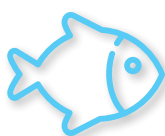




บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)
PREMIER MARKETING PUBLIC COMPANY LIMITED



PRODUCTIVE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

HARMONIOUS ALIGNMENT OF SUCCESS

ความสำเร็จร่วมกัน...อย่างยั่งยืน

สารบัญ

CONTENTS

2	สารจากคณะกรรมการบริษัท	42	• การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม : โครงการเปลี่ยนหัวเผาบอยเลอร์ให้ใช้กับ Wood Pallet เพื่อเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
4	วิสัยทัศน์ / พันธกิจ / คุณค่าหลักองค์กร		
5	ข้อมูลทั่วไปของบริษัท		
6	ธุรกิจของบริษัท		
7	ขอบเขตการรายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน	43	
8	ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน	47	
	สร้างคุณค่าทางธุรกิจก้าวหน้า	48	
11	• การกำกับดูแลกิจการที่ดี		
13	• การขยายแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน กับพันธมิตรทางธุรกิจ	52	
15	• การบริหารจัดการความเสี่ยง	53	
16	• การบริหารจัดการความเสี่ยงและความต่อเนื่อง ทางธุรกิจ	54	
19	กลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน	58	
23	การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน	59	
24	การบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังของ ผู้มีส่วนได้เสีย	64	
29	ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)	67	
	Sustainable Sourcing	81	
30	• การจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืน	82	
	Sustainable Process	84	
32	• การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพื่อ ความยั่งยืนทางธุรกิจ	85	
34	• การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน	86	
34	▶ โครงการอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 (วัฒนธรรมสีเขียว)	88	
37	▶ การใช้พลังงานทดแทนโดยการลงทุน ติดตั้ง Solar Roof เพื่อการผลิตไฟฟ้า จากพลังงานแสงอาทิตย์	90	
39	▶ โครงการจัดการลดพลังงาน และการ ลดการใช้กระดาษ	92	
41	▶ โครงการลดการใช้น้ำ : โดยนำน้ำทิ้งจาก บ่อบำบัดเสียหลังบำบัดแล้วกลับมาใช้ซ้ำอีก	96	
		99	
		101	
		106	
			Sustainable Consumption
			• ส่งมอบคุณค่าอย่างเอาใจใส่และส่งมอบคุณค่า อย่างเข้าถึง
			▶ โครงการสินค้าสดใหม่ 4 เดือน
			• สร้างความสำเร็จทางธุรกิจพร้อมกับการพัฒนา สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
			สร้างคุณค่าเพื่อพนักงานมั่นคง (สังคมภายใน)
			• การจ้างงานที่เป็นธรรมและความเสมอภาค
			• การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน
			• การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของ พนักงาน
			• การดูแลรักษาพนักงาน
			• สร้างความอยู่ดีมีสุขให้พนักงาน
			• การส่งเสริมด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย
			• ปฏิบัติตามหลักสร้างการมีส่วนร่วม สร้างสังคม แห่งการแบ่งปัน
			สร้างคุณค่าเพื่อสังคมยั่งยืน (สังคมภายนอก)
			• โครงการพัฒนาการศึกษาด้วยระบบทวิภาคี
			• โครงการ CSR-DIW Continuous ปีที่ 2
			• โครงการ “ คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง ”
			• การพัฒนาความยั่งยืนทางสังคม
			• มุณินิธิยุวพัฒน์
			• ร้านปันกัน
			• FOOD 4 GOOD
			• มุณินิธิเพื่อคนไทย
			• มุณินิธิเอ็นโหลว์
			ผลการดำเนินงานบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ในปี 2561
			สรุปผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ประจำปี 2561
			ตัวชี้วัดตามกรอบแนวทางการจัดทำรายงานการ พัฒนาอย่างยั่งยืน (GRI Content Index G4)



สารจากคณะกรรมการบริษัท บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

นับเวลากว่า 40 ปีที่ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินงานโดยการปฏิบัติตามแนวคิด “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” (Harmonious Alignment of Success) ของกลุ่มบริษัท พรีเมียร์ ที่มีความเชื่อว่าความสำเร็จของธุรกิจที่ยั่งยืนอย่างแท้จริงนั้น ต้องก่อให้เกิดคุณค่าต่อพนักงานและนำพาสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้เจริญก้าวหน้าควบคู่กันไปและองค์กรต้องพยายามสร้างความสมดุลระหว่างความก้าวหน้าในการดำเนินธุรกิจ ที่คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสีย ยึดถือการยกระดับคุณภาพสังคม พร้อมกับการมีผลประโยชน์ที่ดี อีกทั้งการพัฒนากระบวนการนิเวศทางสังคมและสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพและเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจ



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

ในอีกด้านหนึ่งของความสมดุลนั้น บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ให้ความสำคัญกับการดูแลสังคมรอบข้างและสิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืนร่วมกันไปด้วย โดยพนักงานของบริษัทได้เข้าร่วมคณะทำงานคุณค่าหลัก

ด้านต่าง ๆ นอกจากนี้แล้วบริษัทและบริษัทย่อย ยังเข้าไปมีส่วนร่วมในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมของมูลนิธิในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ที่ครอบคลุมทั้งการส่งเสริมด้านการศึกษาของมูลนิธิยุวพัฒน์ กิจกรรมส่งเสริมสังคมของมูลนิธิเพื่อคนไทย และกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของมูลนิธิเอ็นไลฟ์อย่างต่อเนื่องทุกปี

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

คณะกรรมการบริษัท

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์ VISION

มุ่งมั่นในการเป็นผู้นำด้านธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณประโยชน์และสามารถสร้างคุณค่าด้วยการยึดถือคุณค่าหลัก 5 ประการ เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างธุรกิจ พนักงาน และสังคมที่ยั่งยืนร่วมกัน

พันธกิจหลัก VISION

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

คุณค่าหลักองค์กร 5 ประการ



ข้อมูลทั่วไป ของบริษัท



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



วันจดทะเบียน : วันที่ 27 พฤษภาคม 2551
จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

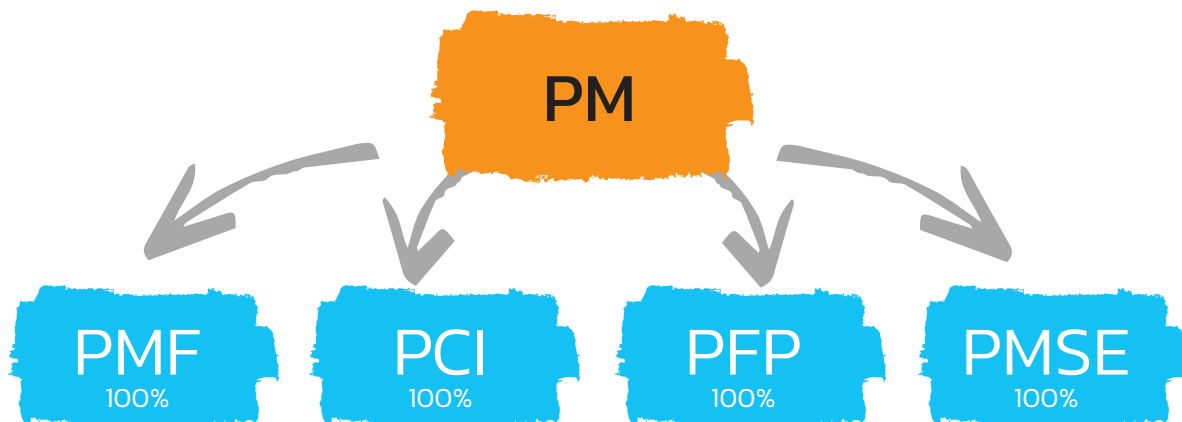


ทุนจดทะเบียนบริษัท : 598,245,300 บาท



ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้า จัดจำหน่ายและเป็นตัวแทน
จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทย่อยในสายธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค



ธุรกิจ ของบริษัท

มุ่งเน้นในการเป็นผู้นำด้านธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพและสามารถสร้างคุณค่าด้วยการยึดถือคุณค่าหลัก 5 ประการ เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างธุรกิจ พนักงาน และสังคมที่ยั่งยืนร่วมกัน บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค ซึ่งแบ่งได้เป็น 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นมขบเคี้ยว 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.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด (PMF) บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด (PCI) บริษัท พรีเมียร์ โฟรเซน โพรดัคส์ จำกัด (PFP) และบริษัท พีเอ็ม เอสอี จำกัด (PMSE) ซึ่งบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน บริษัทย่อยทั้ง 4 แห่ง ประกอบธุรกิจดังนี้

1. บริษัท พี.เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด (PMF) ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทปลาเส้นและปลาแผ่น ที่รู้จักกันในชื่อ **“ปลาสวรรค์ไอศ”** 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) บรรจุ Plastic Cup สำหรับอาหารคนและสัตว์เลี้ยงภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจะส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศทั้งในเอเชีย ยุโรป อเมริกา และตะวันออกกลาง นอกจากนี้ PCI ยังได้พัฒนาสินค้าโดยใช้วัตถุดิบจากฟาร์มเลี้ยง เช่น ไก่, โค เป็นต้น และยังประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายซอสมะเขือเทศ ซอสพริก รวมทั้งทูน่าบรรจุถุง (Pouch) ภายใต้เครื่องหมายการค้า **“คิงส์ คิกเชน”** โดยมอบหมายให้ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทซอสแต่เพียงผู้เดียว

3. บริษัท พรีเมียร์ โฟรเซน โพรดัคส์ จำกัด (PFP) ผลิตอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า นอกจากนี้บริษัท ให้บริการรับฝากแช่ผลิตภัณฑ์ในห้องเย็น รวมทั้งยังมีการพัฒนาโครงการใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มรายได้และผลตอบแทน

4. บริษัท พีเอ็ม เอสอี จำกัด (PMSE) ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อ 10 เมษายน 2558 โดยมีวัตถุประสงค์ด้านลงทุน ในธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อต่อยอดคุณค่าหลักของของบริษัทด้านความยั่งยืนของสังคม และดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟอินทรีย์ภายใต้ชื่อแบรนด์ “มีวนา” และ “ออราบิก้า” ที่เป็นผลผลิตจากธุรกิจเพื่อสังคม บริษัทได้มีการลงทุนในบริษัทที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ดังนี้

4.1 บริษัท มีวนา จำกัด (MIVANA) (เดิมชื่อ บริษัท กรีนเนท เอสอี จำกัด) โดยเข้าถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 88.89 (ปี 2560 ร้อยละ 72.04) ซึ่งเป็นกิจการเพื่อสังคม ด้านการส่งเสริมการปลูกกาแฟภายใต้ร่มเงาต้นไม้ใหญ่ เพื่อเป็นการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ต้นน้ำลำธารควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพกาแฟของเกษตรกรเข้าสู่ระบบการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรกาแฟอินทรีย์ที่ปลูกเพื่อการรักษาป่าโดยการทำงานร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้จะเกิดประโยชน์ต่อสังคมดังกล่าวมาข้างต้นแล้วยังจะทำให้ได้กาแฟที่ดีมีคุณภาพ โดยทางบริษัท มีวนา จำกัด จะเป็นผู้รับซื้อผลผลิตกาแฟอินทรีย์ของเกษตรกรในระบบการค้าที่เป็นธรรมและนำมาแปรรูปต่อไป ภายใต้เครื่องหมายการค้า “มีวนา” และ “ออราบิก้า”

4.2 บริษัท เดอะ กู๊ด ดริ้งค์ จำกัด (TGD) โดยเข้าถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 49.99 ประกอบธุรกิจเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟ และให้สิทธิแก่บริษัทย่อยของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่พัฒนารวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีกาแฟเป็นส่วนผสม

ขอบเขตการรายงานการพัฒนา เพื่อความยั่งยืน

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อถ่ายทอดแนวคิดและวิธีปฏิบัติสู่ความยั่งยืนของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย ซึ่งเป็นข้อมูลการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม จนถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2561

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย เรามีจุดมุ่งหมายสำคัญที่จะสร้าง **“ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน”** (Harmonious Alignment of Success) ของธุรกิจ พนักงานและสังคม เราต้องการสร้างสังคมแห่งความอยู่ดีมีสุข ร่วมมือพัฒนาในการมอบคุณภาพชีวิตที่ดี ร่วมสร้างสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับทุกคนในสังคมอย่างเท่าเทียมกัน เราเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าการยึดมั่นในวิธิดำเนินธุรกิจตามแนวคิด **“ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน”** นี้คือหนทางสู่ความยั่งยืนของพวกเราทุกคน โดยมีคุณค่าหลัก 5 ข้ออันได้แก่ คุณภาพ ความคิดสร้างสรรค์ การผสานความรู้ ประโยชน์ร่วมกัน และคุณธรรม จริยธรรม เป็นแนวทางให้แก่ธุรกิจและพนักงานรวมถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ นำไปปฏิบัติ โดยเฉพาะในการทำงานหากรวมถึงในการใช้ชีวิตประจำวัน เพราะคุณค่าหลักทั้ง 5 ข้อนี้คือปัจจัยสำคัญในการสร้างคุณค่าต่อทั้งธุรกิจ พนักงานและสังคม เราใช้ความคิดสร้างสรรค์และการผสานความรู้สร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพื่อประโยชน์ร่วมกันของทุกภาคส่วนโดยมีคุณธรรมและจริยธรรมเป็นบรรทัดฐาน เรายึดมั่นในการประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส ยึดหลักธรรมาภิบาล มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

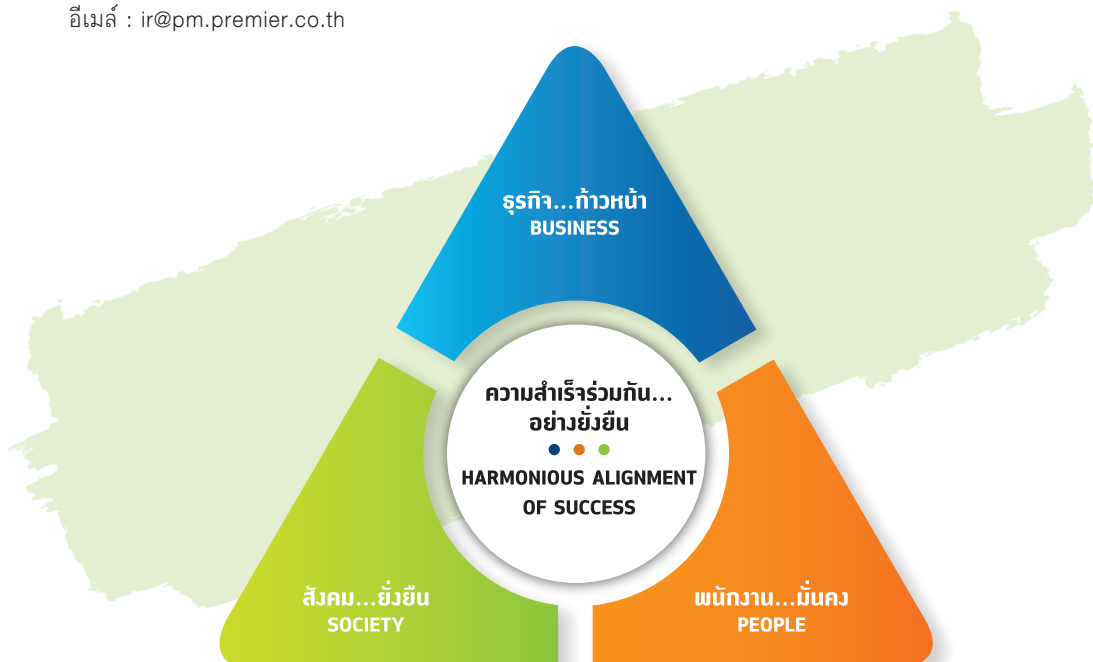
ในด้านเนื้อหาและสาระสำคัญของรายงานฉบับนี้ ต้องการมุ่งเน้นการดำเนินงานตามกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร ด้วยการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การขยายแนวร่วมการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การบริหารความเสี่ยง การบริหารห่วงโซ่ทางธุรกิจ การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ พนักงานและสังคมโดยรวมรายงานฉบับนี้จึงมีความมุ่งหวังที่จะถ่ายทอดจุดมุ่งหมาย แนวปฏิบัติและการดำเนินงานในการสร้างความยั่งยืนของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย เพื่อให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกท่านรับรู้และเข้าใจถึงภารกิจของเราและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเราทุกคนจะผนึกกำลังร่วมแรงร่วมใจในการสร้างความยั่งยืนสู่สังคมร่วมกัน 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 พรีเมียร์คอร์ปอเรตพาร์ค ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศกรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์ 02-301-1550 โทรสาร 02-301-1830

อีเมล : ir@pm.premier.co.th



ความสำเร็จร่วมกัน อย่างยั่งยืน

ในการที่จะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนได้นั้น นอกเหนือจากการมีผลประโยชน์ที่ดีแล้ว ยังต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่อาศัยอยู่ร่วมกันในสังคม ที่จะเป็นผู้ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานทั้งในเชิงบวกและในเชิงลบไม่ว่าจะเป็นในทางตรงหรือทางอ้อมก็ตาม กลุ่มบริษัทพีเอ็มเอและสายธุรกิจในกลุ่มได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อพัฒนาระบบนิเวศทางสังคมให้มีคุณภาพและมีความพร้อมในการเจริญเติบโตควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ เป็นความหมายที่แท้จริงของความยั่งยืน เพราะหากปราศจากสังคมที่มีคุณภาพ ธุรกิจก็ไม่สามารถเจริญเติบโตได้เช่นกัน

เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายของ **“ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน”** หรือ Harmonious Alignment of Success ได้ กล่าวคือ การดำเนินงานภายใต้กลุ่มบริษัทพีเอ็มเอนั้น จะต้องคำนึงถึง 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ **“ธุรกิจก้าวหน้า พนักงานมั่นคง สังคมยั่งยืน”** จึงจะถือว่าเป็นการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนอย่างแท้จริง โดยนอกเหนือจากการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานแล้ว กลุ่มบริษัทพีเอ็มเอได้มีการพัฒนาแนวปฏิบัติหรือคุณค่าหลัก เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดแผนกลยุทธ์และกรอบการดำเนินงานในห่วงโซ่คุณค่าของทุกสายธุรกิจ ตลอดจนการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาและยกระดับคุณภาพของสังคมและสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรควบคู่กันไป โดยนอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังจะนำมาซึ่งความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสีย ที่เป็นรากฐานที่จำเป็นที่สุดของความยั่งยืนในสังคม



คุณค่าหลัก ของกลุ่มบริษัทฟรีเมียร์

การมีความคิดสร้างสรรค์ (Innovation)

การใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมต่าง ๆ มาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน ทั้งในบริบทของการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาสังคม

การร่วมคิดร่วมสร้าง (Collaboration)

การพัฒนาธุรกิจและระบบนิเวศทางสังคมจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรที่มีความหลากหลาย ทั้งในเชิงทุนทรัพย์และทักษะความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกัน การร่วมคิดร่วมสร้างหรือการสนับสนุนให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ สามารถการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง จึงเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การนำเสนอสินค้า/บริการที่มีคุณภาพ (Quality)

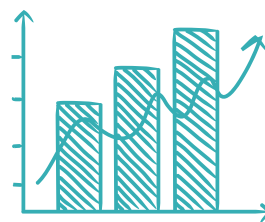
ว่าด้วยการดำเนินงานโดยยึดถือคุณภาพไว้เป็นที่ตั้ง กล่าวคือ การที่พนักงานมีทักษะและทัศนคติที่จำเป็นและสอดคล้องกับการดำเนินงานในห่วงโซ่คุณค่าได้อย่างมีคุณภาพ ไปจนถึงนำเสนอสินค้า/บริการที่มีคุณภาพให้กับกลุ่มผู้บริโภคต่อไป

การมีคุณธรรมจริยธรรม (Moral & Ethics)

การไม่ก่อผลกระทบในเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงความถูกต้องตามกฎหมาย ข้อบังคับ จรรยาบรรณ ดำเนินงานด้วยความเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้เสีย โปร่งใส ไม่ทุจริต พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดความดีและการช่วยเหลือแบ่งปันกันในสังคม

การได้ประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefits)

การสร้างประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ โดยมีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การสร้างรายได้/เพิ่มผลกำไร การเพิ่มศักยภาพและทักษะที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพ การส่งเสริมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ตลอดจนการรักษาหรือพัฒนาสิ่งแวดล้อมให้เกิดความสมดุล เป็นต้น



สร้างคุณค่า ทางธุรกิจก้าวหน้า



การกำกับดูแล กิจการที่ดี

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยเชื่อมั่นว่ากระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารจัดการในรอบของการมีจริยธรรมที่ดี 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 ความรับผิดชอบต่อของคณะกรรมการ

ทั้งนี้บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้กำหนดเป็นนโยบายและให้การสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการ ครอบคลุมทั้งระบบการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน ดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมภายใต้กรอบข้อกำหนดของกฎหมายและจรรยาบรรณทางธุรกิจ ตลอดจนบริษัทมีนโยบายทางด้านภาษีโดยปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายอย่างถูกต้อง มีความโปร่งใสตรวจสอบได้และตรงตามเวลาที่กำหนด รวมถึงการให้ความร่วมมือด้านภาษีต่อกรมสรรพากรและหน่วยงานราชการ ซึ่งปฏิบัติงานประสานกับคณะทำงานคุณค่าหลักด้านธรรมาภิบาล โดยเป็นส่วนหนึ่งของคณะทำงานคุณค่าหลักของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์

เพื่อให้มีการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกันและมีความเป็นธรรม บริษัทได้จัดให้มีช่องทางรับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน หรือข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะใดที่แสดงว่าผู้มีส่วนได้เสียได้รับผลกระทบ หรือมีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบอันก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท หรือจากการปฏิบัติของพนักงานของบริษัทเกี่ยวกับการทำผิดกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือจรรยาบรรณทางธุรกิจ รวมถึงพฤติกรรมที่อาจสื่อถึงการทุจริต การปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมกัน หรือการกระทำที่ขาดความระมัดระวังและขาดความรอบคอบ โดยผู้ร้องทุกข์หรือผู้ร้องเรียนสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน พร้อมส่งรายละเอียดหลักฐานต่าง ๆ ได้ในช่องทาง ดังนี้

- คณะกรรมการตรวจสอบ
- เลขาธิการบริษัท

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 1 อาคารพรีเมียร์คอร์ปอเรทพาร์ค ซอยพรีเมียร์ 2 ถนนศรีนครินทร์

แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250

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

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

จากความพยายามและความตั้งใจของการดำเนินงานตามหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ส่งผลให้บริษัทได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2561 ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยการสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยมีผลคะแนนอยู่ในระดับ **“ดีมาก”** มีจำนวนตราสัญลักษณ์ของคณะกรรมการบริษัทภิบาลแห่งชาติจำนวน 4 ดาว รวมทั้งยังเป็นบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ใน Top Quartile ของกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) ในกลุ่ม 3,000 – 9,999



การขยายแนวร่วมต่อต้าน การทุจริตคอร์รัปชัน กับพันธมิตรทางธุรกิจ

ในอีกด้านหนึ่งของการบริหารงานเพื่อกำกับดูแลกิจการที่ดี อยู่ในกรอบของการเป็นบริษัทภิบาลที่มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และช่วยรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ดำเนินการผ่านอนุกรรมการด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน โดยได้กำหนดและประกาศนโยบาย “การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน” เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับยึดถือปฏิบัติ มีขอบเขตระบบบริหารจัดการการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันครอบคลุมทุกขั้นตอน ทุกกระบวนการทำงานของบริษัทและบริษัทย่อยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานจัดซื้อ จัดจ้าง จัดจำหน่าย จัดให้มี รวมถึงขั้นตอนการทำงานอื่น ๆ ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดการทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งนี้กำหนดเป็นความรับผิดชอบด้านการบริหาร (Management Responsibility) ไว้อย่างชัดเจน โดยในปี 2561 ได้จัดทำแผนงานดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- ประมุขนิเทศพนักงานใหม่ทุกคนให้ทราบนโยบายและปฏิบัติตามแนวทางการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันของบริษัท
- ดำเนินการส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ แนวร่วมการปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต ภายใต้โครงการ SME Certification เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนการเชิงคุณค่าและผู้ส่งมอบ เข้าร่วมโครงการ เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2561
- ร่วมกับคณะทำงานด้านธรรมาภิบาลและกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ เชิญชวนลูกค้าเข้าร่วมสัมมนาประกาศเจตนารมณ์การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีวิทยากรจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) มาให้ความรู้ในการยื่นขอการรับรอง เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2561

จากความมุ่งมั่นและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ทำให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลการประเมินผลจัดลำดับ จาก Anti-corruption Progress Indicator Results : 2016 มีคะแนนอยู่ในระดับ 5 โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้ดำเนินการเรื่องการขยายเครือข่ายผ่านการชักชวนลูกค้า ผู้ส่งมอบ เข้าร่วมโครงการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (CAC) ภายใต้การสนับสนุนจากสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) อย่างต่อเนื่อง

จำนวนลูกค้า / ผู้ส่งมอบที่ได้รับ การชักชวน	จำนวนลูกค้าที่ ประกาศนโยบาย ต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชัน	จำนวนลูกค้าที่ร่วม ลงนามบันทึกข้อตกลง ในการดำเนินธุรกิจ ด้วยความโปร่งใส	จำนวนลูกค้าที่เข้าร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน จาก Collective Action Coalition (CAC)
69 ราย	66	54	11

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

ทั้งนี้ในปี 2560 เพื่อเป็นการส่งเสริมการขยายแนวร่วมของภาคเอกชนในการประกอบธุรกิจที่โปร่งใส บริษัทจึงให้ความสำคัญ เรื่องการพัฒนาคู่ค้า / ผู้ส่งมอบ และร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส MOU กับบริษัท ธนพิริยะ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2560 และบริษัทให้การส่งเสริม สนับสนุนแก่คู่ค้าตลอดจนสามารถผ่านเกณฑ์การพิจารณาเข้าร่วม โครงการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (CAC) ภายใต้การสนับสนุนจากสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในปี 2561 ในที่สุด



ผลการดำเนินงาน ปี 2561



บริษัท ธนพิริยะ จำกัด
(มหาชน) ผ่านเกณฑ์ได้รับ
การพิจารณาจาก CAC

25 บริษัทเพิ่มเติมร่วมลงนาม
บันทึกข้อตกลงในการดำเนิน
ธุรกิจด้วยความโปร่งใส



Anti-corruption
Progress Indicator
Results ระดับ 5

แลกเปลี่ยนเรียนรู้
ทำความเข้าใจโครงการ
SME Certificatio
โดยวิทยากรจาก IOD



การบริหารจัดการความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ในภาพรวมทั้งองค์กรซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญและเป็นเครื่องมือในการบริหารงานที่จะทำให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการกำหนดเป็นนโยบายการบริหารความเสี่ยง ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และมีการกำหนดให้การบริหารความเสี่ยงดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องทั่วทั้งองค์กรแบบบูรณาการ โดยอ้างอิงตามมาตรฐานสากลที่องค์กรทั่วโลกนิยมใช้อย่างแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับของ ISO 31000:2009 และ COSO ERM (Enterprise Risk Management) เพื่อให้มีความชัดเจนในภาคปฏิบัติมากขึ้น บริษัทได้มีการจัดทำกรอบการประเมินการควบคุมด้วยตนเอง ทั้งในระดับผู้บริหารและระดับผู้ปฏิบัติการของบริษัท เพื่อร่วมกันประเมินความเสี่ยง/ปัญหาอุปสรรค ความไม่แน่นอนที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของบริษัท เหตุการณ์ที่อาจทำให้องค์กรเสียโอกาสในเชิงธุรกิจ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากสาเหตุทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมีการกำหนดเป็นหลักการว่า หากมีความเสี่ยงหรือภัยคุกคามใดที่จะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจไม่ให้อันตรายเป้าหมายตามแผนที่กำหนดไว้ บริษัทจะต้องหามาตรการและแนวทางในการลดความเสี่ยงตลอดจนบริหารให้ความเสี่ยงเหล่านั้นให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

ในการปฏิบัติตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงนั้น มีการกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการทบทวนความเป็นไปได้หรือโอกาสและผลกระทบของความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแต่ละหน่วยงาน พร้อมกันนี้บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ยังได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเพื่อทำหน้าที่บริหารความเสี่ยงในทุกด้านให้มีความเหมาะสม จากนั้นจึงได้มอบหมายให้คณะทำงานด้านพัฒนาระบบงานภายในซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับกลางจากแต่ละหน่วยธุรกิจ เพื่อทำหน้าที่ ติดตาม ดูแล วิเคราะห์การบริหารความเสี่ยงของธุรกิจในระดับปฏิบัติของแต่ละฝ่ายงาน พร้อมกับการจัดทำแผนงานสนับสนุน/ส่งเสริมและพัฒนากิจการดำเนินงาน ควบคุมติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจที่สำคัญ รวมทั้งการนำเสนอความคืบหน้าและรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัท ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้

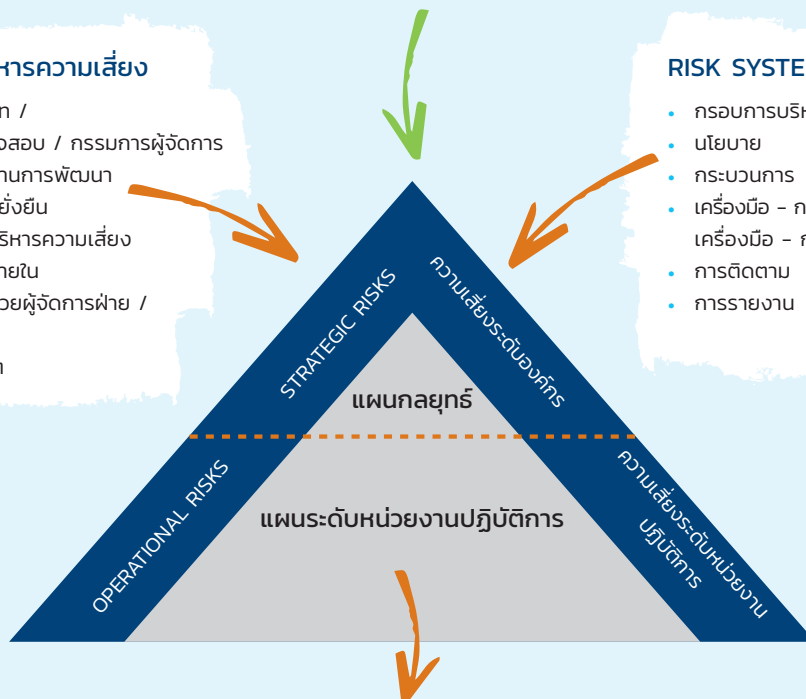
ขอบเขตการบริหารความเสี่ยง

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง

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

RISK SYSTEM

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



ส่งมอบคุณค่า อย่างมีคุณภาพ

การบริหารจัดการความเสี่ยงและ ความต่อเนื่องทางธุรกิจ

Risk Management & Business Continuity Management

นโยบายการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Policy) ภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ที่นำไปใช้บริหารเชิงปฏิบัติการแบบบูรณาการทั่วทั้งองค์กรโดยมุ่งเน้นทุกคนมีส่วนร่วมเพื่อควบคุมและลดปัจจัยความเสี่ยงทั้งระดับองค์กรและระดับหน่วยงานและครอบคลุมในสายธุรกิจอย่างเป็นเอกภาพ ที่ขับเคลื่อนเชิงปฏิบัติการโดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องธุรกิจ และควบคุมดูแลโดยคณะกรรมการบริหารเพื่อความยั่งยืน เพื่อประสานแนวร่วมในการบริหารจัดการในการหามาตรการควบคุมและลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

กรอบการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวถูกนำไปขยายผลในการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ (BCM : Business Continuity Management) ซึ่งควบคุมปัจจัยคุกคามที่อาจส่งผลกระทบต่อการหยุดชะงักของธุรกิจและบริหารจัดการการกู้คืนฟื้นฟูธุรกิจให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้ทำการวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจ Business Continuity Analysis (BIA) – ซึ่งถือเป็นขั้นตอนหลักที่สำคัญของการพัฒนาแผน BCM และนำผลลัพธ์ที่ได้จากการทำ BIA แล้วนำผลลัพธ์ที่ได้ไปจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจที่สามารถยอมรับได้สูงสุด (MTPD) และระยะเวลาเป้าหมายในการฟื้นคืนสภาพ (RTO) เพื่อให้การส่งมอบผลิตภัณฑ์ บริการ กิจกรรม หรือกระบวนการที่สำคัญกลับสู่สภาวะปกติภายหลังเกิดอุบัติเหตุเป็นไปตามระยะเวลาและเป้าหมายที่กำหนด บริษัทฯ ได้ประเมินปัจจัยความเสี่ยงที่จะเกิดภัยคุกคามจนอาจทำให้ธุรกิจหยุดชะงัก 2 ลักษณะดังนี้

1. ภัยคุกคามที่เกิดขึ้นในกระบวนการทำงานย่อย (Incident in Process) ทุกหน่วยงานทำการประเมินเบื้องต้นถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดภาวะการหยุดชะงักของกระบวนการทำงาน แล้วนำมาวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจ(BIA)

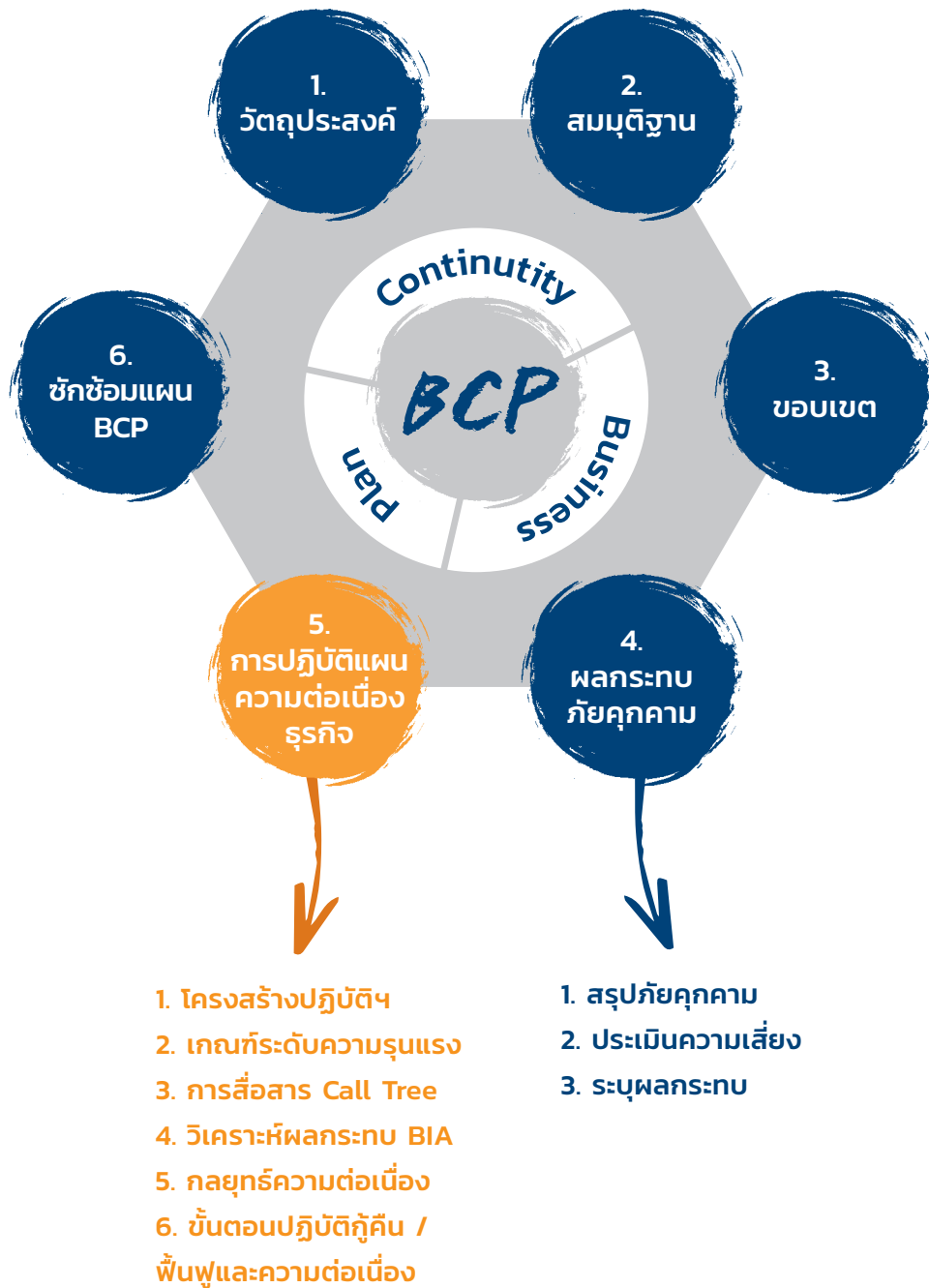
2. ภัยคุกคามที่เกิดจากภาวะฉุกเฉิน (Emergency Incident) คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจพิจารณาภัยคุกคามที่อาจจะเกิดขึ้นที่ส่งผลทำให้ธุรกิจหยุดชะงักไว้ 6 กรณี

