

รายงานเพื่อความยั่งยืน ประจำปี 2567

ความสำเร็จ
ร่วมกันอย่างยั่งยืน



- ธุรกิจ...ก้าวหน้า
- พนักงาน...มั่นคง
- สังคม...ยั่งยืน



เส้นทาง..ธุรกิจที่ยั่งยืน



แนวปฏิบัติความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ของกลุ่มบริษัทพีเอ็มอี

ภายใต้สภาพแวดล้อมของสังคมในปัจจุบันที่เผชิญกับปัญหาที่มีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น ทั้งด้านเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ความเหลื่อมล้ำทางสังคม ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิต ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบการเกิดภัยธรรมชาติ ทั้งเรื่องของไฟฟ้า การเกิดน้ำท่วมในหลายพื้นที่ การขาดแคลนน้ำสะอาด ทำให้พืชผลทางการเกษตรได้รับความเสียหาย เป็นต้น ด้วยเหตุเช่นนี้จึงมีความจำเป็นที่ทุกภาคส่วนจะต้องให้ความร่วมมือในการสร้างการเปลี่ยนแปลงเพื่อไปสู่การแก้ไขปัญหาเหล่านี้ให้หลุดพ้น

จากประเด็นปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทางสังคมนั้น กลุ่มบริษัทพีเอ็มอีได้นำ “**เส้นทางการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน (PREMIER WAY)**” เพื่อมาเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยกันแก้ไขปัญหาทางสังคมที่ได้กล่าวมาข้างต้น โดยได้ใช้ความเชี่ยวชาญในด้านบริหารจัดการ พร้อมกับทรัพยากรและศักยภาพทางธุรกิจที่มีอยู่ อีกทั้งหลักปฏิบัติโดยการยึดถือคุณค่าหลักทั้ง 5 ด้านของกลุ่มบริษัท อันได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ การผานความรู้ การเน้นเรื่องของคุณภาพ ความมีคุณธรรมและจริยธรรม และการได้รับประโยชน์ร่วมกันของผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีการปลูกฝังให้พนักงานเกิดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาผ่านการปฏิบัติงาน และการดำเนินกิจกรรมเพื่อร่วมกันสร้างประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ในการสร้าง “**ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน**” (Harmonious Alignment of Success) ระหว่างความเข้มแข็งของการดำเนินธุรกิจ พนักงานที่มีความมั่นคง และสังคมที่มีความเจริญก้าวหน้า



การใช้แนวความคิดใหม่ๆ เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

โดยผสานความรู้และความสามารถของพนักงานทุกคน ส่งเสริมให้เกิดคุณภาพในทุกด้าน โดยคำนึงถึงหลักคุณธรรมจริยธรรม
ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและยึดหลักธรรมาภิบาล ก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่มูลค่า

ในส่วนของบริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยนั้น ได้ดำเนินธุรกิจด้วยการสร้างคุณค่าในการยกระดับการทำงานร่วมกับสมาชิกที่อยู่ในห่วงโซ่ธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ซึ่งครอบคลุมด้านการผลิต ตั้งแต่การคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบเพื่อพัฒนาให้เป็นไปอย่างมีคุณภาพ มีการคำนึงถึงความปลอดภัยและหลักธรรมาภิบาลที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาได้ อีกทั้งการกำกับดูแลกระบวนการผลิตให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีการควบคุมสินค้าคงเหลือในแต่ละขั้นตอนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และหาทางลดปริมาณของเหลือทิ้ง ในด้านการจัดจำหน่ายจนถึงมือผู้บริโภคนั้น ได้มีการจัดเส้นทางขนส่งสินค้า โดยคำนึงถึงการลดมลภาวะต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าที่มีความสดใหม่ยังทุกพื้นที่และทุกช่องทาง การจัดจำหน่ายของกิจการ ทั้งนี้เพื่อเป็นการต่อยอดการสร้างคุณค่าตลอดห่วงโซ่การดำเนินธุรกิจของบริษัทให้ประสบความสำเร็จและคงความเข้มแข็งในระยะยาวสืบไป

สารบัญ

หน้าที่

สารจากคณะกรรมการบริษัท	4
ขอบเขตการรายงานเพื่อพัฒนาความยั่งยืน	6
ข้อมูลทั่วไปของบริษัท	8
ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน	12
การชี้แจงและวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	16
สรุปประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	21
รางวัลจากผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน	25
สรุปผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปี 2567	27

สร้างคุณค่าในห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

คุณค่าและความเชื่อทางธุรกิจ	29
การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงองค์กร	34
การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	39
การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน	48

สร้างคุณค่าเพื่อพนักงานมั่นคง (สังคมภายใน)

การบริหารจัดการพนักงาน	53
การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน	58
การบริหารจัดการความปลอดภัยในการทำงาน	60

สร้างคุณค่าเพื่อสังคมมั่นคง (สังคมภายนอก)

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร	64
การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม	93

สร้างคุณค่าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	95
การบริหารจัดการพลังงาน	96
การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ	98
การบริหารจัดการของเสียในกระบวนการผลิต	100
การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก	104
การอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ	107
การประเมินมูลค่าความหลากหลายทางชีวภาพของระบบนิเวศ	113

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน ESG Metrics	115
--------------------------------------	-----



สารจากคณะกรรมการบริษัท



ภายใต้สถานการณ์สังคมและสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่ก่อเกิดปัญหาหลากหลายต่างๆ ที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ทั้งปัญหาด้านเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ความเหลื่อมล้ำทางสังคม ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งล้วนส่งผลกระทบทางลบต่อการดำรงชีวิต ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของกำลังซื้อที่หดตัว พฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยที่เปลี่ยนไป การเกิดภัยธรรมชาติน้ำท่วมในหลายพื้นที่ การขาดแคลนน้ำสะอาด ความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งปัญหาการขาดธรรมาภิบาลในหลายระดับ ซึ่งได้กลายเป็นความท้าทายต่อการดำเนินธุรกิจโดยรวม

ดังนั้น บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย จึงต้องการดำเนินธุรกิจบนความเชื่อที่ว่าลูกค้าของบริษัททั้งผู้บริโภคโดยทั่วไปและผู้ใช้สินค้าอย่างสัต์ว์เล็้ง ต่างมีสิทธิในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณภาพ และได้อย่างเพียงพอและเท่าเทียมกัน ก่อให้เกิดความสุขและการมีสุขภาพที่ดี ผ่านการส่งมอบคุณค่าอย่างต่อเนื่องบนเส้นทางการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน (PREMIER WAY) ที่สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมีจุดมุ่งหมายของ “ความสำเร็จร่วมกัน (Harmonious Alignment of Success)” ระหว่างธุรกิจที่ดำเนินงานอย่างโปร่งใสพนักงานที่มีอนาคตอันมั่นคงตลอดจนสังคมแห่งความอยู่ดีมีสุข

ในปี พ.ศ.2567 ที่ผ่านมาบริษัทฯ ยังคงพัฒนาเพื่อยกระดับการทำงานร่วมกับผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง โดยนำประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมมาร่วมพิจารณาในการกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ พร้อมกับนำความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจที่มีอยู่ เข้าไปสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการเข้าไปช่วยแก้ไขปัญหาสังคมในประเด็นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน การส่งเสริมด้านสาธารณสุข การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ การส่งเสริมด้านธรรมาภิบาล และการต่อต้านคอร์รัปชัน อันเป็นไปตามแนวปฏิบัติและคุณค่าหลักของบริษัท เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนต่อไป

ในนามคณะกรรมการของบริษัท พีริเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ใคร่ขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ที่ได้ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อยเป็นอย่างดีตลอดมา บริษัทมีความมุ่งมั่นว่า จะยังคงดำเนินธุรกิจให้เกิดความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน บนความสมดุลระหว่างความเข้มแข็งของธุรกิจ พนักงานที่มีความเป็นอยู่อย่างมั่นคง ตลอดจนสังคมที่ได้รับการพัฒนาให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป



คณะกรรมการบริษัท พีริเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)



ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน



รายงานฉบับนี้เป็นรายงานความยั่งยืนประจำปี ที่ 10 จัดทำขึ้นเพื่อถ่ายทอดเผยแพร่ต่อสาธารณะถึงแนวคิดและวิถีปฏิบัติสู่ความยั่งยืนของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยอย่างโปร่งใสและต่อเนื่อง ซึ่งข้อมูลในรายงานฉบับนี้รวบรวมข้อมูลผลการดำเนินงานตลอดปี 2567 รอบการรายงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม จนถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2567

แนวทางและรูปแบบของการรายงาน

รายงานฉบับนี้ มีความมุ่งหวังที่จะถ่ายทอดจุดมุ่งหมาย แนวปฏิบัติและการดำเนินงานในการสร้างความยั่งยืนของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่านรับรู้และเข้าใจถึงภารกิจของ บริษัทและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าพวกเราทุกคนจะผนึกกำลัง ร่วมแรงร่วมใจในการสร้างความยั่งยืนสู่สังคมร่วมกัน ทั้งนี้บริษัทได้จัดทำรายงานอ้างอิงให้มีความสอดคล้องตามดัชนีชี้วัดด้านความยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์ (ESG Metrics)

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ท่านสามารถดาวน์โหลดรายงานฉบับนี้ รวมทั้งรายงานประจำปี ได้จากเว็บไซต์ของ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) Website : www.premier-marketing.co.th หรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ ที่อยู่ : เลขที่ 1 พรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250 โทรศัพท์ 02-301-1800 โทรสาร 02-301-1830 อีเมล : ir@pm.premier.co.th

ขอบเขตการจัดทำรายงาน

รายงานฉบับนี้เป็นรายงานความยั่งยืนประจำปี 2567 จัดทำเพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานของบริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยในประเทศไทย (“บริษัท”) ดังข้อมูลที่แสดงในตารางด้านล่างนี้

รายชื่อบริษัทที่อยู่ในขอบเขตของรายงานความยั่งยืนประจำปี 2567

รายชื่อบริษัท/ธุรกิจ	ผลการดำเนินงานด้านพนักงาน/สังคม					ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม			
	การบริหารจัดการพนักงาน	สิทธิมนุษยชน	สภาพแวดล้อมและความปลอดภัย	การมีส่วนร่วมของพนักงาน	การมีส่วนร่วมชุมชนและสังคม	พลังงาน	น้ำ	ของเสีย	ก๊าซเรือนกระจก
1.บริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.บริษัท พี.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3.บริษัท ฟรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4.บริษัท ฟรีเมียร์ โฟรเซน โปรดักส์ จำกัด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5.บริษัท มิวนา จำกัด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓





ข้อมูลทั่วไปของบริษัท



บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)
สำนักงาน : เลขที่ 1 พรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ถนนศรีนครินทร์
แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250



วันจดทะเบียน : วันที่ 27 พฤษภาคม 2551
จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



ทุนจดทะเบียนบริษัท : 558,120,000 บาท



ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้า จัดจำหน่ายและเป็นตัวแทน
จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท





วิสัยทัศน์

ผู้นำธุรกิจที่มุ่งสร้างความสำเร็จร่วมกับทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันส่งมอบคุณประโยชน์ให้ผู้บริโภคและสัตว์เลี้ยง ที่ยึดมั่นในคุณประโยชน์ โภชนาการ คุณภาพ ความปลอดภัย การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ด้วยความโปร่งใสและยั่งยืน



พันธกิจหลัก

- นำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าและคุณภาพ ที่พิสูจน์ ตรวจสอบและสอบทานกลับได้
- สนับสนุนแนวคิดสร้างสรรค์และผลักดันให้เกิดการพัฒนาในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง
- ดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ส่งเสริมการผสมผสานความรู้และประสบการณ์ระหว่างกัน เพื่อยกระดับห่วงโซ่อุปทานสินค้าและบริการ ตลอดจนมาตรฐานการปฏิบัติงาน
- ยึดหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมความมีคุณธรรมและจริยธรรมบนความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม



เป้าหมายของบริษัท

บริษัทมีทิศทางการดำเนินธุรกิจในการสร้างความเติบโตอย่างต่อเนื่องและมั่นคงใน 4 แนวทางหลัก ดังนี้

- การรักษาและเพิ่มความเข้มแข็งฐานธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งธุรกิจในและนอกกลุ่มอาหาร (Food และ Non-Food) ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี
- การพัฒนาธุรกิจและนำเสนอสินค้าใหม่ๆ โดยการอาศัยความเข้มแข็งของระบบการจัดจำหน่ายที่บริษัทมีอยู่ในปัจจุบัน
- การเปิดตลาดใหม่โดยเน้นสินค้าที่เป็นตราสินค้าของบริษัทและบริษัทย่อย
- การมองหาโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจ ด้วยการร่วมทุนกับพันธมิตรที่มีความรู้ความสามารถ

ความมุ่งมั่นขององค์กร (Brand Essence)

“ส่งมอบคุณค่า อย่างมีคุณภาพ (Deliver Value with Quality)”



ภาพแสดงองค์ประกอบของความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน



ธุรกิจของบริษัท

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวและผลิตภัณฑ์ลูกอม ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัวและผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง โดยสินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายในประเทศทั้งหมด ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ทั้งช่องทางการจำหน่ายแบบร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) โดยมีร้านค้ากว่า 100,000 แห่งทั่วประเทศ ช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศและช่องทางออนไลน์ในประเทศ สำหรับผลิตภัณฑ์ “ปลาสวรรค์ทาโร”

ในปัจจุบันบริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 4 แห่ง คือ บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด (PCI) บริษัท พรีเมียร์ โพรเซส โปรดักส์ จำกัด (PFP) บริษัท พีเอ็ม เอสอี จำกัด (PMSE) ซึ่งบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วในแต่ละบริษัท โดยบริษัทย่อยทั้ง 4 แห่ง ประกอบธุรกิจดังนี้

1. บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทปลาเส้นและปลาแผ่นที่รู้จักกันในชื่อ “ปลาสวรรค์ ทาโร” ผลิตภัณฑ์ของ PMF มีการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ และได้มอบหมายให้บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว

2. บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด (PCI) ผลิต แปรรูป และจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงเป็นหลัก ภายใต้เครื่องหมายการค้า “แอทลาส” (Atlas) ประกอบด้วยวัตถุดิบที่ได้จากทะเล เช่น ปลาทูน่า ปลาแซลมอนและวัตถุดิบจากฟาร์มเลี้ยง เช่น สัตว์ปีก สัตว์บก บรรจุในถุง (Pouch) บรรจุกระป๋อง (Canned) และบรรจุใน Plastic Cup โดยส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ เช่น ในทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่นและตะวันออกกลาง นอกจากนี้ ยังประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า “คิงส์ คิทเชน” ได้แก่ ซอสมะเขือเทศ ซอสพริก ซอสสาหร่าย ซอสพริกไทยดำ

3. บริษัท พรีเมียร์ โพรเซส โปรดักส์ จำกัด (PFP) ผลิตอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทยังให้บริการรับฝากแช่ผลิตภัณฑ์ในห้องเย็น รวมทั้งยังมีการพัฒนาโครงการใหม่ๆ เพื่อเพิ่มรายได้และผลตอบแทน นอกจากนี้ ยังได้ให้เข้าพื้นที่กับบริษัท มีวนา จำกัด ในการผลิตกาแฟอีกด้วย

4. บริษัท พีเอ็ม เอสอี จำกัด (PMSE) ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อ 10 เมษายน 2558 โดยมีวัตถุประสงค์ด้านลงทุนในธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อต่อยอดคุณค่าหลักของบริษัทด้านความยั่งยืนของสังคม และดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟอินทรีย์ภายใต้ชื่อแบรนด์ “มีวนา” โดย PMSE มีการลงทุนในบริษัทที่เกี่ยวข้องดังนี้

4.1 บริษัท มีวนา จำกัด (MIVANA) (เดิมชื่อ บริษัท กรีนเนท เอสอี จำกัด) โดยถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 97.85 ส่วนอีกร้อยละ 2.15 ถือโดยมูลนิธิสายใยแผ่นดิน MIVANA เป็นกิจการที่ส่งเสริมการปลูกกาแฟภายใต้ร่มเงาต้นไม้ใหญ่ เพื่อเป็นการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ต้นน้ำลำธาร ควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพกาแฟของเกษตรกรเข้าสู่ระบบการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรกาแฟอินทรีย์ที่ปลูกเพื่อการศึกษาและดูแลผืนป่า โดยการทำงานร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด นอกจากจะเกิดประโยชน์ต่อสังคมดังกล่าวมาข้างต้นแล้วยังจะทำให้ได้กาแฟอินทรีย์ที่มีคุณภาพ โดย MIVANA จะเป็นผู้รับซื้อผลผลิตกาแฟอินทรีย์ของเกษตรกรในระบบการค้าที่เป็นธรรมและนำมาแปรรูปและบรรจุต่อไป ภายใต้เครื่องหมายการค้า “มีวนา”

4.2 บริษัท เดอะ กู๊ด ดริงค์ จำกัด (TGD) โดยเข้าถือหุ้นเพิ่มขึ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 (ปี 2562 ร้อยละ 49.99) ประกอบธุรกิจเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟพร้อมดื่มและให้สิทธิแก่บริษัทย่อยของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่พัฒนารวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นที่มีกาแฟเป็นส่วนผสม

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

ประเภทของรายได้	ดำเนินการโดย	สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท	2567		2566		2565	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า	PM / PMF / SZPM / PMSE	100.00	2,868	57.92	2,744	64.17	3,200	63.14
ผลิตอาหารปลาทูน่า อาหารทะเลสำเร็จรูป อาหารสัตว์เลี้ยง และซอส	PCI	100.00	2,040	41.21	1,455	34.03	1,789	35.30
ผลิตอาหารแช่แข็งและให้บริการพื้นที่ห้องเย็น	PFP	100.00	9	0.19	48	1.12	41	0.81
รายได้อื่น	บริษัทและบริษัทย่อย	-	34	0.69	29	0.68	38	0.75
รายได้รวม			<u>4,952</u>	<u>100</u>	<u>4,276</u>	<u>100.00</u>	<u>5,068</u>	<u>100.00</u>

เปรียบเทียบสัดส่วนรายได้ระหว่าง ปี 2567-2566





ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

การใช้ความเชี่ยวชาญของธุรกิจเพื่อแก้ปัญหาสังคม

ปัญหาความมั่นคงของแหล่งอาหาร ส่งผลกระทบไปทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง ประชาชนทั้งหมดอาจไม่ได้รับอาหารที่มีความปลอดภัย และมีโภชนาการที่ดีอย่างเพียงพอ บริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจด้วยการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ สร้างคุณค่าให้กับสังคม เพื่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน บริษัทมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืนตลอดห่วงโซ่ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ใส่ใจในคุณภาพตั้งแต่ต้นน้ำ ร่วมกับคู่ค้าในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างวัตถุดิบ ด้วยแนวคิดในการรักษาทรัพยากรให้เกิดความยั่งยืน คำนึงถึงหลักสิ่งแวดล้อม สังคม และหลัก ธรรมชาติ ยึดหลักความปลอดภัยด้านอาหารตามมาตรฐานระดับสากล สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบได้ ผ่านกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ ด้านกระบวนการผลิตสินค้า มีการคำนึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ไม่ว่าจะเป็นการใช้พลังงาน น้ำ เชื้อเพลิง ไฟฟ้า เพื่อลดมลภาวะต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานสะอาดทดแทน ด้วยการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ของอาคารโรงงานผลิตเพิ่มขึ้น ในพื้นที่ของบริษัทย่อย รวมถึงมีกระบวนการนำน้ำเสียที่บำบัดแล้วกลับมาใช้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ ยังคำนึงถึงการบริหารจัดการให้เกิดของเสียน้อยที่สุด ด้วยการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าในการคิดสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดประโยชน์ร่วมกัน เช่น การลดของที่เหลือของวัตถุดิบจากกระบวนการผลิต (Waste) มาพัฒนาเป็น Co-Product ที่ช่วยทดแทนการใช้วัตถุดิบประเภทเดิม เพื่อเสริมสร้างคุณค่าทางโภชนาการให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวัตถุดิบที่เหลือจากกระบวนการผลิต โดยมีการทำงานร่วมกับโครงการ ฟู๊ด ฟอรั่ กู๊ด มุลติทิวพัฒนา เพื่อส่งเสริมให้เด็กได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์และร่วมแก้ปัญหาภาวะทุพโภชนาการในเด็ก เป็นการใช้วัตถุดิบที่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างคุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด

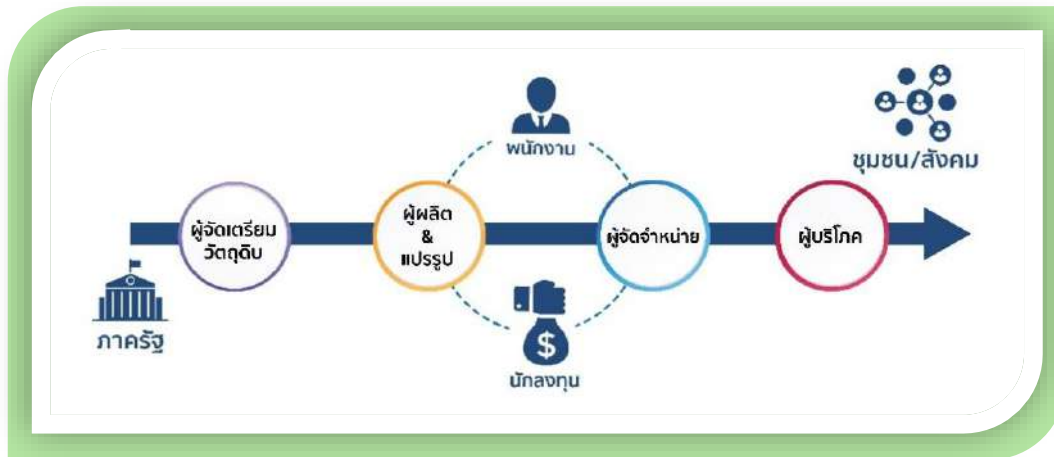
อีกทั้งบริษัทมองหาโอกาสใหม่ๆ ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีคุณค่าทางโภชนาการที่ดีต่อสุขภาพ เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในสังคม ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน เช่น การลดปริมาณโซเดียมที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพในผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว การสร้างความยั่งยืนของป่าต้นน้ำด้วยการสร้างความร่วมมือกับเกษตรกร ขยายพื้นที่ปลูกกาแฟอินทรีย์รักษาป่า รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่จะตอบโจทย์ต่อสภาพสังคมที่เข้าสู่สังคมผู้สูงวัยมากขึ้นในอนาคต

การเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งและกระจายสินค้า เป็นอีกด้านที่บริษัทมุ่งเน้นพัฒนาต่อเนื่อง โดยมีการเพิ่มศักยภาพพนักงานให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือต่างๆ เช่น ระบบการสั่งซื้อและการติดตามการขนส่งผ่านโปรแกรม PMCAS (PM Credit Approval System II) เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อ สามารถติดตามการจัดส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมุ่งมั่นขยายผลพัฒนาระบบการขนส่งที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น เครือข่ายการขนส่งแบบตรง (Direct shipment) จากผู้ผลิตไปยังร้านค้าปลีกหรือลูกค้ารายย่อยในแต่ละราย โดยไม่ผ่านคลังสินค้าหรือศูนย์กระจายสินค้า อันเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าและกระจายสินค้า ช่วยลดระยะทางในการขนส่งสินค้า ลดการใช้พลังงานเชื้อเพลิงจากการขนส่ง และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อีกด้วย

ทั้งหมดนี้เพื่อเป้าหมายการสร้างความยั่งยืนให้กับสังคมผ่านการใช้ความเชี่ยวชาญ และศักยภาพที่ธุรกิจมีอยู่ ตลอดจนการสรรสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่เพื่อความสำเร็จที่ยั่งยืนร่วมกัน

การดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

บริษัทพิจารณาความสมดุลระหว่างการเติบโตของธุรกิจและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งที่อยู่ภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งการสร้างความร่วมมือเพื่อการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจและสังคม เพื่อร่วมกันขยายผลให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนร่วมกัน ไม่ว่าพันธมิตรนั้นจะอยู่ส่วนใดในห่วงโซ่ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งรวมไปถึงผู้สรรหาวัตถุดิบ ผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย ที่มีแนวทางการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาความร่วมมือ “การยกระดับห่วงโซ่คุณค่า” (Value Chain Enhancement) ของบริษัท



ภาพแสดงแนวทางการยกระดับห่วงโซ่คุณค่า

แนวทางการทำงานร่วมกับคู่ค้าพันธมิตรเพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 4 แนวทาง คือ

1. สร้างระบบนิเวศที่เป็นธรรมและเปิดกว้าง ด้วยการแข่งขันที่เสรีและมีมาตรฐานราคาที่เป็นธรรม
2. ค้นหาและพัฒนาศักยภาพและจุดแข็งของผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านการสร้างความร่วมมือ แสวงหาจุดร่วมที่ทุกฝ่าย ได้ประโยชน์ และมีการเชื่อมโยงองค์ความรู้ การพัฒนาทักษะและศักยภาพของผู้มีส่วนได้เสีย
3. สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมใหม่ ยกกระตือรือร้นการทำงานของผู้มีส่วนได้เสีย ชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนา และสนับสนุนทรัพยากรในด้านต่างๆ ทั้งองค์ความรู้ บุคลากร
4. การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้รับประโยชน์ เช่น ลูกค้า โดยสื่อสารเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและพัฒนากิจกรรมสร้างความเชื่อมโยงในห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับประโยชน์ในระยะยาว



พนักงาน หัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนสู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

บริษัทตระหนักดีว่าการสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนนั้น ผู้ที่มีบทบาทสำคัญยิ่ง คือ พนักงานที่เป็นผู้ขับเคลื่อนทั้งการใช้ความเชี่ยวชาญในการทำงานเพื่อร่วมแก้ปัญหาสังคม การร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสังคมยั่งยืน ทั้งในด้านสภาวะแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการปลูกฝังจิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับพนักงาน ผ่านการนำคุณค่าหลักไปปฏิบัติอย่างเข้มแข็ง จนเกิดเป็นคุณลักษณะประจำตัวของพนักงานในกลุ่มบริษัทพีเอ็มอี

บริษัทได้เปิดโอกาสให้พนักงานได้ลงมือปฏิบัติร่วมพัฒนาสังคม โดยร่วมมือกับมูลนิธิ โครงการต่างๆ และองค์กรความร่วมมือต่างๆ ที่ครอบคลุมประเด็นปัญหาสังคมที่หลากหลาย ทั้งการพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน การยกระดับคุณภาพการศึกษา การแก้ปัญหาภาวะทุพโภชนาการเด็ก ด้านสภาวะสิ่งแวดล้อม กลไกการมีส่วนร่วมเพื่อสังคมที่ยั่งยืน โดยมีเป้าหมายเพื่อให้พนักงานได้เข้าใจถึงปัญหาสังคมอย่างถ่องแท้และตระหนักถึงศักยภาพของตนเองที่ได้ร่วมลงมือปฏิบัติเพื่อสร้างสังคมที่ดี



คุณเอี้ยว พัทธพงษ์ บัญญาศรี (Mivana)

“วันนี้ มีวนา มาออกบุญจำหน่ายกาแฟและรายได้จากการจำหน่ายกาแฟทั้ง 2 วัน จะเป็นกองทุนให้กับพนักงานของมีวนาได้เข้าไปช่วยเหลือเรื่องปัญหาไฟฟ้าที่จังหวัดเชียงราย ในการทำแนวกันไฟ ทั้งในพื้นที่เพาะปลูกกาแฟมีวนาและพื้นที่ใกล้เคียง ที่ครอบคลุมทั้งหมด ในโซนเชียงราย ซึ่งมีวนาก็เข้าร่วมกับงาน Good Society Day มาต่อเนื่อง เพื่อต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสังคมดีในด้านสิ่งแวดล้อม”

good
society
day



คุณจ๊อบ กันยา เมืองอินทร์ (PCI)

“เป็นครั้งแรกที่ได้มาร่วมงานภาคสังคม เพราะเห็นโอกาสและสิ่งที่จะได้รับจากโครงการนี้ เราทำหน้าที่เชิญชวนภาคธุรกิจ พาชชมงานแนะนำให้เขาได้รู้จักและเชื่อมต่อให้โครงการเหล่านี้ ได้มีทุนสนับสนุนหรือได้ความร่วมมืออื่นๆ เพิ่มขึ้น และพัฒนาต่อไปได้อีก ดีใจที่ได้มาเป็นส่วนหนึ่งในการเป็นจุดเล็กๆ ที่เชื่อมต่อกันภาคสังคมและภาพธุรกิจ”

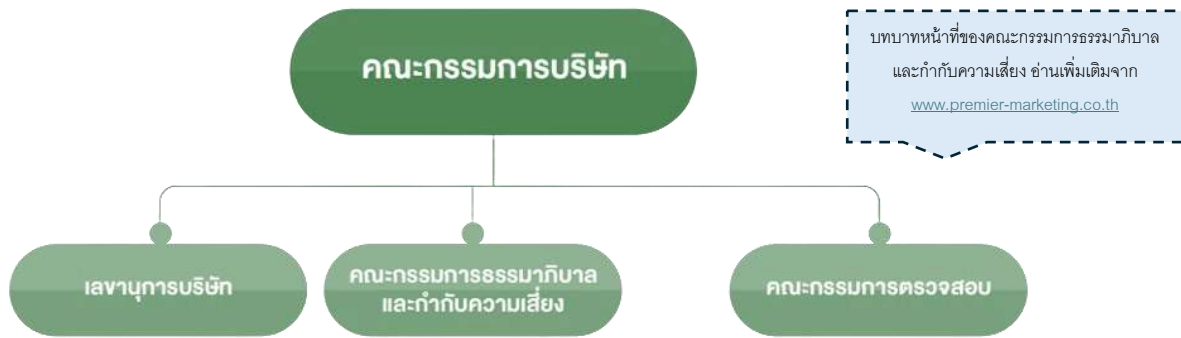


ตลอดระยะเวลาบริษัท ได้ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย จึงกำหนดให้มีนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส ระหว่างบริษัทและพนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้ส่งมอบ คู่ค้า ผู้บริโภค ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาระดับมาตรฐานการปฏิบัติงานในห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจให้เติบโตไปด้วยกันอย่างเข้มแข็ง ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้พัฒนากลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่ได้รับการทบทวนทุกปี โดยคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยงและคณะผู้บริหารผ่านการบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้มั่นใจจะสามารถทำการส่งมอบคุณค่าสินค้าและบริการอย่างมีคุณภาพ ประสบความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนตามที่ตั้งเป้าหมายไว้



โครงสร้างการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาสู่ความยั่งยืน

ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจนั้น บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)และบริษัทย่อย ได้มีการคำนึงถึงการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้มีส่วนได้เสีย เกิดความโปร่งใสตรวจสอบได้และสนับสนุนความเข้มแข็งให้กับธุรกิจในระยะยาว ดังนั้นคณะกรรมการของบริษัท จึงมีการหารือเพื่อแต่งตั้งคณะกรรมการย่อยชุดใหม่ คือ คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง โดยมีบทบาทหน้าที่ ดังรายละเอียดต่อไปนี้



ภาพแสดงโครงสร้างคณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง

บทบาทหน้าที่คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง

คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับดูแลด้านความเสี่ยง มีขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ ดังนี้

- 1) กรรมการทำหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล และให้คำแนะนำในเรื่องการบริหารจัดการด้านธรรมาภิบาลและความเสี่ยงของฝ่ายบริหาร ได้แก่ กรรมการ ผู้จัดการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทและบริษัทย่อย ดังนี้
 - ติดตามการวางกลยุทธ์และแผนงานด้านการบริหารจัดการธรรมาภิบาลของฝ่ายจัดการและการบริหารจัดการความเสี่ยงของกิจการ
 - ตรวจสอบและประเมินผลการปฏิบัติการดำเนินการตามแผนงานฯ และประเมินความสำเร็จของงาน
 - ให้คำแนะนำเพื่อการทบทวนแผนงานด้านการบริหารจัดการด้านธรรมาภิบาลและบริหารความเสี่ยงให้มีความเหมาะสม
- 2) กำหนดการประชุมกับฝ่ายจัดการของบริษัทและบริษัทย่อยเพื่อการรายงานการบริหารจัดการตามแผนฯ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง
- 3) คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยงนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- 4) ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดเกี่ยวกับธรรมาภิบาลและความเสี่ยงตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ

การบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

จากพันธกิจหลักของบริษัทที่คำนึงถึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ร่วมกันของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า การกำหนดเนื้อหาารายงานเพื่อความยั่งยืนฉบับนี้ บริษัทได้ทำการวิเคราะห์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆ ประกอบด้วย การสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย และการรับฟังความคิดเห็นจากคณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง ทั้งนี้เพื่อนำไปกำหนดแผนงาน กลยุทธ์การดำเนินงาน ตัวบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงมาตรการรับมือการเปลี่ยนแปลงให้ทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน พร้อมกับการสื่อสารถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย	การสื่อสารและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
ผู้ถือหุ้น หมายถึง นักลงทุน นิติบุคคล สถาบันที่ลงทุน	- ผลตอบแทนและการเติบโตของธุรกิจ - ดำเนินกิจการสำเร็จตามเป้าหมาย - การกำกับดูแลกิจการที่ดี	- ดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีและขยายธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน - กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและปฏิบัติตามนโยบาย	- กำหนดนโยบายจรรยาบรรณบริษัทในเรื่องข้อพึงปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น - จัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี - เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานผ่านแบบ 56-1 One Report, SD Report - กิจกรรมพบผู้ลงทุน Opportunity day - ตอบคำถามผู้ลงทุนทางโทรศัพท์ และอีเมลอย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียมกัน
พนักงาน หมายถึง ผู้บริหาร พนักงาน	- ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ - การปฏิบัติต่อบุคลากรด้วยความเป็นธรรม - การได้รับการพัฒนาความรู้ ทักษะ เพื่อความมั่นคงก้าวหน้าในอาชีพ - สภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในชีวิตและการทำงาน - การป้องกัน ดูแลรักษาสุขภาพ เพื่อเฝ้าระวังกลุ่มโรคจากพฤติกรรม การบริโภคและการใช้ชีวิตที่ไม่เหมาะสม	- พัฒนาคุณภาพชีวิตให้เกิดความมั่นคง - ดำเนินการให้สอดคล้องตามข้อกำหนด กฎหมาย และแนวปฏิบัติที่ดีตามหลักสากล - พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง - สร้างความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร - สร้างความมั่นใจในสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในการ	- ดำเนินการร่วมสำรวจค่าจ้างกับหน่วยงานภายนอก เพื่อบริหารจัดการผลตอบแทนให้สอดคล้องกับอัตราการจ้างของตลาดแรงงานอย่างต่อเนื่อง - ดำเนินการทบทวนและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) - สื่อสารสร้างความรู้ ความเข้าใจ และสนับสนุนให้พนักงานเก็บออม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพและร่วมกับสหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทฟรีเมียร์ในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้พนักงานรู้จักการออม การประหยัด มีการวางแผนการเงินเพื่อเตรียมพร้อมก่อนเกษียณอายุ - แผนงานการสร้างความรู้ความเข้าใจที่มีสุขภาพ

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย	การสื่อสารและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
	NCDs	ทำงาน - สร้างความมั่นใจในสภาพแวดล้อมและสุขอนามัยของสถานที่ทำงาน - ส่งเสริมการดูแลสุขภาพและการปรับพฤติกรรม การบริโภคและการใช้ชีวิตในที่ทำงาน	มีส่วนร่วมของพนักงาน ผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ และคณะกรรมการองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) อย่างต่อเนื่อง - แผนงานในการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของพนักงาน เพื่อเพิ่มผลลัพธ์ทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง - จัดให้มีการพัฒนาสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยอาชีวอนามัย สร้างวัฒนธรรมปลอดภัยและโครงการพฤติกรรมปลอดภัย รวมถึงการกำหนดรายการตรวจสุขภาพประจำปี ตามปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดจากแต่ละลักษณะการทำงาน - จัดให้มีแผนงานส่งเสริมให้ความรู้และกิจกรรมเชิงป้องกันกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง NCDs เพื่อเฝ้าระวังและป้องกันอย่างต่อเนื่อง - สำนักรวความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรประจำปี
ผู้บริโภค / ร้านค้า หมายถึง ลูกค้า ร้านค้า ขายส่ง-ปลีกร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (โมเดิร์นเทรด) และช่องทางขายออนไลน์	- สามารถตรวจสอบย้อนหลังถึงคุณภาพของทุกผลิตภัณฑ์ - การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตามเวลาที่กำหนดในราคาที่ เป็นธรรม - ฉลากสินค้าแสดงข้อมูลทางโภชนาการที่ครบถ้วน	- เปิดเผยข้อมูลการผลิตสินค้าให้ผู้บริโภคทราบ - นำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ - พัฒนาศักยภาพและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค	- ทบทวนโครงการตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับ (Traceability) ทั้งแหล่งที่มาของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตสินค้า คุณประโยชน์ที่ได้จากการบริโภคสินค้า และอัปเดตข้อมูลให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย - ดำเนินการตามแผนงานและสื่อสารผ่านทางการเยี่ยมเยียนร้านค้า ทั้งด้วยตนเองทางโทรศัพท์ / ทางออนไลน์ - ประชุมร่วมกับห้าง/ร้านในช่องทางขายโมเดิร์นเทรดด้วยตนเอง/ออนไลน์ทุกเดือน

