสร้างวัฒนธรรมความเสี่ยงให้กับผู้เข้ารับการอบรม ได้มีการทบทวนความรู้ ความเข้าใจ ถึงหลักการและกรอบแนวทางการบริหารความเสี่ยงตามกรอบแนวคิดการบริหารความเสี่ยงที่เป็นสากล (COSO-ERM 2017) โดยการอบรมดังกล่าวมีขึ้น ณ โรงงานสาขาจังหวัดราชบุรี มีผู้บริหารและพนักงานระดับบังคับบัญชาจากหน่วยงานต่าง ๆ เข้าร่วมการอบรมเป็นจำนวน 19 คน ซึ่งจากการฝึกอบรมมีผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ได้ตามค่าเป้าหมายที่กำหนด รวมถึงได้มีการระบุประเด็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืนเพิ่มเติมสำหรับการบริหารความเสี่ยงในปี 2566 อีกด้วย โดยผลการทดสอบก่อนและหลังการฝึกอบรม (Pre-Test/Post-Test) เท่ากับร้อยละ 43.20 และร้อยละ 96.80 ตามลำดับ



## 1.4 การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดของลูกค้า อีกทั้งยึดมั่นในการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ และการเอาใจใส่ลูกค้า โดยฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดจะมีการจัดประชุม (Joint Business Plan) กับลูกค้า ทั้งกลุ่มโมเดิร์นเทรดและกลุ่มลูกค้าส่งรายย่อย เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับแผนการค้าของบริษัทและลูกค้า และเพื่อทราบความคิดเห็นและหาโอกาสจากพันธมิตรทางธุรกิจ

### 1.4.1 การจัดการความสัมพันธ์และการรับข้อร้องเรียน

บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดของลูกค้า อีกทั้งยึดมั่นในการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ และการเอาใจใส่ลูกค้า โดยฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดจะมีการจัดประชุม (Joint Business Plan) กับลูกค้า ทั้งกลุ่มโมเดิร์นเทรดและกลุ่มลูกค้าส่งรายย่อย เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับแผนการค้าของบริษัทและลูกค้า และเพื่อทราบความคิดเห็นและหาโอกาสจากพันธมิตรทางธุรกิจ

1. การบริการของทีมขาย
2. คุณภาพการขนส่ง
3. คุณภาพสินค้า

ซึ่งหากพบประเด็นข้อควรปรับปรุง บริษัทจะดำเนินการหารือร่วมกับฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนแนวทางแก้ไขและประเมินผลการดำเนินงานอีกครั้งในลำดับต่อไป

ในปี 2566 ที่ผ่านมา บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมการทางการตลาดกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมยอดขายแก่ลูกค้า โดยได้ว่าจ้างพนักงานจากหน่วยงานภายนอก (Third Party) รวมถึงมีพนักงานจัดเรียงและส่งเสริมการขายของบริษัท เข้าดูแลลูกค้าและให้คำแนะนำในการขายสินค้า พร้อมทั้งนี้ บริษัทยังรับคืนสินค้าที่ใกล้หมดอายุโดยไม่มีค่าใช้จ่าย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่บริษัทส่งมอบให้กับผู้บริโภคนั้น จะมีคุณภาพตามมาตรฐานของบริษัท

บริษัทจัดให้มีช่องทางการซื้อร้องเรียน ตลอดจนข้อซักถามผ่านช่องทางสายด่วนผู้บริโภค Call Center 0 2023 4677 และช่องทาง Social Media ผ่าน Facebook ของทุกแบรนด์สินค้า เช่น Jele Beautie Club, Bento Squid ปลาหมึกเบนโตะ, Lotus Yummy & Enjoy, Magic Farm Fresh โดยมีแอดมินเพจทำหน้าที่ในการตอบคำถามเบื้องต้นกับลูกค้าหรือผู้บริโภค กรณีลูกค้ามีข้อร้องเรียนหรือประสงค์คืนสินค้าหรือมีข้อสอบถามเกี่ยวกับสินค้า ทีมงานจะประสานงานต่อกับสายด่วนผู้บริโภคเพื่อดำเนินการส่งสินค้าทดแทนให้กับผู้บริโภค

ในด้านผู้บริโภค บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และส่งเสริมสุขภาพของผู้บริโภค ดังนั้น เพื่อให้บริษัทตอบสนองต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาดที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว บริษัทได้มีการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องก่อนออกผลิตภัณฑ์ใหม่ทุกครั้ง ผ่านการทำ Plan / Product Concept / Product Design โดยในกระบวนการข้างต้นจะ Focus Group ทำหน้าที่พิจารณาแนวความคิด (Concept) ของแต่ละผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทจะรับคำแนะนำและคำติชมก่อนนำไปสู่การพัฒนาสินค้าเพื่อวางจำหน่ายในท้องตลาดต่อไป

การดำเนินการเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนี้

1. ร่วมกับลูกค้าในการดำเนินการ Joint business plan เป็นประจำทุกต้นปี เพื่อให้ทราบถึงแผนงานระหว่างบริษัทกับลูกค้า อันจะนำไปสู่การวางแผนงานในปีนั้นเพื่อบรรลุเป้าหมายยอดขายร่วมกัน
2. ดำเนินการจัดทำ Business Review เป็นประจำทุกไตรมาสเพื่อประเมินสถานการณ์ร่วมกันกับลูกค้าเพื่อพิจารณาแผนงานเพิ่มเติม (หากจำเป็น) สำหรับปรับปรุงแผนงานให้มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่กำหนด
3. กำหนด KPIs ร่วมกัน ได้แก่ ยอดขาย ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย รวมถึงเงื่อนไขทางการค้า (TTA) Service Level (OTIF) และ Display and in-store visibility เป็นต้น

#### 1.4.2 ระดับความพึงพอใจและเป้าหมายการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า/คู่ค้า

บริษัทดำเนินการประเมินความพึงพอใจเพื่อทราบความคิดเห็นที่ลูกค้ามีต่อบริษัท บริษัทได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่ม Modern Trade จำนวน 15 ราย และ Traditional Trade จำนวน 11 ราย (คิดเป็นร้อยละ 65 ของยอดขายปี 2566) ซึ่งภายหลังจากประเมินผล ได้รับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 4.3 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน) จากความพึงพอใจในการบริการ 3 ด้าน ได้แก่

หัวข้อ	ระดับความพึงพอใจเป้าหมาย	ระดับความพึงพอใจที่ได้รับ
ด้านการบริการของทีมขาย	4.5	4.5
ด้านคุณภาพขนส่ง	4.5	4.0
ด้านคุณภาพสินค้า	4.5	4.6
<b>เป้าหมายรวม</b>	<b>4.5</b>	<b>4.3</b>

บริษัทตั้งเป้าหมายระดับความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับปี 2566 ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การบริการของทีมขาย ด้านคุณภาพขนส่ง และด้านคุณภาพสินค้าไว้ที่ระดับ 4.5 คะแนนจาก 5 คะแนนสำหรับทุกด้าน

ซึ่งในปี 2566 จากผลการประเมินความพึงพอใจในแต่ละด้านได้รับคะแนนดังนี้



ด้านการบริการของทีมงาน  
ที่ 4.5 คะแนน  
ผลลัพธ์เท่ากับเป้าหมาย



ด้านคุณภาพการขนส่ง  
4.0 คะแนน  
ผลลัพธ์ต่ำกว่าเป้าหมาย



ด้านคุณภาพสินค้า  
4.6 คะแนน  
ผลลัพธ์สูงกว่าเป้าหมาย

โดยคะแนนรวมทั้ง 3 ด้านอยู่ที่ระดับ 4.3 คะแนน ซึ่งบริษัทมุ่งมั่นและเล็งเห็นถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้าจึงดำเนินการเตรียมโครงการ และนโยบายต่าง ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพและบรรลุเป้าหมายความพึงพอใจของลูกค้าในทุกด้านต่อไป



#### มาตรการการจัดการและเป้าหมาย

ฝ่ายขายของบริษัทได้ตั้งเป้าหมายโดยจะเริ่มจากการจัดการด้านคุณภาพการขนส่งให้ได้คะแนนเหนือกว่าระดับคะแนนเฉลี่ย 4.5 คะแนนภายในปี 2567

## 1.5 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

### 1.5.1 ความเสี่ยงที่เกิดจากคู่ค้าของบริษัท

#### 1.5.1.1 การระบุคู่ค้ารายสำคัญ

บริษัทให้ความสำคัญต่อการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพที่ดีที่สุดแก่ผู้บริโภค จึงได้จัดให้มีมาตรฐานการทำงานเกี่ยวกับการประเมินคัดเลือกผู้ขายรายใหม่อย่างเป็นระบบ โดยคู่ค้ากลุ่มผู้จำหน่ายวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ ส่วนผสม จัดเป็นคู่ค้ารายสำคัญของบริษัท รวมถึงคู่ค้ารายย่อยอื่นทุกรายจะต้องผ่านระบบการประเมินคัดเลือกผู้ขาย รวมถึงการประเมินผู้ขายประจำปีตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด ซึ่งการประเมินจะมุ่งเน้นด้านคุณภาพ ราคา การส่งมอบ การดำเนินงานที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อด้านบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อมของคู่ค้าและต้องมีเอกสารหลักฐานประกอบการประเมินอย่างชัดเจน เพียงพอ จึงจะสามารถบรรจุรายชื่อในทะเบียนคู่ค้า (Approved Vendor List: AVL) ของบริษัท สำหรับเป็นทะเบียนรายชื่อคู่ค้าที่บริษัทจะทำการสั่งซื้อสินค้าต่อไป

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์ในการจัดกลุ่มประเภทคู่ค้า โดยสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างอย่างเป็นระบบ และนำไปเป็นข้อมูลในการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจำแนกหลักเกณฑ์ในการจัดกลุ่มคู่ค้า ดังนี้

#### 1) คู่ค้าหลัก (Critical Suppliers Tier 1)

คู่ค้าที่มีการซื้อหรือใช้บริการอย่างสม่ำเสมอและมีมูลค่าการสั่งซื้อสูง (5 ล้านบาท / ไตรมาส และ/หรือ 20 ล้านบาท / ปี) หรือเป็นคู่ค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่มีคุณลักษณะเฉพาะหาสินค้าทดแทนได้ยาก หรือเป็นคู่ค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่มีความสำคัญต่อกระบวนการผลิตสินค้าของบริษัทหรือมีผู้ขายในตลาดน้อยราย

โดยคู่ค้าหลักทุกรายจะได้รับการประเมินการผลดำเนินงานของคู่ค้า (Supplier Performance Assessment) ซึ่งกระทำโดยฝ่ายจัดซื้อเป็นรายไตรมาส และจะต้องทำการประเมินศักยภาพตนเองของคู่ค้าด้านความยั่งยืน (ESG Supplier self-assessment) พร้อมทั้งแสดงเอกสารหลักฐานเชิงประจักษ์เพื่ออ้างอิงการตอบแบบประเมินอย่างชัดเจน เป็นประจำทุกปี และต้องได้รับการเยี่ยมชมสถานประกอบการ รวมถึงเข้าตรวจสอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG On Site audit) อย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 3 ปี

## 2) คู่ค้ารอง (Non-Critical Suppliers Tier 1)

คู่ค้าที่มีมูลค่าการสั่งซื้อหรือใช้บริการในระดับปานกลาง (1 ล้านบาท แต่ไม่ถึง 5 ล้านบาท / ไตรมาส และ/หรือ 12 ล้านบาท แต่ไม่ถึง 20 ล้านบาท / ปี) มีผู้ขายในตลาดเป็นจำนวนเพียงพอ

โดยคู่ค้ารองทุกรายจะได้รับการประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้า (Supplier Performance Assessment) ซึ่งกระทำโดยฝ่ายจัดซื้อเป็นรายไตรมาส และจะต้องทำการประเมินศักยภาพตนเองของคู่ค้าด้านความยั่งยืน (ESG Supplier self-assessment) พร้อมทั้งแสดงเอกสารหลักฐานเชิงประจักษ์เพื่ออ้างอิงการตอบแบบประเมินอย่างชัดเจน อย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 3 ปี

กรณีที่พบประเด็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืน บริษัทอาจพิจารณาเข้าเยี่ยมชมสถานประกอบการ รวมถึงเข้าตรวจสอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนแบบ On Site audit ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลพินิจผู้บริหารฝ่ายจัดซื้อของบริษัท

## 3) คู่ค้าทั่วไป (General Supplier)

คู่ค้าที่มีมูลค่าการสั่งซื้อหรือใช้บริการในระดับไม่มาก (ตั้งแต่ 3 แสน แต่ไม่ถึง 1 ล้านบาท / ไตรมาส และ/หรือไม่เกิน 12 ล้านบาท / ปี) มีผู้ขายในตลาดมาราย

โดยคู่ค้ารายย่อยทั่วไปจะได้รับการประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้า (Supplier Performance Assessment) ซึ่งกระทำโดยฝ่ายจัดซื้อเป็นรายไตรมาส (ยกเว้นคู่ค้าที่มียอดซื้อไม่เกิน 3 แสน/ไตรมาส เนื่องจากถือว่าเป็นคู่ค้ารายย่อยที่มีมูลค่าการสั่งซื้อไม่สำคัญ)

กรณีที่พบประเด็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืนบริษัทอาจพิจารณาให้คู่ค้ารายนั้น ๆ ดำเนินการประเมินตนเอง (Supplier self-assessment) โดยแนวทางปฏิบัติและหลักเกณฑ์การประเมินเช่นเดียวกับคู่ค้าหลัก (Critical Suppliers) และจะต้องแสดงเอกสารหลักฐานเชิงประจักษ์เพื่ออ้างอิงการตอบแบบประเมินอย่างชัดเจน

บริษัทฯ ได้พัฒนากระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยดำเนินการจำแนกกลุ่มคู่ค้าผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ เป็นคู่ค้าสำคัญ และคู่ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง โดยในปี 2567 บริษัทมีจำนวนคู่ค้าสำคัญและคู่ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรงเพิ่มขึ้น 87 ราย จากเดิม ปี 2565 ที่มี 1,342 ราย ทำให้ในปี 2565 บริษัทมีจำนวนคู่ค้าสำคัญและคู่ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัททั้งหมด 1,429 ราย เพิ่มขึ้น 6.39%

### 1.5.1.2 การประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ

บริษัทกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจของคู่ค้า บริษัทแต่ละรายอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในขั้นตอนการคัดเลือกผู้ขายรายใหม่และขั้นตอนประเมินประสิทธิภาพผู้ขายประจำปี โดยได้พิจารณาจากข้อมูลด้านฐานะทางการเงิน ขนาดองค์กร ผลการดำเนินงาน ชื่อเสียงองค์กรในแวดวงธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าคู่ค้าของบริษัทแต่ละรายมีเสถียรภาพที่ดีและความมั่นคงทางธุรกิจและจะสามารถส่งมอบสินค้าและบริการให้กับบริษัทได้อย่างทันเวลา ต่อเนื่อง และยั่งยืน

บริษัทมีลูกค้ารายใหญ่ 3 ราย มียอดรายได้รวมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.7 หากลูกค้ารายนี้ยกเลิกหรือลดปริมาณการว่าจ้างลงอย่างมีนัยสำคัญ จะส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัท

### การจัดการความเสี่ยง

- สร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ารายดังกล่าว โดยตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านคุณภาพ ราคา การส่งมอบตรงตามกำหนดเวลา ตลอดจนการบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นต่อบริษัท
- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D) และแผนการผลิตร่วมกับลูกค้า ตั้งแต่เริ่มต้น

### 1.5.1.3 การประเมินความเสี่ยงด้านบรรษัทภิบาล สังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทพิถีพิถันในการคัดเลือกวัตถุดิบที่ดีที่สุดเพื่อส่งมอบสินค้าแก่ผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งในด้านคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เริ่มจากการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการคัดสรรคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจคำนึงต่อความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยอาชีวอนามัยและการปฏิบัติตามหลักบรรษัทภิบาล (ESG) โดยให้นำหนักในการประเมินคู่ค้าในหัวข้อดังกล่าวถึงร้อยละ 20 อันจะเห็นได้จากคู่ค้าของบริษัทที่ผ่านการคัดเลือกจะต้องผ่านการรับรองมาตรฐานด้านอาหารและสิ่งแวดล้อมในระดับสากล (ISO) โดยหลังจากการคัดเลือกคู่ค้าตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดแล้ว บริษัทยังคงเฝ้าติดตามการดำเนินการของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นรายไตรมาส ผ่านการประเมินคู่ค้าหลังการสั่งซื้อ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าคู่ค้าของบริษัทจะยังคงสามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานคุณภาพที่บริษัทคาดหวังได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ผลการประเมินการคัดเลือกผู้ขายรายใหม่ซึ่งพิจารณาประเมินในด้าน ESG ในระหว่างปี 2566 รวมจำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 100

## 1.5.2 นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและเกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้า

บริษัทให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการคู่ค้าอย่างเป็นระบบ ซึ่งถือเป็นผู้มีส่วนได้เสียหนึ่งของบริษัท จึงกำหนดให้มีนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร อนุมัติและประกาศใช้อย่างเป็นทางการทั่วทั้งองค์กร โดยนโยบาย ได้ระบุขอบเขตหน้าที่ ความรับผิดชอบ ประเภทของการจัดซื้อจัดจ้าง กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง (การขอซื้อ การคัดเลือกคู่ค้า การออกไปสั่งซื้อ การติดตามสินค้าหรือบริการ) การประเมินผลการปฏิบัติงาน การทบทวนทะเบียนคู่ค้า (AVL) มุ่งเน้นการจัดซื้อจัดจ้างที่มีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบ โปร่งใส เป็นธรรม และคำนึงถึงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน สนับสนุนการดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และผลิตสินค้าและบริการที่ปลอดภัยมีคุณภาพ ทั้งนี้ จากการสอบทานของฝ่ายตรวจสอบภายในระหว่างปี 2566 ที่ผ่านมา พบว่า นโยบายจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทมีการควบคุมภายในที่รัดกุมเพียงพอ และมีการปฏิบัติงานตามนโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างสม่ำเสมอ

## 1.5.3 จรรยาบรรณ สำหรับคู่ค้า ด้านการจัดซื้อ จัดจ้าง จัดหาพัสดุและบริการ



(สแกนเพื่อดูาเน็โหลด)

### 1.5.3.1 การติดตามการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของคู่ค้า

บริษัทดำเนินธุรกิจเคียงคู่กับสังคมไทยมาเป็นเวลามากกว่า 30 ปี โดยยึดหลักดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล รักษาคุณภาพมาตรฐานของสินค้า รับผิดชอบต่อชุมชน และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย ด้วยความเชื่อมั่นว่าหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนนี้จะ เป็นรากฐานอันเข้มแข็งที่นำพาธุรกิจให้ดำรงอยู่ในทุกสถานการณ์ได้ด้วย “คู่ค้า” เป็นหนึ่งในกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญในการเติบโตทางธุรกิจ บริษัทจึงมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติต่อคู่ค้าบนพื้นฐานของความเสมอภาค โปร่งใส และเป็นธรรม โดยหลีกเลี่ยงสถานการณ์หรือการกระทำใด ๆ ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์และปฏิบัติตามพันธสัญญา รวมถึงข้อตกลงที่มีต่อกัน เพื่อความสัมพันธ์ที่ดีทางธุรกิจ ตามแนวทางการบริหารจัดการและพัฒนาคู่ค้าอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ความตั้งใจดังกล่าวบรรลุตามปณิธานที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการ

ห่วงโซ่อุปทาน และพัฒนาให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการกำกับดูแลของบริษัทจึงได้จัดทำ “แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า” เพื่อเป็นแนวทางผลักดันให้คู่ค้าของบริษัทได้ปฏิบัติตามและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวปฏิบัติของบริษัทโดยมุ่งหวังความร่วมมือจากคู่ค้าในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชน มีการดูแลอาชีวอนามัย และความปลอดภัยของลูกค้า รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความมั่นคง เติบโต และพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน ทั้งนี้ จากการติดตามการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของคู่ค้าผ่านการประเมินคู่ค้าหลังการสั่งซื้อประจำปี 2565 พบว่า คู่ค้าของบริษัททุกรายผ่านการประเมินตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด และไม่พบเหตุการณ์การละเมิดหรือปฏิบัติขัดต่อแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้าที่ให้ไว้กับบริษัท

### 1.5.3.2 การตรวจสอบสถานประกอบการด้านบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีระบบการตรวจสอบสถานประกอบการด้านบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม สำหรับวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตของบริษัทโดยตรง เช่น ผู้ผลิตและ/หรือจำหน่ายเนื้อปลา น้ำตาล และบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น โดยตรวจสอบเกี่ยวกับคุณภาพและการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมของวัตถุดิบตามที่คู่ค้าประเมินตนเอง (Self-Check) ร่วมกับการพิจารณาตรวจประเมินโดยหน่วยงานภายนอก โดยมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับประเด็นความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environment Social and Governance: ESG) จึงผนวกประเด็นด้าน ESG เข้ากับกระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัทด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับระบบการคัดเลือกคู่ค้าที่ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจตามกรอบแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ควบคู่การให้ความสำคัญด้านการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีการระบุและประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าอย่างเป็นระบบ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะได้มาซึ่งคู่ค้าที่มีเจตนาธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเช่นเดียวกับบริษัทและพร้อมจะเป็นพันธมิตรทางการค้าที่พร้อมจะเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกับบริษัท สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล

สำหรับการหลักเกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้าที่ต้องได้รับการตรวจประเมิน ณ สถานประกอบการ (On Site Audit) ประจำปี มีดังนี้

- คู่ค้าที่มีมูลค่าการสั่งซื้อเกิน 20 ล้านบาท / ปี สูงสุด 5 รายแรก (โดยสับเปลี่ยนหมุนเวียนในแต่ละปี)
- คู่ค้าที่พบปัญหาด้านคุณภาพ 5 รายแรกของแต่ละกลุ่มสินค้า
- คู่ค้าที่พบประเด็นปัญหาด้านความยั่งยืน 5 รายแรกของแต่ละกลุ่มสินค้า

## 1.5.4 การมีส่วนช่วยเหลือและยกระดับการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนสำหรับลูกค้า

### 1.5.4.1 นโยบายเรียกชำระหนี้และการให้ระยะเวลาเครดิต

บริษัทคำนึงถึงความเหมาะสมของระยะเวลาของเครดิตทางการค้า เงื่อนไขจ่ายชำระหนี้ลูกค้าและความตรงต่อเวลาในการจ่ายชำระหนี้ โดยกำหนดรอบการจ่ายชำระหนี้อย่างชัดเจนและสื่อสารให้กับลูกค้าได้รับทราบโดยทั่วกัน ทั้งนี้ บริษัทได้รับระยะเวลาเครดิตจากลูกค้าโดยเฉลี่ยเท่ากับ 45-60 วัน ซึ่งเป็นเครดิตทางการค้าตามปกติธุรกิจทั่วไป โดยตลอดปี 2566 บริษัทจ่ายชำระหนี้ให้กับลูกค้าตามระยะเวลาเครดิตและไม่มีเจ้าหนี้ค้างเหลือค่างาน

### 1.5.4.2 การส่งเสริมการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

บริษัทได้ก่อตั้งโรงงานสาขาจังหวัดราชบุรีขึ้นเพื่อให้เป็นโรงงานผลิตสินค้าที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งวัตถุดิบน้ำมะพร้าว ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของโรงงานสาขาดังกล่าว การตั้งโรงงานใกล้เคียงกับแหล่งวัตถุดิบนอกจากจะช่วยลดระยะทางจากการขนส่งซึ่งจะช่วยรักษาคุณภาพของวัตถุดิบให้สดใหม่ ยังส่งผลต่อการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการขนส่ง นอกจากนี้ โรงงานดังกล่าวถือเป็นการเข้าไปมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ สร้างอาชีพให้กับเกษตรกรในชุมชนโดยรอบ

## 1.6 การดำเนินการด้านภาษี

### 1.6.1 นโยบายภาษีและแนวทางการปฏิบัติการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี

บริษัทมีการกำหนดแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับภาษี เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีหน่วยงานบัญชีเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการสอบทานการดำเนินงานและปรับปรุงแนวปฏิบัติให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ

### 1.6.2 อัตราภาษีที่จ่ายจริง

ในปี 2565 และ 2566 บริษัทมีกำไรก่อนหักภาษีเท่ากับ 649 ล้านบาท และ 784 ล้านบาท และมีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ เท่ากับ 137 ล้านบาท และ 152 ล้านบาท ตามลำดับ อัตราภาษีที่แท้จริง (Effective Tax Rate) ของบริษัท ในปี 2565 และปี 2566 คือ ร้อยละ 21.14 และ 19.34 ตามลำดับ เทียบกับอัตราภาษีเงินได้ของประเทศซึ่งคำนวณในอัตราร้อยละ 20 โดยอัตราภาษีที่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากรายได้ที่ไม่ต้องเสียภาษีผลประโยชน์จากการหักภาษีได้เพิ่มเติม และส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้า



## 1.7 นวัตกรรมทางธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีจุดมุ่งหมายที่จะบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งการสร้างสรรค์นวัตกรรมซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งขององค์กรโดยการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีที่สุดให้แก่ผู้บริโภค (good health and well-being) ควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนองค์กรทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านนวัตกรรมของบริษัท การส่งเสริม นวัตกรรมของบริษัท ประกอบด้วย 3 แนวทาง คือ 1. นวัตกรรมผ่านผลิตภัณฑ์ใหม่ 2. นวัตกรรมผ่านกระบวนการ และ 3. นวัตกรรมจากการคิดค้น วิจัย และพัฒนา โดยในปี 2566 บริษัทดำเนินการดังต่อไปนี้

### 1.7.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสำเร็จรูปผสมสารสกัดน้ำจากใบกระท่อม

บริษัทผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มสำเร็จรูปผสมสารสกัดน้ำจากใบกระท่อมภายใต้แบรนด์ เมจิกฟาร์ม เฟรช โดยการรับซื้อใบกระท่อมสดจากเกษตรกรที่ได้การรับรอง GAP เพื่อการผลิตสารสกัดไมทราจินีน นวัตกรรมในรูปแบบสารสกัดเชิงซ้อน เพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผสมสารสกัดใบกระท่อม ซึ่งเป็นผลงานวิจัยจากความร่วมมือระหว่างบริษัท ศรีนानาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

#### การเปิดเผยนวัตกรรม

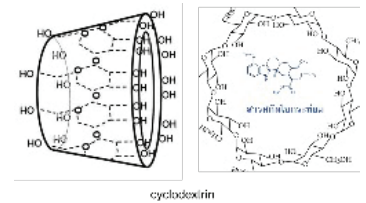
บริษัทได้เปิดเผยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสำเร็จรูปประกอบด้วยสารไมทราจินีน 0.2 มิลลิกรัม ตามเกณฑ์ข้อกำหนดของ อย. โดยการจัดแสดงในนิทรรศการงาน “Southern Innovation & Technology Expo (SITE2024)” เมื่อวันที่ 1-4 กุมภาพันธ์ 2567 ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

