

รายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2563

VALUE WITH QUALITY IS IN OUR DNA



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

สารบัญ

02 สารจากคณะกรรมการบริษัท

04 ขอบเขตการรายงานเพื่อพัฒนาความยั่งยืน

05 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

06 วิสัยทัศน์ / พันธกิจ / คุณค่าหลักองค์กร

07 ธุรกิจของบริษัท

10 ความยั่งยืนของพรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง

13 ห่วงโซ่คุณค่าของพรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง

16 การชี้บ่งและวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

21 กลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนความยั่งยืน

ส่งมอบคุณค่าให้ธุรกิจเจริญก้าวหน้า

28 ▶ การกำกับดูแลกิจการที่ดี

30 ▶ การขยายแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
กับพันธมิตรทางธุรกิจ

32 ▶ การบริหารจัดการความเสี่ยง

36 ▶ การบริหารจัดการองค์กรเพื่อความยั่งยืน

48 ▶ การพัฒนาธุรกิจกาแฟเพื่อส่งเสริมให้สังคมยั่งยืน



ส่งมอบคุณค่าให้พนักงานเติบโตมั่นคง (สังคมภายใน)

- 52 ▶ การจ้างงานที่เป็นธรรมและความเสมอภาค
- 54 ▶ การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน
- 56 ▶ การพัฒนาศักยภาพและความสามารถพนักงาน
- 58 ▶ การดูแลรักษาพนักงาน
- 64 ▶ การส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงาน
- 67 ▶ การสร้างพลเมืองผู้มีส่วนร่วมเพื่อส่วนร่วม
(Active Citizen)

ส่งมอบคุณค่าให้สังคมเติบโตอย่างมั่นคง (สังคมภายนอก)

- 72 ▶ การสร้างสังคมการแบ่งปันต่อชุมชน
- 76 ▶ การพัฒนาความยั่งยืนทางสังคม

ส่งมอบคุณค่าให้สิ่งแวดล้อมยั่งยืน

- 113 ▶ การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว
- 113 ▶ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า
- 118 ▶ การบริหารจัดการมลภาวะและขยะ
- 119 ▶ การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
- 122 ▶ รางวัลจากผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
- 125 ▶ ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปี 2563
- 130 ▶ ตัวชี้วัดตามกรอบแนวทางการจัดทำ
รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (GRI Standards)

สารจากคณะกรรมการบริษัท บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)



การดำเนินธุรกิจของบริษัทในปี 2563 ที่ผ่านมานั้น ต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด19 ที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบไปทั่วโลก จากวิกฤตการณ์ดังกล่าว ทีมงานของบริษัทต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนงานหลายด้าน เพื่อนำมาใช้รับมือกับสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคิด โดยมีการให้ความรู้ความเข้าใจ และกำหนดมาตรการแนวทางการป้องกันให้กับพนักงานในองค์กร ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่ธุรกิจนำไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง อันเป็นผลให้ธุรกิจดำเนินไปได้ต่อเนื่อง และมีผลประกอบการในระดับที่น่าพอใจ



ในรอบ 43 ปีของการดำเนินงานนั้น บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้มุ่งมั่นในการประกอบกิจการ ด้วยการสร้างความสมดุลของการเติบโตทางธุรกิจ ที่คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมความสามารถในการยกระดับคุณภาพสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” (Harmonious Alignment of Success) ของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ที่ต้องการขับเคลื่อนแผนงานและกลยุทธ์สู่ความยั่งยืน ด้วยการนำคุณค่าหลัก (Core Values) 5 ประการ ทั้งด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการห่วงโซ่คุณค่า และการรักษาระดับคุณภาพ (Quality) สินค้าบริการ โดยได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียในการร่วมคิดร่วมสร้าง (Collaboration) เกิดความเป็นธรรมและโปร่งใส (Moral & Ethics) สามารถควบคุม และตรวจสอบได้ ซึ่งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะกลายเป็นประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefits) สร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในระยะยาว

ในอีกด้านหนึ่งของการสร้างคุณค่าและความสมดุลที่องค์กรได้ให้ความสำคัญ คือการดูแลสังคมรอบข้างและสิ่งแวดล้อมที่มีส่วนให้เกิดความยั่งยืนร่วมกัน โดยมีพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยเข้าร่วมกับกิจกรรมของมูลนิธิในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ที่ครอบคลุมทั้งการส่งเสริมด้านการศึกษาของมูลนิธิยุวพัฒน์ การส่งเสริมด้านสังคมของมูลนิธิเพื่อคนไทย และการส่งเสริมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของมูลนิธิเอ็นไลฟ์ อย่างต่อเนื่องทุกปี

ในนามคณะกรรมการบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ขอถือโอกาสนี้ขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ที่ได้ร่วมกันสนับสนุนให้ผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาของบริษัทและบริษัทย่อยสามารถฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ มาได้อย่างเข้มแข็ง และขอให้มีความเชื่อมั่นว่า บริษัทจะยังคงดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคตให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนร่วมกัน บนความสมดุลทั้งด้านธุรกิจพนักงานและสังคมสืบไป

คณะกรรมการบริษัท
บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตการรายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

รายงานฉบับนี้เป็นรายงานความยั่งยืนประจำปี ที่ 7 จัดทำขึ้นเพื่อถ่ายทอดเผยแพร่ต่อสาธารณะถึงแนวคิดและวิธีปฏิบัติสู่ความยั่งยืนของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยอย่างโปร่งใสและต่อเนื่อง ซึ่งข้อมูลในรายงานฉบับนี้เป็นรายละเอียดการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม จนถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2563

จากแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่ว่าด้วย “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” (Harmonious Alignment of Success) เป็นระยะเวลากว่า 43 ปี ที่บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย เรามีจุดมุ่งหมายสำคัญที่จะสร้าง สังคมแห่งความอยู่ดีมีสุข ร่วมกับบทบาทในการมอบคุณภาพชีวิตที่ดี ร่วมสร้างสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เราเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าการยึดมั่นในวิธีดำเนินธุรกิจตามแนวคิด “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” นี้คือ หนทางสู่ความยั่งยืนของพวกเราทุกคน โดยมีคุณค่าหลัก 5 ข้ออันได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ การผสานความรู้ คุณภาพ คุณธรรมจริยธรรม และประโยชน์ร่วมกัน เป็นแนวทางให้แก่ธุรกิจและพนักงานรวมถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ นำไปปฏิบัติ โดยเฉพาะในการทำงานหากรรมถึงในการใช้ชีวิตประจำวัน เพราะคุณค่าหลักทั้ง 5 ข้อนี้คือปัจจัยสำคัญในการสร้างคุณค่าต่อทั้งธุรกิจ พนักงานและสังคม เราใช้ความคิดสร้างสรรค์และการผสานความรู้สร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพื่อประโยชน์ร่วมกันของทุกภาคส่วนโดยมีคุณธรรมและจริยธรรมเป็นบรรทัดฐาน เรายึดมั่นในการประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส ยึดหลักธรรมาภิบาล มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

แนวทางและรูปแบบของการรายงาน

รายงานฉบับนี้ มีความมุ่งหวังที่จะถ่ายทอดจุดมุ่งหมาย แนวปฏิบัติและการดำเนินงานในการสร้างความยั่งยืนของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่านรับรู้และเข้าใจถึงภารกิจของเราและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเราทุกคนจะผนึกกำลัง ร่วมแรงร่วมใจในการสร้างความยั่งยืนสู่สังคมร่วมกัน ทั้งนี้บริษัทได้จัดทำรายงานอ้างอิงให้มีความสอดคล้องตามดัชนีชี้วัดของ Global Reporting Initiative standards (GRI standards)

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ท่านสามารถดาวน์โหลดรายงานฉบับนี้ รวมทั้งแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี ได้จากเว็บไซต์ของ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) Website : www.premier-marketing.co.th หรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์

ที่อยู่ : เลขที่ 1 พรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์ 02-301-1800 โทรสาร 02-301-1830 อีเมล : ir@pm.premier.co.th



ข้อมูลทั่วไป ของบริษัท

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน : เลขที่ 1 พรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ถนนศรีนครินทร์
แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250

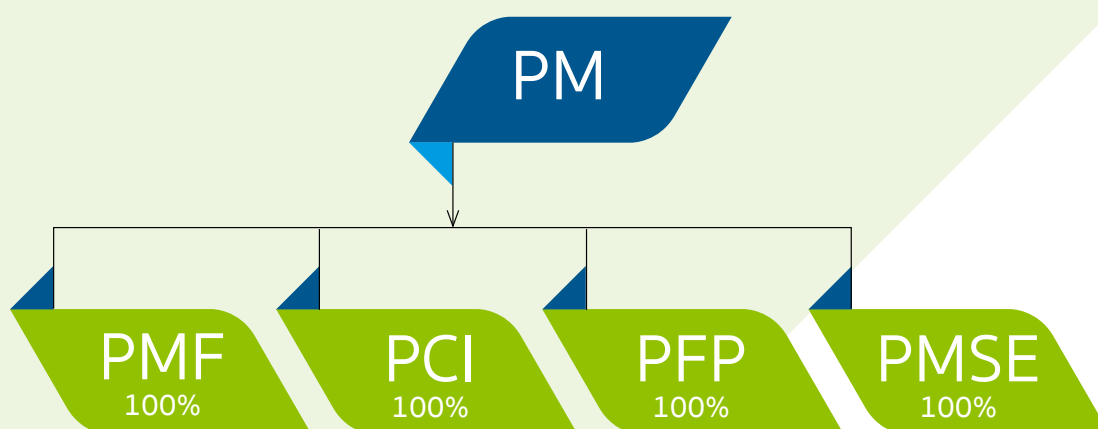
วันจดทะเบียน : วันที่ 27 พฤษภาคม 2551

จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ทุนจดทะเบียนบริษัท : 598,245,300 บาท

ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้า จัดจำหน่ายและเป็นตัวแทน
จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทย่อยในสายธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค



วิสัยทัศน์

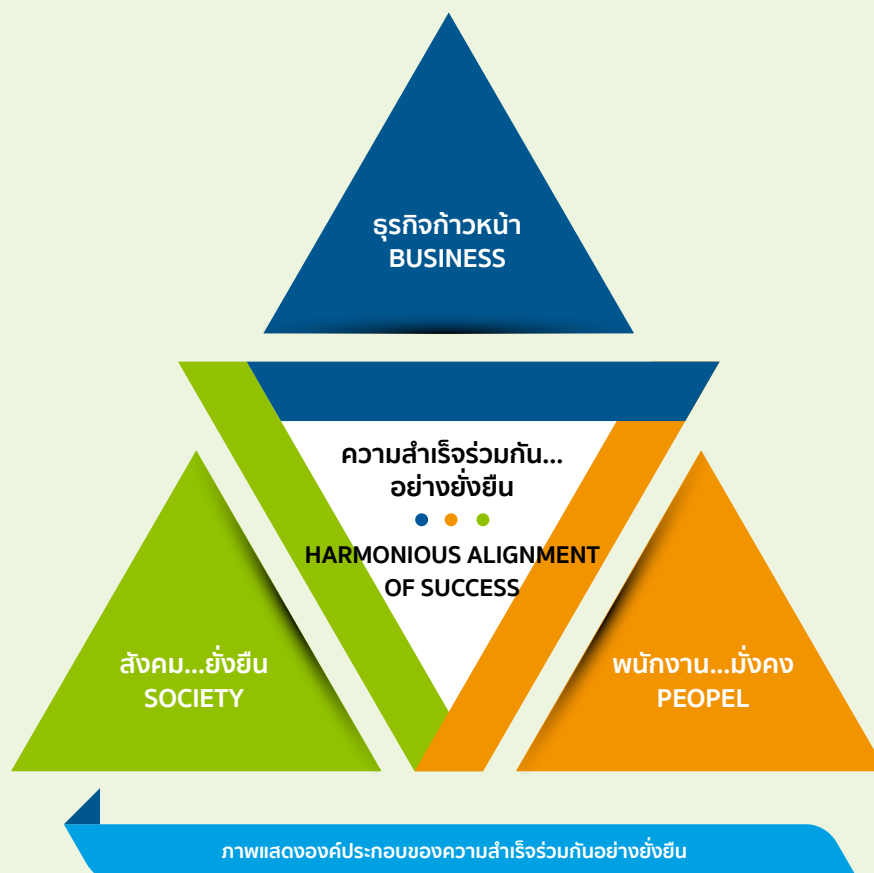
VISION

มุ่งมั่นในการเป็นผู้นำด้านธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณประโยชน์และสามารถสร้างคุณค่าด้วยการยึดถือคุณค่าหลัก 5 ประการ เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างธุรกิจ พนักงาน และสังคมที่ยั่งยืนร่วมกัน

พันธกิจหลัก

MISSION

- ▶ นำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าพร้อมคุณภาพ โดยมีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง
- ▶ สนับสนุนแนวคิดสร้างสรรค์และผลักดันให้เกิดการพัฒนาในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง
- ▶ ดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย
- ▶ ส่งเสริมการพาสานความรู้และประสบการณ์ระหว่างกันเพื่อยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงาน
- ▶ ยึดหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมความมีคุณธรรมและจริยธรรมในวิถีแบบคนไทย ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม



ธุรกิจ ของบริษัท

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค ซึ่งแบ่งได้เป็น 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ลูกอม ผลิตภัณฑ์ยาและอาหารเสริม ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัวและของใช้ในครัวเรือน โดยสินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายในประเทศทั้งหมด ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ทั้งช่องทางการจำหน่ายแบบร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และรถขายเงินสด (Cash Van) โดยมีร้านค้ากว่า 80,000 แห่งทั่วประเทศติดต่อค้าขายโดยตรงกับบริษัท และการจัดจำหน่ายในต่างประเทศสำหรับผลิตภัณฑ์ “ปลาสวรรค์ทาโร”

ในปัจจุบันบริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 4 แห่ง คือ บริษัท พี.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด (PMF) บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่งอินดัสตรี จำกัด (PCI) บริษัท พรีเมียร์ โพรเซ่น โพรดักส์ จำกัด (PFP) และบริษัท พีเอ็มเอสอี จำกัด (PMSE) ซึ่งบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วในแต่ละบริษัท บริษัทย่อยทั้ง 4 แห่งประกอบธุรกิจดังนี้

1. บริษัท พี.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด (PMF) ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทปลาเส้นและปลาแผ่น ที่รู้จักกันในชื่อ “ปลาสวรรค์ทาโร” ผลิตภัณฑ์ของ PMF มีการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ และได้มอบหมายให้บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว

2. บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด (PCI) ผลิตแปรรูปและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงและอาหารทะเลสำเร็จรูปสำหรับผู้บริโภค จากวัตถุดิบที่ได้จากทะเล เช่น ปลาทูน่า ตลอดจนวัตถุดิบจากฟาร์มเลี้ยง เช่น สัตว์ปีก สัตว์บก บรรจุในถุง (Pouch) บรรจุกระป๋อง (Canned) และบรรจุใน Plastic Cup โดยส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ เช่น ในทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น นอกจากนี้ยังประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า “คิงส์ คิทเชน” ได้แก่ ซอสมะเขือเทศ ซอสพริก ซอสสำหรับยำ ซอสพริกไทยดำ รวมทั้งการผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงภายใต้เครื่องหมายการค้า “แอตลาส” (Atlas) โดยมีการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

3. บริษัท พรีเมียร์ โพรเซ่น โพรดักส์ จำกัด (PFP) ผลิตอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทยังให้บริการรับฝากแช่ผลิตภัณฑ์ในห้องเย็น รวมทั้งยังมีการพัฒนาโครงการใหม่ๆ เพื่อเพิ่มรายได้และผลตอบแทน นอกจากนี้ยังได้ให้เข้าพื้นที่กับบริษัท มีวนา จำกัด ในการผลิตกาแฟอีกด้วย

4. บริษัท พีเอ็ม เอสอี จำกัด (PMSE) ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อ 10 เมษายน 2558 โดยมีวัตถุประสงค์ด้านลงทุน ในธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อต่อยอดคุณค่าหลักของบริษัทด้านความยั่งยืนของสังคม และดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟอินทรีย์ภายใต้ชื่อแบรนด์ “มีวนา” และ “ออราบิก้า” ในปลายปี 2563 ยังได้พัฒนาแบรนด์ “ออราบิก้า” กาแฟระดับสำหรับตลาดทั่วไปเพื่อขยายช่องทางจัดจำหน่ายเข้าสู่ตลาดกาแฟคั่วสักรุ่น บริษัทได้มีการลงทุนในบริษัทที่เกี่ยวข้องดังนี้

4.1 บริษัท มีวนา จำกัด (MIVANA) (เดิมชื่อ บริษัท กรีนเนท เอสอี จำกัด) โดยเข้าถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากเดิมในสัดส่วนร้อยละ 88.89 (ปี 2560 ร้อยละ 72.04) ซึ่งเป็นกิจการเพื่อสังคม ด้านการส่งเสริมการปลูกกาแฟไทยได้เริ่มงานต้นไม้อย่างใหญ่ เพื่อเป็นการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ต้นน้ำลำธารควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพกาแฟของเกษตรกรเข้าสู่ระบบการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรกาแฟอินทรีย์ที่ปลูกเพื่อการรักษาและดูแลผืนป่า โดยการทำงานร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้จะเกิดประโยชน์ต่อสังคมดังกล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังจะทำให้ได้กาแฟอินทรีย์ที่ดีมีคุณภาพ โดยทางบริษัท มีวนา จำกัด จะเป็นผู้รับซื้อผลผลิตกาแฟอินทรีย์ของเกษตรกรในระบบการค้าที่เป็นธรรมและนำมาแปรรูปและบรรจุต่อไป ภายใต้เครื่องหมายการค้า “มีวนา” “ออราบิก้า” และ “ออริกา”

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

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย

ประเภทของรายได้	ดำเนินการโดย	สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท	2563		2562		2561	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า	PM / PMF PMSE	100.00	3,138	74.99	3,570	79.33	3,266	75.25
ผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงอาหารทะเลสำเร็จรูป และซอส	PCI	100.00	966	23.09	853	18.96	882	20.32
ผลิตอาหารแช่แข็งและให้บริการพื้นที่ห้องเย็น	PFP	100.00	56	1.34	49	1.09	38	0.88
รายได้อื่น	บริษัทและบริษัทย่อย		24	0.57	28	0.62	154	3.55
รายได้รวม			4,184	100	4,500	100	4,340	100

1. ธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า

ลักษณะของผลิตภัณฑ์

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ทำธุรกิจการจัดจำหน่ายและการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคมาเป็นเวลากว่า 43 ปี จากความรู้ความชำนาญและการสร้างเครือข่ายการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านขายส่งทั้งขนาดกลางและขนาดใหญ่ รวมทั้งร้านค้าปลีกย่อยที่มีอยู่ทั่วประเทศ และการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้บริษัทมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการธุรกิจจัดจำหน่ายและตัวแทนจำหน่าย และสามารถขยายขอบข่ายการดำเนินธุรกิจอย่างเข้มแข็งจวบจนทุกวันนี้

บริษัทได้แบ่งหมวดสินค้าที่รับผิดชอบอยู่ในปัจจุบันออกเป็น 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ๆ ดังต่อไปนี้

(1) **กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว** สามารถแบ่งย่อยตามลักษณะแตกต่างของสินค้าจากผู้ผลิตแต่ละรายดังนี้

▶ บริษัท พี. เอ็ม. ฟู้ด จำกัด (บริษัทย่อย) ผู้ผลิตปลาสวรรค์ ตราทาโร ที่ผลิตมาจากเนื้อปลาสดจากปลาทะเล โดยสินค้าทุกชนิดจะผลิตภายใต้มาตรฐานที่เข้มงวดทุกขั้นตอน ในปัจจุบันนอกจากสินค้าตรา “ทาโร” ที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายแล้ว ยังมีสินค้าตรา “ทาโร ออบกรอบ” “ทาโร ชูบน้ำจิ้ม” “ทาโร โรล เส้นยาว 2 เมตร” “ทาโร โลท” อีกด้วย โดยมีให้เลือกหลายรสชาติ ประกอบด้วย รสดั้งเดิม รสเข้มข้น รสบาร์บีคิว รสซูเปอร์แซบ รสสหายเหาหลิ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์กลุ่มใหม่คือ ทาโรโรล ทาโร โลท สูตรลดโซเดียมลง 30% รสออริจินัล ทาโรเส้นชูบน้ำจิ้ม รสคาโบนาร่าเผ็ดเกาหลี และก๊วยเตี๋ยวเส้นปลา รสต้มยำกุ้งน้ำข้น และรสเย็นตาโฟหม้อไฟ

▶ บริษัท เอส พี อาร์ ฟู้ด อินดัสทรี จำกัด ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมข้าวโพดอบกรอบ ภายใต้ตราสินค้า “โคโคริ” “โอโตริ” และตราสินค้า “บิกคาต้า” ซึ่งเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีประโยชน์ ใช้ข้าวและข้าวโพดเป็นวัตถุดิบหลักและมีให้เลือกในหลากหลายรสชาติ

▶ บริษัท พีที อัลตรา พรีเมออบาดี ประเทศอินโดนีเซีย ผู้ผลิตสินค้า ขนมขบเคี้ยว และ บิสกิต ภายใต้ตราสินค้า “ฟูโล”

▶ บริษัท ลิลลี่ โทเบก้า จำกัด ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ถั่วลิสงอบเกลือ ถั่วปากอ้าอบเกลือ เมล็ดมะม่วงหิมพานต์อบเกลือ ภายใต้ตราสินค้า “เขาส่อง”

▶ บริษัท เติมนเเจอร์ อินดัสตรี ประเทศไทย จำกัด ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ธัญพืชอบกรอบ สดใสครีม รสนม รสสตอเบอร์รี่ และรสช็อกโกแลต ภายใต้ตราสินค้า “กรีนนี่”

(2) **กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม** ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารประเภทซอสปรุงรสผักและผลไม้ดอง กาแฟปรุงสำเร็จ และอาหารพร้อมรับประทาน โดยสินค้าในกลุ่มนี้ ได้แก่

▶ บริษัท ลำปางฟู้ดโปรดักส์ จำกัด ผู้ผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า “แม่จันท์” และเครื่องหมายการค้าอื่นๆ เช่น “J.F Farm” และ “LCC” และ “รถม้า” ได้แก่ กระเทียมโทนดอง กระเทียมดอง ขิงดอง ผักกาดดอง บัวดอง มะนาวดอง และผลไม้กระป๋อง เช่น ข้าวโพดหวาน เงาะ ลิ้นจี่ และลำไย เป็นต้น

- ▶ บริษัท เอร่าอินเตอร์เนต จำกัด ผู้ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว เครื่องหมายการค้า “ซอ ซ้าง” เหมาะสำหรับการปรุงอาหารทุกประเภท เช่น ต้ม ผัด อบ และยำ
- ▶ บริษัท สีนวารีพัฒนา จำกัด ผู้ผลิตน้ำปลาแท้ ซีอิ๊วขาว น้ำราดปรุงรสและซอสหอยนางรมเกรดพรีเมียม ภายใต้เครื่องหมายการค้า “เมกาเซฟ” รวมถึงน้ำปลาเพื่อสุขภาพ ลดเกลือลง ภายใต้เครื่องหมายการค้า “กับข้าว”
- ▶ บริษัท โรงงานน้ำปลาไทย (ตราปลาหมึก) จำกัด ผู้ผลิต น้ำปลาแท้ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ตราปลาหมึก”
- ▶ บริษัท มีวนา จำกัด ผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์กาแฟอินทรีย์ สายพันธุ์อาราบิก้า ในรูปแบบกาแฟเมล็ดคั่ว และเมล็ดคั่วบด ภายใต้ตราสินค้า “มีวนา” “อาราบิก้า” และ “ออร์กา”

(3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกอม สินค้าในกลุ่มนี้ ได้แก่

- ▶ บริษัท โอสดสภา จำกัด ผู้ผลิตลูกอมเม็ดแข็ง (Hard Boiled Candy) ภายใต้เครื่องหมายการค้า “โอเล่” สินค้าดังกล่าวมีรสผลไม้ต่างๆ เช่น รสสตอเบอร์รี่ รสเลมอน รสสละ รสกีวแอปเปิ้ล ลูกอมโอเล่ บลูสตรอเบอร์รี่แต่งโมสตอเบอร์รี่โลม และ กลุ่มลูกอมปราศจากน้ำตาล ลูกอมโอเล่ มินิซูการ์ฟรีสตอเบอร์รี่ สตอเบอร์รี่แอปเปิ้ล สตอเบอร์รี่แต่งโมและกลุ่มลูกอมฟรุ๊ตตี้เพรช รสสตอเบอร์รี่ รสสตอเบอร์รี่โลม
- ▶ ลูกอม “คอร์ฟิน-ซี” ลูกอมที่มีคุณสมบัติช่วยบรรเทาการระคายเคืองคอ ซึ่งบริษัทเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า “คอร์ฟิน-ซี” มีรสชาติหลากหลาย เช่น รสเมนทอลคลาสสิก รสโรสฮิปปูการ์รี่ กลิ่นพีช รสเชอร์รี่ รสโน้มน้ำตาล เป็นต้น
- ▶ บริษัท B-ONE จำกัด ผู้นำเข้าลูกอมช็อคโกแลต ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ช็อคโก-บี้” และกลุ่มสินค้ามาร์ชเมลโลว์ ภายใต้ตราสินค้า B-ONE

(4) กลุ่มผลิตภัณฑ์ยาและ

อาหารเสริม โดยบริษัท โอสดสภาไทย จำกัด ผู้ผลิต ยาธาตุ 4 น้ำยาอุทัยทิพย์ ยาอมตรา “โบตัน” แบบดั้งเดิม เม็ดอมตรา “โบตันมันท์บอล” รสดั้งเดิม รสนาโนไอซ์ รสมิกซ์เบอร์รี่ และลูกอมผสมวิตามินซี “โบตัน” กลิ่นซูปเปอร์เลมอนและกลิ่นซูปเปอร์กีวแอปเปิ้ล

(5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัวและของใช้ในครัวเรือน

(Personal Care and Household Product) โดยสินค้าในกลุ่มได้แก่

- ▶ บริษัท พีแซท คัสสัน (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า “คัสสัน” ได้แก่ สบู่ก้อน ครีมอาบน้ำ เจลอาบน้ำ บอดี้บัตเตอร์ ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก อาทิ แป้ง โลชั่น สบู่เหลว ออยล์เบบีไวฟ์ผ้าเช็ดทำความสะอาด น้ำยาล้างมือ แคลเร็กซ์ น้ำยาล้างจานมอร์นิงเฟรช
- ▶ บริษัท เอสพี เวลเนส แอนด์ อินโนเวชั่น จำกัด ผู้นำเข้านวัตกรรมผ้าอ้อมผู้ใหญ่แบรนด์ “DR.KLEAN” เทคโนโลยีจากประเทศเบลเยียม มีทั้งแบบกางเกงผ้าอ้อม ผ้าอ้อมแบบเทป และแผ่นเสริมซึมซับและแผ่นรองซับ

2. ธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร

ลักษณะผลิตภัณฑ์

ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร โดยดำเนินการผ่านบริษัทย่อยทั้ง 4 แห่ง คือ บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด (PCI) บริษัท พรีเมียร์ โพรเซส โปรดัคส์ จำกัด (PFP) และบริษัท มีวนา จำกัด (MIVANA) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	ผู้ผลิต
(1) ปลาเส้น ปลาแผ่น ปลาอบกรอบ ปลาเส้นซูปน้ำจิ้ม และก๋วยเตี๋ยวเส้นปลา	PMF
(2) ผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลสำเร็จรูป	PCI
(3) ผลิตภัณฑ์ซอสสมะเขือเทศ ซอสพริก	PCI
(4) ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	PFP
(5) ผลิตภัณฑ์กาแฟอินทรีย์	MIVANA

ความสำเร็จร่วมกัน อย่างยั่งยืน

เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายของ “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” หรือ Harmonious Alignment of Success ได้ กล่าวคือ การดำเนินงานภายใต้กลุ่มบริษัทพรีเมียร์นั้น จะต้องคำนึงถึง 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ “ธุรกิจก้าวหน้า พนักงานมั่นคง สังคมยั่งยืน” จึงจะถือว่าการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนอย่างแท้จริง โดยนอกเหนือจากการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานแล้ว กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ได้มีการพัฒนาแนวปฏิบัติหรือคุณค่าหลัก เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดแผนกลยุทธ์และกรอบการดำเนินงานในห่วงโซ่คุณค่าของทุกสายธุรกิจ ตลอดจนการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาและยกระดับคุณภาพของสังคมและสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรควบคู่กันไป โดยนอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังจะนำมาซึ่งความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งเป็นรากฐานที่จำเป็นที่สุดต่อความยั่งยืนของกิจการ



อีกหนึ่งพันธกิจหลักจากการบูรณาการไปสู่การดำเนินงานความยั่งยืนภายนอกองค์กร คือการพัฒนากระบวนการทางธุรกิจเพื่อสร้างพื้นที่ในการแข่งขันที่ต้องการ “เพราะเราทุกคนอยู่ในสังคมเดียวกัน” การดำเนินงานภายนอกหรือการพัฒนากระบวนการทางสังคมให้มีคุณภาพและมีความพร้อมในการเจริญเติบโตควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ เช่น การลดความเหลื่อมล้ำในสังคม การพัฒนาคุณภาพการศึกษา การพัฒนาสิ่งแวดล้อม การพัฒนาความอยู่ดีมีสุขของคนในสังคม ตลอดจนการส่งเสริมให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงาน เพราะหากสังคมไม่มีคุณภาพ ธุรกิจก็ไม่สามารถเจริญเติบโตได้เช่นกัน องค์กรจึงมุ่งมั่นที่จะสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสียในสังคมพัฒนาระบบนิเวศทางสังคม ผ่านคุณค่าหลักขององค์กร 5 ข้อมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

คุณค่าหลักกับการบูรณาการสู่ความยั่งยืน ของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์

นอกจากนี้แล้ว จากความสมดุลขององค์ประกอบหลัก 3 ด้านทั้งธุรกิจ พนักงานและสังคม ที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนนั้น ทางกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ และบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ร่วมกันถ่ายทอดให้พนักงานทุกคนได้เข้าใจถึงคุณค่าหลัก (Core Value) 5 ประการซึ่งจะมีส่วนสนับสนุนให้เป้าหมาย “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” มีโอกาสที่จะเป็นจริงยิ่งขึ้น ซึ่งในคุณค่าหลักเหล่านี้จะประกอบด้วยคุณภาพ คุณธรรมจริยธรรม ความคิดสร้างสรรค์ การประสานความร่วมมือและประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งบริษัทต้องการให้พนักงานนำไปสู่การปฏิบัติจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมขององค์กร และได้รับการยอมรับจากองค์กรและหน่วยงานภายนอก ที่จะประสานกันเพื่อสานต่อจุดหมายของความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนตลอดไป



จากการที่บริษัทได้ยึดถือแนวทางในการพัฒนาความยั่งยืนมาเป็นเวลานานกว่า 20 ปี โดยใช้กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมทั้งภายในองค์กรและร่วมกับองค์กรและบุคคลในหลายภาคส่วน (Partnership and Collaboration) อย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ปัจจุบันองค์กรสหประชาชาติได้เชิญชวนให้ทุกประเทศทั่วโลกตั้งเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาอย่างยั่งยืน SDG's (Sustainable Development Goals) ซึ่งเป้าหมายข้อ 17 ระบุเรื่องความร่วมมือเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย “Partnership for the Goals” ซึ่งหมายความว่าความร่วมมือของทุกฝ่ายเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย 16 ข้อที่ตั้งไว้ในเชิงประเด็นทั้งหมด

สิ่งที่บริษัทได้ยึดถือเป็นแนวทางมาโดยตลอด ส่งผลให้สามารถสร้างความยั่งยืนโดยสร้างความร่วมมือจากภาคีที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นองค์กรเพื่อสังคม องค์กรภาคธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ ผ่าน องค์กรต่อต้านคอร์รัปชันและมูลนิธิต่าง ๆ รวมทั้งได้รับความร่วมมือจากประชาชนทั่วไป ในการสนับสนุนด้านเงินทุน ร่วมบริจาคสิ่งของและเวลา รวมถึงการร่วมเป็นอาสาสมัคร แบ่งปันเวลา ความรู้ความสามารถของหลากหลายวิชาชีพ ในโครงการต่าง ๆ นอกจากนี้ การสร้างการมีส่วนร่วมยังนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ รูปแบบร้านค้า (ร้านปันกัน) รูปแบบการลงทุนเพื่อสังคม (กองทุนรวมคนไทยใจดี กองทุนรวมธรรมมาภิบาลไทย กองทุนสื่อเพื่อความยุติธรรมทางสังคม) แพลตฟอร์มเพื่อโภชนาการเด็ก food 4 good แพลตฟอร์ม Crowdfunding (เทใจ) เป็นต้น”

กรณีศึกษา การขยายผลแนวปฏิบัติ ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน สู่เวทีระดับโลก



“A business needs to strengthen every part of the value chain to create an ecosystem where all stakeholders can grow together and sustainably.”

