

SUSTAINABLE GROWTH

รายงานเพื่อ
การพัฒนาอย่างยั่งยืน
ปี 2560



SUSTAINABILITY
DEVELOPMENT
REPORT
2017



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

สารบัญ

Contents

2	สารจากคณะกรรมการบริษัท
4	วิสัยทัศน์ / พันธกิจ / คุณค่าหลักองค์กร
5	ข้อมูลทั่วไปของบริษัท
6	ธุรกิจของบริษัท
7	ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
8	โครงสร้างการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาสู่ความยั่งยืน
11	การวิเคราะห์สารัตถภาพของรายงาน (Materiality Analysis)
14	ขอบเขตการรายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน
15	กลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน
16	การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน
17	ธุรกิจก้าวหน้า
18	• การกำกับดูแลกิจการที่ดี
20	• การขยายแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันกับพันธมิตรทางธุรกิจ
22	• การบริหารจัดการความเสี่ยง
24	• ห่วงโซ่ธุรกิจของเรา
25	▶ การจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืน
26	▶ ธุรกิจยั่งยืนร่วมกันด้วยการส่งมอบคุณค่าอย่างมีคุณภาพ
28	• การเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ
32	• สร้างความสำเร็จทางธุรกิจพร้อมกับการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน
35	• การใช้พลังงานทดแทนโดยการลงทุนติดตั้ง Solar Roof เพื่อการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์
37	• การป้องกันกลิ่นเพื่อสภาพแวดล้อมที่ดีต่อชุมชน

พนักงานมั่นคง	39
• ปฏิบัติงานสำนึก ส่งเสริมการลงมือทำในหมู่พนักงาน	40
• การให้ความสำคัญกับพนักงานและการดูแลด้านสิทธิมนุษยชน	49
• การพัฒนาพนักงาน	50
• สร้างความอยู่ดีมีสุขให้แก่พนักงาน	53
• 25 ปี กับสหกรณ์ออมทรัพย์ เท็บโตคู่ไปกับการออมของพนักงาน	55
• การส่งเสริมด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย	56
สังคมยั่งยืน	59
• การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	60
• การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน	64
• การใช้ประโยชน์จากการทำน้ำหมักชีวภาพและอีเอ็มบอลให้ร่วมกับชุมชน	66
• โครงการ “ โรงอาหารเพื่อน้อง ”	69
การสร้างระบบนิเวศเพื่อความยั่งยืนของสังคม	70
ผลการดำเนินงานบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ในปี 2560	82
สรุปผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนประจำปี 2560	85
ตัวชี้วัดตามกรอบแนวทางการจัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (GRI Content Index G4)	90



HARMONIOUS ALIGNMENT OF SUCCESS

ความสำเร็จร่วมกัน...
อย่างยั่งยืน



สารจากคณะกรรมการบริษัท บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ต้องเผชิญกับสภาวะและสิ่งท้าทายรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี การแข่งขันที่มีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความผันผวน ไม่แน่นอนและมีความสลับซับซ้อนเพิ่มขึ้น จำเป็นที่ผู้นำและทีมงานในองค์กรต้องทำความเข้าใจเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความยุ่งยากเหล่านี้ให้ดีที่สุด

เพื่อให้ธุรกิจเกิดความเข้มแข็งและสามารถเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะยาวนั้น ผู้นำองค์กรต้องพยายามสร้างความสมดุลให้กับมุมมองทั้ง 3 ด้านไปในเวลาเดียวกัน นั่นคือการสร้างความก้าวหน้าให้กับกิจการ การดูแลรักษาสถาบัน และการเกื้อกูลต่อสังคมรอบข้าง ซึ่งรวมทั้งสมาชิกที่ทำงานอยู่กับองค์กร และสังคมชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการ

ตลอดระยะเวลา 40 ปีที่ผ่านมา บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ดำเนินงานโดยปฏิบัติตามแนวคิด “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” (Harmonious Alignment of Success) ของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ที่มีความเชื่อว่าความสำเร็จของธุรกิจที่ยั่งยืนอย่างแท้จริงนั้น ต้องก่อให้เกิดคุณค่าต่อพนักงานและนำพาสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้เจริญก้าวหน้าควบคู่กันไป

ในส่วนของการดำเนินธุรกิจ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินงานภายใต้คำขวัญ “การส่งมอบคุณค่าอย่างมีคุณภาพ” (The Delivery of Value with Quality) โดยมีการจัดทำแผนงานทางธุรกิจและกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่สอดคล้องโดยคำนึงถึงการพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของกระบวนการห่วงโซ่คุณค่าจากสมาชิกทุกฝ่าย ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพผ่านคู่ค้าที่มีอุดมการณ์ด้านคุณค่าที่คล้ายกัน มายังกระบวนการผลิตที่มีการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด ตลอดจนด้วยการบริหารสินค้าคงเหลือและการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน รวมทั้งมีการปรับปรุงขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อเป็นการยกระดับขีดความสามารถ สร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในระยะยาว



การสนับสนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระยะยาว นั้น บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงให้กับพนักงานและทีมงานของกิจการ ด้วยการดูแลคุณภาพชีวิตของพนักงาน ความเสมอภาคและความเท่าเทียมกัน รวมทั้งการหาแนวทางพัฒนาศักยภาพของพนักงานเพื่อสร้างโอกาสและความก้าวหน้าในการทำงานร่วมกัน ส่งผลให้พนักงานเกิดความพึงพอใจ มีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ พร้อมกับเกิดความผูกพันที่จะร่วมกันสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร

ในอีกด้านหนึ่งของความสมดุลนั้น บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและสิ่งแวดลอมให้เกิดความยั่งยืนร่วมกันไปด้วย โดยพนักงานของบริษัทได้เข้าร่วมคณะทำงานคุณค่าหลักด้านต่าง ๆ ประกอบด้วยทีมงานด้านการดูแลการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ (Environment) การประหยัดพลังงาน การบำบัดน้ำเสีย การหาทางเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ทีมงานด้านธรรมาภิบาล (Good Governance) ที่จัดกิจกรรมเพื่อการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การควบคุมภายในให้เกิดความโปร่งใสตรวจสอบได้ สร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทีมงานที่คอยดูแลความกินดีอยู่ดีของเพื่อนพนักงาน (Well-being) ซึ่งจัดทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพ เพื่อคุณภาพชีวิตให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งทีมงานด้านส่งเสริมสังคม (Social Responsibility) ที่มุ่งกิจกรรมไปยังชุมชนและสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการของบริษัท นอกจากนี้บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ยังเข้าไปมีส่วนร่วมในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดลอม ผ่านกิจกรรมของมูลนิธิในกลุ่มบริษัท พรีเมียร์ ที่ครอบคลุมทั้งการส่งเสริมด้านการศึกษาของมูลนิธิยุวพัฒน์ กิจกรรมส่งเสริมสังคมของมูลนิธิเพื่อคนไทย และกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดลอมของมูลนิธิเอ็นไลฟ์ อย่างต่อเนื่องทุกปี

ในนามคณะกรรมการบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ขอถือโอกาสนี้ขอบคุณผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ที่ได้ร่วมกันสนับสนุนให้ผลการดำเนินงานของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ในปีที่ผ่านมาบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และขอให้มีความเชื่อมั่นว่า บริษัทจะยังคงดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคตให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนร่วมกัน บนความสมดุลทั้งด้านธุรกิจ พนักงานและสังคมสืบไป



คณะกรรมการบริษัท
บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์ Vision

มุ่งมั่นเป็นบริษัทชั้นนำของคนไทยในธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค ดำเนินธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ด้วยการยึดถือคุณค่าหลัก 5 ประการ เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างธุรกิจ พนักงาน และสังคมที่ยั่งยืนร่วมกัน

พันธกิจหลัก Mission

- นำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าพร้อมคุณภาพ โดยมีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง
- สนับสนุนแนวคิดสร้างสรรค์และผลักดันให้เกิดการพัฒนาในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง
- ดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย
- ส่งเสริมการผสมผสานความรู้และประสบการณ์ระหว่างกัน เพื่อยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงาน
- ยึดหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมความมีคุณธรรมและจริยธรรมในวิถีแบบคนไทย ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

คุณค่าหลักองค์กร 5 ประการ 5 CORE VALUES

เมื่อเราผลิตสินค้า และบริการคุณภาพที่ยกระดับ คุณภาพชีวิตของลูกค้าให้ดีขึ้นแน่นอน ที่เขาจะเทใจให้เราอยู่ได้

คุณภาพ



สินค้าและบริการที่พัฒนาคุณภาพชีวิต สังคม และสิ่งแวดล้อมจะเกิดขึ้นไม่ได้ หากบริษัทไม่คิดนอกกรอบอย่างสร้างสรรค์ เอาชนะข้อจำกัดเดิมๆ

ความคิดสร้างสรรค์



ประโยชน์ร่วมกัน

เพราะความก้าวหน้าที่ยั่งยืน จะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยการสานประโยชน์ร่วมกันของทุกฝ่าย ทั้งพนักงาน องค์กร และสังคม



ผสมผสานความรู้

สินค้าคุณภาพ และความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ จะเกิดได้ จำเป็นต้องผสมผสานความรู้ ความสามารถที่หลากหลาย ความเป็นทีมเวิร์ค ในการร่วมมือแก้ปัญหาจากต่างมุม และร่วมออกแรงตามความสามารถ



คุณธรรม จริยธรรม

พนักงาน องค์กร และสังคม จะเดินไปไม่ได้ หากคนที่เป็นฟันเฟืองสำคัญขาดคุณธรรม จรรยาบรรณในการอยู่ร่วมกัน

ข้อมูลทั่วไปของ บริษัท



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



วันจดทะเบียน : วันที่ 27 พฤษภาคม 2551
จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

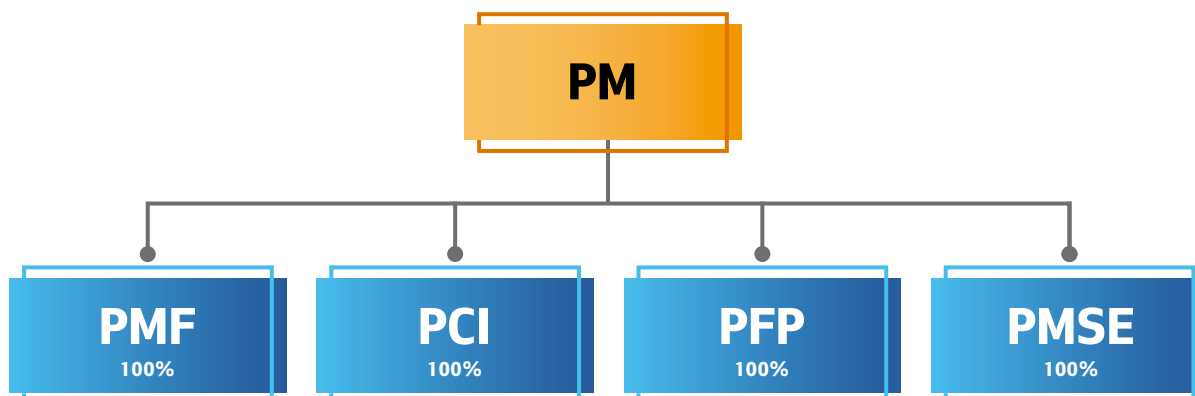


ทุนจดทะเบียนบริษัท : 598,245,300 บาท



ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้า จัดจำหน่ายและเป็นตัวแทน
จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทย่อยในสายธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค



ธุรกิจขอ บริษัท

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค ซึ่งแบ่งได้เป็น 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ลูกอม ผลิตภัณฑ์ยาและอาหารเสริม ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัวและของใช้ในครัวเรือน โดยสินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายในประเทศทั้งหมด ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ 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) และบริษัท พีเอ็ม เอสอี จำกัด (PMSE) ซึ่งบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน บริษัทย่อยทั้ง 4 แห่ง ประกอบธุรกิจดังนี้

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

2. **บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด (PCI)** ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าและผลิตภัณฑ์อาหารทะเล (Sea Food) สำเร็จรูปอื่น ๆ บรรจุถุง (Pouch) และบรรจุกระป๋อง (Canned) สำหรับอาหารคนและสัตว์เลี้ยงภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจะส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศทั้งในเอเชีย ยุโรป และตะวันออกกลาง นอกจากนี้ PCI ยังประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายซอสมะเขือเทศ ซอสพริก และซอสปรุงรสอื่น อันได้แก่ ซอสพริกไทยดำและซอสสำหรับยำ รวมทั้งทูน่าบรรจุถุง (Pouch) ภายใต้เครื่องหมายการค้า **“คิงส์ คิทเชน”** โดยมอบหมายให้ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทซอสแต่เพียงผู้เดียว

3. **บริษัท พรีเมียร์ โพรเซส โปรดักส์ จำกัด (PFP)** ผลิตอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัท ให้บริการรับฝากแช่ผลิตภัณฑ์ในห้องเย็น รวมทั้งยังมีการพัฒนาโครงการใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มรายได้และผลตอบแทน

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

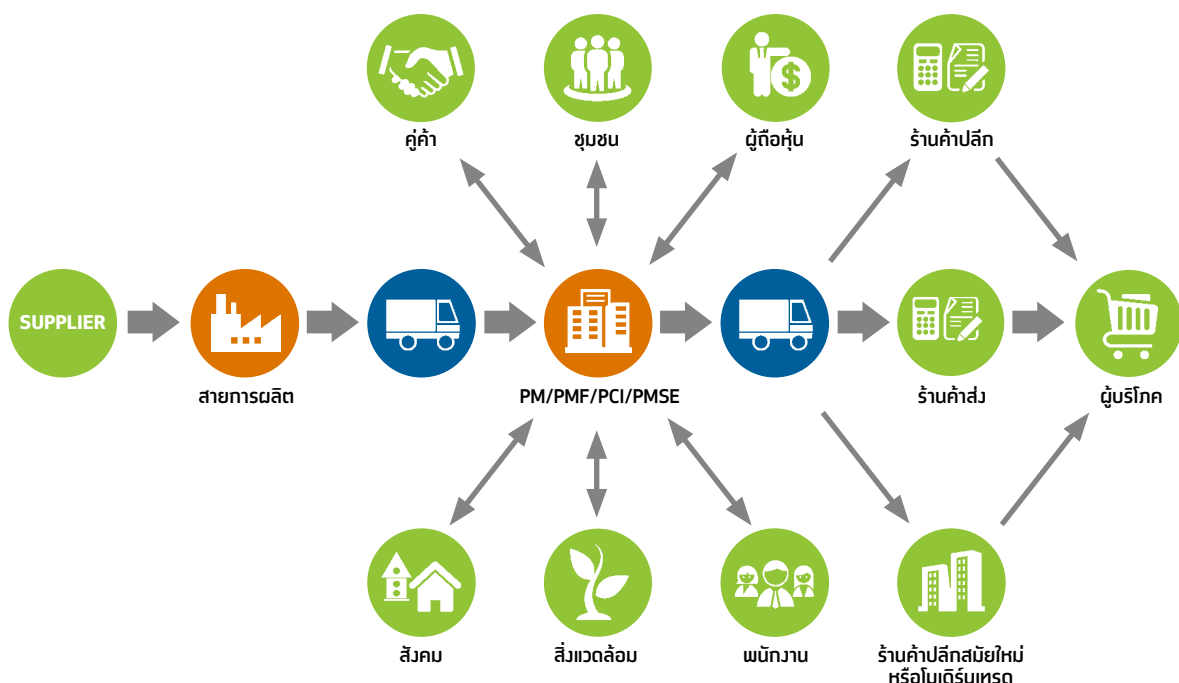
โดยในปี 2560 ได้ลงทุนเพิ่มในบริษัท กรีนเนท เอสอี จำกัด (GNSE) โดยเข้าถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 72 ทั้งนี้เป็นกิจการเพื่อสังคม ดำเนินธุรกิจในการส่งเสริมการปลูกกาแฟภายใต้ร่มเงาต้นไม้ใหญ่เพื่อเป็นการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ต้นน้ำลำธารควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพกาแฟของเกษตรกรเข้าสู่ระบบการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่เกษตรกร กาแฟอินทรีย์ที่ปลูกเพื่อการรักษาป่าโดยการทำงานร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดนั้น นอกจากจะเกิดประโยชน์ต่อสังคมดังกล่าวมาข้างต้นแล้วยังจะทำให้ได้กาแฟที่ดี มีคุณภาพสูง โดยทางบริษัท กรีนเนท เอสอี จำกัด จะเป็นผู้รับซื้อผลผลิตกาแฟอินทรีย์ของเกษตรกรในระบบการค้าที่เป็นธรรมและนำมาแปรรูป

ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท

พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ในการดำเนินธุรกิจนั้น บริษัทฯได้แสดงเจตนารมณ์และยึดถือการปฏิบัติอย่างชัดเจนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและ พนักงาน โดยบริษัทได้มุ่งเน้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ครอบคลุมถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environmental Social and Governance : ESG) เพื่อคำนึงถึงคุณภาพของการส่งมอบสินค้าและบริการ โดย ในปี 2560 ที่ผ่านมามีบริษัทและบริษัทย่อย ได้ดำเนินการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า อย่างต่อเนื่องตามรายละเอียดที่ได้รายงานไว้ใน รายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาตั้งแต่ปี 2557 โดยได้มีการจัดทำแผนงานการดำเนินงานสรรหา คัดเลือก ตรวจสอบ และร่วมพัฒนา ที่ว่าด้วยเรื่องการจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบตลอดจนถึงการส่งมอบให้กับผู้บริโภคและแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า ครอบคลุม ประเด็นด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การเคารพสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัยและความปลอดภัย โดยคู่ค้าและพนักงาน ของคู่ค้าต้องปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ และแนวทางการปฏิบัติภายใต้ระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

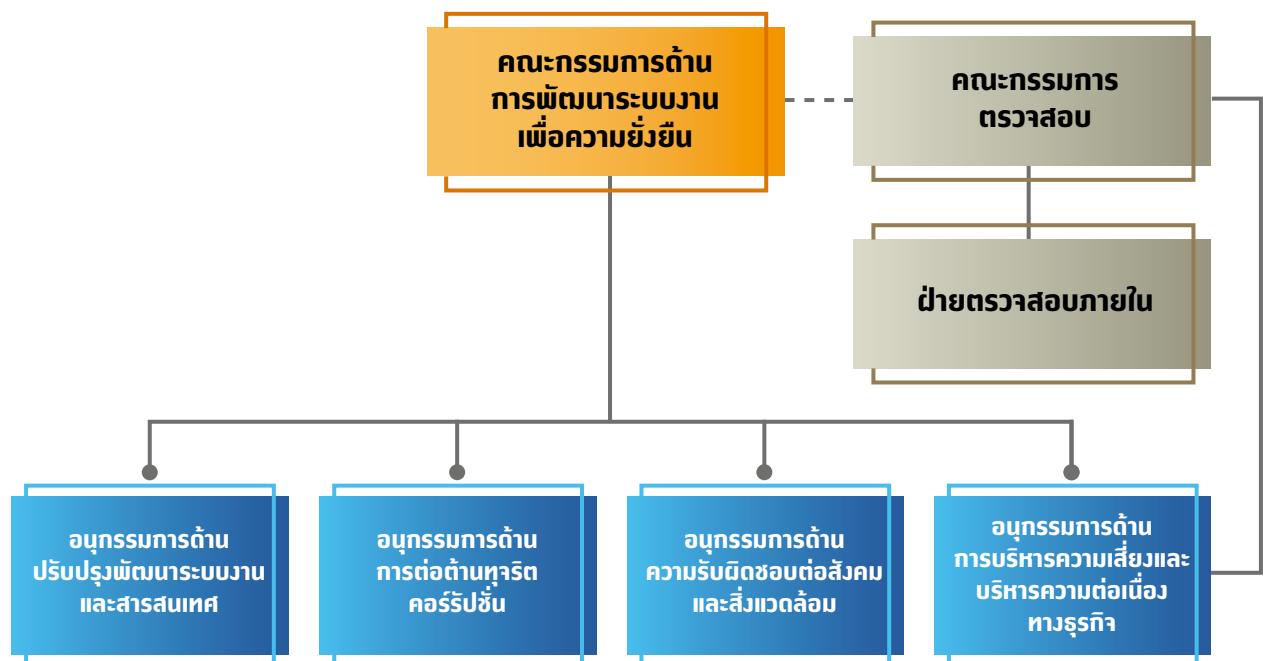
สร้างห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืนร่วมกัน



โครงสร้างการบริหารจัดการ เพื่อการพัฒนาสู่ความยั่งยืน

การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยการส่งมอบคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย อันจะนำมาซึ่งความเติบโตและยั่งยืนร่วมกันภายใต้การดำเนินงานโดยผ่านคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน ซึ่งภายใต้คณะกรรมการดังกล่าว มีคณะอนุกรรมการทำหน้าที่ผลักดันให้เกิดความยั่งยืนกับสังคมโดยมีบทบาทหน้าที่ ดังนี้

โครงสร้างการบริหารการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน



• คณะกรรมการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน

บทบาหน้าที่ของคณะกรรมการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน

1. กำหนดและทบทวนกรอบนโยบายของคณะกรรมการด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางและเป้าหมายของบริษัท
2. มอบหมายและแต่งตั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ ให้เป็นไปตามภารกิจของบริษัท
3. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของคณะกรรมการชุดต่าง ๆ ให้เป็นไปตามที่ได้รับมอบหมาย
4. ให้คำแนะนำและคำปรึกษากับคณะกรรมการชุดต่าง ๆ รวมทั้งพิจารณาแนวทางที่เหมาะสมในการปรับปรุงและแก้ไขข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืนของบริษัท

ทั้งนี้ ในการรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบของคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืนนั้น จะรายงานตามขอบเขตของหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยฝ่ายตรวจสอบภายในอาจมีหน้าที่ช่วยให้คำแนะนำปรึกษาและอาจเป็นตัวแทนการนำเสนอการรายงานของคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน

บทบาหน้าที่ของคณะกรรมการด้านปรับปรุงและพัฒนาระบบงานและสารสนเทศ

1. ทบทวนและวิเคราะห์กระบวนการปฏิบัติ เพื่อหามาตรการ กระบวนการ หรือระบบ เพื่อลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน/เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ตามที่คณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบเพื่อความยั่งยืนมอบหมาย
2. ส่งเสริมและเผยแพร่มาตรการ/ กระบวนการหรือระบบการทำงานที่ผ่านการปรับปรุงให้กับพนักงานทุกระดับในองค์กรเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
3. ติดตามและรายงานการดำเนินงานด้านการปรับปรุงและพัฒนาระบบการทำงานต่อคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการปรับปรุงและพัฒนาระบบการทำงานถูกนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องและเป็นไปตามนโยบายของบริษัทเป็นอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง
4. รับผิดชอบต่อการอื่นใดที่ คณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน กรรมการผู้จัดการ คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท มอบหมาย
5. กำหนดให้จัดทำรายงานการประชุมให้แล้วเสร็จ ภายใน 15 วันหลังการประชุม พร้อมส่งสำเนารายงานการประชุมให้เลขานุการคณะกรรมการพัฒนาระบบการทำงานเพื่อความยั่งยืน

บทบาหน้าที่ของคณะกรรมการด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

1. ทบทวน/ปรับปรุงกระบวนการและแนวปฏิบัติให้เหมาะสม สอดคล้องกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันตามโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต
2. ตรวจสอบ ติดตาม การปฏิบัติ ให้เป็นไปตามนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการทุจริตและต่อต้านการคอร์รัปชันในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ
3. สนับสนุนและส่งเสริมค่านิยมขององค์กร และจรรยาบรรณธุรกิจในเรื่องความสุจริต โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ในทุกกระบวนการและขั้นตอนการทำงาน
4. จัดให้มีการประชุมทบทวนและติดตามผลการดำเนินงานตามระบบการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ที่สำคัญ พร้อมรายงานผลต่อคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง
5. ประเมินผลการปฏิบัติตามมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอปีละ 1 ครั้ง
6. ให้คำแนะนำและคำปรึกษาแก่หน่วยงานต่าง ๆ ในกระบวนการดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
7. รับผิดชอบสื่อสารประชาสัมพันธ์และอบรมให้ความรู้ในเรื่องการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันกับพนักงานในองค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้อง
8. รับผิดชอบต่อการอื่นใดที่ คณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน กรรมการผู้จัดการ คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท มอบหมาย
9. กำหนดให้จัดทำรายงานการประชุมให้แล้วเสร็จ ภายใน 15 วันหลังการประชุม พร้อมส่งสำเนารายงานการประชุมให้เลขานุการคณะกรรมการพัฒนาระบบการทำงานเพื่อความยั่งยืน

บทบาทหน้าที่ของอนุกรรมการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

1. กำหนดและทบทวนการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามแนวปฏิบัติและ มาตรฐานสากล ตามที่คณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบเพื่อความยั่งยืนมอบหมาย
2. สนับสนุนและพัฒนาการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในทุกระดับทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งส่งเสริมวัฒนธรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในองค์กรให้เป็นไปอย่างทั่วถึง
3. ส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมในการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนให้เป็นที่เข้าใจทั่วทุกระดับในองค์กร และมีผลในทางปฏิบัติ
4. ติดตามและรายงานการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมถูกนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องและเป็นไปตามนโยบายของบริษัทเป็นอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง
5. รับผิดชอบต่อผู้อื่นใดที่ คณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน กรรมการผู้จัดการ คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท มอบหมาย
6. กำหนดให้จัดทำรายงานการประชุมให้แล้วเสร็จ ภายใน 15 วันหลังการประชุม พร้อมส่งสำเนารายงานการประชุมให้เลขานุการคณะกรรมการพัฒนาระบบการทำงานเพื่อความยั่งยืน

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการด้านการบริหารความเสี่ยงและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

1. กำหนดและทบทวนกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตาม มาตรฐานสากล พร้อมจัดให้มีระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ BCM โดยยึดตามกรอบแนวทางมาตรฐาน ISO 22301 ให้มีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับการบริหารความเสี่ยง โดยมีการวางแผนการนำไปปฏิบัติ การฝึกซ้อม และปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสร้างวัฒนธรรมองค์กร อย่างมีประสิทธิภาพตามที่คณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืนมอบหมาย
2. กำหนดและทบทวนกระบวนการบริหารความเสี่ยง ให้สอดคล้องกับกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรและจัดทำแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อให้มีประสิทธิภาพ มีความเพียงพอ และสอดคล้องตามสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
3. สนับสนุนและให้ความร่วมมือการบริหารความเสี่ยงในทุกระดับทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงและจัดทำแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจในองค์กรให้เป็นไปอย่างทั่วถึง
4. ติดตามและรายงานการบริหารความเสี่ยงที่สำคัญต่อคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงถูกนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องและเป็นไปตามนโยบายของบริษัทอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง
5. รับผิดชอบต่อผู้อื่นใดที่ คณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน กรรมการผู้จัดการ คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท มอบหมาย
6. กำหนดให้จัดทำรายงานการประชุมให้แล้วเสร็จ ภายใน 15 วันหลังการประชุม พร้อมส่งสำเนารายงานการประชุมให้เลขานุการคณะกรรมการพัฒนาระบบการทำงานเพื่อความยั่งยืน

การวิเคราะห์สำรตทภาพของรายนงาน (Materiality Analysis)