- 1) อัคคีภัย
- 2) อุทกภัย (น้ำท่วม)
- 3) ไฟฟ้าดับเป็นวงกว้าง
- 4) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศล่ม
- 5) การจลาจล/ประท้วงหยุดงาน
- 6) เกิดข่าวฉ้อฉล

ทั้ง 6 ภัยคุกคามที่บริษัทได้ประเมินความเสี่ยงและผลกระทบมาจัดลำดับความสำคัญในการนำมากำหนดแผนปฏิบัติการความต่อเนื่องธุรกิจ (Business Continuity Plan) และจัดทำคู่มือปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมสำหรับปี 2561 อย่างสมบูรณ์แล้ว คือ

1. แผนปฏิบัติการตอบสนองต่อภาวะฉุกเฉินอัคคีภัย (คลังสินค้าร่มเกล้า)
2. แผนปฏิบัติการตอบสนองต่อภาวะฉุกเฉินข่าวฉ้อฉล (สินค้าพาโร)

โครงสร้างคู่มือปฏิบัติตามแผนความต่อเนื่องธุรกิจ Business Continuity Plan



โครงการดังกล่าวได้จัดทำเป็นคู่มือในการปฏิบัติที่ครอบคลุมแผนการดำเนินการตอบสนองต่อภาวะฉุกเฉินและความต่อเนื่องธุรกิจดังนี้

1. แผนการป้องกันการเกิดเหตุฉุกเฉิน (Preventive Action)

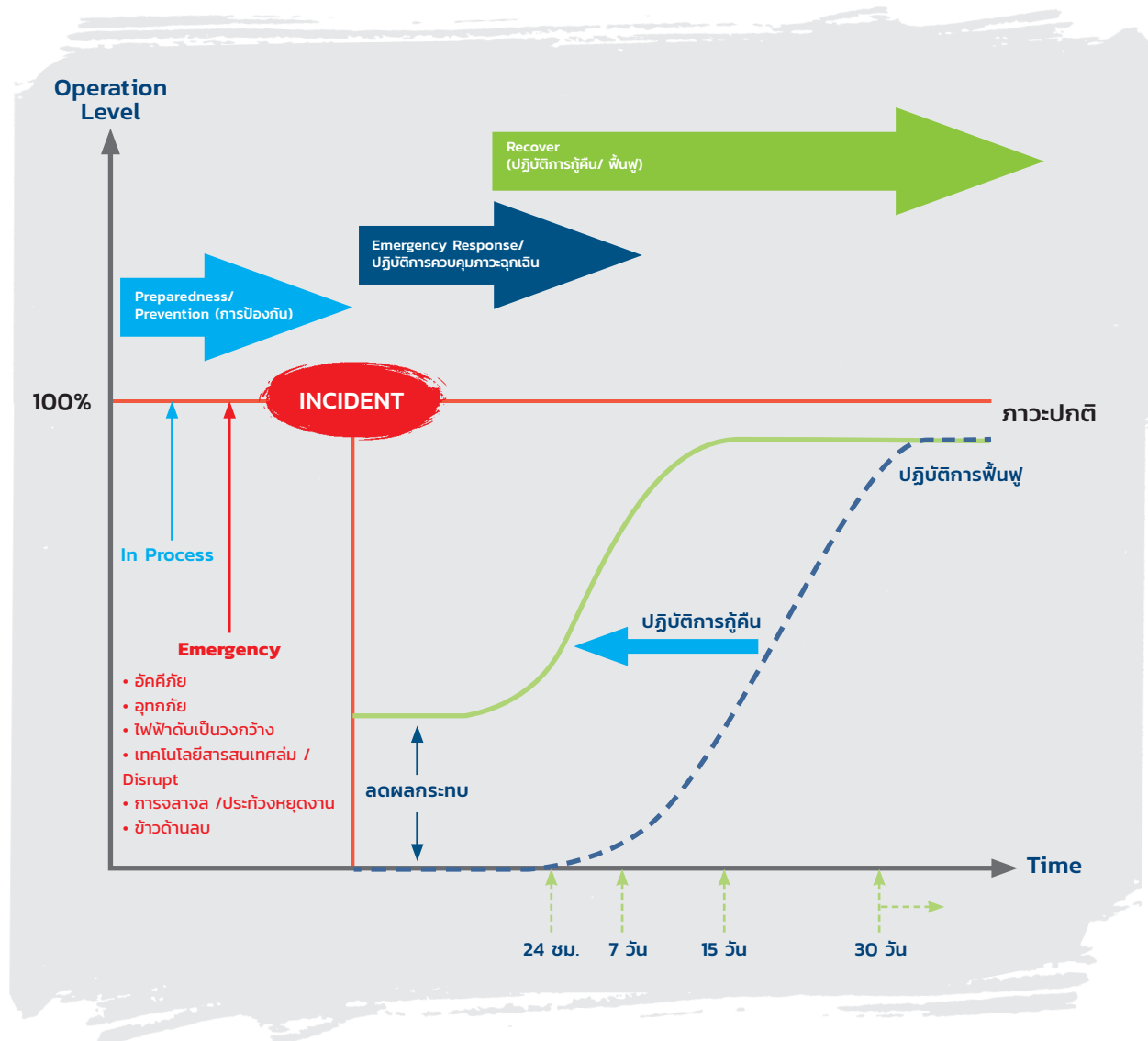
เป็นการกำหนดระเบียบปฏิบัติการให้พนักงานดำเนินการเพื่อป้องกันการเกิดเหตุ

2. แผนการระงับ/ควบคุมเหตุฉุกเฉิน (Emergency Response)

เป็นแผนการปฏิบัติหรือขั้นตอนปฏิบัติการตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยฉับพลัน เช่น แผนในการดับเพลิง แผนการอพยพ แผนในการสื่อสารเมื่อเกิดภาวะวิกฤตแผนการช่วยเหลือและบรรเทาทุกข์ เป็นต้น เพื่อควบคุมและลดความรุนแรงหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น

3. แผนการกู้คืน/ฟื้นฟูธุรกิจ (Business Recovery)

แผนการกอบกู้กระบวนการทางธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการทางธุรกิจที่สำคัญยังสามารถดำเนินต่อไปได้ ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ในเวลาหนึ่งหรือในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบร้ายแรงภายหลังจากเกิดเหตุการณ์ รวมทั้งการฟื้นฟูกระบวนการทางธุรกิจให้กลับมาอยู่ในระดับปกติ



กลยุทธ์หลัก ในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืน

จากกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยกลยุทธ์การพัฒนา 4 ด้าน ซึ่งสะท้อนจากคุณค่าหลักองค์กร คือ

1. ส่งมอบคุณค่าอย่างสร้างสรรค์ (The Value of Creation)

ด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่ธุรกิจ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรควบคู่ไปกับ

2. ส่งมอบคุณค่าอย่างเข้าถึง (The Value of Accessibility)

ด้วยการนำเทคโนโลยีสร้างเครือข่าย ช่องทางการกระจายสินค้าและบริการให้สามารถเข้าถึงอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม

3. ส่งมอบคุณค่าอย่างใส่ใจ (The Value of Attention)

ด้วยการให้ความใส่ใจและคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ

4. ส่งมอบคุณค่าอย่างการดูแล (The Value of Caring)

ด้วยการให้ความสำคัญในการดูแลพัฒนาระบบนิเวศทั้งทางสังคมและสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพและเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจ เพื่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน



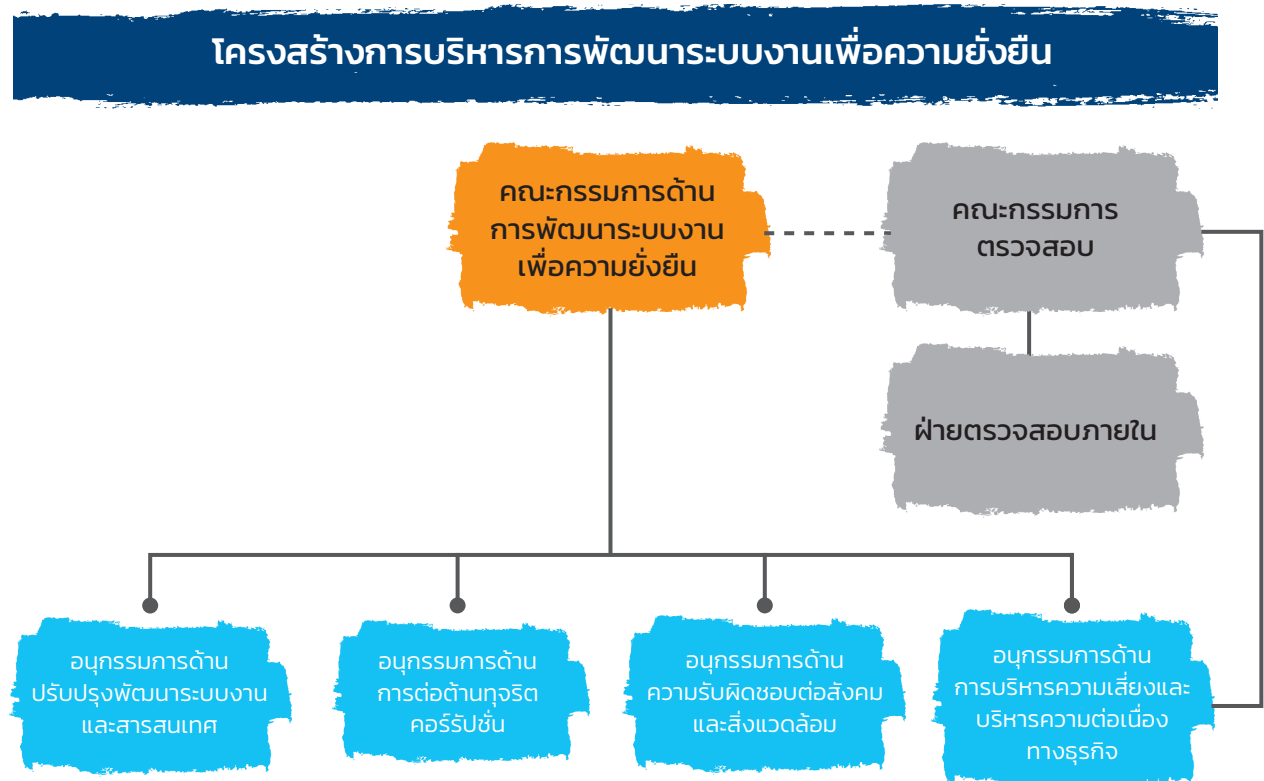
บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้ยึดแนวทางการดำเนินงาน “ส่งมอบคุณค่าอย่างมีคุณภาพ (The Delivery of Value with Quality)” โดยการจัดทำแผนงานและกำหนดกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ด้วยการเน้นด้านคุณภาพและประสิทธิภาพของกระบวนการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่ต้องได้รับความร่วมมืออย่างดีจากสมาชิกทุกฝ่าย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

ในการขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้นั้น บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้จัดทำทีมงานที่มีความรู้ความสามารถ ให้เหมาะสมตามตำแหน่งหน้าที่งานที่กำหนดไว้ พร้อมกับมอบหมายความรับผิดชอบในการกำกับดูแล เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ดังนั้นการดูแลพนักงานให้มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีความเป็นอยู่ที่ ได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะในการปรับตัวภายใต้สภาวะการณ์การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว อีกทั้งมีความสามารถทำงานเป็นทีมได้เป็นอย่างดี จึงเป็นสิ่งที่บริษัทและบริษัทย่อยได้ให้ความสำคัญและมีการยึดถือปฏิบัติมาโดยตลอด

อย่างไรก็ดี บนพื้นฐานของทักษะและความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกันของพนักงาน การร่วมคิดร่วมสร้างด้วยวิธีการผสมผสานความรู้และประสบการณ์ระหว่างกันจะสามารถนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนได้ โดยดำเนินงานผ่านคณะกรรมการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน

โครงสร้างการบริหารจัดการ เพื่อการพัฒนาสู่ความยั่งยืน

การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยการส่งมอบคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย อันจะนำมาซึ่งความเติบโตและยั่งยืนร่วมกันภายใต้การดำเนินงานโดยผ่านคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน ซึ่งภายใต้คณะกรรมการดังกล่าว มีคณะอนุกรรมการทำหน้าที่ผลักดันให้เกิดความยั่งยืนกับสังคมโดยมีบทบาทหน้าที่ ดังนี้



คณะกรรมการพัฒนาระบบเพื่อความยั่งยืน

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน

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

ทั้งนี้ ในการรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบของคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืนนั้น จะรายงานตามขอบเขตของหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยฝ่ายตรวจสอบภายในอาจมีหน้าที่ช่วยให้คำแนะนำปรึกษาและอาจเป็นตัวแทนการนำเสนอการรายงานของคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการด้านปรับปรุงและพัฒนาระบบงานและสารสนเทศ

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

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

1. ทบทวน/ปรับปรุงกระบวนการและแนวปฏิบัติให้เหมาะสม สอดคล้องกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันตามโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต
2. ตรวจสอบ ติดตาม การปฏิบัติ ให้เป็นไปตามนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการทุจริตและต่อต้านการคอร์รัปชันในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ
3. สนับสนุนและส่งเสริมค่านิยมขององค์กร และจรรยาบรรณธุรกิจในเรื่องความสุจริต โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ในทุกระบวนการและขั้นตอนการทำงาน
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. รับผิดชอบต่อข้ออื่นใดที่ คณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน กรรมการผู้จัดการ คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทมอบหมาย
6. กำหนดให้จัดทำรายงานการประชุมให้แล้วเสร็จ ภายใน 15 วันหลังการประชุม พร้อมส่งสำเนารายงานการประชุมให้เลขานุการคณะกรรมการพัฒนาระบบการทำงานเพื่อความยั่งยืน

บทบาทหน้าที่ของคณะอนุกรรมการด้านการบริหารความเสี่ยงและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

1. กำหนดและทบทวนกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามมาตรฐานสากล 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. รับผิดชอบต่อข้ออื่นใดที่ คณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน กรรมการผู้จัดการ คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท มอบหมาย
6. กำหนดให้จัดทำรายงานการประชุมให้แล้วเสร็จ ภายใน 15 วันหลังการประชุม พร้อมส่งสำเนารายงานการประชุมให้เลขานุการคณะกรรมการพัฒนาระบบการทำงานเพื่อความยั่งยืน

การสนับสนุนเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) เป็นทิศทางการพัฒนาระดับนานาชาติ 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 2561 บริษัทฯ จึงได้ผสมผสาน SDGs เข้าเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการบริหารจัดการ โดยมีเป้าหมายกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อ การสร้างความสมดุลระหว่างธุรกิจ พนักงานและสังคม ผู้ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