Vichien Phongsathorn
Chairman, Premier Group of Companies

“ธุรกิจจำเป็นต้องเสริมสร้างทุกส่วนของห่วงโซ่คุณค่าเพื่อสร้างระบบนิเวศที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดสามารถเติบโตไปด้วยกันและยั่งยืน”

เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2563 คุณวิเชียร พงศธร ประธานกรรมการ กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ได้ร่วมเป็นวิทยากรในงาน ASEAN BUSINESS AND INVESTMENT SUMMIT 2020 ซึ่งเป็นงานที่จัดขึ้นประจำปี ที่เชิญผู้นำรัฐบาล ประธานาธิบดี ผู้นำทางธุรกิจและผู้นำทางความคิดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อแลกเปลี่ยนและสร้างการมีส่วนร่วมและหารือถึงโอกาส ทิศทางการเติบโตในระดับภูมิภาคอาเซียนในอนาคต

ในงานดังกล่าวคุณวิเชียร ได้ร่วมแลกเปลี่ยนภายใต้หัวข้อ Future of ESG Investing in ASEAN ร่วมกับวิทยากรที่เป็นผู้นำจากหลายภาคส่วน ทั้งผู้นำภาครัฐบาลและภาคเอกชนและการลงทุน โดยคุณวิเชียร ได้กล่าวถึงสถานการณ์ ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทั้งปัญหาล้างคัม สิ่งแวดล้อม ภัยพิบัติทางธรรมชาติในช่วงที่ผ่านมา เป็นสัญญาณเตือนว่าจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินธุรกิจที่สามารถลงมือปฏิบัติอย่างจริงจัง พร้อมเชิญชวนให้ทุกคนให้ความสำคัญถึงแนวคิดการดำเนินธุรกิจด้วยความยั่งยืน โดยคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญ 3 ด้านคือ **สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และหลักธรรมาภิบาล (Good Governance)** ที่ต้องผสมผสานเข้าไปในการกระบวนการดำเนินธุรกิจอย่างจริงจัง คุณวิเชียรยังได้เน้นย้ำความสำคัญของการดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล เพราะเป็นการตัดต้นเหตุของปัญหาทั้งหมด หากสังคมมีความเป็นอยู่ที่ดี ธุรกิจก็จะสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) เป็นโอกาสในการลงทุนของภาคตลาดทุนที่ต้องการลงทุนในองค์กรที่มีแนวปฏิบัติที่ดี มีกำไรอย่างมั่นคงจากการประกอบธุรกิจที่ยั่งยืนต่อไป

จากแนวคิดของ **ESG Investing** ซึ่งเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล องค์กรทั่วโลกนำไปปรับใช้ เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมนั้น สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ที่กล่าวไว้ “**ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน**” หรือ “**Harmonious Alignment of Success**” ที่กลุ่มบริษัทพรีเมียร์เรายึดถือในการดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนาน



ห่วงโซ่คุณค่าของ

และการร่วมพัฒนาไปจน ถึงการส่งมอบให้
กับผู้บริโภคและยังต่อเนื่องถึงประเด็นด้าน
จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การเคารพสิทธิ
มนุษยชน การจัดการสิ่งแวดล้อม ความ
ปลอดภัยและอาชีวอนามัย โดยแนวทาง
ปฏิบัติเหล่านี้ได้มีการถ่ายทอดไปยังลูกค้า
และพนักงานของลูกค้าให้ต้องปฏิบัติตาม
อย่างเคร่งครัด



CSR - After - Process

CSR - In - Process

CSR - After - Process

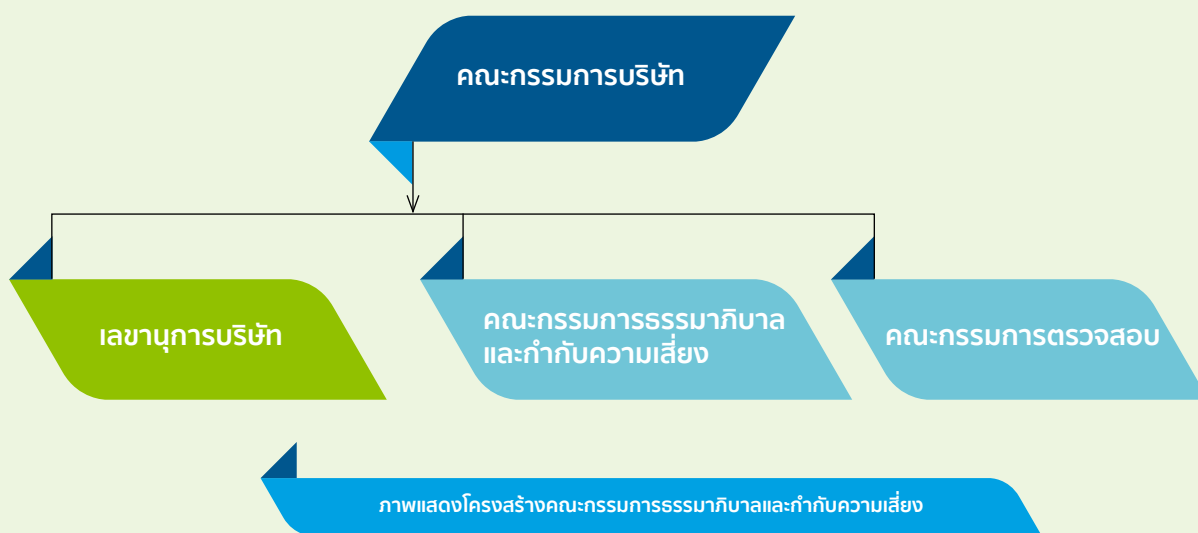
- ▶ การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน
- ▶ การจ้างงานเป็นธรรมและเสมอภาค
- ▶ การพัฒนาศักยภาพและความสามารถของพนักงาน
- ▶ การดูแลรักษาพนักงาน
- ▶ การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

- ▶ การพัฒนาคุณภาพการศึกษา
- ▶ การพัฒนาสิ่งแวดล้อม
- ▶ การลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
- ▶ การพัฒนาความอยู่ดีมีสุขของคนในสังคม
- ▶ การส่งเสริมให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงาน

ตลอดระยะเวลาบริษัทและบริษัทย่อย ได้ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย จึงกำหนดให้มโนนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส ระหว่างบริษัทและพนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้ส่งมอบ คู่ค้า ผู้บริโภค ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาระดับมาตรฐานการปฏิบัติงานในห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงได้พัฒนากลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่ได้รับการทบทวนทุกปี โดยคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยงและคณะผู้บริหารผ่านการบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้มั่นใจว่าเราจะส่งมอบคุณค่าอย่างมีคุณภาพ และสามารถประสบความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

โครงสร้างการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาสู่ความยั่งยืน

ในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)และบริษัทย่อย ได้มีการคำนึงถึงการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้มีส่วนได้เสีย เกิดความโปร่งใสตรวจสอบได้และสนับสนุนความเข้มแข็งให้กับธุรกิจในระยะยาวดังนั้นคณะกรรมการของบริษัทฯ ได้หารือและแต่งตั้งคณะกรรมการย่อยชุดใหม่ คือ คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง โดยมีบทบาทหน้าที่ ดังรายละเอียดต่อไปนี้



บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง

- ทำหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล และให้คำแนะนำ ในเรื่องการบริหารจัดการด้านธรรมาภิบาลและความเสี่ยงของฝ่ายบริหาร ได้แก่ กรรมการผู้จัดการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทและบริษัทย่อย ดังนี้
 - ติดตามการวางกลยุทธ์และแผนงานด้านการบริหารจัดการธรรมาภิบาลของฝ่ายจัดการและการบริหารจัดการความเสี่ยงของกิจการ
 - ตรวจสอบและประเมินผลการปฏิบัติการดำเนินการตามแผนงานฯ และประเมินความสำเร็จของงาน
 - ให้คำแนะนำเพื่อการทบทวนแผนงานด้านการบริหารจัดการด้านธรรมาภิบาลและบริหารความเสี่ยงให้มีความเหมาะสม
- กำหนดการประชุมกับฝ่ายจัดการของบริษัทและบริษัทย่อยเพื่อการรายงานการบริหารจัดการตามแผนฯ (อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง) ทุกไตรมาส
- คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยงนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดเกี่ยวกับธรรมาภิบาลและความเสี่ยงตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

นอกจากเพื่อให้ทิศทางการบริหารงานของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เป็นไปตามนโยบายด้านการจัดการธรรมาภิบาลและการบริหารความเสี่ยง จึงจัดให้มีคณะทำงาน ประกอบไปด้วย 2 คณะดังนี้

1. คณะทำงานร่วมด้านการบริหารความเสี่ยง
2. คณะทำงานร่วมด้านธรรมาภิบาล

บทบาทหน้าที่คณะทำงานร่วมด้านการบริหารความเสี่ยง

1. กำหนดและทบทวนกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตาม มาตรฐานสากล พร้อมจัดให้มีระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) โดยยึดตามกรอบแนวทางมาตรฐาน ISO 22301 ให้มีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับการบริหารความเสี่ยง โดยมีการวางแผนการนำไปปฏิบัติ การฝึกซ้อม และปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสร้างวัฒนธรรมองค์กร อย่างมีประสิทธิภาพตามที่คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง มอบหมาย
2. กำหนดและทบทวนกระบวนการบริหารความเสี่ยง ให้สอดคล้องกับกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรและจัดทำแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อให้มีประสิทธิภาพ มีความเพียงพอ และสอดคล้องตามสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
3. ติดตามและรายงานการบริหารความเสี่ยงที่สำคัญต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยงเพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงถูกนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องและเป็นไปตามนโยบายของบริษัทไตรมาสละครั้ง รับผิดชอบต่อการอื่นใดที่ คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง คณะกรรมการตรวจสอบ ตลอดจนคณะกรรมการบริษัท มอบหมาย

บทบาทหน้าที่คณะทำงานร่วมธรรมาภิบาล

1. ทบทวน/ปรับปรุงกระบวนการและแนวปฏิบัติให้เหมาะสมตามนโยบายธรรมาภิบาลและการกำกับกิจการที่ดีของบริษัท
2. ตรวจสอบ ติดตาม การปฏิบัติ ให้เป็นไปตามนโยบายและแนวปฏิบัติธรรมาภิบาลและการกำกับกิจการที่ดีของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ
3. สนับสนุนและส่งเสริมค่านิยมขององค์กร และจรรยาบรรณธุรกิจในเรื่องธรรมาภิบาลและการกำกับกิจการที่ดี สามารถตรวจสอบได้ในทุกกระบวนการและขั้นตอนการทำงาน
4. จัดให้มีการประชุมทบทวนและติดตามผลการดำเนินงานตามนโยบายธรรมาภิบาลและการกำกับกิจการที่ดี พร้อมรายงานผลต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง อย่างสม่ำเสมอไตรมาสละครั้ง
5. รับผิดชอบสื่อสารประชาสัมพันธ์และอบรมให้ความรู้ในเรื่องธรรมาภิบาลที่ดีกับพนักงานในองค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้อง
6. รับผิดชอบต่อการอื่นใดที่ คณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง คณะกรรมการตรวจสอบ ตลอดจนคณะกรรมการบริษัท มอบหมาย

การบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย

ในด้านของการกำหนดเนื้อหารายงานเพื่อความยั่งยืนฉบับนี้ บริษัทได้ทำการวิเคราะห์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ ประกอบด้วย การสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย และการรับฟังความคิดเห็นจากคณะกรรมการธรรมาภิบาลและกำกับความเสี่ยง ทั้งนี้เพื่อกำหนดตัวบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียต่อไป

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย	การสื่อสารและมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
ผู้ถือหุ้น หมายถึง นักลงทุน นิติบุคคล สถาบันลงทุน	- ผลตอบแทนและการเติบโตของธุรกิจ - ดำเนินกิจการสำเร็จตามเป้าหมาย	ดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีและขยายธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน	- กำหนดนโยบายจรรยาบรรณบริษัทในเรื่องข้อพึงปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น - ประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 1 ครั้ง - รายงานประจำปี, SD Report - กิจกรรมพบผู้ลงทุน Opportunity day ไม่มีเนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด19 - Company Visit 2 ครั้ง - Conference Call 6 ครั้ง - ตอบคำถามผู้ลงทุนทางโทรศัพท์ และอีเมลอย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียมกัน
พนักงาน หมายถึง ผู้บริหาร พนักงาน	- ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ - รายได้ไม่พอกับค่าใช้จ่าย - ความก้าวหน้าในอาชีพ - ความภูมิใจในองค์กร - สร้างจิตสำนึก	- พัฒนาคุณภาพชีวิตให้มีความมั่นคง - พัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง - สร้างความผูกพันให้มีความซื่อสัตย์	- กำหนดนโยบายการบริหารงานทรัพยากรบุคคลและประกาศให้พนักงานทราบ - ดำเนินการร่วมสำรวจค่าจ้างกับหน่วยงานภายนอก เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงานอย่างเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน - ร่วมกับสหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้พนักงานรู้จักการออม การประหยัด มีการวางแผนการเงิน เพื่อเตรียมพร้อมก่อนเกษียณอายุ - ดำเนินงานตามแผนการสร้างความรู้ดี มีสุขอย่างมีส่วนร่วม ผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการอย่างต่อเนื่อง - ดำเนินการตามแผนพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง - สำรวจความพึงพอใจพนักงานปีละ 1 ครั้ง

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย	การสื่อสารและมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
ลูกค้า / ร้านค้า หมายถึง ผู้บริโภค ร้านค้าขายส่ง-ปลีก ห้างสรรพสินค้า	การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตามเวลาที่กำหนด ในราคาที่เป็นธรรม	สร้างความพึงพอใจและความผูกพันโดยการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ	- ดำเนินการตามแผนการเข้าเยี่ยมร้านค้าเดือนละครั้ง - สำรวจความพึงพอใจร้านค้าและผู้บริโภค ปีละ 1 ครั้ง - ประชุมร่วมกับห้าง/ร้านในช่องทางการขายโมเดิร์นเทรดทุกเดือน
คู่ค้า / ผู้ส่งมอบ หมายถึง ผู้ส่งมอบพันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า (เจ้าของสินค้า)	- ผลตอบแทนและการเติบโตของธุรกิจ - มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ - จัดซื้อจัดจ้างเป็นธรรม เสมอภาคและโปร่งใส	- ดำเนินการธุรกิจด้วยความเป็นธรรม - สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน - สร้างและขยายแนวร่วมการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน - ปฏิบัติตามระเบียบ IUU	- การปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงตามสัญญา - ร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์กับคู่ค้าและผู้ส่งมอบ - ประชุมร่วมกับคู่ค้า เดือนละครั้ง - สำรวจความพึงพอใจของคู่ค้า ปีละครั้ง - เชิญชวนคู่ค้าและผู้ส่งมอบเข้าร่วมการดำเนินธุรกิจปราศจากการทุจริต - มีนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งพิจารณาคุณค่าร่วมในกระบวนการบริหารจัดการทุกขั้นตอนของการจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืนและปฏิบัติตามระเบียบ IUU
หน่วยงานภายนอก หมายถึง หน่วยงานราชการ สื่อมวลชน	- การปฏิบัติตามกฎหมาย - โปร่งใสและเปิดเผยข้อเท็จจริง	- สนับสนุนและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกฎหมาย - การปฏิบัติงานชัดเจนเปิดเผย โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้	- ติดตามและทบทวนการดำเนินงานให้เป็นไปตามกฎหมาย - เปิดเผยผลการดำเนินงานที่ชัดเจน โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ที่เว็บไซต์ของบริษัท
คู่แข่ง หมายถึง บริษัทที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน	การแข่งขันภายใต้กฎหมายและจริยธรรม	- ปฏิบัติต่อคู่แข่งกันอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส - สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน	- ติดตามความเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ - รายงานเปรียบเทียบสถานภาพการแข่งขัน - วิเคราะห์กิจกรรมของคู่แข่งเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ก้าวล้ำนำหน้า

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย	การสื่อสารและมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
ชุมชน/สังคม หมายถึง ชุมชน สังคม ประชาชนทั่วไป	- ต้องการให้เปิดเผยข้อเท็จจริงอย่างโปร่งใส - ต้องการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม - ต้องการให้รับผิดชอบต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสังคม	- เป็นองค์กรที่ดีของสังคมและมีความโปร่งใส - มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีต่อชุมชนและสังคม - กำหนดความรับผิดชอบต่อผลกระทบเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ	- เผยแพร่ข้อมูลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนผ่านการรายงานและเว็บไซต์ของบริษัท - โครงการ ลดผลกระทบจากการขนส่งและการกระจายสินค้า สร้างวินัยและการใช้รถยนต์อย่างปลอดภัยให้พนักงานขายหน่วยรถอย่างต่อเนื่อง - ร่วมกันสร้างโอกาสให้นักเรียนที่ขาดแคลนได้รับการศึกษาที่เท่าเทียมและมีคุณภาพผ่านมูลนิธิยุวพัฒน์ - ร่วมกันสร้างโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมด้วยการจ้างงานคนพิการผ่านมูลนิธินวัตกรรมทางสังคม - โครงการเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม - กำหนดเป็นแผนงานในแต่ละปีด้านความรับผิดชอบต่อผลกระทบชุมชนและสังคม (CSR In- process)
สิ่งแวดล้อม หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น พลังงาน น้ำมัน ไฟฟ้า น้ำสะอาด ธรรมชาติ เป็นต้น	- รักษาทรัพยากรธรรมชาติและฟื้นฟูป่าต้นน้ำ - ลดการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ - เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า	- ดำเนินธุรกิจสร้างการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน สังคมและ สิ่งแวดล้อม - สร้างจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ - รณรงค์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน	- โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา” - โครงการจัดการลดการปล่อยคาร์บอนเพื่อให้เกิดผลผลิตปลอดห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า - โครงการ การบริหารจัดการน้ำ - โครงการ ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า - โครงการ ลดการใช้กระดาษ - กำหนดเป็นแผนงานในแต่ละปีด้านความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (CSR In-process)

การระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ธุรกิจก้าวหน้า	พนักงานมั่นคง	สังคมและสิ่งแวดล้อมยั่งยืน
▶ การกำกับดูแลกิจการที่ดี	▶ การจ้างงานที่เป็นธรรมและเสมอภาค	▶ การสร้างสังคมแบ่งปันกับชุมชน
▶ การขยายแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันกับพันธมิตรทางธุรกิจ	▶ การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน	▶ การพัฒนาความยั่งยืนทางสังคม
▶ การบริหารจัดการความเสี่ยง	▶ การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของพนักงาน	▶ การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว
▶ การจัดซื้ออย่างมีความรับผิดชอบเพื่อความยั่งยืน	▶ การดูแลรักษาพนักงาน	▶ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า
▶ การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน	▶ การส่งเสริมด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย	▶ การบริหารจัดการมลภาวะและขยะ
		▶ การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

สรุปประเด็นความยั่งยืนของบริษัทและบริษัทย่อย

กรอบการพัฒนาความยั่งยืน	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ผู้มีส่วนได้เสีย	การเชื่อมโยงไปสู่ SDGs
ส่งมอบคุณค่าให้ ธุรกิจเจริญ ก้าวหน้า	การกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) การขยายแนวร่วมต่อต้านทุจริต คอร์รัปชัน การบริหารจัดการความเสี่ยง การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน	กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน คู่ค้า ร้านค้า ผู้บริโภค ผู้ถือหุ้น คู่แข่ง ภาครัฐ	       
ส่งมอบคุณค่าให้ พนักงานเติบโต มั่นคง	การจ้างงานที่เป็นธรรมและ เสมอภาค การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน การพัฒนาศักยภาพและ ความสามารถพนักงาน การดูแลรักษาพนักงาน	พนักงาน (สังคมภายใน)	    
ส่งมอบคุณค่าให้ สังคมพัฒนาอย่าง ยั่งยืน (ภายนอก)	การสร้างสังคมแบ่งปันชุมชน การพัฒนาความยั่งยืนทางสังคม	ชุมชน สังคมภายนอก	      
ส่งมอบคุณค่าให้ สิ่งแวดล้อมสู่ ธรรมชาติ	การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การบริหารจัดการมลภาวะและขยะ การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก	สิ่งแวดล้อม	     

กลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนองค์กร ไปสู่ความยั่งยืน

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ยึดแนวทางการดำเนินงาน “ส่งมอบคุณค่าอย่างมีคุณภาพ (The Delivery of Value with Quality)” โดยการจัดทำแผนงานและกำหนดกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ด้วยการเน้นด้านคุณภาพและประสิทธิภาพของกระบวนการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่ต้องได้รับความร่วมมืออย่างดีจากสมาชิกทุกฝ่าย ตั้งแต่ขั้นตอนการคิดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ผ่านกระบวนการผลิตที่มีการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด การบริหารสินค้าคงเหลือและการจัดส่งอย่างมีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน สนับสนุนด้วยการพัฒนาขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน สร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในระยะยาว



ภาพแสดงกลยุทธ์หลักในการส่งมอบความยั่งยืนให้ผู้มีส่วนได้เสีย

แนวทางการดำเนินงานที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทฯ ได้นำมากำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย กลยุทธ์การพัฒนา 4 ด้าน ที่สะท้อนถึงคุณค่าหลักขององค์กรนั้นคือ

- 1) ส่งมอบคุณค่าอย่างสร้างสรรค์ (The Value of Creation) ด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร
- 2) ส่งมอบคุณค่าอย่างเข้าถึง (The Value of Accessibility) ด้วยการนำเทคโนโลยีสร้างเครือข่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการให้สามารถกระจายได้อย่างกว้างขวาง (อย่างทั่วถึง)
- 3) ส่งมอบคุณค่าอย่างใส่ใจ (The Value of Attention) ด้วยการเอาใจใส่และคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดจนกระบวนการ
- 4) ส่งมอบคุณค่าอย่างการดูแล (The Value of Caring) ด้วยการให้ความสำคัญในการดูแลพัฒนาระบบนิเวศทั้งทางสังคมและสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพและเข้มแข็งไปพร้อมกับธุรกิจ เพื่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

ในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยนั้น ยังได้คำนึงถึงความเชื่อมโยงและเพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) ซึ่งเป็นทิศทางการพัฒนาด้านนานาชาติ ที่ประกอบด้วย 17 เป้าหมายและ 169 เป้าประสงค์ ทั้งนี้บริษัทฯ มีความตระหนักดีถึงบทบาทของตนเองในฐานะหนึ่งในองค์กรที่จะให้การสนับสนุนและผลักดันวาระการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก ดังนั้นตั้งแต่ปี 2560 บริษัทฯ จึงได้ผสาน SDGs เข้าเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการบริหารจัดการ โดยมีจุดมุ่งหมายของความรับผิดชอบต่อการสร้างสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจ พนักงานขององค์กรและสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกันได้อย่างยั่งยืน

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



ภาพแสดงเป้าหมายการพัฒนายั่งยืน (SDGs)

ในการขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้นั้น บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ จัดหาทีมงานที่มีความรู้ความสามารถ ให้เหมาะสมตามตำแหน่งหน้าที่งานที่กำหนดไว้ พร้อมกับมอบหมายความรับผิดชอบในการกำกับ ดูแล เพื่อให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ในขณะเดียวกันบริษัทฯ ได้ให้การสนับสนุนด้วยการดูแลพนักงาน ให้มีโอกาสดำเนินงานในหน้าที่การงาน มีความเป็นอยู่ที่ดี ได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะในการปรับตัวภายใต้สภาวะการณ์การเปลี่ยนแปลง ที่รวดเร็ว อีกทั้งมีความสามารถทำงานเป็นทีมได้เป็นอย่างดี ซึ่งบริษัทฯ และบริษัทย่อยได้ให้ความสำคัญและมีการยึดถือปฏิบัติในสิ่ง เหล่านี้มาโดยตลอด



ภาพแสดงผังขั้นตอนการส่งมอบคุณค่าผลิตภัณฑ์

PM กับ Sustainable Development Goals (SDGs)

เป้าหมาย

การดำเนินงาน



ส่งเสริมรายได้เกษตรกร

ส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้จากการเข้าร่วมโครงการ กาแฟอินทรีย์รักษาป่า โดยรับซื้อกาแฟจากเกษตรกรในราคาที่เป็นธรรม สร้างรายได้เพิ่มให้เกษตรกรด้วย ค่าออร์แกนิกพรีเมียมและแฟรแฟรพรีเมียม

หน้า 48-49



ร่วมกันจัดปัญหาเด็กทุพโภชนาการ

ส่งเสริมให้เด็กทุกคนในประเทศไทยมีโภชนาการที่ดีสามารถเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าสารอาหารครบถ้วน โดยร่วมมือกับธุรกิจอาหารร้านอาหารและลูกค้าผ่านกลไกการรับประทานอาหารในชีวิตประจำวัน

หน้า 86-87



ส่งเสริมให้มีความเป็นอยู่และมีความสุขที่ดี

ส่งเสริมให้ความสำคัญกับการจัดการด้านความเป็นอยู่และสุขภาพที่ดี ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของพนักงานทุกคน และความปลอดภัยในการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพและมีประโยชน์ พร้อมส่งถึงมือผู้บริโภค

หน้า 42-43, 64-65, 68



สนับสนุนและสร้างโอกาสทางการศึกษา

สนับสนุนและร่วมดำเนินการกับมูลนิธิพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยการจัดสรรงบประมาณ ร้อยละ 5 ของผลกำไรประจำปี เพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนอย่างเท่าเทียมและมีคุณภาพ รวมถึงเยาวชนเหล่านี้จะได้รับการปลูกฝังไปในทางที่ดี มีทางเลือกและเติบโตเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของสังคมในอนาคต

หน้า 56-57, 72, 77-82, 108-109



สนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด

ดำเนินการติดตั้ง SolarRoof เพื่อเป็นแหล่งพลังงานทดแทน ในการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการผลิตกระแสไฟฟ้าของการไฟฟ้า จำนวน 128,679.20 หน่วยต่อปี

หน้า 114



ส่งเสริมการจ้างงานที่สร้างคุณค่าและการเติบโตทางธุรกิจ

ดำเนินธุรกิจตามแนวคิดความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ด้วยการสร้างคุณค่าเพื่อการเติบโตทางธุรกิจที่ยั่งยืนการเติบโตจากการดำเนินธุรกิจหลัก รวมถึงการส่งเสริมการจ้างงานของบริษัท 1,874 คน

หน้า 52, 55, 62-63

เป้าหมาย

การดำเนินงาน



พัฒนาขั้นตอนการทำงานด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี

บริษัทได้ดำเนินการพัฒนาแพลตฟอร์มในกระบวนการทำงานผ่านระบบดิจิทัล อาทิเช่น ระบบการบริหารงานคลังสินค้า WMS (Warehouse Management System) และระบบการขายช่องทางขายเงินสด SMART SalesTools เพื่อรองรับรูปแบบการทำธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียและนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนต่อไป

หน้า 46-47



ลดความเหลื่อมล้ำ ไม่เสมอภาคในการจ้างงาน

ดำเนินการจ้างงานอย่างเป็นธรรมและเสมอภาค สนับสนุนการจ้างแรงงานคนพิการ ตลอดจนการจ้างงานแรงงานข้ามชาติ โดยการจ้างงานเป็นพนักงานรายเดือนประจำ ซึ่งมีสิทธิพื้นฐานอย่างเท่าเทียมกัน

หน้า 54-55



ลดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ดำเนินการการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า สร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยผ่านโครงการลดปริมาณการใช้พลังงาน ลดปริมาณการใช้น้ำ ลดปริมาณการใช้กระดาษ ตลอดจนลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

หน้า 112-121



สร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ระบบนิเวศทางทะเล

ปลูกจิตสำนึกให้ความรู้เรื่องระบบนิเวศและพันธุ์ทรัพยากรธรรมชาติให้มีความอุดมสมบูรณ์ ตลอดจนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผ่านมูลนิธิเอ็นไลฟ์

หน้า 105-107



สนับสนุนให้ธรรมาภิบาลในห่วงโซ่อุปทาน

ดำเนินงานตามหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และส่งเสริมบริษัทย่อยประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ภายใต้การสนับสนุนจากสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) และขยายแนวร่วมเชิญชวนคู่ค้า

หน้า 30-31, 95-98



สร้างกลไกการมีส่วนร่วมและขยายผล

บริษัทตระหนักว่าการจะบรรลุเป้าหมายในการสร้างความยั่งยืน ต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเราต้องอาศัยความมุ่งมั่นตั้งใจการร่วมแรงร่วมใจจากทุกฝ่ายในสังคมเราจำเป็นต้องมี “กลไกการสร้างการมีส่วนร่วมและขยายผล” (Collaborative Platform for Impact) ที่จะสามารถช่วยแก้ปัญหาสังคมได้อย่างทวิคูณ สามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้คนจำนวนมากได้ไม่จำกัดจำนวน

หน้า 76-109

ส่งมอบคุณค่า... ให้ธุรกิจเจริญก้าวหน้า



ส่งมอบคุณค่า... ให้ธุรกิจเจริญก้าวหน้า

ตลอดระยะเวลา 43 ปี ของการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งการได้รับการพิจารณาจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้จัดหุ้นของบริษัทอยู่ในรายชื่อ “หุ้นยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment: TSI)” มาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 แล้วนั้น บริษัท พรีเมียร์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย จึงมีความมุ่งมั่นที่จะประกอบกิจการให้ประสบความสำเร็จตลอดไปอย่างยั่งยืน ด้วยการขับเคลื่อนผ่านคุณค่าหลัก 5 ประการของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ที่ยึดถือการปฏิบัติบนความถูกต้องของกฎหมาย มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้

นอกจากนี้แล้ว การดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย ยังได้คำนึงถึงความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจ โดยมีการวางแผน กำหนดกลยุทธ์พร้อมงบประมาณสนับสนุนเพื่อให้ธุรกิจเติบโตใหญ่ ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในระยะยาว พร้อมกับการเผยแพร่แนวทางปฏิบัติเหล่านี้ไปยังพันธมิตรทางการค้าในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้เกิดความร่วมมือ สร้างความเข้มแข็ง สู่จุดหมายแห่งความสำเร็จทางธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน ดังหัวข้อและรายละเอียดที่จะเสนอต่อไป



การกำกับ ดูแลกิจการที่ดี

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยนั้น คณะกรรมการบริษัทได้เน้นถึงความสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาโดยตลอด โดยมีความเชื่อว่ากระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารจัดการในกรอบของการมีจริยธรรมที่ดี มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบและเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จะช่วยส่งเสริมให้บริษัทเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ดังนั้นคณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดเป็นนโยบายในการจัดทำรายละเอียดการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

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

เมื่อพิจารณาจากนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ ที่ใช้เป็นหลักปฏิบัติกันอยู่ในปัจจุบัน ก็จะทำให้มีความสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียนปีพ.ศ. 2555 ตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยหลักการ 5 หมวด ดังนี้

หมวดที่ 1

สิทธิของผู้ถือหุ้น

หมวดที่ 2

การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

หมวดที่ 3

บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

หมวดที่ 4

การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

หมวดที่ 5

ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

ในส่วนของรายละเอียดที่นำมาใช้สนับสนุนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทนั้น ประกอบด้วยแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง การควบคุมและการตรวจสอบภายใน การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมภายใต้กรอบข้อกำหนดของกฎหมายและจรรยาบรรณทางธุรกิจ ตลอดจนนโยบายทางด้านภาษีโดยปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายอย่างถูกต้อง มีความโปร่งใสตรวจสอบได้และตรงตามเวลาที่กำหนด รวมถึงการให้ความร่วมมือด้านภาษีต่อกรมสรรพากรและหน่วยงานราชการ ซึ่งในทางปฏิบัตินั้นจะสอดคล้องไปกับคณะทำงานร่วมด้านการบริหารความเสี่ยงและธรรมาภิบาล ของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ด้วย

เพื่อให้นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ เกิดการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกันและมีความเป็นธรรม บริษัทฯจึงได้จัดให้มีช่องทางรับแจ้งข้อร้องเรียน ข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียได้รับผลกระทบ หรือมีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบอันก่อให้เกิดความเสียหายจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท หรือจากการปฏิบัติของพนักงานของบริษัทเกี่ยวกับการทำผิดกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ หรือจรรยาบรรณทางธุรกิจ รวมถึงพฤติกรรมที่อาจสื่อถึงการทุจริต การปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมกัน หรือการกระทำที่ขาดความระมัดระวังและขาดความรอบครอบ โดยผู้ร้องทุกข์หรือผู้ร้องเรียนสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน พร้อมส่งรายละเอียดหลักฐานต่าง ๆ ได้ในช่องทาง ดังนี้

- ▶ คณะกรรมการตรวจสอบ
- ▶ เลขานุการบริษัท

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 1 อาคารพรีเมียร์คอร์เปอเรตพาร์ค ซอยพรีเมียร์ 2 ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์ : 02-301-1569 แฟกซ์ : 02-748-2063

อีเมลล์ : teerapol.act@pm.premier.co.th

จากความพยายามและความตั้งใจของการดำเนินงานให้เป็นไปตามหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทได้รับการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนประจำปี พ.ศ. 2563 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยการสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ให้มีผลคะแนนอยู่ในระดับ “ดีมาก” มีจำนวนตราสัญลักษณ์ของคณะกรรมการบริษัท ภิบาลแห่งชาติจำนวน 4 ดาว



บรรษัทภิบาลแห่งชาติ
National CG Committee



บรรษัทภิบาลแห่งชาติ
National CG Committee



บรรษัทภิบาลแห่งชาติ
National CG Committee



บรรษัทภิบาลแห่งชาติ
National CG Committee

การขยายความร่วมมือต่อต้าน การทุจริตคอร์รัปชันกับพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการเป็นบริษัทภิบาลที่มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ โดยได้ประกาศนโยบาย “การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน” เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับยึดถือปฏิบัติ โดยมีขอบเขตระบบบริหารจัดการการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันครอบคลุมทุกกระบวนการทำงานของบริษัทและบริษัทย่อยโดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานจัดซื้อ จัดจ้าง จัดจำหน่าย รวมถึงขั้นตอนการทำงานอื่นๆ ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดการทุจริตคอร์รัปชัน นอกจากนี้ยังได้กำหนดให้เป็นความรับผิดชอบด้านการบริหาร (Management Responsibility) ไว้อย่างชัดเจน และในปีพ.ศ. 2563 ได้มีการจัดทำแผนงานดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- ▶ ทำการสื่อสารให้พนักงานทุกคนทราบนโยบายและปฏิบัติตามแนวทางการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันของบริษัท
- ▶ ขยายแนวร่วมโดยการส่งเสริมให้บริษัทย่อยและบริษัทคู่ค้า เข้าเป็นแนวร่วมการปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตหรือมีคู่มือมาตรฐานระบบป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน

ในฐานะที่บริษัทพรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) เป็นหนึ่งในองค์กรที่ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (Thailand's Private Sector Collective Action against Corruption: CAC) บริษัทฯ มุ่งเน้นการประกอบธุรกิจบนพื้นฐานธรรมาภิบาลอันดี มีความรับผิดชอบและความโปร่งใส รวมถึงต้องเป็นการสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจ พนักงาน และสังคมไปพร้อมๆ กัน และสนับสนุนนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชันในทุกรูปแบบเพื่อร่วมกันสร้างมาตรฐานการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส

ทั้งนี้ในปีพ.ศ. 2563 บริษัทได้รับการรับรองการต่ออายุเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตเป็นรอบ 2 เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2563 และเพื่อเป็นการส่งเสริมการขยายแนวร่วมของภาคเอกชนในการประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส บริษัทฯ จึงให้การสนับสนุนโดยเป็นพี่เลี้ยงให้กับบริษัทย่อยคือ บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัด และ บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ดำเนินการจัดทำแบบประเมินตนเอง 71ข้อ เพื่อยื่นขอการรับรองจากโครงการการสร้างแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

ในปีที่ผ่านมาองค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) ได้จัดงาน “วันต่อต้านคอร์รัปชัน” ในวันที่ 15 กันยายน 2563 ซึ่งเป็นงานที่จัดขึ้นประจำทุกปี เป็นการประกาศเจตนารมณ์การต่อต้านคอร์รัปชัน โดยในปีนี้เป็นการจัดงานแบบ Virtual Collaboration

ครั้งแรกของประเทศไทย ในรูปแบบออนไลน์ ภายใต้แนวคิด “จับโก่งโคตรง่าย แคปลายนิ้ว - Power of Data” ดังนั้นกลุ่มบริษัท พรีเมียร์ซึ่งรวมถึงบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)และบริษัทย่อย ได้เชิญชวนพนักงานและผู้บริหารเข้าร่วมงานผ่านทางออนไลน์เพื่อแสดงพลังของภาคธุรกิจกระตุ้นให้พนักงานพรีเมียร์เกิดความรู้สึกตระหนักถึงพลังและบทบาทของตนเองในการร่วมกันป้องกันการคอร์รัปชัน ภายในงานดังกล่าวยังมีกิจกรรมที่น่าสนใจมากมาย อาทิ การเสวนาหัวข้อ “สืบ-จาก-ข้อมูล” กับเพจ CSI LA และปฏิบัติการหมาเฝ้าบ้าน, ทอล์กเดี่ยวหัวข้อ Big Data as a Solution จาก ดร.วันฉัตร สุวรรณกิตติ ที่ปรึกษาด้านนโยบายและแผนงานสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กับความสำคัญและเรื่องราวการผลักดันเครื่องมือที่ช่วยให้รัฐไทยเปิดเผยข้อมูลการทำงานและงบประมาณเพื่อความโปร่งใสในการบริหาร, ทอล์กเดี่ยวหัวข้อ Organized Data, Organized Society จาก ธนิสรา เรืองเดช ผู้ร่วมก่อตั้งหลักของ PunchUp พร้อมแชร์ประสบการณ์พิเศษจากต่างประเทศ ผู้มุ่งมั่นผลักดันการใช้ข้อมูลเพื่อสร้างสังคมการเมืองการใช้งบประมาณที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ จนได้รับการยอมรับในระดับสากล เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและความหวังให้กับทุกคนกับการแก้ปัญหาคอร์รัปชันในประเทศไทย



ภาพแสดงบรรยากาศร่วมกิจกรรมรูปแบบออนไลน์ในวันที่ 15 กันยายน 2563

เพื่อเป็นการสืบสานเจตนารมณ์ที่ดีของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ในการทำงานด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)และบริษัทย่อย จะยังคงให้การสนับสนุนและเป็นส่วนหนึ่งในการขยายแนวร่วมการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันไปยังพันธมิตรคู่ค้าอื่นๆของบริษัทอย่างเข้มแข็งสืบต่อไปในอนาคต

การบริหารจัดการ ความเสี่ยง

ในอีกด้านหนึ่งที่บริษัทได้ให้ความสำคัญเพื่อให้กิจการของบริษัทประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้นั้น คือการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) ในภาพรวม ทั้งนี้โดยเล็งเห็นว่าเป็นกลไกสำคัญและเป็นเครื่องมือในการบริหารงานที่จะทำให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยมีการกำหนดเป็นนโยบายและมุ่งเน้นการพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) นอกจากนี้แล้วบริษัทยังได้กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องแบบบูรณาการครอบคลุมทั่วทั้งบริษัท และบริษัทย่อย ตามกรอบการบริหารความเสี่ยง ISO 31000 และ 2009 และCOSO ERM ซึ่งจากการกำหนดดังกล่าวนอกจากจะทำให้ทีมงานรับทราบปัจจัยเสี่ยงที่มีผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือผลสำเร็จของการดำเนินงานในการเพิ่มคุณค่าให้แก่บริษัทแล้ว ยังสามารถนำมาเป็นกลไกในการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่อาจเกิดขึ้น โดยจะพิจารณาจากระดับความสำคัญตามลักษณะโอกาสและผลกระทบที่มีต่อการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก

ความมุ่งมั่นการสร้างความต่อเนื่องอย่างยั่งยืน

ในการจัดทำเรื่องการบริหารความเสี่ยงนั้น บริษัทและบริษัทย่อยโดยทีมงานตั้งแต่ระดับบริหารจนถึงระดับปฏิบัติการได้มีการทบทวนบริบทของปัจจัยความเสี่ยงทั้งในระดับองค์กร จนถึงระดับหน่วยงาน โดยพิจารณาทั้งปัจจัยภายในและภายนอกภายใต้สภาวะความเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันตลอดจนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต และเพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจของบริษัทจะสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพแม้อาจเกิดภัยคุกคามฉุกเฉินที่อาจส่งผลกระทบต่อเกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ โดยเริ่มพิจารณาจากสิ่งบ่งชี้ถึงปัญหาอุปสรรคความไม่แน่นอนและภัยคุกคามเหล่านั้น และทำการประเมินโอกาสการเกิดและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในทุกๆ ด้าน จากนั้นจึงมีการกำหนดมาตรการป้องกันและแผนปฏิบัติการตอบสนองต่ออุปสรรคเหล่านั้น พร้อมกับแผนการกู้คืนฟื้นฟูให้ธุรกิจกลับเข้าสู่ภาวะปกติ (Business Continuity Plan-BCP) ให้มีความชัดเจนและเป็นเอกภาพ ทำการทดสอบแผนเพื่อให้มั่นใจว่าสามารถนำไปใช้ได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้แล้วบริษัทยังมุ่งหวังที่จะให้พนักงานทุกคนได้ตระหนัก รับรู้ และมีส่วนร่วมในการจัดทำระบบการบริหารความเสี่ยง ปลูกฝังจิตสำนึกในความรับผิดชอบ จนกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กรที่ต้องใส่ใจตลอดเวลา มีการจัดทำเป็นคู่มือบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องของธุรกิจ จัดอบรมให้ความรู้ สื่อสารทำความเข้าใจผ่านช่องทางต่างๆ ให้เกิดการมีส่วนร่วมของพนักงานอย่างทั่วถึง รวมทั้งให้พนักงานได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นในการปรับปรุงพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ

กระบวนการบริหารความเสี่ยงในลักษณะบูรณาการของบริษัท แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1) ระดับองค์กร (Entity Level) บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากกิจกรรมหลักทางธุรกิจ เช่น ความเสี่ยงในเชิงกลยุทธ์ แผนงานหลัก หรือนโยบายในการบริหาร รวมทั้งความเสี่ยงจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งส่งผลกระทบกับการดำเนินธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญ

2) ระดับหน่วยงาน (Activity Level) บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากการปฏิบัติงานในแต่ละหน่วยงาน ครอบคลุมถึงปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงาน การใช้อุปกรณ์เทคโนโลยี บุคลากรที่ปฏิบัติงาน

บริษัทและบริษัทย่อยในสายธุรกิจได้มีการทบทวนบริบทความเสี่ยงขององค์กรพิจารณาและประเมินระดับความเสี่ยงและพิจารณาความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญที่ส่งต่อการบรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร พร้อมกับการกำหนดมาตรการในการป้องกันและลดโอกาส ตลอดจนผลกระทบ ดังรายละเอียดที่ปรากฏในหัวข้อต่อไป

ตัวอย่างความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยประจำปี 2563 มีดังนี้

ความเสี่ยง	ปัจจัยความเสี่ยง
1	ความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงานและตู้คอนเทนเนอร์ส่งออก
2	ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน
3	ความเสี่ยงจากยอดขายส่วนใหญ่ของบริษัทพึ่งพิงสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบที่เป็นเนื้อปลาสด
4	ความเสี่ยงจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี
5	ความเสี่ยงด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
6	ความเสี่ยงจากความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety)
7	ความเสี่ยงจากภัยพิบัติทางธรรมชาติโดยเฉพาะเรื่องไฟฟ้า

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

ความเสี่ยงที่เกิดผลกระทบจากเหตุการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่าตั้งแต่ปลายปี 2562 จนถึงปัจจุบันมีอุบัติการณ์ครั้งใหญ่ที่เกิดขึ้นจนมีผลกระทบอย่างมากในเชิงเศรษฐกิจและสังคมในวงกว้างนั่นคือการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้เริ่มแพร่กระจายจากประเทศจีนสู่ประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง การค้า การท่องเที่ยว และการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นบริษัทและบริษัทย่อย จึงต้องมีการกำหนดมาตรการในทางปฏิบัติเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสในครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าผู้มีส่วนได้เสียตลอดทั้งห่วงโซ่ จะสามารถลดความเสี่ยงและมีความปลอดภัยจากเชื้อไวรัสโควิด-19 สามารถดำเนินชีวิตภายใต้มาตรฐานใหม่ (New Normal) ได้อย่างถูกต้อง

จากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นั้น บริษัทและบริษัทย่อยได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ ในการลดความเสี่ยงดังนี้