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย	การสื่อสารและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
			- พัฒนาระบบการสั่งซื้อและการติดตามการขนส่งสินค้าผ่านโปรแกรม PMCAS - จัดให้มีระบบ Sales tool ในการซื้อ-ขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ในหลากหลายช่องทางต่างๆ - สำรวจความพึงพอใจผู้บริโภค / ร้านค้า - สื่อสารข้อมูลด้านโภชนาการของผลิตภัณฑ์และบริการรับซื้อโรงเรียนตลอด 24 ชั่วโมง
ลูกค้า/ ผู้ส่งมอบ หมายถึง ผู้ส่งมอบพันธมิตรทางธุรกิจ ลูกค้า (เจ้าของสินค้า)	- ผลตอบแทนและการเติบโตของธุรกิจ - มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ - จัดซื้อจัดจ้างเป็นธรรมเสมอภาคและโปร่งใส	- ดำเนินการธุรกิจด้วยความเป็นธรรม - สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน - สนับสนุนให้ดำเนินการปฏิบัติตามระเบียบ IUU - ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน - ESG - สร้างความเข้มแข็งและขยายแนวร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	- การปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงตามสัญญา - ร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้ส่งมอบ - ประชุมร่วมกับลูกค้า 1 ครั้ง/เดือน - มีนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งพิจารณาคุณค่าร่วมในกระบวนการบริหารจัดการทุกขั้นตอนของการจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืนและการปฏิบัติตามระเบียบ IUU - จัดทำแผนงานและเข้าตรวจเยี่ยมผู้ส่งมอบ Supplier Onsite ESG Audit อย่างต่อเนื่อง - จัดทำแผนงานขยายแนวร่วมเชิญชวนลูกค้าแสดงเจตนารมณ์ต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันในโครงการ CAC Change Agent อย่างต่อเนื่อง
เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ	- การจัดซื้อที่เป็นธรรม โปร่งใสและเท่าเทียมกัน - การเพิ่มผลผลิตและลดของเสีย - พัฒนาสวนกาแฟเชิงคุณภาพและปริมาณ	- ดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม - การส่งเสริมเพิ่มความสามารถในการจัดการ - พัฒนาองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรที่เป็นสมาชิก	- การปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงตามสัญญา - ดำเนินงานอย่างโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ - สนับสนุน ฝึกอบรม ให้ความรู้ในการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มผลผลิต

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย	การสื่อสารและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
	ให้กับเกษตรกร - ลดผลกระทบจากการเกิดไฟป่าลุกลามเข้าพื้นที่เพาะปลูก	ในโครงการฯ - รณรงค์และจัดทำแนวกันไฟป่า เพื่อลดผลกระทบ - บริหารจัดการให้ชุมชนและเกษตรกรมีน้ำสะอาดในการเพาะปลูก	- ร่วมกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรให้ความรู้ โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ในโรงเรียนเกษตรกร - กำหนดแนวทางและแผนงานให้สมาชิกเพื่อพัฒนาคุณภาพและปริมาณผลผลิตต่อไร่ - ร่วมกับชุมชนและภาครัฐจัดทำแนวกันไฟป่า - จัดทำระบบบำบัดน้ำใช้จากการแปรรูปกาแฟ - ร่วมกับชุมชนเกษตรกรและหน่วยงานภาครัฐสร้างฝายชะลอน้ำและปลูกป่าอย่างต่อเนื่อง
หน่วยงานภายนอก หมายถึง หน่วยงานราชการ สื่อมวลชน	- การปฏิบัติตามกฎหมาย - โปร่งใสและเปิดเผยข้อเท็จจริง	- ดำเนินงานตามกฎหมาย - ปฏิบัติงานชัดเจนเปิดเผย โปร่งใส ตรวจสอบได้	- ติดตามและทบทวนการดำเนินงานให้เป็นไปตามกฎหมาย - เปิดเผยผลการดำเนินงานที่ชัดเจน โปร่งใสสามารถตรวจสอบได้
คู่แข่ง หมายถึง บริษัทที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน	- การแข่งขันภายใต้กฎหมายและจริยธรรม	- ปฏิบัติต่อคู่แข่งตามจรรยาบรรณการค้าที่ดี - สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน	- ติดตามความเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ - รายงานเปรียบเทียบสถานการณ์การแข่งขัน
ชุมชน/สังคม หมายถึง ชุมชน สังคมและประชาชนทั่วไป	- บริษัทเปิดเผยข้อเท็จจริงอย่างโปร่งใส - บริษัทมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม - บริษัทรับผิดชอบต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสังคมที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ	- เป็นองค์กรที่ดีของสังคมและมีความโปร่งใส - มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีต่อชุมชนและสังคม - คำนึงถึงผลกระทบของการดำเนินธุรกิจที่มีต่อชุมชนและสังคมโดยถือเป็นส่วนหนึ่งในเป้าหมายขององค์กร	- เผยแพร่ข้อมูลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนผ่านรายงานการเปิดเผยข้อมูลและเว็บไซต์ของบริษัท - ขยายผลต่อในโครงการจัดส่งสินค้าตรงจากโรงงาน เพื่อลดผลกระทบทางสังคมจากการขนส่งและการกระจายสินค้า - สร้างจิตสำนึก และวินัยในการใช้รถยนต์ให้พนักงานขายหน่วยรถ พร้อมควบคุมตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎจราจร เพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุและเห็น

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย	การสื่อสารและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
			ถึงความสำคัญของความปลอดภัยบนท้องถนน ที่คำนึงถึงความปลอดภัย รวมถึงการใช้พลังงานเชื้อเพลิงอย่างคุ้มค่า และลดการปล่อยมลพิษทางอากาศ - สร้างโอกาสให้นักเรียนได้รับการศึกษาที่เท่าเทียมและมีคุณภาพผ่านมูลนิธิยุวพัฒน์ - ขยายผลต่อเนื่องของสังคมแห่งการแบ่งปันร่วมกันกับบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมกบินทร์บุรีสนับสนุนสิ่งของแปลงเป็นทุนการศึกษาให้นักเรียนทุนในจังหวัดปราจีนบุรี - สร้างโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำฯ ด้วยการจ้างงานคนพิการผ่านมูลนิธินวัตกรรมทางสังคม
สิ่งแวดล้อม หมายถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติ, ทะเล, ป่าต้นน้ำ และการใช้พลังงานไฟฟ้า, น้ำมันเชื้อเพลิง, น้ำสะอาด, เศษวัสดุเหลือทิ้งและขยะเป็นต้น	- รักษาทรัพยากรธรรมชาติและฟื้นฟูป่าต้นน้ำ - ลดปริมาณการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ - เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า	- ดำเนินธุรกิจสร้างการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อม - สร้างจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ - รณรงค์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ไฟฟ้า น้ำมันเชื้อเพลิงและน้ำ - รณรงค์เพื่อส่งเสริมการจัดการแยกขยะอย่างต่อเนื่อง	- ร่วมกันประเมินมูลค่าป่าไม้ทางระบบนิเวศที่ได้ส่งเสริมและดูแลรักษาผ่านโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวินา” อย่างต่อเนื่อง - ขยายการบริหารจัดการน้ำทิ้ง เพื่อเพิ่มปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ - ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า/น้ำมันในการผลิตและการขนส่ง - ลดระยะเวลาและระยะทางด้วยการขนส่งแบบตรงจากโรงงานไปร้านค้า (Direct Shipment) - เพิ่มการใช้ประโยชน์จากเศษวัตถุดิบเหลือทิ้งในกระบวนการผลิต ขยายการจัดการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์และการบริหารจัดการคัดแยกขยะเพื่อนำกลับไปรีไซเคิลได้เพิ่มขึ้นและลดการทิ้งขยะไปยังหลุมฝังกลบอย่างต่อเนื่อง



สรุปประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืน

ในการสร้างความสมดุลระหว่างความก้าวหน้าของการดำเนินธุรกิจ ความมั่นคงของพนักงาน และความยั่งยืนของสังคมสิ่งแวดล้อมนั้น บริษัทได้คำนึงถึงความเชื่อมโยงและการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ดังรายละเอียดในตารางข้างล่างนี้

กรอบการพัฒนาความยั่งยืน	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผู้มีส่วนได้เสีย	การเชื่อมโยงไปสู่ SDGs
ส่งมอบคุณค่าให้ธุรกิจเจริญก้าวหน้า	การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การขยายแนวร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน คู่ค้า เกษตรกร ร้านค้า ผู้บริโภค ผู้ถือหุ้น คู่แข่ง ภาครัฐ	     
ส่งมอบคุณค่าให้พนักงานมั่นคง	การบริหารจัดการพนักงาน การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน การบริหารจัดการความปลอดภัยอาชีวอนามัย	พนักงาน (สังคมภายใน)	    
ส่งมอบคุณค่าให้สังคมพัฒนาอย่างยั่งยืน (ภายนอก)	การสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงาน การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม (ภายนอก)	ชุมชน (สังคมภายนอก)	     
ส่งมอบคุณค่าให้สิ่งแวดล้อมสู่ธรรมชาติ	การบริหารจัดการของเสียในกระบวนการผลิต การบริหารจัดการพลังงาน การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก	สิ่งแวดล้อม	     

การประเมินสาระสำคัญขององค์กร
อ่านเพิ่มเติมได้จาก





ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ในการดำเนินธุรกิจนั้น บริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) ได้แสดงเจตนารมณ์และยึดถือการปฏิบัติอย่างชัดเจนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและ พนักงาน โดยบริษัทได้มุ่งเน้นการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ครอบคลุมถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environmental Social and Governance : ESG) เพื่อให้การส่งมอบคุณค่าด้านสินค้าและบริการเป็นไปอย่างมีคุณภาพ โดยที่ผ่านมามีบริษัทและบริษัทย่อย ได้ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน ซึ่งได้ดำเนินงานด้วยการสร้างความร่วมมือผลิตรายการที่มีคุณภาพ ประโยชน์ และปลอดภัย ตั้งแต่ด้านการจัดซื้อวัตถุดิบที่ครอบคลุมขั้นตอนการสรรหา คัดเลือก ตรวจสอบ และการร่วมพัฒนาไปจนถึงการส่งมอบให้กับผู้บริโภคและสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้อย่างโปร่งใสและต่อเนื่อง ไปถึงประเด็นด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การเคารพสิทธิมนุษยชน การจัดการสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย โดยแนวทางปฏิบัติเหล่านี้ได้มีการถ่ายทอดไปยังคู่ค้าและพนักงานของคู่ค้าให้มีการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

การขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้นั้น บริษัท ได้จัดหาทีมงานที่มีความรู้ความสามารถ ให้เหมาะสมตามตำแหน่งหน้าที่งานที่กำหนดไว้ พร้อมกับมอบหมายความรับผิดชอบในการกำกับดูแล เพื่อให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และในปี พ.ศ.2567 บริษัท ได้มุ่งเน้นการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่ธุรกิจ เพื่อสร้างประโยชน์ร่วมกันอย่างยั่งยืนนั้น โดยบริษัทได้มีการกำหนดขั้นตอนหลักในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้



ภาพแสดงผังขั้นตอนการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืนขององค์กร

1. **ความใส่ใจคุณภาพในการคัดเลือกวัตถุดิบ** ด้วยการสรรหา คัดเลือก ประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน ESG ตลอดจนร่วมส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของกลุ่มฯ ขยายผลไปในมิติด้านต่างๆ ตลอดจนร่วมพัฒนา Waste ให้เกิดประโยชน์ เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร
2. **ความใส่ใจดูแลควบคุมคุณภาพในการผลิตสินค้า** ด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพกระบวนการผลิต เพื่อให้ใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า ตลอดจนสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยของอาหารตามมาตรฐานสากล
3. **ความใส่ใจคุณภาพในการขนส่งสินค้า** ด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารจัดการเก็บและการกระจายสินค้าให้รวดเร็วเกิดประสิทธิภาพ ตลอดจนบริหารจัดการขนส่งให้ลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
4. **ความใส่ใจคุณภาพไปจนถึงมือผู้บริโภค** ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างคุณค่าร่วม ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสังคม ตลอดจนผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและตรวจสอบที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการผลิตสินค้าและคุณค่าทางโภชนาการที่ได้รับจากการบริโภคสินค้า
5. **ความใส่ใจในการส่งมอบคุณค่าให้ชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม** ด้วยการพัฒนาระบบนิเวศของชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เพิ่มการใช้พลังงานสะอาดทดแทน เพื่อขยายเครือข่ายความร่วมมือไปยังแต่ละภาคส่วนในวงกว้าง



การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย



คุณสุธิศา คล้ายเกตุ รองกรรมการผู้จัดการ งานธุรกิจสินค้าทาไร บริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เล่าให้ฟังถึงแนวคิดในการทำงานด้านการตลาดอย่างยั่งยืน โดยยึดหลัก 3 ข้อ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยยึดหลักการให้ประโยชน์ และคุณค่าสารอาหาร เพื่อเป็นทางเลือกในการบริโภคที่ดีให้กับผู้บริโภค โดยพิจารณาเรื่องแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคตามความเคลื่อนไหว และความเปลี่ยนแปลงของกระแสโลก สร้างให้เกิดสังคมคุณภาพ และนำไปสู่ความเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน การ

ทำกิจกรรมทางการตลาด ในทางที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต ด้านการแนะแนวการศึกษาให้กับกลุ่มเป้าหมายวัยเรียน ควบคู่ไปกับการสร้างความตระหนักรู้ในการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น การทิ้งขยะให้ถูกที่ ซึ่งเป็นการดำเนินงานที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้กลุ่มเป้าหมายระลึกรู้ ในการใช้ชีวิตเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ผ่านการสื่อสารทางการตลาดที่โปร่งใส และจริงใจ โดยการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ตรวจสอบได้ รวมถึงหลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างที่เกินจริง ตามหลักคุณธรรมและจริยธรรมที่ดี เป็นแนวทางการดำเนินงานเพื่อธุรกิจที่ยั่งยืน ควบคู่ไปกับสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ด้วยวิถีจริยธรรมที่ดีงาม ตามคุณค่าหลักองค์กร

นายปรีชา จามรศรีอนันต์ กรรมการบริหาร ผู้จัดการฝ่ายขาย และการตลาด บริษัท ทอปบิงเอจ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นคู่ค้าของบริษัทฯ ได้กล่าวว่า “ได้พัฒนาสินค้าและศักยภาพด้านบริการ ไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี อาทิเช่น เป็นผู้ผลิตบัตรพลาสติกมาตรฐาน ISO รายแรกในประเทศไทย เป็นผู้ผลิตบัตรประจำตัวประชาชนพลาสติก มาตรฐาน ISO ได้รับอนุญาตและการรับรองจาก VISA และ MasterCard ในการผลิตบัตรเครดิตให้กับธนาคาร ต่างๆ ผู้ผลิตบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ผู้ผลิตบัตรโดยสารรถไฟฟ้า การดำเนินโครงการ e-Passport ให้กระทรวงการ ต่างประเทศ ฯลฯ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะบริหารองค์กรอย่างโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล มีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม พัฒนาบุคลากรให้เติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคง โดยเป็นส่วนสำคัญในคำประกาศ Mission Statement ของบริษัทฯ ตั้งแต่วันก่อตั้งบริษัท และปฏิบัติตามปณิธานนี้อย่างแน่วแน่ จริงจังและสม่ำเสมอตลอด”





คุณจิตราภรณ์ ไสวภาส ผู้จัดการฝ่ายประกันคุณภาพ บจก.พี.एम.ฟู๊ด รับผิดชอบงานด้านการประกันคุณภาพ และระบบงาน ได้กล่าวว่า “ในยุคที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น การตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม มีความปลอดภัย ตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบได้ เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ ดังนั้นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคที่โปร่งใสตรวจสอบได้ จึงพัฒนาระบบ Traceability Program ขึ้นมา โดยนำเทคโนโลยี i-Reporter มาใช้เพื่อการบันทึก

ตรวจสอบย้อนกลับ Traceability ซึ่งต่อมาได้ร่วมกับฝ่ายการตลาดพัฒนาโครงการ “Trace to trust “ ภายใต้แนวคิด **“คุณ จะกินอะไรก็ได้...ไม่ได้”** ให้ผู้บริโภคสแกน QR Code ที่ซอง กรอกวันเดือนปีและรหัสในการผลิต ผู้บริโภคสามารถทราบถึงแหล่งที่มาของปลาที่นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เชื่อมโยงข้อมูลที่สำคัญจากต้นทางถึงปลายทางที่ทวนสอบกลับได้ เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่บริโภคมีคุณภาพประโยชน์ ปลอดภัยด้วยความโปร่งใสและรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างความมั่นคงของแหล่งอาหาร ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนต่อไป”





รางวัลจากผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)
ประกาศนียบัตร SET ESG Ratings 2024



จากแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัท จึงได้รับการประกาศเป็นรายชื่อนับยั่งยืนต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 หรือ SET ESG Ratings ระดับ A จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่ว่าด้วย “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” ที่ได้คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาล

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)



บริษัทได้รับการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนประจำปี พ.ศ. 2567 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยการสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ให้มีผลคะแนนอยู่ในระดับ “ดีเลิศ” มีจำนวนตราสัญลักษณ์ของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลแห่งชาติจำนวน 5 ดาว

บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัด -บริษัทย่อย
ประกาศนียบัตรรับรองระบบการจัดการมาตรฐานแรงงานไทย
รท.8001-2563 ระดับพื้นฐาน



ได้รับการรับรองมาตรฐานแรงงานไทย จากแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม จากสำนักงานมาตรฐานแรงงาน กรมสวัสดิการคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัด -บริษัทย่อย
สถานประกอบกิจการที่มีแนวทางการปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี
รางวัล GLP(Good Labour Practices)



จากแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงาน เพื่อยกระดับมาตรฐานแรงงาน และการสร้างขบวนการการปรับปรุงความร่วมมือ (participatory improvement processes) เพื่อเป็นการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงานและเพื่อแสดงให้ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ จากกรมสวัสดิการคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัด -บริษัทย่อย
ประกาศนียบัตรรับรองการต่อต้านยาเสพติดเป็นสมาชิก
แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ครั้งที่ 2



จากคณะกรรมการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย เพื่อรับรองว่าเป็นบริษัทที่มีนโยบายและระบบป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันตามนโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้และมุ่งมั่นขยายแนวร่วมในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันในห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง

บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัด -บริษัทย่อย
ประกาศนียบัตรรับรองการขึ้นทะเบียนฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร
จากองค์การบริหารก๊าซเรือนกระจก (อบก.)



บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร จึงได้ดำเนินการทวนสอบเพื่อประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร และได้รับการรับรองขึ้นทะเบียน ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร ตามประกาศขององค์การบริหารก๊าซเรือนกระจก(องค์มหาชน)

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด -บริษัทย่อยรางวัลเกียรติยศ
CSR-DIW Continuous Award ประจำปี2567 (ต่อเนื่องปีที่8)



ได้รับรางวัลจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม) จากแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรปราการ จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด -บริษัทย่อย
รางวัลอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว



ได้รับรางวัลจากกระทรวงอุตสาหกรรม ตั้งแต่ปี พ.ศ.2562 ด้วยแนวคิดในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมาต่อเนื่อง มุ่งมั่นในการขยายผลไปสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว ตลอดห่วงโซ่อุปทานต่อไป

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด -บริษัทย่อย
ประกาศนียบัตรรับรองการต่ออายุเป็นสมาชิก
แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ครั้งที่ 2



จากคณะกรรมการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย เพื่อรับรองว่าเป็นบริษัทที่มีนโยบายและระบบป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันตามนโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้และมุ่งมั่นขยายแนวร่วมในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันในห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด -บริษัทย่อย
ประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานระบบความปลอดภัยด้านอาหาร
GLOBAL STANDARD FOR FOOD SAFETY: BRC-Grade A



จากความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิตอาหารให้ได้มาตรฐานความสะอาดและสุขอนามัย ตลอดจนสามารถทวนสอบที่มาของแหล่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิตในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อความปลอดภัยกับผู้บริโภค



สรุปผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปี 2567



ข้อมูลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ	หน่วย	ปี		
		2565	2566	2567
1. รายได้จากการขายและบริการ	ล้านบาท	5,068	4,276	4,952
2. กำไรสุทธิ	ล้านบาท	275.43	392.15	599.01
3. เงินปันผลจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	251.15	351.62	334.86
4. ค่าจ้างและค่าตอบแทนแก่พนักงาน	ล้านบาท	814.0	785.54	863.52
5. ภาษีเงินได้ที่จ่ายให้แก่รัฐบาล	ล้านบาท	81.10	102.31	131.14



ข้อมูลการดำเนินงานด้านสังคม	หน่วย	ปี		
		2565	2566	2567
6. จำนวนพนักงานรวม	คน	1,994	1,905	1,934
- ชาย	คน	607	596	624
- หญิง	คน	1,387	1,309	1,310
7. อัตราการลาออก (Turn Over Rate)	ร้อยละ	6.47	14.30	10.03
8. อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน	จำนวนราย	10	10	9
9. อัตราการเกิดอุบัติเหตุจนถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)	ราย/ชม.ทำงาน	0.41	0.42	0.40
10. ชั่วโมงเฉลี่ยของการฝึกอบรมต่อคน	ชม./คน/ปี	6.09	11.36	8.52
11. ผลการสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน*	ร้อยละ	85.19	74.26	75.44
12. ผลการสำรวจความพึงพอใจของร้านค้า*	ร้อยละ	87.02	84.43	86.25

ข้อมูลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	หน่วย	ปี		
		2565	2566	2567
13. ปริมาณการใช้พลังงาน				
- น้ำมันดีเซล/ น้ำมันแก๊สโซฮอล์	ลิตร	329,352	390,465	366,245
- ก๊าซLPG/LNG	กก.	982,710	901,123	971,410
14. ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	kWh	7,691,330	7,060,406	8,072,391
พลังงานทดแทนการใช้ไฟฟ้า (โซลาร์เซลล์)	kWh	1,604,568	1,579,568	1,589,922
15. ปริมาณการใช้น้ำประปา	m ³	550,873	956,641	1,333,345

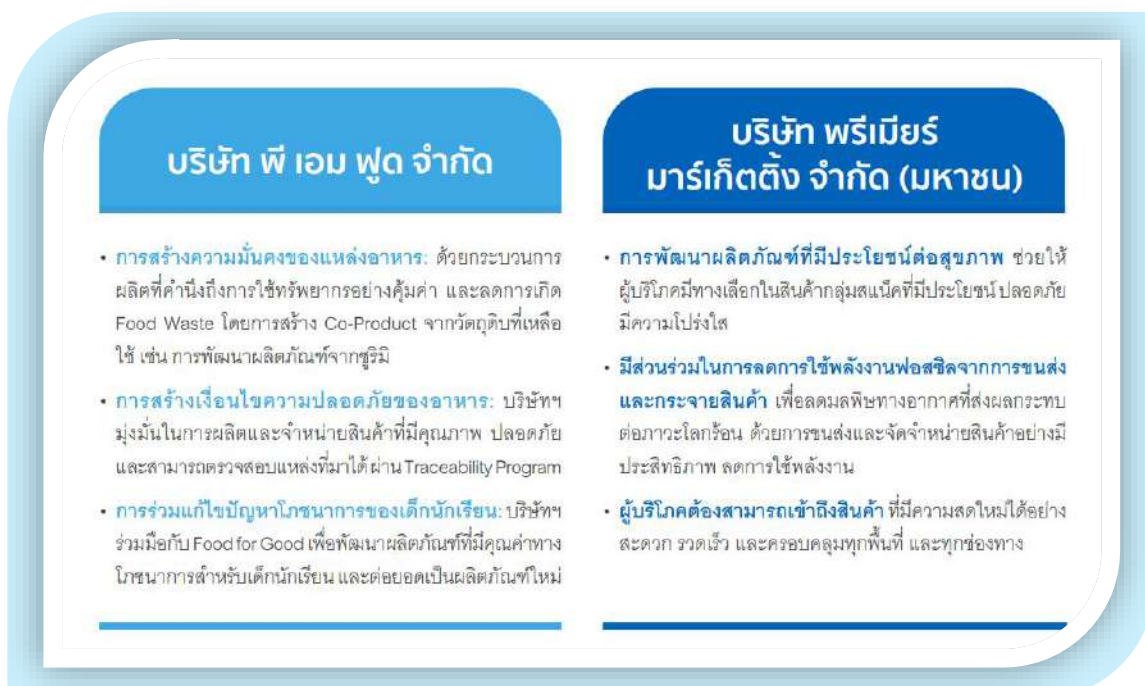


คุณค่าและความเชื่อทางธุรกิจ

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ผ่านแนวทางการมีส่วนร่วมในห่วงโซ่คุณค่า โดยเน้นการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยศักยภาพและทรัพยากรที่ธุรกิจมีอยู่เพื่อสร้างความยั่งยืน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งครอบคลุมกระบวนการผลิตสินค้าจนถึงขั้นตอนการส่งมอบจนถึงมือผู้บริโภค โดยการใช้ความเชี่ยวชาญในการทำธุรกิจสร้างความยั่งยืนใน ห่วงโซ่ร่วมกัน ภายใต้แนวคิดการดำเนินธุรกิจตาม เส้นทางธุรกิจยั่งยืน “PREMIER WAY”



จากการทบทวนปัญหาสังคมในปัจจุบัน ทั้งความยากจน ความเหลื่อมล้ำ ความมั่นคงทางอาหาร ความปลอดภัยของอาหาร ตลอดจนปัญหาด้านโภชนาการ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) และบริษัท พี.एम.ฟู้ด จำกัด จึงได้ร่วมกันกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อแก้ไขปัญหาอย่างจริงจัง ดังนี้





คุณสมบุญ ทัพย์ประเสริฐ รองกรรมการผู้จัดการงานด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เล่าให้เราฟังว่า คนเราทุกคนบนโลกนี้มีสิทธิขั้นพื้นฐานที่เท่าเทียมกัน และสิทธิในการเข้าถึงอาหาร (Right to Food) เป็นสิ่งที่เราทุกคนควรได้รับความปลอดภัยในการบริโภคอาหารอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ถูกเลือกปฏิบัติ ไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ผลิต ดังนั้นผู้บริโภคสินค้าจึงมีสิทธิที่เลือกบริโภคอาหารที่ปลอดภัย ด้วยการปรับพฤติกรรมใส่ใจในการคัดเลือกซื้ออาหาร ตรวจสอบวันหมดอายุ หรือให้ความสำคัญถึงวัตถุดิบ ส่วนประกอบและมาตรฐานในการผลิตสินค้า

ดังนั้นบริษัทไม่เพียงแต่ผลิตและส่งมอบอาหารที่ปลอดภัยแต่ยังสร้างเงื่อนไขให้เกิดความโปร่งใส สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ เช่น ปลาที่นำมาเป็นวัตถุดิบมาจากแหล่งใด กระบวนการจับเก็บที่ดี แรงงานที่ทำงานในตลอดห่วงโซ่ถูกต้องตามกฎหมาย มีธรรมาภิบาล ไม่เอาเปรียบ การซื้อขายมีความถูกต้อง ไม่มีการทุจริตคอร์รัปชัน และสื่อสารสร้างความตระหนักกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและมุ่งหวังว่าเราจะสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสิทธิของการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและกระตุ้นให้ภาคการผลิตสินค้าอื่นๆ หันมาใส่ใจในเรื่องนี้อย่างจริงจัง



3. การแก้ไขปัญหาโภชนาการของเด็กนักเรียนด้วยการร่วมมือกับ FOOD FOR GOOD เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการ

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวบริษัทมองเห็นว่าเป็นการเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจ นอกเหนือจากการส่งมอบสินค้าให้ผู้บริโภคในปัจจุบันที่เป็นแกนหลักแล้ว ยังสร้างโอกาสให้กลุ่มคนชายขอบ หรือกลุ่มอื่นๆ เพื่อการเข้าถึงแหล่งอาหารที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียมจึงเกิดเป็นแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมคุณค่าโภชนาการที่ดีให้กับนักเรียนและยังต่อยอดสร้างมูลค่าทางธุรกิจได้อีกด้วย

“จากการที่ PMF ได้ทำงานร่วมกับ FOOD FOR GOOD พบว่ายังมีนักเรียนจำนวนมากที่ขาดโอกาสในการเข้าถึงโภชนาการที่ดี เรามองว่าโภชนาการอาหาร เป็นเรื่องของ Everyday Consumption ที่มีการบริโภคอยู่ทุกวัน เราต้องเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับโภชนาการที่ครบถ้วน PMF จึงนำแนวคิดนี้มาเป็นโจทย์ว่า ทำอย่างไรจะสามารถส่งมอบคุณค่าของโปรตีนจากเนื้อปลานี้ถึงนักเรียนในโรงเรียนที่ขาดโอกาสได้บ้าง”



บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

คุณปิย สมุทรโคจร กรรมการผู้จัดการ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) เล่าให้ฟังว่า “ Mindset ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนของบริษัท ประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้

“ผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย และทุกกลุ่มของรายได้ควรมีทางเลือกในการเข้าถึง และสามารถเลือกซื้อสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวที่มีคุณภาพ มีคุณประโยชน์ ปลอดภัย กับตนเอง และคนในครอบครัว”



MINDSET



การร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำเสนอ “คุณค่าที่แท้จริง” ช่วยให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในสินค้ากลุ่มสแน็คที่มีประโยชน์ ปลอดภัย มีความโปร่งใส



มีส่วนร่วมในการลดการใช้พลังงานเพื่อลดจากกระบวนการกระจายสินค้า เพื่อลดมลพิษทางอากาศที่ส่งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน



ผู้บริโภคต้องสามารถเข้าถึงสินค้าที่มีความปลอดภัยได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และครอบคลุมทุกพื้นที่ และทุกช่องทาง

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่มีคุณค่าทางโภชนาการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รองรับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

การมองผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึงการเข้าใจความต้องการ ความคาดหวังและพฤติกรรมกรบริโภคของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการนั้นได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพ



คุณสุทธิดา คล้ายเกตุ รองกรรมการผู้จัดการงานธุรกิจสินค้าทาโร เล่าให้ฟังถึงแผนงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่มีคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รองรับสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปนั้น เป็นการพัฒนาสินค้าที่มีคุณค่าโดยมองผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางด้วยการตอบสนองความต้องการที่ใส่ใจสุขภาพ และการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์คุณค่าสูง ซึ่งในกระบวนการพัฒนาสินค้าของเราต้องผ่านการวิจัยผู้บริโภคและเก็บข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้

เข้าใจถึงปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ เช่นสารอาหารที่จำเป็นต่อสุขภาพ ประโยชน์ที่ได้รับจากการบริโภคและความกังวลเกี่ยวกับคุณประโยชน์และโทษที่ได้รับจากส่วนผสมต่างๆ ด้วย อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์ TARO Lite ซึ่งเกิดจากความตั้งใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ปัญหาด้านสุขภาพของผู้บริโภค จากความเข้าใจของผู้บริโภคและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ดังนี้



Source : Nielsen Apr 2024 (latest round)

ความเข้าใจผู้บริโภคและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

บริษัทพรีเมียร์ (มหาชน) เป็นองค์กรอาหารที่ใส่ใจ 70% ในทุกด้านเพื่อสร้างความยั่งยืนให้ ร้อยละ 30 ของรายได้	ผู้บริโภคไทยมีแนวโน้มใส่ใจสุขภาพมากขึ้น โดยคาดว่าจะมีมูลค่าตลาด (WHIC) เพิ่มขึ้นเป็น 2,000 ล้านบาท ภายใน 2 ปี ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์สุขภาพและโภชนาการที่ดีขึ้น	ปี 2024 ประเทศไทยมีประชากรวัยผู้ใหญ่ 65 ปีขึ้นไป 20.5% และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 25% ภายในปี 2030 ประชากรวัยผู้ใหญ่มีแนวโน้มใส่ใจสุขภาพมากขึ้น	โครงการส่งเสริมสุขภาพคนไทย (Health Promotion Project) สนับสนุนให้คนไทยมีสุขภาพดี โดยส่งเสริมการออกกำลังกาย การบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ และการดูแลสุขภาพจิต ปี 2025 ลดการบริโภคไขมันอิ่มตัว 30%
---	---	---	---

จากข้อมูลเหล่านี้สะท้อนถึงความสำคัญและความกังวลที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปริมาณโซเดียมในอาหาร ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีโซเดียมต่ำและมีคุณประโยชน์ด้านสารอาหาร จึงเป็นแนวทางที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง สามารถพิสูจน์ได้จากการตอบรับของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และผลลัพธ์ในทางธุรกิจที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

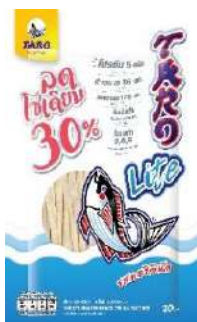
5. การขนส่งให้เกิดประสิทธิภาพเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและกระจายสินค้าให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้า



คุณน้ำฝน หรั่งชะเอม ผู้จัดการฝ่ายงานโลจิสติกส์และคลังสินค้า เล่าให้ฟังถึงแผนงาน การพัฒนาระบบการจัดส่งสินค้าร่วมกันระหว่าง บริษัท พีเอ็มเอ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัท พี.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่ม ประสิทธิภาพในการจัดส่งให้กับร้านค้าและผู้บริโภคภายใต้โครงการจัดส่งสินค้าตรงจาก โรงงานถึงร้านค้าปลายทาง (Direct shipment) ซึ่งได้พัฒนาระบบงานและขยายพื้นที่ การจัดส่งตรงมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ.2565 จนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้ลดการทำงาน ที่ซ้ำซ้อน ลดระยะทางและเวลาในการจัดส่ง, ลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงและลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ทั้งนี้ ยังลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการขนส่งอีกด้วย

ทั้งนี้เนื้อหาเส้นทางธุรกิจยั่งยืนนี้ ยังมีบริษัทย่อยที่ดำเนินงานตามแนวทางความยั่งยืนนี้เช่นกัน อาทิเช่น บริษัท แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ผู้ผลิตแปรรูป จัดจำหน่าย อาหารสัตว์เลี้ยง ที่มีการดำเนินธุรกิจด้วยแนวปฏิบัติการส่งมอบ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีคุณประโยชน์ ที่คำนึงถึงการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่าตลอดกระบวนการผลิต บริหารจัดการของเสีย ลดการใช้น้ำโดยนำน้ำกลับมาใช้ใหม่และใช้พลังงานสะอาดทดแทน รวมถึงการสร้างความยั่งยืนของป่าต้นน้ำ โดย บริษัท มีวณา จำกัด ที่ดำเนินกิจการภายใต้แนวทางธุรกิจเพื่อสังคม โดยผลิตกาแฟอาราบิก้าด้วยระบบวนเกษตรอินทรีย์ เพื่อ รักษาผืนป่าและสิ่งแวดล้อม สร้างความยั่งยืนของชุมชนเกษตรกรในพื้นที่ป่าต้นน้ำ ยกกระดับความเป็นอยู่ทางเศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟรายย่อยและชุมชนในพื้นที่ ตามหลักการของการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) รวมไปถึง การบริหารจัดการวัตถุดิบที่หลีกเลี่ยงการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อลดการสร้างผลกระทบในเชิงลบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม โดยจะกล่าวในรายละเอียดของแต่ละบริษัทในรายงานฉบับนี้ต่อไป

ทั้งหมดนี้เพื่อเป้าหมายการสร้างความยั่งยืนให้กับสังคมผ่านการใช้ความเชี่ยวชาญและศักยภาพที่ธุรกิจมีอยู่ ตลอดจนการสรรสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่เพื่อความสำเร็จที่ยั่งยืนร่วมกัน