การบ่งชี้และวิเคราะห์ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัทนำหลักการกำหนดเนื้อหารายงานเพื่อความยั่งยืนวิเคราะห์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ การสำรวจความพึงพอใจผู้มีส่วนได้เสีย การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย และการรับฟังความคิดเห็นของคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน ทั้งนี้เพื่อบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การสื่อสารและมีส่วนร่วมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ผู้ถือหุ้น หมายถึง นักลงทุน นิติบุคคล สถาบันที่ลงทุน	- ผลตอบแทนและการเติบโตของธุรกิจ - ดำเนินกิจการสำเร็จตามเป้าหมาย	ดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีและขยายธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน	- 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 - สร้างความผูกพันให้มีความภาคภูมิใจ	- กำหนดนโยบายการบริหารงานบุคคลและประกาศให้พนักงานทราบ - ดำเนินการร่วมสำรวจค่าจ้างกับหน่วยงานภายนอก เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงานอย่างเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน - ปรับสภาพการจ้างพนักงานรายวันเป็นพนักงานรายเดือน - ร่วมกับธนาคารออมสิน ทำโครงการปลดหนี้้นอกระบบอย่างต่อเนื่อง - ร่วมกับสหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้พนักงานรู้จักการออม การประหยัด มีการวางแผนการเงิน - ดำเนินงานตามแผนการสร้างความรู้ดีมีอยู่ ผ่านคณะทำงาน well being และ Happy workplace อย่างต่อเนื่อง - ดำเนินการตามแผนพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง - สำรวจความพึงพอใจพนักงานปี 2 ครั้ง
ลูกค้า / ร้านค้า หมายถึง ผู้บริโภค ร้านค้าขายส่ง-ปลีก ห้างสรรพสินค้า โรงงาน	การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตามเวลาที่กำหนดในราคาที่เป็นธรรม	สร้างความพึงพอใจและความผูกพันโดยการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพด้วยราคาที่เป็นธรรม	- ดำเนินการตามแผนการเข้าเยี่ยมร้านค้าเดือนละครั้ง - สำรวจความพึงพอใจร้านค้า ปีละ 1 ครั้ง - สำรวจความพอใจผู้บริโภคปีละ 2 ครั้ง - ประชุมร่วมกับห้าง/ ร้านในช่องทางการขายโมเดิร์นเทรด เดือนละครั้ง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การสื่อสารและมีส่วนร่วมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ลูกค้า / ผู้ส่งมอบ หมายถึง ผู้ส่งมอบพันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า (เจ้าของสินค้า)	• ผลตอบแทนและการเติบโตของธุรกิจ • มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ • จัดซื้อจัดจ้างเป็นธรรมเสมอภาคและโปร่งใส	• ดำเนินการธุรกิจด้วยความเป็นธรรม • สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน • สร้างและขยายแนวร่วมการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน • ปฏิบัติตามกฎหมาย IUU	• การปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงตามสัญญา • ร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์กับคู่ค้าและผู้ส่งมอบ • ประชุมร่วมกับคู่ค้า เดือนละครั้ง • สำนวณความพึงพอใจของคู่ค้า ปีละครั้ง • เชิญชวนคู่ค้าและผู้ส่งมอบเข้าร่วมการดำเนินธุรกิจปราศจากการทุจริต • มีนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานซึ่งพิจารณาคุณค่าร่วมในกระบวนการบริหารจัดการทุกขั้นตอนของการจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืนและปฏิบัติตามกฎหมาย IUU
หน่วยงานภายนอก หมายถึง หน่วยงานราชการ สื่อมวลชน	• การปฏิบัติตามกฎหมาย • โปร่งใสและเปิดเผยข้อเท็จจริง	• สนับสนุนและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกฎหมาย • การปฏิบัติงานชัดเจน โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้	• ติดตามและทบทวนการดำเนินงานให้เป็นไปตามกฎหมาย • เปิดเผยผลการดำเนินงานที่ชัดเจน โปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ที่เว็บไซต์ของบริษัท
คู่แข่ง หมายถึง บริษัทที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน	• การแข่งขันภายใต้กฎหมายและจริยธรรม	• ปฏิบัติต่อคู่แข่งอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส • สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน	• ติดตามความเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ • รายงานเปรียบเทียบสถานการณ์การแข่งขัน • วิเคราะห์กิจกรรมของคู่แข่งเพื่อการดำเนินการแข่งขัน
ชุมชน/สังคม หมายถึง ชุมชน สังคม ประชาชนทั่วไป	• ต้องการให้เปิดเผยข้อเท็จจริงอย่างโปร่งใส • ต้องการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม • ต้องการให้รับผิดชอบต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสังคม	• เป็นองค์กรที่ดีของสังคมและ มีความโปร่งใส • มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีต่อชุมชนและสังคม • กำหนดความรับผิดชอบต่อผลกระทบเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ	• เผยแพร่ข้อมูลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนผ่านการรายงานและ Website • โครงการ พัฒนานักการตลาดมืออาชีพ โดยร่วมกับพันธมิตรทางพัฒนาหลักสูตรทวิภาคีด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง • ร่วมกันสร้างโอกาสให้นักเรียนที่ขาดแคลนได้รับการศึกษาที่เท่าเทียมและมีคุณภาพผ่านมูลนิธิยุวพัฒน์ • ร่วมกันสร้างโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมด้วยการจ้างงานคนพิการผ่านมูลนิธินวัตกรรมทางสังคม • โครงการ เพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม • กำหนดเป็นแผนงานในแต่ละปีด้านความรับผิดชอบต่อผลกระทบชุมชนและสังคม CSR In-process

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การสื่อสารและมีส่วนร่วมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
สิ่งแวดล้อม หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น พลังงาน น้ำ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เป็นต้น	- รักษาทรัพยากรธรรมชาติและฟื้นฟูป่าต้นน้ำ - ลดการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ - เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร	- ดำเนินธุรกิจสร้างการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน สังคมและ สิ่งแวดล้อม - สร้างจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ - รณรงค์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน	- โครงการ กาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา” - โครงการ จัดการลดการปล่อยคาร์บอน เพื่อให้เกิดผลผลิตภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน และห่วงโซ่คุณค่า - โครงการ บริหารจัดการน้ำ - โครงการ ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า - โครงการ ลดการใช้กระดาษ - กำหนดเป็นแผนงานในแต่ละปีด้านความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (CSR In-process)

การระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ธุรกิจก้าวหน้า	พนักงานมั่นคง	สังคมและสิ่งแวดล้อมยั่งยืน
- การกำกับดูแลกิจการที่ดี - การขยายแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันกับพันธมิตรทางธุรกิจ - การบริหารจัดการความเสี่ยง - การบริหารจัดการความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ - ห่วงโซ่อุปทานของเรา - การเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ - สร้างความสำเร็จทางธุรกิจพร้อมกับการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน	- ปลูกจิตสำนึก สร้างการมีส่วนร่วม สร้างสังคมแห่งการแบ่งปัน - การให้ความสำคัญกับพนักงาน และการดูแลด้านสิทธิมนุษยชน - การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของพนักงาน - สร้างความอยู่ดีมีสุขให้พนักงาน - การส่งเสริมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย	- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - โครงการ จัดการลดการใช้น้ำ : โดยนำน้ำทิ้งจากบ่อบำบัดน้ำเสียหลังบำบัดแล้วกลับมาใช้ซ้ำอีก - โครงการ เปลี่ยนหัวเผาบอยเลอร์ให้ใช้กับ Wood Pallet เพื่อเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - โครงการอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 (วัฒนธรรมสีเขียว) - โครงการพัฒนาการศึกษาด้วยระบบทวิภาคี - โครงการ CSR-DIW Continuous ปีที่ 2 - โครงการ “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง” - การสร้างระบบนิเวศเพื่อความยั่งยืน

PM กับ SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS)

เป้าหมาย

การดำเนินงาน

1 NO POVERTY



ส่งเสริมรายได้เกษตรกร

ส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้จากการเข้าร่วมโครงการ กาแฟอินทรีย์รักษาป่า โดยรับซื้อกาแฟจากเกษตรกรในราคาที่เป็นธรรม สร้างมูลค่าเพิ่มด้วย ค่าออร์แกนิกพรีเมียมและแฟร์เทรดพรีเมียม

หน้า 48-49

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



สินค้าสดใหม่ 4 เดือน

ส่งมอบสินค้าที่สดใหม่เสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพที่ดีที่สุดและเกิดความพึงพอใจในสินค้าหน้าร้านที่พร้อมส่งถึงมือผู้บริโภคอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน 4 เดือน ต้องไม่ต่ำกว่า 98%

หน้า 47

4 QUALITY EDUCATION



สนับสนุนและสร้างโอกาสทางการศึกษา

สนับสนุนและร่วมดำเนินการกับมูลนิธิพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยการจัดสรรงบประมาณ ร้อยละ 5 ของผลกำไรประจำปี เพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนอย่างเท่าเทียมและมีคุณภาพ รวมถึงเยาวชนเหล่านี้จะได้รับการปลูกฝังไปในทางที่ดี มีทางเลือกและเติบโตเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของสังคมในอนาคต

หน้า 86-87

7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY



สนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด

ดำเนินการติดตั้ง SolarRoof เพื่อเป็นแหล่งพลังงานทดแทน ในการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการผลิตกระแสไฟฟ้าของการไฟฟ้า จำนวน 127,750 หน่วยต่อปี

หน้า 37-38

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



ส่งเสริมการจ้างงานที่สร้างคุณค่าและการเติบโตทางธุรกิจ

ดำเนินธุรกิจตามแนวคิดความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ด้วยการสร้างคุณค่าเพื่อการเติบโตทางธุรกิจที่ยั่งยืน การเติบโตจากการดำเนินธุรกิจหลัก 6.80% จากปี 2560 รวมถึงการส่งเสริมการจ้างงานของบริษัท 1,926 คน

หน้า 52, 102

9 INDUSTRY, INNOVATION
AND INFRASTRUCTURE

พัฒนาขั้นตอนการทำงานด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี

ทบทวนกระบวนการทำงานให้สามารถสนับสนุนการทำงานแบบทันต่อเวลา ปรับเปลี่ยนและพัฒนาาระบบเทคโนโลยีที่จัดทำขึ้นเอง ส่งผลให้เกิดความสะดวก และรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ภายใต้แนวคิด "Simple Faster Better Sustainable" จากโครงการ On hand

หน้า 32-33

10 REDUCED
INEQUALITIES

ยกระดับการจ้างงานเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ

ดำเนินการจ้างงานเหมาแรงงาน (Subcontract) ทั้งที่เป็นแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าวทั้งหมดมาเป็นพนักงานประจำรายเดือนของบริษัท จำนวน 702 คน และจ้างงานคนพิการ จำนวน 18 คน เพื่อช่วยลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเท่าเทียมคุณภาพชีวิตและสร้างความมั่นคงให้กับครอบครัวพนักงาน

หน้า 51-53

13 CLIMATE
ACTION

ลดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ดำเนินการการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า สร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ โดยผ่านโครงการลดปริมาณการใช้พลังงาน ลดปริมาณ การใช้น้ำ ลดปริมาณการใช้กระดาษ ตลอดจนลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

หน้า 34-42

14 LIFE
BELOW WATER

สร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ระบบนิเวศทางทะเล

ลูกจิตสำนึกให้ความรู้เรื่องระบบนิเวศและพันธุ์ทรัพยากรธรรมชาติให้มีความอุดม สมบูรณ์ ตลอดจนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผ่านมูลนิธิเอ็นไลฟ์

หน้า 96-98

16 PEACE, JUSTICE
AND STRONG
INSTITUTIONS

สนับสนุนให้ธรรมาภิบาลในห่วงโซ่อุปทาน

ดำเนินงานตามหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และส่งเสริมการขยาย แนวร่วมของห่วงโซ่อุปทานในการประกอบธุรกิจที่โปร่งใส มีส่วนร่วมพัฒนา คู่ค้า / ผู้ส่งมอบ ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงในการดำเนินธุรกิจด้วยความ โปร่งใส MOU จำนวน 54 ราย และบริษัทที่ผ่านเกณฑ์จาก CAC จำนวน 1 ราย

หน้า 13-14

17 PARTNERSHIPS
FOR THE GOALS

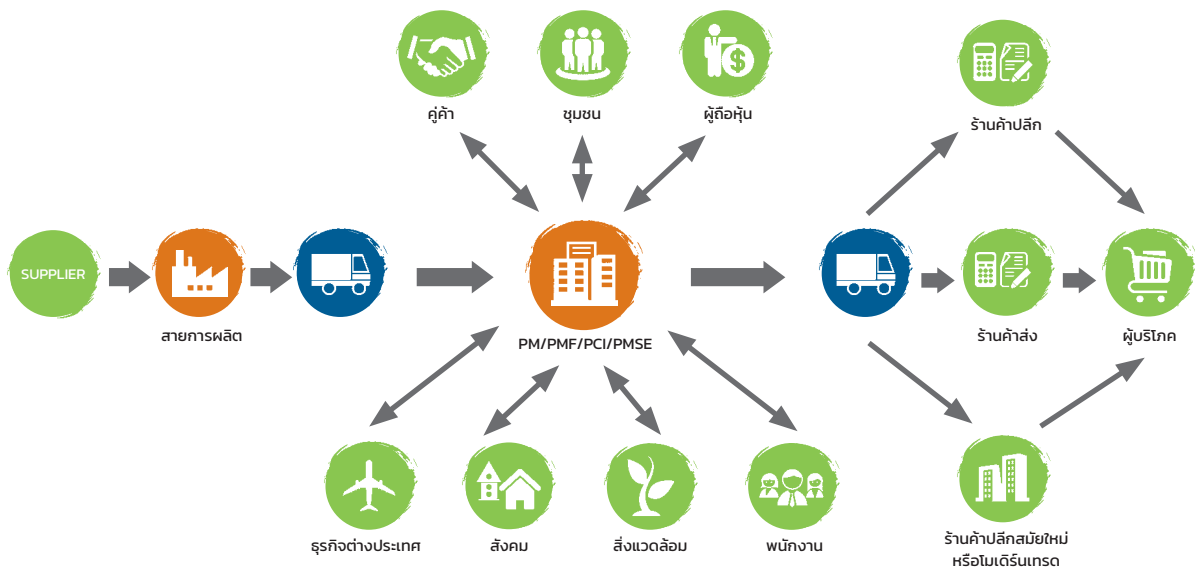
สร้างกลไกการมีส่วนร่วมและขยายผล

บริษัทตระหนักว่าการจะบรรลุเป้าหมายในการสร้างความยั่งยืน ต้องอาศัยการ เปลี่ยนแปลง ซึ่งเราต้องอาศัยความมุ่งมั่นตั้งใจการร่วมแรงร่วมใจจากทุกฝ่ายใน สังคมเราจำเป็นต้องมี "กลไกการสร้างการมีส่วนร่วมและขยายผล" (Collaborative Platform for Impact) ที่จะสามารถช่วยแก้ปัญหาสังคมได้อย่างทวิคูณ สามารถ สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้คนจำนวนมากได้ไม่จำกัดจำนวน

หน้า 67-79

ห่วงโซ่คุณค่า ของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ในการดำเนินธุรกิจนั้น บริษัทฯได้แสดงเจตนารมณ์และยึดถือการปฏิบัติอย่างชัดเจนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และพนักงาน โดยบริษัทฯได้มุ่งเน้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ครอบคลุมถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environmental Social and Governance : ESG) เพื่อค้ำประกันคุณภาพของการส่งมอบสินค้าและบริการ โดยในปี 2561 ที่ผ่านมามีบริษัทและบริษัทย่อย ได้ดำเนินการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า อย่างต่อเนื่องตามรายละเอียดที่ได้รายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาตั้งแต่ปี 2557 โดยได้มีการจัดทำแผนงานการดำเนินงานสรรหา คัดเลือก ตรวจสอบ และร่วมพัฒนา ที่ว่าด้วยเรื่องการจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบตลอดจนถึงการส่งมอบให้กับผู้บริโภคและแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า ครอบคลุมประเด็นด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การเคารพสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัยและความปลอดภัย โดยคู่ค้าและพนักงานของคู่ค้าต้องปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ และแนวทางการปฏิบัติภายใต้ระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



จากพันธกิจหลักของบริษัทที่มุ่งมั่นนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ โดยคำนึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทจึงมีนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส (Moral & Ethics) ซึ่งพิจารณาคุณค่าหลักไปใช้ร่วมในกระบวนการบริหารจัดการทุกขั้นตอนของการส่งมอบคุณค่า (Quality) อย่างสร้างสรรค์ (Innovation) ในการผลิตสินค้าและบริการร่วมกัน (Collaboration) ระหว่างบริษัทและผู้ส่งมอบหรือคู่ค้าเพื่อพัฒนาระดับมาตรฐานการปฏิบัติงานในห่วงโซ่อุปทานให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน (Mutual Benefits) โดยให้ความสำคัญตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบคุณภาพ การกำกับดูแลคุณภาพของกระบวนการผลิต บริหารจัดการขนส่งสินค้าอย่างเข้าถึง เพื่อให้ส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพจนถึงมือผู้บริโภค โดยคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม

ผังแสดงขั้นตอนส่งมอบคุณค่าผลิตภัณฑ์



การจัดซื้อวัตถุดิบอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตได้มาอย่างถูกต้อง และสามารถสอบย้อนกลับได้ถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบตลอดจนส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

เนื่องจากการใช้วัตถุดิบ ที่ได้จากทรัพยากรทางทะเลเป็นหลัก จึงมีแนวคิดที่จะส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ตลอดจนการส่งเสริมให้เกิดการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่ บริษัทจึงนำแนวปฏิบัติตามข้อกำหนด IUU : illegal Unreported and Unregulated Fishing มาปฏิบัติในเรื่องของการป้องกัน ยับยั้งและจัดการประมงที่ผิดกฎหมาย ขาดการรายงานและไร้การควบคุม โดยอาศัยความร่วมมือจากผู้ผลิต และผู้ส่งมอบของบริษัทให้ดำเนินการตรวจสอบระบบย้อนกลับ รวมถึงการนำแนวปฏิบัติดังกล่าวไปใช้กับวัตถุดิบอื่น ๆ ที่มาจากการฟาร์มเพาะเลี้ยง

แนวทางในการปฏิบัติ

เพื่อให้การจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัทสอดคล้องตามระบบ IUU ตลอดจนให้ครอบคลุมถึงระบบคุณภาพความปลอดภัยด้านอาหารสูงสุด โดยในภาพรวมบริษัท ได้ดำเนินการดังนี้