## ผลประโยชน์เชิงคุณภาพ

ผลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสำเร็จรูปผสมสารสกัดน้ำจากใบกระท่อม สร้างประโยชน์ในด้านการสร้างรายได้ให้กับชุมชนจากการรับซื้อใบกระท่อมสดจากเกษตรกร อีกทั้ง ยังถือเป็นการยกระดับสมุนไพรไทยโดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นจากการใช้พืชพันธุ์สมุนไพรไทยมายกระดับและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค

## ผลประโยชน์เชิงปริมาณ

ณ สิ้นปี 2566 บริษัทจำหน่ายนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่เครื่องดื่มสำเร็จรูปผสมสารสกัดน้ำจากใบกระท่อมเพื่อเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งในขีดการแข่งขันและการสร้างเพิ่มกำไรให้กับบริษัทจากนวัตกรรมอย่างยั่งยืน (รายละเอียดยอดขายในหัวข้อ 1.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ 56-1 One Report 2566)



ที่ อร ๕8108.5/1192

กรมวิทยาศาสตร์  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์  
15 ต.มาบตาพุด  
อ.มาบตาพุด จ.สงขลา 90110

วันที่ 22 ธันวาคม 2566

เรื่อง ร้องขอจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผสมสารสกัดใบกระท่อม” เข้าร่วมงานแสดงนิทรรศการ  
เรียน บริษัท ศรีนานาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ตามที่ หนังสือ นอ 1021.8/66-227 ลงวันที่ 18 ธันวาคม 2566 แจ้งการคัดเลือกนิทรรศการ (ครั้งที่ 2) เรื่อง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผสมสารสกัดใบกระท่อม เป็นส่วนประกอบ ซึ่งมี สหศาสตร์จารย์ ดร.ชญาน์ จรุงกิจกุล เป็นวิทยากรในการจัดการจัดแสดงนิทรรศการงาน “Southern Innovation & Technology Expo (SITE 2024)” ระหว่างวันที่ 1-4 กุมภาพันธ์ 2567 ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติ น.อ. นี้

การนี้ สืบเนื่องจากบริษัทได้ขอการขออนุญาต ซึ่งได้ผ่านกระบวนการนำเสนอโครงการ โดยไม่มีการพัฒนาสารสกัดเข้มข้น องค์ประกอบในสารสกัดที่ส่งยื่นให้กรรมการพิจารณาเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อใช้ประโยชน์ทางการแพทย์ เป็นวงกว้างในวงวิชาการร่วมกับ บริษัท ศรีนานาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ตามบันทึกข้อตกลง เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสำเร็จรูปผสมสารสกัดใบกระท่อม (ลงวันที่ 26 ตุลาคม 2565) เป็นส่วนหนึ่งของงานประชุมวิชาการผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผสมสมุนไพร และประโยชน์ของใบกระท่อมผลิตภัณฑ์ “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผสมสารสกัดใบกระท่อม” อีกทั้ง ได้รับการตีพิมพ์ในวารสาร อย. เป็นที่เรียบร้อยแล้ว มีความเหมาะสมที่จะเป็นตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาเป็นงานนิทรรศการได้ต่อไป

สืบเนื่องจากคุณน.อ.ผลิตภัณฑ์ “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผสมสารสกัดใบกระท่อม” เข้าร่วมงานแสดงนิทรรศการตามใบขอแสดงดังกล่าว ที่ขึ้นติดต่อกับนายแพทย์ศุภคุณ คุนวินพิทา กรรมการ เป็นไปเรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

## 2. มิติสิ่งแวดล้อม



### 2.1 การจัดการสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างสมดุล มั่นคงและยั่งยืน

#### 2.1.1 นโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

เพื่อให้บรรลุตามความมุ่งมั่น บริษัทมีนโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ดังนี้

##### นโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อม

- 1) ปกป้องสิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และพลังงานอย่างยั่งยืน คำนึงถึงประสิทธิภาพสูงสุด ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย รวมทั้งป้องกันและควบคุมมลพิษที่แหล่งกำเนิด
- 2) ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
- 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานและผู้เกี่ยวข้อง มีความรู้ความเข้าใจ รวมทั้งสร้างความตระหนักในการร่วมกันรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- 4) ปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยการกำหนด ติดตาม และบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแผนงานการจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กร

#### 2.1.2 หน่วยงานรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

บริษัทแต่งตั้งฝ่ายบริหารการจัดการสิ่งแวดล้อม หรือ Environmental Management Representative: EMR และ

คณะทำงานการจัดการสิ่งแวดล้อม (หรือ Environmental Management System: EMS Team) ของโรงงานทั้ง 4 สาขา ซึ่งคณะทำงาน ประกอบไปด้วย ตัวแทนฝ่ายโรงงาน ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบุคคล โดยมีผู้จัดการโรงงานแต่ละสาขา ดำรงตำแหน่งเป็น EMR และรายงานตรงต่อผู้จัดการทั่วไปของโรงงานแต่ละสาขา

#### 2.1.3 เป้าหมายการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

บริษัทมีเป้าหมายภาพรวมด้านสิ่งแวดล้อมที่จะดำเนินการ ดังนี้

##### 1. อุตสาหกรรมสีเขียว หรือ Green Industry

- การพัฒนาให้ทุกโรงงานเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 ภายในปี 2567
- การร่วมส่งเสริมและพัฒนาในคู่ค้าหลัก (ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบ แพคเกจจิงที่ใช้ผลิตสินค้า) ให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 1 ในปี 2567 และระดับ 2 ในปี 2568 ตามลำดับ



## 2. โรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ หรือ Eco Factory

- ระดับ Gold Awards จำนวน 3 โรงงาน ภายในปี 2568



### 2.1.4 การมีส่วนร่วมของผู้บริหารและพนักงานในการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการสิ่งแวดล้อมตามความมุ่งมั่นในนโยบายสิ่งแวดล้อม บริษัทได้ถ่ายทอด ส่งเสริม และติดตาม ให้พนักงานทุกคนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ปฏิบัติตามอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งเผยแพร่สู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสาธารณชนทั่วไปได้รับทราบ อีกทั้งยังสนับสนุนให้พนักงานภายในองค์กรทุกคนมีส่วนร่วมในเรื่องสิ่งแวดล้อม และบริษัทยังเข้าร่วมการจัดการทำมาตรฐาน ISO 14001:2015 ซึ่งเป็นมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

สำหรับผลการดำเนินงาน ทางสถานประกอบการ สาขา 2 พุทธมณฑลสาย 5 และสาขา 4 ราชบุรีได้รับการรับรองเป็นโรงงานอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) ระดับ 3 เมื่อ 12 กันยายน 2566 ทำให้ปัจจุบันโรงงานของบริษัททั้ง 4 โรงงานได้รับการรับรองอยู่ในอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 3 และสถานประกอบการ สาขา 2 พุทธมณฑลสาย 5 ยังได้รับการรับรองเป็นโรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศที่มีคุณค่าต่อสังคม ระดับ Silver Awards อีกด้วย แสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานของบริษัทที่คำนึงถึงมิติความสมดุลและประสิทธิภาพเชิงนิเวศรอบด้าน (Eco Factory)

การแต่งตั้งฝ่ายบริหารการจัดการสิ่งแวดล้อม หรือ EMR และ คณะทำงานการจัดการสิ่งแวดล้อม หรือ EMS ซึ่งมีส่วนร่วมและหน้าที่ ดังนี้

### หน้าที่ความรับผิดชอบของ EMR

1. มั่นใจว่าระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐาน ISO 14001:2015 และได้รับการนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ
2. ติดตาม ทบทวน และรายงานสมรรถนะของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Performance of EMS) รวมทั้งสมรรถนะด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Performance) และสิ่งทีควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขต่อผู้บริหารระดับสูงอย่างสม่ำเสมอ
3. ให้คำปรึกษาแนะนำคณะทำงานการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS Team) พิจารณาหาสาเหตุ แก้ไขปัญหา รวมทั้งสิ่งที่ไม่สอดคล้องตามข้อกำหนดของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม
4. ติดตามตรวจสอบการบรรลุตามความต้องการในกฎหมายและข้อบังคับที่ต้องดำเนินการให้สอดคล้อง

### หน้าที่ความรับผิดชอบของ EMS Team

1. มั่นใจว่าระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐาน ISO 14001:2015 และได้รับการนำไปปฏิบัติในหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ
2. แจกแจง ประเมินนัยสำคัญ สื่อสาร และปรับปรุงลักษณะปัญหาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความเสี่ยงและโอกาสด้านสิ่งแวดล้อมในหน่วยงานที่รับผิดชอบ
3. ดำเนินการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม และสิ่งที่ไม่สอดคล้องตามข้อกำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ
4. ดำเนินการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบ ปฏิบัติตามนโยบายวัตถุประสงค์และแผนการดำเนินงาน มาตรการปรับปรุง และการควบคุมการปฏิบัติงาน
5. ติดตามตรวจสอบการบรรลุตามความต้องการในกฎหมายและข้อบังคับที่ต้องดำเนินการให้สอดคล้องในหน่วยงานที่รับผิดชอบ
6. ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงสมรรถนะของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Performance of EMS) รวมทั้งสมรรถนะด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Performance) และสิ่งทีควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขต่อตัวแทนฝ่ายบริหารการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMR)
7. จัดให้มีบรรยากาศการทำงานที่ส่งเสริมให้พนักงานและผู้เกี่ยวข้องทุกคนมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

## 2.2 การใช้พลังงานไฟฟ้าและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ



### 2.2.1 นโยบายด้านการจัดการพลังงาน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ จึงมุ่งเน้นให้มีแนวทางปฏิบัติการอนุรักษ์พลังงานแก่พนักงานภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินการอนุรักษ์พลังงาน และปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน ซึ่งมุ่งไปสู่เป้าหมายการลดค่าใช้จ่ายของบริษัท และการประหยัดพลังงานตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่งมีรายละเอียดแสดงดังต่อไปนี้

1. การอนุรักษ์พลังงานถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานขององค์กร และผู้บริหารองค์กรต้องให้ความสำคัญในการปฏิบัติการจัดการพลังงาน
2. บริษัทสนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน โดยการปฏิบัติตามแนวทางการจัดการพลังงาน เพื่อมุ่งเน้นการลดการใช้พลังงาน และต้นทุนการผลิต
3. บริษัทกำหนดให้มีการนำเสนอแผนการอนุรักษ์พลังงานจากแผนงานต่าง ๆ เพื่อร่วมพิจารณาตั้งเป็นเป้าหมายดัชนีการใช้พลังงานของบริษัท โดยมีการทบทวนเป้าหมายตามการใช้พลังงานที่เหมาะสม
4. มุ่งเน้นปฏิบัติตามแนวทางการจัดการพลังงานของ พ.ร.บ. ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2550) เพื่อให้มีการอนุรักษ์พลังงานภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
5. กำหนดให้มีการทบทวนนโยบายการจัดการพลังงาน เป้าหมายลดการใช้พลังงาน และแผนปฏิบัติงานการอนุรักษ์พลังงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

6. ส่งเสริมให้มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจแก่พนักงานภายในองค์กร เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานและแนวทางปฏิบัติเป็นไปในแนวทางเดียวกัน
7. ทำการพัฒนาประสิทธิภาพการใช้พลังงานขององค์กร เพื่อมุ่งไปสู่การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า

### 2.2.2 เป้าหมายการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า

บริษัทมีตั้งเป้าหมายการลดการซื้อไฟฟ้าจากการไฟฟ้าลงร้อยละ 0.05 ทุกปีเมื่อเทียบกับยอดขาย (Electricity Use/Sales)

#### ผลการลดการซื้อไฟฟ้า 2566

ปี	2565	2566
ค่าไฟจากการไฟฟ้า (ล้านบาท)	89.89	94.19
ยอดขาย (ล้านบาท)	5,556.1	6,015.9
% to sales	1.618%	1.566%
	ลดได้	-0.052%

## 2.2.3 การดำเนินงานด้านการจัดการพลังงานและการวัดผล

บริษัทสนับสนุนให้พนักงานภายในองค์กรทุกคนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน โดยให้มีการนำเสนอแผนการอนุรักษ์พลังงานจากแผนกต่าง ๆ ตลอดจนการให้ความรู้ การอบรมแก่พนักงานและแนวทางปฏิบัติเพื่อให้เป็นแนวทางเดียวกัน อันมีผู้บริหารให้การสนับสนุน และให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์พลังงานโดยภาพรวม บริษัทมีการใช้พลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้าฯ พลังงานจากแสงอาทิตย์ โดยมีรายงานแยกตามสถานประกอบการ ดังตารางด้านล่าง

### ตารางการใช้ไฟฟ้าปี 2566

(หน่วย : กิโลวัตต์ต่อชั่วโมง kWh)

แหล่งพลังงาน	สาขา 0001 ถ.เศรษฐกิจ	สาขา 0002 พุทธมณฑลสาย 5	สาขา 0003 อ้อมน้อย	สาขา 0004 ราชบุรี	รวม
พลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้าฯ	4,303,740	2,998,944	7,850,952	5,882,080	21,035,716
พลังงานจากแสงอาทิตย์	541,068	469,906	775,071	1,194,095	2,980,141

### ตารางการใช้ไฟฟ้าปี 2565

(หน่วย : กิโลวัตต์ต่อชั่วโมง kWh)

แหล่งพลังงาน	สาขา 0001 ถ.เศรษฐกิจ	สาขา 0002 พุทธมณฑลสาย 5	สาขา 0003 อ้อมน้อย	สาขา 0004 ราชบุรี	รวม
พลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้าฯ	4,306,560	3,304,852	9,935,628	5,063,680	22,610,720
พลังงานจากแสงอาทิตย์	456,214	26,658	825,572	1,148,517	2,456,961

### เปรียบเทียบการใช้ไฟฟ้า

(หน่วย : กิโลวัตต์ต่อชั่วโมง kWh)

เปรียบเทียบการใช้ไฟฟ้า	ปี 2565	ปี 2566	% Change
พลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้าฯ	22,610,720	21,035,716	- 6.97%
พลังงานจากแสงอาทิตย์	2,456,961	2,980,141	21%

## ผลจากการดำเนินงาน

### ตารางเปรียบเทียบการใช้พลังงานไฟฟ้า

จากที่บริษัทตั้งเป้าเพื่อลดการซื้อพลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้าลงร้อยละ 0.05 (Electricity use/Sales) ในปี 2566 บริษัทสามารถลดลงได้ร้อยละ 6.97 (Electricity use/Sales) และใช้พลังงานบริสุทธิ์จากการติดตั้ง Solar roof เพิ่มขึ้นร้อยละ 21 เมื่อเทียบกับปี 2565

ทั้งนี้ บริษัทได้เพิ่มการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ครบทั้ง 4 โรงงานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

## 2.3 การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

### 2.3.1 นโยบายการจัดการน้ำ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของน้ำในทุกมิติ โดยมีเจตนาแน่วแน่และความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมให้เกิดการเข้าถึงแหล่งน้ำที่สะอาดเพื่อการอุปโภคบริโภคอย่างถูกสุขอนามัย ภายใต้แนวคิดที่ว่า “หากไม่มีการบริหารจัดการน้ำที่ยั่งยืนอาจเกิดความเสี่ยงจากวิกฤตการณ์ขาดแคลนน้ำต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมถึงการดำเนินธุรกิจของบริษัท”

บริษัทได้กำหนดหลักปฏิบัติในการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า โดยมีสาระสำคัญดังนี้

- 1) กำหนดให้น้ำเป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนหลักที่สำคัญทางธุรกิจ
- 2) บูรณาการความร่วมมือกันทั้งในบริษัทและบริษัทย่อย ในด้านการบริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ
- 3) ส่งเสริมโครงการประหยัดน้ำและมุ่งเน้นการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดการนำน้ำจืดจากแหล่งน้ำธรรมชาติมาใช้
- 4) ปฏิบัติตามข้อกำหนดและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการน้ำ เช่น การดึงน้ำมาใช้ และการระบายน้ำทิ้ง
- 5) ดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 5 ด้านการจัดการน้ำ และสุขภาพ (Clean water and sanitation)
- 6) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยให้ความรู้รวมถึงสร้างความตระหนักรู้ด้านการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนและการอนุรักษ์น้ำ

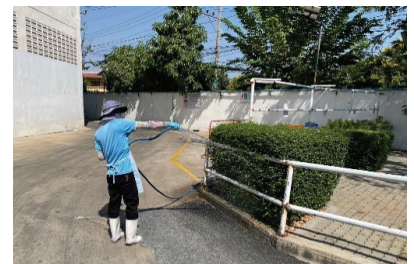
### 2.3.2 เป้าหมายการลดการใช้น้ำ



บริษัทตั้งเป้าหมายภาพรวมอัตราการใช้น้ำ เป้าหมายการลดอัตราการปล่อยน้ำหลังบำบัดออกสู่ธรรมชาติ และการนำน้ำหลังกระบวนการบำบัดมาใช้ใหม่ ดังต่อไปนี้

- โครงการ : นำน้ำเสียหลังบำบัดกลับมาใช้รดน้ำต้นไม้และล้างพื้นรอบโรงงาน
- วัตถุประสงค์ : 1. เพื่อลดการปล่อยน้ำหลังการบำบัดออกสู่ชุมชน  
2. เพื่อลดค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำในการรดน้ำต้นไม้และล้างพื้นรอบโรงงาน
- เป้าหมาย : 1. ลดการปล่อยน้ำหลังการบำบัดออกสู่ชุมชน อย่างน้อย 5%

ทั้งนี้ น้ำเสียที่ผ่านการบำบัดในระบบบำบัดน้ำเสียของบริษัทจะมีการปล่อยน้ำหลังจากบำบัดแล้วออกสู่คลองสาธารณะในชุมชน โดยที่ไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น ดังนั้นเพื่อเป็นการลดการปล่อยน้ำหลังการบำบัดออกสู่ชุมชน และลดค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำในการรดน้ำต้นไม้และล้างพื้นรอบโรงงาน บริษัทจึงได้มีการนำน้ำที่บำบัดแล้วมาใช้ ซึ่งน้ำที่ผ่านการบำบัดในระบบบำบัดแล้ว จะมีการตรวจวิเคราะห์ค่าน้ำเป็นประจำทุกเดือน ซึ่งผลการตรวจวิเคราะห์ผ่านตามมาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรม



บริษัท ศรีนาทพว มาร์เก็ตติ้ง จำกัด TEST TECH CO.,LTD				
Analysis/Test Report				
Customer Name : บริษัท ศรีนาทพว มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) สาขา 10000				
Address : 55 หมู่ 9 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอรอบเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30100				
Sampling Site : โรงงานผลิตอาหารสัตว์		Sample Type : น้ำเสีย		
Sampling by : ทั่วไป		Sampling Method : Grab		
Sampling Date : 15/12/2566		Sampling Time : -		
Received Date : 16/12/2566		Analyzed Date : 16 - 20/12/2566		
Report Date : 20/12/2566		Report No. : BS2387946		
Parameter	Unit	Method	TS209/18 ค่า	มาตรฐาน
pH	-	SM 2023 (4296) (I) (b)	7.3	5.5-8.0
BOD	mg/L	SM 2023 (5210) B, (5209) (C)	6.0	5-20
COD	mg/L	SM 2023 (5203) (C)	36	5-120
Total Suspended Solids	mg/L	SM 2023 (2540) (C)	22	5-50
Oil & Grease	mg/L	SM 2023 (1530) (D)	< 1.0	5.5
Sample Condition	Observation		ผลตรวจวิเคราะห์	
			ผ่านเกณฑ์	

Remark : 1. SM 2023 Standard Methods for the Examination of Water and Wastewater, APHA, AWWA & WPCF, 23rd ed., 2023  
2. ค่าที่แสดงเป็นค่าประมาณการเบื้องต้น ซึ่งไม่สามารถใช้เพื่อการตัดสินใจใดๆได้

## ปริมาณการใช้น้ำที่บำบัดแล้ว

(หน่วย: ลบ.ม.)

	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ษ.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	รวม	เฉลี่ย	
2565	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11	11	11
2566	21	28	25	27	24	25	26	24	20	15	20	19	274	22.83	

## ผลการดำเนินโครงการ

1. บริษัทสามารถลดการปล่อยน้ำหลังบำบัดแล้วออกสู่ชุมชน ดังนี้

ปี	ปริมาณน้ำที่บำบัดแล้ว (ลบ.ม.)	ปริมาณการใช้น้ำที่บำบัดแล้ว (ลบ.ม.)	ปริมาณการปล่อยน้ำที่บำบัดแล้วออกสู่ชุมชน (ลบ.ม.)
2565	4,781.44	11.00	4,770.44
2566	4,970.98	274.00	4,696.98

เมื่อเทียบกับปี 2565 บริษัทสามารถลดการปล่อยน้ำที่บำบัดแล้วออกสู่ชุมชนได้ 73.46 ลบ.ม. คิดเป็น 3.82% และในปี 2566 บริษัทสามารถลดการปล่อยน้ำที่บำบัดแล้วออกสู่ชุมชนได้ 274 ลบ.ม. คิดเป็น 5.51%

2. บริษัทสามารถลดค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำในการรดน้ำต้นไม้และล้างพื้นรอบโรงงานได้ดังนี้

### ปี 2565

ปริมาณการใช้น้ำที่บำบัดแล้ว 11.00 ลบ.ม.  
 ปริมาณค่าใช้จ่ายที่ประหยัดได้  $11.00 \times 32.50 = 357.50$  บาท

### ปี 2566

ปริมาณการใช้น้ำที่บำบัดแล้ว 274.00 ลบ.ม.  
 ปริมาณค่าใช้จ่ายที่ประหยัดได้  $274.00 \times 32.50 = 8,905$  บาท

รวมทั้ง 2 ปี บริษัทสามารถลดค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำในการรดน้ำต้นไม้และล้างพื้นรอบโรงงานได้ 9,262.50 บาท

หมายเหตุ : คำนวณจากค่า 32.50 บาท / ลบ.ม.

## 2.3.3 การดำเนินงานด้านการจัดการน้ำและการวัดผล

บริษัทมีการควบคุมการปล่อยน้ำทิ้งจากโรงงานผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ในระบบการบำบัดน้ำเสีย โดยทุกขั้นตอนจะมีการวิเคราะห์ความเป็นกรด-ด่าง และตรวจวัดคุณภาพน้ำทิ้งก่อนปล่อยออกจากโรงงาน จึงทำให้ผลการดำเนินงานอัตราน้ำใช้ของบริษัทยังคงต่ำต่อหน่วยการผลิตลดลง ทั้งนี้ น้ำเสียที่ผ่านการบำบัดในระบบบำบัดน้ำเสียของบริษัทจะมีการปล่อยน้ำหลังจากบำบัดแล้วออกสู่คลองสาธารณะ โดยที่ไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น ดังนั้นเพื่อเป็นการลดการปล่อยน้ำหลังการบำบัดออกสู่ชุมชน และลดค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำในการรดน้ำต้นไม้และล้างพื้นรอบโรงงาน บริษัทจึงได้มีการนำน้ำที่บำบัดแล้วมาใช้ ซึ่งน้ำที่ผ่านการบำบัดในระบบบำบัดแล้ว จะมีการตรวจวิเคราะห์ค่าน้ำเป็นประจำทุกเดือน ซึ่งผลการตรวจวิเคราะห์ผ่านตามมาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ดังนี้

### 2.3.4 การจัดการความเสี่ยงด้านการใช้น้ำ

บริษัทดำเนินการจัดการความเสี่ยงด้านการใช้น้ำดังต่อไปนี้

#### 2.3.4.1 นโยบายการจัดการความเสี่ยงด้านการใช้น้ำ

บริษัทกำหนดหลักปฏิบัติในการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า โดยมีสาระสำคัญที่เกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงด้านการใช้น้ำ ดังนี้

- 1) มีการบริหารความเสี่ยงจากภาวะวิกฤตและความตึงเครียดจากน้ำ (Water Stress) โดยการประเมินความเสี่ยง ทั้งโอกาสเกิดและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงกำหนดมาตรการและแผนรองรับภาวะวิกฤตและความตึงเครียดจากน้ำอย่างเพียงพอเหมาะสม
- 2) มีระบบติดตามและตรวจสอบการบริหารความเสี่ยงจากภาวะวิกฤตและความตึงเครียดจากน้ำ (Water Stress) รวมถึงประเมินการใช้น้ำทั้งทางตรงและทางอ้อมตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ บริษัทและติดตามความเพียงพอของน้ำบริเวณพื้นที่ลุ่มน้ำในเขตพื้นที่ดำเนินงานผลิตของบริษัท โดยพนักงานทุกระดับของบริษัทมีหน้าที่สนับสนุน ผลักดัน และให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามนโยบาย เพื่อมุ่งสู่การบรรลุเป้าหมาย

#### 2.3.4.2 รายงานปริมาณการใช้น้ำแยกตามสถานประกอบการ

โดยภาพรวม บริษัทมีการใช้น้ำจากแหล่งน้ำทั้ง 3 แหล่ง ได้แก่ น้ำประปา น้ำบาดาล และน้ำผิวดิน โดยมีรายงานแยกตามสถานประกอบการ ดังตารางด้านล่าง

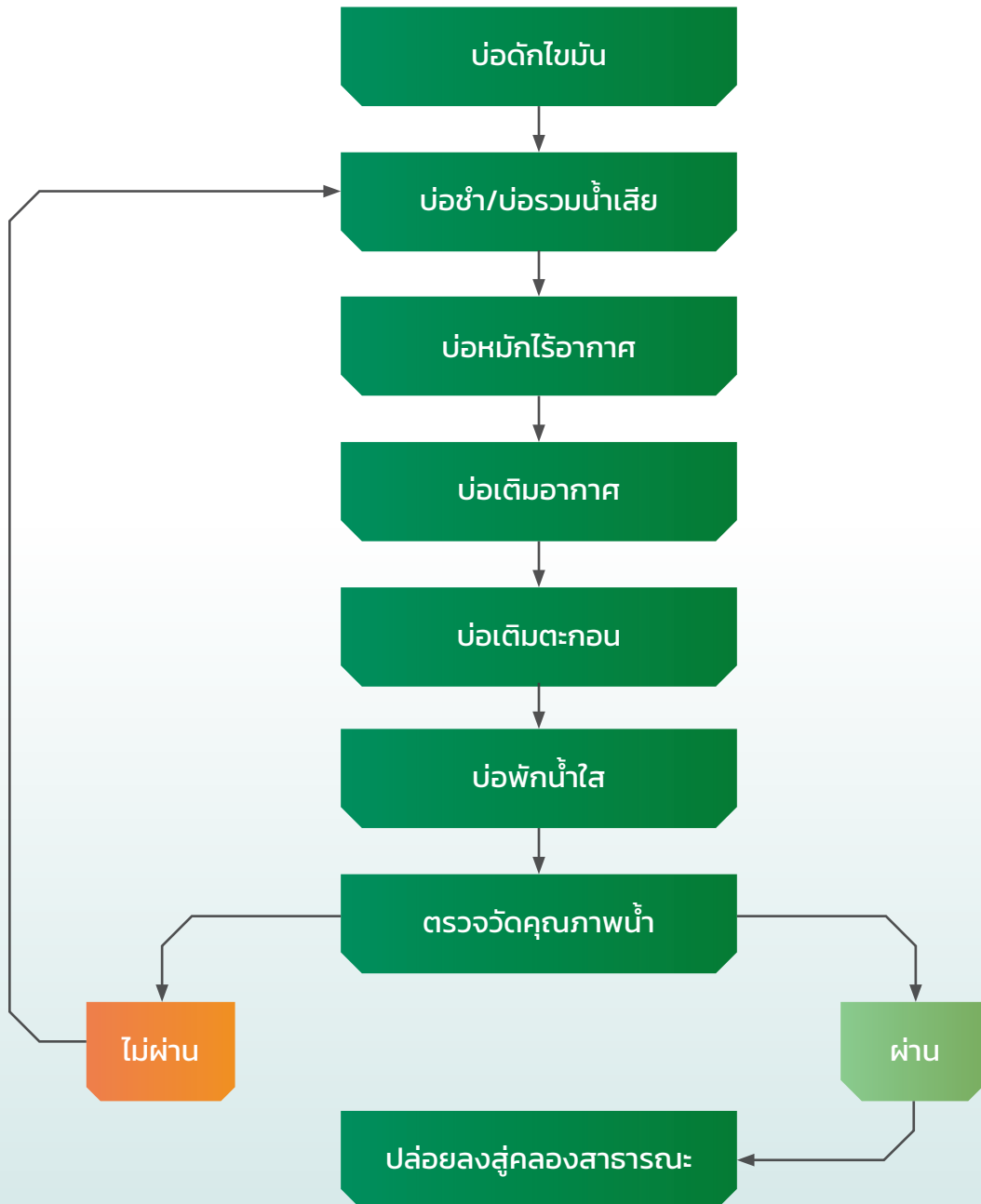
(หน่วย: ลบ.ม.)