โดยนำหลักการกำหนดเนือหารายงานความยังยืนด้วยการทำ Materiality Matrix เพื่อบ่งบอกถึงประเด็นสำคัญ และจัดลำดับความสำคัญของหัวข้อที่รายงานดังตารางข้างล่างนี้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ผู้ถือหุ้น หมายถึง นักลงทุน นิติบุคคล สถาบันที่ลงทุน	- ผลตอบแทนและการเติบโตของธุรกิจ - ดำเนินกิจการสำร็จตามเป้าหมาย	ดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีและขยายธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่องอย่างยังยืน	- กำหนดนโยบายจรรยาบรรณบริษัทในเรื่องข้อพึงปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น - ประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 1 ครั้ง - รายงานประจำปี, SD Report - ร่วมงาน Opportunity day ปี 1 ครั้ง - Company Visit - Conference Call - ตอบคำถาม โทรศัพท์ และอีเมลล์
พนักงาน หมายถึง ผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง	- ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ - รายได้ไม่พอกับค่าใช้จ่าย - ความก้าวหน้าในอาชีพ - ความภูมิใจในองค์กร	- พัฒนาคุณภาพชีวิตให้เกิดความมั่นคง - พัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง - สร้างความผูกพันให้มีความต่อองค์กร	- กำหนดนโยบายการบริหารงานบุคคลและประกาศให้พนักงานทราบ - ดำเนินการร่วมสำรวจค่าจ้างกับหน่วยงานภายนอก เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงานอย่างเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน - ปรับสภาพการจ้างพนักงานรายวันเป็นพนักงานรายเดือน - ร่วมกับธนาคารออมสิน ทำโครงการปลดหนี้้นอกระบบอย่างต่อเนื่อง - ร่วมกับสหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทปริเมียร์ในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้พนักงานรู้จักการออม การประหยัด มีการวางแผนการเงิน - ดำเนินงานตามแผนการสร้างคามอยู่ดีมีอยู่ ผ่านคณะทำงาน well being และ Happy workplace อย่างต่อเนื่อง - ดำเนินการตามแผนพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง - สำรวจความพึงพอใจพนักงานปี 2 ครั้ง
ลูกค้า / ร้านค้า หมายถึง ผู้บริโภค ร้านค้าขายส่ง-ปลีก ห้างสรรพสินค้า โรงงาน	การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตามเวลาที่กำหนด ในราคาที่เป็นธรรม	สร้างความพึงพอใจและความผูกพันโดยการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพด้วยราคาที่เป็นธรรม	- ดำเนินการตามระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 ตั้งแต่ปี 2558 - ดำเนินการตาม ISO 14001 - ดำเนินการตามแผนการเข้าเยี่ยมร้านค้าเดือนละครั้ง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
			- สำรวจความพึงพอใจร้านค้า ปีละ 1 ครั้ง - สำรวจความพึงพอใจผู้บริโภคปี 2 ครั้ง - ดำเนินการตามแผนการเข้าเยี่ยมร้านค้าประชุมร่วมกับห้าง / ร้านในช่องทางการขายโมเดิร์นเทรด เดือนละครั้ง
ลูกค้า / ผู้ส่งมอบ หมายถึง ผู้ส่งมอบพันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า (เจ้าของสินค้า)	- ผลตอบแทนและการเติบโตของธุรกิจ - มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ - จัดซื้อจัดจ้างเป็นธรรมเสมอภาคและโปร่งใส	- ดำเนินการธุรกิจด้วยความเป็นธรรม - สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน - สร้างและขยายแนวร่วมการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน - ปฏิบัติตามข้อกำหนดของ IUU	- การปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงตามสัญญา - ร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์กับคู่ค้าและผู้ส่งมอบ - ประชุมร่วมกับคู่ค้า เดือนละครั้ง - สำรวจความพึงพอใจของคู่ค้า ปีละครั้ง - เชิญชวนคู่ค้าและผู้ส่งมอบเข้าร่วมการดำเนินธุรกิจปราศจากการทุจริต - มีนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานซึ่งพิจารณาคุณค่าร่วมในกระบวนการบริหารจัดการทุกขั้นตอนของการจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืน
หน่วยงานภายนอก หมายถึง หน่วยงานราชการ สื่อมวลชน	- การปฏิบัติตามกฎหมาย - โปร่งใสและเปิดเผยข้อเท็จจริง	- สนับสนุนและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกฎหมาย - การปฏิบัติงานชัดเจน โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้	- ติดตามและทบทวนการดำเนินงานให้เป็นไปตามกฎหมาย - เปิดเผยผลการดำเนินงานที่ชัดเจน โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ที่เว็บไซต์ของบริษัท
คู่แข่ง หมายถึง บริษัทที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน	การแข่งขันภายใต้กฎหมายและจริยธรรม	- ปฏิบัติต่อคู่แข่งอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส - สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน	- ติดตามความเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ - รายงานเปรียบเทียบสถานการณ์การแข่งขัน - วิเคราะห์กิจกรรมของคู่แข่งเพื่อการดำเนินการแข่งขัน
ชุมชน/สังคม หมายถึง ชุมชน สังคม ประชาชนทั่วไป	- ต้องการให้เปิดเผยข้อเท็จจริงอย่างโปร่งใส - ต้องการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม - ต้องการให้รับผิดชอบผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสังคม	- เป็นองค์กรที่ดีของสังคมและมีความโปร่งใส - มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีต่อชุมชนและสังคม - กำหนดความรับผิดชอบต่อผลกระทบเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ	- เผยแพร่ข้อมูลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนผ่านการรายงานและ Website - ถ่ายทอดการพัฒนานักการตลาดมืออาชีพโดยร่วมกับพันธมิตรทางพัฒนาหลักสูตรทวิภาคีด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง - ร่วมกันสร้างโอกาสให้นักเรียนที่ขาดแคลนได้รับการศึกษาที่เท่าเทียมและมีคุณภาพผ่านมูลนิธิยุวพัฒน์

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	มาตรการการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
			- ร่วมกันสร้างโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมด้วยการจ้างงานคนพิการผ่านมูลนิธินวัตกรรมทางสังคม - โครงการ ป้องกันกลิ่นเพื่อสภาพแวดล้อมที่ดีต่อชุมชน - โครงการโรงอาหารเพื่อน้อง - การสร้างระบบนิเวศน์เพื่อความยั่งยืนของสังคม
สิ่งแวดล้อม หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น พลังงาน น้ำ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เป็นต้น	- รักษาทรัพยากรธรรมชาติและฟื้นฟูป่าต้นน้ำ - ลดการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ - เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร	- ดำเนินธุรกิจสร้างการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน สังคมและ สิ่งแวดล้อม - สร้างจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ - รณรงค์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน	- การใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด - การประหยัดพลังงานและการใช้พลังงานทางเลือกอย่างคุ้มค่า - การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจก้าวหน้า	พนักงานมั่นคง	สังคมยั่งยืน
- การกำกับดูแลกิจการที่ดี - การขยายแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันกับพันธมิตรทางธุรกิจ - การบริหารจัดการความเสี่ยง - การเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ - สร้างความสำเร็จทางธุรกิจพร้อมกับการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน - การใช้พลังงานทดแทนโดยการลงทุนติดตั้ง Solar Roof เพื่อการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ - การป้องกันกลิ่นเพื่อสภาพแวดล้อมที่ดีต่อชุมชน	- ปลูกจิตสำนึก ส่งเสริมการลงมือทำในหมู่พนักงาน - การให้ความสำคัญกับพนักงานและการดูแลด้านสิทธิมนุษยชน - การพัฒนาพนักงาน - สร้างความอยู่ดีมีสุขให้พนักงาน 25 ปี กับสหกรณ์ออมทรัพย์ เติบโตคู่ไปกับการออมของพนักงาน - การส่งเสริมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย	- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน - การใช้ประโยชน์จากการทำน้ำหมักชีวภาพและอีเอ็มบอลให้ร่วมกับชุมชน - โครงการโรงอาหารเพื่อน้อง

ขอบเขตการรายงานการพัฒนา เพื่อความยั่งยืน

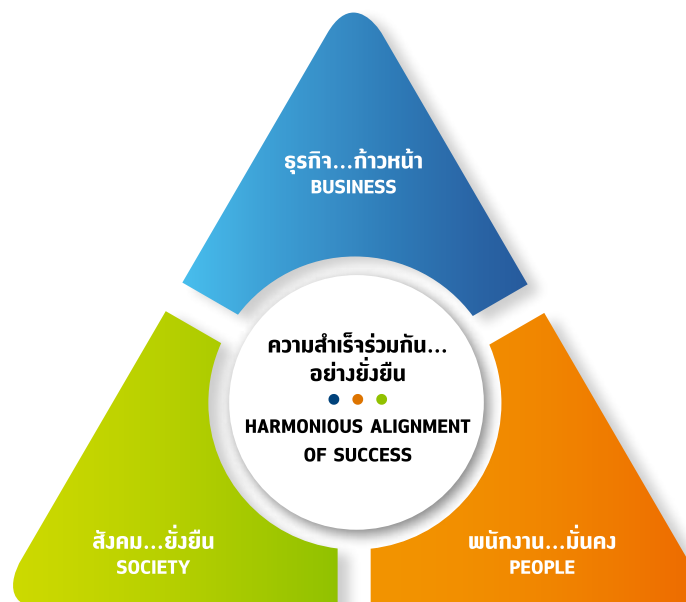
รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อถ่ายทอดแนวคิดและวิธีปฏิบัติสู่ความยั่งยืนของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย ซึ่งเป็นข้อมูลการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม จนถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2560

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย เรามีจุดมุ่งหมายสำคัญที่จะสร้าง **“ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน”** (Harmonious Alignment of Success) ของธุรกิจ พนักงานและสังคม เราต้องการสร้างสังคมแห่งความอยู่ดีมีสุข ร่วมมือพบปะในการมอบคุณภาพชีวิตที่ดี ร่วมสร้างสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับทุกคนในสังคมอย่างเท่าเทียมกัน เราเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าการยึดมั่นในวิธิดำเนินธุรกิจตามแนวคิด **“ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน”** นี้คือหนทางสู่ความยั่งยืนของพวกเราทุกคน โดยมีคุณค่าหลัก 5 ข้ออันได้แก่ คุณภาพ ความคิดสร้างสรรค์ การผสมผสานความรู้ ประโยชน์ร่วมกัน และคุณธรรมจริยธรรม เป็นแนวทางให้แก่ธุรกิจและพนักงานรวมถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ นำไปปฏิบัติ โดยเฉพาะในการทำงานหากรรมถึงในการใช้ชีวิตประจำวัน เพราะคุณค่าหลักทั้ง 5 ข้อนี้คือปัจจัยสำคัญในการสร้างคุณค่าต่อทั้งธุรกิจ พนักงานและสังคม เราใช้ความคิดสร้างสรรค์และการผสมผสานความรู้สร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพื่อประโยชน์ร่วมกันของทุกภาคส่วนโดยมีคุณธรรมและจริยธรรมเป็นบรรทัดฐาน เราเชื่อมั่นในการประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส ยึดหลักธรรมาภิบาล มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ในด้านเนื้อหาและสาระสำคัญของรายงานฉบับนี้ ต้องการมุ่งเน้นการดำเนินงานตามกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร ด้วยการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การขยายแนวร่วมการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การบริหารความเสี่ยง การบริหารห่วงโซ่ทางธุรกิจ การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ พนักงานและสังคมโดยรวมรายงานฉบับนี้จึงมีความมุ่งหวังที่จะถ่ายทอดจุดมุ่งหมาย แนวปฏิบัติและการดำเนินงานในการสร้างความยั่งยืนของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย เพื่อให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่านรับรู้และเข้าใจถึงภารกิจของเราและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเราทุกคนจะผนึกกำลังร่วมแรงร่วมใจในการสร้างความยั่งยืนสู่สังคมร่วมกัน ทั้งนี้บริษัทได้จัดทำรายงานอ้างอิงให้มีความสอดคล้องตามดัชนีชี้วัดของ Global Reporting Initiative version 4.0 (GRI G4)

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

ที่อยู่ : เลขที่ 1 พรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศกรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์ 02-301-1550 โทรสาร 02-301-1830
อีเมล : ir@pm.premier.co.th



กลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนองค์กร สู่ความยั่งยืน



บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ยึดแนวทางการดำเนินงาน **“สัมอบคุณค่าอย่างมีคุณภาพ”** (The Delivery of Value with Quality) โดยการจัดทำแผนงานและกำหนดกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ด้วยการเน้นด้านคุณภาพและประสิทธิภาพของกระบวนการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่ต้องได้รับความร่วมมืออย่างดีจากสมาชิกทุกฝ่าย ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ผ่านกระบวนการผลิตที่มีการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด การบริหารสินค้าคงเหลือและการจัดส่งอย่างมีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน สนับสนุนด้วยการพัฒนาขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน สร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในระยะยาว นอกจากนั้นแล้วการดำเนินงานที่ได้กล่าวมาข้างต้นต้องเป็นไปด้วยความโปร่งใส มีแนวทางการควบคุมดูแลและสามารถตรวจสอบได้

ในการขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้นั้น บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้จัดทำทีมงานที่มีความรู้ความสามารถ ให้เหมาะสมตามตำแหน่งหน้าที่งานที่กำหนดไว้ พร้อมกับมอบหมายความรับผิดชอบในการกำกับดูแล เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ดังนั้นการดูแลพนักงานให้มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีความเป็นอยู่ที่ดี ได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะในการปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว อีกทั้งมีความสามารถทำงานเป็นทีมได้เป็นอย่างดี จึงเป็นสิ่งที่บริษัทและบริษัทย่อยได้ให้ความสำคัญและมีการยึดถือปฏิบัติมาโดยตลอด

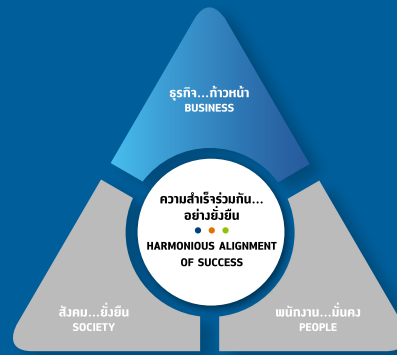
นอกจากองค์ประกอบที่เข้มแข็งด้านการดำเนินงานและมีทีมงานที่ดีเพื่อเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้ว ความสมดุลสำหรับชุมชนและสิ่งแวดล้อมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการ ก็ล้วนเป็นปัจจัยที่ทีมงานของบริษัทและบริษัทย่อยต้องให้ความสำคัญไม่แพ้กันในการขับเคลื่อนองค์กรให้สู่ความยั่งยืนในอนาคต

การสนับสนุน

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) เป็นทิศทางการพัฒนาด้านนานาชาติ 15 ปี ตั้งแต่ปี 2558 - 2573 ซึ่งผ่านการรับรองจากผู้นำ 193 ประเทศทั่วโลกในการประชุมสมัชชาใหญ่องค์การสหประชาชาติ เมื่อเดือนกันยายน 2558 โดย SDGs ประกอบด้วย 17 เป้าหมายและ 169 เป้าประสงค์ ทั้งนี้บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีความตระหนักดีถึงบทบาทของภาครัฐและเอกชนในการมีส่วนร่วมสนับสนุนและผลักดันวาระการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก ดังนั้นในปี 2560 บริษัทฯ จึงได้ผสาน SDGs เข้าเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการบริหารจัดการ โดยมีเป้าหมายกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อการสร้าง ความสมดุลระหว่างธุรกิจ พนักงานและสังคม สู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน





ธุรกิจก้าวหน้า BUSINESS

ภายใต้การดำเนินงาน บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยมีแนวทางในการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นการประกอบธุรกิจด้วยธรรมาภิบาลอันดี มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยในปี 2560 ดำเนินผ่านกิจกรรมและโครงการต่างๆ ดังนี้

- การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- การขยายแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันกับพันธมิตรทางธุรกิจ
- การบริหารจัดการความเสี่ยง
- ห่วงโซ่ธุรกิจของเรา
 - การจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืน
 - ธุรกิจยั่งยืนร่วมกันด้วยการส่งมอบคุณค่าอย่างมีคุณภาพ
- การเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ
- สร้างความสำเร็จทางธุรกิจพร้อมกับการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน
- การใช้พลังงานทดแทนโดยการลงทุนติดตั้ง Solar Roof เพื่อการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์
- การป้องกันกลิ่นเพื่อสภาพแวดล้อมที่ดีต่อชุมชน

การกำกับดูแล กิจการที่ดี

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยเชื่อมั่นว่ากระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารจัดการในกรอบของการมีจริยธรรมที่ดี มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และเป็นธรรมกับ ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะช่วยส่งเสริมให้บริษัทเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน เพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย คณะกรรมการบริษัทจึงกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นลายลักษณ์อักษร 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

โดยหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2555 ตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งครอบคลุมหลักการ 5 หมวด ดังนี้

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

ทั้งนี้บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้กำหนดเป็นนโยบายและให้การสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการ ครอบคลุมทั้งระบบการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน ดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมภายใต้กรอบข้อกำหนดของกฎหมายและจรรยาบรรณทางธุรกิจ มีการปฏิบัติงานประสานกับคณะทำงานคุณค่าหลักด้านธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคณะทำงานคุณค่าหลักของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ดังแผนการดำเนินงาน (Road Map)



จากความพยายามและความตั้งใจของการดำเนินงานตามหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ส่งผลให้บริษัทได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2560 ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยการสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยมีผลคะแนนอยู่ในระดับ **"ดีมาก"** มีจำนวนตราสัญลักษณ์ของคณะกรรมการบริษัทภิบาลแห่งชาติจำนวน 4 ดาว รวมทั้งยังเป็นบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ใน Top Quartile ของกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) ในกลุ่ม 3,000 - 9,999 ล้านบาท



การขยายแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน กับพันธมิตรทางธุรกิจ

ในอีกด้านหนึ่งของการบริหารงานเพื่อการกำกับดูแลกิจการที่ดี อยู่ในกรอบของการเป็นบริษัทภิบาลที่มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และช่วยรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้เน้นการผ่านอนุกรรมการด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน โดยได้กำหนดและประกาศนโยบาย “การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน”

จำนวนคู่ค้า / ผู้ส่งมอบที่ได้รับ การชักชวน	จำนวนคู่ค้าที่ ประกาศนโยบาย ต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชัน	จำนวนคู่ค้าที่ร่วม ลงนามบันทึกข้อตกลง ในการดำเนินธุรกิจ ด้วยความโปร่งใส	จำนวนคู่ค้าที่เข้าร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน จาก Collective Action Coalition (CAC)
69 ราย	48	29	12

หมายเหตุ : ข้อมูลการการเชิญชวนคู่ค้า / ร้านค้า / ผู้ส่งมอบ ของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

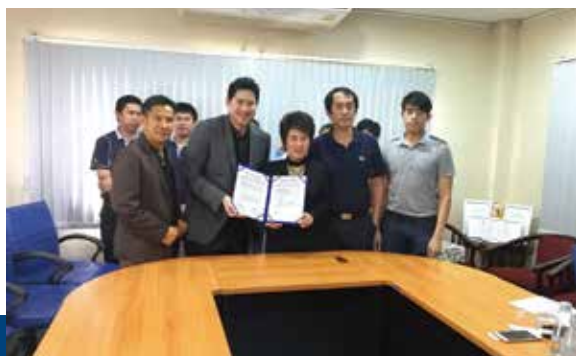
เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับยึดถือปฏิบัติ มีขอบเขตระบบบริหารจัดการการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันครอบคลุม ทุกขั้นตอน ทุกกระบวนการทำงานของบริษัทและบริษัทย่อยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานจัดซื้อ จัดจ้าง จัดจำหน่าย จัดให้มี รวมถึงขั้นตอน การทำงานอื่น ๆ ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดการทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งนี้กำหนดเป็นความรับผิดชอบด้านการบริหาร (Management Responsibility) ไว้อย่างชัดเจน

จากความมุ่งมั่นและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ทำให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลการประเมินผลจัดลำดับ จาก Anti-corruption Progress Indicator Results : 2016 มีคะแนนอยู่ในระดับ 5 โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้ดำเนินการเรื่องการขยาย เครือข่ายผ่านการชักชวนคู่ค้า ผู้ส่งมอบ เข้าร่วมโครงการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (CAC) ภายใต้การสนับสนุนจากสถาบันกรรมการ บริษัทไทย (IOD) อย่างต่อเนื่อง

ในปี 2560 เพื่อเป็นการส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม และสร้างความไว้วางใจอย่างโปร่งใสบริษัทจึงให้ความสำคัญเรื่อง การพัฒนาคู่ค้า / ผู้ส่งมอบ ในกรณีที่ผู้ส่งมอบรายใดที่ไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก บริษัทแจ้งเป็นหนังสือให้ทราบอย่างเป็นทางการ เพื่อจะได้มีโอกาสปรับปรุงแก้ไข เป็นการให้ผู้ส่งมอบเห็นถึงความโปร่งใสในการติดต่อค้าขายและเปิดโอกาสให้คู่ค้าทุกรายเสนอขายสินค้า อย่างเท่าเทียมกัน



- คู่ค้า / ผู้ส่งมอบ ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ร่วมลงนาม MOU บริษัท รอนบรริจด์ จำกัด เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2560



- คู่ค้า / ผู้ส่งมอบ ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ร่วมลงนาม MOU บริษัท รนพีริยะ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2560



- คู่ค้า / ผู้ส่งมอบ ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ร่วมลงนาม MOU บริษัท ลำปางฟู้ดโปรดักส์ จำกัด เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2560

การดำเนินงานปี 2560



ร่วมลงนาม MOU
บริษัท รนพีริยะ จำกัด
(มหาชน)

Anti-corruption
Progress Indicator
ระดับ 5



ร่วมลงนามบันทึก
ข้อตกลงในการ
ดำเนินธุรกิจ
ด้วยความโปร่งใส

ร่วมลงนาม MOU
บริษัท ลำปางฟู้ด
โปรดักส์ จำกัด



การบริหารจัดการ ความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ในภาพรวมทั้งองค์กรซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญและเป็นเครื่องมือในการบริหารงานที่จะทำให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการกำหนดเป็นนโยบายการบริหารความเสี่ยง ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการบริหารความเสี่ยงตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และมีการกำหนดให้การบริหารความเสี่ยงดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องทั่วทั้งองค์กรแบบบูรณาการ โดยอ้างอิงตามมาตรฐานสากลที่องค์กรทั่วโลกนิยมใช้อย่างแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับของ ISO 31000:2009 และ COSO ERM (Enterprise Risk Management) เพื่อให้มีความชัดเจนในภาคปฏิบัติมากขึ้น บริษัทได้มีการจัดทำกรอบการประเมินการควบคุมด้วยตนเอง ทั้งในระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการของบริษัท เพื่อร่วมกันประเมินความเสี่ยง/ปัญหาอุปสรรค ความไม่แน่นอนที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงาน ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของบริษัท เหตุการณ์ที่อาจทำให้องค์กรเสียโอกาสในเชิงธุรกิจ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากสาเหตุทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมีการกำหนดเป็นหลักการว่า หากมีความเสี่ยงหรือภัยคุกคามใดที่จะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจไม่ให้อัปสรุเป้าหมายตามแผนที่กำหนดไว้ บริษัทจะต้องหามาตรการและแนวทางในการลดความเสี่ยงตลอดจนบริหารให้ความเสี่ยงเหล่านั้นให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

ในการปฏิบัติตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงนั้น มีการกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการทบทวนความเป็นไปได้หรือโอกาสและผลกระทบของความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแต่ละหน่วยงาน พร้อมกันนี้บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ยังได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเพื่อทำหน้าที่บริหารความเสี่ยงในทุกด้านให้มีความเหมาะสม จากนั้นจึงได้มอบหมายให้คณะทำงานด้านพัฒนากระบวนการภายใน ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับกลางจากแต่ละหน่วยธุรกิจ เพื่อทำหน้าที่ ติดตาม ดูแล วิเคราะห์การบริหารความเสี่ยงของธุรกิจในระดับปฏิบัติของแต่ละฝ่ายงาน พร้อมกับการจัดทำแผนงานสนับสนุน/ส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงาน ควบคุมติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจที่สำคัญ รวมทั้งการนำเสนอความคืบหน้าและรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทฯ ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้

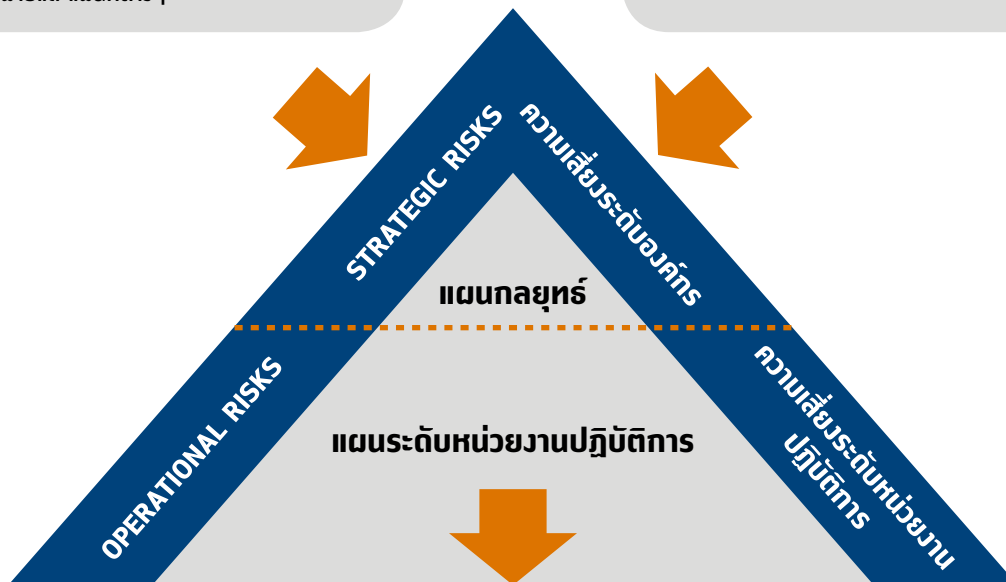
ขอบเขตการบริหารความเสี่ยง

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง

- คณะกรรมการบริษัท / คณะกรรมการตรวจสอบ / กรรมการผู้จัดการ
- คณะอนุกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน
- คณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยง
- ทีมงานตรวจสอบภายใน
- ผู้จัดการฝ่าย / ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย / ผู้จัดการแผนก
- ฝ่ายและแผนกต่างๆ

RISK SYSTEM

- กรอบการบริหารฯ
- นโยบาย
- กระบวนการ
- เครื่องมือ - การลงทะเบียนความเสี่ยง
- เครื่องมือ - การเรียนรู้
- การติดตาม
- การรายงาน



ส่งมอบคุณค่า อย่างมีคุณภาพ

ห่วงโซ่

ธุรกิจของเรา

บริษัทมีนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าซึ่งพิจารณาคุณค่าร่วมในกระบวนการบริหารจัดการทุกขั้นตอนของการส่งมอบคุณค่าผลิตภัณฑ์เป็นการทำงานร่วมกันของบริษัท บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย โดยให้ความสำคัญตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ จนกระทั่งจัดส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภค เพื่อเกิดประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้โครงการการจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืน และการปฏิบัติตามข้อกำหนด IUU : illegal Unreported and Unregulated Fishing

ผังแสดงขั้นตอนส่งมอบคุณค่าผลิตภัณฑ์



โครงการ การจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตของบริษัทส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

เนื่องจากบริษัท มีการใช้วัตถุดิบหลัก ที่มีการแปรปรวนมาจากทรัพยากรทางทะเล บริษัทจึงมีแนวคิดที่จะส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างสมดุลและยั่งยืน บริษัทจึงนำแนวปฏิบัติตามข้อกำหนด IUU : illegal Unreported and Unregulated Fishing มาปฏิบัติในเรื่องของการป้องกัน ยับยั้งและจัดการทำประมงที่ผิดกฎหมาย ขาดการรายงานและไร้การควบคุม โดยอาศัยความร่วมมือจากผู้ผลิต และผู้ส่งมอบของบริษัทให้ดำเนินการตรวจสอบระบบย้อนกลับ

แนวทางในการปฏิบัติ

เพื่อให้การจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัทสอดคล้องตามระบบ IUU ในภาพรวมบริษัท ได้ดำเนินการดังนี้

กระบวนการคัดเลือกคู่ค้า

ก่อนที่บริษัทจะทำการซื้อขายกับคู่ค้า ผู้ผลิตวัตถุดิบหลัก บริษัทจะทำการพิจารณารายชื่อคู่ค้า จากแหล่งที่น่าเชื่อถือ และตรวจสอบประวัติของคู่ค้าในการดำเนินกิจการ ทำให้ได้รายชื่อคู่ค้า ผู้ผลิตวัตถุดิบที่ผ่านการพิจารณาก่อนลงนามในเบื้องต้น ก่อนซื้อขายจากนั้นคู่ค้าที่ผ่านการคัดเลือกจะต้องส่งตัวอย่างเนื้อปลาสดแช่แข็ง (ซูริมิ) มาเพื่อตรวจสอบตามมาตรฐานและมีการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องในด้านคุณภาพทุกรายการตามข้อกำหนด รวมถึงทำการตรวจสอบระบบย้อนกลับ ทั้งนี้ต้องได้รับการตรวจประเมินโรงงานจนมั่นใจจึงจะได้รับการคัดเลือกให้เป็นคู่ค้าได้

กระบวนการตรวจสอบวัตถุดิบก่อนนำมาใช้งาน

ในการจัดซื้อวัตถุดิบเข้ามาเพื่อผลิต ทางบริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพก่อนนำมาใช้งานเพื่อความมั่นใจดังนี้

