

รายงานเพื่อการพัฒนา อย่างยั่งยืน ปี 2558



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

Sustainability Development Report 2015



ความสำเร็จ
ร่วมกัน
อย่างยั่งยืน



คุณภาพชีวิตที่ดี
ร่วมกัน
อย่างยั่งยืน

สร้างห่วงโซ่คุณค่า
ร่วมกัน
อย่างยั่งยืน



PREMIER



การส่งมอบคุณค่า เพื่อคุณภาพชีวิต

ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพนั้น
ควรมีคุณประโยชน์ต่อร่างกายและ
สามารถส่งมอบความรู้สึกที่ดีเติมเต็ม
ประสบการณ์ และสร้างคุณค่าทางจิตใจ
เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้บริโภคไปพร้อมๆ กัน
และเพราะเราเชื่อว่าคุณค่าที่แท้จริงย่อมมากับสินค้า
และบริการที่มีคุณภาพ เราจึงมุ่งมั่นผลิตและ
นำเสนอสินค้าพร้อมกับการจัดส่งถึงทุกจุดหมาย
อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้คุณค่าเหล่านั้นได้รับ
การส่งมอบถึงทุกคนอย่างมีคุณภาพ

สารบัญ

02	สารสันจากกรรมการผู้จัดการใหญ่
04	วิสัยทัศน์ / พันธกิจ และคุณค่าหลัก
05	ข้อมูลทั่วไปและธุรกิจของบริษัท
07	สร้างห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืนร่วมกัน
08	เกี่ยวกับรายงานพัฒนาเพื่อความยั่งยืน
09	หลักการดำเนินการพัฒนาความยั่งยืนของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์
13	สร้างความยั่งยืนสู่ห่วงโซ่ธุรกิจ
15	การสร้างจิตสำนึกแก่พนักงานในองค์กร
19	ผลงานในรอบปีเพื่อความยั่งยืนร่วมกัน
22	ความยั่งยืนของพรีเมียร์มาร์เก็ตติ้ง
24	การวิเคราะห์สารัตถภาพของการรายงาน
25	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สร้างความสำเร็จร่วมกัน
28	สรุปผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี 2558
30	ธุรกิจที่สร้างความสำเร็จร่วมกัน
31	ธุรกิจยั่งยืนร่วมกันด้วยการส่งมอบคุณค่า
35	ธุรกิจยั่งยืนร่วมกันด้วยกระบวนการ KM
37	ธุรกิจยั่งยืนร่วมกันด้วยการยกระดับมาตรฐานการผลิต
40	ธุรกิจยั่งยืนด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้
42	พนักงานที่สร้างความสำเร็จร่วมกัน
43	การปฏิบัติด้วยความเสมอภาคกับพนักงานของเรา
45	การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถพนักงานของเรา
47	ร่วมสร้างการอยู่ดีมีสุขให้พนักงานของเรา
50	สังคมที่สร้างความสำเร็จร่วมกัน
51	สร้างความสำเร็จด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตร่วมกัน โครงการ TARO to School
52	สร้างความสำเร็จด้านสิ่งแวดล้อมและชุมชนร่วมกัน โครงการ TARO Saves the sea
53	โครงการ ทวิภาคร่วมกับสถาบันการศึกษาในชุมชน และโครงการ โลกสวยด้วยมือเรา
55	ตัวชี้วัดตามกรอบแนวทางการจัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (GRI Content Index: G4)

สาส์นจากกรรมการผู้จัดการใหญ่
สายธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค
กลุ่มบริษัทพรีเมียร์



ดร.สมชาย ชุณหะวัณ

กรรมการผู้จัดการใหญ่
สายธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค
กลุ่มบริษัทพรีเมียร์

ในนามฝ่ายบริหารผมมีความยินดี ที่มาแนะนำหนังสือรายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี 2558 ของ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) และบริษัทย่อย โดยเป็นการนำเสนอความก้าวหน้าต่อเนื่องจากปีก่อนที่ครอบคลุมมิติของการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สอดคล้องกับเสาหลักการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนระหว่าง “ธุรกิจก้าวหน้า พนักงานมั่นคง สังคมยั่งยืน”

ธุรกิจก้าวหน้า : จากปรัชญาการดำเนินงานที่ว่าด้วย “การส่งมอบคุณค่าอย่างมีคุณภาพ” (THE DELIVERY OF VALUE WITH QUALITY) นั้น บริษัทและบริษัทย่อยได้ให้ความสำคัญต่อการจัดทำเป้าหมาย แผนงานและกลยุทธ์ต่าง ๆ ด้วยการพัฒนากระบวนการห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ ที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย โดยได้ให้ความสำคัญตั้งแต่การสรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ผ่านกระบวนการผลิตที่ได้รับการควบคุมอย่างเข้มงวด ติดตามด้วยการบริหารระดับสินค้าคงเหลือและการบริหารการจัดส่งอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจของบริษัทสามารถแข่งขันได้ดีในระยะยาว นอกจากนี้แล้วทีมงานของบริษัทและบริษัทย่อยยังได้ให้ความสนใจต่อการปรับปรุงงานอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อเป็นการยกระดับขีดความสามารถทั้งด้านคุณภาพสินค้าและประสิทธิภาพของการบริหารจัดการ อันนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับลูกค้าและคู่ค้าในระยะยาว

พนักงานมั่นคง : ในอีกด้านหนึ่งนั้นบริษัทมีความเชื่อมั่นอย่างยิ่งว่า ความสำเร็จของธุรกิจย่อมเกิดขึ้นพร้อมกับความมั่นคงของพนักงาน ดังนั้นองค์กรจึงให้ความสำคัญในการดูแลคุณภาพชีวิตของพนักงาน โดยความเสมอภาคอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการหาแนวทางพัฒนาศักยภาพของพนักงานเพื่อสร้างโอกาสและความก้าวหน้าในการทำงานร่วมกัน เกิดความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น มีความมั่นคง มีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถเพื่อร่วมกันนำความสำเร็จมาสู่องค์กร

สังคมยั่งยืน : ด้วยแนวคิดที่ต้องการการเติบโตทางธุรกิจที่ควบคู่ไปกับสังคมที่ดี บริษัทจึงได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคมเพื่อยกระดับคุณภาพด้านสังคมไปพร้อมกับการดูแลด้านสิ่งแวดล้อม และในปีที่ผ่านมาบริษัทและบริษัทย่อยได้ดำเนินโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมหลากหลายกิจกรรม อาทิเช่น การพัฒนาความรู้และสร้างโอกาสให้เยาวชนผ่านโครงการ Taro to school การพัฒนาความเป็นอยู่ของชุมชนผ่านโครงการ โรงอาหารเพื่อน้อง อีกทั้งการดูแลสิ่งแวดล้อมผ่านโครงการ Taro saves the sea เป็นต้น นอกจากนี้แล้วบริษัทยังได้เข้าร่วมและให้การสนับสนุนโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนาการศึกษา สังคมและสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆ ผ่านมูลนิธิยูนิพัฒน์ มูลนิธิเพื่อ “คนไทย” และมูลนิธิเอ็นไพลักษณ์ ต่อเนื่องตลอดปี

ในโอกาสนี้ ผมจึงใคร่ขอขอบคุณเพื่อนพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายที่ร่วมกันทำให้ผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาผ่านพ้นอุปสรรคในแต่ละด้าน เพื่อสามารถบรรลุเป้าหมายร่วมกัน อันเป็นการยืนยันถึงความมุ่งมั่นของบริษัทและบริษัทย่อย ที่ต้องการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน พร้อมกับความอยู่ดีมีสุข ความก้าวหน้าและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ตลอดจนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมให้อยู่คู่กันอย่างยั่งยืน

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์
VISION : มุ่งมั่นเป็นบริษัทชั้นนำของคนไทย ในธุรกิจจัดจำหน่าย
สินค้าอุปโภคบริโภคด้วยการยึดถือคุณค่าหลัก 5 ประการ
เพื่อสร้างสมดุลระหว่างธุรกิจ พนักงานและสังคมที่ยั่งยืนร่วมกัน

พันธกิจหลัก
MISSION : ดำเนินพันธกิจด้วยการยึดถือคุณค่าหลัก 5 ประการ ดังนี้

- นำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าพร้อมคุณภาพ โดยมีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง
- สนับสนุนแนวคิดสร้างสรรค์และผลักดันให้เกิดการพัฒนาในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง
- ดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย
- ส่งเสริมการพสานความรู้และประสบการณ์ระหว่างกัน เพื่อยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงาน
- ยึดหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมความมีคุณธรรมและจริยธรรมในวิถีแบบคนไทยตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม

คุณค่าหลักองค์กร 5 ประการ



ข้อมูลทั่วไปของบริษัท



บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน : เลขที่ 1 พรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ถนนศรีนครินทร์
แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250



วันจดทะเบียน : วันที่ 27 พฤษภาคม 2551
จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

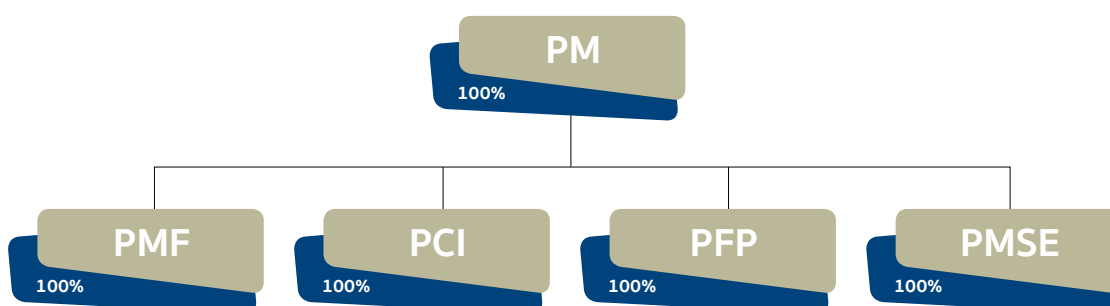


ทุนจดทะเบียนบริษัท : 598,245,300 บาท



ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้า จัดจำหน่ายและเป็นตัวแทน
จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทย่อยในสายธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค



ธุรกิจของบริษัท

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 30,000 แห่งทั่วประเทศติดต่อค้าขายโดยตรงกับบริษัท

บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 4 แห่ง คือ บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด (PCI) บริษัท พรีเมียร์ โพรเซส โปรดักส์ จำกัด (PFP) ซึ่งบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนและบริษัท พีเอ็มเอสอี จำกัด (PMSE) บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 50 และเรียกชำระแล้วในแต่ละบริษัท บริษัทย่อยทั้ง 4 แห่ง ประกอบธุรกิจดังนี้

1. บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทปลาเส้นและปลาแผ่น ที่รู้จักกันในชื่อ “ปลาสวรรค์ทาโร” ผลิตภัณฑ์ของ PMF มีการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ และได้มอบหมายให้ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดจำหน่ายภายในประเทศแต่เพียงผู้เดียว

2. บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด (PCI) ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลาหมึกและผลิตภัณฑ์อาหารทะเล (Sea Food) สำเร็จรูปอื่นๆ บรรจุถุง (Pouch) และบรรจุกระป๋อง (Canned) สำหรับอาหารคนและสัตว์เลี้ยงภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจะส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศทั้งในเอเชีย ยุโรป และตะวันออกกลาง นอกจากนี้ PCI ยังประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายซอสมะเขือเทศ ซอสพริก และซอสปรุงรสอื่น อันได้แก่ ซอสพริกไทยดำและซอสสาหร่าย รวมทั้งทุนบรรจุถุง (Pouch) ภายใต้เครื่องหมายการค้า “คิงส์ คิทเชน” โดยมอบหมายให้ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทซอสแต่เพียงผู้เดียว

3. บริษัท พรีเมียร์ โพรเซส โปรดักส์ จำกัด (PFP) ผลิตอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า นอกจากนี้บริษัท ให้บริการรับฝากแช่ผลิตภัณฑ์ในห้องเย็น รวมทั้งยังมีการพัฒนาโครงการใหม่ๆ เพื่อเพิ่มรายได้และผลตอบแทน

4. บริษัท พีเอ็ม เอสอี จำกัด (PM SE) ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อ 10 เมษายน 2558 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลงทุนและดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อต่อยอด คุณค่าหลักของบริษัทฯ และกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ในด้านความยั่งยืนของสังคม

โดยในปี 2558 ได้ลงทุนในบริษัท กรีนเนท เอสอี จำกัด (GNSE) โดยเข้าถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 50 ทั้งนี้เป็นกิจการเพื่อสังคม ดำเนินธุรกิจในการส่งเสริมการปลูกกาแฟภายใต้ร่มเงาต้นไม้ใหญ่เพื่อเป็นการรักษาระบบนิเวศน์และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ต้นน้ำลำธารควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพกาแฟของเกษตรกรเข้าสู่ระบบการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่เกษตรกร กาแฟอินทรีย์ที่ปลูกเพื่อการรักษาป่าโดยการทำงานร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดนั้น นอกจากจะเกิดประโยชน์ต่อสังคมดังกล่าวมาข้างต้นแล้วยังจะทำให้ได้กาแฟที่ดี มีคุณภาพสูง โดยทางบริษัท กรีนเนท เอสอี จำกัด จะเป็นผู้รับซื้อผลผลิตกาแฟอินทรีย์ของเกษตรกรในระบบการค้าที่เป็นธรรม และนำมาแปรรูปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคภายใต้ชื่อแบรนด์ “มิวนา”

สร้างห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืนร่วมกัน

บริษัทและบริษัทย่อย มุ่งเน้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ครอบคลุมความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environmental Social and Governance: ESG) เพื่อคำนึงถึงคุณภาพของการส่งมอบสินค้าและบริการ โดยในปี 2558 ที่ผ่านมามีบริษัทและบริษัทย่อย ได้ดำเนินการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า อย่างต่อเนื่องตามรายละเอียดที่ได้รายงานไว้ในรายงาน เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในปี 2557 โดยได้มีการจัดทำแผนงานการดำเนินงานสรรหา คัดเลือก ตรวจสอบ และร่วมพัฒนา ที่ว่าด้วยเรื่องการจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบตลอดจนถึงการส่งมอบให้กับผู้บริโภคและแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า ครอบคลุมประเด็นด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การเคารพสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัยและความปลอดภัย โดยคู่ค้าและพนักงานต้องปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ และแนวทางการปฏิบัติภายใต้ระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

“เหมือนในธรรมชาติ ที่การหาเลี้ยงชีวิตดำเนินไปด้วยการสร้างคุณค่าให้สิ่งรอบตัว เช่นนั้นแล้วธุรกิจจะเดินหน้าสร้างกำไรได้อย่างไร หากไม่เกื้อกูลสังคม”

รายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของสังคมฉบับนี้ เป็นรายงานที่บอกกล่าวถึงแนวคิด ปรัชญาและความเชื่อ แนวทางปฏิบัติ รวมถึงการถือปฏิบัติงานเพื่อสร้างความยั่งยืนสู่สังคมของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์และบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และแสดงถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานด้วยเราตระหนักมาเสมอว่า ธุรกิจไม่อาจก้าวไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน หากมิได้เกื้อกูลสังคมและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไปพร้อมๆ กัน

ขอบข่ายของข้อมูลที่รายงาน

ขอบเขตของข้อมูลที่น่ามารายงานครอบคลุมถึงการปฏิบัติงานของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ซึ่งเป็นข้อมูลการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม จนถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จัดทำตามแนวทางปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเนื้อหาการรายงานและเปิดเผยตัวชี้วัด อ้างอิงตามแนวทางรายงานด้านความยั่งยืน (GRI :G4)

การคัดเลือกเนื้อหาที่รายงาน

การคัดเลือกเนื้อหาการรายงานฉบับนี้ อ้างอิงจากการวิเคราะห์ประเด็นและกิจกรรมที่สำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสม ด้วยวิธีการทดสอบสารัตถภาพ (Materiality Assessment) ซึ่งระบุขอบเขตการรายงานไว้ในหน้าที่ 24 โดยรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ต้องการสื่อสารผลการดำเนินงานที่ให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอันจะนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนในสังคมต่อไป

