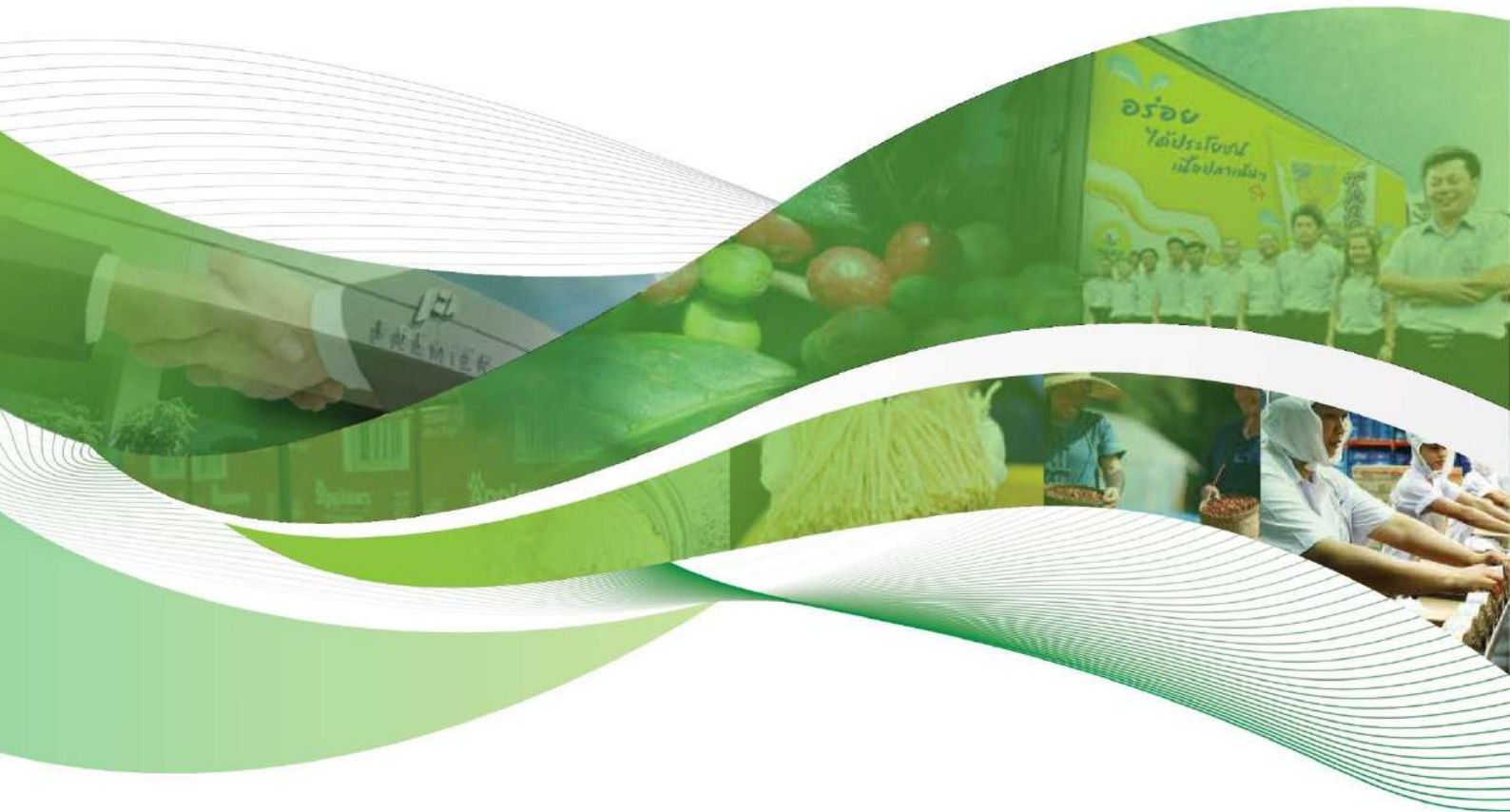




บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)
PREMIER MARKETING PUBLIC COMPANY LIMITED

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน
ประจำปี

2568



สร้างการมีส่วนร่วม
เพื่อความร่วมมือขนาดใหญ่
ไปสู่...
“ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน”

แนวปฏิบัติความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ของกลุ่มบริษัทพีเอ็มอี

ภายใต้สภาพแวดล้อมของสังคมในปัจจุบันที่เผชิญกับปัญหาที่มีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น ทั้งด้านเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ความเหลื่อมล้ำทางสังคม ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อทางลบต่อการดำรงชีวิต ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบการเกิดภัยธรรมชาติ ทั้งเรื่องของไฟป่า การเกิดน้ำท่วมในหลายพื้นที่ การขาดแคลนน้ำสะอาด ทำให้พืชผลทางการเกษตรได้รับความเสียหาย เป็นต้น ด้วยเหตุเช่นนี้จึงมีความจำเป็นที่ทุกภาคส่วนจะต้องให้ความร่วมมือในการสร้างความเปลี่ยนแปลงเพื่อไปสู่การแก้ไขปัญหาเหล่านี้ให้ทุกเลาดีขึ้น

จากประเด็นปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทางสังคมนั้น กลุ่มบริษัทพีเอ็มอีได้นำ "เส้นทางการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน" เพื่อมาเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยกันแก้ไขปัญหาทางสังคมที่ได้กล่าวมาข้างต้น โดยได้ใช้ความเชี่ยวชาญในด้านบริหารจัดการ พร้อมกับทรัพยากรและศักยภาพทางธุรกิจที่มีอยู่ อีกทั้งหลักปฏิบัติโดยการยึดถือคุณค่าหลักทั้ง 5 ด้านของกลุ่มบริษัท อันได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ การผานความรู้ การเน้นเรื่องของคุณภาพ ความมีคุณธรรมและจริยธรรม และการได้รับประโยชน์ร่วมกันของผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีการปลูกฝังให้พนักงานเกิดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหามาผ่านการปฏิบัติงาน และการดำเนินกิจกรรมเพื่อร่วมกันสร้างประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ในการสร้าง "ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน" (Harmonious Alignment of Success) ระหว่างความเข้มแข็งของการดำเนินธุรกิจ พนักงานที่มีความมั่นคง และสังคมที่มีความเจริญก้าวหน้า

ในส่วนของบริษัท พีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยนั้น ได้ดำเนินธุรกิจด้วยการสร้างคุณค่าในการยกระดับการทำงานร่วมกับสมาชิกที่อยู่ในห่วงโซ่ธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ซึ่งครอบคลุมด้านการผลิตตั้งแต่การคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบเพื่อพัฒนาให้เป็นไปอย่างมีคุณภาพ มีการคำนึงถึงความปลอดภัยและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาได้ อีกทั้งการกำกับดูแลกระบวนการผลิตให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีการควบคุมสินค้าคงเหลือในแต่ละขั้นตอนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และหาทางลดปริมาณของเสียทิ้ง ในด้านการจัดจำหน่ายจนถึงมือผู้บริโภคนั้น ได้มีการจัดเส้นทางการส่งสินค้า โดยคำนึงถึงการลดมลภาวะต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าที่มีความสดใหม่ยังทุกพื้นที่และทุกช่องทาง การจัดจำหน่ายของกิจการ ทั้งนี้เพื่อเป็นการต่อยอดการสร้างคุณค่าตลอดห่วงโซ่การดำเนินธุรกิจของบริษัทให้ประสบความสำเร็จ และคงความเข้มแข็งในระยะยาวสืบไป

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
สารจากคณะกรรมการบริษัท	4
ขอบเขตการรายงานเพื่อพัฒนาความยั่งยืน	5
ข้อมูลทั่วไปของบริษัท	7
ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน	11
การชี้แจงและวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	18
สรุปประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	24
รางวัลจากผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน	26
สรุปผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปี 2568	29
สร้างคุณค่าในห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	
คุณค่าและความเชื่อทางธุรกิจ	30
การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงองค์กร	35
การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	43
การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน	52
สร้างคุณค่าเพื่อพนักงานมั่นคง (สังคมภายใน)	
การบริหารจัดการพนักงาน	55
การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน	63
การบริหารจัดการความปลอดภัยในการทำงาน	65
สร้างคุณค่าเพื่อสังคมมั่นคง (สังคมภายนอก)	
การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร	69
สร้างคุณค่าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน	
การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	106
การบริหารจัดการพลังงาน	107
การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ	109
การบริหารจัดการของเสียในกระบวนการผลิต	113
การอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ	117
การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก	124
ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน ESG Metrics	130

สารจากคณะกรรมการบริษัท



คณะกรรมการบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ในรอบปี พ.ศ. 2568 ที่ผ่านมา ประเทศไทยรวมทั้งประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ต่างต้องเผชิญกับอุปสรรคมากมาย ภายใต้ปัจจัยด้านภูมิรัฐศาสตร์ สภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนและเกิดการพลิกผันอย่างรุนแรง อันเป็นผลมาจากการขาดธรรมาภิบาลในสังคม อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่ก่อความสูญเสียต่อความหลากหลายทางชีวภาพ จนก่อให้เกิดภัยธรรมชาติเพิ่มขึ้นตามมา รวมทั้งการเกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่มีแต่ขยายวงกว้างมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อวิกฤตด้านความยั่งยืน

ภายใต้การดำเนินธุรกิจของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เราได้ตระหนักเป็นอย่างดี ต่อความท้าทายจากอุปสรรคต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทจึงได้มีการดำเนินงานบูรณาการเชิงกลยุทธ์ ด้วยการนำประเด็นปัญหาสำคัญในสังคมมาร่วมกำหนดทิศทางทางธุรกิจของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ผ่านเส้นทางการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน (Premier Way) ด้วยการมุ่งเน้น ยุทธศาสตร์การทำงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมทั้งการใช้ความเชี่ยวชาญด้านการจัดจำหน่าย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้บริโภคจะมีโอกาสเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงของบริษัทได้อย่างทั่วถึง

นอกจากนี้แล้ว บริษัทยังได้ยึดแนวทาง Premier Way ด้วยการใช้หลักการธรรมาภิบาล ร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหาสังคมในประเด็นต่าง ๆ อาทิ การพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน การส่งเสริมด้านสาธารณสุข การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งผลต่อความมั่นคงทางอาหาร ตลอดจนการเสริมสร้างด้านธรรมาภิบาล การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันในทุกกระดับ อันเป็นไปตามแนวปฏิบัติด้านคุณค่าหลักขององค์กร เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมาย "ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน (Harmonious Alignment of Success)" ระหว่างธุรกิจที่ดำเนินงานอย่างโปร่งใส พนักงานที่มีความเป็นอยู่อย่างมั่นคง ตลอดจนสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการพัฒนาให้เจริญก้าวหน้า

ในนามของคณะกรรมการบริษัท เราขอให้ความมั่นใจว่า จะยังคงดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการความรับผิดชอบต่ออย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน และขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่ได้ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อยเป็นอย่างดีเสมอมา

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน

รายงานฉบับนี้เป็นรายงานความยั่งยืนประจำปี 11 จัดทำขึ้นเพื่อถ่ายทอดเผยแพร่ต่อสาธารณะถึงแนวคิดและวิธีปฏิบัติสู่ความยั่งยืนของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยอย่างโปร่งใสและต่อเนื่อง ซึ่งข้อมูลในรายงานฉบับนี้รวบรวมข้อมูลผลการดำเนินงานตลอดปี 2568 รอบการรายงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม จนถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2568

แนวทางและรูปแบบของการรายงาน

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

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ท่านสามารถดาวน์โหลดรายงานฉบับนี้ รวมทั้งรายงานประจำปี ได้จากเว็บไซต์ของ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

Website : <https://www.premier-marketing.co.th> หรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์

ที่อยู่: เลขที่ 1 พรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์: 0-2301-1600 อีเมลล์: ir@pm.premier.co.th



สังคมคุณค่า อย่างมีคุณภาพ

© Copyright 2017-2022 Premier Marketing Public Company Limited. All rights reserved.

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน

รายชื่อบริษัทที่อยู่ในขอบเขตของรายงานความยั่งยืนประจำปี 2568

รายชื่อบริษัท	ผลการดำเนินงานด้านพนักงาน/สังคม					ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม			
	การบริหารจัดการพลังงาน	สิทธิมนุษยชน	สภาพแวดล้อมและความปลอดภัย	การมีส่วนร่วมของพนักงาน	การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม	พลังงาน	น้ำ	ของเสีย	ก๊าซเรือนกระจก
บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บริษัท พรีเมียร์ โฟรเซ่น โพรดัคส์ จำกัด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บริษัท บี.อี.บี. จำกัด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืนได้ของบริษัทและบริษัทย่อย ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

ประเภทของรายได้	ดำเนินการโดย	สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท	2566		2567		2568	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า	PM/PMF/SZPM/PMSE	100.00	2,744	64.17	2,868	57.92	3,019	50.44
ผลิตอาหารปลาคุณภาพสูง อาหารทะเลสำเร็จรูป อาหารสัตว์เลี้ยง และซอส	PCI	100.00	1,455	34.03	2,040	41.21	2,895	48.36
ผลิตอาหารแช่แข็ง และให้บริการพื้นที่ห้องเย็น	PFP	100.00	48	1.12	9	0.19	0	0.00
รายได้อื่น	บริษัทและบริษัทย่อย	-	29	0.68	34	0.69	72	1.20
รายได้รวม			4,276	100.00	4,952	100.00	5,986	100.00

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท



บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)
สำนักงานใหญ่: ที่อยู่เลขที่ 1 พรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ซอยพรีเมียร์ 2 ถนนศรีนครินทร์
แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250



วันจดทะเบียน: วันที่ 27 พฤษภาคม 2551 (จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)



ทุนจดทะเบียน: 558,120,000 บาท

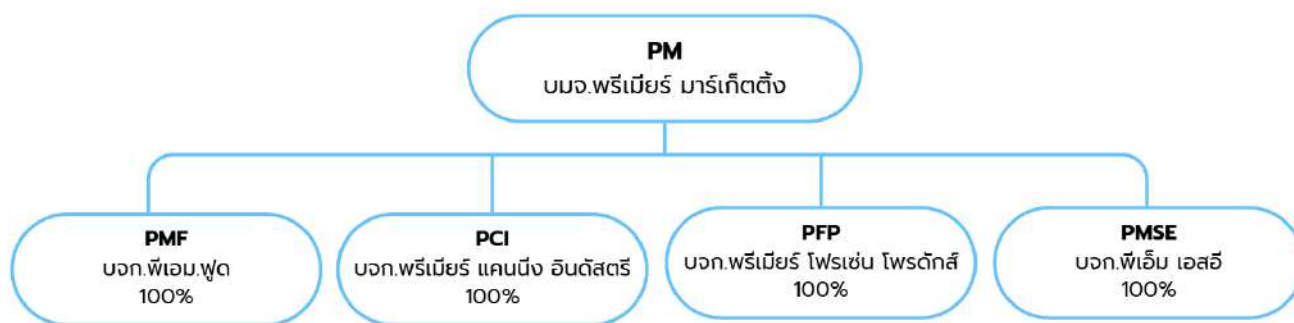


ประกอบธุรกิจ: ผลิตสินค้า จัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค



เว็บไซต์: www.premier-marketing.co.th

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



วิสัยทัศน์

ผู้นำธุรกิจที่มุ่งสร้างความสำเร็จร่วมกับทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันส่งมอบคุณประโยชน์ให้ผู้บริโภคและสัตว์เลี้ยง ที่ยึดมั่นในคุณประโยชน์ โภชนาการ คุณภาพ ความปลอดภัย การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ด้วยความโปร่งใสและยั่งยืน

คณะกรรมการทำหน้าที่ในการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัท เพื่อให้พนักงานมีการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน โดยในปีที่ผ่านมา คณะกรรมการได้มีการพิจารณาทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ เป้าหมายและทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท รวมถึงนโยบายหลักให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องต่อการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดจนคณะกรรมการได้มีการกำกับดูแลให้มีการนำกลยุทธ์ของบริษัทไปปฏิบัติและติดตามผลการดำเนินงานของฝ่ายบริหารในการประชุมคณะกรรมการในทุกไตรมาส ทั้งนี้ วิสัยทัศน์และพันธกิจได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการ ครั้งที่ 4/2568 เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2568

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

พันธกิจหลัก

- นำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าและคุณภาพ ที่พิสูจน์ ตรวจสอบและสอบถามกลับได้ (Evidence-Based Quality)
- สนับสนุนแนวคิดสร้างสรรค์และผลักดันให้เกิดการพัฒนาในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง (Unceasing Development)
- ดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายส่งเสริมการผสมผสานความรู้และประสบการณ์ระหว่างกันเพื่อยกระดับห่วงโซ่อุปทานสินค้าและบริการ ตลอดจนมาตรฐานการปฏิบัติงาน
- ยึดหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมความมีคุณธรรมและจริยธรรมบนความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม (Governance and Integrity)

เป้าหมายของบริษัท

บริษัทมีทิศทางในการดำเนินธุรกิจในการสร้างความเติบโตอย่างต่อเนื่องและมั่นคงโดย

- การรักษาและเพิ่มความเข้มแข็งฐานธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งธุรกิจภายในและนอกกลุ่มอาหาร (Food และ Non-Food) ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี
- การพัฒนาธุรกิจและนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ โดยการอาศัยความเข้มแข็งของระบบการจัดจำหน่ายที่บริษัทมีอยู่ในปัจจุบัน
- การเปิดตลาดใหม่โดยเน้นสินค้าที่เป็นตราสินค้าของบริษัทและบริษัทย่อย
- การมองหาโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ ด้วยการร่วมทุนกับพันธมิตรที่มีความรู้ความสามารถ

ความมุ่งมั่นขององค์กร

ความมุ่งมั่นขององค์กร (Brand Essence)

"ส่งมอบคุณค่า อย่างมีคุณภาพ (Deliver Value with Quality)"



การใช้แนวความคิดใหม่ๆ เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

โดยผสานความรู้และความสามารถของพนักงานทุกคน ส่งเสริมให้เกิดคุณภาพในทุกด้าน โดยคำนึงถึงหลักคุณธรรมจริยธรรม ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและยึดหลักธรรมาภิบาล ก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคมาเป็นเวลากว่า 48 ปี จากความมุ่งมั่นในการประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ให้ความสำคัญในการขายสินค้าที่มีคุณภาพปลอดภัยต่อผู้บริโภค ควบคู่ไปกับการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยสร้างเครือข่ายการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านขายส่งทั้งขนาดกลางและขนาดใหญ่ รวมถึงช่องทางออนไลน์ ทำให้บริษัทเป็นที่ยอมรับและได้รับความไว้วางใจในการจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายที่สามารถขยายขอบข่ายการดำเนินธุรกิจได้อย่างแข็งแกร่งบริษัทมีเงินลงทุนและกิจกรรมหลักในบริษัทย่อยคือ บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) บริษัท ตรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด (PCI) และบริษัท พีเอ็ม เอสอี จำกัด (PMSE) ซึ่งบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว ดังนี้

- บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทปลาเส้นและปลาแผ่นที่รู้จักกันในชื่อ "ปลาสวรรค์กาโร" ที่มีการวางจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ โดยมีมอบหมายให้บริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว



บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด

- บริษัท ตรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด (PCI) ผลิต แปรรูป และจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงเป็นหลัก โดยมีสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า แอทลาส "Atlas" ซึ่งเป็นแบรนด์ของตนเอง และสินค้าที่พัฒนาร่วมกับคู่ค้าภายใต้แบรนด์ของลูกค้าซึ่งใช้วัตถุดิบจากทะเล เช่น ปลาทูน่า ปลาแมคเคอเรล และจากฟาร์มเลี้ยง ส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศเป็นหลัก นอกจากนี้ ได้ผลิตและจำหน่ายสินค้าซอส ประเภทต่าง ๆ ภายใต้เครื่องหมายการค้า "คิงส์ คิกเซ็น" และผลิตอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตามคำสั่งซื้อของลูกค้า



บริษัท ตรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

- บริษัท พีเอ็มเอส จำกัด (PMSE) มีการลงทุนหลักในบริษัท มีวนา จำกัด (MIVANA) ในสัดส่วนร้อยละ 97.85 ซึ่งประกอบธุรกิจส่งเสริมการปลูกกาแฟภายใต้ร่มเงาต้นไม้ใหญ่ เพื่อรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ต้นน้ำควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพกาแฟของเกษตรกรเข้าสู่ระบบการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นผลผลิตกาแฟอินทรีย์ของเกษตรกรในระบบการค้าที่เป็นธรรมภายใต้เครื่องหมายการค้า “มีวนา”

การดำเนินธุรกิจของบริษัท พีเอ็มเอส มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้ตระหนักถึงผลกระทบของความท้าทายจากอุปสรรคขนาดใหญ่ จึงนำประเด็นปัญหาสำคัญในสังคมมาร่วมกำหนดทิศทางทางธุรกิจ ยกระดับการทำงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า และใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญด้านการจัดจำหน่าย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้บริโภคจะมีโอกาสเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงได้อย่างยั่งยืนโดยยึดหลักการธรรมาภิบาลที่ดีร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อมีส่วนสำคัญในการแก้ไขปัญหาสังคมในประเด็นต่างๆ อาทิ การพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน การส่งเสริมด้านสาธารณสุขการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งผลต่อความมั่นคงทางอาหาร ตลอดจนการเสริมสร้างด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันในทุกกระดับ เป็นไปตามแนวปฏิบัติด้านคุณค่าหลักขององค์กร เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมาย “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน (Harmonious Alignment of Success)” ของธุรกิจที่ดำเนินงานอย่างโปร่งใส พนักงานที่มีความเป็นอยู่อย่างมั่นคง ตลอดจนสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการพัฒนาให้มีการเติบโต



ภาพแสดงร้านมีวนา (MIVANA)

ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

นโยบายด้านความยั่งยืน

บริษัท ตรีเพียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ตระหนักดีว่าการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ไม่ได้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น แต่คือรากฐานสำคัญในการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืน (Long-term Value Creation) ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน นโยบายฉบับต่อไปนี้จึงถูกกำหนดขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกันทั้งองค์กร เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างสมดุลและมั่นคง

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงาน

บริษัทฯ ให้การสนับสนุนและเคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชน โดยจะดูแลให้ธุรกิจและพนักงานเข้าไปมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น ไม้ใช้แรงงานบังคับ การล่วงละเมิดหรือข่มขู่คุกคามแรงงานในทุกรูปแบบ ไม้ใช้แรงงานต่างด้าวที่ผิดกฎหมาย พร้อมทั้งดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองแรงงานอย่างเคร่งครัด

1. บริษัทฯ ให้ความเคารพและปฏิบัติตามหลักสากลในการจ้างงาน ในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ด้วยความเป็นธรรมบนพื้นฐานของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ โดยให้โอกาสทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม้เลือกปฏิบัติและไม้ละเมิดสิทธิขั้นพื้นฐานโดยไม่คำนึงถึงความแตกต่างทาง ชาติ เชื้อชาติ สัญชาติ ติ่นกำเนิด เผ่าพันธุ์ ศาสนา เพศ ความหลากหลายทางเพศ (LGBTQI+) ภาษา อายุ สีดวง การศึกษา สถานะทางสังคม วัฒนธรรม และชนบทธรรมเนียม
2. บริษัทฯ ไม้กระทำหรือสนับสนุนให้มีการว่าจ้างพนักงานแรงงานเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี
3. บริษัทฯ ต้องกำหนดมาตรการในการให้มีความคุ้มครองพนักงานที่แจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน หรือการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างไม้เท่าเทียมกัน โดยจะได้รับความคุ้มครองไม้ให้ถูกลงโทษ หรือกลั่นแกล้งหรือกระทำด้วยประการใด ๆ ที่จะทำให้ผู้แจ้งเบาะแสไม้สามารถทนทำงานอยู่ต่อไปได้
4. บริษัทฯ ต้องดำเนินการเลิกจ้างพนักงานตามขั้นตอนตามกฎหมายแรงงาน
5. บริษัทฯ ต้องไม้ให้พนักงานทำงานเป็นเวลานานเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด กรณีมีการทำงานล่วงเวลาต้องเป็นไปตามความสมัครใจของพนักงาน รวมทั้งจัดให้มีวันหยุดและวันลาไม้น้อยกว่าที่กฎหมายกำหนด
6. บริษัทฯ ต้องจ่ายค่าจ้าง ค่าทำงานล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด และผลประโยชน์ใด ๆ ที่พนักงานพึงได้รับอย่างถูกต้อง เป็นธรรม ไม้ต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด และตรงตามกำหนดเวลา

ท่านสามารถศึกษารายละเอียดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนฉบับเต็มได้ที่หน้าเว็บไซต์ของบริษัทฯ [\[คลิกที่นี่\]](#)

และรายละเอียดนโยบายด้านบริหารจัดการด้านแรงงานฉบับเต็มได้ที่หน้าเว็บไซต์ของบริษัทฯ [\[คลิกที่นี่\]](#)

นโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

คู่ค้าของบริษัทฯ ต้องจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ และเอื้อต่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องตามกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการกำหนดให้มีการควบคุมขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ปลอดภัย การป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ และผลกระทบต่อสุขภาพที่อาจเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน

ท่านสามารถศึกษารายละเอียดนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานฉบับเต็มได้ที่หน้าเว็บไซต์ของบริษัทฯ [\[คลิกที่นี่\]](#)

ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม

1. บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎหมาย และกฎระเบียบอื่น ๆ ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
2. บริษัทฯ ดำเนินการตั้งเป้าหมาย เพื่อสนับสนุนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยครอบคลุมประเด็นการใช้พลังงาน น้ำ ของเสีย และมลพิษ เพื่อคำนึงถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
3. บริษัทฯ จัดทำประเมินความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมจากดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า และจัดกิจกรรมสนับสนุนอื่น ๆ
4. บริษัทฯ ส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงประเด็นการใช้ทรัพยากร พลังงาน น้ำ ของเสียและมลพิษ รวมถึงการพัฒนาบรรพบุรุษหรือสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกับคู่ค้า ที่คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความหลากหลายทางชีวภาพ
5. บริษัทฯ จัดให้มีสิ่งเสริมความตระหนักรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึกต่อการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า พร้อมทั้งสนับสนุนให้พนักงานทุกระดับรวมถึงคู่ค้าให้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม
6. บริษัทฯ กำหนดการให้ผู้ส่งมอบสินค้าและบริการ หรือ คู่ค้าในห่วงโซ่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการในการดำเนินการธุรกิจ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกัน

ท่านสามารถศึกษารายละเอียดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมฉบับเต็มได้ที่หน้าเว็บไซต์ของบริษัทฯ [\[คลิกที่นี่\]](#)

และรายละเอียดนโยบายการบริหารจัดการพลังงานและการบรรเทาภาวะโลกร้อนฉบับเต็มได้ที่หน้าเว็บไซต์ของบริษัทฯ [\[คลิกที่นี่\]](#)

ช่องทางการแจ้งเบาะแสและการร้องเรียน (Whistleblowing)

ในกรณีที่คู่ค้าของบริษัทหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีข้อสงสัย หรือพบเห็นการกระทำที่สงสัยว่าเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย หรือนโยบายสำหรับผู้ส่งมอบสินค้าและบริการ สามารถติดต่อสอบถาม แจ้งเบาะแส หรือร้องเรียนมาได้ตามช่องทาง ดังนี้

- คณะกรรมการตรวจสอบ
- เลขานุการบริษัท
- บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เลขที่ 1 อาคารพรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ซอย.พรีเมียร์ 2 ถนน.ศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขต.ประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์ : 02-301-2071 แฟกซ์ : 02-748-2063 อีเมล : Kulthida.act@pm.premier.co.th

ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

ในปี 2568 ที่ผ่านมา บริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้นำนโยบายของกลุ่มบริษัทตรีเมียร์ มาปรับใช้ในการสร้างคุณค่าตลอดห่วงโซ่ธุรกิจอาหารอย่างยั่งยืน (Sustainable Food Value Chain) ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยเริ่มตั้งแต่การสรรหาและคัดเลือกวัตถุดิบที่เน้นความยั่งยืน มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability Program) ที่โปร่งใส เพื่อยืนยันถึงคุณภาพและความปลอดภัย พร้อมทั้งยังได้ยกระดับประสิทธิภาพกระบวนการผลิต เพื่อใช้ทรัพยากร ทั้งเชื้อเพลิง ไฟฟ้า และน้ำ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงการมุ่งลดปริมาณของเสีย (Food Waste) โดยการนำวัตถุดิบส่วนที่เหลือใช้ มาพัฒนาต่อยอดให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ อันเป็นไปตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อาทิ บริษัท ฝู.एम. ฟู้ด จำกัด ผู้ผลิตปลาสวรรค์กาโร ที่ได้นำส่วนเหลือจากวัตถุดิบปลา (Food Waste) มาพัฒนาเป็นวัตถุดิบในการผลิตเป็นสินค้าใหม่ ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงชัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณแคลเซียมเพิ่มขึ้น เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้เหลือน้อยที่สุด



นอกจากนี้แล้ว ในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ยังได้ให้ความสำคัญในการลดปริมาณขยะพลาสติกไปยังหลุมฝังกลบ เพื่อลดมลภาวะจากการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ไปสู่ชั้นบรรยากาศ ซึ่งเป็นที่มาของโครงการ "กาโร รักมิโลก โลกแดง" ที่ได้ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ ในการเชิญชวนผู้บริโภคแยกและรวบรวมของภาครที่บริโภคแล้วส่งกลับไปยังปลายทาง เพื่อนำไปกำจัดอย่างถูกวิธีต่อไป

ในทำนองเดียวกัน บริษัท แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ได้มีการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงการสร้างคุณค่าตลอดห่วงโซ่ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยมีการขยายกำลังการผลิตไปที่โรงงานแห่งที่สอง ที่อำเภอบางพลี (บาง.ตรีเมียร์ฟู้ดเซฟโปรดักส์) และร่วมมือกับพันธมิตรทางการค้า ในการผลิตและส่งมอบผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงที่ได้มาตรฐานระดับโลก ด้วยกระบวนการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพพร้อมการสนับสนุนการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปย่อยสลายได้ง่ายขึ้นจึงส่งผลได้รับความไว้วางใจจากคู่ค้าที่มีชื่อเสียงในระดับสากล เพื่อร่วมกันสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

ในอีกด้านหนึ่งของการสร้างความยั่งยืนให้กับป่าต้นน้ำ บริษัท มิวนา จำกัด ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทย่อย ได้มีการดำเนินกิจการภายใต้แนวทางธุรกิจเพื่อสังคม โดยคำนึงถึงทุกคนในห่วงโซ่คุณค่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรที่ได้ช่วยกันดูแลป่าต้นน้ำ ด้วยการปลูกพืชกาแฟอาราบิก้าในระบบเกษตรอินทรีย์ครอบคลุมพื้นที่มากกว่า สี่พันไร่ในจังหวัดเชียงราย เพื่อรักษาระบบนิเวศไว้ให้สมดุลสร้างความมั่นคงให้กับชุมชน สร้างอาชีพ และช่วยพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้มั่นคงในจังหวัดเชียงรายมานานกว่า 10 ปี ครอบคลุมทั้งกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ มุ่งเน้นการสนับสนุนเกษตรกรในการปลูกและแปรรูปกาแฟออร์แกนิกพรีเมียม โดยทางบริษัทได้ให้การส่งเสริมให้ความรู้กับเกษตรกรในพื้นที่ทำการเพาะปลูก พร้อมทั้งรับซื้อผลผลิตบนหลักการค้าอย่างเป็นธรรม (Fair Trade) ซึ่งประโยชน์ที่เกิดขึ้นนั้น นอกจากจะเป็นการช่วยรักษาระบบนิเวศน์ป่าต้นน้ำให้มีความอุดมสมบูรณ์แล้ว ยังมีส่วนส่งเสริมให้เกษตรกรมีอาชีพมั่นคงและช่วยพัฒนาชุมชนในพื้นที่ให้มีความเข้มแข็งในระยะยาว นอกจากนี้แล้วบริษัทยังได้หาแนวทางบริหารจัดการวัตถุดิบที่หลีกเลี่ยงการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด อันจะเป็นการลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย



ทั้งหมดนี้เป็นการทำเพื่อการขับเคลื่อนคุณค่าไปสู่ "เส้นทางธุรกิจที่ยั่งยืน" ร่วมกับสมาชิกในห่วงโซ่ธุรกิจผ่านความรู้ความเชี่ยวชาญและศักยภาพที่ธุรกิจมีอยู่ พร้อมทั้งการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนสังคมตลอดจนสิ่งแวดล้อมที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของทุกฝ่ายสืบไป

พนักงาน หัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนสู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

แม้ว่าบริษัทฯ และบริษัทย่อย จะมีความมุ่งมั่นในการยึดแนวทาง "เส้นทางธุรกิจที่ยั่งยืน" เพื่อนำมาใช้ในการคลี่คลายปัญหาสังคมในปัจจุบัน แต่เนื่องจากปัญหาต่าง ๆ ที่เป็นอยู่มีความหลากหลายและสลับซับซ้อน เกินกำลังกว่าที่องค์กรแห่งเดียวจะพร้อมรับมือได้ บริษัทฯ จึงได้สานแนวคิดการพัฒนาสังคมเข้าเป็นเนื้อเดียวกันกับการดำเนินธุรกิจผ่าน 3 กลไกสำคัญ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบ (Systemic Change) 1) การใช้ศักยภาพทางธุรกิจ 2) การขยายผลความร่วมมือ และ 3) กลไกร้อยพลังสร้างสังคมดี โดยในที่สุดบริษัทมีเป้าหมายในการขยายผลการมีส่วนร่วมกับผู้คนจำนวนมาก เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ทำได้จริงและมีความเป็นไปได้ทั้งระดับที่กว้างขวางและแนวลึกด้วย อันเป็นการตอกย้ำความเชื่อของคำกล่าวที่ว่า "ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน" ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีแนวคิดด้านพนักงานที่นำไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

- การหล่อหลอมจิตสำนึกผ่านคุณค่าหลัก พนักงานบริษัทฯ ไม่ใช่เพียงผู้ทำงานเพื่อผลกำไร แต่คือผู้ขับเคลื่อนกระบวนการ Environment, Social, and Governance (ESG) ให้เกิดขึ้นจริงในทุกขั้นตอน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการปลูกฝังจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้ คุณค่าหลัก (Core Values) เป็นเครื่องมือในการขัดเกลาจนเกิดเป็นคุณลักษณะเฉพาะตัว (DNA) ของพนักงานพรีเมียร์ ที่ยึดมั่นในคุณค่าหลักองค์กร ด้วยความคิดสร้างสรรค์ การผสมผสานความรู้ การเน้นคุณภาพ มีคุณธรรมจริยธรรม และการสร้างประโยชน์ร่วมกันของผู้มีส่วนได้เสีย

ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

- จากความตระหนักสู่การลงมือทำจริง บริษัทฯ เปิดพื้นที่แห่งโอกาสให้พนักงานได้นำความเชี่ยวชาญส่วนบุคคลมาใช้เป็นพลังในการเปลี่ยนแปลงสังคม โดยผ่านการทำงานร่วมกับมูลนิธิและภาคีเครือข่ายในหลากหลายมิติ เช่น ร่วมยกระดับคุณภาพการศึกษาและพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน, การแก้ไขปัญหาภาวะทุพโภชนาการในเด็ก เพื่อสร้างรากฐานทางร่างกายที่แข็งแรงให้คนในสังคมและการฟื้นฟูระบบนิเวศ โดยการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกลไกแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน
- สร้างความเข้าใจเพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน เป้าหมายสูงสุดของการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วม ไม่ใช่เพียงแค่การทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ แต่คือการทำให้พนักงาน “เข้าใจถึงรากเหง้าของปัญหาสังคม” จนเกิดความตระหนักในศักยภาพของตนเอง ว่าพวกเขาสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสังคมที่ดีขึ้นผ่านการปฏิบัติหน้าที่ของตนเองในทุกๆวัน

บริษัทฯ ได้เปิดโอกาสให้พนักงานได้ลงมือปฏิบัติร่วมพัฒนาสังคม โดยร่วมมือกับมูลนิธิ โครงการต่างๆ และองค์กรความร่วมมือต่างๆ ที่ครอบคลุมประเด็นปัญหาสังคมที่หลากหลาย ทั้งการพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน การยกระดับคุณภาพการศึกษา การแก้ปัญหาภาวะทุพโภชนาการในเด็ก ด้านสภาวะสิ่งแวดล้อม กลไกการมีส่วนร่วมเพื่อสังคมที่ยั่งยืน โดยมีเป้าหมายเพื่อให้พนักงานได้เข้าใจถึงปัญหาสังคมอย่างต่อแท้และตระหนักถึงศักยภาพของตนเองที่ได้ร่วมลงมือปฏิบัติเพื่อสร้างสังคมที่ดี



ตลอดระยะเวลาบริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย จึงกำหนดให้มันนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส ระหว่างบริษัทและพนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้ส่งมอบ คู่ค้า ผู้บริโภค ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาระดับมาตรฐานการปฏิบัติงานในห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจให้เติบโตไปด้วยกันอย่างเข้มแข็ง ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้พัฒนากลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่ได้รับการทบทวนทุกปี โดยคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยงและคณะผู้บริหารผ่านการบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้มันจึงจะสามารถทำการส่งมอบคุณค่าสินค้าและบริการอย่างมีคุณภาพ ประสบความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

การดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ พิจารณาความสมดุลระหว่างการเติบโตของธุรกิจและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งที่อยู่ภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงการสร้างความร่วมมือเพื่อการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจและสังคม เพื่อร่วมกันขยายผลให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนร่วมกัน ไม่ว่าพันธมิตรนั้นจะอยู่ส่วนใดในห่วงโซ่ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งรวมไปถึงผู้สรรหาวัตถุดิบ ผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย ที่มีแนวทางการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาความร่วมมือ “การยกระดับห่วงโซ่คุณค่า” (Value Chain Enhancement) ของบริษัท



ภาพแสดงแนวทางการยกระดับห่วงโซ่คุณค่า

แนวทางการทำงานร่วมกับคู่ค้าพันธมิตรเพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 4 แนวทาง คือ

1. สร้างระบบนิเวศที่เป็นธรรมและเปิดกว้าง ด้วยการแข่งขันที่เสรีและมีมาตรฐานราคาที่เป็นธรรม
2. ค้นหาและพัฒนาศักยภาพและจุดแข็งของผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านการสร้างความร่วมมือ แสวงหาจุดร่วมที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ และการเชื่อมโยงองค์ความรู้ การพัฒนาทักษะและศักยภาพของผู้มีส่วนได้เสีย
3. สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมใหม่ ยกกระดับการทำงานของผู้มีส่วนได้เสีย ชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนา และสนับสนุนทรัพยากรในด้านต่าง ๆ ทั้งองค์ความรู้ บุคลากร
4. การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้รับประโยชน์ เช่น ลูกค้า โดยการสื่อสารเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส และพัฒนากิจกรรมสร้างความเชื่อมโยงในห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับประโยชน์ในระยะยาว

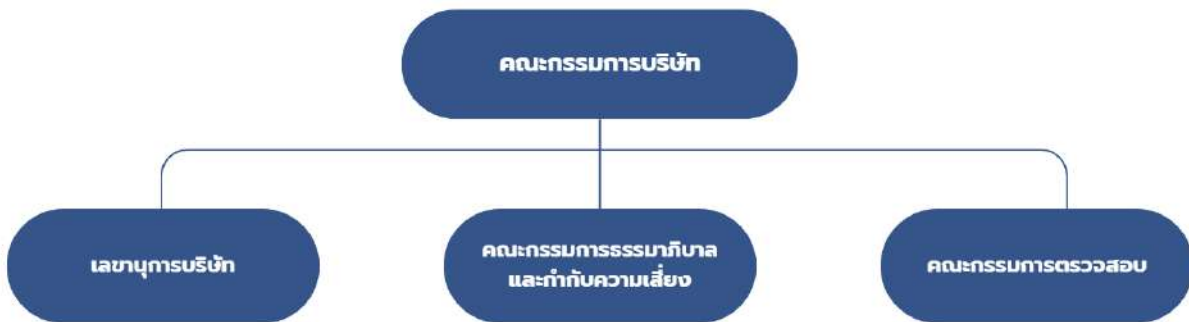
ทุกขั้นตอนของทาโร เดินทางด้วยความใส่ใจ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เส้นทางธุรกิจยั่งยืน บริษัท พี.เอม. ฟู๊ด จำกัด



ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

โครงสร้างการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาสู่ความยั่งยืน

ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจนั้น บริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้มีการคำนึงถึงการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้มีส่วนได้เสีย เกิดความโปร่งใสตรวจสอบได้และสนับสนุนความเข้มแข็งให้กับธุรกิจในระยะยาว ดังนั้น คณะกรรมการของบริษัท จึงมีการหารือเพื่อแต่งตั้งคณะกรรมการย่อยชุดใหม่ คือ คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง โดยมีบทบาทหน้าที่ ดังรายละเอียดต่อไปนี้



บทบาทหน้าที่คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง

คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับดูแลด้านความเสี่ยง มีขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ ดังนี้

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

การบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

การบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังของ

จากพันธกิจหลักของบริษัทที่คำนึงถึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ร่วมกันของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า การกำหนดเนื้อหา รายงานเพื่อความยั่งยืนฉบับนี้ บริษัทได้ทำการวิเคราะห์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆ ประกอบด้วย การสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย และการรับฟังความคิดเห็นจากคณะกรรมการธรรมาภิบาลและท่ากับความเสี่ยง ทั้งนี้ เพื่อนำไปกำหนดแผนงาน กลยุทธ์การดำเนินงาน ตัวบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงมาตรการรับมือการเปลี่ยนแปลงให้ทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน พร้อมกับการสื่อสารถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียดังนี้

นโยบายการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย

คณะกรรมการกำหนดนโยบายและแนวการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม พร้อมมาตรการดำเนินการที่เป็นรูปธรรม มีการแถลงนโยบายและมีมาตรการเกี่ยวกับการปฏิบัติที่เป็นธรรม ที่ทำให้มั่นใจได้ว่าบริษัทและห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของบริษัทมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

- ผู้ถือหุ้น
- พนักงาน
- ผู้บริโภค/ร้านค้า
- คู่ค้าและเจ้าหนี้
- เกษตรกร
- หน่วยงานภายนอก
- คู่แข่ง
- ชุมชน/สังคม
- สิ่งแวดล้อม

การบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

จากพันธกิจหลักของบริษัทที่คำนึงถึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ร่วมกันของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า การกำหนดเนื้อหา รายงานเพื่อความยั่งยืนฉบับนี้ บริษัทได้ทำการวิเคราะห์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ ประกอบด้วย การสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย และการรับฟังความคิดเห็นจากคณะกรรมการธรรมาภิบาลและท่ากับความเสี่ยง ทั้งนี้ เพื่อนำไปกำหนดแผนงาน กลยุทธ์การดำเนินงาน ตัวบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงมาตรการรับมือการเปลี่ยนแปลงให้ทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน พร้อมกับการสื่อสารถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย	การสื่อสารและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
ผู้ถือหุ้น หมายถึง นักลงทุน นิติบุคคล และ สถาบันที่ลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> • ผลตอบแทนและการเติบโตของธุรกิจ • ดำเนินกิจการสำเร็จตามเป้าหมาย • การกำกับดูแลกิจการที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีและขยายธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน • กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและปฏิบัติตามนโยบาย 	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดนโยบายจรรยาบรรณบริษัทในเรื่องข้อพึงปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น • จัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี • เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานผ่านแบบ 56-1 One Report, SD Report • กิจกรรมพบผู้ลงทุน Opportunity day และให้ข้อมูล/ประชุมกับนักวิเคราะห์ • ตอบคำถามผู้ลงทุนทางโทรศัพท์อีเมลอย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียมกัน
ผู้บริโภค / ร้านค้า หมายถึง ลูกค้า ร้านค้าขายส่ง-ปลีกร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (โมเดิร์นเทรด) และช่องทางขายออนไลน์	<ul style="list-style-type: none"> • สามารถตรวจสอบย้อนหลังถึงคุณภาพของทุกผลิตภัณฑ์ • การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตามเวลาที่กำหนดในราคาที่เป็นธรรม • จลาคสินค้าแสดงข้อมูลทางโภชนาการที่ครบถ้วน 	<ul style="list-style-type: none"> • เปิดเผยข้อมูลการผลิตสินค้าให้ผู้บริโภคทราบ • นำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ • พัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค • พัฒนาช่องทางการขายสินค้าและบริการให้หลากหลายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> • ทบทวนโครงการตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับ (Traceability) ทั้งแหล่งที่มาของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตสินค้า คุณสมบัติที่ได้จากการบริโภคสินค้า และอัปเดตข้อมูลให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย • ดำเนินการตามแผนงานและสื่อสารผ่านการเยี่ยมเยียนร้านค้า ทั้งด้วยตนเองทางโทรศัพท์ / ทางออนไลน์ • ประชุมร่วมกับห้าง/ร้านในช่องทางการขายโมเดิร์นเทรดด้วยตนเอง/ ออนไลน์ทุกเดือน • ขยายช่องทางการขายสินค้าทางออนไลน์ E-commerce ให้หลากหลายเพิ่มการเข้าถึงและสั่งซื้อได้สะดวกยิ่งขึ้น • สำรวจความพึงพอใจผู้บริโภค / ร้านค้า • สื่อสารข้อมูลด้านโภชนาการของผลิตภัณฑ์และบริการรับข้อร้องเรียนตลอด 24 ชั่วโมง

การบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย	การสื่อสารและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
<p>พนักงาน หมายถึง ผู้บริหาร พนักงาน</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ • การปฏิบัติต่อบุคลากรด้วยความเป็นธรรมและเท่าเทียม • การได้รับการพัฒนาความรู้ ทักษะ เพื่อความมั่นคงก้าวหน้าในอาชีพ • สภาพแวดล้อมและความปลอดภัยอาชีวอนามัยในการทำงาน • การป้องกัน ดูแลรักษาสุขภาพ เพื่อเฝ้าระวังกลุ่มโรคจากพฤติกรรม การบริโภคและการใช้ชีวิตที่ไม่เหมาะสมNCDs 	<ul style="list-style-type: none"> • พัฒนาคุณภาพชีวิตให้เกิดความมั่นคงและความเป็นอยู่ที่ดี • ดำเนินการให้สอดคล้องตามข้อกำหนด กฎหมาย และแนวปฏิบัติที่ดีตามหลักสากล • พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง • สร้างความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร • สร้างความมั่นใจในสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในการทำงาน • สร้างความมั่นใจในสภาพแวดล้อมและสุขอนามัยของสถานที่ทำงาน • ส่งเสริมการดูแลสุขภาพ และการปรับพฤติกรรมบริโภคและการใช้ชีวิตในที่ทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินการปรับฐานโครงสร้างค่าจ้างให้สอดคล้องกับค่าครองชีพปัจจุบัน • ดำเนินการร่วมสำรวจค่าจ้างกับหน่วยงานภายนอก เพื่อบริหารจัดการผลตอบแทนให้สอดคล้องกับอัตราการจ้างของตลาดแรงงานอย่างต่อเนื่อง • ดำเนินการทบทวนนโยบายและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) • สื่อสารสร้างความรู้ ความเข้าใจ และสนับสนุนให้พนักงานเก็บออม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพและร่วมกับสหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้พนักงานรู้จักการออม การประหยัด มีการวางแผนการเงิน เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุ • แผนงานการสร้างความรู้ดีมีสุขอย่างมีส่วนร่วมของพนักงาน ผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ และคณะกรรมการองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) อย่างต่อเนื่อง • แผนงานในการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของพนักงาน เพื่อเพิ่มผลลัพธ์ทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง • จัดให้มีการพัฒนาสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยอาชีวอนามัย สร้างวัฒนธรรมปลอดภัยและโครงการพฤติกรรมปลอดภัย รวมถึงการกำหนดรายการตรวจสุขภาพประจำปี ตามปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดจากแต่ละลักษณะการปฏิบัติงาน • จัดให้มีแผนงานส่งเสริมให้ความรู้และกิจกรรมเชิงป้องกันกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง NCDs เพื่อเฝ้าระวังและป้องกันอย่างต่อเนื่อง • สรุ้วความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรประจำปี

การบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย	การสื่อสารและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
<p>เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ</p>	<ul style="list-style-type: none"> การจัดซื้อที่เป็นธรรม โปร่งใสและเท่าเทียมกัน การเพิ่มผลผลิตและลดของเสีย พัฒนาสวนกาแฟเชิงคุณภาพและปริมาณให้กับเกษตรกร ลดผลกระทบจากการเกิดไฟป่าลุกลามเข้าพื้นที่เพาะปลูก 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจด้วยความ เป็นธรรม การส่งเสริมเพิ่มความสามารถในการจัดการ พัฒนาองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรที่เป็นสมาชิกในโครงการฯ รณรงค์และจัดทำแนวกันไฟป่า เพื่อลดผลกระทบ บริหารจัดการให้ชุมชนและเกษตรกรมีน้ำสะอาดในการเพาะปลูก 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงตามสัญญา ดำเนินงานอย่างโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ สนับสนุน ฝึกอบรม ให้ความรู้ในการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มผลผลิต ร่วมกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรให้ความรู้ โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ในโรงเรียนเกษตรกร กำหนดแนวทางและแผนงานให้สมาชิกเพื่อพัฒนาคุณภาพและปริมาณผลผลิตต่อไป ร่วมกับชุมชนและภาครัฐจัดทำแนวกันไฟป่า จัดทำระบบบำบัดน้ำใช้จากการแปรรูปกาแฟ ร่วมกับชุมชนเกษตรกรและหน่วยงานภาครัฐสร้างฝายชะลอน้ำ ร่วมกับภาคีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์และหน่วยงานภาครัฐจัดกิจกรรมปลูกป่าอย่างต่อเนื่อง
<p>สิ่งแวดล้อม หมายถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติ, ทะเล, ป่าต้นน้ำ และการใช้พลังงานไฟฟ้า, น้ำมันเชื้อเพลิง, น้ำสะอาด, เศษวัสดุเหลือทิ้งและขยะ เป็นต้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> รักษาทรัพยากรธรรมชาติและพื้นฟูป่าต้นน้ำ ลดปริมาณการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจสร้างการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อม สร้างจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ รณรงค์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้า น้ำมันเชื้อเพลิงและน้ำ รณรงค์เพื่อส่งเสริมการจัดการแยกขยะและขยะพลาสติกเพื่อนำไปทำลายอย่างต่อเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> ร่วมกันประเมินมูลค่าป่าไม้ทางระบบนิเวศที่ได้ส่งเสริมและดูแลรักษาผ่านโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า "มีวนา" อย่างต่อเนื่อง ขยายการบริหารจัดการน้ำทิ้งเพื่อเพิ่มปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า/น้ำมันในการผลิตและการขนส่ง ลดระยะเวลาและระยะทางด้วยการขนส่งแบบตรงจากโรงงานไปร้านค้า (Direct Shipment) เพิ่มการใช้ประโยชน์จากเศษวัสดุทิ้งในกระบวนการผลิต, ขยายการติดตั้งแผงโซลาร์และการบริหารจัดการคัดแยกขยะพลาสติกเพื่อนำกลับไปรีไซเคิลได้เพิ่มขึ้น ลดการทิ้งขยะไปยังหลุมฝังกลบและนำไปทำลายอย่างถูกวิธี





การบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย	การสื่อสารและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
<p>ชุมชน/สังคม หมายถึง ชุมชน สังคมและประชาชนทั่วไป</p>	<ul style="list-style-type: none"> • บริษัทเปิดเผยข้อเท็จจริงอย่างโปร่งใส • บริษัทมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม • บริษัทรับผิดชอบต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสังคมที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ • สร้างพฤติกรรมกรรมการแยกขยะพลาสติก เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> • เป็นองค์กรที่ดีของสังคมและมีความโปร่งใส • มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีต่อชุมชนและสังคม • ดำเนินถึงผลกระทบของการดำเนินธุรกิจที่มีต่อชุมชนและสังคมโดยถือเป็นส่วนหนึ่งในเป้าหมายขององค์กร • จัดแคมเปญ ทาโร รักย์โลก โชคดี เพื่อนำของทาโรไปทำลายอย่างถูกวิธี 	<ul style="list-style-type: none"> • เผยแพร่ข้อมูลการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนผ่านรายงานการเปิดเผยข้อมูลและเว็บไซต์ของบริษัท • ขยายผลต่อในโครงการจัดส่งสินค้าตรงจากโรงงาน เพื่อลดผลกระทบทางสังคมจากการขนส่งและการกระจายสินค้า • สร้างจิตสำนึก และวินัยในการใช้รถยนต์ให้พนักงานขายหน่วยรถพร้อมควบคุมตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎจราจร เพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุและเห็นถึงความสำคัญของความปลอดภัยบนท้องถนน ที่คำนึงถึงความปลอดภัย รวมถึงการใช้พลังงานเชื้อเพลิงอย่างคุ้มค่า และลดการปล่อยมลพิษทางอากาศ • สร้างโอกาสให้นักเรียนได้รับการศึกษาที่เท่าเทียมและมีคุณภาพผ่านมูลนิธิยุวพัฒน์ • ขยายผลต่อเนื่องของสังคมแห่งการแบ่งปันร่วมกับบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมกบินทร์บุรีสนับสนุนสิ่งของแปลงเป็นทุนการศึกษาให้นักเรียนทุนในจังหวัดปราจีนบุรี • สร้างโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำด้วยการจ้างงานคนพิการผ่านมูลนิธินวัตกรรมทางสังคม • ร่วมกับพันธมิตรเครือข่ายผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการแยกขยะ (ชองทาโร) ส่งไปที่ ไปรษณีย์ เพื่อนำไปสร้างพลังงานความร้อนและพลังงานไฟฟ้า โดยไม่มีขยะไปสู่หลุมฝังกลบ

การบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย	การสื่อสารและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
คู่ค้า/ ผู้ส่งมอบ หมายถึง ผู้ส่งมอบพันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า (เจ้าของสินค้า)	<ul style="list-style-type: none"> • ผลตอบแทนและการเติบโตของธุรกิจ • มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ • จัดซื้อจัดจ้างเป็นธรรมเสมอภาคและโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินการธุรกิจด้วยความเป็นธรรม • สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน • สนับสนุนให้ดำเนินการปฏิบัติตามระเบียบ IUP • ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ESG • สร้างความเข้มแข็งและขยายแนวร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน 	<ul style="list-style-type: none"> • การปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงตามสัญญา • ร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์กับคู่ค้าและผู้ส่งมอบ • ประชุมร่วมกับคู่ค้า 1 ครั้ง/เดือน • มีนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งพิจารณาคุณค่าร่วมในกระบวนการบริหารจัดการทุกขั้นตอนของการจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืน และการปฏิบัติตามระเบียบ IUP • จัดทำแผนงานและเข้าตรวจเยี่ยมผู้ส่งมอบ Supplier Onsite ESG Audit อย่างต่อเนื่อง • จัดทำแผนงานขยายแนวร่วมเชิญชวนคู่ค้าแสดงเจตนาสมัครต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันในโครงการ CAC Change Agent อย่างต่อเนื่อง
หน่วยงานภายนอก หมายถึง หน่วยงานราชการ สื่อมวลชน	<ul style="list-style-type: none"> • การปฏิบัติตามกฎหมาย • โปร่งใส และเปิดเผยข้อเท็จจริง 	<ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินงานตามกฎหมาย • ปฏิบัติงานชัดเจน เปิดเผยโปร่งใส ตรวจสอบได้ 	<ul style="list-style-type: none"> • ติดตามและกบฏกวนการดำเนินงานให้เป็นไปตามกฎหมาย • เปิดเผยผลการดำเนินงานที่ชัดเจน โปร่งใสสามารถตรวจสอบได้
คู่แข่ง หมายถึง บริษัทที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน	<ul style="list-style-type: none"> • การแข่งขันภายใต้กฎหมายและจริยธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> • ปฏิบัติต่อคู่แข่งตามจรรยาบรรณการค้าที่ดี • สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> • ติดตามความเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ • รายงานเปรียบเทียบสถานการณ์การแข่งขัน

สรุปประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืน

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

ท่านสามารถศึกษารายละเอียดประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืนได้ที่หน้าเว็บไซต์ของบริษัท [\[คลิกที่นี่\]](#)

สรุปประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืน

ในการดำเนินธุรกิจนั้น บริษัทพีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้แสดงเจตนาแน่วแน่และยึดถือการปฏิบัติอย่างชัดเจนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและ พนักงาน โดยบริษัทได้มุ่งเน้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ครอบคลุมถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environmental Social and Governance : ESG) เพื่อให้การส่งมอบคุณค่าด้านสินค้าและบริการเป็นไปอย่างมีคุณภาพ โดยที่ผ่านมามีบริษัทและบริษัทย่อย ได้ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน ซึ่งได้ดำเนินงานด้วยการสร้างความร่วมมือผลิตอาหารที่มีคุณประโยชน์และปลอดภัย ตั้งแต่ด้านการจัดซื้อวัตถุดิบที่ครอบคลุมขั้นตอนการสรรหา คัดเลือก ตรวจสอบ และการร่วมพัฒนาไปจนถึงการส่งมอบให้กับผู้บริโภคและสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้อย่างโปร่งใยังต่อเนื่องไป ถึงประเด็นด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การเคารพสิทธิมนุษยชน การจัดการสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย โดยแนวทางปฏิบัติเหล่านี้ได้มีการถ่ายทอดไปยังคู่ค้าและพนักงานของคู่ค้าให้มีการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

การขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้ นั้น บริษัท ได้จัดทำกิจกรรมที่มีความรู้ความสามารถ ให้เหมาะสมตามตำแหน่งหน้าที่งานที่กำหนดไว้ พร้อมกับมอบหมายความรับผิดชอบต่อสังคมในการกำกับดูแล เพื่อให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และในปี พ.ศ.2568 บริษัท ได้มุ่งเน้นการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่ธุรกิจ เพื่อสร้างประโยชน์ร่วมกันอย่างยั่งยืนนั้น โดยบริษัทได้มีการกำหนดขั้นตอนหลักในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1. **ความใส่ใจในคุณภาพในการคัดเลือกวัตถุดิบ** ด้วยการสรรหา คัดเลือก ประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน ESG ตลอดจนร่วมส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า ขยายผลไปในมิติด้านต่างๆ ตลอดจนร่วมพัฒนา Waste ให้เกิดประโยชน์ เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร
2. **ความใส่ใจดูแลควบคุมคุณภาพในการผลิตสินค้า** ด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพกระบวนการผลิต เพื่อส่งมอบคุณประโยชน์ โภชนาการ คุณภาพ ความปลอดภัย และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ตลอดจนสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยของอาหารตามมาตรฐานสากล
3. **ความใส่ใจในคุณภาพในการขนส่งสินค้า** ด้วยการพัฒนานำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารจัดการจัดเก็บและ การกระจายสินค้าให้รวดเร็วเกิดประสิทธิภาพ ตลอดจนบริหารจัดการขนส่งให้ลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
4. **ความใส่ใจในคุณภาพไปจนถึงมือผู้บริโภค** ด้วยการสื่อสารและพัฒนานวัตกรรมใหม่เพื่อสร้างคุณค่าร่วม ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสังคม ตลอดจนผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและตรวจสอบที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการผลิตสินค้าและคุณค่าทางโภชนาการที่ได้รับจากการบริโภคสินค้า
5. **ความใส่ใจในการส่งมอบคุณค่าให้ชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม** ด้วยการพัฒนาระบบนิเวศของชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เพิ่มการใช้พลังงานสะอาดทดแทน เพื่อขยายเครือข่ายความร่วมมือไปยังแต่ละภาคส่วนในวงกว้าง



จัดซื้อ การผลิต การกระจายสินค้า การตลาดและการขาย> การบริการ

ภาพแสดงผังขั้นตอนการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืนขององค์กร

รางวัลและการรับรองการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ยึดถือแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้คุณค่าหลัก 'ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน' (Harmonious Alignment of Success) โดยมุ่งเน้นการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมและสิ่งแวดล้อม จากความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการองค์กรตามหลักบรรษัทภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี ส่งผลให้บริษัทได้รับรางวัลและการยอมรับจากหน่วยงานระดับประเทศ ซึ่งถือเป็นเครื่องสะท้อนถึงมาตรฐานการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG) ที่มีประสิทธิภาพและความโปร่งใส อันเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

รางวัลด้านธรรมาภิบาล



บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ได้รับประกาศนียบัตร SET ESG Ratings 2025

จากแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัท จึงได้รับการประกาศเป็นรายชื่อหุ้นยั่งยืนต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 หรือ SET ESG Ratings ระดับ A จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่ว่าด้วย "ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน" ที่ได้คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาล

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ได้รับการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียน

ระดับ "ดีเลิศ" ประจำปี พ.ศ. 2568



บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ได้รับรางวัล "แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย"

(Thai Private Sector Collective Action Against Corruption)

ใบรับรองสถานะการเข้าร่วม ระดับการรับรอง 3 ดาว

มีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนกันยายน 2568 ถึงเดือนกันยายน 2570



รางวัลและการรับรองการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

รางวัลด้านสิ่งแวดล้อม



บริษัท พี.एम.ฟู้ด จำกัด

ได้รับรางวัล "Climate Action Leader"

องค์กรที่มีความก้าวหน้าอย่างชัดเจนในหลายมิติ พร้อมพัฒนาสู่ความเป็นเลิศในการประกวด Climate Action Awards 2025



บริษัท พี.एम.ฟู้ด จำกัด

ได้รับประกาศเกียรติคุณการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO)

จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)



บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด

ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

จากบริษัท เอซีที ออร์แกนิก จำกัด (สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์)

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด
ได้รับการรับรองว่าเป็น อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System)
จากกระทรวงอุตสาหกรรม



รางวัลและการรับรองการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

รางวัลด้านสังคม



บริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ได้รับรางวัลองค์กรส่งเสริมการจ้างงานคนพิการ ประจำปี 2568

"ระดับดี"

บริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

องค์กรที่ส่งเสริมการจ้างงานและการมีรายได้สำหรับผู้สูงอายุ ประจำปี 2568

"ระดับดี"

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์



บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด

ได้รับการรับรองระบบการจัดการตามมาตรฐานแรงงานไทย (TLS 8001)

จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

สรุปผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปี

ข้อมูลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ	หน่วย	ปี		
		2566	2567	2568
1. รายได้จากการดำเนินงานรวม	ล้านบาท	4,276	4,952	5,986
2. กำไรสุทธิ	ล้านบาท	392.15	599.01	620.06
3. เงินปันผลจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	351.62	334.86	574.86
4. ค่าจ้างและค่าตอบแทนแก่พนักงาน	ล้านบาท	785.54	863.52	1,066.36
5. ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับปี	ล้านบาท	102.31	131.14	120.29

ข้อมูลการดำเนินงานด้านสังคม	หน่วย	ปี		
		2566	2567	2568
6. จำนวนพนักงานรวม	คน	1,905	1,934	2,239
- ชาย	คน	596	624	694
- หญิง	คน	1,309	1,310	1,545
7. อัตราการลาออก (Turn Over Rate)	ร้อยละ	14.30	10.03	18.13
8. อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน	จำนวนราย	10	9	25
9. อัตราการเกิดอุบัติเหตุจนถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)	ราย/ชม.ทำงาน	0.42	0.40	0.95
10. ชั่วโมงเฉลี่ยของการฝึกอบรมต่อคน	ชม./คน/ปี	11.36	8.52	12.50
11. ผลการสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน*	ร้อยละ	74.26	75.44	78.67
12. ผลการสำรวจความพึงพอใจของร้านค้า*	ร้อยละ	84.43	86.25	87.14

*ข้อมูลของ บมจ.พีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง เท่านั้น

ข้อมูลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	หน่วย	ปี		
		2566	2567	2568
13. ปริมาณการใช้พลังงาน				
1. น้ำมันดีเซล/ น้ำมันแก๊สโซฮอล์	ลิตร	390,465	366,245	272,030
2. แก๊ส LPG/LNG	ก.ก.	901,123	971,410	1,061,703
14. ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	kWh	7,060,406	8,072,391	10,105,240
พลังงานทดแทนการใช้ไฟฟ้า (โซลาร์เซลล์)	kWh	1,579,568	1,589,922	1,719,000
15. ปริมาณการใช้น้ำประปา	m ³	956,641	1,333,345	2,002,420

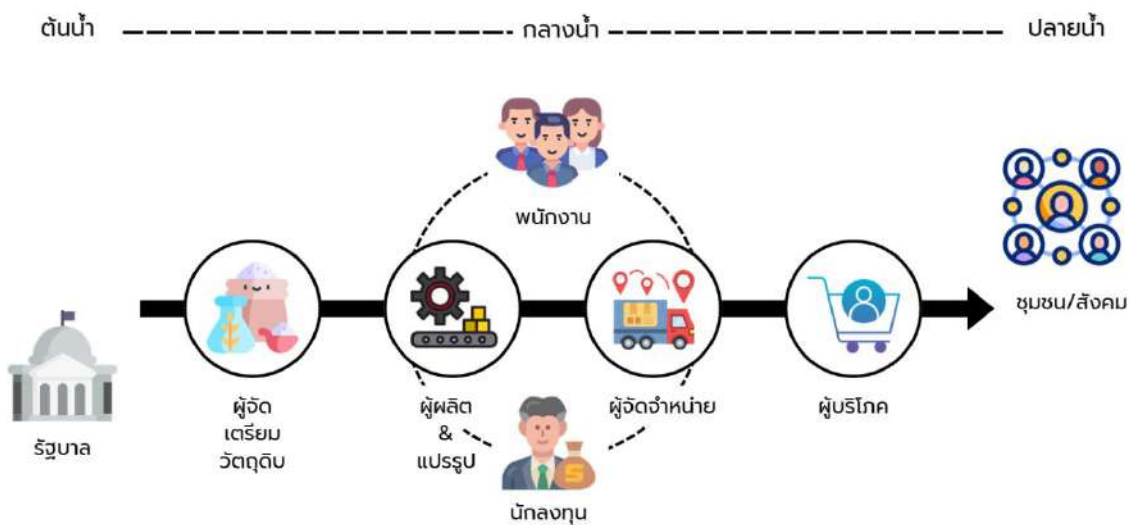
สร้างคุณค่าในห่วงโซ่ธุรกิจอย่างยั่งยืน

คุณค่าและความเชื่อทางธุรกิจ

การใช้ความเชี่ยวชาญของธุรกิจเพื่อแก้ปัญหาสังคม

ด้วยความตระหนักถึงความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) ในอนาคตว่าจะมีโอกาสเป็นความท้าทายระดับโลก ทั้งจากการเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและการเข้าถึงโภชนาการที่ปลอดภัย ดังนั้น บริษัท ฟอร์เมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย จึงมุ่งมั่นด้วยการเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อน เพื่อช่วยแก้ไขปัญหานี้ โดยการยกระดับการดำเนินธุรกิจตลอด “ห่วงโซ่คุณค่า” (Value Chain) อย่างเต็มศักยภาพ

ในทางปฏิบัตินั้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อแปลงจาก “การใช้ทรัพยากร” เป็น “การสร้างคุณค่า” อย่างแท้จริง โดยในส่วนต้นน้ำ (Upstream) ได้มีการมุ่งเน้นการจัดหาวัตถุดิบด้วยความรับผิดชอบ ส่งเสริมแนวคิดสร้างสรรค์เพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับส่วนของกลางน้ำ (Midstream) นั้น ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งสำหรับผู้บริโภคโดยทั่วไปและรวมถึงสัตว์เลี้ยง โดยยึดหลักโภชนาการที่ดีและปลอดภัยเป็นหัวใจสำคัญ อีกทั้งยังควบคุมขั้นตอนการผลิตอย่างมีมาตรฐานสูงพร้อมกับบริหารจัดการระบบขนส่งที่เปี่ยมด้วยประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการลดการสูญเสียทรัพยากรอีกทางหนึ่ง ในด้านปลายน้ำ (Downstream) ได้มีวางแผนการกระจายสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อส่งมอบสินค้าที่มีประโยชน์ถึงมือผู้บริโภคอย่างทั่วถึง



ภาพแสดง “ห่วงโซ่คุณค่า” (Value Chain)

คุณค่าที่ส่งมอบด้วยการใช้ความรู้ความเชี่ยวชาญและทรัพยากรที่มี

ภายใต้สภาพแวดล้อมของสังคมในปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับสภาวะ “วิกฤตซ้อนวิกฤต” ทั้งจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจโลก ความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่มีความเข้มข้นขึ้น ตลอดจนผลกระทบอันรุนแรงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งวิกฤตเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อดำรงชีวิตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นภัยธรรมชาติในรูปแบบ ไฟป่า น้ำท่วม ภัยแล้งและรุนแรง หรือการขาดแคลนทรัพยากรน้ำที่ก่อความเสียหายต่อโดยตรงต่อภาคเกษตรกรรมและกระทบต่อความมั่นคงทางอาหารในระยะยาว ด้วยเหตุนี้ ทุกภาคส่วนจึงมีหน้าที่ต้องช่วยประสานความร่วมมือเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ที่สามารถบรรเทาปัญหาเหล่านี้ให้เบาบางลงได้ (Harmonious Alignment of Success) ที่สร้างความสมดุลระหว่างความเข้มแข็งของธุรกิจ ความมั่นคงของพนักงาน และความเจริญก้าวหน้าของสังคม

คุณค่าและความเชื่อทางธุรกิจ

บริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ผ่านแนวทางการมีส่วนร่วมในห่วงโซ่คุณค่า โดยเน้นการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยศักยภาพและทรัพยากรที่ธุรกิจมีอยู่ เพื่อสร้างความยั่งยืน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ในกระบวนการผลิตสินค้าจนถึงขั้นตอนการส่งมอบจนถึงมือผู้บริโภค โดยการใช้ความเชี่ยวชาญในการทำธุรกิจสร้างความยั่งยืนใน ห่วงโซ่ร่วมกัน ภายใต้แนวคิดการดำเนินธุรกิจตาม เส้นทางธุรกิจยั่งยืน "PREMIER WAY" เพื่อสร้างคุณค่าและประโยชน์ตลอดห่วงโซ่ร่วมกัน โดยรายงานความยั่งยืนของปีที่แล้วนั้น ได้รายงานรายละเอียดแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด ซึ่งรายงานฉบับนี้จึงขอรายงานรายละเอียดของสองบริษัทย่อย อันได้แก่ บริษัท ตรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด และบริษัท มิวนา จำกัด ดังนี้

เส้นทางความยั่งยืนของบริษัท ตรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด

จากการทบทวนปัญหาสังคมในปัจจุบัน ทั้งความมั่นคงของแหล่งอาหาร เพื่อผลิตอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณประโยชน์ให้กับสัตว์เลี้ยง ด้วยการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและนำไปสู่การสร้างคุณค่าใหม่ตลอดห่วงโซ่ บริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) และบริษัท ตรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด จึงได้ร่วมกันกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงการร่วมรักษาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า อาทิเช่น วัตถุดิบต้นทาง(ปลา) น้ำ พลังงานและการสร้างคุณค่าใหม่จาก Food Waste เพื่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจและความยั่งยืนของแหล่งอาหารในอนาคต



แนวทางการดำเนินธุรกิจของพีซีไอ คือการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงความคุ้มค่าและการสร้างคุณค่าใหม่ ตลอดห่วงโซ่กระบวนการ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ร่วมกับคู่ค้า พันธมิตร ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงที่มีมาตรฐานระดับโลก ผ่านกระบวนการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั่วโลก เพื่อสร้างการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

คุณค่าและความเชื่อทางธุรกิจ

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

ต้นน้ำ : ด้านวัตถุดิบ บริษัทมีนโยบายและข้อกำหนดในการจัดซื้อวัตถุดิบที่เป็นอาหารทะเลอย่างชัดเจน เช่นการจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งเรือประมงที่ถูกต้องเหมาะสม สำหรับวัตถุดิบประเภทสัตว์บกและสัตว์ปีก จากฟาร์มที่ได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์และสามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาได้



ต้นน้ำ : ด้านบรรจุภัณฑ์ บริษัทมุ่งเน้นที่จะมุ่งสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน จึงพยายามมองหาบรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีความรับผิดชอบต่อสังคม ลดการใช้ทรัพยากร เช่น ผลิตภัณฑ์กระดาษจากป่าปลูกที่มีการรับรอง FSC (Forest Stewardship Council) เป็นมาตรฐานสำหรับการปฏิบัติด้านป่าไม้ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมการปลูกป่าที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นประโยชน์ต่อสังคม (Eco-Packaging) ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและลดจำนวนการพิมพ์สีเปลี่ยน จลาจลเคลือบสีจากจลาจลเคลือบด้วย UV Coating เป็น Water Based Coating และการลดความหนาของ CPP (Alu Pouch) บรรจุภัณฑ์ประเภทถุง Pouch โดยยังคงความปลอดภัยและคุณภาพของสินค้า

กลางน้ำ : ด้านกระบวนการผลิต บริษัทมุ่งเน้นกระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพและปลอดภัยสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้นำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ปลายน้ำ : ด้านการส่งมอบผลิตภัณฑ์ บริษัทส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพอย่างมีคุณภาพที่ได้การรับรองอย่างถูกต้องและปลอดภัยตามมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับจากประเทศคู่ค้า



คุณค่าและความเชื่อทางธุรกิจ



คุณปาริชาติ จรุงจิตตานุสนธิ์ ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ตรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด เล่าให้ฟังถึงการสร้างความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า จากการสร้างความมั่นคงทางอาหารด้วยกระบวนการผลิตที่คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า จากการลด Food Waste ด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่จากวัตถุดิบที่เหลือใช้ หัว หาง ก้าง ไซ้ ที่ยังมีคุณค่าสารอาหารที่มีประโยชน์นำมาสร้างความยั่งยืนของแหล่งอาหารระยะยาว ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จาก Fish Essence เพื่อใช้ทดแทนและเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการและผลิตภัณฑ์น้ำสกัดจากปลาทะเลน้ำลึกเข้มข้น Power Fish ใช้เป็นปุ๋ยเพิ่มอาหารให้แก่พืช และดิน เป็นต้น

นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญกับสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างคุ้มค่าจากการบริหารจัดการน้ำใช้แล้วนำมาผ่านกระบวนการกลับมาใช้ใหม่และยังช่วยลดปริมาณการปล่อยน้ำหลังบำบัดลงสู่คลองสาธารณะ อีกทั้งยังสร้างความมั่นคงด้านพลังงาน ด้วยการบริหารจัดการพลังงานสะอาดทดแทน จากการติดตั้งโซลาร์เซลล์ ตลอดจนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในสังคม ส่งเสริมโครงการต่าง ๆ กับชุมชน โรงเรียนและวัดอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการยุทธศาสตร์พืชไร่ใส่ใจโภชนาการน้อง โครงการรอบรั้วกินได้กับเกษตรพืชไร่ เป็นต้น

เส้นทางความยั่งยืนของบริษัท มิวนา จำกัด

คุณดรรชนี คุณวชิชยานนท์ กรรมการผู้จัดการบริษัท มิวนา จำกัด ได้เล่าให้ฟังถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจของมิวนา ซึ่งเปรียบเสมือนลำต้นของต้นไม้และเป็นสิ่งที่ทุกคนได้ร่วมกันพัฒนาและสร้างให้มิวนามีความแข็งแกร่งมานานกว่า 10 ปี ที่ครอบคลุมทั้งกระบวนการ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ มุ่งเน้นการสนับสนุนเกษตรกรในการปลูกกาแฟอโรบิก เพื่อรักษาป่าต้นน้ำในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมกันทุกภาคส่วนเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน จากต้นน้ำ มิวนาทำงานร่วมกับชุมชน 256 ครอบครัว ใน 7 หมู่บ้าน เพื่อส่งเสริมให้การปลูกกาแฟได้ร่มเงาไม้ใหญ่เป็นกาแฟอโรบิกที่มีคุณภาพสูง ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากลทั้ง IFOAM&USDA รวมถึงสนับสนุนเกษตรกรด้วยค่ากาแฟพรีเมียมและนำเงินที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาชุมชนในด้านต่าง ๆ สำหรับ กลางน้ำ ในการแปรรูปโดยทีม Q-Grader ที่มีความเชี่ยวชาญและมีมาตรฐาน มิวนาผลิตกาแฟที่มีความหลากหลาย ทั้งเมล็ดกาแฟคั่วบด รวมถึงกาแฟพร้อมดื่ม Sparking Coffee ปลายน้ำ มิวนามีร้านค้าแฟแฟ Flagship Store ที่ศรีนครินทร์,สารณและสนามบินดอนเมือง ที่เน้นสร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการรักษาพื้นที่ป่าต้นน้ำในจังหวัดเชียงราย



คุณค่าและความเชื่อทางธุรกิจ

แนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของมิวนา

1. การสนับสนุนเพื่อการพัฒนาชุมชน ในแต่ละฤดูกาลมิวนาได้นำเงินสนับสนุนการพัฒนาชุมชนให้แก่สมาชิกในโครงการ อาทิเช่น ปรับปรุงถนนทางเข้าสวนกาแฟ ติดไฟฟ้าส่งสว่างในชุมชน โรงเรียน โบสถ์และศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เป็นต้น
2. สร้างรายได้ในการขายผลผลิตกาแฟสมาชิกให้กับมิวนา รายได้ที่สมาชิกขายผลผลิตกาแฟให้กับมิวนา เป็นรายได้หลักที่สามารถนำไปดำรงชีวิตในครอบครัวและรายได้เสริมจากการขายไม้ผลทางเศรษฐกิจ ที่มิวนาส่งเสริมให้ปลูกเป็นไม้ร่มเงากับต้นกาแฟเป็นประจำทุกปี
3. การผลิตปุ๋ยอินทรีย์จากเปลือกกาแฟที่เหลือจากการแปรรูปและบำบัดน้ำจากการแปรรูปและผลิตเชื้อชีวเวเรีย
 - มิวนาได้ผลักดันให้สมาชิกมีการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ใช้เองได้ โดยเพิ่มการใช้วัตถุดิบจากเปลือกกาแฟและปัจจัยการเกษตรอื่นๆ
 - สมาชิกได้นำความรู้จากการอบรมการผลิตเชื้อชีวเวเรีย ชนิดน้ำและผงเพื่อนำไปใช้ป้องกันศัตรูพืช
 - การจัดซื้อปุ๋ยน้ำจากบริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด เพื่อเพิ่มเติมธาตุอาหารเสริมสร้างความสมบูรณ์ของต้นกาแฟ
 - ร่วมกับบริษัท SV-Biotech ศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมมอดเจาะผลกาแฟ ทดลองด้วยสารอินทรีย์ควบคุมมอดเจาะผลกาแฟ
4. ปลูกป่าไม้ร่มเงาและไม้ผลพืชเศรษฐกิจในสวนกาแฟ
 - การปลูกป่าไม้ร่มเงาและไม้ผลพืชเศรษฐกิจในไร่กาแฟเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างพื้นที่สีเขียวและความสมบูรณ์ให้ผืนป่า เพิ่มมูลค่าทางระบบนิเวศ
 - เสริมสร้างรายได้จากไม้ผลเศรษฐกิจให้สมาชิกทางอ้อมจากการขายไม้ผลที่ปลูก เช่น อาโวคาโด พลับ แมคคาดีเมีย มะขามป้อม เป็นต้น
 - ศึกษาการปลูกพืชสมุนไพร ที่มีอายุเก็บเกี่ยวระยะสั้นเป็นการเสริมรายได้ ก่อนฤดูกาลเก็บกาแฟและประเมินความเป็นไปได้ การเจริญเติบโตของพืชสมุนไพรกับตลาดที่รับซื้อด้วย
 - วางแผนกิจกรรมบวชป่าและปลูกป่าในสวนกาแฟ
5. ปลูกต้นกาแฟเสริมและทดแทนต้นกาแฟที่มีอายุมาก
 - ส่งเสริมให้สมาชิกในโครงการปลูกต้นกาแฟเสริมในพื้นที่ป่าที่ว่างและปลูกทดแทนต้นกาแฟที่ตายไป
 - เพาะกาแฟเพื่อปลูกเสริมจากต้นแม่พันธุ์ในพื้นที่ปลูกของสมาชิกและคัดเลือกต้นกาแฟที่เป็นพันธุ์ให้ผลผลิตสูงต้านทานโรคราสนิม
6. การทำแนวกันไฟเพื่อป้องกันไฟป่า
 - ร่วมมือกับชุมชนและภาครัฐในการจัดทำแนวกันไฟป่าและการรุกรานเข้าพื้นที่เพาะปลูก

ทั้งหมดนี้เพื่อเป้าหมายการสร้างความยั่งยืนให้กับสังคมผ่านการใช้ความเชี่ยวชาญและศักยภาพที่ธุรกิจมีอยู่ ตลอดจนการสรรสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่เพื่อความสำเร็จที่ยั่งยืนร่วมกัน

การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงองค์กร

ตลอดระยะเวลา 48 ปี ของการดำเนินธุรกิจบริษัท พรีเมียร์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีความมุ่งมั่นที่จะประกอบกิจการให้ประสบความสำเร็จตลอดไปอย่างยั่งยืน ด้วยการขับเคลื่อนผ่านคุณค่าหลัก 5 ประการของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ที่ยึดถือการปฏิบัติบนความถูกต้องของกฎหมาย มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้และยังได้คำนึงถึงความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจ โดยมีการวางแผน กำหนดกลยุทธ์พร้อมงบประมาณสนับสนุนเพื่อให้ธุรกิจเติบโต ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในระยะยาว พร้อมทั้งมีการเผยแพร่แนวทางปฏิบัติเหล่านี้ไปยังพันธมิตรทางการค้าในห่วงโซ่ธุรกิจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือสร้างความเข้มแข็ง สู่จุดหมายแห่งความสำเร็จทางธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน ดังหัวข้อและรายละเอียดที่จะเสนอต่อไป

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในส่วนขงรายละเอียดที่นำมาใช้นั้นสนับสนุนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทนั้น ประกอบด้วยแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง การควบคุมและการตรวจสอบภายใน การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมภายใต้กรอบข้อกำหนดของกฎหมายและจรรยาบรรณทางธุรกิจ ตลอดจนนโยบายทางด้านภาษีโดยปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายอย่างถูกต้อง มีความโปร่งใสตรวจสอบได้และตรงตามเวลาที่กำหนด รวมถึงการให้ความร่วมมือด้านภาษีต่อกรมสรรพากรและหน่วยงานราชการ ซึ่งในทางปฏิบัตินั้นจะสอดคล้องไปกับนโยบายของคณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยงของบริษัทและบริษัทย่อย เพื่อให้นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท เกิดการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกันและมีความเป็นธรรม บริษัทจึงได้จัดให้มีช่องทางรับแจ้งข้อร้องเรียน ข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะใดที่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับผลกระทบ หรือมีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบอันก่อให้เกิดความเสียหายจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท หรือจากการปฏิบัติของพนักงานของบริษัทเกี่ยวกับการทำผิดกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือจรรยาบรรณทางธุรกิจ รวมถึงพฤติกรรมที่อาจสื่อถึงการทุจริต การปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมกัน หรือการกระทำที่ขาดความระมัดระวังและขาดความรอบรอบ โดยผู้ร้องทุกข์หรือผู้ร้องเรียนสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน พร้อมส่งรายละเอียดหลักฐาน ได้ในช่องทางผ่านคณะกรรมการตรวจสอบและเลขานุการบริษัท ดังนี้

ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน

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

ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน
สามารถสแกนผ่าน



จากความพยายามและความตั้งใจของการดำเนินงานให้เป็นไปตามหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทได้รับการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนประจำปี พ.ศ. 2568 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยการสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ให้มีผลคะแนนอยู่ในระดับ "ดีเลิศ" มีจำนวนตราสัญลักษณ์ของคณะกรรมการบริษัทภิบาลแห่งชาติจำนวน 5 ดาว



การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงองค์กร

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท พีเอ็มเอ็ม มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยนั้น คณะกรรมการบริษัทได้เน้นถึงความสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาโดยตลอด โดยมีความเชื่อว่ากระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารจัดการในรอบของการมีจริยธรรมที่ดี มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบและเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จะช่วยส่งเสริมให้บริษัทเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

นโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ

1. ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ เป็นธรรม และโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย
2. จัดให้มีระบบการควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการตรวจสอบภายในที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
3. ให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้ถือหุ้น และปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน และเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย
4. ปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย กฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และจรรยาบรรณทางธุรกิจ เพื่อให้สิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้รับการดูแลอย่างดี
5. จัดโครงสร้าง บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของกรรมการแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน

แผนงานและเป้าหมายการกำกับดูแลกิจการ

เมื่อพิจารณาจากนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ ที่ใช้เป็นหลักปฏิบัติกันอยู่ในปัจจุบัน ก็จะเห็นว่ามีความสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยหลักการ 5 หมวด ดังนี้

- หมวดที่ 1 สิทธิของผู้ถือหุ้น
- หมวดที่ 2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน
- หมวดที่ 3 บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย
- หมวดที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส
- หมวดที่ 5 ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

ในส่วนของรายละเอียดที่นำมาใช้นั้นสนับสนุนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทนั้น ประกอบด้วยแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง การควบคุมและการตรวจสอบภายใน การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมภายใต้กรอบข้อกำหนดของกฎหมายและจรรยาบรรณทางธุรกิจ ตลอดจนนโยบายทางด้านภาษีโดยปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายอย่างถูกต้อง มีความโปร่งใสตรวจสอบได้ และตรงตามเวลาที่กำหนด รวมถึงการให้ความร่วมมือด้านภาษีต่อกรมสรรพากรและหน่วยงานราชการ ซึ่งในทางปฏิบัตินั้นจะสอดคล้องไปกับคณะทำงานร่วมด้านการบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล ของกลุ่มบริษัทพีเอ็มเอ็ม

ประเด็นการบริหารจัดการความเสี่ยงในปี 2568 อ่านเพิ่มเติมได้
ในรายงาน 56-1 e-One report 2025 หน้า 97- 180

การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงองค์กร

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption)

การขยายแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันกับพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัท พีเอ็มเอ็ม มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการเป็นบริษัทภิบาลที่มีความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ โดยได้ประกาศนโยบาย "การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน" เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับยึดถือปฏิบัติ โดยมีขอบเขตระบบบริหารจัดการการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันครอบคลุมทุกกระบวนการทำงานของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับงานจัดซื้อ จัดจ้าง จัดจำหน่าย รวมถึงขั้นตอนการทำงานอื่นๆ ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดการทุจริตคอร์รัปชัน อีกทั้งได้ดำเนินการสนับสนุนและส่งเสริมการขยายแนวร่วมของภาคเอกชนในการประกอบธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล เพื่อร่วมกับสร้างมาตรฐานการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใสอย่างต่อเนื่อง

จากความมุ่งมั่นดังกล่าวบริษัทได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (Thailand's Private Sector Collective Action against Corruption: CAC) ตั้งแต่วันที่ 4 เมษายน 2557 และได้รับการรับรองการต่ออายุเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดแผนงานทบทวนและสื่อสารให้พนักงานทุกคนทราบนโยบายและปฏิบัติตามแนวทางการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัท โดยมีแผนการดำเนินงานครอบคลุม ดังนี้

- ทบทวนการประเมินความเสี่ยงด้านการคอร์รัปชันและกำหนดระบบการควบคุมภายในที่คำนึงถึงความเสี่ยงด้านการคอร์รัปชันในกระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น กรณีการเบิก การจ่าย การบริจาค การสนับสนุน การให้หรือการรับของขวัญ ที่มีโอกาสเกิดการคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่องทุกปี
- ขยายแนวร่วมโดยการส่งเสริมให้บริษัทย่อยและบริษัทคู่ค้าเข้าเป็นแนวร่วมโครงการ CAC Change Agent ร่วมเชิญชวนคู่ค้าทางธุรกิจ เพื่อประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทยอย่างต่อเนื่อง
- บริษัทย่อย 2 บริษัท ได้แก่ บจ.พี.เอ็ม.ฟู๊ดและบจ.พีเอ็มเอ็ม แคนนิ่ง อินดัสตรี ได้รับการต่ออายุรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทยต่อเนื่อง ครั้งที่ 2 เมื่อปี พ.ศ. 2567
- จัดให้ความรู้สร้างความเข้าใจและส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมกับกิจกรรมด้านการต่อต้านคอร์รัปชันทุกปี
- ส่งเสริมให้ คู่ค้า / พันธมิตรทางธุรกิจได้รับความรู้ แนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ผ่าน งาน PM CAC Change Agent Day 2025
- บริษัทได้รับการรับรองสถานะ เป็น CAC Change Agent จากแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ต่อเนื่องเป็นเวลา 2 ปี : ตั้งแต่ เดือน กันยายน 2568 ถึง เดือน กันยายน 2570

เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2568 ที่ผ่านมาองค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) ได้จัดงาน วันต่อต้านคอร์รัปชัน ซึ่งเป็นการประกาศเจตนารมณ์การต่อต้านคอร์รัปชัน โดยเป็นการจัดงานในรูปแบบออนไลน์ ภายใต้แนวคิด "ไม่โกง...ไม่เกิด จริงหรือ?" ซึ่งบริษัท พีเอ็มเอ็ม มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้เชิญชวนพนักงาน ผู้บริหาร และคู่ค้าทางธุรกิจเข้าร่วมงานผ่านทางระบบออนไลน์

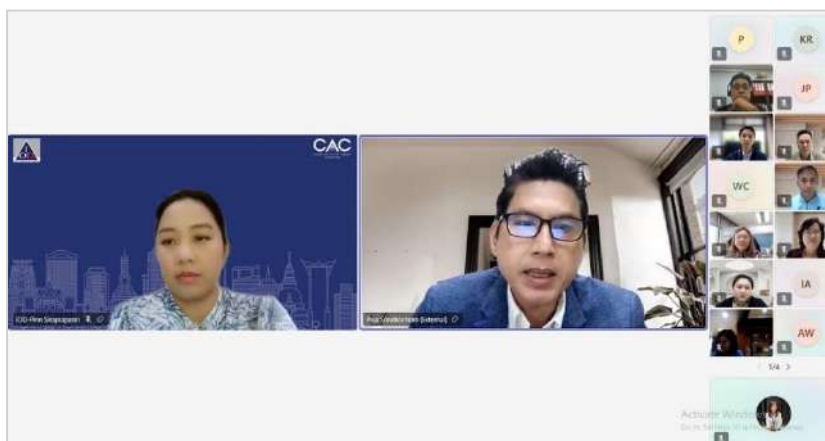


ภาพแสดงบรรยากาศร่วมกิจกรรมวันต่อต้านคอร์รัปชัน ในวันที่ 6 กันยายน 2568

การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงองค์กร

ในปีพ.ศ. 2568 ที่ผ่านมามี บริษัท ฟอร์เมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ส่งเสริมการขยายแนวร่วมของภาคเอกชนในการประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส โดยบริษัทได้ประกาศตัวเป็น Change Agent เพื่อเป็นการแสดงเจตนาารมณ์ในการขยายแนวร่วมเครือข่ายการดำเนินธุรกิจไปยังพันธมิตรในห่วงโซ่ธุรกิจของบริษัท มีการสนับสนุนให้บริษัทคู่ค้า SME เข้าร่วมในโครงการ เพื่อประกาศเจตนาารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ผ่านทางเว็บไซต์ www.thai-cac.com และวันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2568 บริษัทได้จัดงาน "PM CAC Change Agent Day 2025" ได้เชิญชวนคู่ค้าทางธุรกิจเข้าร่วมงานและฟังบรรยาย โดย คุณกัญญา ศิริประภาศิริ ผู้จัดการโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ผ่านระบบออนไลน์ โดยมีคู่ค้าและพันธมิตร เข้าร่วมงาน จำนวน 20 ราย ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการขยายแนวร่วมภาคเอกชนในการประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใสอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นบริษัทจึงได้ตั้งเป้าหมายที่จะเชิญชวนคู่ค้าทางธุรกิจให้มาประกาศเจตนาารมณ์ร่วมกันเพิ่มเติมในปี พ.ศ. 2568 นี้เพื่อผนึกกำลังไทรภาคีสร้างความเข้มแข็งให้กับห่วงโซ่ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนต่อไป



ภาพแสดงการจัดฝึกอบรมให้ความรู้และงาน PM CAC Change Agent Day 2025

อีกทั้งบริษัทได้กำหนดจัดให้พนักงานเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านออนไลน์ เพื่อทบทวนความรู้และสร้างความเข้าใจผ่านหลักสูตร "โครงการสุจริตไทย" โดยกำหนดเป้าหมาย ให้พนักงานทุกคนเข้าร่วมเรียนรู้และผ่านการทดสอบ 100%

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

พนักงานรับทราบและผ่านการฝึกอบรมนโยบายและแนวทางปฏิบัติการต่อต้านทุจริตของบริษัท (บริษัทและบริษัทย่อย)



100%

คู่ค้าเข้าร่วมงานสัมมนา "PM CAC Change Agent Day 2025" (Tier-1)



20 ราย

พนักงานเข้าเรียนและผ่านการทดสอบหลักสูตร สุจริตไทย (บมจ.ฟอร์เมียร์ มาร์เก็ตติ้ง)



100%

การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงองค์กร

การจัดการความเสี่ยง (Risk Management)

นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยมีการบริหารจัดการความเสี่ยงตามกรอบการบริหารความเสี่ยง ISO 31000 : 2018 ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการเติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้พันธกิจหลักของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ "ธุรกิจก้าวหน้า พนักงานมั่นคง สังคมยั่งยืน" และทำให้ทราบปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อผลสำเร็จของการดำเนินงาน ทั้งยังเป็นกลไกในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น คณะกรรมการได้แต่งตั้งคณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง เพื่อกำหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลการบริหารจัดการด้านความเสี่ยงและให้คำแนะนำในเรื่องการบริหารจัดการด้านธรรมาภิบาลและด้านการบริหารความเสี่ยงกับฝ่ายบริหารของบริษัทและบริษัทย่อย

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

ในปี พ.ศ. 2568 นี้ บริษัทและบริษัทย่อยในสายธุรกิจได้มีการทบทวนบริบทความเสี่ยงขององค์กร พิจารณาและประเมินระดับความเสี่ยงและพิจารณาความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อบรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ทั้งระดับองค์กรและระดับหน่วยงาน พร้อมทั้งมีการกำหนดมาตรการในการบริหารจัดการเพื่อป้องกันและลดโอกาสตลอดจนผลกระทบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง



นโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร และโครงสร้างการบริหารความเสี่ยง อ่านเพิ่มเติมได้จาก <https://www.premier-marketing.co.th/sustainability/sustainability-business-governance/Risk-Management>

ประเด็นการบริหารจัดการความเสี่ยงในปี 2568 อ่านเพิ่มเติมได้ในรายงาน 56-1 e-One report 2025 หน้า 26-34

การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงองค์กร

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- คณะกรรมการบริษัท มีหน้าที่กำกับดูแลให้บริษัท มีระบบบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุม และมีกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยง การรายงาน และการติดตามผลที่มีประสิทธิภาพ โดยมีคณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง ทำหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล และให้คำแนะนำ ในเรื่องการบริหารจัดการด้านธรรมาภิบาลและความเสี่ยงของฝ่ายบริหาร ได้แก่ กรรมการผู้จัดการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทและบริษัทย่อย
- ประธานกรรมการบริหาร มีหน้าที่ดูแลและรักษาคุณค่าหลักที่ดีขององค์กร และส่งเสริมให้มีการบริหารกิจการให้เป็นไปตามคุณค่าหลักที่ดีขององค์กร และเป็นไปตามการบริหารจัดการด้านธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการความเสี่ยงของกิจการ
- กรรมการผู้จัดการ มีหน้าที่รับผิดชอบการบริหารจัดการรวมถึงการติดตามการดำเนินงานกิจการภายใต้คุณค่าหลักขององค์กร และการบริหารจัดการด้านธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการความเสี่ยงของกิจการ

ประเภทความเสี่ยงของบริษัท

เพื่อให้การประเมินความเสี่ยงของบริษัทและบริษัทย่อย สามารถวิเคราะห์และพิจารณาหามาตรการการแก้ไขป้องกัน ตลอดจนมาตรการรับมือได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้กำหนดความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือกลุ่มบริษัทในปัจจุบัน ได้แก่

- ความเสี่ยงที่บริษัทจะสูญเสียยอดขายและรายได้
- ความเสี่ยงที่บริษัทอาจถูกร้องเรียนจากผู้บริโภค (Reputational Risk)
- ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายที่จะใช้บังคับที่เกี่ยวข้องกับภาษีความเค็ม (Compliance Risk), (Emerging Risk)
- ความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อความยั่งยืน (ESG Risk)
- ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับระบบคอมพิวเตอร์ เครือข่าย และข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Cyberattacks Risk)
- ความเสี่ยงด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ความเสี่ยงจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี
- ความเสี่ยงจากความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) และการปรับตัวให้ทันตามกฎระเบียบความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) ที่เปลี่ยนแปลง
- ความเสี่ยงจากราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นและ/หรือขาดแคลน
- ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
- ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านกัญชาตามธรรมชาติ
- ความเสี่ยงด้านการกระทำผิด พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act: PDPA)

การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงองค์กร

ขั้นตอนของกระบวนการบริหารความเสี่ยง

กระบวนการและขั้นตอน	เป้าหมาย
การสื่อสารและการปรึกษา	<ul style="list-style-type: none"> • การกำหนดบริบทที่เหมาะสม • บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริหารความเสี่ยงได้มีความเข้าใจถึงหลักเกณฑ์ของการตัดสินใจและการดำเนินการ • ข้อคิดที่ได้จากการเรียนรู้ได้ถูกแบ่งปันและถ่ายทอดโอนให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่นร่วมกัน
การกำหนดบริบท	<ul style="list-style-type: none"> • เกิดความเข้าใจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ • กำหนดขอบเขตกิจกรรมภายในกรอบการบริหารความเสี่ยง • กำหนดเกณฑ์ความเสี่ยง
การระบุความเสี่ยง	<ul style="list-style-type: none"> • จัดทำรายการของอุปสรรคและโอกาสที่เป็นผลจากเหตุการณ์ที่จะช่วยยกระดับ, การป้องกัน, การลดลง, การเร่งหรือการระงับของการบรรลุวัตถุประสงค์
การวิเคราะห์ความเสี่ยง	<ul style="list-style-type: none"> • ความเข้าใจเกี่ยวกับระดับความเสี่ยงทั้งก่อนกระบวนการควบคุม และหลังกระบวนการควบคุม • ช่วยระบุทางการควบคุมที่ไม่มีประสิทธิผล • เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการประเมินผลความเสี่ยง และการจัดการความเสี่ยง
การประเมินผลความเสี่ยง	<ul style="list-style-type: none"> • พิจารณาการควบคุมความเสี่ยงว่าได้รับการยอมรับ • พิจารณาการควบคุมเพิ่มเติม • ระบุลำดับความสำคัญว่าความเสี่ยงใดควรถูกจัดการ
การจัดการความเสี่ยง	<ul style="list-style-type: none"> • ระบุมาตรการจัดการความเสี่ยงสำหรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่มีค่าระดับความเสี่ยงเกินกว่าที่ยอมรับได้ • เพื่อให้ความเข้าใจทั่วถึงความเสี่ยงที่คงเหลืออยู่ • กำหนดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงและตัวที่จะถูกจัดการความเสี่ยง, ถูกติดตาม และถูกทบทวน
การเฝ้าติดตามและการทบทวน	<ul style="list-style-type: none"> • จัดหาข้อมูลสารสนเทศของความเสี่ยงที่เป็นปัจจุบัน • ระบุหาความเสี่ยงใหม่ (Emerging Risks) • ทราบผลย้อนกลับเกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการควบคุม • ระบุมาตรการจัดการความเสี่ยงที่จำเป็นต้องกำหนดเพิ่มเติม • เพื่อให้ได้หลักเกณฑ์ในการประเมินการจัดลำดับความเสี่ยงใหม่อีกครั้ง • เก็บสะสมบทเรียนจากเหตุการณ์ต่าง ๆ <p>(เสียหายล้มเหลว, เกือบเสียหายล้มเหลว และการประสบผลสำเร็จ)</p>

การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงองค์กร

การกำหนดระดับความเสี่ยง

ภายหลังจากคำนวณคะแนนค่าระดับความเสี่ยงแล้วให้นำคะแนนที่ได้มากำหนดระดับความเสี่ยงลงในตาราง (Risk Matrix) ดังนี้

ตารางคะแนนระดับความเสี่ยง								
ผลกระทบ (Impact)	สูงมาก / หายนะ	5	6	7	8	9	10	
	สูง / วิกฤต	4	5	6	7	8	9	
	ปานกลาง	3	4	5	6	7	8	
	ต่ำ / น้อย	2	3	4	5	6	7	
	ไม่เป็นสาระสำคัญ / น้อยมาก	1	2	3	4	5	6	
			1	2	3	4	5	
			โอกาสการเกิดความเสี่ยง (Likelihood)					

ตารางแสดงคะแนนที่ได้มากำหนดระดับความเสี่ยงลงในตาราง (Risk Matrix)

บริษัทและบริษัทย่อย ให้ความสำคัญในการสร้างความตระหนักของการบริหารความเสี่ยงให้กับคณะกรรมการบริษัท คณะผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ เพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้สามารถนำระบบบริหารความเสี่ยงมาปรับใช้ในการทำงานส่งผลต่อการสร้างโอกาส ลดผลกระทบ ให้องค์กรบรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายได้อย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า

บริษัทพิจารณาความสมดุลระหว่างการเติบโตของธุรกิจและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งที่อยู่ภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงการสร้างร่วมมือเพื่อการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจและสังคม เพื่อร่วมกันขยายผลให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนร่วมกัน ไม่ว่าพันธมิตรนั้นจะอยู่ส่วนใดในห่วงโซ่ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ไม่ว่าจะเป็น ผู้สรรหาวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ซึ่งจำเป็นต้องมีแนวทางการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติการสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน รวมถึงแนวทางการพัฒนาความร่วมมือด้วยแนวคิด "การยกระดับห่วงโซ่คุณค่า" (Value Chain Enhancement) ในการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืนบริษัทให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้าในการดำเนินธุรกิจร่วมกันภายใต้การประเมินความเสี่ยงสร้างโอกาสร่วมกันและติดตามตรวจสอบประเมินให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

การสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า บริษัทพิจารณาสรรหาและคัดเลือกคู่ค้าจากแบบประเมินตนเองพร้อมกับเอกสารสำคัญยืนยันตามเกณฑ์เบื้องต้นก่อน จากนั้นจึงพิจารณาผ่านการตรวจสอบประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในทะเบียนคู่ค้า (AVL) และจัดทำแผนการทบทวนประเมินผลการดำเนินงานระหว่างปีตามเกณฑ์ อีกทั้งกำหนดแผนการตรวจสอบประเมิน (On-site Audit) อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี สำหรับคู่ค้าที่มีความพร้อมที่ต้องการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบร่วมกัน อาทิเช่น คุณภาพของวัตถุดิบ,มาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร, ลดปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้สูงขึ้น ด้วยวิธีการแก้ไขปัญหาร่วมกัน การประเมินและติดตามผล การเยี่ยมชมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การตรวจสอบกระบวนการผลิต และการแนะนำวิธีการตรวจสอบ เพื่อให้ได้วัตถุดิบตรงตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานและต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ เพิ่มประสิทธิภาพ ตลอดจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทกับคู่ค้า

[การประเมินความเสี่ยง](#) เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและร่วมพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน บริษัทจะพิจารณาประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนควบคู่ไปด้วยทั้ง 3 มิติ (ESG Risk Management)

นโยบายสำหรับผู้ส่งมอบสินค้าและบริการ
อ่านเพิ่มเติมได้จาก <https://www.premier-marketing.co.th/sustainability/sustainability-business-governance/supply-chain-management>

ในปี พ.ศ. 2568 บริษัทและบริษัทย่อย ได้จัดทำแผนการตรวจสอบประเมินคู่ค้าประจำปีโดยมีการใช้แบบประเมินตนเองสำหรับคู่ค้า (Supplier Self-Assessment) และพิจารณากำหนดแผนการเข้าตรวจเยี่ยมคู่ค้า (ESG On-site Audit) ซึ่งในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ตรวจเยี่ยมคู่ค้าจำนวน 3 ราย ดังนี้ บริษัท ศิครินทร์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจให้บริการดูแลสุขภาพและรักษาพยาบาล, บริษัท เดอเบล จำกัด ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและบริษัท ไอออนแมนเทค (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินธุรกิจให้บริการรับฝากและจัดเก็บเอกสาร โดยผลการตรวจสอบประเมินของทั้ง 3 ราย อยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม ซึ่งให้ความสำคัญและได้ดำเนินธุรกิจครอบคลุมภายใต้ มิติ ESG ครบถ้วนและบริษัทย่อยได้ตรวจเยี่ยมคู่ค้า จำนวน 32 ราย ซึ่งนับว่าเป็นคู่ค้ารายสำคัญระดับ Tier-1 บริษัทจึงจัดทำแผนงานเข้าตรวจเยี่ยมและประเมินความยั่งยืนเพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าของบริษัทดำเนินธุรกิจโดยมีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ทำให้เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทกับคู่ค้าและยังเป็นการเปิดโอกาสให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืนต่อไป



การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

คู่ค้าผ่านเกณฑ์การประเมินของบริษัท
(Approved Vendor List)



100%

ผลการตรวจประเมินคู่ค้า
(ESG Onsite Audit)



96.08%

คะแนนเฉลี่ย 3 ราย
(บมจ.พีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง)

การเข้าตรวจ
(Onsite Audit: Tier-1)



32 ราย

การจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืนและสอบกลับได้

จากแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ว่าด้วย ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน จึงก่อให้เกิดการยกระดับคุณค่าในห่วงโซ่ธุรกิจร่วมกันกับ คู่ค้าและผู้ส่งมอบที่มีเป้าหมายคล้ายคลึงกัน ซึ่งสะท้อนถึงค่านิยมขององค์กรด้านประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefits) และการร่วมคิดร่วม สร้าง (Collaboration) ด้วยการใส่ใจในคุณภาพ ตั้งแต่ขั้นตอนคัดเลือกวัตถุดิบผ่านเกณฑ์ในการจัดซื้อจัดจ้าง อย่างยั่งยืน ระเบียบปฏิบัติ กระบวนการต่าง ๆ จนผลิตภัณฑ์ถึงมือผู้บริโภคและสามารถตรวจสอบกลับได้ถึงแหล่งที่มาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต เพื่อทำให้ผู้บริโภค มั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการ สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการกำกับดูแล สังคม สิ่งแวดล้อมในกระบวนการให้เกิดการ ยกระดับคุณค่าห่วงโซ่ของธุรกิจก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาวสืบไป

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

คู่ค้าผ่านเกณฑ์การตรวจสอบและปฏิบัติตาม
ข้อกำหนดของ IUP โดยกรมประมง



100%

วัตถุดิบผ่านเกณฑ์
การตรวจประเมินตามมาตรฐาน



100%

ผลิตภัณฑ์กาโร ผู้บริโภคสามารถ
สแกนตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบได้



100%

การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า

ความร่วมมือด้วยความใส่ใจของห่วงโซ่คุณค่า

เพราะเราเชื่อว่าอาหารและขนมทุกคำล้วนมีเรื่องราวอยู่เบื้องหลัง ตั้งแต่ที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการเพาะปลูก การแปรรูปและกระบวนการผลิตที่ต้องมีมาตรฐานและความปลอดภัย ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคมีทางเลือกในการบริโภคที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะการเลือกรับประทานขนม ไม่ใช่เพียงแค่ความอร่อยแต่ต้องให้ความสำคัญกับคุณค่าและความปลอดภัยต่อร่างกาย จึงเป็นที่มาถึงกระบวนการสอบกลับแหล่งที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ตลอดจนการส่งมอบจนถึงมือผู้บริโภค ในเส้นทางธุรกิจที่ยั่งยืนของบริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด "ทุกขั้นตอนของกาโร เดินทางด้วยความใส่ใจ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ"

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด ให้ความสำคัญในการคัดสรรวัตถุดิบ ตั้งแต่แหล่งที่มาของปลาซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตซูริมีและส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น ซอส น้ำตาลและแป้งมันสำปะหลัง ที่บริษัทร่วมกับคู่ค้า บริษัท สวงนวนงษ์ อุตสาหกรรม จำกัด และ บริษัท ไวต้าบา เรนซ์ จำกัด ร่วมกันคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ รวมถึงกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability Program)

ความใส่ใจในการเพาะปลูก

เกษตรกรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ที่ปลูกและส่งมันสำปะหลังให้โรงงานแปรรูป เป็นแป้งมันสำปะหลังที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าได้หลากหลาย รวมถึงปลาสวรรค์กาโร และด้วยความใส่ใจของบริษัท สวงนวนงษ์ อุตสาหกรรม จำกัด ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเกษตรกร ได้มีความรู้ในการเพาะปลูก ดูแลและช่วยส่งเสริมคุณภาพ ประสิทธิภาพในการเพาะปลูกมันสำปะหลังให้มีรายได้ที่มั่นคงอย่างต่อเนื่อง



คุณสวิง รุจีใจเหิม เกษตรกรเล่าว่า การเพาะปลูกหากเราใส่ปุ๋ยเคมีอย่างเดียว เราต้องเพิ่มปริมาณปุ๋ยทุกปี แต่หากใช้ปุ๋ยอินทรีย์จะทำให้สวนมีความชุ่มชื้นและปลอดภัยทั้งกับพืชผลตัวเราและผู้บริโภค สวงนวนงษ์เข้ามาช่วยพัฒนาความรู้ให้ทำปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก และยังช่วยให้เกษตรกรลดต้นทุน เพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น ด้วยการรับซื้อมันสำปะหลังอย่างต่อเนื่องทั้งปี ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

คุณชัยวัฒน์ โชคदार ผู้จัดการทั่วไป บริษัท สวงนวนงษ์ อุตสาหกรรม จำกัด เล่าให้ฟังว่า มันสำปะหลังเป็นหัวใจของธุรกิจเรา ถ้าเราได้วัตถุดิบคุณภาพดีผลผลิตของเราก็จะดีเช่นกัน ดังนั้นการช่วยเหลือเกษตรกร ให้ความรู้ ให้มีสามารถปลูกมันสำปะหลังเป็นอาชีพ เสี่ยงครอบครัวได้อย่างมั่นคง ปัจจุบันบริษัทฯ มีทีมเจ้าหน้าที่เกษตรกรสัมพันธ์ ที่ให้ความรู้ตรวจสอบสภาพดิน ให้ปุ๋ยที่ตรงกับสภาพดินในพื้นที่และจัดอบรมให้ความรู้เกษตรกรเป็นประจำทุกปี



การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า

ความใส่ใจในการแปรรูปและการผลิต

นอกจากกระบวนการผลิตและแปรรูปแปรงไม้สำหรับแปรงที่ต้องมีคุณภาพและความใส่ใจตลอดกระบวนการแล้ว ในขั้นตอนการกำจัดของเสียเป็นอีกเรื่องที่บริษัท สงวนวงษ์ ให้ความสำคัญเช่นกัน



คุณทวี ตันตวงษ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สงวนวงษ์ เอ็นเนอร์ยี จำกัด เล่าว่า สมัยก่อนโรงงานจะมีกลิ่นหมักที่เกิดจากกระบวนการผลิต เพราะเปลือกไม้สำหรับแปรงที่ลอกออกจะมีแบคทีเรียทำให้เกิดกลิ่นรบกวนชุมชนรอบโรงงาน บริษัทฯ จึงจัดทำโครงการพัฒนากระบวนการจัดการของเสีย โดยร่วมมือกับประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อแก้ปัญหากลิ่นและน้ำเสียจากกระบวนการผลิต ด้วยการสร้างโรงงานก๊าซชีวภาพที่นำมากดแกลบเพื่อผลิตแก๊สชีวภาพและผลิตกระแสไฟฟ้า เพื่อเป้าหมายที่ต้องการอยู่ร่วมกันกับชุมชนอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ยังสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและส่งต่อไปให้บริษัท ไวต้า บาเรนซ์ จำกัด เพื่อจัดจำหน่ายแปรงไม้สำหรับแปรงให้ด้วยสินค้าที่ดีมีคุณภาพได้มาตรฐานที่ถูกต้อง

ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า

คุณพีระพันธ์ จิวพรทิพย์ CEO of Food Business บริษัท ไวต้า บาเรนซ์ จำกัด เป็นผู้จัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์ทางด้านอาหาร เล่าว่า เรามีโอกาสทำงานร่วมกับบริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด และได้รับโจทย์ว่าต้องการแปรงไม้สำหรับแปรง เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตพลาสติกชีวภาพ เราจึงได้ร่วมกันพัฒนาสินค้ากับบริษัท สงวนวงษ์ อุตสาหกรรม จำกัด เพื่อส่งมอบให้ บริษัท พี.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด และมุ่งมั่นที่จะทำให้ระบบห่วงโซ่ของการผลิตขนมที่มีประโยชน์นี้ มีความแข็งแรงและทำงานเป็นคู่ค้าร่วมกันอย่างยั่งยืนต่อไป



ความใส่ใจตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ



คุณวิภาส จิรภาส กรรมการผู้จัดการ บริษัท พี.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด ได้สรุปถึงความสำคัญของการทำงานร่วมกับคู่ค้าในห่วงโซ่ว่า เราให้ความสำคัญและความใส่ใจตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำของวัตถุดิบทุกอย่าง ตั้งแต่เนื้อปลาที่เป็นวัตถุดิบหลัก ของเราใช้เนื้อปลากะพงที่มีโปรตีนสูง มีสารอาหารที่มีประโยชน์ ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ ต้องมั่นใจว่าวัตถุดิบสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ กราบดึงแหล่งที่มาชัดเจน ปลอดภัย รวมถึงคุณค่าที่มอบให้สังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ จะไม่หยุดพัฒนาเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าที่มีคุณภาพและขยายความร่วมมือกับคู่ค้า ในการยกระดับมาตรฐานวัตถุดิบเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับขนมที่มีประโยชน์และความปลอดภัย

การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า

ความรับผิดชอบต่อลูกค้า (Customer Responsibility)

ความโปร่งใสและตรวจสอบกลับของผลิตภัณฑ์ (Traceability)

จากแนวคิดที่ต้องการยกระดับคุณภาพในการบริโภคให้กับผู้บริโภค นอกจากเรื่องคุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าแล้วนั้น บริษัทต้องการสร้างความตระหนักรู้ให้ผู้บริโภคทราบถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ การได้รับรู้ว่าจะอาหารที่บริโภคนั้น ผลิตมาจากอะไร และมีแหล่งที่มาจากไหน เป็นการเริ่มต้นตั้งคำถามให้กับผู้บริโภคในการเลือกรับประทาน เพื่อความปลอดภัยในการบริโภค และเพื่อสร้างมาตรฐานใหม่สำหรับผู้ผลิตอาหารในการแสดงข้อมูลตรวจสอบย้อนกลับที่โปร่งใส สะท้อนให้เห็นถึงแนวทางในการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน

ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์ทำโรกุกซอง (Traceability) ให้ผู้บริโภคทราบถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบหลัก (ปลา) พร้อมข้อมูลอื่นที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค เช่น การคัดเลือกวัตถุดิบที่ผ่านเกณฑ์จัดซื้ออย่างยั่งยืนและโปร่งใส กระบวนการผลิตที่มีมาตรฐานสากล และคุณค่าสารอาหารในแต่ละซอง ผ่านวิธีการสแกน QR Code บนซองสินค้า ซึ่งได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2564 และในปีที่ผ่านมาได้พัฒนาออกแบบใหม่ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงกระบวนการทำงานที่สามารถตรวจสอบกลับได้ในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นทางที่มาของวัตถุดิบจนถึงมือผู้บริโภคที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ในทุกขั้นตอนได้ ด้วยวิธีที่สะดวกและง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลอย่างโปร่งใสด้วยตัวของผู้บริโภคเอง

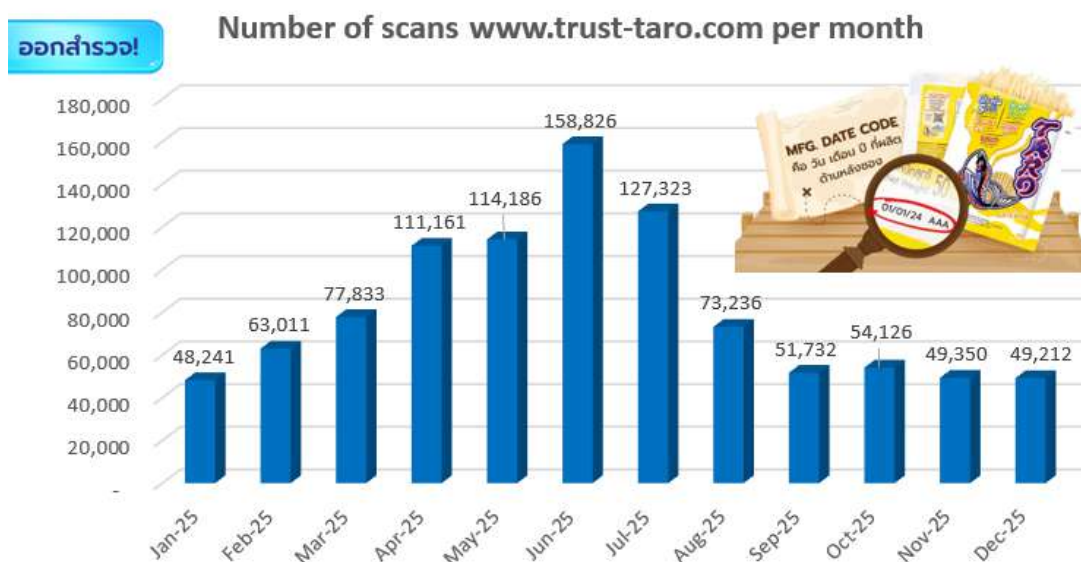


ภาพกาโรชวนสแกนหลังซอง รู้ลึก รู้จริง ตรวจสอบได้ โปร่งใสทุกขั้นตอน

การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า

ผู้บริโภคสามารถอ่านทำความเข้าใจเนื้อหาในส่วนอื่น ๆ แต่ละส่วนได้และสามารถสแกนเพื่อทราบแหล่งที่มาของปลาที่เป็นวัตถุดิบที่ ถูกนำมาแปรรูปเป็นซูริมิของแต่ละบริษัทที่เราคัดเลือกได้ในทุกช่องของกลุ่มผลิตภัณฑ์ทาโร

ในปี พ.ศ. 2568 บริษัทกำหนดเป้าหมายการผลักดันให้ผู้บริโภคมีความตระหนักรู้ โดยวัดจากปริมาณผู้บริโภคสแกน QR Code เข้า [www : Trust-TARO](http://www.Trust-TARO) อย่างน้อย 20,000 ครั้ง / เดือน



ภาพกราฟแสดงการสแกนของผู้บริโภคเพื่อเข้าระบบทวนสอบย้อนกลับ (Traceability)

จากกราฟแสดงจำนวนครั้งในการสแกนเข้ามาใน [www : Trust-TARO](http://www.Trust-TARO) โดยทุกเดือนมีการสแกนเข้ามาเกิน 20,000 ครั้ง และในเดือนที่มียอดผู้บริโภคสแกนเข้ามาสูงสุดคือ 158,826 ครั้ง (เกิดจากการทำกิจกรรมแนะนำเรื่องการทวนสอบย้อนกลับ (Traceability) เข้าโรงเรียน) ซึ่งค่าเฉลี่ยในการสแกนเข้ามาชมในปี 2568 อยู่ที่ 81,519 ครั้ง และเมื่อนับจำนวนยอดสแกนตลอดปีช่วงเดือน ม.ค. - ธ.ค. 2568 คือ 978,236 ครั้ง ถือเป็นความสำเร็จในการสร้างมาตรฐานความตระหนักรู้ในการบริโภคได้ดีกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า

การจัดซื้อบรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน

ในอีกส่วนหนึ่งของงานจัดซื้อเพื่อนำธุรกิจไปสู่ความยั่งยืนในระยะยาวนั้น บริษัทพรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้มีความมุ่งมั่นในการค้นคว้าพัฒนาร่วมกับผู้ผลิตด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและมีความตั้งใจทำงานมุ่งสู่เป้าหมายความยั่งยืนร่วมกัน เพื่อทำให้มั่นใจว่าบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการผลิตของบริษัท คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์สูงสุด และสามารถลดการใช้ทรัพยากรได้ จากความพยายามและความร่วมมือของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ทำให้บริษัทได้ใช้บรรจุภัณฑ์ชนิดใหม่ ๆ ที่จะเป็นส่วนสนับสนุนแนวทางสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต

อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ที่เป็นส่วนประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์ มีส่วนที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงได้ร่วมกับบริษัทคู่ค้าทำการทดลองและศึกษาความเป็นไปได้ ร่วมกับคู่ค้าในการพัฒนาถุง (retort pouch) ที่ทำจากวัสดุชนิดเดียว (Mono material) เพื่อสามารถนำกลับมา (Recycle) ใช้ใหม่ได้ ซึ่งได้ร่วมกับพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายผลิต ฝ่ายควบคุมคุณภาพและคู่ค้าได้พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ร่วมกัน เพื่อให้ได้มาซึ่งการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน ลดผลกระทบต่อทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยนำร่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับสินค้าแบรนด์ของบริษัทและนำเสนอให้กลุ่มลูกค้าที่ให้ความสนใจโดยในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ดำเนินการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

แผนงานในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมกับคู่ค้า

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



ภาพแสดงตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ที่ร่วมพัฒนากับคู่ค้า

การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

ร่วมกับคู่ค้าพัฒนาขนาด
และความหนาของบรรจุภัณฑ์
(กระป๋อง และ Szhrink flim)



100%

หมึกพิมพ์ที่ใช้ในการพิมพ์
ชนิดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
(Water base)



100%

บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากเยื่อกระดาษ
ที่มีการรับรองมาจากป่าปลูก FSC
(Forest Stewardship Council)



100%

การจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นอีกกลยุทธ์ในการจัดซื้ออย่างมีความรับผิดชอบเช่นกัน เพื่อทำให้มั่นใจว่าการผลิตสินค้าและบริการก่อให้เกิดการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการจัดซื้อจัดจ้างซึ่งนอกจากความโปร่งใสและความเป็นธรรมแล้วยังคำนึงถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบตั้งต้นกระบวนการผลิตของสินค้าต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรืองานบริการที่ดำเนินการว่าจ้างต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พิจารณาจากวัสดุหรือส่วนประกอบสำคัญในการผลิตสินค้าและบริการ ที่มีส่วนก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงได้มีการศึกษาร่วมกันกับคู่ค้าถึงความเป็นไปได้ในการนำวัสดุที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิลกลับมาใช้งานใหม่ ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกวัสดุที่นำมาใช้และการออกแบบ เพื่อให้ได้มาซึ่งการใช้สินค้าและบริการที่ยั่งยืน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยนำร่องจากการจัดซื้อสินค้าบรรจุภัณฑ์, กลุ่มพรีเมียมและอุปกรณ์/สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้า เป็นต้น

เป้าหมาย (KPI)

- สรรหา/สั่งซื้อสินค้า ที่มีกระบวนการผลิต ที่คำนึงถึงด้าน ESG จำนวน 6 ชิ้นงาน ภายในปี 2568



การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า

จากการที่บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานที่ต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ESG (Environment, Social, Governance) ฝ่ายจัดซื้อจึงพิจารณาสรรหาคัดเลือกคู่ค้าที่มีแนวคิดดังกล่าว เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าที่ใช้วัสดุรีไซเคิลและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเป้าหมายในการจัดซื้อสินค้าไปยังกลุ่มบรรษัทผู้ผลิตสินค้าพรีเมียมและสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

- ในปี 2568 ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีการจัดซื้อจัดจ้างที่คำนึงถึงด้าน ESG จำนวน 6 ชั้นงาน ดังนี้

รายการสินค้าสั่งซื้อ	จำนวน	ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
1. เลื่อเซ็ดฮาวาย ทาโร	845 ตัว	• Green Material 40% Other 60%
2. สายแขวนทาโร	16,750 ใบ	• Green Material 77% Other 23%
	17,400 ชิ้น	• กระดาษลูกฟูกรีไซเคิล 46%
		• กระดาษอาร์ต Sustainably Sourced 31%
		• Green Material 80% Other 20%
		• กระดาษลูกฟูกรีไซเคิล 50%
		• กระดาษอาร์ต Sustainably Sourced 30%
เสื้อคอกลมทาโร	250 ตัว	• Green Material 40% Other 60%
3. แขนยาว	100 ตัว	
4. แขนสั้น	150 ตัว	
5. กระเป๋าหูรูดทาโร	500 ใบ	• Green Material 40% Other 60%
6. กล่องโซว์ทาโร Cut Case Box	3,000 ใบ	• Recycle paper 74%จากกระดาษเท่านิตยสาร, หนังสือพิมพ์
		• Soy Ink 5%, Other 21%

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

จำนวนรายการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทำได้ตามเป้าหมาย



100%

มูลค่าการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกลุ่มสินค้า POP



25%

มูลค่าการจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกลุ่มสินค้าพรีเมียม



5%



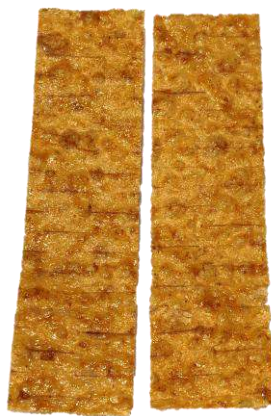
ภาพแสดงชิ้นงานการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน

กาโร แผ่นแซบ ผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าใหม่

ปัจจุบันเป็นที่ทราบทั่วกันว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์กาโรเป็นสินค้าที่เป็นที่รู้จักและวางจำหน่ายในตลาดมาอย่างยาวนาน โดยยังคงยึดมั่นในการนำเสนอสินค้าที่ให้คุณประโยชน์แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด มุ่งมั่นในการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า โดยให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบปลาอย่างครบถ้วนและคุ้มค่า ด้วยแนวทางการใช้ประโยชน์จากปลาทั้งตัว ในกระบวนการผลิต เพื่อลดการสูญเสียทรัพยากรและลดของเหลือจากกระบวนการผลิต พร้อมทั้งต่อยอดพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้าง "คุณค่าใหม่" จากวัตถุดิบอย่างยั่งยืน จากแนวคิดดังกล่าว บริษัทได้ทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ กาโรแผ่นแซบ จำนวน 2 สรสชาติ ได้แก่รสปลาหมึกแซบ และรสน้ำจิ้มลูกชิ้น โดยในกระบวนการผลิตมีการใช้ประโยชน์จากส่วนประกอบอื่นจากปลา ที่ช่วยเพิ่มปริมาณแคลเซียมจากธรรมชาติ เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ต้องการขนมขบเคี้ยวที่ทั้งอร่อยและมีคุณค่าทางโภชนาการ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้เริ่มวางจำหน่ายในปีที่ผ่านมา และได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงตอบสนองความต้องการของตลาด แต่ยังส่งเสริมสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค ควบคู่ไปกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน



ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าใหม่
(กาโรปลาแผ่นแซบ รสปลาหมึกแซบ และ รสน้ำจิ้มลูกชิ้นแซบ)

การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน

พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับพืชจาก FOOD WASTE

จากกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนร่วมกัน ด้วยการพิจารณาโอกาสในการสร้างสินค้าและบริการจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจสูงสุด ตลอดจนลดผลกระทบจากการทิ้งเศษวัสดุที่เหลือใช้ในการกระบวนการผลิต เพื่อเป็นการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน จากเศษวัสดุที่เหลือใช้ ที่ยังคงมีประโยชน์และคุณภาพที่ดี มาสร้างให้เกิดประโยชน์ต่อคน ชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อมในห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืนต่อไป

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายปลากระป๋องสำเร็จรูป และอาหารสัตว์คุณภาพสูงซึ่งจะมีส่วนต่าง ๆ ของปลา เช่น หัว พุง ก้าง หาง หน้าง ที่ถูกคัดแยกมาจากกระบวนการผลิต ดังนั้นบริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า โดยการแปรรูปวัตถุดิบที่เหลือใช้ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ที่ไม่เพียงช่วยลดของเสียและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังเป็นการสร้าง "คุณค่าใหม่" จากของที่เหลือจากกระบวนการผลิต เกิดเป็นวงจรการผลิตที่ครบถ้วน คุ้มค่า และยั่งยืน Power Fish จึงไม่ใช่แค่ปุ๋ยอินทรีย์ แต่คือผลของการคิดอย่างที่ดีที่ถนอม ด้าน เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดและความคุ้มค่าจากทุกทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อให้เกิดคุณค่าใหม่ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร ชุมชน และสังคม



"Power Fish" ปุ๋ยอินทรีย์คุณภาพสูงสำหรับพืช จากการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า สู่วัสดุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ Power Fish ใส่ใจในคุณภาพด้วยการผลิตที่ปลอดภัย ไม่ใช้สารเคมี ควบคุมกับการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ ผ่านการรับรองด้วย มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM เท่าเทียมกับสหภาพยุโรปจากสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

- อุดมด้วยสารอาหารหลักครบถ้วนทั้ง ไนโตรเจน (N), ฟอสฟอรัส (P) และ โพแทสเซียม (K) เพื่อการเจริญเติบโตของพืช
- มีฮอร์โมนธรรมชาติ เพิ่มผลผลิตให้กับพืชโตเร็วและให้ผลผลิตดี
- ผสมผสานด้วย จุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ เสริมสร้างภูมิคุ้มกันต้านทานโรคพืช
- อุดมไปด้วย กรดอะมิโนมากกว่า 14 ชนิด กระตุ้นการเจริญเติบโตของพืช
- ใช้วัตถุดิบปลากุineaคุณภาพสูง มี แหล่งที่มาตรวจสอบได้ มั่นใจได้ในทุกขั้นตอนการผลิต
- ปราศจากสารเคมี 100% ปลอดภัยต่อพืช ผู้ใช้งาน และสิ่งแวดล้อม
- มีความเข้มข้นสูง สามารถ เจือจางได้ 200 - 1,000 เท่า ใช้งานง่ายและปรับความเหมาะสมได้ตามชนิดของพืช



ภาพแสดงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับพืชจาก FOOD WASTE "Power Fish"

การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน

จากความเชื่อในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ขนมอบเคี้ยวและอาหารสัตว์เลี้ยงที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีความปลอดภัย เพื่อให้ผู้บริโภคและสัตว์เลี้ยงสามารถเข้าถึงอาหารที่มีคุณประโยชน์อย่างเท่าเทียม โดยการนำความรู้และความเชี่ยวชาญสร้างร่วมมือกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการด้วยความรับผิดชอบและช่วยแก้ไขปัญหให้กับสังคมด้วย ประเด็นปัญหาสุขภาพที่เกิดจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเป็นปัญหาสุขภาพที่สำคัญ ซึ่งนับวันจะทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น จากสาเหตุพฤติกรรมบริโภคที่ไม่เหมาะสม ขาดความรู้ความเข้าใจในการเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณประโยชน์ตามหลักโภชนาการ เพื่อสร้างสุขภาพและความสุขให้กับผู้บริโภคและสัตว์เลี้ยง

ดังนั้นบริษัทฯ จึงเปรียบเสมือนโซ่ข้อกลางระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ด้วยการส่งเสริมสร้างความเข้าใจเพื่อให้ผู้บริโภคปรับพฤติกรรมรับประทานอาหารและขนมที่มีประโยชน์ อาทิเช่น "ปลาสวรรค์ ทรากาโร" ที่มีการลดโซเดียมลง 30% ในทุกผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ใหม่ "ปลาสวรรค์แผ่น ทรากาโร (แผ่นแช่ม)" ที่เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ ด้วยการเพิ่มปริมาณแคลเซียมจากธรรมชาติ ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคขนมอบเคี้ยวที่มีคุณค่าทางโภชนาการ

สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์แอทลาส (Atlas Cat) ได้พัฒนาสูตรอาหารที่มีความหลากหลายให้เหมาะสมกับแมวที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน อีกทั้งธุรกิจเพื่อสังคมภายใต้โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า "มิวนา" ที่ได้ขยายช่องทางจัดจำหน่าย ตลอดจนเปิดร้านกาแฟมิวนา 3 สาขา ได้แก่ ศรีนครินทร์ สาครและสนามบินดอนเมือง และพัฒนาสูตรเครื่องดื่มจากกาแฟหลากหลายเมนูอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสรรคิประสพการณ์การดื่มกาแฟ ตอบโจทย์ความชอบของผู้บริโภคที่แตกต่าง และสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคภายใต้แคมเปญ "มิวนาปลูกมาจนโต" เพื่อเชิญชวนปลูกต้นไม้ทดแทนที่เสื่อมโทรมไป จำนวน 10,000 ต้น ซึ่งเป็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ รักษาป่าต้นน้ำ ส่งเสริมสร้างรายได้ให้เกษตรกรในชุมชนอย่างยั่งยืน ตลอดจนส่งต่อผืนป่าที่สมบูรณ์ให้รุ่นลูกรุ่นหลานต่อไป

ทั้งนี้บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าอย่างต่อเนื่องโดยการตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตสินค้า (Traceability) ด้วยการขยายการทวนสอบย้อนกลับครอบคลุมไปทุกกลุ่มสินค้ากาโร รวมทั้งพัฒนาแนวทางการจัดซื้อวัตถุดิบหลักเพื่อความยั่งยืนและบรรจุดังที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งหาแนวทางร่วมกับคู่ค้าเพื่อนำวัตถุดิบส่วนเหลือ (Waste) กลับมาใช้งานได้เพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันทีมงานด้านการจัดจำหน่ายมีการวางแผนขยายช่องทางจัดจำหน่ายใหม่ ๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และในปีพ.ศ. 2568 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ขับเคลื่อนผ่านการดำเนินงานที่เชื่อมโยงกับการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ เข้าร่วมโครงการ CAC Change Agent อย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายการสร้างแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย เชิญชวนคู่ค้าเข้าร่วมกันประกาศเจตนารมณ์ในการต่อต้านคอร์รัปชัน ยึดหลักธรรมาภิบาลและคุณธรรมจริยธรรม ตามแนวทางคุณค่าหลักของกลุ่มบริษัท พรีเมียร์ บริษัทฯ ได้เปิดเผยรายละเอียดข้อมูลของกิจกรรมเหล่านี้ โดยสามารถพิจารณาเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ของบริษัท www.premier-marketing.co.th



ภาพแสดงถึงผลการดำเนินงานด้านธุรกิจ

สร้างคุณค่าเพื่อพนักงานมั่นคง (สังคมภายใน)

การบริหารจัดการพนักงาน

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

จากความตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าของพนักงานที่มีผลโดยตรงต่อการดำเนินงาน บริษัทฯ จึงได้ปฏิบัติตามนโยบายในด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและความเสมอภาคในการจ้างงานและการบริหารค่าตอบแทนสวัสดิการให้เกิดความเป็นธรรม นโยบายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย ตลอดจนดำเนินการพัฒนาศักยภาพพนักงานเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่รับผิดชอบ โดยมีแนวทางปฏิบัติควบคู่ไปกับการเปิดโอกาสให้พนักงานได้ร่วมกันแสดงความรู้ความสามารถ ยกย่องคุณภาพชีวิตของพนักงานให้เกิดความมั่นคง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การบริหารจัดการพนักงาน

ด้วยบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเตรียมความพร้อมในเรื่องการบริหารจัดการพนักงาน เพื่อรองรับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันก่วงที่ บริษัทฯ จึงมีนโยบายและแผนงานการบริหารจัดการพนักงาน เริ่มจากการทำงานวันแรกจนถึงวันที่พนักงานเกษียณอายุ ตั้งแต่การบริหารค่าจ้างค่าตอบแทน สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ การพัฒนาศักยภาพสร้างความก้าวหน้าในสายอาชีพ ตลอดจนส่งเสริมคุณภาพชีวิตดูแลความอยู่ดีมีสุขด้วยการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการจัดการสวัสดิการและให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติกับพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมอันแสดงถึงการยอมรับในความหลากหลายบนหลักสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระยะยาว

การจ้างงานที่เป็นธรรมและความเสมอภาค

อีกด้านหนึ่งของภาคปฏิบัติในการส่งเสริมความเท่าเทียมและความเสมอภาคของพนักงานนั้น บริษัทฯ การว่าจ้างพนักงานเป็นประเภทรายเดือนเท่าเทียมทุกตำแหน่งงานรวมทั้งพนักงานต่างชาติและได้สนับสนุนให้พนักงานทุกระดับและทุกหน่วยงานเข้าเป็นสมาชิกในคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการและคณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัย เพื่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ตลอดจนร่วมกันดูแลสวัสดิการให้เกิดความอยู่ดีมีสุขและความพึงพอใจของพนักงานไปด้วยกัน

โดยในปี พ.ศ. 2568 ที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทฟอร์เมียร์ได้ดำเนินการทบทวนและปรับปรุงโครงสร้างค่าจ้างครั้งสำคัญ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเสริมสร้างมาตรฐานความเป็นอยู่ของพนักงานให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันบริษัทฯ ได้นำดัชนีค่าครองชีพและปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ อาทิ ค่าที่พักอาศัย ค่าอุปโภคบริโภค และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มาเป็นบรรทัดฐานในการวิเคราะห์ เพื่อให้มั่นใจว่าผลตอบแทนที่พนักงานได้รับนั้นสะท้อนถึงความเป็นจริงและเพียงพอต่อการดำรงชีวิตท่ามกลางสภาวะเงินเฟ้อที่ปรับตัวสูงขึ้น ทั้งนี้ โครงสร้างค่าจ้างใหม่ดังกล่าวได้ผ่านการอนุมัติและมีผลบังคับใช้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งถือเป็นพันธกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ในการดูแลพนักงานเสมือนพันธมิตรทางธุรกิจที่สำคัญ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน

การบริหารจัดการพนักงาน

มาตรฐานแรงงาน (Labor Standards)

นโยบายการให้ความเสมอภาค

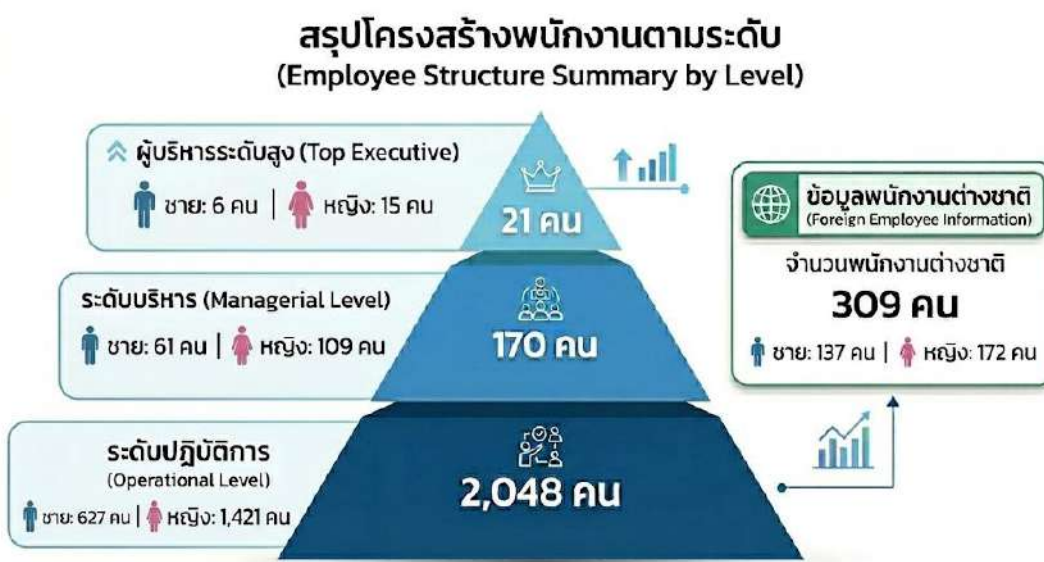
บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ต้องการให้มีความเสมอภาคในโอกาสการจ้างงานทั้งในประเทศและหรือต่างประเทศที่บริษัทฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจให้แก่บุคคลผู้ซึ่งมีคุณสมบัติตามที่บริษัทฯ ต้องการ โดยไม่คำนึง ถึงเชื้อชาติ ศาสนา เพศ ความเชื่อหรือในศาสนา เป็นต้น บริษัทฯ จะจัดให้มีความเสมอภาคในทุกด้านที่เกี่ยวกับการจ้างงาน รวมทั้งการประกาศรับสมัครงาน การจ้าง การมอบหมายงาน การเลื่อนตำแหน่ง การโอนย้าย การเลิกจ้าง การบริหารค่าจ้าง เงินเดือน และการเลือกเข้ารับการอบรม เพื่อพัฒนาพนักงาน รวมถึงการบริหารความหลากหลายและการยอมรับความแตกต่างของบุคคล (Diversity and Inclusion) อย่างเหมาะสม นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความเสมอภาคต่อลูกค้า คู่ค้า ผู้เข้ามาติดต่อ โดยให้ ความเสมอภาคเกี่ยวกับเรื่องของศาสนา และเป็นนโยบายของบริษัทฯ ที่พนักงาน จะต้อง ศึกษาและปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับประเพณีนิยม วัฒนธรรมของแต่ละสังคมที่บริษัทฯ เข้าไปทำธุรกิจด้วย

แนวทางการปฏิบัติ

1. รับฟังและส่งเสริมการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างของบุคคลอื่น
2. บริษัทฯ ส่งเสริมและกระตุ้นให้พนักงานแสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ และเป็นไปตามกรอบของกฎหมายที่กำหนดไว้
3. บริษัทฯ พิจารณาการว่าจ้างพนักงานเป็นประเภทรายเดือนเท่าเทียมทุกตำแหน่งงาน และอยู่บนพื้นฐานของความแตกต่างไม่ว่าจะโดย เพศ ภาษา อายุ สีผิว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ ค่านิยม การศึกษา สถานะทางสังคม เป็นต้น
4. บริษัทฯ ไม่เลือกปฏิบัติในการสรรหาและเลือกสรรพนักงาน โดยให้ความเสมอภาคและโอกาสความเจริญก้าวหน้าในอาชีพตามผลการปฏิบัติงาน
5. บริษัทฯ กำหนดค่าตอบแทนแก่พนักงานอย่างเป็นธรรม พิจารณาดำเนินการตามความเหมาะสมกับสภาพและลักษณะของงาน
6. บริษัทฯ ดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
7. บริษัทฯ ส่งเสริม สนับสนุนการฝึกอบรมและให้การศึกษาเพิ่มเติมเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาพนักงานเพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งบริษัทและพนักงาน