1. บริษัทมีการตรวจสอบด้านกายภาพ การทดสอบทางประสาทสัมผัส การทดสอบความเหนียว โดยส่งตัวอย่างตรวจสอบห้องปฏิบัติการภายในบริษัท ทั้งในด้านเคมีและจุลชีววิทยา รวมถึง ผู้ผลิตต้องมีเอกสารผลวิเคราะห์ด้านคุณภาพและการรับรองการจับสัตว์น้ำครอบคลุมทุกละดับที่ผลิต เช่นกรณีจับสัตว์น้ำในประเทศจะต้องมีเอกสาร MCPD : Marine Catch Purchasing Document และกรณีที่มีการนำเข้าวัตถุดิบรวมถึงเนื้อปลาสดแช่แข็ง (ซูริมิ) จากต่างประเทศ ผู้ขายต้องมีเอกสาร IMD: Imported Aquatic Animal Movement Document และ Catch Certificate เพื่อสอบถามว่าไม่นำปลาที่ผิดกฎหมาย IUU มาจำหน่าย
2. บริษัทมีการตรวจสอบสารปนเปื้อนที่อาจจะปนเปื้อนมากับวัตถุดิบ รวมถึงการส่งผลิตภัณฑ์ตรวจสอบเพื่อยืนยันผลโดยห้องปฏิบัติการภายนอกที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO 17025 ทุก ๆ ปี
3. บริษัทได้พัฒนาวิธีการตรวจสอบคุณภาพของเนื้อปลาสดแช่แข็ง (ซูริมิ) ก่อนนำมาใช้งาน นอกเหนือจากคุณภาพพื้นฐานที่มีการตรวจวัดกันทั่วไป เช่น การพัฒนาวิธีการวัด/วิเคราะห์เรื่องความเหนียวและความสามารถในการขึ้นรูปแผ่น ก่อนนำมาผลิต ซึ่งจะทำการทราบข้อมูลระดับคุณภาพของวัตถุดิบก่อนนำมาใช้งาน นอกเหนือจากนี้บริษัทได้ถ่ายทอดวิธีการทดสอบที่พัฒนาขึ้นมาใหม่นี้เพื่อให้ผู้ผลิตเนื้อปลาสดแช่แข็ง (ซูริมิ) นำไปประยุกต์ใช้เพื่อให้คุณภาพตรงกับความต้องการของบริษัท
4. เพื่อสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยของอาหารและการดำเนินการให้สอดคล้องตามข้อกำหนด บริษัทมีการตรวจประเมินสถานที่ผลิตตามกรอบระบบ GMP&HACCP เพื่อเป็นการประกันคุณภาพวัตถุดิบในเบื้องต้น รวมถึงจัดทำ Check List เพิ่มเติม ทำการตรวจสอบระบบย้อนกลับและจำนวนการรับวัตถุดิบ จำนวนที่ผลิตได้และมีการดำเนินการตรวจโดยหน่วยงานรับรองจากภายนอก (Third Party) โดยการตรวจประเมินโดยบริษัทและจากหน่วยงานภายนอก กำหนดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อทวนสอบความมั่นใจในระบบดังกล่าวว่ามีประสิทธิภาพ ในทุก ๆ ปีบริษัทมีการสรุปข้อมูลผลด้านคุณภาพของผู้ส่งมอบ เพื่อเป็นข้อมูลป้อนกลับให้กับทางผู้ผลิต ในการปรับปรุงคุณภาพของวัตถุดิบให้ ตรงกับความต้องการของบริษัทมากที่สุด

เป้าหมาย (KPI)

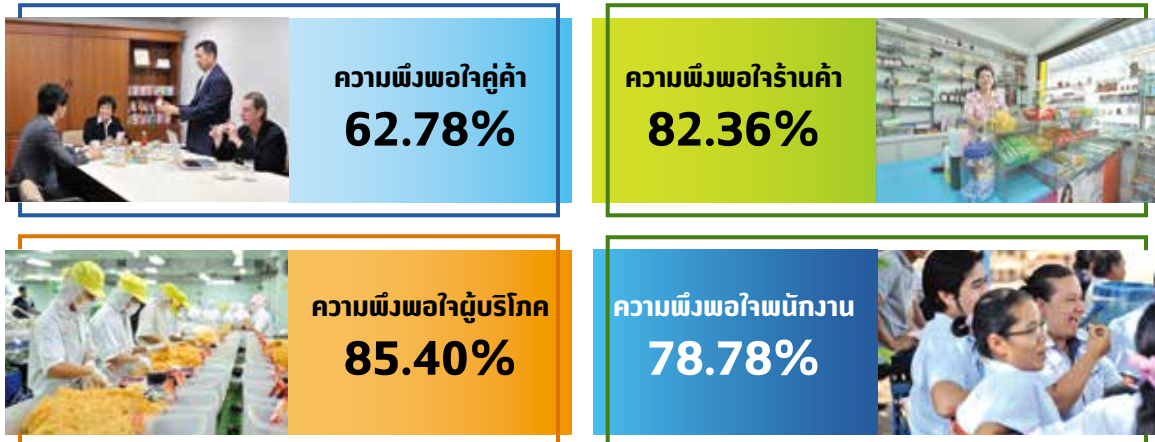
สามารถผ่านเกณฑ์การตรวจและปฏิบัติได้สอดคล้องตามข้อกำหนดของ IUU จากการตรวจโดยกรมประมง

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

ผ่านเกณฑ์การตรวจทุกประการ

ธุรกิจยั่งยืนร่วมกันด้วยการส่งมอบคุณค่าอย่างมีคุณภาพ

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



การนำเสนอสินค้าและบริการที่เต็มเต็มความต้องการของวิถีชีวิตในปัจจุบันและการกระจายสินค้าไปถึงมือผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ถือเป็นภารกิจที่สำคัญที่แสดงถึงความเป็น **“มืออาชีพ”** ของเรา ด้วยช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศในรูปแบบร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านสะดวกซื้อ จนถึงร้านค้าปลีกที่ยังเป็นวิถีแห่งชุมชน เราจึงมั่นใจว่า ส่งมอบทางเลือกที่หลากหลายสำหรับผู้ผลิตในการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วจึงเป็นที่มาในการดำเนินโครงการส่งมอบคุณค่าของการเข้าถึง ดังนี้



ด้วยปณิธานและความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญและความใส่ใจในการส่งเสริมวิถีชีวิตที่มีคุณภาพและมีความสุข เราจึงมุ่งที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำเสนอ **“คุณค่าที่แท้จริง”** โดยมีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางด้วยความเอาใจใส่ตั้งแต่คัดเลือกวัตถุดิบอย่างพิถีพิถัน ควบคุมทุกขั้นตอนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่อร่อยมีคุณภาพประโยชน์และสะดวกต่อผู้บริโภค จึงเป็นที่มาในการดำเนินโครงการส่งมอบคุณค่าของการใส่ใจ ดังนี้

“โครงการสินค้าสดใหม่ 4 เดือน”

เพื่อส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ สดใหม่ เสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ และเกิดความพึงพอใจในสินค้าหน้าร้าน ที่พร้อมส่งถึงมือผู้บริโภคมีการหมุนเวียนให้สดใหม่เสมอ รวมถึงการบริหารสินค้าหน้าร้านให้มีปริมาณที่เหมาะสม ลดปริมาณของเสียของคืน ซึ่งของเสียที่ลดได้ย่อมส่งผลถึงการลดมลภาวะ และ ลดการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือย โครงการดังกล่าวนี้ ทางบริษัท ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องและได้มีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการเป็นอัตราร้อยละ จากจำนวนสินค้าหลักในแต่ละตราสินค้าที่ขายให้กับร้านค้าทั้งหมดต้องอยู่ในเกณฑ์ไม่เกินกว่า 4 เดือน สำหรับเป้าหมายในปี 2560 นั้นได้กำหนดไว้ต้องไม่ต่ำกว่า 98% ปรากฏผลตามกราฟที่แสดงไว้ข้างล่างนี้

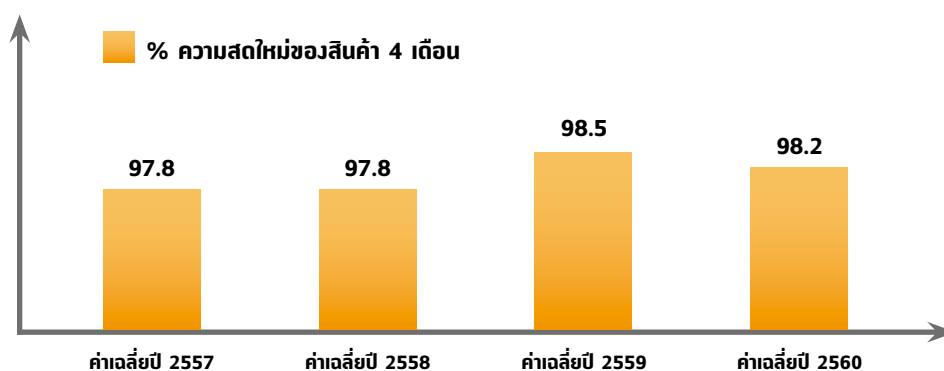
เป้าหมาย (KPI)

ต้องไม่ต่ำกว่า 98%

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

ทำได้ 98.20%

% ความสดใหม่ของสินค้า 4 เดือน



กราฟแสดงสถิติค่าเฉลี่ยความสดใหม่ของสินค้าปี 2557 - 2560

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

การเพิ่มประสิทธิภาพ เพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้แต่งตั้งคณะกรรมการด้านปรับปรุงพัฒนาระบบงานและสารสนเทศ ให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางและเป้าหมายของบริษัท และในปี 2560 ได้ดำเนินผ่านโครงการดังนี้

การปรับปรุงระบบโลจิสติกส์

ระบบโลจิสติกส์มุ่งเน้นการจัดการด้านการตอบสนอง (Supply) ให้สอดคล้องกับความต้องการ (Demand) ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น วัสดุสิ่งของ สินค้า ระบบเอกสาร หรือแม้กระทั่งกำลังคน เป็นต้น ซึ่งการจัดการจากจุดตั้งต้นไปยังจุดปลายทางจะพยายามให้การเคลื่อนไหวเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ตลอดเวลา หากจำเป็นต้องหยุดนิ่ง ก็ต้องหยุดน้อยครั้งที่สุด หรือหยุดเพียงระยะเวลาสั้น ๆ เท่านั้น การไหลลื่นดังกล่าวก่อให้เกิดประสิทธิภาพโดยรวมของธุรกิจ โดยเฉพาะด้านต้นทุน เพราะการหยุดนิ่งแต่ละครั้งไม่ได้สร้างมูลค่าเพิ่มในทางตรงข้ามกลับสร้างค่าใช้จ่ายเพิ่มนั่นเอง

การพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืนในปีที่ผ่านมาบริษัทได้มีการนำระบบสารสนเทศ มาสนับสนุนและผสมผสานกับหลักการด้านโลจิสติกส์ดังกล่าว ทั้งในงงานด้านเอกสารและภาคปฏิบัติ ในชื่อโครงการ Smart Office ซึ่งมีโครงการย่อย ดังนี้

- การส่งสินค้าจากโรงงานตรงไปยังศูนย์กระจายสินค้าของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- การขนถ่ายสินค้าจากรถขนส่ง
- การประมวลผลใบสั่งซื้อสินค้าแบบอัตโนมัติ

การส่งสินค้าจากโรงงานตรงไปยังศูนย์กระจายสินค้าของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

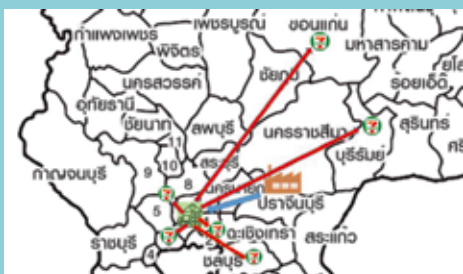
เป็นโครงการร่วมมือระหว่างบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง (มหาชน) ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า กับโรงงาน บริษัท พี.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้า ซึ่งได้เห็นโอกาสที่สามารถลดขั้นตอนในช่วงกลางของระบบโลจิสติกส์ออกได้ กล่าวคือ ลดการรับสินค้าเข้าพักและจัดเก็บในคลังสินค้าก่อนจ่ายสินค้านั้นออกเพื่อนำไปส่งยังปลายทาง โดยให้โรงงานนำสินค้านั้นส่งตรงไปยังศูนย์กระจายสินค้าของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) แทน

ประโยชน์ที่ได้จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว คือ ลูกค้าได้รับสินค้าที่สด ใหม่ และส่งตรงจากโรงงานไปเพื่อกระจายต่อไปยังสาขาทำให้ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าที่อร่อย ดี มีคุณภาพ บริษัทสามารถลดค่าใช้จ่ายในการนำสินค้าเข้าจัดเก็บในคลังสินค้า ลดค่าระวางสินค้าและเบี้ยประกันภัย ลดค่าใช้จ่ายในการจัดจ่ายสินค้า ลดค่าขนส่ง ลดปริมาณการใช้เชื้อเพลิงของรถขนส่งและมลภาวะทางอากาศ ลดการทำลายสิ่งแวดล้อมและการเกิดภาวะโลกร้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งสินค้าไปยังศูนย์กระจายสินค้าในภาคอีสาน ซึ่งเดิมต้องส่งเข้าคลังสินค้าในกรุงเทพฯ ก่อนเดินทางย้อนกลับเส้นทางเดิมเพื่อไปส่งที่ศูนย์กระจายสินค้าในภาคอีสาน



โครงการดังกล่าวนี้ได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2545 ซึ่ง บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีศูนย์กระจายสินค้าเพียงแห่งเดียว คือ ที่ อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี จนปัจจุบันมีศูนย์กระจายสินค้าเพิ่มขึ้นรวม 8 แห่ง ทั้งนี้ยังดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างคุณประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับบริษัทคู่ค้าและผู้บริโภค

การจัดส่งหลายทาง (ก่อน)



การจัดส่งทางเดียว (หลัง)



การขนถ่ายสินค้าากรถขนส่ง

ได้มีการปรับปรุงแบบการจัดเรียงสินค้าที่ส่งจากโรงงานมาจัดวางลงพาเลทก่อนนำเก็บเข้าในคลังสินค้า โดยปรับวิธีการวางสินค้าบนพาเลทซึ่งเดิมต้องสลับรูปแบบการวางสินค้าแต่ละชั้นสลับไปมาทุกชั้นเพื่อให้สินค้ากล่องบนกดทับกล่องล่างซึ่งจะลดปัญหาการเอียงของสินค้าที่วางบนพาเลท ไม่ไค่นล้มง่ายเวลาเคลื่อนย้ายไปจัดเก็บหรือจ่ายสินค้าออกไปเป็นการสลับทุกสองชั้นแทน ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อการทำงานโดยรวมเนื่องจากมีปริมาณการรับจ่ายสูงขึ้นโดยตลอด

การปรับเปลี่ยนดังกล่าวได้เพิ่มประสิทธิภาพในการรับสินค้า จากการที่สามารถลดเวลาการขนถ่ายสินค้าได้ประมาณ 50% ทำให้สามารถเพิ่มจำนวนเที่ยวรถที่เข้ามาส่งสินค้า ทั้งนี้ในการตรวจสอบการรับสินค้าจากการสั่งซื้อก็สามารถจัดทำได้เร็วขึ้น ส่งผลให้การประมวลผลในระบบสั่งซื้อสินค้ารวดเร็วขึ้นตาม

ก่อน

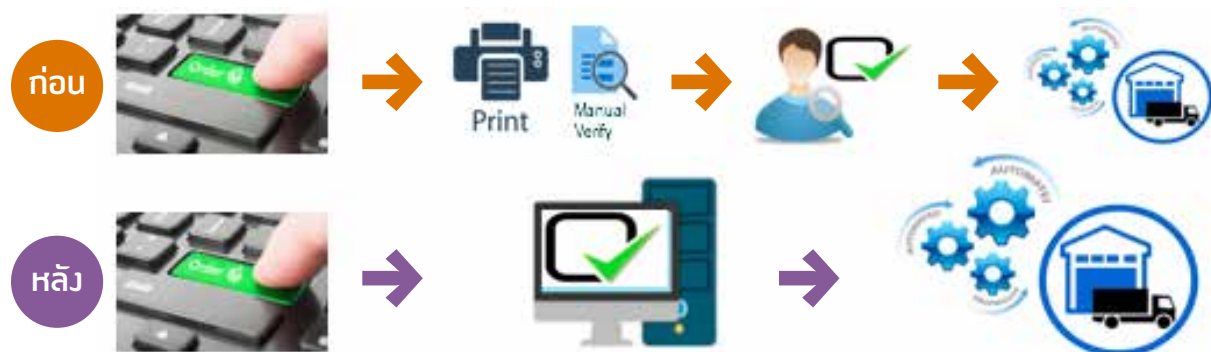


หลัง



การประมวลผลใบสั่งซื้อสินค้า (Sales Order) แบบอัตโนมัติ

ในปี 2560 นี้ ได้มีการใช้ระบบสารสนเทศช่วยประมวลผลใบสั่งซื้อสินค้า (Sales Order) ดังกล่าวที่พนักงานขายได้ส่งผ่านทางอินเทอร์เน็ต เข้าสู่ระบบในแต่ละวันโดยจัดทำโปรแกรมตรวจสอบความถูกต้องของใบสั่งซื้อสินค้า แทนขั้นตอนเดิมที่ต้องพิมพ์รายงานออกมาเพื่อใช้ตรวจสอบความถูกต้องด้วยคน ซึ่งมีผลให้สามารถลดขั้นตอนการทำงานได้ ลดปริมาณการใช้กระดาษลงได้ถึง 30% มีความถูกต้องแม่นยำเพิ่มขึ้น สามารถรองรับการขยายตัวของปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นได้โดยไม่ต้องเพิ่มพนักงาน และยังส่งผลให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการส่งมอบสินค้าได้รวดเร็วขึ้นอีกด้วย



ปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการผลิต

เป็นการนำเครื่องจักรที่ออกแบบโดยใช้เทคโนโลยีมาทำงานร่วม บนพื้นฐานของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาในการบริหารจัดการกระบวนการผลิต เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างเต็มที่ก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจ รวมถึงส่งผลต่อกระบวนการประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

โดยนาระบบสารสนเทศมาใช้ในการเชื่อมต่อข้อมูลการผลิตเข้าด้วยกันเพื่อนำข้อมูลเชิงลึกจากการผลิตมาแสดงผลอย่างต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน สามารถคาดการณ์ความล้มเหลวได้อย่างแม่นยำและกระตุ้นกระบวนการบำรุงรักษาแม้กระทั่งการจัดการตัวเองเพื่อตอบสนองต่อการหยุดชะงักในสายการผลิต โครงการดังกล่าวนี้ ทางบริษัท ได้ดำเนินการและมีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการดังนี้

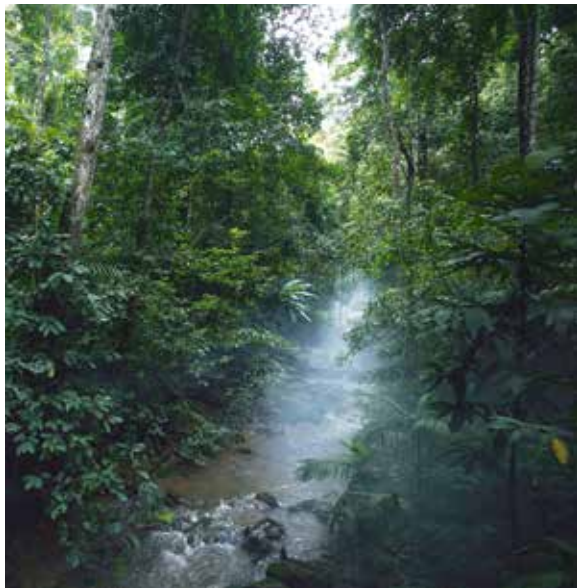
เป้าหมาย (KPI)	ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)
- เปลี่ยนเครื่องเป่าแห้งประสิทธิภาพสูง - สินค้าหลังเป่าแห้ง 90 % - เพิ่มความสามารถในการผลิต 30%	- เปลี่ยนเครื่องเป่าแห้งประสิทธิภาพสูง - สินค้าหลังเป่าแห้ง 95 % - เพิ่มความสามารถในการผลิต 30%
- ติดตั้งเครื่องตรวจจับความสมบูรณ์ของการปิดผนึกถุงและเครื่องตรวจจับการยืงรหัสสินค้าบนถุงแพวซ์โดยใช้เทคโนโลยีกล้องถ่ายภาพ - เพิ่มความสามารถในการผลิต = 10 กล้อง / คน / ชม.	- ติดตั้งติดตั้งเครื่องตรวจจับความสมบูรณ์ของการปิดผนึกถุงและเครื่องตรวจจับการยืงรหัสสินค้าบนถุงแพวซ์โดยใช้เทคโนโลยีกล้องถ่ายภาพ - เพิ่มความสามารถในการผลิต = 12 กล้อง / คน / ชม.
- การศึกษาวเวลาและการเคลื่อนที่ - เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต 10% - เพิ่มพื้นที่การทำงาน	- การศึกษาวเวลาและการเคลื่อนที่ - เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต 10% - เพิ่มพื้นที่การทำงาน

เป้าหมาย (KPI)	ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)
■ ระบบ โรงงานอัจฉริยะ & การหยุดทำงานอย่างมีสาเหตุ • ดึงข้อมูลและสรุป รายงานผลได้จากโปรแกรม • ข้อมูลเป็น real time สามารถรู้ผลการปฏิบัติงานได้ทันที ปรับปรุงแก้ไขได้ทันเวลา	■ ระบบ โรงงานอัจฉริยะ & การหยุดทำงานอย่างมีสาเหตุ • ดึงข้อมูลและสรุป รายงานผลได้จากโปรแกรม • ข้อมูลเป็น real time สามารถรู้ผลการปฏิบัติงานได้ทันที ปรับปรุงแก้ไขได้ทันเวลา
■ รายงานผลการวัดประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร • (OEE - Overall Equipment Effectiveness)	■ รายงานผลการวัดประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร • (OEE - Overall Equipment Effectiveness)



สร้างความสำเร็จทางธุรกิจพร้อมกับ การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา”



บริษัท พีเอ็ม เอสอี จำกัด (PM SE) ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทย่อยของบริษัทรพีเอ็มอาร์เคิตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มต้นธุรกิจโดยเข้ามาลงทุนใน บริษัท กรีนเนท เอสอี จำกัด ซึ่งเป็นกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่มีเป้าหมายหลักในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แก้ไขปัญหาและฟื้นฟูป่าต้นน้ำที่เสื่อมสภาพ ในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติขุนแจ และอุทยานแห่งชาติลำนากก ซึ่งเป็นเขตพื้นที่ป่าต้นน้ำแม่ลาว แม่สรวย แม่กรณ์ จังหวัดเชียงราย โดยสร้างสรรค์โมเดลธุรกิจ ภายใต้ชื่อโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา” ที่ปลูกฝังให้เกษตรกรในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ ด้วยการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ควบคู่ไปกับการรักษาผืนป่าต้นน้ำ ตลอดจนพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนในพื้นที่ โดยเลือกเพาะปลูกกาแฟซึ่งเป็นพืชที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ อีกทั้งเป็นพืชที่ต้องการร่มเงาของไม้ใหญ่ในการเพาะปลูก จึงทำให้เกษตรกรสามารถปลูกกาแฟได้โดยไม่ต้องทำลาย และบุกรุกผืนป่า ในทางตรงข้าม ต้องปลูกต้นไม้

ใหญ่เพื่อเพิ่มเติมร่มเงาความอุดมสมบูรณ์ทางระบบนิเวศแก่พื้นที่เพาะปลูก อีกทั้งควบคุมการปลูกกาแฟด้วยระบบเกษตรอินทรีย์ที่ปราศจากสารเคมีในทุกขั้นตอนส่งผลให้ผลผลิตกาแฟอินทรีย์ที่ได้นั้นมีคุณภาพสูง และได้รับมาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล ซึ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 จนถึงปี พ.ศ. 2560 โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา” สามารถอนุรักษ์ และฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ได้ถึง 9,250 ไร่ อีกทั้งทางโครงการฯ ยังจะขยายการรักษาและฟื้นฟูป่าไม้เพิ่มขึ้นโดยมีเป้าหมายที่ 20,000 ไร่ ภายในปี พ.ศ. 2569 อีกด้วย

การส่งเสริมรายได้เกษตรกร

นอกจากการอนุรักษ์ และส่งเสริมการรักษาป่าต้นน้ำอย่างยั่งยืนแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญเรื่องการค่าที่ให้ผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม โดยรับซื้อ กาแฟจากเกษตรกรในราคาที่เป็นธรรม ซึ่งดำเนินงานสอดคล้องกับองค์กรแฟร์เทรด (Fair Trade Organization) เพื่อให้เกษตรกรในท้องถิ่นมีรายได้และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยค่าพรีเมียมและแฟร์เทรดพรีเมียมให้กับเกษตรกรที่มีผลผลิตกาแฟอินทรีย์ตามมาตรฐานที่กำหนด ในปี 2560 จากการดำเนินการของโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา” ส่งเสริมให้เกษตรกร มีรายได้เพิ่มจากการเข้าร่วมโครงการ 16.29%





และในขณะเดียวกันผู้บริโภคกาแฟก็ได้รับประโยชน์จากการบริโภคกาแฟอินทรีย์ตรา “มัวนา” ซึ่งเป็นกาแฟอินทรีย์แท้ 100% ที่มีคุณภาพ และรสชาติดี พร้อมทั้งมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าต้นน้ำและในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน ทุกคนในห่วงโซ่อุปทานนี้ได้ประโยชน์ และได้มีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าสู่สังคมไปพร้อม ๆ กัน

สำหรับการดำเนินงานในระยะยาวนั้น บริษัทมุ่งหวังที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับเกษตรกร หรือผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้เติบโตด้วยกระบวนการบริหารจัดการต้นทุน และการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งส่งเสริมความต้องการแก่ผู้บริโภคในตลาดสินค้าอาหารปลอดภัย เพื่อร่วมพัฒนาสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ก้าวหน้า และขยายวงกว้างอย่างยั่งยืน

นวัตกรรมทางสังคม

โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มัวนา” มีการใช้ปุ๋ยอินทรีย์จากสิ่งที่เหลือจากการผลิต และแปรรูปเปลือกกาแฟเชอร์รี่ โดยนำมาทำเป็นปุ๋ยหมัก ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งนวัตกรรมทางสังคมที่ส่งผลให้พื้นที่ที่เพาะปลูกกาแฟอินทรีย์มีความอุดมสมบูรณ์เพิ่มขึ้น เกษตรกรได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์ความรู้ กระบวนการพัฒนาการผลิต โดยมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายดังนี้

วัตถุประสงค์	ผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้
- เรียนรู้วิธีการใช้ประโยชน์จากเศษวัสดุเหลือใช้ - ลดปัญหาขยะอินทรีย์ - ลดต้นทุน - เพิ่มผลผลิตต่อไร่ และคุณภาพของผลผลิต - เพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของปุ๋ยอินทรีย์ - สร้างการมีส่วนร่วม	- ปุ๋ยที่มีคุณภาพสูง - สายพันธุ์ลูบิรียและใส่เดือนดินที่ผลิตปุ๋ยที่มีคุณภาพสูง และมีประสิทธิภาพสูง - กระบวนการผลิตปุ๋ยที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพสูงในระยะเวลายาวนาน



ทั้งนี้การที่เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการได้นำเอาเปลือกกาแฟเชอร์รี่ที่แห้งแล้วไปใช้ในสวนกาแฟเพื่อเป็นการเพิ่มอินทรีย์วัตถุในดินนั้นยังเท่ากับเป็นการลดจำนวนขยะที่เกิดจากกาแฟเชอร์รี่ได้อีกปีละประมาณ 60 - 90 ตัน



ในปี พ.ศ.2560 ปริมาณปุ๋ยหมักจากกากกาแฟเชอรี่ จาก 7 หมู่บ้าน ในโครงการ อันได้แก่ บ้านห้วยไคร้, บ้านขุนลาว, บ้านห้วยคุณพระ, บ้านร่มเย็น, บ้านผาแดงหลวง, บ้านใหม่พัฒนา และบ้านดอยช้าง สามารถผลิตปุ๋ยหมักได้รวมกันราว 30 ตัน

ความสมบูรณ์ของความหลากหลายทางชีวภาพ

โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า **“บิวนา”** ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนให้เกิดงานด้านอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน อนุรักษ์แก้ไขปัญหาการบุกรุกทำลายป่าอนุรักษ์ในเขตพื้นที่ต้นน้ำแม่สรวย และปลูกจิตสำนึกให้คนในชุมชนตระหนักถึงคุณค่าและหวงแหนทรัพยากรสิ่งแวดล้อม อันเป็นแหล่งทำกิน และที่อยู่อาศัยให้แก่ตนเอง และลูกหลานในวันข้างหน้าสืบไป

ดังนั้นจึงเป็นที่มาของโครงการ “ปลูกป่าในสวนกาแฟ” โดยมีการส่งเสริมให้นำกล้าไม้มาปลูกในสวนกาแฟเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการ และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่กำหนดว่าในสวนกาแฟอินทรีย์ จะต้องไม่มีต้นไม้อื่นที่ไ้ร่รุมเงาแก่ต้นกาแฟ ทั้งนี้เพื่อเสริมความหลากหลายทางชีวภาพแก่ป่า สำหรับพันธุ์ไม้ที่นำมาปลูกนั้นประกอบด้วยพันธุ์ที่หลากหลายกว่า 45 สายพันธุ์ รวมทั้งสิ้น 22,145 ต้น ยกตัวอย่างเช่น ต้นแมคคาเดเมีย อะโวคาโด แอปเปิลทรายและต้นพีช เป็นต้น การดำเนินการในครั้งนี้นี้จะมีส่วนช่วยสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้แก่เกษตรกร เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไปในอนาคต



การใช้พลังงานทดแทน โดยการลงทุนติดตั้ง Solar Roof เพื่อการผลิตไฟฟ้าจาก พลังงานแสงอาทิตย์

วัตถุประสงค์

เพื่อใช้แผงเซลล์แสงอาทิตย์ โซลาร์รูฟ ในการผลิตกระแสไฟฟ้า ใช้งานสำหรับกระบวนการผลิตภายในโรงงาน และอาคารสำนักงาน ลดค่าความต้องการพลังงานสูงสุด และลดค่าใช้จ่ายในการซื้อไฟฟ้าจากการไฟฟ้า

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

ณ ปัจจุบัน ความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้าในภาคอุตสาหกรรมมีอย่างต่อเนื่องและเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสวนทางกับปริมาณเชื้อเพลิงที่กำลังจะประสบภาวะขาดแคลนในอนาคต เชื้อเพลิงจากซากดึกดำบรรพ์ เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติและถ่านหิน อาจหมดไปจากโลกภายในระยะเวลาไม่กี่ปี หากยังไม่มีมาตรการหาแหล่งพลังงานเพิ่มเติม และเชื้อเพลิงดังกล่าวก็สามารถสร้างปัญหาให้กับโลกของเราได้ เพราะการเผาไหม้ของเชื้อเพลิง หากไม่มีการควบคุมที่ดี จะก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ ทำให้เกิดก๊าซพิษต่าง ๆ ซึ่งล้วนแต่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น อากาศเป็นพิษ และทำให้โลกร้อนขึ้น

ทางบริษัทจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการใช้แหล่งพลังงานทดแทนเพื่อผลิตพลังงานไฟฟ้าแทนการใช้ไฟฟ้าจากการแหล่งดั้งเดิม โดยการเลือกใช้การผลิตพลังงานไฟฟ้าด้วย โซลาร์รูฟ คุณประโยชน์ที่ได้จากการผลิตพลังงานไฟฟ้าด้วยแสงอาทิตย์นั้นมีมากมาย เช่น แสงอาทิตย์เป็นพลังงานที่มีอยู่แล้วในธรรมชาติ เป็นพลังงานที่สะอาด ไม่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งปัจจุบันได้รับความนิยมแพร่หลาย และมีความคุ้มค่าในแง่ของการลงทุนมากขึ้น

นอกเหนือจากนี้ ประโยชน์โดยตรงที่บริษัทจะได้รับจากการลงทุนติดตั้งโซลาร์รูฟ จะทำให้บริษัทสามารถผลิตกระแสไฟฟ้าบางส่วนได้ด้วยตนเอง แผงเซลล์แสงอาทิตย์สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้ตลอดเวลาที่มีแสงอาทิตย์ ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการซื้อไฟฟ้าจากการไฟฟ้า ลดค่าความต้องการพลังงานไฟฟ้าสูงสุดในระหว่างวัน อีกทั้งแผงเซลล์แสงอาทิตย์บนหลังคา ช่วยบังแสงอาทิตย์ที่ตกกระทบหลังคา ช่วยลดความร้อนหลังคา ลดการทำงานของเครื่องปรับอากาศได้อีกด้วย

แนวทางในการปฏิบัติ

บริษัทมีการใช้พลังงาน ประเภทพลังงานไฟฟ้า โดยซื้อไฟฟ้ามาจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอนาดี เพื่อนำมาช่วยในส่วนของเครื่องจักรหลักและเครื่องจักรสนับสนุนในการผลิต, อุปกรณ์ภายในห้องเย็น, อุปกรณ์สำหรับสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไฟฟ้าภายในและภายนอกอาคาร โดยมีค่าการใช้พลังงานไฟฟ้าสูงสุดอยู่ในช่วง 600 - 650 Kw และในทุก ๆ ปี มีแนวโน้มความต้องการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น จากการขยายกำลังการผลิต และติดตั้งเครื่องจักรสำหรับรองรับการผลิตสินค้าใหม่

ในปี 2560 บริษัทได้เริ่มลงทุนติดตั้งแผงเซลล์แสงอาทิตย์ ขนาด 25 Kw โดยดำเนินการติดตั้งที่หลังคาอาคารผลิตโรงงานมีจำนวนแผง PV Module รวมทั้งสิ้น 160 แผง ติดตั้งชุดอุปกรณ์แปลงแรงดันไฟฟ้า (SMA Inverter) จำนวน 1 ชุด เชื่อมระบบไฟฟ้าเข้ากับตู้ควบคุมไฟฟ้าในโรงงาน เมื่อไรที่มีแสงแดดก็จะใช้ไฟฟ้าจากโซล่าเซลล์ส่งไปใช้งานสำหรับเครื่องจักรในการผลิต ช่วยลดการใช้ไฟฟ้าจากการไฟฟ้า แต่ถ้าเมื่อไรที่ไม่มีแสงแดด, ฝนตก หรือ แดดไม่เต็ม อีนเวอร์เตอร์ก็จะใช้ไฟจากการไฟฟ้ามาจ่ายแทนโดยอัตโนมัติ

การควบคุมและตรวจติดตามการทำงานของแผงเซลล์แสงอาทิตย์ จะผ่านโปรแกรมการทำงาน (Software) ที่เรียกว่า PV System Overview ซึ่งจะสามารถแสดงผลปริมาณกระแสไฟฟ้าที่ผลิตได้ตามช่วงเวลา แรงดันไฟฟ้า และแสดงปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ที่ลดลง รวมทั้งตรวจติดตามความผิดปกติของแผงโซลาร์หรือชุด Inverter ได้สำหรับแผงเซลล์แสงอาทิตย์ ขนาด 25 Kw ที่บริษัทได้ดำเนินการติดตั้งไปแล้วนั้น สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้จำนวน 198.03 หน่วยต่อวัน และลดค่าความต้องการพลังงานไฟฟ้าสูงสุด ได้ 25 Kw

ทั้งนี้ในปี 2561 บริษัทได้ขยายผลการลงทุนโซลาร์รูฟ อีกจำนวน 45 Kw ติดตั้งแผง PV Module เพิ่มจำนวน 288 แผง โดยดำเนินการแล้วเสร็จในเดือน มกราคม 2561 ที่ผ่านมา รวมขนาดของแผงโซลาร์ คิดเป็นขนาด 70 Kw ซึ่งจะทำให้สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้ จำนวน 560 หน่วยต่อวัน

เป้าหมาย (KPI)

แผงเซลล์แสงอาทิตย์ ผลิตกระแสไฟฟ้าได้จำนวน 200 หน่วย/วัน หรือ 73,000 หน่วย/ปี

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

ผลิตกระแสไฟฟ้าได้ 198.03 หน่วย/วัน 72,282 หน่วย/ปี



การป้องกันกลิ่นเพื่อสภาพแวดล้อม ที่ดีต่อชุมชน

วัตถุประสงค์

เพื่อควบคุมป้องกันกลิ่นจากระบวนการผลิตไม่ให้รบกวนชุมชน

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

ปัญหาเรื่องกลิ่นที่เกิดจากอุตสาหกรรมต่าง ๆ ยังคงเป็นปัญหาที่สำคัญของโรงงานที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกับชุมชน การที่โรงงานอุตสาหกรรมจะได้รับการยอมรับจากชุมชนซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่สำคัญ ต้องมีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี เพื่อให้การดำเนินงานทางธุรกิจ รบกวนสิ่งแวดล้อมและชุมชนน้อยที่สุด

บริษัทย่อย (บริษัท พรีเมียร์ แคนนิง อินดัสตรี จำกัด) ประกอบกิจการผลิตอาหารสำเร็จรูป โรงงานที่ตั้ง ล้อมรอบด้วยชุมชน โดยทางผู้บริหารได้มีนโยบายให้ความสำคัญกับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม จึงได้มีการสำรวจและประเมินความเสี่ยงเพื่อป้องกันปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะเรื่องกลิ่นรบกวนชุมชน เพื่อให้โรงงานและชุมชนอยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน

แนวทางในการปฏิบัติ

ในกระบวนการผลิตของโรงงานมักจะก่อให้เกิดปัญหาเรื่องกลิ่น โดยทางบริษัท ได้มีการสำรวจและประเมินความเสี่ยง โดยจุดที่จะก่อให้เกิดปัญหาเรื่องกลิ่นรบกวนชุมชนคือ กระบวนการนึ่งปลา (Steaming) ซึ่งเป็นตอนที่สำคัญของการผลิต เป็นการทำให้อาการสุกด้วยการใช้ความร้อนจากไอน้ำ ความร้อนจากไอน้ำจะถูกถ่ายเทไปยังผิวหน้าของอาหารด้วยการพาความร้อน และเข้าสู่ภายในชิ้นอาหารด้วยการนำความร้อน ดังนั้นบริษัท จึงได้มีมาตรการแก้ไขโดยการควบคุมกลิ่นให้อยู่ในพื้นที่ที่กำหนด กันห้องให้มิดชิด และมีการติดตั้งระบบบำบัดอากาศเสีย (Wet Scrubber) การทำงานของระบบบำบัดอากาศเสียจะมีลักษณะคือ อากาศที่มีกลิ่นจะเข้าไปสัมผัสกับละอองน้ำภายในเครื่องบำบัด เมื่ออากาศสัมผัสกับละอองน้ำ กลิ่น หรือสิ่งปนเปื้อนจะถูกดักจับด้วยน้ำ ทำให้ไม่สามารถหลุดออกไปสู่สิ่งแวดล้อมภายนอกได้

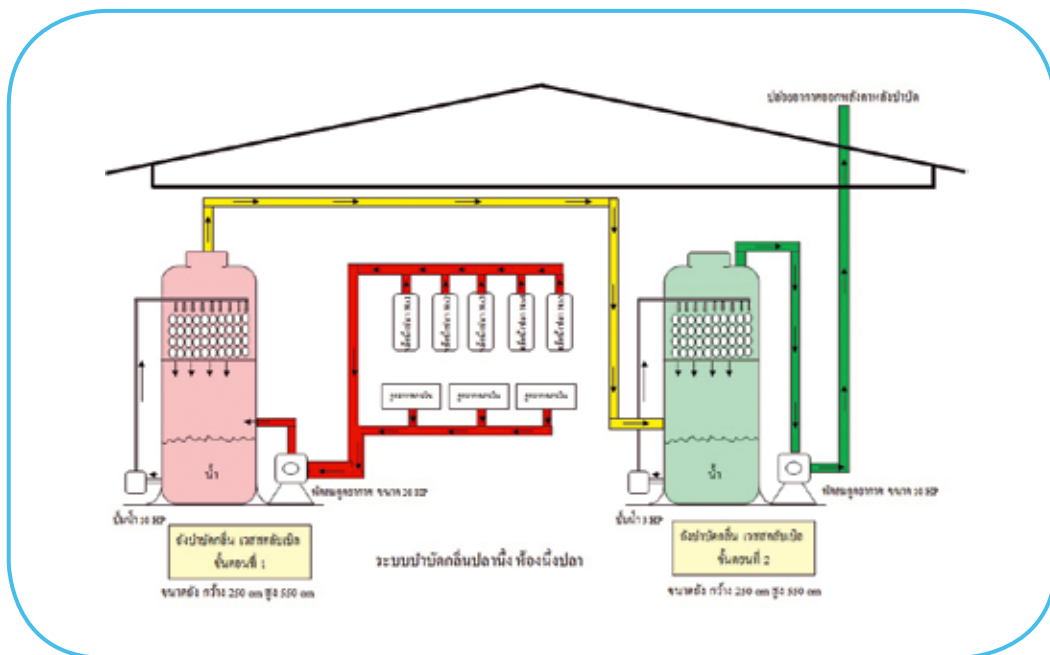
เป้าหมาย (KPI)

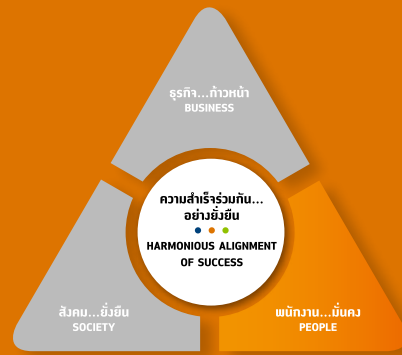
ไม่มีการร้องเรียนจากชุมชน

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

ไม่มีการร้องเรียนจากชุมชน

ระบบถังบำบัดกลิ่น





พนักงานมั่นคง PEOPLE

ภายใต้การดำเนินงาน บริษัท เพรียมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงาน โดยในปี 2560 ดำเนินผ่านกิจกรรมและโครงการต่างๆ ดังนี้

- ปลูกจิตสำนึก ส่งเสริมการลงมือทำในหมู่พนักงาน
- การให้ความสำคัญกับพนักงานและการดูแลด้านสิทธิมนุษยชน
- การพัฒนาพนักงาน
- สร้างความอยู่ดีมีสุขให้พนักงาน
- 25 ปี กับสหกรณ์ออมทรัพย์ เติบโตคู่ไปกับการออมของพนักงาน
- การส่งเสริมด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย



ปลูกจิตสำนึก

ส่งเสริมการลงมือทำในหมู่พนักงาน

บริษัทและกลุ่มบริษัทฯ ตั้งใจที่จะปลูกฝังและพัฒนาพนักงานของเราให้มีจิตสำนึกของ Active Citizen หรือพลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม อันมีคุณลักษณะของคนที่มี ความรับผิดชอบ มีสำนึกเพื่อส่วนรวม ไม่เพิกเฉยต่อปัญหาสังคมรอบตัว อันจะเป็นผู้ที่จะเป็นฟันเฟืองสำคัญในการแก้ไขปัญหาสังคมต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมกับการกลไกต่าง ๆ เหล่านี้

คณะทำงานคุณค่าหลัก



ด้วยตระหนักว่าการเปลี่ยนแปลงในสังคมจะเกิดขึ้นได้ ต้องเริ่มจากจิตสำนึกที่ดีของพนักงาน เพราะพนักงานคือกลไกสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยเริ่มจากระดับบุคคลสู่การเปลี่ยนแปลงในระดับธุรกิจ และระดับสังคม

กลุ่มบริษัทพีเอ็มอี จึงได้จัดตั้งคณะทำงานประกอบด้วยตัวแทนของพนักงานจากทุกสายธุรกิจในกลุ่มบริษัทโดยคณะทำงานนี้มีพันธกิจในการสร้างการมีส่วนร่วม ปลูกฝังจิตสำนึกของพนักงาน อันเกี่ยวเนื่องกับปัจจัยสู่ความยั่งยืน 4 ด้าน อันได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาล และความอยู่ดีมีสุขของพนักงาน ภายใต้ชื่อ “คณะทำงานคุณค่าหลัก”

บทบาทหน้าคณะทำงานคุณค่าหลัก

- ร่วมคิด สร้างสรรค์ และวางแผนด้านนโยบาย โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ด้านคุณค่าหลัก เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างบูรณาการและยั่งยืน
- ส่งเสริมผลักดันในเชิงนโยบายและประสานงานกับคณะทำงานในแต่ละบริษัทผ่านการผสานความรู้ความสามารถร่วมคิดร่วมสร้างในรูปแบบที่ได้ประโยชน์ร่วมกันทั้งพนักงาน องค์กร และสังคม
- ดำเนินงานตามนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้ ผ่านการสร้างประสบการณ์แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่าง คณะทำงาน และทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยสู่ความยั่งยืน 4 ด้าน



คณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม มีพันธกิจในการปลูกจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่าง ยั่งยืน ประหยัด พลังงาน รวมถึงการคิดวิธีการทำงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จนถึงการนำพวองค์กรสู่การเป็นองค์กรสีเขียวต่อไปในอนาคต

การดำเนินงานปี 2560

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
กิจกรรมศึกษาฐาน	เรียนรู้การปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมที่ประสบความสำเร็จภายในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์	- ส่งตัวแทนบริษัทดูงานด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทในกลุ่มพรีเมียร์ - จัดเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมระหว่างผู้เข้าร่วมงาน และองค์กรที่ไปเยี่ยมชม	- การนำความรู้ไปต่อยอดการปฏิบัติภายในองค์กร - การผสมผสานความรู้และความสามารถเพื่อร่วมคิดร่วมสร้างภายในกลุ่มบริษัท
ตลาดนัดสีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อม	ให้ทุกบริษัทในกลุ่มพรีเมียร์เห็นความสำคัญในการเพิ่มสัดส่วนการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	จัดวันนัดพบผู้ขายผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อมกับตัวแทนหน่วยงานจัดซื้อของบริษัท	เพิ่มสัดส่วนการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้	แลกเปลี่ยนเรียนรู้ตัวอย่างการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมที่ประสบความสำเร็จภายในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์	- จัดทำ Facebook Page Premier Go Green - มีผู้รับผิดชอบคัดเลือกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์นำมาลงในเพจ	พนักงานได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์รวมทั้งกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมภายในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์
Newsletter เล่าข่าวด้านสิ่งแวดล้อม	นำเกร็ดความรู้ในการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทในกลุ่มพรีเมียร์มาถ่ายทอดผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มพรีเมียร์	- จัดทีมสำรวจและสัมภาษณ์องค์กรที่มีวิธีปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี - นำมาเล่าข่าวผ่าน Newsletter	- พนักงานได้รับทราบแนวการปฏิบัติที่ดีด้านสิ่งแวดล้อม - การขยายผลเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติของสายธุรกิจอื่นๆ
เพิ่มการใช้พลังงานทางเลือก	ส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือก	ขยายผลการติดตั้ง Solar Roof ของบริษัทในกลุ่มพรีเมียร์	ประหยัดการใช้ไฟฟ้าและลดความต้องการพลังงานไฟฟ้าสูงสุด



คณะทำงานด้านสังคม มีพันธกิจในการปลูกจิตสำนึกด้านการสร้างความสุข ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ให้แก่พนักงาน โดยอาศัยการต่อยอดจากงานทางสังคมของกลุ่มบริษัท โดยในปีที่ผ่านมาได้จับประเด็นเรื่องการจัดงานคนพิการ การศึกษาของเด็ก ด้อยโอกาส จัดการณรงศ์สร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนเงินบริจาคหรือการเป็นอาสาสมัครทำงานให้กับ มูลนิธิหรือโครงการทางสังคมต่าง ๆ เป็นการเปิดมุมมองทางเลือกใหม่ ๆ ในการสนับสนุนงานทางสังคมให้กับพนักงาน

การดำเนินงานปี 2560

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
เดินวิ่งส่วนน้องเรียน ครั้งที่ 3	สร้างความเชื่อมโยงและสนับสนุนกิจกรรมการระดมทุนการศึกษาให้กับเด็กนักเรียนด้อยโอกาสในมูลนิธิยุวพัฒน์	ตัวแทนคณะสังคมร่วมทำหน้าที่ผลักดันและเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสร้างการมีส่วนร่วม เผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมกับพนักงานและลูกค้า	เกิดความเชื่อมโยงการมีส่วนร่วมการระดมทุนโดยรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายเป็นเงิน 1,398,729 บาท เท่ากับ 200 ทุนการศึกษา
กิจกรรม Appreciation Week สัปดาห์แห่งการขอบคุณ	เพื่อส่งเสริมให้พนักงานเกิดการให้ และสร้างสังคมของการแบ่งปันกับกลุ่มบุคลากร outsource ที่ทำหน้าที่ในการดูแลความเรียบร้อยสถานประกอบการในทุกพื้นที่การดำเนินการของกลุ่มบริษัท พรีเมียร์ โดยใช้ช่วงเวลา Festive Season เดือน ธันวาคม 2560 ในการจัดกิจกรรม ระหว่างวันที่ 13 ธันวาคม 2560 ถึง 12 มกราคม 2561	- สร้างการมีส่วนร่วมกับพนักงานในองค์กรผ่าน 2 วิธีการคือ - เชิญชวนให้ของขวัญ ของฝากหรือสิ่งของแทนน้ำใจตามความเหมาะสมในช่วงเทศกาลปีใหม่ 2561 - แสดงความขอบคุณด้วยการติดสติ๊กเกอร์เพื่อเป็นตัวแทนคำขอบคุณบนสื่อ standee ที่ติดตั้งครอบคลุมทุกสถานประกอบการ	- พนักงานมีส่วนร่วมในส่วนกิจกรรมในการมอบของขวัญให้กับบุคลากร outsource ทั้งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย แม่บ้าน คนสวน รวมถึงช่างดูแลอาคาร และมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมการติดสติ๊กเกอร์แสดงความขอบคุณ - บุคลากร outsource เกิดกำลังใจและมีสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานในองค์กรครอบคลุมทุกพื้นที่
ร่วมระดมทุนให้กับโครงการรื้อยพลังการศึกษา	- เพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้กับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการรื้อยพลังการศึกษา เพื่อให้เด็กยากไร้ได้มีโอกาสด้านการศึกษา 3 ด้าน คือ - การเข้าถึงทุนการศึกษา - เข้าถึงคุณภาพการเรียนรู้ และ - เข้าถึงทักษะชีวิต	จัดกิจกรรมจำหน่ายลูกโป่งเพื่อระดมทุนในงานเลี้ยงสังสรรค์ปีใหม่ของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์วันที่ 15 ธันวาคม 2560 โดยรายได้ทั้งหมดมอบให้กับโครงการรื้อยพลังการศึกษา	- พนักงานและผู้บริหารมีส่วนร่วมในการส่งเสริมคุณภาพการศึกษาด้วยการระดมทุนเป็นเงินจำนวน 24,400 บาท - พนักงานเกิดความตระหนักและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการศึกษาผ่านกลไกการมีส่วนร่วมที่เป็นรูปธรรม



คณะทำงานด้านธรรมาภิบาล มีพันธกิจในการส่งเสริม ปูทางเรื่องความโปร่งใสและธรรมาภิบาลในองค์กร กำหนดกระบวนการสื่อสารและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนให้พนักงานได้รับทราบและยึดถือปฏิบัติ รวมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

คณะทำงานด้านอยู่ดีมีสุข มีพันธกิจในการส่งเสริมสุขภาวะของพนักงาน กระตุ้นให้พนักงานเลือกวิถีการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ เพื่อสุขภาพที่ดี ห่างไกลโรคภัย อาทิ การส่งเสริมให้เลือกรับประทานอาหารที่ดีมีประโยชน์ ส่งเสริมการออกกำลังกาย รมรณรงค์เรื่องความปลอดภัยในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้คณะทำงานยังตั้งเป้าหมายให้พนักงานสร้างคามอยู่ดีมีสุขด้านการบริหารจัดการสินทรัพย์ทั้งในด้านการจัดการหนี้สิน และด้านการลงทุนให้สินทรัพย์งอกเงยอย่างยั่งยืน เป็นต้น

การดำเนินงานปี 2560

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
โครงการกินผักผลไม้ดี 400 กรัม	เพื่อส่งเสริมการเลือกรับประทานอาหารผักผลไม้ อย่างเพียงพอและถูกต้อง รวมถึงการดูแลทำความสะอาดผักและผลไม้ เพื่อความสะอาดและถูกสุขอนามัย	- แคมเปญการสื่อสารเรื่องโภชนาการ - Workshop การทำอาหารด้วยผัก - นิทรรศการออกร้าน - Workshop การทำความสะอาดผักและผลไม้ที่ถูกต้องวิธี	- การเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย - พนักงานมีความรู้ในการทำ ความสะอาดผักและผลไม้ อย่างถูกวิธี
โครงการสถานที่รับดูแลบุตรพนักงาน	ลดภาระกับพนักงานในการจัดหาคนดูแลรับส่งบุตร ในช่วงเวลาทำงาน	- จัดทำแบบสำรวจข้อมูลและความต้องการของพนักงาน - จัดสถานที่รับดูแลบุตรพนักงานในสถานที่ทำงาน ทั้งหลังเลิกเรียนและในช่วงเวลาปิดเทอม	พนักงานและครอบครัวมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ลดภาระค่าใช้จ่ายในการดูแลบุตร การดำเนินงานปี 2560



ร่วมต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

ในฐานะที่เราเป็นหนึ่งในองค์กรที่ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Thailand's Private Sector Collective Action against Corruption : CAC) บริษัทฯ มุ่งเน้นการประกอบธุรกิจบนพื้นฐานธรรมาภิบาล อันดี มีความรับผิดชอบต่อความโปร่งใส รวมถึงต้องเป็นการสร้างคุณค่าสู่ธุรกิจ พนักงาน และสังคมไปพร้อม ๆ กัน ในเดือนกันยายน 2560 บริษัทฯ ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในงานสัมมนาวันต่อต้านคอร์รัปชัน ภายใต้แนวคิด **"รัฐบาลใหม่! คอร์รัปชันเท่า?"** ณ โรงแรม เซ็นทารา แกรนด์และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สังคมไทยและประชาชนได้ตระหนักว่า ในอนาคตการที่เราจะมีรัฐบาลที่ดี ไม่ทำให้ประชาชนผิดหวัง ไม่โกงกินหรือใช้อำนาจรัฐโดยเห็นประโยชน์ส่วนตนและพวกพ้องนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่คนไทยต้องแสดงเจตนารมณ์ร่วมกันเพื่อให้มีการขับเคลื่อนมาตรการแก้ไขปัญหาคอร์รัปชันที่จำเป็นให้สำเร็จ รวมถึงแนวทางที่จะทำให้ประชาชนสามารถรู้เท่าทันเพื่อการตัดสินใจเรื่องผลประโยชน์ของประเทศชาติร่วมกัน โดยภารกิจเหล่านี้จะต้องเข้มข้น และ ต่อเนื่องกันในทุก ๆ รัฐบาล



ร่วมลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ผ่านการส่งเสริมจ้างงานคนพิการ

ด้วยมุ่งหวังที่จะลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมให้กับคนพิการ บริษัทฯ และกลุ่มบริษัทพีเอ็มอีจึงให้การสนับสนุนและผลักดัน การจ้างงานคนพิการอย่างเต็มที่ เราส่งเสริมให้เกิดการลงมือทำและสร้างการมีส่วนร่วมอย่างจริงจังของผู้มีส่วนได้เสีย อันได้แก่พนักงาน คู่ค้าและลูกค้า บริษัทฯ และกลุ่มบริษัทจึงเดินหน้าอย่างต่อเนื่องกับ **"โครงการจ้างงานคนพิการ"** โดยความร่วมมือกับโครงการร้อยพลัง เปลี่ยนประเทศและมูลนิธินวัตกรรมทางสังคม จัดงาน **"เปลี่ยนการจ้าง สู่การจ้าง ลดความเหลื่อมล้ำ เพื่อเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน"** เป็นครั้งที่ 3 โดยมีเป้าหมายในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนพิการอย่างยั่งยืน โดยสนับสนุนให้เกิดการจ้างงานคนพิการเพื่อทำงาน สาธารณะประโยชน์ในชุมชนของตน ด้วยวิธีนี้คนพิการที่สามารถทำงานได้จะได้ประกอบอาชีพมีรายได้พึ่งพาตัวเอง ลดภาระให้กับ ครอบครัว นอกจากนั้นคนพิการยังเกิดความภาคภูมิใจในตัวเอง สามารถใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ ปีนี้เรามุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนจากการจ่ายเงินเข้ากองทุนให้ผู้พิการเป็นการจ้างงานผู้พิการแทนให้มากขึ้น โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างมูลนิธินวัตกรรมทางสังคมกับ เครือข่ายทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยเชิญชวนให้บริษัทคู่ค้า ลูกค้ามาร่วมงานเพื่อทำความเข้าใจให้ถูกต้อง ครบถ้วนเกี่ยวกับการจ้างงาน คนพิการ รวมทั้งเป็นเวทีให้บริษัทต่าง ๆ ที่มาร่วมงานสามารถจ้างงานผู้พิการตามความต้องการจากหน่วยงานที่มีผู้พิการอยู่ในเครือข่าย ได้ทันทีในงาน

ซึ่งในปีที่ผ่านมา บริษัทที่เป็นลูกค้าและลูกค้าของบริษัทและกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ที่มาร่วมงานทั้งสิ้น 32 องค์กร ก่อให้เกิดการจ้างงานคนพิการเพิ่มขึ้นในกลุ่มบริษัทลูกค้ารวมกว่า 54 อัตรา



สร้าง Active Citizen พลเมืองผู้มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม

“คนไทยขอมือหน่อย” งานที่ริเริ่มขึ้นเพื่อมุ่งหวังจะเป็นพื้นที่ในการสร้างพลเมืองผู้มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม พลเมืองที่มีความรับผิดชอบและไม่เพิกเฉยต่อปัญหาต่างๆทางสังคม งานคนไทยขอมือหน่อย ทำหน้าที่เปรียบเสมือนศูนย์รวมองค์กรและโครงการทางสังคม เพื่อให้ประชาชนทั่วไปและพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ ได้มีจุดเริ่มต้นในการลงมือทำ โดยการเลือกมีส่วนร่วมกับโครงการหรือองค์กรที่ตนเองสนใจในรูปแบบต่างๆ