แหล่งน้ำ	สาขา 0001 ถ. เศรษฐกิจ	สาขา 0002 พุทธมณฑลสาย 5	สาขา 0003 อ้อมน้อย	สาขา 0004 ราชบุรี	รวม
น้ำประปา	2,162	6,180	740	-	9,082
น้ำบาดาล	104,368	27,998	158,229	-	290,595
น้ำผิวดิน	-	-	-	135,377	135,377
<b>รวม</b>	<b>106,530</b>	<b>34,178</b>	<b>158,969</b>	<b>135,377</b>	<b>435,054</b>



### 2.3.4.3 การจัดการน้ำเสียและชุมชน

บริษัทมีการจัดการควบคุมการระบายน้ำเสีย โดยมีระบบบำบัดซึ่งสามารถจัดการน้ำทิ้งให้มีคุณสมบัติ เป็นไปตามกำหนดมาตรฐาน น้ำทิ้งที่ระบายออกจากโรงงานตามกระทรวงอุตสาหกรรมกำหนด เช่น pH 5.5-9.0 ค่า BOD ไม่เกิน 20 มิลลิกรัมต่อลิตร ค่า COD ไม่เกิน 120 มิลลิกรัมต่อลิตร เป็นต้น โดยระบบบำบัดน้ำเสียที่ใช้เป็นแบบฟิล์มตรึง (Fixed film) ซึ่งเป็นระบบที่สามารถควบคุมการทำงานได้ง่าย และใช้พลังงานในการเดินระบบต่ำ ซึ่งมีผังกระบวนการทำงาน ดังรูป



ทั้งนี้ ขั้นตอนการตรวจวัดคุณภาพน้ำ ก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ บริษัทจะทำการเก็บตัวอย่างน้ำเสียและส่งตรวจยังบริษัทเอกชน ซึ่งเป็นบริษัทหรือห้องแล็บที่ได้รับการขึ้นทะเบียนห้องปฏิบัติการวิเคราะห์เอกชนตามการรับรองของกรมโรงงานอุตสาหกรรมแล้ว หากผลการตรวจผ่าน จึงจะทำการปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะได้ต่อไป

2.3.4.4 รายงานความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำสำหรับกระบวนการผลิต

บริษัทมีการจัดทำแผนรองรับเหตุฉุกเฉินจากความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม และทบทวนตามรอบเวลาโดยความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำเป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่บริษัทให้ความสำคัญ บริษัทได้จัดทำรายงานความเสี่ยง โดยระบุปัจจัยเสี่ยง/สาเหตุ ผลกระทบ และมาตรการจัดการความเสี่ยง ดังนี้

**ปัจจัยเสี่ยง/สาเหตุ:**

เมื่อมีการใช้น้ำเกินกว่าการใช้น้ำต่อวันสูงสุด (จากการเก็บข้อมูลการใช้น้ำสูงสุดต่อวัน ในช่วงที่กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นสูง)

**ผลกระทบที่สำคัญ:**

ไลน์ผลิตหยุดชะงัก

**มาตรการจัดการความเสี่ยง:**



(โอกาส x ผลกระทบ) = ระดับความเสี่ยง

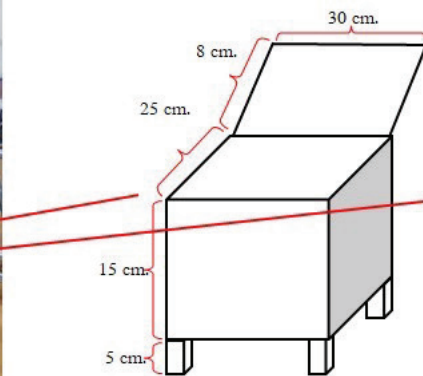
ระดับความเสี่ยง	ระดับคะแนน	ความหมาย
สูงมาก C	11-25	ระดับที่ไม่สามารถยอมรับได้ จำเป็นต้องเร่งจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ทันที
สูง H	8-14	ระดับที่ไม่สามารถยอมรับได้ โดยต้องจัดการความเสี่ยงเพื่อให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้
ปานกลาง M	4-7	ระดับที่ยอมรับได้ แต่ต้องมีการควบคุมเพื่อป้องกันไม่ให้ความเสี่ยงไปยังระดับที่ไม่สามารถยอมรับได้
น้อยมาก L	1-3	ระดับที่ยอมรับได้ โดยใช้วิธีการติดตามระดับความเสี่ยงตลอดการปฏิบัติงาน

ปัจจัยความเสี่ยง	ผลการประเมินระดับความเสี่ยง (Residual Risk Rating)			มิติความเสี่ยง
	โอกาส	ผลกระทบ	Risk Rating	
1. ต้นทุนแรงงานเพิ่มขึ้นจากนโยบายภาครัฐ	3	2	6	Financial
2. เครื่องจักรหยุดชะงัก / ชำรุด	2	3	6	Operational
3. การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	2	3	6	ESG
4. วัตถุดิบทางการเกษตร (น้ำมะพร้าว/วุ้นมะพร้าว/หญ้าฉะก้วย) ขาดตลาด/ราคาแพง	2	2	4	Financial
5. อัคคีภัย	1	4	4	Safety
6. การให้สินบนพนักงานผู้ตรวจประเมิน (ภาครัฐเอกชน)	1	4	4	ESG
7. การละเมิดสิทธิมนุษยชน	1	4	4	ESG
8. การปล่อยมลพิษทางอากาศ	1	3	3	ESG & Compliance
9. ขongเสียจากการผลิตเกินค่ามาตรฐานที่บริษัทกำหนด	1	2	2	Operational
10. วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่จัดเก็บในคลังกลางวัตถุดิบเสื่อมสภาพ/ ปนเปื้อน	1	2	2	Operational
11. วัตถุดิบทางการเกษตร (น้ำมะพร้าว / วุ้นมะพร้าว / หญ้า ฉะก้วย) เน่าเสีย	1	1	1	Operational
12. สิ่งแปลกปลอมในผลิตภัณฑ์ (เศษผ้ากรอง / เศษปนเปื้อนที่มากับน้ำแข็ง / โลหะ / พลาสติก / แผลง / จุลินทรีย์)	1	1	1	Operational
13. การปล่อยน้ำเสียลงแหล่งน้ำสาธารณะ	1	1	1	ESG & Compliance
14. อุทกภัย / น้ำท่วม	1	1	1	ESG
15. น้ำใช้ในการผลิตขาดแคลน / ภัยแล้ง	1	1	1	ESG

1. เนื่องจากบริษัทมีหลายสาขา หากสาขาในจังหวัดสมุทรสาครเกิดภัยแล้งหรือขาดแคลน จะมีการนำน้ำเข้ามาจากสาขา 0004 ราชบุรี ซึ่งเป็นแหล่งน้ำผิวดินที่สามารถรองรับกระบวนการผลิตให้สามารถดำเนินการต่อไปได้ ไม่หยุดชะงัก และในทำนองเดียวกัน หากสาขาในจังหวัดราชบุรีเกิดภัยแล้งหรือขาดแคลน สามารถนำน้ำจากทั้ง 3 สาขา ในจังหวัดสมุทรสาครไปสนับสนุนได้
2. ลดกำลังการผลิตลง โดยไม่เป็นการส่งผลกระทบต่อลูกค้าและการจัดจำหน่าย เนื่องจากบริษัทมีการเก็บสินค้าคงคลังที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าเป็นจำนวน 1 สัปดาห์
3. มาตรการลดการใช้น้ำในกระบวนการผลิต

3.1 โครงการลดปริมาณการใช้น้ำหล่อเย็นซีลรี่ปั๊ม

เนื่องจากซีลรี่ปั๊มมีรอบการทำงานที่ค่อนข้างสูง จึงมีระบบน้ำหล่อเย็น เพื่อลดอุณหภูมิปั๊ม โดยการปล่อยน้ำไหลผ่าน Mechanical Seal ทางฝ่ายผลิตจึงมีแนวคิดในการที่จะลดปริมาณน้ำที่สูญเสียไปจากการหล่อเย็นปั๊มซีลรี่ โดยการติดตั้งปั๊มหมุนเวียนน้ำหล่อเย็น สามารถลดปริมาณน้ำที่ใช้ในการหล่อเย็นซีลรี่ปั๊มได้ 3.88 ลบ.ม./วัน (279.36 ลบ.ม./เดือน)



ทำอ่างใส่น้ำที่จะใช้หล่อแมคซิลปั๊มซีลรี่  
มาวางกับปั๊มซีลรี่เพื่อจัดตำแหน่ง

ปริมาตรอ่างน้ำหมุนวนหล่อแมคซิลซีลรี่ปั๊ม  
 $30 \times 25 \times 15 = 11,250/1,000 = 11.25 \text{ Kg.}$

ติดตั้งปั๊มแช่ในอ่างน้ำหมุนวนหล่อ  
แมคซิลปั๊มซีลรี่

3.2 โครงการลดปริมาณการใช้น้ำล้างใบมีดตัดฟิล์มเครื่องบรรจุ

เนื่องจากเครื่องบรรจุผลิตภัณฑ์ไลน์ถั่ว มีระบบการหล่อใบมีดที่ใช้ในการตัดฟิล์มหลังจากปิดผนึกด้วยน้ำ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวส่งผลให้มีน้ำเสียไหลทิ้งค่อนข้างมาก ทางฝ่ายผลิตจึงมีแนวคิดในการที่จะลดปริมาณน้ำเสียในส่วนนี้ลงโดยการติดตั้งชุด Timer และชุดโซลินอยด์ตัดต่อน้ำ เพื่อกำหนดช่วงเวลาในการฉีดน้ำล้างโมลด์เป็นจังหวะ สามารถลดปริมาณน้ำที่ใช้ในการล้างใบมีดตัดฟิล์มเครื่องบรรจุได้ 14.28 ลบ.ม./วัน (342.72 ลบ.ม./เดือน)

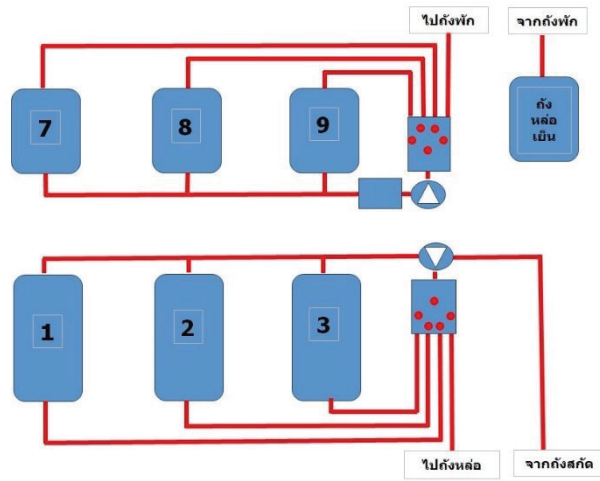


น้ำล้างใบมีดเครื่องบรรจุก่อนติดตั้ง  
โซลินอยด์วาล์ว

เครื่องบรรจุหลังติดตั้งโซลินอยด์วาล์ว

3.3 โครงการลดน้ำในการ CIP ส่วนการสกัดหญ้าเนเปีย

เนื่องจากการเตรียมวัตถุดิบในส่วนการสกัดหญ้าเนเปีย มีขั้นตอนการ CIP ล้างทำความสะอาดหม้อสกัด หม้อพักและท่อส่ง ซึ่งใช้น้ำในปริมาณมาก ทางฝ่ายผลิตจึงปรับปรุงออกแบบไลน์ท่อส่งและท่อ CIP ใหม่ เพื่อให้สะดวกต่อการทำงานและประหยัดน้ำมากขึ้น สามารถลดปริมาณน้ำในการ CIP ได้ 1.20 ลบ.ม./วัน (28.8 ลบ.ม./เดือน)



3.4 โครงการนำน้ำ Waste RO กลับมาใช้

ในกระบวนการผลิตน้ำ RO จะเกิดน้ำเสียจากการกรองน้ำ วันละ 50 ลบ.ม./วัน น้ำเสียจากระบบการผลิตน้ำ RO มีคุณภาพใกล้เคียงกับน้ำดิบที่ใช้ในสำนักงานและหอพักพนักงาน ซึ่งมีการใช้วันละ 80 ลบ.ม./วัน จึงมีแนวคิดในการนำน้ำ Waste RO กลับเข้ามาใช้ในสำนักงานและหอพัก สามารถลดการทิ้งน้ำ Waste RO ได้ 100% และลดการใช้น้ำดิบในสำนักงานและหอพักพนักงานได้ 62.5%



## 2.4 การกำจัดของเสียที่เกิดจากกระบวนการธุรกิจ

SRINANAPORN MARKETING PLC. BRANCH, OM NOI				Management Representative		FM-MR-041 / R 00										
แผนงานการจัดการสิ่งแวดล้อม						01-03-23										
แผนงานการจัดการสิ่งแวดล้อม EMP No. :EMP2/2567		ปรับปรุงครั้งที่	0	ผู้รับผิดชอบแผนงาน : คุณณรงค์ เนตรบึงอร อภาจ ไกรเทพ												
ชื่อแผนงาน : การพัฒนาสูตรหมักชีวภาพจากขยะพลาสติกหลายชั้นเพื่อใช้สำหรับฉีดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์พร้อมใช้งาน																
ผู้อนุมัติแผนงาน : คุณณรงค์ เนตรบึงอร		งบประมาณที่ใช้ : .....	วันที่อนุมัติแผนงาน : 17 เม.ย. 2567		กำหนดเสร็จสิ้นแผนงาน : 7 มิ.ย. 2567											
อุตสาหกรรม				สำรวจ : สามารถนำของไปรีไซเคิลได้ ไม่ต่ำกว่า 300,000 ของ ต่อปี												
ลำดับที่	ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ดัชนีบ่งชี้ผล	ปี 2567												กำหนดเสร็จ
				เดือน												
				ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
1	สำรวจข้อมูลปริมาณของน้ำเสียที่เกิดจากการผลิต	อภาจ มุกดา	รายงานปริมาณของเสีย		■											29 ก.พ. 2567
2	จัดตั้งทีมดำเนินงาน	อภาจ	ทีมงานเข้าร่วม			■										7 มี.ค. 2567
3	ติดต่ออาจารย์เพื่อเข้าพบและปรึกษาโครงการ	อภาจ มุกดา	มีการตอบรับโครงการจากอาจารย์			■										9 มี.ค. 2567
4	พบพจนกระบวนกรและยื่นยื่นโครงการ	อภาจ นรารุส	อาจารย์ ยื่นยื่นกระบวนกรเรียบร้อยแล้ว				■									17 เม.ย. 2567
5	นำเสนอโครงการเพื่ออนุมัติ	อภาจ มุกดา	ได้รับการอนุมัติเรียบร้อยแล้ว					■								2 พ.ค. 2567
6	เริ่มดำเนินการเก็บของเสียและ เชื้อสู่กระบวนการ ไรไซเคิล	จิรวุฒิ	มีบันทึกการจ่ายของเสียส่งเข้าโครงการ						■							1 มิ.ย. 2567
7	ตรวจสอบผลการดำเนินงาน และ ยื่นยื่นกระบวนกร	อภาจ คุณณรงค์	ความสมบูรณ์ถูกต้องในกระบวนการ							■						1 มิ.ย. 2567
8	ดำเนินการเก็บข้อมูลการรีไซเคิลอย่างต่อเนื่อง	อภาจ จิรวุฒิ มุกดา	รายงานสรุปผลการดำเนินงาน								■					7 มิ.ย. 2567
ผู้รับผิดชอบแผนงาน		ผู้ควบคุมแผนงาน			ผู้อนุมัติแผนงาน											
_____		_____			_____											
_____		_____			_____											
_____		_____			_____											

### 2.4.1 นโยบายการจัดการของเสียจากกระบวนการธุรกิจ

บริษัทมีนโยบายในการจัดการขยะอย่างยั่งยืน โดยลดปริมาณการสูญเสียจากกระบวนการผลิตที่ต้องทิ้ง ร่วมกับลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นกระดาษ พลาสติกที่เกินความจำเป็น และ/หรือใช้ครั้งเดียว เพื่อลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบ โดยการเสาะแสวงหาแนวทางในการนำขยะมาใช้ประโยชน์ รวมถึงการนำขยะมาหมุนเวียนเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับของเสียที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด

มีการดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อลดปริมาณของเสียจากกระบวนการผลิต ดังนี้

#### 1) โครงการลดปริมาณของเสียน้ำมะพร้าวค้ำทอส่ง

ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของน้ำมะพร้าว มีระบบการลำเลียงน้ำมะพร้าวโดยใช้ปั๊มส่งผ่านท่อ แต่เนื่องจากระยะท่อส่งที่ค่อนข้างยาว จึงมีน้ำมะพร้าวส่วนหนึ่งที่เป็นของเสียเนื่องจากติดค้างอยู่ภายในท่อส่ง ทางฝ่ายผลิตจึงมีแนวคิดในการลดของเสียด้วยการทำระบบไล่ท่อส่งด้วยลูกยาง Spong และใช้ลมดันไล่ลูกยางไปตามท่อส่ง ส่งผลให้ไม่มีของเสียน้ำมะพร้าวที่ติดค้างท่อส่ง สามารถลดปริมาณของเสียน้ำมะพร้าวค้ำทอส่งลงได้ 170 Kg/วัน (4,420 Kg/เดือน)



## 2) โครงการลดการใช้พลาสติกในขั้นตอนกระบวนการบรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์บรรจุขวด

ในขั้นตอนกระบวนการบรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์บรรจุขวด มีขั้นตอนกระบวนการนำเอาฟิล์ม PE มาใช้ในการห่อหุ้มแพ็คเกจผลิตภัณฑ์ จึงได้มีแนวคิดในการลดปริมาณการใช้พลาสติกลดลง 10 เปอร์เซ็นต์ โดยทำการทดลองลดขนาดความกว้างของฟิล์มพลาสติก PE จากเดิมขนาดหน้ากว้าง 250 มิลลิเมตร ให้มีขนาดความกว้างลดลงเหลือขนาด 240 มิลลิเมตร (ลดลง 10 มิลลิเมตร) หรือส่วนต่างน้ำหนักฟิล์ม PE ที่ลดลง 0.001 Kg/แพ็คเกจ โดยขนาดฟิล์มพลาสติก PE ที่ลดลงจะยังคงสามารถห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ได้ตามปกติ



## 3) โครงการเปลี่ยน Packing size สารเคมี

เพื่อเป็นการลดปริมาณการกำจัดกากอุตสาหกรรมถึงบรรจุสารเคมีสำหรับการทำความสะอาดไลน์ผลิต ซึ่งถือเป็นขยะอันตราย จึงได้มีแนวคิดในการเปลี่ยน Packing size ของสารเคมี จากการใช้ถังขนาด 25 กิโลกรัม มาเป็นถัง 200 ลิตร สามารถลดการใช้ถังขนาด 25 กิโลกรัม ที่จำนวน 57 ถัง เหลือใช้ถัง 200 ลิตร เพียง 7 ถัง



ก่อนการติดตั้ง : เป็นถังขนาด 25 กก.

หลังการติดตั้ง : มีการติดตั้งหน่วยการแบ่งบรรจุ

### 2.4.2 เป้าหมายการลดปริมาณของเสียจากกระบวนการธุรกิจ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการลดปริมาณของเสีย โดยในกระบวนการผลิตมีการตั้งเป้าหมายของเสียต้องไม่เกินจากที่กำหนด ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทผลิตภัณฑ์ และสถานประกอบการ โดยมีระบุชัดเจนในคู่มือปฏิบัติงาน หรือ Work Instruction: WI เพื่อเป็นการสื่อสารให้พนักงานร่วมปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน และตั้งเป้าหมายสำหรับปี 2567 โดยน้ำหนักของเสียทั้งหมด เทียบกับ น้ำหนักผลิตภัณฑ์ ไม่เกิน 0.5 %

### 2.4.3 การดำเนินงานด้านการจัดการของเสียจากกระบวนการธุรกิจและการวัดผล

บริษัทมีมาตรการ/แนวปฏิบัติการบริหารจัดการกำจัดของเสีย โดยแบ่งตามประเภทของเสีย ขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย รายละเอียดปรากฏตามตารางด้านล่างนี้

#### ตารางแสดงมาตรการ/แนวปฏิบัติการบริหารจัดการกำจัดของเสีย

ประเภทของเสีย	ตัวอย่าง	วิธีการกำจัด
ขยะทั่วไป	เศษปลา เศษแป้ง บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ ขยะจากโรงอาหารและบ้านพัก พนักงาน ฯลฯ กากหญ้าเอาก๊วยที่เหลือจากกระบวนการผลิต	<ul style="list-style-type: none"> <li>ให้หน่วยงานภายนอกกำจัดโดยการนำขยะจากโรงอาหารและบ้านพักพนักงาน ฯลฯ ไปขายเป็นอาหารสัตว์</li> <li>เก็บรวบรวมและส่งต่อให้หน่วยงานภายนอกนำไปกำจัดให้ถูกวิธี</li> <li>นำกากหญ้าเอาก๊วยไปทำปุ๋ยอินทรีย์ ชนิดปุ๋ยหมัก ใช้ประโยชน์ในการปลูกต้นไม้ หรือปรับปรุงดิน</li> </ul>
ขยะรีไซเคิล	กล่อง ถ้วย จาน ชาม ฯลฯ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ทำลายบรรจุภัณฑ์ให้เสียสภาพและส่งต่อให้หน่วยงานภายนอกนำไปรีไซเคิล</li> </ul>
ขยะอันตราย	สารเคมีในห้องปฏิบัติการ สารเคมีที่ใช้ในการทำควมสะอาด ภาชนะบรรจุสารเคมี ตลับหมึก ฯลฯ	<ul style="list-style-type: none"> <li>เจือจางด้วยน้ำก่อนเข้าสู่กระบวนการบำบัด ฯลฯ</li> <li>นำใส่ขวดบรรจุสารเคมีและทิ้งไว้ในบริเวณที่กำหนด</li> <li>ส่งไปยังหน่วยงานภายนอกที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อดำเนินการกำจัด</li> </ul>



อีกทั้ง บันทึกปริมาณหรือน้ำหนักของเสียทุกประเภทเอาไว้ และนำเสนอบันทึกข้อมูลที่ได้ต่อคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังมีเจ้าหน้าที่คอยควบคุม ดูแล และทำความสะอาด ภายในบริเวณที่มีการเก็บรวบรวมของเสีย ตลอดจนติดต่อประสานงาน ให้หน่วยงานภายนอกเข้ามาจัดเก็บของเสียประเภทต่าง ๆ โดยของเสียที่ถูกนำส่งออกนอกบริเวณโรงงานจะต้องได้รับการควบคุม ดูแล และจัดการให้เป็นไปตามที่กฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ได้ระบุไว้อย่างเคร่งครัดโดยปริมาณของเสียจากวัตถุดิบหลักและบรรจุภัณฑ์ ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตแสดงในตารางด้านล่าง

(หน่วย: กิโลกรัม)

ปริมาณของเสีย	สาขา 0001 ถ. เศรษฐกิจ	สาขา 0002 พุทธมณฑลสาย 5	สาขา 0003 อ้อมน้อย	สาขา 0004 ราชบุรี	รวม
วัตถุดิบหลัก	48,874	9,213	140	1,580.79	59,808
บรรจุภัณฑ์	4,655	6,348	64,992	3,399.04	79,394
<b>รวม</b>	<b>53,529</b>	<b>15,561</b>	<b>65,132</b>	<b>4,979.83</b>	<b>139,202</b>

ในส่วนของวิธีการจัดการของเสีย เบื้องต้น จะแยกประเภทออกเป็นของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตรายและวิธีการกำจัดจะเป็นไปตามที่กรมโรงงานอุตสาหกรรมกำหนด ตลอดจนผู้รับเหมาที่รับกำจัด ได้แก่ บริษัท เบตเตอร์ เวิลด์ ทรานสปอร์ต จำกัด และบริษัท เบตเตอร์ เวิลด์ กรีน จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทรับกำจัดที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมแล้ว

(หน่วย: ตัน)

ปริมาณของเสีย	สาขา 0001 ถ. เศรษฐกิจ	สาขา 0002 พุทธมณฑลสาย 5	สาขา 0003 อ้อมน้อย	สาขา 0004 ราชบุรี	รวม
ขยะรีไซเคิล	72.84	41.987	606.436	114.373	835.636
ขยะทั่วไป	183.295	205.105	140.159	60.720	589.279
ขยะอันตราย	-	5.250	9.748	-	14.998
<b>รวม</b>	<b>256.135</b>	<b>252.342</b>	<b>756.343</b>	<b>175.093</b>	<b>1,439.913</b>

## กิจกรรมเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการของเสีย โครงการปุ๋ยหมักจากเศษหญ้าเฉาก๊วย



บริษัท ศรีนนาพร มาเก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) สาขาจังหวัดราชบุรี ให้ความสำคัญในการจัดการของเสียที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต เพื่อให้การจัดการของเสียเป็นไปอย่างเหมาะสม ไม่กระทบกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องตามข้อกำหนด จึงมีแนวคิดนำกากหญ้าเฉาก๊วยที่เหลือจากกระบวนการผลิตมาทำปุ๋ยอินทรีย์ ประเภทปุ๋ยหมัก โดยดำเนินการติดต่อกับหน่วยงานภายนอก คือ สำนักงานเกษตรอำเภोजอมบึง และสำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 10 ราชบุรี เพื่อขอคำปรึกษา และเข้ามาให้ความรู้กับพนักงานในเรื่องการทำปุ๋ยหมัก

โดยปุ๋ยที่ได้ไปจะนำไปใช้ประโยชน์กับโครงการปลูกป่าเพื่อจัดเก็บคาร์บอนเครดิตของบริษัท และแจกจ่ายให้กับชุมชนโดยรอบเพื่อนำไปเพาะปลูกและใช้ประโยชน์กลับคืนสู่สังคมต่อไป ซึ่งกิจกรรมนี้ดำเนินขึ้นเมื่อสิงหาคม 2566

### วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ลดปริมาณของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต (กากหญ้าเฉาก๊วย) โดยนำกลับมาใช้ประโยชน์อีกครั้ง ด้วยการนำกลับแปรรูปเป็นปุ๋ยอินทรีย์ประเภทปุ๋ยหมัก
2. ส่งเสริมการให้ความรู้พนักงาน โดยขอความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกเข้ามาให้ความรู้การพนักงานแปรรูปกากหญ้าเฉาก๊วยเป็นปุ๋ย



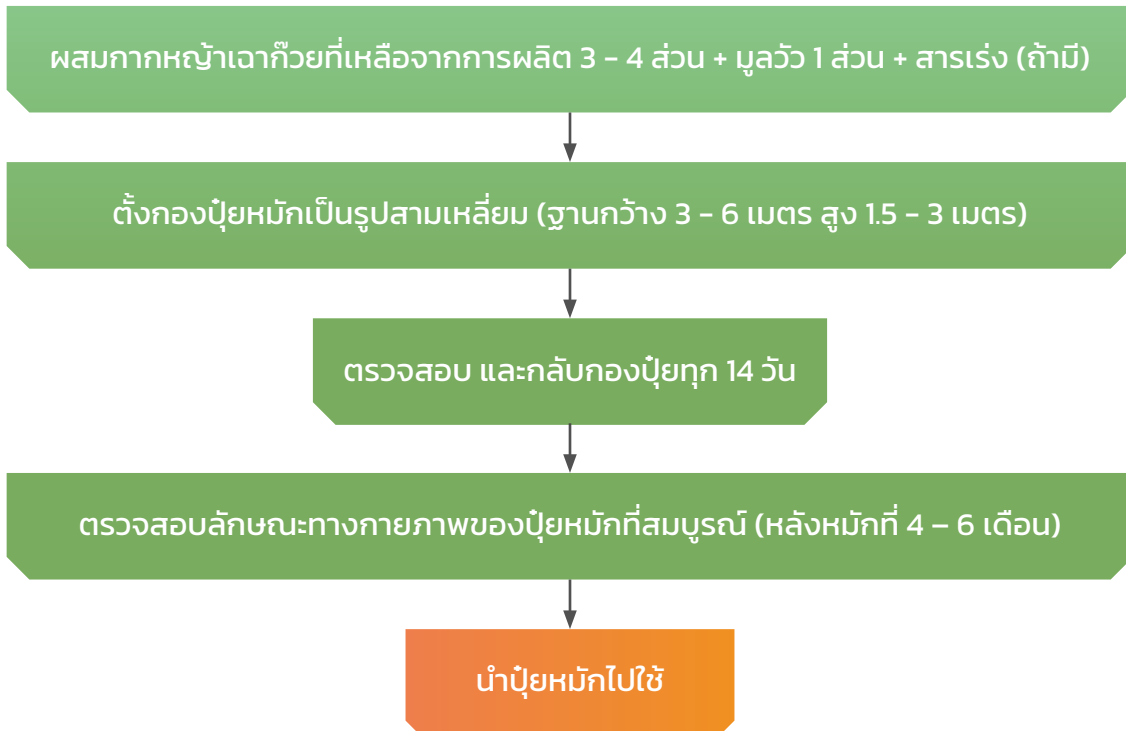
3. ส่งเสริมเกษตรกร และชุมชนโดยรอบ โดยการนำปุ๋ยอินทรีย์ที่เกิดจากการแปรรูปกากหญ้าเฉาก๊วย ไปแบ่งปันเพื่อให้เกษตรกรและชุมชนโดยรอบนำไปต่อยอดใช้สำหรับการเพาะปลูก



4. ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร โดยปุ๋ยอินทรีย์ที่ได้จากการแปรรูปจะนำไปใช้สำหรับโครงการปลูกป่าเพื่อการจัดเก็บคาร์บอนเครดิตของบริษัท



### ขั้นตอนการทำปุ๋ยอินทรีย์ (ปุ๋ยหมัก) จากกากหญ้าเดาก๊วย



#### ประโยชน์ที่ได้รับ

สามารถนำเศษหญ้าเดาก๊วยจากกระบวนการผลิตกลับมาผลิตปุ๋ยหมักอินทรีย์เฉลี่ยเดือนละ 1,873 กิโลกรัม ในปี 2566 หรือคิดเป็น 22,476 กิโลกรัมต่อปี ซึ่งต่อไปบริษัทเตรียมการว่าจะนำปุ๋ยที่ได้จากโครงการไปใช้สำหรับโครงการป่าเพื่อจัดเก็บคาร์บอนเครดิตขององค์กร และมีนโยบายนำไปส่งต่อให้กับชุมชนโดยรอบเพื่อเป็นการส่งเสริมชุมชนโดยรอบและแสดงถึงความใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท



เดือน	ปริมาณกากหญ้าเดาก๊วยที่เหลือจากกระบวนการผลิต และนำมาแปรรูปเป็นปุ๋ย (Kg)
สิงหาคม 2566	2,464.80
กันยายน 2566	1,880.80
ตุลาคม 2566	1,488.76
พฤศจิกายน 2566	1,891.48
ธันวาคม 2566	1,638.87
<b>รวม</b>	<b>9,364.71</b>



## 2.5 การเปลี่ยนแปลงสถานะภูมิอากาศ

### การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

#### 2.5.1 นโยบายการจัดการก๊าซเรือนกระจก

บริษัทพิจารณาและบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พัฒนาธุรกิจสู่สังคมคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Society) โดยตั้งเป้าหมายเชิงปริมาณในการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการดำเนินธุรกิจต่อหน่วยการผลิต พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทาน เช่น เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการรายย่อย คู่ค้า ผู้จัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท ในการลดผลกระทบและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงต่อสภาพภูมิอากาศ ส่งเสริมการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนดำเนินกิจกรรมเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และสนับสนุนโครงการการรับมือกับภัยพิบัติจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



#### 2.5.2 เป้าหมายการจัดการก๊าซเรือนกระจก

บริษัทตั้งเป้าหมายเพื่อความเป็นกลางทางคาร์บอนในปี 2575 และจัดให้มีโครงการปลูกป่าเพื่อจับเก็บคาร์บอนเครดิต

#### 2.5.3 การดำเนินงานด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจกและการวัดผล

บริษัทได้คำนวณและได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร หรือ Carbon Footprint for Organization: CFO กับองค์กรบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์กรมหาชน) สำหรับรอบระยะเวลา 1 มกราคม 2565 ถึง 31 ธันวาคม 2565 เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2566 ดังต่อไปนี้

Scope 1	Scope 2	Scope 3	Total 1 & 2
23,154	11,514	64,119	34,668

## 2.6 การจัดการวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ

### 2.6.1 นโยบายการจัดการวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การพัฒนาวัตถุดิบที่ใช้ การสรรหาและพัฒนาผู้ค้าให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยบริษัทมุ่งมั่นในการผลักดันให้ผู้ค้าหลักได้ปฏิบัติตาม และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวปฏิบัติของบริษัทในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชน มีการดูแลอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของลูกจ้าง รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

โดยบริษัทมีการจัดทำ “แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของผู้ค้า SNNP” หรือ “SNNP Supplier Sustainable Code of Conduct” ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

- วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ
- จริยธรรมทางธุรกิจ
- ความรับผิดชอบต่อความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม
- แรงงานและหลักสิทธิมนุษยชนสากล
- ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม
- การร้องเรียน

### 2.6.2 การตรวจสอบด้านบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม

ในการตรวจสอบผู้ค้าที่นำส่งวัตถุดิบและแพ็คเกจจิ้งที่ใช้ผลิตสินค้า ในด้านบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อมนั้น ทางหน่วยงานจัดซื้อ (ส่วนกลาง) มีแนวทางดำเนินการโดยให้หน่วยงานจัดซื้อในแต่ละสถานประกอบการประสานและร้องขอเอกสารที่เกี่ยวข้องทางด้านบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม ไปยังผู้ค้าหลัก เพื่อนำส่งมาตรวจสอบ โดยพิจารณาในด้านการปฏิบัติที่สอดคล้องกับแนวทางของบริษัทตาม “แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของผู้ค้า SNNP” และพิจารณาต่อถึงการพัฒนาผู้ค้าให้เป็นตามแนวทางการปฏิบัติดังกล่าว

### 2.6.3 กระบวนการจัดหาวัตถุดิบตามหลักบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม

แนวทางปฏิบัติเบื้องต้นในกระบวนการจัดหา ใช้วิธีดำเนินการเช่นเดียวกับการตรวจสอบ โดยทางหน่วยงานจัดซื้อ จะสรรหาผู้ค้าหลักที่มีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับแนวทางของบริษัทตาม “แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของผู้ค้า SNNP” เป็นการคัดสรรผู้ค้าหลักในเบื้องต้น

นอกจากนี้ บริษัทมีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัยตามข้อกำหนด ออย. มุ่งเน้นวัตถุดิบจากธรรมชาติและสั่งซื้อจากผู้ค้าที่มีมาตรฐาน เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพทางโภชนาการ รวมถึงมีการตรวจสอบคุณภาพและคุณสมบัติของวัตถุดิบที่ผู้ค้าส่งมอบทุกครั้งให้เป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดก่อนนำเข้าสู่กระบวนการผลิต เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่า ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นของบริษัทมีความสะอาดปลอดภัยตามมาตรฐานสากล GMP, HACCP และ Food Safety Management

### 3. มิติสังคม

#### 3.1 การเคารพลีขิณมนุษย์ชน

บริษัทให้ความสำคัญกับการเคารพลีขิณมนุษย์ชนอย่างเคร่งครัด โดยเชื่อว่ามนุษย์ทุกคนมีสิทธิ์เท่าเทียมกันโดยกำเนิด รวมไปถึงการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลที่ต้องได้รับความเท่าเทียมกันในการปฏิบัติและสิทธิประโยชน์ที่พนักงานพึงได้รับตามกฎหมายแรงงาน นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่า และมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนให้องค์กรเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยได้กำหนดนโยบายด้านทรัพยากรบุคคลไว้อย่างชัดเจน และให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงานในการพัฒนาความรู้ความสามารถให้มีความเชี่ยวชาญ การให้ผลตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม การดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตลอดจนบริษัทได้ส่งเสริมการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจและสังคมโดยให้การสนับสนุนความรู้ วัสดุ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้กับคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างโอกาสในการมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีเศรษฐกิจที่มั่นคงในสังคมท้องถิ่นของตนเองอย่างยั่งยืน

##### 3.1.1 การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัท ศรีนันทาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อย และบริษัทร่วม (“บริษัท”) ทั้งในและต่างประเทศ ตระหนักและให้คุณค่ากับความเท่าเทียมในสิทธิและศักดิ์ศรีของมนุษย์ทุกคน โดยบริษัทเคารพและมุ่งเน้นการปลูกฝังการเคารพลีขิณมนุษย์ชนต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท

สำหรับการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชน บริษัทสนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม ส่งเสริมความหลากหลายและความเท่าเทียมของพนักงาน สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับความคิดเห็นของพนักงานทุกคน ให้การเคารพและปฏิบัติต่อทุกฝ่ายด้วยความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่กระทำผิดจรรยาบรรณ โดยถือเป็นส่วนหนึ่งใน SNNP Code of Conduct ที่พนักงานทุกคนต้องถือปฏิบัติ ทั้งนี้ บริษัทสื่อสารนโยบายและส่งเสริมความรู้ความเข้าใจด้านสิทธิมนุษยชนผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) อีกทั้งมีแผนการอบรมด้านสิทธิมนุษยชนสำหรับพนักงานตลอดจนส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

<b>การดำเนินงานที่สำคัญปี 2566</b>	<b>การดำเนินงานที่สำคัญปี 2566</b>	<b>การดำเนินงานที่สำคัญปี 2566</b>
		
<p><b>การสื่อสารนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน</b> ประกาศนโยบายสิทธิมนุษยชน เพื่ออธิบายถึงการดำเนินการเคารพสิทธิมนุษยชนของบริษัท</p>	<p><b>กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน HRDD</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ระบุประเด็นและผลกระทบ</li> <li>2. การบูรณาการตามข้อค้นพบ</li> <li>3. การติดตามและตรวจสอบ</li> <li>4. กลไกการเยียวยา</li> </ol>	<p><b>แต่งตั้งคณะทำงานด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กรอย่างเป็นทางการ</b> เพื่อการขับเคลื่อนและดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง</p>
		
<p><b>ตอกย้ำเจตนารมณ์ด้านการเคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนแก่พนักงาน SNNP ทุกระดับ</b> โดยผู้บริหารระดับสูงมีส่วนร่วมสื่อสารและเป็นแบบอย่างที่ดี</p>	<p><b>SNNP Supplier Sustainable Code of Conduct</b> ขยายขอบเขตความรับผิดชอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านไปยังคู่ค้า</p>	<p><b>ดำเนินงานตามแผนป้องกันและลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของประเด็นที่มีความเสี่ยงสูง</b> จัดกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างต่อเนื่อง</p>



สามารถดู “นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน” ในเว็บไซต์

<https://investor.snp.co.th/storage/download/corporate-governance/20220523-human-rights-th.pdf>

### 3.1.2 แนวทางการปฏิบัติเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment)

ในปี 2566 บริษัทได้ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) เพื่อระบุและประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน ทั้งที่เกิดขึ้นแล้ว หรือที่อาจเกิดขึ้น หรืออาจมีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะโดยการประกอบกิจการของบริษัท หรือเป็นผลเนื่องมาจากความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทสามารถระบุประเด็นความเสี่ยงทางด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจได้ครบทุกมิติตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อให้สามารถระบุและจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง ประเมินผลกระทบ วางแผนจัดการผลกระทบจากประเด็นดังกล่าว ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านของ SNNP



#### ห่วงโซ่คุณค่าของ SNNP ที่อาจเกิดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน



## ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของ SNNP

ลูกค้า, ผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการ, พนักงาน, ลูกค้า, ชุมชน, หน่วยงานภาครัฐ, ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน

### ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับ SNNP



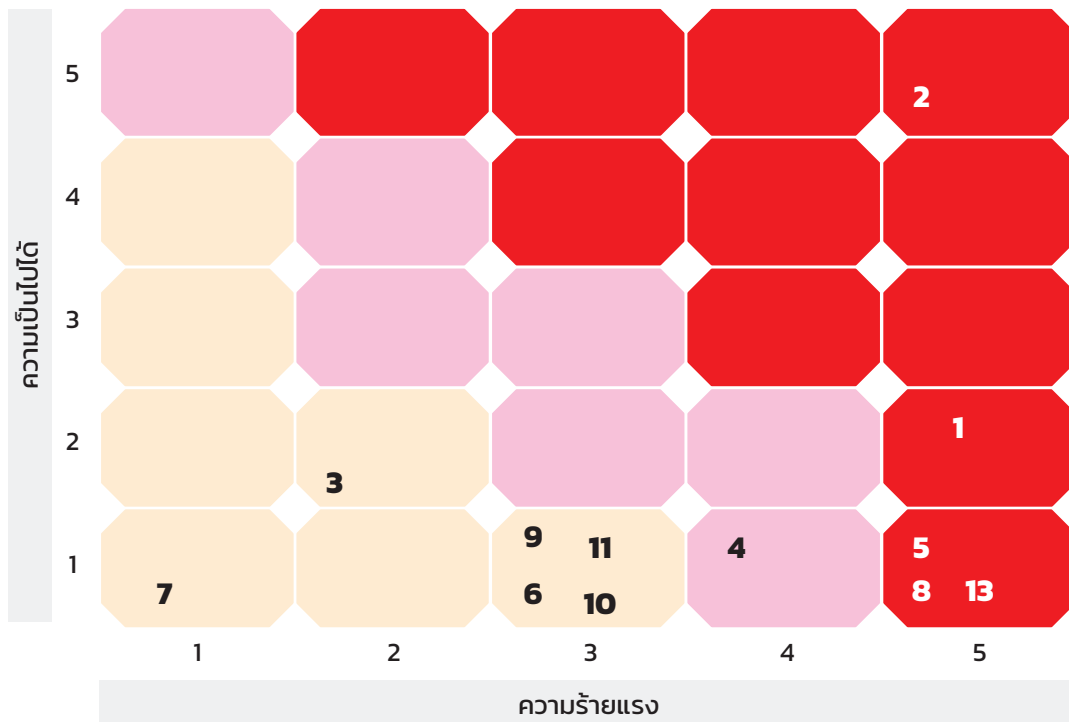
ประเด็นความเสี่ยง ต่อพนักงาน	ประเด็นความเสี่ยง ต่อชุมชน	ประเด็นความเสี่ยง ต่อลูกค้า	ประเด็นความเสี่ยง จากลูกค้า
<ol style="list-style-type: none"> <li>สภาพการทำงาน/สถานที่ทำงานที่ไม่เหมาะสม อาจทำให้เกิดอุบัติเหตุในการทำงานได้</li> <li>การไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของพนักงาน</li> <li>การมีชั่วโมงการทำงานติดต่อกันเป็นระยะเวลานานเกินไป</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>กระบวนการผลิตอาจสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่อชุมชน เช่น เกิดฝุ่นละออง กลิ่นไม่พึงประสงค์ เสี่ยงด่างเกินค่ามาตรฐาน และน้ำเสียจากการผลิต เป็นต้น</li> <li>การขนส่งสินค้า อาจสร้างผลกระทบต่อความปลอดภัยของชุมชน เช่น อุบัติเหตุจากรถขนส่งสินค้า การจราจรภายในชุมชนติดขัด เป็นต้น</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า อาจเกิดการรั่วไหล</li> <li>บรรจุภัณฑ์เสียหายระหว่างการขนส่ง ซึ่งก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยต่อลูกค้า</li> <li>ฉลากผลิตภัณฑ์ที่อาจไม่มีการระบุค่าเตือน/ข้อจำกัดในการบริโภค</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>การใช้แรงงานผิดกฎหมาย แรงงานเด็ก/แรงงานบังคับ</li> <li>การจ่ายค่าแรงที่ไม่เป็นไปตามกฎหมายแรงงาน</li> <li>การไม่มีสัญญาจ้างงานเป็นลายลักษณ์อักษร</li> </ol>



### การประเมินความสำคัญของประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทได้ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนโดยใช้แผนภูมิความเสี่ยง (Risk Heat Map) แสดงระดับของความเสี่ยงในภาพรวมขององค์กรตามระดับความเสี่ยงและผลกระทบ (Impact) หรือผลที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งทั้งทางบวกและทางลบต่อเป้าหมายขององค์กร โดยการประเมินดังกล่าว คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียที่อาจมีความเสี่ยงต่อการถูกละเมิดสิทธิมนุษยชน ได้แก่ พนักงาน แรงงานในสัญญาจ้างโดยบุคคลที่สาม และชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนลูกค้าผู้บริโภค

### แผนภูมิการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นของ SNNP



- สภาพการทำงาน/สถานที่ทำงานที่ไม่เหมาะสม
- การไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของพนักงาน
- การมีชั่วโมงการทำงานติดต่อกันเป็นระยะเวลานานเกินไป
- การผลิตสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่อชุมชน
- การขนส่งสินค้า สร้างความไม่ปลอดภัยต่อชุมชน
- การรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
- บรรจุภัณฑ์เสียหายระหว่างการขนส่ง
- การไม่ระบุค่าเตือน/ข้อจำกัดในการบริโภค
- การใช้แรงงานผิดกฎหมาย แรงงานเด็ก/แรงงานบังคับ ของคู่ค้า
- การจ้างแรงงานเหมาะสมของผู้จัดหาสินค้าไม่เป็นไปตามกฎหมายแรงงาน
- การไม่มีสัญญาจ้างงานเป็นลายลักษณ์อักษรในผู้รับเหมา

## การบูรณาการและดำเนินการตามประเด็นความเสี่ยงที่ค้นพบ

### 1. สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน

สภาพการทำงานและสถานที่ในการปฏิบัติงานอาจส่งผลให้พนักงานได้รับบาดเจ็บ ซึ่งอาจจะเป็นการละเมิดสิทธิด้านสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานได้

ตัวอย่างความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่

- อันตรายจากการสัมผัสสารเคมี หรือน้ำร้อนลวก
- สะดุดล้ม และลื่น จากสิ่งกีดขวางบริเวณที่ทำงาน
- สิ่งของหรือสินค้าตกจากที่สูง
- อุบัติเหตุจากรถโฟล์คคลิฟท์
- เครื่องจักรทำงานผิดปกติ
- การไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของพนักงาน
- การมีชั่วโมงการทำงานติดต่อกันเป็นระยะเวลานานเกินไป

#### มาตรการบรรเทาผลกระทบ

- การฝึกอบรมด้านความปลอดภัยสำหรับพนักงานทุกคน
- คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม มีการทบทวนการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ
- ตรวจสอบและบำรุงรักษาอุปกรณ์ในการทำงานอย่างเข้มงวด
- รณรงค์เรื่องความปลอดภัยในพื้นที่การทำงาน
- อบรมและรณรงค์การสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล (PPE) อย่างถูกวิธี
- การวางแผนการจัดส่งสินค้า/หาผู้รับเหมาเพิ่ม เพื่อกระจายงาน
- จัดหาอุปกรณ์หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะช่วยลดความเสี่ยงด้านอันตรายและอุบัติเหตุในการทำงาน

### 2. สุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน

กิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท ในการผลิตอาหารและปฏิบัติงานด้านการกระจายสินค้าอาจส่งผลกระทบต่อสิทธิด้านสุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน

ตัวอย่างความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่

- กระบวนการผลิตอาจสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่อชุมชน เช่น เกิดฝุ่นละออง กลิ่นไม่พึงประสงค์ เสียงดังเกินมาตรฐาน น้ำเสียจากการผลิต
- การขนส่งสินค้า อาจสร้างผลกระทบต่อความปลอดภัยต่อชุมชน เช่น อุบัติเหตุจากรถขนส่งสินค้า การจราจรภายในชุมชนติดขัด

#### มาตรการบรรเทาผลกระทบ

- หยุดการปล่อยของเสียและควบคุมความเสียหายไม่ให้เกิดซ้ำ
- ลงพื้นที่ร่วมกับชุมชนเพื่อการแก้ปัญหาาร่วมกัน
- การตรวจเช็คสมรรถภาพยานพาหนะและผู้ขับขี่
- การฝึกอบรมด้านการขับขี่ปลอดภัยสำหรับพนักงานผู้ปฏิบัติงาน
- กลไกการรับเรื่องร้องทุกข์/ข้อร้องเรียนสำหรับชุมชนท้องถิ่น
- ใ้รับรองมาตรฐาน เช่น ISO 14001
- การปฏิบัติตามระบบมาตรฐานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม
- นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมสู่ความยั่งยืน
- การเยี่ยมชุมชนเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อกังวลของประชาชนในพื้นที่

### 3. สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า/ผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีจำหน่ายในศูนย์การค้าร้านค้าปลีกหลายแห่ง ได้รับการบริโภคโดยลูกค้าที่หลากหลายและมีข้อจำกัดด้านสุขภาพที่แตกต่างกัน

ตัวอย่างความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่

- ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้ารั่วไหล
- บรรจุภัณฑ์เสียหายระหว่างการขนส่งที่ก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยต่อลูกค้า
- การไม่ระบุค่าเตือน/ข้อจำกัดในการบริโภค

#### มาตรการบรรเทาผลกระทบ

- บริหารจัดการและติดตามความพึงพอใจของลูกค้า
- จัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัท และควบคุมให้เป็นไปตามข้อกำหนดด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัท
- ประเมินความพร้อมของระบบ Cybersecurity ของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ
- อบรมให้ความรู้พนักงาน เรื่อง พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

#### 4. ผลกระทบจากคู่ค้า/ผู้รับเหมา

คู่ค้าธุรกิจและผู้รับเหมา ผู้จัดหาสินค้าและบริการอาจมีการจ้างเหมาช่วงเพื่อรับรองกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท โดยไม่เป็นไปตามข้อกำหนด ซึ่งอาจจะเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนได้ ตัวอย่างความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่

- การใช้แรงงานผิดกฎหมาย แรงงานเด็ก/แรงงานบังคับ
- ค่าแรงไม่เป็นไปตามกฎหมายแรงงาน
- การไม่มีสัญญาจ้างงานเป็นลายลักษณ์อักษร

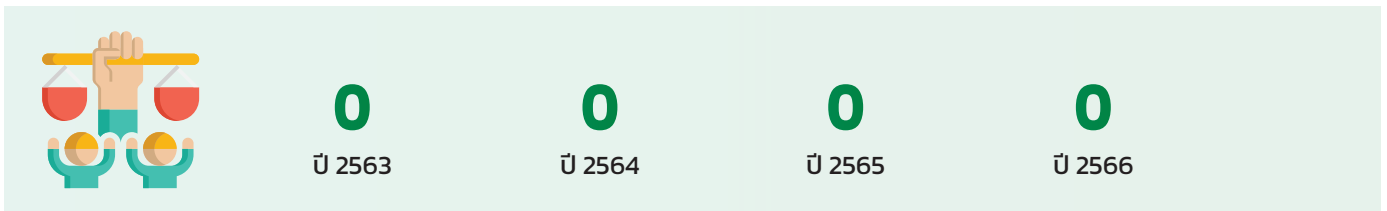
##### มาตรการบรรเทาผลกระทบ

- หยุดการใช้ Supplier หรือยกเลิกสัญญาจ้าง
- แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า SNNP Supplier Sustainable Code of Conduct
- ระบุในสัญญาการจัดการหาคู่ค้าที่ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน
- ชี้แจงประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนกับคู่ค้าธุรกิจและผู้รับเหมา/ผู้จัดหาสินค้าและบริการ
- นโยบายสิทธิมนุษยชน
- กฎหมายแรงงาน