ดังนั้นท่านสามารถดาวน์โหลดรายงานฉบับนี้ รวมทั้งรายงานประจำปี ได้จากเว็บไซต์ของ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) Website : www.premier-marketing.co.th หรือ สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ ที่อยู่ : เลขที่1 พรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250 โทรศัพท์ 02-301-1550 โทรสาร 02-301- 1830 อีเมล : ir@pm.premier.co.th

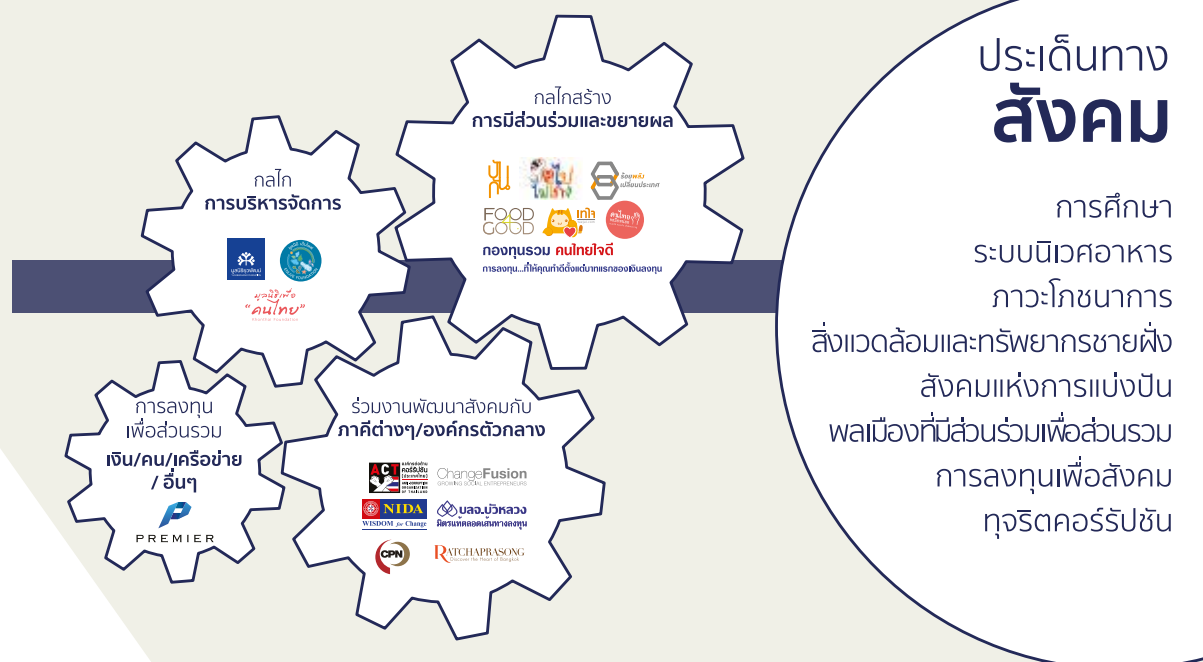
หลักการงานพัฒนาความยั่งยืน ของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์

บริษัทเชื่อมั่นในคุณค่าของการดำเนินธุรกิจแบบองค์รวม ด้วยทุกสิ่งล้วนมีความสัมพันธ์และเป็นส่วนหนึ่งของกันและกัน บริษัทและกลุ่มบริษัทพรีเมียร์มุ่งสร้างความสมดุลให้ธุรกิจ พนักงาน และสังคม เพื่อจะเป็น “บริษัทและกลุ่มบริษัทไทย ที่เป็นผู้นำในการทำธุรกิจที่ประสบความสำเร็จทั้งในด้านสังคม องค์กรและพนักงาน เพื่อสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืนร่วมกัน”



“กลไกการบริหารจัดการและกลไกการสร้างการมีส่วนร่วม” เพื่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

หลักการและกลไกการพัฒนาความยั่งยืนเพื่อสังคมของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์



เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนร่วมกันของคนในสังคม กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ได้สร้าง “กลไกการบริหารจัดการ” ผ่าน “หน่วยงานพัฒนาความยั่งยืนของสังคม” เพื่อทำงานเกี่ยวเนื่องกับประเด็นทางสังคมที่สำคัญ ได้แก่ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน ประเด็นสิ่งแวดล้อม และความอยู่ดีมีสุขของคนไทย โดยดำเนินงานภายใต้ มูลนิธิยูวพัฒน์ มูลนิธิเอนโสเฟ และมูลนิธิเพื่อคนไทย ตามลำดับ

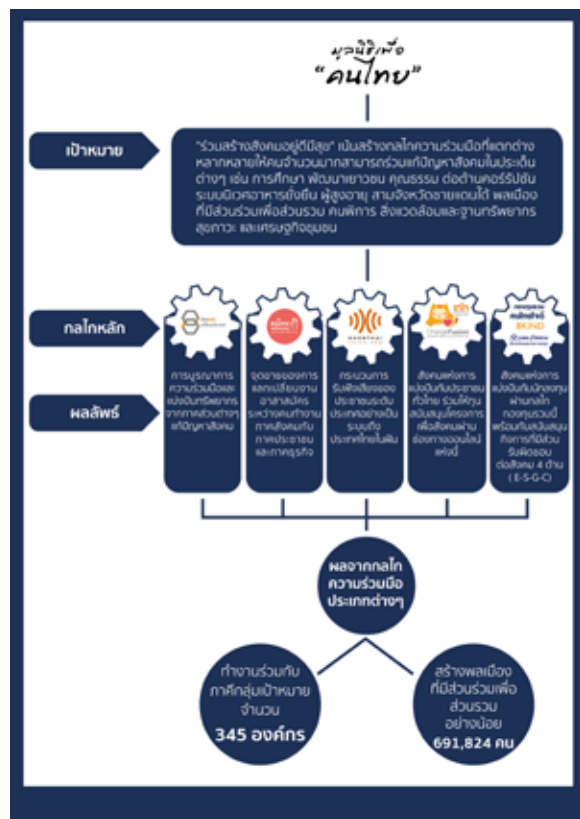
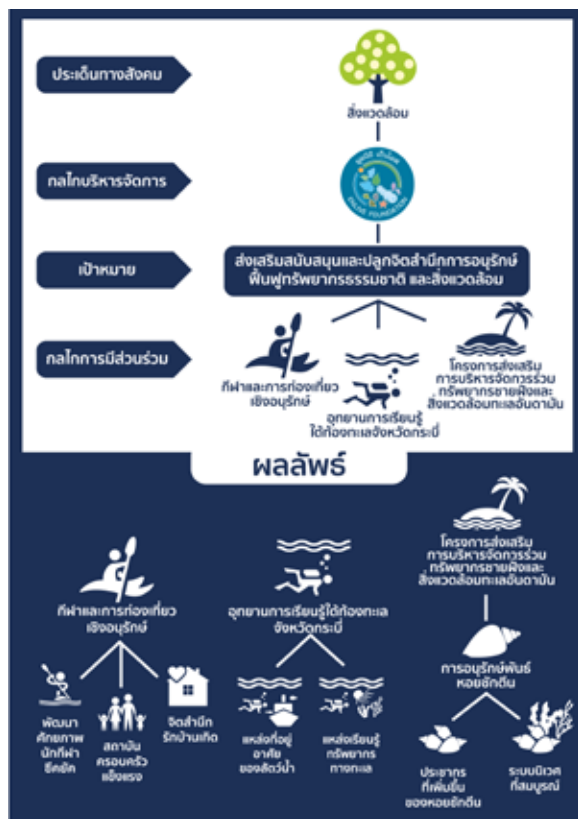
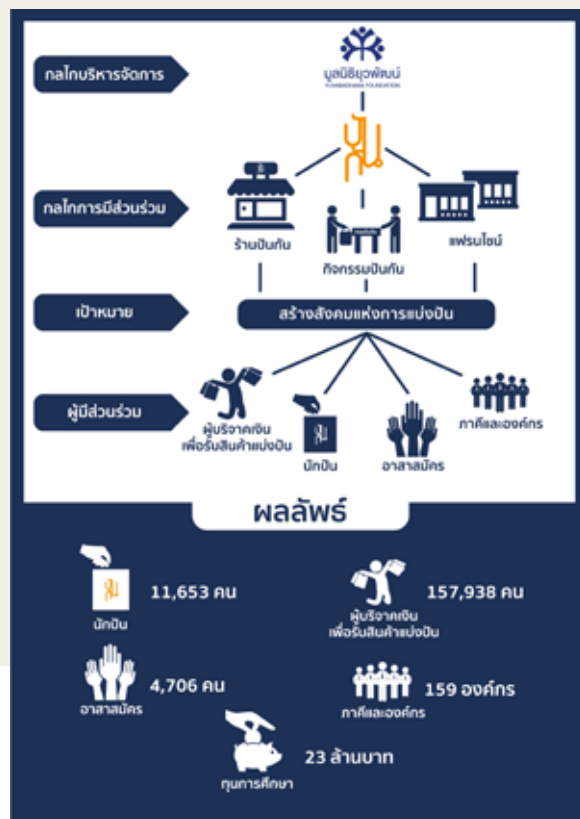
โดยบริษัทพรีเมียร์มาร์เก็ตติ้ง(มหาชน)และบริษัทย่อย ได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาสังคมโดยการสนับสนุนและร่วมดำเนินการกับมูลนิธิเหล่านี้อย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งจัดสรรงบประมาณในการนี้เท่ากับ ร้อยละ 5 ของผลกำไรประจำปี อีกทั้งยังร่วมการดำเนินงานของมูลนิธิดังกล่าวด้วยความรู้ ความชำนาญของบุคลากรในบริษัท รวมทั้งชักชวนเครือข่ายทางธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ให้มีส่วนร่วมในการทำงานของมูลนิธิ เพื่อขยายผลลัพธ์ทางสังคมให้ใหญ่ขึ้น

และด้วยตระหนักว่าการบรรลุเป้าหมายในการสร้างการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่นั้น จำเป็นต้องมี “กลไกการสร้างการมีส่วนร่วมและขยายผล” ที่สามารถแก้ปัญหาสังคมได้อย่างวิถุคุณสามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้คนได้มากไม่จำกัดจำนวน บริษัทและกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ จึงได้เริ่มดำเนินโครงการเพื่อสังคมประเภทต่างๆ อาทิเช่น โครงการทุนการศึกษา ร้านปันกัน โครงการ Food4Good คนไทยขอมือพอเพียงและโครงการร้อยพลังเปลี่ยนประเทศ เพื่อเป็นเครื่องมือที่บุคคลและองค์กรต่างๆ สามารถมีส่วนร่วมได้ในบทบาทที่ชัดเจน อันจะนำไปสู่การขยายผลอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ยังมีการร่วมมือกับองค์กรและภาคีภายนอกอื่นๆ เพื่อพัฒนาและสร้างกลไกมีส่วนร่วมของสังคมในวงกว้างในประเด็นที่หลากหลาย อาทิความร่วมมือระหว่างกลุ่มพรีเมียร์กับบลจ.บัวหลวงจัดตั้ง **“กองทุนคนไทยใจดี”** ซึ่งเป็นกองทุนที่เน้นลงทุนในกิจการที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีธรรมาภิบาลที่ดีและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน นอกจากนี้กองทุนยังให้ทุนสนับสนุนมูลนิธิหรือโครงการที่ทำงานเพื่อสังคมอีกด้วย หรือความร่วมมือกับสถาบัน ChangeFusion องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ก่อตั้งเว็บไซต์ **“เทใจดอกคอม”** เพื่อเป็นพื้นที่ในการระดมเงินทุนให้โครงการทางสังคมต่างๆ บนโลกออนไลน์ ทำให้คนในสังคมสามารถมีส่วนร่วม ให้การสนับสนุนโครงการทางสังคมต่างๆ ตามความสนใจของตนเองได้ง่ายขึ้น

ทั้งหมดนี้เป็นเพียงตัวอย่าง **“กลไกการบริหารจัดการและกลไกการสร้างการมีส่วนร่วม”** ที่กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ได้พัฒนาขึ้น และเรายังคงทำงานอย่างต่อเนื่องในการสร้างความยั่งยืนแก่สังคมตามแนวปรัชญาของกลุ่มบริษัทต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง





สร้างความยั่งยืนสู่ห่วงโซ่อุปทาน

มีเพียงแต่กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ยึดมั่นปฏิบัติในปรัชญา “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” เรายังมุ่งมั่นที่จะ **เผยแพร่แนวคิดนี้สู่เครือข่ายและผู้มีส่วนได้เสียของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์อย่างจริงจัง** โดยหวังว่าความร่วมมือที่เกิดขึ้นสร้างผลลัพธ์ขนาดใหญ่ให้แก่สังคมอย่างยั่งยืน

ในเดือนมีนาคม 2558 ที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ และ บมจ.พรีเมียร์มาร์เก็ตติ้งได้ร่วมจัดงาน **“ธุรกิจโลกใหม่...กำไรบนความยั่งยืนคือ กำไรสูงสุด”** เพื่อเผยแพร่แนวคิดแบ่งปันประสบการณ์และกระตุ้นเครือข่ายและพันธมิตรของกลุ่มบริษัทให้ลงมือช่วยกันดูแลสังคมตาม ความสนใจและความสามารถที่มี อีกทั้งส่งเสริมการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อและดูแลสังคมไปพร้อมๆ กัน นอกจากนี้จะจัดให้มีการเสวนาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ถึงแนวทางและทางเลือกในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อแล้วในงานยังจัดให้มีการพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นระหว่างโครงการทางสังคมและบริษัทที่มาร่วมงาน โดยหวังว่างาน **“ธุรกิจโลกใหม่...กำไรบนความยั่งยืนคือ กำไรสูงสุด”** จุดประกายให้ผู้มีส่วนได้เสียของกลุ่มบริษัท นำแนวคิดของกลุ่มพรีเมียร์ไปปรับใช้และเริ่มลงมือช่วยกันดูแลสังคมผ่านธุรกิจของตนอย่างจริงจัง

ผลลัพธ์ที่ได้จากงานนี้ คือการเชื่อมต่อของธุรกิจและกิจการหรือโครงการทางสังคมอย่างหลากหลาย รวมถึงการร่วมสนับสนุนโครงการทางสังคมจากบริษัทที่มาร่วมงานอย่างเป็นรูปธรรม อาทิ

การเชื่อมต่อของกองทุนรวมคนไทยใจดีกับนักธุรกิจและบริษัท ทำให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับกองทุนรวมคนไทยใจดี และมีการซื้อหน่วยลงทุนในกองทุนนี้ อันเป็นการสนับสนุนบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม 4 ด้านคือ สิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติ และ การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เพราะกองทุนนี้ลงทุนเฉพาะในบริษัทที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 4 ด้านนี้ อีกทั้งยังมีเงินส่วนหนึ่งที่สนับสนุนโครงการทางสังคมที่ผ่านการคัดเลือกโดยคณะกรรมการของกองทุนอีกด้วย

การเชื่อมต่อของโครงการแนวร่วมปฏิบัติภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) ของ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) บริษัทคู่ค้าลูกค้าที่มาร่วมงาน เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการ วางกลไกและแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการทุจริตภายในองค์กรแก่ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของบริษัทเอกชน รวมถึงการแสดงเจตนารมณ์ที่จะเข้ากระบวนการ เพื่อขอการรับรองบริษัทที่ผ่านการตรวจสอบจากภายนอกว่าได้มีการกำหนดนโยบายแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการทุจริตครบถ้วนตามเกณฑ์ที่ CAC กำหนดไว้อีกด้วย