การบริหารจัดการพนักงาน

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568



การพัฒนาศักยภาพและความสามารถพนักงาน

การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของพนักงาน ด้วยการฝึกอบรมพัฒนาเพื่อมุ่งเน้นให้สอดคล้องตามสมรรถนะ (Competency) ทั้ง 3 ด้าน (คุณค่าหลัก, ด้านการบริหารจัดการ, และหน้าที่ความรับผิดชอบ) ให้มีความรู้ความสามารถ ทักษะ และเทคนิค เป็นไปตามเกณฑ์ที่คาดหวัง พร้อมทั้งจัดอบรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ด้านความยั่งยืน (Sustainability) ในหลักสูตร "ปูเส้นทางความคิดสู่ทิศทางความยั่งยืน (Sustainability Mindset & Core Values based Coaching)" ตามแนวทาง "ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน (Harmonious Alignment of Success)" เพื่อส่งเสริมการสร้างผลลัพธ์ที่ได้จากการนำไปพัฒนาปรับใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพตามทิศทางที่ถูกต้อง และสามารถบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

- สร้างโอกาสการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning) นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
- ปิดช่องว่างสมรรถนะ (Competency Gap) ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- พัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่งงาน (Successor) ด้วยแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล (Individual Development Plan)
- สร้างความรู้ความเข้าใจ ด้านความยั่งยืน (Sustainability) ตามแนวทาง "ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน (Harmonious Alignment of Success)" ที่สามารถเชื่อมโยง และนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- พัฒนาบุคลากรในการเพิ่ม Productivity เพื่อให้สอดคล้องและตอบสนองต่อทิศทาง การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการพนักงาน

ตารางสรุปผลการพัฒนาฝึกอบรมพนักงานประจำปี 2568

หลักสูตร	PM	PMF	PCI	MVN
Core Competency				
จำนวนหลักสูตร	4	1	1	2
จำนวนพนักงานเข้าร่วม	384	36	325	33
คิดเป็นร้อยละ	100	3.67	34.69	39.76
Managerial Competency				
จำนวนหลักสูตร	12	3	1	-
จำนวนพนักงานเข้าร่วม	220	3	29	-
คิดเป็นร้อยละ	92.05	0.31	3.09	-
Functional Competency				
จำนวนหลักสูตร	15	35	64	11
จำนวนพนักงานเข้าร่วม	162	930	396	106
คิดเป็นร้อยละ	67.78	94.90	42.26	100



ภาพแสดงการพัฒนาทัศนคติภาพและความสามารถของพนักงาน

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน

สืบเนื่องจากแนวคิดที่ต้องการสร้างวัฒนธรรมให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง เพื่อส่งเสริม สนับสนุน ให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์มาช่วยในการปฏิบัติงาน ซึ่งจัดเป็นหนึ่งในคุณค่าหลัก (Core Value) ขององค์กร บริษัทยังมีความเชื่อว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นเรื่องจำเป็นที่จะทำให้อุตสาหกรรมเติบโตอย่างเข้มแข็งในระยะยาว ดังนั้นบริษัทจึงกำหนดนโยบายส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาปรับปรุงวิธีการทำงาน ตลอดจนการจัดการองค์ความรู้ และการแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อสืบทอดพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากรส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นต่อไป

บริษัท พี.เอม.ฟู๊ด จำกัด ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดองค์ความรู้ ถือเป็นรวบรวมความรู้ ทักษะที่สำคัญต่อการปฏิบัติงานของบริษัท ซึ่งโดยปกติแล้ว ความรู้ ทักษะหรือเทคนิคในการทำงานเหล่านี้ ได้สั่งสมอยู่ในตัวบุคลากรที่มากประสบการณ์ และยังกระจัดกระจายไม่เป็นที่เป็นทาง ดังนั้น เพื่อให้เกิดการสืบทอดและพัฒนาต่อยอดความรู้อย่างเป็นระเบียบ จึงได้เกิดแนวคิดในการรวบรวมจัดเก็บความรู้และทักษะที่สำคัญ โดยผ่านการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนระหว่างผู้รู้ รวบรวมจัดเก็บให้เป็นระบบ เพื่อให้บุคลากรของบริษัทเข้าถึงและศึกษา พร้อมทั้งนำไปปฏิบัติ ให้เกิดประสิทธิภาพในงานได้สืบเนื่องต่อไป

การบริหารจัดการพนักงาน

การมีส่วนร่วมของพนักงานในการพัฒนาปรับปรุงงาน

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด ได้กำหนดให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพิ่มผลิตภาพมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนาปรับปรุงวิธีการทำงานของตนเองหรือของหน่วยงานตนเอง ช่วยลดต้นทุนในการผลิต ลดการสูญเสียต่าง ๆ ช่วยให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีในการทำงานถือเป็น การเพิ่มขวัญกำลังใจให้แก่พนักงาน และพนักงานยังได้เรียนรู้การใช้เทคโนโลยีหรือวิธีการทำงานใหม่ๆ เป็นการเพิ่มทักษะในการทำงาน และพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาปรับปรุงงานและการมีส่วนร่วมของพนักงานมาอย่างต่อเนื่อง โดยได้แบ่งทีมงานที่ช่วยในการขับเคลื่อนโครงการเป็น 2 ทีม ทีมวิชาการ ซึ่งทำหน้าที่อบรมให้ความรู้กับพนักงานเกี่ยวกับเครื่องมือที่จะนำมาใช้และแนะนำเพิ่มทักษะที่จำเป็นในเรื่องการปรับปรุงงาน ทีมส่งเสริม ซึ่งทำหน้าที่ในการส่งเสริมหา กิจกรรมและของรางวัลสนับสนุน เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของพนักงาน รวมทั้งการสื่อสาร, ทำป้าย, และติดบอร์ดประชาสัมพันธ์

ซึ่งการดำเนินงานของทั้ง 2 ทีมต้องทำงานประสานกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดเรื่องดังกล่าวเป็นเป้าหมายรายบุคคล เพื่อใช้ในการวัดผลและประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงานในหมวด People Goal อีกด้วย โดยในปีที่ผ่านมาโครงการพัฒนาปรับปรุงงานมีผลการดำเนินงาน ดังนี้



ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

จำนวนพนักงานที่มีส่วนร่วม



359
(คน)

จำนวนข้อเสนอแนะ
ที่ได้นำไปปรับปรุง



94
(เรื่อง)

จำนวนข้อเสนอแนะ
ของพนักงานทั้งหมด



887
(เรื่อง)

การบริหารจัดการพนักงาน

ในปี พ.ศ. 2568 ที่ผ่านมานั้นบริษัทได้จัดพื้นที่ให้พนักงานเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านโครงการ "คนจริงไม่ทิ้งญาติ" ที่ดำเนินการมาต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 เพื่อให้โอกาสพนักงานส่งมอบคุณค่าที่ดี แบ่งปันความสุข ความสำเร็จให้กับคนในสังคมที่มีโอกาสน้อยกว่าทั้งใกล้ตัวและไกลตัว โดยในปีนี้โครงการฯ ได้ร่วมกับสายงานพัฒนาความยั่งยืนทางสังคมผ่าน 3 มูลนิธิ ที่ต้องการทีมงานจิตอาสาช่วยสร้างสังคมที่ดี โดยเริ่มจากการฟังปัญหาจากแต่ละมูลนิธิแล้วร่วมกันนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์ตามความสนใจหรือความถนัดของตนเอง ซึ่งผลจากการดำเนินงานสามารถขยายผลการพัฒนาเป็นโครงการต่าง ๆ ต่อจากปีที่แล้ว และสำหรับโครงการที่ได้ต่อยอดและนำไปสู่การลงมือปฏิบัติได้จำนวน 5 โครงการ ดังนี้

- อัตราการลาออกนักเรียนทุนยุวพัฒน์ ลาออกจากเรียนกลางคัน 111 คน เนื่องจากปัญหาความยากจน ปัญหาการเรียน ฯลฯ
- วิกฤตสุขภาพและการเด็กไทยยังน่าห่วงเสี่ยงต่อโรคอ้วนและขาดสารอาหาร
- ปลอดภัยพลังความคิดสร้างสรรค์เด็กปฐมวัยด้วยการหนุนครูและผู้ปกครอง สร้างการเรียนรู้อิสระให้เด็กได้เล่นและเติบโตได้ชัดจำกัด
- ช่องทางแนะแนวอาชีพเพื่อเป็นไกด์ไลน์ให้เด็กมัธยมได้รู้จักอาชีพที่หลากหลาย
- โลกร้อนกระทบทะเลทราย-กระบี่ เอ็นไทม์ผนึกพลังชุมชน สร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อการอนุรักษ์ที่ยั่งยืน

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2567 ที่ผ่านมานั้น กลุ่มคนจริงฯและมูลนิธิ ได้ร่วมประชุม ออกแบบโครงการและพัฒนาโครงการต่าง ๆ เพื่อลงพื้นที่และดำเนินการตามแผนงาน โดยมีการสรุปผลความคืบหน้าครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2568 ไปแล้ว

คนจริง ไม่ทิ้งญาติ

เพราะเราเชื่อว่า ชีวิตจะมีความหมายมากกว่าเดิม เมื่อเราได้สร้างคุณค่าให้สังคมที่เราอยู่

FOOD FOR GOOD เร่งสร้างความรู้และทักษะการดูแลงานอาหาร โภชนาการ และสุขภาพเด็กที่ถูกต้องให้กับโรงเรียน

โจทย์
ชวนคนจริง สอนทำอาหารสำหรับเด็กที่รวมรวมห้องดูแล การจัดการโภชนาการของเด็กอย่างเหมาะสม ผ่านการเรียนรู้และประสบการณ์การทำสวนร่วมกับฟาร์มของ FOOD FOR GOOD เพื่อให้โรงเรียนเป้าหมายสามารถจัดการเมนูได้เหมาะสม ประสิทธิภาพ

โจทย์
ชวนคนจริงมารวบรวมความรู้ของเอ็นไทม์ เพื่อขยายผลการทำงานกับชุมชนในอนาคต และสร้างแพลตฟอร์ม คอมมูนิตีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมกับเยาวชนในพื้นที่ เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนร่วมกันวางแผนทรัพยากรธรรมชาติให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

โครงการคนจริง คือ โครงการที่ส่งเสริมให้คนฟรีเมียร์ ไม่ทิ้งญาติกับปัญหาสังคมรอบตัว และเป็นพื้นที่ให้ทุกคนได้นำคุณค่าหลักมาปฏิบัติ ร่วมลงมือทำ เพื่อแก้ปัญหาทางสังคมร่วมกับสายงานพัฒนาความยั่งยืนของสังคม ในประเด็นที่หลากหลาย โดยใช้ทักษะ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญของแต่ละคนมาร่วมกันทำงาน

ภาพกิจกรรมในโครงการ "คนจริงไม่ทิ้งญาติ"

การบริหารจัดการพนักงาน

การดูแลรักษาพนักงาน

เพื่อตอบสนองปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ "ธุรกิจก้าวหน้า พนักงานมั่นคง สังคมยั่งยืน" และสร้างความพึงพอใจให้กับพนักงาน เกิดความผูกพันที่ดีต่อองค์กร (Employee Engagement) ที่มุ่งเน้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการสรรสร้างความสุขและบรรยากาศที่ดี ร่วมกัน ก่อเกิดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันในองค์กร ร่วมถึงการให้ความสำคัญกับการสร้าง Work life balance แต่พนักงานให้ผ่อนคลายและเป็นประโยชน์ระหว่างการทำงาน ผ่านคณะกรรมการสวัสดิการ และคณะกรรมการองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) ด้วยโครงการ และ/หรือ กิจกรรมต่าง ๆ เช่น Energy Day "ชวนปลูก ชวนเปลี่ยน", จังหวะโรส กับกาโร, สงกรานต์สนุก สาดสุขกับกาโร, แต่งชุดให้เป็นผี, ซินนสาบาธิ (สมาธิชนะใจตนเอง), "แข่งขับลดถุง" เพื่อส่งเสริมการดูแลสุขภาพพนักงาน และรายการวิทยุเปิดเพลงตามคำขอและแจ๊ซข่าวสาร (PM Sharing Radio)

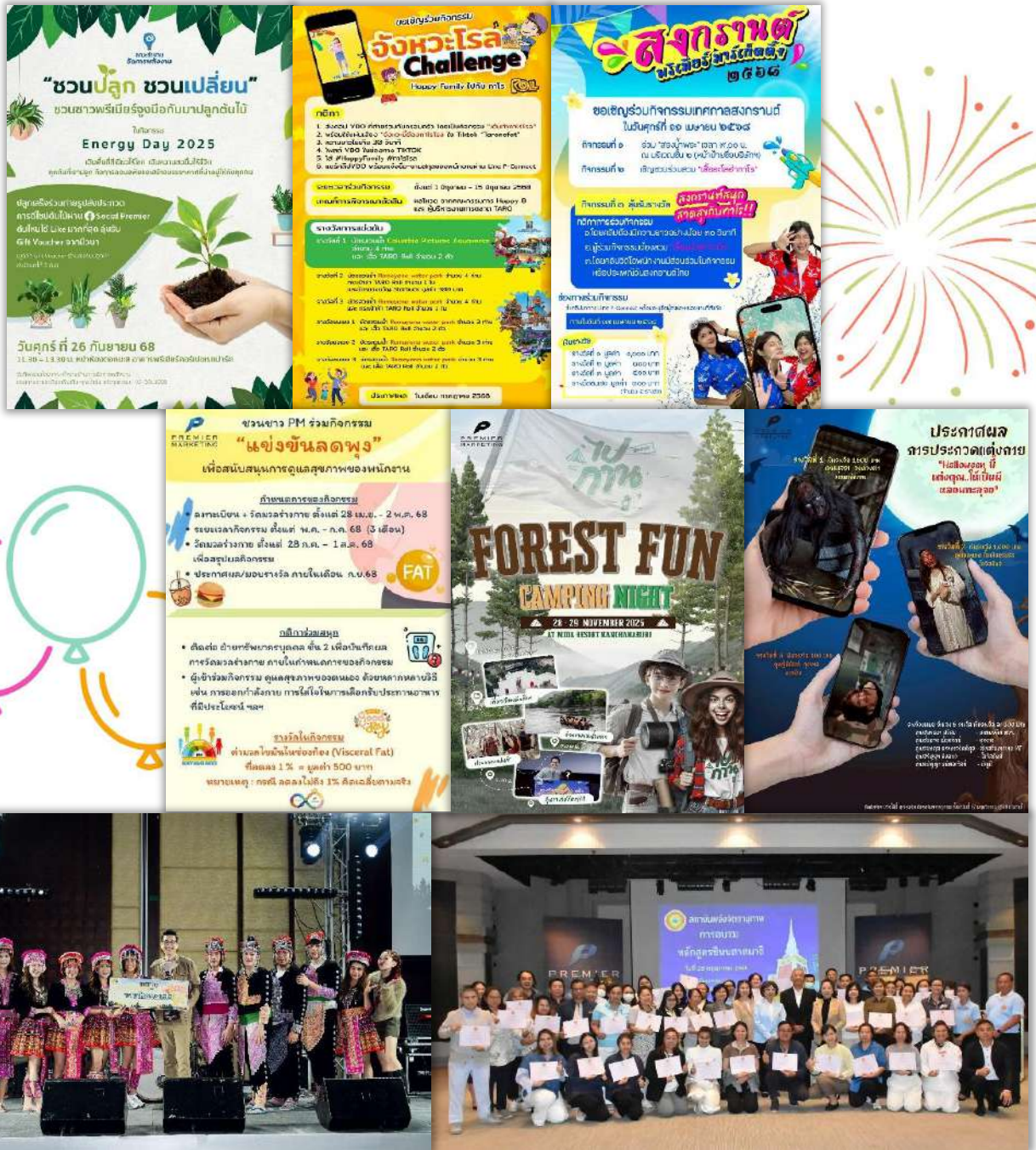
นโยบายและแนวทางการปฏิบัติในการดูแลพนักงาน อ่านเพิ่มเติมได้จาก <https://www.premier-marketing.co.th/sustainability/sustainability-stable-focus/staff-care>

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568



การบริหารจัดการพนักงาน

ตัวอย่างกิจกรรมส่งเสริมคุณภาพชีวิตและดูแลรักษาพนักงาน



ภาพแสดงกิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนงานการดูแลรักษาพนักงาน

การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน

สิทธิมนุษยชนและชุมชน (Human Rights & Community)

บริษัทยังคงให้ความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีการกำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนให้ผู้บริหารทุกระดับในองค์กรดูแลรับผิดชอบและถือเป็นเรื่องสำคัญในทางปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานภายใต้สายบังคับบัญชาได้ทราบทำความเข้าใจ และปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ ครบคลุมจนถึงคู่ค้าทางธุรกิจ ผู้ส่งมอบ ผู้รับเหมา และลูกค้า ตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินธุรกิจด้วยความเคารพต่อสิทธิมนุษยชน โดยที่จะไม่ให้การสนับสนุนหรือมีส่วนร่วมใดๆ กับบุคคลและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน

ในปี พ.ศ. 2568 ที่ผ่านมามีบริษัทได้ทบทวนดำเนินการประเมินความเสี่ยงและตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) รวมถึงมีการกำหนดมาตรการเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบในเรื่องดังกล่าวและในปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีข้อร้องเรียนหรือการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน อีกส่วนหนึ่งของการแสดงออกถึงความมุ่งมั่นในการเคารพสิทธิมนุษยชนด้านความหลากหลายของพนักงานในบริษัทควบคู่ไปกับการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม บริษัทยังได้รับการรับรองรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001) และสถานประกอบการกิจการที่มีแนวทางการปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี GLP (Good Labour Practices) จากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

นโยบายและแนวทางการให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน อ่านเพิ่มเติมได้ www.premier-marketing.co.th/sustainability/sustainability-stable-focus/การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน



“ รู้สึกดีใจมากที่เข้ามาทำงานที่บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ทำให้รู้สึกมั่นคงมีรายได้เพียงพอตั้งใจจะทำงาน ที่ PCI ต่อมา ๆ เพราะทำงานที่นี้แล้วสบายใจ เงินเดือน สวัสดิการดี ทำให้มีรายได้เพียงพอให้ส่งเงินกลับบ้านและสร้างครอบครัว สภาพแวดล้อม สักมดี จึงทำให้อยากทำงานที่นี้ไปเรื่อย ๆ บริษัทมีการแจ้งเงินเดือนและสวัสดิการให้รู้อย่างชัดเจนตลอด และเท่าเทียมกัน หัวหน้างานก็ปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนเหมือนกันไม่ว่าจะสัญชาติใด และสามารถใช้อัตริการทุกอย่างของบริษัทได้ทั้งหมด เช่น สิทธิการลาทุกประเภท การได้รับเงินเดือนการปรับเงินเดือนและโบนัส นอกจากนี้ยังได้รับโอกาสเป็นหนึ่งในคณะกรรมการสวัสดิการพนักงาน คอยรับฟังเรื่องราวที่เพื่อน ๆ พนักงานอยากแจ้งหรือแก้ไข เป็นกระบอกเสียงเพื่อพัฒนาองค์กรร่วมกัน ซึ่งรู้สึกภูมิใจในตัวเองมากที่ได้ทำหน้าที่นี้ ”

THAN ZAW OO (บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด: พนักงานแผนกปิดฉาก)

“ รู้สึกภูมิใจและดีใจมากที่ทำงานที่นี้ ตนเองเข้ามาทำงานในประเทศไทยและทำงานที่ PCI เป็นที่แรก พร้อมกับคุณแม่ ไม่เคยอยากทำงานที่อื่นเลยเพราะรู้สึกที่นี้ดี ทำงานแล้วมีความสุข ค่าตอบแทน สวัสดิการที่ดี การเดินทางที่สะดวก มีรถรับ-ส่ง ราคาอาหารในโรงอาหารก็ไม่แพง ได้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับเพื่อน ๆ มีเงินเหลือส่งกลับบ้าน และได้ใช้สวัสดิการลาพักร้อนเพื่อกลับบ้านประเทศเป็นมาร์ตามเทศกาลได้ ตนเองมีความตั้งใจจะทำงานที่นี้ไปเรื่อย ๆ เมื่อลูกเติบโตขึ้นเรียนหนังสือ ก็จะใช้สวัสดิการขอทุนการศึกษาบุตรด้วย รู้สึกดีที่มีเพื่อน ๆ จากประเทศตัวเองเป็นหนึ่งในคณะกรรมการสวัสดิการบริษัท

บริษัทและหัวหน้างานปฏิบัติกับพนักงานเหมือนกันหมดทุกสัญชาติ และได้รับสิทธิสวัสดิการทุกอย่างของบริษัทเหมือนกัน เช่น การได้รับเงินเดือน โบนัส และสิทธิการลาทุกประเภทเหมือนกันซึ่งคิดว่าคุ้มค่ามาก ๆ ทำให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงาน ”

ZIN MYO THET (บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด: พนักงานแผนกผู้นำ)



การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน

อีกส่วนหนึ่งของการแสดงออกถึงความมุ่งมั่นในการเคารพสิทธิมนุษยชนด้านความหลากหลายของพนักงานในองค์กรควบคู่ไปกับการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม บริษัทและบริษัทย่อย มีนโยบายสนับสนุนการจ้างงานคนพิการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คนพิการเหล่านั้นสามารถประกอบอาชีพมีรายได้ พึ่งพาตัวเอง ลดภาระให้กับครอบครัว อีกทั้งยังสร้างความภาคภูมิใจในตัวเองที่สามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯมีการจ้างงานคนพิการ 2 รูปแบบ คือการจ้างงานคนพิการเป็นพนักงานประจำในบริษัท จำนวน 18 คน และการจ้างงานคนพิการผ่านมูลนิธิธวัชธรรมทางสังคม จำนวน 5 คน โดยพนักงานในกลุ่มนี้จะเข้าทำงานในสถาบันต่างๆของชุมชนที่เป็นภูมิสำเนาของแรงงานคนพิการ สำหรับการจ้างงานผู้สูงอายุ บริษัทเห็นความสำคัญและได้ดำเนินการว่าจ้างอย่างต่อเนื่อง ในปีที่ผ่านมาได้มีการว่าจ้างงานผู้สูงอายุ จำนวน 12 คน ซึ่งพนักงานกลุ่มดังกล่าวมีประสบการณ์และสุขภาพแข็งแรง สามารถปฏิบัติงานและพัฒนาทักษะให้เข้ากับการทำงานในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

บริษัทปฏิบัติตามกรอบ UN Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs) หรือที่ "หลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน"

1. การคุ้มครองสิทธิมนุษยชน (Protect): ดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายและมาตรฐานสากล เพื่อสนับสนุนให้เกิดสภาพแวดล้อมที่สิทธิมนุษยชนได้รับการคุ้มครอง การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และนโยบายระดับองค์กร
2. การเคารพสิทธิมนุษยชน (Respect): "ไม่ละเมิด" และ "จัดการ" ผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ คำนึงถึงกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence - HRDD) และ ความหลากหลายและการยอมรับ (Diversity and Inclusion - D&I)
3. การเยียวยา (Remedy): เมื่อเกิดข้อผิดพลาดหรือมีการร้องเรียน บริษัทมีกลไกที่เข้าถึงได้และมีประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหา คือช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน (Grievance Mechanism) และกระบวนการแก้ไขที่จับต้องได้

นโยบายการให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน
อ่านเพิ่มเติมได้จาก www.premier-marketing.co.th/sustainability/sustainability-stable-focus/การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

จำนวนการจ้างผู้สูงอายุ



12
(คน)

จำนวนข้อร้องเรียน
การละเมิดสิทธิมนุษยชน



0
(ข้อร้องเรียน)

สร้างโอกาสด้วยการจ้างงานผู้พิการ



23
(คน)

การบริหารจัดการความปลอดภัยในการทำงาน

สุขภาพและความปลอดภัย (Health & Safety)

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีความตระหนัก และห่วงใยในชีวิต ทรัพย์สิน และสุขภาพของ พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคน จึงกำหนดนโยบาย เป้าหมายและแผนงานการดำเนินงานด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความปลอดภัยในการทำงาน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา และพนักงานทุกคน ต้องให้ความร่วมมือทั้งในระหว่างการทำงานตลอดจนการดำเนินชีวิตนอกเวลา

- **สภาพแวดล้อมความปลอดภัยในการทำงาน** บริษัทยังคงมุ่งดำเนินการเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ถูกต้องเหมาะสมและความปลอดภัยอาชีวอนามัยสำหรับผู้ปฏิบัติงานและผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถป้องกันและลดอัตราการบาดเจ็บ การเจ็บป่วยและอุบัติเหตุจากการทำงาน ทั้งนี้บริษัทไม่มีผู้รับเหมาและคู่ค้าที่มาปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัท
- **ความปลอดภัยด้านกระบวนการผลิต** ในส่วนกระบวนการผลิตนั้น บริษัทได้คำนึงถึงความปลอดภัยโดยการจัดทำมาตรการเพื่อป้องกันอุบัติเหตุและการบาดเจ็บที่เกี่ยวข้องจากกระบวนการผลิต รวมทั้งมีการประเมินขั้นตอนการดำเนินงาน การควบคุมและป้องกันอันตราย เพื่อลดความเสี่ยง ตลอดจนมีการฝึกอบรมให้ความรู้ สร้างความเข้าใจให้ผู้ปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ
- **ความปลอดภัยด้านบุคคล** บริษัทมีการกำหนดเป้าหมายในการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยของบุคลากรอย่างชัดเจน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นการส่งเสริมสร้างจิตสำนึกให้ดำเนินการตามกฎระเบียบ ทบทวนมาตรการป้องกัน เพื่อลดความเสี่ยง ความรุนแรง ความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น ทั้งนี้เป้าหมาย แผนงานและผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจัดเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาด้านสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยอาชีวอนามัย

จากการดำเนินงานด้านสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยอาชีวอนามัยในปี พ.ศ. 2568 ที่ผ่านมา ได้ดำเนินการตามแผนงาน อาทิเช่น การตรวจวัดสภาพแวดล้อมการทำงาน การฝึกอบรมให้ความรู้ การซ่อมแซมฉุกเฉิน การซ่อมดับเพลิง และการตรวจสุขภาพประจำปี พร้อมทั้งมีการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยของพนักงานและผู้รับเหมา

นโยบายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

เพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญ ความร่วมมือของพนักงาน และผู้มีส่วนได้เสีย ในด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) จึงได้กำหนดนโยบายเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ดังนี้

1. บริษัทฯ กำหนดนโยบาย เป้าหมาย และแนวทางดำเนินการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปฏิบัติ
2. บริษัทฯ จัดสรรทรัพยากรให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องหรือมาตรฐานอย่างเพียงพอและเหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อบรรลุเป้าหมายอุบัติเหตุเป็นศูนย์
3. บริษัทฯ จัดให้มีการอบรมด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยในการทำงาน เพื่อส่งเสริมความตระหนักรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึกในการปฏิบัติงาน เพื่อคำนึงถึงความปลอดภัยอาชีวอนามัยอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสนับสนุน และส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับ มีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม และวิธีปฏิบัติงานอย่างปลอดภัยยิ่งขึ้น
4. บริษัทฯ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างจริงจัง ตามข้อบังคับ และมาตรฐานความปลอดภัยในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

การบริหารจัดการความปลอดภัยในการทำงาน

5. บริษัทฯ กำหนดให้การคำนึงถึงความปลอดภัยของตนเอง เพื่อนร่วมงาน รวมถึงผู้รับเหมา ผู้มาติดต่อ และผู้มีส่วนได้เสียทุกราย ถือเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบอันดับแรกในการปฏิบัติงาน
6. บริษัทฯ จัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปีแก่พนักงาน ตามลักษณะความเสี่ยงของงาน ให้สอดคล้องตามกฎหมาย
7. บริษัทฯ จัดให้มีการหมุนเวียนเปลี่ยนงานเป็นส่วนหนึ่งของระบบการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยที่เน้นการบริหาร สำหรับพนักงานที่อาจมีความเสี่ยงจากลักษณะหรือสภาพแวดล้อมในการทำงาน
8. บริษัทฯ จัดให้มีการเปิดเผยและรับฟังความคิดเห็นในการรายงานข้อมูลด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตลอดจนได้มีการหารือกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้เกิดการแก้ไข ป้องกัน และขยายผลการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและนโยบายที่กำหนดนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม จึงให้ทุกบริษัทนำไปปรับใช้และสื่อสารให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจต่อไป

ข้อมูลความปลอดภัยอาชีวอนามัย
อ่านเพิ่มเติมได้จาก www.premier-marketing.co.th/sustainability/sustainability-stable-focus/Occupational-Safety

นโยบายและแนวทางการบริหารความปลอดภัยและอาชีวอนามัย
อ่านเพิ่มเติมได้จาก www.premier-marketing.co.th/sustainability/new//imgadmins/source/2568/นโยบายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย*20และสภาพแวดล้อมในการทำงาน.pdf

แนวทางการปฏิบัติ

- อุบัติเหตุที่เกิดจากสภาพแวดล้อมไม่ปลอดภัย อาทิเช่น พื้นที่ยกตัวในการปฏิบัติหน้าที่เครื่องจักรไม่มีการ์ดป้องกันจุดอันตราย ฝาปิดก่อกองชำรุด อุปกรณ์ชำรุด แตกหัก เครื่องมือเป็นโลหะที่มีคมบาดมือ และพื้นที่การปฏิบัติงานเปียกชื้นทำให้ลื่นล้ม เป็นต้น

แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

1. จัดทำแผนการฝึกอบรมในขณะปฏิบัติงาน (On The Job Training : OJT) เพื่อรองรับกรณีพนักงานลาหยุดและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานกรณีพนักงานปฏิบัติงานทดแทนกันในวันหยุด
 2. จัดทำสัญลักษณ์เตือนอันตรายเพิ่มเติมให้เพียงพอและจัดหา safety guard บริเวณเครื่องจักรที่มีอันตราย
 3. จัดเก็บอุปกรณ์แยกประเภทชัดเจนเพื่อให้เกิดความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน (5s.)
 4. อบรมพนักงานเพื่อทวนสอบจุดอันตรายและเน้นย้ำเรื่องการสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล
 5. ตรวจสอบพื้นที่การปฏิบัติงานและอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานก่อนปฏิบัติงานจริง
- อุบัติเหตุที่เกิดจากการกระทำไม่ปลอดภัย อาทิเช่น การไม่ปิดเครื่องจักรก่อนทำความสะอาดหรือซ่อมแซมเครื่องจักร เลือกใช้งานอุปกรณ์ในการทำงานผิดประเภท ยกวัตถุที่มีขนาดใหญ่จนไม่สามารถจับได้อย่างมั่นคงไม่สวมใส่อุปกรณ์ป้องกันในการทำงาน ไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนการทำงานด้านความปลอดภัย และทำงานโดยประมาทหยอกล้อกันขณะปฏิบัติงาน เป็นต้น

แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

1. อบรมพนักงานเพื่อทวนสอบจุดอันตราย และจัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
2. ทบทวนและทำความเข้าใจถึงขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้อง
3. ประชาสัมพันธ์ข่าวสารความปลอดภัย ให้กับพนักงานทุกคน
4. ควบคุมดูแล ทบทวน เน้นย้ำและทำความเข้าใจถึงมาตรฐานขั้นตอนการทำงานที่ต้องใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE) อย่างสม่ำเสมอ

การบริหารจัดการความปลอดภัยในการทำงาน

แผนงานด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

1. ตรวจสอบสภาพพนักงานประจำปีเพื่อเฝ้าระวังโรคเรื้อรัง และค้นหาสาเหตุของความเจ็บป่วย
2. ประสานงานหน่วยงานภายนอก/ประกันสังคม ในการฉีดวัคซีนให้กับพนักงาน
3. ติดตาม อากาศระหว่างเข้ารับการรักษาและจัดหายา/อุปกรณ์การตรวจเฝ้าระวังให้กับพนักงาน
4. ตรวจสอบความปลอดภัยในพื้นที่ เพื่อเฝ้าระวังและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน
5. ดำเนินการซ้อมหนีภัยประจำปีเพื่อเตรียมความพร้อมกรณีเกิดเหตุอัคคีภัย
6. จัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
7. จัดอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้กับพนักงาน และหัวหน้างาน
8. จัดอบรมความปลอดภัยในการใช้สารเคมีอันตรายและซ้อมแผนฉุกเฉินสารเคมีรั่วไหล

เป้าหมายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

1. อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานต้องเป็นศูนย์
2. อัตราการเกิดอัคคีภัยทุกพื้นที่ต้องเป็นศูนย์

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

อัตราการเกิดอุบัติเหตุ
ถึงขั้นหยุดงาน (ราย)



25

อัตราการบาดเจ็บ
ถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)
ครั้ง/200,000 ชั่วโมง



0.95%

อัตราการเกิดอุบัติเหตุ
ถึงขั้นหยุดงาน (ราย) ของผู้รับเหมา



0

จากการดำเนินการกิจกรรมส่งเสริมด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง แต่จากสถิติด้านความปลอดภัย ยังคงเพิ่มขึ้นถึงแม้จะไม่รุนแรง บริษัทตระหนักถึงความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของพนักงานเป็นสำคัญ ในปี พ.ศ. 2568 บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้ยกระดับการดำเนินการด้านความปลอดภัย โดยจัดทำระบบ ISO45001 ระบบบริหารความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และได้รับการรับรองเป็นที่เรียบร้อยแล้ว



การบริหารจัดการความปลอดภัยในการทำงาน

ตารางแสดงสถิติการประสูติอันตรายจากการปฏิบัติงาน

สรุปผลการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน	2565	2566	2567	2568
จำนวนอุบัติเหตุจากการทำงาน (ราย)	28	32	19	65
อุบัติเหตุจากการทำงานที่ต้องหยุดงาน	10	10	9	25
อุบัติเหตุจากการทำงานไม่ต้องหยุดงาน	18	22	10	40
เสียชีวิต (ราย)	0	0	0	0
อัตราการเกิดอัตรากภัย (ครั้ง)	0	0	0	0

หมายเหตุ: ข้อมูลสถิติประสูติอันตรายจากการปฏิบัติงานจาก บริษัทพรีเมียร์ มาเก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ไม่รวมอุบัติเหตุทางรถยนต์

• อุบัติเหตุที่เกิดจากสภาพแวดล้อมไม่ปลอดภัยเป็นจำนวน 25 ราย

จากการสอบสวนในการเกิดอุบัติเหตุพบว่าสาเหตุมาจากสภาพแวดล้อมไม่ปลอดภัย เช่น พื้นที่จำกัดในการปฏิบัติหน้าที่การ์ดป้องกันจุดอันตรายเครื่องจักรชำรุด, เครื่องมือชำรุด, เครื่องมือเป็นโลหะที่มีคมบาดมือ, แสงสว่างในพื้นที่การปฏิบัติงานไม่เพียงพอ และพื้นที่มีการเปลี่ยนแปลงไม่เหมาะสมกับขั้นตอนการปฏิบัติงาน

แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

1. จัดทำแผนการฝึกอบรมในขณะปฏิบัติงาน (On The Job Training : OJT) เพื่อรองรับกรณีพนักงานลาหยุดและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานกรณีที่พนักงานปฏิบัติงานทดแทนกันในวันหยุด
2. จัดหา safety guard ทดแทนบางส่วนที่ชำรุด
3. จัดเก็บอุปกรณ์แยกประเภทชัดเจนเพื่อให้เกิดความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน (5ส.)
4. อบรมพนักงานเพื่อทวนสอบจุดอันตรายและเน้นย้ำเรื่องการสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล
5. ตรวจสอบพื้นที่การปฏิบัติงานและอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานก่อนปฏิบัติงานจริง
6. ดำเนินการตรวจเช็คสภาพอุปกรณ์ เครื่องมือตามระยะเวลาที่กำหนด

• อุบัติเหตุที่เกิดจากพฤติกรรมไม่ปลอดภัยเป็นจำนวน 40 ราย

จากการสอบสวนในการเกิดอุบัติเหตุ พบว่าสาเหตุมาจากการกระทำไม่ปลอดภัย เช่น การไม่ปิดเครื่องจักรก่อนทำความสะอาดหรือซ่อมแซมเครื่องจักร เลือกใช้งานอุปกรณ์ในการทำงานผิดประเภท, ไม่สวมใส่ (PPE) อุปกรณ์ป้องกันในการปฏิบัติงาน, ไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนการทำงานด้านความปลอดภัย Job Safety Analysis (JSA) และปฏิบัติงานโดยประมาทไม่ระมัดระวัง หยอกล้อกันขณะปฏิบัติงาน เช่น รีบเร่งทำงาน, สภาพร่างกายไม่พร้อม เป็นต้น

แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

1. อบรมพนักงานเพื่อทวนสอบจุดอันตราย และจัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
2. ทบทวนและทำความเข้าใจถึงขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้อง
3. แจงให้พนักงานในหน่วยงานทราบถึงสาเหตุการเกิดอุบัติเหตุขณะปฏิบัติงานภายนอก เพื่อให้เฝ้าระวังและเตือนให้มีสติทุกครั้งก่อนปฏิบัติงานนอกพื้นที่
4. ควบคุมดูแล ทบทวน เน้นย้ำและทำความเข้าใจถึงมาตรฐานขั้นตอนการทำงานที่ต้องใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE) อย่างสม่ำเสมอ
5. จัดกิจกรรม Morning Talk และ KYT เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงอันตรายในขั้นตอนการทำงาน
6. ดำเนินการสำรวจอันตรายร่วมกับพนักงานในพื้นที่เพื่อดำเนินการปรับปรุง

สร้างคุณค่าเพื่อพนักงานมั่นคง (สังคมภายนอก)

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

ร้อยพลังสร้างสังคมดี

ที่ปรึกษาของเราเชื่อว่าความสำเร็จไม่สามารถสร้างได้ด้วยตัวคนเดียว ธุรกิจย่อมไม่สามารถอยู่ได้หากหวังเพียงผลกำไรขององค์กร โดยขาดการสร้างคุณค่าสู่สังคมและพนักงาน กลุ่มบริษัทพีแอร์ยึดถือแนวปฏิบัติ “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” และเชื่อว่าธุรกิจและสังคมเป็นเรื่องเดียวกัน เราดำเนินธุรกิจด้วยการนำความเชี่ยวชาญไปแก้ไขปัญหาสังคม และสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมปลูกฝังพนักงานให้เห็นความสำคัญในการร่วมแก้ไขปัญหาสังคมร่วมกัน เพราะสิ่งที่ดีต่อธุรกิจ ต้องสร้างคุณค่าต่อสังคมและพนักงาน จึงจะถือเป็นความสำเร็จที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

จากแนวปฏิบัติดังกล่าว บริษัทจึงใช้หลักการลงทุนผ่านการมีส่วนร่วม เพื่อเป้าหมายการสร้างการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ โดยใช้ทุนทรัพย์ ทุนมนุษย์ การสนับสนุนการลงมือปฏิบัติให้กับภาคีเครือข่ายและองค์กรตัวกลางอย่างเป็นระบบ ผสานแนวคิด ความร่วมมือของพันธมิตรเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Premier Partnership for Sustainability) ด้วยแนวทางสำคัญ 3 แนวทางคือ (1) ร่วมสร้างขีดความสามารถให้กับภาคสังคม (2) สร้างการมีส่วนร่วมทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร (3) การบูรณาการเป้าหมายทางสังคมเข้าสู่การดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมทั้งมิติ สังคม สิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล เพื่อเสริมความแข็งแกร่งและสร้างความยั่งยืนให้สังคม เป็นแนวทางที่บริษัทดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องยาวนานกว่า 30 ปี โดยมีการพัฒนาและขยายผลการดำเนินงานทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

เราเชื่อว่าการแก้ไขปัญหาทางสังคมใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน การบริหารจัดการพลังงานร่วมกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม งานด้านสาธารณสุข และงานด้านธรรมาภิบาลการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน จะมีประสิทธิภาพ ด้วยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน จึงเกิดพลังร่วมของผู้คน หน่วยงาน องค์กรต่างๆ ในสังคม ร่วมผลักดันสร้างกลไกแห่งความยั่งยืนให้เกิดขึ้น และด้วยการสนับสนุนจาก “กลไกความร่วมมือการลงทุนทางสังคม” และ “กลไกความร่วมมือการสื่อสารเพื่อสังคม” จึงจะช่วยหล่อเลี้ยงให้การแก้ปัญหาและสร้างระบบนิเวศของการมีส่วนร่วมไปสู่เป้าหมายของสังคมอยู่ดีมีสุขได้อย่างยั่งยืน



การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

การพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน

ปัญหาและความท้าทาย : ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา

"ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา" ยังคงเป็นโจทย์ใหญ่ของสังคมไทย โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนจากครอบครัวยากจนหรือพื้นที่ห่างไกลที่เสี่ยงหลุดออกจากระบบการศึกษา และขาดโอกาสเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็นต่อการเรียนรู้และการเติบโต ทั้งนี้ ความยากจนไม่ใช่ปัจจัยเดียว แต่ยังมีเรื่องโภชนาการ สุขภาพกายและใจ คุณภาพการเรียนการสอน และสภาพแวดล้อมรอบตัวเด็ก ซึ่งล้วนส่งผลต่อการเรียนรู้ในระยะยาว หากขาดการดูแลที่เหมาะสมในช่วงใดช่วงหนึ่ง เด็กอาจหลุดจากระบบ หรือเติบโตและเรียนรู้ได้ไม่เต็มศักยภาพ

ความท้าทายจึงไม่ใช่แค่การ "ให้" หรือการช่วยเหลือเฉพาะหน้า แต่คือการ "สร้างระบบ" ที่ช่วยให้เด็กเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและเติบโตได้อย่างมั่นคง ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน โรงเรียน ชุมชน และคนในสังคมทุกกลุ่ม

มูลนิธิยูวพัฒน์เชื่อว่า การลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาไม่ใช่หน้าที่ของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่ต้องร่วมมือกัน เพื่อให้เด็กทุกคนมีโอกาสเรียนรู้ เติบโต และก้าวต่อไปบนเส้นทางของตัวเอง

เป้าหมาย : สร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนา "ผลเมืองคุณภาพ"

สร้างระบบนิเวศที่ส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนไทยเติบโตเป็น "ผลเมืองคุณภาพ" โดยสนับสนุนการพัฒนาในมิติต่าง ๆ ทั้งด้านการศึกษา สุขภาพ ทักษะชีวิต และคุณธรรมจริยธรรม เพื่อให้พวกเขามีทักษะพื้นฐานและแนวทางชีวิตที่ต่อยอดได้ในอนาคต

บทบาทของมูลนิธิ : ประสานความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วนเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงร่วมกัน

มูลนิธิ ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงองค์ความรู้ เครื่องมือ และการทำงานของภาคีต่าง ๆ เพื่อให้การพัฒนาเด็กและเยาวชนเกิดขึ้นอย่างรอบด้าน พร้อมทั้งดูแลให้แต่ละโครงการดำเนินไปอย่างมีเป้าหมายและเกิดผลที่วัดได้

กลไกการแก้ปัญหา : การทำงานร่วมกันภายใต้ "ร้อยพลังการศึกษา"

เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา มูลนิธิยูวพัฒน์ทำงานร่วมกับภาคีที่มีความเชี่ยวชาญและเครื่องมือหลากหลาย ภายใต้กลไกความร่วมมือ "ร้อยพลังการศึกษา" ผ่าน 2 งานสำคัญ

1. งานพัฒนาเด็กและเยาวชนโดยตรง

- ด้านการเข้าถึงการศึกษา : สนับสนุนทุนการศึกษาแก่เด็กที่ขาดโอกาส พร้อมติดตามและประเมินประคองตลอดเส้นทางการศึกษา
- ด้านโภชนาการและสุขภาพ : ช่วยให้ได้รับโภชนาการที่สมดุล เพื่อลดภาวะทุพโภชนาการ และเติบโตอย่างแข็งแรง
- ด้านคุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้ : เสริมศักยภาพครู พัฒนาเครื่องมือการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ พร้อมติดตามผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในบริบทพื้นที่จริง
- ด้านทักษะชีวิตและคุณธรรมจริยธรรม : สนับสนุนให้เด็กได้รู้จักตนเอง มีจิตสำนึกที่ดี และเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่รับผิดชอบต่อส่วนรวม

2. งานสร้างการมีส่วนร่วมจากสังคม จากความเชื่อว่าการลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาต้องอาศัยพลังจากหลายภาคส่วน นอกจากการทำงานร่วมกับโรงเรียนและภาคีเครือข่าย มูลนิธิยูวพัฒน์จึงเปิดโอกาสให้ประชาชน องค์กร และพันธมิตร เข้ามาร่วมสนับสนุนเด็กขาดโอกาสในหลากหลายรูปแบบ ทั้งทุนทรัพย์ ทุนมนุษย์ และการแบ่งปันทรัพยากร ผ่านกิจกรรมอาสา แคมเปญ และแพลตฟอร์มธุรกิจเพื่อสังคม เช่น "ร้านปันกัน" ภายใต้แนวคิด "สังคมแห่งการแบ่งปัน" ที่ชวนทุกคนร่วมส่งต่อสิ่งของและโอกาสทางการศึกษา

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร



ผลลัพธ์การดำเนินงาน : จากกลไกสู่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจริง

ตลอดระยะเวลากว่า 32 ปี มูลนิธิยุวพัฒน์ได้ขยายเครือข่ายความร่วมมือผ่าน “โครงการร้อยพลังการศึกษา” ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อการทำงานแบบบูรณาการ ร่วมกับบุคคล ภาคี และองค์กรต่างๆ มีเด็กและเยาวชน ครู โรงเรียน ได้รับประโยชน์เป็นยอดสะสมของโครงการต่าง ๆ กว่า 1,826,392 คน*

ด้านการเข้าถึงการศึกษา

โครงการทุนการศึกษา ส่งน้องเรียน สร้างเด็กดี

จาก “ทุน” สู่ “การดูแลต่อเนื่อง” ที่ช่วยให้เด็กไม่หลุดจากเส้นทางการเรียน

มูลนิธิยุวพัฒน์สนับสนุนให้เด็กและเยาวชนขาดโอกาสได้เรียนต่อจนจบ ม.6 หรือ ปวช.3 อัตราทุนสายสามัญ 7,000 บาท/คน/ปี และ สายอาชีพ 14,000 บาท/คน/ปี โดยไม่เพียงให้ทุนเท่านั้น แต่ยังพัฒนาระบบการดูแลประคับประคองร่วมกับโรงเรียน ครู อาสาสมัคร และครอบครัว เพื่อให้เด็กมีแรงสนับสนุนรอบด้านตลอดเส้นทางการศึกษา

ตั้งแต่เริ่มต้นก่อตั้งมูลนิธิยุวพัฒน์ในปี พ.ศ. 2535 มูลนิธิฯ ได้สนับสนุนทุนการศึกษาแก่เด็กที่ขาดโอกาสจำนวน 100 คน เพื่อให้มีโอกาสดูแลเรียนหนังสือ จนถึงปี พ.ศ. 2568 มูลนิธิฯ ได้สนับสนุนเยาวชนให้สำเร็จการศึกษาแล้วทั้งสิ้น 14,753 คน (ข้อมูล ณ เดือน มีนาคม 2568)

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ในปี 2568 มูลนิธิฯ ช่วยเหลือเยาวชนขาดโอกาสให้เข้าถึงการศึกษา ดังนี้

- 5,647 คน คือจำนวนนักเรียนทุนที่อยู่ในความดูแล
- 804 คน คาดว่าจะสำเร็จการศึกษาในเดือน มีนาคม 2569
- อัตราคงอยู่ของนักเรียนทุน 96.6%
- มูลค่าทุนการศึกษาที่มอบให้รวม 38.4 ล้านบาท