มาตรการป้องกันและรับมือ

อันเป็นมาตรการเพื่อการตอบสนองอย่างทันที่ (Emergency Response) ต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ ไวรัสโควิด-19 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. จัดให้มีการประชุมผู้บริหารในระดับต่าง ๆ ในช่วงแรกที่เกิดการแพร่ระบาดในประเทศ และได้มีการกำหนดทีมงานตลอดจนมอบหมายผู้รับผิดชอบทั้งระดับบริษัทและระดับหน่วยงานในการดูแลมาตรการต่าง ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย

- 1.1 มาตรการป้องกันพนักงานและสถานประกอบการ
- 1.2 มาตรการรองรับกรณีมีการติดเชื้อในสถานที่ทำงาน
- 1.3 มาตรการรองรับผลกระทบทางธุรกิจจากสถานการณ์โรคไวรัสโควิด19 ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. สำหรับการทำงานและการจัดการสถานที่ทำงานมีมาตรการดังนี้

- 2.1 แบ่งกลุ่มพนักงานในหน่วยงานเพื่อปฏิบัติงานที่ทำงานและที่บ้านเพื่อลดความเสี่ยงการติดเชื้อ
- 2.2 สำหรับพนักงานที่ต้องมาปฏิบัติงานที่ทำงาน บริษัทมีมาตรการลดความเสี่ยงการติดเชื้อ เช่น จัดให้มีการเหลื่อมเวลาการทำงาน เวลาพัก คัดกรองตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าอาคาร และมีเจลแอลกอฮอล์บริการตามจุด ในส่วนของโรงงานผู้ปฏิบัติงานต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลา
- 2.3 จัดให้มีการทำความสะอาดเชื้อบริเวณจุดเสี่ยงที่มีการใช้งานร่วมกัน รวมถึงภายในรถบริการรับส่งพนักงาน
- 2.4 ในสถานที่ทำงานจัดที่นั่งตามแนวทางการรักษาระยะห่าง รวมถึงบริเวณรับประทานอาหารกลางวัน และพื้นที่พักผ่อนของพนักงาน
- 2.5 ออกแนวปฏิบัติในการจัดการประชุม การสัมมนา การฝึกอบรมและกิจกรรมต่าง ๆ
- 2.6 ออกข้อปฏิบัติการเดินทางข้ามจังหวัด และให้งดการเดินทางไปต่างประเทศ
- 2.7 มีแนวการพิจารณาเปิด/ปิด หน่วยงานและทำงาน และแนวทางการปฏิบัติตัวเมื่ออยู่ระหว่างสังเกตอาการที่บ้านในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

3. เน้นย้ำสำหรับมาตรการด้านการเผยแพร่ข้อมูล โดยขอให้พนักงานระมัดระวังไม่เผยแพร่ข้อมูลที่ไม่ได้ตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงหรือข้อมูลในทางลบเกี่ยวกับการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสโควิด-19

4. บริษัทและบริษัทย่อยมีการสื่อสารข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ มาตรการการป้องกัน ตามประกาศของกลุ่มบริษัท พรีเมียร์ ให้พนักงานรับทราบและนำไปปฏิบัติด้วยความเข้าใจ

กระบวนการบริหารจัดการภาวะวิกฤตของบริษัท (Crisis Management)

บริษัทมีการทบทวนแผนงานและปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ดังนี้

▶ ด้านการผลิตสินค้าและบริการ มีการวางแผนในการสั่งวัตถุดิบในระยะยาวเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ ในส่วนของขั้นตอนการผลิตนั้นได้ปฏิบัติตามมาตรการของการผลิตที่เข้มงวดตามมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) และ HAC-CP (Hazard Analysis Critical Control Point) รวมถึงเพิ่มมาตรการป้องกันกับพนักงาน แจกหน้ากากอนามัยและเจลแอลกอฮอล์ มีการฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อโรคในบริเวณโรงงานเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีความปลอดภัยสูงสุดก่อนส่งมอบถึงมือผู้บริโภค

▶ ด้านการขนส่ง เนื่องจากลักษณะธุรกิจของบริษัทเป็นการจัดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ ดังนั้นจึงมีการปฏิบัติตามพรก.ฉุกเฉิน โดยมีหนังสือแจ้งเวลาการทำงานให้สอดคล้องกับมาตรการในขณะนั้น นอกจากนี้ยังกำหนดให้มีการเว้นระยะอย่างน้อย 1.5 เมตรในบริเวณชั้นลงสินค้าที่คลังสินค้า รวมทั้งฉีดพ่นฆ่าเชื้อภายนอกก่อนรับสินค้า และฉีดพ่นฆ่าเชื้อบริเวณรับสินค้าหลังรับสินค้าเรียบร้อยแล้ว

▶ ด้านการจำหน่ายและการให้บริการ มีการเพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์มากขึ้น

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน (Impact Mitigation)

บริษัทได้ยึดคุณค่าหลักและดูแลผู้มีส่วนได้เสีย โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ธุรกิจ พนักงานและสังคม

ธุรกิจ

ลูกค้า : ทางผู้บริหารเน้นย้ำถึงความสำคัญที่ต้องดูแลและให้ความช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบในห่วงโซ่อุปทานอย่างเต็มความสามารถ โดยชำระหนี้คู่ค้าตามเงื่อนไขการค้าที่ตกลงไว้ และมีการจัดเตรียมวงเงินสินเชื่อเพื่อรองรับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนครั้งนี้

ลูกค้า : ในกรณีที่ลูกค้าซึ่งหมายถึงผู้ซื้อสินค้าและบริการของบริษัท ขอยืดระยะเวลาการรับมอบสินค้า และ/หรือ ขอยืดเวลาการชำระหนี้ ขอให้มีการหารือร่วมกับลูกค้าเพื่อทำความเข้าใจกับปัญหาให้ถ่องแท้ และหาทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวตามความเหมาะสมร่วมกัน โดยการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขหรือการยืดการชำระหนี้จะต้องถือปฏิบัติให้เป็นข้อยกเว้นเป็นกรณี ๆ ไปโดยพิจารณาจากความจำเป็นและเป็นเหตุที่สุดวิสัยเท่านั้น

ผู้ถือหุ้น : จัดประชุมผู้ถือหุ้นโดยคำนึงถึงสถานการณ์และช่วงเวลาที่เหมาะสมพร้อมกับมีมาตรการควบคุมอย่างเข้มงวด ตามที่หน่วยงานต่าง ๆ กำหนด

ผู้มาติดต่อ: จัดสถานที่เฉพาะในการต้อนรับบุคคลภายนอก มีจุดคัดกรองและแยกออกจากพื้นที่ทำงาน

พนักงาน

มีการดูแลสุขภาพอนามัยของพนักงาน โดยจัดการสถานที่ทำงานให้มีระยะห่างสำหรับสำนักงาน จัดให้มีการฉีดพ่นฆ่าเชื้อโรคทำความสะอาดบริเวณจุดสัมผัส อีกทั้งมีมาตรการช่วยเหลือพนักงานที่สัมผัสกับสหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัท โดยให้พักชำระค่างวดเป็นระยะเวลา 4 เดือนและพนักงานยังสามารถคงส่งค่าหุ้นรายเดือนชั่วคราวเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของสมาชิก

สังคม

บริษัทและบริษัทย่อยจัดสรรเงินบริจาคจากความต้นฉบับให้แก่โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี รวมถึงช่วยมูลนิธิแพทย์ชนบท โดยนำเงินที่ได้ไปซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์มอบให้กับโรงพยาบาลและมีการจัดทำถุงยังชีพมอบให้กับชุมชนต่าง ๆ โดยพนักงานบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) ยังได้จัดทำ Face Shield 700 ชิ้น มอบให้โรงพยาบาลต่างๆในชนบทด้วย นอกจากนี้ยังได้สนับสนุนผลิตภัณฑ์ของบริษัทย่อยให้กับผู้ปันสุขทั้งบริเวณตลาดบางบ่อและบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ตั้งของโรงงาน



การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน : การจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืน

จากแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่ว่าด้วย ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน จึงก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในห่วงโซ่อุปทานร่วมกับ คู่ค้าและผู้ส่งมอบที่มีเป้าหมายคล้ายคลึงกัน ซึ่งสะท้อนถึงค่านิยมขององค์กรด้านประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefits) และการร่วมคิด ร่วมสร้าง(Collaboration) ด้วยการใส่ใจในคุณภาพ ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกวัตถุดิบ ผ่านกรอบในการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน ระเบียบปฏิบัติ กระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการ สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการกำกับดูแล สังคม สิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ

วัตถุประสงค์

เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตของบริษัทสอดคล้องตามข้อกำหนด IUU: illegal Unreported and Unregulated Fishing นั่นคือการป้องกัน ยับยั้งและจัดการทำประมงที่ผิดกฎหมาย ขาดการรายงานและไร้การควบคุม เพื่อเป็นการส่งเสริม ให้มีการใช้ทรัพยากรทางทะเลได้อย่างยั่งยืน

แนวทางการจัดซื้อวัตถุดิบด้วยความยั่งยืน

จากการที่บริษัทพี.एम.ฟูด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยมีการใช้วัตถุดิบหลัก ชูริมิ ที่เป็นการแปรรูปมาจากวัตถุดิบทางธรรมชาติจาก ทะเล บริษัทจึงมีแนวคิดที่จะส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์ทรัพยากรสัตว์น้ำอย่างสมดุลและยั่งยืน ด้วยการร่วมมือกับผู้ผลิตและผู้ส่งมอบ วัตถุดิบในการปฏิบัติตามข้อกำหนด IUU เพื่อการป้องกัน ยับยั้งและจัดการทำประมงที่ผิดกฎหมาย ขาดการรายงานและไร้การควบคุม ให้สอดคล้องไปในแนวทางเดียวกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งนอกจากจะได้วัตถุดิบที่มีการควบคุมคุณภาพเป็นอย่างดีแล้ว ยังจะเอื้อประโยชน์ ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายและนำไปสู่การดำเนินการที่ยั่งยืนอีกด้วย

แนวทางในการดำเนินการหรือแนวทางในการปฏิบัติ

เพื่อให้การจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัทสอดคล้องตามระบบ IUU ในภาพรวมบริษัท พี.एम.ฟูด ดำเนินการดังนี้

กระบวนการคัดเลือก Supplier

ก่อนที่บริษัทจะทำการซื้อขายกับชูริมิ บริษัทจะทำการพิจารณารายชื่อ Supplier จากแหล่งที่น่าเชื่อถือ เช่น การแนะนำจากผู้ ที่มีประสบการณ์หรือจากผู้ผลิตเครื่องจักรสำหรับชูริมิ ทำให้ได้รายชื่อ Supplier ผู้ผลิตวัตถุดิบที่ผ่านการพิจารณาลั่นกรองในเบื้องต้น มาเป็นอย่างดี ก่อนซื้อขาย ผู้ผลิตจะต้องส่งตัวอย่างชูริมิ มาเพื่อตรวจสอบตามมาตรฐาน มีการตอบแบบสอบถามและส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องในด้านคุณภาพทุกรายการตามข้อกำหนด รวมถึงต้องได้รับการตรวจประเมินโรงงานจนมั่นใจจึงจะคัดเลือกเป็นผู้ขายได้

ทั้งนี้บริษัทมีการดำเนินการนอกเหนือจากข้อกำหนด โดยผู้ผลิตทุกรายจะต้องลงนามการประกาศเจตนารมณ์ในการปฏิบัติให้ ถูกต้องตามกฎหมายแรงงาน และการแก้ไขปัญหาการทำประมงที่ผิดกฎหมาย

กระบวนการตรวจสอบวัตถุดิบก่อนนำมาใช้งาน

ในการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อการผลิตนั้น ทางบริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพก่อนนำมาใช้งานทั้งทางด้านกายภาพ การทดสอบ ทางประสาทสัมผัส โดยผู้ผลิตต้องมีเอกสารผลการวิเคราะห์ด้านคุณภาพและการรับรองการจับสัตว์น้ำครอบคลุมทุกครั้งที่ผลิต

นอกจากนี้บริษัท ยังมีการตรวจสอบสารปนเปื้อนที่อาจปนเปื้อนมาจากวัตถุดิบ รวมถึงการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังห้องปฏิบัติการ ภายนอก เพื่อการตรวจสอบยืนยันผลด้วย เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพของวัตถุดิบ บริษัทได้กำหนดวิธีการทดสอบให้ผู้ผลิตชูริมิ เพื่อนำ ไปประยุกต์ใช้ให้ได้คุณภาพตามความต้องการของบริษัทต่อไป

การตรวจประเมินบริษัทผู้ผลิตซูริมิ

เพื่อสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยของอาหารและการดำเนินการให้สอดคล้องตามข้อกำหนด บริษัทมีการตรวจประเมินสถานที่ผลิตตามกรอบระบบ GMP&HACCP เพื่อเป็นการประกันคุณภาพวัตถุดิบในเบื้องต้น รวมถึงจัดทำ Check List เพิ่มเติม ทำการตรวจสอบระบบย้อนกลับและจำนวนการรับวัตถุดิบ จำนวนที่ผลิตได้ ทำการสุ่มตรวจบันทึกหลักฐานต่าง ๆ ตามข้อกำหนด IUU ของผู้ผลิต กำหนดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อทวนสอบความมั่นใจในระบบดังกล่าวว่ามีประสิทธิภาพ ในทุก ๆ ปีบริษัทมีการสรุปข้อมูลผลด้านคุณภาพของผู้ส่งมอบ เพื่อเป็นข้อมูลป้อนกลับให้กับทางผู้ผลิต ในการปรับปรุงคุณภาพของวัตถุดิบให้ตรงกับความต้องการของบริษัทมากที่สุด

การตรวจสอบโดยกรมประมง

ในทุก ๆ ปี กรมประมงทำการเข้าตรวจสอบการดำเนินงาน ด้าน IUU ที่โรงงาน โดยตรวจสอบตามเกณฑ์ว่าบริษัทได้ดำเนินการจริงตามข้อกำหนดหรือไม่ ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทได้แสดงให้เห็นว่าสามารถดำเนินการสอดคล้องกับข้อกำหนดต่าง ๆ ที่มีอยู่ได้เป็นอย่างดี

เป้าหมาย (KPI)

ผ่านเกณฑ์การตรวจและปฏิบัติได้สอดคล้องตามข้อกำหนดของ IUU จากการตรวจโดยกรมประมง

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

ผ่านเกณฑ์การตรวจของกรมประมงมาอย่างสม่ำเสมอ



ภาพแสดงการตรวจเยี่ยมผู้ผลิตซูริมิ

การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน : การจัดซื้อบรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน



ในอีกส่วนหนึ่งของงานจัดซื้อเพื่อนำธุรกิจไปสู่ความยั่งยืนในระยะยาวนั้น บริษัทพรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้มีความมุ่งมั่นในการค้นคว้าพัฒนาร่วมกับผู้ผลิตด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและมีความตั้งใจทำงานมุ่งสู่เป้าหมายความยั่งยืนร่วมกัน จากความพยายามและความร่วมมือของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ทำให้บริษัทได้ใช้บรรจุภัณฑ์ชนิดใหม่ ๆ ที่จะเป็นส่วนสนับสนุนแนวทางสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจอย่างจริงจังต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

เพื่อให้มั่นใจว่าบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการผลิตของบริษัท คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์สูงสุด และสามารถลดการใช้ทรัพยากรได้

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

ด้วยบรรจุภัณฑ์ถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญรองจากวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต ของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นทางบริษัทจึงได้มีการร่วมมือกับคู่ค้าและ Supplier ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนร่วมกัน

แนวทางในการปฏิบัติ ในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์หลัก กระป๋อง ลดความหนาของแผ่นเหล็กในการผลิตกระป๋อง

โดยการคัดเลือกผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระป๋องที่มีแนวความคิดด้านการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนเป็นต้นแบบ เพื่อผลิตกระป๋องที่ปรับความหนาให้ลดลง จากนั้นจึงนำมาทดลองบรรจุสินค้าในกระบวนการผลิตและมีการทดสอบกับขบวนการขนส่ง จนเป็นที่มั่นใจว่าไม่เกิดปัญหาตามมา จึงได้เริ่มนำมาใช้งานแล้วในปี ที่ผ่านมาและจะขยายผลไปยังผู้ผลิตรายอื่น สำหรับ Can size ต่าง ๆ ต่อไป

2. บรรจุภัณฑ์รอง ฉลากและกล่องบรรจุพิมพ์ Offset

ในปี 2563 บริษัทได้ใช้กระดาษที่ได้จากป่าปลูกที่ได้รับการรับรอง FSC 100% ร่วมกับกระดาษ recycle โดยที่ Supplier และบริษัทไม่มีการขึ้นราคากล่อง / ฉลากกับลูกค้ารายใดเลยทั้งสิ้น ทั้งนี้เพื่อให้คู่ค้าหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมและการทำลายป่า

เป้าหมาย (KPI)

- ▶ ร่วมกับผู้ผลิตพัฒนาเพื่อปรับลดความหนาของเหล็กที่ใช้ในการผลิตกระป๋อง 2 ขนาด โดยมีเป้าหมาย 60% ของยอดกระป๋องที่สั่งซื้อในปี 2563
- ▶ ฉลากที่ใช้กระดาษที่ได้มาจากป่าปลูก (FSC) 100 % กับ Brand สินค้าของบริษัท
- ▶ ฉลากที่ใช้กระดาษที่ได้มาจากป่าปลูก (FSC) กับ Brand ของลูกค้า
 - ฉลาก 100%
 - กล่อง Offset 100%
- ▶ ลดความหนา Shrink Film จาก 70MIC เหลือ 50MIC ให้ได้ 100%
- ▶ เปลี่ยนระบบพิมพ์ Shrink สินค้า จากรบบกราเวียร์ (Gravure) ที่ใช้ตัวทำละลายเป็นสารเคมี มาเป็น ระบบ เฟล็กซ์โซ (Flexographic) ที่ใช้ตัวทำละลายเป็นน้ำ เป้าหมาย 100%

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

- ▶ บรรลุเกณฑ์กระป๋อง สามารถปรับความหนาแผ่นเหล็กทำได้ 58% จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ 60% ของยอดการสั่งซื้อกระป๋องทั้ง 2 ขนาดในปี 2563
- ▶ บรรลุเกณฑ์ที่มาจากป่าปลูก (FSC) 100% กับ Brand ของบริษัทตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
- ▶ บรรลุเกณฑ์ที่มาจากป่าปลูก (FSC) ที่เป็น Brand ของลูกค้า ทั้งกล่องและฉลาก ได้ 100% เมื่อเทียบจากยอดการสั่งซื้อปี 2563
- ▶ ลดความหนา Shrink Film จาก 70MIC เหลือ 50MIC ได้ 100% ตามเป้าหมาย
- ▶ เปลี่ยนระบบพิมพ์ Shrink สินค้า จากรบบกราเวียร์ (Gravure) มาเป็น Flexographic ได้ 100% ในผลิตภัณฑ์ 1 รายการ ทั้งนี้จะขยายการเปลี่ยนไปยังผลิตภัณฑ์รายการอื่นต่อไป



ภาพแสดงตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ที่ร่วมพัฒนา

การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน : การสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจ ด้วยการสร้างแบรนด์สินค้าของบริษัท

จากแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่ว่าด้วย “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” ขององค์กร ที่ต้องขับเคลื่อนธุรกิจ พนักงาน สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้เติบโตไปด้วยกันนั้น จึงเป็นพันธกิจของบริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปปลาทูน่าสำหรับผู้บริโภค และอาหารสัตว์เลี้ยง ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ภายใต้แบรนด์ของคู่ค้า ด้วยความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงที่มีคุณภาพและได้รับความไว้วางใจให้ผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์คู่ค้าติดต่อกันมาอย่างยาวนาน ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในยุคปัจจุบัน ทำให้เกิดความนิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงในครอบครัว อาทิเช่น สุนัขและแมว จึงส่งผลให้กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง



ภาพแสดงสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ Atlas

ดังนั้นบริษัทจึงพิจารณาแนวทางการสร้างความยั่งยืนของธุรกิจด้วยการสร้างแบรนด์สินค้าของบริษัทเอง ด้วยการผลิตสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ Atlas จัดจำหน่ายทั้งในช่องทาง Off-line อาทิเช่น ร้านขายอาหารสัตว์เลี้ยง, ซูเปอร์มาร์เก็ต, โรงพยาบาลสัตว์ และช่องทาง On-line ทั้งFacebook และLine พร้อมทั้งได้จัดทำแผนงานด้านการตลาดและส่งเสริมการขาย เพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในตลาดเพิ่มขึ้น

จากปีที่ผ่านมาการสร้างแบรนด์ของบริษัท นอกจากจะเป็นการเพิ่มรายได้และสร้างผลกำไรให้กับทางบริษัทแล้ว ยังเป็นการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสัตว์เลี้ยงจากการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพดี มีประโยชน์ และโภชนาการสูง ทั้งนี้ทางบริษัทได้กำหนดเป้าหมายที่จะนำผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง Atlas ของบริษัทขยายไปยังตลาดต่างประเทศต่อไป

การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน : ขยายฐานกลุ่มผู้บริโภค ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

ด้วยผลิตภัณฑ์ทาโร ยืนหยัดในตลาดขนมขบเคี้ยวที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักอยู่ในช่วงอายุ 15-24 ปี ทำให้สินค้าใหม่ๆ ที่ออกมา ก็จะต้องสนองที่กลุ่มนี้เป็นหลัก จึงทำให้โอกาสในการขยายตลาดไม่กว้างมากพอที่จะเพิ่มยอดขายแบบก้าวกระโดด

จากแนวคิดเบื้องต้นที่ต้องการการขยายตลาดแบบก้าวกระโดด การพัฒนาสินค้าจึงไม่จำกัดขอบเขตที่กลุ่มเป้าหมายในช่วงอายุ 15-24 ปี และไม่จำกัดเพียงเฉพาะผลิตภัณฑ์ในกลุ่มขนมขบเคี้ยวเท่านั้น นั่นจึงเป็นที่มาของการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภค โดยนับตั้งแต่วัยเด็ก จนถึงผู้สูงอายุ โดยยังคงยึดมั่นในคุณค่าของอาหารที่ให้ประโยชน์ต่อสุขภาพ อันจะส่งผลสู่ความยั่งยืนทั้งองค์กร และสังคมในระยะยาว

ผลิตภัณฑ์ TARO Roll

จากปลาสวรรค์ TARO ในรูปแบบเส้น ใส่ในนวัตกรรมทางความคิดที่ไม่จำกัดรูปแบบการบริโภค จึงได้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ TARO Roll ที่มีขนาดเส้นยาว 2 เมตร “พินได้ไม่หยุต อร่อยได้ไม่สะดุด สนุกยาวไป” แต่ยังคงไว้ซึ่งคุณประโยชน์ต่างๆ มากมายที่ได้จากปลาทะเล ด้วยพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มเด็กที่ชอบนำปลาเส้นมาผูกต่อกัน เพื่อเพิ่มความยาวในการบริโภค เราเห็นโอกาสในการเพิ่มความสะดวก และผนวกความ

สนุกในการบริโภค จึงนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องใช้เวลาในการผูก สามารถบริโภคได้เลย เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการใช้ชีวิตในการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย ที่ง่าย สะดวก รับประทานได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยขยายกลุ่มเป้าหมายหลักที่ช่วงอายุ 8-12 ปี

ผลตอบรับจากการนำสินค้าวางตลาดพบว่าผู้บริโภคให้การยอมรับผลิตภัณฑ์อย่างสูง จากเป้าหมายต้องการขยายกลุ่มผู้บริโภคในช่วงวัย 8-12 ปี ผลลัพธ์ คือสามารถขยายสู่กลุ่มเป้าหมายได้กว้างมากขึ้น เป็น 6-14 ปี ซึ่งดีกว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้จากการวางตลาดตั้งแต่ปลายเดือนมี.ค. - ธ.ค. 2563 สามารถบรรลุยอดขายได้เกินเป้าหมาย นับเป็นความสำเร็จในการขยายฐานกลุ่มเป้าหมายเด็ก





ผลิตภัณฑ์ TARO Lite

เป็นที่รับรู้กันโดยทั่วไปว่า ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้นโดยการเลือกรับประทานอาหารรวมถึงผลิตภัณฑ์ ขนมขบเคี้ยวที่ให้ทั้งคุณประโยชน์ต่อร่างกายและมีรสชาติอร่อยในเวลาเดียวกัน ดังนั้นผลิตภัณฑ์ปลาสวรรค์ทาโร จึงได้ลงมือพัฒนาสินค้าปลาเส้นที่มีส่วนประกอบโซเดียมในระดับที่ต่ำลง แต่ยังคงคุณค่าของสารอาหารที่เป็นประโยชน์หลายอย่าง ทั้งโปรตีน วิตามินเกลือแร่ และสารอาหารอื่น ๆ ที่จำเป็นอีกทั้งยังมีปริมาณไขมันต่ำ ซึ่งน่าจะเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้บริโภคในการเลือกซื้อขนม ซึ่งจะทาโรเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะเลือกรับประทานได้อย่างไร้ความกังวล อันจะส่งผลต่อความยั่งยืนทั้งต่อองค์กร และสังคมในระยะยาว

สำหรับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของสินค้า Taro Lite ที่มีส่วนประกอบโซเดียมลดลงคือ 30% ซึ่งสามารถลดได้ตามเป้าหมายนี้ก็คือลูกค้าที่มีความใส่ใจสุขภาพมี อายุระหว่าง 30-45 ปี

จากการลดโซเดียมลง 30% ทำให้ผู้บริโภคคิดว่ารสชาติของสินค้าใหม่นี้ อาจจะไม่อร่อย ทั้งนี้ได้มีการทำวิจัยด้านรสชาติผลิตภัณฑ์ว่าผ่านเกณฑ์ Purchase Intention ที่ 80%) จึงได้เตรียมแนวทางแก้ไขด้วยการใช้เรื่องของการสื่อสาร ผ่านสื่อโฆษณา สื่อ ณ จุดขาย และบนบรรจุภัณฑ์ว่า “ทาโรไลท์ เค็มน้อยอร่อยเหมือนเดิม” เพื่อเป็นการสัญญากับผู้บริโภคว่าแม้จะมีการลดปริมาณโซเดียมลงไป 30% แต่เราก็กังวลในเรื่องของรสชาติผลิตภัณฑ์ที่ยังต้องได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคด้วย

หลังจากการวางตลาดสินค้าตัวนี้กลุ่มเป้าหมายในวัย 30-45 ปี ซึ่งเป็นวัยที่มีความสนใจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ได้ให้การยอมรับเป็นอย่างดี สะท้อนจาก Engagement ในสื่อต่างๆที่เราได้สื่อสาร ถึงตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ จากการวางตลาดในพฤศจิกายน 2563 ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างยอดขายได้ดีกว่าเป้าหมายอยู่ 25% ซึ่งถือเป็นความสำเร็จในการขยายตลาดไปสู่ผู้บริโภคที่มีความสนใจในสุขภาพอย่างแท้จริง

ผลิตภัณฑ์ TARO Fish Noodle

จากพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคบางส่วนที่นำผลิตภัณฑ์ปลาสวรรค์ทาโร มาเป็นวัตถุดิบในการทำอาหาร เช่น ไข่ใส่เข้าไปในเส้นค้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เพื่อเป็นการเติมเนื้อสัตว์ หรือการนำเส้นปลาสวรรค์ทาโรมาทำเป็นเส้นก๋วยเตี๋ยว เหมือนร้านก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่ จึงทำให้เห็นการตลาดเห็นโอกาสในการขยายผลิตภัณฑ์เข้าสู่สินค้ากลุ่มอาหาร (Food Category) โดยจับกลุ่มเป้าหมายวัยเรียนที่ไม่ได้อาศัยอยู่กับครอบครัว และวัยผู้ใหญ่ที่เริ่มทำงานและอาศัยการบริโภคอาหารนอกบ้าน หรือผู้บริโภคที่ซื้ออาหารสำเร็จกลับมารับประทานในที่พัก โดยลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ จะมีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 20-40 ปี

ประกอบกับตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบบพรีเมี่ยมขยายตัวจากการเข้าตลาดของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบบเกรดพรีเมียม จึงทำให้การเข้าตลาดของ Taro fish noodle เปิดทางกว้างขึ้น เนื่องจากสินค้ามีราคาที่สูงกว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทั่วไปอยู่ 3 เท่า ซึ่งจะอยู่ในระดับเดียวกับบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบบพรีเมียม จึงทำให้เห็นการตลาดมองว่าเป็นโอกาสที่ดีที่จะลงแข่งขันในตลาดนี้



จากประเด็นสินค้าที่มีวัตถุดิบเป็นปลาซูริมิซึ่งมีราคาสูงกว่าปลาสาลี ประกอบกับเป็นแบรนด์น้องใหม่ในตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ความเป็นเส้นปลายังไม่มากพอในการสร้างความแตกต่าง จากการวิจัยผู้บริโภคทำให้ทราบว่าจำเป็นต้องทำให้รสชาติสินค้าโดดเด่นจากสินค้าอื่น ๆ ที่มีอยู่ในตลาด โดยทีมการตลาดเน้นจุดขายที่ความเข้มข้นของรสชาติ ซึ่งเป็นรสชาติที่ขายดีในตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปอยู่แล้ว คือรสต้มยำกุ้งน้ำข้น รวมทั้งรสชาติที่เป็น signature ของก๋วยเตี๋ยวเส้นปลา คือรสเย็นตาโฟ มาเป็นรสชาติหัวหอมในการวางตลาดสินค้ากลุ่มนี้ โดยเน้นทำให้รสชาติมีความเข้มข้นประดุจทานจากร้านก๋วยเตี๋ยวต้นตำรับที่มีชื่อเสียง

ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์เพิ่งวางตลาดในเดือนธันวาคม ยังไม่เห็นผลลัพธ์จากการดำเนินงานเท่าใดนัก แต่ส่วนที่ทีมงานจะต้องเร่งปรับปรุง คือเรื่อง ช่องทางการจำหน่าย ที่ยังจะต้องวางให้ได้ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับแผนงานโฆษณาที่จะเริ่มมีการปล่อยสื่อโฆษณาในช่วงสัปดาห์ที่ 2 ของเดือนมกราคม 2564 ในด้านแผนงานทาง

การตลาดนั้น บริษัทจะพยายามขยายตลาดผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอาหารให้ตอบสนองผู้บริโภคให้กว้างขึ้น ทั้งเรื่องของรสชาติใหม่ๆ ที่ยังไม่มีในตลาด รวมทั้งสินค้าประเภทอาหารอื่นๆ ที่ยังมีช่องว่างทางการตลาดอยู่ เพื่อเป็นการสร้างรายได้และสามารถขยายตัวเองออกไปทั้งเรื่องของกลุ่มเป้าหมายและเป็นการเสนอทางเลือกใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภค อันจะส่งผลต่อความยั่งยืนของต่อองค์กรในอนาคต

การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน : พัฒนาช่องทางการขายใหม่

จากพันธกิจของบริษัทที่ยึดถือคุณค่าหลักด้วยความมุ่งมั่นที่จะนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าโดยมีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง พร้อมการส่งมอบด้วยการกระจายสินค้าไปอย่างทั่วถึง ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อเป็นทางเลือกที่หลากหลายสำหรับบริษัทในการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งในสภาพเศรษฐกิจ และ สังคมที่แปรเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว การที่เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเป็นตัวแปรทั้งในเรื่องของการเติบโตของธุรกิจและการเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจที่ทำให้ผู้บริโภคสะดวกมากยิ่งขึ้น โดยการค้าที่ผ่านทางออนไลน์ E-commerce เริ่มมีบทบาทเป็นอย่างมากและมีอัตราการเติบโตที่สูงมาตลอดระยะเวลาในช่วง 3- 4 ปี และมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นมากในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมซบเซาในเวลาเดียวกันของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์มีการเติบโตเพิ่มขึ้น

จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคยุค NEW NORMAL ที่ต้องการความสะดวกสบาย ไม่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเอง ทำให้บริษัทได้เร่งศึกษาและพัฒนาช่องทางการขายสินค้าใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่หลากหลายมากขึ้น โดยแบ่งออก ดังนี้

Business to Consumer : B2C ช่องทางการจำหน่ายสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าของบริษัทได้ง่ายผ่าน 3 ช่องทางหลัก คือ

1. E- Marketplace ผ่านช่องทาง Platform ชื่อนำ อาทิเช่น Lazada, Shopee, JD central
2. Social Commerce ผ่านช่องทาง Facebook อาทิเช่น Taro no fat
3. E-Retail ผ่านช่องทาง Online ของห้างต่าง ๆ อาทิเช่น 7-11, Lotus, BigC



ส่งมอบคุณค่าให้ธุรกิจเจริญก้าวหน้า

การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน : ร่วมกับพันธมิตรขยายช่องทางการขาย

การดำเนินการขายในปัจจุบัน มีสินค้าใหม่เกิดขึ้นมากมายทำให้การแข่งขันในตลาดทวีความรุนแรงสูงขึ้น ดังนั้น บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาการขาย การขยายตลาด การขยายช่องทางการขายใหม่ ๆ และการครอบคลุมร้านค้าให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้สะดวกขึ้น ซึ่งยังมีกลุ่มร้านค้าปลีกย่อย กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศเป็นจำนวนมาก ที่ปัจจุบันยังครอบคลุมไม่ถึง ดังนั้นบริษัทจึงต้องหาแนวทางในการเข้าถึงร้านค้าเหล่านั้นให้มากที่สุดและรวดเร็วที่สุด ซึ่งในปี 2563 บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้มีแนวทางการเพิ่มจำนวนร้านค้าในช่องทางร้านค้าปลีก โดยได้มีการคัดสรร ตัวแทนจัดจำหน่ายที่มีศักยภาพ ทั้งในส่วนของความรู้ความสามารถในการขาย และ กำลังคน โดยได้จัดตั้งตัวแทนจำหน่ายเพื่อช่วยกระจายสินค้า และ เพิ่มจำนวนร้านค้าให้ครอบคลุมมากขึ้น

โดยในพื้นที่ภาคใต้ บริษัทฯ ได้แต่งตั้ง บริษัท หาดทิพย์ คอมเมอร์เชียล จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด 14 จังหวัดในภาคใต้ โดย บริษัท หาดทิพย์ ฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าเครื่องดื่ม น้ำอัดลมแบรนด์ โคคาโคล่า ซึ่งเป็นบริษัท ที่มีศักยภาพ สูง อีกทั้งยังเป็นบริษัทที่มีความสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ภาคใต้เป็นอย่างดี สามารถช่วยกระจายสินค้าได้มากขึ้น ทำให้ ในปี 2563 บริษัทที่มีการครอบคลุมร้านค้าปลีกในภาคใต้ได้ทั้งหมดประมาณ 24,000 ร้านค้า เพิ่มขึ้น 74% จากปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้เพื่อเป็นการครอบคลุมจำนวนร้านค้าปลีก ทั่วประเทศให้ทั่วถึงมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าได้สะดวกมากขึ้น ทางทีมผู้บริหารของฝ่ายขาย กำลังพิจารณาสรรหา ตัวแทนจำหน่ายที่มีศักยภาพ ในภาคอื่น ๆ เพิ่มเติมโดยจะคัดสรร

ทีมที่มีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ เกี่ยวกับการขาย ความสัมพันธ์อันดีกับคนในพื้นที่นั้น ๆ และ มีคุณธรรมจริยธรรมในการทำธุรกิจ เพื่อมาเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัท

อีกทั้งบริษัทยังมีแผนการพัฒนา ช่องทางขายใหม่ ๆ ในการนำ นวัตกรรม ในส่วนของระบบการขายแบบ Online มาใช้ เพื่อให้ร้านค้าสามารถส่งสินค้าผ่านระบบ Online ได้ ทำให้ร้านค้าได้รับความสะดวก ในการสั่งซื้อสินค้า สามารถสั่งซื้อได้บ่อยขึ้น ตามความต้องการ ได้สินค้าเร็วขึ้น โดยไม่ต้องรอฟังก์ชันขายเดินทางไปถึงร้าน และ ไม่ต้องเก็บสต็อกสินค้าไว้ปริมาณมาก ๆ ช่วยเพิ่มสภาพคล่องทางการเงิน เนื่องจาก ลดต้นทุนการเก็บสต็อก และ ลดความเสี่ยงเรื่องของสินค้าหมดอายุด้วย



ภาพแสดงร้านค้าจากการกระจายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายภาคใต้

การบริหารจัดการความยั่งยืน : การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เพื่อความยั่งยืน

จากแผนการดำเนินงานพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Operation) ภายใต้แนวคิด Simple Faster Better Sustainable ซึ่งได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2562 ที่ผ่านมานี้ โดยบริษัทได้ทำการพัฒนาแพลตฟอร์มในกระบวนการทำงานของการบริหารงานคลังสินค้า WMS (Warehouse Management System) ให้สามารถรองรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Process Management) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียและนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนต่อไป

ในปีที่ผ่านมา บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้พัฒนาต่อยอดปรับกระบวนการทำงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันควบคู่ไปกับการแสวงหาโอกาสใหม่ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยการจัดระบบการบริหารงานคลังสินค้าที่ตั้งแต่ขั้นตอน การรับสินค้า การจัดเก็บสินค้า และการจัดส่งสินค้า ผ่านระบบบาร์โค้ดที่ทำงานด้วยเครื่องสแกนแบบไร้สาย ซึ่งโครงการ WMS นี้ ได้ดำเนินการคู่ขนานกับระบบที่ใช้งานเดิม (Manual Input) ในช่วงต้น เพื่อเป็นการสอบทานผลการดำเนินงานควบคู่กันไปจนถึงเมื่อปีที่ผ่านมานี้ จึงสามารถใช้งานระบบ WMS นี้ได้อย่างราบรื่นได้มาตลอดระยะเวลา 1 ปีเต็ม

ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการพัฒนากระบวนการเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจนี้ สามารถลดขั้นตอนการทำงานที่ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน ตรวจสอบข้อมูลสินค้าได้ทันที (Real Time Stock) รวมทั้งสามารถตรวจสอบข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Tracking Lot ผลิต) ที่จัดส่งให้ลูกค้าได้ทันที และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูล (Inventory Control and Analysis) ตลอดจนลดปริมาณการใช้กระดาษในกระบวนการดังกล่าวได้อีกด้วย



ภาพการตรวจนับสินค้าประจำปี 2563 ผ่านระบบการบริหารคลังสินค้า (WMS)

อีกผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพจากระบบการทำงานใหม่นี้ คือการส่งผลดีให้กับพนักงานฝ่ายบัญชีและผู้ตรวจสอบบัญชีภายนอกในเรื่องการตรวจนับสต็อกสินค้าช่วงปลายปีที่ผ่านมา โดยพบว่ากระบวนการเปลี่ยนรูปแบบการตรวจนับสินค้าสามารถลดขั้นตอนการทำงานลงอย่างมาก ทำให้ประหยัดเวลาในการตรวจนับสินค้าลง 57% จากเวลาเดิมของปีที่ผ่านมานี้