งานคนไทยขอมือหน่อยทั้ง 3 ครั้งที่ผ่านมามีความร่วมมืทั้งจากภาคีทางสังคมและประชาชนทั่วไปเป็นอย่างดี ในปี 2560 เพื่อต่อยอดและขยายผลสู่วงกว้างให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้มากยิ่งขึ้นนั้น จึงมีการปรับรูปแบบงานและเปลี่ยนชื่อ งานเป็น **“Good Society Expo : เทศกาลทำดีห้วงเวลา”** ร่วมกับ มูลนิธิเพื่อคนไทยและร้อยพลังเปลี่ยนประเทศ โดยจัดงานขึ้นที่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ซึ่งได้รับความสนใจและผลตอบรับที่เหนือความคาดหมาย เกิดความร่วมมืจากทุกภาคส่วนทั้งภาคีภาคสังคมกว่า 80 องค์กร ภาคธุรกิจกว่า 15 องค์กร และภาคตลาดทุนกว่า 20 องค์กร มีการเชิญชวนประชาชนมาช่วยกันยกระดับการทำความดีสู่การลงทุนทางสังคมที่หวังผลได้มากกว่าการบริจาคเงิน เพื่อให้ผู้มาร่วมงานได้รู้จักการลงทุนด้วยทุนมนุษย์ ทุนความรู้ ทุนเครือข่าย ทุนเวลา ฯลฯ

โดยบริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีบทบาทสำคัญในการร่วมขยายผล สร้างการมีส่วนร่วมในวงกว้างโดยการ เชิญชวนพันธมิตรทางธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ เข้ามาร่วมเรียนรู้และทำความเข้าใจกับโครงการทางสังคมในประเด็นที่ตรงกับความต้องการของแต่ละองค์กร เพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อระหว่างองค์กรทางสังคมและภาคธุรกิจในการแก้ปัญหาสังคม โดยมี การกำหนดเป้าหมายวัดผลความสำเร็จเป็นทุนประเภทต่าง ๆ ที่จะมีการติดตามผลทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อนำความสำเร็จมาสื่อสารและเผยแพร่ต่อสาธารณชนต่อไป โดยเรคาดหวังให้เกิดการลงทุนทางสังคมอย่างต่อเนื่องในอนาคต และเกิดการขยายผลของโครงการทางสังคมเหล่านั้น เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ดีสู่สังคมร่วมกัน

นอกจากนี้เรายังได้เห็นพลังของชาวฟรีเมียร์กว่า 200 ชีวิตที่มาร่วมทำงานในหน้าที่ต่าง ๆ อาทิ การเป็นอาสาสมัครช่วยดำเนินงานอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนที่มาร่วมงาน การให้ความรู้กับเยาวชนเกี่ยวกับประเด็นทางสังคมต่าง ๆ การเชื่อมต่อและแนะนำโครงการทางสังคมกับองค์กรทางธุรกิจที่มาร่วมงาน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ตรงกับนโยบายที่เราตั้งใจจะปลูกฝังจิตสำนึกของความรักใคร่ และการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคมให้อยู่ในตัวพนักงานตลอดไป



ในสภาวะแวดล้อมทางสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว คนในสังคมต่างเผชิญหน้ากับความท้าทายใหม่ ๆ อาทิ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาด้านสุขภาพ บริษัทฯตระหนักดีในบทบาทหน้าที่ของภาคธุรกิจ ที่ต้องมีส่วนรับผิดชอบดูแลคนในสังคมด้วยการนำเสนอทางออกหรือวิธีรับมือกับปัญหาเหล่านั้นด้วยนวัตกรรมของสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

บริษัท ฟรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยมุ่งเน้นการพัฒนาพนักงานเพื่อสำคัญคือพนักงาน ด้วยการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มพูนความรู้ให้กับพนักงานในองค์กร ผ่านเครื่องมือและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อที่พนักงานจะสามารถร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรม ดังตัวอย่างของโปรแกรม InnoLeader โปรแกรมเพื่อการพัฒนาผู้นำด้านนวัตกรรม โดยใช้เวลาฝึกอบรม 7 เดือน โปรแกรมนี้เป็นแผนการพัฒนาบุคลากรและองค์กรระยะยาว ซึ่งถูกพัฒนาและออกแบบหลักสูตรโดยสถาบัน The Institute for Knowledge and Innovation South-East Asia Bangkok University (IKI - SEA) สถาบันที่มีความเชี่ยวชาญ

การบริหารจัดการด้านนวัตกรรมและองค์ความรู้ รวมถึงมีข้อมูลงานวิจัย ผสมผสานกับประสบการณ์เชิงลึกทางธุรกิจ อีกทั้งเป็นผู้ให้คำปรึกษา แก่องค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในประเทศและประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

โปรแกรมนี้อาศัยการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง ผ่านการวางกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจโดยใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อน มุ่งเน้นการพัฒนาและปลูกฝังการเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์สามารถพัฒนาสินค้าและบริการ คิดริเริ่มหรือต่อยอดธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ พัฒนาความสามารถในการคิดวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้กับองค์กรและธุรกิจ เพื่อผลักดันองค์กรสู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนในอนาคต



โครงการพัฒนาผู้บริหารกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ (Executive Development Program) โครงการที่จัดขึ้นเพื่อสร้างความพร้อม ด้านทรัพยากรบุคคลในระดับผู้บริหารของกลุ่มบริษัทให้มีความรู้ ความสามารถ และศักยภาพที่สอดคล้องกับคุณค่าหลัก แนวคิด และนโยบายของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ระยะเวลาการฝึกอบรม 2 เดือน โดยวิทยากร นักวิจัย และผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ เพื่อให้ ผู้บริหารมีความรู้ความเข้าใจในทฤษฎีการสร้างคามยั่งยืนทางธุรกิจ โดยใช้หลักการสร้างคุณค่าร่วม (CSV) สามารถวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสามารถ คิดวิเคราะห์ปัญหาทางสังคมและนำองค์ความรู้ ผสมผสานกับ ประสบการณ์จากการเข้าร่วมโครงการนำไปประยุกต์ใช้ในการวาง กลยุทธ์ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจอย่างยั่งยืนในเชิงลึกและ สอดคล้องกับคุณค่าหลักของกลุ่มบริษัท ต่อไปได้



นอกจากนี้ยังมีหลักสูตรการจัดการและภาวะผู้นำตามคุณค่าหลักของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ สำหรับผู้จัดการและหัวหน้างาน เพื่อเสริมสร้างทักษะการจัดการโดยใช้คุณค่าหลักของกลุ่มบริษัทเป็นพื้นฐาน เกิดความเข้าใจในคุณค่าหลักและความเกี่ยวข้องกับ CSV ในการนำไปใช้บริหารบุคลากร และสร้างทักษะในการบริหารที่สอดคล้องกับคุณค่าหลักและสร้างความตระหนักรู้ถึงบทบาทหน้าที่ของตนเอง ในฐานะผู้จัดการและหัวหน้างาน โดยหลักสูตรการจัดการและภาวะผู้นำตามคุณค่าหลักของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ เป็นการฝึกอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเป็นระยะเวลา 2 วัน ผ่านการทำกิจกรรมระดมสมองและฝึกปฏิบัติจริง เพื่อก่อให้เกิดความตระหนักรู้และฝึกฝน ให้เกิดทักษะการจัดการที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในการทำงานต่อไป

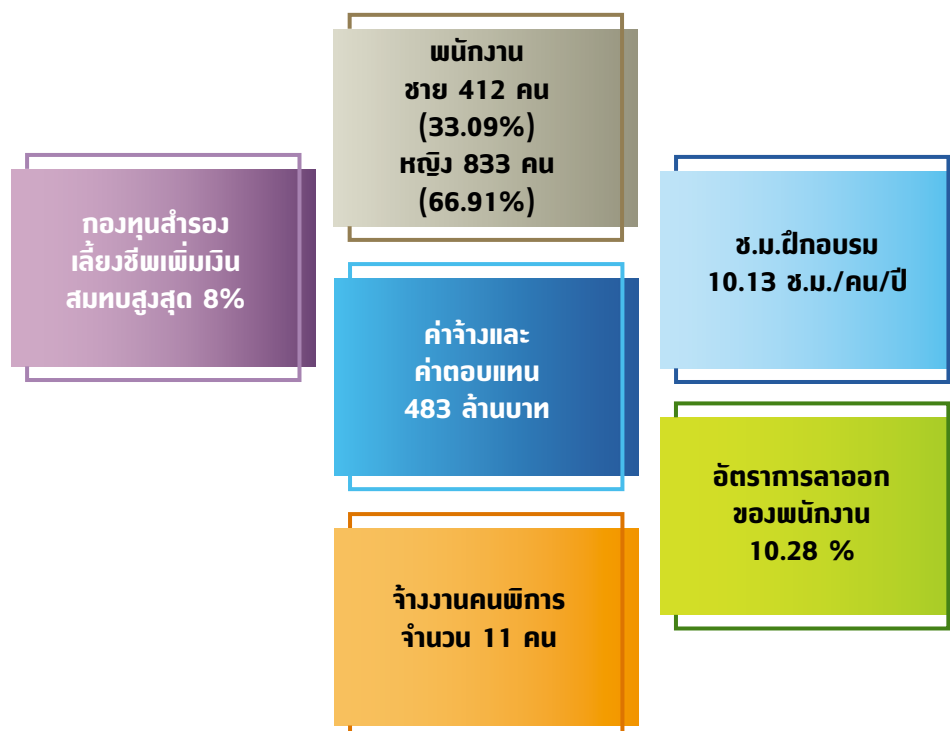
นอกจากนี้บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยยังมีบทบาทสำคัญในการร่วมสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมผ่านเครื่องมือและกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ ในเดือนตุลาคม 2560 บริษัทฯ จัดสัมมนา **"RUN WITH THE BULL"** ออกสตาร์ทสู่นวัตกรรมกับ **"ระพี ขุนพล"** เจ้าฟอสตาร์ท็อปแห่งเมืองไทยให้กับพนักงาน เพื่อต้องการจุดกระแสและสร้างแรงบันดาลใจด้านนวัตกรรม และเตรียมความพร้อมการก้าวเข้าสู่การขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรม อีกทั้งสร้างความรู้และความเข้าใจในด้านนวัตกรรมต่าง ๆ ระดับสากล เพื่อต่อยอดให้เห็นถึงความสำคัญและตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมของโลกในปัจจุบัน



การให้ความสำคัญกับพนักงานและ การดูแลด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) และบริษัทย่อย ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ด้านแรงงานเกี่ยวกับการเคารพสิทธิมนุษยชน ในเรื่องความหลากหลายของแรงงานในองค์กร โดยมีแนวทางปฏิบัติต่อแรงงานเสมอภาค เท่าเทียมกันไม่เลือกเพศ อายุ หรือสภาพร่างกาย ตำแหน่งงาน ตลอดจนเชื้อชาติและศาสนา โดยพนักงานของบริษัททุกคนได้รับการปฏิบัติและดูแลในทุกด้าน อาทิเช่น การสรรหา การดำรงรักษา ค่าตอบแทน สวัสดิการ การพัฒนาบุคลากร โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพและ ความปลอดภัยอาชีวอนามัย นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญต่อคู่ค้า ลูกค้า ผู้เข้ามาติดต่อ และเป็นนโยบายของบริษัทฯ ที่พนักงานจะต้องศึกษาและปฏิบัติตามให้สอดคล้องกับประเพณีนิยม วัฒนธรรมของแต่ละสังคมที่บริษัทฯ เข้าไปทำธุรกิจ

ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานเกิดความพึงพอใจและความผูกพันในองค์กร ก่อให้เกิดความมั่นคงและคุณภาพชีวิตที่ดี อันนำไปสู่ความสำเร็จตามพันธกิจของบริษัท อีกทั้งบริษัทได้ดำเนินการยกระดับการจ้างงานเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยพิจารณาปรับสภาพการจ้างพนักงานรายวันเป็นพนักงานรายเดือน จำนวนทั้งสิ้น 60 คน



การพัฒนา พนักงาน

การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถพนักงาน

บริษัทมีนโยบายส่งเสริมและพัฒนาพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดทำแนวทางการพัฒนาพนักงานให้สอดคล้องกับคุณค่าหลัก (Core Value) ทั้ง 5 ประการของบริษัท และทิศทางการเติบโตของธุรกิจ โดยกำหนดแนวทางการดำเนินการไว้ ดังนี้

แผนการพัฒนา 4 ระดับ (Step for PM Development Program)

ทั้งนี้ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ทักษะ และความสามารถที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และค่านิยมของบริษัทที่มุ่งดำเนินธุรกิจแบบองค์รวม โดยมุ่งสร้างความสมดุลให้กับ ธุรกิจ พนักงาน และสังคม

PM DEVELOPMENT PROGRAM



การพัฒนาศักยภาพ (Competency)

ในส่วนของการเตรียมความพร้อมด้านพนักงาน เพื่อตอบสนองต่อแนวนโยบายหลักของบริษัท บริษัทจึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ใน 3 แนวทางหลัก ดังนี้

1. ความสามารถหลัก (Core Competency)

พนักงานได้รับการพัฒนาและหล่อหลอมด้านพฤติกรรม ความเชื่อ ทักษะคิด ให้เป็นไปในทิศทางที่ตอบสนอง/สนับสนุนต่อการบรรลุค่านิยมขององค์กรร่วมกันของบริษัท ที่มุ่งดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการสร้างความสมดุลระหว่างธุรกิจ พนักงานและสังคม ตามปรัชญาการดำเนินธุรกิจ **“ธุรกิจก้าวหน้า พนักงานมั่นคง สังคมยั่งยืน”** และคุณค่าหลักขององค์กร (Core Value)

2. ความสามารถทางการจัดการ (Managerial Competency)

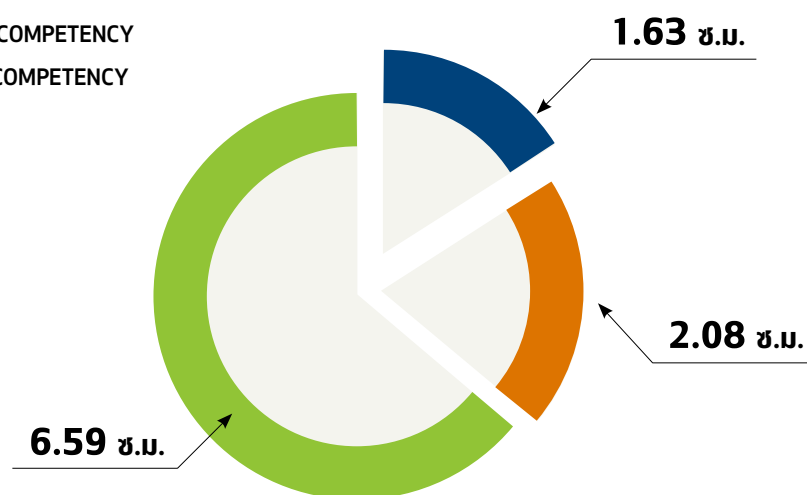
ทักษะและความสามารถทางการจัดการ ถือเป็นความจำเป็นและเป็นเครื่องมืออันสำคัญสำหรับพนักงาน ระดับบังคับบัญชา ระดับบริหารรวมถึงระดับจัดการ บริษัทได้ให้ความสำคัญ โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันและกำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริหารมีเครื่องมือที่ดีพอในการนำองค์กร ทีมงาน ให้บรรลุซึ่งปรัชญา วิสัยทัศน์ และคุณค่าหลักขององค์กร

3. ความสามารถตามหน้าที่รับผิดชอบ (Functional Competency)

พนักงานแต่ละคน แต่ละหน้าที่ได้รับการพัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถให้สอดคล้องกับภาระงาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เต็มกำลังความสามารถ เพื่อให้บรรลุซึ่งประสิทธิผลของการทำงานและมีมาตรฐานไปในทิศทางเดียวกัน

กราฟแสดงสัดส่วนจำนวนชั่วโมงฝึกอบรมแบ่งตามประเภทความสามารถ (COMPETENCY)

- CORE COMPETENCY
- MANAGERIAL COMPETENCY
- FUNCTIONAL COMPETENCY



ในปี 2560 บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) และบริษัทย่อย มีการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานโดยกำหนด แผนการฝึกอบรมให้ความรู้และพัฒนาทักษะแก่พนักงาน ซึ่งประกอบด้วยการฝึกอบรม ทั้งภายในและการส่งพนักงานไปเข้ารับการอบรมภายนอก ตามแผนฝึกอบรม PM Training Road Map (TRM) และผลการดำเนินการฝึกอบรมในปี 2560 จากจำนวนพนักงาน 1,245 คน พนักงานได้เข้ารับการฝึกอบรมเฉลี่ยรวม 10.13 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

บทสัมภาษณ์ของพนักงานในการพัฒนาบุคลากร

➔ หลักสูตรการจัดการภาวะผู้นำตาม คุณค่าหลักของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์



คุณเพ็ญแข หงษ์ศรี
ผู้จัดการฝ่ายธุรกิจต่างประเทศ

“ในยุคของการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและสภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงในสังคมโลกปัจจุบันทำให้บริษัทเล็งเห็นและให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยที่หัวหน้างานต้องบริหารทีมงาน ให้สอดคล้องกับคุณค่าหลัก 5 ประการขององค์กร และต้องทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชารับรู้ถึงผลของการปฏิบัติงานที่ได้ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลแบบที่พวกเขารู้สึกภูมิใจ ที่องค์กรเห็นความสำคัญในความสำเร็จของงาน”

➔ หลักสูตร CSR-DIW Group training



คุณประนต ปู๊วัด
เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย
ในการทำงาน

“การอบรมเป็นการพัฒนาศักยภาพในการทำงานของผมให้สามารถทำงานได้อย่างหลากหลาย มองรูปแบบการทำงานในมุมมองที่กว้างขึ้น รวมถึงการที่จะดำเนินกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจะต้องคำนึงถึงหลักการเช่น สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม ผู้บริโภค รวมไปถึงการมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน ซึ่งหลักการเหล่านี้จะทำให้เกิดการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบ ต่อสังคม และเกิดการพัฒนาวงอย่างยั่งยืน”

➔ หลักสูตรการบริหารการผลิต อย่างมืออาชีพ



คุณสุดาสกร ใสสัด
ผู้จัดการแผนผลิต

“ในโลกการแข่งขันทางอุตสาหกรรมปัจจุบัน องค์กรธุรกิจต่างมุ่งแสวงหาแนวทาง การบริหารกระบวนการผลิตที่จะสามารถตอบโจทย์ความคาดหวังของลูกค้า ทำให้องค์กรสามารถแข่งขันได้และเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งในการอบรมหลักสูตรการบริหารการผลิตอย่างมืออาชีพ ทำให้เข้าใจถึงความสำคัญของการบริหารการผลิตอย่างรอบด้าน เช่น การนำเครื่องมือและเทคนิคมาประยุกต์ใช้ในการบริหารการผลิตให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น”

➔ หลักสูตร Inno-leader

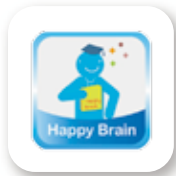


คุณวิมาลินรรค์ รณพาสุข
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ

“การนำนวัตกรรมในการบริหารองค์กรสู่ความสำเร็จ มีผลโดยตรงต่อการต่อยอดธุรกิจขององค์กรสู่การสร้างศักยภาพในการพัฒนาสินค้าและธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ให้เป็นที่ต้องการของตลาดอย่างสร้างสรรค์ ในบริหารจัดการวางกลยุทธ์ทางธุรกิจ มีความสามารถในการวิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ และมีความเชื่อมั่นในการผลักดันศักยภาพที่ซ่อนเร้นในทีมงานเพื่อวางรากฐานสู่ความสำเร็จขององค์กรร่วมกัน”

สร้างความอยู่ดีมีสุขให้พนักงานของเรา

กิจกรรม Happy 8



HAPPY BRAIN

ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนกันในกลุ่ม ผ่านการแชร์ เพื่อเป็นไปตามนโยบายเรื่อง การสะสมคลังความรู้และนำมาถ่ายทอดประสบการณ์ องค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน สามารถปรับวิธีการทำงานอย่างสร้างสรรค์ เพื่อแสวงหาแนวทางการทำงานที่มีประสิทธิภาพ บริษัทจึงได้มีการจัดเก็บผ่านโครงการที่ชื่อว่า **“KM PM เปลี่ยนวิถีคิด”** โดยในปี 2560 มีการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้.-

- หน่วยงานบริหารงานบุคคล : การเขียนหนังสือร่างขออนุมัติ (Memo OKAY)
- หน่วยงานขายหน่วยรถ : เทคนิคการขายหน่วยรถเงินสด
- หน่วยงานโลจิสติกส์ : เทคนิคการจัดเรียงสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดส่ง
- หน่วยงานบัญชี : เทคนิคการตรวจดูใบกำกับภาษี
- หน่วยงานการตลาด : Forecast การพยากรณ์สินค้า (คู่ค้า)
- หน่วยงานสินเชื่อ : เกร็ดความรู้เรื่องเช็ค



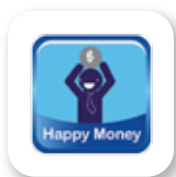
HAPPY RELAX

ส่งเสริมให้พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี โดยบรรยายและสาธิตทักษะการแต่งหน้าที่สามารถปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ ทั้งผู้ชายและผู้หญิง **“PM Make Over”**



HAPPY HEART

ส่งเสริมให้พนักงานมีน้ำใจ เอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน ด้วยการรวมบริจาคของใช้ส่วนตัวและออกบ้านจำหน่าย เพื่อนำรายได้มอบให้มูลนิธิยุวพัฒน์



HAPPY MONEY

ส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้และทราบถึงระบบ Online ผ่านแอปพลิเคชัน โดยมีเจ้าหน้าที่จากธนาคารกรุงไทยมาให้ข้อมูลเกี่ยวกับระบบพร้อมเผยแพร่งาน รวมทั้งมีการส่งเสริมการหารายได้พิเศษ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานที่ชื่นชอบการขายนำสินค้าหรือสิ่งของมาขายผ่านกิจกรรม **“ตลาดนัดพรีเมียร์”**



HAPPY SOUL

คณะทำงาน Happy 8 ได้ร่วมกับสำนักงานเขตประเวศ จัดกิจกรรม **“โครงการจิตอาสาประดิษฐ์ดอกไม้จันทน์”** เพื่อใช้ในงานพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพ ในหลวงรัชกาลที่ 9 ซึ่งได้รับความร่วมมือจากพนักงาน ประดิษฐ์ดอกไม้จันทน์ได้ทั้งหมด 4,007 ดอก ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายและน่านำส่งให้กับสำนักงานเขตประเวศ เพื่อใช้ในงานพระราชพิธีต่อไป



HAPPY BODY & HAPPY RELAX

ส่งเสริมให้พนักงานดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน ด้วยการออกกำลังกาย โดยตั้งชมรมกีฬา ฟุตบอล แบดมินตัน ตะกร้อและ ชมรมร้องเพลงคาราโอเกะ จัดบรรยายให้เรื่องความรู้ด้านการดูแลสุขภาพและโภชนาการ โดย นายแพทย์ธีระศักดิ์ ศรีเฉลิม จากโรงพยาบาลศิริรินทร์ รวมถึงการมอบรางวัลพนักงานสุขภาพดีประจำปีและรางวัลผลตรวจสุขภาพประจำปีดีขึ้นจากปีที่ผ่านมา

จัดกิจกรรม **“กินผักผลไม้วันละ 400 กรัม”** ร่วมกับคณะทำงานคุณค่าหลัก **“อยู่ดีมีสุข”** (Well-being) ซึ่งเป็นการให้ให้ความรู้และประโยชน์จากการบริโภคผักผลไม้และสาธิตการทำเมนูอาหารที่มีผักเป็นส่วนประกอบหลัก

จากผลการตรวจสุขภาพประจำปีของพนักงาน พบว่าค่าดัชนีมวลกาย, คลอเรสเตอรอล, ไตรกลีเซอไรด์ ของพนักงานเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงได้จัดโครงการ **“DUO HEALTHY CHALLENGE 2017”** โดยมีพนักงานที่เข้าร่วมโครงการ 66 คน คิดเป็น 20% ของพนักงานทั้งหมด ผลลัพธ์ที่ได้คือ

- พนักงานมีน้ำหนักลดลง 28 คน
- พนักงานมี Cholesterol ลดลง 26 คน
- พนักงานมี Triglyceride ลดลง 9 คน



HAPPY FAMILY

กิจกรรมสร้างความสุข **“Kids Camp : สานสัมพันธ์วันปิดเทอม”** เพื่อให้บุตรหลานของพนักงานได้เรียนรู้ผ่านกิจกรรมโภชนาการต่าง ๆ เรียนรู้เรื่องอาหาร 5 หมู่ การทำอาหารจากผัก 5 สี และสอนให้เด็ก ๆ ได้ทดลองคำนวณน้ำตาลในขนมและเครื่องดื่มต่าง ๆ เพื่อปลูกฝังให้เขาได้เรียนรู้ถึงอันตรายที่แฝงอยู่ในชีวิตประจำวัน และเสริมสร้างนิสัยการไม่กินหวาน พร้อมกับการรู้จักวิธีดูแลรักษาสุขภาพช่องปากที่ถูกวิธี



HAPPY SOCIETY

ส่งเสริมพนักงานให้เกิดจิตอาสาในการช่วยเหลือสังคมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ ผ่านการเข้าร่วมโครงการ Good Society Expo 2017 **“เทศกาลทำดีหัวใจ”** ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ที่เกิดความร่วมมือทุกภาคส่วน ทั้งภาคีภาคสังคมกว่า 80 องค์กร ภาคีภาคธุรกิจกว่า 15 องค์กร และภาคตลาดทุนกว่า 20 องค์กร ร่วมส่งสาร “ทุกคนสามารถแก้ปัญหาสังคมได้” ชวนประชาชนยกระดับการทำดี สู่การลงทุนทางสังคม ที่หวังผลได้มากกว่าการบริจาคเงิน แต่หันมารู้จักลงทุนด้วย ทุนมนุษย์ ทุนความรู้ ทุนเครือข่าย ทุนเวลา ฯลฯ



25 ปี กับสหกรณ์ออมทรัพย์ เติบโตคู่ไปกับการออมของพนักงาน

วิสัยทัศน์อันยาวไกล กับการก่อตั้งสหกรณ์

แนวคิดในการจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทปริเมียร์ เริ่มขึ้นเมื่อปลายปีพุทธศักราช 2532 โดยผู้บริหารระดับสูงของกลุ่มบริษัทปริเมียร์ ดำริที่จะให้จัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ขึ้น เพื่อส่งเสริมให้พนักงานรู้จักการออมทรัพย์ รวมทั้งรู้จักช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในหมู่มวลชนสมาชิก จึงได้มีการศึกษาข้อมูล และเตรียมการด้านต่างๆ อาทิ การจดทะเบียนจัดตั้ง ชื้อบงคับ ตลอดจนบุคลากรที่จะเข้ามารับผิดชอบดำเนินการ

เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2534 สหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทปริเมียร์ ก็ได้รับอนุญาตจากกรมส่งเสริมสหกรณ์ให้จดทะเบียนจัดตั้งขึ้น ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ ปี พ.ศ. 2511 โดยเปิดให้บริการแก่พนักงานในกลุ่มบริษัทปริเมียร์อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2535 โดยได้รับเกียรติจาก ศจ.หิรัญ รติศรี รองประธานกรรมการกลุ่มบริษัทปริเมียร์ เป็นประธานในพิธี

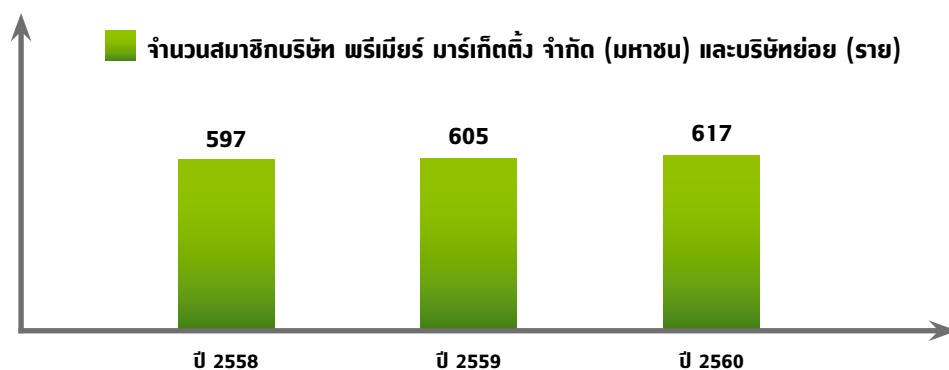
ย่างก้าวต่อมาจนถึงปัจจุบัน

จากสมาชิกเริ่มต้นเพียง 179 คนเท่านั้น แต่ในช่วงเวลาที่ผ่านมา สหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทปริเมียร์ได้เติบโตขึ้นและขยายการให้บริการแก่ชาวปริเมียร์มาโดยตลอด จนถึงวันนี้ 25 ปี สหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทปริเมียร์ มีจำนวนสมาชิกเพิ่มมากขึ้นกว่า 2000 คน ทุนเรือนหุ้นกว่า 500 ล้านบาท ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นเพราะความร่วมมือร่วมใจของชาวปริเมียร์ทุกคนที่เห็นความสำคัญของการออมเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทปริเมียร์