- **กระบวนการคัดเลือกคู่ค้า**

ก่อนที่บริษัทจะทำการซื้อขายกับคู่ค้า ผู้ผลิตวัตถุดิบหลัก บริษัทจะทำการพิจารณารายชื่อคู่ค้า จากแหล่งที่น่าเชื่อถือ และตรวจสอบประวัติของคู่ค้าในการดำเนินกิจการ ทำให้ได้รายชื่อคู่ค้า ผู้ผลิตวัตถุดิบที่ผ่านการพิจารณากลับกรองในเบื้องต้น ก่อนซื้อขาย จากนั้นคู่ค้าที่ผ่านการคัดเลือกจะต้องส่งตัวอย่างเนื้อปลาสดแช่แข็ง (ซูริมิ) ปลาทะเล เนื้อสัตว์ ผักและผลไม้ มาเพื่อตรวจสอบตามมาตรฐานและมีการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องในด้านคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหารทุกรายการตามข้อกำหนด และสามารถทำการตรวจสอบระบบย้อนกลับได้ ทั้งนี้ต้องได้รับการตรวจประเมินโรงงานจนมั่นใจจึงจะได้รับการคัดเลือกให้เป็นคู่ค้าได้ รวมถึงการซื้อวัตถุดิบที่จากคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และดำเนินการอย่างมีคุณธรรมจริยธรรม

• กระบวนการตรวจสอบวัตถุดิบก่อนนำมาใช้งาน

ในการจัดซื้อวัตถุดิบเข้ามาเพื่อผลิต ทางบริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพก่อนนำมาใช้งานเพื่อให้เกิดความมั่นใจดังนี้

- 1) บริษัทมีการตรวจสอบด้านกายภาพ ทางเคมี และทางด้านจุลชีววิทยา โดยมีการสุ่มตัวอย่างตาม Sampling plan เพื่อทดสอบในห้องปฏิบัติการทั้งภายในและภายนอกบริษัท อาทิเช่น Histamine, %Salt, Gel Strength ฯลฯ รวมถึงผู้ขาย/ผู้ผลิตต้องมีเอกสารผลวิเคราะห์ด้านคุณภาพและเอกสารการรับรองการจับสัตว์น้ำครอบคลุมทุกรุ่นที่มีการรับเข้า รวมถึงใบรับรองแหล่งกำเนิด เช่น กรณีจับสัตว์น้ำในประเทศจะต้องมีเอกสาร MCPD : Marine Catch Purchasing Document และกรณีที่มีการนำเข้าวัตถุดิบรวมถึงเนื้อปลาแช่แข็ง (ซูริมิ), ปลาทะเล จากต่างประเทศ ผู้ขายต้องมีเอกสาร IMD: Imported Aquatic Animal Movement Document และ Catch Certificate เพื่อสอบถามว่าไม่นำปลาที่ผิดกฎระเบียบ IUU มาจำหน่าย
- 2) บริษัทมีการตรวจสอบสารปนเปื้อนโลหะหนัก เช่น Mercury, Cadmium, Lead ที่อาจจะปนเปื้อนมากับวัตถุดิบ รวมถึงการส่งผลิตภัณฑ์ตรวจสอบเพื่อยืนยันผล โดยห้องปฏิบัติการภายนอกที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO 17025 ทุก ๆ ปีตามแผน
- 3) ในส่วนของซูริมิ บริษัทได้พัฒนาวิธีการตรวจสอบคุณภาพของเนื้อปลาแช่แข็ง (ซูริมิ) ก่อนนำมาใช้งาน นอกเหนือจากคุณภาพพื้นฐานที่มีการตรวจวัดกันทั่วไป เช่น การพัฒนาวิธีการวัด/วิเคราะห์เรื่องความเหนียวและการสามารถในการขึ้นรูปแผ่น ก่อนนำมาผลิต ซึ่งจะช่วยให้ทราบข้อมูลระดับคุณภาพของวัตถุดิบก่อนนำมาใช้งาน นอกเหนือจากนี้บริษัทได้ถ่ายทอดวิธีการทดสอบที่พัฒนาขึ้นมาใหม่นี้ เพื่อให้ผู้ผลิตเนื้อปลาแช่แข็ง (ซูริมิ) นำไปประยุกต์ใช้เพื่อให้คุณภาพตรงกับความต้องการของบริษัท
- 4) เพื่อสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยของอาหารและการดำเนินการให้สอดคล้องตามข้อกำหนด โดยบริษัทมีการประเมินความเสี่ยงของวัตถุดิบทางด้านความปลอดภัยในอาหาร ได้แก่ ทางด้านกายภาพ, ทางเคมี, ทางชีวภาพ, การปนเปื้อนสารก่อภูมิแพ้, การปลอมแปลงอาหาร, รังสี, และการปนเปื้อนโดยเจตนา รวมถึงมีการตรวจประเมินสถานที่ผลิตตามกรอบระบบ BRC, HACCP, GMP เพื่อเป็นการประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มาจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล

เป้าหมาย (KPI)

- สามารถผ่านเกณฑ์การตรวจและปฏิบัติได้สอดคล้องตามข้อกำหนดของ IUU จากการตรวจโดยกรมประมง, กรมปศุสัตว์, BRC
- คู่ค้าผ่านเกณฑ์การตรวจประเมินตามมาตรฐานและ อยู่ในทะเบียนคู่ค้า ของบริษัทฯ

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

- ผ่านเกณฑ์การตรวจทุกประการ
- คู่ค้าผ่านเกณฑ์การตรวจประเมินตามมาตรฐานและ อยู่ในทะเบียนคู่ค้า ของบริษัทฯ

การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ

ด้วยพันธกิจหลักของบริษัทที่มุ่งมั่นสนับสนุนแนวคิดการสร้างสรรคเพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจ (Digital transformation) และเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประกอบบริษัทดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคหรือที่เรียกว่าสินค้าในกลุ่ม FMCG ซึ่งปัจจุบันพบว่ามีความโน้มในการแข่งขันสูงขึ้นและมีโอกาสส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจ

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญและผลกระทบที่จะได้รับจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จึงได้มีการทบทวนกระบวนการทำงานให้สามารถสนับสนุนการทำงานแบบทันต่อเวลา โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาปรับใช้ในกระบวนการทำงาน เพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้ทันเวลา (Real Time Analytic) นำข้อมูลมาวิเคราะห์ (Data Analytic) ค้นหาโอกาสและอุปสรรค เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจและกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับบริษัท ผ่านแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์ดิจิทัล เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต ภายใต้แนวคิด “ Simple Faster Better Sustainable

แนวทางในการปฏิบัติ

กระบวนการบริหารจัดการสต็อกสินค้าในร้านค้าที่มีกระจายไปอยู่ทั่วประเทศ โดยผ่านการตรวจสอบและบันทึกข้อมูลในแต่ละวันจากพนักงานส่งเสริมการขาย จำนวนกว่า 90 คน รายงานทางโทรศัพท์ให้หัวหน้าทราบทุกเช้า และส่งข้อมูลที่บันทึกในเอกสารตามมา เพื่อให้เจ้าหน้าที่รวบรวมจัดทำสรุปรายงานผล โดยใช้ระยะเวลาในการดำเนินงาน 3 วัน

โครงการ On hand เป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันระบบตรวจสอบเช็คสต็อกสินค้าและบันทึกสินค้าขาดที่ร้านค้า (OOS : Out of Stock) ซึ่งฝ่ายพัฒนาระบบการทำงานของบริษัท ได้จัดทำขึ้น เพื่อให้พนักงานส่งเสริมการขาย ที่ประจำตามสาขาต่างๆในต่างจังหวัด สามารถบันทึกและส่งข้อมูลสต็อกสินค้าได้ ที่ร้านค้าผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ของทุกคน ข้อมูลที่ส่งจะถูกรวบรวมสรุปและรายงานผลทันที ทั้งนี้ข้อมูลสามารถช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจป้องกันปัญหาเสียโอกาสในการขายสินค้าและบริหารจัดการสินค้าใกล้หมดอายุให้มีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย (KPI)

- ระยะเวลาการปฏิบัติงานลดลง
- จำนวนสินค้าขาดที่ร้านค้า (OOS : Out of Stock) ต้องไม่เกินกว่า 5 %

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

- ระยะเวลาการปฏิบัติงานลดลง จาก 8 วัน เหลือ 1 วัน
- นวนสินค้าขาดที่ร้านค้า (OOS : Out of Stock) = 4.05 %

จากผลลัพธ์ของโครงการที่ระบบสามารถส่งข้อมูลรายงานผลได้ทันที (Real Time) และยังสามารถลดการใช้กระดาษที่ใช้สำหรับการบันทึกรายงานข้อมูลอีกด้วย จากการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานดังกล่าวสามารถช่วยลดขั้นตอนการทำงานซ้ำซ้อน ส่ง ส่งผลให้เกิดความสามารถในการกำหนดกระบวนการในธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างยั่งยืน

โครงการอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ4 (วัฒนธรรมสีเขียว)

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อระบบนิเวศที่นำอยู่และปลอดภัยต่อตัวพนักงานและสิ่งแวดล้อม
- 2) เพื่อเกิดประโยชน์ต่อสังคมให้ได้มากที่สุด
- 3) เพื่อลดการใช้ทรัพยากรต้นทุนในการผลิต

แนวคิดในเรื่องอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green 4)

บริษัทมีกระบวนการผลิตที่ต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นจำนวนมากดังนั้นจึงให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ต่อสาธารณะทางบริษัทจึงเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการมุ่งเน้นในเรื่องของการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องรวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร

แนวทางในการดำเนินการหรือแนวทางในการปฏิบัติ

หลังจากที่ทางบริษัทได้เข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 แล้วนั้นได้รับการอบรมความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสีเขียว และระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมได้รับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมสีเขียว ได้มีระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีลดการใช้ทรัพยากรต้นทุนในการผลิต และจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน สร้างภาพลักษณ์ที่ดี

เป้าหมาย (KPI)

- 1) มีระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี ลดการใช้ทรัพยากรต้นทุนในการผลิต
- 2) เสริมสร้างคุณภาพชีวิตของพนักงาน
- 3) ลดข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากชุมชนรอบ ๆ โรงงาน สร้างภาพลักษณ์ที่ดี

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

- 1) ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นและการใช้ทรัพยากรต้นทุนในการผลิตลดลง
- 2) ระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานดีขึ้น
- 3) ข้อร้องเรียนจากชุมชนลดน้อยลง

เสริมสร้างวัฒนธรรมด้านสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นในองค์กร

- จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ Premier Go Green แจกเอกสารและแผ่นพับให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมกับพนักงาน
- กิจกรรมทำป้ายณรงค์ และจัดการอบรมให้ความรู้กับพนักงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์พลังงาน



- รณรงค์และจัดกิจกรรมการคัดแยกขยะจากสำนักงานและโรงอาหาร ออกเป็น 4 ประเภทคือ
 - 1) ถังสีเหลืองขยะรีไซเคิล เช่น ขวดแก้ว กระดาษ กระดาษลัง เป็นต้น
 - 2) ถังสีน้ำเงินขยะทั่วไป เช่น กล่องอาหาร กล่องนม กล่องโฟม เป็นต้น
 - 3) ถังสีเขียวขยะเปียก เช่น เศษอาหาร เศษผัก เป็นต้น
 - 4) ถังสีแดงขยะอันตราย เช่น ถ่านไฟฉาย ปากกาเคมี/ลิควิด และตลับหมึก เป็นต้น

การใช้พลังงานทดแทนโดยการลงทุนติดตั้ง Solar Roof เพื่อการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์

วัตถุประสงค์

เพื่อใช้แผงเซลล์แสงอาทิตย์ โซลาร์รูฟ ในการผลิตกระแสไฟฟ้า ใช้งานสำหรับกระบวนการผลิตภายในโรงงาน และอาคารสำนักงาน ลดค่าความต้องการพลังงานสูงสุด และลดค่าใช้จ่ายในการซื้อไฟฟ้าจากการไฟฟ้า

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

ณ ปัจจุบัน ความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้าในภาคอุตสาหกรรมมีอย่างต่อเนื่องและเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสวนทางกับปริมาณเชื้อเพลิงที่กำลังจะประสบภาวะขาดแคลนในอนาคต เชื้อเพลิงจากซากดึกดำบรรพ์ เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติและถ่านหิน อาจหมดไปจากโลกภายในระยะเวลาไม่กี่ปี หากยังไม่มีทางเลือกพลังงานเพิ่มเติม 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 โดยซื้อไฟฟ้าจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอนาดี เพื่อนำมาช่วยในส่วนเครื่องจักรหลักและเครื่องจักรสนับสนุนในการผลิต, อุปกรณ์ภายในห้องเย็น, อุปกรณ์สำหรับสาธารณูปโภคต่างๆ ไฟฟ้าภายในและภายนอกอาคาร โดยมีค่าการใช้พลังงานไฟฟ้าสูงสุดอยู่ในช่วง 600 – 650 Kw และในทุกๆ 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 แดดไม่ดี อินเวอร์เตอร์ก็จะใช้ไฟจากการไฟฟ้ามาจ่ายแทนโดยอัตโนมัติ

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 รวมขนาดของแผงโซลาร์ คิดเป็นขนาด 70 Kw สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้จำนวน 332.22 หน่วยต่อวัน และลดค่าความต้องการพลังงานไฟฟ้าสูงสุด ได้ 70 Kw

เป้าหมาย (KPI)

แผงเซลล์แสงอาทิตย์ ผลิตกระแสไฟฟ้าได้จำนวน 350 หน่วย/วัน หรือ 127,750 หน่วย/ปี

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

การผลิตกระแสไฟฟ้า		
ปี	หน่วย/วัน	หน่วย/ปี
2560	198.03	72,280.95
2561	332.22	121,260.30
รวม	530.25	193,541.25



โครงการจัดการลดพลังงาน

วัตถุประสงค์

เพื่อหาโอกาสในการปรับปรุงเพื่อลดการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนตลอดขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจ ตอบสนองกลยุทธ์ในเรื่อง Green Factory และมุ่งเน้นการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมโดยอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

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

แนวทางในการปฏิบัติ

สำหรับแนวทางในการดำเนินการภายใต้โครงการลดการปล่อยคาร์บอน เพื่อให้เกิดผลผลิตภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน จะมีกิจกรรมในการดำเนินหลัก ๆ ดังนี้

- 1) การกำหนดนโยบายตลอดจนกำหนดเป้าหมายด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- 2) การออกแบบและพัฒนากิจการบำบัดก๊าซเรือนกระจก การจัดทำเอกสาร รายงาน และการทวนสอบบัญชีก๊าซเรือนกระจกขององค์กร
- 3) ใช้หลักการของ Carbon Footprint เพื่อเป็นแนวทางในการวัดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนออกมาในรูปแบบตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า โดยมีการแบ่งตามขอบเขตการปล่อย คือ

ขอบเขตที่ 1 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางตรงขององค์กร

ขอบเขตที่ 2 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน เช่น ไฟฟ้า พลังงานไอน้ำ

ขอบเขตที่ 3 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางอ้อมอื่น ๆ อาทิ การเดินทางของพนักงาน การใช้กระดาษ การใช้น้ำประปา
- 4) การกำหนดแผนงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในมิติด้านสิ่งแวดล้อม และตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อยกระดับคุณภาพของสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยร่วมมือร่วมใจในการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการร่วมมือทั่วทั้งองค์กร ในการสร้างกลไกการสร้างการมีส่วนร่วม เพื่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ให้ความสำคัญในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดเป็นเป้าหมาย (KPI) ส่วนหนึ่งของกระบวนการทำงานในองค์กร เพื่อสร้างความตระหนักและกระตุ้น

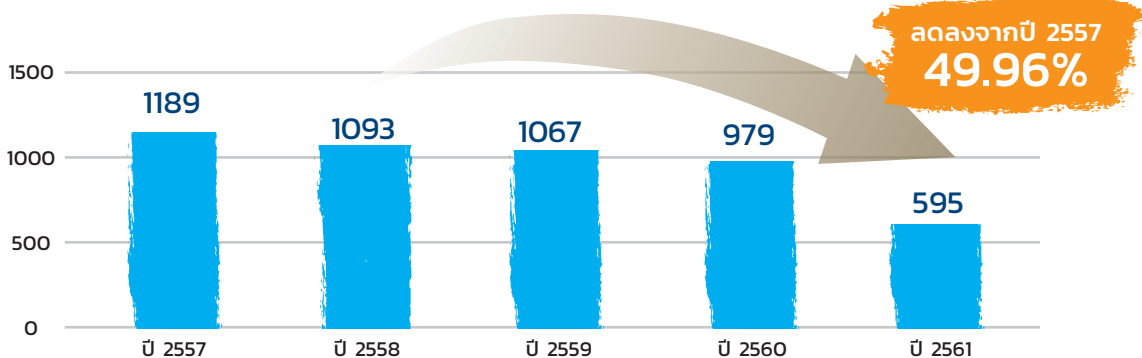
โครงการลดการใช้กระดาษ

โดยกำหนดเป้าหมายการใช้กระดาษปี 2561 ลดลงจากปี 2560 ร้อยละ 5 ด้วยการปรับวิธีการทำงาน เช่น ส่งไฟล์งานที่ต้องใช้อ้างอิงไปจัดเก็บในเซิร์ฟเวอร์แทนการถ่ายสำเนาเอกสารแจก, จัดระบบการนำเอกสารมาใช้ซ้ำ (Reuse)

ตั้งแต่ปี 2559 ฝ่ายสำนักงานสามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้ถึง ร้อยละ 27.40 ซึ่งเป็นหน่วยงานตัวอย่างที่ปฏิบัติในโครงการดังกล่าวให้หน่วยงานอื่นได้เห็นถึงความสำเร็จในการดูแลสิ่งแวดล้อมที่สามารถร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติร่วมกันได้อย่างยั่งยืน

ต่อมาตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นไป บริษัทได้ส่งเสริมให้ทุก ๆ หน่วยงาน ดำเนินงานตามมาตรการดังกล่าว ผลการดำเนินงาน ตั้งแต่เดือน มกราคม ถึง ธันวาคม 2561 พบว่าภาพรวมการใช้กระดาษของทั้งบริษัท สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้ถึง ร้อยละ 39.22 หรือลดลงจำนวน 384 รีม (192,000 แผ่น) คิดเป็นมูลค่า 34,176 บาท สามารถลดการตัดต้นไม้ได้ 22 ต้น (374 รีม) และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) ได้ 3,696 Kgs

