บริษัท เพรซิเดนท์ เบเกอรี่ จำกัด (มหาชน)
PRESIDENT BAKERY PUBLIC COMPANY LIMITED

Farmhouse®

แนะนำผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์

คุณอภิชาติ ธรรมมโนมัย
ประธานกรรมการบริษัทและ
ประธานกรรมการบริหาร

ผู้บริหารระดับสูงที่ดูแลการพัฒนากลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร

คุณอภิเศรษฐ ธรรมมโนมัย
กรรมการผู้อำนวยการ

คุณสายพิน กิตติพรพิมล
กรรมการและ
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ

คุณอุบลลักษณ์ ลือวรวิญญู
กรรมการและ
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ

คุณเพชรรัตน์ อนันตวิชัย
กรรมการและ
ผู้จัดการอาวุโสฝ่าย
บัญชีบริหารและการเงิน

คุณอรอนงค์ ส่งเสริม
ผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรบุคคล

หัวข้อการนำเสนอ

1. บริบทเกี่ยวกับ President Bakery
2. กลยุทธ์และประเด็นความท้าทายด้านความยั่งยืน
   - 2.1 การบริหารจัดการคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร
   - 2.2 การบริหารจัดการพลังงาน
   - 2.3 การพัฒนาศักยภาพ ส่งเสริมความก้าวหน้าของพนักงาน และสร้าง ESG DNA ในองค์กร

About PB

ปี 2523-2524
ก่อตั้งอาคารผลิตขนมปังครั้งแรกที่นิคมลาดกระบัง

ปี 2525
ก่อตั้งบริษัท เพรซิเดนท์ เบเกอรี่ จำกัด

ปี 2535
เปิดอาคารใหม่โรงงานลาดกระบัง 1

ปี 2544
ได้รับรอง “หลักปฏิบัติที่ดีในการผลิต”

ปี 2545
SET เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ภายใต้ชื่อบริษัท เพรซิเดนท์ เบเกอรี่ จำกัด (มหาชน)

ปี 2547
ได้รับรอง GMP และ HACCP (จนถึงปัจจุบัน)

ปี 2550
โรงงานลาดกระบัง 2

ปี 2552
โรงงานบางชัน

ปี 2561
เปิดช่องทางตู้ Vending

ปี 2563-2564
เปิดช่องทางฟาร์มเฮ้าส์ Delivery

ขยายช่องทาง E-Commerce >> line, Shopee, Lazada

ปี 2565
เปิดตัว Virtual Brand Ambassador ใหม่ ชื่อ “Fumi Hausu”

ปี 2566
50 DC ทั่วประเทศ ด้วยรถขนส่งสินค้ากว่า 1,000 คัน

About PB

ธุรกิจค้าส่ง

- ขนมปังชนิดแผ่น
- ขนมปังสำหรับเบอร์เกอร์ และขนมปังสำหรับฮอตดอก
- ขนมปังพร้อมทาน
- เค้กพร้อมทาน
- เบเกอรี่อื่นๆ
- ตู้จำหน่ายขนมปังอัตโนมัติ
- ฟาร์มเฮ้าส์เดลิเวอรี่
- กู๊ดมอร์นิ่งฟาร์มเฮ้าส์

ธุรกิจค้าปลีก

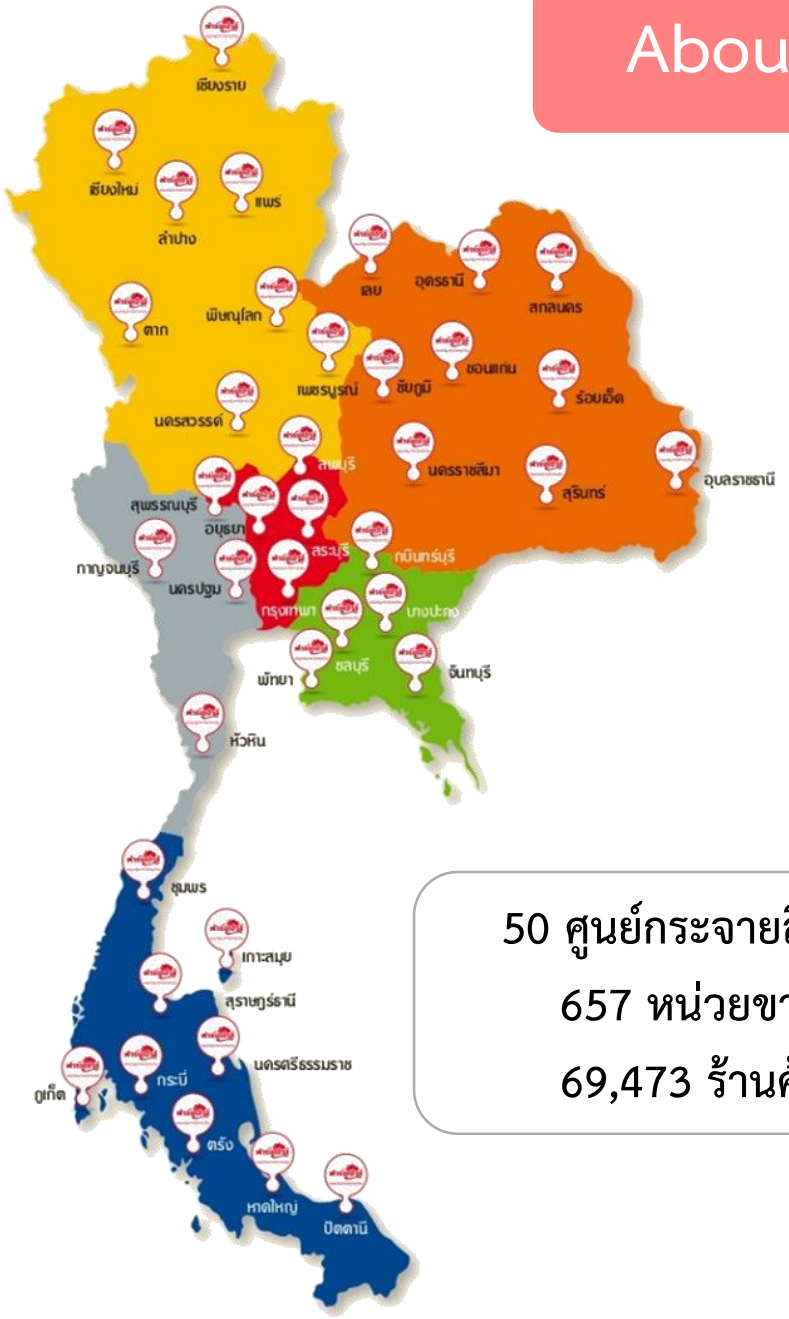
- เดลิย่า
- มาดาม มาร์โก้

ธุรกิจฟาสต์ฟู้ด และร้านอาหาร/ กัตตาคาร

- ฟาสต์ฟู้ด
- ร้านอาหาร / กัตตาคาร

ขายต่างประเทศ (ผ่านผู้ค้าในประเทศ)