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

โครงการทุนการศึกษาสนับสนุนการศึกษาของเด็กและเยาวชนขาดโอกาส รวม 5,647 คน แบ่งเป็น ทุนสายสามัญ 5,012 คน สายอาชีพ 591 คน และทุนประเภทอื่น 44 คน โดยมีอัตราคงอยู่ของนักเรียนทุนนับตั้งแต่เริ่มรับทุนและยังคงเรียนอยู่ในระดับชั้นต่าง ๆ สูงถึง 96.6% สะท้อนถึงประสิทธิภาพของระบบติดตามและการดูแลอย่างต่อเนื่อง ในเดือน มีนาคม 2569 คาดว่าจะมีนักเรียนทุน 804 คน สำเร็จการศึกษา พร้อมก้าวต่อไปสู่การเรียนในระดับที่สูงขึ้นหรือเริ่มต้นทำงานเพื่อดูแลตนเองครบถ้วนต่อไป (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2568)

ตลอดปีที่ผ่านมา มูลนิธิฯ ทำงานร่วมกับครูในโรงเรียนเพื่อพัฒนากลไกการดูแลนักเรียนทุนให้มีความครอบคลุมและตอบโจทย์บริบทมากขึ้น ผ่านกิจกรรม เช่น "ครูเพื่อนฉัน" ที่ต่อยอดสู่ระบบ "เพื่อนช่วยเพื่อน" ซึ่งเปิดโอกาสให้นักเรียนทุนในโรงเรียนเดียวกันได้รู้จักและช่วยเหลือกันในชีวิตประจำวัน ทั้งด้านการเรียน การใช้ชีวิต และการปรับตัว ขณะเดียวกัน อาสาสมัครของมูลนิธิฯ ก็มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนนักเรียนทุน ผ่านการสื่อสารและพูดคุยในช่องทางต่าง ๆ เช่น ทางโทรศัพท์ แพลตฟอร์มออนไลน์ การเขียนจดหมายให้กำลังใจ รวมถึงการให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เด็กมีพื้นที่ทางใจที่ปลอดภัยและมีกำลังใจในการเรียนและการใช้ชีวิต



ในระดับโรงเรียน โครงการ "ครูนางฟ้า" ขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพครูในการดูแลเด็กกลุ่มเปราะบาง ทั้งในด้านจิตวิทยาสังคม การสื่อสาร การใช้เครื่องมือคัดกรอง และการให้คำปรึกษา โดยปีนี้จัดให้มีการอบรมครูนางฟ้า รุ่น 1 และ 2 มีโรงเรียนเข้าร่วม 20 แห่ง จากการติดตามผลพบว่า โรงเรียนที่เข้าร่วมเริ่มจัดตั้งกลไกการดูแลนักเรียนกลุ่มเสี่ยงภายในโรงเรียน และครูมีบทบาทในการให้คำปรึกษาและดูแลด้านอารมณ์จิตใจของนักเรียนมากขึ้น ทั้งนี้มีแผนขยายการดำเนินงานในปี 2569 เพื่อเสริมความต่อเนื่องของระบบดูแลนักเรียน

นอกจากนี้ มูลนิธิฯ ยังจัดกิจกรรมปฐมนิเทศนักเรียนทุนใหม่ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อเสริมความเข้าใจให้กับครูและผู้ปกครองจาก 175 โรงเรียน ในการดูแลนักเรียนทุนร่วมกัน รวมถึงการลงพื้นที่เยี่ยมนักเรียนทุนรวม 299 คน ใน 8 โรงเรียน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ เชื่อมโยงความร่วมมือ และเติมแรงสนับสนุนให้กับนักเรียนอย่างรอบด้าน



การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

ด้านโภชนาการอาหารและสุขภาพ

โครงการ FOOD FOR GOOD

สร้างรากฐานโภชนาการที่เข้มแข็ง เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนจากโรงเรียนสู่ชุมชน

โครงการ FOOD FOR GOOD ดำเนินงานภายใต้มูลนิธิยุวพัฒน์ มีเป้าหมายเพื่อช่วยเหลือให้เด็กได้รับความสมดุลด้านโภชนาการ มุ่งมั่นที่จะช่วยลดจำนวนเด็กที่มีปัญหาภาวะทุพโภชนาการในประเทศไทย ด้วยการสร้าง "ระบบจัดการอาหารและโภชนาการ" ที่ยั่งยืนในโรงเรียน เสริมองค์ความรู้ให้กับคุณครูและผู้ที่เกี่ยวข้อง เสมือนเป็นการสร้างวิธีการทำงานที่เอื้อให้เกิดมื้ออาหารคุณภาพที่ต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการเสริมงบประมาณค่าอาหารและเกษตร เพื่อจัดซื้อวัตถุดิบให้เพียงพอ รวมถึงการสร้างแหล่งอาหารปลอดภัยในโรงเรียน เชื่อมโยงเครือข่ายในพื้นที่ เพื่อร่วมกันสร้างกลไกการดูแลโภชนาการและสุขภาพเด็กให้ครอบคลุมทั้งที่บ้านและโรงเรียน เพื่อให้เด็กนักเรียนเติบโตอย่างมีคุณภาพทั้งทางร่างกายและสติปัญญา โดยนับตั้งแต่เริ่มต้นโครงการในปี พ.ศ. 2557 - 2568 มีเด็กนักเรียนได้รับการดูแลโภชนาการที่เหมาะสม 50,661 คน

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ในปีการศึกษา 2568 โครงการได้สร้างผลกระทบเชิงบวกที่สำคัญ ดังนี้:

- 7,137 คน จำนวนนักเรียนที่ได้รับอาหารครบถ้วน หลากหลาย และเหมาะสมตามวัย
- 52 โรงเรียนเครือข่าย ที่ได้รับการพัฒนาและสร้าง "ระบบจัดการอาหารและโภชนาการ" ที่ยั่งยืนในโรงเรียน
- 179 ครูผู้นำโภชนาการที่ได้รับการเสริมศักยภาพให้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการรอบด้าน ภายใต้ "หลักสูตรพัฒนาศักยภาพครูโภชนาการโครงการ FOOD FOR GOOD ปีการศึกษา 2568"
- ยกระดับสุขอนามัยพื้นฐานของโรงเรียนด้วยการสนับสนุนเครื่องกรองน้ำดื่มสะอาด จำนวน 11 โรงเรียน และตู้แช่โซล่าเซลล์ เพื่อเก็บรักษาวัตถุดิบสำหรับโรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล 4 โรงเรียน

โครงการ FOOD FOR GOOD ปีการศึกษา 2568 มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพชีวิตเด็กไทยผ่านกลยุทธ์ 4 Good (Good Food, Good Knowledge, Good Farm, Good Health) เพื่อสร้างระบบนิเวศโภชนาการที่โรงเรียนสามารถพึ่งพาตนเองได้จริง โดยในปีนี้ เราผนึกกำลังร่วมกับ 52 โรงเรียนเครือข่าย เพื่อสร้าง "ระบบจัดการอาหารและโภชนาการ" ที่ยั่งยืนในโรงเรียน เพื่อดูแลโภชนาการและสุขภาพของเด็กนักเรียนรวม 7,137 คน พร้อมปลูกปั้นครูโภชนาการ 179 ท่าน ให้เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการเมนูอาหารในโรงเรียน การใช้เทคโนโลยีช่วยติดตามภาวะโภชนาการรายบุคคลอย่างแม่นยำ เพื่อดูแลสุขภาพนักเรียน ควบคู่ไปกับการสร้างแหล่งอาหารปลอดภัย เพื่อเปลี่ยนงบประมาณและวัตถุดิบท้องถิ่นให้กลายเป็นมื้ออาหารที่มีคุณค่าสูงสุดต่อการเจริญเติบโตของเด็ก ๆ หัวใจสำคัญที่เป็นจุดยกระดับการทำงานในปีนี้ คือการที่โรงเรียนสามารถออกแบบกระบวนการ เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกินของเด็ก ๆ จาก "การสอน" สู่ "ความสุขและการลงมือทำ" ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์ อย่างเช่น การใช้ Gamification กระตุ้นการเรียนรู้ การกิจวัตร 5 สี และการปั้นนักเรียนเป็นนักออกแบบอาหาร (Food Stylist) ซึ่งส่งผลให้เด็ก ๆ ลดการเขี่ยผัก สร้างทักษะการรับประทานอาหารมีประโยชน์ การเลือกซื้อปลอดภัย และเสริมความรู้ทางโภชนาการ (Food Literacy) มากขึ้น ความสำเร็จนี้ไม่ได้หยุดอยู่เพียงในรั้วโรงเรียน แต่ยังขยายผลสู่ครอบครัวและชุมชน เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาวะที่ดีในระยะยาว บ่มเพาะให้เด็กไทยเติบโตอย่างแข็งแรง มีสติปัญญาที่พร้อมเรียนรู้ และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน



การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

ด้านคุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้

โครงการพัฒนาเด็กปฐมวัยแบบบูรณาการโดยยึดเด็กเป็นศูนย์กลาง

(Integrated Child-Centered Active Learning Project: ICAP)

เปลี่ยนปฐมวัย พลิกประเทศ

ICAP พัฒนาเด็กปฐมวัยแบบ “ยึดเด็กเป็นศูนย์กลาง” โดยทำงานร่วมกับครูในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กหรือโรงเรียน เพื่อปรับสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ และเสริมกระบวนการจัดประสบการณ์ให้เด็กได้ลงมือทำ คิด และเรียนรู้ผ่านกิจกรรมอย่างมีความหมาย

การขยายห้องเรียน ICAP ดำเนินการโดยผ่าน 2 กลไกหลัก ได้แก่ Model A ที่เก็บโค๊ชลงพื้นที่เพื่อ “ยกระดับห้องเรียนต้นแบบ” และ Model B รูปแบบความร่วมมือในพื้นที่ เช่น หน่วยงานท้องถิ่น/หน่วยบริการ/ครูแกนนำ ช่วยขยายผลไปยังห้องเรียนข้างเคียง นอกจากงานภาคสนาม ยังมีการอบรมและพัฒนาเครือข่าย รวมถึงการติดตามหลังลงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อแลกเปลี่ยนผลลัพธ์ ให้คำแนะนำ และเสริมพลังครูในระยะถัดไป นับตั้งแต่เริ่มต้นโครงการในปี พ.ศ. 2559 - 2568 มีเด็กปฐมวัยได้รับการพัฒนาศักยภาพ 25,675 คน

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ในปี 2568 โครงการ ICAP มีความก้าวหน้าในการขยายเครือข่าย เพิ่มจำนวนและยกระดับคุณภาพการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัย ดังนี้

- 11,077 คน จำนวนเด็กปฐมวัยที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้
- ขยายเครือข่ายห้องเรียน ICAP เพิ่มขึ้น 652 ห้องเรียน ในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก/โรงเรียนอนุบาล 536 แห่ง
- 1,199 ครูผู้ดูแลเด็กปฐมวัยที่ผ่านการอบรมตามแนวทาง ICAP

ในปี 2568 ICAP ขยายห้องเรียนใหม่เพิ่ม 652 ห้อง แบ่งเป็น Model A: 189 ห้อง และ Model B: 463 ห้อง ในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กและโรงเรียนอนุบาล 536 แห่ง มีเด็กปฐมวัยได้รับการพัฒนารวม 11,077 คน และครูผู้ดูแลเด็กผ่านการอบรมแนวทาง ICAP จำนวน 1,199 คน นับตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงสิ้นปี 2568 มีจำนวนห้องเรียน ICAP สะสมรวม 1,107 ห้อง ครอบคลุมศูนย์พัฒนาเด็กเล็กและโรงเรียน 788 แห่ง ใน 74 จังหวัด โดยความก้าวหน้าในปีนี้เกิดขึ้นจากความร่วมมือของหลายภาคส่วนในพื้นที่ หน่วยงานรัฐ หน่วยงานท้องถิ่น โรงพยาบาลชุมชน ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ที่เข้ามาร่วมกัน สร้างห้องเรียน พัฒนาคู่มือ เสริมทรัพยากรและออกแบบระบบดูแลเด็กให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่

ด้านคุณภาพและพัฒนากาเด็ก โครงการติดตามพัฒนากาเด็กปฐมวัยจากการประเมินเฝ้าระวังและส่งเสริมพัฒนากาเด็กปฐมวัย (DSPM) พบว่าเมื่อเด็กได้เรียนรู้ตามกระบวนการ ICAP อย่างต่อเนื่อง กลุ่มเด็กที่ได้รับการประเมินมีแนวโน้มพัฒนากาสมวัยเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ขณะที่เด็กบางส่วนยังอยู่ในกระบวนการติดตามและประเมินซ้ำเพื่อช่วยให้ออกพ้นช่วงวัย ด้านการประเมินทักษะสมองส่วนหน้า (EF) ในกลุ่มเด็กที่เข้าร่วม สะท้อนภาพรวมที่ดี โดยเด็กส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาตรฐาน และมีเพียงส่วนน้อยที่ยังต้องได้รับการส่งเสริมเพิ่มเติม

ในภาพรวม ICAP ไม่ได้เพียง “เพิ่มจำนวนห้องเรียน” แต่ขยับไปสู่การสร้างระบบนิเวศการพัฒนาปฐมวัยที่แข็งแรง ทั้งการมีต้นแบบคุณภาพ การขยายผลโดยพื้นที่ การติดตามเสริมศักยภาพครู และการเชื่อมภาคีเพื่อผลักดันให้การพัฒนาปฐมวัยเป็นไปตามเป้าหมายและไปต่อได้ในระยะยาว



การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

โครงการสื่อดิจิทัล วิกย์ - คณิต ระบบ Learn Education

เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ที่เข้าถึงได้

นวัตกรรมการเรียนรู้ รูปแบบใหม่ โดยใช้เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล ผสมผสานกับการสอนของคุณครู (Blended Learning) ในวิชาคณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ โดยเนื้อหาและตัวชี้วัดตรงตามหลักสูตรแกนกลางของกระทรวงศึกษาธิการฉบับปรับปรุงใหม่ เพื่อการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ และผลสัมฤทธิ์ในการเรียนที่ดีขึ้น ภายใต้การดำเนินงานและพัฒนาระบบ โดย บริษัท เลิร์น เอ็ดดูเคชั่น จำกัด ซึ่งตั้งแต่เริ่มต้นโครงการในปี พ.ศ. 2558 - 2568 มีนักเรียนได้ใช้ประโยชน์จากห้องเรียนดิจิทัล 168,131 คน

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น : จากข้อมูลในภาคเรียนที่ 1/2568 เกิดคุณภาพการเรียนรู้ ดังนี้

- 32,357 คน จำนวนนักเรียนได้รับประโยชน์จากห้องเรียนสื่อดิจิทัล วิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์
- 306 คน จำนวนคุณครูใช้งานระบบฯ เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน
- 120 โรงเรียนเครือข่าย เข้าร่วมโครงการ

จากการดำเนินงานในภาคเรียนที่ 1/2568 มีโรงเรียนเข้าร่วมใช้งานระบบ Learn Education รวม 120 แห่ง มีครูผู้สอน 306 คน และนักเรียนที่ได้รับประโยชน์รวม 32,357 คน แบ่งเป็นผู้เรียนผ่านคอมพิวเตอร์หรือมือถือ (Learn Anywhere) 13,229 คน และผู้เรียนผ่านการใช้โปรเจกเตอร์ร่วมกับครูในห้องเรียน (Projector Base) 19,128 คน จากการติดตามผลการเรียนรู้ก่อนและหลังใช้งาน พบแนวโน้มพัฒนาการที่ดีขึ้นทั้งในรายวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ โดยเฉพาะห้องเรียนที่ใช้สื่อดิจิทัลร่วมกับการสอนของคุณครู ซึ่งช่วยให้เด็กเข้าใจเนื้อหาได้ดีขึ้นและมีส่วนร่วมในชั้นเรียนมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด นอกจากนี้ ผลสำรวจเจตคติของนักเรียนยังสะท้อนความเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก โดยมีความสนใจต่อกเรียนเพิ่มขึ้น และมองเห็นการนำความรู้ไปใช้ในชีวิตรจริงมากขึ้นหลังเรียนผ่านระบบ



การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

โครงการสื่อดิจิทัล ภาษาอังกฤษ ระบบ Winner English

เรียนภาษาอังกฤษอย่างสนุกและสร้างสรรค์

แพลตฟอร์มการเรียนรู้ภาษายุคใหม่จากบริษัท เอ็ดดูเทค อินโนเวชั่น จำกัด พัฒนาขึ้นเพื่อเสริมการเรียนรู้ทั้งในและนอกห้องเรียน ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเนื้อหาที่สอดคล้องกับหลักสูตร ช่วยพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษทั้งฟัง พูด อ่าน เขียน คำศัพท์ และไวยากรณ์ ตั้งแต่นั้นมาจนถึงการใช้งานในชีวิตจริง ตั้งแต่เริ่มต้นโครงการในปี พ.ศ. 2560 - 2568 มีนักเรียนได้เรียนห้องเรียนสื่อดิจิทัลภาษาอังกฤษรวม 122,569 คน

ในปี 2568 มีโรงเรียนขยายโอกาสและพื้นที่ห่างไกลนำระบบไปใช้ทั้งในรูปแบบเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-study) และเรียนร่วมกับครูในห้อง (Collaborative Classroom) โดยครูสามารถใช้สื่อดิจิทัลเป็นผู้ช่วยในการจัดการเรียนรู้ที่ตอบโจทย์ศักยภาพของนักเรียนแต่ละคน ช่วยให้เกิดเข้าถึงการเรียนภาษาอังกฤษได้อย่างสนุกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น จากข้อมูลในภาคเรียนที่ 1/2568 เกิดคุณภาพการเรียนรู้ ดังนี้

- 20,680 คน จำนวนนักเรียนได้รับประโยชน์จากการเรียนภาษาอังกฤษผ่านระบบ Winner English
- 254 คน จำนวนครูใช้งานระบบฯ เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน
- 115 โรงเรียนเครือข่าย เข้าร่วมโครงการ

จากการดำเนินงานในภาคเรียนที่ 1/2568 โครงการขยายการใช้งานสู่ 115 โรงเรียนใน 42 จังหวัด โดยมีครูผู้สอน 254 คน นำระบบไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน และมีนักเรียนได้รับประโยชน์รวม 20,680 คน โครงการแบ่งการใช้งานเป็น 2 ระบบหลัก โดยนักเรียนที่เรียนผ่านระบบ Self-study ได้ฝึกฝนภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่องในแบบที่เหมาะสมกับตนเอง ซึ่งนักเรียนส่วนใหญ่ระบุว่าชอบระบบนี้เพราะเรียนได้ทุกที่ เข้าใจง่าย และช่วยให้กล้าพูดมากขึ้น โดยเฉพาะทักษะคำศัพท์ที่เห็นพัฒนาการได้ชัด ขณะที่ระบบ Collaborative Classroom ช่วยเสริมบทบาทครูให้จัดกิจกรรมการเรียนภาษาอังกฤษในชั้นเรียนได้สนุกและมีส่วนร่วมมากขึ้น เด็กกล้าสื่อสารและเข้าใจบทเรียนมากขึ้น

ในปีนี้ยังมีการนำร่องฟีเจอร์ใหม่ 3 รูปแบบ ได้แก่ Sing Along, Win Town, และ New Writing Practice ที่ใช้ AI เข้ามาช่วยพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน เพื่อให้ภาษาอังกฤษกลายเป็นทักษะที่นักเรียนสามารถเข้าถึงและเรียนรู้ได้จากห้องเรียนของตัวเอง



การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

โครงการครูผู้นำการเปลี่ยนแปลง Teach for Thailand

สอนเพื่อประเทศไทย

Teach for Thailand สนับสนุนให้เด็กนักเรียนในพื้นที่ขาดแคลนได้เรียนรู้กับครูที่มีความมุ่งมั่นตั้งใจ โดยไม่เพียงเติมเต็มความรู้ในวิชาหลัก แต่ยังสร้างแรงบันดาลใจ เสริมทักษะชีวิต และเปิดโลกทัศน์ให้เด็กเห็นศักยภาพของตัวเอง พร้อมก้าวต่อไปสู่นาคตที่พวกเขาเลือกเองได้ โครงการได้เริ่มต้นขึ้นในปี พ.ศ. 2560 ปัจจุบันมีนักเรียนได้เรียนในห้องเรียนครูผู้นำฯ รวม 131,303 คน

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ในปี 2568 จากข้อในมูลภาคเรียนที่ 1/2568 Teach For Thailand เพิ่มโอกาสการเรียนรู้ในโรงเรียน ผ่านครูผู้นำการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

- 3,629 คน จำนวนนักเรียนที่ได้รับประโยชน์จากห้องเรียนครูผู้นำการเปลี่ยนแปลง
- 48 คน จำนวนครูผู้นำการเปลี่ยนแปลงปฏิบัติหน้าที่ในโรงเรียน
- 31 โรงเรียนเครือข่าย เข้าร่วมโครงการฯ

ในปี 2568 มีครูผู้นำการเปลี่ยนแปลง 48 คน ปฏิบัติหน้าที่ในโรงเรียนเครือข่ายร้อยละ 100 ครอบคลุม 13 จังหวัด และเข้าถึงนักเรียน 3,629 คน โดยมีการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการในวิชาหลักอย่างคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และภาษาอังกฤษ เพิ่มขึ้นจากภาคเรียนที่ผ่านมา สะท้อนถึงแนวโน้มที่ดีขึ้นของการเรียนรู้ โดยเฉพาะในโรงเรียนที่มีครูผู้นำฯ รุ่นพี่ที่มีประสบการณ์และสามารถวางแผนการสอนได้ตรงจุด

จากการติดตามผลในภาคเรียนที่ 1/2568 พบว่า นักเรียนมีพัฒนาการด้านทักษะชีวิตและทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 (Character Strength และ Essential Skills) เพิ่มขึ้นในทุกด้าน โดย 3 ทักษะที่เติบโตเด่นชัดที่สุดคือ ความพยายาม (Grit) ความตระหนักรู้ในตนเองและผู้อื่น (Awareness) และการมีส่วนร่วมในห้องเรียน (Collaboration) ตัวอย่างจากห้องเรียนจริงสะท้อนให้เห็นว่าเมื่อกิจกรรมและการเรียนรู้ถูกออกแบบให้เชื่อมโยงกับชีวิตของนักเรียน และตอบโจทย์ความแตกต่างของผู้เรียนแต่ละคน การพัฒนาทักษะเหล่านี้สามารถเกิดขึ้นได้อย่างเป็นธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นการฝึกให้เด็กไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรคในห้องเรียนคณิตศาสตร์ การสร้างพื้นที่ให้เด็กทดลอง ทำงานร่วมกันในกลุ่ม หรือแม้แต่การเรียนรู้จากชุมชนผ่านการสังเกตและตั้งคำถาม สิ่งเหล่านี้จึงไม่ใช่เพียงกิจกรรมในชั้นเรียน แต่เป็นกระบวนการที่ช่วยให้ทักษะสำคัญของเด็กค่อย ๆ เติบโต และนำไปใช้ได้จริงทั้งในห้องเรียนและชีวิตประจำวัน

**Teach for
Thailand**



การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

ด้านทักษะชีวิตและคุณธรรมจริยธรรม

โครงการครูแนะแนวรุ่นใหม่และเครื่องมือการออกแบบชีวิตตนเอง a-chieve

แพลตฟอร์มแนะแนว a-chieve สร้างระบบนิเวศสำหรับครูและนักเรียน พัฒนาครูเพื่อเป็นพื้นที่ปลอดภัยและที่ปรึกษา ให้เด็กได้ค้นพบศักยภาพของตนเองอย่างรอบด้าน ประเมินสภาพแวดล้อมและรู้จักอาชีพรอบตัว รวมถึงสามารถวิเคราะห์เชื่อมโยงงานสามารถออกแบบเส้นทางชีวิตที่เหมาะสมกับตนเองเพื่อการเติบโตอย่างมีความสุขและแข็งแกร่งจากภายใน

โดย ธุรกิจเพื่อสังคม อาชีวะเริ่มต้นโครงการในปี พ.ศ. 2561 จนถึงปี 2568 มีนักเรียนได้รับประโยชน์ 30,335 คน

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น จากข้อมูลในภาคเรียนที่ 1/2568 เกิดคุณภาพการเรียนรู้ ดังนี้

- 2,837 คน คาดการณ์จำนวนนักเรียนเข้าใช้งานเว็บไซต์
- 25 คน คาดการณ์ครูใช้งานและนำแนวทางแนะแนวไปใช้
- 22 โรงเรียน สนับสนุนการใช้งานระบบแนะแนว a-chieve

ปี 2568 ถือเป็นปีแรกของการขยายการใช้งาน "a-chieve to school" อย่างเป็นทางการในระบบในโรงเรียนเครือข่าย โดยมีโรงเรียนสมัครเข้าร่วม 22 โรงเรียน จาก 15 จังหวัด คาดว่าจะมีนักเรียนเข้าใช้งานระบบกว่า 2,837 คน และครูใช้งาน 25 คน แพลตฟอร์มนี้ช่วยให้ครูแนะแนวสามารถติดตามพัฒนาการของนักเรียนรายบุคคล ลดภาระงานเอกสาร และออกแบบการแนะแนวให้ตอบโจทย์เด็กแต่ละช่วงวัย ขณะเดียวกัน นักเรียนก็ได้เรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่ออกแบบมาเพื่อสำรวจตัวเอง รู้จักอาชีพ คณะ และวางแผนเส้นทางชีวิตที่สอดคล้องกับตัวเอง ตลอดทั้งปีมีการจัดกิจกรรมเสริมทั้งด้านอารมณ์และการเรียนรู้ เช่น ดูแลใจ ออกแบบทางเลือก และรู้จักคณะ รวม 6 ครั้งสำหรับนักเรียน และ 3 ครั้งสำหรับครู โดยในช่วงที่เกิดอุทกภัยในภาคใต้ โครงการยังได้จัดกิจกรรม "How to ดูแลใจ Special" เพื่อให้พื้นที่รับฟังและดูแลความเครียดของนักเรียน สะท้อนแนวทางของโครงการที่ให้ความสำคัญทั้งด้านการเรียนรู้ ทักษะชีวิต และสุขภาวะทางใจอย่างรอบด้าน



การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

โครงการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม โดย สถาบันพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม

สถาบันพัฒนาโรงเรียนคุณธรรมดำเนินงานร่วมกับโรงเรียนทั่วประเทศ เพื่อพัฒนาคุณธรรมทั้งโรงเรียนอย่างเป็นระบบ ผ่านการอบรม พัฒนา การนิเทศติดตาม และการสนับสนุนการทำงานในพื้นที่ร่วมกับทีม "นิเทศอาสา" เพื่อช่วยให้โรงเรียนบูรณาการคุณธรรมเข้ากับการเรียนการสอนและการใช้ชีวิตประจำวันของนักเรียนได้อย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งถอดโรงเรียนที่มีศักยภาพให้เป็นแหล่งเรียนรู้และสถานศึกษาต้นแบบด้านคุณธรรม ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการในปี 2562 จนถึงปี 2568 มีนักเรียนได้รับประโยชน์จาก "โครงการคุณธรรม" ในโรงเรียน 1,282,965 คน

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น จากข้อมูลในภาคเรียนที่ 1/2568 โครงการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม สร้างผลกระทบเชิงบวก ดังนี้

- 330,225 คน จำนวนนักเรียนที่ได้รับประโยชน์จากโครงการคุณธรรมในโรงเรียน
- 21,200 คน จำนวนผู้บริหาร/ครู ในโรงเรียนได้รับประโยชน์
- 527 แห่ง สถานศึกษาเครือข่ายที่ได้รับการนิเทศติดตาม
- 61 ท่าน จำนวนนิเทศอาสา ดูแลติดตาม ควบคู่กับกิจกรรมเสริมพลังในพื้นที่

ในภาคเรียนที่ 1 ปี 2568 สถาบันพัฒนาโรงเรียนคุณธรรมดำเนินงานร่วมกับสถานศึกษาเครือข่าย 527 แห่งทั่วประเทศ มีผู้ได้รับประโยชน์รวม 351,425 คน แบ่งเป็นผู้บริหารและครู 21,200 คน และนักเรียน 330,225 คน ภายใต้กรอบ "4+6 โมเดล" ซึ่งช่วยให้โรงเรียนพัฒนาคุณธรรมอย่างเป็นระบบ ทั้งด้านทัศนคติ พฤติกรรม กระบวนการเรียนรู้ และการบริหารจัดการ

การดำเนินงานยังคงให้ความสำคัญกับการนิเทศติดตาม งานวิจัย และการพัฒนาครูอย่างต่อเนื่อง โดยมีนิเทศอาสา 61 ท่าน 32 ทีม ดูแลโรงเรียนในความรับผิดชอบทั่วประเทศ พร้อมจัดกิจกรรมเสริมพลัง เช่น อบรม ศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถอดบทเรียน นอกจากนี้ยังร่วมกันคัดเลือกโรงเรียนที่มีศักยภาพเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้และสถานศึกษาต้นแบบด้านคุณธรรม ผลการดำเนินงานสะท้อนการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกใน 3 มิติ ได้แก่ ระดับนักเรียน โรงเรียน และเครือข่าย นักเรียนมีพฤติกรรมเชิงบวกที่สะท้อนถึงคุณธรรมจริยธรรมที่ชัดเจน เช่น ความรับผิดชอบ วินัย การออม และการดูแลสิ่งแวดล้อม หลายโรงเรียนสามารถพัฒนาแนวปฏิบัติด้านคุณธรรมให้เป็นระบบ และวัฒนธรรมที่ยั่งยืน ขณะที่ระดับเครือข่ายมีความเข้มแข็งมากขึ้นจากความร่วมมือของครอบครัว ชุมชน และภาคีภายนอก ที่ช่วยหนุนเสริมให้การขับเคลื่อนดำเนินไปได้อย่างมั่นคง

สถาบันพัฒนา
**โรงเรียน
คุณธรรม**
มูลนิธิยุวพัฒน์



การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเกิดจากการดำเนินงาน ปี 2568

จำนวนผู้ที่ได้รับประโยชน์และจำนวนสถานศึกษาในเครือข่าย

กลไกความร่วมมือการพัฒนาเด็กและเยาวชน	เด็กและเยาวชนที่ได้รับประโยชน์ (คน)	ครูที่ได้รับประโยชน์ (คน)	โรงเรียน / วิทยาลัย/ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก (แห่ง)
1. ด้านการเข้าถึงการศึกษา โครงการทุนการศึกษามูลนิธิยุวพัฒน์	5,647	-	681
2. ด้านอาหารและโภชนาการ โครงการ FOOD FOR GOOD	7,137	179	52
3. ด้านการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน โครงการพัฒนาเด็กปฐมวัยแบบบูรณาการโดยยึดเด็กเป็นศูนย์กลาง ICAP	11,077	1,199	536
โครงการสื่อดิจิทัลวิชาคณิตศาสตร์ - วิทยาศาสตร์ ระบบ Learn Education*	32,357	306	120
โครงการสื่อดิจิทัลวิชาภาษาอังกฤษ ระบบ Winner- English*	20,680	254	115
โครงการครูผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียน Teach For Thailand*	3,629	48 (จำนวนครูผู้นำฯ)	31
4. ด้านพัฒนาทักษะชีวิตและปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม โครงการครูแนะแนวรุ่นใหม่ๆและเครื่องมือการออกแบบชีวิตตนเอง a-chieve*	2,837	25	22
โครงการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม โดย สถาบันพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม*	330,255	21,200	527

* ข้อมูล จากภาคเรียนที่ 1/2568

ตัวเลขผู้ได้รับประโยชน์ของแต่ละเครื่องมืออาจมีนักเรียนซ้ำกัน เนื่องจากนักเรียนบางคนได้รับการสนับสนุนมากกว่า 1 เครื่องมือ

* การดำเนินการโครงการในแต่ละปีมีนักเรียนกลุ่มเดิมที่เลื่อนชั้นการศึกษา ทำให้จำนวนนักเรียนที่ได้รับประโยชน์จะทับซ้อนกัน

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

งานสร้างการมีส่วนร่วมและการระดมทุน

1) กุศลทรัพย์และกุศลพยากร

มูลนิธิฯ ได้รับการสนับสนุนด้านกุศลทรัพย์จากหลายช่องทาง ทั้งเงินบริจาคโดยตรง และการระดมทุนผ่านกลไก/ความร่วมมือที่เปิดโอกาสให้ผู้คนและองค์กรมีส่วนร่วมได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่

โครงการร้านปันกัน โดย มูลนิธิยุวพัฒน์

ร้านปันกันคือแพลตฟอร์มระดมทุนที่ชวนผู้คนและองค์กรร่วมสร้าง "สังคมแห่งการแบ่งปัน" ด้วยการส่งต่อสิ่งของสภาพดี เพื่อนำไปเป็นสินค้าแบ่งปันในร้าน จำหน่ายและนำรายได้ไปสนับสนุนโอกาสทางการศึกษาให้เด็กและเยาวชนไทย ทั้งยังเป็นช่องทางให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการ "แบ่งปัน" ในชีวิตประจำวัน และช่วยให้สิ่งของหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่อย่างคุ้มค่า ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ผลลัพธ์สำคัญของโครงการร้านปันกัน

- มากกว่า 400,000 ราย จำนวนผู้มีส่วนร่วมในสังคมแห่งการแบ่งปัน
- 18 สาขา 1 คลังปันกัน 3 แฟรนไชส์ จำนวนพื้นที่การแบ่งปัน
- 10,846 กุณ จำนวนทุนการศึกษาที่มอบให้เด็กขาดโอกาส จากเงินระดมได้ 75.9 ล้านบาท
- 777 องค์กร จำนวนภาคีองค์กรร่วมสนับสนุนการดำเนินงาน
- มากกว่า 2,000,000 ชิ้น สิ่งของสภาพดีหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในปี 2568 โครงการร้านปันกันทำหน้าที่เป็น "พื้นที่กลางของการแบ่งปัน" ที่เชื่อมโยงคนทั่วไป องค์กร และอาสาสมัครให้ร่วมกันสร้างโอกาสทางการศึกษา ผ่านร้านปันกัน 18 สาขา และ คลังปันกัน 1 แห่ง รวมถึงกิจกรรมและช่องทางมีส่วนร่วมที่หลากหลาย ตลอดทั้งปีมีผู้บริจาคสิ่งของ 56,742 ราย ผู้บริจาคเงินอุดหนุนสินค้าแบ่งปัน 410,781 ราย ภาคีองค์กร 777 องค์กร และอาสาสมัคร 445 คน ความร่วมมือดังกล่าวทำให้ร้านปันกันสามารถมอบทุนการศึกษาแก่เด็กขาดโอกาสได้ 10,846 กุณ จากเงินที่ระดมได้ทั้งหมดรวม 75,926,280 บาท

ขณะเดียวกัน ร้านปันกันยังสร้างผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อมจากการนำสิ่งของบริจาคสภาพดีกลับมาใช้ใหม่ได้มากกว่า 2 ล้านชิ้น ช่วยลดความจำเป็นในการผลิตใหม่และลดปริมาณขยะ อีกทั้งโมเดล "ปันกัน" ยังขยายผลสู่ชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ ผ่านความร่วมมือกับภาคีท้องถิ่น เช่น โคราชปันกัน ปันกันขอนแก่น และบุรีรัมย์ปันกัน



การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

การลงทุนเพื่อสังคม เชื่อมภาคเอกชนสู่การพัฒนาการศึกษา

มูลนิธิเพื่อคนไทยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและภาคสังคม ผ่านกลไก "การลงทุนเพื่อสังคม" ภายใต้สิทธิประโยชน์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เพื่อเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการศึกษาไทย

ในปี 2568 โครงการ "ร้อยพลังสร้างสังคมดี" โดยมูลนิธิเพื่อคนไทย ร่วมกับโครงการร้อยพลังการศึกษา มูลนิธิยุวพัฒน์ และภาคีภาคเอกชน ได้ดำเนินโครงการ "พื้นที่การเรียนรู้เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา" สนับสนุนอุปกรณ์และสื่อการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลนรวม 44 โรงเรียน เพื่อช่วยยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน พร้อมเสริมทักษะด้านเทคโนโลยีที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ในอนาคต



แคมเปญระดมทุนและเงินบริจาค

นอกเหนือจากกลไกอย่างร้านปันกันและการลงทุนเพื่อสังคม มูลนิธิฯ ยังได้รับเงินบริจาคและการสนับสนุนผ่านแคมเปญและช่องทางบริการที่หลากหลาย เพื่อเปิดโอกาสให้คนทั่วไปและองค์กรเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งการระดมทุนผ่านแพลตฟอร์ม เช่น เทใจ ดอกคอม และ Social giver การจำหน่ายสินค้าเพื่อการกุศล และโครงการ Limited Edition ที่ร่วมกับพันธมิตรออกแบบสินค้าเพื่อสื่อสารประเด็นความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา รวมถึงการจัดตั้งกองทุนเพื่อการศึกษา และเงินบริจาคจากบุคคลทั่วไปและองค์กรต่าง ๆ เพื่อนำไปสนับสนุนการดำเนินงานและโครงการของมูลนิธิฯ

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

2) กุมนุชย์และองค์ความรู้

นอกเหนือจากทุนทรัพย์ มูลนิธิ ยังได้รับการสนับสนุนที่สำคัญในรูปแบบ "กุมนุชย์และองค์ความรู้" จากเครือข่ายพันธมิตร ผู้เชี่ยวชาญ และอาสาสมัคร ซึ่งช่วยเสริมให้การทำงานเกิดผลลัพธ์ในเชิงคุณภาพและต่อเนื่อง ทั้งในมิติการดูแลนักเรียนทุน การพัฒนาโรงเรียน และการพัฒนากิจกรรม/แนวทางการทำงาน

งานอาสาสมัคร

มูลนิธิ ดำเนินงานอาสาสมัครอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมการดูแลและประคับประคองนักเรียนทุนให้ได้รับการสนับสนุนที่เหมาะสมในทุกด้าน ทั้งด้านการเรียน การใช้ชีวิต และกำลังใจ โดยมีอาสาสมัครหลากหลายบทบาท อาทิ พี่เลี้ยงอาสา เยาวชนอาสา (Student Volunteer) อาสาส่งกำลังใจผ่านจดหมาย และกิจกรรม "รุ่นพี่สู่รุ่นน้อง" ที่เปิดโอกาสให้ศิษย์เก่านักเรียนทุนได้กลับมาส่งต่อประสบการณ์ให้รุ่นน้อง

ตลอดปี 2568 มีอาสาสมัครยูพัฒนาจำนวน 96 คน และอาสาสมัครร่วมเขียนจดหมายส่งข้อความให้กำลังใจ 434 คน สามารถเข้าถึงและดูแลนักเรียนทุนกว่า 4,000 คน โดยในปีนี้ได้จัดกิจกรรมพิเศษ "สานสัมพันธ์อาสา (Volunteer Connect)" เพื่อเปิดพื้นที่แลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวทางการดูแลนักเรียนทุน รวมถึงเสริมพลังและการดูแลใจของทีมงานอาสา



ในขณะเดียวกัน อาสาสมัครอีกกลุ่มหนึ่งในบทบาท "นิเทศอาสา" ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในภาคการศึกษา มีบทบาทสำคัญในการลงพื้นที่ติดตาม ให้คำปรึกษา และสนับสนุนโรงเรียนในโครงการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม โดยในภาคเรียนที่ 1 ปี 2568 นิเทศอาสาจำนวน 61 ท่าน ได้ติดตามและประสานงานร่วมกับโรงเรียนเครือข่ายรวม 527 แห่ง ทั่วประเทศ

องค์ความรู้และผู้เชี่ยวชาญ

มูลนิธิ ยังได้รับองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญจากเครือข่ายพันธมิตรและผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา เพื่อสนับสนุนการออกแบบแนวทางการทำงาน การพัฒนากิจกรรมเสริมศักยภาพ และการต่อยอดการเรียนรู้ให้เหมาะกับบริบทของพื้นที่ ซึ่งช่วยเพิ่มคุณภาพของการทำงานและทำให้ความช่วยเหลือไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดมากขึ้น แรงสนับสนุนทั้งด้านทุนทรัพย์และกุมนุชย์ ช่วยเติมเต็มให้การทำงานของมูลนิธิ เดินหน้าได้ต่อเนื่อง ขยายการมีส่วนร่วมของสังคม และร่วมกันสร้างโอกาสทางการศึกษาให้เด็กและเยาวชนได้มากขึ้น



การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

ประเด็นปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือภาวะโลกรวน (Climate Change) ส่งผลกระทบต่อการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคอุตสาหกรรมและภาคครัวเรือน ภาครัฐและภาคเอกชนได้ร่วมมือกันในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยมุ่งเน้นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การดำเนินการเหล่านี้จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในระยะยาวได้

แม้หลาย ๆ ภาคส่วนให้ความสำคัญ และมุ่งมั่นร่วมกันผลักดัน “กระแสการพัฒนายั่งยืน” ภายใต้แนวทางการดำเนินงานหรือธุรกิจที่คำนึงถึงและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แนวคิด ESG (Environment, Social and Governance) หรือ การดำเนินงานที่มุ่งสร้างความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) กันอย่างกระตือรือร้น การส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้ หรือการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ตลอดจนร่วมกันผลักดันนโยบายที่เอื้อต่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และมีส่วนร่วมมากขึ้นของภาคส่วนต่าง ๆ แล้วก็ตาม

ดังนั้น เพื่อให้ความพยายามของภาคส่วนต่าง ๆ สัมฤทธิ์ผลอย่างเป็นรูปธรรม และสามารถสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value) ในการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน มูลนิธิเอ็นไอเอจึงยังคงให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นการขับเคลื่อนเพื่อ สร้างกระบวนการเรียนรู้ และส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้เสีย และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และผู้ประกอบการ ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ ตลอดจนนักทอ่งเกี่ยวข้อง เข้ามามีส่วนร่วมลงมือทำ และสนับสนุนการบริหารจัดการฐานทรัพยากร และระบบนิเวศในชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยยึดพื้นที่เป็นฐาน (Area-based approach) ซึ่งไม่เพียงมุ่งสร้างผลลัพธ์เชิงบวกต่อระบบนิเวศและคุณภาพชีวิตของชุมชน หากออกแบบให้สามารถเชื่อมโยงและสนับสนุนเป้าหมายเชิงนโยบายในระดับประเทศและระดับสากลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ในที่สุดสามารถตั้งรับและปรับเปลี่ยนกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศได้

เป้าหมายการทำงาน

สร้างระบบนิเวศที่ยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและสร้างองค์ความรู้ระบบนิเวศอย่างเป็นวิชาการ เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการ เชื่อมโยง สร้างภาคีเครือข่าย สร้างการมีส่วนร่วมของ ภาครัฐ ท้องถิ่น และชุมชน

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

บทบาทของมูลนิธิเอ็นไลฟ์



การทำงานของมูลนิธิเอ็นไลฟ์เริ่มต้นจากการทำความเข้าใจบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ ผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน หน่วยงานท้องถิ่น และภาคที่เกี่ยวข้อง การสร้างการมีส่วนร่วมดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความเป็นเจ้าของร่วมในการจัดการทรัพยากร ลดความขัดแย้ง และเพิ่มความยั่งยืนของผลลัพธ์ในระยะยาว ขณะเดียวกัน องค์ความรู้และบทเรียนจากการปฏิบัติจริงในพื้นที่ถูกนำมาสังเคราะห์เพื่อพัฒนาเป็นต้นแบบการดำเนินงานที่สามารถขยายผลและปรับใช้ในพื้นที่อื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกัน รวม 4 พื้นที่เป้าหมาย

บทบาทของมูลนิธิเอ็นไลฟ์ในระบบนิเวศ

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



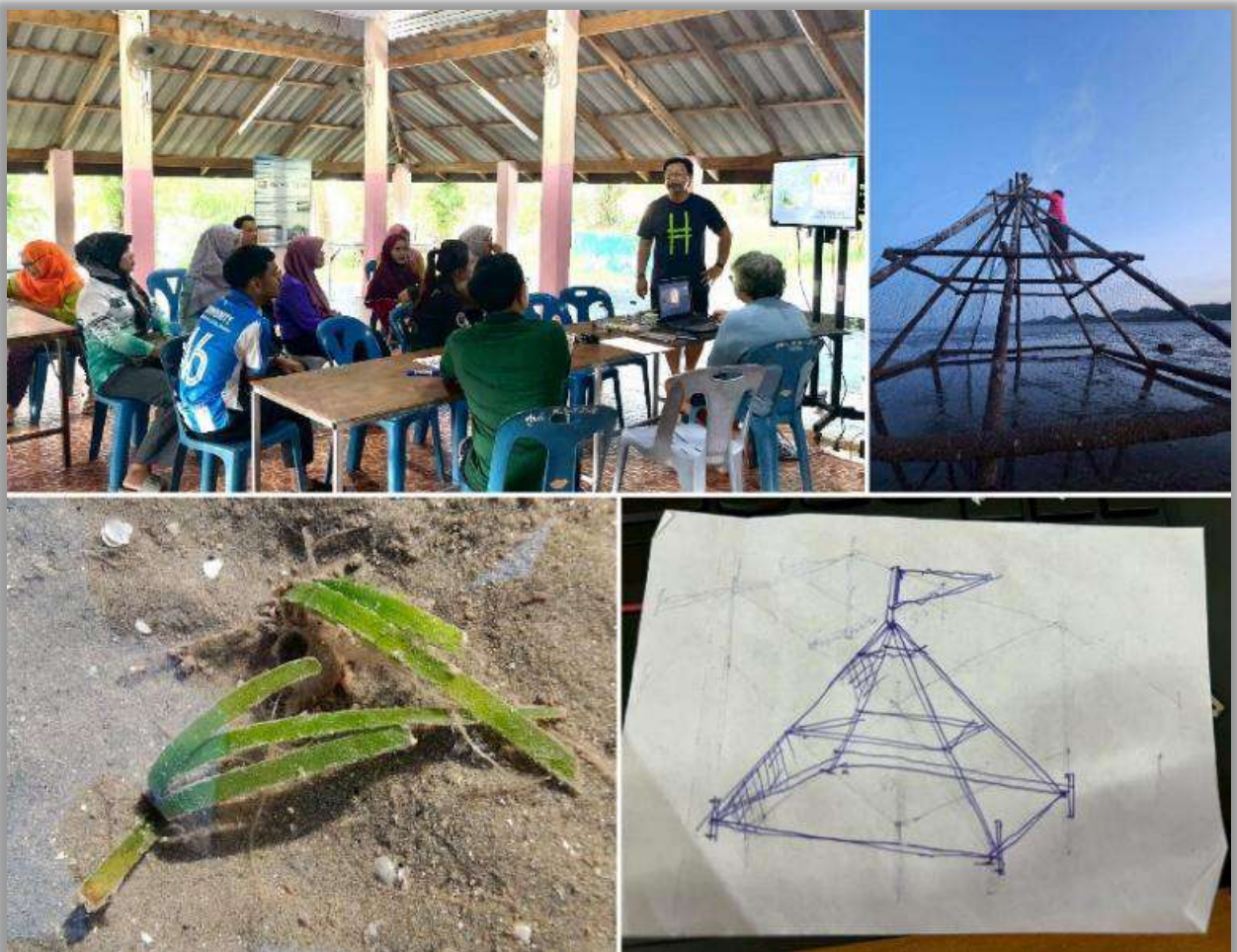
การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

กลไกการแก้ปัญหา

การสร้างการมีส่วนร่วมของห่วงโซ่ผู้มีส่วนได้เสียในการบริหารจัดการร่วมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอย่างยั่งยืน มีการดำเนินการตามบริบทของฐานทรัพยากร ผ่านการดำเนินงานหลัก 4 ด้าน

1. การอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่ง: (Marine Ecosystem Conservation & Restoration)