Atlas Cat



การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงองค์กร

ตลอดระยะเวลา 47 ปี ของการดำเนินธุรกิจ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีความมุ่งมั่นที่จะประกอบกิจการให้ประสบความสำเร็จตลอดไปอย่างยั่งยืน ด้วยการขับเคลื่อนผ่านคุณค่าหลัก 5 ประการของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ที่ยึดถือการปฏิบัติบนความถูกต้องของกฎหมาย มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้และยังได้คำนึงถึงความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจ โดยมีการวางแผน กำหนดกลยุทธ์พร้อมงบประมาณสนับสนุนเพื่อให้ธุรกิจเติบโตใหญ่ ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในระยะยาว พร้อมกับมีการเผยแพร่แนวทางปฏิบัติเหล่านี้ไปยังพันธมิตรทางการค้าในห่วงโซ่ธุรกิจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ สร้างความเข้มแข็ง สู่จุดหมายแห่งความสำเร็จทางธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน ดังหัวข้อและรายละเอียดที่จะเสนอต่อไป

นโยบายการกำกับดูแลกิจการขององค์กร
อ่านเพิ่มเติมได้จาก
www.premier-marketing.co.th

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในส่วนของรายละเอียดที่นำมาใช้สนับสนุนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทนั้น ประกอบด้วย แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง การควบคุมและการตรวจสอบภายใน การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมภายใต้กรอบข้อกำหนดของกฎหมายและจรรยาบรรณทางธุรกิจ ตลอดจนนโยบายทางด้านภาษีโดยปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายอย่างถูกต้อง มีความโปร่งใสตรวจสอบได้และตรงตามเวลาที่กำหนด รวมถึงการให้ความร่วมมือด้านภาษีต่อกรมสรรพากรและหน่วยงานราชการ ซึ่งในทางปฏิบัตินั้นจะสอดคล้องไปกับนโยบายของคณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยงของบริษัทและบริษัทย่อย

เพื่อให้นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท เกิดการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกันและมีความเป็นธรรม บริษัทจึงได้จัดให้มีช่องทางรับแจ้งข้อร้องเรียน ข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะใดที่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับผลกระทบ หรือมีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบอันก่อให้เกิดความเสียหายจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท หรือจากการปฏิบัติของพนักงานของบริษัทเกี่ยวกับการทำผิดกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือจรรยาบรรณทางธุรกิจ รวมถึงพฤติกรรมที่อาจสื่อถึงการทุจริต การปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมกัน หรือการกระทำที่ขาดความระมัดระวังและขาดความรอบคอบ โดยผู้ร้องทุกข์หรือผู้ร้องเรียนสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน พร้อมส่งรายละเอียดหลักฐานต่างๆ ได้ในช่องทางผ่านคณะกรรมการตรวจสอบและเลขานุการบริษัท ดังนี้

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 1 อาคารพรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ซอยพรีเมียร์ 2 ถนนศรีนครินทร์

แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์: 02-301-2071 แฟกซ์: 02-748-2063

อีเมล: Kulthida.act@pm.premier.co.th

ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือ
ข้อร้องเรียน สามารถสแกนผ่าน



แจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน

จากความพยายามและความตั้งใจของการดำเนินงานให้เป็นไปตามหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทได้รับการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนประจำปี พ.ศ. 2567 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยการสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ให้มีผลคะแนนอยู่ในระดับ “ดีเลิศ” มีจำนวนตราสัญลักษณ์ของคณะกรรมการบริษัทภิบาลแห่งชาติจำนวน 5 ดาว



การขยายแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันกับพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการเป็นบริษัทภิบาลที่มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ โดยได้ประกาศนโยบาย “การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน” เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับยึดถือปฏิบัติ โดยมีขอบเขตระบบบริหารจัดการการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันครอบคลุมทุกกระบวนการทำงานของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับงานจัดซื้อ จัดจ้าง จัดจำหน่าย รวมถึงขั้นตอนการทำงานอื่นๆ ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดการทุจริตคอร์รัปชัน อีกทั้งได้ดำเนินการสนับสนุนและส่งเสริมการขยายแนวร่วมของภาคเอกชนในการประกอบธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล เพื่อร่วมกันสร้างมาตรฐานการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใสอย่างต่อเนื่อง

จากความมุ่งมั่นดังกล่าวบริษัทได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (Thailand's Private Sector Collective Action against Corruption: CAC) ตั้งแต่วันที่ 4 เมษายน 2557 และได้รับการรับรองการต่ออายุเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดแผนงานทบทวนและสื่อสารให้พนักงานทุกคนทราบนโยบายและปฏิบัติตามแนวทางการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันของบริษัท ครอบคลุมการดำเนินงาน ดังนี้

- ทบทวนการประเมินความเสี่ยงด้านการคอร์รัปชันและกำหนดระบบการควบคุมภายในที่คำนึงถึงความเสี่ยงด้านการคอร์รัปชันในกระบวนการดำเนินงานต่างๆ เช่น กรณีการเบิก การจ่าย การบริจาค การสนับสนุน การให้หรือการรับของขวัญ ที่มีโอกาสเกิดการคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่องทุกปี
- ขยายแนวร่วมโดยการส่งเสริมให้บริษัทย่อยและบริษัทคู่ค้าเข้าเป็นแนวร่วมโครงการ CAC Change Agent ร่วมเชิญชวนคู่ค้าทางธุรกิจ เพื่อประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทยอย่างต่อเนื่อง
- บริษัทย่อย 2 บริษัท ได้แก่ บจ.พี.एम.ฟูดและบจ.พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี ได้รับการต่ออายุรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทยต่อเนื่อง ครั้งที่ 2
- จัดให้ความรู้สร้างความเข้าใจและส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมกับกิจกรรมด้านการต่อต้านคอร์รัปชันทุกปี

นโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

อ่านเพิ่มเติมได้จาก

www.premier-marketing.co.th

เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2567 ที่ผ่านมามองค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) ได้จัดงาน “วันต่อต้านคอร์รัปชัน” ซึ่งเป็นการประกาศเจตนารมณ์การต่อต้านคอร์รัปชัน โดยเป็นการจัดงานในรูปแบบออนไลน์ ภายใต้แนวคิด รู้เท่าทันกลโกงระดับหมู่บ้านและระดับชาติใน “เทีจ TALK โกงแบบโป่งใส ESG.. G เหมือนมีแต่มองไม่เห็น” ซึ่งบริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้เชิญชวนพนักงาน ผู้บริหาร และคู่ค้าทางธุรกิจเข้าร่วมงานผ่านทางออนไลน์



ภาพแสดงบรรยากาศร่วมกิจกรรมวันต่อต้านคอร์รัปชัน ในวันที่ 6 กันยายน 2567

ในปี พ.ศ. 2567 ที่ผ่านมามี บริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ส่งเสริมการขยายแนวร่วมของภาคเอกชน ในการประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส โดยบริษัทได้ประกาศตัวเป็น Change Agent เพื่อเป็นการแสดงเจตนารมณ์ในการขยายแนวร่วมเครือข่ายการดำเนินธุรกิจไปยังพันธมิตรในห่วงโซ่อุปทานของบริษัท มีการสนับสนุนให้บริษัทคู่ค้า SME เข้าร่วมในโครงการ เพื่อประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ผ่านทางเว็บไซต์ www.thai-cac.com และวันที่ 4 กันยายน พ.ศ. 2567 บริษัทได้จัดงาน “PM CAC Change Agent Day 2024” ได้เชิญชวนคู่ค้าทางธุรกิจเข้าร่วมงานและฟังบรรยาย หัวข้อ “สถานการณ์ คอร์รัปชันในปัจจุบัน ทำไม!! ถึงต้องให้ความสำคัญกับความโปร่งใสของธุรกิจ” โดย คุณพรหมเมศร์ เบญจรงค์กิจ ผู้อำนวยการ CAC ผ่านระบบออนไลน์ โดยมีคู่ค้าเข้าร่วมงาน จำนวน 21 ราย ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการขยายแนวร่วมภาคเอกชนในการประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส



ภาพแสดงการจัดฝึกอบรมให้ความรู้และงาน PM CAC Change Agent Day 2024

อีกทั้งได้กำหนดจัดฝึกอบรมให้ความรู้และสร้างความเข้าใจให้พนักงานในบริษัทและบริษัทย่อย ในหลักสูตร “บทบาทผู้บริหารและพนักงานในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน” เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2567 โดยมีผู้บริหารและพนักงานเข้าร่วมอบรมในครั้งนี้ จำนวน 71 คน และในปีที่ผ่านมาบริษัทย่อย ได้แก่ บจ.พี.เอ็ม.ฟูดและบจ.ฟรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี ได้รับการต่ออายุสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทยต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 2

ดังนั้นบริษัทจึงได้ตั้งเป้าหมายที่จะเชิญชวนคู่ค้าทางธุรกิจให้มาประกาศเจตนารมณ์ร่วมกันเพิ่มเติมในปี พ.ศ. 2568 นี้ เพื่อผนึกกำลังไตรภาคี สร้างความเข้มแข็งให้กับห่วงโซ่ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนต่อไป



ภาพแสดงพิธีรับการรับรองสมาชิกแนวร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันของเอกชนไทย

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



เพื่อเป็นการสืบสานเจตนารมณ์ที่ดีในการทำงานด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง บริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) และบริษัทย่อย จะยังคงให้การสนับสนุนและเป็นส่วนหนึ่งในการขยายแนวร่วมการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันไปยังพันธมิตรคู่ค้าอื่นๆ ของบริษัทต่อไปในอนาคต

การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทตระหนักดีว่าการบริหารความเสี่ยงที่ได้ผลนั้น จะต้องได้รับการสนับสนุนจากพนักงานทุกระดับในองค์กร ดังนั้นในวันที่ 4 สิงหาคม 2563 คณะกรรมการบริษัทจึงได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล และให้คำแนะนำในเรื่องการบริหารจัดการด้านธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการด้านความเสี่ยงกับฝ่ายบริหารของบริษัทและบริษัทย่อย พร้อมกับมอบหมายให้ฝ่ายบริหารรับผิดชอบในการบริหารจัดการด้านธรรมาภิบาลและบริหารจัดการความเสี่ยง และทำหน้าที่เพื่อผลักดันให้เกิดการปฏิบัติในเรื่องดังกล่าวทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน ซึ่งการบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร ตลอดจนสามารถสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจและลดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอีกด้วย

ในปี พ.ศ.2567นี้ บริษัทและบริษัทย่อยในสายธุรกิจได้มีการทบทวนบริบทความเสี่ยงขององค์กร พิจารณาและประเมินระดับความเสี่ยงและพิจารณาความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อบรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ทั้งระดับองค์กรและระดับหน่วยงาน พร้อมทั้งมีการกำหนดมาตรการในการบริหารจัดการเพื่อป้องกันและลดโอกาสตลอดจนผลกระทบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

- ความเสี่ยงที่บริษัทจะสูญเสียยอดขายและรายได้
- ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับระบบคอมพิวเตอร์ เครือข่ายและข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์
- ความเสี่ยงด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ความเสี่ยงจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี
- ความเสี่ยงจากความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) และการปรับตัวให้ทันตามกฎระเบียบความปลอดภัยด้านอาหารที่เปลี่ยนแปลง
- ความเสี่ยงจากราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้น/ขาดแคลน
- ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
- ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านภัยพิบัติทางธรรมชาติ
- ความเสี่ยงด้านการกระทำผิด พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act : PDPA)

นโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร และ
โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง อ่านเพิ่มเติมได้จาก

www.premier-marketing.co.th

ประเด็นการบริหารจัดการความเสี่ยงในปี 2567
อ่านเพิ่มเติมได้ในรายงาน 56-1 e-One report 2024
หน้าที่ 25-29

การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า

บริษัทพิจารณาความสมดุลระหว่างการเติบโตของธุรกิจและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งที่อยู่ภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งการสร้างความร่วมมือเพื่อการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจและสังคม เพื่อร่วมกันขยายผลให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนร่วมกัน ไม่ว่าพันธมิตรนั้นจะอยู่ส่วนใดในห่วงโซ่ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ไม่ว่าจะเป็น ผู้สรรหาวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ซึ่งจำเป็นต้องมีแนวทางการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติการสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน รวมถึงแนวทางการพัฒนาความร่วมมือด้วยแนวคิด **“การยกระดับห่วงโซ่คุณค่า” (Value Chain Enhancement)**

ในการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืนบริษัทให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้าในการดำเนินธุรกิจร่วมกันภายใต้การประเมินความเสี่ยงสร้างโอกาสและติดตามตรวจประเมินให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

การสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า บริษัทพิจารณาสรรหาและคัดเลือกคู่ค้าจากแบบประเมินตนเองพร้อมกับเอกสารสำคัญยืนยันตามเกณฑ์เบื้องต้นก่อน จากนั้นจึงพิจารณาผ่านการตรวจประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในทะเบียนคู่ค้า (AVL) และจัดทำแผนการทบทวนประเมินผลการดำเนินงานระหว่างปีตามเกณฑ์ อีกทั้งกำหนดแผนการตรวจประเมิน (On-site Audit) อย่างต่อเนื่องเป็นประจำในแต่ละปี สำหรับคู่ค้าที่มีความพร้อมที่ต้องการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบร่วมกัน อาทิเช่น คุณภาพของวัตถุดิบ, มาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร, ลดปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้สูงขึ้น ด้วยวิธีการแก้ไขปัญหาร่วมกัน การประเมินและติดตามผล การเยี่ยมชมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การตรวจสอบกระบวนการผลิต และการแนะนำวิธีการตรวจสอบ เพื่อให้ได้วัตถุดิบตรงตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานและต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ เพิ่มประสิทธิภาพ ตลอดจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างบริษัทฯ กับคู่ค้า

การประเมินความเสี่ยง เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและร่วมพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน บริษัทจะพิจารณาประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนควบคู่ไปด้วยทั้ง 3 มิติ (ESG Risk Management)

ในปี พ.ศ.2567 บริษัทและบริษัทย่อย ได้จัดทำแผนการตรวจประเมินคู่ค้าประจำปีโดยมีการใช้แบบประเมินตนเองสำหรับคู่ค้า (Supplier Self-Assessment) และพิจารณากำหนดแผนการเข้าตรวจเยี่ยมคู่ค้า (ESG On-site Audit) ซึ่งในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ตรวจเยี่ยมคู่ค้าจำนวน 2 ราย ดังนี้ บริษัท ทอปโป้ (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตบรรจุพลาสติกและเอกสารแบบฟอร์มต่างๆ และบริษัท ศิครินทร์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจให้บริการรูปแบบสถานพยาบาล โดยผลการตรวจประเมินของทั้ง 2 ราย อยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม เนื่องจากได้ให้ความสำคัญและได้ดำเนินธุรกิจครอบคลุมภายใต้ มิติ ESG ครบถ้วน นอกจากนี้แล้วทีมงานของบริษัทย่อยได้ตรวจเยี่ยมคู่ค้า จำนวน 31 ราย ซึ่งนับว่าเป็นคู่ค้ารายสำคัญระดับ Tier-1 บริษัทจึงจัดทำแผนงานเข้าตรวจเยี่ยมและประเมินความยั่งยืนเพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าของบริษัทดำเนินธุรกิจโดยมีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) จึงเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทกับคู่ค้าและยังเป็นการเปิดโอกาสให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืนต่อไป

นโยบายสำหรับผู้ส่งมอบสินค้าและบริการ
อ่านเพิ่มเติมได้จาก

www.premier-marketing.co.th

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



ภาพแสดงบรรยากาศการตรวจเยี่ยม (ESG On-site Audit)

การจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืนและสอบกลับได้

จากแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่ว่าด้วย ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน จึงก่อให้เกิดการยกระดับคุณค่าในห่วงโซ่ธุรกิจร่วมกันกับคู่ค้าและผู้ส่งมอบที่มีเป้าหมายคล้ายคลึงกัน ซึ่งสะท้อนถึงค่านิยมขององค์กรด้านประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefits) และการร่วมคิดร่วมสร้าง (Collaboration) ด้วยการใส่ใจในคุณภาพ ตั้งแต่ขั้นตอนคัดเลือกวัตถุดิบ ผ่านเกณฑ์ในการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน ระเบียบปฏิบัติ กระบวนการต่างๆ จนผลิตภัณฑ์ถึงมือผู้บริโภค และสามารถตรวจสอบกลับได้ถึงแหล่งที่มาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการ สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการกำกับดูแล สังคม สิ่งแวดล้อมในกระบวนการให้เกิดการยกระดับคุณค่าห่วงโซ่ธุรกิจก่อเกิดผลลัพธ์ที่ดีให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาวสืบไป

การจัดซื้อวัตถุดิบอย่างยั่งยืนและการสอบกลับ

อ่านเพิ่มเติมได้จากรายงานความยั่งยืน

ประจำปี 2564 หน้า 30-34



SD Report 2021

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



ปลูกฝังความคิดในการเลือกรับประทานให้ผู้บริโภค โดยพิจารณาจากแหล่งที่มาของวัตถุดิบเป็นจุดตั้งต้น
(Trace to Trust)

จากแนวคิดที่ต้องการยกระดับคุณภาพในการบริโภคให้กับผู้บริโภค นอกจากเรื่องคุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าแล้วนั้น บริษัทต้องการสร้างความตระหนักรู้ให้ผู้บริโภคทราบถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ การได้รับรู้ว่าอาหารที่บริโภคนั้น ผลิตมาจากอะไร และมีแหล่งที่มาจากไหน เป็นการเริ่มต้นตั้งคำถามให้กับผู้บริโภคในการเลือกรับประทานเพื่อความปลอดภัยในการบริโภค และเพื่อสร้างมาตรฐานใหม่สำหรับผู้ผลิตอาหารในการแสดงข้อมูลทวนสอบย้อนกลับที่โปร่งใส สะท้อนให้เห็นถึงแนวทางในการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน

ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลเพื่อการทวนสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์ทำโรทุกซอง (Traceability) ให้ผู้บริโภคทราบถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบหลัก (ปลา) พร้อมข้อมูลอื่นที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค เช่น การคัดเลือกวัตถุดิบที่ผ่านเกณฑ์จัดซื้ออย่างยั่งยืนและโปร่งใส กระบวนการผลิตที่มีมาตรฐานสากล และคุณค่าสารอาหารในแต่ละซอง ผ่านวิธีการสแกน QR Code บนซองสินค้า ซึ่งได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2564 และในปีที่ผ่านมาได้พัฒนาออกแบบใหม่ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงกระบวนการทำงานที่สามารถทวนสอบกลับได้ในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นทางที่มาของวัตถุดิบจนส่งถึงมือผู้บริโภคที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับไปในทุกขั้นตอนได้ ด้วยวิธีที่สะดวกและง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลอย่างโปร่งใสด้วยตัวของผู้บริโภคเอง

ในปี พ.ศ.2567 บริษัทกำหนดเป้าหมายการผลักดันให้ผู้บริโภคมีความตระหนักรู้ โดยวัดจากปริมาณผู้บริโภคสแกน QR Code เข้า [www : Trust-TARO](http://www.Trust-TARO) จำนวนอย่างน้อย 20,000 ครั้ง / เดือน

โดยเริ่มต้นจากการใช้คำพูดกระตุ้นให้เกิดความคิด เพื่อให้อยากค้นหาคำตอบ ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. กรอกข้อมูลวันที่ผลิต เพื่อทวนสอบย้อนกลับ ทราบได้ถึงแหล่งจับปลาของแต่ละบริษัทที่ผลิตซูริมิที่ผลิตออกมา



2. ปรากฏขอบเขตของแหล่งที่มาของปลา ว่าช่องที่บริโภคอยู่มาจากจากนานน้ำไหน



3. บริษัทผู้ผลิตซูริมิ (วัตถุดิบ) ผ่านการคัดเลือกจากการกระบวนการจัดซื้อที่โปร่งใส



นอกเหนือจากได้รับทราบถึงกระบวนการได้มาซึ่งวัตถุดิบแล้ว ผู้บริโภคสามารถพิจารณาข้อมูลอื่นที่จำเป็นสำหรับการเลือกบริโภคด้วยได้ ดังนี้

กระบวนการผลิต



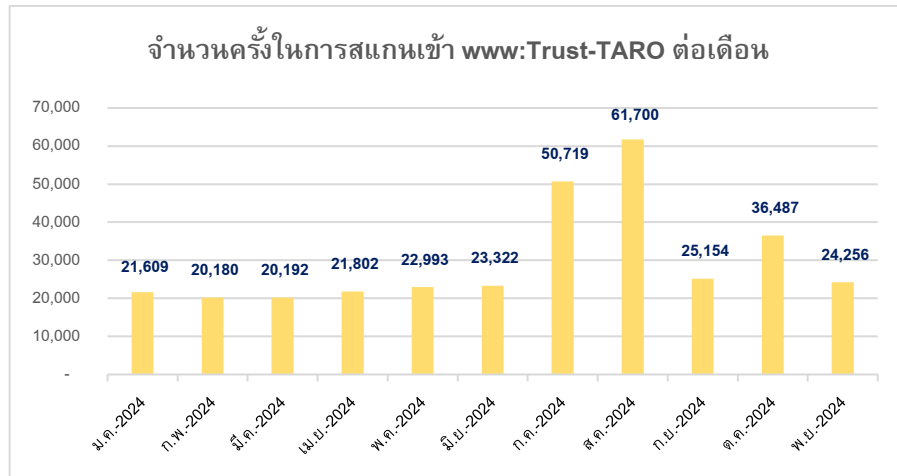
มาตรฐานการผลิต



คุณค่าสารอาหาร



ผู้บริโภคสามารถอ่านและทำความเข้าใจเนื้อหาในแต่ละส่วนได้ และสามารถสแกนเพื่อทราบแหล่งที่มาของปลาที่เป็นวัตถุดิบ ที่ถูกนำมาแปรรูปเป็นซูริมิของแต่ละบริษัทที่เราคัดเลือกได้ในทุกซองของกลุ่มผลิตภัณฑ์ทาโร



จากกราฟแสดงจำนวนครั้งในการสแกนเข้ามาใน www.Trust-TARO โดยทุกเดือนมีการสแกนเข้ามาไม่ต่ำกว่า 20,000 ครั้ง และในเดือนที่มียอดผู้บริโภคสแกนเข้ามาสูงสุดคือ 61,700 ครั้ง (เกิดจากการทำกิจกรรมแนะนำเรื่องการทวนสอบย้อนกลับ(Traceability) เข้าโรงเรียน) ซึ่งค่าเฉลี่ยในการสแกนเข้ามาชมในปี 2565 อยู่ที่ 29,896 ครั้ง และเมื่อนับจำนวนยอดสแกนตลอดปี ม.ค. – พ.ย. 2567 คือ 1,285,537 ครั้ง ถือเป็นการเริ่มต้นในการสร้างมาตรฐานความตระหนักรู้ในการบริโภคได้ดีกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

การจัดซื้อบรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน

ในอีกส่วนหนึ่งของงานจัดซื้อเพื่อนำธุรกิจไปสู่ความยั่งยืนในระยะยาวนั้น บริษัทพีเอ็มอี แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้มีความมุ่งมั่นในการค้นคว้าพัฒนาร่วมกับผู้ผลิตด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและมีความตั้งใจทำงานมุ่งสู่เป้าหมายความยั่งยืนร่วมกัน เพื่อทำให้มั่นใจว่าบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ที่นำมาใช้ในการผลิตของบริษัท คำนึงถึงความปลอดภัยต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์สูงสุด และสามารถลดการใช้ทรัพยากรได้ จากความพยายามและความร่วมมือของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ทำให้บริษัทได้ใช้บรรจุภัณฑ์ชนิดใหม่ๆ ที่จะเป็นส่วนสนับสนุนแนวทางสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต

อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ที่เป็นส่วนประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์ มีส่วนที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงได้ร่วมกับบริษัทคู่ค้าทำการทดลองและศึกษาความเป็นไปได้ ร่วมกับคู่ค้าในการพัฒนาถุง (retort pouch) ที่ทำจากวัตถุดิบชนิดเดียว (Mono material) ที่ช่วยให้การนำไป (Recycle) ง่ายขึ้น เนื่องจากเป็นเนื้อวัสดุฟิล์มเพียงชนิดเดียว ทำให้การย่อยสลายทำได้ง่ายกว่า โดยไม่ต้องแยกประเภทพลาสติกให้ยุ่งยาก ซึ่งได้ร่วมกันพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายผลิต ฝ่ายควบคุมคุณภาพและคู่ค้าได้พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ร่วมกัน เพื่อให้ได้มาซึ่งการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน ลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยนำร่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับสินค้าแบรนด์ของบริษัท และนำเสนอให้กลุ่มลูกค้าที่ให้ความสนใจโดยในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ดำเนินการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

แผนงานในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมกับคู่ค้า

- พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กระดาษจากป่าปลูกที่ได้รับการรับรองจาก FSC (Forest Stewardship Council)
- เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์กล่องภายนอก ลดเกรดกระดาษและลดการพิมพ์ 3 สี เป็นพิมพ์ 1 สี
- ฉลากสินค้า เปลี่ยนการเคลือบฉลากจาก UV Coating เป็น Water based Coating
- ลดความสูงของ Insert เหลือครึ่งกล่อง พร้อมลดแกรมกระดาษ และยกเลิกการใช้ Insert โดยเปลี่ยน Design กล่องแทน
- บรรจุภัณฑ์ถุง Pouch: ลดความหนาของ CPP (ALU Pouch) ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยและคุณภาพของสินค้า
- กล่องบรรจุภัณฑ์ภายใน ลดแกรมกระดาษลง แต่ยังคงความแข็งแรงในการรับน้ำหนักสินค้า



ภาพแสดงตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ที่ร่วมพัฒนากับคู่ค้า

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



การจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นอีกกลยุทธ์ในการจัดซื้อที่มีความรับผิดชอบเช่นกัน เพื่อให้มั่นใจว่าการผลิตสินค้าและบริการก่อให้เกิดการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการจัดซื้อจัดจ้างซึ่งนอกจากความโปร่งใสและความเป็นธรรมแล้ว ยังคำนึงถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบตั้งต้นกระบวนการผลิตของสินค้า ต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรืองานบริการที่ดำเนินการว่าจ้างต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พิจารณาจากวัสดุหรือส่วนประกอบสำคัญในการผลิตสินค้าและบริการ ที่มีส่วนก่อให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงได้มีการศึกษาร่วมกันกับคู่ค้า ถึงความเป็นไปได้ในการนำวัสดุที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิลกลับมาใช้งานใหม่ ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกวัสดุที่นำมาใช้และการออกแบบ เพื่อให้ได้มาซึ่งการใช้สินค้าและบริการที่ยั่งยืน ลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยนำร่องจากการจัดซื้อสินค้าบรรจุภัณฑ์, กลุ่มพรีเมียมและอุปกรณ์/สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้า เป็นต้น

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



ภาพแสดงตัวอย่างสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ร่วมพัฒนากับคู่ค้า

จากการที่บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานที่ต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ESG (Environment, Social, Governance) ฝ่ายจัดซื้อจึงพิจารณาสรรหาคัดเลือกคู่ค้าที่มีแนวคิดดังกล่าว เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าที่ใช้วัสดุรีไซเคิล และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเป้าหมายในการจัดซื้อสินค้าไปยังกลุ่มบรรจภัณฑ์ สินค้าพรีเมียมและสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้จำนวน 4 รายการ ดังนี้

รายการสินค้าสั่งซื้อ	จำนวน	ลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม
1.กระเป๋าโท้ชพับได้	2,000 ใบ	- Green Material 40% Other 60% 
2.กระเป๋าผ้า	1,000 ใบ	- Green Material 40% Other 60% 
3.กางเกงทาโร	300 ตัว	- Green Material 40% Other 60% 
4. กล่องโชว์ทาโร Cut Case Box	11,000 ใบ	- Recycle paper 74%จากกระดาษเก่านิตยสาร, หนังสือพิมพ์ - Soy Ink 5% ,Other 21% 

การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน

ทาโร ไลท์ ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ

ปัจจุบันเป็นที่ทราบทั่วกันว่า ผู้บริโภคใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้นผลิตภัณฑ์ทาโรเป็นสินค้าที่เป็นที่รู้จักและวางจำหน่ายมานานในตลาด โดยยังคงยึดมั่นในการนำเสนอสินค้าที่ให้คุณประโยชน์ต่อผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเสมอมา โดยได้ทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทาโร ไลท์ รสออริจินัล สูตรที่มีปริมาณโซเดียมลดลง 30% โดยได้วางจำหน่ายมาได้ระยะหนึ่งแล้ว เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าที่ต้องการบริโภคขนมขบเคี้ยว โดยได้รับการตอบรับที่ดีอย่างต่อเนื่อง อันเป็นการตอกย้ำความตั้งใจในการส่งเสริมสุขภาพที่ดี

ในปีที่ผ่านมาบริษัทจึงได้สนับสนุนกิจกรรมการออกกำลังกาย เพื่อส่งผลต่อสุขภาพที่ดีให้กับผู้บริโภค โดยเลือกสนับสนุนกิจกรรมงานวิ่งเพื่อสุขภาพที่มีการจัดขึ้นในทุกๆ ภาคของประเทศ เพื่อให้เจตนารมณ์นี้ส่งไปถึงผู้บริโภคทั่วประเทศซึ่งในปีที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์ทาโร ไลท์ ได้สนับสนุนงานวิ่งออกกำลังกาย จำนวนกว่า 200 งาน กระจายไปทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ



ภาพแสดงการสนับสนุนกิจกรรมงานวิ่งเพื่อสุขภาพในภูมิภาคต่างๆ

พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับพืชจาก FOOD WASTE

จากกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนร่วมกัน ด้วยการพิจารณาโอกาสในการสร้างสินค้าและบริการจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจสูงสุด ตลอดจนลดผลกระทบจากการทิ้งเศษวัตถุดิบเหลือใช้ในการกระบวนการผลิต เพื่อเป็นการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่ร่วมกัน จากเศษวัตถุดิบที่เหลือใช้มาจากการบวนการผลิตปลาพ่น้ำ อาทิเช่น หัว พุง ก้าง หาง และหนังปลา จำหน่ายเป็นอาหารสัตว์ในราคาถูก โดยการเพิ่มมูลค่าเศษวัตถุดิบดังกล่าว ที่ยังคงมีประโยชน์และคุณภาพที่ดี นำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์น้ำสกัดจากปลาทะเลน้ำลึกเข้มข้น ใช้ทดแทนปุ๋ยเคมีในการทำการเกษตร ส่งผลให้เกิดประโยชน์และความปลอดภัยต่อคน ชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อมในห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืนต่อไป

บริษัท พีริเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายปลาพ่น้ำสำเร็จรูป และอาหารสัตว์คุณภาพสูงซึ่งจะมีส่วนต่างๆ ของปลา เช่น หัว พุง ก้าง หาง หนัง ที่ถูกคัดแยกมาจากการบวนการผลิต ดังนั้นบริษัท ฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับส่วนต่างๆ ของปลา จึงได้พัฒนา และคิดค้นจนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์น้ำสกัดจากปลาทะเลน้ำลึกเข้มข้น ภายใต้ชื่อ “POWER FISH” ตั้งแต่นั้นปี พ.ศ.2564 ซึ่งต่อมาต้องการพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพให้ช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตสำหรับพืชทุกชนิด อีกทั้งได้ร่วมส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และชุมชนอีกด้วย

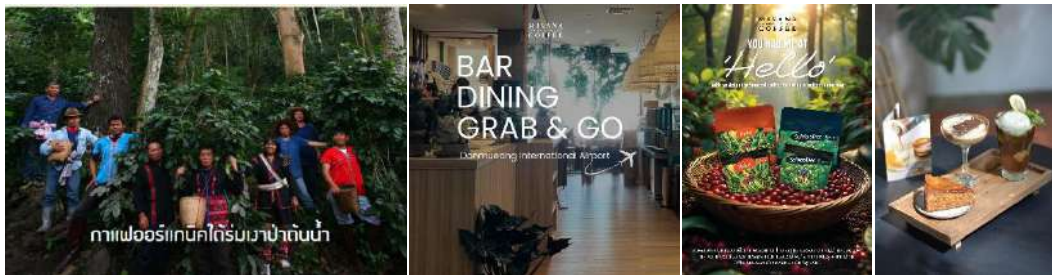


ภาพแสดงโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพืช “POWER FISH”

โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับ ผศ. ดร. วชิระ จินตโกวิท และสถาบันบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (iNT) มหาวิทยาลัยมหิดล ภายใต้ชื่อโครงการ “การศึกษาและเพิ่มประสิทธิภาพน้ำสกัดจากปลาทะเลน้ำลึกเข้มข้นตรา POWER FISH” เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพแก่ผลิตภัณฑ์ด้วยเชื้อจุลินทรีย์บริสุทธิ์จากตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งพบว่า เชื้อแบคทีเรียบาซิลลัส เวเลเซนซิส (*Bacillus velezensis*) ที่ใส่ลงในปุ๋ยปลาสำเร็จรูป ส่งผลดีกว่าปุ๋ยปลาที่ไม่ได้เพิ่มเชื้อ ช่วยเพิ่มน้ำหนักผลผลิตของข้าวโพดและหัวไชเท้า และยังช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตของพืชต้านทานโรคพืช กระตุ้นการเพิ่มขึ้นของฮอร์โมนพืชในพืช เช่น ออกซิน(IAA), จิบเบอเรลลิน ส่งเสริมการเจริญเติบโตของพืชได้ดีมากกว่าเดิม

การพัฒนาธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมของกาแฟ "มีวนา"

จากการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมภายใต้บริษัท มีวนา จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสร้างเสริมความเข้มแข็งให้เกษตรกรในชุมชน พร้อมไปกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศป่าไม้ครอบคลุมพื้นที่แหล่งต้นน้ำ 3 แห่งในจังหวัดเชียงราย ด้วยการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกกาแฟในระบบอินทรีย์ และรับซื้อผลผลิตเพื่อแปรรูปและจัดจำหน่ายภายใต้โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า "มีวนา" โดยประกอบด้วยผลิตภัณฑ์กาแฟอินทรีย์อาราบิก้าแบบคั่ว คั่วบด รูปแบบกาแฟดริป แบรินด์ มีวนา และผลิตภัณฑ์รูปแบบกาแฟกึ่งเย็นบรรจุกระป๋อง มีวนา ออร์แกนิกสปาร์คคอลลีคอฟฟี่ และในปีที่ผ่านมาได้ขยายสาขาร้านค้ากาแฟมีวนาเพิ่มขึ้นที่ สยามบินานานาชาติดอนเมือง ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมการบริโภคกาแฟอินทรีย์ให้แพร่หลายในวงกว้างมากขึ้น



ภาพแสดงโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า มีวนา

ผลจากการดำเนินงานโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า "มีวนา" มาอย่างต่อเนื่องนั้น ได้สร้างความอยู่ดีมีสุขให้กับวิถีชุมชนในหมู่บ้านต่างๆ ที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 7 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่บ้านขุนลาว, บ้านห้วยคุณพระ, บ้านห้วยไคร้, บ้านใหม่พัฒนา, บ้านผาแดงหลวง, บ้านดอยช้างและบ้านร่มเย็น มีจำนวนสมาชิกรวม 256 ราย ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ในการเพาะปลูกกาแฟอินทรีย์ จำนวน 4,230.57 ไร่ และเป็นพื้นที่ที่ได้รับการรับรองการผลิตกาแฟมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล

นอกจากรายได้ของเกษตรกรในชุมชนที่ได้รับจากการขายผลผลิตกาแฟในทุกปี อันเป็นรายได้หลักของสมาชิกที่สามารถนำไปดำรงชีวิตในครอบครัวได้อย่างมั่นคง บริษัทยังมีเงินสนับสนุน เพื่อนำไปพัฒนาชุมชน อาทิเช่น ถนนทางเข้าสวนกาแฟไฟฟ้าส่องสว่างภายในชุมชน เป็นต้น อีกทั้งยังร่วมกันวางแผนงานโครงการพัฒนาสภาพในการทำการเกษตร โดยในปีพ.ศ.2567 บริษัทฯได้ดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างยั่งยืนด้วยการขับเคลื่อนผ่านโครงการและตามแผนงานต่างๆ ที่ทำร่วมกับเกษตรกรในชุมชน อาทิเช่น การเพิ่มผลผลิตและลดของเสียจากโรคพืชด้วยการใช้เชื้อราธรรมชาติ, การจัดทำฝายชะลอน้ำ, การจัดทำแนวกันไฟและลาดตะเวนไฟป่าและโครงการโรงเรียนเกษตรกร เป็นต้น



ภาพแสดงเกษตรกรในชุมชนร่วมกับโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า มีวนา