### 3.1.3 กระบวนการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนและการรับข้อร้องเรียน

กลไกการแก้ไขและร้องทุกข์คือกระบวนการระบุแนวทางแก้ไขสำหรับแผนปฏิบัติการที่พัฒนาขึ้น ซึ่งสามารถป้องกันและลดความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในเชิงรุก เพื่อแก้ไขและจัดการข้อร้องเรียนจากผู้ได้รับผลกระทบและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทกำหนดนโยบายการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิด เพื่อช่วยในการติดตามการละเมิดสิทธิมนุษยชน และจัดให้มีหลายช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก โดยข้อร้องเรียนต่าง ๆ จะเข้าสู่ขั้นตอนการพิจารณา โดยคณะกรรมการพิจารณาข้อร้องเรียนที่ถูกจัดตั้งขึ้น เพื่อสอบสวนข้อเท็จจริง กำหนดความผิด อนุมัติบทลงโทษ และกำหนดกระบวนการเยียวยาแก่ผู้ได้รับผลกระทบเป็นรายกรณี

#### จำนวนข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน



ปี 2566 บริษัทไม่มีข้อร้องเรียนการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุก ๆ ด้าน อันได้แก่ แรงงานบังคับ แรงงานเด็ก การเลือกปฏิบัติ การคุกคาม การค้ามนุษย์หรือล่วงละเมิดทางเพศทุกรูปแบบ เสรีภาพในการรวมกลุ่ม สิทธิในการเจรจาต่อรองร่วมกัน ความเท่าเทียมด้านค่าตอบแทน เกิดขึ้น

### การสื่อสารการดำเนินการ

กระบวนการและผลจากการตรวจสอบประเด็นความเสี่ยงสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านจะต้องมีการสื่อสารอย่างชัดเจนและเปิดเผยต่อสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็น กลยุทธ์ เป้าหมาย แผนการดำเนินงานหรือการป้องกัน และการดำเนินงานในขั้นตอนต่อไปของการไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุกปีผ่านรายงานความยั่งยืนประจำปีหรือเว็บไซต์ของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทได้จัดทำแผนการสื่อสารด้านสิทธิมนุษยชน ดังนี้

### แผนการสื่อสารการดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนของ SNNP



#### พนักงาน

- เป้าหมาย :** ในปี 2567 พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน ร้อยละ 75
- วิธีการดำเนินการ :** อบรมสิทธิมนุษยชน , การสื่อสารผ่าน e-mail ,บอร์ดประชาสัมพันธ์ของบริษัท
- การติดตามผล :** การสำรวจระดับความเข้าใจของพนักงาน ช่วง ส.ค. 2567 โดยฝ่ายบุคคลและธุรการ



#### คู่ค้า

- เป้าหมาย :** คู่ค้าให้ความร่วมมือในการเฝ้าระวังความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนไม่ให้เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่คุณค่า
- วิธีการดำเนินการ :** แนวปฏิบัติ SNNP Supplier Code of Conduct อย่างเป็นทางการ
- การติดตามผล :** การสำรวจจำนวนเหตุการณ์การละเมิดในคู่ค้าทุก 6 เดือนโดยหน่วยงานที่มีความสัมพันธ์กับคู่ค้า



#### ลูกค้า

- เป้าหมาย :** เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบในการเคารพสิทธิมนุษยชน
- วิธีการดำเนินการ :** สื่อสารแบบให้ข้อมูลตามมาตรฐานรายงาน GRI
- การติดตามผล :** การรวบรวมแบบสำรวจความคิดเห็นท้ายเล่มรายงานความยั่งยืน โดยฝ่าย SDRI



#### ชุมชน

- เป้าหมาย :** เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินการลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน 75%
- วิธีการดำเนินการ :** สานเสวนากับผู้นำชุมชนและสมาชิกชุมชน
- การติดตามผล :** สำรวจความคิดเห็นชุมชน ภายในเดือน มี.ค. โดยคณะทำงาน CSR

### การติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

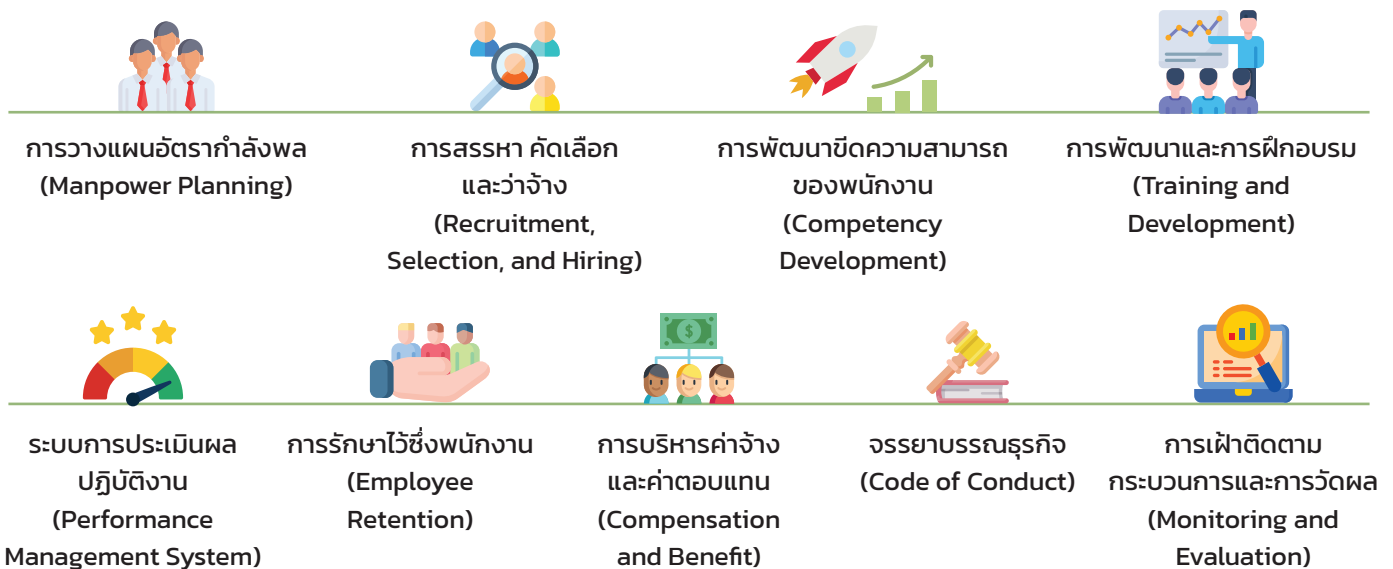
ประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท อาจมีการเปลี่ยนแปลง เมื่อกิจกรรมและกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเปลี่ยนแปลงไป บริษัทจึงต้องทบทวนประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและมาตรการบรรเทาผลกระทบและป้องกันความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างสม่ำเสมอ โดยกำหนดตัวชี้วัดเพื่อใช้เป็นเครื่องมือติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของบริษัท เช่น ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการประเมินความรู้ความเข้าใจด้านสิทธิมนุษยชน หรือจำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับและสถานะการแก้ไข เป็นต้น

เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัท จะไม่ก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน บริษัทจึงวางแผนแต่งตั้งผู้รับผิดชอบด้านการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างเป็นทางการในปี 2567 รวมถึงจะมีการทบทวนประเด็นสำคัญด้านสิทธิมนุษยชนและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ตลอดจนติดตามการแก้ไขและเยียวยาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

## 3.2 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมและการดูแลพนักงาน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าของกิจการและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันตลอดจนการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรในภายภาคหน้า ดังนั้น บริษัท ศรีริานาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อย และบริษัทร่วม (“บริษัท”) ทั้งในและต่างประเทศจึงให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน ในการส่งเสริมให้เกิดความเป็นธรรมและความเสมอภาคของพนักงาน โดยมีนโยบายควบคู่ไปกับการสนับสนุนระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ด้านแรงงานเกี่ยวกับการเคารพสิทธิมนุษยชน ในเรื่องความหลากหลายของแรงงานในองค์กร มีแนวทางปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เลือกเพศ อายุ หรือสภาพร่างกาย ตำแหน่งงาน ตลอดจนเชื้อชาติและศาสนา พนักงานทุกคนได้รับการดูแลในทุกขั้นตอน ตั้งแต่กระบวนการสรรหา การจ้างงานอย่างยุติธรรม ค่าตอบแทนอยู่ในระดับที่เหมาะสมกับอุตสาหกรรมไทย สวัสดิการไม่น้อยกว่ากฎหมายกำหนดหรือมากกว่าตามความเหมาะสม การพัฒนาบุคลากร ส่งเสริมโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ ตลอดจนการดูแลสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยในที่ทำงาน

### แผนด้านทรัพยากรบุคคล



### 3.2.1 การเจ็บป่วย และขาดงานของพนักงาน

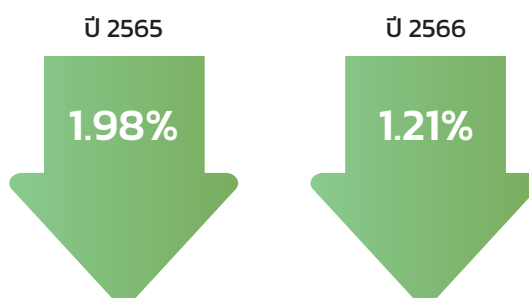
บริษัทให้ความสำคัญต่อการดูแลพนักงาน ให้มีสุขภาพแข็งแรงทั้งร่างกายและจิตใจ จึงมุ่งเน้นพัฒนาและปรับปรุงสถานที่ รวมถึงดำเนินกิจกรรมสำหรับดูแลพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่มีบรรยากาศส่งเสริมการทำงานเชิงบวกให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน

ในปี 2566 มีสถิติการลาป่วยของพนักงานรายเดือน (ไม่ใช่กรณีอุบัติเหตุจากการทำงาน) ลดลงจากปีที่ผ่านมาดังนี้

- วันลาป่วยของพนักงานรวมทั้งปี 2566 จำนวน 21,345.08 ชั่วโมง
- คิดเป็น Absenteeism Rate = 1.21%

ทั้งนี้ จำนวนพนักงานเฉลี่ย ปี 2566 = 825 คน และ  
จำนวนวันที่ต้องปฏิบัติงาน 273 วัน หรือ 2,184 ชั่วโมง

Absenteeism Rate = ((ชั่วโมงที่มีการลาป่วย / (จำนวน  
พนักงานทั้งหมด x จำนวนชั่วโมงการทำงานทั้งหมด))  
x 100

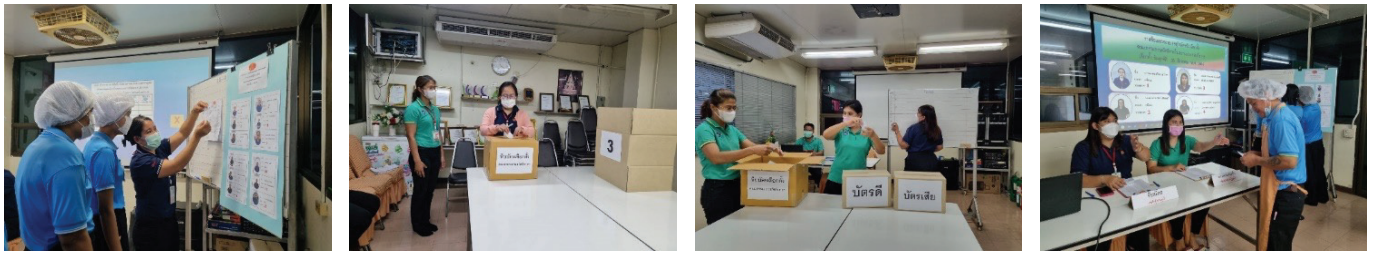


### 3.2.2 คณะกรรมการสวัสดิการแรงงาน

บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด โดยกำหนดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ ตาม พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ซึ่งมีหน้าที่ในการร่วมหารือกับนายจ้างเพื่อจัดสวัสดิการหรือผลประโยชน์ให้แก่ลูกจ้าง และร่วมให้ข้อเสนอแนะ ตรวจสอบ ดูแลการจัดสวัสดิการของบริษัท ซึ่งมีการจัดสรรสวัสดิการและสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมจากสวัสดิการพื้นฐานตามกฎหมายกำหนดให้แก่พนักงานทุกคนอย่างไม่เลือกปฏิบัติ

เนื่องจากคณะกรรมการมีการดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปี บริษัทจึงได้จัดให้มีการเลือกตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการอย่างต่อเนื่องในทุกสาขา

#### การเลือกตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ

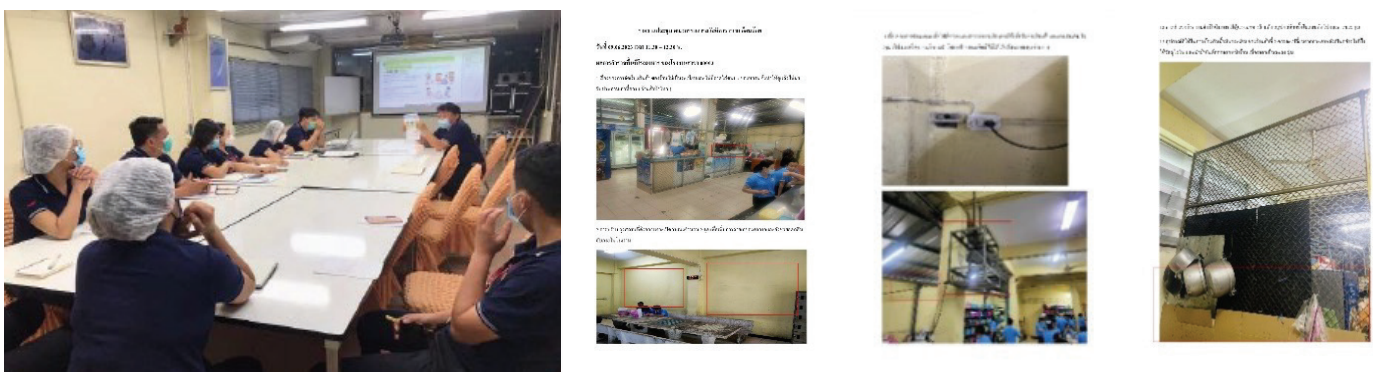


#### ข้อมูลคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ

สำนักงาน	วาระการดำรงตำแหน่ง (2 ปี)
คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ สำนักงานใหญ่	18 ก.ย. 65 - 17 ก.ย. 67
คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ สาขา 0001	28 ส.ค. 66 - 27 ส.ค. 68
คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ สาขา 0002	18 ก.ย. 65 - 17 ก.ย. 67
คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ สาขา 0003	24 ก.ค. 66 - 28 ก.ค. 68
คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ สาขา 0004	02 ก.พ. 65 - 01 ก.พ. 67

โดยคณะกรรมการสวัสดิการแรงงานในสถานประกอบกิจการ ซึ่งมีพนักงานที่เป็นตัวแทนของพนักงานได้มาจากการเลือกตั้งนั้น จะจัดให้มีการประชุมคณะกรรมการฯ อย่างน้อย 3 เดือนต่อครั้ง หรือเมื่อมีการร้องขอ เพื่อหารือและร่วมให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในด้านสวัสดิการให้แก่พนักงาน สื่อสารความต้องการของพนักงานให้บริษัทรับทราบ

ซึ่งในปี 2566 คณะกรรมการสวัสดิการได้ดำเนินงานเพื่อตอบสนองพนักงาน นำมาซึ่งการพัฒนาและปรับปรุง โรงอาหารสำหรับพนักงาน อันเป็นสวัสดิการจากบริษัทที่มอบให้กับพนักงานในการอำนวยความสะดวกและช่วยลดค่าครองชีพ ให้ได้รับปริมาณอาหารและราคาที่เหมาะสม ตลอดจนอาหารมีความสะอาดสุกอนามัยที่ดีต่อสุขภาพ



## โครงการ SNNP โรงอาหารปลอดภัย

### เป้าหมาย:

- เพื่อให้พนักงานมีความสะดวกในการใช้พื้นที่โรงอาหาร มีที่นั่งรับประทานอาหารเพียงพอ
- เพื่อให้พนักงานมีสวัสดิการด้านอาหารที่มีคุณภาพและเพียงพอต่อความต้องการ
- ราคาที่เหมาะสมแก่พนักงานและผู้ประกอบการร้านค้าเป็นไปตามทิศทางของเศรษฐกิจ
- เพื่อจัดร้านค้าและพื้นที่ในโรงอาหารให้เป็นระเบียบและถูกสุขลักษณะ

### ผลการดำเนินการ :

- พนักงานมีความสะดวกในการใช้พื้นที่โรงอาหาร มีที่นั่งรับประทานอาหารเพียงพอ สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมถูกสุขลักษณะอนามัย
- พนักงานมีอาหารเพียงพอต่อความต้องการและราคาที่เหมาะสม
- ผู้ประกอบการร้านค้ามีความรู้ความเข้าใจในการประกอบกิจการร้านอาหารอย่างมีมาตรฐาน

### การติดตามผล

- มีการตรวจติดตามมาตรฐานความสะอาดตามแผนการดำเนินการ
- เข้ารับการตรวจประเมินจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องและได้มาตรฐานรับรองคุณภาพ



## การตรวจสุขภาพประจำปีและห้องพยาบาล


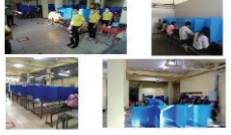
บริษัทให้ความสำคัญและส่งเสริมการตรวจสุขภาพให้แก่พนักงานทุกคน เพื่อเฝ้าระวังโรคที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงาน ทำให้ทราบภาวะสุขภาพและแนวโน้มการเจ็บป่วยของพนักงาน ลดความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุในระหว่างปฏิบัติงาน และได้จัดให้มีห้องพยาบาลเพื่อช่วยบรรเทาและลดความรุนแรงของอาการบาดเจ็บเบื้องต้นเป็นการคุ้มครองสวัสดิภาพความปลอดภัยระหว่างการทำงาน ส่งผลให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและสอดคล้องกับกฎหมายแรงงานของประเทศไทย โดยบริษัทตระหนักดีว่า พนักงานมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กร หากไม่มีความพร้อมในการทำงาน อาจทำให้การดำเนินงานขององค์กรหยุดชะงัก หรือไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้







มาตรการการป้องกันเชื้อไวรัส COVID-19	
มาตรการการป้องกัน	การพิจารณา และติดตามผล
13. พื้นที่ทำงานและรถขนส่งภายใน 13.1 ติดตั้งงาน วันละล้างมือ 3 ครั้ง - ยา , เครื่องพ่นแอลกอฮอล์ 13.2 ติดประตูปกป้องงานบริเวณตู้กดน้ำ 13.3 อุปกรณ์-ภาชนะใส่ของในห้องน้ำใช้คนเดียว	
14. ตรวจวัดอุณหภูมิพนักงานทุกคน ทุก 2 ชั่วโมง	
15. กิจกรรมเสริมสร้างสุขอนามัย พนักงานร่วมกับบริษัท สำหรับ COVID-19	

มาตรการการป้องกันเชื้อไวรัส COVID-19	
มาตรการการป้องกัน	การพิจารณา และติดตามผล
16. Big Cleaning ทำความสะอาดทั้งโรงงานทุกวัน	
17. จัดพื้นที่รับชมรายการออนไลน์ Social Distancing	

แม้ในปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดจะลดลงแล้ว บริษัทยังคงยึดประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะและมาตรการป้องกันความเสี่ยงจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สำหรับสถานประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ. 2566 เมื่อวันที่ (30/5/2566) เพื่อใช้ในการดูแลพนักงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

### สวัสดิการ SNNP เพื่อคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างความสุขในการทำงาน

บริษัทจัดให้มีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่เหมาะสมให้แก่พนักงานโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเสริมสร้างความมั่นคงในการดำรงชีพของพนักงานครอบคลุมความต้องการขั้นพื้นฐาน ช่วยเหลือพนักงานอย่างหลากหลายและเท่าเทียม



ประกันสุขภาพและค่ารักษาพยาบาล



โบนัสและปรับเงินเดือน



กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ



ประกันสังคมและกองทุนทดแทน



หอพักพนักงาน มี สปก. 24 ชม.



ตรวจสุขภาพประจำปี/ห้องพยาบาล



สวัสดิการเงินกู้ยืม/ สินเชื่อที่พิกอาศัย



เครื่องแบบพนักงาน



สินค้าราคาพิเศษ



ประกันอุบัติเหตุและค่ารักษาพยาบาล



เงินช่วยเหลืองานศพ



กิจกรรมสันทนาการในเทศกาลต่าง ๆ



รถรับ - ส่งพนักงาน



เบี่ยงเลียง เบี่ยงยื่น ค่าล่วงเวลา



สิทธิวันลาต่างๆ

ดำเนินงานปี 2566 บริษัท มีนโยบายที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญด้านความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน จึงได้จัดหาสวัสดิการเงินกู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำเป็นสิทธิพิเศษสำหรับพนักงานดังต่อไปนี้ สินเชื่อเงินกู้เพื่อกรณีฉุกเฉินบรรเทาภาระการครองชีพ สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ / รถจักรยานยนต์ รวมไปถึงเงินกู้เพื่อบ้านอยู่อาศัย ต่อเติมบ้าน และซ่อมแซมบ้าน โดยเป็นโครงการที่พนักงานสามารถเข้าถึง ช่วยลดภาระให้พนักงาน สามารถนำเงินก้อนไปใช้ในยามฉุกเฉิน อำนวยความสะดวกในการทำงานได้ราบรื่นขึ้น

เป้าหมายการดำเนินงานปี 2567 - 2568 จากการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในด้านสวัสดิการของพนักงานที่สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่เหมาะสมให้แก่กลุ่มวัยทำงาน โดยคำนึงถึง “ความสุขของพนักงานเป็นหลัก” จึงเล็งเห็นให้มีแผนการจัดสรรสวัสดิการเพิ่มเติมดังนี้

1. **ทุนการศึกษาของบุตรพนักงาน**  
 ด้วยบริษัทมีความเชื่อมั่นในคุณค่าและศักยภาพของเยาวชน สิทธิสวัสดิการนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการศึกษา ช่วยลดภาระค่าใช้จ่าย เสริมสร้างกำลังใจให้แก่พนักงานและครอบครัวซึ่งถือเป็นกำลังสำคัญในการสร้างองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน และมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพของเยาวชนให้เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อประเทศไทย
2. **กิจกรรมวันเกิด มอบผลิตภัณฑ์บริษัท**  
 เพื่อสร้างขวัญกำลังใจให้พนักงาน สร้างความสัมพันธ์อันดีขององค์กร เพราะพนักงานถือเป็นกำลังสำคัญในการปฏิบัติงานในองค์กร โดยบริษัท ใส่ใจในวันสำคัญของพนักงาน ได้มอบผลิตภัณฑ์ของบริษัท ที่สามารถช่วยเหลือพนักงานในด้านการอุปโภคบริโภค ผ่านกิจกรรมที่ส่งพลังบวก สร้างความประทับใจ และภาคภูมิใจเมื่อได้เป็นพนักงานของบริษัท
3. **รางวัลพนักงานดีเด่น**  
 เพื่อเป็นการส่งเสริมให้พนักงานมีความประพฤติดี ซื่อสัตย์สุจริตต่อหน้าที่ ทำคุณงามความดีให้องค์กรและสังคมโดยรอบ รวมทั้งมุ่งหวังให้พนักงานมีจิตสำนึกยึดมั่นในคุณธรรม ศีลธรรม และจริยธรรม และสร้างความผูกพันต่อองค์กร ปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเทเต็มกำลังความสามารถ เพื่อเป็นแนวทางให้กับพนักงานอื่นได้ยึดถือเป็นแบบอย่างที่ดีจากรุ่นสู่รุ่น



### 3.2.3 การสรรหา การจ้างงาน ค่าตอบแทน และอัตราการลาออก

บริษัทมีกระบวนการสรรหาว่าจ้างพนักงานที่ไม่แบ่งแยก มุ่งเน้นการเข้าหากลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น การใช้เว็บไซต์รับสมัครงานต่าง ๆ การใช้ Facebook Group เพื่อเพิ่มโอกาสในการสรรหาพนักงานทักษะเฉพาะหรือพนักงานในพื้นที่ ตลอดจนประชาสัมพันธ์ตำแหน่งงานไปยังทุกหน่วยงานสาขาเพื่อให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการสรรหาเพื่อนพนักงานอีกด้วย ทั้งนี้บริษัท ยังเปิดรับนักศึกษาฝึกงาน โดยเป็นอีกหนึ่งช่องทางสำหรับการสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถมาร่วมงานกับบริษัทอีกด้วย

## ผลการดำเนินงานปี 2566

- ตามแผนการสรรหาบุคลากรในเชิงรุก บริษัทได้เข้าร่วมงานนัดพบแรงงานของภาครัฐ

### Job Export Thailand 2023 โดยกรมการจัดหางานสมุทรสาคร

เป้าหมายการดำเนินงานปี 2567 บริษัทวางแผนจัดทำ Employer Branding แผนนโยบายเชิงกลยุทธ์ สำหรับดึงดูดและสรรหาพนักงาน โดยสื่อสารถึงความมุ่งมั่นที่จะส่งมอบคุณค่าให้กับพนักงานและคนภายนอกได้รับรู้ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย นำเสนอทั้งด้านวัฒนธรรมองค์กร ลักษณะงาน และสวัสดิการต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และสามารถเป็นตัวเลือกลำดับต้นๆ ที่ดึงดูดผู้สมัครหรือบุคลากรที่มีความสามารถโดดเด่นในสังคม เครือข่ายพนักงาน รวมถึงนักศึกษาจบใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่อาจกลายมาเป็นผู้สมัครงานในบริษัทได้ในอนาคต สร้างความแตกต่างและโดดเด่นในตลาดแรงงาน สามารถช่วยเพิ่มอัตราการสมัครงาน รวมถึงเพิ่มคุณภาพของผู้สมัครขึ้นมาได้ด้วย ตลอดจนการสร้างความภาคภูมิใจให้กับพนักงานปัจจุบันให้มีความต้องการร่วมงานกับองค์กรในระยะยาว



### การจ้างงานพนักงาน

บริษัทยึดถือประสบการณ์ ความรู้ในเชิงธุรกิจ ทักษะความสามารถ ตลอดจนความคิดเชิงสร้างสรรค์ ในการพิจารณารับสมัครเข้าทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ โดยบริษัทได้กำหนดอัตราค่าจ้างและสวัสดิการต่าง ๆ อยู่ในระดับมาตรฐานเทียบเท่าบริษัทโดยทั่วไป ไม่น้อยไปกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ มีการจ้างงานที่สอดคล้องกับกฎหมายแรงงาน ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน แรงงานผิดกฎหมายทุกประเภท



### การจ้างงานผู้สูงอายุ/เกษียณ

เพื่อส่งเสริมผู้สูงอายุโดยการจ้างงานในอาชีพที่เหมาะสมกับวัย ประสบการณ์การทำงาน และสมรรถนะทางกายให้สามารถทำงานหารายได้ต่อไปอีกระยะเวลาหนึ่ง บริษัทได้พิจารณาขยายระยะเวลาในการปฏิบัติงาน การจ้างงานในตำแหน่งงานที่มีความจำเป็นและขาดแคลน มีลักษณะงานที่ปลอดภัย เป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจและสังคมช่วยให้ผู้สูงอายุมีรายได้ มีสังคม ลดความเครียด