ชุมชนชายฝั่งร่วมกับองค์กรภาคีเครือข่ายกำหนดโครงการที่มุ่งสร้างความยั่งยืนในการอนุรักษ์ และฟื้นฟูทรัพยากรตามบริบทระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่ง โดยมุ่งเน้นการใช้ความรู้ทางวิชาการและแนวทางการอนุรักษ์ที่เป็นสากล อาทิ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ ทศวรรษแห่งการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล (UN Ocean Decade) ทศวรรษแห่งการฟื้นฟูระบบนิเวศ (UN Decade on Ecosystem Restoration) ผสานกับคุณค่าและภูมิปัญญาท้องถิ่นขับเคลื่อนโครงการในพื้นที่และขยายเครือข่ายความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เสริมสร้างการรับรู้ปรับเปลี่ยนของชุมชน (Community Resilience) และสร้างผลกระทบที่เป็นรูปธรรมในพื้นที่ เช่น การอนุบาลพันธุ์หอยน้ำทะเลในบ่อดินห่อเกาะศรีบอยา



ภาพแสดงกิจกรรมการอนุบาลพันธุ์หอยน้ำทะเลในบ่อดินห่อเกาะศรีบอยา

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

2. สิ่งแวดล้อมศึกษาและการสร้างความตระหนัก: (Education and Awareness)

องค์ความรู้และบทเรียนจากการดำเนินงานในระดับพื้นที่ถูกนำไปใช้ในการทำงานร่วมกับหน่วยงานรัฐ สถาบันวิชาการ และเครือข่ายในระดับประเทศและระดับสากลโดยให้ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีความรู้หรือรูปแบบ/เครื่องมือบริหารจัดการทรัพยากรอย่างเป็นรูปธรรม มีส่วนร่วมและเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อให้ทุกคนได้ตระหนักและห่วงแหนทรัพยากรธรรมชาติและมีการใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า เช่น การให้ความรู้เพื่อส่งเสริมโอกาสในการเข้าสู่อาชีพไกด์ดำน้ำที่ห่วงแหนทรัพยากรทางทะเล หมู่เกาะพีพี หรือการพัฒนาหลักสูตรวิทยาศาสตร์ทางทะเลเพื่อเสริมสร้างทักษะผู้สอน



ภาพแสดงกิจกรรมให้ความรู้เพื่อส่งเสริมโอกาสในการเข้าสู่อาชีพไกด์ดำน้ำที่ห่วงแหนทรัพยากรทางทะเล

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

3. การส่งเสริมอาชีพที่ยึดโยงกับการอนุรักษ์ทรัพยากร: (Sustainable Environment & Livelihood)

ชุมชนและภาคีเครือข่ายร่วมกันสร้างอาชีพ ฟื้นฟู แบ่งปัน และจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งสร้างผลลัพธ์ที่เป็นบวกต่อธรรมชาติควบคู่กับการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คนในพื้นที่ ช่วยเสริมสร้างความเป็นเจ้าของร่วมในการจัดการทรัพยากร ลดความขัดแย้ง และเพิ่มความยั่งยืนของผลลัพธ์ในระยะยาว ขณะเดียวกัน องค์ความรู้และบทเรียนจากการปฏิบัติจริงในพื้นที่ถูกนำมาสังเคราะห์เพื่อพัฒนาเป็นต้นแบบการดำเนินงานที่สามารถขยายผลและปรับใช้ในพื้นที่อื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกัน เช่น การเลี้ยงชันโรงเพื่อการอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านคลองประสงค์



ภาพแสดงกิจกรรมการเลี้ยงชันโรงเพื่อการอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านคลองประสงค์

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

4. การยกระดับเครือข่ายและการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม (Networks Scaling and Environmental Communication)

การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไม่อาจเกิดขึ้นได้จากการลงมือปฏิบัติในพื้นที่เพียงลำพัง หากแต่ต้องอาศัยการสื่อสารที่ทำให้เรื่องราวจากพื้นที่ถูกมองเห็น ได้รับการรับฟัง และเชื่อมโยงไปสู่การทำงานร่วมกันในสังคมวงกว้าง เพื่อให้องค์ความรู้และบทเรียนถูกนำไปใช้ในการสื่อสารเชิงนโยบายและการทำงานร่วมกับหน่วยงานรัฐ สถาบันวิชาการ และเครือข่ายในระดับประเทศและระดับสากล เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายและการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบ แนวทางดังกล่าวสะท้อนบทบาทของมูลนิธิเอ็นไอพีในฐานะกลไกเชื่อมโยงระหว่างการปฏิบัติในระดับพื้นที่กับกรอบนโยบายและความร่วมมือในระดับที่กว้างขึ้น เช่น กิจกรรมเยาวชนนักสื่อสาร กลุ่มปิดเฟซบุ๊ก "ทะเลใสไร้รั"



ภาพแสดงกิจกรรมเยาวชนนักสื่อสาร กลุ่มปิดเฟซบุ๊ก "ทะเลใสไร้รั"

สร้างการรับรู้และมีส่วนร่วมผ่านการลงมือทำ

การร่วมลงมือทำ ในการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติให้มีความยั่งยืน โดยการมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ร่วมรณรงค์ รักษา และดูแลทรัพยากรที่มีอยู่ตามบริบทของฐานทรัพยากรนั้นทั้งทางตรงและทางอ้อม

1. การสนับสนุนชุมชนในการจัดการบริหารทรัพยากรธรรมชาติ

สนับสนุนชุมชน ผู้ประกอบการ และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการร่วมอุดมผลิตภัณฑ์ชุมชน การรณรงค์ การบริจาค และการร่วมกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มชั้นโรง การรณรงค์ไม่กินหอยที่มีขนาดต่ำกว่า 6 เซนติเมตร การบริจาคเพื่อสนับสนุนการเพาะปลูกทะเล การร่วมปลูกป่าชายหาดในพื้นที่ และการใช้หรือร่วมเป็นส่วนหนึ่งของงานและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2. การท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า

ร่วมกับดูแลรักษาธรรมชาติจากการปฏิบัติตัวตามกฎระเบียบของสถานที่อย่างเคร่งครัด ให้ความเคารพทรัพยากรธรรมชาติด้วยการไม่ทำลาย หรือ นำวัตถุในธรรมชาติออกนอกสถานที่ พร้อมเปิดรับประสบการณ์การเรียนรู้ในการท่องเที่ยว ทำความเข้าใจบริบทฐานทรัพยากรธรรมชาติของพื้นที่เพื่อการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาธรรมชาติอย่างยั่งยืน

3. ร่วมดูแลความสะอาดสิ่งแวดล้อมในพื้นที่

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

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

ผู้มีส่วนได้เสียที่ทำงานร่วมกันในระบบนิเวศ



ภาครัฐ	
สำนักงานจังหวัดกระบี่	เทศบาลเมืองกระบี่
กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง	องค์การบริหารส่วนตำบลคลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่
อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช	องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง อ.เมือง จ.กระบี่
ศูนย์วิจัยทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ทะเลอันดามันตอนล่าง จ.ตรัง	องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะศรีบอยา อ.เหนือคลอง จ.กระบี่
ศูนย์อนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลจังหวัดกระบี่ กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง	องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะกลาง อ.เกาะลันตา จ.กระบี่
สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดกระบี่ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
ศูนย์ศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติทางทะเลที่ 2 (ภูเก็ต)	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งกระบี่ กรมประมง	โรงเรียนพระราชทานบ้านเกาะพีพี ต.อ่าวนาง อ.เมือง จ.กระบี่
สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองกระบี่	โรงเรียนบ้านคลองประสงค์ ต.คลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่
การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย โรงไฟฟ้ากระบี่	โรงเรียนบ้านตังไทร โรงเรียนบ้านเกาะศรีบอยา โรงเรียนบ้านเกาะจำ และโรงเรียนบ้านเกาะปู ต.เกาะศรีบอยา อ.เหนือคลอง จ.กระบี่
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่	โรงเรียนบ้านนาทุ่งกลาง ต.เกาะกลาง อ.เกาะลันตา จ.กระบี่
องค์การบริหารส่วนจังหวัดกระบี่	ทศน.ตำบลเกาะศรีบอยา อ.เหนือคลอง จ.กระบี่

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

ภาคเอกชน	
สภาการศึกษาจังหวัดกระบี่	วงศ์พาณิชย์กระบี่ สาขาเหนือคลอง
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่	โรงแรมรายาวดี
สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่	กลุ่มบริษัทพีริเมียร์
ชมรมธุรกิจการท่องเที่ยวอ่าวไร่เลย์-แหลมพระนาง อ.เมือง จ.กระบี่	บริษัท ซิตี้ฮอน เน็ตเวิร์ค จำกัด
ผู้ประกอบการบนพื้นที่แหลมพระนาง-ไร่เลย์	ภาคีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น
ชมรมเรือนำเที่ยวและเรือหางยาว	ภาคีสื่อท้องถิ่น และสื่อออนไลน์
ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและท่องเที่ยวดำน้ำพื้นที่เกาะพีพี อ่าวนาง และจังหวัดภูเก็ต	

ชุมชน	
ชุมชนบ้านคลองประสงค์ บ้านเกาะกลาง บ้านคลองท่า ต.คลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่	ชุมชนบ้านเกาะจำ บ้านตังไทร บ้านเกาะปู บ้านหลังเกาะ บ้านเกาะศรีบอยา ต.เกาะศรีบอยา อ.เหนือคลอง จ.กระบี่
กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนตำบลคลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่	ชุมชนเกาะพีพี ต.อ่าวนาง อ.เมือง จ.กระบี่
คณะกรรมการป่าชายเลนชุมชนตำบลคลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่	ชุมชนบ้านนาทุ่งกลาง บ้านท่าคลอง ต.เกาะกลาง อ.เกาะลันตา จ.กระบี่
กลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านคลองประสงค์ ต.คลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่	วิสาหกิจชุมชนพัฒนาอาชีพหมู่บ้านป่าไม้แผนใหม่ ต.เกาะกลาง อ.เกาะลันตา จ.กระบี่
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงชันโรงตำบลคลองประสงค์ ต.คลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่ (ฟาร์มชันโรงตาหวาน)	ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาสมุนไพรพื้นบ้านบ้านท่าคลอง ต.เกาะกลาง อ.เกาะลันตา จ.กระบี่
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงผึ้งบ้านไผ่หนั่ง ต.เขาคราม อ.เมือง จ.กระบี่	

ภาคสังคม	
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI)	มูลนิธิแอริเอเชีย
Mangrove Alliance Thailand	มูลนิธิธันดาบัน
Green Guardians	โครงการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม มูลนิธิยุวพัฒน์
Biodiversity Collage	โครงการร้อยพลังสร้างสังคมดี
NatureMind-ED	Taro to School
ชมรมนิสิตเก่าจุฬาลงกรณ์ปีการศึกษา 2518 (CU18)	คนจริง ไม้หนึ่งดูตาย กลุ่มบริษัทพีริเมียร์

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

ผลลัพธ์การดำเนินงานของมูลนิธิเอ็นไพล์ในปี 2568

โครงการ	โครงการอุทยานการเรียนรู้ ใต้ท้องทะเลจังหวัดกระบี่	โครงการสร้างความ ร่วมมือในการแก้ไขปัญหา การจัดการทรัพยากร ชายฝั่งทะเล	โครงการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิง พัฒนา	โครงการจัดการ ท่องเที่ยวยั่งยืน	กิจกรรมและสื่อสาร
พื้นที่ ดำเนินงาน	หมู่เกาะพีพี	หมู่เกาะศรีบอยา - หาด เจ้าอูฐ	ต.คลองประสงค์	แหลมพระนาง - ไร่ไล่	
ผลลัพธ์	แหล่งเรียนรู้ ระบบนิเวศถาวร	แหล่งอาหารทะเลคุณภาพ	ชุมชนท่องเที่ยวตาม บริบท ฐานทรัพยากร	การท่องเที่ยวยั่งยืน	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รับรู้ข้อมูล และเข้ามา มีส่วนร่วมและลงมือ ทำ
การสร้าง การมีส่วน ร่วม	ผู้ประกอบการนักดำน้ำและ โรงแรม 15 คน ครูและนักเรียน 30 คน	ภาคี 30 หน่วยงาน	ภาคี 15 หน่วยงาน	ภาคี 10 หน่วยงาน	3,000 Interactions Facebook
การสร้าง การรับรู้	นักดำน้ำ 15 คน ครูนักเรียน 30 คน สมาชิกกลุ่มปิดเฟสบุ๊ค 60 คน	นักเรียน ร่วมกิจกรรม 120 คน	นักท่องเที่ยว/ดูงาน 400 คน	ผู้เข้าชมรมกิจกรรม 150 คน	1 กลุ่มปิดเฟสบุ๊ค "ทะเลไอ้ไห้" 89,365 Views Facebook 9,680 Visit Facebook
การสร้าง องค์ความรู้	กิจกรรมอบรมการดำน้ำ ต้น 1 ครั้ง	นักวิทยาศาสตร์พลเมือง 12 คน	ถอดบทเรียนเวที ชั้นโรง เพื่อการอนุรักษ์	ไร่บ้านจันจูเนียร์ ไร่บ้านจันการ ติดตามปะการังน้ำตื้น Reef watch	40 สื่อองค์ความรู้ และบอร์ดเกมเพื่อ การศึกษา

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

กลไกความร่วมมือร้อยพลังสร้างสังคมดี

มูลนิธิเพื่อ
“คนไทย”



ด้วยความเชื่อว่าการแก้ปัญหาสังคมขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนและหลากหลาย จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน มูลนิธิเพื่อ“คนไทย” องค์กรสาธารณประโยชน์ที่มีเป้าหมายเพื่อสังคมที่ยั่งยืน จึงมุ่งเน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วมกับองค์กรที่ขับเคลื่อนงานแก้ปัญหาสังคมในประเด็นต่าง ๆ พร้อมกับเสริมสร้างพลัง “พลเมือง” ให้สามารถมีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวมผ่านกลไกแก้ปัญหาสังคมประเภทต่าง ๆ ซึ่งมีการจัดการอย่างเป็นระบบ

โดยมี “กลไกความร่วมมือร้อยพลังสร้างสังคมดี” เป็นตัวกลางประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย นอกจากนี้ ยังมี “กลไกการระดมทุนเพื่อสังคม” ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือของภาคีผู้เกี่ยวข้อง ทั้งจากภาคส่วนผู้ประกอบการสังคม ภาคธุรกิจ ภาคตลาดทุน รวมทั้งภาคประชาชน อาทิ เทใจ กองทุนรวมคนไทยใจดี กองทุนรวมธรรมาทิบาลไทย ร่วมสนับสนุนทุนเงินแก่กลไกต่างๆ ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมี “กลไกความร่วมมือ งานสื่อสารสังคมสนับสนุนภาคี” สานพลังสื่อมวลชน สื่อบุคคล ตลอดจนสื่อใหม่ๆ ขยายผลการขับเคลื่อนงานพัฒนาความยั่งยืนกับกลไกแก้ปัญหาสังคมร่วมกับภาคีเครือข่าย โดยมีเป้าหมายปลายทาง “ร่วมสร้างสังคมอยู่ดีมีสุข” เป้าหมายการทำงานของมูลนิธิเพื่อ “คนไทย”

มุ่งเสริมสร้างระบบนิเวศของการมีส่วนร่วมให้เป็น “พลังสังคม” โดยมีบทบาทเป็น “ผู้สนับสนุน” กลไกความร่วมมือแก้ปัญหาสังคมประเภทต่าง ๆ เพื่อเอื้อต่อการเชิญชวนคนไทยทุกคน จากทุกภาคส่วน ให้ช่วยกันแก้ปัญหาคือความเหลื่อมล้ำ ร่วมสร้างสังคมอยู่ดีมีสุข ด้วยการพัฒนาให้เกิดกลไกหรือโครงการต้นแบบเพื่อแก้ไขปัญหาคือสังคมในประเด็นต่าง ๆ ที่หลากหลาย และใช้แนวทาง 3 ขั้นตอนในการกระตุ้นให้คนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาคือสังคม คือ

- สร้างการมีส่วนร่วม (Engage) เชิญชวนให้ผู้คนตระหนักถึงปัญหาคือสังคม และมีส่วนร่วมกับโครงการที่ตนมีความถนัดและเชี่ยวชาญ
- เสริมพลังให้ลงมือทำ (Empower) ด้วยการสนับสนุนทรัพยากรทั้งความรู้ ทุน เครือข่าย และโอกาสให้คนสามารถใช้ศักยภาพของตนเองในการแก้ไขปัญหาคือสังคมและลงมือสร้างการเปลี่ยนแปลง
- ขยายผล (Expand) ด้วยการส่งต่อแนวคิด และสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการขยายผลพลังพลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวมในสังคมไทยมากขึ้น

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร



ประเด็นปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมทั้งด้านการศึกษาและเยาวชน การพัฒนาเด็กปฐมวัย การจ้างงานผู้พิการ คุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุ สุขภาวะของคนไทย รวมถึงการส่งเสริมธรรมาภิบาลและการแก้ไขปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน ล้วนแต่เป็นปัญหาสังคมที่มีขนาดใหญ่ และต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนเพื่อแก้ไขปัญหา

เป้าหมายการทำงาน: เพื่อสนับสนุนการขยายผลการดำเนินงานขององค์กรขับเคลื่อนพัฒนาสังคม โครงการร้อยพลังสร้างสังคมดีทำหน้าที่เป็นกลไกในการเชื่อมต่อทรัพยากร สร้างการมีส่วนร่วมขององค์กรและพลเมือง สู่การลงมือช่วยเหลือสังคมในรูปแบบที่ตนเองถนัด

บทบาทของร้อยพลังสร้างสังคมดี: สร้างความร่วมมือและเสริมพลังภาคี องค์กรตัวกลางในภาคส่วนต่าง ๆ และพลเมืองให้เกิดการขับเคลื่อนงานอย่างเป็นระบบและเกิดการขยายผลลัพธ์ทางสังคม

ภาคีเครือข่ายที่ทำงานร่วมกัน

- องค์กรตัวกลางผู้ทำหน้าที่เชื่อมโยงการทำงาน ระหว่างภาคีเชิงประเด็นและข้ามประเด็นเพื่อให้เกิดการขยายผลลัพธ์ทางสังคม ประกอบด้วย องค์กรตัวกลางด้านการศึกษา ได้แก่ บริษัท เลิร์น เอ็ดดูเคชั่น จำกัด องค์กรตัวกลางด้านสาธารณสุข ได้แก่ สถาบันพัฒนาระบบบริการสุขภาพองค์กรรวม องค์กรตัวกลางด้านธรรมาภิบาล ได้แก่ บริษัท แฮนด์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด องค์กรตัวกลางด้านการลงทุนเพื่อสังคม ได้แก่ บริษัท เซ็นจ์ เวนเจอร์ จำกัด
- ภาคีเครือข่ายสังคมดีที่ขับเคลื่อนงานประเด็นต่างๆ
- ภาคีผู้สนับสนุน และอาสาสมัคร มูลนิธิยุวพัฒน์

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

กลไกความร่วมมือ	จำนวน
ผลผลิต	83 โครงการ
	403 องค์กร
ผู้รับประโยชน์	498,099 คน
	1,359 องค์กร
พลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม	35,199 คน
	278 องค์กร
ผู้บริหาร	7,087 คน
	125 องค์กร
อาสาสมัคร	497 คน
ผู้ร่วมกิจกรรม	27,615 คน

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

การสนับสนุนองค์กรตัวกลางเพื่อขับเคลื่อนงานภาคสังคม: ด้านสาธารณสุข



โครงการร้อยพลังสร้างสังคมดี มูลนิธิเพื่อคนไทย มีการดำเนินงานร่วมกับองค์กรตัวกลาง คือ สถาบันพัฒนาระบบบริการสุขภาพองค์รวม (สพบ.) ที่มีเป้าหมายในการเชื่อมภาครัฐ ภาคประชาสังคม และภาคเอกชน เพื่อพัฒนาระบบสุขภาพและคุณภาพชีวิตประชาชนมุ่งขยายผลในระดับพื้นที่และเชิงนโยบาย ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือ การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ตั้งแต่เด็กปฐมวัย เยาวชน ผู้ป่วยโรคเรื้อรัง คนพิการ ผู้สูงอายุ ไปจนถึงผู้ป่วยระยะท้าย เกิดกลไกความร่วมมือใหม่ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคประชาสังคมในการขับเคลื่อนประเด็นสุขภาพเพื่อสังคม

1) การพัฒนาเด็กปฐมวัย

- ขยายผลศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 111 แห่ง ห้องเรียน 134 ห้อง
- เด็กได้รับประโยชน์ 3,270 คน

2) ด้านสุขภาพจิตเด็กและเยาวชน

- โครงการครูนางฟ้า ดูแลสุขภาพจิตเยาวชนกลุ่มเสี่ยงในโรงเรียน
- ดำเนินงานร่วมกับ 18 โรงพยาบาล 92 โรงเรียน
- จำนวนครูที่ผ่านการอบรมจำนวน 600 คน
- ให้คำปรึกษากับนักเรียนกลุ่มเสี่ยง 18,260 คน

3) ด้านโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

- ดูแลผู้ป่วยเบาหวานและกลุ่มเสี่ยง ขยายผล 60 โรงพยาบาล ครอบคลุม 246 ตำบล
- ผู้ได้รับประโยชน์ 49,200 คน

4) การจ้างงาน & ผู้ช่วยคนพิการ

- สร้างงานและรายได้ให้คนพิการผ่านโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม
- จ้างงานคนพิการต่อเนื่อง 300 คน และผู้ช่วยคนพิการ 1,500 คน
- เกิดระบบจ้างงานที่ยั่งยืนและขยายผลเชิงนโยบายได้

5) ผู้สูงอายุ

- พัฒนาระบบดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน Buddy Home Care ในพื้นที่นำร่อง และขยายเพิ่มในหลายจังหวัด

6) กลุ่มสนับสนุนสุขภาพจิต

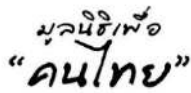
- เพิ่มการเข้าถึงบริการสุขภาพจิตในระดับชุมชน 40 พื้นที่

7) การดูแลผู้ป่วยระยะสุดท้าย

- วิสาหกิจเพื่อสังคมเขื่อนเขื่อน ดูแลผู้ป่วยระยะสุดท้ายแบบประคับประคองที่บ้าน
- ลดการเข้ารักษาที่โรงพยาบาล 953 ครั้ง
- ประหยัดงบประมาณสุขภาพกว่า 17.2 ล้านบาท

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

การสนับสนุนองค์กรตัวกลางเพื่อขับเคลื่อนงานภาคสังคม: ด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน



โครงการร้อยพลังสร้างสังคมดี มูลนิธิเพื่อคนไทยได้ทำงานร่วมกับองค์กรตัวกลาง บริษัท แฮนด์ วิชาชีพกิจเพื่อสังคม จำกัด ที่ขับเคลื่อนงานธรรมาภิบาลและการต่อต้านคอร์รัปชันเชื่อมภาครัฐ ภาคประชาชน ภาคสื่อ ภาควิชาการ และเทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างระบบตรวจสอบโปร่งใส และการมีส่วนร่วมของสังคม ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือ สามารถเชื่อมโยง ข้อมูล เทคโนโลยี ประชาชน นโยบายเข้าด้วยกัน เกิดกลไกการตรวจสอบที่ประชาชนมีส่วนร่วมได้จริง ขยายผลได้ในระดับระบบวางรากฐานการยกระดับธรรมาภิบาล

ผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรตัวกลาง

- 1) การเปิดเผยข้อมูลเพื่อความโปร่งใส (Open Data for Anti-Corruption)
 - พัฒนางองค์ความรู้และข้อเสนอเชิงนโยบายการเปิดเผย 25 ชุด
 - ผลักดันการเปิดเผยข้อมูลให้มีมาตรฐานพร้อมต่อการตรวจสอบ
- 2) การสื่อสารเพื่อสร้างการตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมของสังคม
 - ติดตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันร่วมกับสื่อไทยพีบีเอส ผ่าน Policy Watch
 - ใช้เครื่องมือ ACT Ai ตรวจสอบการทุจริต สร้างการรับรู้สู่สาธารณะในวงกว้าง
- 3) สร้างพลังประชาชนในการเฝ้าระวังการทุจริตคอร์รัปชัน
 - ขับเคลื่อนแพลตฟอร์ม "ต้องแจ" และระบบแจ้งเบาะแสการทุจริต "ฟ้องโกงด้วยแชทบอก (Corruption Watch)" ปี 2568 26 เคส และส่งต่อหน่วยงานตรวจสอบ 51 เคส โดยมีฐานผู้ติดตาม 92,000 คน
- 4) สร้างการมีส่วนร่วมกับเยาวชนในการส่งเสริมธรรมาภิบาลเข้าถึงข้อมูลรัฐสภา (Open Data)
 - ร่วมกับสถาบันพระปกเกล้า WeVis ศูนย์กลางความรู้และความร่วมมือในการต่อต้านคอร์รัปชัน (Knowledge and Research Center on Anti-Corruption)
 - จัดทำ "โครงการเยาวชนร่วมออกแบบการมีส่วนร่วมกับรัฐสภาไทยผ่านการเข้าถึงข้อมูล" สร้างการมีส่วนร่วมกับคนรุ่นใหม่ 270 คน
- 5) การพัฒนาศักยภาพสื่อมวลชนและเครือข่ายตรวจสอบ
 - จัดอบรม Investigative Journalism for Anti-Corruption เพื่อสร้างเครือข่ายสืบสวน ต่อต้านคอร์รัปชัน

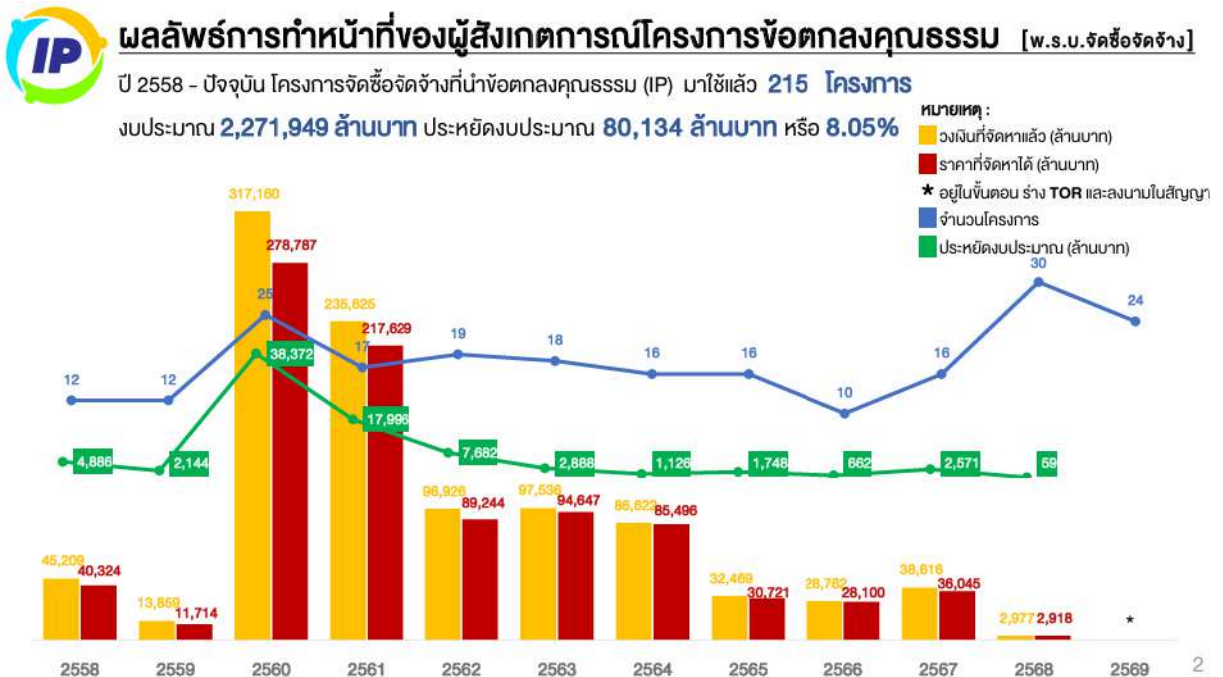
การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

สร้างความร่วมมือกับ องค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) ขับเคลื่อนงานต่อต้านคอร์รัปชัน ผ่าน 2 โครงการสำคัญคือ

- โครงการข้อตกลงคุณธรรม (Integrity Pact) ที่มุ่งสร้างความโปร่งใสในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ โดยมีผู้สังเกตการณ์อิสระเข้าร่วมติดตาม ตรวจสอบ สร้างความเชื่อมั่นและลดความเสี่ยงต่อการทุจริตในโครงการภาครัฐ

ในปี 2568 การดำเนินโครงการข้อตกลงคุณธรรมมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2558 - ปัจจุบัน มีโครงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่นำข้อตกลงคุณธรรมมาใช้แล้วทั้งสิ้น 215 โครงการ เป็นเงินงบประมาณรวม 2,271,949 ล้านบาท สามารถประหยัดงบประมาณของภาครัฐได้มากกว่า 80,134 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.05 ของงบประมาณทั้งหมด

ทั้งนี้ ในจำนวน 215 โครงการดังกล่าว มีโครงการที่อยู่ระหว่างการดำเนินงานจำนวน 133 โครงการ และในปัจจุบันมีผู้สังเกตการณ์อิสระที่เข้าร่วมปฏิบัติหน้าที่ในโครงการข้อตกลงคุณธรรมจำนวนทั้งสิ้น 297 คน



- โครงการความโปร่งใสในภาคการก่อสร้าง Construction Sector Transparency Initiative (CoST) ส่งเสริมความโปร่งใสในภาคการก่อสร้างและโครงสร้างพื้นฐาน โดยมุ่งเน้นการเปิดเผยข้อมูล เพื่อให้ประชาชน ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมร่วมตรวจสอบได้ ช่วยลดความเสี่ยงต่อการทุจริต

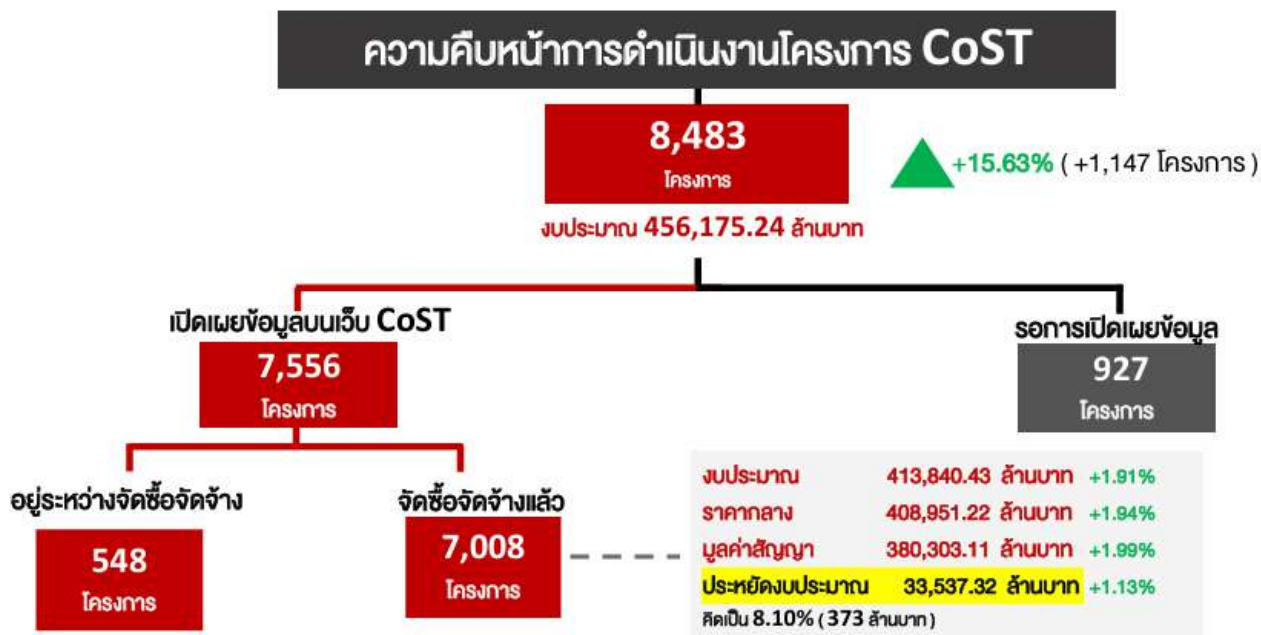
ในปี 2568 มีโครงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่เข้าร่วม CoST รวมทั้งสิ้น 8,483 โครงการ งบประมาณรวม 456,175.24 ล้านบาท ในปีเดียวกันนี้มีโครงการเข้าร่วมเพิ่มขึ้นจำนวน 1,147 โครงการ ทั้งนี้ มีโครงการที่เปิดเผยข้อมูลบนเว็บไซต์แล้วจำนวน 7,556 โครงการ และอยู่ระหว่างรอการเปิดเผยข้อมูลจำนวน 927 โครงการ เมื่อพิจารณาตามสถานะการดำเนินงาน พบว่า มีโครงการที่อยู่ระหว่างกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างจำนวน 548 โครงการ และโครงการที่ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างแล้วจำนวน 7,008 โครงการ งบประมาณรวม 413,840.43 ล้านบาท และมีมูลค่าสัญญา รวม 380,303.11 ล้านบาท สามารถประหยัดงบประมาณได้จำนวน 35,537.32 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.10 ของวงเงินงบประมาณ

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร



CoST

โครงการความโปร่งใสในการก่อสร้างภาครัฐ

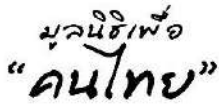


สร้างความร่วมมือกับสถาบันเพื่อการยุติธรรมแห่งประเทศไทย (Thailand Institute of Justice) ยกระดับกระบวนการยุติธรรมและส่งเสริมหลักนิติธรรม (Rule of Law) ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เน้นการพัฒนาที่ยั่งยืน การป้องกันอาชญากรรม และการปฏิบัติต่อผู้ต้องขังที่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน

นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการเป็นบริษัทกบขที่มี ความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ โดยประกาศนโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนยึดถือปฏิบัติ บริษัทได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (Thailand's Private Sector Collective Action against Corruption: CAC) อย่างต่อเนื่อง รวมถึงนโยบายการไม่ให้อำนาจไม่รับของขวัญ

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

กลไกความร่วมมือการลงทุนทางสังคม



โครงการร้อยพลังสร้างสังคมดี มูลนิธิเพื่อคนไทย ได้ร่วมกับภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน ในการพัฒนากลไกการลงทุนทางสังคม เพื่อสร้างความมีส่วนร่วมของประชาชน ภาคเอกชนและภาคส่วนต่าง ๆ ในการระดมทรัพยากรเพื่อสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ให้เกิดผลที่จับต้องได้ มีความยั่งยืนและขยายผลได้อย่างต่อเนื่องเป็นรูปแบบหนึ่งของ Active Citizenship เพื่อร่วมแก้ปัญหาและพัฒนาโอกาสทางสังคม-สิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยกลไกการลงทุนที่หลากหลาย ประกอบด้วย

เท่าใจ ชุมชนออนไลน์

ร่วมสร้างสังคมแบ่งปัน

- ยอดเงินบริจาค 83,807,591 บาท
- มีผู้บริจาค 55,067 คน, 944 องค์กร
- เปิดรับการระดมทุนโครงการ 181 โครงการ จาก 110 องค์กรภาคี
- มีโครงการที่ดำเนินกิจกรรม 156 โครงการ

กองทุนรวมคนไทยใจดี

ความร่วมมือภาคตลาดทุน แบ่งปันสังคม

- นับตั้งแต่ปี 2558 - 2568 กองทุนฯ สนับสนุน 69 โครงการ รวม 53.17 ล้านบาท
- ปี 2568 มี 1 โครงการที่ได้รับเงินสนับสนุน คือ โครงการ Forest Guardians การป้องกันไฟป่าและสำรวจพื้นที่ผืนป่า

กองทุนรวมธรรมาภิบาลไทย

ความร่วมมือภาคตลาดทุนและภาคสังคมสร้างเสริมธรรมาภิบาลและต่อต้านคอร์รัปชัน

- นับตั้งแต่การก่อตั้ง กองทุนฯ สนับสนุน 25 โครงการ รวม 97,463,765.00 บาท
- ปี พ.ศ. 2568 สนับสนุน 2 โครงการ คือ
 - การแก้ปัญหาไฟป่าและฝุ่นควันแบบบูรณาการโดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน
 - การยกระดับคุณภาพป่าชุมชนเพื่อระบบนิเวศที่สมบูรณ์ การสร้างความมั่นคงของชีวิตและการบริหารจัดการที่มีธรรมาภิบาล

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

กลไกความร่วมมืองานสื่อสารสังคมสนับสนุนภาคี

(Social Communication for Change)

การมุ่งหวังที่จะแก้ปัญหาขนาดใหญ่ด้วยการมีส่วนร่วมจากคนจำนวนมากได้นั้น การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ปัจจุบันการสื่อสารขององค์กรภาคสังคมอาจยังไม่เข้มแข็งและต้องพัฒนา ขณะที่องค์กรภาคสื่อมีศักยภาพในการเข้าถึงคนจำนวนมาก แต่กลับเข้าถึงข้อมูลการขับเคลื่อนงานขององค์กรภาคสังคมน้อย ทำให้คนในสังคมไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลการขับเคลื่อนงานของภาคสังคม และไม่ได้เห็นโอกาสในการร่วมแก้ไขปัญหา

เป้าหมายการทำงาน

มุ่งเน้นร้อยพลังกลไกสื่อที่หลากหลาย เชื่อมโยง สนับสนุนการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนกลไกแก้ปัญหาสังคมประเภทต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายปลายทางเชิญชวนประชาชนมาร่วมสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นระบบ

บทบาทในระบบนิเวศ

เสริมสร้างพลังระบบนิเวศสื่อในฐานะ "ผู้ให้บริการ" ให้คำปรึกษา เรียบเรียง เชื่อมต่อ และพัฒนาความร่วมมือระหว่าง "ภาคีสื่อ" และ "ภาคีภาคสังคม" ร่วมขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง

ภาคีเครือข่ายที่ทำงานร่วมกัน

องค์กรภาคีภาคสังคม	สื่อมวลชน สำนักข่าว สื่อออนไลน์
อาสาสมัคร	สื่อบุคคล
พนักงานมูลนิธิ	สมาคมวิชาชีพด้านการสื่อสารมวลชน

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

กลไกความร่วมมือ	งานสื่อสารสังคมสนับสนุนภาคี
ผลผลิต	20 โครงการ
ผู้รับประโยชน์	158 องค์กร
พลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม	80 คน
ผู้บริจาค	140 องค์กร
อาสาสมัคร	10 คน
ผู้ร่วมกิจกรรม	70 คน

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

ผลลัพธ์การดำเนินงานในปี 2568

	ร้อยละ สร้างสังคมดี	ค่าใช้จ่าย	กองทุนรวม คนไทยใจดี	CG Fund	งานสื่อสารสังคม สนับสนุนภาคี	รวม
ผลลัพธ์	การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคมไทยที่ยั่งยืน ร่วมสร้างสังคมอยู่ดีมีสุขและยั่งยืน	ชุมชนออนไลน์ ร่วมสร้างสังคม แบ่งปัน	ความร่วมมือภาคตลาดทุน แบ่งปันสังคม	ความร่วมมือภาค ตลาดทุนและภาค สังคม สร้างเสริม ธรรมภิบาลและ ต่อต้านคอร์รัปชัน	การมีส่วนร่วมสื่อสาร เพื่อส่วนรวม	
ผลผลิต	83	181	1	4	20	289 โครงการ
	403	110	1	3	0	517 องค์กร
ผู้รับประโยชน์	498,099	3,406,662	3,613	2,894 ชุมชน	0	3,908,374 คน 2,894 ชุมชน
	1,359	80	5	16	158	1,618 องค์กร
พลเมืองที่มีส่วน ร่วมเพื่อ ส่วนรวม	35,199	55,621	0	431	80	91,331 คน
	278	944	2	226	140	1,590 องค์กร
ผู้บริจาค	7,087	55,067	0	0	0	62,154 คน
	125	858	1	11	0	995 องค์กร
อาสาสมัคร	497	505	300	252	10	1,564 คน
ผู้ร่วมกิจกรรม	27,615	49	50	0	70	27,784 คน

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

การสร้างชุมชนและสังคมแห่งการแบ่งปัน

การพัฒนาชุมชนและสังคมภายนอกองค์กรให้เกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนนั้น ได้เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมกันแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเองผ่านโครงการต่าง ๆ ทั้งในส่วนที่ร่วมกับชุมชนและร่วมกับสังคมในแต่พื้นที่ รวมถึงยังมีโอกาสการร่วมดำเนินงานผ่านเครือข่ายองค์กรภาคีที่มีความรู้ความชำนาญในด้านต่างๆ สามารถสร้างการยกระดับให้ผู้ใช้มีส่วนได้เสียในสังคมภายนอกองค์กรเติบโตควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยในปี พ.ศ. 2568 ที่ผ่านมานี้ บริษัทได้ดำเนินงานร่วมกับเครือข่ายองค์กรต่าง ๆ ดังนี้

TARO to SCHOOL

จากบริษัทปัจจุบันที่ผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยยังขาดการตระหนักรู้ในการเลือกบริโภคอย่างรอบคอบ และให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมไม่เพียงพอ ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมบริโภคและการจัดการขยะที่ไม่เหมาะสม ภายใต้บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้ผลิตผลิตภัณฑ์กาโร ซึ่งมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยปรัชญา "ส่งมอบคุณค่า อย่างมีคุณภาพ" บริษัทฯ ไม่เพียงใส่ใจคุณภาพการผลิตและคุณค่าทางโภชนาการเท่านั้น แต่ยังยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งปลูกฝังจิตสำนึกให้เยาวชนเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ทุกกระบวนการผลิต ควบคู่กับการกระตุ้นการบริโภคอย่างรับผิดชอบ ผ่านการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์เรื่องการทิ้งขยะให้ถูกที่ถูกต้อง เพื่อร่วมสร้างพฤติกรรมที่ดีและขับเคลื่อนสังคมสู่ความยั่งยืนในระยะยาว



โครงการ TARO to School มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดกิจกรรมให้ความรู้ ปลูกฝังจิตสำนึกแก่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาในหัวข้อที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพและการวางแผนอนาคต โดยเลือกดำเนินกิจกรรมภายในโรงเรียน เนื่องจากเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ที่สามารถปลูกฝังทัศนคติและพฤติกรรมที่ดีได้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ควบคู่กับการถ่ายทอดวิสัยทัศน์ของบริษัทด้านความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านการส่งเสริมแนวทางการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของวัตถุดิบได้ (Traceability) เพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องความโปร่งใสและความเชื่อมั่นในคุณภาพ พร้อมทั้งนี้ยังปลูกฝังจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมด้วยการรณรงค์การแยกขยะอย่างถูกวิธีเพื่อพัฒนาเยาวชนให้เติบโตเป็น

ผู้บริโภคที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและนับบทบาทในการขับเคลื่อนสังคมสู่ความยั่งยืนในระยะยาว โครงการ TARO to School ดำเนินการอย่างต่อเนื่องกว่า 22 ปี เพื่อสะท้อนความมุ่งมั่นด้านความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทอย่างเป็นรูปธรรม ในปี 2025 โครงการจัดขึ้นภายใต้หัวข้อ "สองอาชีพยุค AI เก่งแบบไหนจะโปรอด" มุ่งเตรียมความพร้อมให้นักเรียนเข้าใจโอกาสและความท้าทายในโลกการทำงานยุค AI พร้อมส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง โดยเข้าถึงนักเรียนกว่า 100 โรงเรียนทั่วประเทศ ทั้งนี้โครงการยังสอดแทรกแนวทางการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ผ่านกิจกรรม TARO Traceability ให้เยาวชนสแกน QR Code หลังซองเพื่อตรวจสอบแหล่งที่มาวัตถุดิบ

สามารถติดตามข่าวสารและข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ : www.facebook.com/TAROTOSCHOOLCLUB



การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

ตลอดจนสนับสนุนการแยกขยะ อย่างถูกต้องโดยการทิ้งลงขยะทั่วไป หรือถังขยะสีน้ำเงิน หรือสามารถทิ้งลงกล่อง "กาโรรักษ์โลก ของเปล่าเราชนะ" ที่ทางบริษัทฯ มอบให้แก่โรงเรียน เพื่อเป็นจุดรวบรวมของเปล่าเพื่อส่งกลับบริษัท เพื่อนำไปกำจัดอย่างถูกต้องวิธีต่อ สะท้อนการดำเนินงานธุรกิจที่เติบโตควบคู่สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย (KPI)

- เข้าถึงโรงเรียนมัธยม จำนวน 100 โรงเรียน และมีนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการขั้นต่ำ 50,000 คน
- มอบกล่อง " กาโรรักษ์โลก ของเปล่าเราชนะ" ให้กับโรงเรียน อย่างน้อย 50 โรงเรียน
- ดัชนีความพึงพอใจด้านการเรียนรู้แนวคิด ทักษะ และ ประสบการณ์ใหม่จากโครงการร้อยละ 80 ให้คะแนนในระดับ "พึงพอใจมาก" ถึง "พึงพอใจมากที่สุด"
- ดัชนีความพึงพอใจโดยรวมของโครงการเฉลี่ยต่อโครงการไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ให้คะแนนในระดับ "พึงพอใจมาก" ถึง "พึงพอใจมากที่สุด"

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

- อัตราการเข้าร่วมกิจกรรม 100 โรงเรียน ทั่วประเทศ นักเรียนที่เข้าร่วมจำนวน 52,318 คน
- มอบกล่อง " กาโรรักษ์โลก ของเปล่าเราชนะ" ครบตามจำนวน
- ดัชนีความพึงพอใจด้านการเรียนรู้แนวคิด ทักษะ และ ประสบการณ์ใหม่จากโครงการร้อยละ 80 ให้คะแนนในระดับ "พึงพอใจมาก" ถึง "พึงพอใจมากที่สุด" ผล ร้อยละ 94.2%
- ดัชนีความพึงพอใจโดยรวมของโครงการเฉลี่ยต่อโครงการไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ให้คะแนนในระดับ "พึงพอใจมาก" ถึง "พึงพอใจมากที่สุด" ผล ร้อยละ 95.7%



ภาพแสดงกิจกรรม TARO to School

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

โครงการสนับสนุนชุมชนด้านการศึกษา “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง”

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้นำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมจากบริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ของบริษัทในแต่ละปี โดยพิจารณาโครงการต่างๆ จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจากการที่ได้ประชุมสานเสวนากับชุมชน เพื่อมาจัดทำโครงการตามแนวทาง CSR - DIW Continuous ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมต่อเนื่องเป็นปีที่ 13 โดยทางบริษัทได้ดำเนินการร่วมกับชุมชนจัดทำโครงการต่าง ๆ ตามความต้องการของชุมชนมาต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556-2568 ภายใต้โครงการ “โรงอาหารเพื่อน้อง” ตามความสามารถหลัก (Core Competency) ของบริษัท พี.एम.ฟู๊ด ที่มีทักษะการบริหารจัดการ สุนัขลักษณะด้านการผลิตอาหาร และได้สนับสนุนโรงเรียนในละแวกชุมชนที่พนักงานของบริษัทอาศัยอยู่กว่า 10 โรงเรียน และจากผลการประชุมสานเสวนากับชุมชนในครั้งล่าสุดนั้น ได้มีการสรุปความต้องการให้ทางบริษัทช่วยสนับสนุนด้านคอมพิวเตอร์ สมาร์ททีวีติดตามห้องเรียน พร้อมกับสัญญาณอินเทอร์เน็ตภายในโรงเรียนตามนโยบายของของกระทรวงศึกษาธิการที่ต้องการให้เพิ่มช่องทางการเรียนการสอนผ่านอินเทอร์เน็ตที่มากขึ้น ดังนั้นบริษัทจึงทำโครงการ “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง” ให้กับโรงเรียนในชุมชนซึ่งเป็นพื้นที่พักอาศัยของพนักงาน