การพัฒนาองค์ความรู้ไปสู่เกษตรกรต้นแบบ

จากพันธกิจของบริษัทที่ว่าด้วย การสนับสนุนแนวคิดสร้างสรรค์และผลักดันให้เกิดการพัฒนาในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับนโยบายด้านการบริหารจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจและสังคม บริษัทจึงได้ร่วมกันกับสมาชิกที่เป็นเกษตรกรปลูกกาแฟในโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า มีวนาในจังหวัดเชียงราย โดยการเปิดพื้นที่เป็นโรงเรียนเกษตรกรต้นแบบ ซึ่งมีวัตถุประสงค์พัฒนาสวนกาแฟให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน ผ่านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้จัดระบบองค์ความรู้ร่วมกัน เพื่อได้แลกเปลี่ยนกัน ตลอดจนถ่ายทอดความรู้ และทักษะ จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมและกลุ่มสมาชิกของเกษตรกรปลูกกาแฟ โดยใช้หลักการโรงเรียนเกษตรกร (Farmers Field School) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2566 ที่ผ่านม พบว่า ผลลัพธ์ทำให้เกิดการพัฒนาความรู้และทักษะกับเกษตรกรที่เข้าร่วม จึงได้ขยายผลต่อเนื่องมาในปีพ.ศ. 2567 เพื่อขยายองค์ความรู้ เพิ่มขีดความสามารถให้ครอบคลุมกลุ่มเกษตรกรที่เป็นสมาชิกในแต่ละพื้นที่ ดังนี้

1. พิจารณาคัดเลือกเกษตรกรสมาชิกที่มีศักยภาพในการพัฒนา จาก 7 หมู่บ้าน จำนวน 66 ราย และนำข้อมูลย้อนหลัง 3 ปี ของเกษตรกรแต่ละราย ทำการวิเคราะห์ จุดอ่อนจุดแข็งและประเมิน เพื่อออกแบบแผนการพัฒนาให้กับเกษตรกรแต่ละราย
2. กำหนดเป้าหมายเพิ่มปริมาณผลผลิตต่อไร่และคุณภาพของผลผลิตที่ต้องการพัฒนา
3. จัดกระบวนการเรียนรู้ วางแผนการพัฒนาเกษตรกรให้สอดคล้องกับปฏิทินการผลิต จำนวน 6 ครั้ง
4. ดำเนินการติดตามความคืบหน้าในการพัฒนาสวนกาแฟของเกษตรกรแต่ละราย

นโยบายด้านการบริหารจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ
และสังคม อ่านเพิ่มเติมได้จาก
www.premier-marketing.co.th



เกษตรกรลงฟาร์มทำการสำรวจระบบนิเวศน์สวนกาแฟ



เกษตรกรลงฟาร์มทำการสำรวจระบบนิเวศน์สวนกาแฟ

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



จากการสรุปของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมฯ ในที่ประชุมกลุ่มย่อยระหว่างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของเกษตรกร ดังนี้

1. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมฯ จัดกระบวนการโรงเรียนเกษตรกร ให้กับเกษตรกรตัวอย่าง ครอบคลุมตามแผนหลักสูตรโรงเรียนเกษตรกรทั้ง 6 ครั้ง
2. เกษตรกรจากสมาชิก 7 หมู่บ้าน 66 ราย ดำเนินการจัดการสวนกาแฟอย่างเหมาะสมตามเป้าหมายที่วางไว้ เช่น การตัดแต่งกิ่ง การใช้ปุ๋ยหมักในปริมาณที่เหมาะสม การใช้ปุ๋ยปลา PCI เพื่อเพิ่มธาตุอาหารให้ต้นกาแฟ การใช้เชื้อราชีวเวอเรีย ครอบคลุมราย
3. เกษตรกรสามารถสำรวจและวิเคราะห์สวนของตนเอง และสามารถแสดงความคิดเห็นในการพัฒนาที่เหมาะสม และเป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมกระบวนการคนอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี
4. แปลงเกษตรกรแต่ละราย มีการดำเนินการจัดการอย่างเหมาะสม มีการจัดการธาตุอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการของต้นกาแฟ มีการใช้เชื้อราชีวเวอเรียในการป้องกันการระบาดของมอดและโรคแอนแทรคโนส ทำให้ต้นกาแฟมีสุขภาพที่สมบูรณ์

จากผลการดำเนินการในโครงการพัฒนาสวนกาแฟของโรงเรียนเกษตรกรต้นแบบในปีที่ผ่านมา ยังต้องติดตามความคืบหน้าอย่างต่อเนื่องก่อนขยายผลเพิ่มเติมให้กับเกษตรกรกลุ่มใหม่ ซึ่งทางบริษัทได้นำบทสรุปที่ได้มาถอดบทเรียนและปรับปรุงเพื่อออกแบบเป็นแผนการพัฒนาสวนกาแฟอย่างยั่งยืนให้เกษตรกรต้นแบบในรุ่นต่อไป



เกษตรกรแต่ละกลุ่มย่อย นำเสนอผลสรุปและแนวทางแก้ไขปัญหา



สร้างคุณค่าเพื่อพนักงานมั่นคง (สังคมภายใน)

บริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ให้ความสำคัญกับพนักงานที่จะเป็นผู้ขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับองค์กรได้เป็นอย่างดี ดังนั้นทีมงานบริหารจึงมีหน้าที่รับผิดชอบในการวางแผนด้านบุคลากร ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกสรรหา พัฒนาศักยภาพและความสามารถของพนักงานให้สูงขึ้น จัดให้มีสถานที่ทำงานที่มีความปลอดภัย พร้อมกับดูแลพนักงานให้มีความสุขในการปฏิบัติหน้าที่ รู้สึกผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว อันเป็นการสร้างความสำเร็จสู่ความยั่งยืนของกิจการ

จากความตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าของพนักงานที่มีผลโดยตรงต่อการดำเนินงาน บริษัทฯจึงได้ปฏิบัติตามนโยบายในด้านต่างๆ อาทิเช่น นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและความเสมอภาคในการจ้างงานและการบริหารค่าตอบแทนสวัสดิการให้เกิดความเป็นธรรม นโยบายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย ตลอดจนดำเนินการพัฒนาศักยภาพพนักงานเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่รับผิดชอบ โดยมีแนวทางปฏิบัติควบคู่ไปกับการเปิดโอกาสให้พนักงานได้ร่วมกันแสดงความรู้ความสามารถ ยกย่องคุณภาพชีวิตของพนักงานให้เกิดความมั่นคง โดยมีรายละเอียด ดังนี้



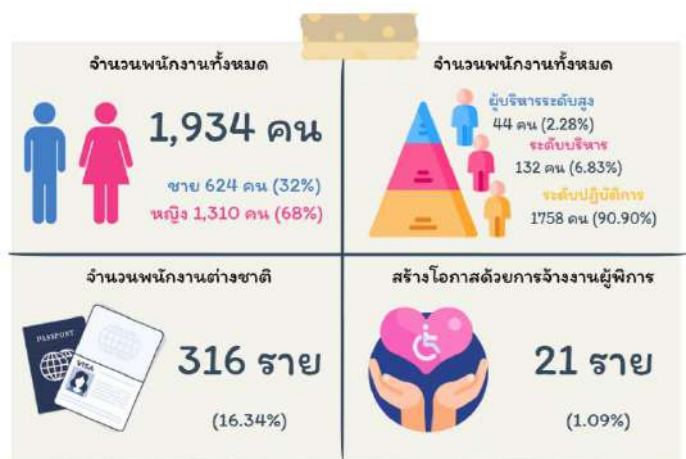
การบริหารจัดการพนักงาน

ด้วยบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเตรียมความพร้อมในเรื่องการบริหารจัดการพนักงานเพื่อรองรับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทัน่วงที่ บริษัทฯจึงมีนโยบายและแผนงานการบริหารจัดการพนักงาน โดยเริ่มจากการทำงานวันแรกจนถึงวันที่พนักงานเกษียณอายุ ตั้งแต่การบริหารค่าจ้างค่าตอบแทน สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ การพัฒนาศักยภาพสร้างความก้าวหน้าในสายอาชีพ ตลอดจนส่งเสริมคุณภาพชีวิตดูแลความอยู่ดีมีสุข ด้วยการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการจัดการสวัสดิการและให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติกับพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมอันแสดงถึงการยอมรับในความหลากหลายบนหลักสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระยะยาว

การจ้างงานที่เป็นธรรมและความเสมอภาค

อีกด้านหนึ่งของภาคปฏิบัติในการส่งเสริมความเท่าเทียมและความเสมอภาคของพนักงานนั้น บริษัทฯพิจารณาการว่าจ้างพนักงานเป็นประเภทรายเดือนเท่าเทียมทุกตำแหน่งงานรวมทั้งพนักงานต่างชาติและได้สนับสนุนให้พนักงานทุกระดับ และทุกหน่วยงานเข้าเป็นสมาชิกในคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการและคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย เพื่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ตลอดจนร่วมกันดูแลสวัสดิการให้เกิดความอยู่ดีมีสุขและความพึงพอใจของพนักงานไปด้วยกัน

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



การพัฒนาศักยภาพและความสามารถพนักงาน

บริษัทได้ให้การส่งเสริมพนักงานทุกระดับได้รับความรู้และการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นพัฒนาให้สอดคล้องตามสมรรถนะที่จำเป็นขององค์กรทั้ง 3 ด้าน กล่าวคือด้านคุณค่าหลัก, ด้านการบริหารจัดการ และหน้าที่ความรับผิดชอบ ทั้งนี้เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ทักษะและความสามารถในการสนับสนุนวิสัยทัศน์ ค่านิยมและทิศทางการเติบโตของธุรกิจ พร้อมทั้งจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management) ให้สามารถถ่ายทอดในการสอนงานหรือพัฒนาการทำงาน เพื่อให้บริษัทสามารถบรรลุเป้าหมาย ในการเพิ่มผลลัพธ์ทางธุรกิจขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยมีแนวทางการดำเนินงานดังนี้

- สร้างโอกาสการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning) นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
- พัฒนาบุคลากรในการเพิ่ม Productivity เพื่อให้สอดคล้องและตอบสนองต่อทิศทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
- พัฒนาตามแผนงานพัฒนาบุคลากรรายบุคคล (IDP) เพื่อการสืบทอดตำแหน่งงาน (Succession Plan)
- ส่งเสริมและพัฒนาให้ความรู้ สร้างความเข้าใจการทำงานอย่างยั่งยืน “การปลูกฝัง DNA ความยั่งยืนของพนักงาน”



ภาพแสดงการพัฒนาศักยภาพและความสามารถของพนักงาน

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน

สืบเนื่องจากแนวคิดที่ต้องการสร้างวัฒนธรรมให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง เพื่อส่งเสริม สนับสนุน ให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์มาช่วยในการปฏิบัติงาน ซึ่งจัดเป็นหนึ่งในคุณค่าหลัก (Core Value) ขององค์กร บริษัทยังมีความเชื่อว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นเรื่องจำเป็นที่จะทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตอย่างเข้มแข็งในระยะยาว ดังนั้นบริษัทจึงกำหนดนโยบายส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาปรับปรุงวิธีการทำงาน ตลอดจนการจัดการองค์ความรู้ และการแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อสืบทอดพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากรส่งต่อกันรุ่นสู่รุ่นต่อไป

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการองค์ความรู้ ถือเป็นการรวบรวมความรู้ ทักษะที่สำคัญต่อการปฏิบัติงานของบริษัท ซึ่งโดยปกติแล้ว ความรู้ ทักษะหรือเทคนิคในการทำงานเหล่านี้ ได้สั่งสมอยู่ในตัวบุคลากรที่มากประสบการณ์ และยังกระจุกกระจายไม่เป็นที่เป็นทาง ดังนั้น เพื่อให้เกิดการสืบทอดและพัฒนาต่อยอดความรู้อย่างเป็นระเบียบ จึงได้เกิดแนวคิดในการรวบรวมจัดเก็บความรู้และทักษะที่สำคัญ โดยผ่านการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนระหว่างผู้รู้ รวบรวมจัดเก็บให้เป็นระบบ เพื่อให้บุคลากรของบริษัทเข้าถึงและศึกษา พร้อมกับนำไปปฏิบัติ ให้เกิดประสิทธิภาพในงานได้สืบเนื่องต่อไป

การมีส่วนร่วมของพนักงานในการพัฒนาปรับปรุงงาน

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด ได้กำหนดให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพิ่มผลผลิตมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนาปรับปรุงวิธีการทำงานของตนเองหรือของหน่วยงานตนเอง ช่วยลดต้นทุนในการผลิต ลดการสูญเสียต่างๆ ช่วยให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีในการทำงานถือเป็นการเพิ่มขวัญกำลังใจให้แก่พนักงาน และพนักงานยังได้เรียนรู้การใช้เทคโนโลยีหรือวิธีการทำงานใหม่ๆ เป็นการเพิ่มทักษะในการทำงาน และพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาปรับปรุงงานและการมีส่วนร่วมของพนักงานมาอย่างต่อเนื่อง โดยได้แบ่งทีมงานที่ช่วยในการขับเคลื่อนโครงการเป็น 2 ทีม **ทีมวิชาการ** ซึ่งทำหน้าที่อบรมให้ความรู้กับพนักงานเกี่ยวกับเครื่องมือที่จะนำมาใช้และแนะนำเพิ่มทักษะที่จำเป็นในเรื่องการปรับปรุงงาน **ทีมส่งเสริม** ซึ่งทำหน้าที่ในการส่งเสริมหากิจกรรมและของรางวัลสนับสนุน เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของพนักงาน รวมทั้งการสื่อสาร, ทำป้าย, และติดบอร์ดประชาสัมพันธ์

ซึ่งการดำเนินงานของทั้ง 2 ทีมต้องทำงานประสานกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดเรื่องดังกล่าวเป็นเป้าหมายรายบุคคล เพื่อใช้ในการวัดผลและประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงานในหมวด People Goal อีกด้วย โดยในปีที่ผ่านมาโครงการพัฒนาปรับปรุงงานมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567





ภาพแสดงการนำเสนอผลงาน Show & Share ในการปรับปรุงงานของพนักงาน

ในปี พ.ศ. 2567 ที่ผ่านมานั้นบริษัทได้จัดพื้นที่ให้พนักงานเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านโครงการ "คนจริงไม่ทิ้งใคร" ที่ดำเนินการมาต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 เพื่อให้โอกาสพนักงานส่งมอบคุณค่าที่ดี แบ่งปันความสุข ความสำเร็จให้กับคนในสังคมที่มีโอกาสน้อยกว่าทั้งใกล้ตัวและไกลตัว โดยในปีนี้โครงการฯ ได้ร่วมกับสายงานพัฒนาความยั่งยืนทางสังคมผ่าน 3 มูลนิธิ ที่ต้องการทีมงานจิตอาสาสามารถร่วมสร้างสังคมที่ดี โดยเริ่มจากการฟังปัญหาจากแต่ละมูลนิธิแล้วร่วมกันนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์ตามความสนใจหรือความถนัดของตนเอง ซึ่งผลจากการดำเนินงานสามารถขยายผลการพัฒนาเป็นโครงการต่างๆ ต่อจากปีที่แล้ว และสำหรับโครงการที่ได้ต่อยอดและนำไปสู่การลงมือปฏิบัติได้จำนวน 6 โครงการ ดังนี้



ตัวอย่างจากโครงการปันกันสัญจรเพื่อน้องที่กบินทร์บุรี โดยกลุ่มคนจริงไม่ทิ้งใครในบริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด และบริษัทในกลุ่มพรีเมียร์ เพื่อส่งเสริมการศึกษาให้แก่ลูกหลานในชุมชน ซึ่งเป็นโครงการที่ช่วยกันรับบริจาคสิ่งของที่ยังใช้งานได้และนำมาจำหน่าย เป็นการระดมทุนสนับสนุนการศึกษาให้แก่นักเรียนในพื้นที่ชุมชน อำเภอหนองกี่และอำเภอนาดิน จังหวัดปราจีนบุรี ผลลัพธ์จากความร่วมมือของทุกภาคส่วน ทำให้สามารถมอบทุนการศึกษา “ปันกันสัญจร” ให้น้องนักเรียนทุนมูลนิธิยุวพัฒน์ จำนวน 5 คน แบ่งเป็นทุนการศึกษาต่อเนื่อง 3 ปีจากนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้า กบินทร์บุรี จำนวน 4 คน และทุนการศึกษาต่อเนื่อง 6 ปีนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 โรงเรียนบ้านหินเทียน จังหวัดปราจีนบุรี ยอดรวมทั้งสิ้น 126,000 บาท



ภาพกิจกรรมในโครงการ “คนจริงไม่ทิ้งใคร”

การดูแลรักษาพนักงาน

บริษัทและบริษัทย่อย มีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและดูแลรักษาพนักงาน ด้วยการสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการจัดการสวัสดิการและกิจกรรมต่างๆ ผ่านคณะกรรมการสวัสดิการที่เป็นตัวแทนจากหน่วยงานต่างๆ ภายใต้การดำเนินงาน องค์การแห่งความสุข (Happy Workplace) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทและพนักงาน ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานควบคู่กับสร้างความพึงพอใจแก่พนักงาน เกิดสมดุลของชีวิตกับการทำงาน (Work Life Balance) อันนำไปสู่ความอยู่ดีมีสุขของพนักงาน โดยแต่ละบริษัทจัดทำแผนงานประจำปีกำหนดกิจกรรมให้สอดคล้องตามความต้องการของพนักงาน อาทิเช่น งานทำบุญตามประเพณี, การแข่งขันลดพุง, การบริจาคโลหิต ประกวดการแต่งกายในงานเลี้ยง, โครงการกินผักวันละนิด, ประกวดไอเดียช่วยลดโลกร้อนและรายการวิทยุเปิดเพลงตามคำขอแจ้งข่าวสาร (PM Sharing Radio)

นโยบายและแนวทางการปฏิบัติในการดูแลพนักงาน
อ่านเพิ่มเติมได้จาก www.premier-marketing.co.th



ภาพแสดงกิจกรรมตามแผนงานการดูแลรักษาพนักงาน

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน

บริษัทยังคงให้ความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีการกำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนให้ผู้บริหารทุกระดับในองค์กรดูแลรับผิดชอบและถือเป็นเรื่องสำคัญในทางปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานภายใต้สายบังคับบัญชาได้ทราบทำความเข้าใจ และปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ ครอบคลุมจนถึงคู่ค้าทางธุรกิจ ผู้ส่งมอบ ผู้รับเหมา และลูกค้า ตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินธุรกิจด้วยความเคารพต่อสิทธิมนุษยชน โดยที่จะไม่ให้เกิดการสนับสนุนหรือมีส่วนร่วมใดๆ กับบุคคลและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน

ในปี พ.ศ.2567 ที่ผ่านมามีบริษัทได้ทบทวนดำเนินการประเมินความเสี่ยงและตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) รวมถึงมีการกำหนดมาตรการเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบในเรื่องดังกล่าวและในปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีข้อร้องเรียนหรือการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน

อีกส่วนหนึ่งของการแสดงออกถึงความมุ่งมั่นการเคารพสิทธิมนุษยชนด้านความหลากหลายของพนักงานในบริษัทควบคู่ไปกับการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม บริษัทยังได้รับการรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (มรท.8001) และสถานประกอบการที่มีแนวทางการปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี GLP (Good Labour Practices) จากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

นโยบายและแนวทางการให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน
อ่านเพิ่มเติมได้จาก www.premier-marketing.co.th

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง ปัจจุบันมีพนักงานหลากหลายสัญชาติ ดังนั้นจึงให้ความสำคัญกับการสื่อสารให้พนักงานทุกคนได้ทำความเข้าใจถึงสิทธิสวัสดิการที่ตนเองได้รับและส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาการทำงานและเสนอแนะ สวัสดิการอื่นๆ การดูแลพนักงาน ตลอดจนการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน ให้มีความสุขในการทำงานและได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม อาทิเช่น การรับเป็นพนักงานประจำรายเดือน, สมัครเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ, การใช้สวัสดิการทุนศึกษาบุตร เป็นต้น

น้อง MI SIKE SAW ปัจจุบันตำแหน่งผู้ช่วยหัวหน้าหน่วย ฝ่ายผลิต เล่าให้เราฟังว่า

“ตลอดระยะเวลา 7 ปี ที่ทำงานในบริษัท ได้รับโอกาสปรับตำแหน่งเป็น ผู้ช่วยหัวหน้างาน รู้สึกภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งในการทำงาน ทำให้มีกำลังใจในการทำงาน มีหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานคนไทยที่ดี ทำให้มีความสุขในการทำงาน บริษัทมีการดูแลความเป็นอยู่พนักงานดี ได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมเหมือนคนไทยทุกอย่าง โดยเฉพาะสวัสดิการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพเป็นการเก็บเงินที่ดี มีรายได้เท่าเทียม และโบนัสส่งกลับไปให้ครอบครัวที่ประเทศพม่า บริษัทเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมการกินอาหาร การใช้ชีวิต ระหว่างเพื่อนพนักงานคนไทยและยังมีส่วนร่วมในการเลือกตัวแทน ให้มีส่วนร่วมในคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัทอีกด้วย ดีใจมากที่ตัดสินใจทำงานกับบริษัทและจะตั้งใจทำงานให้ดีขึ้นต่อไป ”



น้อง NAN THET THET SWE ปัจจุบันทำงานในตำแหน่งผู้ช่วยหัวหน้าหน่วย ฝ่ายผลิต เล่าให้เราฟังว่า

“ตลอดระยะเวลา 9 ปีที่ทำงานในบริษัท รู้สึกว่าโชคดีและภาคภูมิใจที่ทำงานกับบริษัทนี้ เพราะที่นี่มีเพื่อนร่วมงานและหัวหน้าที่ดีเอาใจใส่ พนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมกันไม่ว่าวันแม้แต่แรงงานต่างชาติเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการสวัสดิการพนักงานในเรื่องสวัสดิการและกิจกรรมต่างๆ ได้ทำงานส่งเงินให้น้องชายเรียนจบปริญญาตรี ตอนนี้ตัวเองแต่งงานมีครอบครัวและกำลังตั้งครุภรรยา เมื่อคลอดแล้วจะส่งลูกไปให้แม่เลี้ยงและตั้งใจจะทำงานที่นี่ เพื่อส่งเงินเลี้ยงลูกต่อไป ตั้งใจว่าจะขยัน ทำงานให้บริษัทต่อไปนานๆ ”



องค์กรควบคู่ไปกับการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม บริษัทและบริษัทย่อย มีนโยบายสนับสนุนการจ้างงานคนพิการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คนพิการเหล่านั้น สามารถประกอบอาชีพมีรายได้ พึ่งพาตัวเอง ลดภาระให้กับครอบครัว อีกทั้งยังสร้างความภาคภูมิใจในตัวเองที่สามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ ในปีที่ผ่านมา บริษัทมีการจ้างงานคนพิการ 2 รูปแบบ คือการจ้างงานคนพิการเป็นพนักงานประจำในบริษัท จำนวน 21 คน และการจ้างงานคนพิการผ่านมูลนิธินวัตกรรมทางสังคม จำนวน 9 คน โดยพนักงานในกลุ่มนี้จะเข้าทำงานในสถาบันต่างๆ ของชุมชนที่เป็นภูมิลาเนาของแรงงานคนพิการ สำหรับการจ้างงานผู้สูงอายุ บริษัทเห็นความสำคัญและได้ดำเนินการว่าจ้างอย่างต่อเนื่อง ในปีที่ผ่านมาได้มีการว่าจ้างงานผู้สูงอายุ จำนวน 12 คน ซึ่งพนักงานกลุ่มดังกล่าวมีประสบการณ์และสุขภาพแข็งแรง สามารถปฏิบัติงานและพัฒนาทักษะให้เข้ากับการทำงานในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567





การบริหารจัดการความปลอดภัยในการทำงาน

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีความตระหนักและห่วงใยในชีวิต ทรัพย์สิน และสุขภาพของพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคน จึงกำหนดนโยบาย เป้าหมายและแผนการดำเนินงานด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความปลอดภัยในการทำงาน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา และพนักงานทุกคน ต้องให้ความร่วมมือทั้งในระหว่างการทำงานตลอดจน การดำเนินชีวิตนอกเวลางาน

สภาพแวดล้อมความปลอดภัยในการทำงาน บริษัทยังคงมุ่งดำเนินการเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ถูกสุขลักษณะและความปลอดภัยอาชีวอนามัยสำหรับผู้ปฏิบัติงานและผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้มั่นใจว่าป้องกันและลดอัตราการบาดเจ็บ การเจ็บป่วยและอุบัติเหตุจากการทำงาน ทั้งนี้บริษัทไม่มีผู้รับเหมาและคู่ค้าที่มาปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัท

ความปลอดภัยด้านกระบวนการผลิต ในส่วนกระบวนการผลิตนั้น บริษัทได้คำนึงถึงความปลอดภัยโดยการจัดทำมาตรการเพื่อป้องกันอุบัติเหตุและการบาดเจ็บที่เกี่ยวข้องจากกระบวนการผลิต รวมทั้งมีการประเมินขั้นตอนการดำเนินงาน การควบคุมและป้องกันอันตราย เพื่อลดความเสี่ยง ตลอดจนมีการฝึกอบรมให้ความรู้ สร้างความเข้าใจให้ผู้ปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ

ความปลอดภัยด้านบุคคล บริษัทมีการกำหนดเป้าหมายในการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยของบุคลากรอย่างชัดเจน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านความปลอดภัย ในการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นการส่งเสริมสร้างจิตสำนึกให้ดำเนินการตามกฎระเบียบ ทบทวนมาตรการป้องกัน เพื่อลดความเสี่ยง ความรุนแรง ความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น ทั้งนี้เป้าหมาย แผนงานและผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจัดเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาด้านสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยอาชีวอนามัย

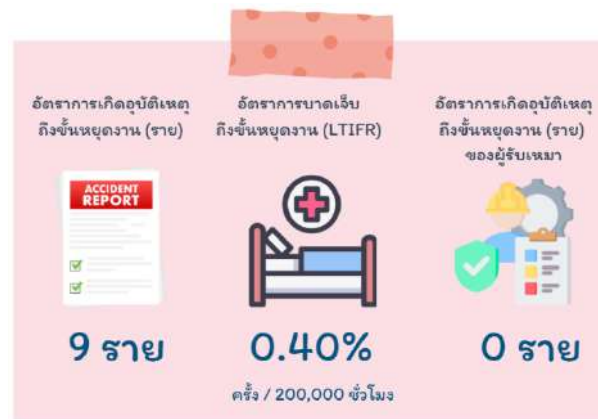
จากการดำเนินงานด้านสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยอาชีวอนามัยในปี พ.ศ.2567 ที่ผ่านมา ได้ดำเนินการตามแผนงาน อาทิเช่น การตรวจวัดสภาพแวดล้อมการทำงาน การฝึกอบรมให้ความรู้ การซ่อมแผนฉุกเฉิน การซ้อมดับเพลิง และการตรวจสุขภาพประจำปี พร้อมทั้งมีการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยของพนักงานและผู้รับเหมา

เป้าหมายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

1. อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานต้องเป็นศูนย์
2. อัตราการเกิดอัคคีภัยทุกพื้นที่ต้องเป็นศูนย์

นโยบายและแนวทางการบริหารความปลอดภัยและอาชีวอนามัย
อ่านเพิ่มเติมได้จาก www.premier-marketing.co.th

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



สถิติการประสบนอันตรายจากการปฏิบัติงาน	ปี2564 (ราย)	ปี2565 (ราย)	ปี2566 (ราย)	ปี2567 (ราย)
อุบัติเหตุ (ราย)	24	28	32	19
หยุดงาน(ราย)	10	10	10	9
ไม่ต้องหยุดงาน(ราย)	14	18	22	10
เสียชีวิต(ราย)	0	0	0	0
อัตราการเกิดอัคคีภัย(ครั้ง)	0	0	0	0

ตารางแสดงสถิติการประสบนอันตรายจากการปฏิบัติงาน ปี 2564 - 2567

หมายเหตุ : * ข้อมูลสถิติประสบนอันตรายจากการปฏิบัติงาน จากบริษัทพีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

** ไม่รวมอุบัติเหตุทางรถยนต์

จากการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง แต่สถิติด้านความปลอดภัย ยังคงเพิ่มขึ้นถึงแม้จะไม่รุนแรงก็ตาม ทั้งนี้ บริษัทได้ตระหนักถึงความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของพนักงานเป็นสำคัญ ดังนั้นในปี พ.ศ.2566 บริษัท พี.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้ยกระดับการดำเนินการด้านความปลอดภัย โดยจัดทำระบบ ISO 45001 ระบบบริหารความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และได้ผ่านการรับรองเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

อุบัติเหตุที่เกิดจากสภาพแวดล้อมไม่ปลอดภัย เป็นจำนวน 6 ราย

จากการสอบสวนในการเกิดอุบัติเหตุ พบว่าสาเหตุมาจากสภาพแวดล้อมไม่ปลอดภัย อาทิเช่น พื้นที่จำกัดในการปฏิบัติหน้าที่ การ์ดป้องกันจุดอันตรายเครื่องจักรชำรุด เครื่องมือชำรุด แตกหัก เครื่องมือเป็นโลหะที่มีคมบาดมือ แสงสว่างในพื้นที่การปฏิบัติงานไม่เพียงพอ และบางพื้นที่มีน้ำขังทำให้ลื่นล้ม

แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

- จัดทำแผนการฝึกอบรมในขณะปฏิบัติงาน (On The Job Training : OJT) เพื่อรองรับกรณีพนักงานลาหยุดและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานกรณีที่พนักงานปฏิบัติงานทดแทนกันในวันหยุด
- จัดทำสัญลักษณ์เตือนอันตรายเพิ่มเติมให้เพียงพอและจัดหา safety guard ทดแทนบางส่วนที่ชำรุด
- จัดเก็บอุปกรณ์แยกประเภทชัดเจนเพื่อให้เกิดความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน (5ส.)
- อบรมพนักงานเพื่อทวนสอบจุดอันตรายและเน้นย้ำเรื่องการสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล
- ตรวจสอบพื้นที่การปฏิบัติงานและอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานก่อนปฏิบัติงานจริง

อุบัติเหตุที่เกิดจากการกระทำไม่ปลอดภัย เป็นจำนวน 13 ราย

จากการสอบสวนในการเกิดอุบัติเหตุ พบว่าสาเหตุมาจากการกระทำไม่ปลอดภัย อาทิเช่น การไม่ปิดเครื่องจักร ก่อนทำความสะอาดหรือซ่อมแซมเครื่องจักร เลือกใช้งานอุปกรณ์ในการทำงานผิดประเภท ยกวัตถุที่มีขนาดใหญ่จนไม่สามารถจับได้อย่างมั่นคง, ไม่สวมใส่ (PPE) อุปกรณ์ป้องกันในการปฏิบัติงาน, ไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนการทำงานด้านความปลอดภัย (Job Safety Analysis : JSA) และปฏิบัติงานโดยประมาทไม่ระมัดระวัง หยอกล้อกันขณะปฏิบัติงาน รีบเร่งทำงาน, สภาพร่างกายไม่พร้อม เป็นต้น

แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

- อบรมพนักงานเพื่อทวนสอบจุดอันตราย และจัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
- ทบทวนและทำความเข้าใจถึงขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้อง
- แจ้งให้พนักงานในหน่วยงานทราบถึงสาเหตุการเกิดอุบัติเหตุขณะปฏิบัติงานภายนอก เพื่อให้เฝ้าระวังและเตือนให้มีสติทุกครั้งที่ออกปฏิบัติงานนอกพื้นที่
- ควบคุมดูแล ทบทวน เน้นย้ำและทำความเข้าใจถึงมาตรฐานขั้นตอนการทำงานที่ต้องใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE) อย่างสม่ำเสมอ



ภาพแสดงการฝึกอบรมการขับขี้อย่างปลอดภัยและทีมปฐมพยาบาลการช่วยชีวิต BASIC CPR



ภาพแสดงการฝึกซ้อมดับเพลิงและอพยพหนีไฟของ
บมจ.พีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง (คลังสินค้าร่วมเกล้า)



ภาพแสดงการฝึกซ้อมดับเพลิงและอพยพหนีไฟของ
บริษัทย่อย (โรงงานผลิต)



ภาพแสดงการอบรมและฝึกการขับซื้ออย่างปลอดภัยของ บมจ.พีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง



ภาพตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านเสียง แสงสว่าง ความร้อน และสารเคมี



สร้างคุณค่าให้สังคมยั่งยืน (สังคมภายนอก)

การมีส่วนร่วม พัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

ด้วยปัญหาสังคมที่มีอยู่ในปัจจุบันมีขนาดใหญ่ มีความหลากหลายและซับซ้อน การใช้ความเชี่ยวชาญจากการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนเพียงอย่างเดียว ยังไม่สามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกหรือการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ให้กับสังคมได้มากเพียงพอ จำเป็นต้องมีการขยายผล สนับสนุน ส่งเสริมความร่วมมือกับองค์กรที่ทำงานเพื่อพัฒนาสังคมเป็นการเฉพาะ เพื่อให้การแก้ปัญหาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างผลลัพธ์ขนาดใหญ่ให้กับสังคม

บริษัท จึงได้ผกานแนวคิดการพัฒนาสังคม เพื่อร่วมสร้างสังคมดี เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง ด้วย 1.) การใช้ความรู้ความเชี่ยวชาญ ทรัพยากรและศักยภาพในการดำเนินธุรกิจเพื่อร่วมแก้ปัญหาทางสังคม 2.) การขยายผลความร่วมมือ ยกระดับห่วงโซ่คุณค่า กับคู่ค้า ลูกค้า และร่วมกันดำเนินการอย่างจริงจัง เพื่อลดปัญหาสังคมและสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับสังคมในวงกว้าง 3.) การสนับสนุนทุนจํานวนร้อยละ 5 ของกำไรสุทธิ ทรัพยากรมนุษย์ ช่องทาง/กลไกต่างๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของสาขายงานพัฒนาความยั่งยืนของสังคม ผ่านโครงการร้อยพลังสร้างสังคมดี แพลตฟอร์มสาธารณประโยชน์ ที่มีเป้าหมายเพื่อ เป็นเครื่องมือขยายผลการสร้างสังคมที่ "เท่าเทียม" และ "ยั่งยืน" เพื่อสร้างความร่วมมือกับโครงการทางสังคมในประเด็นต่างๆ ทั้ง ด้านเด็กและเยาวชน ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสาธารณสุข ด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อแก้ปัญหาสังคมในประเด็นที่หลากหลาย และขยายผล การมีส่วนร่วมกับคนจํานวนมาก เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงระบบขนาดใหญ่ ในระดับที่องค์กรเพียงองค์กรเดียวไม่สามารถดำเนินการได้เพียงลำพัง เพื่อเป้าหมาย "ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน" ที่แท้จริง



โดยการทำงานสร้างกลไกความร่วมมือเพื่อแก้ปัญหาสังคมนั้น ดำเนินงานผ่าน สายงานพัฒนาความยั่งยืนของสังคม ประกอบด้วย มูลนิธิเพื่อ “คนไทย” มูลนิธิยุวพัฒน์ มูลนิธิเอ็นไอลฟ์ รวมถึงโครงการเพื่อสังคมต่างๆ ที่ทำหน้าที่สร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

มูลนิธิเพื่อ
“คนไทย”

การสร้างกลไกความร่วมมือ

ด้วยความเชื่อว่าการแก้ปัญหาสังคมขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนและหลากหลาย จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน **มูลนิธิเพื่อ“คนไทย”** องค์กรสาธารณประโยชน์ที่มีเป้าหมายเพื่อสังคมที่ยั่งยืน จึงมุ่งเน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วม กับองค์กรที่ขับเคลื่อนงานแก้ปัญหาสังคมในประเด็นต่างๆ พร้อมกับเสริมสร้างพลัง “พลเมือง” ให้สามารถมีส่วนร่วม เพื่อส่วนรวมผ่านกลไกแก้ปัญหาสังคมประเภทต่างๆ ซึ่งมีการจัดการอย่างเป็นระบบ

โดยมี **“กลไกความร่วมมือร้อยพลังสร้างสังคมดี”** เป็นตัวกลางประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย นอกจากนั้น ยังมี **“กลไกการลงทุนเพื่อสังคม”** ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือของภาคีผู้เชี่ยวชาญ ทั้งจากภาคส่วนผู้ประกอบการสังคม ภาคธุรกิจ ภาคตลาดทุน รวมทั้งภาคประชาชน อาทิ เทใจ กองทุนรวมคนไทยใจดี กองทุนรวมธรรมมาภิบาลไทย ร่วมสนับสนุนทุนเงินแก่กลไกต่างๆ ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมี **“กลไกความร่วมมือ งานสื่อสารสังคมสนับสนุนภาคี”** สานพลังสื่อมวลชน สื่อบุคคล ตลอดจนสื่อใหม่ๆ ขยายผลการขับเคลื่อนงานพัฒนาความยั่งยืนกับกลไกแก้ปัญหาสังคมร่วมกับภาคีเครือข่าย โดยมีเป้าหมายปลายทาง“ร่วมสร้างสังคมอยู่ดีมีสุข”