- ผลิตภัณฑ์ชุบทอด
- ขนมปังชนิดแผ่น
- ขนมปังสำหรับเบอร์เกอร์ และขนมปังสำหรับฮอตดอก
- ขนมปังพร้อมทาน
- เค้กพร้อมทาน
- เบเกอรี่อื่นๆ



50 ศูนย์กระจายสินค้า

657 หน่วยขาย

69,473 ร้านค้า

ห่วงโซ่คุณค่าของ PB

การตลาด วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

การจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์

การผลิต

การขนส่งสินค้า

ศูนย์กระจายสินค้า

ร้านค้า/ลูกค้า

กลยุทธ์และประเด็นความท้าทายด้านความยั่งยืน

High Purpose

To Deliver Nutrition for Better Quality of Life
ส่งมอบคุณค่าเพื่อชีวิตที่ดีขึ้น

ส่งมอบขนมปังและอาหาร ที่อิ่ม อร่อย ให้คุณค่าทางโภชนาการที่เหมาะสมกับทุกไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค

Business Strategy

ECO-Friendly Business

“มุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ”

- รายได้มั่นคง
- ใช้ทรัพยากรคุ้มค่า
- เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร

Top 3 Strategic challenges

- การบริหารจัดการคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร
- การบริหารจัดการพลังงาน
- การพัฒนาศักยภาพ ส่งเสริมความก้าวหน้าของพนักงาน และสร้าง ESG DNA ในองค์กร

Sustainable Goal

Carbon Neutrality ภายในปี 2045

Net Zero ภายในปี 2060

** เป้าหมาย Carbon Neutrality ของประเทศไทยปี 2050
เป้าหมาย Net Zero ของประเทศไทยปี 2065

Business Strategy

ECO-Friendly Business

“มุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ”

- รายได้มั่นคง
- ใช้ทรัพยากรคุ้มค่า
- เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร

Top 3 Strategic challenges

กลยุทธ์การดำเนินงาน

Top 3 Strategic challenges	ระยะสั้น	ระยะยาว
การบริหารจัดการคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร	• Food Safety & Quality • Sustainable Supply Chain Management • Food Loss & Food Waste	• ยกระดับทุกโรงงานให้ได้รับรองระบบ FSSC 22000 • ผลักดันคู่ค้าให้ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงานภายนอก • ลดปริมาณ Food Loss & Waste
การบริหารจัดการพลังงาน	• การอนุรักษ์พลังงานภาคการผลิต • การอนุรักษ์พลังงานภาคขนส่ง	• เพิ่มโครงการอนุรักษ์พลังงาน • ใช้พลังงานทดแทน • จัดหา Carbon credit • ศึกษาเทคโนโลยีการดักจับ-กักเก็บ (Carbon capture)
การพัฒนาศักยภาพ ส่งเสริมความก้าวหน้าของพนักงานและสร้าง ESG DNA ในองค์กร	• ให้ความรู้ ESG พนักงาน • ปลูกฝัง ESG Culture ให้อยู่ใน DNA ผ่าน ESG link to pay • ความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานต่อองค์กร	• ประเมิน ESG Behavior & KPI • ประเมินความสุขของพนักงาน • ประเมินสุขภาวะองค์กร

Strategic challenges : 1

การบริหารจัดการคุณภาพ และความปลอดภัยอาหาร

การพัฒนาระบบคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร (Food Safety and Quality System Development)

ความสำคัญ : คุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ถือเป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจของฟาร์มเฮ้าส์ ที่เราให้ความสำคัญและตระหนักมาเป็นอันดับหนึ่ง **เพื่อส่งมอบคุณค่า เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น** ภายใต้การควบคุมมาตรฐานกระบวนการผลิตอย่างยั่งยืน

SDGs

กลยุทธ์การดำเนินงาน :

1. พัฒนาระบบคุณภาพและความปลอดภัยอาหารตลอดห่วงโซ่การผลิตตามมาตรฐาน FSSC 22000
2. รณรงค์วัฒนธรรมคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร
3. ตรวจสอบและควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ จนผลิตภัณฑ์ส่งถึงมือผู้บริโภค
4. ปรับปรุงระบบมาตรฐานและการประเมินคุณภาพคู่ค้าตามมาตรฐาน FSSC 22000

ได้รับรองระบบคุณภาพ :

GMP Quality · GHPs · HACCP · HALAL · DMSc ISO/IEC 17025

เป้าหมายระยะสั้น :

โรงงานลาดกระบัง 1 ได้รับการรับรองมาตรฐาน FSSC 22000 ภายในปี 2567

ผลการดำเนินงาน :

โรงงานลาดกระบัง 1

FSSC 22000

เป้าหมายระยะยาว :

100%
FSSC 22000
ภายใน 2572

ยกระดับทุกโรงงานให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล FSSC 22000 **ภายในปี 2572**

บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Management)

ความสำคัญ :

- คุณภาพและความปลอดภัยอาหารของคู่ค้าที่ได้ตามมาตรฐานสากล เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
- สร้างการเรียนรู้ และความสัมพันธ์กับพันธมิตร/คู่ค้า วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ ในการพัฒนาความร่วมมือการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน

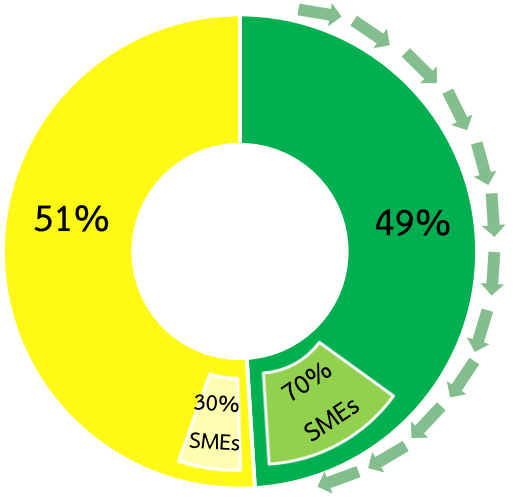
กลยุทธ์การดำเนินงาน :

1. อบรมให้ความรู้พนักงานที่เกี่ยวข้องและ Supplier เกี่ยวกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน
2. จัดทำคู่มือการตรวจประเมินคู่ค้าด้านคุณภาพและความยั่งยืน เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงาน
3. ตรวจประเมินคู่ค้าตามมาตรฐานด้านคุณภาพและความยั่งยืนของบริษัทฯ และติดตามผลการปรับปรุง แก้ไขอย่างเหมาะสม
4. จัดทำโครงการพัฒนายกระดับศักยภาพคู่ค้าด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้ารายย่อย (SMEs)