### การจ้างงานชุมชน

บริษัทให้ความสำคัญกับผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนรอบ ๆ โรงงาน ด้วยการจ้างงานบุคลากรในท้องถิ่นเข้าทำงานในโรงงานและจ่ายผลตอบแทนให้สอดคล้องกับอัตราค่าตอบแทนพื้นฐานตามที่กฎหมายกำหนด ช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในชุมชน และยังช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน











### การจ้างงานคนพิการ

เพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ มอบโอกาสให้มีงานทำ มีรายได้ที่ยั่งยืน สามารถเลี้ยงดูตนเองและครอบครัว และยืนอยู่ในสังคมได้อย่างมีศักดิ์ศรี ไม่ถูกเลือกปฏิบัติ ลดความเหลื่อมล้ำ บริษัทสร้างโอกาสและความเสมอภาคโดยการจ้างงานผู้พิการตามกฎหมาย พัฒนาทักษะและความสามารถที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานที่มีอยู่ เสริมสร้างความมั่นใจในคุณค่าของผู้พิการ

ข้อมูลการจ้างงานผู้พิการ

ข้อมูลผู้พิการ	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
สมาคมคนพิการ จ.นครปฐม (มาตรา 35)	30	18	17	33
การจ้างงานโดยตรง (มาตรา 33)	14	12	12	11
รวมผู้พิการ	44	30	29	44

การส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียมและความหลากหลายของบุคลากร

จำนวนพนักงานทั้งหมด	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
	จำนวน (คน)			
	3,195 (ร้อยละ 100)	2,850 (ร้อยละ 100)	4,210 (ร้อยละ 100)	3,972 (ร้อยละ 100)
<b>ประเภทพนักงาน</b>				
<b>รายเดือน</b> 	812 (ร้อยละ 25.44)	764 (ร้อยละ 27.73)	792 (ร้อยละ 18.81)	825 (ร้อยละ 20.77)
<b>รายวัน</b> 	2,380 (ร้อยละ 74.56)	1,991 (ร้อยละ 72.27)	3,418 (ร้อยละ 81.19)	3,147 (ร้อยละ 79.23)
<b>ความหลากหลายทางเพศ</b>				
<b>ชาย</b> 	1,397 (ร้อยละ 42.40)	1,182 (ร้อยละ 41.47)	2,010 (ร้อยละ 45.07)	1,705 (ร้อยละ 42.93)
<b>หญิง</b> 	1,898 (ร้อยละ 57.60)	1,668 (ร้อยละ 58.53)	2,450 (ร้อยละ 54.93)	2,267 (ร้อยละ 57.07)
<b>ความหลากหลายทางอายุ</b>				
<b>&lt; น้อยกว่า 30 ปี</b> 	1,371 (ร้อยละ 41.61)	1,084 (ร้อยละ 38.04)	2,230 (ร้อยละ 50)	1,785 (ร้อยละ 44.94)
<b>31 – 50 ปี</b> 	1,786 (ร้อยละ 54.20)	1,636 (ร้อยละ 57.40)	2,108 (ร้อยละ 47.26)	2,006 (ร้อยละ 50.50)
<b>51 ปี ขึ้นไป</b> 	138 (ร้อยละ 4.19)	130 (ร้อยละ 4.56)	121 (ร้อยละ 2.74)	181 (ร้อยละ 4.56)

ความหลากหลายทางสัญชาติ



ไทย

จำนวน 2,564 คน  
(ร้อยละ 64.55)



เมียนมาร์

จำนวน 1,405 คน  
(ร้อยละ 35.36)



จีน

จำนวน 1 คน  
(ร้อยละ 0.03)



ลาว

จำนวน 1 คน  
(ร้อยละ 0.03)



ฟิลิปปินส์

จำนวน 1 คน  
(ร้อยละ 0.03)

## การส่งเสริมแรงงานสตรี

บริษัทเคารพและสนับสนุนความเสมอภาคแก่พนักงานหญิงในองค์กร มอบโอกาสความเจริญก้าวหน้าทางอาชีพอย่างเท่าเทียม เคารพซึ่งกันและกัน และไม่เลือกปฏิบัติ ตลอดจนรับฟังมุมมองที่แตกต่างจากความหลากหลายเพื่อช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ โดยในปี 2566 พนักงานหญิงแยกตามตำแหน่ง สรุปได้ดังนี้



### พนักงานหญิง

ระดับปฏิบัติการทั้งหมด  
จำนวน 458 คน ร้อยละ 60.42  
(พนักงานชาย 300 คน)



### ผู้บริหารหญิง

ต่อผู้บริหารทั้งหมด  
จำนวน 21 คน ร้อยละ 41.14  
(ผู้บริหารชาย 30 คน)



### ผู้บริหารหญิงระดับสูง

ต่อผู้บริหารระดับสูงทั้งหมด  
จำนวน 4 คน ร้อยละ 25  
(ผู้บริหารชายระดับสูง 12 คน)

#### หมายเหตุ

- 1) จำนวนพนักงาน หมายถึง พนักงานรายเดือนและพนักงานรายวัน
- 2) จำนวนและอัตราการลาออกของพนักงาน นับรวมเกษียณอายุ เกษียณก่อนกำหนด ถึงแก่กรรม ไม่บรรจุ สละสิทธิ์ และเลิกจ้างทุกกรณี
- 3) สัดส่วนร้อยละที่แสดงในตารางเป็นสัดส่วนที่คำนวณเทียบกับจำนวนของพนักงานทั้งหมดในแต่ละปี

## ค่าตอบแทน

บริษัทมีนโยบายในการให้ค่าตอบแทนที่ดีช่วยให้พนักงานดำรงชีวิตได้อย่างเหมาะสม มีโครงสร้างที่เป็นธรรมไม่เลือกปฏิบัติ และมีผลในการจูงใจให้กับพนักงาน ไม่น้อยไปกว่ามาตรฐานในอุตสาหกรรมเดียวกัน ได้แก่ เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส เงินจูงใจต่าง ๆ เช่น เบี้ยขยัน ปรับค่าจ้างประจำปี เพื่อตอบแทนการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ รวมถึงเงินสมทบกองทุนประกันสังคมที่เป็นการสร้างหลักความมั่นคงในตลอดช่วงเวลาทำงาน จนไปถึงเกษียณอายุ

นอกจากนี้บริษัทยังคงให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องสำหรับการส่งเสริมการออมในระยะยาวเพื่อเสริมสร้างสุขภาพทางการเงิน ช่วยให้พนักงานมีชีวิตที่สุขสบายเมื่อพ้นวัยทำงาน หรือเกษียณอายุ โดยเฉพาะในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีปัจจัยรอบด้านที่อาจทำให้เกิดความไม่มั่นคงทางการเงินได้มาก อีกทั้งยังสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ คือ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โดยกำหนดให้พนักงานที่ผ่านการทดลองงานแล้วสามารถสมัครเข้าเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพได้ ตลอดจนสามารถเลือกแผนการลงทุนได้ด้วยความสมัครใจ ซึ่งนายจ้างจะจ่ายเงินสะสมเข้ากองทุนในอัตราเดียวกันกับอัตราเงินสมทบของสมาชิก เริ่มต้นในอัตราร้อยละ 2 หรือสูงสุดในอัตราร้อยละ 15

**ผลการดำเนินงาน ปี 2566** จากรายงานข้อมูลสถิติสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของพนักงานในปี 2566 พบว่ามีพนักงานเข้าร่วมเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ 404 คน คิดเป็นร้อยละ 48.97 จากจำนวนพนักงานปัจจุบัน ดังแสดงรายละเอียดในข้อมูลด้านล่าง

## ข้อมูลสถิติสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

พนักงาน	ปี 2563		ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนพนักงานทั้งหมด	812	100.00	764	100.00	792	100.00	825	100.00
จำนวนสมาชิกกองทุนฯ	461	56.77	440	57.59	431	54.42	404	48.97

#### หมายเหตุ

- 1) จำนวนพนักงานทั้งหมด หมายถึง พนักงานรายเดือน
- 2) สัดส่วนร้อยละที่แสดงในตารางเป็นสัดส่วนที่คำนวณเทียบกับจำนวนของพนักงานทั้งหมดในแต่ละปี

**เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2567** เพิ่มสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 55 และปรับอัตราค่าจ้างแรงงานให้เป็นไปตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ 8 ธันวาคม 2566 เรื่องอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ (ฉบับที่ 12) จากอัตราเดิม 353 บาท/วัน เป็น 363 บาท/วัน (สำนักงานใหญ่ในกรุงเทพมหานคร และสาขาในจังหวัดสมุทรสาคร) และอัตราเดิม 332 บาท/วัน เป็น 340 บาท/วัน (สาขาในจังหวัดราชบุรี)

### อัตราการลาออก

ในปี 2566 อัตราการลาออกของพนักงานรายเดือน ลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 6.03 และอัตราการลาออกของพนักงานรายวัน ลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 6.93

พนักงาน	พนักงานทั้งหมดขององค์กร							
	ปี 2563		ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>จำนวนพนักงานทั้งหมด</b>	<b>3,192</b>	<b>100.00</b>	<b>2,755</b>	<b>100.00</b>	<b>4,210</b>	<b>100.00</b>	<b>3,972</b>	<b>100.00</b>
พนักงานรายเดือน	812	25.44	764	27.73	792	18.81	825.00	20.77
พนักงานรายวัน	2,380	74.56	1,991	72.27	3,418	81.19	3,147.00	79.36
<b>จำนวนพนักงานเข้าใหม่ขององค์กร</b>								
พนักงานรายเดือน	91	11.21	120	15.71	145	18.31	163.00	19.76
พนักงานรายวัน	716	30.08	430	21.60	2,454	71.80	951.00	30.21
<b>จำนวนพนักงานลาออกขององค์กร</b>								
พนักงานรายเดือน	149	18.35	111	14.53	138	17.42	94	11.39
พนักงานรายวัน	1,329	55.84	685	34.40	1,012	29.61	901	22.68

### เป้าหมายการดำเนินงานปี 2567

ลดอัตราการลาออกของพนักงานรายเดือนไม่เกิน 10% และพนักงานรายวันไม่เกิน 20% ในปี 2567 โดยการวางแผนพัฒนาด้านกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างพนักงานและองค์กร (Engagement) เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในงานและเสริมแรงผลักดันในการทำงานแก่พนักงาน ทั้งยังสามารถคงไว้ซึ่งพนักงานที่มีศักยภาพ เสริมสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ดี และทำให้องค์กรเติบโตไปในทิศทางที่วางไว้ ดังนี้



#### ส่งเสริมให้พนักงานให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการให้และรับข้อเสนอแนะ (Feedback)

บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจต่อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานและทิศทางของบริษัท ส่งเสริมโอกาสในเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อการเติบโตในหน้าที่การงาน มีการให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะแก่พนักงาน เพื่อสะท้อนประสิทธิภาพในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ



#### ส่งเสริมกิจกรรมการชื่นชมและขอบคุณกับพนักงาน (Recognition)

บริษัทมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับพนักงาน ให้ได้รับการชื่นชมยอมรับจากผู้อื่น เป็นขวัญกำลังใจช่วยส่งเสริมให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน และช่วยสร้างให้วัฒนธรรมองค์กรแข็งแกร่ง

### 3.3 การพัฒนาศักยภาพ และโอกาสในการเติบโตของบุคลากร

เพื่อมุ่งสู่การเป็นเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและขนมขบเคี้ยวที่ดี ทั้งในด้านคุณภาพและการบริการ บริษัทเน้นย้ำความสำคัญในเรื่องการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล มุ่งพัฒนาให้พนักงานมีความรู้และทักษะที่จำเป็นตามทิศทางของธุรกิจ เนื่องจากบุคลากรถือเป็นหนึ่งในทรัพยากรหลักในการดำเนินธุรกิจ และเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเปลี่ยนแปลง (Transformation) บริษัทจึงได้ทบทวนและจัดเตรียมความพร้อมของบุคลากรควบคู่กับการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปในสถานการณ์ปัจจุบัน อีกทั้งเป็นการสนับสนุนส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน

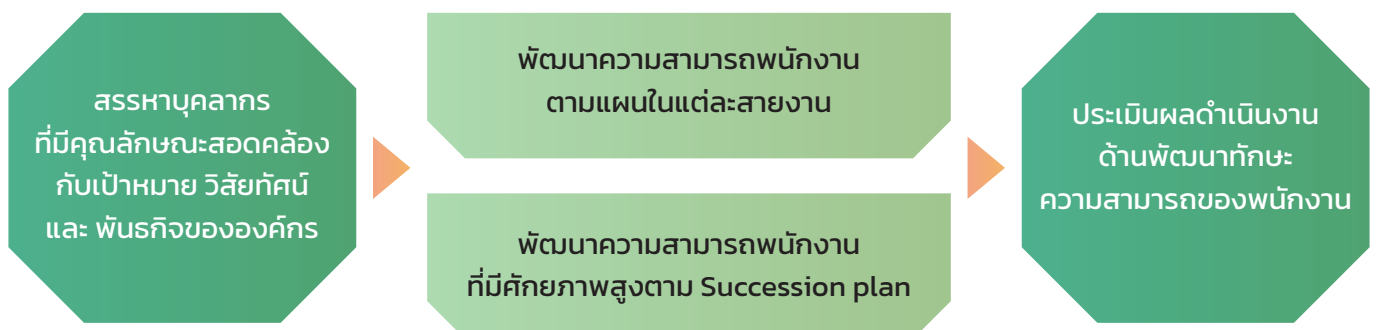


#### 3.3.1 การวิเคราะห์ความจำเป็นในการพัฒนาและการประเมินผลการพัฒนา

บริษัทประเมินความต้องการและความจำเป็นในการพัฒนาบุคลากรในทุกระดับชั้น มีการจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรในแต่ละสายงานที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาธุรกิจ เพื่อเตรียมความพร้อมให้พนักงานสามารถปรับตัวได้ทันต่อที่หากเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ตลอดจนมีการติดตามการปฏิบัติตามแผนพัฒนาบุคลากรและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ด้วยนโยบายในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรและบุคลากร บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกระดับชั้นได้รับการพัฒนาทักษะ ความรู้และความเชี่ยวชาญจากการปฏิบัติงานจริง โดยมีผู้ชำนาญการคอยแบ่งปันประสบการณ์ ฝึกฝน และให้คำแนะนำอย่างสม่ำเสมอ

ในรูปแบบการทำงานยุคใหม่ที่ท้าทายและต้องการทักษะใหม่ ๆ มากขึ้น บริษัทมุ่งพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ผ่านโปรแกรมการเรียนรู้หรืออบรมส่งเสริมทักษะที่หลากหลาย อาทิ ทักษะด้านวิชาชีพเรียนรู้นวัตกรรมใหม่ ๆ ทักษะด้านความยั่งยืนองค์กร (ESG DNA) ทักษะด้านกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) เป็นต้น เพื่อให้พนักงานทุกระดับภายในองค์กรได้พัฒนาทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน รวมถึงพัฒนาศักยภาพได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

#### การดำเนินงานในการพัฒนาทักษะและการประเมินผลการพัฒนา



### 3.3.2 เป้าหมายการพัฒนาบุคลากร

บริษัทตั้งเป้าหมายการพัฒนาบุคลากร ปี 2567 โดยมุ่งพัฒนาบุคลากรด้านความสามารถ (Competency) ที่จะช่วยขับเคลื่อนกลยุทธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ในองค์กรให้สัมฤทธิ์ผล โดยส่งเสริมการเพิ่มพูน หรือทบทวนความรู้และทักษะพนักงานให้พร้อมกับความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจของบริษัทในอนาคต

- มีการกำหนดทักษะ Set Skill ที่สอดคล้องกับกระบวนการและรูปแบบการทำงานและการประเมินความรู้ความสามารถของพนักงานปัจจุบัน
- ออกแบบโปรแกรมการเรียนรู้และพัฒนาเพื่อยกระดับความรู้และทักษะ
- ทบทวนโครงสร้างหน่วยงานและกระบวนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์

- กำหนดแนวทางการพัฒนาทรัพยากรบุคคลตลอดจนขั้นตอนการวางแผนและบริหารอัตรากำลังพนักงานในภาพรวมของบริษัท
- สร้าง Career path ที่เหมาะสมให้กับพนักงาน และการพัฒนาศักยภาพ Capability พนักงานตามเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพของพนักงานแต่ละตำแหน่ง
- ปรับปรุงกระบวนการทำงานและนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร
- พนักงานได้รับการประเมินความสามารถ (Competency) พร้อมจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล Individual Development Plan (IDP)
- พนักงานเข้าร่วมการเรียนรู้หลักสูตรออนไลน์ E-learning และผ่านการทดสอบ ชุดความรู้ด้านความยั่งยืนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 100% ตามเงื่อนไข



### 3.3.3 การฝึกอบรมและพัฒนา

ในปี 2566 บริษัทยังคงใช้รูปแบบการฝึกอบรมสำหรับพนักงาน โดยมุ่งเน้นไปที่การอบรมแบบ In-House Training เป็นหลัก และยังคงหลักสูตรที่สำคัญ ๆ สำหรับการปฏิบัติงานเอาไว้อย่างต่อเนื่อง อาทิ เรื่องความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการปฏิบัติงาน ระบบคุณภาพและมาตรฐาน การพัฒนาทักษะและเทคนิคการปฏิบัติตามสายวิชาชีพที่จำเป็นในแต่ละรอบปี รวมถึงการอบรมปฐมนิเทศพนักงานใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อได้รับทราบวิสัยทัศน์ พันธกิจองค์กร โครงสร้างการบริหาร งานระบบคุณภาพ แผนฉุกเฉิน สวัสดิการ

และกฎระเบียบข้อบังคับ ครอบคลุมทั้งพนักงานใหม่ พนักงานประจำ พนักงานชั่วคราว คู่ค้าและผู้รับเหมาที่เกี่ยวข้อง



ภาพการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ในองค์กร เพื่อรับทราบพันธกิจของหน่วยงาน กฎระเบียบข้อบังคับ สวัสดิการต่าง ๆ ตลอดจนนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยครอบคลุมกลยุทธ์ทิศทางขององค์กร เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้ มีความเข้าใจต่อหน้าที่งานที่รับผิดชอบ



นอกจากนี้ ยังเพิ่มเติมหัวข้อการฝึกอบรมด้านจรรยาบรรณธุรกิจ โดยมุ่งเน้นในเรื่องการดูแลกิจการที่ดี การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน สิ่งแวดล้อม โดยกำหนดไว้ในหลักสูตรภาคบังคับ (Mandatory Training) สำหรับพนักงานทุกคนที่จะต้องได้รับการฝึกอบรม ดังนี้



นโยบายต่อต้าน  
การทุจริตคอร์รัปชัน



หลักจรรยาบรรณ  
ในการดำเนินธุรกิจ



นโยบายด้าน  
สิทธิมนุษยชน



นโยบายเป้าหมาย  
การพัฒนาอย่างยั่งยืน



นโยบายคุ้มครอง  
ข้อมูลส่วนบุคคล



นโยบายการใช้ข้อมูล  
ภายในของบริษัท

โดยในปี 2566 บริษัทส่งพนักงานเข้าอบรมทั้งสิ้น 2,295 คน คิดเป็นสัดส่วน 57.78% ของจำนวนพนักงานเฉลี่ยทั้งปี และมีจำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ย 6 ชั่วโมง/คน/ปี

### การฝึกอบรม และพัฒนาพนักงาน

ข้อมูลการฝึกอบรมของพนักงาน	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
	ชั่วโมง/คน/ปี			
พนักงานได้รับการฝึกอบรม (ร้อยละ)	10	20	30	57.78
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ย (ชม./คน/ปี)	6	6	6	6

การฝึกอบรมภาคบังคับเป็นหลักสูตรที่พนักงานทุกคนต้องเข้ารับการอบรม เป็นหลักสูตรที่ได้รับการพิจารณา โดยครอบคลุมกลยุทธ์ และทิศทางขององค์กร เช่น การดับเพลิงเบื้องต้น แผนอพยพหนีไฟประจำปี การอบรมปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการทำ CPR

### การฝึกอบรมหลักสูตรดับเพลิงขั้นต้นและฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ

#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ :

- พนักงานเข้าใจถึงสาเหตุและการป้องกันอัคคีภัยที่ถูกต้อง
- พนักงานสามารถประเมินสถานการณ์และอพยพหนีไฟเมื่อเกิดอัคคีภัยได้
- ร้อยละ 100 พนักงานเข้ารับการอบรมและฝึกซ้อมแผนอพยพหนีไฟ



### การฝึกอบรมหลักสูตร การอบรมปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการทำ CPR

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ :

- พนักงานสามารถนำความรู้เรื่องการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการทำ CPR ไปใช้เพื่อช่วยชีวิตผู้อื่นได้



### 3.3.4 ประโยชน์จากการพัฒนา

นอกเหนือจากการอบรมเพื่อให้ความรู้ในระดับต่าง ๆ ตามแผนการฝึกอบรมประจำปีแล้วนั้น บริษัทยังส่งเสริมให้มีโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดค่าใช้จ่าย สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัท ดังนี้

### โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

#### โครงการปรับปรุงเครื่องซีล (Seal)

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ :



ลดต้นทุนการสั่งซื้อวัตถุดิบ



เศษบรรจุภัณฑ์ลดลง  
3,432 kg./ปี



ก๊าซเรือนกระจกลดลง 6,709 kg

#### โครงการคัดแยกขยะ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ :



ลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะ



ขยะทั่วไปลดลงร้อยละ 10/เดือน

### การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง การคัดแยกขยะ

#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ :

- พนักงานเข้าร่วมโครงการร้อยละ 70
- พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการคัดแยกขยะ และทิ้งขยะให้ถูกประเภท
- มูลค่าของขยะที่ขายได้เฉลี่ย 1,323 บาท/เดือน
- มีมูลค่าของขยะคืนสู่พนักงาน



### โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

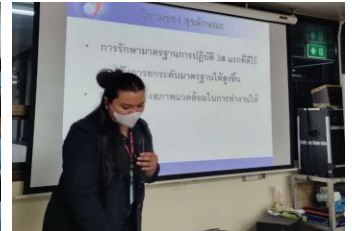
#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ :

- พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการผลิต คำนึงถึงความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ตามหลักนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม และความปลอดภัยด้านอาหาร
- พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในประเภทของอาหารที่อาจก่อให้เกิดการแพ้ในอาหาร
- พนักงานมีความรู้ความเข้าใจขั้นตอนการตรวจสอบและการแสดงฉลาก Food Allergen บนผลิตภัณฑ์
- พนักงานมีความรู้ความเข้าใจกระบวนการควบคุมการผลิต การระบุหรือทำเครื่องหมาย allergen
- พนักงานมีความรู้ความเข้าใจขั้นตอนการตรวจรับบรรจุภัณฑ์ ตรวจสอบความถูกต้องการจัดเก็บวัตถุดิบ

### การฝึกอบรมหลักสูตร 5 ส เพื่อการเพิ่มผลผลิต

#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ :

- พนักงานมีความเข้าใจในต้นทุนการผลิต และการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์
- พนักงานนำหลัก 5ส ไปปรับใช้ในการทำงาน ปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- ร้อยละ 100 พนักงานเข้ารับการอบรมเข้าใจวัตถุประสงค์เพื่อสร้างมาตรฐานที่ดี



### 3.4 การจูงใจ และการรักษาพนักงาน

บริษัทมุ่งเน้นความสำคัญกับการรักษาพนักงานในองค์กร โดยจัดให้มีสวัสดิการ และระบบการบริหารค่าตอบแทนที่สามารถจูงใจและดึงดูดพนักงานที่มีศักยภาพเข้ามาร่วมงาน มีการส่งเสริมขวัญกำลังใจของผู้ปฏิบัติงานเพื่อให้สามารถรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้กับองค์กร ส่งผลให้พนักงานมีมุ่งมั่นตั้งใจพัฒนาทักษะความสามารถของตนให้มีความพร้อมและเห็นถึงความก้าวหน้าในอาชีพด้วยความเต็มใจ ซึ่งจะผลักดันให้เกิดผลสำเร็จตามภารกิจหน้าที่ ทั้งนี้ บริษัทมีแผนการพัฒนาด้วยความผูกพันของพนักงาน และมีการติดตามวัดระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อเป็นข้อมูลในการทบทวนและพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญต่อการรักษาและจูงใจพนักงานให้คงอยู่ร่วมงานกับบริษัทต่อไป

#### การดำเนินงานที่สำคัญในปี 2566

บริษัทส่งเสริมสุขภาพเชิงป้องกัน เช่น สถานที่ออกกำลังกาย กิจกรรมด้านสุขภาพของพนักงาน การจัดฉีดวัคซีนป้องกันโรคต่าง ๆ การตรวจสุขภาพประจำปี มอบผลิตภัณฑ์บริษัทให้พนักงานเพื่อแสดงความขอบคุณ สร้างขวัญกำลังใจ ช่วยให้พนักงานมีความสุขขึ้น มีงานสร้างสรรค์วันปีใหม่ เลี้ยงอาหารพนักงาน สร้างบรรยากาศการสนุกรสสนาน ผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน เพื่อสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กร ตลอดจนมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร การสื่อสารนโยบาย สถานการณ์ขององค์กรตลอดเวลา

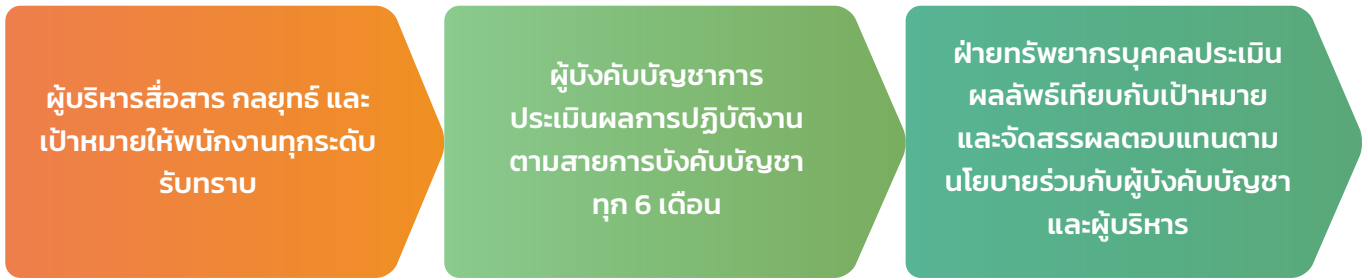


เป้าหมายการดำเนินการ ปี2567 บริษัทจัดทำกิจกรรมสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม และโครงการยกย่อง ชมเชยและการให้รางวัลพนักงานด้านผลงานและพฤติกรรม เพื่อเป็นการสร้างกำลังใจแก่พนักงาน โดยเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนแสดงความสามารถในการริเริ่มสร้างสรรค์และพัฒนาผลงานหรือกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้นเพื่อประโยชน์ต่อองค์กรและส่วนรวม