ในปี พ.ศ. 2568 ที่ผ่านมามีบริษัทได้จัดทำโครงการ “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง” จำนวน 1 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนอนุบาลตำบล นาดี โดยนอกจากจะมีการสานเสวนากับคณะกรรมการศึกษาของโรงเรียนแล้ว ยังได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงานทั้ง อบต. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คู่ค้า พนักงาน ชาวบ้านในพื้นที่ ดำเนินการติดตั้งและเดินสายอินเทอร์เน็ตภายในโรงเรียน เพื่อกระจายสัญญาณอินเทอร์เน็ตไปทุกห้องเรียนและติดตั้งสมาร์ททีวีในห้องเรียนให้กับ โรงเรียนเรียบร้อยแล้ว



ภาพแสดงโครงการและกิจกรรมที่บริษัทและพนักงานมีส่วนร่วมกับชุมชน

ทั้งนี้ได้ร่วมกิจกรรมกับชุมชนและโรงเรียนวัดคลองอุดมในการปลูกข้าว ดำวันแม่เที่ยววันพ่อ ตลอดจนได้ร่วมกิจกรรมงานวันเด็กกับโรงเรียนอนุบาลเทศบาลตำบลนาดี เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุน สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัท พนักงานและชุมชนให้เกิดความยั่งยืนร่วมกัน

การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมภายนอกองค์กร

โครงการ ยุวเกษตรกรซีไอไอโซนาการบ้อง

บริษัท ตรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้นำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อกำหนดเป็นกลยุทธ์ของบริษัทในแต่ละปี โดยพิจารณาโครงการต่างๆ จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในชุมชน ที่มีพื้นที่ภายในรัศมี 5 กิโลเมตร ตามแนวทาง CSR - DIW Continuous ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักคือชุมชน ทางบริษัทจึงร่วมกับชุมชนจัดทำโครงการต่าง ๆ ตามความต้องการของชุมชน ภายใต้โครงการชื่อ “ยุวเกษตรกรพอเพียง” กับโรงเรียนที่มีการจัดทำแปลงเกษตรและจัดอาหารกลางวันให้นักเรียนมาอย่างต่อเนื่อง สำหรับปี พ.ศ. 2568 ที่ผ่านมา ผลจากการสานเสวนากับกลุ่มชุมชนในพื้นที่ ต้องการให้บริษัทฯ ขยายกลุ่มเป้าหมายให้กับชุมชนที่มีความสนใจด้านเกษตร จึงได้ร่วมกับโรงเรียนสุเหร่าบ้านไร่ สร้างการมีส่วนร่วมและสนับสนุนผ่านการให้ความรู้ สาธิตวิธีการทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษปลา เพื่อใช้ในแปลงปลูกผักปลอดสารพิษในครัวเรือนของโรงเรียน เพื่อส่งเสริมให้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน การปลูกผักสวนครัวปลอดสารพิษจำหน่ายหรือประกอบอาหาร เพื่อช่วยเพิ่มผักในมื้ออาหารของโรงเรียนและลดค่าใช้จ่ายของโรงเรียนได้ อย่างน้อย 3,000 บาท ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมโครงการฯ ได้ความรู้และสามารถทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษปลา เพื่อนำไปใช้ในการปลูกผักสวนครัวที่บ้านได้อีกด้วย



ภาพกิจกรรมในโครงการรอบรั้วกันได้กับเกษตรกรซีไอไอโรงเรียนสุเหร่าบ้านไร่

สร้างคุณค่าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ซึ่งเป็นวาระสำคัญระดับโลก จึงได้จัดทำนโยบายและการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ชักเคลื่อนผ่านแผนการดำเนินงานในหลายด้าน ปลูกฝังจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงาน โดยคำนึงถึงคุณค่าของทรัพยากรต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงาน

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ตระหนักถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงให้ความสำคัญในกระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายอย่างมีความรับผิดชอบต่อ เพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงทุกขั้นตอนในห่วงโซ่ธุรกิจ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงด้านวิกฤตพลังงานและวิกฤตการขาดแคลนน้ำที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรด้าน การได้ประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefits) ของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในรูปแบบที่หลากหลาย โดยบริษัทย่อยได้นำแนวทางการปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO 14001 และเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่า ร่วมกับการแสวงหาพลังงานสะอาดมาทดแทน อีกทั้งร่วมสร้างวัฒนธรรมสีเขียวผ่านการดำเนินชีวิตอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของพนักงาน ตลอดจนมุ่งมั่นสร้างเครือข่ายสีเขียวในห่วงโซ่ธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนร่วมกันต่อไป

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้ทบทวนนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อหลีกเลี่ยงและลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความหลากหลายทางชีวภาพตลอดห่วงโซ่คุณค่าของการดำเนินธุรกิจและรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและพลังงานที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. ปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบอื่น ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
2. ตั้งเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยครอบคลุมประเด็นการใช้พลังงาน น้ำ ของเสียและมลพิษ ที่คำนึงถึงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
3. จัดทำประเมินความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมจากดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า และจัดกิจกรรมสนับสนุนอื่น ๆ
4. ส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงประเด็นการใช้ทรัพยากร พลังงาน น้ำ ของเสียและมลพิษ รวมถึงการพัฒนาบรรพบุรุษหรือสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกับคู่ค้า ที่คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความหลากหลายทางชีวภาพ
5. จัดให้มีการส่งเสริมความตระหนักรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึกต่อการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าพร้อมทั้งสนับสนุนให้พนักงานทุกระดับรวมถึงคู่ค้าให้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม
6. กำหนดให้ผู้ส่งมอบสินค้าและบริการหรือคู่ค้าในห่วงโซ่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการในการดำเนินการธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกัน

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม
อ่านเพิ่มเติมจาก <https://www.premier-marketing.co.th/sustainability/sustainability-society-creating/environmental-management>

การบริหารจัดการพลังงาน

มลพิษและทรัพยากร (Pollution & Resources)

ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ผ่านคณะทำงานด้านการอนุรักษ์พลังงาน ตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกคู่ค้า การจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กระบวนการผลิตและการขนส่งที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ผนวกกับคู่มือเพื่อลดความสูญเปล่าของวัตถุดิบส่วนเหลือ (Waste) โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การใช้พลังงานสะอาดทดแทนด้วยการขยายการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาของอาคารโรงงานผลิตเพิ่มขึ้น และเพิ่มปริมาณการนำน้ำเสียที่บำบัดแล้วกลับมาใช้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานผ่านการรณรงค์การลดการใช้พลังงานและการคัดแยกขยะให้เกิดการปฏิบัติอย่างทั่วถึง

นอกจากนี้ ได้สนับสนุนให้ บริษัท พี.เอม.ฟู๊ด จำกัด ดำเนินการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร โดยได้สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเป็นที่ปรึกษา ผ่านการทวนสอบกับบริษัท อีซีอีวี จำกัด และได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2568

โครงการใช้พลังงานสะอาดทดแทน

บริษัท พี.เอม.ฟู๊ด จำกัดและบริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้ยึดถือนโยบายและแนวทางการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการบริหารจัดการใช้ไฟฟ้าโดยใช้พลังงานทดแทนจึงถือเป็นภารกิจหนึ่งที่สำคัญเพราะในขณะที่ต้องการใช้พลังงานไฟฟ้าในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสวนทางกับปริมาณเชื้อเพลิงที่จะประสมภาวะขาดแคลนในอนาคต เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติและถ่านหิน ประกอบกับเชื้อเพลิงดังกล่าวได้ก่อมลพิษทางอากาศจากการเผาไหม้ ทำให้เกิดก๊าซพิษต่าง ๆ ซึ่งล้วนแต่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อันเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

- บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของการใช้แหล่งพลังงานทดแทนเพื่อผลิตพลังงานไฟฟ้าไว้ใช้ในโรงงานจึงได้มีการติดตั้งแผงโซล่า บม หลังคา (Solar Roof) เป็นพลังงานสะอาดที่ไม่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม และยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการใช้ไฟฟ้าได้อีกด้วย
- บริษัทย่อยทั้ง 2 แห่งได้เริ่มต้นดำเนินการลงทุนติดตั้งแผงเซลล์แสงอาทิตย์ ตั้งแต่ปี 2560 และได้เพิ่มการติดตั้งแผงเซลล์แสงอาทิตย์มาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2568 ที่ผ่านมาสามารถผลิตกระแสไฟฟ้ารวมกันได้ 1,719,000 MWh/ปี และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกคิดเป็น 859.33 /ปี อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนค่าไฟฟ้าได้ 8,253,074 บาท



ภาพแสดงโครงการขยายการติดตั้งแผงโซล่า (Solar Roof)

การบริหารจัดการพลังงาน

เป้าหมายการจัดการไฟฟ้าและ/หรือน้ำมันและเชื้อเพลิง

เป้าหมาย	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย
ลดการซื้อไฟฟ้ามาใช้	2567 : ซื้อไฟฟ้ามาใช้ 8,072,391.00 (kWh)	2568 : ลด 3% หรือ 242,171.73 (kWh)
ลดการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิง	2567 : ใช้น้ำมันและเชื้อเพลิง 316,514.00 ลิตร	2568 : ลด 3% หรือ 9,495.42 ลิตร

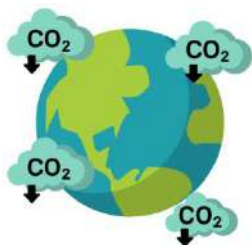
ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

ปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตได้ต่อปี (kWh/ปี)



1,719,000
(kWh)

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



859.3
(tonCO₂e)

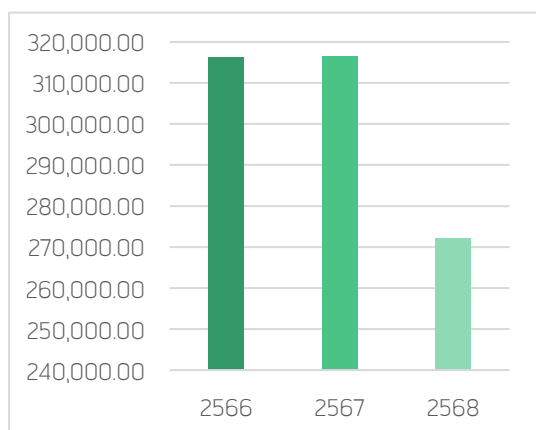
ลดต้นทุนค่าไฟฟ้าต่อปี



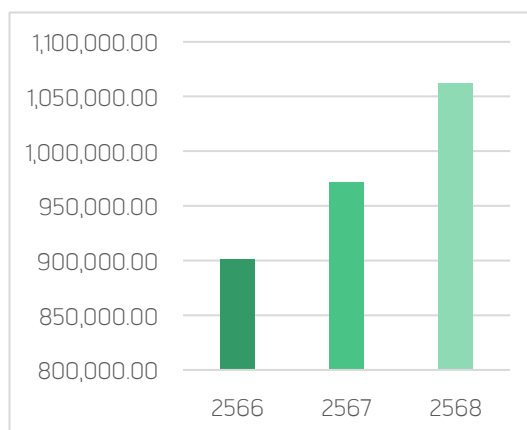
8.25
(ล้านบาท)

ข้อมูลการใช้เชื้อเพลิง

น้ำมันดีเซล (ลิตร)



ก๊าซหุงต้ม (กิโลกรัม)



การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

ในกระบวนการผลิตสินค้า นั้น น้ำสะอาดถูกจัดเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากโดยเฉพาะในขั้นตอนล้างทำความสะอาดวัตถุดิบและการล้างทำความสะอาดเครื่องจักร อุปกรณ์ต่าง ๆ เป้าหมายของโครงการนี้คือ การลดปริมาณการปล่อยน้ำหลังการบำบัดลงสู่คลองสาธารณะ ดังนั้นบริษัทจึงเล็งเห็นว่าการปรับเปลี่ยนในกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดการใช้น้ำอย่างเหมาะสม ตลอดจนสร้างจิตสำนึกให้ทุกส่วนงานรู้ถึงคุณค่าของน้ำ ทำให้ช่วยลดภาระในการบำบัดน้ำเสีย และยังเป็นการปรับปรุงให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศน้อยลงด้วย

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด และ บริษัท ฝ.एम.ฟู๊ด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้กำหนดการบริหารจัดการน้ำเป็นแผนงานประจำปี เพื่อลดความเสี่ยงจากวิกฤตการขาดแคลนน้ำ โดยการนำน้ำใช้แล้วในกระบวนการผลิต มาผ่านกระบวนการเพื่อนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งเป็นแผนงานที่บริษัทได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง เกิดผลให้มีการใช้ทรัพยากรน้ำ (น้ำประปา) อย่างคุ้มค่า อีกทั้งยังสามารถลดปริมาณน้ำทิ้งหลังบำบัดลงสู่คลองสาธารณะ

ในปี พ.ศ. 2568 ฝชไอ ขยายเป้าหมายในการนำน้ำทิ้งหลังการบำบัดกลับมาใช้ซ้ำในปริมาณ 224 ลบ.ม./วัน หรือคิดเป็น 95% ของน้ำทิ้งทั้งหมด โดยน้ำที่ผ่านการบำบัดเหล่านี้ได้ถูกนำกลับมาใช้ในพื้นที่รอบนอกไลน์ผลิต เช่น น้ำใช้ซักโครกในห้องน้ำ, ใช้ในการรดน้ำต้นไม้, ล้างลานรับวัตถุดิบ, ลานโหลดสินค้า และบำบัดอากาศโดยลดเขม่าควันจากการเผาไหม้ของ Boiler เป็นต้น และในปีที่ผ่านมาบริษัท ฝ.एम.ฟู๊ดนั้นได้ได้ขยายการนำน้ำกลับมาใช้เพิ่มขึ้น ตั้งเป้าหมายดำเนินการนำน้ำทิ้งหลังจากบำบัดกลับมาใช้ซ้ำในปริมาณ 40 ลบ.ม./วัน หรือคิดเป็น 20% ของปริมาณน้ำทิ้งทั้งหมด โดยนำกลับมาใช้ในพื้นที่ย่อยนอกอาคาร เป็นต้น

บริษัทย่อยทั้ง 2 แห่งได้เริ่มดำเนินการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 และได้เพิ่มปริมาณการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่มาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2568 ที่ผ่านมาสามารถนำน้ำกลับมาใช้ใหม่รวมกันได้ 108,274 ลบ.ม และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกคิดเป็น 86.05 tonCO₂e/ปี อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนค่าน้ำประปาได้ 1.87 ล้านบาท



ภาพแสดงการดำเนินการเพื่อลดความเสี่ยงจากวิกฤตการขาดแคลนน้ำ

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

เป้าหมายการจัดการน้ำ

เป้าหมาย	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย
ลดการใช้น้ำ	2567 : 1,333,345.00 m ³	2568 : ลด 3% หรือ 40,000.35 m ³

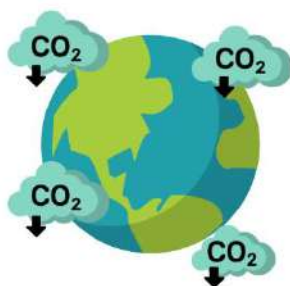
ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

ปริมาณการนำน้ำกลับมาใช้ (Recycle)



108,274
(ลบ.ม.)

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



86.05
(tonCO₂e)

ลดต้นทุนค่าน้ำประปาต่อปี



1.87
(ล้านบาท)

ปริมาณการใช้น้ำของบริษัท

ประเภท	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้น้ำสุทธิ (ลูกบาศก์เมตร)	956,641.00	1,333,345.00	2,002,420.00

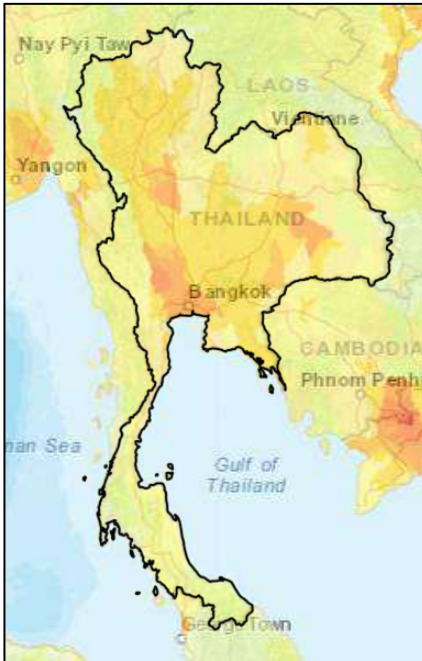
ปริมาณน้ำทิ้งที่ได้รับการบำบัด

เป้าหมาย	2566	2567	2568
ร้อยละของน้ำทิ้งที่ได้รับการบำบัด 100%	100%	100%	100%

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

ความมั่นคงด้านน้ำ (Water Security)

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ตระหนักดีว่า "น้ำ" เป็นทรัพยากรที่มีค่าและเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคด้วยความมุ่งมั่นในการสร้าง "ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน" (Sustainable Shared Success) บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพและรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดความมั่นคงด้านน้ำตลอดห่วงโซ่คุณค่า



Water Availability

ความพร้อมใช้น้ำ หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ทางกายภาพหรือการขาดแคลนทรัพยากรน้ำที่จัด ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจ เช่น การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน/การผลิต ต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น และข้อจำกัดด้านการเติบโต โดยทั่วไปแล้ว ความพร้อมใช้น้ำจะคำนวณจากปริมาณน้ำผิวดินและน้ำใต้ดินที่มีอยู่ในพื้นที่นั้น ๆ

1. การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำ (Water Risk Management)

บริษัทฯ และบริษัทย่อย ได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งไม่ได้ส่งผลแค่เรื่องอุณหภูมิ แต่ส่งผ่าน "น้ำ" ใน 3 รูปแบบหลัก:

- น้ำท่วม: ส่งผลกระทบต่อทำลายผลผลิตและโครงสร้างพื้นฐาน
- น้ำแล้ง: ส่งผลกระทบต่อขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตอาหาร
- ระดับน้ำทะเลสูงขึ้น: ส่งผลกระทบต่อก่อให้เกิดปัญหาน้ำเค็มรุกรานพื้นที่เกษตร

2. ยุทธศาสตร์การจัดการน้ำแบบองค์รวม (Holistic Management)

การจัดการน้ำแบบนี้ไม่ได้มองแค่ "ภายในโรงงาน" แต่ขยายขอบเขตออกไป 4 ระดับ:

- ภายในองค์กร: การใช้ซ้ำ (Reuse) และการหมุนเวียนน้ำ (Recycle) เพื่อลดการดึงน้ำจากแหล่งธรรมชาติ
- คู่ค้า (Supply Chain): ส่งเสริมให้เกษตรกรต้นน้ำใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ส่งเสริมให้มีการบำบัดน้ำใช้
- ชุมชน: มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจจะไม่แย่งชิงทรัพยากรน้ำจากคนในพื้นที่ เช่น การสร้างฝายชะลอน้ำ
- ระบบนิเวศ: การฟื้นฟูต้นน้ำเพื่อรักษาต้นกำเนิดของทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน เช่น การปลูกต้นไม้

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

Baseline Water Stress

ความเครียดจากน้ำพื้นฐานวัดอัตราส่วนของปริมาณการใช้น้ำผิวดินและน้ำใต้ดินทั้งหมดต่อปริมาณน้ำหมุนเวียนที่มีอยู่ ตัวบ่งชี้นี้อ้างอิงจากผลลัพธ์ของแบบจำลอง PCR-GLOBWB 2



ข้อมูลอ้างอิงจาก: World Wide Fund for Nature
(องค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล)

สถานที่ตั้งบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน): เลขที่ 1 อาคาร ซอย พรีเมียร์ แขวง หอง
บอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250

บริษัท พี เอ็ม ฟูด จำกัด: 505 ม.9, เขตอุตสาหกรรมกบินทร์บุรี, ต.หนองที่ อ.กบินทร์บุรี
จ.ปราจีนบุรี 25110

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด: 98/1 ตำบล บางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี
สมุทรปราการ 10540

แนวทางการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืนตามมิติความยั่งยืน

มิติความยั่งยืน	แนวทางปฏิบัติที่สำคัญ	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ความมั่นคง (Security)	หาแหล่งน้ำสำรองและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้	ธุรกิจดำเนินต่อได้แม้ในภาวะวิกฤต
การแบ่งปัน (Equity)	บริหารจัดการน้ำร่วมกับชุมชน	ลดความขัดแย้งและสร้างความยอมรับ
สิ่งแวดล้อม (Ecology)	บำบัดน้ำทิ้งและอนุรักษ์ต้นน้ำ	รักษาสมดุลของระบบนิเวศธรรมชาติ

การบริหารจัดการของเสียในกระบวนการผลิต

บริษัท พีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)และบริษัทย่อยได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการมลภาวะและขยะ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ โดยทบทวนตั้งแต่การลดการเกิดของเสียเป็นลำดับแรก โดยนำหลักการ 3R มาพิจารณาคัดแยกของเสียหรือขยะแต่ละประเภท การลดการใช้และการบริโภคทรัพยากรที่ไม่จำเป็น (Reduce) การนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด (Reuse) และการเลือกใช้ทรัพยากรที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อลดปริมาณขยะและลดการปลดปล่อยของเสียสู่สภาพแวดล้อม (Recycle) อีกทั้งให้การส่งเสริม รณรงค์ อบรมให้ความรู้แก่พนักงานให้ตระหนักถึงปัญหามลพิษและขยะ รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานและเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่อง

การจัดการของเสียจากกระบวนการผลิตและเศษอาหารจากโรงอาหาร

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้สานต่อนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท พีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าในการจัดการของเหลือ (waste) จากกระบวนการผลิตและเศษอาหารจากโรงอาหารของบริษัท อันเป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่า จึงเป็นที่มาของโครงการผลิตปุ๋ยจากของเหลือในขบวนการเหล่านี้ ซึ่งเป็นแนวทางช่วยลดปัญหาปริมาณของเหลือเหล่านี้ในแต่ละวัน

โดยเมื่อ 4 ปีที่ผ่านมา บริษัทได้ศึกษาและสั่งซื้อเครื่องกำจัดขยะเศษอาหาร Composter จำนวน 1 เครื่อง สามารถผลิตปุ๋ยได้เดือนละประมาณ 2,000 กิโลกรัม ซึ่งจากการส่งตัวอย่างไปวิเคราะห์สารอาหาร จะมีไนโตรเจนในปริมาณที่สูง เหมาะสมกับพืชผักสวนครัวและพืชใบเขียวหรือไม้ประดับประเภทใบ โดยปุ๋ยที่ผลิตออกมาจากเครื่องกำจัดขยะได้เริ่มแจกจ่ายให้กับพนักงานมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานที่มีพื้นที่ปลูกผักสวนครัวที่บ้านทดลองใส่แทนปุ๋ยเคมีที่ใช้อยู่ ช่วยลดค่าใช้จ่ายและลดปริมาณปุ๋ยที่เป็นสารเคมี ซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของพนักงาน นอกจากนี้ยังได้แจกจ่ายปุ๋ยที่ผลิตให้กับหน่วยงานภายนอกอื่น ๆ ชุมชนที่มีแปลงเกษตรปลูกพืชสวนครัวอีกด้วย ในปีที่ผ่านมาบริษัทสามารถผลิตปุ๋ยเป็น จำนวน 12,675 กิโลกรัม โดยได้แจกจ่ายปุ๋ยให้กับพนักงานและแปลงสาธิตเศรษฐกิจพอเพียง ค่ายทหารจังหวัดสระแก้ว



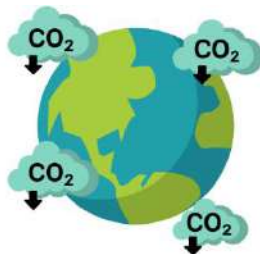
ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

ลดของเสียจากการบวนการผลิต และโรงอาหารไปสู่ชุมชน (หลุมฝังกลบ)



100%
(ของปริมาณของเสียทั้งหมด)

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



12.04
(tonCO₂e)

ผลิตเป็นปุ๋ยได้ 12,675 กิโลกรัม จะลดต้นทุนในการซื้อปุ๋ย



101,400
(บาท)

การบริหารจัดการของเสียในกระบวนการผลิต

โครงการ "ทาโร รักษ์โลก โขคแดง"

จากปัญหาขยะพลาสติกมลพิษเลเยอร์ที่ย่อยสลายยากสู่ปัญหาขยะฝังกลบที่เพิ่มปริมาณมากขึ้นส่งผลทำให้เกิดภาวะโลกร้อนเป็นวิกฤตที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ภาคธุรกิจต้องแสดงความรับผิดชอบต่อห่วงโซ่คุณค่าอย่างจริงจัง แคมเปญ ทาโร รักษ์โลก โขคแดง จึงเป็นพันธกิจสำคัญในการจัดการของทาโรที่ย่อยสลายยากกลับมาเปลี่ยนเป็นพลังงานสะอาด โดยจับมือพันธมิตรที่มีเป้าหมายและความมุ่งมั่นร่วมกัน นำความเชี่ยวชาญและประสบการณ์จากหลากหลายธุรกิจมาบูรณาการ ซึ่งโครงการนี้ตั้งเป้าช่วยลดขยะฝังกลบได้กว่า 1,000 ตันต่อปี ผลิตไฟฟ้าได้ 2.4-3.0 กิกะวัตต์ชั่วโมง เพียงพอต่อการใช้งานของ 667-833 ครัวเรือน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้กว่า 2,000 ตัน CO₂e โดยเราเชื่อว่าโครงการนี้ไม่เพียงช่วยจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม แต่ยังสร้างการตระหนักรู้ ปลุกฝังพฤติกรรมคัดแยกขยะ และต่อยอดความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อก้าวสู่นาฬิกาที่ยั่งยืน



บริษัท พีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ในฐานะที่เป็นผู้ผลิตขนมขบเคี้ยวพลาสติก ทรากาโร ในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นพลาสติกหลายชั้น (Multi-layer Plastic) เพื่อคุณสมบัติในการถนอมรักษาสีและรสชาติให้คงคุณภาพอยู่ได้ตามอายุของแต่ละผลิตภัณฑ์ ซึ่งการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกยังคงมีความจำเป็นดังกล่าวข้างต้น แต่ต้องแลกมาด้วยการย่อยสลายยากของพลาสติกประเภทดังกล่าว ส่งผลให้ขยะย่อยสลายไม่ทันขยะเกิดใหม่ในแต่ละวัน เกิดเป็นปัญหาขยะฝังกลบสะสม ก่อให้เกิดมลภาวะ และภาวะโลกร้อน



คุณวิเชษฐ์ พงศธร ประธานกรรมการ กลุ่มบริษัทพีเอ็มอี กล่าวว่า "ปัญหาโลกร้อนเรานับว่ารุนแรงและปัญหาขยะพลาสติก การใช้พลังงานก็เป็นส่วนหนึ่งของปัญหานี้ที่ประชาชนคงได้ยินรับทราบกันพอสมควร ซึ่งก็อาจจะยังขาดการร่วมมือที่จะคิดว่าเป็นเรื่องของเราร่วมกัน ในการที่ต้องมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหานี้"

บริษัท พีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ในฐานะที่เป็นผู้ผลิตขนมขบเคี้ยวพลาสติก ทรากาโร ก็เป็นผู้ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นพลาสติกหลายชั้น เพื่อคุณสมบัติในการถนอมรักษาความสดใหม่ของขนมให้อยู่ได้เป็นเวลานานเหมือนกับผลิตภัณฑ์หลากหลายที่ผู้บริโภคใช้กันอยู่พลาสติกเหล่านี้มีการใช้กันทั่วโลกไม่เพียงเฉพาะประเทศไทย แต่ปัจจุบันยังไม่มีผู้จัดการอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งกาโรเราก็คิดว่าเราเป็นส่วนหนึ่งของปัญหาและตระหนักว่าต้องเป็นหน้าที่และบทบาทของเราในการสร้างพฤติกรรมใหม่ในสังคม เมื่อเราส่งมอบผลิตภัณฑ์พลาสติกทรากาโรจากของพลาสติกนี้จนถึงมือ

ผู้บริโภค จึงขอเชิญชวนผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการส่งของคืนกลับมาสู่กระบวนการจัดการอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้นการจัดการของพลาสติกเหล่านี้จึงมีความสำคัญมาก แต่ จะทำอย่างไรให้ เกิดการผลักดันการจัดการของได้อย่างถูกต้อง ทางบริษัทฯ จึงได้ออกแบบโครงการ "ทาโร รักษ์โลก โขคแดง" เพื่อเชิญชวนผู้บริโภคให้มีส่วนร่วมในการเก็บรวบรวมและนำส่งของผลิตภัณฑ์ทาโรไปกำจัดอย่างถูกต้อง ด้วยการแปรสภาพเป็นพลังงานไฟฟ้า รวมถึงใช้ทดแทนถ่านหินในอุตสาหกรรมผลิตปูนซีเมนต์ ซึ่งเป็นการช่วยทั้งลดปริมาณขยะฝังกลบ ลดมลภาวะจากการใช้ถ่านหิน และยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ของพลาสติกหลายชั้นดังกล่าวได้ด้วย เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการสร้างความตระหนักให้ทั้งภาคธุรกิจ ภาครัฐ และทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อจัดการขยะ ตลอดจนสร้างพฤติกรรมคัดแยกขยะให้กับกลุ่มผู้บริโภคให้กลายเป็นเรื่องปกติที่ต้องทำในชีวิตประจำวัน ช่วยลดปัญหาขยะ มลภาวะ และปัญหาโลกร้อนได้อย่างยั่งยืน



การบริหารจัดการของเสียในกระบวนการผลิต

ผลการดำเนินงานตลอดโครงการ

โครงการสามารถสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง โดย บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ที่มีความชำนาญในระบบการรับ-ส่งพัสดุต่าง ๆ มีระบบ Tracking ที่สามารถทวนสอบย้อนกลับพัสดุต่างๆ และยังสามารถนำมาใช้ประกอบการจับรางวัลซึ่งเป็น 1 ในกิจกรรมของโครงการ, บริษัทพลังงานพัฒนา 5 จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ บริษัท ฝักรี่ เอ็นเนอจี จำกัด (มหาชน) ที่เชี่ยวชาญในการแปรสภาพขยะต่าง ๆ ให้นำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ เช่น นำไปผลิตเป็นพลังงานไฟฟ้า หรือแปรสภาพเป็น RDF เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมผลิตปูนซีเมนต์ ตลอดจน บริษัท สลิก อีวี จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า ยี่ห้อ สลิก อีวี ที่มีความองค์ความรู้ในเรื่องของพลังงานสะอาด ทั้ง 3 พันธมิตร เข้ามาเป็นกลไกสำคัญขับเคลื่อนร่วมกับ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ทำให้โครงการนี้สามารถดำเนินการตั้งแต่ต้น (รับซองจากผู้บริโภค) ตลอดจนทำลายอย่างถูกวิธี สร้างมูลค่าเพิ่มให้ของผลิตภัณฑ์ที่ทำได้จริง ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ของโครงการ



บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายขนมขบเคี้ยวปลาสวรรค์กาโร จับมือ พันธมิตรหลัก ได้แก่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด, บริษัท ฝักรี่ เอ็นเนอจี จำกัด (มหาชน) และ บริษัท สลิก อีวี จำกัด เปิดตัวแคมเปญ "การ รักโลก โขลกเต็ง"



การบริหารจัดการของเสียในกระบวนการผลิต

การบริหารจัดการของเสียจากการแปรรูป โดยการผลิตปุ๋ยอินทรีย์จากเปลือกกาแฟ

กระบวนการแปรรูปกาแฟจากผลเชอร์รี่สดมาเป็นรูปแบบกะลานั้น เกิดวัตถุดิบเหลือทิ้งหลังจากการแปรรูปกาแฟนั้นคือเปลือกกาแฟเชอร์รี่ ซึ่งหากไม่มีกระบวนการจัดการของเสียจากการแปรรูปที่ดี อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน เช่น ส่งกลิ่นเหม็นรบกวนชุมชนใกล้เคียงบริเวณโรงงานแปรรูปผลผลิต ความสะอาดทางอาชีวอนามัยของคนในชุมชน และน้ำเสียไหลลงสู่แหล่งน้ำซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศน์ทางน้ำได้

แนวความคิดดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนของบริษัท มีวนา จำกัด จึงมุ่งมั่นดำเนินงานเพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศน์และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ต้นน้ำ โดยการใช้หลักการหมุนเวียนธาตุอาหาร เพื่อนำผลผลิตออกจากฟาร์ม คือเปลือกกาแฟ ที่ถูกสร้างโดยต้นกาแฟดูดซับธาตุอาหารจากดินมาหล่อเลี้ยงผล และนำเอาเฉพาะส่วนที่เป็นกะลากาแฟมาบริโภค ส่วนที่เหลือคือเปลือกกาแฟ ซึ่งในทุกปีบริษัทได้ให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ลงพื้นที่ร่วมกับเกษตรกรวางแผน และเตรียมคัดเลือกแยกเปลือกกาแฟที่เหมาะสมต่อการนำมาทำเป็นปุ๋ยหมัก เพื่อกลับคืนสู่ดินพืชจะดูดซึมกลับไปเป็นธาตุอาหารอีกครั้งหนึ่ง วัฏจักรธาตุอาหารที่หมุนเวียนเป็นไปอย่างสมดุล ซึ่งในปี พ.ศ. 2568 เปลือกกาแฟที่เหลือจากการแปรรูป จำนวน 184.67 ตัน สามารถนำกลับมาทำปุ๋ยอินทรีย์ได้จำนวน 105.80 ตัน ทำให้เกษตรกรลดค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยได้ 952,245 บาท



ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

ลดของเสียจากการแปรรูป
เปลือกกาแฟไปสู่ชุมชน



184.67
(ตัน)

ลดของเสีย นำกลับใช้ประโยชน์จากปุ๋ย



105.80
(ตัน)

ลดต้นทุนในการซื้อปุ๋ยของเกษตรกร



952,245
(บาท)

การอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ

บริษัท มิวนา จำกัด หนึ่งในบริษัทย่อย ที่มีแนวทางการพัฒนาระบบการผลิตภาคการเกษตร ร่วมกับชุมชนที่อาศัยอยู่ในป่าให้สามารถเลี้ยงชีพอยู่ร่วมกับป่าและมีส่วนร่วมในการพิทักษ์รักษา ทรัพยากรป่าไม้ให้อยู่อย่างยั่งยืนกับผืนแผ่นดินไทยตลอดไป ด้วยกลยุทธ์ที่มีแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน 3 ด้าน คือ ฐานทรัพยากร ระบบการผลิต เศรษฐกิจชุมชน ให้สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ป่า ภูมิประเทศ วัฒนธรรม และองค์ความรู้ของชุมชนโดยใช้ "กาแป" เป็นเครื่องมือ โดยเล็งเห็นว่ากาแปเป็นพืช



เศรษฐกิจที่สามารถจะช่วยรักษาทรัพยากรป่าไม้ และทำให้คนในชุมชนมีรายได้ที่เพียงพอ เพราะกาแปเป็นพืชที่เจริญเติบโตได้โดยไม่ต้องใช้สารเคมี ในกระบวนการผลิตกาแปในระบบเกษตรอินทรีย์ส่งผลให้ช่วยรักษาระบบนิเวศในพื้นที่ป่าต้นน้ำไม่ให้เกิดการทำลายหรือปนเปื้อนจากสารเคมี ซึ่งอาจเกิดส่งผลกระทบต่อผู้ใช้ น้ำทั้งในชุมชนและนอกชุมชน บริษัทฯ จึงได้ร่วมกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนกาแปอินทรีย์รักษาป่า 7 หมู่บ้าน



และหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ภายใต้ โครงการกาแปอินทรีย์รักษาป่า "มิวนา" ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิก 7 หมู่บ้าน รวมทั้งสิ้น 256 ราย ครอบคลุมพื้นที่การผลิตกาแปอินทรีย์ 4,671.25 ไร่ เป็นพื้นที่ที่ได้รับการรับรองการผลิตกาแปมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล โดยในปี พ.ศ. 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาหลากหลายโครงการ เช่น การปลูกป่า สร้างความยั่งยืนให้วิถีชุมชน, การจัดทำแนวกันไฟป่า, การจัดทำฝายชะลอน้ำ เป็นต้น โครงการสร้าง

การมีส่วนร่วมด้วยการอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ เพื่อลดผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Action) โดยการดำเนินงานหลักจากการปลูกกาแปภายใต้ร่มเงาไม้แล้วนั้น ยังจัดกิจกรรมปลูกป่าอย่างต่อเนื่องนานกว่า 12 ปี (ระยะเวลาปี พ.ศ. 2557-2568) ภายใต้โครงการ "ปลูกป่า มีกาแป มิวนา สร้างความยั่งยืนให้วิถีชุมชน" ซึ่งในปี พ.ศ. 2568 บริษัทฯ ได้ประสานกับหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ โครงการพระราชดำริขุนลาวและศูนย์เพาะกล้าไม้ เชียงราย ในการจัดทำต้นกล้าที่มีความหลากหลายชนิดให้ชุมชนนำมาปลูก จำนวน 11,679 ต้นกล้า แบ่งเป็นประเภทไม้ยืนต้น จำนวน 5,814 ต้นกล้า ได้แก่ ต้นมะค่าโมง, ต้นสัก และต้นขี้เหล็ก สำหรับประเภทไม้ผล จำนวน 5,390 ต้นกล้า ได้แก่ ต้นมะขามป้อม, มะกอก และผลับป่า เป็นต้น และประเภทไม้เศรษฐกิจ จำนวน 475 ต้นกล้า ได้แก่ ฝรั่งหม่ม, ยูคาลิปตัส และสะตอ เป็นต้น ทั้งนี้ได้กระจายต้นกล้าเพื่อนำไปปลูกในพื้นที่ 7 หมู่บ้านในโครงการกาแปอินทรีย์รักษาป่า มิวนา อันได้แก่ หมู่บ้านขุนลาว, หมู่บ้านห้วยคุณพระ, หมู่บ้านร่มเย็น, หมู่บ้านห้วยไคร้, หมู่บ้านใหม่พัฒนา, หมู่บ้านผาแดงหลวงและหมู่บ้านดอยช้าง

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

จำนวนต้นไม้ที่ปลูกต่อเนื่อง (พ.ศ. 2557-2568)



150,567
ต้น

จำนวนกล้าไม้ที่ปลูกเพิ่ม ในปี 2568



11,679
ต้น

จำนวนหมู่บ้านที่นำต้นกล้าไปปลูกในพื้นที่



7

การอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชุมชนชาติ

อีกหนึ่งโครงการเพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนในการเตรียมความพร้อมแนวกันไฟ ให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ไฟป่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ เช่น หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อป้องกันไฟป่าลุกลามครอบคลุมพื้นที่ป่าของชุมชน ให้สามารถป้องกันหรือลดระดับความรุนแรงและผลกระทบที่เกิดจากไฟป่าและหมอกควัน PM 2.5 ในชุมชนอย่างต่อเนื่อง

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

- 1) การจัดทำแนวกันไฟ โดยจะดำเนินการแผ้วถาง เก็บกวาดเศษใบไม้ กิ่งไม้ ที่ใช้เป็นแนวกันไฟของชาวบ้านเดิมที่มีอยู่แล้วให้สะอาด ไม่มีเชื้อเพลิง เพื่อป้องกันการลุกลามหรือจำกัดเขตการลุกลามหากเกิดไฟป่าขึ้น
- 2) การลาดตระเวนป้องกันไฟป่า โดยจะเป็นการแบ่งเวรยามลาดตระเวนตามเส้นทางที่มีความเสี่ยงในการเกิดไฟป่า ซึ่งพื้นที่ที่มีความเสี่ยงของสมาชิก ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นระหว่างเขตแดน หรือ ไฟป่าข้ามแดน และเมื่อพบสถานการณ์ไฟป่าเกิดขึ้น หน่วยลาดตระเวนจะแจ้งไปยังผู้นำชุมชน เพื่อชักชวนให้ชาวบ้านช่วยกันเข้าไปควบคุมไฟไม่ให้เกิดการลุกลามขึ้น โดยแผนการลาดตระเวน กำหนดขึ้นประมาณ 2 - 4 ครั้ง/สัปดาห์
- 3) การใช้พืชป้องกันไฟ เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ช่วยให้ชาวบ้านป้องกันไฟป่าลุกลามจนเกิดความเสียหายในพื้นที่ส่วนของชาวบ้าน ด้วยการให้ความสำคัญในการคัดเลือกต้นไม้ที่ปลูก นอกจากสามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนแล้วนั้น ต้องปกป้องกันไฟป่าลุกลามเข้าพื้นที่อีกด้วย ดังนั้นการปลูกกาแฟอินทรีย์ภายใต้ร่มเงาป่า เป็นพืชที่สามารถป้องกันไฟป่าเข้ามาในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากชาวบ้านจัดทำแนวกันไฟในแปลงของตนเอง เพื่อป้องกันไฟป่าลุกลามเข้ามาสร้างผลกระทบและความเสียหายต่อสวนกาแฟของตนเอง

ดังนั้นแนวทางการป้องกันไฟป่าทั้ง 3 แนวทาง ต้องเป็นแนวทางที่ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นหลัก เนื่องจากคนในชุมชน เป็นผู้รู้จักรัศวิทยาการในชุมชนของตนเอง ซึ่งชาวบ้านจะรู้ว่าจุดใดควรทำ จุดใดควรเว้นไว้ และคบจัดทำแนวกันไฟบนพื้นที่ป่าต้นน้ำ จึงต้องเป็นคนที่มีความชำนาญในพื้นที่นั้น ๆ โดยให้ชุมชน ชาวบ้าน เป็นกำลังหลักในการดำเนินงานและทางมีวนา เป็นผู้ให้การสนับสนุน เช่น อาหาร น้ำดื่ม หน้ากากป้องกัน และวัสดุอุปกรณ์อื่นๆ ที่สามารถช่วยแบ่งเบาภาระการทำงานของชาวบ้านผู้มีส่วนร่วมในพื้นที่

เป้าหมายในการจัดทำแนวกันไฟประจำปี2568

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

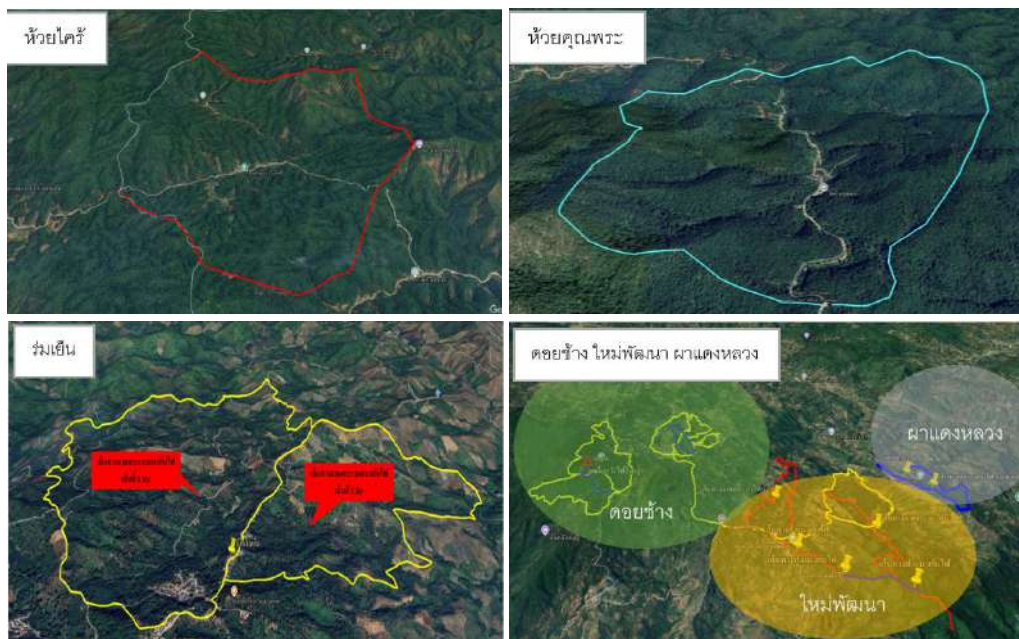


ภาพโครงการ การจัดทำแนวกันไฟและมอบของสนับสนุนผู้ปฏิบัติงาน

การอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

ระยะทาง หมู่บ้าน	ปี					รวม (ก.ม.)
	2564	2565	2566	2567 ดำเนินการแล้ว	2568 ดำเนินการแล้ว	
แนวกันไฟ						
KL	5.0	5.0	16.7	2.9	2.0	31.5
HKP	7.8	7.8	10.3	8.2	8.0	42.1
HK	14.3	14.3	14.0	17.1	13.1	72.7
PDL				6.1	6.1	12.2
DC				4.1	5.7	9.8
ลาดตระเวน						
MP		3.5	23.2	64.9	81.9	173.6
PDL			14.6	29.1		43.7
DC		10.1	19.4	233.5	118.0	381.0
RY			32.5	32.5	84.8	149.8
รวม (ก.ม.)	27.0	40.7	130.7	398.5	319.6	916.4



ภาพแสดงแผนการจัดทำแนวป้องกันไฟครอบคลุมพื้นที่ 7 หมู่บ้าน

อีกทั้งเมื่อถึงช่วงเวลาเข้าสู่ฤดูฝน ตั้งแต่เดือน เม.ย. - ก.ย. ของทุกปี เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อการเตรียมการฟื้นฟูป่าต้นน้ำและเพิ่มความชุ่มชื้นผิวดิน หรือสามารถเรียกว่าเป็นแนวกันไฟเปียกที่มีประสิทธิภาพในการป้องกันไฟป่าลุกลามได้ดี คือการจัดทำฝายชะลอน้ำยังเป็นแหล่งน้ำสำรอง ที่ใช้ในช่วงฤดูแล้งและเป็นที่อยู่ของสัตว์น้ำพื้นถิ่น โดยฝายชะลอน้ำที่มีความเหมาะสมในพื้นที่สูง เป็นฝายชนิดกึ่งถาวร ซึ่งจัดทำด้วยวัสดุอุปกรณ์ที่หาได้ง่ายในพื้นที่ มีอายุการใช้งานประมาณ 3 - 5 ปี มีขนาดความสูง 80 ซม. เพื่อให้ปริมาณน้ำไหลผ่านได้ดี และส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตและระบบนิเวศน์ทางน้ำน้อยที่สุด

การอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ

ลักษณะของฝายแต่ละชนิด

ฝายขนาดเล็ก

พื้นที่ทำฝาย เป็นลำห้วยขนาดเล็ก (ห้วยแล้ง) ซึ่งลำห้วยลักษณะนี้ เมื่อถึงช่วงฤดูแล้ง ไม่มีน้ำไหลผ่าน การทำฝายในพื้นที่แบบนี้ จึงนิยมทำเป็นฝายขนาดเล็ก ขนาดกว้างประมาณ 1 - 2 เมตร ลึกไม่เกิน 80 ซม. ซึ่งฝายลักษณะนี้มีศักยภาพในการเก็บน้ำแต่ละจุดในปริมาณไม่มาก จึงจำเป็นต้องมีความถี่ของระยะในการทำฝายแต่ละจุดมากกว่าฝายขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ซึ่งการทำฝายแบบนี้จะช่วยให้มีการรักษาความชื้นกระจายได้ทั่วถึงมากขึ้น