การเชื่อมต่อของร้านปันกันกับ บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) เพื่อสร้างสังคมแห่งการแบ่งปันอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยเครือข่ายของแอล.พี.เอ็น. ไม่ว่าจะเป็นลูกบ้านหรือพนักงานเพื่อร่วมจัดกิจกรรมปันกันสัญจร ออกบูธขายสินค้ามือสองที่รับบริจาคมาจากลูกบ้านหรือพนักงานของ แอล.พี.เอ็น. เพื่อระดมทุนการศึกษาให้แก่มูลนิธิยุวพัฒน์ โดยในปี 2558 ที่ ผ่านมา ได้จัดงานร่วมกันทั้งสิ้น 88 ครั้ง การเชื่อมต่อของโครงการ Food4Good กับ IKEA เพื่อต่อสู้กับปัญหาทุพโภชนาการในเด็ก ผ่านการระดมทุนในศูนย์อาหาร ห้างอิก้า โดยในปี 2558 ทางโครงการ Food4Good และ IKEA ได้ร่วมกันจัดแคมเปญเพื่อระดมทุนค่าอาหารให้เด็กฯ ถึง 2 ครั้ง

นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนสินค้าของกิจการเพื่อสังคม อาทิ ไข่ไก่อกานิคของบริษัท Hilltribe และกาแฟอกานิคของบริษัทมิวนา ซึ่งนับว่าเป็นการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมที่ช่วยดูแลและพัฒนาคนในชุมชนอย่างยั่งยืน



สืบเนื่องจากการงาน “ธุรกิจโลกใหม่...กำไรบนความยั่งยืน คือกำไรสูงสุด” ด้วยความมุ่งมั่นที่ผลักดันให้เกิดการลงมือทำและสร้างการมีส่วนร่วมอย่างจริงจังของผู้มีส่วนได้เสียของกลุ่มบริษัท อันได้แก่พนักงาน คู่ค้า และลูกค้า กลุ่มบริษัทจึงได้ริเริ่ม “โครงการสานต่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” เพื่อนำเสนอแนวทางปฏิบัติในการดูแลของสังคมให้แก่คู่ค้าและลูกค้าจะลึกที่ละประเด็น ผ่านกระบวนการ การมีส่วนร่วมของพนักงานในการเป็นผู้เชื่อมต่อโครงการเข้ากับเครือข่ายของตน

ในปีที่ผ่านมา “โครงการสานต่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” ได้จัดสัมมนาเรื่องการจ้างงานคนพิการเพื่อทำงานสาธารณะประโยชน์ในชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์ที่ช่วยเหลือคนพิการให้มีความรู้ ทักษะ ความรู้ ความเข้าใจในสังคม อีกทั้งยังสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนพิการว่าเขาสามารถดูแลตัวเองได้ ไม่เป็นภาระของคนในครอบครัวและสังคม การสัมมนาในครั้งนี้กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ได้ทำการเชื่อมต่อกับมูลนิธิวัดกรรมทางสังคมกับบริษัทที่เป็นคู่ค้าและลูกค้าของกลุ่มบริษัท ทำให้เกิดการจ้างงานคนพิการเพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของบริษัท บริษัทย่อย กลุ่มบริษัท บริษัทคู่ค้าลูกค้า รวมเกือบ 1,000 อัตรา

ทั้งนี้จากโครงการ สานต่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน คู่ค้าของบริษัทและบริษัทย่อย ได้ให้ความสนใจจ้างงานคนพิการผ่านมูลนิธิวัดกรรมทางสังคมและเพิ่มโอกาสทางการศึกษาให้นักเรียนทุนผ่านมูลนิธิยุวพัฒน์อีกด้วย

ผลจากโครงการ สานต่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

พันธมิตรที่เข้าร่วมโครงการสานต่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน



LOHAKIJ RUNG CHAREON SUB CO., LTD.
METAL PACKAGING SOLUTIONS



บริษัท ฟู้ดแมชชีนรี่ จำกัด
10/1 หมู่ 10 ตำบลบ้านใหม่
อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต
โทรศัพท์ : 083-4140214
โทรสาร : 083-4140214
E-mail : fm@foodmachinery.com

FOOD MACHINERY CO., LTD.
10/1 หมู่ 10 ตำบลบ้านใหม่
อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต
โทรศัพท์ : 083-4140214
โทรสาร : 083-4140214
Website : www.foodmachinery.com



บริษัท ซัน แพคเกจจิง (2010) จำกัด
SUN PACKAGING (2010) CO., LTD.



บริษัท ศรีพิพัฒน์เอ็นจิเนียริง จำกัด
SRIPIPAT ENGINEERING CO., LTD.



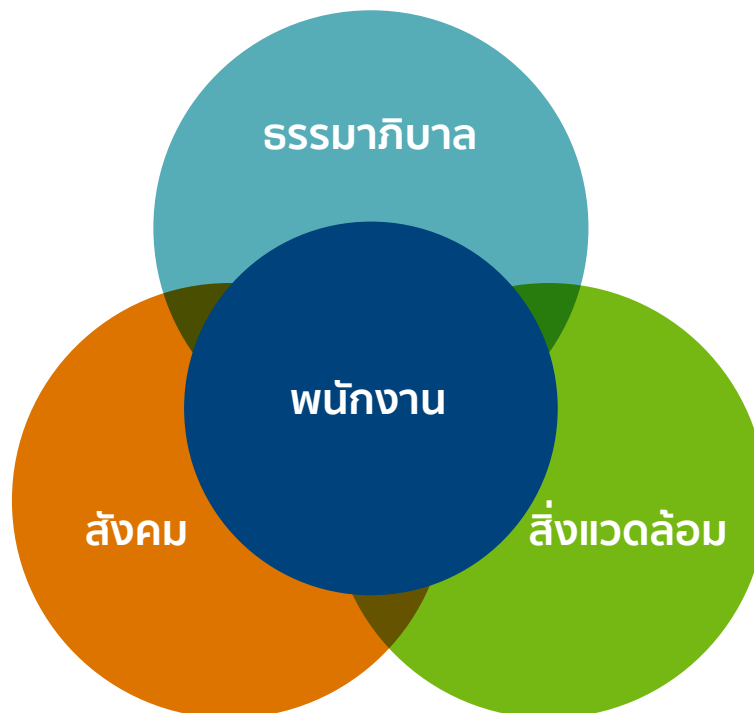
บริษัท ศรีพิพัฒน์ เอ็นจิเนียริง จำกัด

สร้างจิตสำนึกแก่พนักงานในองค์กร

ด้วยตระหนักว่าการเปลี่ยนแปลงในสังคมจะเกิดขึ้นได้ ต้องเริ่มจากจิตสำนึกที่ดีของพนักงาน เพราะพนักงาน คือ กลไกสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยเริ่มจากระดับบุคคลสู่การเปลี่ยนแปลงในระดับธุรกิจ และระดับสังคม

กลุ่มบริษัทพรีเมียร์จึงได้จัดตั้งคณะทำงานประกอบด้วยตัวแทนของพนักงานจากทุกสายธุรกิจในกลุ่มบริษัท โดยคณะทำงานนี้มีพันธกิจในการสร้างการมีส่วนร่วม ปลุกฝังจิตสำนึกของพนักงาน อันเกี่ยวเนื่องกับปัจจัยสู่ความยั่งยืน 4 ด้าน อันได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติ และความอยู่ดีมีสุขของพนักงาน ภายใต้ชื่อ **“คณะทำงานคุณค่าหลัก”**

ปัจจัยสู่ความยั่งยืน 4 ด้าน



บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้บูรณาการบทบาทหน้าที่ของคณะทำงานคุณค่าหลักเข้ากับคณะกรรมการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืนของสายธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค ที่ได้จัดตั้งและดำเนินการมา เป็นเวลาต่อเนื่องถึง 3 ปี โดยพิจารณาคัดเลือกตัวแทนจากบริษัทในสายธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคเข้าร่วมเป็นคณะทำงานคุณค่าหลัก ทุกคณะ เพื่อขับเคลื่อนนโยบาย แผนงาน ตลอดจนแนวทางปฏิบัติ ให้เป็นไปตามทิศทางในการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกันต่อไป ตามรายละเอียด ดังนี้

โครงสร้างคณะทำงานคุณค่าหลัก ประกอบด้วย



คณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม มีพันธกิจในการปลูกจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ประหยัดพลังงาน รวมถึงการคิดวิธีการทำงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จนถึงการนำพหุองค์การสู่การเป็นองค์กรสีเขียวต่อไปในอนาคต

ผลการดำเนินงานปี 2558

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
Premier Go Green	- สร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม - ให้ความรู้การบริหารจัดการขยะและวัสดุเหลือใช้ - รณรงค์การคัดแยกขยะและวัสดุเหลือใช้ในระดับบุคคล	- สร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม - จัดทำคู่มือและสื่อในการรณรงค์ - จัดงาน Premier Go Green รณรงค์การคัดแยกขยะตามสำนักงานต่างๆ ของกลุ่มบริษัทฯ	- การบริหารจัดการขยะและวัสดุเหลือใช้อย่างเป็นระบบ - ความตระหนักรู้ และความเข้าใจของพนักงานถึงความสำคัญของการบริหารจัดการขยะและวัสดุเหลือใช้ - ความร่วมมือของพนักงานในการคัดแยกขยะ

ทั้งนี้บริษัทและบริษัทย่อย ได้ส่งตัวแทนเข้าร่วม คณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อดำเนินการประสานงาน ด้านสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามพันธกิจที่กำหนดไว้ โดยมีตัวแทนที่เข้าร่วม ดังนี้

- ➔ คุณวิภาส จิรมาศ ผู้จัดการทั่วไป : บจก.พี.एम.ฟูด เป็นหัวหน้าคณะทำงาน
- ➔ คุณนิระวัฒน์ คงแก้ว ผู้จัดการแผนกบุคคลธุรการ : บจก.พี.एम.ฟูด เป็นคณะทำงานร่วม

คณะทำงานด้านสังคม มีพันธกิจในการปลูกจิตสำนึกด้านสังคมให้แก่พนักงาน โดยอาศัยการต่อยอดจากงานทางสังคมของกลุ่มบริษัท โดยในปีที่ผ่านมาได้จับประเด็นเรื่องการศึกษาของเด็กด้อยโอกาส จัดการรณรงค์สร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนเงินบริจาคหรือการเป็นอาสาสมัครทำงานให้กับมูลนิธิยูวพัฒน์ เป็นการเปิดมุมมองทางเลือกใหม่ในการสนับสนุนงานทางสังคมให้กับพนักงาน

ผลการดำเนินงานปี 2558

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
• กองทุนบุตรธิดาเพื่อนพนักงาน	- ปลูกจิตสำนึกพนักงานด้านการดูแลสังคม - สร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานด้านงานเพื่อสังคม - จัดตั้งกองทุนเพื่อการศึกษาแก่บุตรของพนักงาน	• จัดงาน “รวมพลคนใจดี” เพื่อระดมเงินบริจาครายเดือน	- กองทุนเพื่อการศึกษาแก่บุตรพนักงาน - จำนวนที่เพิ่มขึ้นของพนักงานที่ช่วยสนับสนุนกองทุน

ทั้งนี้บริษัทและบริษัทย่อย ได้ส่งตัวแทนเข้าร่วม คณะทำงานด้านสังคม เพื่อดำเนินการประสานงาน ด้านสังคมให้เป็นไปตามพันธกิจที่กำหนดไว้ โดยมีตัวแทนที่เข้าร่วม ดังนี้

- ➡ คุณนิธยา สุนทนนท์ ผู้จัดการแผนกคลังสินค้าอาวุโส บจก.พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี เป็นคณะทำงานร่วม

คณะทำงานด้านธรรมาภิบาล มีพันธกิจในการส่งเสริม ปลูกฝังเรื่องความโปร่งใสและธรรมาภิบาลในองค์กร กำหนดกระบวนการสื่อสารและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนให้พนักงานได้รับทราบและยึดถือปฏิบัติ รวมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

ผลการดำเนินงานปี 2558

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
• คู่มือธรรมาภิบาลของกลุ่มบริษัทฯ	• เพื่อให้มีคู่มือธรรมาภิบาลถือปฏิบัติเป็นแนวเดียวกันของกลุ่มบริษัทฯ	• ร่างคู่มือธรรมาภิบาลโดยคณะทำงาน	• อยู่ระหว่างการดำเนินการ โดยคู่มือจะเสร็จภายในเดือนมีนาคม 2559

ทั้งนี้บริษัทและบริษัทย่อย ได้ส่งตัวแทนเข้าร่วม คณะทำงานด้านธรรมาภิบาล เพื่อดำเนินการประสานงานด้านธรรมาภิบาลให้เป็นไปตามพันธกิจที่กำหนดไว้ โดยมีตัวแทนที่เข้าร่วม ดังนี้

- ➡ ดร.สมชาย ชุนหรัศม์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ สายธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นที่ปรึกษาคณะทำงาน
- ➡ ดร.ชูชีพ เอื้อการณ รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายสำนักงานและโลจิสติกส์ สายธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นคณะทำงานร่วม

คณะทำงานด้านอยู่ดีมีสุข มีพันธกิจในการส่งเสริมสุขภาวะของพนักงาน กระตุ้นให้พนักงานเลือกวิถีการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ เพื่อสุขภาพที่ดี ห่างไกลโรคร้าย อาทิ การรณรงค์การออกกำลังกาย การส่งเสริมให้เลือกรับประทานอาหารที่ดีมีประโยชน์ การจัดหาข้าวกล้องและสลัดให้พนักงานรับประทาน นอกจากนี้ความอยู่ดีมีสุขยังหมายรวมถึงความปลอดภัยในที่ทำงาน การรณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุ เป็นต้น

ผลการดำเนินงานปี 2558

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
• โรงอาหารเพื่อสุขภาพ	• เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกเรื่องโภชนาการที่ดี	• บริการข้าวกล้องฟรี • มุมผักสดผลไม้ทุกวันศุกร์	• การตระหนักรู้ของพนักงานถึงความสำคัญของอาหารต่อสุขภาพ
• ให้ความรู้ด้านโภชนาการ	• เพื่อส่งเสริมการเลือกรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ	• แคมเปญการสื่อสารเรื่องโภชนาการ	• การเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย
• โครงการ 5 นาที ลดความเสี่ยง (การออกกำลังกายระหว่างเวลาทำงาน)	• เพื่อส่งเสริมให้เห็นความสำคัญของการออกกำลังกาย	• จัดเวลายืดกล้ามเนื้อของพนักงานออฟฟิศวันละ 5 นาที	• ความตื่นตัวของพนักงานที่จะเริ่มการออกกำลังกาย

ทั้งนี้บริษัทและบริษัทย่อย ได้ส่งตัวแทนเข้าร่วม คณะทำงานด้านอยู่ดีมีสุข เพื่อดำเนินการประสานงาน ด้านอยู่ดีมีสุขให้เป็นไปตามพันธกิจที่กำหนดไว้ โดยมีตัวแทนที่เข้าร่วม ดังนี้

- ➔ คุณไพรินทร์ วงศ์กฤตยะโชติ ผู้จัดการฝ่ายสำนักงานและพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน สายธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นคณะทำงานร่วม



ผลงานในรอบปีเพื่อความยั่งยืนร่วมกัน

ผลงานของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

- บริษัทได้รับผลการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี (AGM) ด้วยคะแนนเต็ม 100 คะแนน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5
- บริษัทได้รับการประเมินความคืบหน้าในเรื่อง การป้องกันและการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับคอร์รัปชัน (Anti-Corruption progress indicator) ของบริษัทฯ ในปี 2558 ผลการประเมินอยู่ระดับที่ 5 โดยการประเมินใช้ข้อมูล Anti-Corruption ที่บริษัทฯ มีการเปิดเผยหรือปรากฏต่อสาธารณะ จากสถาบันไทยพัฒน์
- บริษัทได้รับผลการประเมินจากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2558 โดยมีผลคะแนนอยู่ในระดับ “ดีมาก” คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับร้อยละ 80-90 คะแนน มีจำนวนตราสัญลักษณ์ของคณะกรรมการบริษัทภิบาลแห่งชาติจำนวน 4 ดาว รวมทั้งยังเป็นบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ใน Top Quartile ของกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) ในกลุ่ม 3,000 ถึง 9,999 ล้านบาท จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- บริษัทได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO9001:2008 จากบริษัท อินเทอร์เน็ต อินดัสทรี แอนด์ เซอร์วิสเซส เซอร์วิสเอส (ประเทศไทย) จำกัด
- บริษัทได้รับประกาศ เกียรติคุณรับรอง มาตรฐานการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในสถานประกอบการจากการจากอธิบดีกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน



ผลงานในรอบปีเพื่อความยั่งยืนร่วมกัน



ผลงานของบริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด - บริษัทย่อย

- บริษัทได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงานประจำปี 2558 สถานประกอบการขนาดกลาง **“ประเภทมีสหภาพ”** ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จากกระทรวงแรงงาน
- บริษัทได้รับประกาศนียบัตร **“ร้อยดวงใจ ร่วมใจลดโลกร้อน”** จากองค์การบริหาร จัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) มอบให้กับผู้ประกอบการที่มีผลงาน และเป็นตัวอย่างที่ดีในการบริหารจัดการและดำเนินกิจกรรมเพื่อลดการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก จากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- บริษัทได้รับคัดเลือกร่วมโครงการ สร้างและขยายฐานองค์ความรู้การเพิ่มผลผลิตภาพเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน กับทางสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ โดยได้รับรางวัล **“องค์กรต้นแบบด้านการประยุกต์ใช้ KM เพื่อต่อยอดและส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตภายในองค์กร”** เป็นองค์กรนำหลักการ KM เข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่อบรรวบรวมองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินงาน และการบริหารกิจกรรมการเพิ่มผลผลิตภาพ 5ส กิจกรรมข้อเสนอแนะ และการปรับปรุงงาน เพื่อสร้างระบบจัดเก็บที่เหมาะสม มีการพัฒนาทีมงานให้สามารถถ่ายทอดความรู้ต่อไปยังทีมงานรุ่นใหม่ได้ และการประยุกต์ใช้หลักการของ KM ในการรวบรวมองค์ความรู้เพื่อแก้ไขปัญหา ทำให้ได้แนวทางในการดำเนินการที่เหมาะสม และจัดทำเป็นคู่มือสำหรับการจัดการความรู้ที่สามารถต่อยอดและขยายผลต่อไปยังหน่วยงานอื่นได้อย่างเป็นระบบ

ผลงานในรอบปีเพื่อความยั่งยืนร่วมกัน

ผลงานของบริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด - บริษัทย่อย

- บริษัทได้รับการรับรองระบบคุณภาพ ตามมาตรฐานของ Subway Global Food Standards Guidance and Expectations เพื่อให้มั่นใจว่ามีการควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอนของการผลิต (ตามมาตรฐาน HACCP : USFDA) และมุ่งเน้นให้สินค้าต้องมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค(Food Safety and Quality System Management)
- บริษัทได้รับการรับรอง Kosher Certification ซึ่ง เป็นระบบการควบคุมกระบวนการผลิตสินค้า ที่ต้องมีการควบคุมวัตถุดิบและส่วนผสมที่นำมาผลิต ต้องถูกต้องตามหลักศาสนา รวมถึงให้มีการควบคุมสถานที่ผลิตสินค้า, อุปกรณ์ และเครื่องจักร เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่ผลิตนั้นสอดคล้องกับมาตรฐานการผลิตตามหลักศาสนา
- บริษัทได้รับการรับรองระบบ ISO 26000:2010 โดย Seven & I ซึ่งเป็นลูกค้าในประเทศญี่ปุ่นได้มอบหมายให้ TUV Rheinland เข้ามาตรวจรับรองตามมาตรฐาน ISO 26000 ตามข้อกำหนดของลูกค้ารายนี้



ความยั่งยืนของพรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง

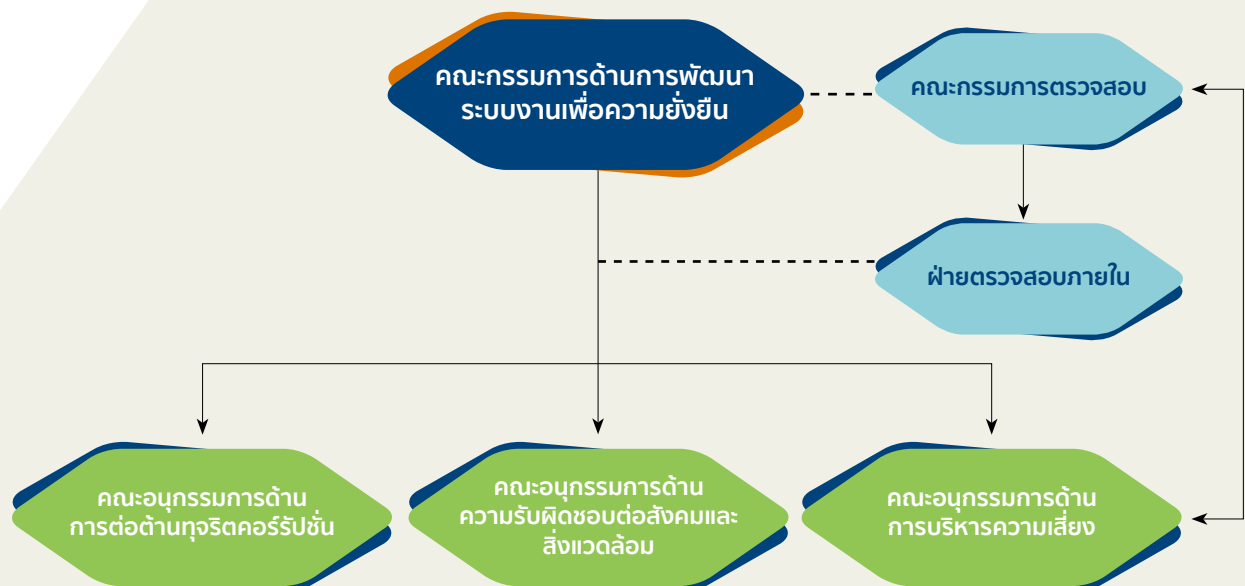
ความยั่งยืนของเรา คือ การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการส่งมอบคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย อันจะนำมาซึ่งความเติบโตและยั่งยืนร่วมกันภายใต้การดำเนินงานโดยผ่านคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน ซึ่งภายใต้คณะกรรมการดังกล่าว มีคณะอนุกรรมการทำหน้าที่หลักต้นให้เกิดความยั่งยืนกับสังคมโดยมีบทบาทหน้าที่ ดังนี้

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน

1. กำหนดและทบทวนกรอบนโยบายของคณะอนุกรรมการด้านต่างๆ ให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางและเป้าหมายของบริษัท
2. มอบหมายและแต่งตั้งคณะอนุกรรมการชุดต่างๆ ให้เป็นไปตามภารกิจของบริษัท
3. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของคณะอนุกรรมการชุดต่างๆ ให้เป็นไปตามที่ได้รับมอบหมาย
4. ให้คำแนะนำและคำปรึกษากับคณะอนุกรรมการชุดต่างๆ รวมทั้งพิจารณาแนวทางที่เหมาะสมในการปรับปรุงและแก้ไขข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืนของบริษัท

ทั้งนี้ ในการรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบของคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืนนั้น จะรายงานตามขอบเขตของหน้าที่และความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยฝ่ายตรวจสอบภายในอาจมีหน้าที่ช่วยให้คำแนะนำปรึกษาและอาจเป็นตัวแทนการนำเสนอการรายงานของคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน

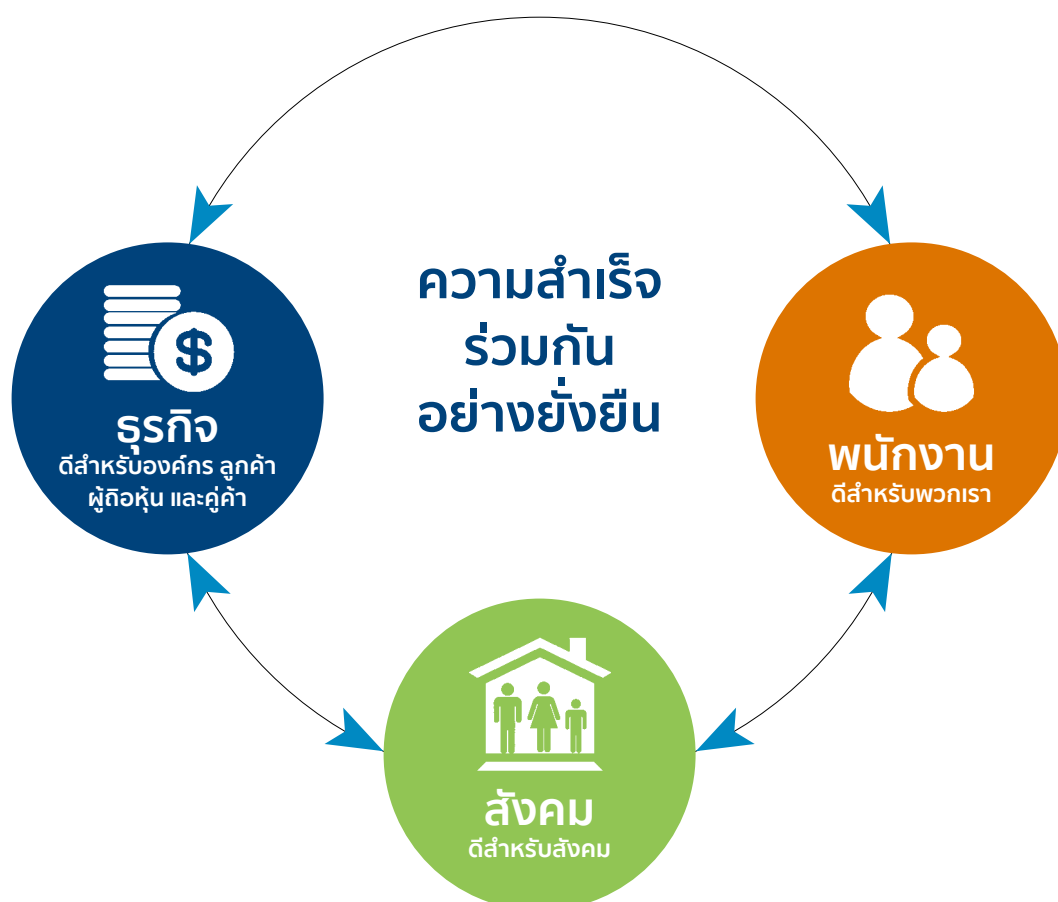
โครงสร้างการบริหารการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน



นโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

- ➔ **ความรับผิดชอบต่อในการส่งมอบคุณค่า เพื่อเสริมสร้างคุณภาพของธุรกิจที่ยั่งยืน**
 - มุ่งเน้นสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความยั่งยืนร่วมกัน
- ➔ **ความรับผิดชอบต่อในการส่งมอบคุณค่า เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน**
 - มุ่งเน้นเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและพัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงาน ผ่านโครงการต่างๆ
- ➔ **ความรับผิดชอบต่อในการส่งมอบคุณค่า เพื่อเสริมสร้างคุณภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม**
 - มุ่งเน้นสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ตามมาตรฐาน ISO 26000

ทั้งนี้เพื่อให้นโยบายและกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมได้นำไปปฏิบัติ บริษัทได้สื่อสารจากระดับองค์กรไปสู่ระดับสายงาน และนำไปเชื่อมโยงกับกลยุทธ์แผนงานทางธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยในสายธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค ตลอดจนมีการรายงานผลการดำเนินงานรายไตรมาสต่อคณะกรรมการบริษัท



การวิเคราะห์สารัตถภาพของรายงาน (Materiality Assessment)

บริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) มีพันธสัญญาที่มุ่งมั่นส่งมอบคุณค่าอย่างมีคุณภาพทั้งสินค้าและบริการ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนร่วมกันของธุรกิจ พนักงานและสังคม ภายใต้การดำเนินงานที่มีธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยนำหลักการกำหนดเนื้อหารายงานความยั่งยืนด้วยการทำ Materiality Test เพื่อบ่งบอกถึงประเด็นสำคัญ และจัดลำดับความสำคัญของหัวข้อที่รายงานดังตารางข้างล่างนี้

สำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	สำคัญมาก	ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคร	- การสร้างสรรคร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชั่น - การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน
	สำคัญ	- การจ้างงาน - การฝึกอบรมให้ความรู้	- การกำกับดูแลกิจการที่ดี - การดูแลพนักงาน - ความปลอดภัยในการทำงาน
		สำคัญ	สำคัญมาก
	สำคัญต่อฟรีเมียร์มาร์เก็ตติ้ง		

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สร้างความสำเร็จร่วมกัน



พันธกิจเพื่อตอบสนอง ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวังของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พันธกิจตอบสนอง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แผนงานและการปฏิบัติต่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ผู้ถือหุ้น หมายถึง ผู้ลงทุน นักลงทุน นิติบุคคล สถาบันที่ลงทุน	• ผลตอบแทนและ การเติบโตของธุรกิจ • ดำเนินกิจการสำเร็จ ตามเป้าหมาย • การดำเนินธุรกิจด้วย ความโปร่งใส	• ดำเนินธุรกิจเพื่อสร้าง ผลตอบแทนที่ดีและ ขยายธุรกิจให้เติบโต ต่อเนื่องอย่างยั่งยืน	• ประชุมสามัญประจำปี 1 ครั้ง • ร่วมงาน Opportunity Day ปีละ 1 ครั้ง • Company Visit 4 ครั้ง • Conference Call 5 ครั้ง • ตอบคำถาม โทรศัพท์ และอีเมล 13 ครั้ง
พนักงาน หมายถึง ผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง	• ดำเนินค่าตอบแทนและ สิทธิประโยชน์ • ดำเนินความก้าวหน้า ในอาชีพความภูมิใจ ในองค์กรสร้างความ ผูกพันให้มีต่อองค์กร	• พัฒนาคุณภาพชีวิต ให้เกิดความมั่นคง • พัฒนาศักยภาพ พนักงานอย่างต่อเนื่อง	• จัดกิจกรรม คนสำราญ งานสำเร็จ Happy workplace : Happy 8 • จัดแผนพัฒนาฝึกอบรมพนักงาน • สาสนจากกรรมการผู้จัดการใหญ่ 2 ฉบับ / ปี • สำรวจความพึงพอใจพนักงาน 2 ครั้ง / ปี
ลูกค้า / ร้านค้า หมายถึง ผู้บริโภค ร้านค้าขายส่ง-ปลีก ห้างสรรพสินค้า	• การส่งมอบสินค้าและ บริการที่มีคุณภาพตาม เวลาที่กำหนดในราคา ที่เป็นธรรม	• สร้างความพึงพอใจและ ความผูกพันโดยการ นำเสนอสินค้าและ บริการที่มีคุณภาพ ด้วยราคาที่เป็นธรรม	• จัดแผนการเข้าเยี่ยมร้านค้าเดือนละครั้ง • สำรวจความพึงพอใจร้านค้า ปีละครั้ง • สำรวจความพึงพอใจผู้บริโภค 2 ครั้ง / ปี • ประชุมร่วมกับห้าง/ร้านในช่องทาง การขายโมเดิร์นเทรด เดือนละครั้ง
คู่ค้า / ผู้ส่งมอบ หมายถึง ผู้ส่งมอบ พันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า (เจ้าของสินค้า)	• ผลตอบแทนและการ เติบโตของธุรกิจ • ความเป็นธรรมและ เสมอภาค • ดำเนินธุรกิจร่วมกัน อย่างยั่งยืน	• ดำเนินการธุรกิจด้วย ความเป็นธรรม • สร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน • สร้างรูปแบบความสำเร็จ ร่วมกันอย่างยั่งยืน	• สำรวจความพึงพอใจของคู่ค้า ปีละครั้ง • ร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์กับคู่ค้าและ ผู้ส่งมอบ • ประชุมร่วมกับคู่ค้า เดือนละครั้ง • จัดกิจกรรมเชื่อมภาคธุรกิจและภาคสังคม ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แผนงานและการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
หน่วยงานภายนอก หมายถึง หน่วยงานราชการ สื่อมวลชน	- การปฏิบัติตามกฎหมาย - โปร่งใสและเปิดเผยข้อเท็จจริง	- สนับสนุนและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกฎหมาย - การปฏิบัติงานชัดเจน โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้	- ติดตามและทบทวนการดำเนินงานให้เป็นไปตามกฎหมาย - เปิดเผยผลการดำเนินงานที่ชัดเจน โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ที่เว็บไซต์ของบริษัท
คู่แข่ง หมายถึง บริษัทที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน	การแข่งขันภายใต้กฎหมายและจริยธรรม	- ปฏิบัติตามคู่แข่งอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส - สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน	- ติดตามความเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ - รายงานเปรียบเทียบสถานการณ์การแข่งขัน - วิเคราะห์กิจกรรมของคู่แข่งเพื่อการแข่งขัน
ชุมชน/สังคม หมายถึง ชุมชน สังคม ประชาชนทั่วไป	- ต้องการให้เปิดเผยข้อเท็จจริงอย่างโปร่งใส - ต้องการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม - ต้องการให้รับผิดชอบผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสังคม	- เป็นองค์กรที่ดีของสังคมและ มีความโปร่งใส - มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีต่อชุมชนและสังคม - กำหนดความรับผิดชอบต่อผลกระทบเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ	- โครงการ โรงอาหารเพื่อน้อง ในโรงเรียน พื้นที่ใกล้เคียง บ.พีเอ็มฟู๊ด จก. ปีละครั้ง - โครงการ Taro Save Sea ร่วมกิจกรรมกับชุมชนเก็บขยะบริเวณชายหาดปีละครั้ง - โครงการ Taro math tournament การแข่งขันเกมคณิตศาสตร์ ปีละครั้ง - กำหนดเป็นแผนงานประจำปีด้านความรับผิดชอบต่อผลกระทบชุมชนและสังคม CSR In - process

สรุปผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2558

ธุรกิจของเรา

ส่งมอบคุณค่าให้ธุรกิจ	หน่วย	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
รายได้รวม	ล้านบาท	4,030.98	4,095.81	4,273.93
รายได้จากการขายและบริการ	ล้านบาท	4,000.65	4,062.29	4,254.13
กำไรขั้นต้น	ล้านบาท	1,130.54	1,134.11	1,215.27
กำไรสุทธิ	ล้านบาท	419.99	428.37	431.84
สินทรัพย์รวม	ล้านบาท	2,222.64	2,304.65	2,498.62
หนี้สินรวม	ล้านบาท	708.69	697.35	733.95
ส่วนของผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	1,513.95	1,607.30	1,764.67

พนักงานของเรา

ส่งมอบคุณค่า ให้พนักงาน	หน่วย	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	907	921	939
ความเท่าเทียมระหว่างเพศ	คน	ชาย 306 หญิง 601	ชาย 327 หญิง 594	ชาย 334 หญิง 605
ความพึงพอใจของพนักงาน	เปอร์เซ็นต์	73.78	77.83	78.10
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรม	ชม/คน	12.50	18.30	19.28
อุบัติเหตุจากการทำงาน	คน	3	5	2

สังคมของเรา

ส่งมอบคุณค่าให้สังคมและสิ่งแวดล้อม	หน่วย	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
สายการผลิตปลาสวรรค์กาโร				
พลังงานจากก๊าซธรรมชาติ	กก.ก๊าซต่อกก. สินค้าสำเร็จรูป	0.22	0.25	0.24
ปริมาณน้ำที่ใช้สายการผลิต	ลิตรต่อกก. สินค้าสำเร็จรูป	18.84	18.37	17.82
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าในสายการผลิต	หน่วยต่อกก. สินค้าสำเร็จรูป	0.59	0.69	0.67

Business Together

ธุรกิจที่สำเร็จร่วมกัน



สงวนลิขสิทธิ์ © 2018 บริษัท ไทยอินเตอร์เทรด จำกัด

ธุรกิจที่สำเร็จร่วมกัน BUSINESS TOGETHER

เราเชื่อมั่นใน **“คุณค่า”** ของการดำเนินธุรกิจแบบองค์รวม ด้วยทุกสิ่งล้วนมีความสัมพันธ์และเป็นส่วนหนึ่งของกันและกัน บริษัทและบริษัทฯ ย่อม มุ่งมั่นสร้างสมดุลให้ธุรกิจ พนักงาน สังคม เพื่อการดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนร่วมกัน โดยการยึดถือ **“พันธกิจหลัก”** ในการดำเนินธุรกิจด้วยการส่งมอบคุณค่าด้านต่างๆ ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างความสุขที่ยั่งยืนร่วมกันให้เป็นจริง



ธุรกิจยังยืนร่วมกันด้วยการส่งมอบ คุณค่าอย่างสร้างสรรค์ (THE VALUE OF CREATION)



เพราะ “คุณค่า” สามารถสร้างสรรค์ได้ตลอดกระบวนการของการดำเนินงานระบบ Supply Chain Management จึงถูกนำมาใช้เพื่อสร้างประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตที่ทันสมัย และการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวด รวมถึงระบบการจัดเก็บและการขนส่งสินค้าที่มีความคล่องตัว รวดเร็ว ด้วยความร่วมมืออย่างใกล้ชิดจาก พนักงาน คู่ค้า ผู้ส่งมอบ ร้านค้า เพื่อให้มั่นใจว่า คุณค่าที่ได้รับการปรับปรุงพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ตั้งแต่ต้นทางจะถูกส่งมอบให้กับผู้บริโภค

ธุรกิจยังยืนร่วมกันด้วยการส่งมอบคุณค่าอย่างเข้าถึง (THE VALUE OF ACCESSIBILITY)

การนำเสนอสินค้าและบริการที่เติมเต็มความต้องการของวิถีชีวิตในปัจจุบันและการกระจายสินค้าไปถึงมือผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ถือเป็นภารกิจที่สำคัญที่แสดงถึงความเป็น “มืออาชีพ” ของเรา ด้วยช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศในรูปแบบร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านสะดวกซื้อ จนถึงร้านค้าปลีกที่ยังเป็นวิถีแห่งชุมชน เราจึงมั่นใจว่า ส่งมอบทางเลือกที่หลากหลายสำหรับผู้ผลิตในการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วจึงเป็นที่มาในการดำเนินโครงการส่งมอบคุณค่าของการเข้าถึง ดังนี้



ธุรกิจก้าวหน้า

ด้วยทีมงานขายที่เข้มแข็งกว่า

200 คน



ทำหน้าที่เยี่ยมเยียนร้านค้า
โดยตรงกว่า

30,000

แห่งอย่างสม่ำเสมอ



โดยมีการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมร้านค้ากว่า

200,000 แห่งทั่วประเทศ



ร้านค้าปลีกสมัยใหม่
หรือโอเพ่นเทรด



ร้านค้าส่งและปลีก
แบบดั้งเดิม



ร้านค้าปลีกขนาดย่อม

ซึ่งการดำเนินงานของบริษัทได้มุ่งเน้นการส่งมอบคุณค่า
อย่างมีคุณภาพให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องด้วยความเป็นมืออาชีพ



คู่ค้า



ร้านค้าส่ง



ร้านค้าปลีก



ผู้บริโภค



ชุมชน



สังคม



สิ่งแวดล้อม

ธุรกิจยังยืนร่วมกันด้วยการส่งมอบคุณค่าอย่างเอาใจใส่ (THE VALUE OF ATTENTION)

ด้วยปณิธานและความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญและความใส่ใจในการส่งเสริมวิถีชีวิตที่มีคุณภาพและมีความสุข เราจึงมุ่งที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำเสนอ **“คุณค่าที่แท้จริง”** โดยมีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางด้วยความเอาใจใส่ตั้งแต่คัดเลือกวัตถุดิบอย่างพิถีพิถัน ควบคุมทุกขั้นตอนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่อร่อย มีคุณประโยชน์ และสะดวกต่อผู้บริโภค จึงเป็นที่มาในการดำเนินโครงการส่งมอบคุณค่าของการใส่ใจ ดังนี้

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค : สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า

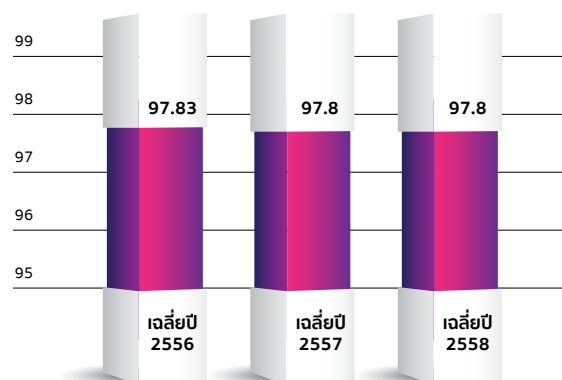
จากความมุ่งมั่นของ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัททยอย ที่ต้องการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพพร้อมคุณภาพให้กับผู้บริโภค ภายใต้กระบวนการสร้าง และพัฒนาแนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จากภายในบริษัท ไปสู่ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย จึงเป็นที่มาของโครงการต่างๆ ดังนี้

- **“โครงการสินค้าสดใหม่ 4 เดือน”** เพื่อส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ สดใหม่ เสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ และเกิดความพึงพอใจในสินค้ามากที่สุด จากแนวความคิดว่าทำอะไรให้สินค้าหน้าร้านที่พร้อมส่งถึงมือผู้บริโภคมีการหมุนเวียนให้สดใหม่เสมอ รวมถึงการบริหารสินค้าหน้าร้านให้มีปริมาณที่เหมาะสม ลดปริมาณของเสียของสินค้า ซึ่งของเสียที่ลดได้ย่อมส่งผลถึงการลดมลภาวะ และ ลดการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือย โครงการดังกล่าวนี้ทางบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้มีซึ่งเป็นโครงการที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง

การวัดความสำเร็จของโครงการจะเห็นได้จากอัตราเปอร์เซ็นต์ความสดใหม่ 4 เดือน เฉลี่ยต่อปีของสินค้าหลักของแต่ละตราสินค้าในปี 2558 ได้กำหนดเป้าหมายไว้ ต้องไม่ต่ำกว่า 98% พบว่า เปอร์เซนต์ ความสดใหม่เฉลี่ยของสินค้าในปี 2558 มีอัตราสดใหม่ที่ทำได้ใกล้เคียงกับเป้าหมายที่กำหนดอยู่ที่ 97.8%

ทางบริษัทฯ มีความมุ่งมั่นอย่างยิ่งที่จะคงมาตรฐาน การรักษาคุณภาพสินค้าเพื่อส่งมอบให้ถึงมือผู้บริโภค โดยกำหนดแนวทางและแผนงานพร้อมที่จะพัฒนาให้เปอร์เซ็นต์ ความสดใหม่อายุสินค้า 4 เดือน มีอัตราที่เพิ่มสูง 98% ภายในระยะเวลา 2 ปี เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและเกิดความพึงพอใจ

% ความสดใหม่ของสินค้า อายุ 4 เดือน



กราฟแสดงสถิติเปอร์เซ็นต์ค่าเฉลี่ยความสดใหม่ของสินค้าปี 2556-2558

หมายเหตุ : ข้อมูลสถิติโครงการ สดใหม่ 4 เดือน ของสินค้าจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เท่านั้น

- “โครงการ ฉลากสินค้าปลอดภัย” เพื่อส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ ด้วยความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค จึงได้ดำเนินการทบทวนการแสดงผลฉลากสินค้า ให้สอดคล้องกับประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 367 เรื่องการแสดงผลฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ โดยเพิ่มการแสดงผลสารก่อภูมิแพ้ หรือข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร ซึ่งรายละเอียด ดังนี้

สารก่อภูมิแพ้ หมายถึง สารที่เข้าสู่ร่างกายแล้วทำให้ร่างกายมีปฏิกิริยาผิดปกติ ทั้งที่ตามธรรมชาติสารนั้นเข้าสู่ร่างกายคนทั่วไปแล้วไม่มีอันตราย ยกเว้นคนบางคนที่แพ้สารนั้นเท่านั้น อาทิเช่น ธัญพืชที่มีส่วนประกอบของกลูเตน, สัตว์น้ำที่มีเปลือกแข็ง, ไข่ และผลิตภัณฑ์จากไข่, นมและผลิตภัณฑ์จากนมรวมถึงแลคโตส และถั่วต่างๆ

ดังนั้นการแสดงผลข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหารที่ฉลากสินค้า ในกรณีที่มีการใช้เป็นส่วนประกอบของอาหารหรือ กรณีอาจมีการปนเปื้อนในกระบวนการผลิต เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อผู้บริโภค บริษัทได้ทบทวนและปรับเปลี่ยนการแสดงผลฉลากสินค้า ตามรายละเอียดที่แสดง ดังนี้



ส่วนผสมวัตถุดิบทั้งหมด (Ingredients)	
เนื้อปลา (Fish Meat)	80.0%
น้ำตาล (Sugar)	7.0%
แป้งมันสำปะหลัง (Tapioca Flour)	5.0%
แป้งสาลี (Wheat Flour)	3.0%
เกลือเสริมไอโอดีน (Iodized Salt)	2.2%
ซอสถั่วเหลือง (Soy Sauce)	1.5%
เครื่องปรุงรส (Seasoning)	1.3%
ใช้วัตถุปรุงแต่งรสชาติอาหาร : โซเดียมกลูตาเมตและไดโซเดียม 5 ไนโบนิวคลีโอไทด์ (Monosodium glutamate and Disodium 5' ribonucleotide Added).	
ไม่ใช้วัตถุกันเสีย (No Artificial Preservative) ไม่เนื้อปลาแห้ง ไขมันสัตว์และของหมักปลาแห้ง	
และเครื่องปรุงรส ซึ่งมีสีน้ำตาลเข้ม สามารถบริโภคได้	
ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีถั่วเหลือง แป้งสาลี และไข่	
Allergen Information : Contains soybeans, wheat flour and egg.	