เป้าหมายการทำงานของมูลนิธิเพื่อ “คนไทย” และบทบาทในระบบนิเวศ

มุ่งเสริมสร้างระบบนิเวศของการมีส่วนร่วมให้เป็น **“พลังสังคม”** โดยมีบทบาทเป็น **“ผู้สนับสนุน”** กลไกความร่วมมือแก้ปัญหาสังคมประเภทต่างๆ เพื่อเชื่อมต่อการเชิญชวนคนไทยทุกคน จากทุกภาคส่วน ให้ช่วยกันแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำร่วมสร้างสังคมอยู่ดีมีสุข ด้วยการพัฒนาให้เกิดกลไกหรือโครงการต้นแบบเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมในประเด็นต่างๆ ที่หลากหลาย และใช้แนวทาง 3 ขั้นตอนในการกระตุ้นให้คนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสังคม คือ

- สร้างการมีส่วนร่วม (Engage) เชิญชวนให้ผู้คนตระหนักถึงปัญหาสังคม และมีส่วนร่วมกับโครงการที่ตนมีความถนัดและเชี่ยวชาญ
- เสริมพลังให้ลงมือทำ (Empower) ด้วยการสนับสนุนทรัพยากรทั้งความรู้ ทุน เครือข่าย และโอกาสให้คนสามารถใช้ศักยภาพของตนเองในการแก้ไขปัญหาและลงมือสร้างการเปลี่ยนแปลง
- ขยายผล (Expand) ด้วยการส่งต่อแนวคิด และสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการขยายผลพลังพลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวมในสังคมไทยมากขึ้น





กลไกความร่วมมือ “ร้อยพลังสร้างสังคมดี” (Collaboration for Good Society)

ประเด็นปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมทั้งด้านการศึกษาและเยาวชน การพัฒนาเด็กปฐมวัย การจ้างงานผู้พิการ คุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุ สุขภาวะของคนไทย รวมถึงการส่งเสริมธรรมาภิบาลและการแก้ไขปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน ล้วนแต่เป็นปัญหาสังคมที่มีขนาดใหญ่และต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนเพื่อแก้ไขปัญหา

เป้าหมายการทำงาน

เพื่อสนับสนุนการขยายผลการทำงานขององค์กรขับเคลื่อนพัฒนาสังคม โครงการร้อยพลังสร้างสังคมดีทำหน้าที่เป็นกลไกในการเชื่อมต่อทรัพยากร สร้างการมีส่วนร่วมขององค์กรและพลเมือง สู่การลงมือช่วยเหลือสังคมในรูปแบบที่ตนเองถนัด

บทบาทของร้อยพลังสร้างสังคมดี

สร้างความร่วมมือและเสริมพลังภาคี องค์กรตัวกลางในภาคส่วนต่างๆ และพลเมืองให้เกิดการขับเคลื่อนงานอย่างเป็นระบบและเกิดการขยายผลลัพธ์ทางสังคม

ภาคีเครือข่ายที่ทำงานร่วมกัน

- องค์กรตัวกลางผู้ทำหน้าที่เชื่อมโยงการทำงาน ระหว่างภาคีเชิงประเด็นและข้ามประเด็นเพื่อให้เกิดการขยายผลลัพธ์ทางสังคม ประกอบด้วย
 1. องค์กรตัวกลางด้านการศึกษา ได้แก่ บริษัท เลิร์น เอ็ดดูเคชั่น จำกัด
 2. องค์กรตัวกลางด้านสาธารณสุข ได้แก่ สถาบันพัฒนาระบบบริการสุขภาพองค์กรรวม
 3. องค์กรตัวกลางด้านธรรมาภิบาล ได้แก่ บริษัท แชนด์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
 4. องค์กรตัวกลางด้านการลงทุนเพื่อสังคม ได้แก่ บริษัท เซ็นจ์ เวนเจอร์ จำกัด
- ภาคีเครือข่ายสังคมดีที่ขับเคลื่อนงานประเด็นต่างๆ
- ภาคีผู้สนับสนุน และอาสาสมัคร
- มูลนิธิยุวพัฒน์

รายละเอียดเพิ่มเติม www.collaborationforgoodsociety.org



ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



กลไกความร่วมมือ	
พลลัพธ์	การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคมไทยอย่างยั่งยืน
ผลผลิต	62 โครงการ
	288 องค์กร
ผู้รับประโยชน์	549,384 คน
	734 องค์กร
พลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม	5,151 คน
	288 องค์กร
ผู้บริจาค	4,920 คน
	98 องค์กร
อาสาสมัคร	231 คน
ผู้ร่วมกิจกรรม	2,876 คน



การพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน

ประเทศไทยยังคงเผชิญปัญหาความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาที่ส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะกลุ่มครอบครัวยากจนและพื้นที่ห่างไกล ข้อมูลจากกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.) ปี 2566 ระบุว่า เด็กไทยกว่า 2.8 ล้านคน อาศัยอยู่ใต้เส้นความยากจน เพิ่มขึ้นจาก 994,428 คน ในปี 2563 ครึ่งเรือนยากจนมีรายได้เฉลี่ยเพียง 34 บาทต่อวัน ต่ำกว่าเกณฑ์ความยากจนสากล ทำให้เด็กจำนวนมากหลุดจากระบบการศึกษา

ในปี 2567 ปัญหาภัยพิบัติความรุนแรงขึ้น มีเด็กกว่า 1.02 ล้านคน ที่หลุดออกจากระบบการศึกษา ขณะเดียวกัน การพัฒนาทักษะด้านภาษาและการเรียนรู้ในช่วงปฐมวัยยังเป็นประเด็นสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มครอบครัวรายได้น้อยที่ขาดโอกาสเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ ผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 ยิ่งซ้ำเติมสถานการณ์ ความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษาเพิ่มขึ้น เด็กในกลุ่มเปราะบางขาดแคลนอุปกรณ์สำหรับการเรียนออนไลน์ และไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเพียงพอ นอกจากนี้ ภาวะทุพโภชนาการ ยังส่งผลกระทบต่อพัฒนาการร่างกายและศักยภาพการเรียนรู้ โดยเฉพาะในเด็กจากพื้นที่ห่างไกล

สถานการณ์เหล่านี้สะท้อนถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการสร้างโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา เพื่อให้เด็กและเยาวชนทุกคนสามารถเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ และพัฒนาศักยภาพของตนได้อย่างเต็มที่ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคม โดยการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสมและยั่งยืน เพื่อมอบโอกาสแก่เด็กและเยาวชน พร้อมสร้างพื้นฐานสู่การเติบโต และเป็นกำลังสำคัญของประเทศในอนาคต

เป้าหมาย

สร้างระบบนิเวศที่ส่งเสริมเด็กและเยาวชนไทยให้เติบโตเป็น “พลเมืองคุณภาพ” ด้วยการเตรียมสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรที่สนับสนุนการพัฒนาในทุกมิติ ทั้งการศึกษา สุขภาพ ทักษะชีวิต และการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม

บทบาทของมูลนิธิยุวพัฒน์

มูลนิธิยุวพัฒน์ ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงและบูรณาการการทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือ พร้อมทั้งติดตามและพัฒนาเครื่องมือต่างๆ ในโครงการ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงสุดและสร้างประโยชน์ที่ยั่งยืนต่อเด็กและเยาวชน

กลไกการแก้ปัญหา

มูลนิธิยุวพัฒน์ดำเนินงานใน 2 ด้านสำคัญ ได้แก่

1. **งานพัฒนาเด็กและเยาวชน** – ขับเคลื่อนผ่านโครงการ "ร้อยพลังการศึกษา" เครือข่ายความร่วมมือของภาคีที่มีความเชี่ยวชาญและเครื่องมือหลากหลาย สนับสนุนให้เด็กและเยาวชนสามารถเข้าถึงการศึกษา พัฒนาทักษะที่จำเป็น และเตรียมความพร้อมสู่อนาคต
2. **งานสร้างการมีส่วนร่วมและการระดมทุน** – เชื่อมโยงเครือข่ายและทรัพยากรจากภาคส่วนต่างๆ เพื่อขยายโอกาสให้เด็กและเยาวชนได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



1. งานพัฒนาเด็กและเยาวชน

ด้านการเข้าถึงการศึกษา

- **โครงการทุนการศึกษา** ช่วยเหลือเยาวชนที่ขาดโอกาส โดยมอบทุนการศึกษาต่อเนื่องตั้งแต่ระดับชั้น ม.1-ม.6 หรือ ปวช.1-ปวช.3 พร้อมทั้งติดตามดูแลและระดับครองนักเรียนอย่างใกล้ชิด ควบคู่ไปกับการพัฒนาความคิดและปลูกฝังทัศนคติที่ดี เพื่อให้พวกเขาสามารถเรียนจบการศึกษา ไม่หลุดออกจากระบบกลางคัน และมีความพร้อมในการดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างมั่นคงและเข้มแข็ง



ด้านโภชนาการอาหาร สร้างรากฐานการเติบโตด้วยโภชนาการที่ครบถ้วน

- **โครงการ ฟู้ด ฟอร์ กู๊ด** มีเป้าหมายเพื่อช่วยเหลือให้เด็กได้รับความสมดุลด้านโภชนาการ ลดจำนวนเด็กที่มีปัญหาภาวะทุพโภชนาการในประเทศไทย ด้วยการสร้างรากฐานเรื่องโภชนาการในโรงเรียนให้ดีขึ้นอย่างรอบด้าน เสริมองค์ความรู้ให้กับบุคลากรในโรงเรียนและผู้ที่เกี่ยวข้อง เสมือนเป็นการสร้างวิธีการทำงานที่เอื้อให้เกิดมีอาหารคุณภาพที่ต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการส่งเสริมงบประมาณค่าอาหารและเกษตร เพื่อจัดซื้อวัตถุดิบให้เพียงพอ รวมถึงการสร้างแหล่งอาหารปลอดภัยในโรงเรียน เชื่อมโยงเครือข่ายในพื้นที่ เพื่อร่วมกันสร้างกลไกการดูแลโภชนาการและสุขภาพเด็กให้ครอบคลุมทั้งที่บ้านและโรงเรียน ทั้งนี้ เพื่อให้เด็กนักเรียนได้รับประทานอาหารที่ครบถ้วนหลากหลาย และเหมาะสม ส่งผลให้เด็กๆ เติบโตไปพร้อมกับสุขภาพและสติปัญญาที่ดี



ด้านการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้

- **โครงการพัฒนาเด็กปฐมวัยที่บูรณาการการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ โดยยึดเด็กเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ Integrated Child – Centered Active Learning project (ICAP)** สร้างพื้นฐานที่ดีให้กับเด็กก่อนวัยเรียน กระตุ้นพัฒนาการด้วยการเรียนรู้ผ่านการเล่นและลงมือทำอย่างสร้างสรรค์ มีชีวิตชีวา โดยการผสมผสานความร่วมมือจากคุณครูในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก หรือโรงเรียน, ผู้บริหาร, ผู้ปกครอง และหน่วยงานสาธารณสุขในพื้นที่
- **โครงการสื่อดิจิทัลวิชา วิทยา – คณิต ระบบ Learn Education** นวัตกรรมการเรียนรู้ รูปแบบใหม่ โดยใช้เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล ผสมผสานกับการสอนของคุณครู (Blended Learning) ในวิชา คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ โดยเนื้อหาและตัวชี้วัดตรงตามหลักสูตร แกนกลางของกระทรวงศึกษาธิการฉบับปรับปรุงใหม่ เพื่อการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ และผลสัมฤทธิ์ในการเรียนที่ดีขึ้น ภายใต้การดำเนินงานและพัฒนาระบบ โดย บริษัท เลิร์น เอ็ดดูเคชั่น จำกัด
- **โครงการสื่อดิจิทัลวิชา ภาษาอังกฤษ – ระบบ Winner English** แพลตฟอร์มการเรียนรู้วิชาภาษาอังกฤษใหม่ โดย **บริษัท เอ็ดดูเทค อินโนเวชั่น จำกัด** ตอบโจทย์การเรียนรู้ทั้งในและนอกห้องเรียนด้วยรูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเนื้อหาที่สอดคล้องตามมาตรฐานหลักสูตร แกนกลาง ช่วยพัฒนาทุกทักษะได้อย่างครบถ้วนทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน คำศัพท์ และ ไวยากรณ์ ตั้งแต่ระดับพื้นฐานจนถึงขั้นการใช้ในชีวิตประจำวันเป็นเครื่องมือช่วยครูในการพัฒนาศักยภาพเยาวชนไทยให้มีผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่ดีขึ้น และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- **โครงการครูผู้นำการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียน – Teach for Thailand** สรรหาบุคคลที่มีศักยภาพจากทุกสาขาวิชาชีพในสังคม ได้พัฒนาศักยภาพความเป็นผู้นำ ผ่านการเรียนรู้ประสบการณ์ที่ทำนายจากการสอนในโรงเรียนขาดโอกาส ทำงานร่วมกับโรงเรียน ผู้ปกครอง และชุมชนเป็นเวลา 2 ปี เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ให้ความรู้และเสริมทักษะในการเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่ดีให้เด็กๆ สามารถสร้างอนาคตที่อยากเป็นได้ โดยหลัง 2 ปี ผู้นำเหล่านี้จะก้าวไปเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายผู้นำที่กระจายตัวในภาคส่วนต่างๆ ของสังคม เพื่อการสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน



ด้านการพัฒนาทักษะชีวิตและการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม

- โครงการครูแนะแนวรุ่นใหม่และเครื่องมือการออกแบบชีวิตตนเอง – a-chieve** สร้างระบบนิเวศน์สำหรับครูและนักเรียน พัฒนาครูเพื่อเป็นพื้นที่ปลอดภัยและที่ปรึกษา ให้เด็กได้ค้นพบศักยภาพของตนเองอย่างรอบด้าน ประเมินสภาพแวดล้อมรอบตัว รู้จักอาชีพรอบตัว และสามารถวิเคราะห์เชื่อมโยงจนสามารถออกแบบเส้นทางชีวิตที่เหมาะสมกับตนเองเพื่อการเติบโตอย่างมีความสุขและแข็งแรงจากภายใน ดำเนินงานและพัฒนาระบบโดย ธุรกิจเพื่อสังคม อาชีฟ
- โครงการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม** โดย สถาบันพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม ส่งเสริมการสร้างคุณงามความดีและปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมให้เกิดขึ้นในโรงเรียน โดยเน้นการมีส่วนร่วมผ่านโครงการคุณธรรม (Moral Project) และผลักดันให้เกิดการลงมือปฏิบัติจริง สามารถวิเคราะห์สาเหตุและหาวิธีแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง ทั้งนักเรียน ครู และผู้บริหาร ร่วมกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม การมีแบบอย่างที่ดี การบูรณาการคุณธรรมเข้ากับการเรียนการสอนและการดำรงชีวิต และการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เพื่อให้เด็กๆ มีพฤติกรรมที่เหมาะสมและตระหนักถึงการมีจิตสำนึกที่ดี



2. งานสร้างการมีส่วนร่วมและการระดมทุน

การแก้ปัญหาขนาดใหญ่จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

นอกจากการทำงานร่วมกับโรงเรียนและภาคีเครือข่ายโดยตรง มูลนิธิยุวพัฒน์ยังมุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในสังคม ผ่านโครงการและกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ทุกคนมีบทบาทในการสร้างการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

- **โครงการร้านปันกัน** แพลตฟอร์มธุรกิจเพื่อสังคมที่เปิดรับบริจาคสิ่งของสภาพดีที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ เพื่อนำไปบริหารจัดการอย่างโปร่งใสและมีประสิทธิภาพ เปลี่ยนเป็นทุนการศึกษาแก่เด็กขาดโอกาส และสนับสนุนโครงการพัฒนาเยาวชน อีกทั้งยังเป็นต้นแบบให้ชุมชนและองค์กรเพื่อสังคมอื่นๆ ในการสร้างการมีส่วนร่วมและระดมทุนอย่างยั่งยืน



- **การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วม**

มูลนิธิยุวพัฒน์ดำเนินการประชาสัมพันธ์ปัญหาการขาดโอกาสและความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นความร่วมมือจากสังคม โดยการสนับสนุนแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบหลัก ได้แก่

- ◆ **ทุนทรัพย์** การระดมทุนผ่านกิจกรรม แคมเปญ สินค้าการกุศล และกองทุนการศึกษา โดยได้รับการสนับสนุนจากบุคคลทั่วไปและองค์กรธุรกิจ เพื่อช่วยขับเคลื่อนโครงการต่างๆ
- ◆ **ทุนมนุษย์** การเปิดโอกาสให้อาสาสมัครและองค์กรนำความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญมาสนับสนุนโครงการ ได้แก่ การช่วยติดตามดูแลนักเรียนทุน การฝึกอบรมบุคลากร หรือการเป็นนิเทศอาสาในโครงการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม ฯลฯ



ผลลัพธ์การดำเนินงาน

มูลนิธิยุวพัฒน์และเครือข่ายร้อยพลังการศึกษา ได้พัฒนาและนำเครื่องมือเพื่อส่งเสริมการศึกษาเข้าสู่โรงเรียน วิทยาลัย และศูนย์เด็กเล็กทั่วประเทศ ขยายความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายจากหลากหลายภาคส่วน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในสังคม เพื่อร่วมกันพัฒนาเด็กและเยาวชนไทยให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยมีผลลัพธ์ในปี 2567 ดังนี้

1. โครงการทุนการศึกษา

งานทุนการศึกษา: ปีการศึกษา 2567 มูลนิธิยุวพัฒน์มีนักเรียนทุนในความดูแล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 จำนวน 5,337 คน โดยแบ่งเป็นนักเรียนทุนสายสามัญ 4,525 คน สายอาชีพ 782 คน และทุนอื่นๆ 30 คน รวมมูลค่าทุนการศึกษาที่มอบให้ 21.4 ล้านบาท โดยจากจำนวนนักเรียนทุนที่เริ่มรับทุนตั้งแต่ชั้น ม. 1 และยังคงศึกษาอยู่จนถึงชั้น ม. 6 หรือ ปวช. 3 คิดเป็นอัตราคงอยู่ที่ 79% ทั้งนี้ คาดว่าจะมีนักเรียนทุนสำเร็จการศึกษาในเดือน มีนาคม 2568 จำนวน 2,169 คน

งานระดับประคองนักเรียนทุน: มูลนิธิฯ และอาสาสมัครได้ดำเนินการติดตามดูแลนักเรียนทุนทั่วประเทศอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางต่างๆ เช่น การพูดคุยทางโทรศัพท์ การเขียนจดหมาย และการสื่อสารในกลุ่มออนไลน์ รวมถึงการลงพื้นที่เยี่ยมติดตาม และจัดกิจกรรมในโรงเรียน โดยหนึ่งในกิจกรรมที่สำคัญ คือ **“ค่ายครูเพื่อนฉัน”** ซึ่งมีเป้าหมายในการสร้างพื้นที่ปลอดภัยในโรงเรียน โดยเน้นการส่งเสริมให้ครูและนักเรียนทุนช่วยเหลือและให้กำลังใจซึ่งกันและกัน กิจกรรมนี้คาดว่าจะมีนักเรียนได้รับประโยชน์กว่า 3,600 คน จาก 10 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

2. โครงการ ฟู๊ด ฟอว์ กู๊ด FOOD FOR GOOD

ปีการศึกษา 2567 มีโรงเรียนเข้าร่วมพัฒนาระบบการจัดการงานอาหาร โภชนาการ และสุขภาพนักเรียน จำนวน 100 โรงเรียน จำนวนเด็กที่ได้รับการดูแลโภชนาการที่เหมาะสม 19,734 คน และบุคลากรในโรงเรียนได้รับการเสริมความรู้ โภชนาการรอบด้าน ภายใต้ “หลักสูตรพัฒนาศักยภาพครูโภชนาการ โครงการ FOOD FOR GOOD” จำนวน 354 คน ปัจจุบันรวมโรงเรียนในเครือข่าย ทั้งสิ้นจำนวน 252 โรงเรียน กระจายอยู่ใน 61 จังหวัด

ผลลัพธ์การทำงานร่วมกัน 1 ปีการศึกษา : โรงเรียนสามารถพัฒนาระบบการจัดการงานอาหารโภชนาการ และสุขภาพนักเรียนที่มีประสิทธิภาพ มีนโยบายรองรับการจัดบริการอาหารและโภชนาการเด็กในโรงเรียน มีแผนการดูแลเฝ้าระวังติดตามภาวะโภชนาการเด็กร่วมกับชุมชน โดยมีคณะทำงานในโรงเรียน และคณะกรรมการโครงการฯ ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแทนจากภาคส่วนต่างๆ ในพื้นที่ ร่วมกันวางแผน ดำเนินการ ติดตาม และปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โรงเรียนสามารถจัดบริการอาหารและดูแลภาวะโภชนาการของนักเรียนได้อย่างถูกต้องเหมาะสม มีการสร้างแหล่งอาหารปลอดภัย และต่อยอดสู่กองทุนหมุนเวียนเพื่ออาหารและโภชนาการในโรงเรียน รวมทั้งมีการบูรณาการความรู้เรื่องอาหารและการดูแลโภชนาการที่ถูกต้องให้กับนักเรียน ผู้ปกครอง และ ชุมชน เกิดเป็นพื้นที่ที่ร่วมกันสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของเด็ก เพื่อนำไปสู่การสร้างเด็กสุขภาพดี

3. โครงการพัฒนาเด็กปฐมวัยแบบบูรณาการโดยยึดเด็กเป็นศูนย์กลาง Integrated Child – Centered Active Learning project (ICAP)

ในปี 2567 โครงการพัฒนาเด็กปฐมวัยฯ ICAP ได้ขยายเครือข่ายไปยังศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก (ศพด.) และโรงเรียนอนุบาลเพิ่มขึ้นรวม 202 ห้องเรียน โดยในจำนวนนี้มี 149 ห้องเรียนจากการลงพื้นที่โดยทีมโค้ช ICAP (Model A) และอีก 53 ห้องเรียนจากการขยายผลโดยครูและองค์กรท้องถิ่น (Model B) ตั้งแต่เริ่มโครงการในปี 2559 ถึงสิ้นปี 2567 มีการขยายเครือข่ายสะสมทั้งหมด 455 แห่ง/ห้องเรียน โดย Model B มีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึง 30% ซึ่งสะท้อนถึงความยั่งยืนของโครงการในระดับพื้นที่

การพัฒนาสภาพแวดล้อมและกระบวนการเรียนรู้: จากการประเมินคุณภาพการจัดการเรียนรู้ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก (ศพด.) ที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 43 ศูนย์ พบว่าใน 10 ศูนย์ที่ได้รับการประเมินแล้ว ห้องเรียนมีคุณภาพการจัดการเรียนรู้สูงถึง 96.7% และครูผู้สอนสามารถจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพถึง 99.1% ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนถึงความสำเร็จในการยกระดับทักษะการสอนและการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ

ผลลัพธ์การพัฒนาเด็กปฐมวัย: จากการประเมินเฝ้าระวังและส่งเสริมพัฒนาการเด็กปฐมวัย (DSPM) พบว่าในช่วงก่อนเริ่มโครงการ เด็กที่มีพัฒนาการสมวัยมีจำนวน 686 คน คิดเป็น 64.3% ในขณะที่อีก 381 คน หรือ 35.7% ยังมีพัฒนาการล่าช้า หลังดำเนินการตามกระบวนการ ICAP และประเมินผลอีกครั้ง พบว่าเด็กที่มีพัฒนาการสมวัยเพิ่มขึ้นเป็น 87.9% หรือ 116 คน และกลุ่มเด็กที่ยังมีพัฒนาการล่าช้าลดลงเหลือเพียง 12.1% ซึ่งยังอยู่ในกระบวนการติดตามผลและประเมินซ้ำ

นอกจากนี้ ยังมีการประเมินทักษะสมองส่วนหน้า (Executive Functions หรือ EF) ในกลุ่มเด็ก 488 คนที่ผ่านกระบวนการ ICAP พบว่าหลังการดำเนินงาน เด็กที่มีคะแนน EF สูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ยระดับประเทศ (T-score > 60) เพิ่มขึ้นจาก 18% เป็น 72.4% ในขณะที่เด็กที่มีคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์เฉลี่ย (T-score < 40) ลดลงอย่างมากจาก 14% เหลือเพียง 3.3% ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนถึงความสำเร็จของกระบวนการ ICAP ในการส่งเสริมพัฒนาการเด็กปฐมวัยทั้งด้านร่างกายและความสามารถทางสมอง ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการเตรียมความพร้อมสำหรับอนาคตของเด็กไทย

4. โครงการสื่อดิจิทัล วิทยุ – คณิต ระบบ Learn Education

ปีการศึกษา 2567 มีโรงเรียนและนักเรียนได้รับประโยชน์จากการใช้งานระบบ รวม 129 โรงเรียน 26,407 คน

ภาพรวมผลลัพธ์การใช้งานระบบในภาคเรียนที่ 1/2567 : โรงเรียนที่ใช้งานผ่านระบบการเรียนรู้แบบ Projector Base มีอัตราการใช้งานเฉลี่ยที่สูงกว่าระบบการเรียนรู้แบบ Learn Anywhere ที่ต้องใช้คอมพิวเตอร์เรียนแบบ 1-1 ซึ่งระบบการเรียนรู้ดังกล่าวช่วยลดช่องว่างในเรื่องอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่หลายโรงเรียนยังมีไม่เพียงพอต่อจำนวนนักเรียน ทำให้นักเรียนได้เข้าถึงการเรียนรู้ผ่านระบบ Learn Education มากขึ้น ส่งผลให้การเรียนรู้ในวิชาคณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ของนักเรียนพัฒนาขึ้น

5. โครงการสื่อดิจิทัล อังกฤษ ระบบ Winner English

ปี 2567 มีโรงเรียนและนักเรียนใช้งานระบบ 152 โรงเรียน 18,619 คน

ภาพรวมผลลัพธ์การใช้งานระบบในภาคเรียนที่ 1/2567 : การประเมินผลหลังเรียนเพื่อวัดพัฒนาการทางการเรียน (Summative Assessment) ผลคะแนนแบบทดสอบหลังเรียนปรับตัวสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยมีอัตราพัฒนาการการเรียนรู้ (Normalized Gain Score : GS) หรือการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงพัฒนาการของนักเรียนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน เท่ากับ 65.83%

ทั้งนี้ ได้มีการสำรวจเจตคติของผู้เรียนหลังการใช้เครื่องมือ Winner English ในเทอม 1/ 2567 พบว่า 97% ชื่นชอบการเรียนภาษาอังกฤษด้วยระบบ Winner English และ 97% คิดว่าการเรียนภาษาอังกฤษด้วยระบบ Winner English ช่วยพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษให้ดีขึ้น นอกจากนี้ นักเรียน 83% มีการใช้งานระบบ Winner English เพิ่มเติมนอกห้องเรียน ซึ่งเป็นการก้าวข้ามข้อจำกัดในเรื่องเวลาการเรียนในห้องเรียน

นอกจากการสำรวจเจตคติของนักเรียนต่อการเรียนภาษาอังกฤษแล้ว ทาง Winner English ได้มีการพัฒนาแบบสำรวจ Growth Mindset ขึ้นเป็นปีแรก พบว่า นักเรียนมีคะแนน Post-test สูงกว่า Pre-test ในทุกคำถาม แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการพัฒนาทัศนคติของนักเรียนที่เปิดกว้างต่อการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ

6. โครงการครูผู้นำการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียน Teach for Thailand

ปีการศึกษา 2567 มีครูผู้นำการเปลี่ยนแปลง 80 คน สอนวิชา คณิต วิทย์ และอังกฤษ ในโรงเรียนเครือข่ายร้อยละ 36 ของโรงเรียน มีนักเรียนได้รับประโยชน์ 8,566 คน

ภาพรวมห้องเรียนครูผู้นำฯ เทอม 1/ 2566 : นักเรียนมีผลคะแนนด้านวิชาการ คณิต วิทย์ และอังกฤษ เพิ่มขึ้น 20% เมื่อเทียบกับภาคเรียนที่ 2/66 ที่ผ่านมา เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงแบบทดสอบภาษาอังกฤษให้สามารถวัดผลได้อย่างถูกต้อง รวมถึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการโค้ชครูผู้นำฯ ให้เกิดความเข้าใจในการออกแบบการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ของนักเรียนมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้คะแนนรวมด้านวิชาการทั้งหมดเพิ่มขึ้น

การทำงานของครูผู้นำฯ มีการมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในสังคม (Essential Skills) และอุปนิสัยพื้นฐานที่สำคัญ (Character Strength) ของนักเรียนในชั้นเรียน จากผลสำรวจมีสัดส่วนของทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในสังคม และอุปนิสัยพื้นฐานที่สำคัญ เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีการศึกษา 2566 คือ 1.1% และ 0.5% ตามลำดับ โดยทักษะที่นักเรียนสามารถพัฒนาได้อย่างโดดเด่น คือ ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น (Collaboration skill) และอุปนิสัยพื้นฐานที่โดดเด่น คือ กรอบความคิดแบบเปิดกว้าง (Growth mindset) ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ครูผู้นำฯ นำข้อมูลที่ได้จากการทำวิสัยทัศน์ร่วม (Collective Vision) ร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์ผลสำรวจของนักเรียนมาเป็นส่วนสำคัญในการวางแผนการสอน

7. โครงการครูแนะแนวรุ่นใหม่และเครื่องมือการออกแบบชีวิตตนเอง a-chieve

ในปีการศึกษา 2567 นักเรียน 7,888 คน และครูแนะแนว 179 คน จาก 136 โรงเรียนเครือข่ายฯ รวมถึงนักเรียนมัธยมทั่วประเทศกว่า 130,000 คน ได้รับประโยชน์จาก a-chieve.org แพลตฟอร์มแนะแนวออนไลน์ที่ช่วยออกแบบเส้นทาง การเรียนและอาชีพ ผ่านข้อมูลเกี่ยวกับ 142 อาชีพ และกิจกรรมแนะแนวเดือนละสองครั้ง ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออนไลน์ เพื่อช่วยให้นักเรียนรู้จักตัวเอง วางแผนอนาคต และเตรียมความพร้อมด้านการศึกษาและอาชีพ ตัวอย่างกิจกรรม ได้แก่ How to ดูแลใจ, รู้จักตัวเองและออกแบบเลือก, และรู้จักคณะ

8. โครงการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม โดยสถาบันพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม

ในปี 2567 โครงการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม มีการดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้งการนิเทศติดตาม การพัฒนาบุคลากร และการวิจัยเชิงวิชาการ รวมถึงการขยายเครือข่ายความร่วมมือไปยังภาคี ได้แก่ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) กลุ่มเซ็นทรัล และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) มีโรงเรียนเครือข่ายได้รับการนิเทศติดตาม 522 แห่ง โดยนิเทศอาสา 30 ทีม (ข้อมูล ภาคเรียนที่ 2/2567) มีการบูรณาการเครื่องมือต่างๆ ในแต่ละโครงการของมูลนิธิเพื่อให้เกิดการพัฒนาทั้งด้านคุณธรรมและคุณภาพควบคู่กัน การจัดฝึกอบรมในปีนี้มีปรับเปลี่ยนให้หลากหลายมากขึ้น เช่น การฝึกอบรมเชิงเสวนา การสะท้อนคิด และการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้และการสอน

หนึ่งในกิจกรรมสำคัญของปีนี้คือ การประชุมสัมมนาวิชาการภายใต้แนวคิด “ก้าวสู่โลกยุคใหม่ด้วยหัวใจซื่อสัตย์” (Shaping the Modern Landscape with Moral and Ethics Symposium 2024) เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2567 โดยได้รับการสนับสนุนจากกองทุนธรรมาภิบาลไทย (Thai CG Fund) มีผู้เข้าร่วมประมาณ 500 คน ประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษา ครู นักเรียน และผู้แทนจากภาคีเครือข่าย กิจกรรมสำคัญภายในงานประกอบด้วย การบรรยายพิเศษ การเสวนาทางวิชาการ และการนำเสนอผลงานจากโครงการ Youth Talk “เมล็ดพันธุ์ใหม่ หัวใจซื่อสัตย์” และการประกวดคลิปวิดีโอเรื่องการต่อต้านการทุจริต ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการสร้างเยาวชนที่มีคุณธรรมและจริยธรรมพร้อมที่จะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาสังคมไทย

นอกจากนี้ สถาบันยังได้พัฒนาโรงเรียนในเครือข่าย เช่น โรงเรียนกลุ่มเซ็นทรัล 6 แห่ง และโรงเรียนในนิคมสร้างตนเองของ พม. 5 แห่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างทุนมนุษย์ที่มีคุณภาพ ผ่านการศึกษา การสร้างอาชีพ และการเสริมสร้างคุณธรรมในชุมชน โดยเฉพาะในนิคมสร้างตนเองที่มีการพัฒนาระบบการเกษตรด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น การใช้น้ำจากอริสาเอล รวมถึงการปลูกฝังคุณธรรมผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของเด็กและชุมชน

ผลลัพธ์ที่สำคัญของโครงการในปีนี้คือ การที่โรงเรียนคุณธรรมกลายเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับชุมชน โรงเรียนสามารถพัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับบริบทชุมชน ส่งเสริมให้นักเรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของผู้สูงอายุ การดูแลผู้พิการ และการเรียนรู้อาชีพของพ่อแม่ ขณะเดียวกัน สถาบันยังได้ริเริ่มการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (A.I.) ในการวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและวางแผนพัฒนาต่อไปในอนาคต

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน

จำนวนผู้ได้รับประโยชน์และจำนวนสถานศึกษาในเครือข่าย

กลไกความร่วมมือการพัฒนาเด็กและเยาวชน	เด็กและเยาวชนที่ ได้รับประโยชน์ (คน)	ครูที่ได้รับ ประโยชน์ (คน)	โรงเรียน / วิทยาลัย/ ศูนย์พัฒนา เด็กเล็ก (แห่ง)
1. ด้านการเข้าถึงการศึกษา • โครงการทุนการศึกษามูลนิธิยุวพัฒน์	5,337	-	958
2. ด้านอาหารและโภชนาการ • โครงการ FOOD FOR GOOD	19,734	354	100
3. ด้านการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน* • โครงการพัฒนาเด็กปฐมวัยแบบบูรณาการ โดยยึดเด็กเป็นศูนย์กลาง ICAP	3,285	527	149
• โครงการสื่อดิจิทัลวิชาคณิตศาสตร์ - วิทยาศาสตร์ ระบบ Learn Education	26,407	341	129
• โครงการสื่อดิจิทัลวิชาภาษาอังกฤษ ระบบ Winner- English	18,619	381	152
• โครงการครูผู้นำการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียน Teach For Thailand	8,566	80 (จำนวนครูผู้นำฯ)	36
4. ด้านพัฒนาทักษะชีวิตและปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม* • โครงการครูแนะแนวรุ่นใหม่ และเครื่องมือการออกแบบชีวิตตนเอง a-chieve	7,888	179	136
• โครงการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม โดย สถาบันพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม	334,588	21,386	518

*ข้อมูลจากภาคเรียนที่ 1/2567

ผลลัพธ์จากการสร้างการมีส่วนร่วมและการระดมทุน

โครงการร้านปันกัน โดย มูลนิธิยุวพัฒน์

ในปี 2567 โครงการร้านปันกันสามารถระดมทุนเพื่อสนับสนุนทุนการศึกษาแก่เด็กขาดโอกาสและโครงการพัฒนาเยาวชนของมูลนิธิยุวพัฒน์ได้ถึง 74.8 ล้านบาท ความสำเร็จนี้เกิดจากความร่วมมือของผู้บริจาคและอาสาสมัครกว่า 470,000 ราย และ 537 องค์กร ที่ร่วมสนับสนุนผ่านการบริจาคสิ่งของ อุดหนุนสินค้าแบ่งปัน ร่วมเป็นอาสาสมัคร และช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของร้านปันกันในรูปแบบต่างๆ

นอกจากนี้ ร้านปันกันยังมีบทบาทสำคัญในการช่วยลดปริมาณขยะและการผลิตใหม่ โดยสิ่งของบริจาคสภาพดีกว่า 2 ล้านชิ้น ถูกหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ พร้อมทั้งช่วยลดภาระค่าครองชีพให้คนในสังคมเมืองด้วยสินค้าแบ่งปันคุณภาพดีในราคาย่อมเยา

ปัจจุบัน ร้านปันกันมีพื้นที่ให้บริการรวม 19 แห่ง คลังสินค้าแบ่งปัน 1 แห่ง อีกทั้งยังเป็นต้นแบบให้กับองค์กรอื่นๆ ในการระดมทุนและสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชน ได้แก่ “โคราชปันกัน” โดยมูลนิธิชุมชนโคราช และ “ปันกันขอนแก่น” โดยมูลนิธิยุวพัฒน์

ความร่วมมือและการมีส่วนร่วม

เงินบริจาคและการสนับสนุนอื่นๆ มูลนิธิยุวพัฒน์ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากองค์กร หน่วยงานภาคเอกชน และบุคคลทั่วไป โดยได้รับเงินบริจาคจำนวน 272.2 ล้านบาท เพื่อนำไปใช้สนับสนุนโครงการและการดำเนินงานของมูลนิธิฯ นอกจากนี้มูลนิธิฯ ยังได้รับการสนับสนุนทรัพยากรในรูปแบบอื่นๆ เช่น การสนับสนุนบุคลากร องค์ความรู้ และความเชี่ยวชาญจากเครือข่ายพันธมิตรต่างๆ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อน กิจกรรม แคมเปญ และการระดมทุน ให้ประสบความสำเร็จและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมได้อย่างยั่งยืน.