เป้าหมายระยะสั้น :

100% Supplier ภายใน 2568 — คู่ค้าทั้งหมดผ่านเกณฑ์การประเมินมาตรฐานคุณภาพและความยั่งยืนของบริษัทฯ

ผลการดำเนินงาน :



- คู่ค้าที่ผ่านเกณฑ์ประเมินฯ
- คู่ค้าที่รอการตรวจประเมินฯ ตามแผนงาน

จำนวนคู่ค้า 169 ราย
- รายใหญ่ ในประเทศ 133 ราย ต่างประเทศ 12 ราย
- รายย่อย SMEs 24 ราย

เป้าหมายระยะยาว :

100% Supplier ภายใน 2572

คู่ค้าทั้งหมดต้องได้รับรองมาตรฐานการผลิต (GMP/FSSC) จากหน่วยงานภายนอกภายในปี 2572

บริหารจัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร (Food Loss and Food Waste Management)

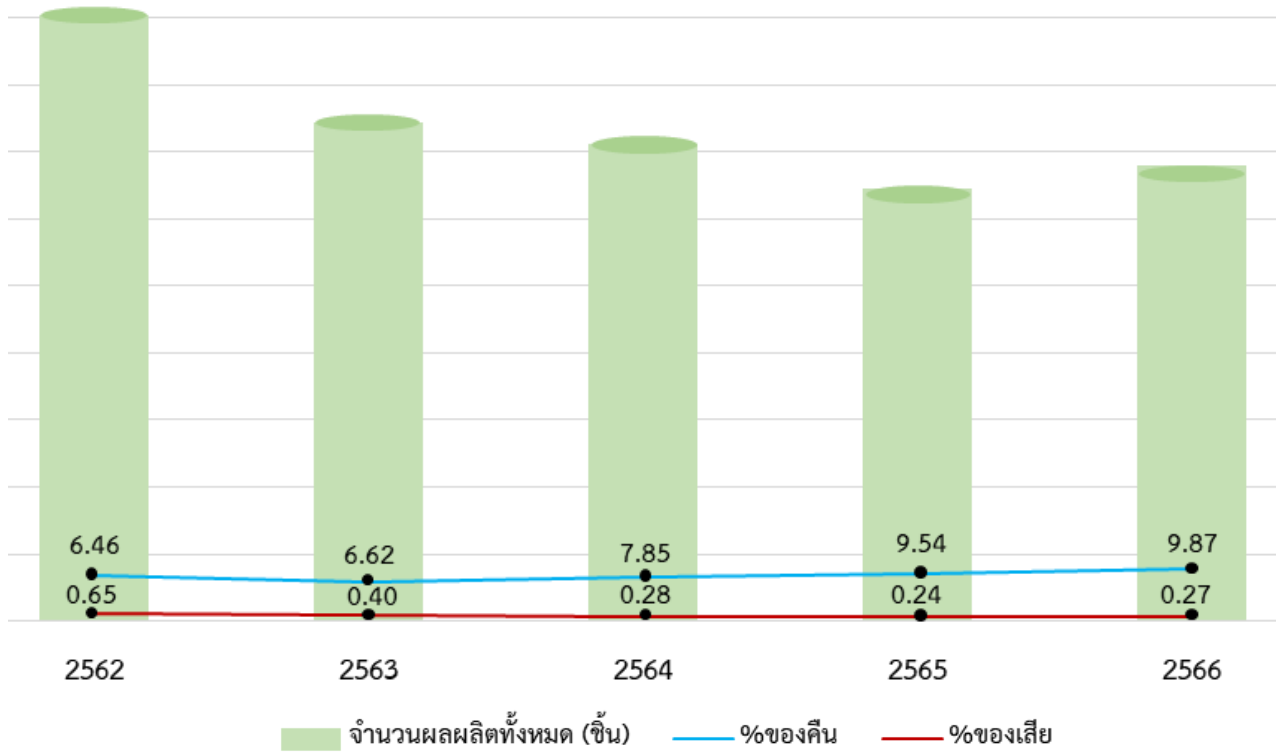
ความสำคัญ: บริษัทฯ ได้ตระหนักและให้ความสำคัญในการควบคุมและบริหารจัดการการสูญเสียอาหารหรือวัตถุดิบ และขยะอาหาร ที่เกิดขึ้นในระหว่างการผลิต การจัดเก็บ การขนส่ง ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งขยะอาหารเป็นปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก อันจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เป้าหมายระยะสั้น : ปริมาณของเสียรวมในกระบวนการผลิตไม่เกิน 0.35% ต่อปี และปริมาณของคืนไม่เกิน 10% ต่อปี

กลยุทธ์การดำเนินงาน :

1. จัดทำแผนบำรุงรักษาเครื่องจักรให้มีประสิทธิภาพ ลดการเกิด Breakdown
2. อบรมให้ความรู้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานตามมาตรฐานการผลิต
3. มีการติดตามข้อมูลการเกิดของเสียและของคืนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ปรับปรุง แก้ไขกระบวนการ
4. จัดทำกลุ่มLine ผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้แจ้งปัญหาที่เกิดขึ้น และให้ผู้เกี่ยวข้องแก้ไขปัญหาอย่างทันเวลา
5. กำหนดแนวทางในการนำขยะและของเสียมาใช้หมุนเวียน ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การนำไปทำเป็นอาหารสัตว์ เป็นต้น

ผลการดำเนินงาน



บริหารจัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร (Food Loss and Food Waste Management)

ผลการดำเนินงาน ปี 2566

ปริมาณรวมของเสีย/
ของคืนจากการผลิต
14,903,876 กิโลกรัม

100%
นำไปเป็นอาหารสัตว์

ปี 2566
ลดการปล่อย CO2
71,030
TonCo2e

การบริหารจัดการวัตถุดิบ

ศึกษาแนวทางในการจัดการเปลือกเผือก/กากใบเตย
ด้วยเครื่องย่อยระดับอุตสาหกรรม

เป้าหมายระยะยาว :

ลดปริมาณ
Food loss & Food waste
50%
ภายในปี 2572
(เทียบปีฐาน 2568)