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าการนำระบบใหม่ของการบริหารคลังสินค้า (WMS) นี้ นอกจากจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและช่วยลดขั้นตอนการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดีแล้ว ยังก่อให้เกิดผลทำให้คุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีให้กับพนักงาน โดยได้นำความคิดเห็นของพนักงานบางท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องมาให้ทราบ ดังต่อไปนี้



“งานตรวจนับสินค้าประจำปี เป็นภารกิจหนึ่งของฝ่ายบัญชี ในการตรวจนับสินค้าคงคลังประจำปีร่วมกับฝ่ายคลังสินค้า และผู้ตรวจสอบบัญชีภายนอก เพื่อให้มั่นใจประสิทธิภาพในการบริหารจัดการคลังสินค้าได้เป็นไปอย่างถูกต้อง ซึ่งการตรวจนับครั้งนี้มีขั้นตอนการทำงานต่างจากวิธีเดิม”

คุณวุฒิชัย ธีรบุญพิพงค์
ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกบัญชี

“จากที่บริษัทได้นำระบบบริหารคลังสินค้า (WMS) มาใช้ในการทำงาน ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ทำงานได้รวดเร็วขึ้น ถูกต้องและแม่นยำขึ้น รวมถึงการตรวจติดตามการปฏิบัติงานของพนักงานทำให้ทราบความคืบหน้าการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคนในแต่ละวันได้อย่างทันที (Real Time)”

คุณวีรวัฒน์ ชื่นบุญ
ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกธุรการคลังสินค้า



“ปัจจุบันผมมีหน้าที่ดูแลการรับและเบิกจ่ายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกอม “โอเล่” การนำระบบบริหารคลังสินค้า (WMS) มาใช้ในการทำงาน ช่วยลดข้อผิดพลาดในเรื่องอายุสินค้า (FIFO) ที่ต้องใช้ความจำตำแหน่งของสินค้าที่จัดเก็บ และสามารถวางแผนจัดอายุสินค้าได้ตามเกณฑ์ที่ลูกค้ากำหนด จึงทำให้ลดขั้นตอนการตรวจสอบและจัดเก็บเอกสาร ใช้เวลาที่เหลือในการวางแผนงานในวันถัดไปได้”

คุณนิโร แสงฉาย
เจ้าหน้าที่คลังสินค้า

การพัฒนาธุรกิจกาแฟ เพื่อส่งเสริมให้สังคมยั่งยืน

จากการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมภายใต้บริษัท มีวนา จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้พัฒนาธุรกิจกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา” ด้วยเล็งเห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาดูแลและใส่ใจสุขภาพเลือกบริโภคสินค้าอินทรีย์มากขึ้น โดยประกอบด้วยผลิตภัณฑ์กาแฟอินทรีย์คั่วแท้ 100% แกรนด์ มีวนา, ออราบิก้าและออร์คว่า และเพื่อเป็นการส่งเสริมการบริโภคกาแฟอินทรีย์ให้แพร่หลายในวงกว้างมากขึ้น จึงได้เน้นช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังร้านค้าที่ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้าถึงได้ง่าย อีกทั้งผู้บริโภคทั่วไปที่ต้องการนำไปบริโภคเองที่บ้านก็สามารถหาซื้อได้สะดวกเช่นกัน



ภาพแสดงห่วงโซ่ธุรกิจเพื่อสังคมกาแฟอินทรีย์รักษาป่า

จากแผนภูมิที่นำเสนอข้างต้น บริษัท มีวนา จำกัด มีแนวทางการพัฒนาระบบการผลิตภาคการเกษตรร่วมกับชุมชนเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในป่าให้สามารถเลี้ยงชีพอยู่ร่วมกับป่าได้อย่างสมดุล สร้างการมีส่วนร่วมในการพิทักษ์รักษาและฟื้นฟูให้ทรัพยากรป่าไม้อย่างยั่งยืนคงอยู่กับผืนแผ่นดินไทยตลอดไป ด้วยการวางแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ 3 ด้าน คือ ด้านฐานทรัพยากร ด้านระบบการผลิต ด้านเศรษฐกิจชุมชน ให้สอดคล้องกับสภาพภูมิประเทศพื้นที่ป่า วัฒนธรรม และสร้างองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรในชุมชนโดยใช้ “กาแฟ” พืชเศรษฐกิจที่สามารถเติบโตได้ดีได้เริ่มเงาป่า ให้ผลผลิตกาแฟที่มีคุณภาพและรสชาติดี และเพื่อรักษาความสมดุลของระบบนิเวศน์อย่างยั่งยืน ด้วยการนำเอาระบบเกษตรอินทรีย์ที่ไม่ต้องใช้สารเคมีใด ๆ ในการเพาะปลูก สร้างองค์ความรู้และแนวร่วมให้กับเกษตรกรกลุ่มสมาชิกในการวิจัยทดลองตั้งแต่ต้นกล้า การเพาะปลูก การจัดทำปุ๋ยอินทรีย์และการกำจัดแมลงศัตรูพืช โดยการดใช้สารเคมีทุกชนิดจะทำให้ปนเปื้อนดิน อากาศ และป่าต้นน้ำ ที่จะเป็นการทำลายระบบนิเวศน์ จากการวิจัยพัฒนานานสามารถทำให้ผลผลิตต่อไร่ของเกษตรกรกลุ่มสมาชิกเพิ่มมากขึ้นและมีคุณภาพสูง ทำให้เกษตรกรมีรายได้ที่เพียงพอ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด



ภาพเกษตรกรในกลุ่มสมาชิกกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา”

แนวทางในการปฏิบัติและผลลัพธ์

โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา” ปัจจุบันมีหมู่บ้านที่เข้าร่วมโครงการ 7 หมู่บ้านและจำนวนสมาชิกรวม 357 รายได้แก่ หมู่บ้านขุนลาว, บ้านห้วยคุณพระ, บ้านห้วยไคร้, บ้านใหม่พัฒนา, บ้านผาแดงหลวง, บ้านดอยช้างและบ้านร่มเย็น มีพื้นที่การเพาะปลูกกาแฟอินทรีย์จำนวน 6,250.93 ไร่ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับการรับรองการผลิตกาแฟมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล

จากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 5 ปี โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา” ได้สร้างความอยู่ดีมีสุขให้กับวิถีชุมชนในหมู่บ้านต่าง ๆ ที่เข้าร่วมโครงการ ดังจะเห็นได้จากความคิดเห็นของตัวแทนเกษตรกรที่เป็นสมาชิก ได้กล่าวถึงความเป็นอยู่และสังคมที่ดีขึ้น ดังนี้



“จากการเข้าร่วมโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า ชาวบ้านมีการเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีรายได้มากขึ้นจากการขายกาแฟและมีแหล่งขายกาแฟที่แน่นอนและยังมีกิจกรรมปลูกต้นไม้เพิ่มเพื่อ การอนุรักษ์ป่าไม้จากการสนับสนุนเงินกองทุนแฟร์เทรดมีวนาอีกด้วย”

สมาชิกชื่อ นายสมบัติ ซอไก่ เกษตรกรบ้านห้วยไคร้



“สมาชิกมีรายได้เพิ่มจากเดิมเพราะเข้าร่วมโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า มีรายได้จากเงินพรีเมียมให้ และได้ทำงานอยู่กับครอบครัว ไม่ต้องออกไปหางานที่อื่นทำ และโครงการยังช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แหล่งต้นน้ำ ส่งผลดีกับเกษตรกร เนื่องจากไม่ใช้สารเคมี”

สมาชิกชื่อ นายสุรชัย โชคากู เกษตรกรบ้านใหม่พัฒนา



ส่งมอบคุณค่า... ให้พนักงานเติบโตมั่นคง (สังคมภายใน)



ส่งมอบคุณค่า...ให้พนักงานเติบโตมั่นคง (สังคมภายใน)

พนักงานนับว่าเป็นเสาหลักประการหนึ่งในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมาย และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับองค์กรได้เป็นอย่างดี ดังนั้นทีมงานบริหารจึงมีหน้าที่รับผิดชอบในการวางแผนด้านบุคลากร ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกสรรหา พัฒนาศักยภาพและความสามารถของพนักงานให้สูงขึ้น จัดให้มีสถานที่ทำงานที่มีความปลอดภัย พร้อมกับดูแลรักษาพนักงานให้มีความสุขในการปฏิบัติหน้าที่ รู้สึกผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว อันเป็นการสร้างความสำเร็จสู่ความยั่งยืนของกิจการ

จากความตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าของพนักงานที่มีผลโดยตรงต่อการดำเนินงาน บริษัท ฯ และบริษัทย่อยจึงได้ลงมือปฏิบัติตามนโยบายในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น นโยบายด้านการจ้างงานและการบริหารค่าตอบแทนให้เกิดความเป็นธรรม นโยบายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย ซึ่งต้องมีการเข้มงวดสูงสุดในช่วงรับมือการแพร่ระบาดของโรคไวรัส Covid-19 โดยมีแนวทางปฏิบัติควบคู่ไปกับการเปิดโอกาสให้พนักงานได้ร่วมกันแสดงความรู้ความสามารถ ยกย่องคุณภาพชีวิตของพนักงานให้เกิดความมั่นคงร่วมกันอย่างยั่งยืน โดยจะประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้



ในปี 2563 บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าของพนักงานที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร บริษัทฯ จึงลงมือปฏิบัติตามนโยบายในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น นโยบายด้านการจ้างงานและการบริหารค่าตอบแทน นโยบายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย ซึ่งต้องมีความเข้มงวดอย่างยิ่งโดยเฉพาะในช่วงของการเกิดการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด 19 โดยมีแนวทางปฏิบัติควบคู่ไปกับการเปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพและยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานให้เกิดความมั่นคงร่วมกันอย่างยั่งยืน

ส่งมอบคุณค่าให้พนักงานเติบโตมั่นคง

การจ้างงานที่เป็นธรรม และความเสมอภาค

เป็นที่ยอมรับกันว่าทรัพยากรมนุษย์มีคุณค่าอย่างยั่งยืนต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) และบริษัทย่อย จึงได้ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน ในการส่งเสริมให้เกิดความเป็นธรรมและความเสมอภาคของพนักงาน โดยบริษัทมีนโยบายควบคู่ไปกับการสนับสนุนระเบียบข้อบังคับต่างๆ ด้านแรงงานเกี่ยวกับการเคารพสิทธิมนุษยชน ในเรื่องความหลากหลายของแรงงานในองค์กร มีแนวทางปฏิบัติต่อแรงงาน เท่าเทียมกันโดยไม่เลือกเพศ อายุ หรือสภาพร่างกาย ตำแหน่งงาน ตลอดจนเชื้อชาติและศาสนา พนักงานของบริษัททุกคนได้รับการปฏิบัติและดูแลในทุกด้าน ตั้งแต่ขั้นตอน การสรรหา การดำรงรักษา

การจ่ายค่าตอบแทน สวัสดิการ การพัฒนาบุคลากร โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพและความปลอดภัยอาชีวอนามัย นอกจากนี้บริษัท ยังมีนโยบายให้ความเสมอภาคต่อลูกค้า ลูกค้า ผู้เข้ามาติดต่อ โดยพนักงานจะต้องศึกษาและปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับประเพณีนิยม วัฒนธรรมของแต่ละสังคมที่บริษัท เข้าไปทำธุรกิจด้วย

รายละเอียดพนักงาน	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานจำแนกประเภทการจ้าง						
พนักงานรายเดือน	477	1188	477	1258	490	1202
พนักงานต่างชาติด	81	180	64	138	64	118
รวมพนักงาน	558	1368	541	1396	554	1320
จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับ						
ระดับปฏิบัติการ	436	1148	456	1258	460	1169
ระดับบังคับบัญชาและสายวิชาชีพ	101	181	61	112	66	124
ระดับผู้จัดการ	21	39	24	26	28	27

ตารางแสดงสัดส่วนเพศและระดับตำแหน่งงาน

อีกด้านหนึ่งของภาคปฏิบัติในการส่งเสริมความเท่าเทียมและความเสมอภาคกันของพนักงานนั้น บริษัทพิจารณาการว่าจ้างพนักงานเป็นประเภทรายเดือนเท่าเทียมทุกตำแหน่งงานรวมทั้งพนักงานต่างชาติและได้สนับสนุนให้พนักงานทุกระดับและทุกหน่วยงานเข้าเป็นสมาชิกในคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการและคณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัย เพื่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ตลอดจนร่วมกันดูแลสวัสดิการให้เกิดความอยู่ดีมีสุขและความพึงพอใจของพนักงานไปด้วยกัน



ภาพหน้าจอช่องทาง P- Connect (Line Official Account)

ในช่วงต้นปีพ.ศ. 2563 เนื่องจากเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด19 บริษัทจึงได้นำโปรแกรม Employee Self Service ผ่านช่องทาง P- Connect (Line Official Account) ของบริษัท เพื่อการสื่อสารมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด19 ให้พนักงานสามารถติดตามความคืบหน้าถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติตัวอย่างถูกต้อง อีกทั้งช่วยอำนวยความสะดวกให้พนักงานโดยสามารถเข้าถึงข้อมูล สิทธิประโยชน์ในการรักษาพยาบาลและบริการด้านส่วนบุคคลได้ด้วยตนเอง

ทุกที่ทุกเวลา การดำเนินงานดังกล่าวช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสร้างความมั่นคงให้กับพนักงาน ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มสูงขึ้น อันเป็นการส่งเสริมเพื่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกัน

ส่งมอบคุณค่าให้พนักงานเติบโตมั่นคง

การให้ความสำคัญ กับสิทธิมนุษยชน

ในอีกส่วนหนึ่งของการแสดงออกถึงความมุ่งมั่นกับการเคารพสิทธิมนุษยชน ในความหลากหลายของพนักงานในองค์กรควบคู่ไปกับการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย จึงมีนโยบายสนับสนุนการจ้างงานคนพิการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนลำดับที่ 8 ด้านการส่งเสริมการจ้างงานที่สร้างคุณค่าและการเติบโตทางธุรกิจ เพื่อให้คนพิการเหล่านั้น สามารถประกอบอาชีพมีรายได้ พึ่งพาตัวเอง ลดภาระให้กับครอบครัว อีกทั้งยังสร้างความภาคภูมิใจในตัวเองที่สามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ และในปี 2563 ทางบริษัท มีรูปแบบการจ้างงานคนพิการ 2 รูปแบบ คือการจ้างงานคนพิการเป็นพนักงานประจำ ในบริษัท จำนวน 12 คน และการจ้างงานคนพิการผ่านมูลนิธินวัตกรรมทางสังคม จำนวน 6 คน โดยพนักงานในกลุ่มนี้จะเข้าทำงานในสถาบันต่างๆ ของชุมชนที่เป็นภูมิลำเนาของแรงงานคนพิการ ซึ่งทำให้แต่ละคนได้มีงานทำ ณ ชุมชนบ้านเกิดของตนเอง สะดวกต่อการเดินทางและการใช้ชีวิต อาทิเช่น สถาบันพัฒนาการเด็กราชนครินทร์, องค์การบริหารส่วนตำบลดอนแก้ว และโรงพยาบาลชุมชนตำบลดอนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

ใน ด้านสิทธิมนุษยชน และ แรงงานนี้ บริษัทฯและบริษัทย่อยได้มีการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสร้างความมั่นใจว่าไม่มีการบังคับใช้แรงงาน ผิดกฎหมาย โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติการบริหารจัดการความหลากหลายทาง วัฒนธรรมในการจ้างงานของพนักงาน แรงงานข้ามชาติให้สามารถทำงานร่วมกัน ได้อย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน เกิด ผลลัพธ์ทางสังคมที่ทุกคนมีโอกาส สร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนได้ต่อไป



กรณีศึกษา สิทธิมนุษยชนของแรงงานข้ามชาติ

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้ตระหนักและให้ความสำคัญต่อคุณค่าของความเป็นมนุษย์ จึงได้กำหนดนโยบาย โดยพนักงานทุกคนต้องให้ความเคารพในเรื่องสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ อย่างเท่าเทียมกัน ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่นการไม่ใช้แรงงานบังคับ ไม่ใช้แรงงานเด็ก พร้อมทั้งดูแลปฏิบัติตามหลักสากลในการจ้างงาน ไม่เลือกปฏิบัติและไม่ละเมิดสิทธิขั้นพื้นฐานทั้งในเรื่อง เพศ อายุ ศาสนา เชื้อชาติ ภูมิภาค ฐานะ สภาพทางร่างกาย ความคิดเห็นทางการเมือง เพื่อให้เกิดความหลากหลายในการจ้างงานและความเท่าเทียมกันระหว่างพนักงานคนไทยและแรงงานข้ามชาติ นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายในการจ้างแรงงานที่เข้ามาในประเทศไทยอย่างถูกกฎหมายเท่านั้น

แนวทางปฏิบัติและผลลัพธ์

พนักงานถือเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่าของบริษัท จึงให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม โดยอยู่บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน ทั้งในเรื่องของโอกาส ในการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ตลอดจนได้รับการพัฒนาเพื่อฝึกทักษะและเพิ่มพูนศักยภาพอย่างสม่ำเสมอโดยไม่เลือกปฏิบัติ เปิดโอกาสให้พนักงานได้เข้าถึงความเป็นธรรมในการร้องเรียน โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับการแก้ไขที่ดียิ่งขึ้นพร้อมทั้งให้ความคุ้มครองพนักงานที่ร้องเรียน เพื่อมุ่งหวังให้เกิดความสงบสุขและความยั่งยืนสืบไป



ภาพบรรยากาศการเข้าตรวจเยี่ยมพนักงานที่เป็นแรงงานข้ามชาติ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญเรื่องความเท่าเทียม ทำให้แรงงานทุกคนในบริษัทเป็นพนักงานรายเดือนทั้งหมด รวมถึงแรงงานข้ามชาติ ทำให้พนักงานทุกคนมีเงินเดือนขั้นต่ำสูงกว่าค่าแรงขั้นต่ำ นอกจากนี้บริษัทได้จัดทำสัญญาจ้างเป็น 2 ภาษาที่แรงงานสามารถเข้าใจได้ และมีการประชาสัมพันธ์เรื่องต่าง ๆ แจ้งให้แรงงานทราบ เพื่อบอกข้อมูลข่าวสารแก่แรงงาน สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับ รวมถึงระเบียบข้อบังคับ มีโอกาสเป็นตัวแทนแรงงานอบรมนอกสถานที่ สำหรับด้านสวัสดิการ เช่น เบี้ยขยัน ทำการประกันอุบัติเหตุให้กับแรงงานทุกคน อีกทั้งทางบริษัทได้ทำตามมาตรฐานอื่น ๆ เช่น มรท., GLP มาตรฐานด้านแรงงานของลูกค้า เป็นต้น ในปัจจุบันบริษัทมีแรงงานข้ามชาติในสัดส่วนร้อยละ 39.60 ของแรงงานทั้งหมดในโรงงานแห่งนี้



การพัฒนาศักยภาพ และความสามารถพนักงาน

การส่งเสริมและพัฒนาพนักงานทุกระดับให้มีความรู้ ทักษะ และศักยภาพอย่างต่อเนื่องเป็นนโยบายและความมุ่งมั่นของบริษัทในการสร้างพฤติกรรมของพนักงานได้เรียนรู้ด้วยตนเอง และสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์กร โดยได้จัดทำแนวทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับ **คุณค่าหลัก (Core Value)** ทั้ง 5 ประการของบริษัท และทิศทางการเติบโตของธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ทักษะ และความสามารถที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และค่านิยมของบริษัทที่มุ่งดำเนินธุรกิจแบบองค์รวม โดยมุ่งสร้างความสมดุลให้กับ **ธุรกิจ พนักงาน และสังคม** โดยกำหนดแนวทางการดำเนินการไว้ ดังนี้

1. ความสามารถหลัก (Core Competency)

พนักงานได้รับการพัฒนาและหล่อหลอมด้านพฤติกรรม ความเชื่อทัศนคติ ให้เป็นไปในทิศทางที่ตอบสนอง/สนับสนุนต่อ การบรรลุค่านิยมขององค์กรร่วมกันของบริษัท ที่มุ่งดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการสร้างความสมดุลระหว่างธุรกิจ พนักงาน และสังคม ตามปรัชญาการดำเนินธุรกิจ “ธุรกิจก้าวหน้า พนักงานมั่นคง สังคมยั่งยืน” และคุณค่าหลักขององค์กร (Core Value)

2. ความสามารถทางด้านการจัดการ (Managerial Competency)

ทักษะและความสามารถทางด้านการบริหารจัดการ ถือเป็นความจำเป็นและเป็นเครื่องมืออันสำคัญสำหรับพนักงาน ระดับบังคับบัญชา ระดับบริหารรวมถึงระดับจัดการ บริษัทได้ให้ความสำคัญ โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับกลยุทธ์แผนงานด้านธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายองค์กร

3. ความสามารถตามหน้าที่รับผิดชอบ (Functional Competency)

พนักงานแต่ละคน แต่ละหน้าที่ได้รับการพัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถให้สอดคล้องกับภาระงาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุซึ่งประสิทธิผลของการทำงานและมีมาตรฐานไปในทิศทางเดียวกัน

ในปีพ.ศ.2563 บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานโดยกำหนด แผนการฝึกอบรมให้ความรู้และพัฒนาทักษะแก่พนักงาน ซึ่งประกอบด้วย การฝึกอบรม ทั้งภายในและการส่งพนักงานไปเข้ารับการ

อบรมภายนอกตามแผนฝึกอบรม PM Training Road Map (TRM) และผลการดำเนินการฝึกอบรมในปีนี้ พนักงานได้เข้ารับการฝึกอบรมเฉลี่ยรวม 9.33 ชั่วโมงต่อคนต่อปี และได้มีการพัฒนาขีดความสามารถในทุกระดับตำแหน่งอย่างสม่ำเสมอภาคในปีที่ผ่านมา มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในการฝึกอบรมมากขึ้น เนื่องจากต้องการนำมาประยุกต์ใช้ เพื่อหลีกเลี่ยงการประชุม การสัมมนาฝึกอบรมที่ต้องอยู่ในระยะใกล้ชิด เกิดเป็นแนวทางการฝึกอบรมรูปแบบใหม่ “New Normal Training” การอบรม Functional competency ดังนี้.-

1. หลักสูตร การบริหารจัดการ ความเสี่ยงและความต่อเนื่องของธุรกิจ
2. หลักสูตร KPIs in Practice

โดยทั้ง 2 หลักสูตรดังกล่าวได้ใช้โปรแกรมการอบรมออนไลน์ Microsoft Team ในการสัมมนาผ่านวิดีโอ ซึ่งทำให้พนักงานสามารถสัมมนาผ่านทางคอมพิวเตอร์ส่วนตัวโดยยังคงรักษาระยะห่างเพื่อความปลอดภัยในเรื่องการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโควิด ในการที่นำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้กับการฝึกอบรมนั้น ทำให้การทำงานได้เกิดความหลากหลาย และได้พัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานในด้านเทคโนโลยีในเวลาเดียวกัน

แผนงาน/แนวทางการพัฒนาบุคลากร ปี 2564

เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืนในการพัฒนาบุคลากร บริษัทได้ให้ความสำคัญกับแนวทางการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- 1) การปรับปรุงกระบวนการทำงาน/ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน
 - ▶ ปรับปรุงโครงสร้างการทำงาน/วิเคราะห์การใช้อัตรากำลังคนโดยคำนึงถึงการทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ/จัดอัตรากำลังคนให้สอดคล้องกับงานและสามารถปฏิบัติงานได้หลากหลายหน้าที่
 - ▶ นำเครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานผ่านวัฒนธรรมการเรียนรู้ร่วมกันโดยพนักงานสามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง Self Learning
- 2) การพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถพนักงาน
 - ▶ พัฒนาบุคลากรเพื่อให้สอดคล้อง/ตอบสนองต่อทิศทางแผนธุรกิจ เพื่อเพิ่ม Productivity
 - ▶ พัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถของพนักงาน ให้สอดคล้องกับกลุ่มคะแนน Performance Management System (PMS) และ Personal Grade
 - ▶ การพัฒนากลุ่ม Individual Development Plan (IDP) สำหรับกลุ่มหัวหน้างาน/ Successor / Career Path
 - ▶ การนำ Technology มาใช้ในการพัฒนาด้านทรัพยากรบุคคล
- 3) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตพนักงานให้อยู่ดีมีสุข เพื่อสร้างความผูกพันกับองค์กรและสร้างการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน
 - ▶ โครงการสำรวจคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานฝ่ายขาย ซึ่งผลที่คาดหวังคือส่งเสริมคุณภาพชีวิตในการทำงานให้สามารถแข่งขันกับตลาดแรงงาน เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน
 - ▶ สร้างความเป็นธรรมในการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยมุ่งหวังให้มีการนำระบบการประเมินผลไปปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน สอดคล้องกับกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ มีความเป็นธรรมสามารถวัดผลได้และสามารถแข่งขันกับตลาดได้
- 4) ยึดหลักคุณธรรมและจริยธรรม ส่งเสริมและเข้าร่วมในกิจกรรมที่สนับสนุนตามหลักวิถีไทยที่ดี และกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งยึดถือและปฏิบัติตามคู่มือนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

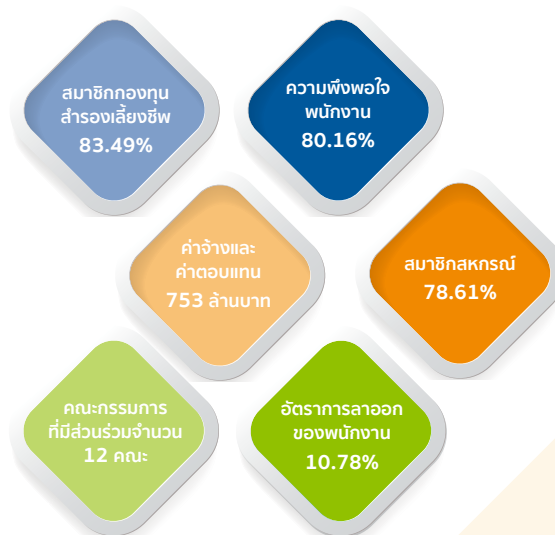


ภาพบรรยากาศในการฝึกอบรมในรูปแบบ New Normal Training

ส่งมอบคุณค่าให้พนักงานเติบโตมั่นคง

การดูแลรักษา พนักงาน

บริษัทมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและดูแลรักษาพนักงาน ด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการจัดการสวัสดิการ ความปลอดภัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน ผ่านคณะกรรมการที่เป็นตัวแทนจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทและพนักงานส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานควบคู่กับสร้างความพึงพอใจแก่พนักงาน เกิดสมดุลของชีวิตกับการทำงาน (Work Life Balance) อันนำไปสู่ความสำเร็จตามพันธกิจของบริษัท โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพแสดงสรุปผลลัพธ์จากการดูแลรักษาพนักงานประจำปีพ.ศ.2563

การส่งเสริมให้พนักงานเกิดความอยู่ดีมีสุข ที่มุ่งเน้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ความสุขและบรรยากาศที่ดีร่วมกัน ก่อเกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันในองค์กร ผ่านการสื่อสารหลากหลายช่องทางที่ให้พนักงานทุกระดับได้เข้าถึง เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเชิงบวก มีการแบ่งปันความสุข เกิดเป็นวัฒนธรรมเล็ก ๆ ในกลุ่มกิจกรรมและแผ่ขยายกว้างขึ้นกลายเป็นวัฒนธรรมที่ดีงามในองค์กร เริ่มจากความร่วมมือร่วมใจของพนักงาน ซึ่งการสร้างความสุข สร้างคุณภาพชีวิตในการทำงานให้กับพนักงานผ่านทางโครงการ Happy Work Place และในโครงการนี้เองจึงเป็นสิ่งที่ทางบริษัทเน้นย้ำและส่งเสริมอยู่เสมอ จากการเสริมสร้างความสุขเริ่มสร้างให้พนักงานคุ้นชินกับคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น มีรอยยิ้ม มีความสุขผ่านกิจกรรมที่องค์กรได้จัดขึ้น ซึ่งในตลอดปี 2563 มีเหตุการณ์มากมายที่เกิดขึ้นในประเทศ คือ โรคระบาดโควิด

19 และได้ส่งผลกระทบต่อทั้งเศรษฐกิจโลก กิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงองค์กรของเราและตัวพนักงานด้วย ซึ่งทำให้เราทุกคนได้หันมาดูแลตัวเองกันมากขึ้น จากสิ่งที่ไม่เคยทำเช่นการสวมหน้ากากอนามัย การหมั่นล้างมือ หรือการใช้แอลกอฮอล์ในการล้างมือ ล้วนเป็นสิ่งใหม่ทั้งนั้น จึงทำให้ปีที่ผ่านมาเกิดวลีคำหนึ่งเรียกว่า “New Normal” ช่วงแรก ๆ นั้นหากใครได้ยินคำนี้ อาจทำให้เกิดข้อสงสัยว่า คืออะไร แล้วตรงกับเหตุการณ์ ณ

ปัจจุบันอย่างไร แต่เมื่อเวลาผ่านไป กิจกรรมการดำเนินงานต่าง ๆ เริ่มเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบใหม่ เกิดการทำงานรูปแบบ Work from home การเว้นระยะห่างในการรับประทานอาหาร และอีกหลาย ๆ อย่างที่เปลี่ยนแปลงไป จึงทำให้องค์กรคิดและวิเคราะห์ในด้านการสร้างความสุขให้กับพนักงาน เมื่อเกิดสถานการณ์ในปีที่ผ่านมาขึ้นนั้น ในโครงการ Happy Work Place จึงได้เกิดกิจกรรมแรกของปี ที่สามารถสร้างความสุขให้กับพนักงานในช่วงที่ทุกคนกำลังติดกับโรคระบาด

จึงเกิดความร่วมมือในกิจกรรม “ร่วมสร้างและแจก Face Shield” เป็นกิจกรรมที่让员工มีส่วนร่วมในการสร้าง Face Shield ที่สามารถใส่เพื่อป้องกันเชื้อไวรัส โควิด-19 เพื่อนำไปแจกให้กับพนักงานทีมฝ่ายขาย (sale) ที่มีความจำเป็นต้องออกเดินทางไปต่างจังหวัด ที่ต้องพบเจอกับลูกค้า อาจทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการ

ติดเชื้อโควิด จึงทำให้เกิดกิจกรรมดังกล่าวขึ้น เพื่อให้พนักงานได้มีความสุขในการเป็นส่วนหนึ่งที่สร้างความสุขให้กับพนักงานด้วยกัน แบ่งปันความห่วงใยผ่านกิจกรรมงานฝีมือ ทำหน้ากาก Face Shield และที่มากกว่านั้น ทางผู้จัดทำ ได้นำเอา Face Shield ส่วนหนึ่งไปมอบให้กับโรงพยาบาลต่าง ๆ ที่มีความต้องการในการใช้ นอกจากนี้สร้างความสุขในการให้แล้ว ยังสร้างบุญกุศลให้กับผู้ที่ได้ลงมือปฏิบัติด้วย



ภาพแสดงการแจกถุงยังชีพที่ชุมชนและพนักงานร่วมกันทำหน้ากาก (Face Shield)

กิจกรรมการส่งมอบความสุขยังไม่หมดเท่านั้น จึงต่อเนื่องมายังกิจกรรมต่อไปคือ “ปันน้ำใจสู้โควิด แจกถุงยังชีพ” เนื่องด้วยวิกฤตการณ์โควิด ทำให้เกิดปัญหาไปยังทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นองค์กร หรือ บุคคล จึงทำให้ทางผู้จัดทำโครงการอยากที่จะสร้างกำลังใจสร้างรอยยิ้มความห่วงใยให้กับผู้ที่ได้รับความเดือดร้อน จึงขอความร่วมมือจากพนักงานร่วมจัดทำ ถุงยังชีพจำนวน 500 ถุง แต่ละถุงประกอบไปด้วย อาหารแห้ง (ขนมTaro, มาม่า, ปลากระป๋อง) และน้ำดื่ม เพื่อนำไปมอบให้กับชุมชนที่ได้รับความเดือดร้อนในระแวกใกล้เคียงกับบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และได้ดำเนินเรื่องการบริจาคถุงยังชีพผ่านทีวี ช่อง 3 และได้ออกอากาศในรายการเรื่องเล่าเช้านี้อีกด้วย



ภาพแสดงการนำถุงยังชีพและหน้ากาก (Face Shield) มอบให้โรงพยาบาล

เมื่อช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนและช่วยเหลือพนักงานด้วยกันแล้วนั้น ทางผู้จัดทำโครงการจึงคิดค้นกิจกรรม สร้างความสุข สร้างรอยยิ้มให้กับพนักงานในชื่อกิจกรรม “Song from Vid-19” เสียงเพลงกำลังใจภัยโควิด โครงการกิจกรรมนี้เอง เป็นการให้พนักงานในองค์กรได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ในการแต่งเพลง หรือ เลียนเสียงทำนองเพลง ไม่ว่าจะเป็นไทยหรือสากล ที่ใส่ เนื้อหาเกี่ยวกับการพูดถึงโรคระบาดโควิด หรือจะเป็นการแต่งเนื้อหาเพลงเพื่อให้กำลังใจคนในประเทศ หรือ บุคลากรทางการแพทย์ที่ต้องเหน็ดเหนื่อยในการรักษาคนไข้ และในกิจกรรมนี้เองทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานสอดคล้องไปยัง Core Value ของบริษัทอีกด้วย



ภาพแสดงกิจกรรมการแข่งขันกีฬาแบดมินตัน

เมื่อถึงช่วงไตรมาสที่ 4 สถานการณ์ต่าง ๆ จากโรคระบาดโควิดเริ่มจะดีขึ้น ทางผู้จัดโครงการได้จัดกิจกรรมครั้งใหญ่คือการแข่งขัน “Premier Badminton Open 2020” ซึ่งเป็นการร่วมมือร่วมใจของพี่ ๆ น้อง ๆ ในสายธุรกิจและเครือข่ายอื่นในกลุ่มพรีเมียร์ ที่สมัครเข้าร่วมแข่งขันกีฬาแบดมินตันในครั้งนี้ ทำให้ภาพของความเครียดในตลอดปีที่ผ่านมา เปลี่ยนเป็นรอยยิ้มจากการแข่งขันกีฬา พนักงานเกิดความสามัคคี รู้จักแพ้ รู้ชนะ รู้ถอย ยิ่งไปกว่านั้น คือการที่พนักงานในเครือพรีเมียร์ได้รู้จักมากขึ้นขึ้น เกิดการประสานความรู้ ความร่วมมือ เพื่อสร้างประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Core Value ขององค์กรไปด้วยในตัว

และสุดท้ายกิจกรรมที่ยังคงสร้างความสุขให้กับพนักงานมาอย่างต่อเนื่อง คือ “PM Sharing Radio เสียงตามสาย” เป็นกิจกรรมที่สร้างความผ่อนคลายในช่วงเวลา 08.00 – 09.00 น. นั่นคือ 1 ชั่วโมงแรกของการทำงานในวันจันทร์และวันศุกร์ ของแต่ละ

สัปดาห์มีการเปิดเพลง คลายสมอง คลายเครียด ให้กับพนักงานได้มีรอยยิ้ม ก่อนการทำงานอย่างเต็มรูปแบบที่มาตลอดทั้งวัน กิจกรรมเสียงตามสายนี้ ยังได้สอดแทรกเกร็ดความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อตัวพนักงาน ข่าวสารต่าง ๆ ที่มาจากกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ตลอดจนเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสัปดาห์ที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังมีการแจกของรางวัลให้กับพนักงานที่ได้โทรศัพท์เข้ามาร่วมกิจกรรมตอบคำถามจากชาวประชาสัมพันธ์ของกิจกรรมเสียงตามสายอีกด้วย



ภาพแสดงกิจกรรมการจัดรายการวิทยุเสียงตามสาย

กิจกรรมต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้เป็นการเชื่อมโยงของนโยบายการดูแลและส่งเสริมสร้างความอยู่ดีมีสุขให้กับพนักงาน ซึ่งเป็นรากฐานของการสร้างความมั่นคงให้ กลายเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ดี มีการร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และเป็นผลให้บริษัทได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นระดับประเทศด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงานประจำปี 2563 จากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

กรณีศึกษา ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

จากแนวความคิดการบริหารความยั่งยืนขององค์กร ที่ให้ความสำคัญกับการดูแลและธำรงรักษาพนักงาน ด้วยการสร้างสังคมในที่ทำงานให้เสมือนครอบครัวที่มีความสุข เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นกำหนดแนวทางการดูแลพนักงานด้านต่าง ๆ ร่วมกับฝ่ายบริหาร ยอมรับซึ่งกันและกันอย่างให้เกียรติและเท่าเทียม ส่งผลให้พนักงานเกิดความผูกพันที่ดีต่อองค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรในระยะยาว

แนวทางในการปฏิบัติและผลลัพธ์

บริษัทและบริษัทย่อย ได้จัดให้มีการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลสำรวจไปพัฒนาและปรับปรุงงานบริหารทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับคุณค่าหลัก ผ่านแผนงานการพัฒนาบุคลากร การประเมินผลและการจ่ายค่าตอบแทน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ จากการดำเนินกิจกรรมตามที่กล่าวมาอย่างต่อเนื่อง ปรากฏผลว่าพนักงานมีความผูกพันและมีอัตราการร่วมงานกับองค์กรมาอย่างยาวนานกว่า 10 ปีขึ้นไป และในแต่ละปีองค์กรได้กำหนดจัดให้มีพิธีมอบรางวัลเกียรติคุณ เพื่อเป็นการแสดงความขอบคุณพนักงานที่ร่วมงานกับบริษัทมาอย่างยาวนาน

โดยในปี 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีพนักงานเข้าร่วมพิธีมอบรางวัลเกียรติคุณ จำนวนทั้งสิ้น 43 คน แบ่งเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานต่อเนื่อง 10 ปี จำนวน 17 คน และพนักงานปฏิบัติงานต่อเนื่อง 15 ปี จำนวน 26 คน ซึ่งเราได้จัดทำความคิดเห็นของพนักงานบางส่วนที่เข้ารับรางวัลในครั้งนี้



“ฉันใจในแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่ให้ความสำคัญกับพนักงานควบคู่ไปกับธุรกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมงานและผู้บริหารที่ดี ทำให้รู้สึกมั่นคงในการทำงาน และภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งในการขายสินค้าที่มีคุณภาพเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มขนมขบเคี้ยวปลาเส้น ทาโร”

น.ส.แจ่มจันทร์ เตชะปฏิมานนท์
หัวหน้าส่งเสริมการขาย

“ตลอดเวลา 15 ปี ในการทำงานกับองค์กร มีความรู้สึกถึงความอบอุ่นเปรียบเสมือนครอบครัว ขอขอบคุณที่ให้โอกาสเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและสัญญาว่าจะตั้งใจทำงาน ให้ความร่วมมือร่วมใจทำให้องค์กรของเรามุ่งสู่อันดับหนึ่งในตลาดค่ะ”