งานอาสาสมัคร มูลนิธิฯ จัดรูปแบบการทำงานอาสาสมัครในการช่วยเหลือดูแลนักเรียนทุนอย่างเป็นระบบ ได้แก่ 1. พี่เลี้ยงอาสา 2. เยาวชนอาสา (Student Volunteer) 3. อาสาตอบจดหมายให้กำลังใจ มีจำนวนอาสาที่ปฏิบัติงานต่อเนื่องและครั้งคราว จำนวน 87 คน โดยทั้งหมดสามารถช่วยเหลือดูแลนักเรียนทุนได้ถึง 4,537 คน รวมถึงนิเทศอาสา ผู้นิเทศติดตามการดำเนินงาน ให้คำแนะนำ และประสานงานกับบุคลากรในโรงเรียน เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับเป้าหมายของมูลนิธิฯ ปัจจุบัน มีอาสาสมัครช่วยเหลืองานนิเทศจำนวน 58 คน



การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

ประเด็นปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือภาวะโลกรวน (Climate Change) ส่งผลกระทบต่อการสูญเสียแหล่งหญ้าทะเลในพื้นที่จังหวัดตรังและกระบี่ ทำให้ความหลากหลายทางชีวภาพถูกคุกคาม สัตว์ทะเลหลากหลายชนิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสัตว์ทะเลหายาก เช่น พะยูน ล้มตายลงเป็นจำนวนมากกว่าทุกๆ ปีที่ผ่านมา นอกจากนั้น ยังส่งผลกระทบต่อวิถีการดำรงชีพของชุมชนชายฝั่ง ทั้งการทำประมงพื้นบ้าน เนื่องจากแหล่งหญ้าทะเลเป็นแหล่งวางไข่และอนุบาลสัตว์น้ำวัยอ่อน โดยเฉพาะสัตว์น้ำเศรษฐกิจ เช่น ปูม้า หอยชักตีน หมึก เป็นต้น รวมไปถึงการเร่งฟื้นฟูปะการัง การท่องเที่ยวจากภาวะโรคระบาดโควิด 19 มีการจูงใจให้นักท่องเที่ยวหลังโหดกลับมาท่องเที่ยวทางทะเลมากขึ้น ล้วนส่งผลให้มีการมุ่งใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากทรัพยากรที่มากขึ้นไป แม้หลายๆ ภาคส่วนจะหันมาให้ความสนใจ ให้ความสำคัญ และร่วมกันผลักดัน “กระแสนวัตกรรมที่ยั่งยืน” ทั้งการผลิตและบริโภคที่ยั่งยืนเพิ่มขึ้น ภายใต้แนวทางการดำเนินงานหรือธุรกิจที่คำนึงถึงและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น แนวคิด ESG (Environment, Social and Governance) หรือ การดำเนินงานที่มุ่งสร้างความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) กันอย่างกระตือรือร้น การส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้ หรือการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ตลอดจนร่วมกันผลักดันนโยบายที่เอื้อต่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และมีส่วนร่วมมากขึ้นของภาคส่วนต่างๆ แล้วก็ตาม

ดังนั้น เพื่อให้ความพยายามของภาคส่วนต่างๆ สมฤทธิ์ผลอย่างเป็นรูปธรรม และสามารถที่สร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value) ในการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน มูลนิธิเอ็นไพล์ จึงยังคงให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นการขับเคลื่อนเพื่อ สร้างกระบวนการเรียนรู้ และส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้เสีย และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และผู้ประกอบการ ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ ตลอดจนนักท่องเที่ยว เข้ามามีส่วนร่วมลงมือทำ และสนับสนุนการบริหารจัดการฐานทรัพยากร และระบบนิเวศในชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นป่าชายเลน หญ้าทะเล แหล่งนิเวศไดโนเสาร์ พันธุ์สัตว์น้ำชายฝั่งทะเล แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่ง

เป้าหมายการทำงาน

สร้างระบบนิเวศที่ยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และสร้างองค์ความรู้ระบบนิเวศอย่างเป็นวิชาการ เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการ เชื่อมโยง สร้างภาคีเครือข่าย สร้างการมีส่วนร่วมของ ภาครัฐ ท้องถิ่น และชุมชน

บทบาทของมูลนิธิเอ็นไพล์ในระบบนิเวศ

ขับเคลื่อน และยกระดับกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วม (Participation Oriented) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า โดยเป็นผู้เชื่อมโยง ประสานภาคีเครือข่าย สร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ ตลอดจนเป็นพี่เลี้ยง สนับสนุน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่ให้สามารถดำเนินงานเพื่อสร้างความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ รวมถึงสร้างสมดุลของการสร้างเศรษฐกิจจากการใช้ทรัพยากรคุ้มค่าและการคงความอุดมสมบูรณ์ของต้นทุนทรัพยากรในจังหวัดกระบี่ รวม 4 พื้นที่เป้าหมาย



บทบาทของมูลนิธิเอ็นไลฟ์ในระบบนิเวศ

ขับเคลื่อนและยกระดับ สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย ใน 4 พื้นที่เป้าหมาย จ. กระบี่
เชื่อมโยง ประสานภาคี เครือข่าย ถ่ายทอดความรู้



กลไกการแก้ปัญหา

- การสร้างการมีส่วนร่วมของห่วงโซ่ผู้มีส่วนได้เสียในการบริหารจัดการร่วมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอย่างยั่งยืน ตามบริบทของฐานทรัพยากร

1. กำหนด/ พัฒนาโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งโดยชุมชนมีส่วนร่วม

ชุมชนชายฝั่งร่วมกับองค์กรภาคีเครือข่ายกำหนดโครงการที่มุ่งสร้างความยั่งยืนในการอนุรักษ์ และฟื้นฟูทรัพยากรตามบริบทระบบนิเวศ โดยมุ่งเน้นการใช้ความรู้ทางวิชาการและแนวทางการอนุรักษ์ที่เป็นสากล อาทิ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ ทศวรรษแห่งการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล (UN Ocean Decade) ทศวรรษแห่งการฟื้นฟูระบบนิเวศ (UN Decade on Ecosystem Restoration) ผสานกับคุณค่าและภูมิปัญญาท้องถิ่นขับเคลื่อนโครงการในพื้นที่และขยายเครือข่ายความร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ เสริมสร้างการรับรู้ปรับเปลี่ยนของชุมชน (Community Resilience) และสร้างผลกระทบที่เป็นรูปธรรมในพื้นที่ เช่น การอนุบาลพันธุ์หอยทะเลในบ่อดินห่อเกะศรีบอยา ธนาคารหอยชักตีนโรงเรียนเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรสัตว์น้ำสำคัญในท้องถิ่น



2. การบริหารจัดการ ดูแล ฟื้นฟู ใ้ประโยชน์ และมีการใช้ประโยชน์ทรัพยากรอย่างยั่งยืน

ชุมชนมีรูปแบบ หรือเครื่องมือการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างเป็นรูปธรรม มีส่วนร่วมและเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อให้ทุกคนได้ตระหนักและวางแผนทรัพยากรธรรมชาติและมีการใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า เช่น อาชีพเสริมเลี้ยงกุ้งและชันโรงเพื่อการอนุรักษ์ป่าชายเลน การให้ความรู้เพื่อส่งเสริมโอกาสในการเข้าสู่อาชีพไกด์ดำน้ำที่วางแผนทรัพยากรทางทะเลห่อเกะฟิฟิ



3. การจัดการองค์ความรู้ และคุณค่าร่วมที่สามารถแบ่งปัน ต่อยอด และเป็นต้นแบบเพื่อนำไปทำซ้ำขยายผล

ชุมชนและภาคีเครือข่ายร่วมกันสร้าง แบ่งปัน และจัดการองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดทำหนังสือจัดการองค์ความรู้แหล่งปะการังเทียมโดยการวางเรือ การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านพืชสมุนไพรแก่นักเรียน การเลี้ยงชันโรงและกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลน การแบ่งปันข้อมูลความรู้ระบบนิเวศใต้ท้องทะเลและทรัพยากรชายฝั่งทะเล



4. การบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ชุมชนท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ยกระดับการจัดการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความยั่งยืน พร้อมทั้งเพิ่มมูลค่าและรายได้จากการท่องเที่ยวที่ควบคู่ไปกับการดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมูลนิธิเอ็นไอพี มีบทบาทสำคัญในการสร้างความยั่งยืนด้วยการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่สอดคล้องกับแนวทาง Nature Positive Tourism ขององค์การสหประชาชาติ เช่น การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับธรรมชาติพื้นที่แหลมพระนาง-ไร่เล และตำบลคลองประสงค์ การท่องเที่ยวชุมชนกลุ่มเลี้ยงชันโรงเพื่อการอนุรักษ์ป่าชายเลนตำบลคลองประสงค์ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาระบบนิเวศบ้านนาทุ่งกลาง-บ้านท่าคลอง



● สร้างการรับรู้และมีส่วนร่วมผ่านการลงมือทำ

การร่วมลงมือทำ ในการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติให้มีความยั่งยืน โดยการมีความรับผิดชอบต่องานสิ่งแวดล้อม ร่วมรณรงค์ รักษา และดูแลทรัพยากรที่มีอยู่ตามบริบทของฐานทรัพยากรนั้นทั้งทางตรงและทางอ้อม

1. การท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า

ร่วมกันดูแลรักษาธรรมชาติจากการปฏิบัติตัวตามกฎระเบียบของสถานที่อย่างเคร่งครัด ให้ความเคารพทรัพยากรธรรมชาติด้วยการไม่ทำลาย หรือ นำวัตถุในธรรมชาติออกนอกสถานที่ พร้อมเปิดรับประสบการณ์การเรียนรู้ในการท่องเที่ยว ทำความเข้าใจบริบทฐานทรัพยากรธรรมชาติของพื้นที่เพื่อการมีส่วนร่วมในการดูแลธรรมชาติอย่างยั่งยืน

2. การสนับสนุนชุมชนในการจัดการบริหารทรัพยากรธรรมชาติ

สนับสนุนชุมชน ผู้ประกอบการ และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการร่วมอุดหนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน การรณรงค์การบริโภค และการร่วมกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การซื้อผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งชันโรง การรณรงค์ไม่กินหอยที่มีขนาดต่ำกว่า 6 เซนติเมตร การบริโภคเพื่อสนับสนุนการเพาะปลูกทะเล การร่วมปลูกป่าชายเลนในพื้นที่ และการใช้หรือร่วมเป็นส่วนหนึ่งของงานและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3. ร่วมดูแลความสะอาดสิ่งแวดล้อมในพื้นที่

การรู้จักการคัดแยกขยะให้ถูกต้องในแต่ละประเภท และร่วมรณรงค์ทำ 3 R คือ Reduce (ลดการใช้) Reuse (ใช้ซ้ำ) และ Recycle (นำกลับมาใช้ใหม่) เมื่อมีการบริหารจัดการขยะที่ดีจะช่วยให้มีขยะน้อยลง ลดการปนเปื้อน และสร้างสุขอนามัยที่ดีในพื้นที่อยู่อาศัย

ผู้มีส่วนได้เสียที่ทำงานร่วมกันในระบบนิเวศ



ภาครัฐ

- สำนักงานจังหวัดกระบี่
- กองทัพเรือภาคที่ 3
- กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง
- อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช
- ศูนย์อนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลจังหวัดกระบี่ กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง
- สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดกระบี่ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- สำนักงานประมงจังหวัดกระบี่ กรมประมง
- ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งกระบี่ กรมประมง
- สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองกระบี่
- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย โรงไฟฟ้ากระบี่
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดกระบี่
- เทศบาลเมืองกระบี่
- องค์การบริหารส่วนตำบลคลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่
- องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง อ.เมือง จ.กระบี่
- องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะศรีบอยา อ.เหนือคลอง จ.กระบี่
- องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะกลาง อ.เกาะลันตา จ.กระบี่
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
- โรงเรียนพระราชทานบ้านเกาะพีพี ต.อ่าวนาง อ.เมือง จ.กระบี่
- โรงเรียนบ้านคลองประสงค์ ต.คลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่
- โรงเรียนบ้านดิงไทร โรงเรียนบ้านเกาะศรีบอยา โรงเรียนบ้านเกาะจำ และโรงเรียนบ้านเกาะปู ต.เกาะศรีบอยา อ.เหนือคลอง จ.กระบี่
- โรงเรียนบ้านนาทุ่งกลาง ต.เกาะกลาง อ.เกาะลันตา จ.กระบี่
- โรงเรียนบ้านแหลมสัก ต.แหลมสัก อ.อ่าวลึก จ.กระบี่
- กศน.ตำบลเกาะศรีบอยา อ.เหนือคลอง จ.กระบี่

ภาคเอกชน

- สภาการศึกษาจังหวัดกระบี่
- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่
- สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่
- ชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวอ่าวไร่เลย์-แหลมพระนาง อ.เมือง จ.กระบี่
- ผู้ประกอบการบนพื้นที่แหลมพระนาง-ไร่เลย์
- ชมรมเรือสำเภาและเรือหางยาว
- ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและท่องเที่ยวดำน้ำพื้นที่เกาะพีพี อ่าวนาง และจังหวัดภูเก็ต
- สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวเกาะลันตา
- วงศ์พาณิชย์กระบี่ สาขาเหนือคลอง
- โรงแรมรายาวดี
- กลุ่มบริษัทพีเอ็มอี
- บริษัท ชิตินันท์ เน็ตเวิร์ค จำกัด
- ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ท้องถิ่น
- ภาควิชาท้องถิ่น และสื่อออนไลน์

ชุมชน

- ชุมชนบ้านคลองประสงค์ บ้านเกาะกลาง บ้านคลองกำ ต.คลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่
- กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลคลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่
- คณะกรรมการป่าชายเลนชุมชนตำบลคลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่
- กลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านคลองประสงค์ ต.คลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงชันโรงตำบลคลองประสงค์ ต.คลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่ (ฟาร์มชันโรงตาหวาน)
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงผึ้งบ้านไหนดง ต.เขาคราม อ.เมือง จ.กระบี่
- ชุมชนบ้านเกาะจำ บ้านตึงไทร บ้านเกาะปู บ้านหลังเกาะ บ้านเกาะศรีบอยา ต.เกาะศรีบอยา อ.เหนือคลอง จ.กระบี่
- กลุ่มบริหารจัดการทรัพยากรประมงบ้านหลังเกาะ ต.เกาะศรีบอยา อ.เหนือคลอง จ.กระบี่
- ชุมชนเกาะพีพี ต.อ่าวนาง อ.เมือง จ.กระบี่
- ชุมชนบ้านนาทุ่งกลาง บ้านท่าคลอง ต.เกาะกลาง อ.เกาะลันตา จ.กระบี่
- วิสาหกิจชุมชนพัฒนาอาชีพหมู่บ้านป่าไม้แดนใหม่ ต.เกาะกลาง อ.เกาะลันตา จ.กระบี่
- กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาทุ่งกลาง-บ้านท่าคลอง ต.เกาะกลาง อ.เกาะลันตา จ.กระบี่
- กลุ่มธนาคารปูม้าบ้านท่าคลอง ต.เกาะกลาง อ.เกาะลันตา จ.กระบี่
- ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาสมุนไพรพื้นบ้านบ้านท่าคลอง ต.เกาะกลาง อ.เกาะลันตา จ.กระบี่

ภาคสังคม

- ชมรมนิสิตเก่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2518 (CU18)
- มูลนิธิแอริเอเซีย
- Refield Lab และ Sonjai Studio
- มูลนิธิรักษ์ไทย
- โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Programme : UNDP)
- EcoCupid
- Mangrove Alliance Thailand
- Green Guardians
- Knowledge for Development Foundation (K4D)
- NatureMind-ED
- โครงการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม มูลนิธิยุวพัฒน์
- โครงการร้อยพลังสร้างสังคมดี

ผลลัพธ์การดำเนินงานในปี 2567

โครงการ	โครงการ อุทยานการเรียนรู้ ใต้ท้องทะเล จังหวัดกระบี่	โครงการ สร้างความร่วมมือ ในการแก้ไขปัญหา การจัดการทรัพยากร ชายฝั่งทะเล	โครงการ ส่งเสริม การท่องเที่ยว เชิงพัฒนา	โครงการ จัดการท่องเที่ยว ยั่งยืน	กิจกรรม และสื่อสาร
พื้นที่ดำเนินการ	หมู่เกาะพีพี	หมู่เกาะศรีบอยา - หาดเจ้าหลาว	ต.คลองประสงค์	แหลมพระนาง-ไร่เด	
ผลลัพธ์	แหล่งเรียนรู้ ระบบนิเวศถาวร	แหล่งอาหารทะเล คุณภาพ	ชุมชนท่องเที่ยวตาม บริบท ฐานทรัพยากร	การสร้างคุณค่าร่วม ในทรัพยากร ท่องเที่ยว	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รับรู้ข้อมูล และเข้ามามีส่วนร่วม และลงมือทำ
การสร้าง การมีส่วนร่วม	15 ผู้ประกอบการ นักดำน้ำ 30 ครูและนักเรียน	25 จำนวนภาคี	15 จำนวนภาคี	7 จำนวนภาคี	30,169 Engagement Facebook
การสร้าง การรับรู้	50 นักดำน้ำ	320 จำนวนนักเรียน ร่วมกิจกรรม	350 จำนวนนักท่องเที่ยว / ฐาน	50 จำนวนผู้เข้า อบรมกิจกรรม	79,463 reached Facebook
การสร้าง องค์ความรู้	1 KM E-book แหล่งปะการังเทียม เรือจม 1 ทักษะการดำน้ำตื้น	10 กิจกรรมความรู้	5 กิจกรรมความรู้	2 กิจกรรมร่วมลงมือทำ 5 สื่อองค์ความรู้	15 สื่อองค์ความรู้

กลไกความร่วมมือ “การลงทุนเพื่อสังคม” (Social Investment Platform)

การสร้างความร่วมมือของภาคประชาสังคม ภาครัฐ เอกชน และประชาชนทั่วไป เพื่อร่วมแก้ไขปัญหาสังคมในด้านต่างๆ นั้นมีการดำเนินงานในหลายส่วน ทว่ายังมีขนาดเล็ก กระจัดกระจายและขาดการเชื่อมโยง

กลไกการลงทุนทางสังคมจึงมุ่งสร้างการมีส่วนร่วมและเชื่อมต่อกับทุกภาคส่วน ให้สามารถร่วมสนับสนุนลงทุนเพื่อสังคม ต่อยอดขยายผลการแก้ไขปัญหาสังคมในด้านต่างๆ ให้เกิดเป็นระบบนิเวศที่เข้มแข็งเพื่อให้สามารถไล่ทันกับขนาดและความรวดเร็วของปัญหาต่างๆ ทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายการทำงาน

เป้าหมายการทำงานของกลไกการลงทุนที่หลากหลาย ล้วนเป็นไปเพื่อการสร้างความมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชน และภาคส่วนต่างๆ ในการระดมทรัพยากร มาสนับสนุนโครงการต่างๆ ให้สามารถเกิดผลที่จับต้องได้ มีความยั่งยืนและขยายผลได้อย่างต่อเนื่อง เป็นรูปแบบหนึ่งของ Active Citizenship เพื่อร่วมแก้ปัญหาและพัฒนาโอกาสทางสังคม-สิ่งแวดล้อม

บทบาทในระบบนิเวศ

บทบาทกลไกการลงทุนมีส่วนเสริมกันเป็นระบบนิเวศที่แข็งแรง “เท่าใจ” เป็นช่องทางการเข้าถึงประชาชนจำนวนนับหมื่นที่มาร่วมสนับสนุนโครงการต่างๆ เชื่อมโยงกับ “กองทุนรวมคนไทยใจดี” และ “กองทุนรวมธรรมาภิบาลไทย” ที่เป็นช่องทางของนักลงทุนที่หลากหลายแต่สามารถมาร่วมรับผิดชอบสังคมได้ผ่านกลไกการร่วมลงขันบริจาคที่เป็นส่วนหนึ่งของกองทุนรวมทั้งสองรูปแบบ กล่าวคือเป็นช่องทางการลงทุนทางสังคมที่เชื่อมโยงทั้งประชาชนทั่วไปและนักลงทุน ให้สอดประสานขับเคลื่อนงานร่วมกันได้

ภาคีเครือข่ายที่ทำงานร่วมกันในระบบนิเวศ

เทใจ.คอม



- สถาบันเซ็นจ์ ฟิวชันฯ
- เครือข่ายที่วายพีเอ็น
- บริษัท โอเพนดริม จำกัด
- ภาคีเครือข่ายผู้ระดมทุนผ่านเทใจ
- มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยภายใต้พระบรมราชูปถัมภ์

รายละเอียดเพิ่มเติม

<https://bit.ly/3KaaE4y>

<https://taejai.com/th/>

กองทุนรวม คนไทยใจดี (BKIND)

กองทุนรวม คนไทยใจดี
การลงทุน...ที่ให้คุณได้ตั้งแต่วัยแรกของเงินลงทุน

- บลจ.บัวหลวง
- สถาบันเซ็นจ์ ฟิวชันฯ
- มูลนิธิยุวพัฒน์
- มูลนิธิ อโซก้า (ประเทศไทย)
- ภาคีเครือข่ายที่ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนฯ

รายละเอียดเพิ่มเติม

<https://bit.ly/40xtDMp>

กองทุนรวม ธรรมาภิบาลไทย (Thai CG Funds)



- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.)
10 บริษัท ประกอบด้วย
 - 1) บลจ. บัวหลวง
 - 2) บลจ. กรุงไทย
 - 3) บลจ. กรุงศรี
 - 4) บลจ. ทหารไทย
 - 5) บลจ. ทาลิส
 - 6) บลจ. ไทยพาณิชย์
 - 7) บลจ. ยูโอบี (ประเทศไทย)
 - 8) บลจ. กสิกรไทย
 - 9) บลจ. เอ็มเอฟซี
 - 10) บลจ. บางกอกแคปปิตอล
- สถาบันเซ็นจ์ ฟิวชันฯ
- บริษัท แอนด์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
- มูลนิธิยุวพัฒน์
- ภาคีเครือข่ายที่ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนฯ

รายละเอียดเพิ่มเติม

<https://bit.ly/3Zd4zbl>

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567

กองทุนรวม คนไทยใจดี การลงทุน...ก็ให้คนทำดีด้วยเงินจากกองทุน CGI กองทุนรวม ธรรมชาติไทย ร่วมสร้างสังคม ให้ดีขึ้น			
กลไกความร่วมมือ	ชุมชนออนไลน์ ร่วมสร้างสังคม แบ่งปัน	ความร่วมมือแรง ภาคตลาดทุน แบ่งปันสังคม	ความร่วมมือ ภาคตลาดทุนและ ภาคสังคมสร้างเสริม ธรรมาภิบาลและ ต่อต้านคอร์รัปชัน
ผลลัพธ์	138 โครงการ	6 โครงการ	3 โครงการ
	85 องค์กร	6 องค์กร	3 องค์กร
ผู้รับประโยชน์	54,079 คน	4,287 คน	32,123 คน
	93 องค์กร	1 องค์กร	3 องค์กร
พลเมือง ที่มีส่วนร่วม เพื่อส่วนรวม	42,045 คน	-	32,123 คน
	815 องค์กร	7 องค์กร	47 องค์กร
ผู้บริจาค	41,890 คน	-	-
	749 องค์กร	1 องค์กร	10 องค์กร
อาสาสมัคร	35 คน	-	-
ผู้ร่วมกิจกรรม	120 คน	-	-

กลไกความร่วมมือ “งานสื่อสารสังคมสนับสนุนภาคี” (Social Communication for Change)

การมุ่งหวังที่จะแก้ปัญหาขนาดใหญ่ด้วยการมีส่วนร่วมจากคนจำนวนมากได้นั้น การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ปัจจุบันการสื่อสารขององค์กรภาคสังคมอาจยังไม่เข้มแข็งและต้องพัฒนา ขณะที่องค์กรภาคสื่อมีศักยภาพในการเข้าถึงคนจำนวนมาก แต่กลับเข้าถึงข้อมูลการขับเคลื่อนงานขององค์กรภาคสังคมน้อย ทำให้คนในสังคมไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลการขับเคลื่อนงานของภาคสังคม และไม่ได้เห็นโอกาสในการร่วมแก้ไขปัญหา

เป้าหมายการทำงาน

มุ่งเน้นร้อยพลังกลไกสื่อที่หลากหลาย เชื่อมโยง สนับสนุนการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนกลไกแก้ปัญหาสังคมประเภทต่างๆ โดยมีเป้าหมายปลายทางเชิญชวนประชาชนมาร่วมสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นระบบ

บทบาทในระบบนิเวศ

เสริมสร้างพลังระบบนิเวศสื่อในฐานะ “ผู้ให้บริการ” ให้คำปรึกษา เรียบเรียง เชื่อมต่อ และพัฒนาความร่วมมือระหว่าง “ภาคีสื่อ” และ “ภาคีภาคสังคม” ร่วมขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง

ภาคีเครือข่ายที่ทำงานร่วมกัน

- ภาคีสื่อสำนักข่าว / สื่อออนไลน์
- ภาคีสื่อบุคคล
- ภาควิชาการด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์
- องค์กรวิชาชีพ สมาคมที่เกี่ยวข้องกับสื่อกลุ่มต่างๆ

รายละเอียดเพิ่มเติม <https://bit.ly/3JXjUHU>

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567

กลไกความร่วมมือ	งานสื่อสารสังคมสนับสนุนภาคี
พลลัทธิ	การมีส่วนร่วมสื่อสารเพื่อส่วนรวม
พลผลิต	17 โครงการ
	-
ผู้รับประโยชน์	-
	66 องค์กร
พลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม	493 คน
	89 องค์กร
ผู้บริจาค	-
	-
อาสาสมัคร	23 คน
ผู้ร่วมกิจกรรม	470 คน

อ่านรายงานฉบับเต็มได้ที่

เว็บไซต์ร้อยพลังสร้างสังคมดี www.collaborationforgoodsociety.org

มูลนิธิยุวพัฒน์ <https://www.yuvabadhanafoundation.org/th/home/>

มูลนิธิเพื่อ “คนไทย” <http://khonthaifoundation.org/th/landing/>

มูลนิธิเอ็นไลฟ์ <http://www.enlivefoundation.com/>



การสร้างชุมชนและสังคมแห่งการแบ่งปัน

การพัฒนาชุมชนและสังคมภายนอกองค์กรให้เกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนนั้น ได้เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมกันแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเองผ่านโครงการต่างๆ ทั้งในส่วนที่ร่วมกับชุมชนและร่วมกับสังคมในแต่พื้นที่ รวมทั้งยังมีโอกาสการร่วมดำเนินงานผ่านเครือข่ายองค์กรภาคีที่มีความรู้ความชำนาญในด้านต่างๆ สามารถสร้างการยกระดับให้ผู้มีส่วนได้เสียในสังคมภายนอกองค์กรเติบโตควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยในปี พ.ศ. 2567 ที่ผ่านมานี้ บริษัทได้ดำเนินงานร่วมมือกับเครือข่ายองค์กรต่างๆ ดังนี้

โครงการสนับสนุนชุมชนด้านการศึกษา “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง”

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้นำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมจากบริษัท พีริเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ของบริษัทในแต่ละปี โดยพิจารณาโครงการต่างๆ จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจากการที่ได้ประชุมสานเสวนากับชุมชน เพื่อมาจัดทำโครงการตามแนวทาง CSR – DIW Continuous ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมต่อเนื่องเป็นปีที่ 12 โดยทางบริษัทได้ดำเนินการร่วมกับชุมชนจัดทำโครงการต่างๆ ตามความต้องการของชุมชนมาต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2556-2567 ภายใต้โครงการ “โรงอาหารเพื่อน้อง” ตามความสามารถหลัก (Core Competency) ของบริษัท พี.एम.ฟู๊ด ที่มีทักษะการบริหารจัดการสุขลักษณะด้านการผลิตอาหาร และได้สนับสนุนโรงเรียนในละแวกชุมชนที่พนักงานของบริษัทอาศัยอยู่กว่า 10 โรงเรียน และจากผลการประชุมสานเสวนากับชุมชนในครั้งล่าสุดนั้น ได้มีการสรุปความต้องการให้ทางบริษัทช่วยสนับสนุนด้านคอมพิวเตอร์ สมาร์ททีวีติดตามห้องเรียน พร้อมกับสัญญาณอินเทอร์เน็ตภายในโรงเรียนตามนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการที่ต้องการให้เพิ่มช่องทางการเรียนการสอนผ่านอินเทอร์เน็ตที่มากขึ้น ดังนั้นบริษัทจึงทำโครงการ “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง” ให้กับโรงเรียนในชุมชนซึ่งเป็นพื้นที่พักอาศัยของพนักงาน

ในปี พ.ศ.2567 ที่ผ่านมามีบริษัทได้จัดทำโครงการ “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง” จำนวน 1 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนอนุบาลตำบลนาดี โดยนอกจากจะมีการสานเสวนากับคณะกรรมการศึกษาของโรงเรียนแล้ว ยังได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงานทั้ง อบต. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คู่ค้า พนักงาน ชาวบ้านในพื้นที่ ดำเนินการติดตั้งและเดินสายอินเทอร์เน็ตภายในโรงเรียน เพื่อกระจายสัญญาณอินเทอร์เน็ตไปทุกห้องเรียนและติดตั้งสมาร์ททีวีในห้องเรียนให้กับ โรงเรียนเรียบร้อยแล้ว



ภาพกิจกรรมโครงการสนับสนุน “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง” ในโรงเรียนอนุบาลตำบลนาดี

โครงการ รอบรั้วกินได้กับเกษตรพีซีไอ

บริษัท พีซีเอ็ม แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้นำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อกำหนดเป็นกลยุทธ์ของบริษัทในแต่ละปี โดยพิจารณาโครงการต่างๆ จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในชุมชน ที่มีพื้นที่ภายในรัศมี 5 กิโลเมตร ตามแนวทาง CSR – DIW Continuous ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักคือชุมชน ทางบริษัทจึงร่วมกับชุมชนจัดทำโครงการต่างๆ ตามความต้องการของชุมชน ภายใต้โครงการชื่อ “ยุวเกษตรพอเพียง” กับโรงเรียนที่มีการจัดทำแปลงเกษตรและจัดอาหารกลางวันให้นักเรียนมาอย่างต่อเนื่อง สำหรับปี พ.ศ.2567 ที่ผ่านมา ผลจากการสานเสวนากับกลุ่มชุมชนในพื้นที่ ต้องการให้บริษัทฯ ขยายกลุ่มเป้าหมายให้กับชุมชนที่มีความสนใจด้านเกษตร จึงได้ร่วมกับศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้าน “ทวิบุญ” สร้างการมีส่วนร่วมและสนับสนุน ผ่านการให้ความรู้ สาธิตวิธีการทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษปลา เพื่อใช้ในแปลงปลูกผักปลอดสารพิษในครัวเรือนของชุมชนต่างๆ อาทิ เช่น ชุมชนบางบ่อ, ชุมชนบ้านระกาศและชุมชนบางเพรียง เพื่อส่งเสริมให้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน การปลูกผักสวนครัวปลอดสารพิษจำหน่ายหรือประกอบอาหาร เพื่อช่วยเพิ่มรายได้และลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือน จำนวน 25 ครัวเรือน ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมโครงการได้ความรู้และสามารถทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษปลา เพื่อนำไปใช้ในการปลูกผักสวนครัวที่บ้านได้อีกด้วย



ภาพกิจกรรมในโครงการรอบรั้วกินได้กับเกษตรพีซีไอที่ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านทวิบุญ

สร้างคุณค่าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

จากพันธกิจของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ที่ยึดมั่นการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างสมดุลต่อความรับผิดชอบต่อให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม นำมาซึ่งการจัดทำนโยบายการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมขับเคลื่อนผ่านแผนการดำเนินงานในหลายด้าน อาทิเช่น การปลูกจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงาน การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ การจัดการมลภาวะและขยะ ตลอดจนการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ตระหนักถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงให้ความสำคัญในกระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียร่วมกันอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงทุกขั้นตอนในห่วงโซ่อุปทาน มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงด้านวิกฤตพลังงานและวิกฤตการขาดแคลนน้ำที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรด้านการได้ประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefits) ของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในรูปแบบที่หลากหลาย โดยบริษัทย่อยได้นำแนวทางการปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO 14001และเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่า พร้อมกับการแสวงหาพลังงานสะอาดมาทดแทน อีกทั้งร่วมสร้างวัฒนธรรมสีเขียวผ่านการดำเนินชีวิตอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของพนักงาน ตลอดจนมุ่งมั่นสร้างเครือข่ายสีเขียวในห่วงโซ่อุปทานให้เกิดความยั่งยืนร่วมกันต่อไป

ในปี พ.ศ.2567 บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินการตามแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ เพื่อลดความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผ่านคณะทำงานด้านการจัดการพลังงานและคณะทำงานพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืนของบริษัท เพื่อยกระดับผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทานพัฒนาประสิทธิภาพในการใช้พลังงานและทรัพยากรให้คุ้มค่าเพื่อลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม โดยดำเนินการตามมาตรการและแผนงานต่างๆ ดังนี้

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

อ่านเพิ่มเติมจาก www.premier-marketing.co.th

- การบริหารจัดการพลังงาน
- การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ
- การบริหารจัดการของเสียจากกระบวนการผลิต
- การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

การบริหารจัดการพลังงาน

การดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าและบริการ ย่อมต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นจำนวนมาก บริษัทและบริษัทย่อยจึงมีความมุ่งมั่นพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าและบริการควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อยกระดับห่วงโซ่คุณค่าของผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินธุรกิจผ่านแนวทางและมาตรการในการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่าหลายด้าน เช่น การลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ด้วยการขยายการติดตั้งพลังงานสะอาดทดแทน, ร่วมกันกับคู่ค้าจัดส่งสินค้าตรงจากโรงงานไปยังศูนย์กระจายสินค้าเพื่อลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการขนส่ง อีกทั้งการนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนพัฒนาปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน เพื่อจะสามารถใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยบริษัทและบริษัทย่อยได้ดำเนินการจัดการพลังงาน ดังนี้

โครงการขยายการจัดส่งสินค้าแบบส่งตรง (Direct Shipment)

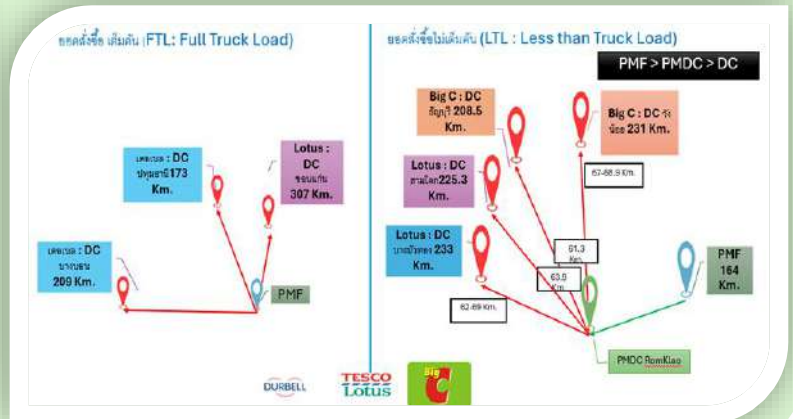
ในการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งต้องมีกระบวนการจัดส่งและกระจายสินค้าไปทั่วประเทศ นั้น บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมที่สำคัญนี้ผ่านบริษัทคู่ค้าที่ให้บริการขนส่งสินค้าในแต่ละภาคและเพื่อเป็นการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าร่วมกับคู่ค้าจึงมีการขยายผลการพัฒนาการใช้พลังงานให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