*อ้างอิงข้อมูลเปรียบเทียบการลด CO2 ตามระบบ Care the Whale ของ SET

Strategic challenges : 2

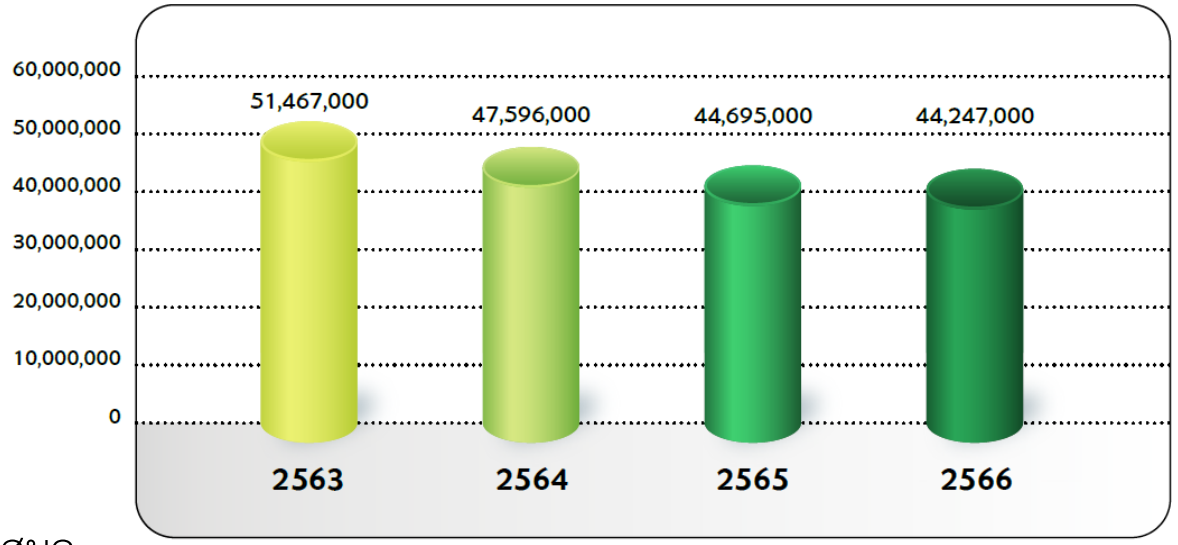
การบริหารจัดการพลังงาน

การบริหารจัดการพลังงานภาคการผลิต

ความสำคัญ: ลดต้นทุนด้านพลังงานการผลิตขององค์กร เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสนับสนุนการลดใช้พลังงาน รวมทั้งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate change)

13 CLIMATE ACTION

ปริมาณพลังงานไฟฟ้า (kWh)



เป้าหมายระยะสั้น

ลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า
เป้าหมาย :
อย่างน้อย **0.5%**/ปี *
ผลการดำเนินงาน :
1.62%

กลยุทธ์การดำเนินงาน :

มีการปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักรอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ

ปี 2563 : ติดตั้ง Automatic Oxygen หม้อไอน้ำ

ปี 2563-2564 : IOT (Internet of Things) เครื่อง Chiller และ Chill Water Pump

ปี 2565 : ปรับเปลี่ยนเครื่องอัดอากาศประสิทธิภาพสูง

ปี 2566 : ปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องทำความเย็น, ปรับปรุงประสิทธิภาพหอผึ่งเย็น (Cooling Tower)

ปริมาณการปล่อย GHG ที่สามารถลดได้จากปีฐาน 2562

2566 : **5,485.94** $tonCo_2eq$
2565 : **5,261.98** $tonCo_2eq$
2564 : **3,811.77** $tonCo_2eq$
2563 : **1,876.66** $tonCo_2eq$

อ้างอิง SD Report หน้า 170-172

Road Map การบริหารจัดการพลังงานภาคการผลิต

ปี 2563

ติดตั้ง Automatic Oxygen หม้อไอน้ำ

ปี 2565

ปรับเปลี่ยนเครื่องอัดอากาศประสิทธิภาพสูง

ปี 2566

ปรับปรุงประสิทธิภาพหอผึ่งเย็น (Cooling Tower)

ปี 2567

ติดตั้ง Solar Rooftop BC1,2

ปี 2563-2564

IOT (Internet of Things)
เครื่อง Chiller และ Chill Water Pump

ปี 2566

ปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องทำความเย็น

ปี 2566 เป็นต้นไป

Carbon Footprint Organization

ปี 2568

Carbon Footprint Product

การบริหารจัดการพลังงานภาคการขนส่ง

ความสำคัญ: เพิ่มประสิทธิภาพภาคการขนส่งและการส่งเสริมการลดใช้พลังงานให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดต้นทุนด้านการขนส่งขององค์กร รวมทั้งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate change)

13 CLIMATE ACTION

กลยุทธ์การดำเนินงาน :

มีการปรับปรุงประสิทธิภาพรถยนต์อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ

ปี 2563 : ใช้น้ำมัน B10 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผาไหม้ของเชื้อเพลิง

ปี 2563-2564 : ติดตั้งระบบ GPS ยานยนต์ขนส่งเพื่อควบคุมความเร็ว

ปี 2565-2566 : ยกเลิก X-Lift ท้ายรถขนส่ง เพื่อลดน้ำหนักรถ เพิ่มสมรรถนะในการขับขี่

Note:

	2562	2563	2564	2565	2566
DC	40	40	41	48	50

อ้างอิง SD Report หน้า 168-169

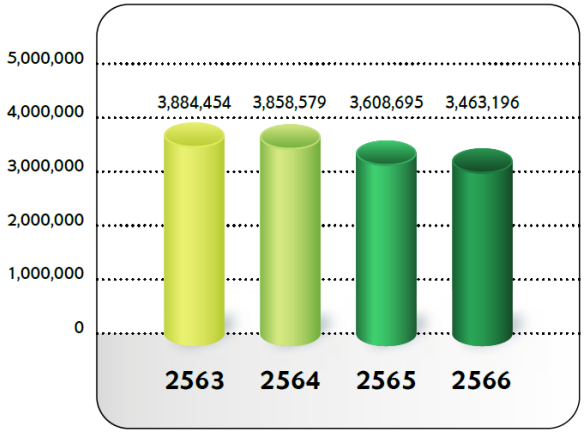
จำนวนรถขนส่งรวมกว่า 1,000 คัน

รถหน่วยขาย 866 คัน รถโลจิสติกส์ 186 คัน

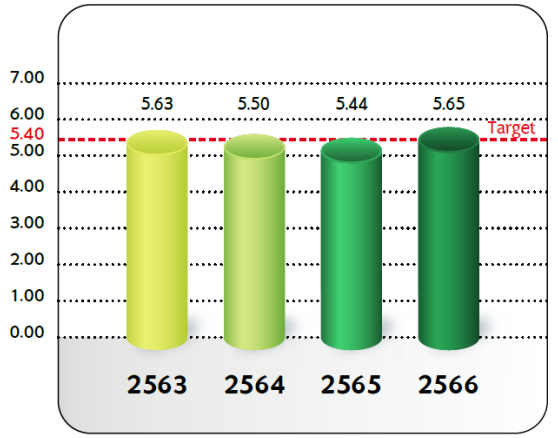
หน่วยงานโลจิสติกส์

เป้าหมายระยะสั้น

ปริมาณการใช้เชื้อเพลิงน้ำมัน (ลิตร)