ปริมาณการใช้กระดาษ (รีม)



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

สำหรับแผนงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน ทางบริษัทฯ ได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญให้ดำเนินการด้านการลดการปล่อยคาร์บอน โดยแบ่งเป็นแผนปรับปรุง 2 กลุ่มได้แก่

กลุ่มที่ 1 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางตรงขององค์กร

หัวข้อที่บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุง ได้แก่

- ลดของเสียจากการซ่อมเส้นปลาผิขนาดที่เครื่องซอย
- 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)

ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนได้ออกไซด์ 380 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า หรือคิดเป็น 71%

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

โครงการจัดการลดการใช้น้ำ :

โดยนำน้ำทิ้งจากบ่อบำบัดน้ำเสียหลังบำบัดแล้วกลับมาใช้ซ้ำอีก

ความเป็นมาและลักษณะการใช้งาน

• นำน้ำทิ้งหลังบำบัดบางส่วน ที่ผ่านกรรมวิธีการกรองด้วยถังทราย ซึ่งคุณภาพน้ำได้ตามมาตรฐานกรมโรงงานอุตสาหกรรม มาใช้ลดเขม่าควันจากการเผาไหม้ของบอยเลอร์ทดแทนการใช้น้ำประปาได้ถึงวันละ 88 คิว/วัน ซึ่งเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย โดยโครงการดังกล่าวนี้ได้ทำต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

- ใช้รดต้นไม้ภายในบริษัท
- ใช้ทำความสะอาดพื้นบริเวณรอบนอกทั้งหมด เช่น ลานรับ-จ่ายวัตถุดิบ บ่อตกไขมัน ลานถนนด้านหน้าออฟฟิศ

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

1) ทำให้ลดค่าใช้จ่ายค่าน้ำประปาได้ 88 คิวต่อวัน คิดเป็นเงินปีละ 448,800 บาท

2) สามารถลดมลภาวะทางอากาศประกอบด้วย

- | | | | | | |
|---|------|-----|---|----------------|-----|
| • Sulfur dioxide (SO ₂) | 81.0 | ppm | / | ค่ามาตรฐาน 700 | ppm |
| • Oxide of Nitrogen (as NO ₂) | 54.4 | ppm | / | ค่ามาตรฐาน 400 | ppm |
| • Carbon monoxide (CO) | 415 | ppm | / | ค่ามาตรฐาน 690 | ppm |

3) ทำให้สภาพแวดล้อมในบริเวณชุมชนดีขึ้น และลดปริมาณการปล่อยน้ำหลังจากบำบัดลงสู่ลำคลอง

การลดผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อม

โครงการ เปลี่ยนหัวเผาบอยเลอร์ให้ใช้กับ Wood Pallet เพื่อเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์

เพื่อลดมลภาวะทางอากาศ

แนวคิดในเรื่องของ CSR หรือความยั่งยืน

บริษัทมีกระบวนการผลิตที่ต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นจำนวนมากดังนั้นจึงให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ต่อสาธารณะทางบริษัทจึงเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการมุ่งเน้นในเรื่องของการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องรวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร

แนวทางในการดำเนินการหรือแนวทางในการปฏิบัติ

ในกระบวนการผลิตของบริษัทมีการใช้พลังงานความร้อนมากเป็นอันดับหนึ่งของพลังงานทั้งหมดโดยพลังงานที่เป็นตัวทำให้เกิดความร้อนส่วนมากเป็นน้ำมัน ถ่านหิน ซึ่งล้นแล้วแต่สร้างมลภาวะทางอากาศมากและมีโอกาสที่ใช้แล้วหมดไป อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนมาใช้ WOOD PALLAT เป็นเชื้อเพลิงทดแทนนั้นนอกจากจะทำให้เกิดมลภาวะทางอากาศน้อยลงหลังการเผาไหม้แล้ว กากชี้เถ้ายังมีปริมาณน้อยกว่าเดิม 80 เท่า และยังสามารถปลูกไม้ทดแทนได้อีกด้วย

แนวทางในการดำเนินการหรือแนวทางในการปฏิบัติ

การปรับเปลี่ยนหัวเผาไหม้ที่เหมาะสมกับ Wood Pallet ซึ่งใช้แล้วได้ผลดีมาก

เป้าหมาย (KPI)

ทำการติดตั้งหัวเผา Wood Pallet ให้เสร็จสิ้นภายในปี 2561

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

ได้ทำการติดตั้งหัวเผา Wood Pallet เสร็จเรียบร้อยแล้ว ซึ่งปัจจุบันได้เปลี่ยนเชื้อเพลิงเป็น wood Pallet แล้ว



การเปลี่ยนหัวเผาบอยเลอร์ให้สามารถใช้กับเชื้อเพลิง Wood Pallet ได้



เชื้อเพลิง Wood Pallet ที่ได้จากไม้

Sustainable Consumption

ส่งมอบคุณค่าอย่างเอาใจใส่

จากพันธกิจของบริษัทที่ยึดถือคุณค่าหลักด้วยความมุ่งมั่นนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าพร้อมคุณภาพโดยมีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง ด้วยแนวคิดดังกล่าวบริษัทจึงให้ความสำคัญและความใส่ใจในความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์ ทั้งในด้านภาพลักษณ์และด้านผลิตภัณฑ์ เพราะความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นบ่อเกิดที่จะนำไปสู่ความยั่งยืน

การสำรวจความพึงพอใจผู้บริโภคจึงเป็นกระบวนการที่เรายึดถือดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง หลังจากการปรับภาพลักษณ์ทาโรเมื่อปลายปีที่ผ่านมา (Relaunch) ทางทีมการตลาดก็มีการสำรวจความพึงพอใจผู้บริโภคเพื่อหาแง่มุมในการพัฒนาทั้งด้านผลิตภัณฑ์และด้านการโฆษณา เพื่อปรับปรุงให้ตอบสนองความพึงพอใจผู้บริโภคอย่างสูงสุด

วัตถุประสงค์ และแนวคิดในการทำการสำรวจ ดังนี้

- 1) เพื่อเข้าใจทัศนคติ และพฤติกรรมกรบริโภคขนมขบเคี้ยวของผู้บริโภค
- 2) เพื่อตรวจสอบความพึงพอใจผู้บริโภคในการสื่อสารโดยเฉพาะการโฆษณา

โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

- 1) กลุ่มเป้าหมายที่ทำการสำรวจ : ชาย-หญิง อายุ 12-24 ปี เป็นผู้ที่ตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวด้วยตัวเอง และเป็นผู้ที่ทานเป็นประจำ อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล
- 2) ใช้การสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face to Face Interview) จำนวน 300 ตัวอย่าง

ผลจากการสำรวจเพื่อนำไปพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์และการโฆษณาเป็นดังนี้

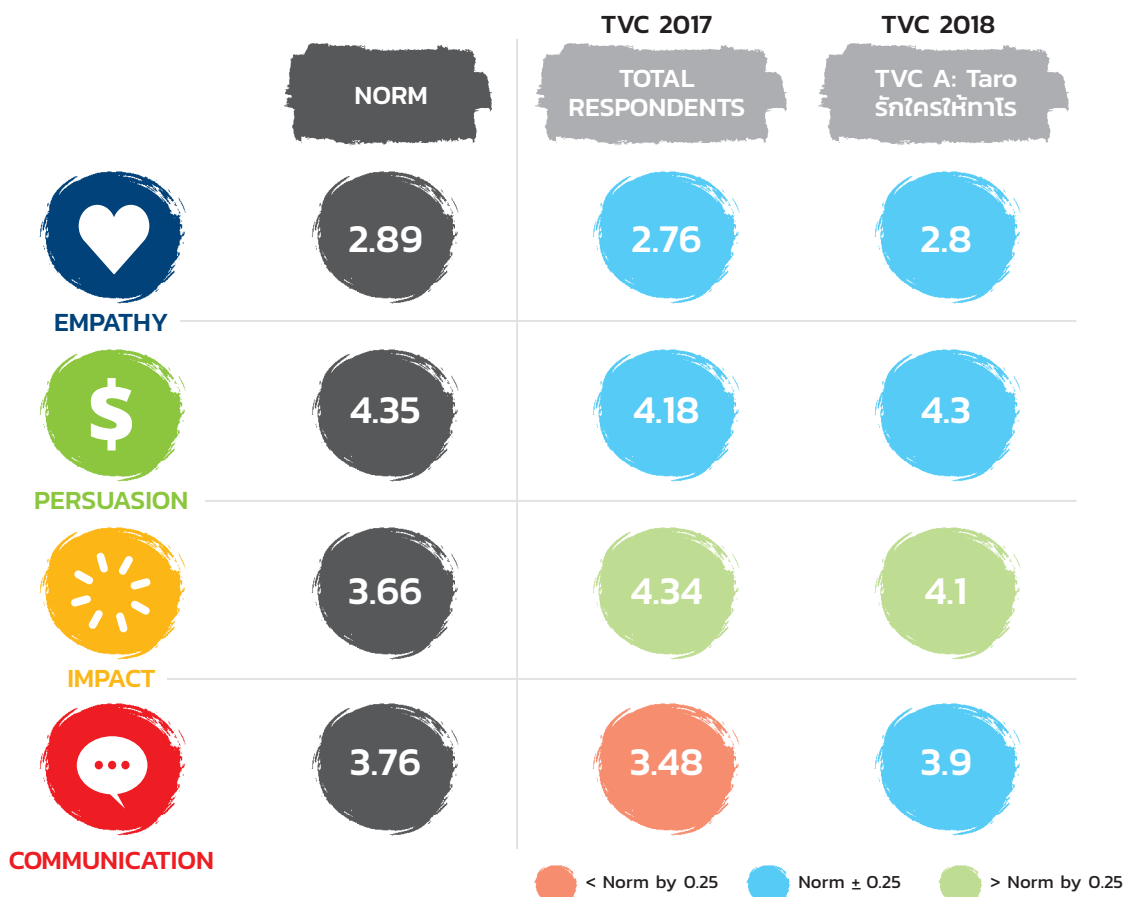
- **ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้บริโภคต้องการให้ผลิตภัณฑ์ทาโร มีรสชาติที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติเข้มข้น จัดจ้าน จะเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น
- **ด้านการโฆษณา** ผู้บริโภคต้องการให้ผลิตภัณฑ์ทาโรยังคงสื่อสารเรื่องความเป็นขนมที่มีประโยชน์ ในวิธีที่สามารถจดจำแบรนด์ได้มากขึ้นกว่าเดิมซึ่งผลจากการสำรวจทางทีมการตลาด ได้นำมาพัฒนา ปรับปรุง ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ และการโฆษณา ดังนี้
 - 1) **ด้านผลิตภัณฑ์** ได้มีการวางตลาดผลิตภัณฑ์ทาโรเส้นชุบน้ำจิ้ม เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น ที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติเข้มข้น จัดจ้านขึ้นกว่าเดิม โดยทีมการตลาดได้ออกผลิตภัณฑ์มาใน 2 ระดับความเผ็ด คือ มีรสเผ็ดน้อย และเผ็ดมาก เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่ชอบความเผ็ดในระดับที่แตกต่างกัน เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด



2) **ด้านการโฆษณา** ได้มีการปล่อยงานโฆษณาผลิตภัณฑ์ทาโร โดยยังคงต่อยอดย้ำเรื่องความเป็นขนมขบเคี้ยวที่ให้ประโยชน์ ในวิธีที่จดจำได้ง่ายมากขึ้น โดยการใช้ presenter คือ คุณฟิล์ม ธนภัทร ซึ่งมีผลงานละคร "เมีย 2018" ซึ่งออกอากาศอยู่ในช่วงเวลานั้น เป็นผู้ถ่ายทอด นำเสนอในงานโฆษณา



ซึ่งผลจากการปรับปรุง ชิ้นงานโฆษณา ในปี 2561 ที่ผ่านมา ทางทีมการตลาดได้มีการวัดระดับความพึงพอใจ ผลการสำรวจเป็นดังนี้



จากภาพที่แสดงผลความพึงพอใจต่อชิ้นงานโฆษณา ใน 4 ปัจจัย โดยเทียบกับมาตรฐาน (norm) ของ บริษัท นีลสัน ที่ทำการสำรวจในเอเชียแปซิฟิก เป็นดังนี้

- 1) ความรู้สึกชอบ และมีส่วนร่วม (Empathy) : อยู่ในระดับที่ดีขึ้นกว่าเดิมคือได้ 2.8 จากเดิม 2.76 และใกล้เคียงมาตรฐานเอเชียแปซิฟิกมากขึ้น
- 2) โฆษณาสามารถชักจูงไปสู่การซื้อสินค้า (Persuasion) : อยู่ในระดับที่ดีขึ้นกว่าเดิมคือได้ 4.3 จากเดิม 4.18 และใกล้เคียงมาตรฐานเอเชียแปซิฟิกมากขึ้น
- 3) โฆษณามีความโดดเด่น เป็นที่จดจำ (Impact) : อยู่ในระดับที่ลดลงกว่าเดิมคือได้ 4.1 จากเดิม 4.3 แต่สูงกว่ามาตรฐานเอเชียแปซิฟิกมาก
- 4) โฆษณาสื่อสารได้เข้าใจ (Communication) : อยู่ในระดับที่ดีขึ้นกว่าเดิมคือได้ 3.9 จากเดิม 3.48 และสูงกว่ามาตรฐานเอเชียแปซิฟิกมาก

จากผลการสำรวจชิ้นงานโฆษณาปี 2561 ที่พัฒนาต่อยอดจากชิ้นงานโฆษณาในปี 2560 ผ่านการสำรวจความพึงพอใจที่ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องนั้น ทำให้การสื่อสารของแบรนด์ทาโรมีความชัดเจน และเด่นชัด สามารถครองใจผู้บริโภคได้มากขึ้น

ผลิตภัณฑ์ทาโร ยังคงเดินทางพัฒนาสินค้า และบริการ รวมไปถึงการสื่อสารการตลาดต่างๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพราะพันธกิจของเราคือ **“ส่งมอบคุณค่าอย่างเอาใจใส่”**

การส่งมอบคุณค่าอย่างเข้าถึง

เพราะ **“คุณค่า”** สามารถสร้างสรรค์ได้ตลอดกระบวนการของการดำเนินงานระบบ Supply Chain Management จึงถูกนำมาใช้เพื่อสร้างประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเอาใจใส่ ความต้องการสินค้าของผู้บริโภค การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตที่ทันสมัย และการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวด รวมถึงระบบการจัดเก็บและการขนส่งสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่า คุณค่าที่ได้รับการปรับปรุงพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ตั้งแต่ต้นทางจะถูกสื่อสารอย่างโปร่งใสให้กับผู้บริโภค



ความพึงพอใจลูกค้า
83.60%



ความพึงพอใจร้านค้า
62.78%



ความพึงพอใจผู้บริโภค
79.50%



ความพึงพอใจพนักงาน
78.25%

การนำเสนอสินค้าและบริการที่เติมเต็มความต้องการของวิถีชีวิตในปัจจุบันและการกระจายสินค้าไปถึงมือผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ถือเป็นภารกิจที่สำคัญที่แสดงถึงความเป็น "มืออาชีพ" ของเรา ด้วยช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศในรูปแบบร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านสะดวกซื้อ จนถึงร้านค้าปลีกที่ยังเป็นวิถีแห่งชุมชน เราจึงมั่นใจว่า ส่งมอบทางเลือกที่หลากหลายสำหรับผู้ผลิตในการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วจึงเป็นที่มาในการดำเนินโครงการส่งมอบคุณค่าของการเข้าถึง ดังนี้



ธุรกิจก้าวหน้า

ด้วยทีมงานขายที่เข้มแข็งกว่า

200 คน



ทำหน้าที่เยี่ยมเยียนร้านค้า
โดยตรงกว่า

30,000

แห่งอย่างสม่ำเสมอ



โดยมีการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมร้านค้ากว่า

200,000 แห่งทั่วประเทศ



ร้านค้าปลีกสมัย
ใหม่



ร้านค้าส่งและปลีก
แบบดั้งเดิม



ร้านค้าปลีก
ขนาดย่อม



ธุรกิจ
ต่างประเทศ

ซึ่งการดำเนินงานของบริษัทได้มุ่งเน้นการส่งมอบคุณค่า
อย่างมีคุณภาพให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องด้วยความเป็นมืออาชีพ



คู่ค้า



ร้านค้าส่ง



ร้านค้าปลีก



ผู้บริโภค



ชุมชน



สังคม



สิ่งแวดล้อม

ด้วยปณิธานและความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญและความใส่ใจในการส่งเสริมวิถีชีวิตที่มีคุณภาพและมีความสุข เราจึงมุ่งที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำเสนอ “คุณค่าที่แท้จริง” โดยมีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางด้วยความเอาใจใส่ตั้งแต่คัดเลือกวัตถุดิบอย่างพิถีพิถัน ควบคุมทุกขั้นตอนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่อร่อยมีคุณภาพประโยชน์และสะดวกต่อผู้บริโภค จึงเป็นที่มาในการดำเนินโครงการสินค้าสดใหม่ 4 เดือน ดังนี้

โครงการสินค้าสดใหม่ 4 เดือน

เป็นโครงการที่บริษัทเล็งเห็นคุณค่าของคุณภาพสินค้า เพื่อส่งมอบสินค้าที่สดใหม่ เสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพที่ดีที่สุด และเกิดความพึงพอใจในสินค้าหน้าร้านที่พร้อมส่งถึงมือผู้บริโภคมีการหมุนเวียนให้สดใหม่เสมอ รวมถึงการบริหารสินค้าหน้าร้านให้มีปริมาณที่เหมาะสม ลดปริมาณของเสีย ของคืน ซึ่งของเสียที่ลดได้ย่อมส่งผลถึงการลดมลภาวะ และลดการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือย โครงการดังกล่าวนี้ ทางบริษัท ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องและได้มีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการเป็นอัตราร้อยละ จากจำนวนสินค้าหลักในแต่ละตราสินค้าที่ขายให้กับร้านค้าทั้งหมดต้องอยู่ในเกณฑ์ไม่เกินกว่า 4 เดือน สำหรับเป้าหมายในปี 2561 นั้นได้กำหนดไว้ต้องไม่ต่ำกว่า 98% ปรากฏผลตามกราฟที่แสดงไว้ข้างล่างนี้