โดยในปี พ.ศ.2567 ที่ผ่านมามีบริษัทได้ร่วมกับบริษัทย่อยที่เป็นผู้ผลิตสินค้า ดำเนินการขยายการจัดส่งสินค้าแบบส่งตรง (Direct Shipment) จากโรงงานไปยังศูนย์กระจายสินค้า เพื่อลดระยะทางและขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งและการกระจายสินค้า จากการเปลี่ยนแปลงขั้นตอนการขนส่งสินค้าดังกล่าว ทั้งปีที่ผ่านมา ทำให้สามารถลดระยะทางการขนส่งสินค้าได้ 1,107,882 กิโลเมตร ซึ่งช่วยลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงถึง 276,970 ลิตร และยังสามารถช่วยลดผลกระทบการรั่วไหลมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

Direct Shipment Phase 0-1



Direct Shipment Phase 2



ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



โครงการใช้พลังงานสะอาดทดแทน

บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัดและบริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้ยึดถือนโยบายและแนวทางการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการบริหารจัดการใช้ไฟฟ้าโดยใช้พลังงานทดแทนจึงถือเป็นภารกิจหนึ่งที่สำคัญเพราะในขณะนี้ความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้าในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสวนทางกับปริมาณเชื้อเพลิงที่จะประสพภาวะขาดแคลนในอนาคต เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติและถ่านหิน ประกอบกับเชื้อเพลิงดังกล่าวได้ก่อปัญหามลพิษทางอากาศจากการเผาไหม้ ทำให้เกิดก๊าซพิษต่างๆ ซึ่งล้วนแต่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอันเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของการใช้แหล่งพลังงานทดแทนเพื่อผลิตพลังงานไฟฟ้าไว้ใช้ในโรงงานจึงได้มีการติดตั้งแผงโซล่า บนหลังคา (Solar Roof) เป็นพลังงานสะอาดที่ไม่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม และยังช่วยลดค่าใช้จ่ายใน

การใช้ไฟฟ้าได้อีกด้วยบริษัทย่อยทั้ง 2 แห่งได้เริ่มต้นดำเนินการลงทุนติดตั้งแผงเซลล์แสงอาทิตย์ ตั้งแต่ปี 2560 และได้เพิ่มการติดตั้งแผงเซลล์แสงอาทิตย์มาอย่างต่อเนื่อง

โดยในปี พ.ศ.2567 ที่ผ่านมามีสามารถผลิตกระแสไฟฟ้ารวมกันได้ 1,589.92 MWh/ปี และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกคิดเป็น 794.80 tonCO2e/ปี อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนค่าไฟฟ้าได้ 6.75 ล้านบาท



ภาพแสดงการติดตั้งแผงโซล่าบนหลังคา

ทั้งนี้ในปี พ.ศ.2567 บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด มีแผนงานในการขยายการติดตั้งแผงโซลาร์ (Solar Roof) เพิ่มบนอาคารหลังใหม่ สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้ 480.84 MWh/ปี ซึ่งคาดว่าจะติดตั้งแล้วเสร็จเดือน พฤษภาคม 2568

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

ในกระบวนการผลิตสินค้านั้น น้ำสะอาดถูกจัดเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากโดยเฉพาะในขั้นตอนล้างทำความสะอาดวัตถุดิบและการล้างทำความสะอาดเครื่องจักร อุปกรณ์ต่าง ๆ เป้าหมายของโครงการนี้คือ การลดปริมาณการปล่อยน้ำหลังการบำบัดลงสู่คลองสาธารณะ ดังนั้นบริษัทจึงเล็งเห็นว่าต้องมีการปรับเปลี่ยนในกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดการใช้น้ำอย่างเหมาะสม ตลอดจนสร้างจิตสำนึกให้ทุกส่วนงานรู้ถึงคุณค่าของน้ำ ทำให้ช่วยลดภาระในการบำบัดน้ำเสีย และยังเป็นการปรับปรุงให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศน้อยลงด้วย

บริษัท พีริเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด และ บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้กำหนดการบริหารจัดการน้ำเป็นแผนงานประจำปี เพื่อลดความเสี่ยงจากวิกฤตการขาดแคลนน้ำ โดยการนำน้ำใช้แล้วในกระบวนการผลิตมาผ่านกระบวนการเพื่อนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งเป็นแผนงานที่บริษัทได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง เกิดผลดีให้มีการใช้ทรัพยากรน้ำ (น้ำประปา) อย่างคุ้มค่า อีกทั้งยังสามารถลดปริมาณน้ำทิ้งหลังบำบัดลงสู่คลองสาธารณะ

ในปี พ.ศ.2567 พีซีไอ ขยายเป้าหมายในการนำน้ำทิ้งหลังการบำบัดกลับมาใช้ซ้ำในปริมาณ 224 ลบ.ม./วัน หรือคิดเป็น 95% ของน้ำทิ้งทั้งหมด โดยน้ำที่ผ่านการบำบัดเหล่านี้ได้ถูกนำกลับมาใช้ในพื้นที่รอบนอกไลน์ผลิต เช่น น้ำใช้ชักโครกในห้องน้ำ, ใช้ในการรดน้ำต้นไม้, ล้างลานรับวัตถุดิบ, ลานโหลดสินค้า และบำบัดอากาศโดยลดเขม่าควันจากการเผาไหม้ของ Boiler เป็นต้น



ภาพแสดงการติดตั้งถังกรองน้ำเพื่อนำน้ำกลับมาใช้



และในปีที่ผ่านมาบริษัท พี.एम.ฟูดส์ได้ขยายการนำน้ำกลับมาใช้เพิ่มขึ้น ตั้งเป้าหมายดำเนินการนำน้ำทิ้งหลังจากบำบัดกลับมาใช้ซ้ำในปริมาณ 40 ลบ.ม./วันหรือคิดเป็น 20% ของปริมาณน้ำทิ้งทั้งหมด โดยนำกลับมาใช้ในพื้นที่รอบนอกไลน์ผลิต เช่น น้ำใช้ซักโครกในห้องน้ำ, ใช้สำหรับรดน้ำต้นไม้, ล้างพื้นในบริเวณรอบนอกอาคาร เป็นต้น

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



การบริหารจัดการของเสียในกระบวนการผลิต

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)และบริษัทย่อยได้ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการมลภาวะและขยะ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ โดยทบทวนตั้งแต่การลดการเกิดของเสียเป็นลำดับแรก โดยนำหลักการ 3R มาพิจารณาคัดแยกของเสียหรือขยะแต่ละประเภท การลดการใช้และการบริโภคทรัพยากรที่ไม่จำเป็น (Reduce) การนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด (Reuse) และการเลือกใช้ทรัพยากรที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อลดปริมาณขยะและลดการปลดปล่อยของเสียสู่สภาพแวดล้อม (Recycle) อีกทั้งให้การส่งเสริม หนุนเสริม อบรมให้ความรู้ แก่พนักงานให้ตระหนักถึงปัญหามลพิษและขยะ รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานและเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่อง

การจัดการของเสียจากกระบวนการผลิตและเศษอาหารจากโรงอาหาร

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้สานต่อนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าในการจัดการของเหลือ (waste) จากกระบวนการผลิตและเศษอาหารจากโรงอาหารของบริษัท อันเป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่า จึงเป็นที่มาของโครงการผลิตปุ๋ยจากของเหลือในขบวนการเหล่านี้ซึ่งเป็นแนวทางช่วยลดปัญหาปริมาณของเหลือเหล่านี้ในแต่ละวัน

โดยเมื่อ 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทได้ศึกษาและสั่งซื้อเครื่องกำจัดขยะเศษอาหาร Composter จำนวน 1 เครื่อง สามารถผลิตปุ๋ยได้เดือนละประมาณ 2,000 กิโลกรัม ซึ่งจากการส่งตัวอย่างไปวิเคราะห์สารอาหาร จะมีไนโตรเจนในปริมาณที่สูง เหมาะสมกับพืชผักสวนครัวและพืชใบเขียวหรือไม้ประดับประเภทใบ โดยปุ๋ยที่ผลิตออกมาจากเครื่องกำจัดขยะ ได้เริ่มแจกจ่ายให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานที่มีพื้นที่ปลูกผักสวนครัวที่บ้านทดลองใส่แทนปุ๋ยเคมีที่ใช้อยู่ ช่วยลดค่าใช้จ่ายและลดปริมาณปุ๋ยที่เป็นสารเคมี ซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของพนักงาน นอกจากนี้ยังได้แจกจ่ายปุ๋ยที่ผลิตให้กับหน่วยงานภายนอกชุมชนที่มีแปลงเกษตรปลูกพืชสวนครัวอีกด้วย

ในปีที่ผ่านมาบริษัทสามารถผลิตปุ๋ยเป็น จำนวน 11,450 กิโลกรัม โดยได้แจกจ่ายปุ๋ยให้กับพนักงาน จำนวน 9,090 กิโลกรัม และยังมอบให้กับศูนย์การเรียนรู้และฝึกอบรมเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชปณิธานกรมทหารราบที่ 12 รักษาพระองค์ ค่ายไพร่ระยองเดช จังหวัดสระแก้ว อีกด้วย



โครงการ การจัดการของเสียจากกระบวนการผลิตและเศษอาหารจากโรงอาหาร

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



การบริหารจัดการของเสียจากการแปรรูป โดยการผลิตปุ๋ยอินทรีย์จากเปลือกกาแฟ

กระบวนการแปรรูปกาแฟจากผลเชอร์รี่สดมาเป็นรูปแบบกะลานั้น เกิดวัตถุดิบเหลือทิ้งหลังจากการแปรรูปกาแฟ นั่นคือเปลือกกาแฟเชอร์รี่ ซึ่งหากไม่มีกระบวนการจัดการของเสียจากการแปรรูปที่ดี อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน เช่น ส่งกลิ่นเหม็นรบกวนชุมชนใกล้เคียงบริเวณโรงงานแปรรูปผลผลิต ความสะอาดทางอาชีวอนามัยของคนในชุมชน และน้ำเสียไหลลงสู่แหล่งน้ำซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศน์ทางน้ำได้

แนวความคิดดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนของบริษัท มีวนา จำกัด จึงมุ่งมั่นดำเนินงานเพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศน์และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ต้นน้ำ โดยการใช้หลักการหมุนเวียนธาตุอาหาร เมื่อนำผลผลิตออกมาจากฟาร์ม คือผลกาแฟ ที่ถูกสร้างโดยต้นกาแฟดูดซับธาตุอาหารจากดินมาหล่อเลี้ยงผล และนำเอาเฉพาะส่วนที่เป็นกะลากาแฟมาบริโภค ส่วนที่เหลือคือเปลือกกาแฟ ซึ่งในทุกปีบริษัทได้ให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ลงพื้นที่ร่วมกับเกษตรกรวางแผน และเตรียมคัดเลือกแยกเปลือกกาแฟที่เหมาะสมต่อการนำมาทำเป็นปุ๋ยหมัก เพื่อกลับคืนสู่ดินพืชจะดูดซึมกลับไปเป็นธาตุอาหารอีกครั้งหนึ่ง วัฏจักรธาตุอาหารที่หมุนเวียนเป็นไปอย่างสมดุล ซึ่งในปีพ.ศ. 2567 เปลือกกาแฟที่เหลือจากการแปรรูป จำนวน 189.37 ตัน สามารถนำกลับมาทำปุ๋ยอินทรีย์ได้ จำนวน 122.0 ตัน ทำให้เกษตรกรลดค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยได้ 828,387 บาท



ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



การบริหารจัดการแยกขยะ

ปัจจุบันการจัดการขยะได้กลายเป็นปัญหาของหลายประเทศและประเทศไทยเองก็กำลังเผชิญกับปัญหานี้ที่นับวันจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น ซึ่งขยะดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมเป็นอันมากหากมีการกำจัดหรือทำลายอย่างผิดวิธี ดังนั้นบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย จึงเห็นความสำคัญในเรื่องของการคัดแยกขยะภายในสำนักงานและในแต่ละโรงงาน เพื่อนำกลับมาใช้หรือกำจัดอย่างถูกวิธีอื่นเป็นการช่วยลดปริมาณขยะไปสู่การฝังกลบและเท่ากับเป็นการช่วยลดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเวลาเดียวกัน

นอกจากนี้แล้วขยะพลาสติกก็เป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาส่งแวดล้อมอัตราการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นย่อมทำให้การใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกมากขึ้นเป็นเงาตามตัว ดังนั้นการจะยกเลิกการใช้พลาสติกโดยสิ้นเชิงนั้นคงจะเป็นไปไม่ได้ยาก แต่คงต้องหาทางจัดการขยะที่ถูกต้อง เช่น มีการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง การหาวิธีทิ้งขยะให้ถูกที่ถูกทาง การนำขยะบางประเภทกลับมาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด ตลอดจนการนำวิธีการจัดขยะที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษ เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เชิญชาว PM ร่วมกิจกรรม โครงการแยกขยะ "ทิ้ง ทุ แทรช" (Ting To Trash)

เพื่อส่งเสริมให้พนักงานและลูกค้าใส่ใจสิ่งแวดล้อมและช่วยกันลดปริมาณขยะที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

กิจกรรมแยกขยะตามถังขยะสีต่างๆ ดังนี้:

- ถัง 1 ขยะทั่วไป
- ถัง 2 ขยะรีไซเคิล
- ถัง 3 ขยะอันตราย
- ถัง 4 ขยะเศษอาหาร

QR Code for registration and participation.

ชวนชาว PM ร่วมกิจกรรม How to Ting

เชิญชาว PM เข้าร่วมกิจกรรมแยกขยะ "ทิ้ง ทุ แทรช" (Ting To Trash) เพื่อส่งเสริมให้พนักงานและลูกค้าใส่ใจสิ่งแวดล้อมและช่วยกันลดปริมาณขยะที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

รางวัล	จำนวน
รางวัลชนะเลิศ	1 รางวัล
รางวัลรองชนะเลิศ	2 รางวัล
รางวัลชมเชย	3 รางวัล

QR Code for registration and participation.

ในปี พ.ศ.2567 บริษัทได้ดำเนินการร่วมกับโครงการขยะชุมชนและโครงการ กลุ่มคนจริงไม่ทิ้งขยะคนละทำงานในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ เพื่อรวบรวมและคัดแยกขยะที่เป็น ขวดน้ำพลาสติกปริมาณรวม 160.80 กก. เพื่อส่งให้วัดจากแดง

จ.สมุทรปราการ นำไปรีไซเคิลแปรรูปเป็นผ้าตัดเย็บจีวรพระสงฆ์ และพลาสติกแผ่นบางๆ เช่น फिल्मกันกระแทกหรือถุงหิ้ว อีกทั้งยังส่งไปทำเป็นอิฐบล็อกทางเดิน โครงการ Green Road ที่จังหวัดลำพูน และในระหว่างปีที่ผ่านมา บริษัทได้สมัครเข้าโครงการแยกขยะ กับสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทยเพื่อให้พนักงานเข้าใจและสามารถแยกขยะได้ถูกต้องตลอดจนสร้างความร่วมมือในการพัฒนาการจัดเก็บฐานข้อมูลขยะประเภทต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง ส่วน บจ.พี.एम.ฟู๊ด บริษัทย่อยนั้นได้ดำเนินการแยกขยะรีไซเคิล เช่น ขวดน้ำดื่ม, กระป๋องน้ำอัดลม เป็นต้น โดยจัดภาชนะให้พนักงานทิ้งแยกประเภทไว้รวบรวมได้ จำนวน 2,711 กก. ทั้งนี้เพื่อนำไปจำหน่ายและนำรายได้ที่เกิดขึ้นมาใช้ในการกิจกรรมพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง



คุณณัฐพงษ์ พรตฤณ (น้องปอ) เล่าให้ฟังว่า “บริษัทได้จัดกิจกรรมส่งเสริมให้พนักงานได้เข้าใจและมีส่วนร่วมในการคัดแยกประเภทขยะ ซึ่งทำให้ได้รู้ว่าการที่เราไม่แยกประเภทขยะก่อนทิ้ง จะเป็นการเพิ่มปริมาณขยะฝังกลบมากขึ้นและสามารถทำให้เกิดภาวะโลกร้อนอีกด้วย การได้ร่วมกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ ทำให้เราเกิดความตระหนักได้ว่าการทิ้งขยะให้ถูกที่ ทิ้งขยะให้ถูกสี จะดีต่อสิ่งแวดล้อมและดีต่อเราทุกคนครับ”

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)และบริษัทย่อย ได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) จึงได้นำแนวคิดนี้ไปขยายเพื่อการจัดการพลังงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและบรรเทาภาวะโลกร้อนให้ครอบคลุมในห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีแนวทางที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อบรรเทาภาวะโลกร้อน (Global Warming) และการบริหารจัดการพลังงาน เช่น ไฟฟ้า น้ำ และทรัพยากรหมุนเวียนอื่นๆ ซึ่งทางบริษัทให้การส่งเสริมและผลักดันให้ทุกหน่วยงานในองค์กรมีการปรับปรุงประสิทธิภาพ การใช้พลังงานในหน่วยงานและการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจต่างๆ พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า ตลอดจนพัฒนานวัตกรรมเพื่อลดการใช้พลังงานโดยรวม

เป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทได้ตั้งเป้าหมายในปี 2567 ที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 5% หรือคิดเป็นปริมาณ 50.20 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า เมื่อเทียบกับปีฐาน 2566

แผนงานการดำเนินงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ในปี2567 บริษัทและบริษัทย่อย จัดทำแผนในการดำเนินการภายใต้โครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยได้ดำเนินการตามแผนงาน ดังนี้

1. กำหนดเป้าหมายด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
2. สื่อสารให้ความรู้กับพนักงาน สร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
3. รณรงค์การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการประหยัดหรือใช้เท่าที่จำเป็น
4. สนับสนุนให้มีการนำพลังงานสะอาดมาใช้ทดแทน โดยการติดตั้งโซลาร์เซลล์บนอาคารโรงงาน
5. ส่งเสริมให้เปลี่ยนแปลงเชื้อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการใช้ น้ำมันไบโอดีเซล B10 ทดแทน B7
6. การจัดซื้ออย่างยั่งยืน โดยการคัดเลือกวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือใช้วัสดุรีไซเคิล
7. การบริหารจัดการของเสียในกระบวนการผลิต ให้สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ เพื่อลดการนำของเสียไปสู่ชุมชน
8. การบริหารจัดการหมุนเวียนน้ำ โดยการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่
9. การอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ โดยจัดให้มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่ปลูกกาแฟได้ร่มเงาไม้ (สร้างแนวกันไฟ) เพื่อลดโอกาสที่ป่าจะถูกทำลาย
10. การบริหารจัดการแยกขยะ เพื่อลดปริมาณขยะทั่วไปสู่บ่อฝังกลบ
11. มอบหมายและส่งเสริมให้ บริษัท พี.एम.ฟู้ด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย

ดำเนินการประเมินและทวนสอบการปล่อยคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร เพื่อขอขึ้นทะเบียนกับอบก.

แนวทางการปฏิบัติและผลลัพธ์ในการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

อ่านเพิ่มเติมจาก www.premier-marketing.co.th

ตารางแสดงผลเปรียบเทียบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ขอบเขต	แหล่งการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี)		
		พ.ศ.2565	พ.ศ.2566	พ.ศ.2567
Scope 1	1.การเผาไหม้แบบอยู่กับที่			
	1.1 Diesel (Fire pump)	-	-	-
	2.การเผาไหม้แบบเคลื่อนที่			
	2.1 น้ำมันดีเซล	745.0672	732.9146	731.5377
	2.2 น้ำมัน GASOHOL 91, E20, E85	33.7848	21.0313	15.2610
	2.3 น้ำมัน GASOHOL 95	94.7697	99.3413	73.0317
	3.การใช้สารดับเพลิง (co2)	-	-	-
	4.การใช้สารทำความเย็นชนิด R32	-	-	-
Scope 2	2.1 พลังงานไฟฟ้า	150.4644	140.8068	126.8471
Scope 3	3.1 กระดาษ A4 และ A3	5.3677	4.8228	7.5974
	3.2 การใช้น้ำประปา*	-	-	-
	3.3 ขยะของเสียฝักรถ	1.8228	5.0332	78.0914 *
	รวมทั้งสิ้น	1,031.2766	1,003.9501	1,032.3664

*ค่าน้ำประปา สำหรับอาคารสำนักงานของ บริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่าอาคารสำนักงานได้จัดเก็บรวมอยู่กับค่าบริการตามสัญญาเช่า

*ปริมาณขยะฝักรถปี 2567 เพิ่มขึ้น เนื่องจากนำปริมาณสินค้าเสียทำลาย เพื่อนำไปฝังกลบด้วย

หมายเหตุ : ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉพาะ บริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ในปี พ.ศ.2567 บริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินการมอบหมายให้คณะทำงานด้านการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อศึกษา สื่อสารทำความเข้าใจ และอยู่ระหว่างการทบทวนมาตรฐานการรวบรวมจัดเก็บ และบันทึกข้อมูล เพื่อเปิดเผยตามแนวทางการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ภายในปี พ.ศ.2567 เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการใช้พลังงานและทรัพยากรให้คุ้มค่าและลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่อไป โดยในปีที่ผ่านมา ข้อมูลการปล่อยก๊าซเฉพาะ บริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เท่ากับ 1,032.3664 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี เมื่อเปรียบเทียบข้อมูล พบว่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มขึ้น 28.41 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ หรือ คิดเป็น 2.83% ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปฏิฐาน 2566 ที่ผ่านมา เนื่องจากการนำปริมาณสินค้าทำลายก่อนนำไปฝังกลบมารวมกับปริมาณขยะทั้งหมด แต่หากพิจารณาจากการใช้ปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงลดลง 4% และการใช้ปริมาณไฟฟ้าที่ลดลง 10% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีที่แล้ว

โครงการการทวนสอบการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร

บริษัท พีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้มอบนโยบายและส่งเสริมให้บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัด สร้างความเข้าใจภายในองค์กรและพัฒนาระบบการจัดการฐานข้อมูลบัญชีก๊าซเรือนกระจกของบริษัท เพื่อนำข้อมูลไปจัดทำแผนงานการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท ตลอดจนสามารถผลักดันนโยบายไปสู่ห่วงโซ่อุปทานธุรกิจต่อไป

บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัด ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร จึงได้ดำเนินการเพื่อประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยทำการพิจารณาก๊าซเรือนกระจก 7 ชนิด และทำการรวบรวมข้อมูลกิจกรรมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อมาคำนวณค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร ปีละ 1 ครั้ง และจัดทำรายงานผลการประเมินปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ตามข้อกำหนดในการคำนวณและรายงานคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร ระยะเวลาในการติดตามผล 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2566 และขอรับการทวนสอบข้อมูลเป็นระดับ การทวนสอบแบบจำกัด (Limited level of assurance) และมีความสาระสำคัญ (Materiality) 5% และรับรองผลการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

เป้าหมายในการดำเนินงานปี 2567

เพื่อให้ทราบถึงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรปีฐาน 2566 และได้รับการขึ้นทะเบียนผลการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัด ระยะเวลา 1 ม.ค. ถึง 31 ธ.ค. 2566 Scope 1 & 2 เท่ากับ 4,602 tonCO₂e/year Scope 3 เท่ากับ 16,455 tonCO₂e/year และได้รับการขึ้นทะเบียนผลการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร ตามประกาศขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก(องค์การมหาชน) ดำเนินการแล้วเสร็จได้ตามเป้าหมาย



การอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ

บริษัท มีนา จำกัด หนึ่งในบริษัทย่อย ที่มีแนวทางการพัฒนาระบบการผลิตภาคการเกษตรร่วมกับชุมชนที่อาศัยอยู่ในป่าให้สามารถเลี้ยงชีพอยู่ร่วมกับป่าและมีส่วนร่วมในการพิทักษ์รักษาทรัพยากรป่าไม้ให้ได้อย่างยั่งยืนกับผืนแผ่นดินไทยตลอดไป ด้วยกลยุทธ์ที่มีแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ 3 ด้าน คือ ฐานทรัพยากร ระบบการผลิต เศรษฐกิจชุมชน ให้สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ป่า ภูมิประเทศ วัฒนธรรม และองค์ความรู้ของชุมชนโดยใช้ “กาแฟ” เป็นเครื่องมือ โดยเล็งเห็นว่ากาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจที่สามารถจะช่วยรักษาทรัพยากรป่าไม้ และทำให้คนในชุมชนมีรายได้ที่เพียงพอ เพราะกาแฟเป็นพืชที่เจริญเติบโตได้ร่มไม้ได้ดี กาแฟที่เติบโตได้ร่มเงาไม้ป่าจะให้ผลกาแฟที่มีคุณภาพและรสชาติดี สามารถปลูกได้ในระบบเกษตรอินทรีย์ที่ไม่ต้องใช้สารเคมี

ในกระบวนการผลิตกาแฟในระบบเกษตรอินทรีย์ส่งผลให้ช่วยรักษาระบบนิเวศในพื้นที่ป่าต้นน้ำไม่ให้ถูกทำลายหรือปนเปื้อนจากสารเคมี ซึ่งอาจเกิดส่งผลกระทบต่อผู้ใช้น้ำทั้งในชุมชนและนอกชุมชน บริษัทฯ จึงได้ร่วมกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่า 7 หมู่บ้านและหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ภายใต้ โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีนา” ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิก 7 หมู่บ้าน รวมทั้งสิ้น 256 ราย ครอบคลุมพื้นที่การผลิตกาแฟอินทรีย์ 4,230.57 ไร่ เป็นพื้นที่ที่ได้รับการรับรองการผลิตกาแฟมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล โดยในปี พ.ศ.2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาหลากหลายโครงการ อาทิเช่น **การปลูกป่าสร้างความยั่งยืนให้วิถีชุมชน, การจัดทำแนวกันไฟป่า, การจัดทำฝายชะลอน้ำ** เป็นต้น

โครงการสร้างการมีส่วนร่วมด้วยการอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ เพื่อลดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Action) โดยการดำเนินงานหลักจากการปลูกกาแฟภายใต้ร่มเงาไม้แล้วนั้น ยังจัดกิจกรรมปลูกป่ามาอย่างต่อเนื่องนานกว่า 11 ปี (ระยะเวลาปีพ.ศ.2557-2567) ภายใต้โครงการ **“ปลูกป่า มีกาแฟ มีนา สร้างความยั่งยืนให้วิถีชุมชน”** ซึ่งในปี พ.ศ.2567 บริษัทได้ประสานกับหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ โครงการพระราชดำรินุรักษ์และศูนย์เพาะกล้าไม้ เชียงราย ในการจัดหาต้นกล้าที่มีความหลากหลายชนิดให้ชุมชนนำมาปลูก จำนวน 14,700 ต้นกล้า แบ่งเป็นประเภทไม้ยืนต้น จำนวน 6,300 ต้นกล้า ได้แก่ ต้นพญาเสือโคร่ง, ต้นประดู่ และต้นขี้เหล็ก สำหรับประเภทไม้ผล จำนวน 8,200 ต้นกล้า ได้แก่ ต้นมะขามป้อม เป็นต้น

ทั้งนี้ได้กระจายต้นกล้าเพื่อนำไปปลูกในพื้นที่ 7 หมู่บ้านในโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า มีนา อันได้แก่ หมู่บ้านขุนลาว, หมู่บ้านห้วยคุณพระ, หมู่บ้านร่มเย็น, หมู่บ้านห้วยไค้, หมู่บ้านใหม่พัฒนา, หมู่บ้านผาแดงหลวงและหมู่บ้านดอยช้าง



ภาพโครงการ “ปลูกป่า มีกาแฟ มีนา สร้างความยั่งยืนให้วิถีชุมชน”

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567



อีกหนึ่งโครงการเพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนในการเตรียมความพร้อมแนวกันไฟ ให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ไฟป่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ เช่น หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดไฟป่าลุกลามครอบคลุมพื้นที่ป่าของชุมชน ให้สามารถป้องกันหรือลดระดับความรุนแรงและผลกระทบที่เกิดจากไฟป่าและหมอกควัน PM 2.5 ในชุมชนอย่างต่อเนื่อง

จากปัญหาที่มักพบเป็นประจำทุกปีในช่วงฤดูแล้งเดือนมกราคม ถึงเมษายน พื้นที่ป่าอุทยานและเขตป่าสงวน คือ ไฟป่า แนวทางที่สามารถป้องกันความรุนแรงที่อาจเกิดขึ้นจากไฟป่าได้ คือ การจัดทำแนวกันไฟ หรือ แนวกีดขวางตามธรรมชาติหรือที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อหยุดยั้งไฟป่าหรือเพื่อเป็นแนวตรวจการณ์ไฟ และเป็นแนวตั้งรับในการดับไฟป่า ซึ่งมีความได้กำหนดแนวทางการป้องกันไฟป่าออกเป็น 3 แนวทาง ดังนี้

- 1) **การจัดทำแนวกันไฟ** โดยจะดำเนินการแผ้วถาง เก็บกวาดเศษใบไม้ กิ่งไม้ ที่ใช้เป็นแนวกันไฟของชาวบ้านเดิม ที่มีอยู่แล้วให้สะอาด ไม่มีเชื้อเพลิง เพื่อป้องกันการลุกลามหรือจำกัดเขตการลุกลามหากเกิดไฟป่าขึ้น
- 2) **การลาดตระเวนป้องกันไฟป่า** โดยจะเป็นการแบ่งเวรยามลาดตระเวนตามเส้นทางที่มีความเสี่ยงในการเกิดไฟป่า ซึ่งพื้นที่ที่มีความเสี่ยงของสมาชิก ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นระหว่างเขตแดน หรือ ไฟป่าข้ามแดน และเมื่อพบสถานการณ์ไฟป่าเกิดขึ้น หน่วยลาดตระเวนจะแจ้งไปยังผู้นำชุมชน เพื่อชักชวนให้ชาวบ้านช่วยกันเข้าไปควบคุมไฟไม่ให้เกิดการลุกลามขึ้น โดยแผนการลาดตระเวน กำหนดขึ้นประมาณ 2 – 4 ครั้ง/สัปดาห์
- 3) **การใช้พืชป้องกันไฟ** เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ช่วยให้ชาวบ้านป้องกันไฟป่าลุกลามจนเกิดความเสียหายในพื้นที่สวนของชาวบ้าน ด้วยการให้ความสำคัญในการคัดเลือกต้นไม้ที่ปลูก นอกจากสามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนแล้วนั้น ต้องปลูกป้องกันไฟป่าลุกลามเข้าพื้นที่อีกด้วย ดังนั้นการปลูกกาแฟอินทรีย์ภายใต้ร่มเงาป่า เป็นพืชที่สามารถป้องกันไฟป่าเข้ามาในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากชาวบ้านจัดทำแนวกันไฟในแปลงของตนเอง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดไฟป่าลุกลามเข้ามาสร้างผลกระทบและความเสียหายต่อสวนกาแฟของตนเอง

ดังนั้นแนวทางการป้องกันไฟป่าทั้ง 3 แนวทาง ต้องเป็นแนวทางที่ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นหลัก เนื่องจากคนในชุมชน เป็นผู้รู้จักทรัพยากรในชุมชนของตนเอง ซึ่งชาวบ้านจะรู้ว่าจุดใดควรทำ จุดใดควรเว้นไว้ และคนจัดทำแนวกันไฟบนพื้นที่ป่าต้นน้ำ จึงต้องเป็นคนที่มีความชำนาญในพื้นที่นั้นๆ โดยให้ชุมชน ชาวบ้าน เป็นกำลังหลักในการดำเนินงานและทางมิวนา เป็นผู้ให้การสนับสนุน เช่น อาหาร น้ำดื่ม หน้ากากป้องกัน และวัสดุอุปกรณ์อื่นๆ ที่สามารถช่วยแบ่งเบาภาระการทำงานของชาวบ้านผู้มีส่วนร่วมในพื้นที่

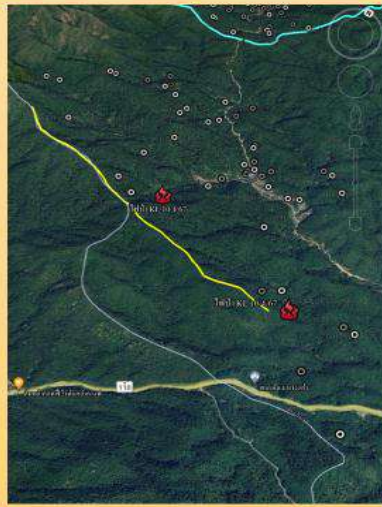
เป้าหมายในการจัดทำแนวกันไฟประจำปี 2567

- 1) จัดทำแนวกันไฟป่าให้ครอบคลุมพื้นที่ จำนวน 7 หมู่บ้าน
- 2) ดำเนินการลาดตระเวนเพื่อป้องกันไฟป่าในพื้นที่ 7 หมู่บ้าน



ภาพโครงการ การจัดทำแนวกันไฟและมอบของสนับสนุนผู้ปฏิบัติงาน

แผนที่แสดงเส้นทางการลาดตระเวน และจัดทำแนวกันไฟ พื้นที่โซนเวียงป่าเป้า ปี 2567

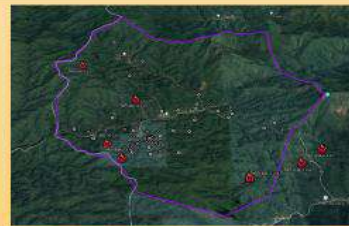


ดำเนินการแล้ว

เส้นทาง
จัดทำแนวกันไฟ
บ้านขุนลาว
ระยะทาง 2.9 ก.ม.
โดยในปีนี้จัดทำ
เฉพาะเส้นทาง
ขึ้นดอยหมอลเท่านั้น



ดำเนินการแล้ว
เส้นทาง
จัดทำแนวกันไฟ
บ้านห้วยคุณพระ
ระยะทาง 8.2 ก.ม.



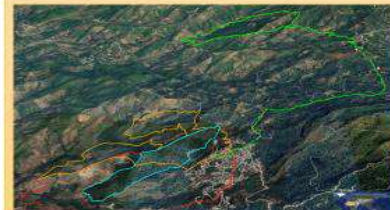
ดำเนินการแล้ว
เส้นทาง
จัดทำแนวกันไฟ
บ้านห้วยไทร
ระยะทาง 17.1 ก.ม.

แผนที่แสดงเส้นทางการลาดตระเวน และจัดทำแนวกันไฟ พื้นที่โซนแม่สรวยและร่มเย็น ปี 2567



ดำเนินการแล้ว

จัดทำแนวกันไฟ
บ้านผาแลหลวง
ระยะทาง 6.1 ก.ม.
และลาดตระเวน
ระยะทาง 29.1 ก.ม.



กำลังดำเนินการ
จัดทำแนวกันไฟ
บ้านดอยช้าง
ระยะทาง 4.1 ก.ม.
และลาดตระเวน
ระยะทาง 233.5 ก.ม.



ดำเนินการแล้ว

เส้นทาง
ลาดตระเวนไฟป่า
บ้านร่มเย็น
ระยะทาง 32.5 ก.ม.



กำลังดำเนินการ
เส้นทาง
ลาดตระเวนไฟป่า
บ้านใหม่พัฒนา
ระยะทาง 64.9 ก.ม.