อัตราการเผาผลาญเชื้อเพลิง (กิโลเมตร/ลิตร)



ประสิทธิภาพการใช้น้ำมันรถขนส่งสินค้า

เป้าหมาย :

ไม่ต่ำกว่า **5.4** กิโลเมตร/ลิตร

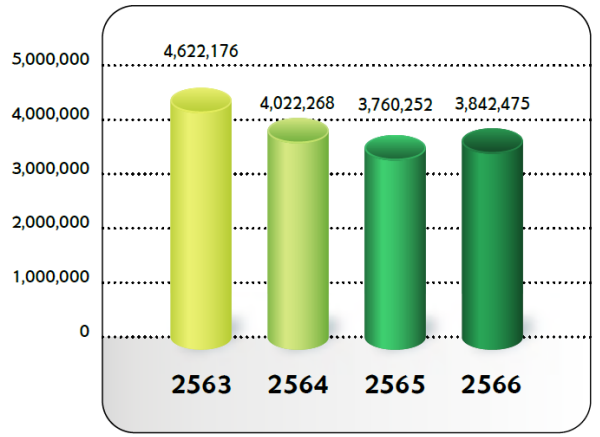
ผลการดำเนินงาน :

5.65 กิโลเมตร/ลิตร

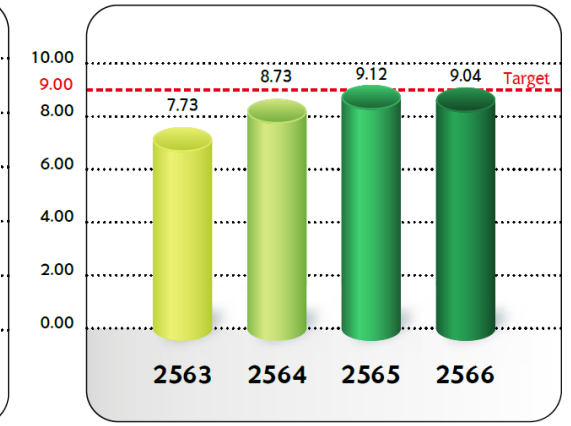
หน่วยงานขาย

เป้าหมายระยะสั้น

ปริมาณการใช้เชื้อเพลิงน้ำมัน (ลิตร)



อัตราการเผาผลาญเชื้อเพลิง (กิโลเมตร/ลิตร)



ประสิทธิภาพการใช้น้ำมันรถยานยนต์

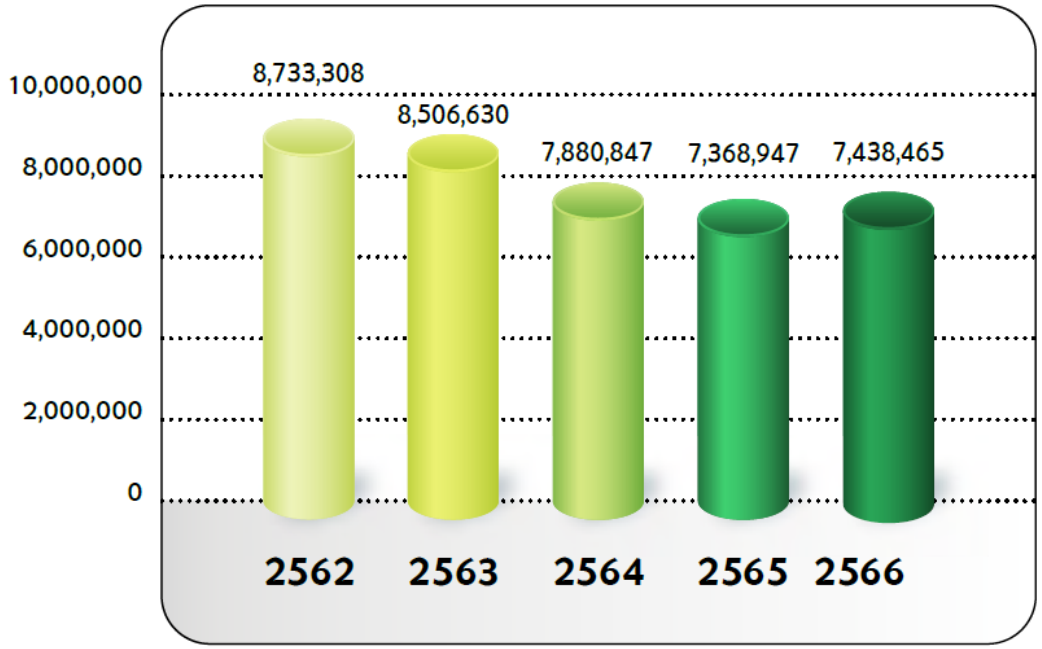
เป้าหมาย :

ไม่ต่ำกว่า **9** กิโลเมตร/ลิตร

ผลการดำเนินงาน :

9.04 กิโลเมตร/ลิตร

ปริมาณการใช้น้ำมันรวมในภาคการขนส่ง (ลิตร)



ปริมาณการปล่อย GHG ที่สามารถลดได้จากปีฐาน 2562

2566 : 3,548.65 tonCo$_2$eq

2565 : 3,739.17 tonCo$_2$eq

2564 : 2,336.25 tonCo$_2$eq

2563 : 621.23 tonCo$_2$eq

อ้างอิง SD Report หน้า 168-169

Road Map การบริหารจัดการพลังงานภาคการขนส่ง

ปี 2563

เปลี่ยนไปใช้น้ำมัน Diesel B10

ปี 2565-2566

ยกเลิก X-Lift ท้ายรถขนส่ง

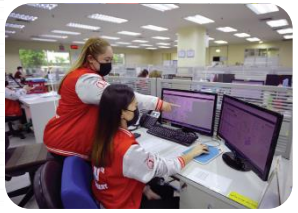
Before

After

DC Lift

ปี 2567

เปลี่ยนกะทะล้อเป็นอลูมิเนียม



ปี 2563-2564

ติดตั้งระบบ GPS เพื่อควบคุมความเร็ว

ปี 2566

ได้รับรางวัล

Thailand Energy Awards 2023

ปี 2566

ทดสอบการใช้งานรถ EV

ปี 2567

เริ่มสั่งซื้อรถ EV ใช้ในการกระจายสินค้า

กลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อเป้าหมาย (ระยะยาว)