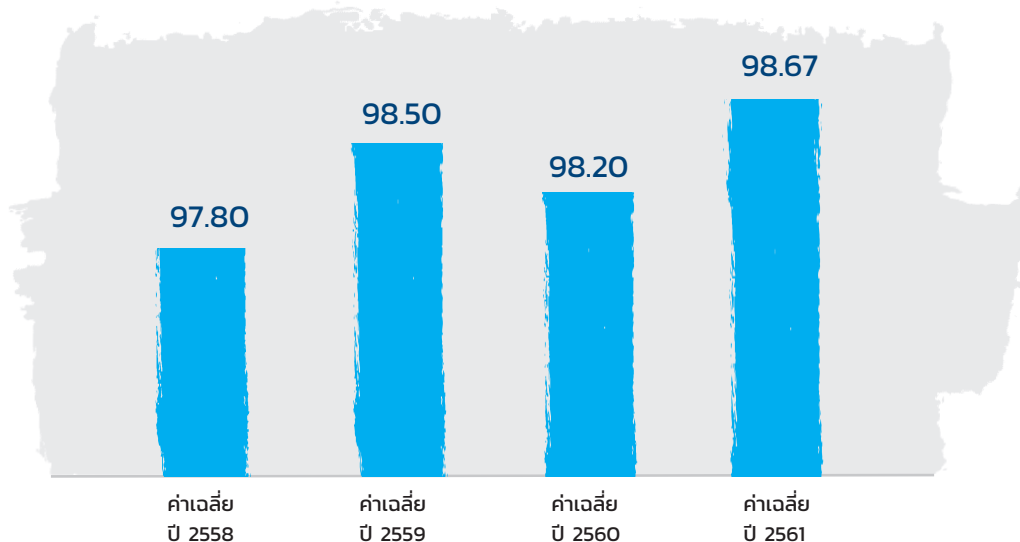
เป้าหมาย (KPI)

ต้องไม่ต่ำกว่า 98%

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

ทำได้ 98.67%

% ความสดใหม่ของสินค้า 4 เดือน



กราฟแสดงสถิติค่าเฉลี่ยความสดใหม่ของสินค้าปี 2558 – 2561

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

สร้างความสำเร็จทางธุรกิจ พร้อมกับการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มิวนา”

บริษัท มิวนา จำกัด (ชื่อเดิม บริษัท กรีนเนท เอสอี จำกัด) ซึ่งเป็นกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยมีเป้าหมายหลักในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แก้ไขปัญหาและฟื้นฟูป่าต้นน้ำที่เสื่อมสภาพ ในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติขุนแจ และอุทยานแห่งชาติลำน้ำกก ซึ่งเป็นเขตพื้นที่ป่าต้นน้ำแม่ลาว แม่สรวย แม่กรณ์ จังหวัดเชียงราย โดยสร้างสรรค์โมเดลธุรกิจ ภายใต้ชื่อโครงการ กาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มิวนา” ที่ปลูกฝังให้เกษตรกรในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ ด้วยการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ควบคู่ไปกับการรักษาผืนป่าต้นน้ำ ตลอดจนพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนในพื้นที่ โดยเลือกเพาะปลูกกาแฟซึ่งเป็นพืชที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ อีกทั้งเป็นพืชที่ต้องการร่มเงาของไม้ใหญ่ในการเพาะปลูก จึงทำให้เกษตรกรสามารถปลูกกาแฟได้โดยไม่ต้องทำลายและบุกรุกผืนป่าในทางตรงข้าม ต้องปลูกต้นไม้ใหญ่เพื่อเพิ่มเติมร่มเงาความอุดมสมบูรณ์ทางระบบนิเวศแก่พื้นที่เพาะปลูก อีกทั้งควบคุมการปลูกกาแฟด้วยระบบเกษตรอินทรีย์ที่ปราศจากสารเคมีในทุกขั้นตอนส่งผลให้ผลผลิตกาแฟอินทรีย์ที่ได้นั้นมีคุณภาพสูง และได้รับมาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มิวนา” สามารถอนุรักษ์ และฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ได้ถึง 9,250 ไร่

การส่งเสริมรายได้เกษตรกร

นอกจากการอนุรักษ์ และส่งเสริมการรักษาป่าต้นน้ำอย่างยั่งยืนแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญเรื่องการค้าที่ผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม โดยรับซื้อ กาแฟจากเกษตรกรในราคาที่เป็นธรรม ซึ่งดำเนินงานสอดคล้องกับองค์กรแฟร์เทรด (Fair Trade Organization) เพื่อให้เกษตรกรในท้องถิ่นมีรายได้และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยค่าพรีเมียมพรีเมียมและแฟร์เทรดพรีเมียม ให้กับเกษตรกรที่มีผลผลิตกาแฟอินทรีย์ตามมาตรฐานที่กำหนด ในปี 2561 จากการดำเนินการของโครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มิวนา” ส่งเสริมให้เกษตรกร มีรายได้จากการขายกาแฟผลสด ประมาณ 54 ล้านบาท



ในปลายปี 2561 บริษัท พีเอ็ม เอสอี จำกัด (PMSE) ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟดังกล่าว เล็งเห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาดูแลและใส่ใจสุขภาพเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น จึงได้พัฒนาสินค้ากาแฟอินทรีย์คั่วแท้ 100% แร่ธาตุ “ออราบิก้า” ขึ้นมาอีกหนึ่งแบรนด์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคดังกล่าว และเพื่อส่งเสริมการบริโภคกาแฟอินทรีย์ให้แพร่หลายในวงกว้างมากยิ่งขึ้นโดยเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายในร้านค้าที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อที่ทั้งผู้ประกอบการรายย่อยจะสามารถช่วยส่งเสริมและนำกาแฟอินทรีย์คั่วไปทำเป็นเครื่องดื่มจำหน่าย อีกทั้งผู้บริโภคทั่วไปที่ต้องการนำไปบริโภคเองที่บ้านก็สามารถเข้าถึงและหาซื้อได้ง่ายเช่นกัน

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่า ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าต้นน้ำและในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน ทุกคนในห่วงโซ่อุปทานได้ประโยชน์ และได้มีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าสู่สังคมไปพร้อม ๆ กันเป็นพันธมิตรร่วมกันอย่างยั่งยืน



ความสมบูรณ์ของความหลากหลายทางชีวภาพ

โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มิวนา” ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนให้เกิดงานด้านอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน รณรงค์แก้ไขปัญหการบุกรุกทำลายป่าอนุรักษ์ในเขตพื้นที่ต้นน้ำแม่สรวย และปลูกจิตสำนึกให้คนในชุมชนตระหนักถึงคุณค่าและหวงแหนทรัพยากรสิ่งแวดล้อม อันเป็นแหล่งทำกิน และที่อยู่อาศัยให้แก่ตนเอง และลูกหลานในวันข้างหน้าสืบไป

ดังนั้นจึงเป็นที่มาของโครงการ “ปลูกป่าในสวนกาแฟ” โดยมีการส่งเสริมให้นำกล้าไม้มาปลูกในสวนกาแฟเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการ และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่กำหนดว่าในสวนกาแฟอินทรีย์ จะต้องไม่มีต้นไม้อื่นที่ไ้ร่รุมเงาแก่ต้นกาแฟ ทั้งนี้เพื่อเสริมความหลากหลายทางชีวภาพแก่ป่า สำหรับพันธุ์ไม้ที่นำมาปลูกนั้นประกอบด้วยพันธุ์ที่มากกว่า 45 สายพันธุ์ รวมทั้งสิ้น 10,445 ต้น ยกตัวอย่างเช่น ต้นแมคคาเดเมีย อะโวคาโด แอปเปิลทรายและต้นพีช เป็นต้น การดำเนินการในครั้งนี้จะมีส่วนช่วยสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้แก่เกษตรกร เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไปในอนาคต

สร้างคุณค่าเพื่อพนักงานมั่นคง (สังคมภายใน)



ส่งมอบคุณค่า อย่างใส่ใจ



การจ้างงานที่เป็นธรรม และความเสมอภาค

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 ความปลอดภัยในชีวิต อนามัย นอกจากนั้นบริษัท ยังให้ความสำคัญต่อคู่ค้า ลูกค้า ผู้เข้ามาติดต่อ และเป็นนโยบายของบริษัทฯ ที่พนักงานจะต้องศึกษาและปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับประเพณีนิยม วัฒนธรรมของแต่ละสังคมที่บริษัทฯ เข้าไปทำธุรกิจ

ในปี 2561 บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในความเท่าเทียมและความเสมอภาคกันของพนักงานที่ปฏิบัติงานในทุกหน้าที่ที่มีส่วนร่วมช่วยสร้างผลผลิตและส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า บริษัทจึงได้ดำเนินการยกระดับการจ้างงานจากการจ้างเหมาแรงงาน (Subcontract) ทั้งที่เป็นแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าวทั้งหมดมาเป็นพนักงานประจำรายเดือนของบริษัท จำนวน 702 คน ซึ่งพนักงานทุกคนได้รับค่าตอบแทน สวัสดิการและสิทธิประโยชน์เท่าเทียมกันกับพนักงานประจำของบริษัท การดำเนินงานดังกล่าวช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสร้างความมั่นคงให้กับครอบครัวพนักงาน ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มสูงขึ้น อันเป็นการส่งเสริมเพื่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกัน

รายละเอียดพนักงาน	ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานจำแนกประเภทการจ้าง						
พนักงานรายเดือน	346	420	339	605	558	1368
พนักงานรายวัน	88	337	73	228	0	0
พนักงานเหมาแรงงาน	166	433	185	517	0	0
จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับ						
ระดับปฏิบัติการ	312	536	287	608	436	1148
ระดับบังคับบัญชาและสายวิชาชีพ	100	182	103	183	101	181
ระดับผู้จัดการ	22	39	22	42	21	39

การให้ความสำคัญ กับสิทธิมนุษยชน

บริษัทมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชนในความหลากหลายของพนักงานในองค์กรควบคู่ไปกับการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมให้กับคนพิการ จึงมีนโยบายให้สนับสนุนการจ้างงานคนพิการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คนพิการสามารถประกอบอาชีพ มีรายได้ พึ่งพาตัวเอง ลดภาระให้กับครอบครัว อีกทั้งยังสร้างความภาคภูมิใจในตัวเองที่สามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ และในปี 2561 ทางบริษัทมีรูปแบบการจ้างงานคนพิการ 2 รูปแบบ คือการจ้างงานคนพิการเป็นพนักงานประจำในบริษัท จำนวน 12 คน และการจ้างงานคนพิการผ่านมูลนิธินวัตกรรมทางสังคม จำนวน 6 คน เข้าทำงานในสถาบันต่างๆ ในชุมชนที่เป็นภูมิลำเนาของแรงงานคนพิการ เพื่อสร้างอาชีพให้คนพิการได้มีงานทำที่ชุมชนบ้านเกิดของตนเอง สะดวกต่อการเดินทางและการใช้ชีวิต อาทิเช่น สถาบันพัฒนาการเด็กราชนครินทร์, องค์การบริหารส่วนตำบลดอนแก้ว และโรงพยาบาลชุมชนตำบลดอนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

นอกจากนี้บริษัทมีเป้าหมายการจ้างงานคนพิการอย่างยั่งยืน โดยเชิญชวนบริษัทคู่ค้าเครือข่ายทางธุรกิจเข้าร่วม “โครงการจ้างงานคนพิการ” เพื่อขยายแนวร่วมการสร้างโอกาสให้คนพิการสามารถทำงานได้อย่างเหมาะสมและเท่าเทียมกัน เกิดผลลัพธ์ทางสังคมที่ทุกคนในสังคมสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนได้ต่อไป



การพัฒนาศักยภาพ และความสามารถพนักงาน

บริษัทมีนโยบายส่งเสริมและพัฒนาพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดทำแนวทางการพัฒนาพนักงานให้สอดคล้องกับคุณค่าหลัก (Core Value) ทั้ง 5 ประการของบริษัท และทิศทางการเติบโตของธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ทักษะ และสามารถที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และค่านิยมของบริษัทที่มุ่งดำเนินธุรกิจแบบองค์รวม โดยมุ่งสร้างความสมดุลให้กับ ธุรกิจ พนักงาน และสังคม โดยกำหนดแนวทางการดำเนินการไว้ ดังนี้

1. ความสามารถหลัก (Core Competency)

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

2. ความสามารถทางด้านการจัดการ (Managerial Competency)

ทักษะและความสามารถทางด้านการบริหารจัดการ ถือเป็นความจำเป็นและเป็นเครื่องมืออันสำคัญสำหรับพนักงาน ระดับบังคับบัญชา ระดับบริหารรวมถึงระดับจัดการ บริษัทได้ให้ความสำคัญ โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันและที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริหารมีเครื่องมือที่ดีพอในการนำพาองค์กร ทีมงาน ให้บรรลุซึ่งปรัชญา วิสัยทัศน์ และคุณค่าหลักขององค์กร

3. ความสามารถตามหน้าที่รับผิดชอบ (Functional Competency)

พนักงานแต่ละคน แต่ละหน้าที่ได้รับการพัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถให้สอดคล้องกับภาระงาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เต็มกำลังความสามารถ เพื่อให้บรรลุซึ่งประสิทธิผลของการทำงานและมีมาตรฐานไปในทิศทางเดียวกัน

เพื่อให้การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรให้มีศักยภาพสูงสุดตามแนวทางที่กำหนดในระดับที่วัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงได้กำหนดนโยบายในการพัฒนาความสามารถของบุคลากรในรายบุคคล โดยกำหนดกรอบนโยบายดังนี้

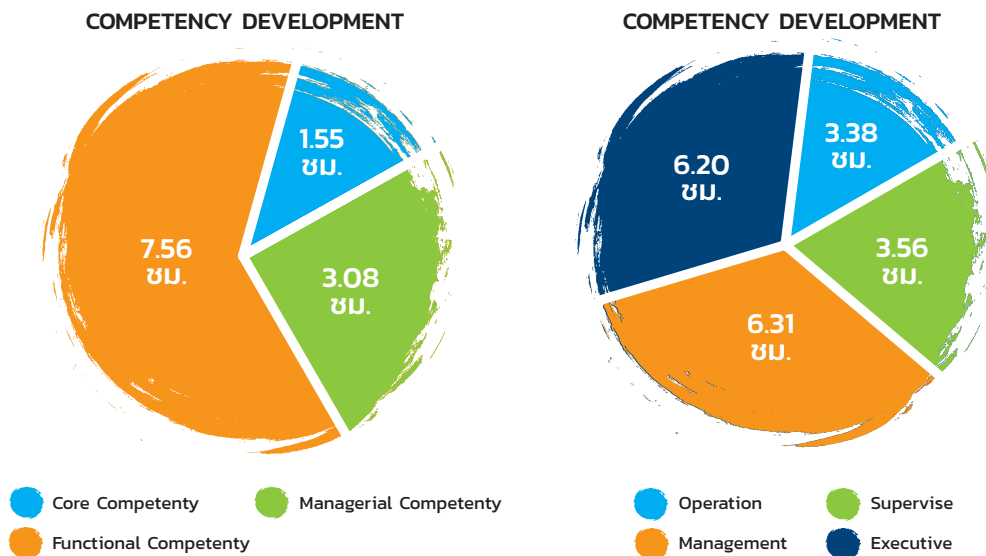
- ประเมินขีดความสามารถของบุคลากรเทียบกับมาตรฐานความสามารถที่กำหนด (Gap Competency Evaluate)** ที่ให้ทราบถึงความบกพร่องหรือคุณสมบัติความสามารถที่บุคลากรนั้น ๆ ที่ยังมีไม่เพียงพอในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- พัฒนาบุคลากรรายบุคคล (Individual Development)** ดำเนินการวางแผนพัฒนาขีดความสามารถในรายบุคคล
- มุ่งเน้นพฤติกรรมตามคุณค่าหลักของบริษัท (Core Value Behavior)** มุ่งเน้นการพัฒนาพฤติกรรมของบุคลากรให้มีคุณสมบัติตามคุณค่าหลักของบริษัทอย่างเหมาะสม

PM HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT PROGRAM



เพื่อให้เห็นทิศทางการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นรูปธรรมเกิดการพัฒนายอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับนโยบายและความเปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจและเทคโนโลยีที่ผันผวนอย่างรวดเร็ว จึงได้กำหนดเส้นทางการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง (Training Road Map) ที่สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม

กราฟแสดงสัดส่วนจำนวนชั่วโมงฝึกอบรม แบ่งตามประเภทความสามารถ (COMPETENCY)



ในปี 2561 บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) และบริษัทย่อย มีการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานโดยกำหนด แผนการฝึกอบรมให้ความรู้และพัฒนาทักษะแก่พนักงาน ซึ่งประกอบด้วยการฝึกอบรม ทั้งภายในและการส่งพนักงานไปเข้ารับการอบรมภายนอกตามแผนฝึกอบรม PM Training Road Map (TRM) และผลการดำเนินการฝึกอบรมในปี 2561 จากจำนวนพนักงาน 1,926 คน พนักงานได้เข้ารับการฝึกอบรมเฉลี่ยรวม 11.10 ชั่วโมงต่อคนต่อปี และได้มีการพัฒนาขีดความสามารถในทุกระดับตำแหน่งอย่างสม่ำเสมอ



การอบรม "Digital Marketing"



การอบรม "Feedback for Top Performance"



การอบรม "Sales Coaching"