น.ส.มศารัตน์ วรสรโพธิ์รัตน์
ผู้แทนฝ่ายขายเขตใต้กรุงเทพ





“ได้โอกาสจากองค์กรแห่งนี้เป็นที่แรกหลังจากจบการศึกษา ระดับปริญญาตรี ให้ประสบการณ์และได้เรียนรู้ชีวิตการทำงาน จากที่ไม่มีความสามารถในงานขายจนถึงปัจจุบันใช้เป็น วิชาชีพลีขงตนเองและครอบครัวได้ รู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรพร้อมที่จะเติบโตไปด้วยกันครับ”

นาย.ศุภลักษณ์ รำรงค์ดี

ผู้แทนฝ่ายขายเครดิตต่างจังหวัด

“องค์กรที่ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงานให้อยู่ดีมีสุขเพื่อนร่วมงานที่ให้ความช่วยเหลือ และสถานที่ทำงาน ร่มรื่นน่าอยู่สิ่งแวดล้อมบรรยากาศมีต้นไม้เยอะและที่สำคัญได้ครอบครัวที่เป็นกำลังใจและสนับสนุนให้สามารถผ่านช่วงเวลาในการทำงานที่ผ่านมาได้ครับ”

นาย.ธนธัส อนุธรรานนท์

พช.พจก.แผนกธุรการ



“เป็นองค์กรใหญ่ที่มีความมั่นคง สร้างโอกาสที่ดีในการทำงาน ให้ความรู้ ความช่วยเหลือ ได้พัฒนาตนเอง มีเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานที่ดี และยังได้ช่วยเหลือสังคม ภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรครับ”

นาย.อานนท์ ใจกล้า

เจ้าหน้าที่รับคืนสินค้า

“ดีใจและภูมิใจที่ได้ทำงานกับบริษัท มีความสุขกับงานที่ทำมาก ตลอดระยะเวลาที่ทำงานมา 15 ปี มีรายได้เลี้ยงครอบครัว และได้รับสวัสดิการที่มากมายหลายอย่าง ด้านการดูแลสุขภาพ ด้านการอบรมให้ความรู้ และกองทุนที่เป็นเงินออมตอนเกษียณอายุ ทำให้ไม่คิดจะลาออกจากบริษัทค่ะ”

นางสาว.จรรยา ชัยวิเศษ

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการขาย



การส่งเสริม ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย

บริษัทฯ มีความตระหนัก และห่วงใยในชีวิต ทรัพย์สิน และสุขภาพของพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคน จึงกำหนดนโยบาย และกิจกรรม การดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความปลอดภัยในการทำงาน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา และพนักงานทุกคน ต้องให้ความร่วมมือปรับปรุง และพัฒนาควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การขายและการบริการ อย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายด้านความปลอดภัย

1. อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานต้องเป็นศูนย์
2. อัตราการเกิดอัคคีภัยทุกพื้นที่ต้องเป็นศูนย์

แผนการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

- ▶ ตรวจสอบสุขภาพพนักงานประจำปี เพื่อเฝ้าระวังโรคเรื้อรัง และค้นหาสาเหตุของความเจ็บป่วย
- ▶ ตรวจสอบความปลอดภัยในพื้นที่ เพื่อเฝ้าระวังและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน
- ▶ ดำเนินการซ้อมหนีภัยประจำปี เพื่อเตรียมความพร้อมกรณีเกิดเหตุอัคคีภัย
- ▶ จัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
- ▶ จัดอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้กับพนักงาน และหัวหน้างาน
- ▶ จัดอบรมความปลอดภัยในการใช้สารเคมีอันตรายและซ้อมแผนฉุกเฉินสารเคมีรั่วไหล

ตารางแสดงสถิติการประสบอันตรายจากการปฏิบัติงานปี 2561 - 2563

สถิติการประสบอันตรายจากการปฏิบัติงาน	ปี 2561 (ราย)	ปี 2562 (ราย)	ปี 2563 (ราย)
อุบัติเหตุ(ราย)	18	16	16
หยุดงาน(ราย)	3	7	4
ไม่ต้องหยุดงาน(ราย)	15	9	12
เสียชีวิต(ราย)	0	0	0
อัตราการเกิดอัคคีภัย	0	0	0

หมายเหตุ : * ข้อมูลสถิติประสบอันตรายจากการปฏิบัติงานจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

**ไม่รวมอุบัติเหตุทางรถยนต์

สำหรับในรอบปีพ.ศ.2563 ที่ผ่านมา บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีอุบัติเหตุจากการทำงานเกิดขึ้น จำนวน 16 ราย แบ่งเป็นหยุดงาน จำนวน 4 ราย และไม่หยุดงาน จำนวน 12 ราย

อุบัติเหตุที่เกิดจากสภาพแวดล้อมไม่ปลอดภัย เป็นจำนวน 5 ราย

เช่น อุปกรณ์ชำรุด แตกหัก, เครื่องมือเป็นโลหะที่มีคมบาดมือ และพื้นที่การปฏิบัติงานเปียกชื้นทำให้ลื่นล้ม

แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

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

อุบัติเหตุที่เกิดจากการกระทำไม่ปลอดภัย เป็นจำนวน 11 ราย

เช่น ไม่สวมใส่อุปกรณ์ป้องกันในการทำงาน, ไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนการทำงานด้านความปลอดภัย

แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

- ▶ อบรมพนักงานเพื่อทวนสอบจุดอันตราย และจัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
- ▶ ควบคุมดูแล ทบทวน เน้นย้ำและทำความเข้าใจถึงมาตรฐานขั้นตอนการทำงานที่ต้องใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE) อย่างสม่ำเสมอ



ภาพแสดงการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟของอาคารสำนักงานศรีนครินทร์



ภาพแสดงการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟของโรงงานผลิตจก.พี.एम.ฟู๊ด



ภาพแสดงการ ฝึกอบรมดับเพลิงขั้นต้นของคลังสินค้าร่มเกล้า

ส่งมอบคุณค่าให้พนักงานเติบโตมั่นคง

การสร้างพลเมืองผู้มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม (Active Citizen)

ในปีพ.ศ.2563 โครงการคนจริงไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ที่มีเป้าหมายเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกพนักงานในการเป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม (Active Citizen) ที่ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง โดยให้พนักงานเป็นผู้นำเสนอโครงการต่างๆ ที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานและสังคม โดยกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ได้สนับสนุนโครงการในรูปแบบของเงินทุน คำแนะนำ การเชื่อมต่อแหล่งความรู้ เพื่อให้พนักงานได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ลงมือพัฒนาโครงการด้วยการผสานความรู้ความร่วมมือนำมาซึ่งความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

ตลอดปี 2563 มีพนักงานสมัครเป็นผู้ขับเคลื่อนโครงการรวม 98 คน มีการพัฒนาโครงการ รวม 6 โครงการ สร้างความร่วมมือกับองค์กรภายนอก 2 โครงการคือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) และ บริษัท วินเนอร์ อิงลิช จำกัด โดยสรุปดังนี้

โครงการ / เป้าหมาย	การสร้างความร่วมมือ	ประโยชน์ที่ได้รับ
1. โครงการ Hotel English Program การส่งเสริมความรู้ด้านภาษาอังกฤษให้พนักงานสายธุรกิจโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์	▶ พนักงาน ร่วมเป็นผู้พัฒนาเนื้อหาและร่วมทดสอบการใช้งานทั้งในแง่ระบบการเรียน และเนื้อหาหลักสูตรโดยทำงานร่วมกับ ▶ บริษัท Winner English ที่พัฒนาแอปพลิเคชันเรียนภาษาอังกฤษให้กับโครงการนี้เพื่อเป็นต้นแบบหลักสูตรการเรียนภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจโรงแรม	พนักงานมีเครื่องมือเสริมสร้างศักยภาพด้านทักษะภาษาอังกฤษด้วยหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นจากประสบการณ์ใช้งานจริงและเกิดประโยชน์กับการทำงานจริง
2. โครงการคนจริง หัวใจสวยช่วยได้ การพัฒนากลไกเชื่อมต่อโครงการเพื่อสังคมกับพนักงาน เพื่อค้นหาผู้ร่วมทีมทำงานและโครงการที่พนักงานสนใจจะเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาสังคมในด้านต่าง ๆ	▶ พนักงาน ร่วมสร้างทีมทำงานจากผู้มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีในสายธุรกิจอื่น ๆ จากกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ เพื่อวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน	ได้มีแพลตฟอร์มที่สนับสนุนงานภาคสังคม และสนับสนุนพนักงานในการทำงานจิตอาสาเพื่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม

โครงการ / เป้าหมาย	การสร้างความร่วมมือ	ประโยชน์ที่ได้รับ
3. โครงการชีวิตติดผัก Live with Veggie's Life โครงการร่วมกับ สสส. ส่งเสริมให้พนักงานดูแลสุขภาพ ด้วยการรับประทาน ผัก ผลไม้ และออกกำลังกายควบคู่กันเพื่อให้เกิดสุขภาพที่ดี โดยมีการดำเนินการ 3 ด้าน		
3.1 ส่งเสริมการทานผักและผลไม้วันละ 400 กรัม ต่อวัน	▶ จัดกิจกรรมประกวดเมนูอาหาร “ผักดีเมนูเด็ด” กระตุ้นให้พนักงานเพิ่มผักผลไม้ในมื้ออาหาร และส่งภาพเข้าร่วมประกวด	▶ พนักงานมีสุขภาพที่แข็งแรง เกิดการเรียนรู้และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตประจำวันและลงมือปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่อง
3.2 ส่งเสริมการออกกำลังกาย	▶ จัดกิจกรรม “ฟิต พิชิต 6,000 แคล” เชิญชวนพนักงานออกกำลังกายสะสมการใช้พลังงานให้ได้ 6,000 แคลลอรี่ในระยะเวลา 2 เดือน	▶ พนักงานมีสุขภาพที่แข็งแรง เกิดการเรียนรู้และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตประจำวันและลงมือปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่อง
3.3 เสริมความรู้เรื่องอาหาร	▶ การสื่อสารให้ความรู้เรื่องอาหารและการดูแลสุขภาพผ่านสื่อต่าง ๆ ภายในอย่างต่อเนื่อง ▶ จัดกิจกรรมเชิญชวนวิทยากรจาก สสส. มาให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพ	▶ พนักงานมีสุขภาพที่แข็งแรง เกิดการเรียนรู้และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตประจำวันและลงมือปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่อง
4. โครงการแยกขยะ สร้างความตระหนักเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาขยะพลาสติก	▶ เชิญชวนพนักงานแยกขยะทั้งในที่ทำงานและที่บ้าน ▶ สร้างความร่วมมือกับบริษัทพรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด และร้านปันกัน โดยมูลนิธิยุวพัฒน์ ในการขนส่งขยะที่คัดแยกแล้วไปให้หน่วยงานรีไซเคิล ▶ เชื่อมต่อกับหน่วยงานภายนอกคือโครงการ Green Road นำขยะไปแปรรูปเป็นอิฐบล็อกปูถนน และบริษัท N 15 เทคโนโลยีจำกัด ในการส่งขยะไปรีไซเคิลไปเป็นพลังงานทดแทนเชื้อเพลิงถ่านหิน	▶ พนักงานมีความตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะปัญหาขยะ เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมและลงมือปฏิบัติแยกขยะทั้งในที่ทำงาน ขยายผลสู่ที่บ้าน

โครงการ / เป้าหมาย	การสร้างความร่วมมือ	ประโยชน์ที่ได้รับ
5. โครงการอุปถัมภ์ การช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 โดยการตั้งตู้กับข้าวเคลื่อนที่ และนำสิ่งของไปใส่ในตู้ เพื่อช่วยเหลือผู้ที่ขาดรายได้ ให้สามารถใช้ชีวิตได้ในสถานการณ์โควิด	▶ สื่อสารเชิญชวนพนักงานให้นำสิ่งของมาบริจาค ใส่ในตู้ ▶ เชิญชวนให้คนในชุมชนร่วมดูแลรักษาและเป็นผู้ให้	▶ พนักงานได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการช่วยเหลือสังคมในรูปแบบที่ทำได้ง่าย ▶ ชุมชนที่มีตู้ปันกันได้รับความช่วยเหลือและกลายเป็นผู้ให้ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
6. โครงการสวนปันสุข พนักงานเจ้าของโครงการมีการแบ่งปันพื้นที่ดินส่วนตัวที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ ในการแปลงเป็นพื้นที่ปลูกผักสวนครัวเพื่อแบ่งปันให้กับคนในชุมชน	▶ เชิญชวนพนักงานสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ผักสวนครัวให้กับพื้นที่สวนปันสุข เพื่อสร้างความยั่งยืนให้คนในชุมชน	▶ พนักงานได้มีส่วนร่วมแบ่งปันเมล็ดพันธุ์ แก่ชุมชนเพื่อนำมาปลูกและเก็บมาประกอบอาหารโดยเป็นผักปลอดสารพิษ ลดค่าใช้จ่ายค่าอาหาร ▶ ชุมชนได้มีส่วนร่วม ช่วยกันดูแลผักสวนครัว และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชนด้วยกัน



ส่งมอบคุณค่า... ให้สังคมเติบโตอย่างมั่นคง (สังคมภายนอก)



ส่งมอบคุณค่า...ให้สังคมเติบโตอย่างมั่นคง (สังคมภายนอก)

กิจกรรมส่งเสริมชุมชนและสังคมให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคงนั้น นับเป็นความภาคภูมิใจของพนักงานทุกคนในกลุ่มบริษัท พรีเมียร์ ซึ่งรวมทั้งพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ที่ได้มีโอกาสร่วมกันแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในส่วนที่ได้ลงมือปฏิบัติกันเองในหมู่พนักงานของสายธุรกิจ ผ่านโครงการต่าง ๆ ร่วมกับชุมชน เพื่อสนับสนุน ต่อยอดให้ชุมชนและสังคมโดยรวม ตลอดจนการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านการพัฒนาความยั่งยืนทางสังคมของมูลนิธิของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ที่ให้การสนับสนุนครอบคลุมทั้งด้านการศึกษา ด้านความเป็นอยู่ของสังคม และด้านสิ่งแวดล้อมที่กิจการมีส่วนเกี่ยวข้อง ดังรายละเอียดที่จะนำเสนอในรายงานประจำปีฉบับนี้



การสร้างสังคมแบ่งปันชุมชน : โครงการ “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง”

บริษัท พี.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด (PMF) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้นำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ของบริษัทในแต่ละปี โดยพิจารณาโครงการต่าง ๆ จากการวิเคราะห์ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อมาจัดทำโครงการตามแนวทาง CSR - DIW Continuous ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม จากการที่ได้ประชุมสานเสวนากับชุมชนสรุปความต้องการได้รับการสนับสนุนของโรงเรียนคือการสนับสนุนด้านคอมพิวเตอร์ สมาร์ททีวีติดตามห้องเรียน การเดินสายอินเทอร์เน็ตไปเชื่อมต่อกับสมาร์ททีวี เพื่อความต่อเนื่องในการเรียนของนักเรียนผ่านสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ และอุปกรณ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง บริษัทจึงทำโครงการคอมพิวเตอร์เพื่อน้อง โดยโครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อให้คณะครู นักเรียน ได้เข้าถึง สื่อการเรียนการสอน ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ และสื่อการเรียนการสอนทางอินเทอร์เน็ต ส่งเสริมความรู้ นอกเหนือจากตำราเรียน
2. เพื่อให้คณะครู นักเรียน สามารถเข้าถึงสื่อการเรียนการสอนได้ในหลายช่องทาง

แนวทางดำเนินการและผลลัพธ์

- ▶ พิจารณาคัดเลือกโรงเรียนในชุมชนที่พนักงานของบริษัทอาศัยอยู่ ปีละ 2 โรงเรียน โดยให้พนักงานนำเสนอโรงเรียนเข้ามา และมีคณะกรรมการที่เป็นตัวแทนพนักงานร่วมสำรวจโรงเรียนและทำการคัดเลือก
- ▶ จัดสรรงบประมาณ โรงเรียนละ 100,000 บาท รวมปีละ 200,000 บาท

โดยในปี 2563 ได้จัดทำโครงการคอมพิวเตอร์เพื่อน้อง 1 โรงเรียน ได้แก่โรงเรียนบ้านแก่งดินสอ ซึ่งนอกจากการสานเสวนากับคณะกรรมการศึกษาของโรงเรียนเพื่อพิจารณาความต้องการของโรงเรียนแล้ว ยังได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงานทั้ง อบต. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน / Supplier / พนักงาน และได้ทำการส่งมอบสมาร์ทีวีจำนวน 9 เครื่องครบทุกชั้นเรียน และเดินสายอินเทอร์เน็ตครอบคลุมทุกจุดที่ใช้งาน



การสร้างสังคมแบ่งปันชุมชน : โครงการ “ทาโร Save หมอ Save พยาบาล = Save เรา”

ในปีพ.ศ.2563 จากการที่ประเทศไทยประสบปัญหาเกี่ยวกับโรค COVID - 19 จังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่บริษัท พี.เอ็ม. ฟูด จำกัด ตั้งอยู่ มีผู้ติดเชื้อหลายราย บริษัทเห็นความสำคัญในเรื่องดังกล่าวจึงดำเนินโครงการ “ทาโร Save หมอ Save พยาบาล = Save เรา” โดยได้ร่วมกับบริษัท พรีเมียร์ โพรดัคส์ จำกัด(มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มพรีเมียร์ ผลิตห้องความดันลบ (Negative pressure room) จำนวน 2 ห้อง ใช้ในการรักษาผู้ป่วยติดเชื้อ เพื่อมอบให้กับโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ซึ่งระบบควบคุมความดันของห้องความดันลบ หรือมีแรงดันต่ำกว่าภายนอกห้อง เพื่อไม่ให้อากาศภายในห้อง ที่อาจจะมีเชื้อโรคปนเปื้อนไหลออกมาสู่ภายนอก ป้องกันไม่ให้เชื้อโรคที่อยู่ในห้องไม่ให้แพร่กระจายออกไปสู่ภายนอก เครื่องดูดอากาศเสียให้เป็นอากาศดีคือ ระบบมอเตอร์จะดูดอากาศที่อาจมีเชื้อโรคเจือปนผ่านเครื่องกรองอากาศฆ่าเชื้อโรคที่มีประสิทธิภาพสูงในการกรองอนุภาคขนาดเล็ก เพื่อกกรองเชื้อไวรัสและปล่อยออกมาเป็นอากาศดีสู่ภายนอกอาคาร จากประสิทธิภาพการควบคุมการไหลเวียนของอากาศ จึงสามารถจำกัดบริเวณการเคลื่อนของเชื้อโรคให้อยู่ในบริเวณที่ควบคุมเท่านั้นจึงทำให้จุดต่างๆ ของโรงพยาบาลมีความปลอดภัย เพราะสามารถ “กักกันเชื้อโรค”ในบริเวณจำกัด โดยโครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อป้องกันการติดเชื้อของบุคลากรทางการแพทย์ช่วงไวรัสโควิด 19 ระบาด
2. เพื่อให้โรงพยาบาลมีอุปกรณ์การแพทย์ไว้ช่วยรักษาผู้ป่วยระบบทางเดินหายใจ

แนวทางดำเนินการและผลลัพธ์

ประสานงานกับบริษัทพรีเมียร์ โพรดัคส์ จำกัด(มหาชน) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการสร้างห้องความดันลบ และประสานความต้องการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ซึ่งต้องการห้องความดันลบจำนวน 4 ห้อง บริษัทได้ร่วมสนับสนุนจำนวน 2 ห้อง ส่วนอีก 2 ห้อง ทางบริษัทพรีเมียร์ โพรดัคส์ จำกัด(มหาชน) เป็นผู้สนับสนุน โครงการดังกล่าวสามารถสร้างความมั่นใจให้บุคลากรทางการแพทย์และผู้ป่วยให้มีความปลอดภัยต่อการแพร่กระจายของเชื้อโรค COVID - 19 ได้เป็นอย่างดีตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร



ภาพกิจกรรมในโครงการ ทาโร SAVE หมอและพยาบาล ที่ SW.เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

การสร้างสังคมแบ่งปันชุมชน : โครงการ “ปลูกผักอินทรีย์ เพื่อรับประทานในครัวเรือนและลดรายจ่าย”

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้นำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านโครงการตามแนวทาง CSR - DIW Continuous ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม จึงได้มีการสำรวจชุมชนและประเมินผู้มีส่วนได้เสีย สานเสวนาร่วมกับชุมชน เพื่อจัดทำโครงการที่เป็นมิตรกับ สังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยนำโครงการทำปุ๋ยอินทรีย์จากปลาทุ่นำ (ปุ๋ยน้ำ) ไปให้ความรู้และสอนวิธีการทำพร้อมทั้งสาธิตวิธีการใช้ปุ๋ยอินทรีย์และนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติต่อยอดที่บ้าน และชุมชน ที่อยู่อาศัย เพื่อลดรายจ่ายและเพิ่มรายได้เพื่อเกิดความยั่งยืนต่อไป

แนวทางดำเนินการและผลลัพธ์

1. จัดอบรมให้ความรู้และสอนวิธีการทำปุ๋ยอินทรีย์จากปลาทุ่นำให้ชุมชนแพลตฟอร์มบางบ่อจำนวน 12 ครัวเรือน
2. คนในชุมชนนำปุ๋ยอินทรีย์ที่ผลิตได้จากปลาทุ่นำไปใช้ทดแทนปุ๋ยเคมีในการเกษตรระดับครัวเรือนและนำไปใช้ในการเกษตร พร้อมกับนำผลผลิตที่ได้มาจำหน่ายประกอบอาหารเพื่อลดค่าครองชีพได้ไม่ต่ำกว่า 300 บาทต่อครัวเรือนต่อเดือน



ภาพกิจกรรมในโครงการปลูกผักอินทรีย์ร่วมกับชุมชน

การสร้างสังคมแบ่งปันชุมชน : โครงการ “ส่งมอบอย่างมีความรับผิดชอบ “ถนนสีขาว”

จากการดำเนินธุรกิจของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีภารกิจในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าไปยังจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ จึงได้พิจารณาถึงแนวทางการดำเนินงานที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท โดยกำหนดเป็นกลยุทธ์เป้าหมายและแผนงาน จากการวิเคราะห์ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการขายสินค้าในช่องทางหน่วยรถเงินสด เพื่อจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าไปยังร้านค้าปลีกทั่วประเทศ ดังนั้นการขนส่งสินค้าเป็นกระบวนการที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทได้ตระหนักและให้ความสำคัญในการใช้รถยนต์บนเส้นทางจราจรที่ร่วมกัน และเพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากการขับซึ่รถยนต์ของพนักงานบริษัท จึงกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยในการขับซึ่รถยนต์ ให้ผู้รับผิดชอบดำเนินการอย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างสังคมที่น่าอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อสร้างจิตสำนึกการขับซึ่รถยนต์อย่างปลอดภัยบนเส้นทางจราจรทั่วประเทศ
2. เพื่อให้เกิดความปลอดภัยและป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับชีวิตและทรัพย์สินของคนในสังคม

แนวทางการดำเนินโครงการ

- ▶ จัดให้มีการซ่อมบำรุงรถยนต์ตามแผนงานทุกเดือนและตรวจความพร้อมรถยนต์ก่อนออกปฏิบัติงาน
- ▶ จัดฝึกอบรมให้ความรู้และฝึกทักษะเรื่องการขับซึ่ปลอดภัยกับพนักงานขับรถ
- ▶ ตรวจสอบความเร็วในการขับร่นผ่านโปรแกรม GPS โดยหัวหน้างานทุกวัน
- ▶ จัดให้มีการตรวจสอบสารเสพติดในปัสสาวะตามแผนงานประจำปี
- ▶ จัดให้มีการตรวจวัดแอลกอฮอล์พนักงานขับรถทุกวันก่อนออกปฏิบัติงาน

ผลการดำเนินงาน

- ▶ อุบัติเหตุเกิดจากการขับซึ่ จำนวน 2 ครั้ง ฝ้ายผิด 2 ครั้ง
- ▶ พนักงานได้รับการฝึกอบรมหลักสูตร “การขับซึ่รถยนต์อย่างปลอดภัย” ครบ 100%
- ▶ ผลการตรวจวัดแอลกอฮอล์ ไม่พบพนักงานขับรถมีแอลกอฮอล์ก่อนออกปฏิบัติงาน
- ▶ ผลการตรวจสอบสารเสพติด ไม่พบพนักงานสารเสพติดในปัสสาวะพนักงาน



ส่งมอบคุณค่าให้สังคมเติบโตอย่างมั่นคง

การพัฒนา ความยั่งยืนทางสังคม

การพัฒนาสังคมภายนอกองค์กรถือเป็นการดำเนินงานที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย ถือเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้การพัฒนาทางเศรษฐกิจหรือธุรกิจเป็นไปได้อย่างล่าช้าหรือไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร สายธุรกิจภายในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์จึงได้มีการสนับสนุนและดำเนินงานร่วมกับสายงานพัฒนาความยั่งยืนทางสังคมมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคมในบริบทต่างๆ พร้อมทั้งร่วมกันยกระดับให้ผู้มีส่วนได้เสียในสังคมภายนอกองค์กร สามารถเติบโตควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน ผ่านการดำเนินงานร่วมกันภาคีจำนวนมาก โดยครอบคลุมถึงปัญหาต่างๆ ดังนี้

ปัญหาความเหลื่อมล้ำ ทั้งในด้านการศึกษา ด้านการส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานผู้พิการ ไปจนถึงการส่งเสริมให้เด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ผ่านการสนับสนุนและดำเนินงานร่วมกับภาคีที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละประเด็น เพื่อให้สามารถลดปัญหาความเหลื่อมล้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- ▶ ปัญหาเด็กขาดโภชนาการ เพื่อส่งเสริมให้เด็กที่อยู่ในโรงเรียนที่ห่างไกลได้มีโอกาสรับประทานอาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ
- ▶ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน ที่เป็นปัญหาที่สำคัญอีกปัญหาหนึ่งของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานร่วมกับภาคี เพื่อพัฒนาแผนงานและดำเนินงานทั้งในเชิงแก้ไขและในเชิงป้องกัน
- ▶ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ผ่านการดำเนินงานร่วมกับภาคีในหลากหลายภาคส่วน เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เป้าหมายได้ ทั้งในเชิงการฟื้นฟูและเชิงอนุรักษ์

ในปีพ.ศ.2563 บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินการร่วมกับสายงานพัฒนาความยั่งยืนทางสังคม ทั้งในรูปแบบของมูลนิธิและโครงการต่างๆ ดังนี้

- ▶ มูลนิธิยุวพัฒน์ และดำเนินโครงการภายใต้มูลนิธิยุวพัฒน์อีก 2 โครงการ ได้แก่
 - ร้านปันกัน โดยมีกิจกรรมการระดมทุน เพื่อการศึกษาให้กับเยาวชนที่ขาดโอกาสทางการศึกษา
 - โครงการ Food4Good โดยสร้างความร่วมมือกับธุรกิจร้านอาหาร สนับสนุนโภชนาการที่ดีให้กับเด็ก
- ▶ มูลนิธิเพื่อคนไทย โดยการสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาทางสังคม
- ▶ มูลนิธิเอ็นโหล โดยการสร้างการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ท้องถิ่น และชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ให้เกิดระบบนิเวศที่ยั่งยืนของทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง





“ มอบโอกาสทางการศึกษา พัฒนาเยาวชน สร้างการมีส่วนร่วมของสังคม ”

วิสัยทัศน์

เด็กไทยทุกคนควรได้รับโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ และการปลูกฝังที่ดี โดยเฉพาะเด็กขาดโอกาสควรได้รับความช่วยเหลือเป็นลำดับแรก โดยทุกคนในสังคมมีส่วนร่วมช่วยแก้ไข ปัญหาการศึกษาไทยได้ด้วยการช่วยเหลือตามกำลังและศักยภาพ ที่มีทั้งในรูปแบบทุนทรัพย์และทุนบุญบารมีนอกจากร่องทางการศึกษา แล้วมูลนิธิฯ ยังให้ความสำคัญในประเด็นทางสังคมอื่นๆ ไปพร้อมกับด้วยเพราะทุกปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมย่อมมีความ เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์ต่อกัน

พันธกิจ

- ช่วยเหลือเยาวชนขาดโอกาสได้เข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ
- ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาและอัตราการออกจากระบบ การศึกษา โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง โรงเรียนภาคการศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและการ เสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมในโรงเรียน
- สร้างการมีส่วนร่วมของคนในสังคม องค์กร/ภาคี ผ่านการ ระดมทุนและการทำงานอาสาสมัครอย่างเป็นระบบ
- ดำเนินงานโครงการที่เป็นกลไก (platform) การระดมทุน และความร่วมมือ เพื่อการขยายผลทางสังคม
- สนับสนุนการทำงานของภาคีที่ทำงานเพื่อสังคมในประเด็น ที่หลากหลาย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ภาพรวมในปี 2563

ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั่วโลก และในประเทศไทย ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม รวมไปถึง การเลื่อนการเปิดภาคเรียนปีการศึกษา 2563 ออกไป ประมาณหนึ่งเดือนครึ่ง จากปกติ 16 พฤษภาคม ไปเป็นวันที่ 1 กรกฎาคม 2563 และนักเรียนส่วนใหญ่ต้องปรับตัวกับการ เรียนออนไลน์ซึ่งยังตอกย้ำความเหลื่อมล้ำให้เห็นชัดขึ้น การ ดำเนินการในปี 2563 ของมูลนิธิฯ จึงมีการขยาย /ปรับเปลี่ยนไปตามช่วงเวลาเปิด-ปิดเทอมเช่นกัน แต่มูลนิธิฯ ยังคงมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ให้ได้มากที่สุด โดยในปี 2563 มีนักเรียนขาดโอกาสที่ได้รับ ความช่วยเหลือมากกว่า 38,000 คน อีกทั้งส่งเสริมให้มี กระบวนการพัฒนาคุณธรรมในโรงเรียนโดยมีโรงเรียนต่างๆ ที่ร่วมในเครือข่าย ดังนี้ โครงการทุนการศึกษา 2,100 โรงเรียน โครงการโรงเรียนคุณธรรม 410 โรงเรียน โครงการ ร้อยพลังการศึกษา 85 โรงเรียน รวมทั้งหมด (ไม่นับ โรงเรียนที่ทับซ้อนกัน) กว่า 2,400 โรงเรียน เพื่อเพิ่ม โอกาสเข้าถึงการศึกษา พัฒนาคุณภาพการศึกษาและพัฒนา ทักษะชีวิต

ในส่วนการกระตุ้นประคองนักเรียนที่ขาดที่พึ่ง มูลนิธิฯ ได้ ริเริ่มโครงการกับ 14 โรงเรียน จัดตั้งชุมชนนักเรียนทุน มูลนิธิฯ เพื่อเปิดพื้นที่ให้นักเรียนได้พัฒนาทักษะการดำเนิน ชีวิต รู้จักตนเอง เห็นคุณค่าในตนเอง การตั้งเป้าหมายในชีวิต ฯลฯ ในส่วนการสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน ได้ริเริ่มนำร่อง โครงการสร้างความร่วมมือระหว่างโรงเรียนและชุมชนเพื่อ บูรณาการการเรียนรู้สู่การพัฒนาทักษะอาชีพ (Community Engagement) ร่วมกับ 3 โรงเรียน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ของชุมชนในการพัฒนากิจกรรมอาชีพของเยาวชนในท้องถิ่น ร่วมกับโรงเรียน

นอกจากนี้มูลนิธิฯ ยังคงทำงานในส่วนของการสร้างการรับรู้ เกี่ยวกับการขาดโอกาสทางการศึกษาเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ในการช่วยเหลือเยาวชนขาดโอกาสทั้งในรูปแบบของการทำงาน อาสาสมัคร การสนับสนุนเงินทุนการศึกษา การบริจาคสิ่งของ ช่วยเหลือประชาสัมพันธ์มูลนิธิฯ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ต่างๆ





งานที่มูลนิธิฯ ดำเนินงานโดยตรง

ผลการดำเนินงานของมูลนิธิฯ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้



1.งานเพื่อการศึกษา



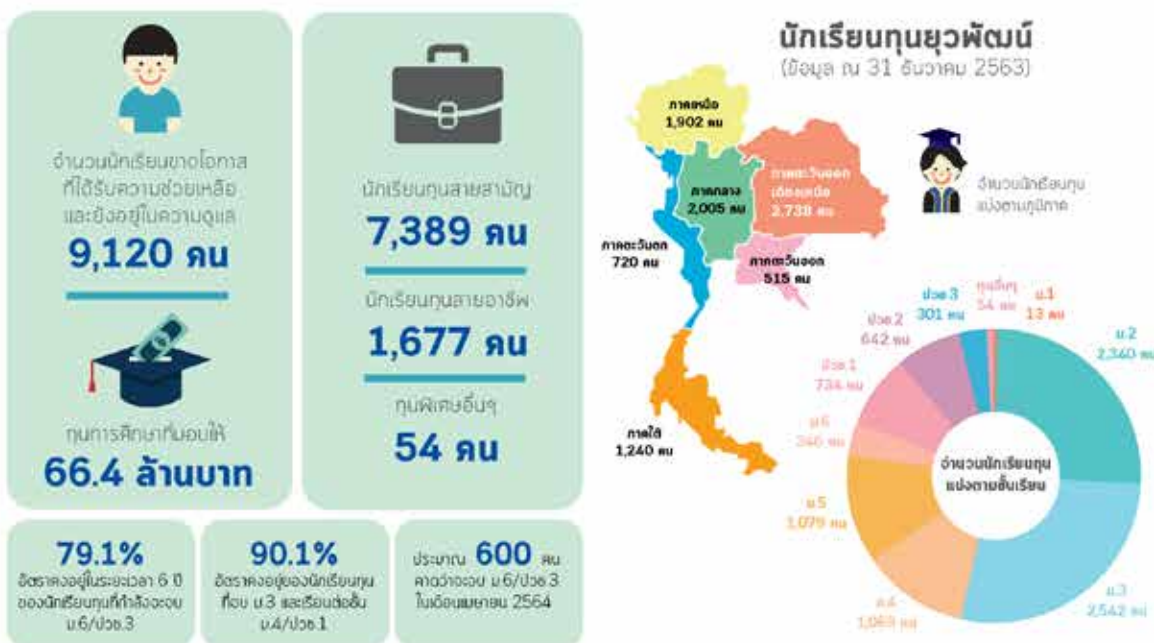
ทุนการศึกษา “ส่งน้องเรียน สร้างเด็กดี”

ช่วยเหลือเด็กขาดโอกาสเป็นรายบุคคลด้วยการมอบทุนการศึกษา ระดับชั้น ม.1 – ม.6 หรือ ปวช. 3

การดูแลระดับประครองนักเรียนทุน

การติดตามดูแลนักเรียนทุนเพื่อให้ยังคงอยู่ในระบบการศึกษานอกรอบ ออกกลางคืน ผ่านการติดตามและประคองด้วยการพูดคุยทางโทรศัพท์ การเยี่ยมติดตาม การเขียนจดหมายและผ่านสื่อออนไลน์ โดยเจ้าหน้าที่มูลนิธิฯ และอาสาสมัครรวมถึงการจัดส่งวัสดุพัฒนาสาร สื่อส่งพิมพ์เพื่อเสริมสร้างความรู้/ทักษะ และสาระต่างๆจากบทความที่เป็นประโยชน์ให้กับนักเรียนทุนปีละ 4 ฉบับ

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น



โอกาสทางการศึกษาที่ได้รับ เปลี่ยนแปลงชีวิต

จากจุดเริ่มต้นที่ได้รับโอกาสทางการศึกษาในวันนี้เด็กขาดโอกาสหลายคนมีชีวิตที่เปลี่ยนแปลง ได้มีโอกาสเรียนจบการศึกษาขึ้นพื้นฐานและต่อยอดชีวิตของตนเองไปสู่การเรียนในระดับที่สูงขึ้น หลายคนได้ทำตามความฝันประกอบอาชีพที่สุจริต มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถเลี้ยงดูครอบครัวและช่วยเหลือสังคมในบางโอกาส

มูลนิธิฯ ได้สำรวจกลุ่มอดีตนักเรียนทุนที่สิ้นสุดการรับทุนไปแล้วนานกว่า 1 ปี เมื่อเดือนตุลาคม 2563 มีจำนวนผู้ตอบกลับและยินยอมให้เปิดเผยข้อมูล 942 คน โดยมีอายุ 25 ปี และน้อยกว่า จำนวน 628 คน อายุ 26-30 ปี จำนวน 175 คน และอายุ 30 ปีขึ้นไปจำนวน 139 คน พบว่า

3 ลำดับ กิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



80%

ปฏิบัติตามระเบียบสังคม
/ ข้อสัตย์ / มีน้ำใจ /
ไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน



78%

ร่วมกิจกรรม
สาธารณประโยชน์ทั่วไป



43%

จัดหา/บริจาค
ทุนทรัพย์หรือสิ่งของ

10 ลำดับ อาชีพของอดีตนักเรียนทุนผู้พัฒนา (คำนวณจากกลุ่มที่ทำงานประจำ จำนวน 515)



อื่นๆ 13%



2.งานเพื่อการพัฒนาเยาวชน



โครงการ “ร้อยพลังการศึกษา”

มูลนิธิยุวพัฒน์ ร่วมเป็นภาคีในเครือข่ายร้อยพลังการศึกษา และทำงานร่วมกับโรงเรียนในเครือข่ายเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาของโรงเรียนที่ขาดโอกาสผ่านเครื่องมือเพื่อพัฒนาเยาวชนใน 3 ด้านหลัก ดังนี้ ด้านการเข้าถึงการศึกษา ด้านคุณภาพการศึกษา และด้านการเสริมสร้างทักษะชีวิต

โครงการ “พัฒนาโรงเรียนคุณธรรม”

โดยสถาบันพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม-เสริมสร้างจริยธรรม คุณธรรมให้เกิดขึ้นในโรงเรียนผ่านโครงการคุณธรรมในการเรียนรู้และปฏิบัติจริง



ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

มีโรงเรียนในเครือข่ายร้อยพลังฯ ทั้งหมด 85 โรงเรียนใน 30 จังหวัด และมีจำนวนนักเรียนที่ได้รับประโยชน์โดยตรงรวม 38,280 คน โดยในปี 2563 ได้มีการชะลอการขยายเครื่องมือเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 รวมทั้งความพร้อมของโรงเรียนในด้านต่างๆ ทั้งนี้โรงเรียนในเครือข่ายฯ ส่วนใหญ่จะมีเครื่องมืออย่างน้อยจำนวน 3 เครื่องมือ



ร้อยพลัง
“การศึกษา”