ผลการดำเนินงานประจำปี 2567

อีกทั้งเมื่อถึงช่วงเวลาเข้าสู่ฤดูฝน ตั้งแต่เดือน เม.ย. – ก.ย. ของทุกปี เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อการเตรียมการ พื้นฟูป่าต้นน้ำและเพิ่มความชุ่มชื้นผิวดิน หรือสามารถเรียกกว่าเป็นแนวกันไฟเปียกที่มีประสิทธิภาพในการป้องกันไฟป่า ลูกหลานได้ดี คือการจัดทำฝายชะลอน้ำ ยังเป็นแหล่งน้ำสำรอง ที่ใช้ในช่วงฤดูแล้งและเป็นที่อยู่ของสัตว์น้ำพื้นถิ่น โดยฝายชะลอน้ำที่มีความเหมาะสมในพื้นที่สูง เป็นฝายชนิดกึ่งถาวร ซึ่งจัดทำด้วยวัสดุอุปกรณ์ที่หาได้ง่ายในพื้นที่ มีอายุการใช้งานประมาณ 3 – 5 ปี มีขนาดความสูง 80 ซม.เพื่อให้ปริมาณน้ำไหลผ่านได้ดี และส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตและระบบนิเวศทางน้ำน้อยที่สุด

ลักษณะของฝายแต่ละชนิด

ฝายขนาดเล็ก พื้นที่ทำฝาย เป็นลำห้วยขนาดเล็ก (ห้วยแล้ง) ซึ่งลำห้วยลักษณะนี้ เมื่อถึงช่วงฤดูแล้ง ไม่มีน้ำไหลผ่าน การทำฝายในพื้นที่แบบนี้ จึงนิยมทำเป็นฝายขนาดเล็ก ขนาดกว้างประมาณ 1 – 2 เมตร ลึกไม่เกิน 80 ซม. ซึ่งฝายลักษณะนี้มีศักยภาพในการเก็บน้ำแต่ละจุดในปริมาณไม่มาก จึงจำเป็นต้องมีความถี่ของระยะในการทำฝายแต่ละจุดมากกว่าฝายขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ ซึ่งการทำฝายแบบนี้จะช่วยให้มีการรักษาความชื้นกระจายได้ทั่วถึงมากขึ้น

ฝายขนาดกลาง พื้นที่ทำฝาย เป็นลำห้วยขนาดกลาง (ห้วยสาขา) มีน้ำไหลผ่านตลอดปี ซึ่งลำห้วยลักษณะนี้ เป็นลำห้วยที่รับน้ำจากห้วยขนาดเล็กไหลมารวมกันพบได้มาก บริเวณป่าต้นน้ำ จึงนิยมทำฝายขนาดกลาง ขนาดกว้างประมาณ 2-4 เมตร ลึกไม่เกิน 80 ซม. ซึ่งฝายลักษณะนี้มีศักยภาพในการเก็บน้ำแต่ละจุดในปริมาณมากกว่า เพียงพอในการใช้อุปโภคหรือเพื่อการเกษตรในพื้นที่ได้ ดังนั้นการสร้างฝายขนาดกลางจะมีความถี่น้อยกว่าขนาดเล็ก เพื่อให้ไม่ให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศน์ทางน้ำ

ฝายขนาดใหญ่ พื้นที่ทำฝาย เป็นลำห้วยขนาดใหญ่ ซึ่งลำห้วยลักษณะนี้ ส่วนใหญ่จะมีการใช้ประโยชน์มากกว่า 1 ชุมชน เป็นลำห้วยที่รับน้ำจากห้วยขนาดกลางไหลมารวมกัน จึงนิยมทำฝายขนาดกว้างประมาณ 5 เมตรขึ้นไป ลึกไม่เกิน 80 ซม. และมีทางระบายน้ำ (บันไดปลาโจน) ซึ่งฝายลักษณะนี้มีศักยภาพในการเก็บน้ำแต่ละจุดในปริมาณมากกว่า เพียงพอในการใช้อุปโภคหรือเพื่อการเกษตรในพื้นที่ได้ การสร้างฝายจะมีความถี่น้อย โดยส่วนใหญ่หมู่บ้านละ 1 – 2 ฝาย เพื่อให้ไม่เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศน์ทางน้ำ

เป้าหมายในการสร้างฝายชะลอน้ำประจำปี 2567

บริษัทได้กำหนดเป้าหมายการสร้างฝายในพื้นที่ จำนวน 106 ฝาย ขนาดของฝายที่จัดทำในพื้นที่ส่งเสริมกาแพ อินทรีย์ มีวนา แบ่งเป็น 3 ขนาด ดังนี้

- 1) ฝายชนิดกึ่งถาวร ขนาดเล็ก พื้นที่ประมาณ 1.5 x 0.8 เมตร จำนวน 100 ฝาย
- 2) ฝายชนิดกึ่งถาวร ขนาดกลาง พื้นที่ประมาณ 3 x 0.8 เมตร จำนวน 3 ฝาย
- 3) ฝายชนิดกึ่งถาวร ขนาดใหญ่ พื้นที่ประมาณ 5 x 0.8 เมตร จำนวน 3 ฝาย

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย

ผลดำเนินการสร้างฝายทั้งสิ้น 50 ฝาย จากเป้าหมายทั้งหมดรวม 106 ฝาย คิดเป็น 47% โดยมีรายละเอียด ดังนี้

หมู่บ้าน	ผู้เข้าร่วม	ขนาดฝาย	ขนาด	จำนวนฝาย		ปริมาตรน้ำ (ลบ.ม)	% Actual
				Plan	Actual	Actual	
KL	60	เล็ก	1.5x0.8	50	45	108	90%
HKP		เล็ก	1.5x0.8	50			0%
HK	80	กลาง	3x0.8	3	3	36	100%
PDL	83	ใหญ่	5x0.8	3	2	80	67%
รวม	223			106	50	224	47%

❖ กิจกรรมฟื้นฟูป่าต้นน้ำและความชุ่มชื้นผิวดิน (ทำฝายชะลอน้ำ) (พื้นที่โซนเวียงป่าเป้า)



กิจกรรมทำฝายบ้านห้วยไคร้

- วันที่ 6 มิถุนายน บริษัท มีวนา ได้ร่วมสนับสนุนน้ำดื่ม เครื่องดื่ม และแรงงานเจ้าหน้าที่ส่งเสริมฯ
- จากการสำรวจแหล่งน้ำในพื้นที่พบว่าฝายที่มีความเหมาะสมในการจัดทำคือ ฝายชะลอน้ำกึ่งถาวรขนาดเล็ก เนื่องจากพื้นที่มีลักษณะลำห้วยขนาดกลางไหลผ่านในชุมชน
- ดำเนินการจัดทำฝายชะลอน้ำกึ่งถาวร ขนาดกลาง ได้ทั้งสิ้นจำนวน 3 ฝาย



กิจกรรมทำฝายบ้านขุนลาว

- วันที่ 14 มิถุนายน บริษัท มีวนา ได้ร่วมสนับสนุนน้ำดื่ม เครื่องดื่ม และแรงงานเจ้าหน้าที่ส่งเสริมฯ
- จากการสำรวจแหล่งน้ำในพื้นที่พบว่าฝายที่มีความเหมาะสมในการจัดทำคือ ฝายชะลอน้ำกึ่งถาวรขนาดเล็ก เนื่องจากในพื้นที่มีลักษณะเป็นต้นน้ำที่มีลำห้วยสาขา ซึ่งมีขนาดเล็กหลายสาย
- ดำเนินการจัดทำฝายชะลอน้ำกึ่งถาวร ขนาดเล็ก ได้ทั้งสิ้นจำนวน 45 ฝาย (จากเป้าหมาย 50 ฝาย)

❖ กิจกรรมฟื้นฟูป่าต้นน้ำและความชุ่มชื้นผิวดิน (ทำฝายชะลอน้ำ) (พื้นที่โซนแม่สรวย)



กิจกรรมทำฝายบ้านผาแดงหลวง

- วันที่ 12 เม.ย. 67 บริษัท มีวนา ได้ร่วมสนับสนุนน้ำดื่ม เครื่องดื่ม และแรงงานเจ้าหน้าที่ส่งเสริมฯ
- จากการสำรวจแหล่งน้ำในพื้นที่พบว่าฝายที่มีความเหมาะสมในการจัดทำคือ ฝายชะลอน้ำกึ่งถาวรขนาดใหญ่ เนื่องจากพื้นที่มีลักษณะลำห้วยขนาดใหญ่ไหลผ่านในชุมชน
- ดำเนินการจัดทำฝายชะลอน้ำกึ่งถาวร ขนาดใหญ่ ได้ทั้งสิ้นจำนวน 2 ฝาย (จากแผนที่ตั้งไว้ 3 ฝาย)



การประเมินมูลค่าความหลากหลายทางชีวภาพของระบบนิเวศ

บริษัท มีวนา จำกัด เป็นหนึ่งในกลุ่มบริษัทพีเอ็มเอ ที่ดำเนินธุรกิจกาแฟอินทรีย์มาตั้งแต่ปี 2555 โดยการส่งเสริมให้เกษตรกรในจังหวัดเชียงรายปลูกกาแฟในระบบเกษตรอินทรีย์ ภายใต้ โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า และรับซื้อผลผลิตทั้งหมดจากเกษตรกรที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน เกษตรอินทรีย์เพื่อแปรรูปและจัดจำหน่าย โดยมีมุ่งหมายให้เป็นกิจการเพื่อสังคม คือเป็นธุรกิจที่มุ่ง พัฒนาเศรษฐกิจและส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนเกษตรกร พร้อมกันไปกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศป่าไม้ ครอบคลุมพื้นที่ต้นน้ำ 3 แห่งของจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ต้นน้ำแม่ลาว ต้น น้ำแม่สรวย และต้นน้ำแม่กรณ์ ในปัจจุบัน โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า มีพื้นที่ทั้งหมด 4,671.25 ไร่ มีสมาชิกที่เป็น เกษตรกร 278 ครอบครัว จาก 7 หมู่บ้าน 4 ตำบล ใน 3 อำเภอของจังหวัดเชียงราย (ณ ปี พ.ศ. 2566) โดยดำเนินงาน ในสองลักษณะ คือ

(1) ปลูกกาแฟในระบบเกษตรอินทรีย์ได้ร่วมเงาไม้ในป่าเดิม ที่อนุรักษ์เอาไว้ก่อนหน้านี้ และ

(2) การปรับเปลี่ยนสวนกาแฟอยู่ก่อนแล้ว ให้เป็นป่ากินได้ โดยปลูกต้นไม้เสริมเพื่อให้ร่มเงา สร้างความหลากหลายทางชีวภาพ

จากผลการดำเนินงานโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่ามีวนา มีส่วนช่วยอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าหลายพันไร่ ตลอดเวลา 10 กว่าปีได้สร้างรายได้แก่เกษตรกรอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นผลการดำเนินงานโครงการฯ ยังสามารถประเมินเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์กรมมหาชน) หรือ BEDO ทำการประเมินมูลค่าบริการระบบนิเวศของป่าในพื้นที่ดังกล่าว จากการเก็บวัดและวิเคราะห์ข้อมูล ประเมินคุณค่าและมูลค่าความหลากหลายของระบบนิเวศของพื้นที่ในโครงการ กาแฟอินทรีย์รักษาป่า



ภาพจากการประเมินมูลค่าความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ปลูกกาแฟมีวนา

สรุปมูลค่าบริการระบบนิเวศของพื้นที่ในโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า มีวนา ซึ่งประกอบด้วยพื้นที่ทั้งหมด 4,671.25 ไร่ คิดเป็นมูลค่า 555,468,585 บาทต่อปี หรือเฉลี่ย 118,912 บาทต่อไร่ต่อปี

โดยแยกเป็นพื้นที่ป่าต้นน้ำ ดังนี้

1. พื้นที่ป่าต้นน้ำแม่ลาว 1,730.75 ไร่ คิดเป็นมูลค่า 223,541,313 บาทต่อปี
2. พื้นที่ป่าต้นน้ำแม่สรวย 2,146.75 ไร่ คิดเป็นมูลค่า 249,974,898 บาทต่อปี
3. พื้นที่ป่าต้นน้ำแม่กรณ์ 793.75 ไร่ คิดเป็นมูลค่า 81,952,374 บาทต่อปี



www.youtube.com/watch?v=JrGsy0DKKZY&ab_channel=HRDPremier

ข้อมูลในรายงานข้างต้นนี้ ได้รับการทวนสอบแล้ว จากเจ้าหน้าที่ของ สำนักงานพัฒนา เศรษฐกิจจากฐาน ชีวภาพ (องค์การมหาชน) หรือ BEDO ซึ่งได้เข้าทวนสอบเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2566 โดยทวนสอบระบบการตรวจวัด ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ มีวนา ในเรื่องของเอกสาร เครื่องมือ และวิธีการวัด ตรวจสอบการวัดปริมาณต้นไม้ ตรวจเช็คระยะ ขอบ เส้นรอบวง ทรงพุ่ม พื้นที่ใน การทวนสอบ 800 ตารางเมตร (20x40 เมตร)

อ่านรายงานผลการประเมินคุณค่าบริการระบบนิเวศ
 ฉบับเต็ม ดาวโหลดได้จากที่นี่



เอกสารอ้างอิง

1. ดร.พงษ์ศักดิ์ วิทวัสชุตินกุล วิธีการประเมินคุณค่าและมูลค่าความหลากหลายทางชีวภาพ ของระบบนิเวศป่าต้นน้ำ
2. นพดล จันทรเรือง แก้วหทัย สำโรงทอง วิชญวิสิฐ ธีราชรัมย์, และ ดร.พงษ์ศักดิ์ วิทวัส ชุตินกุล. 2566. แนวคิดและวิธีการ ประเมินมูลค่าบริการระบบนิเวศ (Payment for Ecosystem Services, PES) (ของการปลูกกาแฟได้ร่วมเงาไม้ในป่าเสื่อมโทรม). เอกสาร วิชาการที่1/2566.CSR/SCGC กิจการเพื่อสังคม

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนประจำปี 2567 ESG Metrics : มิติสิ่งแวดล้อม

มิติสิ่งแวดล้อม							
Code	GRI Standards	ESG Indicators	Unit	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปีที่รายงาน (2567)
E1 นโยบายและการปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม							
E1.1C	GRI 103	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
E1.2C		จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมาย หรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมพร้อมอธิบายมาตรการแก้ไข	จำนวน/กรณี	0	0	0	0
E1.3R		มูลค่าความเสียหายหรือค่าปรับที่เกิดจากการละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	บาท	0	0	0	0
E1.4R		การปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานสากลเกี่ยวกับการจัดการพลังงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
E1.5R		การปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานสากลเกี่ยวกับการจัดการน้ำ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
E1.6R		การปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานสากลเกี่ยวกับการจัดการขยะและของเสีย	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
E1.7R		การปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานสากลเกี่ยวกับการจัดการก๊าซเรือนกระจก หรือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
E2 การจัดการพลังงาน							
E2.1C	GRI 302	แผนการจัดการพลังงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
E2.2C		ปริมาณการใช้พลังงาน (ไฟฟ้า/เชื้อเพลิง)	kWh	7,115,485.00	7,691,330	7,060,406	8,072,391
E2.3C		ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	kWh	996,450	1,604,568	1,579,568	1,589,922
E2.4R		เป้าหมายการจัดการพลังงาน	kWh	1,077,894(15%)	1,067,323(15%)	1,153,699(15%)	1,059,060(15%)
E2.5R		ปริมาณการใช้พลังงานต่อหน่วย (energy intensity)	kWh/หน่วย	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
E3 การจัดการน้ำ							
E3.1C	GRI 303	แผนการจัดการน้ำ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
E3.2C		ปริมาณการใช้น้ำ	ลูกบาศก์เมตร	207,216	550,873	956,641	1,333,345
E3.3R		เป้าหมายการใช้น้ำ	ลูกบาศก์เมตร	10,469 (5%)	10,361 (5%)	27,543 (5%)	47,832 (5%)

E3.4R		ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วย (water intensity)	ลูกบาศก์เมตร/หน่วย	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
E3.5R		ร้อยละของน้ำเสียที่ได้รับการบำบัดก่อนทิ้ง	%	100	100	100	100
E4 การจัดการขยะและของเสีย							
E4.1C	GRI 306	แผนการจัดการขยะและของเสีย	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
E4.2C		ปริมาณขยะและของเสีย	กิโลกรัม	459,776.49	270,966.69	165,467	180,100.41
E4.3R		เป้าหมายการจัดการขยะและของเสีย	กิโลกรัม	125,000	224,500	229,590	211,902
E4.4R		ปริมาณขยะและของเสียที่ผ่านกระบวนการ reuse และ/หรือ recycle	กิโลกรัม	236,227	997,160	304,168	179,311
E5 การจัดการก๊าซเรือนกระจก							
E5.1C	GRI 305	แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
E5.2C		ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมของขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2*	tCO ₂ e	1,093.74	1,024.09	994.09	946.68
E5.3C		การทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยหน่วยงานภายนอก	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี (PMF)	มี (PMF)
E5.4R		เป้าหมายการจัดการก๊าซเรือนกระจก*	tCO ₂ e	ลดลง 5%จากปีฐาน2563 (68.449 tCO2e)	ลดลง 5%จากปีฐาน2564 (55.017 tCO2e)	ลดลง 5% จากปีฐาน2565 (51.564 tCO2e)	ลดลง 5% จากปีฐาน2566 (50.197 tCO2e)
E5.5R		ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมของขอบเขตที่ 1 ขอบเขตที่ 2 และขอบเขตที่ 3*	tCO ₂ e	1,100.34	1,031.28	1,003.95	1,032.37
E5.6R		ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วย (carbon intensity)	tCO ₂ e / หน่วย	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนประจำปี 2567 ESG Metrics : มิติสิ่งแวดล้อม (กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม)

มิติสิ่งแวดล้อม							
Code	GRI Standards	ESG Indicators	Unit	ปี2564	ปี 2565	ปี2566	ปีที่รายงาน (2567)
FBE-E1 การจัดการขยะอาหาร							
FBE-E1.1	Disclosure 306-3	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการขยะอาหาร	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E1.2	Disclosure 306-3 Disclosure 306-4 Disclosure 306-5	ปริมาณขยะอาหารทั้งหมด	กิโลกรัม				
		- ปริมาณขยะอาหารที่นำไปฝังกลบ	กิโลกรัม	0	0	0	0
		- ปริมาณขยะอาหารที่นำไปเผาทิ้ง	กิโลกรัม	0	0	0	0
		- ปริมาณขยะอาหารที่นำไปทำปุ๋ย	กิโลกรัม	213,430	996,400	299,590	211,902
		- ปริมาณขยะอาหารที่ถูกกำจัดโดยวิธีการอื่นๆ	กิโลกรัม	0	0	0	0
FBE-E1.3	-	ปริมาณอาหารเหลือทิ้งที่นำไปใช้ประโยชน์ทั้งหมด	กิโลกรัม				
		- ปริมาณอาหารเหลือทิ้งนำไปรีไซเคิล	กิโลกรัม	0	0	0	0
		- ปริมาณอาหารเหลือทิ้งนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่	กิโลกรัม	3,839	14,490	90	900
		- ปริมาณอาหารเหลือทิ้งนำไปเป็นอาหารสัตว์	กิโลกรัม	0	0	0	0
FBE-E2 ความหลากหลายทางชีวภาพและการยุติการตัดไม้ทำลายป่า							
FBE-E2.1	Disclosure 304-1	นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและการยุติการตัดไม้ทำลายป่า โดยครอบคลุมกระบวนการดำเนินธุรกิจ และห่วงโซ่อุปทานของบริษัท	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E2.2	Disclosure 304-2	การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพจากการดำเนินธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E2.3	Disclosure 304-1	จำนวนพื้นที่การดำเนินธุรกิจของบริษัทที่มีการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ	ตารางเมตร	8,881,008	7,414,256	6,768,912	6,768,912
FBE-E2.4	Disclosure 304-1	จำนวนพื้นที่ป่าที่ได้รับการอนุรักษ์ภายใต้การดูแลของบริษัท	ตารางเมตร	8,881,008	7,414,256	6,768,912	6,768,912
FBE-E2.5	Disclosure 304-3	แผนงานหรือโครงการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในการดำเนินธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E2.6	Disclosure 304-3	แผนงานหรือโครงการอนุรักษ์พื้นที่ป่าในการดำเนินธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E3 วัตถุดิบที่ตัดแปลงและตกแต่งพันธุกรรม							

FBE-E3.1	G4-DMA	นโยบายและมาตรการเกี่ยวกับผลผลิตทางการเกษตรและวัตถุดิบสำหรับอาหารที่ได้จากการดัดแปลงและตกแต่งพันธุกรรม	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E3.2	G4-DMA	รายได้ของผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้จากการดัดแปลงและตกแต่งพันธุกรรม	บาท	0	0	0	0
FBE-E3.3	G4-DMA	กระบวนการและผลการตรวจสอบพันธุ์พืชหรือวัตถุดิบสำหรับอาหารที่ได้จากการดัดแปลงและตกแต่งพันธุกรรม	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ							
FBE-E4.1	Disclosure 201-2	การประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยอธิบายผลกระทบที่อาจส่งผลการดำเนินงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E4.2	Disclosure 201-2	เป้าหมาย แผนงาน และมาตรการบรรเทาความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี

หมายเหตุ * ข้อมูลบมจ.พีริเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง เท่านั้น

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนประจำปี 2567 ESG Metrics : มิติสังคม

มิติสังคม											
Code	GRI Standards	ESG Indicators	Unit	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566		ปีที่รายงาน (2567)	
S1 สิทธิมนุษยชน											
S1.1C	GRI 412	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน	มี/ไม่มี	มี		มี		มี		มี	
S1.2R		การประเมินความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านในการดำเนินธุรกิจ (Human Rights Due Diligence: HRDD) พร้อมมาตรการป้องกัน	มี/ไม่มี	ไม่มี		มี		มี		มี	
S1.3R		จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0		0		0		0	
S2 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม											
การจ้างงาน											
S2.1C	GRI 401	จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	1874		1953		1994		1905	
		สถิติพนักงานจำแนกตามช่วงอายุ		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
		- อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	162	334	171	335	154	297	151	273
		- อายุ 30-50 ปี	คน	329	764	339	778	349	772	375	767
		- อายุมากกว่า 50 ปี	คน	97	267	97	274	93	240	98	270
		สถิติพนักงานจำแนกตามระดับตำแหน่ง		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
		- ระดับปฏิบัติการ	คน	523	1269	539	1285	533	1203	1197	1758
		- ระดับบริหาร	คน	58	88	60	94	55	95	82	132
		- ผู้บริหารระดับสูง	คน	7	8	8	8	8	11	31	44
		สถิติพนักงานจำแนกตามภูมิภาค		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
		- กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	คน	184	315	192	335	155	292	248	417
		- ภาคเหนือ	คน	34	32	32	35	37	29	42	37
		- ภาคกลาง	คน	52	97	51	101	47	127	42	82
		- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คน	94	167	104	178	137	207	55	138
		- ภาคใต้	คน	9	7	11	7	13	21	17	33
		- ภาคตะวันออก	คน	215	747	217	731	209	631	220	603
S2.2C	GRI 405	จำนวนพนักงานผู้พิการและ/ หรือผู้สูงอายุ	คน	8	14	9	16	13	21	13	20
การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน											
S2.3C	GRI 405	จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน	ล้านบาท	780		814		786		864	
S2.4C		ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	%	48.75		44.18		49.63		50.72	
S2.5R		ความแตกต่างของค่าตอบแทนระหว่างเพศ *	หญิง : ชาย	57:43		58:42		59:41		61:39	

การพัฒนาพนักงาน							
S2.6C	GRI 404	แผนงานหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S2.7C		จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน	ชม./คน/ปี	5.18	6.09	11.36	8.52
S2.8R		แผนการพัฒนาพนักงานเป็นส่วนหนึ่งของ การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงาน	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี
S2.9R		เป้าหมายการพัฒนาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S2.10R		จำนวนค่าใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาพนักงาน	บาท	1,978,965.30	1,322,815.99	2,449,141.58	2,491,243.10
S2.11R		ประโยชน์ที่พนักงานและ/หรือองค์กร ได้รับจากการพัฒนาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน							
S2.12C	GRI 403	แผนงานหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S2.13C		จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน	ครั้ง	10	10	10	19
S2.14R		เป้าหมายการพัฒนาความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S2.15R		อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR)	ครั้ง/200,000 ชม.	0.42	0.41	0.42	0.40
การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน							
S2.16C	GRI 402 / GRI 407	แผนการพัฒนาความผูกพันและการรักษาพนักงาน	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
S2.17C		ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ	%	2.71	6.47	11.29	4.86
S2.18C		จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0	0
S2.19R		เป้าหมายการพัฒนาความผูกพันและการรักษาพนักงาน	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
S2.20R		ผลประเมินความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
S2.21R		การรวมกลุ่มของพนักงานเพื่อเจรจาทวิภาคีกับบริษัทเกี่ยวกับผลประโยชน์และสวัสดิการของพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S3 ความรับผิดชอบต่อลูกค้า/ผู้บริโภค							
สิทธิผู้บริโภค							
S3.1C	GRI 102-43 / GRI 418	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S3.2C		จำนวนกรณีข้อมูลลูกค้ารั่วไหล พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0	0

S3.3C		จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0	0
S3.4R		ช่องทางที่บริษัทรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า/ผู้บริโภค	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S3.5R		แผนการพัฒนาคความพึงพอใจของลูกค้า	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S3.6R		เป้าหมายการพัฒนาคความพึงพอใจของลูกค้า *	มี/ไม่มี	มี (78%)	มี (78%)	มี (78%)	มี (78%)
S3.7R		ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า *	มี/ไม่มี	มี (77.75%)	มี (87.02%)	มี (84.43%)	มี (86.25%)
การตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ							
S3.8R		แนวปฏิบัติด้านการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S3.9R	GRI 417	แนวปฏิบัติการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S4 ความรับผิดชอบต่อชุมชน/สังคม							
S4.1C		นโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน/สังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S4.2C		แผนส่งเสริมการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน/สังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S4.3C		จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน/สังคม พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0	0
S4.4R	GRI 413	เป้าหมายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน/สังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
S4.5R		ประโยชน์จากโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน/สังคม	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S4.6R		จำนวนเงินรวมที่ใช้ในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน/สังคม	บาท	24,048,462.73	20,682,783.30	18,352,370	19,251,900

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนประจำปี2566 ESG Metrics : มิติสังคม (กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม)

มิติสังคม											
Code	GRI Standards	ESG Indicators	Unit	ปี2564		ปี 2565		ปี2566		ปีที่รายงาน (2567)	
FBE-S1 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค											
FBE-S1.1	Disclosure 416-1	การประเมินความเสี่ยงด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่อาจมีผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค	มี/ไม่มี	มี		มี		มี		มี	
FBE-S1.2	Disclosure 416-2	จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลกระทบต่อสุขภาพหรือความไม่ปลอดภัยจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0		0		0		0	
FBE-S2 การเคารพความแตกต่างและความเสมอภาค											
FBE-S2.1	Disclosure 405-1	นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการเคารพความแตกต่างและความเสมอภาคภายในองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน โดยไม่แบ่งแยกเพศ อายุ สัญชาติ ความพิการ ศาสนา หรืออื่นๆ	มี/ไม่มี	มี		มี		มี		มี	
FBE-S2.2	Disclosure 405-1	สถิติพนักงาน จำแนกตามเพศและสัญชาติ		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
		- จำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัท	คน	588	1365	607	1387	596	1309	624	1310
		- ไทย	คน	510	1227	504	1230	483	1142	484	1137
		- พม่า	คน	77	134	101	153	111	163	138	172
		- กัมพูชา	คน	1	4	2	4	2	4	2	4
		- ลาว	คน	0	0	0	0	0	0	0	0
		- อื่นๆ	คน	0	0	0	0	0	0	0	0
FBE-S2.3	Disclosure 406-1	จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ความเสมอภาค และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0		0		0		0	
FBE-S3 การส่งเสริมแรงงานสตรี											
FBE-S3.1	Disclosure 405-1	นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับการส่งเสริมสตรีในสถานประกอบการอย่างเท่าเทียมกัน	มี/ไม่มี	มี		มี		มี		มี	
FBE-S3.2	Disclosure 405-1	ข้อมูลพนักงานหญิงแบ่งตามตำแหน่งงาน		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
		- จำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัท	คน	588	1365	607	1387	596	1309	624	1310
		- ผู้บริหารระดับสูง	คน	7	8	8	8	8	11	13	31

		- ผู้บริหาร	คน	58	88	60	94	55	95	50	82
		- พนักงาน	คน	523	1269	539	1285	533	1203	561	1197
FBE-Sการต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก 4											
FBE-S4.1	Disclosure 408-1	นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการใช้แรงงานเด็กในองค์กร	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
FBE-S4.2	Disclosure 408-1	นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการใช้แรงงานเด็กในห่วงโซ่อุปทาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
FBE-S4.3	Disclosure 408-1	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่ได้รับร้องเรียนหรือตรวจพบการใช้แรงงานเด็กภายในองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0	0	0	0	0	0	0	0

หมายเหตุ * ข้อมูล บมจ.พีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง เท่านั้น

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนประจำปี 2567 ESG Metrics : มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ							
Code	GRI Standards	ESG Indicators	Unit	ปี2564	ปี 2565	ปี2566	ปีที่รายงาน (2567)
G1 นโยบาย โครงสร้าง และระบบกำกับดูแลกิจการ							
องค์ประกอบของคณะกรรมการ							
G1.1C	GRI 102-18	ประวัติของคณะกรรมการบริษัท รายบุคคล	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G1.2C		จำนวนกรรมการทั้งคณะ	คน	10	10	10	10
G1.3C		จำนวนกรรมการอิสระ	คน	4	4	4	4
G1.4C		จำนวนกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร	คน	4	4	4	6
G1.5C		จำนวนกรรมการหญิง	คน	5	5	5	6
G1.6C		ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	ใช่/ไม่ใช่	ไม่ใช่	ไม่ใช่	ไม่ใช่	ไม่ใช่
G1.7C		ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการ ไม่เป็นบุคคลเดียวกัน	ใช่/ไม่ใช่	ใช่	ใช่	ใช่	ใช่
G1.8C		จำนวนกรรมการอิสระในคณะกรรมการ ชุดย่อยแต่ละชุด	คน	3	3	3	3
G1.9C		ประธานของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละ ชุดเป็นกรรมการอิสระ	ใช่/ไม่ใช่	ใช่	ใช่	ใช่	ใช่
G1.10C		จำนวนปีการดำรงตำแหน่งของกรรมการ รายบุคคล	ปี	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2021	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2022	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2023	เปิดเผยใน 56-1 e-One Report 2024
บทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ							
G1.11C	GRI 102-26	จำนวนครั้งการประชุมของ คณะกรรมการ	ครั้ง	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2020 หน้า 80	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2021 หน้า 82	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2022 หน้า82	เปิดเผยใน 56-1 e-One Report 2024 หน้า 71
G1.12C		ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการ บริษัท	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
G1.13C		จำนวนครั้งการประชุมของ คณะกรรมการตรวจสอบ	ครั้ง	5	7	7	7
G1.14C		ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการ ตรวจสอบ	มี/ไม่มี	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2020 หน้า 231- 232	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2021 หน้า 222- 223	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2022 หน้า 232-233	เปิดเผยใน 56-1 e-One Report 2024 หน้า 122
G1.15C		จำนวนครั้งการประชุมของ คณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด	ครั้ง	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2020 หน้า 80	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2021 หน้า 82	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2022 หน้า 82	เปิดเผยใน 56-1 e-One Report 2024 หน้า 123
G1.16C		ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการชุด ย่อยแต่ละชุด	มี/ไม่มี	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2020 หน้า 231- 234	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2021 หน้า 222- 224	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2022 หน้า 232-234	เปิดเผยใน 56-1 e-One Report 2024 หน้า 124-127

G1.17R		ผลการปฏิบัติตามแผนการสืบทอดทตำแหน่ง	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
การสรรหากรรมการ							
G1.18C	GRI 102-24	นโยบายและหลักเกณฑ์การสรรหากรรมการที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G1.19C		การวิเคราะห์ทักษะและประสบการณ์ของกรรมการตามลักษณะของธุรกิจ (board skill matrix)	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
G1.20C		ประวัติของกรรมการที่ได้รับ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
คำตอบแทนกรรมการและผู้บริหารระดับสูง							
G1.21C	GRI 102-38	นโยบายและหลักเกณฑ์การจ่ายคำตอบแทนของกรรมการ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G1.22C		จำนวนคำตอบแทนของกรรมการรายบุคคล	บาท	2,273,150.68	2,384,000	2,467,000	2,474,000
G1.23C		คำตอบแทนอื่นที่ไม่ใช่ตัวเงินของกรรมการ	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
G1.24C		นโยบายและหลักเกณฑ์การจ่ายคำตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G1.25C		จำนวนคำตอบแทนรวมของผู้บริหารระดับสูง	บาท	64,682,357	70,557,389	78,357,614	70,379,406
G1.26R		คำตอบแทนอื่นและผลประโยชน์ระยะยาวของผู้บริหารระดับสูง	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
การพัฒนากรรมการ							
G1.27C	GRI 102-27	นโยบายเกี่ยวกับแผนพัฒนากรรมการ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G1.28R		ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนากรรมการรายบุคคล	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง							
G1.29C	GRI 102-28	หลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G1.30C		ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการแบบรายคณะ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G1.31C		ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G1.32R		ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการแบบรายบุคคล	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

G1.33R		หลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการผู้จัดการ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
จรรยาบรรณธุรกิจ							
G1.34C	GRI 102-17	จรรยาบรรณธุรกิจ (code of conduct)	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G1.35C		นโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G1.36C		จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0	0
G1.37C		นโยบายและแนวปฏิบัติการจัดการข้อร้องเรียนและแจ้งเบาะแส (whistle blowing)	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G1.38R		มาตรการป้องกันการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G2 นโยบายและกลยุทธ์ความยั่งยืน							
G2.1C	GRI 102-55	นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืนระดับองค์กร	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G2.2R		ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร (material topics)	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G2.3R		รายงานความยั่งยืน มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูล	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G2.4R		ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เช่น GRI Standards เป็นต้น	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G3 การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน							
G3.1C	GRI 102-15	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G3.2C		ปัจจัยความเสี่ยงและโอกาสจากประเด็นด้านความยั่งยืน (ESG risks)	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G3.3C		ปัจจัยความเสี่ยงใหม่ (emerging risks) ที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจในอนาคตอันใกล้	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G3.4C		แผนบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ เช่น Business Continuity Plan (BCP) เป็นต้น	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G3.5R		มาตรฐานเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G4 การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน							
G4.1C	GRI 308 / GRI 414	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G4.2C		แผนบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G4.3R		ร้อยละของคู่ค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน	%	25%	14%	20%	35%

G4.4R		จรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ (supplier code of conduct)	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G4.5R		ร้อยละของคู่ค้ารายสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	%	27%	29%	26%	23%
G5 การพัฒนานวัตกรรม							
G5.1C	-	นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมระดับองค์กร	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G5.2C		กระบวนการพัฒนาและส่งเสริมวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมขององค์กร	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G5.3C		ค่าใช้จ่ายการทำ วิจัยและพัฒนา นวัตกรรม	บาท	9,115,246.77	11,133,862.51	4,234,147.74	4,311,009
G5.4R		ประโยชน์จากการพัฒนานวัตกรรม	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนประจำปี 2567 ESG Metrics : มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ
(กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม)

มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ							
Code	GRI Standards	ESG Indicators	Unit	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปีที่รายงาน (2567)
FBE-G1 สุขอนามัยและความปลอดภัยของผู้บริโภค							
FBE-G1.1	G4-FP5	นโยบายและมาตรการจัดการวัตถุดิบและผลผลิตการเกษตรอย่างปลอดภัย	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-G1.2	G4-FP5	ร้อยละของผลิตภัณฑ์หรือผลผลิตทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย	%	100	100	100	100
FBE-G2 ผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการ							
FBE-G2.1	G4-FP7	นโยบายเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-G2.2	G4-FP7	รายได้จากผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภคกลุ่มเสี่ยง เช่น ผลิตภัณฑ์กลุ่มโซเดียมต่ำ ไม่มีน้ำตาล ไม่มีไขมันทรานส์ เป็นต้น	บาท	57,875,460	59,989,986	73,168,950	94,989,862
FBE-G2.3	G4-FP7	รายได้จากผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภคที่ต้องการเพิ่มสารอาหาร เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมวิตามิน โยเกิร์ต เกลือแร่ เป็นต้น	บาท	0	0	0	0
FBE-G2.4	G4-FP7	ร้อยละของผลิตภัณฑ์ที่มีการแสดงฉลากโภชนาการ	%	100	100	100	100

FBE-G3 การจัดหมวดหมู่ดัชนีอย่างยั่งยืน							
FBE-G3.1	G4-FP2	นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดหมวดหมู่ดัชนีอย่างยั่งยืนตามมาตรฐานสากล	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-G3.2	G4-FP2	ร้อยละของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่จัดหาจากแหล่งที่รับผิดชอบ	%	100	100	100	100
FBE-G3.3	G4-FP10	นโยบายและหลักปฏิบัติเกี่ยวกับสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare Principles) ที่ครอบคลุมกิจกรรมของบริษัทและคู่ค้า	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-G3.4	G4-FP9	ร้อยละของผลิตภัณฑ์จากสัตว์ปีกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์	%	100	100	100	100
FBE-G3.5	G4-FP2	ร้อยละของผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการประมงอย่างยั่งยืน	%	100	100	100	100

หมายเหตุ * ข้อมูลบมจ.พีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง เท่านั้น



บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)
PREMIER MARKETING PUBLIC COMPANY LIMITED

เลขที่ 1 พรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ซอยพรีเมียร์ 2 ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250

โทรศัพท์ : 0-2301-1600, 0-2301-1800 โทรสาร : 0-2301-1711

www.premier-marketing.co.th