ธุรกิจยังยืนร่วมกันด้วยกระบวนการ KM



ในปี 2558 บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัด บริษัทย่อย ได้รับคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ “สร้างและขยายฐานองค์ความรู้การเพิ่มผลผลิตภาพเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน” (PFKM) กับ ทางสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ เพื่อต่อยอดให้กิจกรรมเพิ่มผลผลิตภาพเกิดความยั่งยืน สามารถดำเนินได้อย่างมีระบบและให้ความสำคัญกับการจัดการองค์ความรู้ โดยเฉพาะความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge)

- นำความรู้และทักษะเฉพาะที่อยู่ในตัวพนักงานออกมา เป็น Explicit Knowledge ที่เป็นลายลักษณ์อักษร
- ถ่ายทอดและแบ่งปันความรู้อย่างเป็นระบบและพนักงานสามารถนำไปใช้เป็นมาตรฐานการทำงาน เพื่อให้บรรลุตาม KPI ของบริษัท
- จัดเก็บองค์ความรู้ในการทำงานอย่างเป็นระบบและพนักงานสามารถเข้าถึงได้ง่าย
- จัดกิจกรรมเพิ่มผลผลิตภาพอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง และยกระดับเรื่องที่น่าสนใจให้สูงขึ้น



กิจกรรม Kick off เปิดตัวโครงการ PF-KM เพื่อชี้แจงรายละเอียดโครงการ
สร้างการมีส่วนร่วมของพนักงาน

ผังแสดงกระบวนการจัดการความรู้ KM



คัดเลือกกระบวนการอย่างเป็นกระบวนการที่จะดำเนินกิจกรรม KM

ผลการดำเนินงานปี 2558

- สรุปผลการจัดการกระบวนการอย่าง โดยการจัดการองค์ความรู้ที่เป็นทักษะในการอย่างเพื่อลดของเสียจากกระบวนการผลิต รสชาติหลัก สามารถลดปริมาณของเสียเป็นมูลค่า = 41,500 บาท/เดือน
- จัดทำคู่มือบริหารกิจกรรมเพิ่มผลิตภาพ, คู่มือการณรงค์ส่งเสริมกิจกรรมเพิ่มผลิตภาพ, คู่มือดำเนินการจัดการความรู้, ทะเบียนผู้เชี่ยวชาญกิจกรรมเพิ่มผลิตภาพ และคู่มือสอนหลักการ Productivity เป็นต้น

ธุรกิจยังยืนร่วมกันด้วยการยกระดับ มาตรฐานการผลิต



ในปี 2558 บริษัท พรีเมียร์แคนนิ่งอินดัสตรี จำกัด บริษัทย่อย ได้มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าในการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่เพียงแค่คุณภาพเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญในการส่งมอบคุณค่าร่วมกันในห่วงโซ่ธุรกิจของบริษัทอีกด้วย

ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่า คุณค่าเหล่านั้นได้รับการส่งมอบถึงทุกคนอย่างมีคุณภาพ เพื่อต่อยอดให้เกิดความยั่งยืนร่วมกันในห่วงโซ่ธุรกิจ

- ร่วมกันกับคู่ค้าและลูกค้า เพื่อพัฒนาระดับมาตรฐานคุณภาพการผลิตสินค้า เช่น มาตรฐานคุณภาพ GMP, HACCP : USFDA, BRC, ISO9001 : 2008 ตลอดจนมาตรฐานคุณภาพตามหลักทางศาสนา เช่น HALAL, KOSHER เพื่อส่งมอบคุณค่าและการเข้าถึงสินค้าให้กับผู้บริโภคทุกกลุ่ม
- ร่วมกันกับผู้ส่งมอบ เพื่อพัฒนาระบบการจัดหาวัตถุดิบโดยการประกาศแสดงเจตนารมณ์แนวทางปฏิบัติการคัดเลือกและจัดซื้อวัตถุดิบอาหารทางทะเล ตามระเบียบ IUU (Illegal, Unreported and Unregulation) ตลอดจนการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมของผู้ส่งมอบ เพื่อส่งมอบคุณค่าให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่ธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกัน
- ร่วมกันกับภาครัฐเพื่อพัฒนาระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและชุมชนโดยเข้าร่วมโครงการ “ตาสับปรด” ของอุตสาหกรรม จ.สมุทรปราการ



จากความมุ่งมั่นและตั้งใจของบริษัท ในการพัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานระบบคุณภาพควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000 : 2010 (CSR) ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานของลูกค้า Seven & i HLDGS จากประเทศญี่ปุ่น โดยได้ดำเนินการตรวจรับรองตามมาตรฐานที่ลูกค้ากำหนด ดังต่อไปนี้

- Legal Compliance including management system
- Respect for Human Rights and Dignity
- Employment and Workplace Environment
- Environmental Management
- Relationship with Society and Local Communities
- Information Management
- Commitment to Product Safety



โดยได้การรับรองระบบนี้ครั้งแรกเมื่อปี 2557 และมีการตรวจติดตามประจำปีอย่างต่อเนื่อง สำหรับผลการตรวจรับรองในปี 2558 ได้ระดับ ดีเลิศ (เมื่อวันที่ 18/12/2558)



ผลการดำเนินงานปี2558

- ยกระดับมาตรฐานการพัฒนากระบวนการคุณภาพในการผลิตสินค้า เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่ม
- บริษัทได้รับการยอมรับและความเชื่อมั่นจากลูกค้า เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจที่ยั่งยืนร่วมกัน

ธุรกิจยั่งยืนด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้

บริษัท พรีเมียร์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้รับการรับรองในโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน จาก Collective Action Coalition (CAC) และได้รับประเมินผลการจัดลำดับจาก Anti-corruption Progress Indicator Results: 2014 ระดับคะแนนของบริษัทฯ อยู่ในระดับ 4 โดยได้ดำเนินการประกาศนโยบายและแนวทางการต่อต้านทุจริตไว้อย่างชัดเจนให้ กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานและบริษัทย่อยปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ซึ่งจัดฝึกอบรมให้ความรู้เรื่องการต่อต้านทุจริตแก่พนักงาน ครอบคลุมพนักงาน 100 % และกำหนดแผนการตรวจติดตามภายในทุก 6 เดือน เพื่อให้มั่นใจว่าได้ปฏิบัติตามคู่มือการดำเนินงานด้านการต่อต้านทุจริตที่บริษัทจัดทำขึ้น ตลอดจนสำรวจความเข้าใจในการสื่อสารและช่องทางการร้องเรียนการทุจริตอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2558 เพื่อเป็นการสร้างและส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) และเกิดความเท่าเทียมกัน อีกทั้งเพื่อเป็นการพัฒนาคู่ค้า/Supplier กรณี Supplier รายใดที่ไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก บริษัทฯแจ้งเป็นหนังสือให้ทราบอย่างเป็นทางการเพื่อจะได้มีโอกาสปรับปรุงแก้ไข อันแสดงถึงความโปร่งใสในการซื้อขายกับ Supplier ทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ทั้งนี้บริษัทและบริษัทย่อย ได้กำหนดแผนการดำเนินงานและเป้าหมายในเรื่องการขยายเครือข่ายผ่านการชักชวนคู่ค้า ผู้ส่งมอบ เข้าร่วมโครงการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง

จากความมุ่งมั่นและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ทางบริษัทฯได้รับรางวัลการประเมินผล ได้จัดลำดับ จาก Anti-corruption Progress Indicator Results: 2015 ได้คะแนนสูงสุดอยู่ในระดับ 5

ผลการดำเนินงานปี 2558



Together People



พนักงานที่สร้างความสำเร็จร่วมกัน TOGETHER PEOPLE



พนักงาน ถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์คุณค่า บริษัทดูแลให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัยและอยู่ในสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อสร้างโอกาสความก้าวหน้าในการทำงาน ตลอดจนสร้างความมั่นคงและผูกพันร่วมกันนำความสำเร็จมาสู่องค์กร



การปฏิบัติด้วยความเสมอภาคกับ พนักงานของเรา



การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน

บริษัทให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และระเบียบข้อบังคับต่างๆ ด้านแรงงานเกี่ยวกับการเคารพสิทธิมนุษยชน ในเรื่องความหลากหลายของแรงงานในองค์กร โดยมีแนวทางปฏิบัติต่อแรงงานเสมอภาค เท่าเทียมกันไม่เลือกเพศ อายุ หรือสภาพร่างกาย ตำแหน่งงาน ตลอดจนเชื้อชาติและศาสนา โดยพนักงานของบริษัททุกคนได้รับการปฏิบัติและดูแลในทุกด้าน อาทิเช่น การสรรหา การดำรงรักษาค่าตอบแทนสวัสดิการ การพัฒนาบุคลากร โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ และความปลอดภัยอาชีวอนามัย

ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานเกิดความพึงพอใจและความผูกพันในองค์กร ก่อให้เกิดความมั่นคงและคุณภาพชีวิตที่ดี อันนำไปสู่ความสำเร็จตามพันธกิจของบริษัท

การส่งเสริมด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย

ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความปลอดภัยในการทำงาน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา และพนักงานทุกคน ต้องให้ความร่วมมือปรับปรุง และพัฒนาควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและบริการ อย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายด้านความปลอดภัย

1. อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานต้องเป็นศูนย์
2. อัตราการเกิดอัตรากายทุกพื้นที่ต้องเป็นศูนย์

แผนการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

- ตรวจสอบสุขภาพพนักงานประจำปี เพื่อเฝ้าระวังโรคเรื้อรัง และค้นหาสาเหตุของความเจ็บป่วย
- ตรวจสอบความปลอดภัยในพื้นที่ เพื่อเฝ้าระวังและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน
- จัดฝึกอบรมการขับรถอย่างปลอดภัยเชิงป้องกัน และกฎหมายจราจร เพื่อลดสาเหตุและอัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการขับรถ
- ดำเนินการซ้อมหนีภัยประจำปี เพื่อเตรียมความพร้อมกรณีเกิดเหตุอัคคีภัย และลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อชีวิตและทรัพย์สิน

สถิติการประสบอันตรายจากการปฏิบัติงาน	ปี 2556 (ราย)	ปี 2557 (ราย)	ปี 2558 (ราย)
อุบัติเหตุ (ราย)	3	5	2
หยุดงาน (ราย)	1	1	1
ไม่ต้องหยุดงาน (ราย)	2	4	1
เสียชีวิต (ราย)	0	0	0

ตารางแสดงสถิติการประสบอันตรายจากการปฏิบัติงานปี 2556-2558

หมายเหตุ : ข้อมูลสถิติประสบอันตรายจากการปฏิบัติงานจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

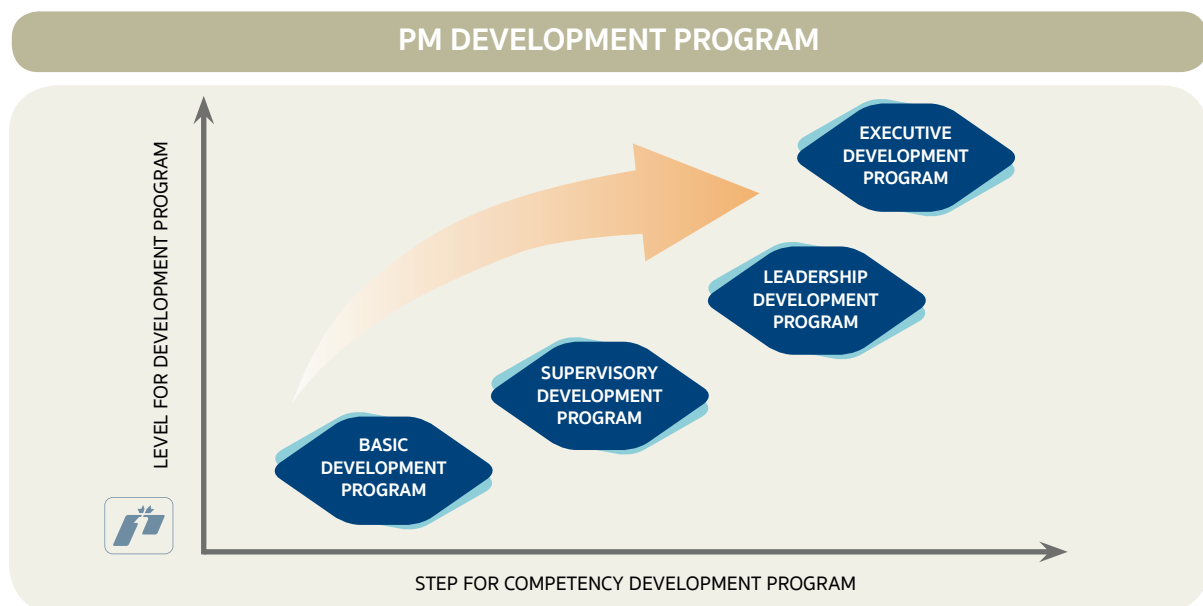
- จัดทำแผนงานการฝึกอบรม OJT สำรองในตำแหน่งงานที่จำเป็น เพื่อรองรับกรณีพนักงานลาหยุดและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานกรณีที่พนักงานปฏิบัติงานทดแทนกันในวันหยุด
- จัดทำสัญลักษณ์เตือนอันตรายเพิ่มเติมให้เพียงพอ

การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของ พนักงานของเรา

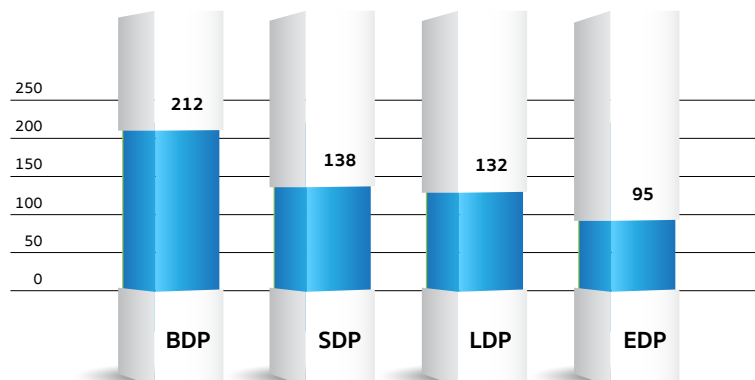
บริษัทมีนโยบายส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดทำแนวทางการพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับ
คุณค่าหลัก (Core Value) ทั้ง 5 ประการของบริษัท และทิศทางการเติบโตของธุรกิจ โดยกำหนดแนวทางการดำเนินการไว้ ดังนี้

1) แผนการพัฒนา 4 ระดับ (Step for PM Development Program)

ทั้งนี้ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ทักษะ และความสามารถที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และค่านิยมของบริษัทที่มุ่งดำเนินธุรกิจ
แบบองค์รวม โดยมุ่งสร้างความสมดุลให้กับ **ธุรกิจ พนักงาน และสังคม**



จำนวนชั่วโมงฝึกอบรม / ระดับแผนการพัฒนา



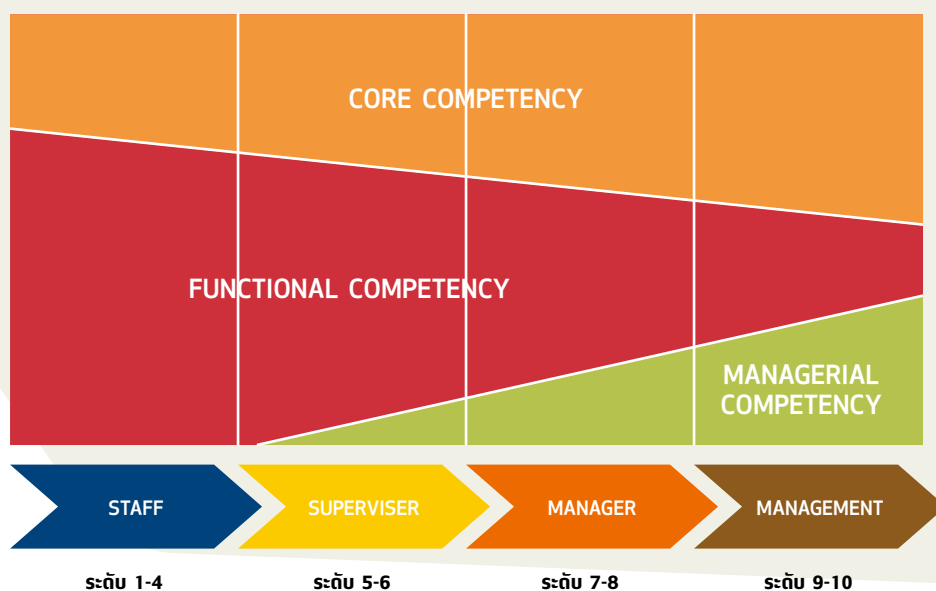
กราฟแสดงจำนวนชั่วโมงฝึกอบรมแบ่งตามแผนการพัฒนาในปี 2558

หมายเหตุ : ข้อมูลจำนวนชั่วโมงฝึกอบรมของพนักงานจาก บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เท่านั้น

2) การพัฒนาศักยภาพ (Competency)

แผนงานพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรของบริษัท จึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ตามผังแสดงการพัฒนา PM COMPETENCY MODEL ดังนี้

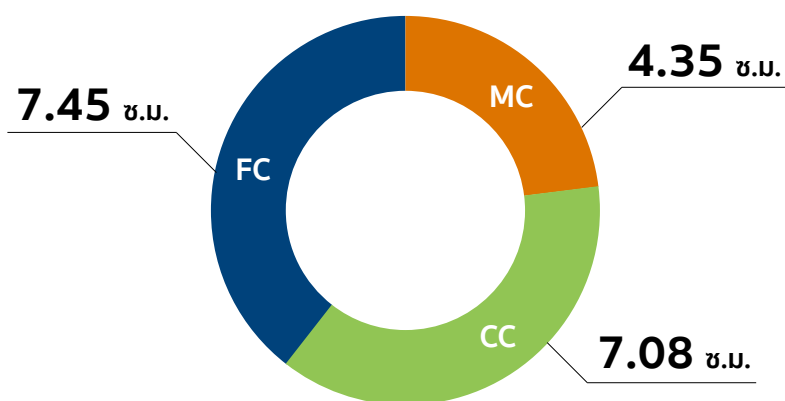
PM COMPETENCY MODEL



กราฟแสดงจำนวนชั่วโมงฝึกอบรมแบ่งตามแผนการพัฒนาในปี 2558

หมายเหตุ : ข้อมูลจำนวนชั่วโมงฝึกอบรมของพนักงานจาก บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เท่านั้น