จำนวนโรงเรียนที่ใช้เครื่องมือต่างๆ ของโครงการ ร้อยพลังการศึกษา

พัฒนาเยาวชน 3 ด้าน	เครื่องมือ	จำนวนโรงเรียน	นักเรียนได้รับประโยชน์
เข้าถึงการศึกษา	ทุนการศึกษา โดย มูลนิธิยุวพัฒน์	82 โรงเรียน	3,530 คน
คุณภาพการศึกษา	ห้องเรียนดิจิทัล คณิต/วิทยาศาสตร์ ระบบ Learn Education	43 โรงเรียน	12,907 คน
	ห้องเรียนดิจิทัล อังกฤษ ระบบ Winner English	33 โรงเรียน	11,830 คน
	ครูผู้นำการเปลี่ยนแปลง Teach for Thailand สอนวิชาคณิต วิทยาศาสตร์ อังกฤษ	33 โรงเรียน	7,614 คน
ทักษะชีวิต	ครูแนะแนวรุ่นใหม่ หลักสูตร a-chieve	29 โรงเรียน	6,588 คน
	ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม ในโรงเรียน โดย สถาบันพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม	59 โรงเรียน	38,280 คน

ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

3.งานการสร้างการมีส่วนร่วม



งานอาสาสมัคร

เพื่อเปิดโอกาสให้คนในสังคมได้มีส่วนร่วมช่วยเหลือเด็กขาดโอกาส โดยการร่วมเป็นอาสาสมัครดูแลนักเรียนทุนได้แก่ พี่เลี้ยงอาสา (ดูแลนักเรียนทุนผ่านการพูดคุยทางโทรศัพท์และเฟซบุ๊กกลุ่มปิดนักเรียนทุน) Pen Pal day อาสาผู้ให้กำลังใจตอบจดหมายน้อง และ Student Volunteer นักเรียน นักศึกษาอาสาช่วยเหลือดูแลติดตามนักเรียนทุน

สร้างความร่วมมือ

ความช่วยเหลือทั้งทางด้านการทรัพยากรและทุนมนุษย์จากการมีส่วนร่วมของคอบในสังคมและองค์กรต่างๆ อาทิ ร่วมบริจาคผ่านแคมเปญระดมทุน/สนับสนุนทุนการศึกษา ช่วยเหลือประชาสัมพันธ์มูลนิธิ บริษัทสังขของ ฯลฯ

งานที่เป็น Platform เพื่อการระดมทุนและการขยายผลลัพธ์ทางสังคม

สนับสนุนกลไกสร้างการมีส่วนร่วมในรูปแบบการระดมทุนได้แก่ "โครงการร้านปันกัน" และ "โครงการฟู้ดฟอร์กู๊ด"

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

ร่วมบริจาคประกอบให้คำแนะนำ/
ให้กำลังใจนักเรียนทุนโดยตรง **2,328** คน
ผ่านเฟซบุ๊กกลุ่มปิดนักเรียนทุนยุวพัฒน์
ที่มีสมาชิก**มากกว่า 5,400** คน



จำนวนอาสาสมัคร
103 คน



ระดมทุนการศึกษาได้
66.2 ล้านบาท
โดยแบ่งเป็น



จากองค์กร
และบุคคลทั่วไป
14.7 ล้านบาท



จากร้านปันกัน
51.5 ล้านบาท



สนับสนุนภาคีเพื่อสังคมด้านต่างๆ

งานเพื่อการขยายผลร่วมกับภาคี ในแต่ละปีมูลนิธิฯ ร่วมกับองค์กร/ภาคีทั้งขนาดเล็กและใหญ่ที่ทำงานเพื่อสังคมในประเด็นที่หลากหลาย รวมถึงสร้างความร่วมมือของคนในสังคมเพื่อขับเคลื่อน และสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่มีผลกระทบในวงกว้าง



ประเด็นปัญหาได้รับความช่วยเหลือจากการทำงานของภาคีเพื่อสังคม ได้แก่

ช่วยเหลือเด็กและเยาวชนขาดโอกาส

มูลนิธิอานันทมหิดล ราช	มูลนิธิยุวรักษ์
มูลนิธิราชภัฏเพื่อการพัฒนา	ศส. พรีม โกลบอล
โครงการพัฒนาเด็กปฐมวัย Integrated Child Center Active Learning Project (ICAP)	โครงการโรงเรียนวันเสาร์ (Saturday School)

การสร้างจิตสำนึกของการมีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม (Active Citizen)

มูลนิธิเพื่อแผ่นดิน	กองทุนรวมเพื่อสังคม
กองทุนเพื่อความเสมอภาค	มูลนิธิอานันท
Socialgiver	

ช่วยเหลือฟื้นฟูสภาพกายและใจ

มูลนิธิศุภนิยาม สหประชาชาติ	รพ.วิชัย วัฒนา
-----------------------------	----------------



สนับสนุนโครงการระดมทุน ของภาคีต่างๆ ดังนี้



เพื่อช่วยเหลือสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัส COVID-19

ร่วมกับ **Socialgiver** ในโครงการ CoLIFE และ โครงการ COVID RELIEF เพื่อช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาด สามารถระดมทุนได้ 4,169,623 บาท โดยได้ช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบไปแล้ว 2,140 ครอบครัวหรือ 8,560 คน และได้ช่วยเหลือเรื่องอาหาร 64,200 มื้อ และโครงการ COVID-19 FUND for Thailand เพื่อช่วยเหลือบุคลากรทางการแพทย์และเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานสามารถระดมทุนได้ 4,072,045 บาท โดยนำเงินมาจัดหาและบริจาคอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคลให้กับบุคลากรทางการแพทย์ อาทิ ชุด PPE หน้ากาก KN95 ชุดกันน้ำ ฯลฯ มอบให้กับโรงพยาบาลชนบทแล้วกว่า 200 แห่งทั่วประเทศ

ร่วมกับ **กลุ่มบริษัทพรีเมียร์** ภาคีเครือข่าย และ **เทใจดอกคอม** ในโครงการ Negative Pressure Chamber ด้วยความสนับสนุน เพื่อบริจาคให้กับโรงพยาบาลทั่วประเทศ สามารถระดมทุนได้ 275,339 บาท มอบให้กับโรงพยาบาลได้ 100 แห่ง



เพื่อช่วยเหลือสถานการณ์ฝุ่น PM 2.5

ร่วมกับ **มูลนิธิเพื่อคนไทย** ภาคีเครือข่าย และ **เทใจดอกคอม** ในโครงการรู้ทันฝุ่น ระดมทุนเพื่อจัดซื้อเครื่องวัดค่าฝุ่น PM 2.5 มอบให้กับศูนย์เด็กเล็ก โรงเรียน และ โรงพยาบาลชุมชนทั่วประเทศ สามารถระดมทุนได้ 396,500 บาท โดยได้นำไปจัดซื้อและส่งมอบเครื่องวัดค่าฝุ่นแล้วจำนวน 150 เครื่อง





สังคมแห่งการแบ่งปัน สร้างการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน

วิสัยทัศน์

ปันกัน เชื่อว่า “สังคมจะดีขึ้นได้ หากเราแบ่งปัน” จึงมุ่งหวังที่จะสร้างการมีส่วนร่วมผ่านการปันในรูปแบบต่างๆ อาทิ ปันสิ่งของ ปันเงิน ปันเวลา ปันความสามารถ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีในสังคมไทย โดยมีร้านปันกันเป็นกลไกตัวกลาง (platform) ในการสร้างการมีส่วนร่วมที่ยั่งยืน

พันธกิจ

- ขยายเครือข่ายสังคมปันกัน สร้างการมีส่วนร่วมเพิ่มจำนวน นักปันทั้งบุคคลทั่วไปและองค์กร
- ระดมทุนการศึกษาแก่เด็กขาดโอกาส
- ดำเนินโครงการในรูปแบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เปิดรับบริจาคสิ่งของสภาพดี เพื่อนำมาเป็นสินค้าแบ่งปันในร้าน และเปลี่ยนเป็นทุนการศึกษาให้กับเด็กๆ ที่ขาดโอกาส ด้วยการดำเนินงานที่เป็นระบบและโปร่งใส
- เป็นต้นแบบของการระดมทุนที่ยั่งยืนให้กับองค์กรหรือมูลนิธิอื่นๆ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



เป้าหมายของปีกัน



สร้างการมีส่วนร่วม

สร้างการรับรู้และสร้างความร่วมมือจากองค์กร/ภาคี และคนในสังคมด้วยการการ “แบ่งปัน” ผ่านหน้าร้าน คลังสินค้าแบ่งปัน กิจกรรมปันกัน และสื่อออนไลน์ เพื่อขยายสังคมแห่งการแบ่งปันออกไปในวงกว้าง



สร้างโอกาสทางการศึกษา

ระดับทุนการศึกษาเพื่อมอบให้กับเด็กขาดโอกาส ในมูลนิธิยุวพัฒน์ เพื่อเด็กๆ ได้มีโอกาสเรียนหนังสือต่อ ไม่หลุดออกจากระบบการศึกษาและได้รับการดูแล ติดตาม ประคับประคอง จนจบชั้น ม. 6 หรือ ปวช. 3

ภาพรวมในปี 2563

การแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 และการรับมือ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจและภาคสังคม รวมถึงร้านปันกันเองก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน ร้านปันกันได้เตรียมรับมือกับสถานการณ์โดยการเพิ่มมาตรการและแนวทางปฏิบัติในการเข้าใช้บริการภายในร้าน การบริจาคสิ่งของรวมถึงการดูแลสถานที่ร้านสาขาและคลังสินค้าแบ่งปันให้เข้มงวดตามมาตรการที่ภาครัฐได้กำหนดไว้อย่างเคร่งครัดเพื่อความปลอดภัยของพนักงานและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานรวมทั้งการปรับเปลี่ยนการทำงานเพื่อรองรับสถานการณ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว อาทิ งดการพบปะสังสรรค์ การเพิ่มปริมาณการจัดจำหน่ายสินค้าแบ่งปันในช่องทางออนไลน์ การปรับเพิ่มปริมาณและควบคุมค่าใช้จ่าย ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อให้ปันกันยังคงสามารถสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างโอกาสทางการศึกษาได้ต่อไป



ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

ด้วยการสนับสนุนจากคนในสังคมและองค์กรต่างๆ ทำให้ปณิกสามารถสร้างการมีส่วนร่วมและระดมทุนการศึกษาได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีผลลัพธ์ในปี 2563 ดังนี้

01

สร้างการมีส่วนร่วม

บุคคลทั่วไปและองค์กรร่วมแบ่งปัน

มากกว่า
340,000 ราย

- > ผู้บริจาคสิ่งของ
- > ผู้บริจาคเงินรับสินค้าแบ่งปัน
- > ผู้ร่วมกิจกรรมและอาสาสมัคร

218 องค์กร
ร่วมสนับสนุนปันกัน



02

สร้างโอกาสทางการศึกษา

ระดมทุนการศึกษาเพื่อเด็กขาดโอกาส

7,352 คน
คิดเป็นจำนวนเงิน
51.5 ล้านบาท

(ทุนการศึกษา รายละ 7,000 บาท/ปี และค่าอาหาร 14,000 บาท/คน/ปี)



03

พื้นที่การปัน

15 สาขา
1 คลัง
สินค้าแบ่งปัน
ร้านปันกัน
โดย มูลนิธิยุวพัฒน์

1
แฟรนไชส์
โคราชปันกัน
โดย มูลนิธิ
ชุมชนโคราช

244
จุดตั้งกล่อง
รับปัน
ออมกระแสพื้นที่
ตั้งกล่องรับปัน
จากองค์กร
ภาคต่างๆ
(ถึงจุด ณ วันที่ 30 ธ.ค. 63)



04

ผลลัพธ์ทางสังคมอื่นๆ

มากกว่า
1.6 ล้านชิ้น
สิ่งของบริจาค
ที่นำกลับมา
หมุนเวียนใช้ใหม่
ช่วยเหลือ
สิ่งแวดล้อม

แบ่งเบา
ภาระค่า
ครองชีพ
จากสินค้าแบ่งปัน
ราคาถูกกว่า

สร้างงาน
สร้างอาชีพ
พนักงาน
ประจำสาขา
/เจ้าหน้าที
คลังสินค้า



FOOD GOOD

ฟู้ดฟอร์กู๊ด

ฟู้ดฟอร์กู๊ด

วิสัยทัศน์

Food4Good เชื่อว่า “โภชนาการที่ดี” คือรากฐานของการเจริญเติบโต เด็กทุกคนควรได้รับอาหารและสารอาหารที่ถูกต้องครบถ้วน เหมาะสมตามวัย เพื่อมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีในอนาคต

พันธกิจ

เราทำหน้าที่เป็นกลไกสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการสนับสนุนโภชนาการที่ดีและจัดปัญหาเด็กทุพโภชนาการให้หมดไปจากประเทศไทยอย่างยั่งยืน

กลไกการช่วยเหลือที่ยั่งยืน



เราช่วยระดมทรัพยากร
เพื่อให้เด็กได้รับอาหารที่มีสารอาหารครบถ้วนหลากหลาย และเพียงพอต่อการเจริญเติบโต



เราติดตามภาวะโภชนาการเด็ก
และเฝ้าระวังรายบุคคลใน “กลุ่มเด็กที่มีภาวะทุพโภชนาการ” พร้อมทั้งมีระบบการทำงานส่งต่อให้สาธารณสุขในพื้นที่

เราเสริมความรู้
ด้านการจัดการอาหารและโภชนาการให้กับบุคลากรในโรงเรียน



เราสนับสนุนเกษตรปลอดภัย
และกองทุนหมุนเวียนเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ และสร้างความมั่นคงทางอาหารในโรงเรียนและชุมชน



80% ของเด็กที่มีภาวะทุพโภชนาการกลับมาอยู่ในเกณฑ์ปกติภายใน 1 ปีการศึกษา
*ข้อมูลปีการศึกษา 2563

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

คุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืนในการร่วมกันจัดปัญหาเด็กทุพโภชนาการ



ผลลัพธ์การดำเนินงานเพื่อจัดปัญหาเด็กทุพโภชนาการ ปี 2563

ถึงแม้ว่าบ้านเมืองจะเผชิญกับสถานการณ์ไวรัสโควิด19 ตั้งแต่ต้นปี ส่งผลกระทบในวงกว้างทั้งเรื่องสุขภาพ การงาน และเศรษฐกิจ โรงเรียนเลื่อนการเปิดเทอม ผู้ปกครองเด็กหลายคนในหลายพื้นที่ขาดรายได้ Food4Good ก็ยังได้รับน้ำใจจากบุคคลและองค์กรในการร่วมระดมทุนทรัพย์เข้ามาช่วยเหลือ ทำให้การทำงานของเรายิ่งก้าวไกลสู่กับปัญหาทุพโภชนาการของเด็กๆ ในพื้นที่ที่ยังคงทำได้อย่างต่อเนื่อง

ในปี 2563 Food4Good ขยายการทำงานจากพื้นที่หลักในจังหวัดแม่ฮ่องสอนครอบคลุม 6 จังหวัด ได้แก่ แม่ฮ่องสอน ตาก ลำปาง เชียงใหม่ กาฬสินธุ์ และสกลนคร สนับสนุนโภชนาการที่ดีให้เด็ก จำนวน **2,113 คน ใน 20 โรงเรียน**

 20 โรงเรียน • มีระบบการดำเนินโครงการอาหารและโภชนาการอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน • สามารถดำเนินโครงการเกษตรปลอดภัยเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และพัฒนาความมั่นคงทางอาหารในโรงเรียน	 80 บุคลากร • ได้รับการเสริมศักยภาพด้านการจัดการอาหารและโภชนาการในโรงเรียน	
		 4 โรงเรียน • ได้รับการติดตั้งระบบน้ำดื่มสะอาดเพื่อการบริโภคของนักเรียนบุคลากรในโรงเรียนและชุมชน

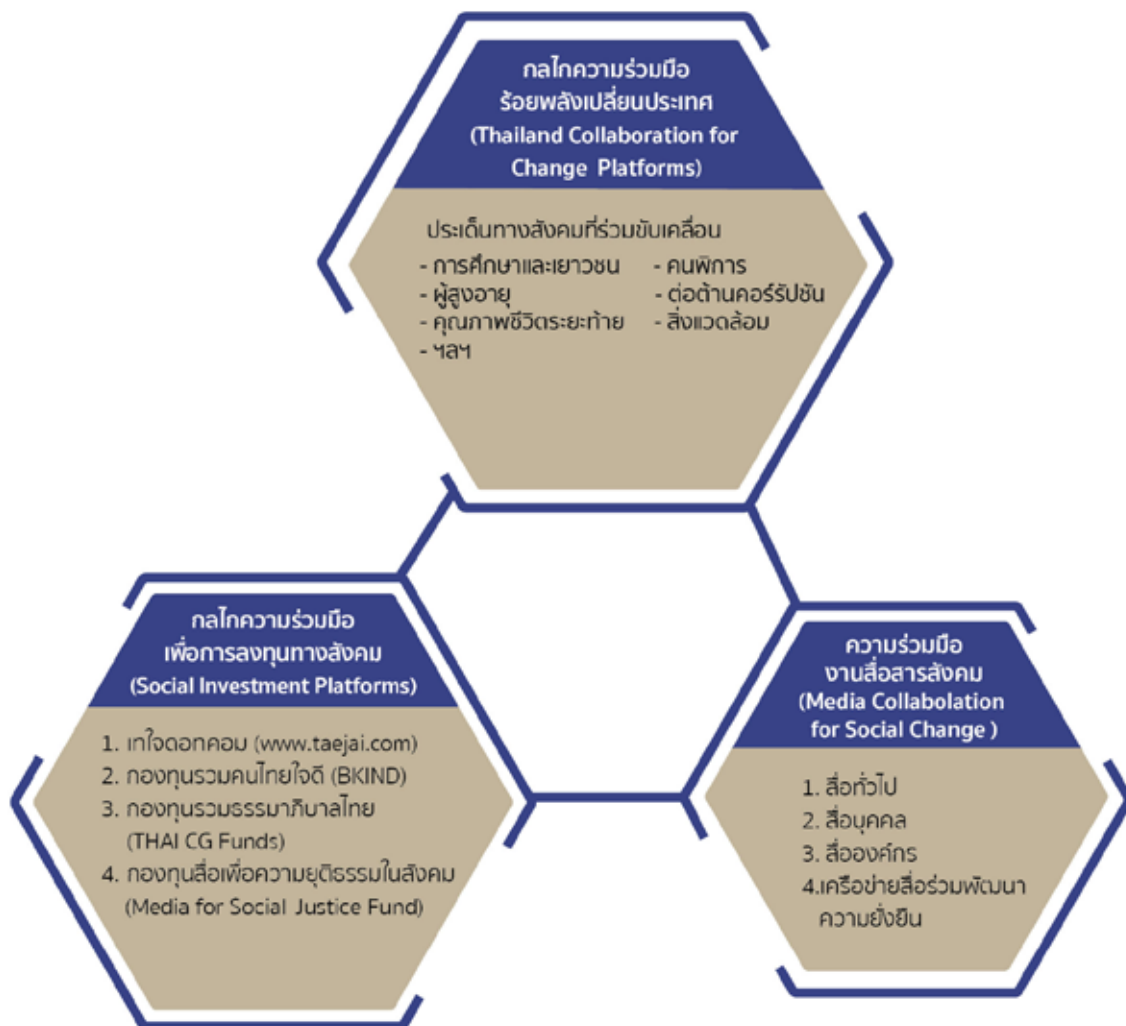
1,939,670 บาท คือน้ำใจจากการบริจาคของทุกคน เพื่อสนับสนุนการทำงานของ Food4Good เพื่อให้เด็กๆ ได้รับโภชนาการที่ดี

“เราสัญญาจะทำต่อไปอย่างไม่ลดละ เพราะเชื่อว่า...

เด็กทุกคนสมควรได้รับความเท่าเทียมในการเข้าถึงอาหารดีเช่นเดียวกับปัจจัยพื้นฐานอื่น”



งานสร้างระบบนิเวศเพื่อความยั่งยืนของสังคมไทย มูลนิธิเพื่อคนไทย



งานสร้างระบบนิเวศเพื่อความยั่งยืนของสังคมไทย ผลลัพธ์ – ผลผลิตของกลไกความร่วมมือประเภทต่างๆ

ผลลัพธ์	 การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสังคมไทยยั่งยืน	 ชุมชนออนไลน์ร่วมสร้างสังคมแบ่งปัน	 กองทุนรวมคนไทยใจดี	 ความร่วมมือภาคตลาดทุนและภาคสังคมสร้างเสริมธรรมาภิบาลและต่อต้านคอร์รัปชัน	 กองทุนสื่อเพื่อความยุติธรรมในสังคม	 งานสื่อสารสังคม	รวม
ผลผลิต	170 องค์กร	95 โครงการ 78 องค์กร	7 โครงการ	3 โครงการ 5 องค์กร	2 โครงการ 40 องค์กรภาคี	38 กิจกรรม/แคมเปญ	145 โครงการ 293 องค์กร
ผู้รับประโยชน์	15,600 คน 250 องค์กร	153,760 คน 146 องค์กร	9,061 คน 8 องค์กร	8,685 คน 249 องค์กร	9,108 คน	88 องค์กร	196,214 คน 741 องค์กร
พลเมืองที่มีส่วนร่วม	1,799 คน 4 องค์กร	37,899 คน 82 องค์กร	15 คน 13 องค์กร	326 องค์กร	46 องค์กร	5,400 คน 185 องค์กร	45,113 คน 656 องค์กร
• ผู้บริจาค	1,748 คน 4 องค์กร	37,499 คน	-	-	-	-	39,247 คน 4 องค์กร
• อาสาสมัคร	51 คน	100 คน	15 คน	510 คน	322 คน	5,142 คน 23 องค์กร	6,140 คน 23 องค์กร
• คน/สื่อร่วมกิจกรรม	-	300 คน	-	-	9,430 คน	258 คน	9,988 คน



นิยาม

กลไกระดมทุนออนไลน์เพื่อสังคมแห่งแรกของประเทศไทย ทำหน้าที่เชื่อมโยง “ผู้ให้” ที่อยากเห็นการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทยกับ “ผู้รับ” ที่ทางทีมเทใจคัดสรรโครงการและทีมงานที่มีความน่าเชื่อถือ และมีกิจกรรมที่ชัดเจนในการสร้างผลลัพธ์ทางสังคม มีการบวกราคาติดตามและรายงานผลโครงการหลังจบการระดมทุนแล้วให้ผู้บริจาคได้ทราบ

วิสัยทัศน์

สังคมไทยที่เป็นธรรมและยั่งยืนจากการมีส่วนร่วมของพลเมือง

พันธกิจ

- สร้างพื้นที่ให้พลเมืองและองค์กรที่ต้องการพัฒนาสังคม/ชุมชน ใช้ระดมทรัพยากรเพื่อดำเนินงาน
- สร้างกลไกที่ปลอดภัย สะดวก และเชื่อถือได้ให้ประชาชนร่วมลงขัน เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงสังคมในประเด็นการพัฒนาต่างๆ
- สร้างมาตรฐานในภาคสังคมเรื่องความโปร่งใสและความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ของเงินบริจาค

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- ผู้สนับสนุน ประชาชนทั่วไปและสมาชิกของเทใจ ในฐานะผู้สนับสนุนโครงการ เพื่อสังคมผ่านกลไกเทใจ
- มูลนิธิเพื่อคนไทย สถาบันเอ็นจีโอ ฟ้าชน ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ บริษัท โอเพ่นดรีม จำกัด ที่วายพีเอ็น (TYPN : Thai Young Philanthropists Network) ในฐานะภาคีผู้ร่วมก่อตั้ง
- โครงการเพื่อสังคม ในฐานะผู้รับการสนับสนุนเงินบริจาคจากกองทุนฯ เพื่อดำเนินการการต่อชีวิต และสร้างอนาคตแก่กลุ่มเป้าหมาย

ผลลัพธ์ของтейดอกคอม ปี 2563

ยอดบริจาค

89,642,430 บาท

ผู้บริจาค

37,499 คน

มีผู้ร่วมกิจกรรม

300 คน

มีผู้ได้รับประโยชน์

146 องค์กร / 153,860 คน

โครงการที่สำเร็จ 95 โครงการ
สามารถแบ่งได้ 7 ประเภท

- เด็กและเยาวชน
39 โครงการ
- ผู้สูงอายุ
4 โครงการ
- สิ่งแวดล้อม
10 โครงการ
- สัตว์
4 โครงการ
- เทคโนโลยี
2 โครงการ
- ผู้พิการและผู้ป่วย
5 โครงการ
- อื่นๆ
31 โครงการ

โครงการที่สำเร็จ 95 โครงการ
ทำให้เกิดผลลัพธ์และเกิดกลุ่มผู้
ได้รับประโยชน์ ที่เป็นบุคคล

- ครู
7 คน
- เด็ก
23,034 คน
- ผู้ป่วย
1,221 คน
- คนชรา
201 คน
- บุคคลากรแพทย์
116,327 คน
- แรงงานข้ามชาติ
93 คน
- แม่เลี้ยงเดี่ยว
10 คน
- ผู้เปราะบาง
12,530 คน
- ผู้พิทักษ์ป่า
111 คน
- คนพิการ
324 คน
- รุกขกร
2 คน
- อาสาสมัคร
100 คน

กองทุนรวม คนไทยใจดี

นิยาม

กลไกระดมทรัพยากรทางการเงินผ่านตลาดทุนในรูปแบบ “กองทุนรวม” เพื่อสร้างสังคมแห่งการแบ่งปัน “เงินบริจาค” ของนักลงทุน ในการต่อสู้ชีวิต สร้างอนาคตแก่ผู้มีความต้องการ ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่าง บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด สถาบันเงินใจ ฟิวชัน ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ มูลนิธิเพื่อคนไทย และมูลนิธิยุวพัฒน์

วิสัยทัศน์

การลงทุนที่ให้ผลตอบแทนทั้งทางการเงินและทางสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติ และการต่อต้านคอร์รัปชัน

พันธกิจ

- ส่งเสริมการลงทุนในบริษัทที่มีการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติ และการต่อต้านคอร์รัปชัน (ESGC) ที่ดี เพื่อให้ได้ผลตอบแทนทั้งการลงทุนและทางสังคม สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ และการต่อต้านคอร์รัปชัน
- สนับสนุนการบริจาคเงินจากนักลงทุนเพื่อต่อสู้ชีวิตและสร้างอนาคตแก่ผู้ที่มีความต้องการความช่วยเหลือและการสนับสนุน ในประเด็นทางสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติ และการต่อต้านคอร์รัปชัน

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

• ผู้ลงทุนทั้งรายย่อยและสถาบัน

ผู้ลงทุน ทั้งรายย่อยและสถาบัน ในฐานะผู้สนับสนุนบริษัทที่มี ESGC และสนับสนุนโครงการเพื่อสังคมผ่านกลไกการบริหารจัดการกองทุนฯ

• บลจ. บัวหลวง

ในฐานะผู้บริหารกองทุนฯ ที่เชื่อมโยงเงินและความมีส่วนร่วมของผู้ลงทุนเข้ากับโครงการเพื่อสังคม

• องค์กรตัวกลางด้านสังคม

ในฐานะผู้สรรหา คัดเลือก พัฒนา ติดตามความก้าวหน้าและผลลัพธ์ของโครงการเพื่อสังคมที่รับการสนับสนุนจากกองทุนฯ

• โครงการและองค์กรที่ทำงานส่งเสริมธรรมชาติ ต่อต้านคอร์รัปชันในสังคมไทย

ในฐานะผู้รับการสนับสนุนเงินบริจาคจากกองทุนฯ เพื่อดำเนินการต่อสู้ชีวิต และสร้างอนาคตแก่กลุ่มเป้าหมาย

• ประชาชนผู้รับประโยชน์ปลายทาง

ผลลัพธ์ของกองทุนรวมคนไทยใจดี ปี 2563

ปี 2558 – 2563

55 โครงการเพื่อสังคม

ได้รับการสนับสนุนเงินจากกองทุนฯ
มูลค่ารวม **40.8 ล้านบาท**

ปี 2562 – 2563

7 โครงการเพื่อสังคม

ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนฯ
และดำเนินการต่อเนื่อง
มูลค่ารวม **3.9 ล้านบาท**

ประเด็น	ชื่อโครงการ	งบประมาณที่อนุมัติ (บาท)
ความรุนแรงต่อผู้หญิง	Chatbot ช่วยเหลือผู้หญิงจากความรุนแรง	484,000
ผู้สูงอายุ	บัดดี้โฮมแคร์ (Buddy Homecare)	700,000
การศึกษา	Saturday School (งวดที่ 1)	294,700
สุขภาพ	ละอ้อนน้อยหายใจม่วง	300,923
เด็กและครอบครัว	ฝึกทักษะพ่อแม่ในการสื่อสารกับลูก	872,000
สร้างอาชีพ	วิสาหกิจเพื่อสังคมสำหรับกลุ่มผู้ทำการผลิตที่บ้าน	499,000
สร้างอาชีพ	การฝึกอบรมผู้ช่วยแพทย์แผนไทย 330 ชั่วโมง	767,000
	รวม 7 โครงการ	3,917,623

ที่มา: รายงานสรุปผลกระทบทางสังคม โครงการเพื่อสังคมที่กองทุนรวมคนไทยใจดีสนับสนุน โดยสถาบันเงินจ้ะ ฟิวชัน ธ.ก. 63

ผู้รับประโยชน์

9,061 คน

— ผู้หญิงและเด็ก	1,160 คน
— เด็กและเยาวชน/นักเรียน	691 คน
— ผู้สูงอายุ	302 คน
— ผู้ปกครองเด็ก	635 คน
— ผู้ได้รับผลกระทบจาก ความไม่สงบภาคใต้	5 คน
— ประชาชนทั่วไป	6,268 คน

องค์กรที่ได้รับประโยชน์

8 องค์กร



นิยาม

กลไกสร้างการมีส่วนร่วมในด้านเสริมสร้างธรรมชาติและต่อต้านคอร์รัปชันผ่านการลงทุน เป็นความร่วมมือของภาคตลาดทุน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และประชาชนทั่วไป โดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) 11 บริษัท ซึ่งมีมูลค่ากองทุนภายใต้การบริหารกว่าร้อยละ 90 ของตลาดทุนรวม ได้ร่วมจัดตั้งกองทุนรวมหุ้น 12 กองทุนที่แยกการบริหารอย่างอิสระ เน้นลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการ ที่ได้รับการประเมินจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในระดับดีมากและดีเลิศ (CG Rating Score 4-5) และเป็นบริษัทที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Thai CAC)

วิสัยทัศน์

กลไกความร่วมมือของทุกภาคส่วนสังคมผ่านการลงทุนที่สร้างผลตอบแทนทางธุรกิจและผลลัพธ์ทางสังคมด้านการส่งเสริมธรรมาภิบาลต่อต้านคอร์รัปชัน

พันธกิจ

กองทุนรวมธรรมชาติไทย มีนโยบายลงทุนในตราสารทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการดูแลกำกับกิจการที่ดี พิจารณาจากการประเมิน CG Rating Score ในระดับดีมากหรือดีเลิศ และได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต จากนั้นจะนำรายได้ 40% ของค่าธรรมเนียมจัดการกองทุนที่ได้รับไปสนับสนุนการทำงานส่งเสริมธรรมาภิบาลต่อต้านคอร์รัปชันในสังคมไทย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

• ผู้ลงทุนทั้งรายย่อยและสถาบัน

ในฐานะผู้สนับสนุนบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี และสนับสนุนโครงการเพื่อสังคมผ่านกลไกการบริหารจัดการกองทุนฯ

• บลจ. 11 แห่ง

ในฐานะผู้บริหารกองทุนฯ ที่เชื่อมโยงเงินและความมีส่วนร่วมของผู้ลงทุนเข้ากับโครงการเพื่อสังคม

• องค์กรตัวกลางด้านสังคม

ในฐานะผู้สรรหา คัดเลือก พัฒนา ประสานงาน ติดตามความก้าวหน้าและผลลัพธ์ของโครงการเพื่อสังคมที่เข้ารับการสนับสนุนจากกองทุนฯ

• โครงการและองค์กรที่ทำงานส่งเสริมธรรมาภิบาล ต่อต้านคอร์รัปชันในสังคมไทย

ในฐานะผู้รับการสนับสนุนเงินทุนในการดำเนินโครงการจากกองทุน

ผลลัพธ์ของกองทุนรวมธรรมาภิบาลไทย ปี 2563

ปี 2561 – 2563

สนับสนุนโครงการที่มีแนวคิดในการ
เสริมสร้างธรรมาภิบาลและต่อต้านการ
คอร์รัปชันไปแล้วทั้งสิ้น 9 โครงการ
เป็นจำนวนเงิน 37,331,830 บาท

ปี 2563

กองทุนรวมธรรมาภิบาลไทยให้การ
สนับสนุน 3 โครงการ
เป็นจำนวนเงิน 16,684,060 บาท

โครงการที่ได้รับการสนับสนุน

ผู้รับประโยชน์

1 โครงการ CAC SME Certification	- บริษัท SME ที่เข้าร่วมโครงการและประกาศเจตนารมณ์ จำนวน 57 บริษัท - บริษัท SME ที่มีนโยบาย ระบบควบคุม และข้อปฏิบัติที่ดีที่ช่วยป้องกันการดัดสินบนรวมถึง มีการประเมินความเสี่ยงต่อการดูแลระบบภายในอื่นๆ และผ่านการรับรองจำนวน 28 บริษัท - มีพนักงานที่ได้เข้าอบรมผ่านระบบ E-learning จำนวน 1,176 คน (ข้อมูลเมื่อวันที่ 30 ธ.ค. 2563)
2 โครงการพัฒนาเกมเพื่อการเรียนรู้ การต่อต้านคอร์รัปชันในห้องเรียน	- ครูได้เรียนรู้ผลกระทบของการคอร์รัปชันผ่านเกม Corrupt จำนวน 36 คน จาก 29 โรงเรียน - โรงเรียนได้นำแผนการสอนและเกม Corrupt ไปใช้เพื่อสอนผลกระทบของการคอร์รัปชัน จำนวน 2 โรงเรียน
3 โครงการเพิ่มศักยภาพการดำเนินงาน ข้อตกลงคุณธรรม (Integrity Pact Capacity Development)	- มีผู้เข้าร่วมหลักสูตร Independent Observer Program (IOP) จำนวน 293 คน - มีผู้สังเกตการณ์อิสระเข้าร่วมโครงการ 188 คน
4 โครงการ ปฏิบัติการหมาเฝ้าบ้าน (ACT WATCHDOG)	- อาสาสมัครจากการจัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่มีมาตรฐาน จำนวน 80 คน
5 โครงการ Big Open Data เพื่อการต่อต้านคอร์รัปชัน	- ผู้ได้รับประโยชน์จากการใช้งานระบบ : • ผู้ใช้งานระบบ ACT Ai จำนวน 7,379 Users • ผู้เข้าชมระบบ “จับโกงจบ COVID ด้วย ACT Ai” จำนวน 1,729 Users
6 โครงการบัตรคะแนนชุมชน (Community Scorecard) ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้	- ประชาชนใน 10 พื้นที่เกิดกระบวนการในชุมชน โดยใช้เครื่องมือ Community Scorecard ที่ช่วยให้ประชาชนได้มีพื้นที่แสดงความคิดเห็นเรื่องการให้บริการ และโครงการของ หน่วยงานภาครัฐ/เอกชน/ภาคประชาชน อย่างสร้างสรรค์ จำนวน 100 คน
7 โครงการหลักสูตรสุจริตไทย	- อยู่ระหว่างการดำเนินโครงการ
8 โครงการการพัฒนาหลักสูตรเพื่อการ พัฒนาครูสู่การปลูกฝังคุณธรรมและ ธรรมาภิบาลในห้องเรียน ในรูปแบบ ออนไลน์	- อยู่ระหว่างการดำเนินโครงการ
9 โครงการโรงเรียนคุณธรรม	- อยู่ระหว่างการดำเนินโครงการ

กองทุนสื่อ เพื่อความยุติธรรมในสังคม

นิยาม

กองทุนสื่อเพื่อความยุติธรรมในสังคม เป็นกลไกยกระดับมาตรฐานจริยธรรมสื่อ ผ่านการตกลงใช้ มาตรฐานร่วมกัน ได้แก่ หลักความจริง และความถูกต้อง ความเป็นอิสระ ไม่มีผลประโยชน์ขัดกับความเป็นธรรมและความตรงไปตรงมา โดยเป็นความร่วมมือระหว่างมูลนิธิเพื่อคนไทยกับบริษัท เซ็นส์ เวบเจอร์ จำกัด กองทุนนี้มีเป้าประสงค์เพื่อยกระดับมาตรฐานและศักยภาพของสื่อมวลชนให้เกิดความโปร่งใส มีธรรมาภิบาลที่ดี แสวงหาความจริง สร้างผลเชิงบวกต่อสังคมได้จริง เปิดโอกาสให้เกิดนักข่าวรุ่นใหม่และสื่อใหม่ๆ พัฒนาความสามารถในการขยายผลจากข่าวให้เกิดความเปลี่ยนแปลงได้จริงเป็นวงกว้างต่อยอดไปสู่กระบวนการทางสังคมได้ (Social Movement) พัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการให้เกิดความยั่งยืนขององค์กร

วิสัยทัศน์

การลงทุนเพื่อสนับสนุนระบบนิเวศสื่อที่ยั่งยืน

พันธกิจ

กองทุนสื่อเพื่อความยุติธรรมในสังคมสนับสนุนและลงทุนในการสร้างระบบนิเวศสื่อเพื่อการแสวงหาความจริง ความถูกต้อง และสร้างความเป็นธรรมในสังคม โดยมุ่งให้เกิดสื่อคุณภาพในประเทศไทยที่มีความแข็งแรง สามารถนำเสนอความจริง ติดตามตรวจสอบประเด็นทางสังคมที่สำคัญ และเป็นที่ยังของประชาชนได้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

• นักข่าวและองค์กรสื่อโดยสนับสนุนในลักษณะโครงการพัฒนาเนื้อหา (Issues Reporting) และพัฒนาศักยภาพ (Capacity Development)

• องค์กรตัวกลางด้านสังคมในฐานะผู้สรรหา คัดเลือก พัฒนาประสานงาน ติดตามความก้าวหน้าและผลลัพธ์ของโครงการที่เข้ารับการสนับสนุนจากกองทุนฯ

ผลลัพธ์ของกองทุนสื่อเพื่อความยุติธรรมในสังคม ปี 2563

โครงการที่ได้รับการสนับสนุน

- โครงการ Big Open Data เพื่อการต่อต้านคอร์รัปชัน

ผู้รับประโยชน์

ผู้ได้รับประโยชน์จากการใช้งานระบบ :

- ผู้เข้าใช้งานระบบ ACT Ai จำนวน 7,379 Users
- ผู้เข้าชมระบบ “จับโกง COVID ด้วย ACT Ai” จำนวน 1,729 Users

ความร่วมมือในการสนับสนุนข้อมูลและใช้งานข้อมูล :

หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 แห่ง ได้แก่

- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในภาครัฐ

หน่วยงานระหว่างประเทศ จำนวน 1 แห่ง

- โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Programme)

สื่อมวลชน จำนวน 2 สำนัก ได้แก่

- สำนักข่าวอิศรา
- ทีมกองกิจการพิเศษข่าว ช่อง 7 เครือข่ายภาคประชาชน ผู้ใช้งานข้อมูลเปิดเพื่อการต่อต้านคอร์รัปชัน