#### 3.4.1 แนวทางและเกณฑ์การประเมินผลการทำงานของพนักงาน

ระบบประเมินผลการปฏิบัติงานของบริษัท มุ่งเน้นให้สอดคล้องกับเป้าหมายของหน่วยงาน ตลอดจนเป้าประสงค์ขององค์กรให้เกิดผลสำเร็จ โดยบริษัทกำหนดให้ผู้บังคับบัญชาติดตามผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างน้อย 2 ครั้งต่อปี ดังนี้ ครั้งที่ 1 เพื่อเป็นการทบทวนเป้าหมาย ติดตามและช่วยเหลือพนักงานให้ผลงานเป็นไปตามแผนและเป้าหมายที่กำหนด ครั้งที่ 2 เพื่อการพิจารณาค่าตอบแทนและเงินรางวัลประจำปี ตลอดจนนำไปวางแผนการพัฒนางานต่อไป

ทั้งนี้ บริษัทยึดมั่นในการประเมินผลงานของพนักงานโดยมีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน อธิบายได้ มีวิธีการดำเนินการที่โปร่งใส และเป็นธรรม ตลอดจนมีสื่อสารให้พนักงานได้รับทราบอย่างทั่วถึง นำมาซึ่งความมั่นใจและเชื่อใจจากพนักงาน



บริษัทจัดให้มีการประเมินผลงานประจำปี ซึ่งหัวข้อการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีจะมาจากเป้าหมายของบริษัท โดยแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัย มีสัดส่วนดังนี้



โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 2 ครั้งต่อปี คือ

- ครั้งที่ 1 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 30 มิถุนายน
- ครั้งที่ 2 ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม ถึง 31 ธันวาคม

ในปี 2566 พนักงานได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานร้อยละ 100 (เป้าหมายร้อยละ 100) และผลการประเมินการปฏิบัติงานร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมด มีผลงานอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน (เกรด B) ตามที่บริษัทกำหนดไว้

### 3.4.2 สิทธิประโยชน์ของพนักงานที่ได้รับจากการประเมิน

ผลการประเมินการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงานถือเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จของการทำงาน ซึ่งบริษัทนำมาใช้ในการพัฒนา การปรับปรุงผลการปฏิบัติงานวิธีการทำงาน หรือจัดหาเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงาน มีผลต่อการเลื่อนตำแหน่ง ขึ้นเงินเดือน ตลอดจนการพิจารณาให้เงินรางวัล (โบนัส) และการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับพนักงานเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ

บริษัทกำหนดเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงาน ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่มีประสิทธิภาพเป็นระบบ โดยพนักงานมีส่วนร่วมและรับรู้การตั้งหัวข้อประเมิน และอยู่ภายใต้มาตรฐานเดียวกันเพื่อให้การประเมินผลสำเร็จขององค์กรแบบ ภาพรวมเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สามารถนำไปปรับปรุงรูปแบบการบริหารงานของพนักงานในทุกระดับเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของ องค์กร รวมถึงใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารและให้ข้อเสนอแนะ (Feedback) ซึ่งช่วยให้พนักงานได้พัฒนาตนเองได้ผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น อย่างต่อเนื่อง

ในปี 2566 พนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานสูงกว่ามาตรฐาน (เกรด B+ และ A) มีจำนวน 25 คน บริษัทพิจารณาให้เงินรางวัลในอัตรา พิเศษ และพิจารณาเลื่อนตำแหน่ง ตลอดจนปรับค่าตอบแทนในอัตราที่เหมาะสม

จำนวน (คน)	ปรับตำแหน่ง	หญิง (คน)	ชาย (คน)
20	จากระดับเจ้าหน้าที่เป็นผู้บริหาร	10	10
5	จากระดับพนักงานเป็นเจ้าหน้าที่	4	1

ผลการประเมินการปฏิบัติงานจะทำให้พนักงานทราบถึงศักยภาพและประสิทธิภาพการทำงานและข้อควรพัฒนา และการประเมินนี้ ส่งผลให้บริษัทสามารถนำมาปรับแผนการมอบหมายงานให้ตรงกับความสามารถรวมถึงส่งเสริมศักยภาพของแต่ละบุคคลได้ตรงจุด รวมไปถึงเป็นการช่วยวิเคราะห์เป้าหมายขององค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น การกำหนดความต้องการฝึกอบรมเพิ่มความรู้นวัตกรรม (Knowledge) ความสามารถชำนาญการ (ability) และทักษะ (skills) ของพนักงาน เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้นับเป็นประโยชน์ต่อการเติบโต ของบริษัท โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะมีหน้าที่ให้คำแนะนำกับหน่วยงานและพนักงานที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาแนวทางที่ให้ เหมาะสมกับคุณสมบัติและความสนใจของพนักงานต่อไป ทั้งการเพิ่มความท้าทายใหม่ ๆ ในพนักงานที่มีศักยภาพโดดเด่น และช่วยให้ พนักงานที่ผลประเมินต่ำกว่ามาตรฐานมีการพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องเป้าหมาย

### 3.5 ความพึงพอใจ และความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

เพื่อให้การพัฒนาและการสร้างความสุขให้แก่พนักงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง บริษัทกำหนดให้มีการสำรวจความพึงพอใจและผูกพันของ พนักงาน เพื่อทราบถึงความต้องการและโอกาสในการพัฒนาความผูกพันของพนักงานและกำหนดให้มีการติดตามและรายงานผล การดำเนินงานเป็นรายปีอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และดำเนินต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาความผูกพันอย่างต่อเนื่อง

#### 3.5.1 เป้าหมายระดับความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กร

กำหนดเป้าหมายที่รับได้ และแผนการปรับปรุงจากความท้าทายด้านความหลากหลายของช่วงอายุ บริษัทได้บริหารจัดการและ ตอบสนองต่อความคาดหวัง ทักษะชีวิตที่แตกต่างกันของพนักงานอย่างมีสมดุลระหว่างการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และบรรยากาศ การทำงานที่มีความสุข เพื่อให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กรมากขึ้น

ในปี 2566 บริษัทดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ และความผูกพันที่พนักงานมีต่อองค์กร มีพนักงานที่ร่วมทำแบบสอบถามจำนวน ทั้งสิ้น 780 คน คิดเป็นร้อยละ 94.55 พบว่าผลการสำรวจความพึงพอใจ และความผูกพันที่พนักงานมีต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ โดยมี คะแนนเต็ม 5 สามารถสรุปได้ ดังนี้

### ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน จำนวน 12 ด้าน ดังนี้

ลำดับที่	ด้าน	ค่าเฉลี่ย ปี 2565	ค่าเฉลี่ย ปี 2566
1	ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	3.14	3.99
2	ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	3.19	4.02
3	ด้านการได้รับการยอมรับ	3.38	3.92
4	ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ	3.45	4.22
5	ด้านชีวิตส่วนตัว	3.47	3.87
6	ด้านนโยบายและการบริหารงานขององค์กร	3.5	4.14
7	ด้านความรับผิดชอบในงาน	3.51	4.23
8	ด้านความมั่นคงในการทำงาน	3.54	4.25
9	ด้านลักษณะงานที่ทำ	3.63	4.12
10	ด้านความสำเร็จในการทำงาน	3.71	4.31
11	การบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล	3.74	4.06
12	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	3.85	4.17

### ค่าเฉลี่ยความผูกพันของพนักงาน จำนวน 3 ด้าน ดังนี้

การประเมินความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน	ผลการประเมิน	
	ปี 2565	ปี 2566
1. ด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร	3.49	3.86
2. ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์กร	3.58	4.05
3. ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร	3.74	4.21

### 3.5.2 ผลจากการประเมินและแนวทางปฏิบัติ

บริษัทได้นำผลการสำรวจความพึงพอใจ และความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในปี 2566 มาวิเคราะห์ พบว่าประเด็นที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร คือด้านความสำเร็จในการทำงาน มีคะแนน 4.31 คะแนน และประเด็นที่เป็นโอกาสในการพัฒนามากที่สุดค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรคือ ด้านชีวิตส่วนตัว ด้วยคะแนน 3.87 สำหรับค่าเฉลี่ยความผูกพันของพนักงานในด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร มีคะแนน 4.21 คะแนน และด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรควรให้มีการพัฒนาจาก 3.86 คะแนนในครั้งหน้า ทั้งนี้โดยภาพรวมของผลการประเมินได้แสดงถึงความภาคภูมิใจและความผูกพันต่อองค์กรที่มากขึ้นเป็นไปในทิศทางที่ดี

แนวทางการดำเนินงานด้านความพึงพอใจ และความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ปี 2567 ดำเนินการสำรวจความสุขในการปฏิบัติงานเพื่อสำรวจความคิดเห็นของพนักงานเดือนละ 1 ครั้งในปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน รวมถึงค่าเฉลี่ยความผูกพันองค์กร ทั้ง 3 มิติทุกไตรมาส โดยคาดหวังค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในทุกด้านที่ระดับ 4 อีกทั้งยังจัดทำแผนความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) เพื่อให้พนักงานได้เห็นถึงความก้าวหน้าในสายอาชีพ ให้ความรู้ ทักษะ และความสามารถที่ต้องพัฒนาตนเอง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานและมีความผูกพันต่อองค์กร รวมถึงมุ่งเน้นการเข้าถึงพนักงานเพื่อรับฟังความคิดเห็นของพนักงานผ่านกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องให้มากขึ้น

- กิจกรรม Site Visit โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคล เพื่อสื่อสารกับพนักงานในเรื่องหลักเกณฑ์การประเมินผลงาน รวมถึงทบทวนหลักเกณฑ์สวัสดิการต่าง ๆ ของบริษัทให้พนักงานได้เข้าใจ
- กิจกรรมเพื่อสื่อสารทิศทางการดำเนินธุรกิจ และข่าวสารต่าง ๆ ให้พนักงานทราบอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางที่หลากหลาย รวมทั้งการสื่อสารโดยตรงจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เป็นต้น



### 3.6 สุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมของการทำงาน

#### ความคืบหน้าด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย



ชั่วโมงการทำงานทั้งหมดในปี 2566  
12,956,548 ชั่วโมง

จำนวนการเสียชีวิตในปี 2566  
พนักงาน 0 ราย / ผู้รับเหมา 0 ราย

การบาดเจ็บที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน  
สินค้าหล่น มีบาดเจ็บ น้ำร้อนลวก

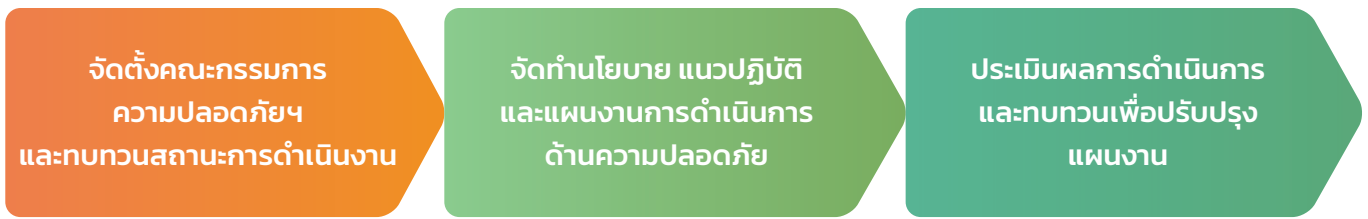
#### 3.6.1 งานอาชีวและสุขอนามัยของพนักงาน

บริษัทมีนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับสุขอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน มีการควบคุมเพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุและสุขภาพที่ไม่ปลอดภัยต่อพนักงาน รวมไปถึงผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานในบริษัท โดยจัดให้มีการตรวจสอบสุขภาพพนักงานประจำปี มีห้องพยาบาล รวมถึงมีอุปกรณ์ยาขั้นพื้นฐานให้แก่พนักงาน มีการตรวจแสง สี ฝุ่น ควัน สารเคมีตามกฎหมายกำหนด การตรวจประเมินความปลอดภัยตามแผนงาน จัดให้มีอุปกรณ์ในการป้องกันอันตรายและมีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความมั่นใจให้พนักงาน ให้มีสุขภาพที่ดี อัตราการเจ็บป่วยลดลง

บริษัท ศรีนครินทร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) สาธารณชนสัมพันธ์		ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม HS&E-025/800	
การปรับปรุงข้อมูลรายงานฉบับนี้ ( Job Safety Analysis )			
งานที่วิเคราะห์	แหล่งที่มา	แผนก	ระยะเวลา
ผู้วิเคราะห์	นายชวาม นายจรรยา	รับผิดชอบ	8 วันพฤษภาคม 2566
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	อันตรายที่อาจเกิดขึ้น	มาตรการป้องกันและการฟื้นฟู	
1. เตรียมโต๊ะเก้าอี้สำนักงานและรถ	1.1 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	1.1.1 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
2. เคลื่อนย้ายเก้าอี้สำนักงานและรถ	2.1 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	2.1.1 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
	2.2 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	2.1.2 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
3. ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	3.1 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	3.1.1 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
	3.2 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	3.1.2 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
4. ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	4.1 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	4.1.1 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
	4.2 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	4.1.2 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
5. ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	5.1 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	5.1.1 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
	5.2 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	5.1.2 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
6. ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	6.1 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	6.1.1 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
	6.2 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	6.1.2 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
7. ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	7.1 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	7.1.1 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
	7.2 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	7.1.2 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
8. ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	8.1 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	8.1.1 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	
	8.2 ยืนรถเข็นรถเคลื่อนย้าย	8.1.2 ยืนรถเข็นรถช้าๆ ค่อยๆ เดิน	



## แผนการดำเนินงานสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน



ในปี 2566 บริษัทยังคงมีการปฏิบัติตามกฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัด โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยฯ (คปอ.) อย่างต่อเนื่องในทุกสาขา โดยคณะกรรมการมีหน้าที่ ดังนี้

- พิจารณานโยบายและแผนงานด้านความปลอดภัยในการทำงาน เพื่อป้องกันและลดการเกิดอุบัติเหตุ
- รายงานและเสนอแนะมาตรการหรือแนวทางปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมายเกี่ยวกับความปลอดภัย
- ดำเนินการปฏิบัติการด้านความปลอดภัยในการทำงาน และตรวจสอบสถิติการประสบอันตรายที่เกิดขึ้น
- รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี รวมทั้งระบุปัญหา และข้อเสนอแนะในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการฯ

### ข้อมูลคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

สำนักงาน	วาระการดำรงตำแหน่ง (2 ปี)
คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย สำนักงานใหญ่	18 ก.ย. 65 - 17 ก.ย. 67
คณะกรรมการสวัสดิการความปลอดภัย อาชีวอนามัย สาขา 0001	21 ก.ค. 65 - 20 ก.ค. 67
คณะกรรมการสวัสดิการความปลอดภัย อาชีวอนามัย สาขา 0002	20 ก.ย. 65 - 19 ก.ย. 67
คณะกรรมการสวัสดิการความปลอดภัย อาชีวอนามัย สาขา 0003	24 ก.ค. 66 - 28 ก.ค. 68
คณะกรรมการสวัสดิการความปลอดภัย อาชีวอนามัย สาขา 0004	22 ม.ค. 65 - 21 ม.ค. 67

### 3.6.2 แนวทางป้องกันการเกิดเหตุร้ายจากการทำงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัยให้กับพนักงาน ตลอดจนผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานในบริษัท เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานรับทราบระเบียบวิธีการปฏิบัติงานที่ปลอดภัย ภายใต้นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทตั้งเป้าหมายสำหรับปี 2567 โดยมุ่งมั่นสู่การดำเนินธุรกิจที่ไม่พบอัตราผู้เสียชีวิตอันเนื่องมาจากการทำงานของพนักงานและผู้รับเหมาทั้งหมด ตลอดจนลดจำนวนและอัตราการบาดเจ็บจากการทำงานในแต่ละสาขาไม่เกิน 15 ราย

ทั้งนี้ บริษัทมีแนวทางป้องกันการเกิดเหตุร้ายจากการทำงานโดยมีการดำเนินการประเมินความเสี่ยง 4 ขั้นตอนหลัก เพื่อระบุสิ่งที่อาจก่อให้เกิดอันตรายในสถานที่ปฏิบัติงาน ขั้นตอนการประเมินความเสี่ยง ดังนี้

**เป้าหมายเชิงปริมาณ ปี 2567**

อัตราการของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน  
(Lost Time Injury Frequency Rate : LTIFR)

**≤ 5**

<p><b>1. ระบุกิจกรรม พื้นที่ และลักษณะงาน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ งานประจำ</li> <li>✓ งานที่ทำเป็นครั้งคราว</li> <li>✓ กิจกรรมภายใน</li> <li>✓ กิจกรรมภายนอก</li> </ul>	<p><b>2. ชีบ่งอันตราย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ สภาพการทำงาน</li> <li>✓ สภาพแวดล้อม</li> <li>✓ เครื่องจักร/อุปกรณ์</li> <li>✓ พลังงาน</li> <li>✓ วัสดุ/วัตถุติด</li> </ul>	<p><b>3. ประเมินความเสี่ยง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ความรุนแรง</li> <li>✓ โอกาสเกิด</li> <li>✓ ความเสี่ยงน้อย</li> <li>✓ ความเสี่ยงปานกลาง</li> <li>✓ ความเสี่ยงสูง</li> </ul>	<p><b>4. การบูรณาการจัดการ ความเสี่ยง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ จัดทำโครงการ</li> <li>✓ แผนปฏิบัติการ</li> <li>✓ กำหนดเป้าหมาย</li> <li>✓ ผู้รับผิดชอบ</li> </ul>
--	---	--	--

การจัดลำดับความสำคัญและบูรณาการแผนปฏิบัติการกับเป้าหมายเชิงปริมาณ เพื่อกำหนดมาตรการการจัดการความเสี่ยง รวมถึงกำหนดแนวทางการแก้ไขที่เหมาะสม จากการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของพนักงานและผู้รับเหมาพบกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง ดังนี้

- อันตรายจากการสัมผัสสารเคมี หรือน้ำร้อนลวก
- สะดุดล้ม และลื่น จากสิ่งกีดขวางบริเวณที่ทำงาน
- สิ่งของหรือสินค้าตกจากที่สูง

ทั้งนี้จะมีการนำเสนอให้คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) พิจารณาอนุมัติโครงการ และดำเนินแผนงานลดความเสี่ยงประจำเดือนและประจำปี

**1. การดำเนินการด้านความปลอดภัยในการทำงานปี 2566**

บริษัทดำเนินการให้มีเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับต่าง ๆ ได้แก่ จป.บริหาร จป.หัวหน้างาน, จป.วิชาชีพที่ได้รับการอบรมและขึ้นทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายกระทรวง รายละเอียดดังนี้

สำนักงาน	จป. บริหาร	จป. หัวหน้างาน	จป. วิชาชีพ
เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สำนักงานใหญ่	2	1	1
เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สาขา 0001	9	33	1
เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สาขา 0002	9	24	1
เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สาขา 0003	10	32	1
เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สาขา 0004	5	24	1

**2. การจัดทำป้ายสัญลักษณ์ความปลอดภัย**



การติดป้ายหรือสัญลักษณ์ความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญช่วยให้พนักงานหรือผู้ที่เข้ามาในพื้นที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนและลดโอกาสในการเกิดอุบัติเหตุและยังเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังมีการจัดทำป้ายในภาษาอื่น ๆ เพื่อให้พนักงานต่างชาติเข้าถึงสื่อด้านความปลอดภัยอย่างไม่เลือกปฏิบัติ

### 3. การประเมินความเสี่ยงในทุกกระบวนการปฏิบัติงาน

เพื่อหาจุดที่อาจเป็นอันตราย หรืออาจเกิดอุบัติเหตุและแก้ไขปรับปรุงไม่ให้เกิดความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุแก่พนักงาน



บริษัท ศรีนาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) สาขาคมนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษา วิเคราะห์ และทบทวนการดำเนินงานในโรงงานเพื่อการขจัดอันตรายและการประเมินความเสี่ยง

พื้นที่ /แผนก.....ผลัด1 อบรมปลาแผ่น / เครื่องรีดน้ำจิ้ม

วันที่..... 18 ส.ค. 66

นายศรัทธ หวานอรณย์ จ.ปวีระชีพ

ผู้ประเมิน

ลำดับที่	ชื่อบทหรือ / งาน	สถานการณ์จำลอง	เหตุการณ์ที่จะเกิดตามมา	มาตรการป้องกัน/ควบคุมแก้ไข	ข้อเสนอแนะ	การประเมินความเสี่ยง			
						โอกาส	ความรุนแรง	ผลสัมฤทธิ์	ระดับความเสี่ยง
1	เครื่องรีดน้ำจิ้ม No.5, No.6 ไม่ติดตั้งฝาครอบโซ่ขณะ เครื่องทำงาน	- หากพนักงานเข้าใกล้หรือสัมผัส กับจุดที่เคลื่อนไหว จุดหนีบ จุดดึง	- เถืองโซ่หนีบ	- ติดตั้งฝาครอบโซ่ให้ได้มาตรฐาน และปลอดภัยตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน	- หากมีการถอดเพื่อซ่อม หลังจากซ่อมเสร็จให้ติดตั้ง อยู่ในสภาพที่ปลอดภัยทุกครั้ง	3	4	12	4
2	จัดเก็บสายไฟไม่เรียบร้อย สายไฟอยู่ติดกับเครื่องรีด เครื่องรีดน้ำจิ้ม No.5, No.6	หากใช้งานไปนานๆอาจทำให้ ถืองโซ่หมุนขาดจนสายไฟ ทำให้อุปกรณ์สัมผัสกับแรงไฟฟ้า เกิดไฟช็อต	- ไฟฟ้าช็อต - อันตรายจากกระแสไฟฟ้า - ทรัพย์สินเสียหาย	- ติดตั้งระบบไฟฟ้าให้ปลอดภัย สายไฟต้องให้ห่างจากจุดเคลื่อนไหว หรือ จุดหนีบ จุดดึง	- หากพบสภาพเครื่องจักร ไม่ปลอดภัยให้แจ้งหัวหน้างาน และแผนกวิศวกรรมทันที เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไข	3	4	12	4
3	เครื่องรีดน้ำจิ้ม No.5 ขณะใช้งานไม่ต่อสายดิน	หากอุปกรณ์ที่มีกระแสไฟฟ้ารั่ว ทำให้กระแสไฟฟ้าไหลสู่ร่างกาย พนักงาน	- อันตรายจากกระแสไฟฟ้า - ไฟฟ้าช็อต	- ติดตั้งสายดินทุกครั้งที่ใช้งาน เครื่องรีดน้ำจิ้ม	- หากพบอุปกรณ์ไฟฟ้าชำรุด ให้แจ้งหัวหน้างานทันที เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไข	3	4	12	4
4	- ปลั๊กไฟ(เดีวรีบ) ทางเข้าหมอกต่าง-อบปลา ติดตั้งไม่ได้มาตรฐานชำรุด สายไฟไม่เป็นระเบียบ	- หากพนักงานถอดปลั๊กไม่ถูกวิธี (ดึงปลั๊กออกโดยไขน๊อตเดีวรีบ)	- สายไฟหลุดจากเดีวรีบ อันตรายจากกระแสไฟฟ้า	- ติดตั้งให้มั่นคงแข็งแรง มาตรฐาน มาตรฐานและมาตรฐานและปลอดภัย		3	3	9	3

### 4. การอบรมหลักสูตรเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับหัวหน้างานและระดับบริหาร

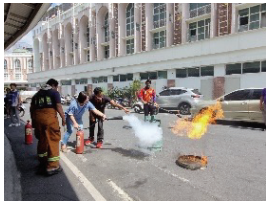
เพื่อให้บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในทั้งระดับหัวหน้างานและระดับบริหาร มีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับหลักความปลอดภัยในการทำงาน การค้นหาอันตราย รวมถึงการป้องกันและควบคุมอันตรายจากการทำงาน ตระหนักถึงบทบาทและหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับหัวหน้างานและบริหาร ผู้ซึ่งมีความสำคัญต่อการนำนโยบายด้านความปลอดภัยในการทำงานกระจายไปสู่การปฏิบัติภายในส่วนงานหรือองค์กร



### 5. การอบรมเรื่องความปลอดภัยในการทำให้กับพนักงานใหม่ก่อนเริ่มงาน

เพื่อสร้างความตระหนักในการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัยตามมาตรฐาน พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของตนเองด้านความปลอดภัย เมื่อทุกคนตระหนักและรู้หน้าที่ด้านความปลอดภัยของตนเองแล้วนั้น จะส่งผลให้สถานประกอบการเกิดความปลอดภัย และไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงานเกิดขึ้น

6. จัดให้มีการอบรมดับเพลิงขั้นต้นและซ้อมอพยพหนีไฟปีละ 1 ครั้ง ในทุกสาขา



สำนักงานใหญ่



สาขา 0001



สาขา 0002



สาขา 0003



สาขา 0004

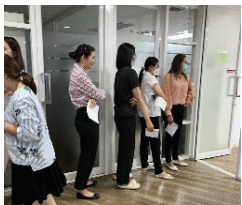
เพื่อให้พนักงานผู้ปฏิบัติงานทราบขั้นตอนการปฏิบัติเมื่อเกิดเหตุการณ์เพลิงไหม้ ได้เรียนรู้สัญญาณเตือนภัย ที่บ่งบอกถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น การลดการสูญเสียชีวิตจากเหตุการณ์เพลิงไหม้

7. การฝึกอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

ช่วยให้พนักงานทุกคนตื่นตัวต่อสภาพแวดล้อมและตระหนักถึงความปลอดภัยมากขึ้น ส่งผลให้ลดอุบัติเหตุได้ ตลอดจนสามารถใช้ความรู้เกี่ยวกับการปฐมพยาบาลและ CPR เพื่อช่วยเหลือนชีวิตเพื่อนพนักงาน หรือบุคคลอื่น ๆ เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน



8. ตรวจสอบสุขภาพประจำปีพนักงานในเรื่องสุขภาพทั่วไปและสุขภาพตามปัจจัยเสี่ยงในทุกสาขา



สำนักงานใหญ่



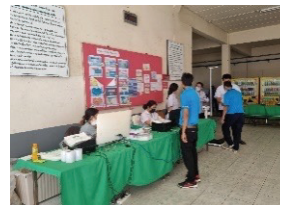
สาขา 0001



สาขา 0002



สาขา 0003



สาขา 0004

### 3.6.3 สถิติการบาดเจ็บและอัตราการเสียชีวิตจากการทำงาน

บันทึกและเปิดเผย LTIFR ทั้งพนักงาน

#### สถิติการบาดเจ็บและอัตราการเสียชีวิตจากการทำงาน

รายการ	หน่วย	ปี 2563				ปี 2564			
		1	2	3	4	1	2	3	4
จำนวนการเกิดอุบัติเหตุ	คน	4	47	25	11	9	32	17	13
ความถี่ของการบาดเจ็บ IFR	ครั้ง	0.94	28.61	9.02	8.99	2.49	22.38	6.10	15.64
อัตราความรุนแรงของการบาดเจ็บ ISR	ครั้ง	11.27	145.52	51.64	26.17	9.98	118.22	71.76	24.85
อัตราความรุนแรงโดยเฉลี่ยของการบาดเจ็บ ASI	วัน	12.00	5.08	5.72	2.91	4.00	5.28	11.76	1.58
ผู้เสียชีวิตจากการทำงาน	คน	-	-	-	-	-	-	-	-