COMPETENCY



ในปี 2558 บริษัทได้กำหนดเป้าหมาย (KPI) ขององค์กร เพื่อการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานโดยกำหนด แผนการฝึกอบรม ให้ความรู้และพัฒนาทักษะแก่พนักงาน 12 ชั่วโมงต่อคนต่อปี ซึ่งประกอบด้วย การฝึกอบรม ทั้งภายใน และการส่งพนักงานไปเข้ารับการอบรมภายนอกตามแผนฝึกอบรม PM Training Road Map (TRM) และผลการดำเนินการฝึกอบรมในปี 2558 จากจำนวนพนักงาน 344 คน พนักงานได้เข้ารับการฝึกอบรมเฉลี่ยรวม 19.28 ชั่วโมงต่อคน

PEOPLE Well-Being

HAPPY BODY & HAPPY RELAX

ส่งเสริมให้พนักงานดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน ด้วยการออกกำลังกาย โดยตั้งชมรมกีฬา ฟุตบอล แบดมินตัน และตะกร้อ จัดบรรยายให้ความรู้ด้านการดูแลสุขภาพและโภชนาการ อีกทั้งมอบรางวัลพนักงานสุขภาพดีประจำปี

HAPPY SOUL

ส่งเสริมการสร้างความสะดวกสบายให้จิตใจ โดยการจัดบรรยายธรรมและการทำสมาธิ เพื่อนำมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน ในปี 2558 จัดกิจกรรม 3 ครั้ง

HAPPY BRAIN

ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนกันในองค์กร ผ่านการแชร์ หนังสือดีๆ หรือ บทความที่ให้ความรู้ มีประโยชน์ และได้ข้อคิดที่นำไปปรับใช้ได้ต่อเนื่อง 2 เรื่อง

HAPPY MONEY

ส่งเสริมให้พนักงานวางแผนทางการเงิน การออมเงิน การลงทุนและการบริหารหนี้สิน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการให้ความรู้ คำปรึกษาและแนะนำในการวางแผนทางการเงินอย่างเหมาะสม ในปี 2558 จัดกิจกรรม 2 ครั้ง

HAPPY FAMILY

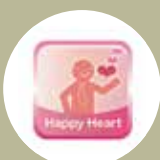
ส่งเสริมการสัมพันธ์ที่ดีต่อครอบครัว ด้วยการประกวดภาพครอบครัวพร้อมบรรยายความรู้สึกต่อครอบครัว เพื่อให้เกิดการสื่อสารและทำความรู้จักผ่านการบอกเล่าในความภาคภูมิใจของพนักงานและครอบครัว

HAPPY HEART

ส่งเสริมให้พนักงานมีน้ำใจ เอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน ด้วยการร่วมบริจาคของใช้ส่วนตัวและออกธำเน่าจำหน่าย เพื่อนำรายได้มอบให้มูลนิธิยุวพัฒน์

HAPPY SOCIETY

ส่งเสริมให้เกิดจิตอาสาในการช่วยเหลือสังคมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ พนักงานขายที่ปฏิบัติงานในจังหวัดต่างๆ มาร่วมเป็นอาสาสมัครลงพื้นที่เยี่ยมนักเรียนทุนมูลนิธิยุวพัฒน์ เพื่อช่วยติดตามความเป็นอยู่ของนักเรียนทุน รวมทั้งให้คำแนะนำและกำลังใจในการเรียนและการใช้ชีวิต



โครงการ “คนสำราญ งานสำเร็จ” HAPPY 8



ผลการดำเนินงานปี 2558



ธุรกิจก้าวหน้า
พนักงานมั่นคง
สังคมยั่งยืน

ความพึงพอใจ
กิจกรรม Happy8
78%

80 % พนักงาน
ให้จัดกิจกรรม
ต่อเนื่อง



สมาชิกกองทุน
สำรองเลี้ยงชีพ
เพิ่มขึ้น 20%





Together
Society

สังคมที่สร้างความสำเร็จร่วมกัน TOGETHER SOCIETY



ส่งมอบ... คุณค่าสู่สังคมอย่างยั่งยืน

บริษัทพรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคม เพื่อยกระดับคุณภาพของสังคม และการดูแลสุขภาพทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม โดยการร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ในการสร้างกลไกการสร้างการมีส่วนร่วม เพื่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ดังนี้



สร้างความสำเร็จด้านการพัฒนา คุณภาพชีวิตร่วมกัน

โครงการ TARO TO SCHOOL

โครงการบรรยายให้ความรู้ด้านการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา สำหรับนักเรียนมัธยมปลายเป็นโครงการที่กลุ่มสินค้าปลาสวรรค์ ตราทาโร ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องมากกว่า 14 ปี เพื่อเข้าไปบรรยาย สร้างแนวคิดและมุมมองใหม่ในการเรียนรู้ผ่านหัวข้อการศึกษา โดยมุ่งหวังให้นักเรียน เรียนหนังสืออย่างมีจุดมุ่งหมาย มีทัศนคติที่ดีต่อการศึกษา ทางบริษัทจึงมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาโครงการทั้งคุณภาพในส่วนของเนื้อหาการบรรยาย และการกระจายโอกาสทางการศึกษาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบโจทย์การมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม และประเทศชาติต่อไป

สำหรับในปี 2558 จัดบรรยายในหัวข้อ **“ค้นหาตัวตน สู่อสาอาชีพแห่งอนาคต”** จึงให้ความสำคัญในเรื่องการค้นหาความรู้ทักษะ ในสาขาอาชีพที่เหมาะสมสอดคล้องกับความถนัด เพื่อสร้างแนวคิดและมุมมองใหม่ในการเรียนรู้ โดยมุ่งหวังให้นักเรียนมีความพร้อมในการเรียนรู้ตลอดชีวิต สร้างแนวคิดในการพัฒนาตนเองและการเตรียมตัวในการศึกษาต่ออย่างมีเป้าหมาย จากโครงการ TARO to school ที่บริษัทได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องถึง 14 ปี จึงได้ผลลัพธ์จากการดำเนินกิจกรรม 3 ปีย้อนหลัง ดังนี้

รายละเอียด	2556		2557		2558	
หัวข้อบรรยาย	ทักษะแห่งอนาคต		เปิดอาเซียน เปลี่ยนอนาคต		ค้นหาตัวตน สู่อาชีพแห่งอนาคต	
การเข้าถึงสถาบันศึกษา	ร.ร.สาย สามัญ	ร.ร.สาย อาชีพ	ร.ร.สาย สามัญ	ร.ร.สาย อาชีพ	ร.ร.สาย สามัญ	ร.ร.สาย อาชีพ
• จำนวน 200 แห่ง /ปี แบ่งตามภูมิภาค	150	50	150	50	150	0
- กรุงเทพฯ และปริมณฑล	15	6	27	3	12	0
- ต่างจังหวัด	135	44	123	47	138	0
• จำนวน 200 แห่ง /ปี แบ่งตามหน่วยงาน	150	50	150	50	150	0
- ภาครัฐ	132	32	141	42	146	0
- ภาคเอกชน	18	18	9	8	4	0

แนวทางในการดำเนินงานปีถัดไป บริษัทฯ มีความตั้งใจอย่างยิ่งที่จะขยายโอกาสการเข้าถึงให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยพยายามคัดเลือกโรงเรียนมัธยมศึกษาที่ยังไม่เคยได้เข้าร่วมโครงการในแต่ละจังหวัดทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงทุกส่วนในสังคมให้ได้มากที่สุด

สร้างความสำเร็จด้านสิ่งแวดล้อม และชุมชนร่วมกัน

โครงการ TARO SAVES THE SEA

จากแนวความคิดการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ปลาสร้อยตราทาโร บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึกร่วมกันรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติจากทะเลให้ดำรงอยู่อย่างสมบูรณ์ในธรรมชาติต่อไปในอนาคต ภายใต้โครงการ TARO Saves The Sea ที่จัดต่อเนื่องมา ปีที่ 6 โดยมีแนวร่วมในการทำกิจกรรม ได้แก่ พนักงาน ชุมชนในพื้นที่รวมไปถึงหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรูปแบบกิจกรรมร่วมกัน ดังนี้

- การสร้างบ้านปลา เพื่อเป็นการเพิ่มแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ทะเล เป็นการเพิ่มปริมาณปลาในท้องทะเล
- การทำความสะอาดชายหาด โดยการเก็บขยะซึ่งเป็นการรักษาความสมบูรณ์ด้านทัศนียภาพ และระบบนิเวศน์ ให้ยังคงดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

สำหรับในปี 2558 โครงการ TARO Saves The Sea จัดขึ้นที่ หาดบางเสร่ พัทยา จังหวัดชลบุรี จึงได้ผลลัพธ์จากการดำเนินกิจกรรม 3 ปีย้อนหลัง ดังนี้

รายละเอียด	2556	2557	2558
สถานที่	หาดเทียนทะเล จังหวัด ชลบุรี	หาดวอนนภา บางแสน จังหวัด ชลบุรี	หาดบางเสร่ จังหวัด ชลบุรี
• ผู้ร่วมกิจกรรม			
- อาสาสมัคร	30	20	20
- พนักงานพีเอ็ม	40	45	322
- ตัวแทนหน่วยงานราชการ	10	10	20
- นักเรียนในพื้นที่	100	115	100
• จำนวนบ้านปลา	-	4 หลัง	7 หลัง
• ปริมาณขยะที่เก็บได้	284 ก.ก.	594 ก.ก.	101.7 ก.ก.



สร้างความสำเร็จด้านการพัฒนาชุมชน และสังคมร่วมกัน

โครงการพัฒนาการศึกษาด้วยระบบทวิภาคี

จากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารระดับสูงในการพัฒนาศักยภาพของ “คน” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อยกระดับการศึกษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สถานศึกษาผลิตบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจจัดจำหน่ายและบริการโดยใช้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญขององค์กร สนับสนุนให้โอกาสเรียนรู้ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติกับสถาบันอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร วิทยาลัยพณิชยการบางนา ด้วยการตกลงทำความร่วมมือกับสถานประกอบการในการจัดการเรียนการสอนระบบทวิภาคี หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส) สาขาการตลาด จำนวน 5 คน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันบริษัท ได้กำหนด แผนการพัฒนาหลักสูตรในปีหน้า โดยการจัดทำโครงการ บริษัทจำลอง โครงการงานวิจัย ด้านการตลาดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เป็นต้น

ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนได้ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการและยังเป็นการเพิ่มยอดขาย ขยายฐานลูกค้าให้กับบริษัทอีกทางหนึ่งด้วย

สำหรับปี 2558 ที่ผ่านมามีบริษัทให้ความร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาในการรับนักศึกษา เข้ามาฝึกงานในบริษัท อาทิเช่น มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง, มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ และมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต รวมจำนวนทั้งสิ้น 14 คน



นางสาวชญาดา ฑิฆะพันธ์ นักศึกษาชั้น ปวส.1
วิทยาลัยพณิชยการบางนา สาขาวิชาการตลาด
ระบบทวิภาคี หนึ่งในตัวแทนพุดถึงการฝึกอาชีพที่
บมจ. พรีเมียร์มาร์เก็ตติ้ง

ดิฉันในฐานะตัวแทนเพื่อนๆ ขอพูดถึงความรู้สึกที่มีต่อพรีเมียร์มาร์เก็ตติ้ง การที่ดิฉันได้เลือกเรียนที่วิทยาลัยพณิชยการบางนา สาขาการตลาด ระบบทวิภาคี เพราะดิฉันได้เล็งเห็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับตนเองในอนาคต และในขณะที่เรียนอยู่ ดิฉันก็ยังสามารถมีรายได้ระหว่างเรียน เพื่อแบ่งเบาภาระของผู้ปกครองได้

ประสบการณ์ที่ได้รับจากการฝึกอาชีพในบริษัทพรีเมียร์มาร์เก็ตติ้ง ทำให้ดิฉันได้เรียนรู้และมีความอดทนกับการทำงาน สอนให้รู้จักปรับตัวให้เข้ากับคนและงานได้ และนำความรู้มาใช้ในการชีวิตประจำวันได้ที่สำคัญต้องรักษารายชื่อบริษัทในงานอาชีพ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์และดูแลพวกเราทั้ง 5 คน เป็นอย่างดี ขอขอบคุณจริงๆ ประทับใจในการดูแลให้ความรักและเอาใจใส่ให้การสนับสนุนเงินทำให้มีทุนเรียนหนังสือต่อไป

สร้างความสำเร็จ ด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกัน

โครงการ โลกสวยด้วยมือเรา

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ให้ความสำคัญในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดเป็นเป้าหมาย (KPI) ส่วนหนึ่งของกระบวนการทำงานในองค์กร เพื่อสร้างความตระหนักและกระตุ้นความมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทั้งปลูกฝังให้พนักงานมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านโครงการ ดังนี้

- โครงการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า โดยกำหนดเป้าหมาย การใช้พลังงาน ลดลงจากปี 2557 10 % ด้วยการเปลี่ยนหลอดไฟฟ้า LED มาใช้ทดแทนหลอดไฟแสงสว่างในอาคาร เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า และช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) ตลอดจนเพิ่มอายุการใช้งานหลอดไฟฟ้าอีกด้วย

ในปี 2558 ฝ่ายสำนักงาน บริเวณชั้น 2 ได้ทำการเปลี่ยนหลอดไฟฟ้า LED จำนวน 200 หลอด ตั้งแต่เดือน มีนาคม - ธันวาคม 2558 มีผลทำให้ปริมาณการใช้ไฟฟ้า ลดลง 20 % จากปี 2557 หรือ ปริมาณการใช้ไฟฟ้า ลดลง 20,212 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 102,973 บาท

ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดแผนงานการเปลี่ยนหลอดไฟฟ้า LED ในปี 2559 ในอาคารสำนักงาน บริเวณชั้น 3-4 เพิ่มเติม ซึ่งสามารถลดปริมาณการใช้ไฟฟ้า 20 % จากปี 2558 อีกด้วย

- โครงการลดการใช้กระดาษ โดยกำหนดเป้าหมาย ลดปริมาณการใช้กระดาษ การใช้พลังงาน ลดลงจากปี 2557 10 % ด้วยการปรับวิธีการทำงาน เช่น ส่งไฟล์งานที่ต้องใช้อ้างอิงไปจัดเก็บในเซิร์ฟเวอร์แทนการถ่ายสำเนาเอกสารแจก, จัดระบบการนำเอกสารมาใช้ซ้ำ Reuse

ในปี 2558 ผลการดำเนินงานตามมาตรการดังกล่าว พบว่าฝ่ายสำนักงานสามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้ถึง 22 % แต่ภาพรวมการใช้กระดาษของทั้งบริษัท ยังไม่สามารถลดปริมาณการใช้ได้ตามเป้าหมาย ซึ่งในปี 2559 บริษัทยังคงกำหนดเป้าหมายลดปริมาณการใช้กระดาษลง 10 % จากปี 2558 เพื่อให้ทุกหน่วยงานใช้เป็นแนวทางดำเนินงานร่วมกัน

จากความมุ่งมั่นของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ที่ต้องการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้นำไปสู่การสนับสนุนกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ในการพัฒนาสังคมให้เกิดความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจากการปลูกจิตสำนึกและสร้างความเข้าใจให้กับพนักงานในคุณค่าหลักขององค์กรอย่างเข้มแข็งที่ว่าด้วย **“ธุรกิจ พนักงาน และสังคม สร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน”** สร้างกลไกเพื่อสร้างระบบนิเวศของการมีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม ก่อให้เกิดกระบวนการที่มีความร่วมมือเสมือนการปฏิบัติงานเป็นประจำวัน โดยผ่านการบริหารจัดการ ทรัพยากรด้านบุคลากร อาสาสมัคร และเงินทุนเป็นเครื่องมือสนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อนและขยายวงกว้างขึ้น สร้างกลไกให้คนทั่วไปเข้าถึงได้มากขึ้นเกิดการทำซ้ำ เพื่อการสร้างสรรค์และผลลัพธ์ที่ได้ คือ การสร้างพันธมิตรที่ใหญ่ขึ้น เกิดความร่วมมือ ช่วยกันลงมือทำและแนบเนียนยอมเกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ตามความเชื่อของธุรกิจโลกใหม่ที่ว่า **“ถ้าไรบนความยั่งยืน คือ กำไรสูงสุด”** นั่นเอง

GRI CONTENT INDEX

The Global Reporting Initiative (GRI) provides the leading framework for corporate sustainability reporting based on input from a wide range of civil society organizations, labor groups, businesses, academics, and other experts. Our Premier Group Report contains Standard Disclosures from the GRI's G4 Sustainability Reporting Guidelines. We provide the GRI Content Index below to reference our GRI reporting and to include some additional data to complement the report.