13 CLIMATE ACTION

เป้าหมายระยะยาว

-20%

ลด GHG ภายในปี 2580

(เทียบปีฐาน 2565)

การใช้พลังงานทดแทน

เพิ่มโครงการอนุรักษ์พลังงาน

CFO, CFP และการจัดหา Carbon credit

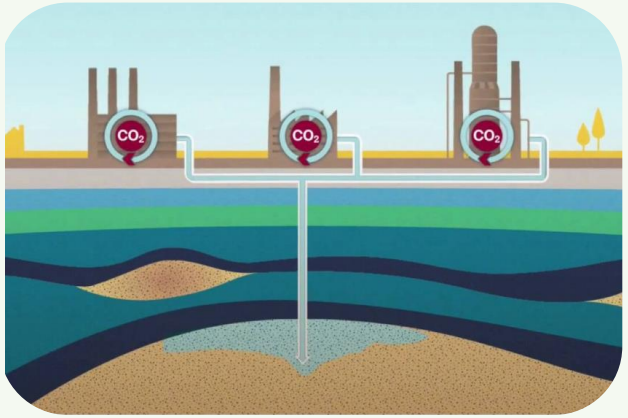
พื้นที่	ขอบเขต	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	
		ปี 2565	ปี 2566
โรงงานลาดกระบัง 1	ขอบเขตที่ 1	17,837.00	16,871.00
	ขอบเขตที่ 2	6,347.00	6,292.00
	ขอบเขตที่ 3	5,328.00	6,541.00
รวม	ขอบเขตที่ 1+2	24,184.00	23,163.00
รวม	ทั้งหมด (ขอบเขตที่ 1+2+3)	29,512.00	29,704.00
	Carbon intensity (ขอบเขตที่ 1+2) (Ton CO_2e/ตันผลผลิต)	0.88	0.74
	Carbon intensity (ขอบเขตที่ 1+2+3) (Ton CO_2e/ตันผลผลิต)	1.08	0.94

หมายเหตุ : ผู้ทวนสอบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (CFO) : หน่วยวิจัยเพื่อการจัดการพลังงานและเศรษฐนิเวศ สถาบันวิจัยพหุศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน : อบก.)

องค์กร Organization

CARBON CREDIT

ศึกษาเทคโนโลยีการดักจับ-กักเก็บ (Carbon capture)



Strategic challenges : 3

การพัฒนาศักยภาพ ส่งเสริมความก้าวหน้าของพนักงาน และสร้าง ESG DNA ในองค์กร

การให้ความรู้ ESG พนักงานในองค์กร

ความสำคัญ : เพื่อเป็นการพัฒนาพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ตามแนวทางด้านความยั่งยืน และสามารถนำไปปรับใช้ได้อย่างสอดรับกับการปฏิบัติงานในทุกฝ่ายงาน สำหรับช่วยขับเคลื่อนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กร ทั้งด้านเศรษฐกิจ บรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยลดการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (Climate change)

กลยุทธ์การดำเนินงาน :

ปี 2566 : การให้ความรู้ ESG พนักงาน

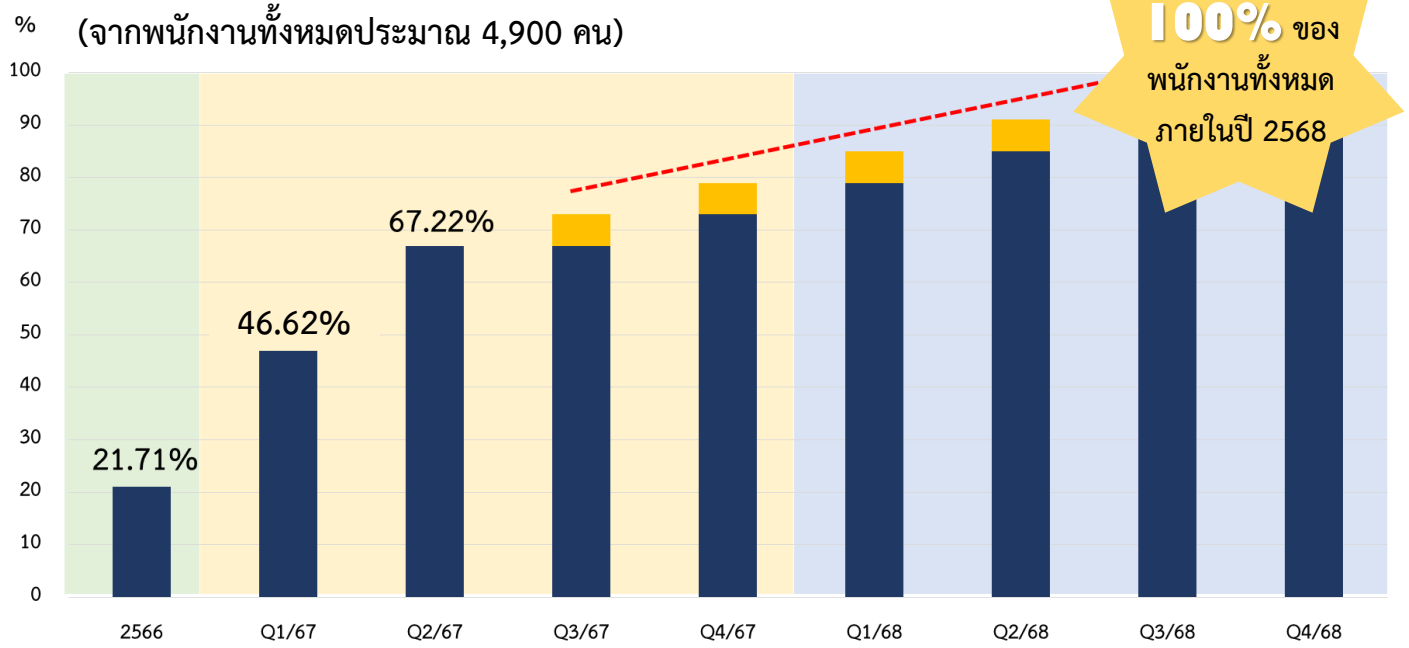
- ESG DNA E-learning
- ESG E-learning By function

ESG E-learning (P01,ESG101)

เป้าหมายระยะสั้น

ปี 2566 ผ่านการอบรม จำนวน 1,042 คน คิดเป็นร้อยละ 21.71

(จากพนักงานทั้งหมดประมาณ 4,900 คน)