บริษัท ปริเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย กับ 25 ปี สหกรณ์ออมทรัพย์ เติบโตคู่กับการออม

บริษัท ปริเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีความมุ่งมั่นและส่งเสริมให้พนักงานรู้จักการออม การวางแผนการเงิน และการบริหารหนี้สิน เพื่อสร้างความสุขและอนาคตที่มั่นคงหลังการเกษียณอายุการทำงาน โดยปี 2560 พนักงานบริษัท ปริเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย เป็นสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ จำนวนทั้งสิ้น 617 คน คิดเป็น 30.83% ของจำนวนสมาชิกสหกรณ์ทั้งหมดของกลุ่มบริษัทปริเมียร์

จำนวนสมาชิกกับสหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทปริเมียร์



การส่งเสริมด้านความปลอดภัย

อาชีวอนามัย

บริษัทฯ มีความตระหนัก และห่วงใยในชีวิต ทรัพย์สิน และสุขภาพของพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคน ดังนั้น จึงเห็นสมควรให้มีการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความปลอดภัยในการทำงาน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา และพนักงานทุกคน ต้องให้ความร่วมมือปรับปรุง และพัฒนาควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการบริการ อย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายด้านความปลอดภัย

1. อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานต้องเป็นศูนย์
2. อัตราการเกิดอัคคีภัยทุกพื้นที่ต้องเป็นศูนย์

แผนการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

- ตรวจสอบสุขภาพพนักงานประจำปี เพื่อเฝ้าระวังโรคเรื้อรัง และค้นหาสาเหตุของความเจ็บป่วย
- ตรวจสอบความปลอดภัยในพื้นที่ เพื่อเฝ้าระวังและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน
- จัดฝึกอบรมการขับรถอย่างปลอดภัยเชิงป้องกัน และกฎหมายจราจร เพื่อลดสาเหตุและอัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการขับรถ
- ดำเนินการซ้อมหนีภัยประจำปี เพื่อเตรียมความพร้อมกรณีเกิดเหตุอัคคีภัย และลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อชีวิตและทรัพย์สิน
- จัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
- จัดอบรมการขับรถยก (Forklift) อย่างถูกวิธีและปลอดภัย
- จัดอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้กับพนักงาน และหัวหน้างาน

ตารางแสดงสถิติการประสบอันตรายจากการปฏิบัติงานปี 2558 - 2560

สถิติการประสบอันตรายจากการปฏิบัติงาน	ปี 2558 (ราย)	ปี 2559 (ราย)	ปี 2560 (ราย)
อุบัติเหตุ (ราย)	2	6	7
หยุดงาน (ราย)	1	3	3
ไม่ต้องหยุดงาน (ราย)	1	3	4
เสียชีวิต (ราย)	0	0	0

หมายเหตุ : * ข้อมูลสถิติประสบอันตรายจากการปฏิบัติงานจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

** ไม่รวมอุบัติเหตุทางรถยนต์

สำหรับในรอบปี 2560 ที่ผ่านมา บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีอุบัติเหตุจากการทำงานเกิดขึ้น จำนวน 7 ราย แบ่งเป็นหยุดงาน จำนวน 3 ราย และไม่หยุดงาน จำนวน 4 ราย

อุบัติเหตุที่เกิดจากสภาพแวดล้อมไม่ปลอดภัย เป็นจำนวน 6 ราย

เช่น อุปกรณ์ชำรุดแตกหัก, จัดเก็บโดยไม่แยกประเภท, เครื่องมือเป็นโลหะที่มีคมบาด และพื้นที่การปฏิบัติมีน้ำขัง

แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

- จัดทำแผนการฝึกอบรมในขณะปฏิบัติงาน (On The Job Training : OJT) เพื่อรองรับกรณีพนักงานลาหยุดและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานกรณีที่พนักงานปฏิบัติงานทดแทนกันในวันหยุด
- จัดทำสัญลักษณ์เตือนอันตรายเพิ่มเติมให้เพียงพอ
- จัดเก็บอุปกรณ์แยกประเภทชัดเจนเพื่อให้เกิดความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน (5ส.)
- อบรมพนักงานเพื่อทวนสอบจุดอันตรายและเน้นย้ำเรื่องการสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล
- ตรวจสอบพื้นที่การปฏิบัติงานและอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานก่อนปฏิบัติงานจริง
- จัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE) ที่เหมาะสมให้กับพนักงานที่ปฏิบัติงาน

อุบัติเหตุที่เกิดจากการกระทำไม่ปลอดภัย เป็นจำนวน 1 ราย

เช่น ไม่สวมใส่อุปกรณ์ป้องกันในการทำงาน, ไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนการทำงานด้านความปลอดภัย Job Safety Analysis (JSA)

แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

- จัดทำแผนการฝึกอบรมในขณะปฏิบัติงาน (On The Job Training : OJT) เพื่อรองรับกรณีพนักงานลาหยุดและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานกรณีที่พนักงานปฏิบัติงานทดแทนกันในวันหยุด
- จัดทำสัญลักษณ์เตือนอันตรายเพิ่มเติมให้เพียงพอ
- อบรมพนักงานเพื่อทวนสอบจุดอันตราย และจัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
- ทบทวนและทำความเข้าใจถึงขั้นตอนการทำงานที่ต้องใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE)

ภาพกิจกรรมด้านความปลอดภัย



- ฝึกซ้อมดับเพลิงและอพยพหนีไฟ



- อบรม จป.หัวหน้างาน



- จัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกด้านความปลอดภัย





สังคมยั่งยืน SOCIETY

ภายใต้การดำเนินงาน บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ให้ความสำคัญกับการดูแล ส่งเสริม โดยคำนึงถึง ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยในปี 2560 ดำเนินผ่านกิจกรรมและโครงการต่างๆ ดังนี้

- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน
- การใช้ประโยชน์จากการทำน้ำหมักชีวภาพ และ อีเอ็บบอลให้ร่วมกับชุมชน
- โครงการ “โรงอาหารเพื่อน้อง”

การลดผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อม

โครงการจัดการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เพื่อให้เกิดผลผลิตภาพตลอดห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า

วัตถุประสงค์

เพื่อหาโอกาสในการปรับปรุงเพื่อลดการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนตลอดขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจ ตอบสนองกลยุทธ์ในเรื่อง Green Factory และมุ่งเน้นการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมโดยอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

กระแสที่ถูยกย่องระดับความสำคัญทั่วโลก และ ในประเทศไทยเองก็กำลังได้รับการพูดถึงในทุกภาคส่วน คือ Sustainable Development Goals : SDG หรือ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ ที่มองการพัฒนาในมิติของสังคมและสิ่งแวดล้อม เป้าหมายที่สำคัญอันหนึ่งในการสร้างความมั่นคงของทรัพยากรธรรมชาติและยกระดับคุณภาพ สิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการผลิตและการบริโภค ที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการ วางรากฐานเพื่อพัฒนาที่ยั่งยืน

แนวทางในการปฏิบัติ

สำหรับแนวทางในการดำเนินการภายใต้โครงการลดการปล่อยคาร์บอน เพื่อให้เกิดผลผลิตภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน จะมีกิจกรรมในการดำเนินหลัก ๆ ดังนี้

1. การกำหนดนโยบายตลอดจนกำหนดเป้าหมายด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
2. การออกแบบและพัฒนาระบบการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก การจัดทำเอกสาร รายงาน และการทวนสอบบัญชีก๊าซเรือนกระจกขององค์กร
3. ใช้หลักการของ Carbon Footprint เพื่อเป็นแนวทางในการวัดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนออกมาในรูปแบบต้นคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า โดยมีการแบ่งตามขอบเขตการปล่อย คือ
 - ขอบเขตที่ 1 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางตรงขององค์กร
 - ขอบเขตที่ 2 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน เช่น ไฟฟ้า พลังงานไอน้ำ
 - ขอบเขตที่ 3 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางอ้อมอื่น ๆ อาทิ การเดินทางของพนักงาน การใช้กระดาษ การใช้น้ำ ประปา
4. การกำหนดแผนงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในมิติด้านสิ่งแวดล้อม และตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อยกระดับคุณภาพของสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยร่วมมือร่วมใจในการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยความร่วมมือทั้งองค์กร ในการสร้างกลไกการสร้างการมีส่วนร่วม เพื่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้



เปลี่ยนหลอดไฟฟ้า
LED ลดการใช้ไฟฟ้า
11.08% คิดเป็น
39,144 หน่วย

โครงการ โลกสวยด้วยมือเรา

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

โครงการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า

โดยกำหนดเป้าหมายการใช้พลังงานปี 2560 ลดลงจากปี 2559 ร้อยละ 5% ด้วยการเปลี่ยนหลอดไฟฟ้า LED มาใช้ทดแทนหลอดไฟแสงสว่างในอาคาร เพื่อลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า และช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) ตลอดจนเพิ่มอายุการใช้งานหลอดไฟฟ้าอีกด้วย

ในปี 2560 การเปลี่ยนหลอดไฟฟ้า LED ในอาคารสำนักงาน ได้ดำเนินการต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2558 มีผลทำให้ปริมาณการใช้ไฟฟ้า ลดลงร้อยละ 11.08 จากปี 2559 หรือ ปริมาณการใช้ไฟฟ้า ลดลง 39,144 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 205,506 บาท

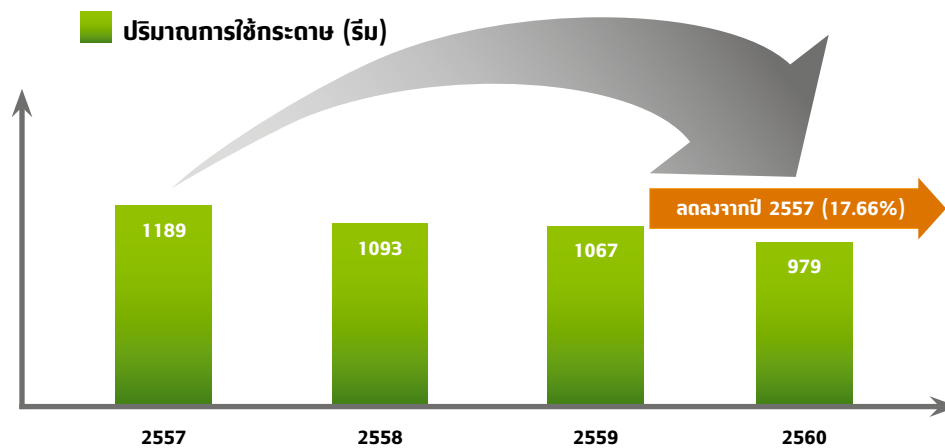
โครงการลดการใช้กระดาษ

โดยกำหนดเป้าหมายการใช้กระดาษปี 2560 ลดลงจากปี 2559 ร้อยละ 5 ด้วยการปรับวิธีการทำงาน เช่น ส่งไฟล์งานที่ต้องใช้อ้างอิงไปจัดเก็บในเซิร์ฟเวอร์แทนการถ่ายสำเนาเอกสารแจก, จัดระบบการนำเอกสารมาใช้ซ้ำ (Reuse)

ผลการดำเนินงานในปี 2559 โดยฝ่ายสำนักงานสามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้ถึง ร้อยละ 27.40 ซึ่งเป็นหน่วยงานตัวอย่างที่ปฏิบัติในโครงการดังกล่าวให้หน่วยงานอื่นได้เห็นถึงสำคัญในการดูแลสิ่งแวดล้อมที่สามารถร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติร่วมกันได้อย่างยั่งยืน

ในปี 2560 ผลการดำเนินงานตามมาตรการดังกล่าวตั้งแต่เดือน มกราคม ถึง ธันวาคม 2560 พบว่าภาพรวมการใช้กระดาษของทั้งบริษัท สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้ ร้อยละ 8.25 หรือลดลงจำนวน 88 รีม (44,000 แผ่น) คิดเป็นมูลค่า 7,832 บาท สามารถลดการตัดต้นไม้ได้ 5 ต้น (85 รีม) และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) ได้ 840 Kgs

ปริมาณการใช้กระดาษ (รีม)



ทั้งนี้บริษัทย่อย (บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัด) ได้เข้าร่วมโครงการของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ภายใต้ชื่อโครงการ **“การจัดการลดการปล่อยคาร์บอน เพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย หรือ Supply Chain De-carbonization”** และยังเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างความตระหนัก ในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยโครงการนี้ได้รับการสนับสนุนทั้งในการดำเนินงาน และงบประมาณจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

สำหรับแผนงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน ทางบริษัทฯ ได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญให้ดำเนินการด้านการลดการปล่อยคาร์บอน โดยแบ่งเป็นแผนปรับปรุง 2 กลุ่มได้แก่

กลุ่มที่ 1 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางตรงขององค์กร

หัวข้อที่บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุง ได้แก่

- ลดของเสียจากการซอยเส้นปลาผิขนาดที่เครื่องซอย
- ลดความหนาของโหลที่ใช้บรรจุของผลิตภัณฑ์
- ลดความยาวของโหลที่ใช้บรรจุของผลิตภัณฑ์
- ยกเลิกการใช้ถุงโหลสำหรับช่องทางที่จัดจำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่
- ลดความหนาของกระดาษผลิตภัณฑ์รุ่นแผงแขวน
- ลดการใช้ถุงพลาสติกโพลีเอทิลีน (Polyethylene : PE) ในการบรรจุผลิตภัณฑ์ในระหว่างกระบวนการผลิต
- ยกเลิกการใช้รถโฟล์คลิฟท์แบบเติมน้ำมันเป็นรถไฟฟ้าแทน

กลุ่มที่ 2 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน

หัวข้อที่บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุง ได้แก่

- การเปลี่ยนหลอดไฟฟ้าแสงสว่างจากหลอดฟลูออเรสเซนต์เป็นหลอด LED ประหยัดพลังงาน
- การตรวจเช็คและทำความสะอาดคอนเดนเซอร์เครื่องปรับอากาศ
- การเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศจากระบบแยกส่วนติดตั้ง (Split Type) มาเป็นแบบเครื่องส่งลมเย็นแบบรวมศูนย์ (Air Handling Unit - AHU)

เป้าหมาย (KPI)

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงขององค์กร 50%

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนได้ 380 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า หรือคิดเป็น 71%

ส่วนประโยชน์อีกด้านหนึ่งคือการเข้ามามีส่วนร่วมของคู่ค้าในการปรับปรุงเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยแผนงานบางส่วน เช่น การปรับเปลี่ยนความหนาและความยาวของบรรจุภัณฑ์ บริษัทได้รับการสนับสนุนในการปรับปรุงจากผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ทั้งในด้านการออกแบบและการปรับเปลี่ยนสเปคที่เหมาะสม โดยยังคงไว้ในเรื่องของคุณภาพในการใช้งาน อีกทั้งบริษัทได้พัฒนาและส่งเสริมบุคลากร ให้ตระหนักถึง ผลจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ช่วยกันค้นหามาตรการเพื่อลดก๊าซเรือนกระจก พร้อมทำอย่างต่อเนื่อง สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร

การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างยั่งยืน

โครงการ การนำน้ำทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์

วัตถุประสงค์

เพื่อนำน้ำเสียที่ผ่านกระบวนการบำบัดทางชีวภาพกลับมาใช้ซ้ำในโรงงาน และลดปริมาณการใช้น้ำประปา

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

บริษัทย่อย (บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด) ประกอบกิจการผลิตอาหารสำเร็จรูป มีการใช้น้ำในกระบวนการผลิตเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีการนำไปใช้ดับจับฝุ่นละอองที่เกิดจากการเผาไหม้ของหม้อไอน้ำ (Boiler) ที่ทำหน้าที่เป็นแหล่งกำเนิดพลังงานของโรงงาน ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการใช้ทรัพยากรน้ำให้เกิดความคุ้มค่าและยั่งยืน โดยการนำน้ำที่ผ่านกระบวนการบำบัดน้ำเสียทางชีวภาพกลับมาใช้ซ้ำ อีกทั้งยังสามารถลดค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำประปาอีกด้วย

แนวทางในการปฏิบัติ

บริษัทมีการดักจับฝุ่นละอองที่เกิดจากการเผาไหม้ของหม้อไอน้ำ (Boiler) เป็นแหล่งกำเนิดพลังงานเพื่อใช้ในการผลิตไอน้ำส่งให้กระบวนการผลิต ซึ่งในกระบวนการดังกล่าวอาจส่งผลให้เกิดมลภาวะ ฝุ่นละออง หรือเขม่า โดยก่อนจะปล่อยอากาศออกสู่สิ่งแวดล้อมต้องผ่านกระบวนการบำบัดคือชุดมัลติโคลน ชุดไซโคลนเวสสคลับเบิล ซึ่งในชุดเวสสคลับเบิล (Wet Scrubber) นั้นใช้น้ำสเปรย์ดักจับฝุ่นละออง เดิมใช้น้ำประปา 80 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน ทางบริษัทฯ จึงได้นำน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัดซึ่งพักอยู่ในบ่อปรับสภาพสุดท้าย โดยการใช้ปั๊มสูบน้ำจากบ่อดังกล่าวส่งผ่านท่อกลับมาใช้ในชุดเวสสคลับเบิล อีกทั้งยังนำกลับมาใช้รดน้ำต้นไม้และล้างพื้นบริเวณด้านหน้าโรงงานโดยในอนาคตจะมีการพัฒนาเพื่อนำไปใช้ในส่วนอื่น ๆ ต่อไป

เป้าหมาย (KPI)

นำน้ำทิ้งหลังบำบัดกลับมาใช้ วันละ 60 ลูกบาศก์เมตร

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

สามารถนำน้ำทิ้งหลังบำบัดกลับมาใช้ได้ วันละ 60 ลูกบาศก์เมตร



- ภาพบ่อน้ำที่หลังบำบัดระบบบำบัดน้ำเสีย



- ชุดถังเวสสคลิบเบิลดักฝุ่นบอยเลอร์ใช้น้ำจากน้ำที่ระบบบำบัดน้ำเสียวันละ 60 M3

การใช้ประโยชน์จากการทำน้ำหมักชีวภาพและอีเอ็มบอล ร่วมกับชุมชน

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ความรู้ในการ และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

การนำวัสดุที่ไม่ใช้แล้วมาใช้ประโยชน์ถือเป็นการช่วยลดปัญหาวิกฤตขยะล้นโลก ตัวอย่างเช่น เศษผัก ผลไม้ ที่รับประทานไม่หมด หรือเหลือทิ้งจากการค้าขาย สามารถนำมาหมักเป็นน้ำหมักชีวภาพ ใช้สำหรับเป็นปุ๋ยในการปลูกผัก หรือต้นไม้ต่างๆ ซึ่งเป็นการลดค่าใช้จ่ายจากการใช้ปุ๋ยเคมี อีกทั้งยังได้รับประทานผัก ผลไม้ ที่ปลอดสารพิษอีกด้วย โดยเป็นการใช้ประโยชน์จากกลุ่มจุลินทรีย์ที่มีความสามารถในการย่อยสลายสารอินทรีย์หลายชนิด (EM หรือ Effective Microorganisms) ซึ่งถูกนำมาใช้ประโยชน์อย่างหลากหลาย ทางด้านการเกษตร อีกทั้งในด้านสิ่งแวดล้อมยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นอีเอ็มบอลสำหรับบำบัดน้ำเสีย ซึ่งต้องใช้ ชนิด ปริมาณ และ ความสามารถของจุลินทรีย์ที่มาทำเป็นอีเอ็มบอลอย่างเหมาะสม ถือเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน

แนวทางในการปฏิบัติ

บริษัทย่อย (บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด) ได้ร่วมกับเกษตรอำเภอบางบ่อจัดฝึกอบรมเรื่องการทำน้ำหมักชีวภาพ และการทำอีเอ็มบอล ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ให้กับตัวแทนชุมชนบางบ่อ และพนักงานของบริษัทฯ โดยใช้ เศษหัวหนังกุ้ง ก้าง ไข่ ซึ่งเป็นวัสดุที่ไม่ใช้แล้วจากกระบวนการผลิต และเศษผักเหลือทิ้งจากชุมชน มาเป็นแหล่งอาหารให้กับจุลินทรีย์ โดยในส่วนของชุมชนได้มีการนำอีเอ็มบอลไปใช้ในการบำบัดน้ำเสียของหมู่บ้าน และนำน้ำหมักชีวภาพไปใช้เป็นปุ๋ยสำหรับการปลูกผัก และต้นไม้ ในส่วนของพนักงานบริษัทฯ ได้มีการนำความรู้ไปเผยแพร่ต่อให้กับนักเรียนโรงเรียนวัดโคธารามในการทำน้ำหมักชีวภาพ เพื่อใช้เป็นปุ๋ยในการปลูกผัก ปลอดสารพิษ โดยนำผักที่ได้มาทำเป็นอาหารกลางวันให้กับนักเรียนได้รับประทานต่อไป

เป้าหมาย (KPI)

1. ฝึกอบรมจำนวน 2 ครั้ง
2. นำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์อย่างน้อย 2 กิจกรรม

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

1. ฝึกอบรมจำนวน 2 ครั้ง คือ

- อบรมเรื่องการทำน้ำหมักชีวภาพ และการทำอีเอ็มบอล ให้กับชุมชนและพนักงานบริษัทฯ ณ. เกษตรอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ
- อบรมเรื่องการทำน้ำหมักชีวภาพ และการปลูกผักกึ่ง ให้กับนักเรียนโรงเรียนวัดโคธาราม ณ. โรงเรียนวัดโคธาราม อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

2. นำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ 2 กิจกรรม คือ

- แปลงผักปลอดสารพิษ ณ.โรงเรียนวัดโคธาราม
- อาหารกลางวันสำหรับนักเรียน ณ.โรงเรียนวัดโคธาราม
- การใช้อีเอ็มบอลบำบัดน้ำเสีย ณ.หมู่บ้านกัลปพฤกษ์ อำเภอบางบ่อ จังหวัด สมุทรปราการ



• อบรมเรื่องการทำน้ำหมักชีวภาพ และการทำเอเอ็มบอล ณ. เกษตรอำเภอบางบ่อ



• อบรมเรื่องการทำน้ำหมักชีวภาพ และการปลูกผักบุ้ง ณ.โรงเรียนวัดโคกราราม



- แปลงผักปลอดสารพิษ



- โครงการอาหารกลางวัน



- การใช้ไข่เอนบอลบำบัดน้ำเสีย ณ.หมู่บ้านกิลพพฤกษ์



โครงการ

“โรงอาหารเพื่อน้อง”

บริษัทห่วย (บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัด) ซึ่งได้นำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) ไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ของบริษัทในแต่ละปี โดยพิจารณาโครงการต่าง ๆ จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อมาจัดทำโครงการตามแนวทาง CSR - DIW Continuous ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักก็คือชุมชน โดยร่วมกับชุมชนจัดทำโครงการ **“โรงอาหารเพื่อน้อง”** ตามความสามารถหลัก (Core Competency) ของ บริษัทห่วย (บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัด) ทักษะการบริหารจัดการ สุขลักษณะด้านการผลิตอาหาร โดยโครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อให้คณะครู นักเรียน และผู้ประกอบการโรงอาหาร มีความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการสุขลักษณะที่ดีให้ได้มาตรฐาน
2. เพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางโภชนาการที่ดีให้กับทุกคนในโรงเรียน
3. เพื่อให้คณะครู นักเรียน และผู้ประกอบการในโรงอาหาร ที่เข้าร่วมโครงการนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน

แนวทางการดำเนินโครงการ

- พิจารณาคัดเลือกโรงเรียนในชุมชนที่พนักงานของบริษัทอาศัยอยู่ ปละ 2 โรงเรียน โดยให้พนักงานนำเสนอโรงเรียนเข้ามา และมีคณะกรรมการที่เป็นตัวแทนพนักงานร่วมสำรวจโรงเรียนและทำการคัดเลือก
- จัดสรรงบประมาณ โรงเรียนละ 100,000 บาท รวมปละ 200,000 บาท
- จัดทำหลักสูตรสุขลักษณะที่ดีในการปรุงอาหารให้ได้มาตรฐาน (Clean Food Good Taste) โดยใช้มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข เพื่อใช้สอนครูที่ดูแลโรงอาหาร และแม่ครัวหรือผู้ประกอบการในโรงอาหาร

โดยในปี 2560 ได้จัดทำโครงการโรงอาหารเพื่อน้อง 2 โรงเรียน ได้แก่โรงเรียนบ้านราษฎร์เจริญ และโรงเรียนบ้านแก่งดินสอ ซึ่งนอกจากการสานเสวนากับคณะกรรมการศึกษาของโรงเรียนเพื่อพิจารณาความต้องการของโรงเรียนแล้ว ยังได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงานทั้ง องค์การบริหารส่วนตำบลแก่งดินสอ / คู่ค้า / พนักงาน และได้ทำการส่งมอบโรงอาหารที่ทำการปรับปรุง ให้กับทั้ง 2 โรงเรียน รวมทั้งได้อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสุขลักษณะที่ดีในการปรุงอาหารให้กับทั้ง 2 โรงเรียนด้วย

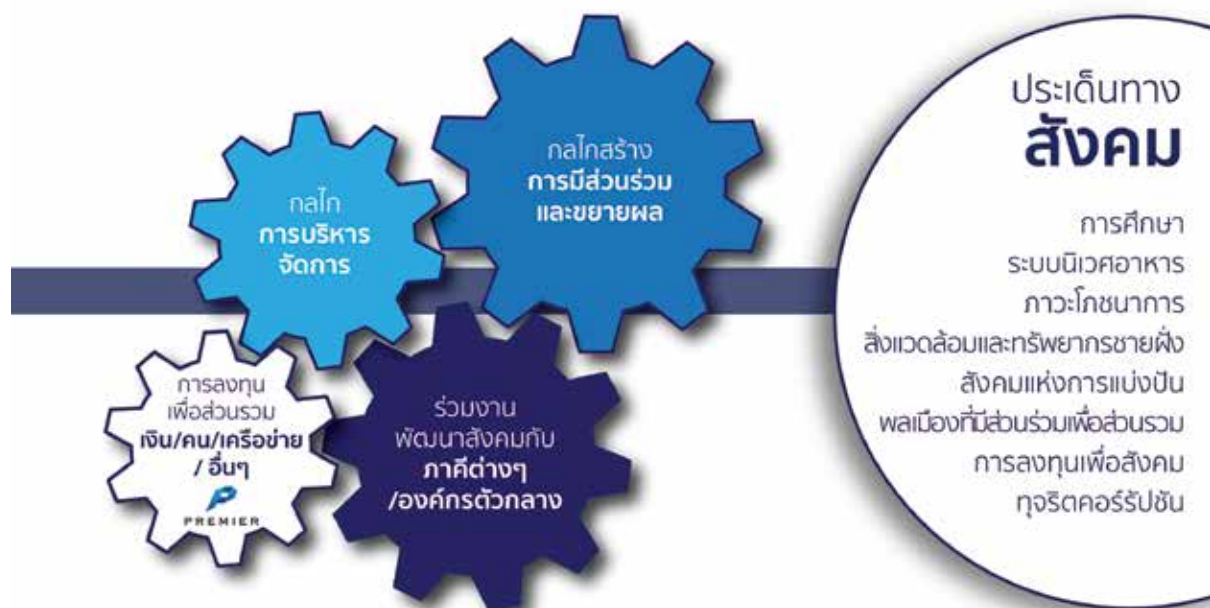


การสร้างระบบนิเวศ เพื่อความยั่งยืน

ที่กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ นอกจากการดำเนินธุรกิจตามปรัชญา **“ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน”** แล้ว เรายังเชื่อว่า ความสำเร็จอย่างยั่งยืนต้องอาศัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย ดังนั้นเราจึงให้ความสำคัญกับการสร้างระบบนิเวศเพื่อความยั่งยืนผ่านการสร้างการมีส่วนร่วมและการลงมือทำในหมู่พนักงาน คู่ค้า ลูกค้าและพันธมิตรที่หลากหลาย เพื่อก่อเกิดเป็น ระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและควบคู่กับการพัฒนาสังคมในระยะยาว