- โครงการ Crowdsourcing Platform (เพจต้องแฉ)

ภาพรวมความก้าวหน้า

จำนวนผู้ถูกใจเพจต้องแฉ (Like)	37,247 Likes
เพิ่มขึ้นจากปี 2562	4,472 Likes
จำนวนผู้ติดตามเพจต้องแฉ (Follower)	57,865 Followers
เพิ่มขึ้นจากปี 2562	4,643 Followers
เปิดเผยและสร้างการมีส่วนร่วมทางสังคมในประเด็นทุจริตคอร์รัปชัน จำนวน	203 เรื่อง
จัดทำ Infographic ให้ข้อมูลเพื่อสร้าง	
ความตระหนักถึงทุจริตคอร์รัปชัน จำนวน	22 เรื่อง

การขยายความร่วมมือ

การดำเนินงานของต้องแฉในปี 2563 ได้ขยายความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มท้องถิ่นและสื่อต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนประเด็นปัญหาให้เกิดการแก้ไขเปลี่ยนแปลงขึ้นในสังคมโดยมีจำนวนภาคีเครือข่ายและอาสาสมัครผู้ส่งเบาะแสในเพจต้องแฉ ดังนี้

- หน่วยงานภาครัฐ 24 หน่วยงาน
- สำนักข่าว 5 สำนัก
- กลุ่มท้องถิ่น 116 กลุ่ม
- เพจเฟซบุ๊ก 5 เพจ
- อาสาสมัคร 322 คน

- โครงการ NewsWorthy

อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ

ความร่วมมืองานสื่อสารสังคม (Media Collaboration for Social Change)

นิยาม

ผู้ให้บริการ “พื้นที่กลางสานพลังสื่อ” แก่ภาคีภาคสังคมและภาคีภาคสื่อกลุ่มต่างๆ ที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนงานพัฒนาความยั่งยืน ด้วยการ “ร้อยพลัง” หรือผนึกกำลังกันร่วมขยายผลกลไกแก้ปัญหาสังคมกลไกต่างๆ ผ่านงานสื่อสารสาธารณะให้สามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ร่วมสร้างการเปลี่ยนแปลง

วิสัยทัศน์

“สื่อ” สานสร้าง “การมีส่วนร่วม” (Communication for Collaboration)

พันธกิจ

- สนับสนุนการขับเคลื่อนงานของภาคีภาคสังคมให้เกิดผลลัพธ์ด้วยงานสื่อสารสาธารณะ
- สร้างเสริมและร่วมขยายผลการเข้าถึงพลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวมผ่านกลไกแก้ปัญหาสังคมประเภทต่างๆ
- สร้างเสริมและพัฒนาพลังร่วมสื่อกลุ่มต่างๆ และเครือข่ายสื่อร่วมพัฒนาความยั่งยืน

ผลลัพธ์ความร่วมมืองานสื่อสารสังคม ปี 2563

ผลผลิต

38 กิจกรรม/โครงการ/งานรณรงค์ สนับสนุน 88 องค์กรภาคีภาคสังคม

• จำนวนสื่อมวลชน
74 สำนักข่าว

• จำนวนอาสาสมัคร
5,142 คน /23 องค์กร

• จำนวนสื่อบุคคล
5,140 คน

• จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม
258 คน

• จำนวนสื่อองค์กร
23 องค์กร

ผลลัพธ์ :

การมีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวมของคนในสังคมกลุ่มต่างๆ ร่วมกันสื่อสารสู่สาธารณะ

• จำนวน พลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม
5,400 คน 185 องค์กร



ร้อยพลังเปลี่ยนประเทศ

กลไกร้อยพลังความร่วมมือองค์กรที่ขับเคลื่อนงานพัฒนาสังคมในประเด็นต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำ ไม่ว่าจะเป็นในด้าน การศึกษา การจ้างงานผู้พิการ ไปจนถึงการส่งเสริมให้เด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี ด้วยการทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อ ทรัพยากรหรือทุนประเภทต่างๆ ได้แก่ทุนมนุษย์ ภาวศึ่เครือข่าย ทุนทรัพย์และอื่นๆ ไปสนับสนุนหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดการขับเคลื่อน งานอย่างเป็นระบบและเกิดผลลัพธ์ทางสังคมมากขึ้น

ในปี 2563 ด้วยสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น ทำให้โครงการร้อยพลังเปลี่ยนประเทศได้ปรับเปลี่ยนแผนงานเพื่อให้เหมาะสมกับวิธีการระดม ความร่วมมือ โดยได้จัดกิจกรรมร่วมกับภาคีเครือข่าย ในหลากหลายประเด็น โดยในแต่ละกิจกรรม ยังคงวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อยุยาผล และเสริมสร้างสนับสนุนการทำงานขององค์กรขับเคลื่อนพัฒนาสังคม โดยการเชื่อมต่อกับทรัพยากรที่จำเป็น

“Design Thinking Workshop For Active Citizen Acceleration” ครั้งที่ 2

28 มกราคม 2563, อาคารพรีเมียร์คอร์ปอเรทปาร์ค

วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- นำกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มาทำความเข้าใจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาแพลตฟอร์มใหม่ๆ ที่สามารถระดม ทรัพยากรมาแก้ปัญหาสังคมได้อย่างยั่งยืนและขยายผลได้
- สร้างความร่วมมือกับองค์กรเพื่อสังคม ในการกำหนด แนวทางกลยุทธ์และวิธีการ (Strategic Solution) ร่วมกัน เพื่อให้แพลตฟอร์มใหม่สามารถตอบสนองความต้องการ ที่แท้จริงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายมากที่สุด

การขยายผล

- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการให้ทรัพยากรแก่องค์กรภาคสังคม ได้แก่ ผู้บริจาค อาสาสมัคร ผู้จัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ได้มาระดมความคิดร่วมกัน
- สามารถนำข้อมูลไปสร้างแพลตฟอร์มใหม่ ที่ส่งเสริมให้ประชาชน ในการเป็น “พลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม” (Active Citizen) ได้มากยิ่งขึ้น

ผลลัพธ์

ความเข้าใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2 กลุ่ม เกี่ยวกับความต้องการ และอุปสรรคที่มีผลต่อการสนับสนุนทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง และ/หรือการเพิ่มความสามารถในการสนับสนุนได้ โดย

กลุ่มที่ 1: ภาคีเครือข่ายภาคสังคมที่ทำงานแก้ไขปัญหาเชิง ประเด็นรวมถึงผู้ที่พัฒนาแพลตฟอร์มหรือกลไก เชื่อมต่อในฐานะผู้รับประโยชน์

กลุ่มที่ 2 : ผู้ให้ทรัพยากร โดยกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่ได้เข้าร่วมเวิร์คชอปในครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้บริจาค อาสาสมัคร ผู้จัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม จำนวน 26 คน



แคมเปญ “มือถือนี้ พี่ให้น้อง(เรียน)” เพื่อโครงการร้อยพลังการศึกษา

มิถุนายน – กรกฎาคม 2563 การประชาสัมพันธ์ รับบริจาคทางออนไลน์และหน้าร้านปิ่นก้น

วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- เพื่อระดมโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต เพื่อช่วยนักเรียนที่ขาดแคลนอุปกรณ์เรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Anywhere Online Blended Learning ในช่วงสถานการณ์โควิด19 และต่อเนื่องไปจนหลังจากสถานการณ์โควิด19
- เพื่อพัฒนาการเรียนรู้นักเรียนให้สามารถ “เรียนได้ทุกที่ ทุกเวลาไม่จำกัดแค่ในห้องเรียนเท่านั้น” และสามารถประยุกต์การเรียนออนไลน์เข้ากับการสอนปกติ ทำให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- เป็นการลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาในระยะยาว ทั้งในด้านการเข้าถึงการศึกษา และ คุณภาพการเรียนการสอน

ผลลัพธ์

- โครงการฯ ได้นำมือถือและแท็บเล็ตที่ได้รับ ติดตั้งโปรแกรมเรียนออนไลน์ ส่งมอบให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลนอุปกรณ์สามารถเข้าถึงการเรียนรู้อย่างเต็มที่ เพื่อให้นักเรียนได้มีโอกาสในการเข้าถึงการใช้เทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น
- หลังจบแคมเปญ ยังมีกลุ่มคนและองค์กรให้ความสนใจในการร่วมเข้ามสนับสนุนโครงการร้อยพลังการศึกษามากยิ่งขึ้นและสร้างการรับรู้ให้แก่คนทั่วไปรับรู้ถึงปัญหาการขาดแคลนและเข้าถึงเทคโนโลยีของนักเรียน

การขยายผล

- กิจกรรม มือถือนี้ พี่ให้น้อง (เรียน) ได้รับความร่วมมือจากร้านปิ่นก้น เป็นสื่อกลางในการเปิดรับบริจาคและการประชาสัมพันธ์จาก Facebook Page: Birdeveview โดยทางโครงการได้นำอุปกรณ์ที่ได้มาคัดกรองและประสานงานกับภาคีร้อยพลังการศึกษาเพื่อส่งต่อยังโรงเรียนในโครงการที่ขาดแคลนอุปกรณ์ที่มีความต้องการเร่งด่วน



แคมเปญ “Limited Education 2020 – Community Power” เพื่อโครงการร้อยพลังการศึกษา

ภาคีเครือข่าย Online – community นักวาดภาพประกอบ สื่อออนไลน์ Kerry Express
1 มิถุนายน – 8 กันยายน 2563 รับบริจาคทางออนไลน์

วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- การระดมทุนผ่านทางออนไลน์ในแคมเปญ “Community Power” ช่วยเด็กไทยไม่ให้หลุดจากการศึกษา เพื่อสนับสนุนเข้าโครงการร้อยพลังการศึกษา
- สร้างการรับรู้ว่าปัญหาสถานการณ์โควิด19 ยังส่งผลกระทบต่อการศึกษาเพื่อให้คนทั่วไปได้ตระหนักถึงปัญหาเด็กที่กำลังจะหลุดออกนอกระบบการศึกษาและเข้ามามีส่วนร่วมในการบริจาคช่วยเหลือนักเรียนให้มีโอกาสเรียนต่อไป

ผลลัพธ์

- สร้างการรับรู้ปัญหาการศึกษาจากทั้งสื่อออนไลน์, ของที่ระลึกและกล่องบอกต่อเรื่องราวการศึกษาทำให้มีคนองค์กรให้ความสนใจเข้ามสนับสนุนโครงการร้อยพลังการศึกษาหลังจบแคมเปญ เพื่อร่วมมือทำโครงการเพื่อสนับสนุนการศึกษามากขึ้น
- สามารถระดมทุน มียอดบริจาครวมทั้งสิ้น 1,052,408 บาท

การขยายผล

- คนทั่วไปสามารถบริจาคเงินเพื่อเป็นการสนับสนุนโครงการร้อยพลังการศึกษาโดยจะได้รับการของที่ระลึกจากศิลปิน ที่มาร่วมช่วยสนับสนุนการศึกษา ถือเป็นกระแสรายการรับรู้ปัญหาการศึกษาต่อไปในวงกว้าง
- มีการมีส่วนร่วมของคนทั่วไปมาร่วม on-line challenge วาดช่วยน้อง ร่วมวาดภาพช่วยจับมือน้องๆ ไม่ให้หลุดหายจากการศึกษา เพื่อให้คนแสดงความคิดเห็นเรื่องการศึกษา รู้ถึงปัญหาการศึกษา และทุกคนร่วมบริจาคกับโครงการ



โครงการ “ชุมชนรู้ทันฝุ่น”

ภาคีเครือข่าย : ชมรมผู้รับพระราชทานมูลนิธิรามาธิบดีฯ, เทใจดอกคอม, โครงการรื้อพลังการศึกษา
กุมภาพันธ์ - มิถุนายน 2563

วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- เพื่อให้คนในชุมชนสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำทันต่อเหตุการณ์ และสามารถป้องกันภัยจากฝุ่นควันที่เกิดขึ้นได้
- เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการร่วมมือรณรงค์ป้องกันการเผาและนำไปสู่การแก้ไขปัญหาฝุ่น PM 2.5 อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาวต่อไป

ผลลัพธ์

ครู นักเรียน ผู้ปกครอง และคนในชุมชนรู้ข้อมูลฝุ่นที่แท้จริงในพื้นที่อยู่อาศัยของตนเอง สามารถป้องกันตัวเองและชุมชนได้ถูกต้อง และร่วมกันรณรงค์ป้องกันการเผาและนำไปสู่การแก้ไขปัญหาฝุ่น PM 2.5 อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาวต่อไป

การขยายผล

- จากสถานการณ์ฝุ่น PM 2.5 โครงการรื้อพลังเปลี่ยนประเทศได้จัดส่งเครื่องวัดค่าฝุ่น จำนวน 150 ชุด ให้แก่ศูนย์เด็กเล็ก โรงเรียน และโรงพยาบาลชุมชน ครอบคลุมพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง โดยส่งพร้อมกับอุปกรณ์การสื่อสารที่ประกอบด้วย ธง 3 สี (เขียว เหลือง แดง) ที่ใช้สื่อสารสถานะของค่าฝุ่นละอองที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน แบนเนอร์ประชาสัมพันธ์ และโปสเตอร์แนะนำโครงการ ซึ่งสามารถนำไปติดตั้งไว้บริเวณพื้นที่ของอาคารที่เป็นศูนย์กลางของผู้คนที่สัญจรไปมาเห็นได้อย่างชัดเจน



โครงการมอบ “ห้องความดันลบชนิดครอบเตียงผู้ป่วย”

ภาคีเครือข่าย : เครือข่ายโรงพยาบาลชุมชน, กลุ่มบริษัทพรีเมียร์, เทใจดอกคอม
พฤษภาคม 2563

วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- ส่งมอบชุดอุปกรณ์ติดตั้ง PP Negative Pressure Chamber เพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อทางเดินหายใจของผู้ป่วยไปสู่บุคลากรทางการแพทย์ ผู้ป่วยอื่นหรือประชาชนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงโรงพยาบาลในเครือข่าย

ผลลัพธ์

- โรงพยาบาลในพื้นที่ห่างไกลมีอุปกรณ์รับรองผู้ป่วยที่ติดเชื้อโควิด-19 และโรคทางเดินหายใจ ที่สะอาดปลอดภัย สะดวกต่อการเคลื่อนย้าย และทำความสะอาดง่าย สามารถติดตั้งในบริเวณห้องฉุกเฉิน หรือหอผู้ป่วยหรือจุดอื่นๆ ที่โรงพยาบาลสะดวกได้
- โรงพยาบาลสามารถติดตั้งอุปกรณ์นี้เพื่อลดความเสี่ยงในการให้บริการทางการแพทย์อื่นๆ ได้ด้วย เช่น ร.พ.สมเด็จพระยุพราชท่าบ่อ จ.หนองคาย นำไปครอบที่เก้าอี้ในแผนกทันตกรรมให้บริการผู้ป่วยที่มาทำฟัน ร.พ.ยังอุดมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา จ.นราธิวาส ติดตั้งในแผนกสูติกรรม เป็นต้น

การขยายผล

- จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โครงการรื้อพลังเปลี่ยนประเทศและภาคี ได้ร่วมกันส่งมอบ “ห้องความดันลบชนิดครอบเตียงผู้ป่วย” 100 ชุด แก่โรงพยาบาลที่มีความจำเป็นและต้องการใช้ดูแลผู้ป่วยที่ต้องทำหัตถการที่เกี่ยวข้องกับทางเดินหายใจ เช่น ต้องใส่ท่อทางเดินหายใจ ต้องพ่นยา เป็นต้น อุปกรณ์นี้ติดตั้งและผลิตโดยบริษัทพรีเมียร์ โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) และ มีการระดมทุนผ่านแพลตฟอร์มเทใจดอกคอม



แคมเปญ “ฟิตนี้เพื่อน้อง” ภายใต้ “Limited Education 2020” เพื่อโครงการรื้อพลังการศึกษา

ภาคีเครือข่าย : แพลตฟอร์ม Prompt Forward
1 มิถุนายน – 7 สิงหาคม 2563

วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- ระดมทุนเข้าสู่โครงการ รื้อพลังการศึกษา เพื่อช่วยสนับสนุนการศึกษาที่มุ่งเน้นการพัฒนาการเข้าถึงการศึกษาคุณภาพ การเรียนการสอนและทักษะชีวิตให้แก่เด็กขาดโอกาส
- เพื่อเชิญชวนคนทั่วไปมาออกกำลังกายในรูปแบบ Virtual Exercise

ผลลัพธ์

- มีผู้สมัครเข้าร่วมจำนวน 380 คน สามารถระดมทุนและนียอดเงินบริจาคเข้าโครงการรื้อพลังการศึกษาทั้งสิ้น 84,076 บาท นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างการรับรู้ให้คนทั่วไปรู้จักโครงการรื้อพลังการศึกษามากขึ้นด้วย

การขยายผล

- การจัดกิจกรรมระดมทุน โดยชวนทุกคนมาออกกำลังกายในรูปแบบ Virtual Exercise ที่สามารถออกกำลังกายที่ไหนก็ได้ รูปแบบใดก็ได้ เพื่อไปสู่เป้าหมายที่ 21 พร้อมรับของที่ระลึกได้แก่ เสื้อว๊ิง หน้ากากผ้า และเหรียญกระเปาะ โดยรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายมอบให้กับโครงการรื้อพลังการศึกษา



โครงการ “พัฒนาต้นแบบการสนับสนุนเด็กยากจนได้รับอาหารที่เพียงพอ มีคุณภาพ และมีความปลอดภัย”

ภาคีเครือข่าย : เครือข่ายโรงพยาบาลชุมชน
มิถุนายน - กันยายน 2563

วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- เพื่อส่งเสริมให้เด็กยากจนได้รับประทานอาหารที่มีประโยชน์ตามหลักโภชนาการ และมีสุขภาพที่แข็งแรงสมบูรณ์ รวมทั้งมีพัฒนาการทางด้านร่างกายที่เจริญเติบโตสมวัยตามเกณฑ์มาตรฐาน ในพื้นที่ต้นแบบในเครือข่ายปฎิรูปโรงพยาบาลชุมชนทั้งหมด 6 พื้นที่ ได้แก่ ร.พ.อุบลรัตน์และร.พ.น้ำพอง จ. ขอนแก่น ร.พ.ขุนหาญ จ.ศรีสะเกษ ร.พ.เพชรบูรณ์ จ.เพชรบูรณ์ ร.พ.ท่าม่วง จ.ลพบุรี และ ร.พ.ยะหริ่ง จ.ปัตตานี

ผลลัพธ์

- เด็กยากจนได้รับอาหารที่เพียงพอ มีคุณภาพ และมีความปลอดภัย ทั้งยังเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายด้านอาหารของผู้ปกครองของเด็กที่ได้รับผลกระทบจากโรค Covid-19
- มีการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เนื่องจากแต่ละโรงพยาบาลได้นำผลผลิตชาวบ้านและโครงการคนพิการที่ทำเกษตรอินทรีย์มาเป็นวัตถุดิบทำอาหาร
- มีการขยายผลหลังจบโครงการ โดยโรงพยาบาลต้นแบบได้ริเริ่มระดมทุนเพิ่มเติม เป็นเวลา 2 เดือน เพื่อหางบประมาณมาดำเนินโครงการต่ออีก 100 วัน

การขยายผล

- จากการระบาดของโรค Covid-19 มีเด็กจำนวนมากที่ต้องเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนอาหาร โครงการนี้จึงดำเนินการเพื่อช่วยเหลือเด็กที่ครอบครัวยากจน วัยแรกเกิด – ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 600 คน ได้รับอาหารคนละ 1 มื้อ/วัน เป็นเวลา 100 วัน โดยโรงพยาบาลเป็นผู้สำรวจและขึ้นทะเบียนรายชื่อเด็กกำหนดเมนูอาหารโดยนักโภชนาการ ควบคุมคุณภาพการผลิตและจัดส่งมอบอาหารให้เด็ก ทำการจดบันทึกการได้รับอาหารและประเมินผลโครงการ



การระดมทุนผ่าน Influencer เพื่อโครงการรื้อพลังการศึกษา

ภาคีเครือข่าย The Money Coach (คุณจักรพงษ์ เมษพันธุ์)

10 - 21 มิถุนายน และวันที่ 1 สิงหาคม 2563 ณ โรงละครเอ็ม เรียดอร์ และช่องทาง Facebook live: Money Coach

วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- เพื่อสร้างความตระหนักรู้เรื่องการศึกษากับบุคคลทั่วไปให้สามารถมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาทางการศึกษาได้อย่างเข้าใจง่าย
- เพื่อระดมทุนจากแฟนคลับ โค้ชหนุ่ม และแฟนเพจ The Money Coach ร่วมบริจาคเงินสนับสนุนโครงการรื้อพลังการศึกษา

การขยายผล

การจัดกิจกรรมโดย The Money Coach ดังนี้

- เชิญชวนคนบริจาคในรายการเรียนรู้ด้านความฉลาดทางการเงินโดยแจกของที่ระลึกเป็นแก้วกาแฟโทนลาย Money Coach พร้อมสกรีน #เริ่มเหลือเริ่มรวย
- งานทอล์กโชว์ SCB Money Coach On Stage Special: ใดๆในโลกล้วนนอร์มัลล วันเสาร์ที่ 1 สิงหาคม 2563

ผลลัพธ์

- สามารถระดมเงินบริจาคเข้าโครงการรื้อพลังการศึกษาได้ทั้งหมด 150,739.45 บาท และยังเป็นการสร้างการรับรู้ให้คนทั่วไปรู้จักโครงการรื้อพลังการศึกษามากขึ้นด้วย



กิจกรรม “Thai VI Global Forum” การระดมทุนเพื่อสนับสนุนโครงการรื้อพลังการศึกษา

ภาคีเครือข่าย สมาคมนักลงทุนเน้นคุณค่า (ประเทศไทย) หรือ Thai VI 15 พฤศจิกายน 2563 โรงแรม เจดับบลิว แมริออท กรุงเทพฯ

วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- สร้างการรับรู้เรื่องการศึกษากับสมาชิกสมาคมนักลงทุนเน้นคุณค่า (ประเทศไทย) ให้สามารถมีส่วนร่วมสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้กับเด็กไทย
- ระดมทุนเข้าสู่โครงการ รื้อพลังการศึกษา

การขยายผล

- การจัดกิจกรรม “Thai VI Global Forum เปิดประตูสู่หุ้นต่างประเทศด้วยหลักการลงทุนแบบเน้นคุณค่า” โดยรายได้ทั้งหมดสมทบทุนในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้กับเด็กไทย นับได้ว่าเป็นความร่วมมือที่เกิดจากนักลงทุนกว่า 100 คน ที่ให้ความสำคัญด้านการศึกษาเป็นส่วนหนึ่งในการลดความเหลื่อมล้ำและสร้างโอกาสความเท่าเทียมทางการศึกษา โดยการระดมทุนผ่านการจำหน่ายและประมูลบัตรเข้าร่วมงานผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก สมาคมนักลงทุนเน้นคุณค่า(ประเทศไทย)

ผลลัพธ์

- สามารถสร้างการรับรู้เรื่องปัญหาความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่แก่นักลงทุนที่เข้าร่วมงาน
- สามารถระดมเงินบริจาคได้ทั้งสิ้น 590,000 บาท





มูลนิธิเอ็นโลว์

เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวกันของสิ่งแวดล้อมและมนุษย์

วิสัยทัศน์

สร้างระบบนิเวศที่ยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และสร้างองค์ความรู้ระบบนิเวศอย่างเป็นวิชาการเพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ท้องถิ่นและชุมชน โดยการเชื่อมโยงและสร้างภาคีเครือข่าย

พันธกิจ

- การบริหารจัดการและสร้างความยั่งยืนของทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง
- การบริหารจัดการทรัพยากรป่าและชุมชนให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืนของป่า
- การบริหารจัดการให้เกิดความร่วมมือ เชื่อมโยงแหล่งความรู้ ผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ และประสานความร่วมมือ สร้างการมีส่วนร่วม
- ร่วมผลักดันและส่งเสริมให้มีการบังคับใช้กฎระเบียบ และข้อบังคับเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานโครงการ

• งานพัฒนาโครงการด้านทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง พื้นที่จังหวัดกระบี่

- โครงการอุทยานการเรียนรู้ใต้ท้องทะเล
- โครงการสร้างความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาการจัดการทรัพยากรชายฝั่งทะเล บนพื้นที่บ้านเกาะจำ
- โครงการตอบแทนคุณระบบนิเวศ บนพื้นที่แหลมพระนาง-ไร่เล
- โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพัฒนาในพื้นที่เกาะกลาง
- โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยผ่านกิจกรรมงานเทศกาลกีฬาทางน้ำ

• งานพัฒนาโครงการด้านทรัพยากรป่าไม้และชุมชน พื้นที่จังหวัดปราจีนบุรี

- โครงการป่าครอบครัว "บ้านมะกะโท" ต.ทุ่งโพธิ์ อ.นาดี

การสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย



กลไกการสร้างการมีส่วนร่วม

1. การปลูกจิตสำนึกให้ความรู้ในเรื่องระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติ

• โครงการป่าครอบครัว “บ้านมะกะโท” ต.ทุ่งโพธิ์ อ.นาดี จ.ปราจีนบุรี

เป็นโครงการพัฒนาพื้นที่ 300 ไร่ ที่ ต.ทุ่งโพธิ์ อ.นาดี จ.ปราจีนบุรี เพื่อการเพิ่มและฟื้นฟูพื้นที่ป่า โดยใช้กลไกการสร้างกระบวนการเรียนรู้ด้านเกษตรธรรมชาติร่วมกันของชุมชน ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การพึ่งพาที่ยั่งยืน เพื่อเป็นต้นแบบของแหล่งเรียนรู้ในการจัดการพื้นที่ป่าในรูปแบบป่าครอบครัว และมีพื้นที่การทำเกษตรที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานการผลิตอาหารที่ยั่งยืน มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพในระบบการผลิต รักษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอันดีงามของสังคมไว้



2. การใช้กระบวนการบริหารจัดการพื้นที่ร่วม ในการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้มีความอุดมสมบูรณ์

• โครงการอุทยานการเรียนรู้ใต้ท้องทะเลจังหวัดกระบี่ พื้นที่เกาะพีพีเล



จากแนวคิดที่จะลดภาระของระบบนิเวศ ลดผลกระทบและความเสียหายต่อแนวปะการังธรรมชาติ มูลนิธิเอ็นไลฟ์ ร่วมกับจังหวัดกระบี่ กองทัพเรือ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง และมูลนิธิศูนย์พิพ้อง-นางที่ ภูเก็ต ร่วมกันดำเนินการสร้างอุทยานการเรียนรู้ใต้ท้องทะเลจังหวัดกระบี่ขึ้น ในปี พ.ศ. 2555 โดยใช้เรือหลวงที่ปลดประจำการแล้วจำนวน 4 ลำ ได้แก่ เรือหลวงเกล็ดแก้ว (บริเวณเกาะพีพีเล) เรือหลวงโกกลัม เรือหลวงราวี และเรือหลวงตะลิบง (บริเวณเกาะยาวช้าง)

จากการสำรวจครั้งล่าสุด เมื่อเดือนมกราคม 2563 ที่ผ่านมา พบว่าบริเวณอุทยานการเรียนรู้ใต้ท้องทะเลจังหวัดกระบี่เป็นเสมือนโอเอซิสที่ดึงดูดสัตว์น้ำต่างๆ จำนวนมาก เป็นการเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้แก่ท้องทะเล

• โครงการสร้างความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาการจัดการทรัพยากรชายฝั่งทะเล จังหวัดกระบี่ พื้นที่บ้านเกาะจำ

เป็นโครงการที่ส่งเสริมและสนับสนุน ในการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรชายฝั่งโดยชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุดและยั่งยืนของแหล่งอาหารทะเลคุณภาพ ที่เป็นห่วงโซ่สำคัญของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองกระบี่ สำหรับพื้นที่บ้านเกาะจำนั้น มีแหล่งหญ้าทะเลที่อุดมสมบูรณ์มากของจังหวัดกระบี่ ที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศชายฝั่ง เป็นแหล่งเพาะพันธุ์อนุบาลสัตว์น้ำนานาชนิด

ทั้งนี้ มูลนิธิเอ็นไลฟ์ ร่วมกับจังหวัดกระบี่ กรมประมง กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง อำเภอกอเขื่อนคลอง และชุมชน จัดทำเขตรักษาพืชพันธุ์ทางการประมง จำนวน 22.2 ไร่ เพื่อเป็นแหล่งเพาะพันธุ์และอนุบาลสัตว์น้ำ



3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

• โครงการตอบแทนคุณระบบนิเวศ บนพื้นที่แหลมพระนาง-ไร่เล

เป็นโครงการที่ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการบนพื้นที่ให้ดำเนินการพัฒนาบริเวณแหลมพระนาง-ไร่เล ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศที่สมดุลเพื่อการยกระดับมาตรฐาน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้นแบบที่ยั่งยืน โดยใช้กลไกของการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน



• โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพัฒนาในพื้นที่เกาะกลาง จังหวัดกระบี่



มูลนิธิเอ็นไลฟ์ ร่วมกับ บริษัท โลเคิล อีสท์ จำกัด พร้อมด้วยชุมชนตำบลคลองประสงค์ อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ ในความร่วมมือพัฒนาโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพัฒนาตามหลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับสถานที่ท่องเที่ยว (GSTC-D)

ภาพรวมผลลัพธ์การดำเนินงานใน ปี 2563

สร้างเครือข่าย พัฒนากลไกการมีส่วนร่วม

54 หน่วยงาน

- ภาครัฐ 25 หน่วยงาน
- ภาคเอกชน 12 หน่วยงาน
- ชุมชน 8 ชุมชน
- สถานศึกษา 9 แห่ง

การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการบริหารจัดการทรัพยากร

3 พื้นที่

- พื้นที่บ้านเกาะจำ จ.กระบี่ – หอยชักตีน วนาการปูนา
- พื้นที่ตำบลคลองประสงค์ จ.กระบี่ – การเลี้ยงผึ้งโพรง ในป่าชายเลน
- พื้นที่แหลมพระนาง-ไร่เล – การจัดทำพื้นที่ฟื้นฟูแนวปะการังแหลมพระนาง-ไร่เล

กลไกนวัตกรรมเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

8 นวัตกรรม

- การทดลองการทำถ่านกัมมันต์สำหรับการบำบัดกลิ่นในระบบบำบัดน้ำเสีย
- การทดลองนำกากจากการผลิตอาหารมาทำปุ๋ยหมัก
- การทดลองนำชันโรงมาเลี้ยงในพื้นที่
- ธนาคารน้ำใต้ดินระบบปิด เพื่อสร้างความชื้นให้กับพื้นที่
- การให้น้ำแปลงปลูกผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ลดขั้นตอนการให้น้ำในพื้นที่
- การทดลองนำพันธุ์พืชข้าวไร่ มาปลูกในพื้นที่ดอน
- การทดลองปลูกพืชสมุนไพร การทดลองปลูกพลูหลวง
- การทำตูบพลังงานแสงอาทิตย์สำหรับการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรโดยการอบ

การบริหารจัดการองค์ความรู้ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3 เรื่อง

- องค์ความรู้ด้านเกษตรธรรมชาติ
- องค์ความรู้เรื่องระบบนิเวศในแหล่งอาศัยสัตว์ทะเลเทียมในบริเวณอุทยานการเรียนรู้ใต้ท้องทะเลจังหวัดกระบี่
- องค์ความรู้เรื่องการสำรวจปะการังในบริเวณแหลมพระนาง-ไร่เล

สถาบันพัฒนา โรงเรียนคุณธรรม

วิสัยทัศน์

ร่วมสร้างคนดีให้บ้านเมือง

พันธกิจ

- ส่งเสริมการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ในสถานศึกษา
- สนับสนุนการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมในเด็กและเยาวชน
- ส่งเสริมสนับสนุนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมในสถานศึกษา

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง



โรงเรียน
502 แห่ง

อนุบาล ประถม มัธยม อาชีว

ผู้บริหารสถานศึกษา

ครู

นักเรียน

คณะกรรมการสถานศึกษา

ผู้ปกครอง

ชุมชน

นิเทศอาสา

วิทยากรอาสา



ผลลัพธ์

1. โรงเรียน

- มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาคุณธรรม (Ethical Climate)
- มีความพร้อมที่จะพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านพัฒนาคุณธรรม (Ethics Resource Center)
- มีเครือข่ายความร่วมมือด้านพัฒนาคุณธรรม เช่น เครือข่ายผู้ปกครอง เครือข่ายชมรมศิษย์เก่า



2. นักเรียน



- มีทัศนคติเชิงบวกต่อการพัฒนาคุณธรรม
- มีทักษะในการจัดการตนเอง ทำกับตนเอง ควบคุมตนเอง เห็นคุณค่าในตนเอง
- มีภาวะผู้นำ กล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออก
- พฤติกรรมที่พึงประสงค์เพิ่มขึ้น พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ลดลง มีวินัย ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ ความพอเพียง จัดอาสา จิตสาธารณะ ความสุภาพเรียบร้อย ความกตัญญูกตเวที เพิ่มขึ้น
- มีความสุขในการเรียนมากขึ้น ความเครียดลดลง ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น
- มีความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนรวมและสิ่งแวดล้อม

3. ผู้ปกครอง / ชุมชน

ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาคุณธรรมผู้เรียน และเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณธรรมกับทางโรงเรียนมากขึ้น



ส่งมอบคุณค่า... ให้สิ่งแวดล้อมยั่งยืน



ส่งมอบคุณค่า... ให้สิ่งแวดล้อมยั่งยืน

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และประกอบด้วยบริษัทย่อยอีก 4 แห่ง กระจายอยู่ตามพื้นที่ในจังหวัดต่างๆ จึงได้ตระหนักถึงผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงให้ความสำคัญในกระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อสร้างความแข็งแกร่งอย่างยั่งยืนในทุกพื้นที่ โดยคำนึงถึงทุกขั้นตอนในห่วงโซ่อุปทาน มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรด้าน การได้ประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefits) ของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในรูปแบบที่หลากหลาย โดยนำแนวทางปฏิบัติและเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่า พร้อมกับการสร้างวัฒนธรรมสีเขียวผ่านการดำเนินชีวิตอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของพนักงาน ตลอดจนมุ่งมั่นสร้างเครือข่ายสีเขียวในห่วงโซ่อุปทานให้เกิดความยั่งยืนร่วมกันต่อไป ดังรายละเอียดที่จะนำเสนอในรายงานประจำปีฉบับนี้



การบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อม

จากพันธกิจของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ที่ยึดมั่นการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างสมดุลกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมนำมาซึ่งการจัดทำนโยบายในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวคิด Premier Go Green ขับเคลื่อนผ่านแผนการดำเนินงานในหลายด้าน อาทิเช่น การปลูกจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงาน การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบต่อจัดการมลภาวะและขยะ ตลอดจนการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก



ในปีพ.ศ.2563 บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินการตามแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ ผ่านคณะทำงานอนุรักษ์การใช้พลังงานและคณะทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทและบริษัทย่อย เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการใช้พลังงานและทรัพยากรให้คุ้มค่าและลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม โดยดำเนินการตามมาตรการและแผนงานต่าง ๆ ดังนี้

- ▶ การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว
- ▶ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า
- ▶ การจัดการมลภาวะและขยะ
- ▶ การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว

การจัดซื้อจัดจ้างอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้มั่นใจว่าการผลิตสินค้าและบริการก่อให้เกิดการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการจัดซื้อจัดจ้างซึ่งนอกจากความโปร่งใสและความเป็นธรรมแล้ว ยังคำนึงถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบตั้งต้นกระบวนการผลิตของสินค้าต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรืองานบริการที่ดำเนินการว่าจ้างต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กรณีการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์ ที่มีส่วนสำคัญที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงได้มีการศึกษา ความเป็นไปได้ ในการนำบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ขายนำมาพัฒนาร่วมกัน ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกวัสดุที่นำมาใช้และการออกแบบ เพื่อให้ได้มาซึ่งการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน ลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยนำร่องจากบรรจุภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ เช่น กระป๋อง ถุงพลาสติกและฉลากสินค้า

การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

การดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าและบริการ ย่อมต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นจำนวนมาก บริษัทจึงมีความมุ่งมั่นพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าและบริการควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพสูงสุด ผ่านแนวทางและมาตรการในการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่าหลายด้าน เช่น การลดการใช้พลังงานไฟฟ้า, น้ำมันเชื้อเพลิง, ก๊าซหุงต้ม, การบริหารจัดการน้ำและลดปริมาณการใช้กระดาษ ด้วยการนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนพัฒนาปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน พร้อมทั้งปลูกฝังให้พนักงานตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า รวมถึงสร้างวัฒนธรรมสีเขียวภายในองค์กร นำไปใช้ในชีวิตประจำวันและครอบครัว

1. การบริหารจัดการใช้ไฟฟ้า

พลังงานไฟฟ้า เป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าและบริการ บริษัทจึงกำหนดให้เป็นเป้าหมายร่วมกันในปรับเปลี่ยนหลอดไฟฟ้าแสงสว่าง การติดตั้งแผงโซลาร์บนหลังคาอาคารโรงงานผลิต เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าใช้ในกระบวนการผลิต ตลอดจนจัดสภาพแวดล้อมที่ทำงานเพื่อประหยัดพลังงานไฟฟ้า ปรับลดการทำงานของเครื่องทำความเย็นให้ยืดหยุ่นตามอุณหภูมิภายนอก จัดกิจกรรมรณรงค์ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมพนักงานในการใช้ไฟฟ้า “ตัวไปไฟดับ”

กรณีศึกษา การนำพลังงานสะอาดมาใช้ทดแทน

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัดและบริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้ยึดถือนโยบายและแนวทางการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่ออย่างยั่งยืน ซึ่งเชื่อมโยงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ดังนั้นการบริหารจัดการใช้ไฟฟ้าถือเป็นภารกิจที่สำคัญในการดำเนินงานในขณะที่ต้องการใช้พลังงานไฟฟ้าในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสวนทางกับปริมาณเชื้อเพลิงที่กำลังจะประสบภาวะขาดแคลนในอนาคต เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติและถ่านหิน ประกอบกับเชื้อเพลิงดังกล่าวสร้างปัญหามลพิษทางอากาศจากการเผาไหม้ ทำให้เกิดก๊าซพิษต่าง ๆ ซึ่งล้วนแต่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ทางบริษัทจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการใช้แหล่งพลังงานทดแทนเพื่อผลิตพลังงานไฟฟ้าไว้ในโรงงาน โดยการติดตั้งแผงโซล่า บนหลังคา (Solar Roof) เป็นพลังงานที่สะอาด ไม่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม และยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการซื้อไฟฟ้าจากการไฟฟ้า ลดค่าความต้องการพลังงานไฟฟ้าสูงสุดในระหว่างวัน อีกทั้งแผงเซลล์แสงอาทิตย์บนหลังคา ช่วยบังแสงอาทิตย์ที่ตกกระทบหลังคา ช่วยลดความร้อนหลังคา ลดการทำงานของเครื่องปรับอากาศได้อีกด้วย