รายการ	หน่วย	ปี 2565				ปี 2566			
		1	2	3	4	1	2	3	4
จำนวนการเกิดอุบัติเหตุ	คน	16	23	18	12	13	27	14	10
ความถี่ของการบาดเจ็บ IFR	ครั้ง	3.59	8.84	4.31	8.42	2.64	9.76	3.88	6.05
อัตราความรุนแรงของการบาดเจ็บ ISR	ครั้ง	18.86	103.45	24.91	34.38	19.67	91.79	97.65	10.88
อัตราความรุนแรงโดยเฉลี่ยของการบาดเจ็บ ASI	วัน	5.25	11.70	5.78	4.08	7.46	9.41	25.14	1.80
ผู้เสียชีวิตจากการทำงาน	คน	-	-	-	-	-	-	-	-

#### หมายเหตุ

IFR คือ Injury Frequency Rate หรือ อัตราความถี่ของการบาดเจ็บ

= (จำนวนพนักงานทั้งหมดที่ได้รับบาดเจ็บต้องหยุดงาน x 1,000,000) / จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งสิ้นของพนักงานในหน่วยงานนั้น

ISR คือ Injury Severity Rate หรือ อัตราความรุนแรงของการบาดเจ็บ

= (จำนวนวันทำงานทั้งหมดที่พนักงานสูญเสียไปเนื่องจากการบาดเจ็บ x 1,000,000) / จำนวนชั่วโมงทั้งสิ้นของพนักงานในหน่วยงานนั้น

ASI คือ Average Severity Index หรือ อัตราความรุนแรงโดยเฉลี่ยของการบาดเจ็บ

= ISR/IFR หมายถึง อุบัติเหตุแต่ละครั้งที่เกิดจะมีความรุนแรง ASI วัน

### 3.7 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

บริษัทตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและตอบแทนคืนสู่สังคมอย่างแท้จริง ดังนั้น บริษัทจึงมีนโยบายให้ความช่วยเหลือและพัฒนาสังคม โดยมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ กับชุมชนโดยรอบพื้นที่ ส่งเสริมแรงงานท้องถิ่นให้มีโอกาสในการทำงานในองค์กร เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ รวมทั้งตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจากการดำเนินงานของบริษัท ด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมให้พนักงานขององค์กรมีจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และให้ความร่วมมือระหว่างกลุ่มหรือเครือข่ายอื่น ๆ ในการพัฒนาชุมชนหรือสังคมที่เป็นเป้าหมายในแต่ละปี

#### 3.7.1 การศึกษาผลกระทบจากการดำเนินงานและความต้องการของชุมชน

คณะทำงานบริษัทในแต่ละสาขาร่วมกับผู้นำชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยชุมชนรอบโรงงานในรัศมี 5 กิโลเมตร จัดกิจกรรมสานเสวนาเพื่อรับทราบข้อมูลหรือข้อห่วงกังวล รวมถึงข้อร้องเรียนต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาที่เป็นความต้องการของชุมชน ด้วยทักษะความรู้ หรือกระบวนการทางธุรกิจของบริษัทเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาทำแผนโครงการ CSR เป็นการยกระดับองค์กรก้าวสู่มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน และการอยู่ร่วมกันของสังคมและชุมชนอย่างมีความสุข

#### ผลการเสวนากับชุมชนหัวคู้ กับสาขา 0001 และสาขา 0003

##### กลุ่มคนที่ชุมชนนึกถึง 5 อันดับแรก

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม
1	วัยทำงาน
2	แม่บ้าน
3	ผู้สูงอายุ
4	เด็กก่อนวัยเรียน (อายุ 1-3 ปี)
5	เด็กวัยเรียน (อายุ 4-18 ปี)

##### สิ่งที่วิตกกังวล/ความรุนแรงที่เกิดขึ้นใน 1 ปีที่ผ่านมา

ลำดับ	สิ่งที่วิตกกังวล
1	ยาเสพติด
2	การรวมกลุ่มของวัยรุ่น
3	ลักขโมย
4	การศึกษาไม่ต่อเนื่อง (การย้ายถิ่นฐาน)
5	ต้องการรายได้เสริม

#### สรุปผลดีและผลเสียที่ได้รับจากการที่โรงงานมาตั้งอยู่

ผลดี	ผลเสีย
เศรษฐกิจดี / เกิดการจ้างงานในชุมชน	มีแรงงานต่างด้าวเข้ามาในพื้นที่ชุมชนค่อนข้างมาก ทำให้เกิดปัญหาขยะ และเสียงดังรบกวนคนในชุมชน



ผลการเสวนากับชุมชนโรงเรียนวัดศรีสำราญราษฎร์บำรุง (เข้มประชาอุทิศ) กับสาขา 0002

กลุ่มคนที่ชุมชนนึกถึง 5 อันดับแรก

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม
1	วัยทำงาน
2	แม่บ้าน
3	ผู้สูงอายุ
4	นักเรียน
5	เยาวชน

สิ่งที่วิตกกังวล/ความรุนแรงที่เกิดขึ้นใน 1 ปีที่ผ่านมา

ลำดับ	สิ่งที่วิตกกังวล
1	ยาเสพติด
2	การรวมกลุ่มของวัยรุ่น
3	ลักขโมย
4	การว่างงาน
5	ต้องการรายได้เสริม

สรุปผลดีและผลเสียที่ได้รับจากการที่โรงงานมาตั้งอยู่

ผลดี	ผลเสีย
เศรษฐกิจดี / เกิดการจ้างงานในชุมชน	ประชากรเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ชุมชนแออัด



ผลการเสวนากับชุมชนหมู่บ้านสันดอนกับสาขา 0004

กลุ่มคนที่ชุมชนนึกถึง 5 อันดับแรก

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม
1	วัยทำงาน
2	แม่บ้าน
3	ผู้สูงอายุ
4	นักเรียน ป.1 - ป.6
5	เยาวชน

สิ่งที่วิตกกังวล/ความรุนแรงที่เกิดขึ้นใน 1 ปีที่ผ่านมา

ลำดับ	สิ่งที่วิตกกังวล
1	ยาเสพติด
2	ว่างงาน/ยากจน
3	สุขภาพ
4	ค่าครองชีพ
5	การศึกษา

สรุปผลดี และผลเสียที่ได้รับจากการที่โรงงานมาตั้งอยู่

ผลดี	ผลเสีย
เศรษฐกิจดีขึ้น สร้างงานให้ชุมชน	มีประชากรเพิ่มขึ้น
พื้นที่ที่มีความเจริญทำให้มูลค่าที่ดินสูง	ประชากรเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ชุมชนแออัด
สาธารณูปโภคได้รับการพัฒนา	ใช้ทรัพยากรมากขึ้น

จากผลการสานเสวนากับชุมชนถึงผลกระทบการอยู่ร่วมกันของผู้ที่พักอาศัยอยู่ในชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างชาติดังกล่าว บริษัทจึงยังคงดำเนินโครงการที่เสริมสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจด้านสุขอนามัยและความสะอาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แรงงานต่างชาติดูแลสุขภาพของตนเองและครอบครัวในชุมชนตระหนัก และให้ความสำคัญต่อการรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบ ข้อควรปฏิบัติในการอยู่ร่วมกันชุมชน ไม่สร้างผลกระทบ ไม่ก่อให้เกิดการแบ่งแยก เลือกลปฏิบัติและมีความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมที่ดีของชุมชน อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข เพราะการมีสุขภาพ สุขลักษณะ และสิ่งแวดล้อมที่ดี จัดเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนทุกคน



“โครงการศรีน่านพร ห่วงใย ใส่ใจ ชุมชน”

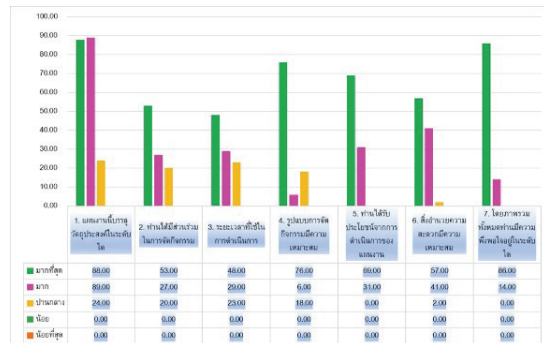
วัตถุประสงค์โครงการ :

- เพื่อให้ความรู้ด้านสุขลักษณะที่ดีกับพนักงาน และผู้เช่าที่พักอาศัยในชุมชน
- เพื่อส่งเสริมให้พนักงานและชุมชนมีสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น



ผลการดำเนินโครงการ :

- พนักงานที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนเข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของพนักงานทั้งหมดที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนและหอพักในโรงงาน
- พนักงานที่เข้าร่วมโครงการ และเจ้าของหอพักในชุมชน มีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของผู้เข้าร่วมโครงการ
- กฎระเบียบภาษาไทย-เมียนมา ที่บริษัทจัดทำให้หอพักในชุมชน เพื่อประชาสัมพันธ์



**กฎระเบียบของหอพัก**

1. ห้ามทำชุมชนเล่นการพนัน ห้ามสูบบุหรี่และดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. ห้ามทำชุมชนเสพยาเสพติด
3. ห้ามกินเลี้ยงสังสรรค์ และสังสรรค์สังสรรค์รวมการรวมกันผู้อื่น
4. ห้ามข่มขืนหรือทำผิดประเวณี
5. ต้องรักษาความสะอาดของห้องพักและบริเวณรอบหอพักให้สะอาดอยู่เสมอ ไม่ทิ้งขยะทิ้งน้ำ
6. ห้ามวางสิ่งของบนที่นอนหรือเตียง ให้อ่างล้างจานแห้ง
7. ห้ามนำสัตว์เลี้ยงหรือสัตว์เลี้ยงเข้ามาในหอพัก

**วิธีขอแจ้งข้อบกพร่อง**

1. โทรแจ้งศูนย์บริการลูกค้า 02-010-0101
2. แจ้งผู้ดูแลหอพัก
3. แจ้งฝ่ายบริหาร
4. แจ้งฝ่ายกฎหมาย
5. แจ้งฝ่ายความปลอดภัย
6. แจ้งฝ่ายปฏิบัติการ
7. แจ้งฝ่ายวิศวกรรม





### 3.7.2 การพัฒนาชุมชนและสังคมผ่านกระบวนการทำธุรกิจ

โครงการต่าง ๆ ที่นำกระบวนการทางธุรกิจไปช่วยเหลือชุมชนหรือตอบสนองความต้องการของสังคม และมีการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment) ของบริษัทที่ช่วยสนับสนุน แก้ไขปัญหา สร้างความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ในเชิงบวกให้กับสังคม หรือตอบสนองความต้องการของชุมชน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจขององค์กร ร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียเป็นไปอย่างราบรื่น จากการได้รับความร่วมมือที่ดีจากชุมชน สังคมท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชน

#### โครงการศรึนาพาพรเสริมสร้างรายได้สู่ชุมชน

**วัตถุประสงค์โครงการ :**

- เพื่อสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับชุมชน
- เพื่อพัฒนาและส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มเพื่อประกอบอาชีพในชุมชน สามารถสร้างรายได้อย่างแท้จริง
- เพื่อส่งเสริมการใช้เวลาว่างของผู้ประกอบอาชีพอิสระให้เป็นประโยชน์
- เพื่อให้ชุมชนพัฒนาความรู้ทักษะด้านอาชีพ



**ผลการดำเนินโครงการ :**

- ชุมชนสามารถใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ในลักษณะการรวมกลุ่ม มีกระบวนการร่วมการคิด ร่วมกันทำและร่วมกันพัฒนา ก่อให้เกิดความรักสามัคคีในชุมชน
- ชุมชนเกิดการพัฒนาความรู้และทักษะด้านอาชีพ สามารถเพิ่มรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว
- ลดการว่างงานของผู้สูงอายุในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการร้อยละ 80 มีรายได้กลับสู่ชุมชน



แบบฟอร์มรายงานผลการดำเนินงานโครงการ  
เพื่อส่งเสริมและพัฒนาอาชีพแก่ชุมชน

ชุมชนต้นแบบ (ปี 1)					ชุมชนต้นแบบ				
ชื่อ	ประเภทโครงการ	วันที่	พื้นที่	หมายเหตุ	ชื่อ	ประเภทโครงการ	วันที่	พื้นที่	หมายเหตุ
บ้าน...	อาชีพ...	...	...	...	บ้าน...	อาชีพ...	...	...	...



## โครงการถักเชือกร้อยใจ ศรีน่านพรสร้างรายได้สู่ชุมชน

### วัตถุประสงค์โครงการ :

- เพื่อให้ผู้สูงอายุในชุมชนมีรายได้เสริม
- เพื่อลดปัญหาการว่างงานของผู้สูงอายุในชุมชน
- เพื่อให้เกิดการสร้างอาชีพอย่างยั่งยืน



3.2 อบรมและฝึกสอนงาน เริ่มจากขั้นตอนการถักเชือก เป็นขั้นๆ ให้ความยาวและขนาดเท่ากัน



3.3 สาธิตเทคนิคการรวมเชือกสำหรับร้อยผม

### ผลการดำเนินโครงการ :

- ผู้สูงอายุในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการร้อยละ 80 มีรายได้เสริมเพิ่มขึ้น
- ลดการว่างงานของผู้สูงอายุในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการร้อยละ 80
- มีการสร้างอาชีพให้ชุมชนอย่างยั่งยืน



3.2 อบรมและฝึกสอนงาน เริ่มจากขั้นตอนการถักเชือก เป็นขั้นๆ ให้ความยาวและขนาดเท่ากัน



3.3 สาธิตเทคนิคการรวมเชือกสำหรับร้อยผม



3.3 สาธิตเทคนิคการรวมเชือกสำหรับร้อยผม



3.4 ติดตามผลการดำเนินงาน



## ศรีน่านพรส่งเสริมพนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม

### SNNP to Community Engagement

“ถ่ายทอดความรู้ในกระบวนการผลิตเยลลี่อย่างมืออาชีพโดยการให้ความรู้ชุมชนรอบข้างท่าเยลลี่รสส้ม”

### วัตถุประสงค์โครงการ :

- เพิ่มการมีส่วนร่วมและแสดงถึงความใส่ใจของบริษัทกับชุมชนรอบข้างรวมถึงผู้มีส่วนได้เสีย
- ถ่ายทอดความรู้ในการผลิตอย่างมืออาชีพโดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำเยลลี่ให้กับชุมชนรอบข้าง
- เพิ่มโอกาสในการต่อยอดสร้างอาชีพให้กับชุมชน
- พนักงานมีส่วนร่วมในการจัดทำโครงการ ซึ่งถือเป็นการทบทวนและเพิ่มความเข้าใจในการผลิตตรงกับประเด็นสำคัญทางธุรกิจของบริษัทลำดับที่ 7 การเพิ่มศักยภาพและความถนัดทางวิชาชีพ



### ผลการดำเนินโครงการ :

- สมาชิกในชุมชนเข้าร่วมการอบรมกว่า 63 คน
- ผลการประเมินความพึงพอใจในการจัดการอบรมของบริษัทได้รับคะแนนความพึงพอใจถึง 85%
- สมาชิกในชุมชนได้รับความรู้และประสบการณ์ในการผลิตอย่างมืออาชีพนำไปต่อยอดในอนาคตได้



## ลูกชุปसानสัมพันธ์ ศรีนาพรสุ่มชบ

“ถ่ายทอดความรู้ในการกระบวนการผลิตขนมอย่างมืออาชีพโดยการสอนนักเรียนท่าบมไทย ลูกชุป ”

### วัตถุประสงค์โครงการ :

- เพิ่มการมีส่วนร่วมและแสดงถึงความใส่ใจของบริษัทกับชุมชนรอบข้าง รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่า
- เพื่อให้นักเรียนและบุคลากรของโรงเรียนมีแนวปฏิบัติเกี่ยวกับสุขลักษณะที่ดีในการเป็นผู้ผลิตอาหาร
- พนักงานมีส่วนร่วมในการจัดทำโครงการ ซึ่งถือเป็นการทบทวนและเพิ่มความเข้าใจในการผลิตตรงกับประเด็นสำคัญทางธุรกิจของบริษัทลำดับที่ 7 การเพิ่มศักยภาพและความถนัดทางวิชาชีพ

### ผลการดำเนินโครงการ :

- นักเรียนและบุคลากรเข้าร่วมการอบรมกว่า 33 คน
- ผลการประเมินความพึงพอใจในการจัดการอบรมของบริษัทได้รับคะแนนความพึงพอใจถึง 88.89%
- นักเรียนทั้งหมดทำแบบทดสอบสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหารได้คะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของแบบทดสอบ
- นักเรียนและบุคลากรที่เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้และประสบการณ์ในการผลิตอย่างมืออาชีพ และสามารถนำไปต่อยอดในอนาคตได้



SNNP ส่งเสริมกีฬาเพื่อสังคมที่ยั่งยืน “ส่งเสริมพนักงานให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคม โดยสนับสนุนให้เยาวชนมีโอกาสสู่นักกีฬาอาชีพและสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศในอนาคต”

### วัตถุประสงค์โครงการ :

- เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทกับชุมชนและสังคม
- เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพที่ดีจากการออกกำลังกายและเล่นกีฬา
- ส่งเสริมและสนับสนุนให้เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีโอกาสเป็นนักกีฬาอาชีพและสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย
- บรรลุเป้าหมายด้านมิติสังคม ตามกรอบหุ้นยั่งยืนในหมวดการมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคมของบริษัท

### ผลการดำเนินโครงการ :

- นักกีฬาและเยาวชนสมัครเข้าร่วมโครงการจำนวน 22 ท่าน
- ผู้บริหารและพนักงานผู้บริหารและพนักงานบริษัท มีส่วนร่วมกับโครงการจำนวน 14 ท่าน
- ผู้บริหารและพนักงานบริษัท มีส่วนร่วมในการเล่นกีฬาร่วมกับนักกีฬาและเยาวชนที่สมัครเข้าร่วมโครงการ
- สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัท พนักงาน สังคมและชุมชน



ศรีน่านพรส่งเสริมพนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม

จากความสำเร็จในระดับองค์กร สะท้อนแนวความคิดการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการของเสียแต่ละประเภท ให้หมุนเวียนกลับไปสร้างคุณค่าด้วยกระบวนการที่เหมาะสม นำไปสู่การขยายผลต่อชุมชนในเขตโรงเรียนบ้านหนองแร้ง จ.ราชบุรี ภายใต้ชื่อ ฮาวทูทิ้ง...ขยะให้ถูกสี่ (STATE 2) เชื่อมโยงการจัดการขยะระหว่าง บ้าน-โรงเรียน-ธนาคารขยะ เพื่อสร้างต้นแบบการบริหารจัดการทรัพยากรและขยะตั้งแต่ต้นทาง โดยมุ่งเน้นให้เยาวชนและเครือข่ายที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดเก็บและคัดแยกขยะที่ถูกต้องเพื่อนำไปรีไซเคิลได้ โดยเริ่มต้นจากที่โรงเรียนไปจนถึงครัวเรือน ร่วมกันสร้างการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมที่ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์โครงการ คือ การลดปริมาณขยะ จัดระบบการแยกขยะตามประเภทต่าง ๆ เพื่อลดภาระในการกำจัดขยะให้น้อยที่สุด ควบคู่กับเพิ่มปริมาณขยะรีไซเคิล เน้นการสร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ ผ่านการฝึกปฏิบัติและให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ จากทีมผู้เชี่ยวชาญของ SNNP ตลอดจนงานสร้างฐานเรียนรู้ในโรงเรียนเพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอน ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง ปลุกจิตสำนึกเรื่องการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด มุ่งให้เยาวชนเกิดพฤติกรรม แยกให้เป็น ทิ้งให้ถูก พร้อมนำการเรียนรู้จากโรงเรียนต่อยอดสู่ครอบครัวและชุมชน

จากภายในสู่ภายนอก : โครงการจัดการขยะโดย SNNP

ผลการดำเนินโครงการ : ฮาวทูทิ้ง...ขยะให้ถูกสี่ (STATE 2)

- นักเรียนและบุคลากรในโรงเรียนมีความรู้ความเข้าใจในการคัดแยกขยะ และสามารถทิ้งขยะได้ถูกตั้งแต่ละประเภท และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในครัวเรือนได้
- มูลค่าของขยะที่ขายได้เฉลี่ย 1,000 บาท/เดือน
- มีรายได้กลับสู่โรงเรียนและชุมชน



3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING

4 QUALITY EDUCATION

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

## รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ

บริษัท ศรีน่านพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) สาขานนเศรษฐกิจ 0001 และสาขาอ้อมน้อย 0003 ได้รับรางวัลเกียรติยศมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ (CSR-DIW CONTINUOUS AWARD) โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ประจำปี 2566

สาขาพุทธมณฑลสาย 5 0002 และสาขาราชบุรี 0004 ได้รับรางวัลเกียรติยศมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ (CSR-DIW AWARD) โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ประจำปี 2566



โครงการ CSR-DIW เป็นโครงการของกระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม กำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการประกอบกิจการภาคอุตสาหกรรมไปสู่การเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและพัฒนาชุมชนที่อยู่อาศัยบริเวณโดยรอบ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจจากภาคประชาชนในการประกอบกิจการของภาคอุตสาหกรรม และการพึ่งพาเกื้อกูลกันในสังคม ส่งผลให้เกิดการพัฒนาภาคเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนต่อไป

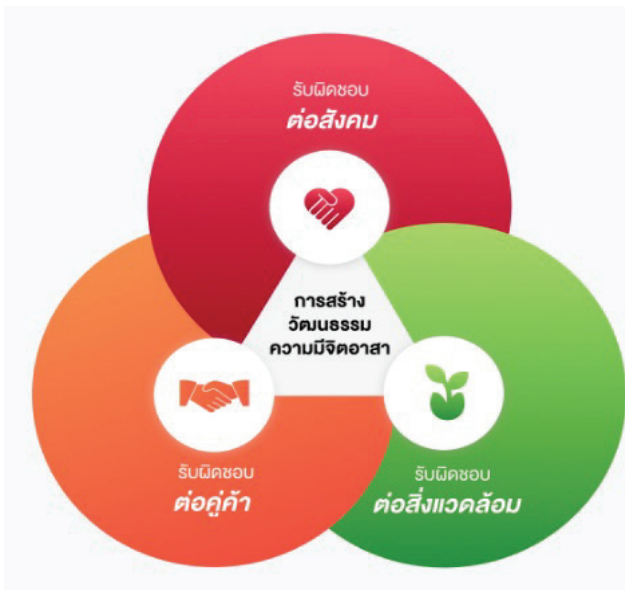


**เป้าหมายดำเนินงาน 2567**  
บริษัทตั้งเป้าหมายให้ทุกสาขา  
ดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการ  
CSR-DIW Continuous  
อย่างต่อเนื่อง

ศรีน่านพรเพื่อสังคมมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ESG

บริษัท ศรีน่านพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) (SNNP) ยึดมั่นในปรัชญาการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างอุตสาหกรรม สิ่งแวดล้อม และประโยชน์สุขของชุมชน ปฏิบัติตามข้อกำหนดอื่น ๆ ตามมาตรฐานสากล เพื่อพัฒนาสร้างรากฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง การให้องค์ความรู้แก่ชุมชน การยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชน และการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมชุมชน เพื่อลดและควบคุมผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น ตลอดจนการสร้างคุณค่าร่วมกันต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน

บริษัท ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือดูแลความเป็นอยู่ของชุมชนรอบข้างในหลาย ๆ เรื่อง มีการเข้าร่วมกิจกรรมทำความสะอาด Big Cleaning day ร่วมกับชุมชน ร่วมมอบผลิตภัณฑ์บริษัท เสริมสร้างกำลังใจและสนับสนุนกิจกรรมในชุมชนอย่างต่อเนื่อง



กิจกรรมทำความสะอาด Big Cleaning day ร่วมกับชุมชน สนับสนุนของรางวัล กิจกรรมวันเด็ก ณ เทศบาลอ้อมน้อย

บริษัท เล็งเห็นความสำคัญในการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นที่ดั้งเดิม พร้อมส่งเสริมเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ให้ขยายผลกลายเป็นการเพิ่มมูลค่าให้ชุมชนได้และก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานในโรงงานกับประชาชนในพื้นที่ ผ่านกิจกรรมบำรุงพุทธศาสนาตามประเพณีต่าง ๆ



SNNP ส่งมอบโอกาสสู่สังคม

บริษัทสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อดำเนินกิจกรรมสาธารณประโยชน์-ให้กับศูนย์รับบริจาคเลือด ภาคบริการโลหิตในโรงพยาบาลต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย เพื่อช่วยเพิ่มปริมาณโลหิตในร่างกาย ช่วยป้องกันอาการแทรกซ้อน เช่น มึนงง อ่อนเพลีย หรือเวียนศีรษะ ภายหลังบริจาคโลหิต

SNNP สนับสนุนผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ป่วยจิตเวชและบุคลากรสถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จพระยา เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการมอบกำลังใจสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างราบรื่น



SNNP สนับสนุนผลิตภัณฑ์ของบริษัท ให้กับสถานีตำรวจนครบาลลำผักชี เพื่อใช้ในกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ตามโครงการสร้างภูมิคุ้มกันต้านภัยอาชญากรรมทางเทคโนโลยี หรือไซเบอร์วักซัน และโครงการครูตำรวจแควร์

SNNP ได้มอบผลิตภัณฑ์บริษัท ให้แก่เด็ก ๆ มูลนิธิธรรมานุรักษ์ จังหวัดกาญจนบุรี

SNNP ได้มอบผลิตภัณฑ์บริษัท และเลี้ยงอาหารกลางวัน ณ มูลนิธิบ้านเด็กอ่อนในสลัม



SNNP สนับสนุนกิจกรรมพิเศษ สมทบทุนช่วยเหลือคนพิการที่อยู่ในสภาวะยากลำบาก พร้อมทั้งสนับสนุนกิจกรรมอื่นเป็นประโยชน์สาธารณะแก่ชมรมผู้ปกครองคนพิการทางสติปัญญา จังหวัดสมุทรสาคร

การส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม และการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าบริษัทตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน บริษัทจึงมีนโยบายที่จะดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน



**บริษัท ศรีนนาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)  
(สำนักงานใหญ่)**

325/6-9 ถนนหลานหลวง  
แขวงสี่แยกมหานาค เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300  
โทร : 02 6280408  
Email : [contact@snp.co.th](mailto:contact@snp.co.th)  
[www.snp.co.th](http://www.snp.co.th)