อ้างอิง SD Report หน้า 139

ปลูกฝัง ESG Culture ให้อยู่ใน DNA ผ่าน ESG link to pay

ความสำคัญ : พนักงานเกิดความรู้ ความเข้าใจ หลักการทำงาน รูปแบบ ESG in Process และปลูกฝัง DNA ด้านความยั่งยืน ให้กับพนักงานทุกระดับ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานของแต่ละฝ่ายงาน และในทุกขั้นตอนของธุรกิจ เพื่อเป็นการต่อยอดการพัฒนาองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การดำเนินงาน :

ปี 2565-2566 : โครงการ ESG link to pay

(พนักงานเข้าร่วมส่งผลงานประกวดรางวัล Farmhouse ACTIVE ESG DNA Awards)

ESG link to pay

เป้าหมายระยะสั้น จำนวนผลงานที่ได้รับ ESG link to pay

40 ผลงาน ด้านESG/ปี

ตัวอย่างผลงาน :

- การปรับเปลี่ยนเครื่องอัดอากาศประสิทธิภาพสูง
- การปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องทำความเย็น
- การปรับปรุงประสิทธิภาพหอผึ่งเย็น (Cooling Tower)

"ลดการใช้พลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม"

863,125.58 kWh/ปี

อ้างอิง SD Report หน้า 140-142

ความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานต่อองค์กร

ความสำคัญ : การเสริมสร้างให้บุคลากรภายในองค์กรมีความสุข เกิดความผูกพัน และมีระดับความเป็นเจ้าของหรือความมีส่วนร่วมในองค์กรที่สูงขึ้น เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

กลยุทธ์การดำเนินงาน :

ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของพนักงาน

- เพิ่มสวัสดิการให้เหมาะสมกับค่าครองชีพ
- ปรับปรุงพื้นที่สภาพแวดล้อมการทำงาน
- เงินออมเพื่ออนาคต (กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ/สหกรณ์ออมทรัพย์)

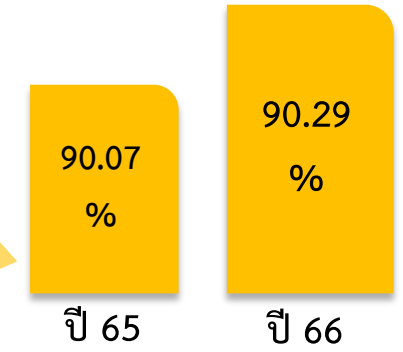
การจูงใจและรักษาพนักงาน

- ฝึกอบรม พัฒนาความสามารถ สัมมนาต่างจังหวัด
- งานเลี้ยงสร้างสรรค์ กิจกรรมนันทนาการสัมพันธ์
- มอบรางวัลพนักงาน HPE / ทุนการศึกษาบุตร-ธิดา

การวัดระดับความผูกพันและความพึงพอใจ

เป้าหมายระยะสั้น

ความพึงพอใจมากกว่า **80%** ต่อปี



อ้างอิง SD Report หน้า 119

กลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อเป้าหมาย (ระยะยาว)

เป้าหมายระยะยาว

สร้างความก้าวหน้าของพนักงาน เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยใช้เครื่องมือประเมินความสุข (Happinometer) และประเมินสุขภาวะองค์กร (Happy Public Organization Index: HPI)

พนักงานมีความสุขมากกว่า

70%

ภายในปี 2570

ระดับสุขภาวะองค์กรมากกว่า

80%

ภายในปี 2570

ประเมินความสุขของพนักงาน (Happinometer)

ประเมินสุขภาวะองค์กร (Happy Public Organization Index: HPI)

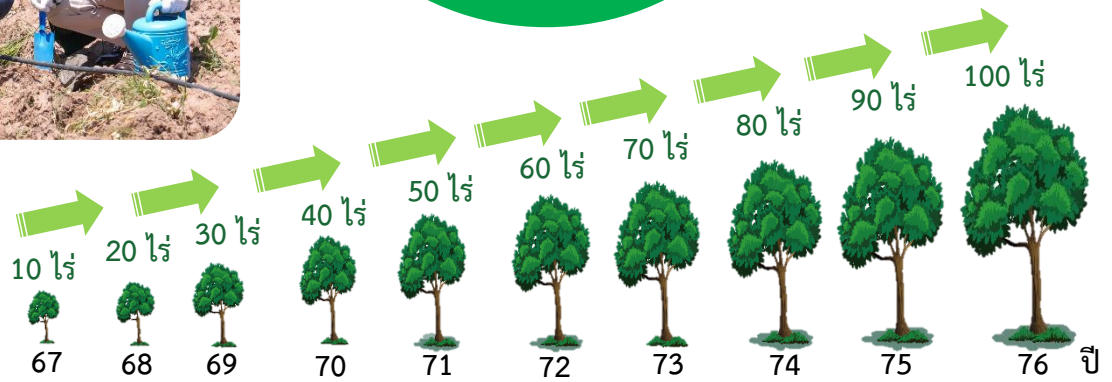
ประเมิน ESG Behavior & KPI

โครงการที่ให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาความยั่งยืน

รักษ์โลก ฟาร์มเฮ้าส์

เป้าหมายปลูกป่า

100
ไร่
ภายใน 10 ปี



สนามฟาร์มสุข
สนามนี้ให้น้อง

ฟาร์มเฮ้าส์
ฟาร์มสุข

ฟาร์มเฮ้าส์
ปลูกป่า
ฟาร์มเฮ้าส์
CARE THE WILD
"ปลูกป้อง Plant & Protect"
บริษัท เพรซิเดนท์ เบเกอรี่ จำกัด (มหาชน)
ร่วมปลูกต้นไม้ให้ได้ผืนป่า พื้นที่ 10 ไร่
วันที่ 9 สิงหาคม 2567
ณ ป่าชุมชนป่าน้ำศาลิต ต.กบเจาะเข้ อ.เมืองยาง จ.ชัยนาท
ECO
SET
ปลูกป้อง

2024
Thank you

Appendix

การเดินทางของ "ฟาร์มเฮ้าส์"

พ.ศ.2554
ติดตั้งเครื่องจักร Bread line และ Cake Roll line นอกจากนี้บริษัทได้เปลี่ยนการใช้เชื้อเพลิงของเครื่องจักรในการผลิตจากก๊าซ LPG เป็นก๊าซธรรมชาติ NGV ทั้งระบบเพื่อประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม

พ.ศ.2563
เปิดช่องทางฟาร์มเฮ้าส์เดลิเวอรี่ พร้อมพัฒนาโรงงานสู่ Smart Factory โดยใช้หลักการ Industry 4.0 เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตแบบ New Normal ในสถานการณ์ Covid-19 พร้อมบริการ ฟาร์มเฮ้าส์ เดลิเวอรี่ สั่ง 150 บาท ส่งฟรีทั่วไทยพัฒนาโรงงานเป็น Smart Factory โดยใช้หลักการ Industry 4.0