แนวทางในการปฏิบัติและผลลัพธ์

บริษัทย่อยทั้ง 2 ได้เริ่มต้นดำเนินการลงทุนติดตั้งแผงเซลล์แสงอาทิตย์ ตั้งแต่ปี 2560 และได้เพิ่มการติดตั้งแผงเซลล์แสงอาทิตย์ จากเดิมขนาด 25 kWp เพิ่มเป็น 70.36 kWp โดยติดตั้งที่หลังคาอาคารผลิตของโรงงาน รวมทั้งสิ้น 288 แผง ติดตั้งชุดอุปกรณ์แปลงแรงดันไฟฟ้า (SMA Inverter) จำนวน 1 ชุด เชื่อมระบบไฟฟ้าเข้ากับตู้ควบคุมไฟฟ้าในโรงงาน เมื่อไรที่มีแสงแดดก็จะใช้ไฟฟ้าจากโซล่าเซลล์ส่งไปใช้งานสำหรับเครื่องจักรในการผลิต ช่วยลดการใช้ไฟจากการไฟฟ้ามาอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งในปี 2563 แผงเซลล์แสงอาทิตย์ ผลิตกระแสไฟฟ้าได้เฉลี่ยจำนวน 352.54 หน่วย/วัน หรือรวมทั้งปี128,679.20 หน่วย/ปี

การผลิตกระแสไฟฟ้า

ปี	หน่วย / วัน	หน่วย / ปี
2561	332.22	121,260.30
2562	368.61	134,542.65
2563	352.54	128,679.20
รวม	351.12	384,482.15



ภาพแผงโซล่าที่ติดตั้งบนหลังคาอาคารโรงงาน



2. การบริหารจัดการน้ำ

น้ำสะอาดเป็นปัจจัยที่สำคัญในกระบวนการผลิตต้องใช้น้ำในเกือบทุกขั้นตอนของการผลิต โดยเฉพาะในขั้นตอนล้างทำความสะอาดวัตถุดิบ น้ำที่ใช้ล้างทำความสะอาดเครื่องจักร อุปกรณ์การในกระบวนการผลิต เป้าหมายของโครงการนี้คือ ลดปริมาณการปล่อยน้ำหลังการบำบัดลงไปสู่คลองสาธารณะ ดังนั้นจึงเล็งเห็นว่าต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้น้ำและใช้น้ำอย่างเหมาะสม ตลอดจนสร้างจิตสำนึกให้ทุกส่วนงานรู้ถึงคุณค่าของน้ำ ทั้งนี้เป็นการลดภาระในการบำบัดน้ำเสีย เพราะน้ำทิ้งที่ใช้หลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการผลิตนี้จะเกิดการปนเปื้อน สกปรก ถ้าควบคุมการบำบัดน้ำก่อนปล่อยออกสู่คลองสาธารณะไม่ดีก็ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศน์

กรณีศึกษา การจัดการน้ำทิ้งเพื่อนำกลับมาใช้งาน

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้กำหนดการบริหารจัดการน้ำเป็นโครงการ การนำน้ำใช้แล้วในกระบวนการผลิต และการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อให้เกิดลดการใช้ทรัพยากรน้ำ (น้ำประปา) อย่างคุ้มค่า อีกทั้งลดปริมาณน้ำทิ้งหลังบำบัดลงสู่คลองสาธารณะ

แนวทางในการปฏิบัติและผลลัพธ์

สำหรับการบริหารจัดการน้ำในกระบวนการผลิตนั้น ทางบริษัทฯ ได้ดำเนินการเปลี่ยนวิธีการละลายวัตถุดิบแช่แข็งให้ใช้ปริมาณน้ำน้อยลงโดยใช้ระบบลมและน้ำทิ้งหลังบำบัดที่มีคุณภาพตามมาตรฐานกรมโรงงานอุตสาหกรรม ก็นำกลับมาใช้ใหม่ โดยกำหนดให้ใช้ในพื้นที่รอบนอกไลน์ผลิต เช่น รดน้ำต้นไม้, ล้างลานรับวัตถุดิบ, บำบัดอากาศโดยลดเขม่าควันจากการเผาไหม้ของ Boiler

ในปีพ.ศ.2563 บริษัทสามารถลดปริมาณการใช้น้ำล้างและละลายวัตถุดิบแช่แข็งเป็นระบบลมจาก 1,400 คิว/เดือน และนำน้ำทิ้งหลังบำบัดกลับมาใช้ใหม่ได้ 600 คิว/เดือน หรือ 7,200 คิว/ปี และในปีพ.ศ.2564นี้ บริษัทยังได้ดำเนินโครงการนี้อีกอย่างต่อเนื่องเพราะได้เห็นถึงประโยชน์และผลลัพธ์ดังที่ได้รายงานข้างต้น



ภาพการติดตั้งระบบการนำน้ำทิ้งกลับมาใช้ใหม่



3. การบริหารจัดการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมนอกเหนือจากการพัฒนาธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นในปัจจุบันแล้ว ยังมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ โดยการส่งเสริมให้มีการใช้งานอุปกรณ์หรือโปรแกรมด้านไอที ก่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงานสูงสุด เพื่อลดการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

- ▶ พัฒนางานบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ อำนวยความสะดวกด้วยการลดขั้นตอนการทำงานและปริมาณเอกสารที่ขอใช้บริการ
- ▶ ลดการใช้แบบสำรวจในรูปแบบกระดาษ เป็นการทำแบบสำรวจผ่าน QR Code
- ▶ ลดการเดินทางที่ไม่จำเป็น โดยการประชุม อบรม สัมมนา ผ่านระบบออนไลน์ทดแทน
- ▶ ปรับเปลี่ยนประเภทกระดาษที่ใช้เป็น กระดาษ 100% ใยธรรมชาติ เป็นนวัตกรรมกระดาษที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผลิตจากเยื่อ Eco Fiber 50% จึงช่วยลดการใช้ไม้ใหม่

ในปี 2563 มีเหตุการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 บริษัทจึงประกาศมาตรการและแนวทางการปฏิบัติงาน เพื่อป้องกันการติดต่อแพร่ระบาดของไวรัสดังกล่าว บริษัทจึงกำหนดให้พิจารณาการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) เป็นอีกมาตรการเสริมที่นอกจากลดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 แล้ว ยังสามารถลดการใช้พลังงานในการเดินทางไปกลับจากที่ทำงานด้วย

กรณีศึกษา มาตรการลดการใช้กระดาษเพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

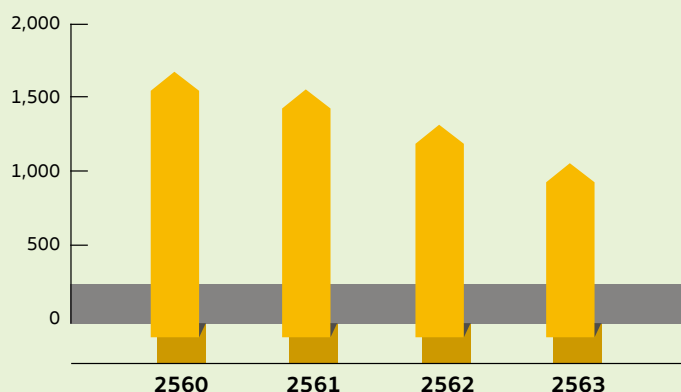
กระดาษเป็นวัสดุสำนักงานชนิดหนึ่งที่ทีมงานบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) ต้องการสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานเห็นถึงความสำคัญของการใช้วัสดุสำนักงานประเภทกระดาษให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพราะหากมีการใช้กระดาษที่เพิ่มขึ้นย่อมส่งผลให้ต้องตัดต้นไม้มากขึ้นและยังเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาภาวะโลกร้อนตามมา ดังนั้นทางบริษัทจึงได้ริเริ่มโครงการส่งเสริมและรณรงค์ลดการใช้กระดาษในหน่วยงานต่าง ๆ โดยได้กำหนดเป็นเป้าหมายและแผนงานอย่างต่อเนื่องในรอบ 4 ปีที่ผ่านมา เช่น การนำกระดาษมาใช้อีกด้าน ลดการสั่งพิมพ์เอกสารด้วยการส่งไฟล์เอกสารผ่าน Share Drive ส่วนกลางในระบบหรือการปรับเปลี่ยนขั้นตอนงานบริการผ่านระบบออนไลน์ เป็นต้น

แนวทางในการปฏิบัติและผลลัพธ์

ในการรณรงค์ให้เกิดการปฏิบัตินั้น บริษัทได้กำหนดเป้าหมายและแจ้งแนวทางการลดการใช้กระดาษให้แต่ละหน่วยงานทราบ พร้อมกับแจ้งปริมาณการใช้กระดาษของแต่ละหน่วยงานของปีที่ผ่านมา เพื่อนำไปจัดทำแผนการเบิกใช้กระดาษในแต่ละเดือน โดยมีหน่วยงานธุรการสรุปรายงานจำนวนการใช้ให้แต่ละหน่วยงานทราบเป็นรายเดือน นอกจากนี้ยังรวบรวมกระดาษที่ไม่ใช้งานแล้วและพิจารณาเห็นว่ายังสามารถนำกลับใช้งานอีกด้านได้ นำมาสำรองไว้ใช้งานที่เครื่องถ่ายเอกสารส่วนกลางต่อไป ในระหว่างรณรงค์นั้นมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเสียงตามสายภายในองค์กรเป็นระยะ ๆ อีกด้วย

จากการดำเนินงานตามมาตรการดังกล่าว พบว่าภาพรวมการใช้กระดาษของทั้งบริษัท ในปีพ.ศ.2563 ที่ผ่านมาสามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้ ร้อยละ 12.85 หรือลดลงจำนวน 175 รีม (87,500 แผ่น) คิดเป็นมูลค่า 15,925 บาท หรือเท่ากับการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) ได้ 551.78 Kgs

ปี	จำนวนกระดาษ (รีม)	คิดเป็น%ของ กระดาษที่ลดลงได้ ของปีที่ผ่านมา
2560	1,688	-
2561	1,506	10.78%
2562	1,361	9.63%
2563	1,186	12.85%



หากพิจารณาจากสถิติ ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2560 ที่เริ่มรณรงค์จนถึงปีที่ผ่านมาจะพบว่าภาพรวมจำนวนการใช้กระดาษของทั้งบริษัท สามารถลดปริมาณการใช้ลงได้ ร้อยละ 29.74 หรือลดลงจำนวน 502 รีม (251,000 แผ่น) คิดเป็นมูลค่า 45,682 บาท โดยสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) ได้ถึง 1,582.81 Kgs และบริษัทจะยังคงดำเนินโครงการนี้ต่อไป พร้อมกับจะชักชวนให้บริษัทย่อยตลอดจนคู่ค้าของบริษัทได้นำแนวคิดในเรื่องนี้ไปปฏิบัติเป็นวงกว้างยิ่งขึ้น



การบริหารจัดการมลภาวะและขยะ

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)และบริษัทย่อย ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการมลภาวะและขยะ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ โดยทบทวนตั้งแต่การลดการเกิดของเสียเป็นลำดับแรกก่อน ตามแนวทางการบริหารจัดการโดยนำหลักการ 3R มาพิจารณาคัดแยกของเสียหรือขยะแต่ละประเภท การลดการใช้และการบริโภคทรัพยากรที่ไม่จำเป็น (Reduce) การนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด (Reuse) และการเลือกใช้ทรัพยากรที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อลดปริมาณขยะและลดการปลดปล่อยของเสียสู่สภาพแวดล้อม (Recycle) อีกทั้งให้การส่งเสริม รมรณรงค์ อบรมให้ความรู้แก่พนักงานให้ตระหนักถึงปัญหามลพิษและขยะ รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานและเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่อง

กรณีศึกษา การคัดแยกขยะเพื่อการศึกษา

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้สานต่อนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาโครงการต่าง ๆ จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย และการพูดคุยกับพนักงาน จนกระทั่งได้รับข้อเสนอจากพนักงานมาจัดทำ โครงการคัดแยกขยะประเภทขวดต่าง ๆ เช่นขวดแก้ว ขวดพลาสติก กระป๋องกาแฟ ซึ่งเป็นขยะที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการที่ร้านอาหารของบริษัท นำมาคัดแยกประเภทเพื่อนำไปจำหน่ายต่อโดยในข้อเสนอแนบนั้นได้ ขอให้นำรายได้ที่เกิดขึ้นจากการจำหน่ายขยะเหล่านั้น ไปสนับสนุนโรงเรียนในละแวกชุมชนที่พนักงานของบริษัทอาศัยอยู่ ซึ่งดำเนินการมากกว่า 10 ปี โดยดำเนินการสนับสนุนร่วมกับโครงการทำเพื่อการศึกษา ที่บริษัทสนับสนุนโรงเรียนต่าง ๆ ปีละ 2 โรงเรียน โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อให้พนักงานได้มีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม โดยจัดให้มีการคัดแยกขยะเพื่อไม่ให้ขยะไปเป็นภาระต่อชุมชน
2. เพื่อช่วยโรงเรียนเป้าหมายได้มีอุปกรณ์เพื่อการศึกษา หรือของใช้ที่จำเป็น

แนวทางการปฏิบัติและผลลัพธ์

ในการจัดทำนั้นบริษัทจัดหาถังขยะเพื่อไว้ใช้แยกประเภทขยะออกเป็นชนิด ขยะทั่วไป ขยะประเภทขวด ขยะกระป๋องลักษณะต่าง ๆ จากนั้นจึงรวบรวมไว้ให้มากพอและนำไปจำหน่ายเดือนละ 1 ครั้ง

โดยในปี พ.ศ.2563 ได้ดำเนินการโครงการคัดแยกขยะทั้งประเภทขวด กระป๋องประเภทต่าง ๆ ออกจากขยะอื่น ๆ ได้รวมทั้งสิ้นจำนวน 5,880 กิโลกรัม และสามารถนำไปสนับสนุนเพื่อการศึกษาของโรงเรียนโดยโรงเรียนทั้ง 2 แห่งได้นำรายได้จำนวน 17,100 บาท ไปจัดซื้อข้าวสารอาหารแห้งที่วิ จำนวน 18 อัน นำมาซึ่งความยินดีจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งผู้บริหารของโรงเรียนและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการดังกล่าว



ภาพการคัดแยกขยะประเภท ขวด กระป๋อง



ภาพการติดตั้งอุปกรณ์ฯบนสมาร์ททีวี



ส่งมอบคุณค่าให้สิ่งแวดล้อมยั่งยืน

การบริหารจัดการ ก๊าซเรือนกระจก

กระแสที่ถูยกยกระดับความสำคัญทั่วโลก และ ในประเทศไทยเองก็กำลังได้รับการพูดถึงในทุกภาคส่วน คือ Sustainable Development Goals : SDG หรือ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ ที่มุ่งการพัฒนาในมิติของสังคมและสิ่งแวดล้อม เป้าหมายที่สำคัญอันหนึ่งในการสร้างความมั่นคงของทรัพยากรธรรมชาติและยกระดับคุณภาพ สิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการผลิตและการบริโภค ที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการ วางรากฐานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)และบริษัทย่อย ได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และขยายแนวคิดการจัดการพลังงานและบรรเทาภาวะโลกร้อนให้ครอบคลุมในห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อประโยชน์สูงสุด โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ บรรเทาภาวะโลกร้อน (Global Warming) และการบริหารจัดการพลังงาน เช่น ไฟฟ้า น้ำ และทรัพยากรหมุนเวียนอื่น ๆ ซึ่งทางบริษัทให้การส่งเสริมและผลักดันให้ทุกหน่วยงานในองค์กรมีการปรับปรุงประสิทธิภาพ การใช้พลังงานในหน่วยงานและดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนพัฒนานวัตกรรมหรือมาตรการ เพื่อลดการใช้พลังงานโดยรวม

แนวทางในการปฏิบัติ

สำหรับแนวทางในการดำเนินการภายใต้โครงการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน เพื่อให้เกิดผลผลิตภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน จะมีกิจกรรมในการดำเนินหลัก ๆ ดังนี้

1. การกำหนดนโยบายตลอดจนกำหนดเป้าหมายด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
2. การออกแบบและพัฒนาการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก การจัดทำเอกสาร รายงาน และการทวนสอบบัญชีก๊าซเรือนกระจกขององค์กร
3. การรวบรวมและจัดเก็บเพื่อคำนวณการวัดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอน โดยใช้หลักการของ Carbon Footprint เพื่อเป็นแนวทางในการวัดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนออกมาในรูป ต้นคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า โดยมีการแบ่งตามขอบเขตการปล่อย คือ

ขอบเขตที่ 1 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางตรงขององค์กร

ขอบเขตที่ 2 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน เช่น ไฟฟ้า พลังงานไอน้ำ

ขอบเขตที่ 3 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางอ้อมอื่น ๆ อาทิ การเดินทางของพนักงาน การใช้กระดาษ การใช้น้ำประปา

4. การกำหนดแผนงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน

ตารางแสดงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ขอบเขต	แหล่งการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี) พ.ศ.2563
Scope 1	1. การเผาไหม้แบบอยู่กับที่	
	1.1 Diesel (Fire pump)	-
	2. การเผาไหม้แบบเคลื่อนที่	
	2.1 น้ำมันดีเซล	1,020.0203
	2.2 น้ำมัน GASOHOL 91,E20,E85	39.4320
	2.3 น้ำมัน GASOHOL 95	161.0419
	3. การใช้สารดับเพลิง (co2)	-
	4. การใช้สารทำความเย็นชนิด R32	-
	5. ก๊าซหุงต้ม LPG	-
Scope 2	2.1 พลังงานไฟฟ้า	141.9581
Scope 3	3.1 กระดาษ A4 และ A3 สีขาว	3.7394
	3.2 การใช้น้ำประปา*	-
	3.3 ขยะของเสียฝังกลบ	-
	รวมทั้งสิ้น	1,366.1917

*ค่าน้ำประปา สำหรับอาคารสำนักงานของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่าอาคารสำนักงานได้จัดเก็บรวมอยู่กับค่าบริการตามสัญญาเช่า

ในปีพ.ศ.2563 บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินการมอบหมายให้คณะทำงานด้านการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อศึกษา สื่อสารทำความเข้าใจ และอยู่ระหว่างการทบทวนมาตรฐานการรวบรวม จัดเก็บ และบันทึกข้อมูล เพื่อเปิดเผยตามแนวทางการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ภายในปีพ.ศ.2564 เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการใช้พลังงานและทรัพยากรให้คุ้มค่าและลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่อไป โดยในปีพ.ศ.2563 ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉพาะบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) เท่ากับ 1,366.1917 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

กรณีศึกษา การผลิตปุ๋ยอินทรีย์จากเปลือกกาแฟที่เหลือจากการแปรรูป

กระบวนการแปรรูปกาแฟจากผลเชอร์รี่สดมาเป็นรูปแบบกะลานั้น มีวัสดุเหลือทิ้งหลังจากการแปรรูปกาแฟนั้นคือเปลือกกาแฟเชอร์รี่ ซึ่งหากไม่มีกระบวนการจัดการของเสียจากการแปรรูปที่ดี อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน เช่น ส่งกลิ่นเหม็นรบกวนชุมชนใกล้เคียงบริเวณโรงแปรรูปผลผลิต ความสะอาดทางอาชีวอนามัยของคนในชุมชน และน้ำเสียไหลลงสู่แหล่งน้ำซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศทางน้ำได้

แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ในด้านการพัฒนาเพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ต้นน้ำ โดยการใช้หลักการหมุนเวียนธาตุอาหาร เมื่อนำมาผลิตปุ๋ยอินทรีย์จากฟาร์ม นั่นคือผลกาแฟ ที่ถูกสร้างโดยต้นกาแฟดูดซับธาตุอาหารจากดินมาหล่อเลี้ยงผล และเรานำเอาเฉพาะส่วนที่เป็นเปลือกกาแฟมาใช้ ส่วนที่เหลือคือเปลือกกาแฟเรานำมาทำเป็นปุ๋ยหมักและนำกลับคืนสู่ดินพืชจะดูดซึมกลับไปเป็นธาตุอาหารอีกครั้งหนึ่ง วัฏจักรธาตุอาหารที่หมุนเวียนก็จะเป็นไปอย่างสมดุล

วัตถุประสงค์

1. เพื่อนำเปลือกกาแฟจากการแปรรูปกาแฟเชอร์รี่กลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์
2. เพื่อลดต้นทุนการผลิตในส่วนของการจัดการฟาร์มให้แก่เกษตรกรสมาชิกกลุ่ม
3. เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศในพื้นที่ต้นน้ำ

แนวทางปฏิบัติและผลลัพธ์

1. การวางแผนเตรียมการและการจัดการวัตถุดิบ : บริษัท มีนา จำกัด ได้ให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตรกรอินทรีย์ลงพื้นที่วางแผนการจัดการเปลือกกาแฟเชอร์รี่ที่เหมาะสมต่อการนำมาผลิตเป็นปุ๋ยหมักโดยมีการแยกเปลือกและน้ำเสียจากการแปรรูปไม่ให้ปะปนกัน
2. ประสานองค์ความรู้ : บริษัท มีนา จำกัด ได้มีการประสานงานติดต่อกับสถาบันการศึกษา คือ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อศึกษาเรียนรู้กระบวนการผลิตปุ๋ยหมักที่มีประสิทธิภาพ
3. เมื่อผลิตปุ๋ยหมักได้แล้ว จึงนำตัวอย่างปุ๋ยหมักไปตรวจวิเคราะห์ธาตุอาหารเพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพของปุ๋ยหมักอินทรีย์ตามท้องตลาด และเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสูตรการผลิตปุ๋ยหมักให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น
4. บำบัดน้ำจากโรงแปรรูปเชอร์รี่ ในแต่ละ Plant เพื่อควบคุมและรักษาคุณภาพของน้ำจากการแปรรูป เพื่อไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ และ ส่งผลดีต่อชุมชน

เป้าหมายและผลลัพธ์

ในปีพ.ศ.2563 เป้าหมายและผลลัพธ์เชิงปริมาณในการดำเนินการ ดังนี้

เป้าหมายรวม = 80,000 ก.ก. ผลลัพธ์รวม = 64,860 ก.ก. คิดเป็น 81.08%



ภาพสมาชิกกลุ่มช่วยกันผลิตปุ๋ยจากเปลือกกาแฟ เพื่อนำกลับไปใช้ในสวนกาแฟ

รางวัลจากผลการดำเนินงาน ในปี 2563

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)



รางวัลหุ้นยั่งยืนประจำปี2563

จากแนวความคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัท จึงได้รับการประกาศเป็นรายชื่อหุ้นยั่งยืนต่อเนื่องเป็นปีที่6 (Thailand Sustainability Investment หรือ TSI) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี2563

จากแนวความคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงาน เพื่อสร้างประโยชน์ที่ยั่งยืนร่วมกัน จากกรมสวัสดิการคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

บริษัท พี.एम.ฟู้ด จำกัด - บริษัทย่อย



รางวัลเกียรติยศ CSR-DIW Continuous Award ประจำปี2563

จากแนวความคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดปราจีนบุรี จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม



รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์ และสวัสดิการแรงงานประจำปี 2563 - ต่อเนื่องปีที่ 8

จากแนวความคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงาน เพื่อสร้างประโยชน์ที่ยั่งยืนร่วมกัน จากกรมสวัสดิการคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม



รางวัลอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 3 (ระบบสีเขียว)

จากแนวความคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญและคำนึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง จึงได้รับการรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมว่า บริษัทมีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในระดับระบบสีเขียว และมุ่งมั่นสานสัมพันธ์เครือข่ายสีเขียว (ระดับ4 วัฒนธรรมสีเขียว)อย่างยั่งยืนต่อไป

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด -บริษัทย่อย



รางวัลเกียรติยศ CSR-DIW Continuous Award ประจำปี2563

จากแนวความคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดปราจีนบุรี จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม



รางวัลอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 (วัฒนธรรมสีเขียว)

จากแนวความคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญและคำนึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง จึงได้รับการรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมว่า บริษัทมีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในระดับวัฒนธรรมสีเขียว และมุ่งมั่นสานสัมพันธ์เครือข่ายสีเขียว(ระดับ5) กับคู่ค้า ชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป



ได้รับการรับรองมาตรการป้องกัน COVID-19 โดย สมาคมอุตสาหกรรมทูน่าไทย

จากการบูรณาการความร่วมมือระหว่างกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กรมประมง สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย และ องค์การ ILO International Labor Organization ร่วมกันพัฒนาสถานประกอบการกิจการที่มีแนวทางการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด19 และสร้างมาตรการที่ดีในการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก ผลการตรวจประเมินได้รับการรับรองว่าบริษัทมีแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการผลิตสินค้า ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด19 เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยต่อผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัท มีวนา จำกัด -บริษัทย่อย



ได้รับการรับรองมาตรฐาน Organic Coffee for Sustainable Forest Conservation Project โดย Organic Ariculture Certification Thailand ACT Organic Company

จากการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและบูรณาการความร่วมมือกับเกษตรกรปลูกกาแฟออแกนิก จึงได้รับการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์ กาแฟออแกนิก



ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล HALAL โดย คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

จากการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและดำเนินการตามกรรมวิธีการผลิตอย่างถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคให้กับผลิตภัณฑ์กาแฟออแกนิก

สรุปผลการดำเนินงาน ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ประจำปี 2563

ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
		2561	2562	2563
รายได้จากการขายและบริการ	ล้านบาท	4,340	4,500	4,184
กำไรสำหรับปี	ล้านบาท	364.69	270.15	398.79
เงินปันผลจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	388.86	335.02	375.80
ค่าจ้างและค่าตอบแทนแก่พนักงาน	ล้านบาท	687.72	687.97	753
ภาษีที่จ่ายให้แก่รัฐบาล และหน่วยงานราชการ ท้องถิ่น เช่น ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีบำรุง ท้องถิ่น ภาษีโรงเรือน หรืออื่นๆ โปรตระนู	ล้านบาท	99.63	88.97	79.32
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
อัตราเงินสมทบที่องค์กรจ่ายเข้ากองทุนสำรอง เลี้ยงชีพ ให้แก่พนักงาน (ร้อยละของฐาน เงินเดือน)	หมายเหตุ* กรณีไม่มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ระบุ (-)			
▶ อายุงาน ไม่เกิน 7 ปี	ร้อยละ	5,3	5,3	5,3
▶ อายุงาน 7 ปีขึ้นไป	ร้อยละ	8,6,5,3	8,6,5,3	8,6,5,3
▶ อายุงาน ปีขึ้นไป	ร้อยละ	-	-	-
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
สิทธิประโยชน์ทางภาษีและอื่นๆ ที่ได้รับจาก รัฐบาลและหน่วยงานท้องถิ่น จากการส่งเสริม การลงทุนและพัฒนา	ล้านบาท	10.83	-	-
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				
ร้อยละของผู้ส่งมอบในท้องถิ่น (Supplier /Service/Outsource) (รัศมี 5 กิโลเมตร หรือภายในจังหวัด)	ร้อยละ	58.52	27.27	30
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				
ร้อยละของผู้บริหารตั้งแต่ระดับผู้จัดการขึ้นไป ที่มาจากคนในท้องถิ่น (รัศมี 5 กิโลเมตร หรือภายในจังหวัด)	ร้อยละ	07.34	50	50
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				

ผลการดำเนินงานด้านสังคม

ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
		2561	2562	2563
จำนวนพนักงานรวม	คน			
▶ พนักงานประจำ	คน	1,926	1,937	1,874
▶ พนักงานชั่วคราว	คน	0	0	0
จำนวนพนักงานจำแนกตามเพศ	คน			
▶ ชาย	คน	558	541	554
▶ หญิง	คน	1,368	1,396	1,320
จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับพนักงาน	คน			
▶ ระดับปฏิบัติการ	คน	1,584	1,714	1,629
▶ ระดับบังคับบัญชาและสายวิชาชีพ	คน	282	173	190
▶ ระดับผู้จัดการ	คน	60	50	55
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
ร้อยละของพนักงานที่จะเกษียณอายุ				
▶ ใน 5 ปี (ช่วงอายุ 55-60 ปี)	ร้อยละ	5.82	3.01	2.08
▶ ใน 10 ปี (ช่วงอายุ 50-60 ปี)	ร้อยละ	15.01	13.36	12.92
อัตราการลาออก (Turn Over Rate)	ร้อยละ	15.12	15.85	10.78
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
อัตราการกลับมาทำงานหลังจากการลาคลอด	ร้อยละ	100	100	100
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
จำนวนพนักงานที่เป็นคณะกรรมการสวัสดิการ	คน	22	22	26
จำนวนพนักงานที่อยู่ในคณะกรรมการ ความปลอดภัยฯ				
▶ ตัวแทนนายจ้าง และเจ้าหน้าที่				
ความปลอดภัยฯ (คน)	คน	11	11	11
▶ ตัวแทนลูกจ้าง	คน	19	19	19
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (IR)	รายต่อ ชั่วโมง การทำงาน	15	76.0	1.09
อัตราการเกิดโรคจากการทำงาน (ODR)	รายต่อ ชั่วโมง การทำงาน	0	0	0
อัตราการเกิดอุบัติเหตุจนถึงขั้นหยุดงาน (LDR)	รายต่อ ชั่วโมง การทำงาน	3	4.44	4.44

ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
		2561	2562	2563
อัตราการลาหยุดงานที่เกิดจากการเจ็บป่วย จากการทำงาน (AR)	รายต่อ ชั่วโมง การทำงาน	0	0	0
จำนวนผู้เสียชีวิตจากการทำงาน	คน	0	0	0
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
ชั่วโมงเฉลี่ยของการฝึกอบรมต่อคนต่อปี	ชั่วโมงต่อ คน ต่อปี	11.10	19.88	9.33
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
ร้อยละของพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมนโยบาย และแนวปฏิบัติต่อต้านการคอร์รัปชัน ในองค์กร	ร้อยละ	100	100	100
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลกระทบ ทางสังคมอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรและ การดำเนินการแก้ไขอย่างเป็นทางการ	ครั้ง	0	0	0
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
ผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า	ร้อยละ	79.50	77.00	86.20
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เท่านั้น				
มูลค่าของค่าปรับที่เกิดจากการปฏิบัติ ที่ไม่สอดคล้องกับกฎหมาย ▶ ความไม่ปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ(PR2) ▶ ข้อมูล-ฉลากผลิตภัณฑ์ (PR4) ▶ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ (PR7)	บาท	0	0	0
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				

ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
		2561	2562	2563
ปริมาณการใช้พลังงานฟอสซิล				
1. น้ำมันดีเซล	ลิตร	483,415	452,349	461,834.30
2. LPG	ก.ก.	-	-	-
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)				
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	kWh	317,547	295,221	283,973
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)				
ปริมาณการใช้น้ำจําแนกตามแหล่งน้ำ	m ³			
น้ำประปา	m ³	222,467	209,382	207,216
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง : Scope 1 (ton CO ₂ e) ได้แก่ การเผาไหม้เชื้อเพลิง ฟอสซิล (LPG ดีเซล)(ปริมาณการใช้พลังงาน ฟอสซิล x factor LPG 0.062 ดีเซล 2.708 / 1000)	(ดีเซล) ton CO ₂ e (LPG) ton CO ₂ e	1,359.02 -	1,246.29 -	1,220.49 -
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)				
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมผ่านการ ใช้ไฟฟ้า : Scope 2 (ton CO ₂ e) การใช้ไฟฟ้า ไม่รวมโซลาร์เซลล์(ปริมาณการใช้ไฟฟ้า x 0.561/ 1000)	T on CO ₂ e	158.74	147.58	141.96
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)				
ปริมาณน้ำทิ้งที่ระบายออกนอกโรงงาน	m ³	152,888	161,666	160,064
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				

ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
		2561	2562	2563
ปริมาณของเสีย	ton			
1.ของเสียอันตราย	ton	2.42	0	5.16
2.ของเสียไม่อันตราย	ton	197.6	35.63	243.74
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				
จำนวนครั้งของการรั่วไหลของสารเคมี/น้ำมัน/น้ำทิ้ง/ของเสีย ที่มีนัยสำคัญ (เหตุที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และทรัพยากรธรรมชาติ)	ครั้ง	0	0	0
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				
ค่าใช้จ่ายและการลงทุนในการปกป้องสิ่งแวดล้อม	ล้านบาท			
1.ค่ากำจัด และบำบัดของเสีย	ล้านบาท	4814.0	0.0673	0.156
2.ค่าการจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (รวมค่าวิจัยศึกษาพัฒนา)	ล้านบาท	56.0	0.50	0.20
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				

GRI Standards Content Index

GRI Standards	Disclosure	Page Number	SDG Mapping
GRI 101: Foundation			
GRI 102: General Disclosures			
Organizational profile			
102-1	Name of the organization	Back cover	
102-2	Activities, brands, products, and services	7-9	
102-3	Location of headquarters	5	
102-4	Location of operations	5	
102-5	Ownership and legal form	www.premier-marketing.co.th	
102-6	Markets served	7-9	
102-7	Scale of the organization	5	
102-8	Information on employees and other workers	51-69	
102-9	Supply chain	13,21-23	
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	36-49	
102-11	Precautionary Principle or approach	32-35	
102-12	External initiatives	16-20	
102-13	Membership of associations	122-124	
Strategy			
102-14	Statement from senior decision-maker	2-3	
102-15	Key impacts, risks, and opportunities	10-11	
Ethics and integrity			
102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	6,11	
102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	27-31	
Governance			
102-18	Governance structure	14-15,28-29	
102-19	Delegating authority	14-15	
102-20	Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	14	
102-21	Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics	16-18	
102-22	Composition of the highest governance body and its committees	One report 2020	
102-23	Chair of the highest governance body	One report 2020	
102-24	Nominating and selecting the highest governance body	One report 2020	
102-25	Conflicts of interest	One report 2020	

GRI Standards	Disclosure	Page Number	SDG Mapping
102-26	Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy	One report 2020	
102-27	Collective knowledge of highest governance body	One report 2020	
102-28	Evaluating the highest governance body's performance	One report 2020	
102-29	Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	One report 2020	
102-30	Effectiveness of risk management processes	One report 2020	
102-31	Review of economic, environmental, and social topics	One report 2020	
102-32	Highest governance body's role in sustainability reporting	One report 2020	
102-33	Communicating critical concerns	One report 2020	
102-34	Nature and total number of critical concerns	One report 2020	
102-35	Remuneration policies	One report 2020	
102-36	Process for determining remuneration	One report 2020	
102-37	Stakeholders' involvement in remuneration	One report 2020	
102-38	Annual total compensation ratio	One report 2020	
Stakeholder engagement			
102-40	List of stakeholder groups	16-20	
102-41	Collective bargaining agreements	58	
102-42	Identifying and selecting stakeholders	13,16-20	
102-43	Approach to stakeholder engagement	13,16-20	
102-44	Key topics and concerns raised	20	
Reporting practice			
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	8-9	
102-46	Defining report content and topic Boundaries	20	
102-47	List of material topics	16-20	
102-48	Restatements of information	-	
102-49	Changes in reporting	-	
102-50	Reporting period	4	
102-51	Date of most recent report	4	
102-52	Reporting cycle	4	
102-53	Contact point for questions regarding the report	4	
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	4	
102-55	GRI content index	130-135	
102-56	External assurance	No Assurance Statement	

GRI Standards	Disclosure	Page Number	SDG Mapping
GRI 200: Economic Topics			
GRI 103: Management Approach			
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	16-20	
103-2	The management approach and its components	21-23	
103-3	Evaluation of the management approach	24-25	
GRI 201: Economic Performance			
201-1	Direct economic value generated and distributed	125	SDGs 8
201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	32-35	
201-3	Defined benefit plan obligations and other retirement plans	51-64	
GRI 202: Market Presence			
202-1	Ratio of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage	52	SDGs 8
GRI 203: Indirect Economic Impacts			
203-1	Infrastructure investments and services supported	46-47	SDGs 9
203-2	Significant indirect economic impacts	40-47	SDGs 8
GRI 205: Anti-corruption			
205-1	Operations assessed for risks related to corruption	13,17,19-20	SDGs 16
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	30-31	
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	30-31,97-98	

GRI Standards	Disclosure	Page Number	SDG Mapping
GRI 300: Environment Topics			
GRI 103: Management Approach			
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	20	
103-2	The management approach and its components	105,111-112	
103-3	Evaluation of the management approach	106-107,113-121	
GRI 302: Energy			
302-1	Energy consumption within the organization	106-107,113-121	SDGs7
302-2	Reduction of energy consumption	106-107,113-121	
303-5	Reductions in energy requirements of products and services	106-107,113-121	
Emissions			
GRI 103: Management Approach			
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	112	SDGs 13
103-2	The management approach and its components	119	
103-3	Evaluation of the management approach	119-120	
GRI 305: Emissions			
305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	120	SDGs 13
305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	120	
305-5	Reduction of GHG emissions	114,115,117	
GRI 306: Effluents and waste			
306-1	Water discharge by quality and destination	115,128-129	SDGs 13
306-2	Waste by type disposal method	115,118	
306-4	Transport of hazardous waste	115,117,121	
GRI 308: Supplier Environmental Assessment			
308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	36-39	

GRI Standards	Disclosure	Page Number	SDG Mapping
GRI 400: Social Topics			
GRI 103: Management Approach			
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	20	
103-2	The management approach and its components	51,71	
103-3	Evaluation of the management approach	52-69,71-75	
GRI 401: Employment			
401-1	New employee hires and employee turnover	52,58	
401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	58-63	
GRI 403: Occupational health and safety			
403-1	Workers representation in formal joint management-worker health and safety committees	64-65,126	
403-2	Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	64-65,126	
GRI 404: Training and Education			
404-1	Average hours of training per year per employee	56,127	SDGs 4
404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	56-57	
404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	56-57	
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity			
405-1	Diversity of governance bodies and employees	55	SDGs 10,16
405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	52	
GRI 407: Freedom of association and collective bargaining			
407-1	Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	52,58,61	SDGs 10,16
GRI 408: Child labor			
408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	52,55	SDGs 10,16
GRI 409: Forced or compulsory labor			
409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	52,55	SDGs 10,16
GRI 412: Human rights assessment			
412-1	Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	54-55	SDGs 10,16

GRI Standards	Disclosure	Page Number	SDG Mapping
GRI 413: Local Communities			
413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	72-75	
GRI 414: Supplier social assessment			
414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	36-39	SDGs 16
GRI 416: Customer health and safety			
416-1	Assessment of the health and safety impacts of and service categories	40-43	SDGs 3
GRI 417: Marketing and Labeling			
417-1	Requirements for product and service information and labeling	42	SDGs 3
GRI 418: Customer Privacy			
418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	127	



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

No. 1, Premier Corporate Park, Soi Premier 2, Sinakharin Road, Nong Bon Sub-district, Prawet District, Bangkok 10250
Tel : 0-2301-1600, 0-2301-1800 Fax : 0-2301-1711

www.premier-marketing.co.th