และด้วยตระหนักว่าการจะบรรลุเป้าหมายในการสร้างความยั่งยืน ต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ ซึ่งไม่สามารถเกิดขึ้นได้ด้วยการทำงานขององค์กรใดเพียงองค์กรเดียว เราต้องอาศัยความมุ่งมั่นตั้งใจการร่วมแรงร่วมใจจากทุกฝ่ายในสังคม เราจำเป็นต้องมี **“กลไกการสร้างการมีส่วนร่วมและขยายผล”** (Collaborative Platform for Impact) ที่จะสามารถช่วยแก้ปัญหาสังคมได้อย่างทวิคูณ สามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้คนจำนวนมากได้ไม่จำกัดจำนวน บริษัทและกลุ่มบริษัทพรีเมียร์จึงได้สร้าง **“กลไกการบริหารจัดการ”** ผ่าน **“หน่วยงานพัฒนาความยั่งยืนของสังคม”** เพื่อทำงานเกี่ยวเนื่องกับประเด็นทางสังคมที่สำคัญ ได้แก่ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน สิ่งแวดล้อม และความอยู่ดีมีสุขของคนไทย โดยดำเนินงานภายใต้ มูลนิธียูวพัฒน์ มูลนิธิเอนโอฟ มูลนิธิเพื่อคนไทยและโครงการปันกัน

หลักการและกลไกการพัฒนาความยั่งยืนเพื่อสังคมของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์



บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาสังคมนี้โดยการสนับสนุนและร่วมดำเนินการกับมูลนิธิเหล่านี้อย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งจัดสรรงบประมาณในการนี้เท่ากับ ร้อยละ 5 ของผลกำไรประจำปี อีกทั้งยังร่วมการดำเนินงานของมูลนิธิดังกล่าวด้วยความรู้ ความชำนาญของบุคลากรในบริษัท รวมทั้งชักชวนเครือข่ายทางธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ให้มีส่วนร่วมในการทำงานของมูลนิธิ เพื่อขยายผลลัพธ์ทางสังคมให้ใหญ่ขึ้น

ปัจจุบันบริษัทฯ และกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ได้เรียนรู้และจัดกระบวนการความรู้ของการสร้างการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบออกเป็น 3 ขั้นตอนด้วยกัน

Entice	ขั้นตอนการเชิญชวน การสร้างสนใจให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วม
Engage	ขั้นตอนของการมีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติ
Empower	ขั้นตอนการสร้างเสริมความแข็งแกร่งให้กับผู้ลงมือปฏิบัติให้สามารถแก้ปัญหา สังคมผ่านกลไกนั้นได้อย่างยั่งยืน



นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างของเครื่องมือการลงทุนเพื่อสร้างผลกระทบเพื่อสังคม (Impact Investment) ที่บริษัทฯ ได้มีส่วนร่วมสนับสนุน โดยผ่านความร่วมมือของมูลนิธิเพื่อคนไทยกับภาคตลาดทุนและตลาดการเงิน จัดตั้งกองทุนธรรมาภิบาลไทย กองทุนที่มุ่งสร้างค่านิยมในการลงทุนเพื่อพัฒนาระบบธรรมาภิบาลของบริษัทไทย โดยกองทุนเหล่านี้จะเลือกลงทุนเฉพาะในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีคุณสมบัติการกำกับกิจการที่ดี กองทุนนี้ยังเป็นแบบอย่างของความร่วมมือระหว่างองค์กร เพื่อลงมือทำและคาดหวังผลลัพธ์ขยายใหญ่ที่สร้างคุณค่าต่อสังคม โดยสถาบันในความร่วมมือนี้ประกอบด้วย **“สภาธุรกิจตลาดทุนไทย”** และ **“บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน”** 11 องค์กรจาก 22 บริษัทในอุตสาหกรรมกองทุนรวม ซึ่งมีมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (NAV) ภายใต้การบริหารรวมกันมากถึง 90% ของมูลค่าสินทรัพย์รวมทั้งอุตสาหกรรม ร่วมกับ มูลนิธิเพื่อคนไทย สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย และ บริษัท เซ็นจ์ เวนเจอร์ จำกัด

และอีกหนึ่งโครงการที่เป็นตัวอย่างของความร่วมมือในการต่อสู้กับการทุจริตคอร์รัปชันในสังคมไทย ที่บริษัทฯ ได้ให้การสนับสนุนผ่านการดำเนินงานของมูลนิธิเพื่อคนไทยคือ คือ โครงการร้อยพลังเด็กและเยาวชนต่อต้านคอร์รัปชัน โครงการที่มุ่งพัฒนาให้เยาวชนของชาติเป็น **“พลเมืองที่ปฏิเสธและไม่เพิกเฉยต่อการทุจริต”** พร้อมกับเป็น **“ผู้ลงมือทำ”** ร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งการปลูกฝัง ป้องกัน เปิดโปง และร่วมกันยกระดับมาตรฐานระบบธรรมาภิบาลให้กับประเทศไทย โดยเป็นการทำงานร่วมกันขององค์กรตัวกลางผู้พัฒนาเด็กและเยาวชน องค์กรวิชาการ องค์กรผู้ผลิตเครื่องมือหรือกลไกความร่วมมือที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนหลักล้านคน รวมทั้ง องค์กรภาคีที่เข้าถึงกลุ่มเด็กและเยาวชนในระบบการศึกษา

ทั้งหมดนี้เป็นเพียงตัวอย่าง **“กลไกการบริหารจัดการและกลไกการสร้างการมีส่วนร่วม”** ที่บริษัทฯ และกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ได้พัฒนาขึ้น และเรายังคงทำงานอย่างต่อเนื่องในการสร้างความยั่งยืนแก่สังคมตามแนวปรัชญาของกลุ่มบริษัทต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง และหวังว่าองค์กรความรู้จะเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ในการสร้างการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบและการทำงานเพื่อสร้างความยั่งยืนในสังคมต่อไป



มูลนิธิยุวพัฒน์
YUVABHADHANA FOUNDATION

ให้อนาคตกับผู้เป็นอนาคตของประเทศ

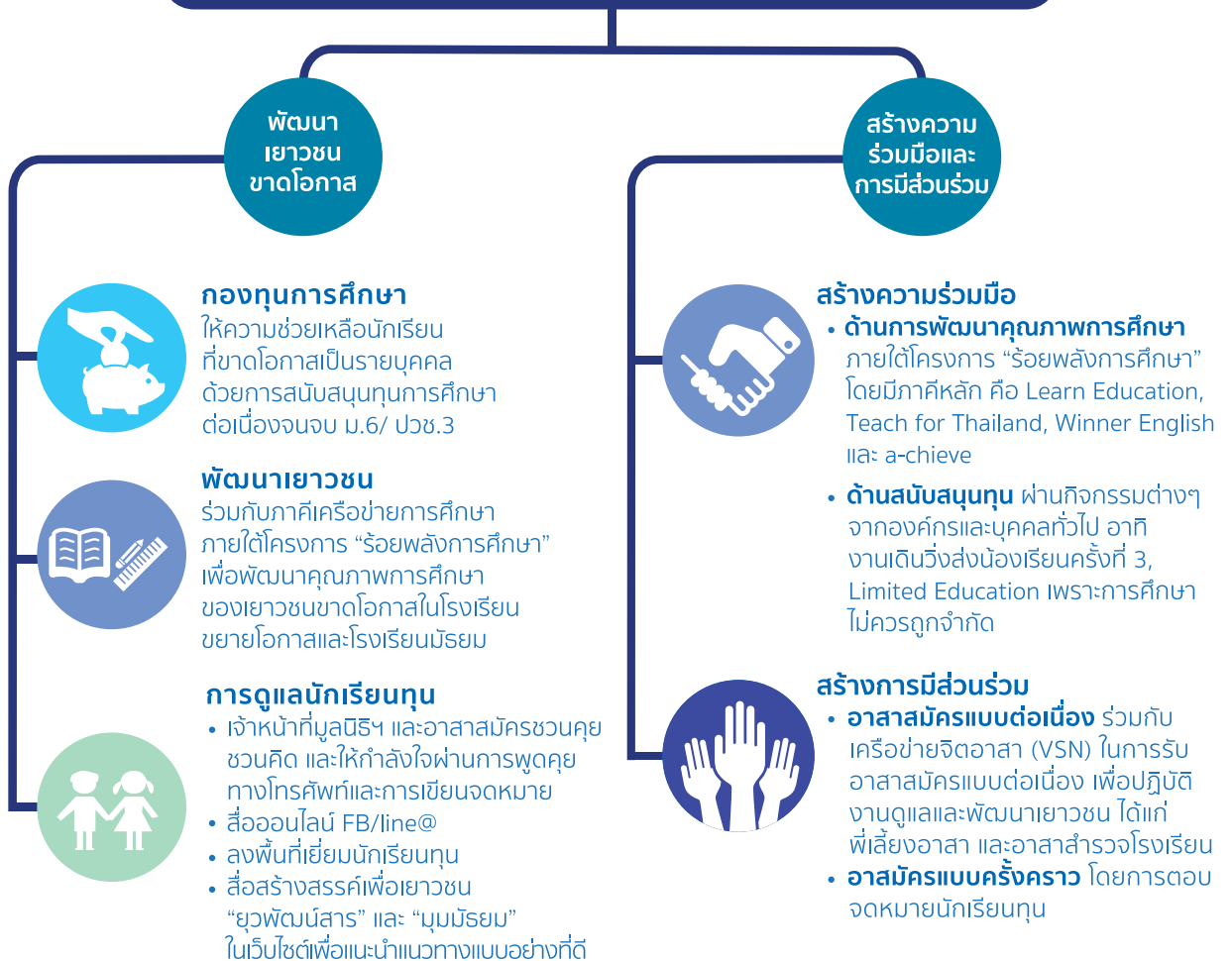
วิสัยทัศน์

เพื่อให้เด็กที่ขาดโอกาสได้รับโอกาสทางการศึกษาอย่างเท่าเทียมและมีคุณภาพ รวมถึงการได้รับการปลูกฝังในทางที่ดี มีทางเลือกสำหรับชีวิตในอนาคต สามารถดูแลตนเองและครอบครัวได้และเติบโตเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของสังคม

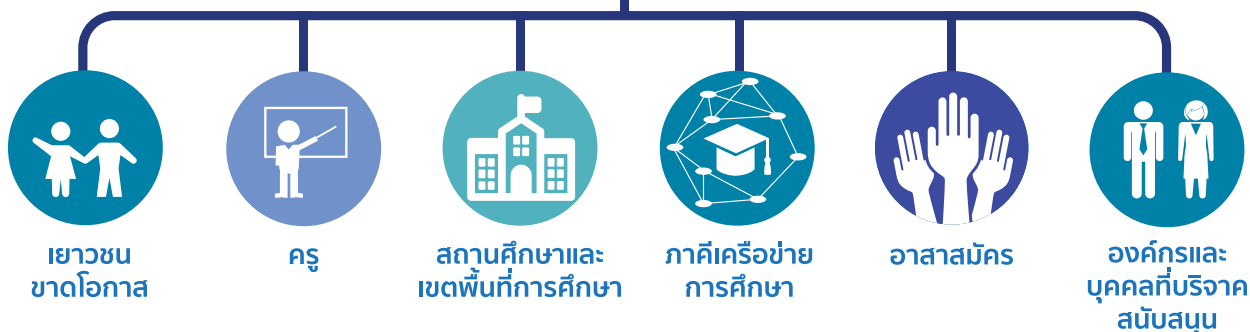
พันธกิจ

- ให้อย่างน้อยหนึ่งคนในครอบครัวมีโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ
- สร้างความร่วมมือของโรงเรียนและผู้ปกครอง ผู้มีความสำคัญในการที่จะกระตุ้นและส่งเสริมให้เด็กได้เรียนและอยู่ในระบบจนจบการศึกษาขั้นพื้นฐาน
- ระดมความร่วมมือกับองค์กรภาคีเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อในสังคมได้มากขึ้น
- เปิดโอกาสให้คนในสังคมได้มีส่วนร่วมในการช่วยคลี่คลายปัญหาทางการศึกษา

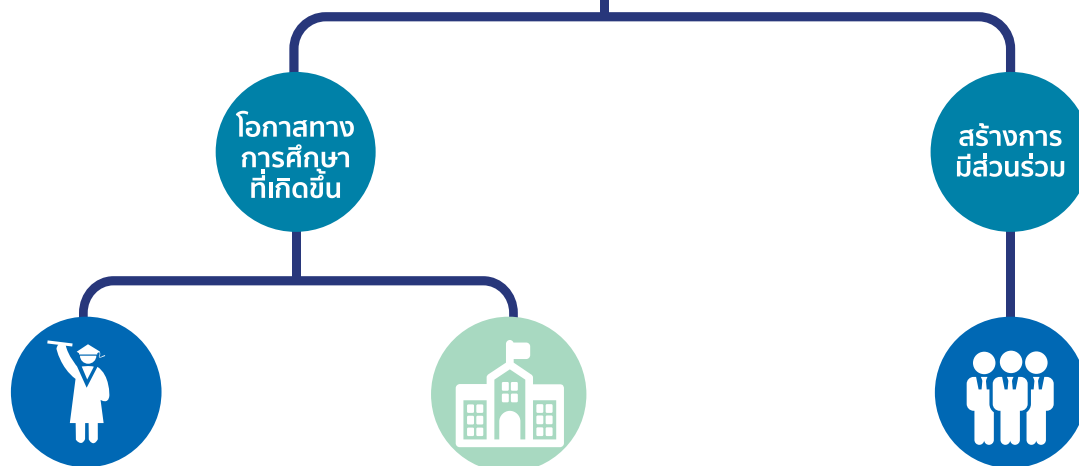
ภาพรวมการพัฒนาเยาวชนและการสร้างความร่วมมือ



ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ผลลัพธ์



ระดับรายบุคคล

- มีนักเรียนทุนที่จบการศึกษา ตั้งแต่ ปี 2535 - มีนาคม 2560 จำนวน **5,164** คน
- ปี 2560 มีจำนวนนักเรียนขาดโอกาสในความดูแล จำนวน **6,102** คน
- ในจำนวนนี้กำลังจะจบการศึกษาในเดือนมีนาคม 2561 จำนวน **345** คน
- รวมมีเยาวชนขาดโอกาสที่ได้รับทุนการศึกษาทั้งหมดกว่า **11,000** คน

ระดับโรงเรียน

- จากโครงการ “ร้อยพลังการศึกษา” มีโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการรวม **52** โรงเรียน ใน **26** จังหวัด มีนักเรียนที่ได้รับประโยชน์กว่า **14,000** คน โดยมีจำนวนโรงเรียนและนักเรียนที่ใช้เครื่องมือเพื่อพัฒนาคุณภาพการสอนต่างๆ ดังนี้
 - ห้องเรียนคณิตดิจิทัล (เลิร์น เอ็ดดูเคชั่น) จำนวน **50** โรงเรียน นักเรียน **13,656** คน
 - ครูผู้นำการเปลี่ยนแปลง (ทีช ฟอว์ ไทยแลนด์) จำนวน **8** โรงเรียน นักเรียน **1,593** คน
 - เรียนภาษาอังกฤษระบบ E-Learning (วินเนอร์ อังกฤษ) จำนวน **2** โรงเรียน นักเรียน **630** คน
 - แผนะแนวอาชีพการรู้จักตนเอง (a-chieve) จำนวน **1** โรงเรียน นักเรียน **54** คน
 - ทุนการศึกษา (มูลนิธิยุวพัฒน์) จำนวน **45** โรงเรียน นักเรียน **388** คน

องค์กร/บุคคลทั่วไป

- ร่วมสนับสนุนทุนการศึกษา **9.5** ล้านบาท
- ระดมทุนจากบุคคลทั่วไปเพื่อพัฒนาโครงการพัฒนาเยาวชนและ “ร้อยพลังการศึกษา” **3.36** ล้านบาท
- มีส่วนร่วมเพื่อเป็นอาสาสมัครในการขับเคลื่อนงานพัฒนาเพื่อเยาวชนที่ขาดโอกาส
 - อาสาสมัครทำงานต่อเนื่อง **7** รุ่นประมาณ **200** คน
 - อาสาแบบครั้งคราว ประมาณ **190** คน
 - อาสาร่วมจัดทำยูวพัฒน์สาร **27** คน **3** องค์กร

องค์กรสาธารณประโยชน์ที่มุ่งเน้นสร้างกลไกความร่วมมือ (Collaborative Platform) เพื่อให้พลเมืองที่มีส่วนร่วม (Active Citizen) สามารถร่วมลงมือแก้ปัญหาสังคม ผ่านกลไกที่แตกต่างหลากหลาย โดยผสานความร่วมมือกับองค์กรตัวกลาง (Intermediary Organization) ผู้ขับเคลื่อนงานพัฒนาสังคมในประเด็นต่างๆ ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) และเชื่อมต่อทรัพยากรด้านต่างๆ ทั้งที่เป็นทุนมนุษย์ อันหมายถึง อาสาสมัคร ผู้เชี่ยวชาญ และทุนอื่นๆ เช่น ทุนเครือข่าย ทุนความรู้ และทุนเงิน แก่ผู้ลงมือปฏิบัติ (Practitioners) อันนำไปสู่การสร้างผลลัพธ์ทางสังคม

วิสัยทัศน์

"ร่วมสร้างสังคมอยู่ดีมีสุข"

พันธกิจ

- สร้างเครือข่ายพลเมืองที่มีส่วนร่วม (Active Citizen)
- สร้างกลไกการแก้ปัญหาสังคมที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วม (Collaborative Platform)
- พสานทรัพยากรร่วมผ่านกลไกความร่วมมือสู่ผู้รับประโยชน์ (Resources Mobilisation)

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสำคัญ



อาสาสมัคร



นักพัฒนาสังคม



ผู้บริจาค



ผู้รับประโยชน์

กลไกความร่วมมือและผลลัพธ์



นิยาม :

กลไกร้อยเรียงความร่วมมือ เชื่อมต่อทรัพยากร ทุนมนุษย์ ทุนเครือข่าย ทุนเงินและอื่นๆ เพื่อแก้ปัญหาสังคมใน ประเด็นต่างๆ โดยเน้นทำงาน ร่วมกับองค์กรตัวกลาง สำสุดร่วมก่อตั้ง “โครงการ ร้อยพลับการศึกษา” เป้าหมาย ลดความเหลื่อมล้ำ ด้วยการ สร้างโอกาสให้เด็กด้อยโอกาส

ผลลัพธ์ :

ความเข้มแข็งของระบบนิเวศ งานพัฒนาสังคมไทยสะท้อน ได้จากจำนวนผู้รับประโยชน์และ การมีส่วนร่วมของคนในสังคม กลุ่มต่างๆ

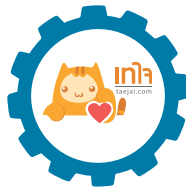


นิยาม :

กลไกสร้างพลเมืองที่มีส่วนร่วม ด้วยการเปิดพื้นที่ให้นำช่องทาง การลงมือทำให้ประชาชนทั่วไป สามารถเข้ามามีส่วนร่วม แก้ปัญหาสังคม โดยการทำงาน ร่วมกับองค์กรภาคสังคมเป็น อาสาสมัคร หรือจะสนับสนุน บริการหรือบริจาคเงินผ่านกลไก การให้ที่มีแนวคิดใหม่ๆ ซึ่งทำได้ กันทั้งในชีวิตประจำวัน

ผลลัพธ์ :

ตลาดนัดพลเมืองที่มีส่วนร่วม หลอมรวมผู้คนทุกภาคส่วน ร่วมสร้างสังคมแห่งการ แบ่งปัน สร้างวัฒนธรรมการให้ อย่างหวงผล เกิดการ เปลี่ยนแปลงในสังคม



นิยาม :

กลไกการระดมทุนออนไลน์ www.taejai.com สำหรับ ประชาชนทั่วไปสามารถ บริจาคเงินผ่านช่องทางเทใจ ร่วมแก้ปัญหาสังคม เลือก ทำดีได้ตามความสนใจ และ สำหรับผู้ให้บริการทางสังคม หรือนักพัฒนาสังคม สามารถ ใช้บริการนำเสนอโครงการ ที่มีคุณสมบัติตรงตาม ข้อกำหนดเพื่อระดมทุน ได้เช่นกัน

ผลลัพธ์ :

สังคมแห่งการแบ่งปัน “เงินบริจาค” จากประชาชน ทั่วไป ร่วมแก้ปัญหาสังคม



นิยาม :

กลไกการลงทุนรูปแบบ “กองทุนรวม” ที่มีจุดเด่นเน้น ลงทุนในหุ้น E-S-G-C โดยมี เป้าหมายสร้างพลังผู้ถือ หน่วยได้มีส่วนแก้ปัญหาสังคม เพราะ “คนไทยใจดี” มีนโยบาย แบ่งเงินของกองทุนผ่านค่า บริหารจัดการจำนวนหนึ่งไป สนับสนุนโครงการเพื่อสังคม ที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกกว่า สามารถขยายผลและมีความ ยั่งยืน

ผลลัพธ์ :

สังคมแห่งการแบ่งปัน “เงิน บริจาค” จากนักลงทุนหรือ ผู้ถือหน่วยร้อยละ 0.8 ของ กองทุนนี้ร่วมแก้ปัญหาสังคม

หมายเหตุ:

- * กลไก “Good Society Expo เทศกาลทำดี หัวใจพล” เกิดจากความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายที่มุ่งเน้นงานพัฒนาความยั่งยืนทุกภาคส่วน ประกอบด้วย ภาคีภาคสังคม ภาคธุรกิจ และภาครัฐ มีจุดเริ่มต้นจากความร่วมมือระหว่างมูลนิธิเพื่อคนไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ (สสส.) และศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจย่านราชประสงค์ มาตั้งแต่การริเริ่มงาน “คนไทยขอมือหน่อย” ครั้งแรกเมื่อปี 2556 ก่อนขยายวงสู่ความร่วมมือที่กว้างขึ้นและลึกซึ้งในงานนี้
- ** กลไกเทใจ เป็นความร่วมมือของมูลนิธิเพื่อคนไทยกับสถาบันเซ็นทรัลเวิลด์ ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
- *** กลไกกองทุนรวมคนไทยใจดี เป็นความร่วมมือของมูลนิธิเพื่อคนไทยกับบล.บัวหลวง และสถาบันเซ็นทรัลเวิลด์

ผลลัพธ์เชิงปริมาณ

ตลอดปี 2560 กลไกความร่วมมือทั้งหมดสามารถสร้างผลทางสังคมดังนี้

ผู้รับประโยชน์

229,356 คน

ภาค
กลุ่มเป้าหมาย

229 องค์กร
/ โครงการ

พลเมือง
ที่มีส่วนร่วม

14,076 คน
/ องค์กร

อาสาสมัคร

2, 395 คน



เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวกันของสิ่งแวดล้อมและมนุษย์

วิสัยทัศน์

สร้างระบบนิเวศที่ยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และสร้างองค์ความรู้ระบบนิเวศอย่างเป็นวิชาการ เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ท้องถิ่น และชุมชน โดยการเชื่อมโยงและสร้างภาคีเครือข่าย

พันธกิจ

- ส่งเสริม สนับสนุน และปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ป่าพุทธรักษาธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น
- ประสานให้เกิดการวางแผนการบริหารจัดการร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนภาครัฐ ท้องถิ่น และชุมชนเพื่อการดูแลฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- กระตุ้นให้มีการสร้างเครือข่ายในชุมชน เพื่อการดูแล ฟื้นฟู อนุรักษ์ ป่าพุทธรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น
- ให้องค์ความรู้ ในเรื่องการดูแลทรัพยากรแก่ชุมชน เยาวชนในท้องถิ่น เพื่อสานต่อในเรื่องการดูแล และการอนุรักษ์

ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย



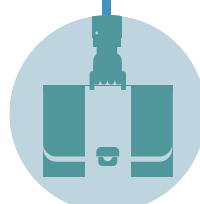
เยาวชนในท้องถิ่น



ชุมชน



นักท่องเที่ยว

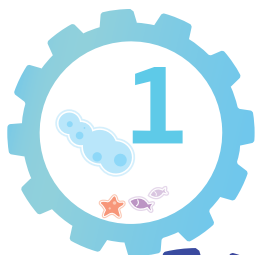


ผู้ประกอบการ



ภาครัฐ

กลไกการดำเนินงาน



การปลูกจิตสำนึกให้ความรู้ในเรื่องระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติ

- โครงการส่งเสริมการบริหารจัดการร่วมด้านทรัพยากรชายฝั่งและสิ่งแวดล้อมทะเลอันดามัน ซึ่งเป็นการอนุรักษ์พันธุ์หอยชักตีน โดยการสร้างแปลงอนุรักษ์ ที่บริเวณเกาะศรีบอยา จังหวัดกระบี่



การใช้กระบวนการจัดการเป็นกลไก เพื่อการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้มีความสมบูรณ์

- โครงการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทรัพยากรชายฝั่งจังหวัดกระบี่ เป็นการสร้างความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาการจัดการทรัพยากรชายฝั่ง ที่บ้านรำหมาด ตำบลเกาะกลาง อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ โดยเน้นการจัดการทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อม โดยนำองค์ความรู้ตามแนวพระราชดำริหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในภาคการเกษตร และชนบท ในมิติด้านสิ่งแวดล้อมและมีมิติด้านการเกษตรเรื่องประมงชายฝั่ง
- กิจกรรมฟื้นฟูและติดตามการฟื้นตัวของป่าชายเลน โดยได้นำเยาวชนในท้องถิ่นร่วมปลูก ต้นแสม เพื่อเพิ่มพื้นที่ป่าชายเลนให้เป็นแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำและแนวป้องกันกัดเซาะ ที่บริเวณ แหลมสน ตำบลคลองประสงค์ อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่



การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

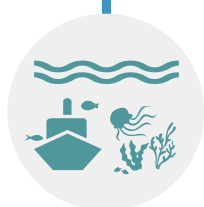
- โครงการตอบแทนคุณระบบนิเวศ บนพื้นที่แหลมพระนาง-ไร่ไธ โดยการบริหารจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในบริเวณแหลมพระนาง-ไร่ไธ ให้เกิดความสมดุล โดยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน
- โครงการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยได้จัดเทศกาลกีฬาทางน้ำจังหวัดกระบี่ และกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการกีฬาเรือพายเยาวชนจังหวัดกระบี่ เพื่อปลูกจิตสำนึกให้เยาวชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมกันดูแล รักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ผลลัพธ์การดำเนินงานปี 2560



การสร้าง การมีส่วนร่วม

- สร้างเครือข่ายในระดับ ชุมชนได้มากกว่า 5 ชุมชน และเยาวชน กว่า 100 คน
- ประสานความร่วมมือ ระหว่างภาครัฐและ ผู้ประกอบการ
- สร้างกลุ่มภาคีเครือข่าย ในส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในภาครัฐ องค์กรและ ผู้ประกอบการ



ดูแล พื้นฟูระบบนิเวศ ให้มีความสมบูรณ์

- เพิ่มพื้นที่ป่าชายเลน ได้มากขึ้นโดยได้รับการ สนับสนุนพื้นที่จากองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น
- กำหนดเขตพื้นที่บริหาร จัดการทรัพยากร หอยชักตีน โดยร่วมกับ ชุมชนบนเกาะศรีบอยา จังหวัดกระบี่ เพิ่มมากขึ้น



สร้างโอกาสทางการศึกษา และสร้างงาน

- เยาวชนพื้นที่จังหวัดกระบี่ ได้มีโอกาสเข้ารับทุน การศึกษาในระดับ อุดมศึกษามากกว่า 20%
- เยาวชนจังหวัดกระบี่ สามารถนำทักษะของการ พายเรือคายัคไปประกอบ อาชีพได้ในอนาคต



ส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน

- มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ในโครงการตอบแทน คุณระบบนิเวศ บนพื้นที่ แหลมพระนาง-ไร่ไธ มากกว่า 50 ราย



สร้าง...สังคมแห่งการแบ่งปัน

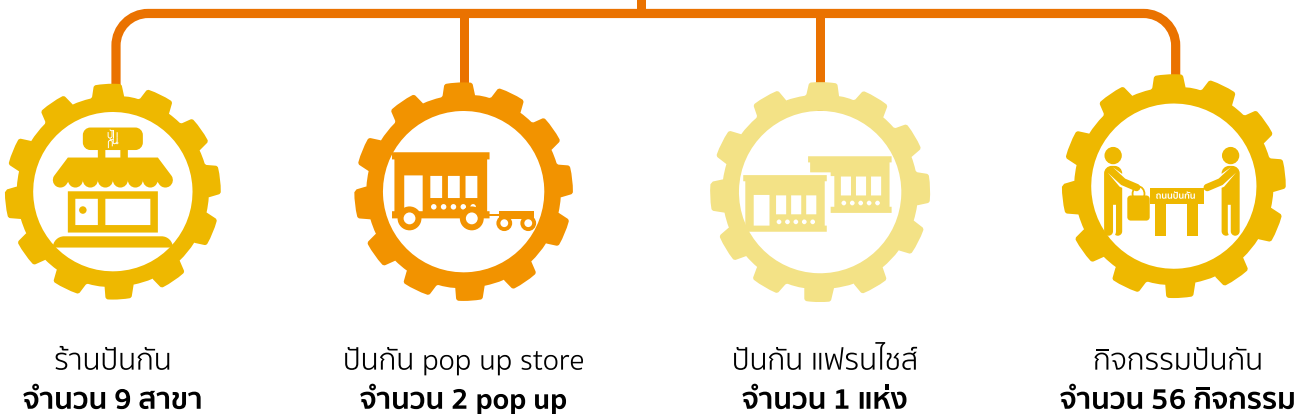
วิสัยทัศน์

ร้านปันกัน โครงการภายใต้การดำเนินงานของมูลนิธิยุวพัฒน์ เพื่อการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในสังคม ที่ช่วยเหลือและมอบโอกาสทางการศึกษาให้กับเยาวชนไทยในรูปแบบของธุรกิจเพื่อสังคม