ฝายขนาดกลาง

พื้นที่ทำฝาย เป็นลำห้วยขนาดกลาง(ห้วยสาขา) มีน้ำไหลผ่านตลอดปี ซึ่งลำห้วยลักษณะนี้ เป็นลำห้วยที่รับน้ำจากห้วยขนาดเล็ก ไหลมารวมกัน พบได้มากบริเวณป่าต้นน้ำ จึงนิยมทำฝายขนาดกลาง ขนาดกว้างประมาณ 2-4 เมตร ลึกไม่เกิน 80 ซม. ซึ่งฝายลักษณะนี้มีศักยภาพในการเก็บน้ำแต่ละจุดในปริมาณมากกว่า เพียงพอในการใช้อุปโภคหรือเพื่อการเกษตรในพื้นที่ได้ ดังนั้นการสร้างฝายขนาดกลางจะมีความถี่น้อยกว่าขนาดเล็ก เพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อระบบนิเวศน์ทางน้ำ

ฝายขนาดใหญ่

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



ภาพแสดงการสร้างฝายชะลอน้ำในแต่ละหมู่บ้าน

เป้าหมายในการสร้างฝายชะลอน้ำประจำปี 2568

บริษัทได้กำหนดเป้าหมายการสร้างฝายในพื้นที่ อย่างน้อยหมู่บ้านละ 1 จุด หรือจำนวน 7 ฝายในพื้นที่ 7 หมู่บ้าน

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย

ผลการดำเนินงานสร้างฝายทั้งสิ้น 9 ฝาย ในพื้นที่ 4 หมู่บ้าน จากเป้าหมายทั้งหมดรวม 7 ฝาย ในพื้นที่ 7 หมู่บ้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

หมู่บ้าน	จำนวนฝาย	ชนิดฝาย	ปริมาณน้ำที่กักเก็บ บ.ม.	จำนวนผู้เข้าร่วม	ครัวเรือนที่ได้รับประโยชน์
HK	1	ถาวร	12.32	20	30
HKP	6	ธรรมชาติ	12	50	30
MP	1	ถาวร	37.5	80	107
PDL	1	ถาวร	15	20	83
รวม	9		76.82	170	250

การอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ

ปัญหาอุปสรรคที่พบ และสาเหตุที่ไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้

- 1) บ้านขุนลาว: ได้ดำเนินการสร้างฝายชะลอน้ำช่วงเดือน ก.ค.68 เจ้าหน้าที่มีเวลาไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้เนื่องจากติดภาระกิจงานตรวจแปลง
- 2) บ้านร่มเย็น: ไม่สามารถดำเนินการสร้างฝายได้ เนื่องจากสำรวจไม่พบพื้นที่ร่องน้ำที่เหมาะสมในการสร้างฝายชะลอน้ำ
- 3) บ้านดอยช้าง: สภาพพื้นที่ในการดำเนินการเข้าไปทำฝายไม่ได้เป็นฝายหลักของชุมชน จึงได้ยกเลิกการทำฝายเนื่องจากมีความเสี่ยงอันตรายและไม่คุ้มค่าในการดำเนินการ

❖ บ้านห้วยไคร้ ปี 2568

อธิบายเพิ่มเติม
ปี 2568 มีงาน ได้ทำ ณพื้นที่ตามการทำฝายชะลอน้ำแบบถาวร จำนวน 1 จุด ในพื้นที่ทางลำห้วยต้นน้ำ หมู่บ้านห้วยไคร้ ซึ่งสามารถเก็บน้ำได้ประมาณ 12,300 ลูกบาศก์เมตร จำนวนครัวเรือนที่ได้รับประโยชน์ประมาณ 30 ครัวเรือน

❖ บ้านห้วยคุณพระ ปี 2568

อธิบายเพิ่มเติม
ปี 2568 มีงาน ได้ทำ ณพื้นที่ตามการทำฝายชะลอน้ำแบบถาวร จำนวน 6 จุด ในพื้นที่ทางลำห้วยต้นน้ำ หมู่บ้านห้วยคุณพระ ซึ่งสามารถเก็บน้ำได้ประมาณ 12 ลูกบาศก์เมตร จำนวนครัวเรือนที่ได้รับประโยชน์ประมาณ 30 ครัวเรือน

❖ บ้านใหม่พัฒนา ปี 2568

อธิบายเพิ่มเติม
ปี 2568 มีงาน ได้ทำ ณพื้นที่ตามการทำฝายชะลอน้ำแบบถาวร จำนวน 1 จุด ในพื้นที่ทางลำห้วยต้นน้ำ หมู่บ้านใหม่พัฒนา ซึ่งสามารถเก็บน้ำได้ประมาณ 37,600 ลูกบาศก์เมตร จำนวนครัวเรือนที่ได้รับประโยชน์ประมาณ 167 ครัวเรือน

❖ บ้านผาแดงหลวง ปี 2568

อธิบายเพิ่มเติม
ปี 2568 มีงาน ได้ทำ ณพื้นที่ตามการทำฝายชะลอน้ำแบบถาวร จำนวน 1 จุด ในพื้นที่ทางลำห้วยต้นน้ำ หมู่บ้านผาแดงหลวง ซึ่งสามารถเก็บน้ำได้ประมาณ 15 ลูกบาศก์เมตร จำนวนครัวเรือนที่ได้รับประโยชน์ประมาณ 15 ครัวเรือน

ภาพแสดงแผนที่การจัดทำฝายชะลอน้ำในพื้นที่ 4 หมู่บ้าน

การอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ

ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity)

นโยบายการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างดุลยภาพด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจเพื่อความเจริญรุ่งเรืองอย่างยั่งยืน โดยการอนุรักษ์ส่งเสริมและสนับสนุนการส่งต่อทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพที่อุดมสมบูรณ์ให้แก่คนรุ่นต่อไป ซึ่งกำหนดแนวทางปฏิบัติให้ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน เช่น พันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า และพนักงานให้มีส่วนร่วมในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนร่วมกัน เช่น การลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ด้วยการขยายการติดตั้งพลังงานสะอาดทดแทน, ร่วมกันกับคู่ค้าลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการขนส่ง, การปรับเปลี่ยนพลังงานก๊าซ (LNG) ในกระบวนการผลิต,



การบริหารจัดการน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่และสร้างมูลค่าจากของเสียในกระบวนการผลิต เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดพร้อมกับลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนพัฒนาปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน พร้อมทั้งปลูกฝังให้พนักงานตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า รวมถึงร่วมกันอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพทั้งภายในและนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง

แนวทางปฏิบัติในการใช้ทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพ

1. บริษัทมุ่งเน้นในการดำเนินงานเพื่อลดผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมโดยการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า
2. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้าง กระบวนการผลิต การขนส่ง การจำหน่ายจนถึงผู้บริโภค ให้พัฒนาปรับปรุงการทำงานเพื่อลดใช้ทรัพยากรหรือเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า
3. กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายเพื่อจัดทำแผนการดำเนินงานพัฒนาประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ติดตามรายงานและปรับปรุงผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
4. สร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีความสำคัญ ในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า หรือการใช้พลังงานสะอาดทดแทน เช่น การใช้พลังงานน้ำมันเชื้อเพลิง, ก๊าซธรรมชาติ, ไฟฟ้า, น้ำ และกระดาษ เป็นต้น
5. บริษัทหลีกเลี่ยงการดำเนินงานที่จะส่งผลกระทบต่อพื้นที่อนุรักษ์, พื้นที่ได้รับความคุ้มครองหรือพื้นที่คุ้มครองตามกฎหมายท้องถิ่นนั้น ๆ ตลอดจนขอความร่วมมือ ส่งเสริมให้เกษตรกรดำเนินการพัฒนาปรับปรุงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ร่วมกันเพื่อลดผลกระทบและฟื้นฟูผลกระทบระบบนิเวศตลอดห่วงโซ่ทางธุรกิจ



การจัดการประเด็นความหลากหลายทางชีวภาพ

ประเด็นความมั่นคงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ	การบริหารจัดการ
บริเวณที่ได้รับการปกป้องหรือฟื้นฟูโดยบริษัท	พื้นที่ป่าต้นน้ำแม่ลาว, แม่สรวย และแม่กรณ์ จ.เชียงราย

การอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ

การประเมินมูลค่าความหลากหลายทางชีวภาพของระบบนิเวศ

บริษัท มิวนา จำกัด เป็นหนึ่งในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ที่ดำเนินธุรกิจกาแปออินทรีย์มาตั้งแต่ปี 2555 โดยการส่งเสริมให้เกษตรกรในจังหวัดเชียงรายปลูกกาแฟในระบบเกษตรอินทรีย์ ภายใต้ โครงการกาแปออินทรีย์รักษาป่า และรับซื้อผลผลิตทั้งหมดจากเกษตรกรที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน เกษตรอินทรีย์เพื่อแปรรูปและจัดจำหน่าย โดยมุ่งหมายให้เป็นกิจการเพื่อสังคม คือเป็นธุรกิจที่มุ่ง พัฒนาเศรษฐกิจและสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนเกษตรกร พร้อมกันไปกับการอนุรักษ์และ ฟื้นฟูระบบนิเวศป่าไม้ ครอบคลุมพื้นที่ต้นน้ำ 3 แห่งของจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ต้นน้ำแม่ลาว ต้น น้ำแม่สรวย และต้นน้ำแม่กรณ์ ในปัจจุบัน โครงการกาแปออินทรีย์รักษาป่า มีพื้นที่ทั้งหมด 4,671.25 ไร่ มีสมาชิกที่เป็น เกษตรกร 256 ครอบครัว จาก 7 หมู่บ้าน 4 ตำบล ใน 3 อำเภอของจังหวัดเชียงราย โดยดำเนินงาน ในสองลักษณะ คือ

1. ปลูกกาแฟในระบบเกษตรอินทรีย์ให้เริ่มเงาไม้ในป่าเดิม ที่อนุรักษ์เอาไว้ก่อนหน้า
2. การปรับเปลี่ยนสวนกาแฟอยู่ก่อนแล้ว ให้เป็นป่ากินได้ โดยปลูกต้นไม้เสริมเพื่อให้ร่มเงา สร้างความหลากหลายทางชีวภาพ

พันธกิจในการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลผลิตกาแปออินทรีย์ที่มีคุณภาพในระดับสากล ควบคู่ไปกับการสร้างให้เกิดความสมดุลระหว่างธรรมชาติเกษตรกรในชุมชน ภาคธุรกิจ ตลอดจนผู้บริโภค ให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ต้นน้ำและสามารถเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน ส่งผลให้ผู้มีส่วนช่วยอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าหลายพันไร่ตลอดระยะเวลากว่า 10 ปี ซึ่งสามารถประเมินมูลค่าและมูลค่าความหลากหลายทางชีวภาพของระบบนิเวศป่าต้นน้ำของแปลงสวนกาแฟ คิดเป็น 555,468,585.90 บาทต่อปี (ข้อมูลจากการทวนสอบของเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ หรือ BEDO) โดยได้มีการพัฒนาสินค้ากาแฟคั่วและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากกาแปอภายใต้แบรนด์บี

อ่านรายงานผลการประเมินคุณค่าบริการระบบนิเวศฉบับเต็มได้ที่



ภาพจากการประเมินมูลค่าความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ปลูกกาแฟมิวนา

สรุปมูลค่าบริการระบบนิเวศของพื้นที่ในโครงการกาแปออินทรีย์รักษาป่า มิวนา

ซึ่งประกอบด้วยพื้นที่ทั้งหมด 4,671.25 ไร่ คิดเป็นมูลค่า 555,468,585.90 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

การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)

นโยบายการบริหารจัดการพลังงานและการบรรเทาภาวะโลกร้อน

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)และบริษัทย่อย ได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) จึงได้นำแนวคิดนี้ไปขยายเพื่อการจัดการพลังงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและบรรเทาภาวะโลกร้อนให้ครอบคลุมในห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีแนวทางที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ บรรเทาภาวะโลกร้อน (Global Warming) และการบริหารจัดการพลังงาน เช่น ไฟฟ้า น้ำ และทรัพยากรหมุนเวียนอื่น ๆ ซึ่งทางบริษัทให้การส่งเสริมและผลักดันให้ทุกหน่วยงานในองค์กรมีการปรับปรุงประสิทธิภาพ การใช้พลังงานในหน่วยงานและการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า ตลอดจนพัฒนานวัตกรรมเพื่อลดการใช้พลังงานโดยรวม

เป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทได้ตั้งเป้าหมายในปี พ.ศ. 2568 ที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 5% หรือคิดเป็นปริมาณ 51.6183 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า เมื่อเทียบกับปีฐาน พ.ศ. 2567

แผนงานการดำเนินงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ในปี พ.ศ. 2568 บริษัทและบริษัทย่อย จัดทำแผนในการดำเนินการภายใต้โครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยได้ดำเนินการตามแผนงาน ดังนี้

1. กำหนดเป้าหมายด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
2. สื่อสารให้ความรู้กับพนักงาน สร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
3. รณรงค์การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการประหยัดหรือใช้เท่าที่จำเป็น
4. สนับสนุนให้มีการนำพลังงานสะอาดมาใช้ทดแทน โดยการติดตั้งโซล่าเซลล์บนอาคารโรงงาน
5. ส่งเสริมให้เปลี่ยนแปลงเชื้อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการใช้น้ำมันไบโอดีเซล B10 ทดแทน B7
6. การจัดซื้ออย่างยั่งยืน โดยการคัดเลือกว่าผู้ขายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือใช้วัสดุรีไซเคิล
7. การบริหารจัดการของเสียในกระบวนการผลิต ให้สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ เพื่อลดการนำของเสียไปสู่ชุมชน
8. การบริหารจัดการหมุนเวียนน้ำ โดยการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่
9. การอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ โดยจัดให้มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่ปลูกกาแฟไร่ (สร้างแนวกันไฟ) เพื่อลดโอกาสที่ป่าจะถูกทำลาย
10. การบริหารจัดการแยกขยะ เพื่อลดปริมาณขยะทั่วไปสู่บ่อฝังกลบ
11. รณรงค์และส่งเสริมการแยกขยะพลาสติกโดยการส่งคืนซองกาโรกลับมาเพื่อเผาทำลายอย่างถูกวิธี
12. มอบหมายและส่งเสริมให้บริษัท พี.एम.พูด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ดำเนินการประเมินและทวนสอบการปล่อยคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร เพื่อขอขึ้นทะเบียนกับ อบก.

แนวทางการปฏิบัติและผลลัพธ์ในการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
อ่านเพิ่มเติมจาก www.premier-marketing.co.th/sustainability/sustainability-society-creating/การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

แนวทางในการปฏิบัติ

สำหรับแนวทางในการดำเนินการภายใต้โครงการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน เพื่อให้เกิดผลผลิตภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน จะมีกิจกรรมในการดำเนินหลัก ๆ ดังนี้

1. การกำหนดนโยบายตลอดจนกำหนดเป้าหมายด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
2. การออกแบบและพัฒนาการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก การจัดทำเอกสาร รายงาน และการทวนสอบบัญชีก๊าซเรือนกระจกขององค์กร
3. การรวบรวมและจัดเก็บเพื่อคำนวณการวัดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอน โดยใช้หลักการของ Carbon Footprint เพื่อเป็นแนวทางในการวัดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนออกมาในรูปแบบ ต้นคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า โดยมีการแบ่งตามขอบเขตการปล่อย คือ
ขอบเขตที่ 1 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางตรงขององค์กร
ขอบเขตที่ 2 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน เช่น ไฟฟ้า พลังงานไอน้ำ
ขอบเขตที่ 3 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางอ้อมอื่น ๆ เช่น การใช้กระดาษ การใช้น้ำประปา
4. การกำหนดแผนงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน

ตารางแสดงผลเปรียบเทียบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ขอบเขต	แหล่งการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี)		
		พ.ศ. 2566	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568
Scope 1	1.1 การเผาไหม้แบบอยู่กับที่			
	1.1.1 Diesel (Fire pump)	-	-	-
	1.2 การเผาไหม้แบบเคลื่อนที่			
	1.2.1 น้ำมันดีเซล	732.9146	731.5377	454.1724
	1.2.2 น้ำมัน GASOHOL 91, E20, E85	21.0313	15.2610	11.5864
	1.2.3 น้ำมัน GASOHOL 95	99.3413	73.0317	86.1464
	1.3 การใช้สารดับเพลิง (co2)	-	-	-
1.4 การใช้สารทำความเย็นชนิด R32	-	-	-	
Scope 2	2.1 พลังงานไฟฟ้า	140.8068	126.8471	121.4587
Scope 3	3.1 กระดาษ A4 และ A3	4.8228	7.5974	4.8934
	3.2 การใช้น้ำประปา*	-	-	-
	3.3 ขยะของเสียฝักรวม	5.0332	75.9747 *	58.7661*
	รวมทั้งสิ้น	1,003.9501	1,032.3664	737.0234

* ค่าน้ำประปา สำหรับอาคารสำนักงานของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่าอาคารสำนักงานได้จัดเก็บรวมอยู่กับค่าบริการตามสัญญาเช่า

* ปริมาณขยะฝักรวมปี พ.ศ. 2567 เพิ่มขึ้น เนื่องจากนำปริมาณสินค้าเสียทำลาย เพื่อนำไปฝังกลบด้วย

หมายเหตุ ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉพาะบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

ในปี พ.ศ. 2568 บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินการมอบหมายให้คณะทำงานด้านการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อศึกษา สื่อสารทำความเข้าใจ และอยู่ระหว่างการทบทวนมาตรฐานการรวบรวม จัดเก็บ และบันทึกข้อมูล เพื่อเปิดเผยตามแนวทางการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ภายในปี พ.ศ. 2568 เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการใช้พลังงานและทรัพยากรให้คุ้มค่าและลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่อไป โดยในปีที่ผ่านมา ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เท่ากับ 737.0234 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี เมื่อเปรียบเทียบข้อมูล พบว่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง 295.5343 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ หรือ คิดเป็น 28.60% ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปีฐาน 2567 ที่ผ่านมา เนื่องจาก การใช้ปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงลดลง 32.68% และการใช้ปริมาณไฟฟ้าที่ลดลง 4.24% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีที่แล้ว

โครงการการทวนสอบการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร จึงได้ดำเนินการเพื่อประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยทำการพิจารณาก๊าซเรือนกระจก 7 ชนิด และทำการรวบรวมข้อมูลกิจกรรมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อมาคำนวณค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร ปีละ 1 ครั้ง และจัดทำรายงานผลการประเมินปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ตามข้อกำหนดในการคำนวณและรายงานคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร ระยะเวลาในการติดตามผล 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2567 และขอรับการทวนสอบข้อมูลเป็นระดับการทวนสอบแบบจำกัด (Limited level of assurance) และมีความสาระสำคัญ (Materiality) 5% และรับรองผลคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

เป้าหมายในการดำเนินงานปี 2568

เพื่อให้ทราบถึงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรปีฐาน 2567 และได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด ระยะเวลา 1 ม.ค. ถึง 31 ธ.ค. 2567 Scope 1 & 2 เท่ากับ 5,132 tonCO₂e/year Scope 3 เท่ากับ 17,014 tonCO₂e/year และได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร ตามประกาศขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก(องค์การมหาชน) ดำเนินการแล้วเสร็จได้ตามเป้าหมาย

บริษัท พี.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด โรงงานกบินทร์บุรี

ประเภท	ปริมาณ GHG (tCO ₂ e/year)	สัดส่วนเมื่อเทียบกับประเภท 1 และ 2
ประเภท 1	3,435.00	66.95
ประเภท 2	1,696.00	33.05
ประเภท 3	17,014.00	
อื่น ๆ	149.00	
รวม Scope 1 & 2	5,132	100.00

ประเภทสภาพภูมิอากาศ	พื้นที่ พ.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด โรงงานกบินทร์บุรี	
ที่ตั้งขององค์กร	505 หมู่ 9 เขตอุตสาหกรรมกบินทร์บุรี ตำบลหนองอีแต๋น อ.กบินทร์บุรี จ.นครราชสีมา 25110	
ระยะเวลาการประเมิน	ช่วงเวลา 12 เดือน (1 มกราคม 67 - 31 ธันวาคม 67)	
วันที่ประเมิน	ลงนามรายงานประจำปี 4 เดือน 1/2568	
ค่า CFO	ปริมาณ 5,132.00 tCO ₂ e / ปี	คิดเฉลี่ย 5,132.00 tCO ₂ e / ปี
Carbon Intensity (Scope 1+2)	ปริมาณ 1.6158 TonCO ₂ e / ton	คิดเฉลี่ย 1.6958 TonCO ₂ e / ton
การซื้อไฟฟ้า	จากศูนย์รวม สมบูรณ์ (สายส่งสายแรงดันแรงดันสูง)	
หน่วยการผลิต	บริษัท พีเอ็มดี จำกัด	
ระดับการรับรอง	แบบจำกัด	
ผู้ตรวจสอบข้อมูล	นางสาว รพีพร นิลดี	
ผู้บันทึกข้อมูล	สำนักงาน	

แหล่งปล่อยที่มากที่สุด	Scope 1 LPG ส่วนรวมของผลิตภัณฑ์
Scope 2	บริษัทการใช้พลังงานไฟฟ้า
Scope 3	การคิดของมูลค่า
สาเหตุที่ค่า CFO ต่างจากปีฐาน	เนื่องจากบริษัท พี.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด โรงงานกบินทร์บุรี หากการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรเป็นปีแรก



การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

การดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจความยั่งยืนตั้งแต่ต้นน้ำ-ปลายน้ำ

การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนเป็นสิ่งที่มีบริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด ให้ความสำคัญ บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า เพื่อลดปัญหาโลกร้อนให้ครอบคลุมในห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วน เพื่อส่งมอบปลาสวรรค์ที่ไร้ที่ติที่มีคุณประโยชน์ให้กับผู้บริโภค จากความมุ่งมั่นและการดำเนินธุรกิจเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ ได้รับรางวัล Climate Action Leader จากงาน CCI Climate Change Forum 2025 จัดโดยสถาบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Institute) ภายใต้สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เมื่อเดือนกันยายน 2568 ที่ผ่านมา โดยชูแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ใน 2 ด้านหลักคือ

1. การติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคา (Solar Rooftop) เพื่อเป็นพลังงานสะอาดทดแทน โดยมีเป้าหมายเพื่อทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้า

- ตั้งเป้าลดการใช้ไฟฟ้าลง ม.ค. - มิ.ย. 2568 22% หรือลดค่าไฟฟ้า 360,000 บาท ต่อเดือน และ ก.ค. - ธ.ค. 2568 ลดลง 28% หรือลดค่าไฟฟ้า 460,000 บาท ต่อเดือน และยังช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
- ผลลัพธ์ที่ได้คือ ช่วงเดือน ม.ค. - ธ.ค. 2568 ค่าไฟฟ้านลดลงเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 5,102,429 บาท เจลี่ย 425,202 บาท/เดือน และสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 594.88 ton CO₂e เจลี่ยได้ 49.57 tonCO₂e /เดือน

2. การจัดการของเสียจากกระบวนการผลิตและเศษอาหารจากโรงงาน

- บริษัทมีการแปลงของเสียให้เป็นปุ๋ยอินทรีย์ ช่วยปริมาณขยะฝังกลบและลดมลพิษสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งเสริมให้พนักงานนำปุ๋ยอินทรีย์ไปใช้ ช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน ตามหลักการ 3R คือ การลดการใช้และการบริโภคทรัพยากรที่ไม่จำเป็น (Reduce) การนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด (Reuse) การเลือกใช้ทรัพยากรที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)

ผลลัพธ์ที่ได้ ของเสียจากกระบวนการผลิตนำไปผลิตเป็นปุ๋ยได้ 12,675 Kg เพื่อแจกจ่ายปุ๋ยให้กับพนักงาน ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ย 190,125 บาท และส่งมอบให้ศูนย์การเรียนรู้และฝึกอบรมเศรษฐกิจพอเพียง ค่ายไฟริระย่อเดช จังหวัดสระแก้ว ช่วยลดของเสียจากกระบวนการผลิตและโรงอาหารไปสู่ชุมชน 24 ตัน/ปี คิดเป็น 100% และสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 55.68 tonCO₂e/ปี



ภาพแสดงการเข้าร่วมกิจกรรม CCI Climate Change Forum 2025

การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

การบริหารจัดการแยกขยะ

ปัจจุบันการจัดการขยะได้กลายเป็นปัญหาของหลายประเทศและประเทศไทยเองก็กำลังเผชิญกับปัญหามากขึ้นทุกวันจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น ซึ่งขยะดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อทั้งชุมชนและสิ่งแวดล้อมเป็นอันมากหากมีการกำจัดหรือทำลายอย่างผิดวิธี ดังนั้นบริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย จึงเห็นความสำคัญในเรื่องของการคัดแยกขยะภายในสำนักงานและในแต่ละโรงงาน เพื่อนำกลับมาใช้หรือกำจัดอย่างถูกวิธีอื่นเป็นการช่วยลดปริมาณขยะไปสู่การฝังกลบและเท่ากับเป็นการช่วยลดผลกระทบต่อทั้งชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเวลาเดียวกัน

โครงการ "เก่าแลกใหม่ - Old for New by SCGP RECYCLE" ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง ร่วมกับ SCGP

บริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ตอกย้ำความมุ่งมั่นในการเป็นองค์กรที่มุ่งสร้างความยั่งยืน ด้วยการร่วมมือกับ บริษัท เอสซีจี แพลคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) ในโครงการ "เก่าแลกใหม่ - Old for New by SCGP RECYCLE" โดยมีพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมืออย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2568 ณ อาคารตรีเมียร์คอร์ปอเรตพาร์ค โครงการนี้ไม่เพียงแต่เป็นการผลักดันเรื่องสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า แต่ยังเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรภายในองค์กร โครงการ "เก่าแลกใหม่" เป็นการสะท้อนถึงการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnerships for the Goals) ที่มีวิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืนร่วมกัน ในมุมมองของ SCGP ซึ่งเป็นผู้นำด้านบรรจุภัณฑ์ โครงการนี้ช่วยให้บริษัทสามารถจัดหากล่องกระดาษลูกฟูกรวมถึงกระดาษอื่น ๆ ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญสำหรับการผลิตสินค้าใหม่ได้อย่างเพียงพอและช่วยกันลดต้นทุนจากการนำเข้ากระดาษจากโรงงานภายนอก สำหรับ บริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง เราได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่านี้ ด้วยการนำกล่องกระดาษลังเหลือใช้จากคลังสินค้าร่วมเกล้า ซึ่งเป็นกล่องที่ได้การส่งคืนจากลูกค้า และเศษกระดาษสำนักงาน ส่งให้กับทาง SCGP เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลอย่างเป็นระบบ ลดปริมาณขยะฝังกลบเพื่อขับเคลื่อน Climate Action ตามนโยบายของบริษัท โดยนับตั้งแต่เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2568 บริษัทได้ส่งกระดาษไปรีไซเคิลแล้ว 2 ครั้ง รวมปริมาณกว่า 1.6 ตัน ซึ่งการจัดการปริมาณขยะกระดาษที่จุดเริ่มต้นนี้ ถือเป็นก้าวสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรและสังคม เนื่องจากปริมาณขยะกระดาษลดลงอย่างต่อเนื่อง คือ "ผลลัพธ์เชิงบวก" ที่เกิดจากความสำเร็จในการบริหารจัดการภายในและการผลักดันแนวคิด Paperless ของบริษัท ตรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ที่สร้างการมีส่วนร่วมกับพนักงานมาอย่างต่อเนื่อง "ปริมาณกระดาษที่ลดลง แสดงให้เห็นว่าเรามีการบริหารจัดการที่ดีขึ้น มีการลดการใช้กระดาษในกระบวนการทำงานอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีอย่างยิ่งสำหรับบริษัท และเป็นการช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน"



ภาพแสดงการทำบันทึกข้อตกลงร่วมกัน (MOU) โครงการ รีไซเคิลกระดาษ Old for New - เก่าแลกใหม่ ณ วันที่ 15 ตุลาคม 2568

การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

ผลลัพธ์ที่ชัดเจนและจับต้องได้

- ผลักดัน Circular Economy การขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งตอบโจทยแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่ต้องการสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน
- การร่วมเป็นพันธมิตร เพื่อลดขยะฝังกลบ การรวบรวมและนำกระดาษเหลือใช้กลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลของ SCGP จะช่วยลดปริมาณขยะกระดาษที่ต้องถูกนำไปฝังกลบ ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ลดต้นทุนการจัดการขยะ บริษัทฯ ได้รับบริการเก็บกระดาษเพื่อนำไปรีไซเคิลโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานด้านการจัดการขยะ
- เห็นผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อม มั่นใจได้ว่ากระดาษทั้งหมดจะถูกนำกลับใบใช้ประโยชน์และหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจอย่างครบถ้วน ซึ่งเป็นการสร้างผลกระทบเชิงบวกที่ชัดเจนและตรวจสอบได้



โครงการ "เก่าแลกใหม่" ได้เริ่มนำร่องจัดตั้งกล่องรับกระดาษสำหรับสำนักงานใหญ่ของ พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง เพื่อให้พนักงานร่วมกันคัดแยกกระดาษเพื่อส่งให้ SCGP นำไปรีไซเคิล โดยหลังจากที่กระบวนการดำเนินการเข้าที่เข้าทางแล้ว บริษัทฯ มีแผนที่จะขยายโครงการนี้ไปยังบริษัทในเครือต่อไปในอนาคต นอกจากนี้แล้วขยะพลาสติกก็เป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมอัตราการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นย่อมทำให้การใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกมากขึ้นเป็นเงาตามตัว ดังนั้นการจะยกเลิกการใช้พลาสติกโดยสิ้นเชิงนั้นคงจะเป็นไปไม่ได้ยาก แต่คงต้องหาทางจัดการขยะที่ถูกต้อง เช่น มีการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง การหาวิธีทิ้งขยะให้ถูกที่ถูกทาง การนำขยะบางประเภทกลับมาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด



ได้ทำการรีไซเคิลกระดาษรวมทั้งสิ้น 2,593 กิโลกรัม

- ลดการตัดต้นไม้ 44 ต้นการใช้น้ำ 68,709.01 ลิตร
- ลดการปล่อยก๊าซ CO₂ 14,711.50 kgCO₂eq
- ลดการใช้เชื้อเพลิง 580.83 ลิตร
- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า 16,950.36 กิโลวัตต์-ชั่วโมง

เกียรติบัตรด้านสิ่งแวดล้อม ที่ออกโดยบริษัท SCG Packaging Public Company Limited เพื่อแสดงความขอบคุณและบันทึกสถิติการรีไซเคิล

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน ESG Metrics

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนประจำปี 2568 ESG Metrics : มิติสิ่งแวดล้อม

มิติสิ่งแวดล้อม							
Code	GRI Standards	ESG Indicators	Unit	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	ปีที่รายงาน (2568)
E1 นโยบายและการปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม							
E1.1C	GRI 103	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการจัดการ ด้านสิ่งแวดล้อม	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
E1.2C		จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิด กฎหมาย 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		การปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐาน สากลเกี่ยวกับการจัดการน้ำ	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	7,691,330	7,060,406	8,072,391	10,105,240.00
E2.3C		ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	kWh	1,604,568	1,579,568	1,589,922	1,719,000
E2.4R		เป้าหมายการจัดการพลังงาน	kWh	1,067,323(15%)	1,153,699(15%)	1,059,060(15%)	1,542,224 (3%)
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	550,873	956,641	1,333,345	2,002,426
E3.3R		เป้าหมายลดการใช้น้ำ	ลูกบาศก์เมตร	10,361 (5*)	27,543 (5*)	47,832 (5*)	40,000 (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	270,966.69	165,467	180,100.41	1,089,548
E4.3R		เป้าหมายการจัดการขยะและของเสีย	กิโลกรัม	224,500	229,590	211,902	171,095.39
E4.4R		ปริมาณขยะและของเสียที่ผ่านกระบวนการ reuse และ/หรือ recycle	กิโลกรัม	997,160	304,168	179,311	818,957
E5 การจัดการก๊าซเรือนกระจก							
E5.1C	GRI 305	แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
E5.2C		ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมของขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2	tCO _{2e}	1,024.09	994.09	946.68	673.36
E5.3C		การทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยหน่วยงานภายนอก	มี/ไม่มี	ไม่มี	มี (PMF)	มี (PMF)	มี (PMF)
E5.4R		เป้าหมายการจัดการก๊าซเรือนกระจก	tCO _{2e}	ลดลง 5% จากปีฐาน 2564 (55.017 tCO _{2e})	ลดลง 5% จากปีฐาน 2565 (51.564 tCO _{2e})	ลดลง 5% จากปีฐาน 2566 (50.197 tCO _{2e})	ลดลง 5% จากปีฐาน 2567 (51.6185 tCO _{2e})
E5.5R		ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมของขอบเขตที่ 1 ขอบเขตที่ 2 และขอบเขตที่ 3	tCO _{2e}	1,031.28	1,003.95	1,032.37	737.0234
E5.6R		ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วย (carbon intensity)	tCO _{2e} / หน่วย	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนประจำปี 2568 ESG Metrics : มิติสิ่งแวดล้อม (กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม)

มิติสิ่งแวดล้อม							
Code	GRI Standards	ESG Indicators	Unit	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	ปีที่รายงาน (2568)
FBE-E1 การจัดการขยะอาหาร							
FBE-E1.1	Disclosure 306-3	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการ ขยะอาหาร	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
		- ปริมาณขยะอาหารที่นำไปเผาทำลาย	กิโลกรัม	0	0	0	0
		- ปริมาณขยะอาหารที่นำไปทำปุ๋ย	กิโลกรัม	996,400	299,590	211,902	347,565
		- ปริมาณขยะอาหารที่ถูกกำจัดโดยวิธีการอื่นๆ	กิโลกรัม	0	0	0	0
FBE-E1.3	-	ปริมาณอาหารเหลือทิ้งที่นำไปใช้ประโยชน์ทั้งหมด	กิโลกรัม				
		- ปริมาณอาหารเหลือทิ้งที่นำไปบริจาค	กิโลกรัม	0	0	0	0
		- ปริมาณอาหารเหลือทิ้งที่นำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่	กิโลกรัม	14,490	90	900	35342.81
		- ปริมาณอาหารเหลือทิ้งที่นำไปเป็นอาหารสัตว์	กิโลกรัม	0	0	0	0

FBE-E2 ความหลากหลายทางชีวภาพและการยุติการตัดไม้ทำลายป่า							
FBE-E2.1	Disclosure 304-1	นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและการยุติการตัดไม้ทำลายป่า โดยครอบคลุมกระบวนการดำเนินงานด้านธุรกิจ และห่วงโซ่อุปทานของบริษัท	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E2.2	Disclosure 304-2	การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพจากการดำเนินงานธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E2.3	Disclosure 304-1	จำนวนพื้นที่การดำเนินงานของบริษัทที่มีการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ	ตารางเมตร	7,414,256	6,768,912	6,768,912	7,474,000
FBE-E2.4	Disclosure 304-1	จำนวนพื้นที่ป่าที่ได้รับการอนุรักษ์ภายใต้การดูแลของบริษัท	ตารางเมตร	7,414,256	6,768,912	6,768,912	7,474,000
FBE-E2.5	Disclosure 304-3	แผนงานหรือโครงการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในการดำเนินงานธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E2.6	Disclosure 304-3	แผนงานหรือโครงการอนุรักษ์พื้นที่ป่าในการดำเนินงานธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E3 วัตถุประสงค์ที่ดัดแปลงและตกแต่งพันธุกรรม							
FBE-E3.1	G4-DMA	นโยบายและมาตรการเกี่ยวกับผลผลิตทางการเกษตรและวัตถุประสงค์สำหรับอาหารที่ได้จากการดัดแปลงและตกแต่งพันธุกรรม	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E3.2	G4-DMA	รายได้ของผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้จากการดัดแปลงและตกแต่งพันธุกรรม	บาท	0	0	0	0
FBE-E3.3	G4-DMA	กระบวนการและผลการตรวจสอบพันธุ์พืชหรือวัตถุประสงค์สำหรับอาหารที่ได้จากการดัดแปลงและตกแต่งพันธุกรรม	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ							
FBE-E4.1	Disclosure 201-2	การประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยอธิบายผลกระทบต่ออาจส่งผลการดำเนินงานธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
FBE-E4.2	Disclosure 201-2	เป้าหมาย แผนงาน และมาตรการบรรเทาความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนประจำปี 2568 ESG Metrics : มิติสังคม

มิติสังคม											
Code	GRI Standards	ESG Indicators	Unit	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	ปีที่รายงาน (2568)				
S1 สิทธิมนุษยชน											
S1.1C	GRI 412	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี				
S1.2R		การประเมินความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านในการดำเนินธุรกิจ (Human Rights Due Diligence: HRDD) พร้อมมาตรการป้องกัน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี				
S1.3R		จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0	0	0	0				
S2 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม											
การจ้างงาน											
S2.1C	GRI 401	จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	1994		1905		1934		2239	
		สถิติพนักงานจำแนกตามช่วงอายุ		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
		- อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	171	335	154	297	151	273	288	541
		- อายุ 30-50 ปี	คน	339	778	349	772	375	767	313	734
		- อายุมากกว่า 50 ปี	คน	97	274	93	240	98	270	93	270
		สถิติพนักงานจำแนกตามระดับตำแหน่ง		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
		- ระดับปฏิบัติการ	คน	539	1285	533	1203	1197	1758	627	1421
		- ระดับบริหาร	คน	60	94	55	95	82	132	61	109
		- ผู้บริหารระดับสูง	คน	8	8	8	11	31	44	6	15
		สถิติพนักงานจำแนกตามภูมิสำเนา		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
		- กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	คน	192	335	155	292	248	417	296	570
		- ภาคเหนือ	คน	32	35	37	29	42	37	38	58
		- ภาคกลาง	คน	51	101	47	127	42	82	60	97
		- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คน	104	178	137	207	55	138	47	110
- ภาคใต้	คน	11	7	13	21	17	33	11	24		

S2.1C	GRI 401	- ภาคตะวันออก	คน	217	731	209	631	220	603	242	686
S2.2C	GRI 405	จำนวนพนักงานผู้พิการและ/ หรือผู้สูงอายุ	คน	9	16	13	21	13	20	8	15
การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน											
S2.3C	GRI 405	จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน	ล้านบาท	814	786	864	1066.36				
S2.4C		ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	%	44.18	49.63	50.72	54.18				
S2.5R		ความแตกต่างของค่าตอบแทนระหว่างเพศ	หญิง : ชาย	58:42	59:41	61 : 39	68 : 32				
การพัฒนาพนักงาน											
S2.6C	GRI 404	แผนงานหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี				
S2.7C		จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน	ชม./ คน/ ปี	6.09	11.36	8.52	12.50				
S2.8R		แผนการพัฒนาพนักงานเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงาน	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี	มี				
S2.9R		เป้าหมายการพัฒนาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี				
S2.10R		จำนวนค่าใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาพนักงาน	บาท	1,322,815.99	2,449,141.58	2,491,243.10	1,388,670.68				
S2.11R		ประโยชน์ที่พนักงานและ/หรือองค์กรได้รับจากการพัฒนาพนักงาน	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	19	25				
S2.14R		เป้าหมายการพัฒนาความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี				
S2.15R		อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR)	ครั้ง/ 200,000 ชม.	0.41	0.42	0.40	0.95				

การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน							
S2.16C	GRI 402 / GRI 407	แผนการพัฒนาความผูกพันและการรักษาพนักงาน	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
S2.17C		ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ	%	6.47	11.29	4.86	10.18
S2.18C		จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวน กรณี	0	0	0	0
S2.19R		เป้าหมายการพัฒนาความผูกพันและการรักษาพนักงาน	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี
S2.20R		ผลประเมินความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี
S2.21R		การรวมกลุ่มของพนักงานเพื่อเจรจาหรือกับบริษัทเกี่ยวกับผลประโยชน์และสวัสดิการของพนักงาน	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	จำนวน กรณี	0	0	0	0
S3.3C		จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค พร้อม มาตรการแก้ไข	จำนวน กรณี	0	0	0	0
S3.4R		ช่องทางที่บริษัทรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า/ผู้บริโภค	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S3.5R		แผนการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S3.6R		เป้าหมายการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า	มี/ไม่มี	มี (78%)	มี (78%)	มี (78%)	มี (80%)
S3.7R		ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า	มี/ไม่มี	มี (87.02%)	มี (84.43%)	มี (86.25%)	มี (87.14%)

การตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ							
S3.8R	GRI 417	แนวปฏิบัติด้านการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S3.9R		แนวปฏิบัติการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S4 ความรับผิดชอบต่อชุมชน/สังคม							
S4.1C	GRI 413	นโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมที่ชุมชน/สังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S4.2C		แผนส่งเสริมการพัฒนาและมีส่วนร่วมที่ชุมชน/สังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S4.3C		จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน/สังคม พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0	0
S4.4R		เป้าหมายการพัฒนาและมีส่วนร่วมที่ชุมชน/สังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
S4.5R		ประโยชน์จากโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน/สังคม	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
S4.6R		จำนวนเงินรวมที่ใช้ในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน/สังคม	บาท	20,682,783.30	18,352,370	19,251,900	39,514,807.00

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนประจำปี 2568 ESG Metrics : มิติสังคม (กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม)

มิติสังคม											
Code	GRI Standards	ESG Indicators	Unit	ปี 2565		ปี 2566		ปี 2567		ปีที่รายงาน (2568)	
FBE-S1 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค											
FBE-S1.1	Disclosure 416-1	การประเมินความเสี่ยงด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่อาจมีผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค	มี/ไม่มี	มี		มี		มี		มี	
FBE-S1.2	Disclosure 416-2	จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลกระทบต่อสุขภาพหรือความปลอดภัยจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ 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	607	1387	596	1309	624	1310	694	1545
		- ไทย	คน	504	1230	483	1142	484	1137	557	1373
		- พม่า	คน	101	153	111	163	138	172	135	168
		- กัมพูชา	คน	2	4	2	4	2	4	2	4
		- ลาว	คน	0	0	0	0	0	0	0	0
- อื่น ๆ	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	607	1387	596	1309	624	1310	694	1545
		- ผู้บริหารระดับสูง	คน	8	8	8	11	13	31	6	15
		- พนักงาน	คน	60	94	55	95	50	82	61	109
		- พนักงาน	คน	539	1285	533	1203	561	1197	627	1421
FBE-Sมาต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก 4											
FBE-S4.1	Disclosure 408-1	นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับการต่อต้านการใช้แรงงานเด็กภายในองค์กร	มี/ไม่มี	มี		มี		มี		มี	
FBE-S4.2	Disclosure 408-1	นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับการต่อต้านการใช้แรงงานเด็กในห่วงโซ่อุปทาน	มี/ไม่มี	มี		มี		มี		มี	
FBE-S4.3	Disclosure 408-1	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่ได้รับร้องเรียนหรือตรวจพบการใช้แรงงานเด็กภายในองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0		0		0		0	

หมายเหตุ * ข้อมูล บมจ.พีเอ็มอี มาร์เก็ตติ้ง เท่านั้น

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนประจำปี 2568 ESG Metrics : มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ							
Code	GRI Standards	ESG Indicators	Unit	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	ปีที่รายงาน (2568)
G1 นโยบาย โครงสร้าง และระบบกำกับดูแลกิจการ							
องค์ประกอบของคณะกรรมการ							
G1.1C	GRI 102-18	ประวัติของคณะกรรมการบริษัทรายบุคคล	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	6	9
G1.5C		จำนวนกรรมการหญิง	คน	5	5	6	6
G1.6C		ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	ใช่/ไม่ใช่	ไม่ใช่	ไม่ใช่	ไม่ใช่	ไม่ใช่
G1.7C		ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการไม่เป็นบุคคลเดียวกัน	ใช่/ไม่ใช่	ใช่	ใช่	ใช่	ใช่
G1.8C		จำนวนกรรมการอิสระในคณะกรรมการ ชุดย่อยแต่ละชุด	คน	3	3	3	3
G1.9C		ประธานของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุดเป็นกรรมการอิสระ	ใช่/ไม่ใช่	ใช่	ใช่	ใช่	ใช่
G1.10C		จำนวนปีการดำรงตำแหน่งของกรรมการรายบุคคล	ปี	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2022	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2023	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2024	เปิดเผยใน 56-1 e-One Report 2025

บทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ							
G1.11C	GRI 102-26	จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการ	ครั้ง	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2022 หน้า 82	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2023 หน้า 82	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2024 หน้า 71	เปิดเผยใน 56-1 e-One Report 2025 หน้า 100
G1.12C		ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการบริษัท	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
G1.13C		จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ	ครั้ง	7	7	7	4
G1.14C		ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบ	มี/ไม่มี	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2022 หน้า 222-223	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2023 หน้า 232-233	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2024 หน้า 122	เปิดเผยใน 56-1 e-One Report 2025 หน้า 163
G1.15C		จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการชด้อยแต่ละชุด	ครั้ง	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2022 หน้า 82	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2023 หน้า 82	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2024 หน้า 123	เปิดเผยใน 56-1 e-One Report 2025 หน้า 164
G1.16C		ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการชด้อยแต่ละชุด	มี/ไม่มี	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2022 หน้า 222-224	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2023 หน้า 232-234	เปิดเผยใน 56-1 One Report 2024 หน้า 124-127	เปิดเผยใน 56-1 e-One Report 2025 หน้า 165-169
G1.17R		ผลการปฏิบัติตามแผนการสืบถอดตำแหน่ง	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

ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารระดับสูง							
G1.21C	GRI 102-38	นโยบายและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนของกรรมการ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G1.22C		จำนวนค่าตอบแทนของกรรมการรายบุคคล	มาก	2,384,000	2,467,000	2,474,000	2,474,000
G1.23C		ค่าตอบแทนอื่นที่ไม่ใช่ตัวเงินของกรรมการ	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
G1.24C		นโยบายและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G1.25C		จำนวนค่าตอบแทนรวมของผู้บริหารระดับสูง	มาก	70,557,389	78,357,614	70,379,406	76,793,405
G1.26R		ค่าตอบแทนอื่นและผลประโยชน์ระยะยาวของผู้บริหารระดับสูง	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		นโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	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	%	14%	20%	35%	35%
G4.4R		จรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ (supplier code of conduct)	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G4.5R		ร้อยละของคู่ค้ารายสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	%	29%	26%	23%	25%
G5 การพัฒนานวัตกรรม							
G5.1C	-	นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมระดับองค์กร	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G5.2C		กระบวนการพัฒนาและส่งเสริมวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมขององค์กร	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี
G5.3C		ค่าใช้จ่ายการค้า วิจัยและพัฒนานวัตกรรม	บาท	11,133,862.51	4,234,147.74	4,311,009.28	9,571,203.65
G5.4R		ประโยชน์จากการพัฒนานวัตกรรม	มี/ไม่มี	มี	มี	มี	มี

ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนประจำปี 2568 ESG Metrics : มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม)

มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ							
Code	GRI Standards	ESG Indicators	Unit	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	ปีที่รายงาน (2568)
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 ไขมันต่ำ น้ำตาล ไขมันทรานส์ เป็นต้น	บาท	59,989,986	73,168,950	94,989,862	167,681,312.25
FBE-G2.3	G4-FP7	รายได้จากผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภคที่ต้องการ <u>เพิ่มสารอาหาร</u> เช่น ผลิตภัณฑ์เสริม วิตามิน โยเกิร์ต เกลือแร่ เป็นต้น	บาท	0	0	0	0
FBE-G2.4	G4-FP7	ร้อยละของผลิตภัณฑ์ที่มีการแสดงฉลากโภชนาการ	%	100	100	100	100

FBE-G3 การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน							
FBE-G3.1	G4-FP2	นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืนตามมาตรฐานสากล	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	ร้อยละของผลิตภัณฑ์จากสัตว์บก ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์	*	100	100	100	100
FBE-G3.5	G4-FP2	ร้อยละของผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการประมงอย่างยั่งยืน	*	100	100	100	100

หมายเหตุ * ข้อมูลมา.พีริเมียร์ 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