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	PAGE
STRATEGY AND ANALYSIS		
G4-1	Statement from the most senior decision-maker of the organization (such as CEO, chair, or equivalent senior position) about the relevance of sustainability to the organization and the organization's strategy for addressing sustainability	2-4,23
G4-2	Description of key impacts, risks, and opportunities	25-27
ORGANIZATIONAL PROFILE		
G4-3	Name of the organization	5
G4-4	Primary brands, products, and services	6
G4-5	Location of the organization's headquarters	5
G4-6	Number of countries where the organization operates, and names of countries where either the organization has significant operations or that are specifically relevant to the sustainability topics covered in the report	-
G4-7	Nature of ownership and legal form	-
G4-8	Markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customers and beneficiaries)	6
G4-9	Scale of reporting organization	5
G4-10	Total number of employees	28,40
G4-11	Percentage of total employees covered by collective bargaining agreements	28,40
G4-12	Description of the organization's supply chain	9-14
G4-13	Significant changes during the reporting period regarding the organization's size, structure, ownership, or its supply chain	19-21
COMMITMENTS TO EXTERNAL INITIATIVES		
G4-14	Explanation of whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organization	26-27
G4-15	List of externally developed economic, environmental and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or which it endorses	13-14

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	PAGE
G4-16	Memberships of associations (such as industry associations) and national or international advocacy organizations in which the organization	-
IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES		
G4-17	Operational Structure of the organization	5,22
G4-18	Details on report content and aspect boundaries	8
G4-19	All material Aspects identified in the process for defining report content	24-27
G4-20	Aspect Boundary within the organization	24-27
G4-21	Aspect Boundary outside the organization	24-27
G4-22	Explanation of the effect of any restatements of information provided in previous reports, and the reasons for such restatements	-
G4-23	Significant changes from previous reporting periods in the Scope and Aspect Boundaries	-
STAKEHOLDER ENGAGEMENT		
G4-24	List of stakeholder groups engaged by the organization	26-27
G4-25	Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage	24
G4-26	Organization's approach to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group, and an indication of whether any of the engagement was undertaken specifically as part of the report preparation process	7,9-12
G4-27	Key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organization has responded to those key topics and concerns, including through its reporting	24-27
REPORT PROFILE		
G4-28	Reporting period (such as fiscal or calendar year) for information provided	8
G4-29	Date of most recent previous report (if any)	-
G4-30	Reporting cycle (such as annual, biennial)	-
G4-32	GRI Content Index	GRI Index
G4-33	Policy and current practices with regard to seeking external assurance for the report	-
GOVERNANCE		
G4-34	Governance structure of the organization, including committees of the highest governance body. Identify any committees responsible for decision-making on economic, environmental and social impacts	22-23
G4-35	Process for delegating authority for economic, environmental and social topics from the highest governance body to senior executives and other employees	23
G4-36	Details on whether the organization has appointed an executive-level position or positions with responsibility for economic, environmental and social topics, and whether post holders report directly to the highest governance body	5,22-23
G4-37	Processes for consultation between stakeholders and the highest governance body on economic, environmental and social topics	26-27

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	PAGE
G4-38	Composition of the highest governance body and its committees by : - Executive or non-executive - Independence -Tenure on the governance body - Number of each individual's other significant positions and commitments, and the nature of the commitments -Gender - Member of under-represented social groups - Competences relating to economic, environmental, and social impacts -Stakeholder representation	13-14,26-27
G4-39	Details on whether the Chair of the highest governance body is also an executive officer (and, if so, his or her function within the organization's management and the reasons for this arrangement)	13-14,26-27
G4-40	Nomination and selection processes for the highest governance body and its committees, and the criteria used for nominating and selecting highest governance body members	15-18
G4-41	Processes for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided and managed	22
G4-42	Highest governance body's role in setting purpose, values, and strategy	22
G4-43	Highest governance body's competencies	22
G4-44	Highest governance body's performance evaluation	-
G4-45	Highest governance body's role in the identification and management of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities and whether stakeholder consultation is used to support the highest governance body's identification and management of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities	25-27
G4-46	Highest governance body's role in reviewing the effectiveness of the organization's risk management processes for economic, environmental and social topics	25-27
G4-47	Frequency of the highest governance body's review of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities	-
G4-48	Highest committee or position that formally reviews and approves the organization's sustainability report and ensures that all material Aspects are covered	8,22
G4-49	Process for communicating critical concerns to the highest governance body	8
G4-50	Nature and total number of critical concerns that were communicated to the highest governance body and the mechanism(s) used to address and resolve them	-
G4-51	Remuneration policies for the highest governance body and senior executives for the following types of remuneration	-
G4-52	Process for determining remuneration	-
G4-53	Details on how stakeholders' views are sought and taken into account regarding remuneration, including the results of votes on remuneration policies and proposals, if applicable	-
G4-54	Ratio of the annual total compensation for the organization's highest-paid individual in each country of significant operations to the median annual total compensation for all employees (excluding the highest-paid individual) in the same country	40

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	PAGE
G4-55	Ratio of percentage increase in annual total compensation for the organization's highest-paid individual in each country of significant operations to the median percentage increase in annual total compensation for all employees (excluding the highest-paid individual) in the same country	-
ETHICS AND INTEGRITY		
G4-56	Description of the organization's values, principles, standards and norms of behavior such as codes of conduct and codes of ethics	7,9-11
G4-57	Internal and external mechanisms for seeking advice on ethical and lawful behavior, and matters related to organizational integrity, such as helplines or advice lines	22
G4-58	Internal and external mechanisms for reporting concerns about unethical or unlawful behavior, and matters related to organizational integrity, such as escalation through line management, whistleblowing mechanisms or hotlines	22
DISCLOSURES ON MANAGEMENT APPROACH		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	8
CATEGORY : ECONOMIC		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	8
ASPECT : ECONOMIC PERFORMANCE		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	8
G4-EC1	Direct economic value generated and distributed	28
G4-EC2	Financial implications and other risks and opportunities for the organization's activities due to climate change	-
G4-EC3	Coverage of the organization's defined benefit plan obligations	8
G4-EC4	Financial assistance received from government	-
ASPECT : MARKET PRESENCE		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EC5	Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage at significant locations of operation	-
G4-EC6	Proportion of senior management hired from the local community at significant locations of operation	-
ASPECT : INDIRECT ECONOMIC IMPACTS		
G4-EC7	Development and impact of infrastructure investments and services supported	-
G4-EC8	Significant indirect economic impacts, including the extent of impacts	-
ASPECT : PROCUREMENT PRACTICES		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EC9	Proportion of spending on local suppliers at significant locations of operation	-
CATEGORY : ENVIRONMENTAL		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	PAGE
ASPECT : MATERIALS		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN1	Materials use by weight or volume	-
G4-EN2	Percentage of materials used that are recycled input materials	-
ASPECT : ENERGY		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN3	Energy consumption within the organization	28
G4-EN4	Energy consumption outside of the organization	-
G4-EN5	Energy intensity ratio for the organization	28
G4-EN6	Reduction of energy consumption	28
G4-EN7	Reductions in energy requirements of products and services	28
ASPECT : WATER		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN8	Total water withdrawal by source	28
G4-EN9	Water sources significantly affected by withdrawal of water	28
G4-EN10	Percentage and total volume of water recycled and reused	-
ASPECT : BIODIVERSITY		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN11	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas of high biodiversity value outside protected areas	-
G4-EN12	Description of significant impacts of activities, products, and services on biodiversity in protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	-
G4-EN13	Habitats protected or restored	-
G4-EN14	Total number of IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations, by level of extinction risk	-
ASPECT : EMISSIONS		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN15	Direct greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 1)	46,50
G4-EN16	Energy indirect greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 2)	-
G4-EN17	Other indirect Greenhouse Gas (GHG) emissions (Scope 3)	-
G4-EN18	Greenhouse gas (GHG) emissions intensity	-
G4-EN19	Reduction of greenhouse gas (GHG) emissions	-
G4-EN20	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	-
G4-EN21	NOx, SOx, and other significant air emissions	-
ASPECT : EFFLUENTS AND WASTE		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN22	Total water discharge by quality and destination	-

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	PAGE
G4-EN23	Total weight of waste by type and disposal method	-
G4-EN24	Total number and volume of significant spills	-
G4-EN25	Weight of transported, imported, exported, or treated waste deemed hazardous under the terms of the Basel Convention Annex I, II, III, and VIII, and percentage of transported waste shipped internationally	-
G4-EN26	Identity, size, protected status, and biodiversity value of water bodies and related habitats significantly affected by the organization's discharges of water and runoff	-
ASPECT : PRODUCTS AND SERVICES		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN27	Extent of impact mitigation of environmental impacts of products and services	46,50
G4-EN28	Percentage of products sold and their packaging materials that are reclaimed by category	-
ASPECT : COMPLIANCE		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN29	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with environmental laws and regulations	-
ASPECT : TRANSPORT		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN30	Significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials used for the organization's operations, and transporting members of the workforce	-
ASPECT : OVERALL		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN31	Total environmental protection expenditures and investments by type	-
ASPECT : SUPPLIER ENVIRONMENTAL ASSESSMENT		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN32	Percentage of new suppliers that were screened using environmental criteria	-
G4-EN33	Significant actual and potential negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	-
ASPECT : ENVIRONMENTAL GRIEVANCE MECHANISMS		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN34	Number of grievances about environmental impacts filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms	-
CATEGORY : SOCIAL		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
LABOR PRACTICES AND DECENT WORK		
ASPECT : EMPLOYMENT		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	PAGE
G4-LA1	Total number and rates of new employee hires and employee turnover by age group, gender, and region	28,40
G4-LA2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by significant locations of operations	28,40
G4-LA3	Return to work and retention rates after parental leave, by gender	40
ASPECT : LABOR / MANAGEMENT RELATIONS		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-LA4	Minimum notice periods regarding operational changes, including whether these are specified in collective agreements	-
ASPECT : OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-LA5	Percentage of total workforce represented in formal joint management-worker health and safety committees that help monitor and advise on occupational health and safety programs	40-41
G4-LA6	Type of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, absenteeism, and total number of work-related fatalities by region and gender	40-41
G4-LA7	Workers with high incidence or high risk of diseases related to their occupation	40-41
G4-LA8	Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions	40-41
ASPECT : TRAINING AND EDUCATION		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-LA9	Average hours of training per year per employee, by gender, and by employee category	28,40
G4-LA10	Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings	42-43
G4-LA11	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews, by gender and by employee category	28,40
ASPECT : DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-LA12	Composition of governance bodies and breakdown of employees per employee category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity	28,40
ASPECT : EQUAL REMUNERATION FOR WOMEN AND MEN		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-LA13	Ratio of basic salary and remuneration of women to men by employee category, by significant locations of operation	-
ASPECT : SUPPLIER ASSESSMENT FOR LABOR PRACTICES		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	PAGE
G4-LA14	Percentage of new suppliers that were screened using labor practices criteria	-
G4-LA15	Significant actual and potential negative impacts for labor practices in the supply chain and actions taken	-
ASPECT : LABOR PRACTICES GRIEVANCE MECHANISMS		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-LA16	Number of grievances about Labor practices filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms	-
HUMAN RIGHTS ASPECT : INVESTMENT		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-HR1	Total number and percentage of significant investment agreements and contracts that include human rights clauses or that have underwent human rights screening	-
G4-HR2	Total hours of employee training on human rights policies or procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations, including the percentage of employees trained	28,42-43
ASPECT: NON-DISCRIMINATION		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-HR3	Total number of incidents of discrimination and corrective actions taken	-
ASPECT: FREEDOM OF ASSOCIATION AND COLLECTIVE BARGAINING		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-HR4	Operations and suppliers identified in which the right to exercise freedom of association and collective bargaining may be violated or at significant risk, and measures taken to support these rights	-
ASPECT : CHILD LABOR		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-HR5	Operations and suppliers identified as having significant risk for incidents of child labor, and measures taken to contribute to the effective abolition of child labor	-
ASPECT : FORCED AND COMPULSORY LABOR		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-HR6	Operations and suppliers identified as having significant risk for incidents of forced or compulsory labor, and measures to contribute to the elimination of all forms of forced or compulsory labor	-
ASPECT : SECURITY PRACTICES		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-HR8	Total number of incidents of violations involving rights of indigenous people and actions taken	-
ASPECT : ASSESSMENT		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	PAGE
G4-HR9	Total number and percentage of operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	-
ASPECT : SUPPLIER HUMAN RIGHTS ASSESSMENT		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-HR10	Percentage of new suppliers that were screened using human rights criteria	-
G4-HR11	Significant actual and potential negative human rights impacts in the supply chain and actions taken	-
ASPECT : HUMAN RIGHTS GRIEVANCE MECHANISMS		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-HR12	Number of grievances about human rights impacts filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms	-
SOCIETY ASPECT : LOCAL COMMUNITIES		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-SO1	Percentage of operations with implemented local community engagement, impact assessments, and development programs	46-50
G4-SO2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	46-50
ASPECT : ANTI-CORRUPTION		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-SO3	Total number and percentage of operations assessed for risks related to corruption and the significant risks identified	38
G4-SO4	Communication and training on anti-corruption policies and procedures	38
G4-SO5	Confirmed incidents of corruption and actions taken	38
ASPECT : PUBLIC POLICY		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-SO6	Total value of political contributions by country and recipient/beneficiary	-
ASPECT : ANTI-COMPETITIVE BEHAVIOR		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-SO7	Total number of legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices and their outcomes	-
ASPECT : COMPLIANCE		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-SO8	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with laws and regulations	-
ASPECT : SUPPLIER ASSESSMENT FOR IMPACTS ON SOCIETY		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-SO9	Percentage of new suppliers that were screened using criteria for impacts on society	-

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	PAGE
G4-SO10	Significant actual and potential negative impacts on society in the supply chain and actions taken	-
ASPECT : GRIEVANCE MECHANISMS FOR IMPACTS ON SOCIETY		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-SO11	Number of grievances about impacts on society filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms	-
PRODUCT RESPONSIBILITY ASPECT : CUSTOMER HEALTH AND SAFETY		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-PR1	Percentage of significant product and service categories for which health and safety impacts are assessed for improvement	32-33
G4-PR2	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning the health and safety impacts of products and services during their life cycle, by type of outcomes	-
ASPECT : PRODUCT AND SERVICE LABELING		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-PR3	Type of product and service information required by the organization's procedures for product and service information and labeling, and percentage of significant product and service categories subject to such information requirements	32-33
G4-PR4	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning product and service information and labeling, by type of outcomes	-
G4-PR5	Results of surveys measuring customer satisfaction	28,30
ASPECT : MARKETING COMMUNICATIONS		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-PR6	Sale of banned or disputed products	-
G4-PR7	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotions, and sponsorship, by type of outcomes	-
ASPECT : CUSTOMER PRIVACY		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-PR8	Total number of substantiated complaints regarding breaches of customer privacy and losses of customer data	-
ASPECT : COMPLIANCE		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-PR9	Monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services	-



บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

PREMIER MARKETING PUBLIC COMPANY LIMITED

เลขที่ 1 พรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ซอยพรีเมียร์ 2
ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250
โทรศัพท์ : 0-2301-1600, 0-2301-1700 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, 0-2301-1700 Fax : 0-2301-1711

www.premier-marketing.co.th