พันธกิจ

- ขยาย “สังคมแห่งการแบ่งปัน” สร้างเครือข่ายนักปันและปันกันอาสาในทุกองค์กรและบุคคลทั่วไป
- ให้โอกาสทางการศึกษาแก่เด็กขาดโอกาส
- พัฒนารูปแบบการระดมทุนที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำไปเป็นต้นแบบในการระดมทุนเพื่อช่วยเหลือองค์กร/มูลนิธิเพื่อสังคมได้อย่างยั่งยืน
- ส่งเสริมการรักษาสิ่งแวดล้อม ลดขยะ ลดการบริโภค สร้างคุณค่าของสิ่งของเหลือใช้ให้กลับมามีประโยชน์อีกครั้ง

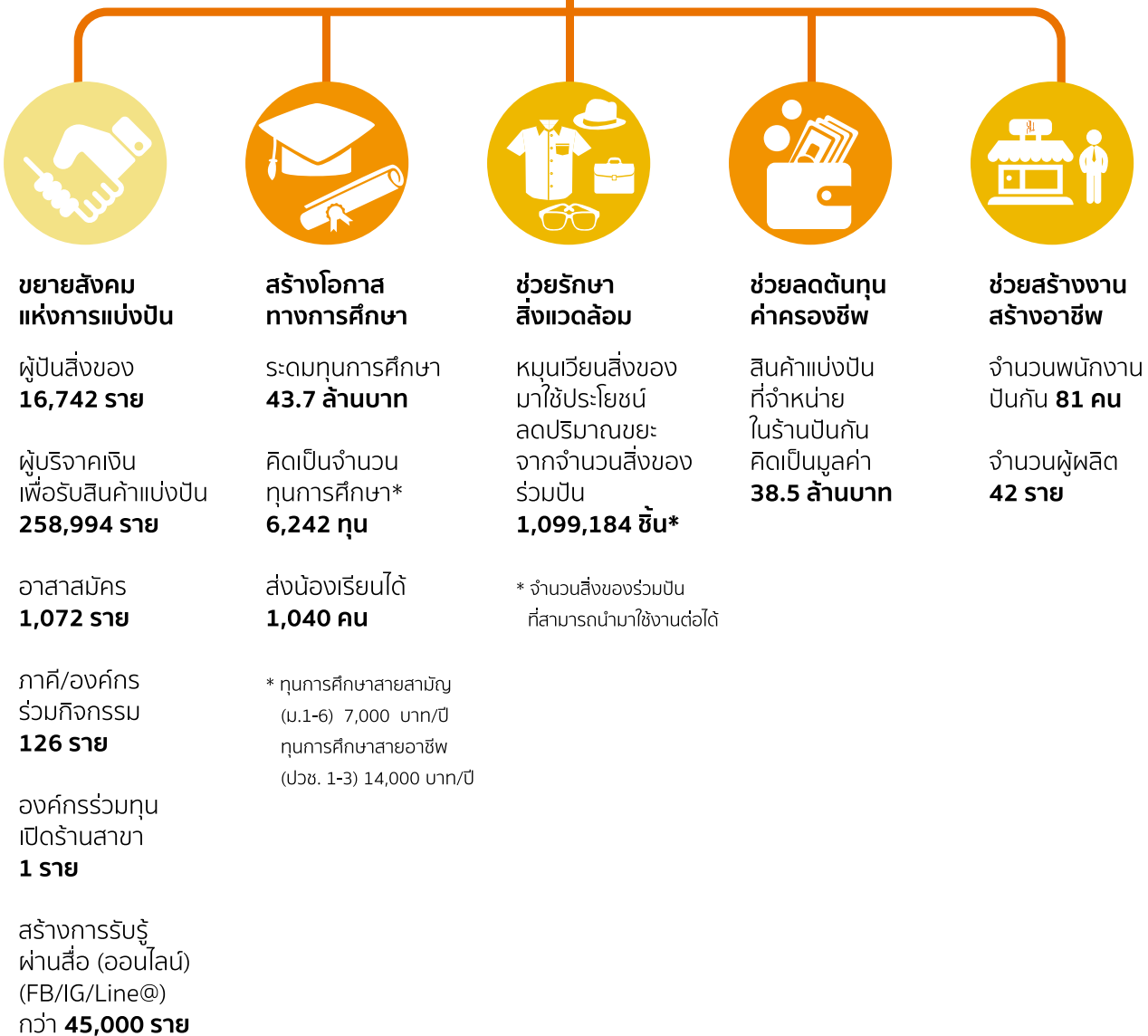
ผ่านกลไก



ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ผลลัพธ์





พี่อ้อมท้องน้องอ้อมด้วย

วิสัยทัศน์

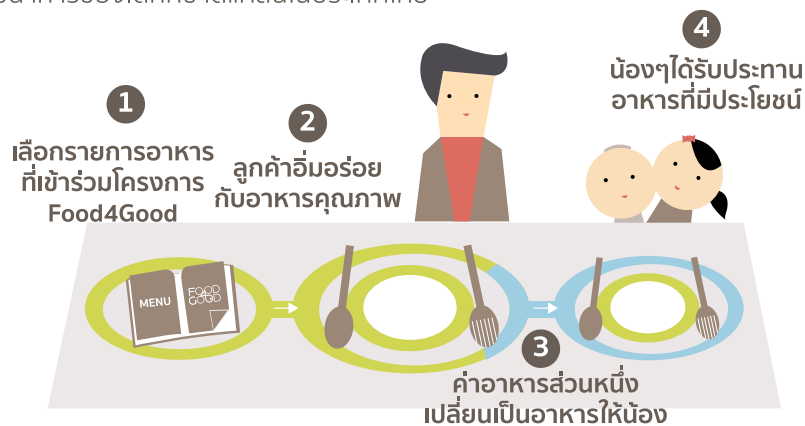
จัดตั้งขึ้นในปี 2557 ภายใต้มูลนิธิยุวพัฒน์ เพื่อเป็นกลไกสร้างการมีส่วนร่วมของสังคม พลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างธุรกิจอาหาร โดยใช้ความเป็นมืออาชีพในธุรกิจของตนเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาโภชนาการของเด็กๆ ที่ขาดแคลนในประเทศไทย ผ่านช่องทางบริจาคและสร้างการรับรู้จากการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายทั้งตัวธุรกิจ ผู้บริโภค และบุคคลทั่วไป

พันธกิจ

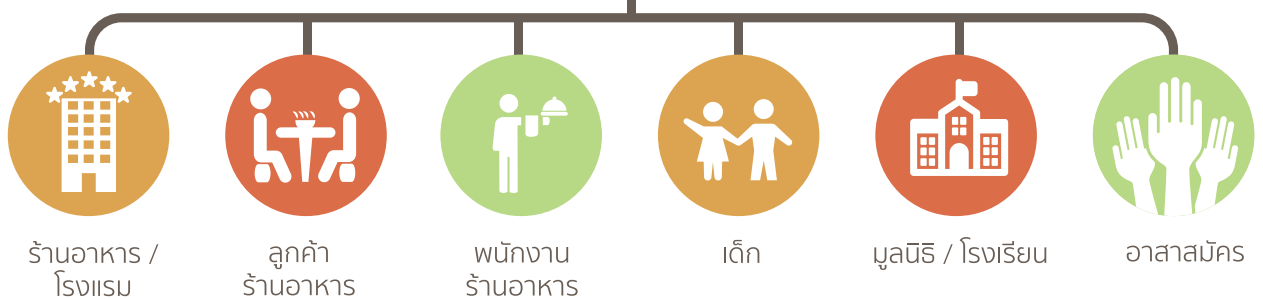
- เพื่อช่วยเหลือเด็กที่ขาดแคลนในประเทศไทยให้มีภาวะโภชนาการที่ดี ได้รับสารอาหารที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตครบถ้วนในทุกมื้ออาหาร และมีความรู้ความเข้าใจเรื่องโภชนาการอย่างถูกต้อง
- เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างธุรกิจอาหารในประเทศไทย ให้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสังคมไทยอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

กลไก

ลูกค้าเลือกสั่งเมนู Food4Good ในร้านอาหารที่ร่วมโครงการ โดยรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายเมนูนี้นจะถูกนำไปช่วยเหลือเรื่องโภชนาการของเด็กที่ขาดแคลนในประเทศไทย



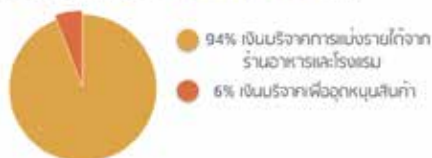
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ภาคีร้านอาหารและโรงแรม 38 ที่



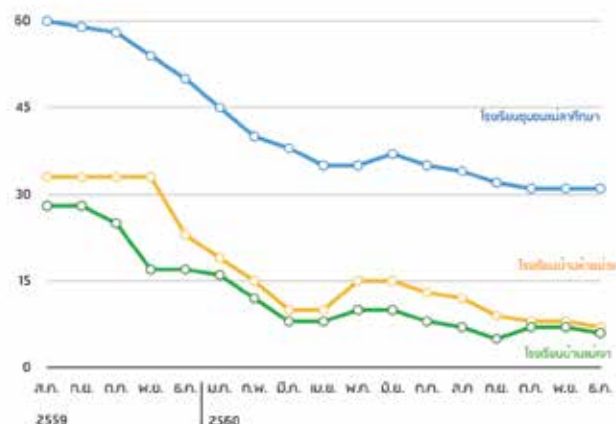
เงินบริจาคที่ได้รับ 1,362,473 บาท



สนับสนุนโภชนาการที่ดีให้เด็ก 696 คน



จำนวนเด็กที่มีภาวะโภชนาการต่ำและสูงกว่าเกณฑ์ปกติ ตั้งแต่เริ่มช่วยเหลือใน 3 โรงเรียน



อ้างอิงจากฐาน จำนวนนักเรียนจัดการเรียนการสอน ณ โรงเรียนวัดวัดบ้านใหม่

64% ของเด็กที่มีภาวะโภชนาการต่ำ/สูงกว่าเกณฑ์
มีภาวะโภชนาการดีขึ้น จนอยู่ในระดับปกติ ภายใน 1 ปี

ผลลัพธ์



พัฒนาคุณภาพอาหาร

เด็กๆได้รับประทานอาหารที่มีประโยชน์ มีคุณค่าสารอาหารครบ 5 หมู่ทุกวัน ส่งผลให้การเจริญเติบโตเป็นไปตามเกณฑ์ที่เหมาะสม



พัฒนาความรู้

คุณครู/ผู้ดูแลเด็ก มีความรู้ความเข้าใจ เรื่องโภชนาการ สามารถจัดสรรอาหาร ที่มีประโยชน์ให้แก่เด็กๆได้ครบถ้วน ทุกมื้อรวมทั้งเรื่องการคัดเลือกว่าดี การปรุงอาหารที่คงคุณค่าของสารอาหารไว้ให้ได้มากที่สุด การถนอมอาหาร การจัดเก็บอาหารที่ถูกต้อง และการจัดการครัวให้สะอาดถูกสุขอนามัย



พัฒนาการเกษตรเพื่อความยั่งยืน

เด็กและผู้ดูแล (มูลนิธิ/โรงเรียน) มีความรู้ความเข้าใจเรื่องความยั่งยืนทางอาหาร สามารถต่อยอดงบประมาณ และความรู้ที่ได้รับ เช่น การทำโครงการเกษตรอินทรีย์เพื่อนำมาปรุงอาหาร พัฒนาแปลงผัก โรงเพาะเห็ด การเลี้ยงไก่ไข่จิ้งหรีด หมูหลุม เป็นต้น

ผลการดำเนินงาน

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ปี 2560

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

- บริษัท ได้รับการคัดเลือกจากสถาบันไทยพัฒน์ในการจัดอันดับธุรกิจด้านพัฒนาความยั่งยืน มีการดำเนินการโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG 100) เป็นหนึ่งในร้อยบริษัทจาก 656 บริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2560)
- บริษัท ได้รับผลการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี (AGM) ด้วยคะแนนเต็ม 100 คะแนน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7
- บริษัท ได้รับผลการประเมินจากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2560 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยการสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยมีผลคะแนนอยู่ในระดับ **“ดีมาก”** ที่คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับร้อยละ 80 - 90 คะแนน มีจำนวนตราสัญลักษณ์ของคณะกรรมการบริษัทมหาชนแห่งชาติจำนวน 4 ดาว รวมทั้งยังเป็นบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ใน Top Quartile ของกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) ในกลุ่ม 3,000 - 9,999 ล้านบาท
- บริษัท ได้รับการประกาศรายชื่อ Thailand Sustainability Investment หรือรายชื่อ **“หุ้นยั่งยืน”** ประจำปี 2560 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำหรับรางวัลดังกล่าวนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนบริษัทจดทะเบียนที่มีกระบวนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้เป็นแบบอย่างแก่บริษัทอื่น ๆ รวมทั้งเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้ลงทุนที่สนใจลงทุนที่ไม่ได้คำนึงถึงการเติบโตของผลตอบแทนทางการเงินเพียงอย่างเดียวแต่ยังพิจารณาผลการดำเนินงานด้าน ESG (Environmental, Social, Governance) ประกอบด้วย โดยกระบวนการประเมินเพื่อคัดเลือกจะพิจารณาจากการตอบแบบประเมินของบริษัทจดทะเบียนที่สมัครใจเข้าร่วมและมีคะแนนอย่างน้อยกึ่งหนึ่งในมิติเศรษฐกิจ (รวมบรรษัทภิบาล) สิ่งแวดล้อมและสังคม



บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด - บริษัทย่อย

- ได้รับรางวัล “สถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2560 สถานประกอบการขนาดกลาง ประเภทมีสหภาพ” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 โดยวัตถุประสงค์ของรางวัลนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ในสถานประกอบกิจการให้นายจ้างลูกจ้าง ตระหนักถึงความสำคัญในการเสริมสร้างแรงงานสัมพันธ์และการจัดสวัสดิการแรงงานในสถานประกอบกิจการด้วยการปรึกษาหารือร่วมกัน
- ได้รับรางวัล CSR - DIW Continuous ซึ่งเป็นการรับรางวัลต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 โดยวัตถุประสงค์ของรางวัลนี้เพื่อส่งเสริมให้โรงงานอุตสาหกรรมมีความรับผิดชอบต่อสังคมและอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างยั่งยืนและพัฒนาไปสู่ ISO 26000 (Social Responsibility)

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดสตรี้ จำกัด - บริษัทย่อย

- บริษัทได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System) เพื่อรับรองว่ามีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตามประเมินผล และทบทวนเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากกระทรวงอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2560
- บริษัทได้รับใบประกาศเกียรติคุณ เพื่อแสดงว่าได้นำแนวปฏิบัติการใช้แรงงานที่ดี (Good Labour Practices : GLP) มาปรับใช้ในสถานประกอบการ จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน เมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2560
- บริษัทได้รับประกาศเกียรติคุณด้านผู้ทำคุณประโยชน์ รับผิดชอบต่อสังคม สร้างแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง เพื่อไว้ใช้ประโยชน์แก่โรงเรียน ชุมชน และเพื่อโครงการอาหารกลางวัน จากโรงเรียนวัดโคธาราม ตำบล บางเพรียง อำเภอบางบ่อ จังหวัด สมุทรปราการ เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2560
- บริษัทได้เข้าร่วมโครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน (CSR-DIW) กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โดยได้รับรางวัลเกียรติยศ CSR-DIW AWARD 2017 มาตราฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2560



• พิธีมอบประกาศเกียรติคุณGLP เมื่อ 15 มี.ค. 2560



• รับรางวัลโครงการ CSR-DIW ก.อุตสาหกรรม เมื่อ 17 ส.ค. 2560



- ใบประกาศ Green Industry



- ใบประกาศ GLP



- ใบประกาศจากโรงเรียนวัดโคกราม

- ใบประกาศโครงการ CSR-DIW

สรุปผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน

ประจำปี 2560

ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
			2558	2559	2560
*G4-EC1	รายได้จากการขายและบริการ	ล้านบาท	4,222.54	4,082.10	4,339.90
	กำไรสำหรับปี	ล้านบาท	433.23	345.11	501.57
	เงินปันผลจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	395	365	563
	ค่าจ้างและค่าตอบแทนแก่พนักงาน	ล้านบาท	375	429	483
	ภาษีที่จ่ายให้แก่รัฐบาล และหน่วยงานราชการ ท้องถิ่น เช่น ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีบำรุง ท้องถิ่น ภาษีโรงเรียน หรืออื่นๆ โปรดระบุ	ล้านบาท	71	111	42
*G4-EC1 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-EC3	อัตราเงินสมทบที่องค์กรจ่ายเข้ากองทุน สำรองเลี้ยงชีพ ให้แก่พนักงาน (ร้อยละของฐานเงินเดือน)	หมายเหตุ กรณีไม่มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ระบุ (-)			
	- อายุงาน ไม่เกิน 7 ปี	ร้อยละ	5	5,3	5,3
	- อายุงาน 7 ปีขึ้นไป	ร้อยละ	5	8,6,5,3	8,6,5,3
	- อายุงาน ปีขึ้นไป	ร้อยละ	-	-	-
*G4-EC3 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
*G4-EC4	สิทธิประโยชน์ทางภาษีและอื่นๆ ที่ได้รับจาก รัฐบาลและหน่วยงานท้องถิ่น จากการ ส่งเสริมการลงทุนและพัฒนา	ล้านบาท	20.17	10.83	-
*G4-EC4 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					
G4-EC9	ร้อยละของผู้ส่งมอบในท้องถิ่น (Supplier /Service/Outsource) (รัศมี 5 กิโลเมตร หรือภายในจังหวัด)	ร้อยละ	31.82	31.82	31.82
G4-EC9 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					
G4-EC6	ร้อยละของผู้บริหารตั้งแต่ระดับผู้จัดการขึ้นไป ที่มาจากคนในท้องถิ่น (รัศมี 5 กิโลเมตร หรือภายในจังหวัด)	ร้อยละ	22.50	22.50	22.50
G4-EC6 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					

ผลการดำเนินงานด้านสังคม

GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
			2558	2559	2560
G4-LA10	จำนวนพนักงานรวม	คน			
	- พนักงานประจำ	คน	945	1191	1245
	- พนักงานชั่วคราว	คน	0	0	0
	จำนวนพนักงานจำแนกตามเพศ	คน			
	- ชาย	คน	318	434	412
	- หญิง	คน	627	757	833
	จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับพนักงาน	คน			
	- ระดับปฏิบัติการ	คน	674	848	895
	- ระดับบังคับบัญชาและสายวิชาชีพ	คน	221	282	286
	ระดับผู้จัดการ	คน	50	61	64
G4-LA10 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-LA1	ร้อยละของพนักงานที่จะเกษียณอายุ				
	- ใน 5 ปี (ช่วงอายุ 55-60 ปี)	ร้อยละ	2.59	2.02	5.94
	- ใน 10 ปี (ช่วงอายุ 50-60 ปี)	ร้อยละ	8.33	12.10	18.71
	อัตราการลาออก (Turn Over Rate)	ร้อยละ	20.98	21.97	10.28
G4-LA1 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-LA3	อัตราการกลับมาทำงานหลังจากการลาคลอด	ร้อยละ	100	100	100
G4-LA3 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-LA5	จำนวนพนักงานที่เป็นคณะกรรมการสวัสดิการ	คน	22	22	22
	จำนวนพนักงานที่อยู่ในคณะกรรมการความปลอดภัยฯ				
	- ตัวแทนนายจ้าง และเจ้าหน้าที่	คน	10	11	11
	- ความปลอดภัยฯ (คน)				
	- ตัวแทนลูกจ้าง	คน	19	19	19
G4-LA5 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-LA6	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (IR)	รายต่อชั่วโมงการทำงาน	0	0	4
	อัตราการเกิดโรคจากการทำงาน (ODR)	รายต่อชั่วโมงการทำงาน	0	0	0
	อัตราการเกิดอุบัติเหตุจนถึงขั้นหยุดงาน (LDR)	รายต่อชั่วโมงการทำงาน	0	0	1

ผลการดำเนินงานด้านสังคม

GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
			2558	2559	2560
	อัตราการลาหยุดงานที่เกิดจากการเจ็บป่วย จากการทำงาน (AR)	รายต่อชั่วโมง การทำงาน	0	0	2
	จำนวนผู้เสียชีวิตจากการทำงาน	คน	0	0	0
G4-LA6 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-LA9	ชั่วโมงเฉลี่ยของการฝึกอบรมต่อคนต่อปี	ชั่วโมงต่อคน ต่อปี	19.28	21.53	10.13
G4-LA9 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-SO4	ร้อยละของพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมนโยบาย และแนวปฏิบัติการต่อต้านการคอร์รัปชัน ในองค์กร	ร้อยละ	100	100	100
G4-SO4 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-SO11	จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลกระทบ ทางสังคมอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรและ การดำเนินการแก้ไขอย่างเป็นทางการ	ครั้ง	0	0	0
G4-SO11 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-PR5	ผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า	ร้อยละ	84.9	88.5	85.40
G4-PR5 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เท่านั้น					
G4-PR9	มูลค่าของค่าปรับที่เกิดจากการปฏิบัติ ที่ไม่สอดคล้องกับกฎหมาย - ความไม่ปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ (PR2) - ข้อมูล-ฉลากผลิตภัณฑ์ (PR4) - การสื่อสารประชาสัมพันธ์ (PR7)	บาท	0	0	0
G4-PR9 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					

ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
			2558	2559	2560
*G4-EN3	ปริมาณการใช้พลังงานฟอสซิล	MJ			
	1. น้ำมันดีเซล	MJ	12,267,502	17,855,789	10,908,628
	2. LPG	MJ	49,216,610	45,960,000	43,222,000
*G4-EN3 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-EN3	ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	kWh			
	ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	kWh	8,089,634	7,824,678	7,940,162
G4-EN3 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-EN8	ปริมาณการใช้น้ำจําแนกตามแหล่งน้ำ	m ³			
	น้ำประปา	m ³	258,828	239,458	206,678
G4-EN8 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					
G4-EN15	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง : Scope 1 (ton CO ₂ e) ได้แก่ การเผาไหม้ เชื้อเพลิงฟอสซิล (LPG ดีเซล)	(ดีเซล) ton CO ₂ e	33,220.40	48,353.48	29,540.56
	(ปริมาณการใช้พลังงานฟอสซิล x factor LPG 0.062 ดีเซล 2.708 / 1000)	(LPG) ton CO ₂ e	3,051.42	2,849.52	2,679.76
G4-EN15 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-EN16	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมผ่าน การใช้ไฟฟ้า : Scope 2 (ton CO ₂ e) การใช้ไฟฟ้าไม่รวมโซลาร์เซลล์ (ปริมาณ การใช้ไฟฟ้า x 0.561/ 1000)	ton CO ₂ e	4,538.28	4,389.64	4,454.43
G4-EN16 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-EN22	ปริมาณน้ำทิ้งที่ระบายออกนอกโรงงาน	m ³	57,890	52,828	147,502
G4-EN22 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					
G4-EN23	ปริมาณของเสีย	ton			
	ของเสียอันตราย	ton	0.71	0.78	2.56
	ของเสียไม่อันตราย	ton	141.38	56.1	170.8
G4-EN23 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					

ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
			2558	2559	2560
G4-EN24	จำนวนครั้งของการรั่วไหลของสารเคมี/น้ำมัน/น้ำทิ้ง/ของเสีย ที่มียุทธศาสตร์ (เหตุที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และทรัพยากรธรรมชาติ)	ครั้ง	0	0	0
G4-EN24 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					
G4-EN31	ค่าใช้จ่ายและการลงทุนในการปกป้องสิ่งแวดล้อม	ล้านบาท			
	1. ค่ากำจัด และบำบัดของเสีย	ล้านบาท	0.008	0.009	0.5417
	2. ค่าการจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (รวมค่าวิจัยศึกษาพัฒนา)	ล้านบาท	-	-	0.40
G4-EN31 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					

ตัวชี้วัดตามกรอบแนวทางการจัดทำรายงาน การพัฒนาอย่างยั่งยืน (GRI CONTENT INDEX G4)

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
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	2-3
G4-2	Description of key impacts, risks, and opportunities	11-13
G4-3	Name of the organization	4-5
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	5
G4-8	Markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customers and beneficiaries)	5
G4-9	Scale of reporting organization	5-6
G4-10	Total number of employees	49, 86
G4-11	Percentage of total employees covered by collective bargaining agreements	49, 86
G4-12	Description of the organization's supply chain	7, 70-81
G4-13	Significant changes during the reporting period regarding the organization's size, structure, ownership, or its supply chain	8, 18-21, 82-84
COMMITMENTS TO EXTERNAL INITIATIVES		
G4-14	Explanation of whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organization	11-13
G4-15	List of externally developed economic, environmental and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or which it endorses	70-81
G4-16	Memberships of associations (such as industry associations) and national or international advocacy organizations in which the organization	70-81

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES		
G4-17	Operational Structure of the organization	5, 8
G4-18	Details on report content and aspect boundaries	7
G4-19	All material Aspects identified in the process for defining report content	11-13
G4-20	Aspect Boundary within the organization	11-13
G4-21	Aspect Boundary outside the organization	11-13
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	11-13
G4-25	Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage	13
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, 11-13, 70-81
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	11-13
REPORT PROFILE		
G4-28	Reporting period (such as fiscal or calendar year) for information provided	14
G4-29	Date of most recent previous report (if any)	-
G4-30	Reporting cycle (such as annual, biennial)	-
G4-32	GRI Content Index	90-100
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	8-10
G4-35	Process for delegating authority for economic, environmental and social topics from the highest governance body to senior executives and other employees	8-10
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, 8-10
G4-37	Processes for consultation between stakeholders and the highest governance body on economic, environmental and social topics	11-13

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD 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	11-13, 70-81
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)	11-13, 70-81
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	40-48
G4-41	Processes for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided and managed	8-10
G4-42	Highest governance body's role in setting purpose, values, and strategy	8-10
G4-43	Highest governance body's competencies	8-10
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	11-13
G4-46	Highest governance body's role in reviewing the effectiveness of the organization's risk management processes for economic, environmental and social topics	11-13
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	8-10, 14
G4-49	Process for communicating critical concerns to the highest governance body	14
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 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
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	18-21
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	70-81
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	8-10
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	8-10
DISCLOSURES ON MANAGEMENT APPROACH		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	14
CATEGORY : ECONOMIC		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	14
ASPECT : ECONOMIC PERFORMANCE		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	14
G4-EC1	Direct economic value generated and distributed	85
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	85
G4-EC4	Financial assistance received from government	85
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	85
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	-

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
ASPECT : PROCUREMENT PRACTICES		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EC9	Proportion of spending on local suppliers at significant locations of operation	85
CATEGORY : ENVIRONMENTAL		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
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	88
G4-EN4	Energy consumption outside of the organization	-
G4-EN5	Energy intensity ratio for the organization	-
G4-EN6	Reduction of energy consumption	35-36, 60-63
G4-EN7	Reductions in energy requirements of products and services	35-36
ASPECT : WATER		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN8	Total water withdrawal by source	88
G4-EN9	Water sources significantly affected by withdrawal of water	-
G4-EN10	Percentage and total volume of water recycled and reused	64-65
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)	88
G4-EN16	Energy indirect greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 2)	88

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
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	60-63
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	88
G4-EN23	Total weight of waste by type and disposal method	88
G4-EN24	Total number and volume of significant spills	89
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	16, 32-38, 40-41
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	89
ASPECT : SUPPLIER ENVIRONMENTAL ASSESSMENT		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN32	Percentage of new suppliers that were screened using environmental criteria	-

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
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-LA1	Total number and rates of new employee hires and employee turnover by age group, gender, and region	86
G4-LA2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by significant locations of operations	86
G4-LA3	Return to work and retention rates after parental leave, by gender	86
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	86
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	56-58, 86
G4-LA7	Workers with high incidence or high risk of diseases related to their occupation	56-58, 86
G4-LA8	Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions	18-21, 56-58
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	49-52, 87
G4-LA10	Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings	49-52, 86

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
G4-LA11	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews, by gender and by employee category	49-52, 86
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	50-52, 86
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-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	50-52, 87
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	-

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
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-HR7	Percentage of security personnel trained in the organization's human rights policies or procedures that are relevant to operations	-
ASPECT : INDIGENOUS RIGHTS		
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-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	49-55

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
G4-SO2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	49-55
ASPECT : ANTI-CORRUPTION		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-SO3	Total number and percentage and of operations assessed for risks related to corruption and the significant risks identified	18-23
G4-SO4	Communication and training on anti-corruption policies and procedures	18-23
G4-SO5	Confirmed incidents of corruption and actions taken	18-23
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-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	87
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	25-27
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	-

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
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	25-27
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	26, 87
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	87



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