ปี 2561

พ.ศ.2565
เปิดตัว Virtual Brand Ambassador ใหม่ ที่โลดแล่นในโลก Metaverse ชื่อว่า Fumi Hausu

พ.ศ.2562
บริษัทเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารและจัดการภายในองค์กร เพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาให้เป็นองค์กรยุค 4.0
บริษัทได้จัดหา Software E-document และการอนุมัติเอกสารทาง Electronic ซึ่งจะทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถติดตามเอกสารสำคัญที่จำเป็นต้องได้รับอนุมัติได้ทันต่อเหตุการณ์และการเปลี่ยนแปลง

พ.ศ.2561
เปิดช่องทางตู้ Vending

พ.ศ.2559
จัดหาหุ่นยนต์มาใช้งานในส่วนท้ายสายการผลิตในด้านการจัดสินค้า ช่วยเพิ่มทั้งด้านประสิทธิภาพและด้านความเร็ว ในการจัดส่งสินค้า

พ.ศ.2551
ด้านกิจการร่วมลงทุน ชินจุกุ ทงคัทสึ ชาโบเตน
ทำสัญญาร่วมทุนกับบริษัท กรีน เฮ้าส์ จำกัด ประเทศญี่ปุ่น และจัดตั้งบริษัทใหม่ภายใต้ชื่อ "บริษัท เพรซิเดนท์ กรีน เฮ้าส์ ฟู้ดส์ จำกัด" ดำเนินธุรกิจด้านภัตตาคาร ร้านอาหาร ชื่อ "ชินจุกุ ทงคัทสึ ชาโบเตน" โดยเปิดแห่งแรก ณ ห้างสรรพสินค้า Central World (ISETAN)

พ.ศ.2547
ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) และ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point)

พ.ศ.2552
ก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ ณ นิคมอุตสาหกรรมบางชัน เสร็จสมบูรณ์ด้วยงบประมาณ 1,200 ล้านบาท

พ.ศ.2544
ได้ใบรับรอง "หลักปฏิบัติที่ดีในการผลิต" (Good Manufacturing Practice) สำหรับอุตสาหกรรมอาหารในประเทศ จากกระทรวงสาธารณสุข

พ.ศ.2550
เปิดโรงงานลาดกระบัง 2 ณ นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

พ.ศ.2535
เปิดตัวอาคาร 1 ณ โรงงานลาดกระบัง ศักยภาพการผลิตขนมปังชนิดแผ่นที่ 4,000 แถว/ชั่วโมง ซึ่งเป็นกำลังการผลิตที่สูงสุดของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ขณะนั้น

ลงทุนเครื่องจักรผลิตขนมปังสำหรับแฮมเบอร์เกอร์และฮอตดอก 20,000 ชิ้น/ชั่วโมง เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจฟาสต์ฟู้ด

- **ปี 2540** เปิดโรงงานอาคาร 2 ผลิตขนมปังสอดไส้ มีกำลังการผลิตที่ 14,000 ชิ้น/ชั่วโมง และเพิ่มเติม ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น เค้ก คุกกี้และพาย เป็นต้น
- **ปี 2542** สร้างโรงงานอาคาร 3 ติดตั้ง 3 สายการผลิต คือ สายการผลิตขนมปังชนิดแผ่น 2 สายการผลิต และสายการผลิตแฮมเบอร์เกอร์ 1 สายการผลิต

พ.ศ.2546
ติดตั้ง Fully Automatic Line สำหรับผลิตแฮมเบอร์เกอร์บัน และฮอตดอก มีกำลังการผลิตสูงสุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ 36,000 ชิ้นต่อชั่วโมง สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มฟาสต์ฟู้ด และ คอนวีเนียนสโตร์ อาทิ แมคโดนัลด์ เคเอฟซี เซเว่นอีเลฟเว่น และเบอร์เกอร์คิง

พ.ศ.2555
ฉลองการปล่อยรถคันที่ 1,000 โดยคุณบุญยสิทธิ์ โชควัฒนา ประธานเครือสหพัฒน์ ให้เกียรติเป็นประธาน ณ โรงงานบางชัน

พ.ศ.2530
เริ่มกระจายการจัดจำหน่ายสู่ต่างจังหวัด

พ.ศ.2526
โรงงานลาดกระบัง ผลิตขนมปังแผ่น 800 แถว/ชั่วโมง
ภายใต้เครื่องหมายการค้า "ฟาร์มเฮ้าส์"

พ.ศ.2529
บริษัทได้เข้าสู่จุดคุ้มทุนเป็นปีแรก ในการประกอบธุรกิจ

พ.ศ.2528
ได้รับเลือกจาก บริษัท แมคไทย จำกัด
เป็นผู้จัดทำขนมปังสำหรับแฮมเบอร์เกอร์ ให้ร้านแมคโดนัลด์ทุกสาขาแต่เพียงผู้เดียว
ในประเทศไทย

พ.ศ.2527
นายอภิชาติ ธรรมโนมัย เข้ารับตำแหน่งผู้อำนวยการ บริษัท เพรซิเดนท์ เบเกอรี่ จำกัด (มหาชน)

พ.ศ.2523-2524
ก่อตั้งอาคารผลิตขนมปังครั้งแรก ที่ นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

พ.ศ.2525
ก่อตั้งบริษัท เพรซิเดนท์ เบเกอรี่ จำกัด

- ปี 2525 เพิ่มทุนชำระแล้วจาก 5,000,000 บาท เป็น 15,000,000 บาท
- ปี 2528 เพิ่มทุนชำระแล้วจาก 15,000,000 บาท เป็น 20,000,000 บาท
- ปี 2532 เพิ่มทุนชำระแล้วเป็น 50,000,000 บาท สร้างโรงงานและติดตั้งเครื่องจักรใหม่
- ปี 2537 เพิ่มทุนชำระแล้วเป็น 100,000,000 บาท
- ปี 2539 เพิ่มทุนชำระแล้วเป็น 150,000,000 บาท
- ปี 2542 เพิ่มทุนชำระแล้วเป็น 225,000,000 บาท
- ปี 2545 มีทุนจดทะเบียน 300,000,000 บาท
- ปี 2548 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียน จาก 300 ล้านบาทเป็น 450 ล้านบาท โดยการออกจำหน่ายหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่มีรายชื่อปรากฏในสมุดจดทะเบียนผู้ถือหุ้น

การันตีคุณภาพด้วยรางวัล

World Branding Awards 2021-2024

No.1 Brand Thailand 2019-2024

Thailand Energy Award 2023

ESG100 2016-2024

SET ESG Rating 2023 : AA

Quality Award

Food and Drug Administration

Thailand Zocial Awards 2021

CRG 2023 : Excellent CG Scoring