การอบรม “นักศึกษาวิชาการตลาดสมัยใหม่”



การอบรม “การขับขี้อย่างปลอดภัย”



การอบรม “Mindset”





การอบรม "มนุษยสัมพันธ์ในการทำงานเป็นทีม (Walk Rally)"

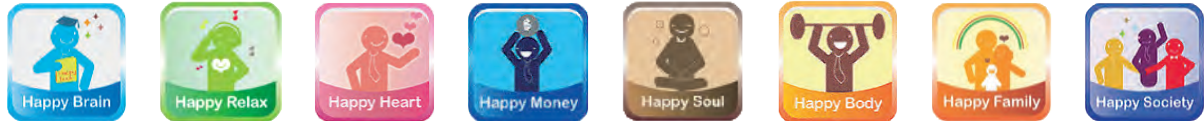
การดูแลรักษาพนักงาน

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



สร้างความอยู่ดีมีสุข ให้พนักงานของเรา

กิจกรรม Happy 8



การส่งเสริมให้พนักงานเกิดความอยู่ดีมีสุขผ่านโครงการ Happy Work Place ที่ครอบคลุมการสร้างสรรค์ความสุข 8 ประการ (Happy 8 Menu) ที่มุ่งเน้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการสร้างความสุขร่วมกัน โดยการขับเคลื่อนของคณะทำงาน Happy8 ก่อเกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนกันซึ่งกันและกันในองค์กร ผ่านการสื่อสารหลากหลายช่องทางที่พนักงานทุกระดับได้เข้าถึงเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเชิงบวกมีการแบ่งปันความสุขเกิดเป็นวัฒนธรรมเล็ก ๆ ในกลุ่มกิจกรรมและแผ่ขยายกล้างขึ้นกลายเป็นวัฒนธรรมที่ฝังามในองค์กร ที่มั่นนโยบายให้พนักงานอยู่ดีมีสุข 8 ประการและเกิดการแบ่งปันซึ่งกันและกันอย่างยั่งยืน



HAPPY BRAIN

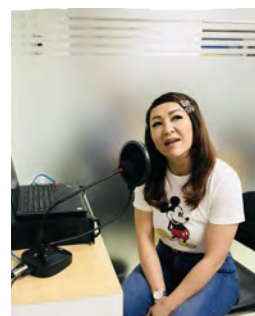
ตามนโยบายเรื่องการระดมองค์ความรู้จากพนักงานในหลาย ๆ หน่วยงานเกิดคลังความรู้ที่บริษัทนำมาบริหารจัดการ (KM: Knowledge Management) แล้วนำมาถ่ายทอดประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานกับเพื่อร่วมงาน สามารถปรับวิธีการทำงานอย่างสร้างสรรค์ เพื่อแสวงหาแนวทางการทำงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ตัวอย่างเช่น

- หน่วยงานขาย MT : เทคนิคการบันทึกการขายการสั่งซื้อสินค้า
- หน่วยงานขาย CV : การใช้การ์ดร้านค้า



HAPPY RELAX

การที่พนักงานมีความผ่อนคลายความตึงเครียดในการทำงานลดลงย่อมส่งผลดีให้พนักงานสมองมีความปลอดโปร่งมีอารมณ์แจ่มใสและแสดงพฤติกรรมต่อผู้อื่นอย่างเป็นมิตรทั้งทางด้าน กิริยา วาจา ลดความขัดแย้งในองค์กร PM Sharing Radio ประชาสัมพันธ์เสียงตามสายยามเช้าที่เข้าถึงพนักงานในองค์กร มอบเสียงเพลงเพราะ ข่าวสาร สารคดี ๆ และมุ่งเน้นให้พนักงานได้มีส่วนร่วมทั้งการเป็น DJ ผู้ร่วมจัดรายการ ร่วมกิจกรรมตอบคำถามหน้าไมค์ ประกวดร้องเพลง ที่นอกจากทำให้พนักงานผ่อนคลายแล้วยังถือเป็นช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงพนักงานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ





HAPPY HEART

ส่งเสริมให้พนักงานมีน้ำใจ เอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน ด้วยการรวมมอบคุณค่าให้กับสังคมผู้ด้อยโอกาส จึงเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานมีจิตใจที่ดีและมีความสุข



HAPPY MONEY

ส่งเสริมให้พนักงานได้มีแนวคิดในการสร้างรายได้เสริมในกับตนเอง เป็นการจุดประกายความคิดนักขายที่จะสร้างรายได้เพิ่มให้กับตนเองและครอบครัว ภายใต้โครงการ **"PM ตลาดนัดเปลี่ยนชีวิต 4.0"** ที่มีการจัดขึ้นทุก ๆ สัปดาห์





HAPPY SOUL

บริษัทเล็งเห็นว่าธรรมเป็นสิ่งหนึ่งที่พุทธศาสนิกชนทุกคนให้ความสำคัญเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเป็นที่ให้ความสงบ สร้างสมาธิ ลดความเป็นอัตตาในตัวตน การไปทอดผ้าป่าได้มีโอกาสสร้างกุศลและฟังพระสงฆ์เทศนาในความรู้สะท้อนความรัก โลภ โกรธ หลงจะทำให้พนักงานตระหนักคิดมากขึ้น โดยบริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น

- พิธีทำบุญเลี้ยงเพลพระสงฆ์และสงฆ์พระในเทศกาลวันสงกรานต์



- ผ้าป่าร้อยพลังการศึกษา



- “ผ้าป่าการศึกษา” โดยนำเงินที่ได้จากบริษัทและพนักงานร่วมทำบุญไปบริจาคและถวายที่โรงเรียนวัดบางเตือ และ วัดบางเตือ อ.เมือง จ.ปทุมธานี





HAPPY BODY

ส่งเสริมให้พนักงานดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน ด้วยการให้ความรู้และส่งเสริมให้พนักงานออกกำลังกายผ่านกิจกรรมเหล่านี้

- จัดตั้งชมรมกีฬาฟุตบอล แบดมินตันและจัดแข่งขันฟุตซอล 7 คน **“Premier Soccer”**
- จัดอบรมเรื่อง **“ความรู้ด้านการจัดการความเครียดจากการทำงาน”** โดย นพ.ณัฐพล ประจวบพันธุ์ศรี แพทย์อาชีวเวชศาสตร์ รพ.วิภาวดี ที่ปรึกษาศูนย์สุขภาพและอาชีวอนามัยในเครือ รพ.วิภาวดี
- จัดโครงการ **“DUO HEALTHY CHALLENGE SEASON II”** โดยมุ่งเน้นให้พนักงานที่มีปัญหาสุขภาพ โดยเฉพาะความอ้วน ความดัน เบาหวาน ให้หันมาดูแลสุขภาพตัวเองมากขึ้นด้วยการเข้าร่วมกิจกรรม รวมไปถึงพนักงานที่สนใจในการยกระดับสุขภาพตนเอง ซึ่งมีพนักงานเข้าร่วมโครงการ 17 คู่ 34 คน คิดเป็น 9.71 % ของพนักงานทั้งหมด ผลลัพธ์ที่ได้คือ
 - พนักงานมีน้ำหนักลดลง 28 คน = 79.41%
 - พนักงานมี Cholesterol ลดลง 19 คน = 55.88%
 - พนักงานมี Triglyceride ลดลง 10 คน = 29.41%
- จัดให้มีการมอบรางวัลพนักงานสุขภาพดี โดยวัดผลจากผลตรวจสุขภาพประจำปีที่ดีขึ้นจากปีที่ผ่านมา จากผลการตรวจสุขภาพประจำปีของพนักงาน พบว่าค่าดัชนีมวลกาย, คอเลสเตอรอล, ไตรกลีเซอไรด์ของพนักงานดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง





HAPPY FAMILY

กิจกรรมสร้างความสุข **"Kids Camp : สานสัมพันธ์วันปิดเทอม"** เพื่อให้บุตรหลานของพนักงานได้เรียนรู้การสร้างสมาธิผ่านกิจกรรมโยคะ นั่งสมาธิ และวาดรูป และสอนให้เด็กๆ ได้แสดงออก และการมีสมาธิ



HAPPY SOCIETY

ส่งเสริมพนักงานให้เกิดจิตอาสาในการช่วยเหลือสังคมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ ผ่านการเข้าร่วมโครงการ Good Society Expo 2018 **"เทศกาลทำดีหวังผล"** ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ที่เกิดความร่วมมือทุกภาคส่วน ทั้งภาคีภาคสังคมกว่า 80 องค์กร ภาคีภาคธุรกิจ และภาคตลาดทุนกว่า 20 องค์กร ร่วมส่งสาร **"ทุกคนสามารถแก้ปัญหาสังคมได้"** ชวนประชาชนยกระดับการทำดีสู่การลงทุนทางสังคม ที่หวังผลได้มากกว่าการบริจาคเงิน แต่หันมารู้จักลงทุนด้วย ทุนมนุษย์ ทุนความรู้ ทุนเครือข่าย ทุนเวลา ฯลฯ



การส่งเสริม ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย

บริษัทฯ มีความตระหนัก และห่วงใยในชีวิต ทรัพย์สิน และสุขภาพของพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคน จึงกำหนดนโยบาย และกิจกรรม การดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความปลอดภัยในการทำงาน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา และพนักงานทุกคน ต้องให้ความร่วมมือปรับปรุง และพัฒนาควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการบริการอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายด้านความปลอดภัย

1. อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานต้องเป็นศูนย์
2. อัตราการเกิดอัคคีภัยทุกพื้นที่ต้องเป็นศูนย์

แผนการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

- ตรวจสอบสุขภาพพนักงานประจำปี เพื่อเฝ้าระวังโรคเรื้อรัง และค้นหาสาเหตุของความเจ็บป่วย
- ตรวจสอบความปลอดภัยในพื้นที่ เพื่อเฝ้าระวังและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน
- จัดฝึกอบรมการขับรถอย่างปลอดภัยเชิงป้องกัน และกฎหมายจราจร เพื่อลดสาเหตุและอัตราการเกิด

อุบัติเหตุจากการขับรถ

- ดำเนินการซ้อมหนีภัยประจำปี เพื่อเตรียมความพร้อมกรณีเกิดเหตุอัคคีภัย และลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อชีวิต และทรัพย์สิน
- จัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
- จัดอบรมการขับรถยก (Forklift) อย่างถูกวิธีและปลอดภัย
- จัดอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้กับพนักงาน และหัวหน้างาน

ตารางแสดงสถิติการประสบอันตรายจากการปฏิบัติงานปี 2558 – 2561

สถิติการประสบอันตรายจากการปฏิบัติงาน	ปี 2558 (ราย)	ปี 2559 (ราย)	ปี 2560 (ราย)	ปี 2561 (ราย)
อุบัติเหตุ	2	6	7	18
หยุดงาน	1	3	3	3
ไม่ต้องหยุดงาน	1	3	4	15
เสียชีวิต	0	0	0	0

หมายเหตุ : *ข้อมูลสถิติประสบอันตรายจากการปฏิบัติงานจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
**ไม่รวมอุบัติเหตุทางรถยนต์

สำหรับในรอบปี 2561 ที่ผ่านมา บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีอุบัติเหตุจากการทำงานเกิดขึ้น จำนวน 18 ราย แบ่งเป็นหยุดงาน จำนวน 3 ราย และไม่หยุดงาน จำนวน 15 ราย

อุบัติเหตุที่เกิดจากสภาพแวดล้อมไม่ปลอดภัย

เป็นจำนวน 11 ราย เช่น อุปกรณ์ชำรุด แตกหัก, จัดเก็บโดยไม่แยกประเภท, เครื่องมือเป็นโลหะที่มีคมบาด และพื้นที่การปฏิบัติงานน้ำขัง

แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

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

อุบัติเหตุที่เกิดจากการกระทำไม่ปลอดภัย

เป็นจำนวน 7 ราย เช่น ไม่สวมใส่อุปกรณ์ป้องกันในการทำงาน, ไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนการทำงานด้านความปลอดภัย Job Safety Analysis (JSA)

- แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย
- อบรมพนักงานเพื่อทวนสอบจุดอันตราย และจัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
- ทบทวนและทำความเข้าใจถึงขั้นตอนการทำงานที่ต้องใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE)

ภาพกิจกรรมด้านความปลอดภัย

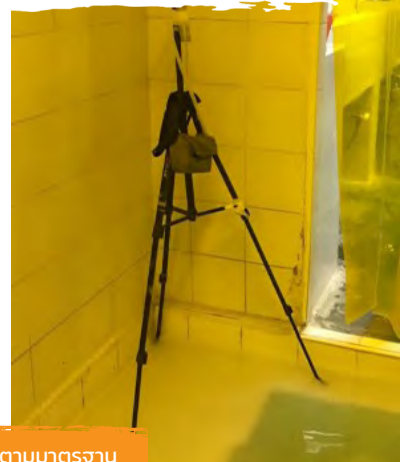


ฝึกซ้อมดับเพลิงและอพยพหนีไฟ





ซ้อมแผนสารเคมีหกั่วไหล



ตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านเสียง แสงสว่าง ความร้อน และสารเคมี ให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ปลูกจิตสำนึกสร้างการมีส่วนร่วม สร้างสังคมแห่งการแบ่งปัน

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

โปรแกรม Innoleader และ InnoActivator

ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน คือแนวปฏิบัติที่กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจมาตลอดและให้ความสำคัญกับการปฏิบัติคุณค่าหลัก (Core Value) ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ร่วมกับการผสมความรู้และความร่วมมือในการผลิตและพัฒนา สินค้าบริการที่มีคุณภาพภายใต้หลักธรรมาภิบาล เพื่อนำมาซึ่งประโยชน์ร่วมกันอย่างยั่งยืน เพื่อผลักดันความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นหนึ่งในคุณค่าหลัก กลุ่มบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มพูนความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมให้กับพนักงาน ผ่านเครื่องมือและกิจกรรมต่าง ๆ โดยพัฒนาโปรแกรม InnoLeader หลักสูตรเพื่อการพัฒนาผู้นำด้านนวัตกรรม ร่วมกับสถาบัน The Institute for Knowledge and Innovation South-East Asia Bangkok University (IKI – SEA) สถาบันที่มีความเชี่ยวชาญการบริหารจัดการด้านนวัตกรรม อีกทั้งเป็นผู้ให้คำปรึกษาแก่องค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในประเทศและประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ตลอดระยะเวลา 7 เดือนพนักงานที่ผ่านการคัดเลือกจำนวน 25 ท่าน ได้เรียนรู้กระบวนการสร้างนวัตกรรมผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยมีการพัฒนา 5 โมเดลธุรกิจ เพื่อเป็นต้นแบบธุรกิจให้พนักงานได้ฝึกฝน เรียนรู้ การวางกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจโดยใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อน ปลูกฝังการเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาความสามารถในการคิดวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้กับองค์กร

หลังจากจบหลักสูตรโปรแกรม InnoLeader แล้ว พนักงานยังได้มีการสรุปองค์ความรู้ที่ได้จากห้องเรียน ทั้งในเชิงทฤษฎี เครื่องมือและวิธีการคิดต่าง ๆ และความรู้ในเชิงปฏิบัติซึ่งเกิดจากประสบการณ์จริงในห้องเรียน รวมถึงข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการเรียนรู้ในอนาคต มีการจัดเก็บองค์ความรู้ดังกล่าวอย่างเป็นระบบ (Knowledge Management) **ในรูปแบบสื่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ชื่อว่า “กระบวนการสร้างนวัตกรรม”** เพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถเข้าถึงได้ และได้ร่วมเรียนรู้เรื่องนวัตกรรมอย่างทั่วถึง และเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในวงกว้างจึงได้มีการต่อยอดโปรแกรมการเรียนรู้ InnoLeader สู่โปรแกรม InnoActivator เพื่อขยายการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน โดยมีพนักงานบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย เข้าร่วมโครงการจำนวน 11 คน จากจำนวนที่เข้าโครงการทั้งสิ้น 56 คน

ในการเรียนหลักสูตร InnoActivator พนักงานได้ร่วมต่อยอดพัฒนา 5 โมเดลธุรกิจที่กลุ่ม InnoLeader ริเริ่มไว้ โดยลงลึกถึงการพัฒนาแผนกลยุทธ์ รวมถึงเรียนรู้เครื่องมือที่หลากหลาย เพิ่มทักษะการคิดวิเคราะห์ วางแผนให้กับพนักงานและเกิดประโยชน์ต่อการทำงานในอนาคต และผลลัพธ์สำคัญที่องค์กรได้รับคือ เกิดการเชื่อมต่อ ผสานความรู้ความร่วมมือ จากพนักงานทุกสายธุรกิจ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกัน นำกลับไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน เป็นการสร้างประโยชน์ร่วมกันให้กับทุกฝ่าย



Premier Talk Series งานสัมมนาเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร

เพื่อเป็นการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรอย่างต่อเนื่อง กลุ่มบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นพัฒนาพนักงานให้มีความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการสร้างสรรค์แนวคิดที่สร้างความยั่งยืนต่อธุรกิจและสังคม หนึ่งในกิจกรรมการสร้างเสริมความรู้คือการจัดงานสัมมนา Premier Talk Series โดยได้เรียนเชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิมาแบ่งปันความรู้ แง่คิด เปิดโลกทัศน์ด้านนวัตกรรมระดับสากลให้กับพนักงาน รวมถึงคู่ค้าของกลุ่มบริษัทฯ

ซึ่งในปี 2560 ได้เริ่มต้นจัดสัมมนา ในหัวข้อ **“RUN WITH THE BULL”** ออกสตาร์ทสู่นวัตกรรม กับ กระทั่ง พูนผล เจ้าพ่อสตาร์ทอัพแห่งเมืองไทย และในปี 2561 งานสัมมนา Premier Talk Series จัดขึ้นทั้งหมด 3 ครั้ง โดยเรียนเชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากลมาร่วมแลกเปลี่ยนแนวคิด กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมจากมุมมองความเชี่ยวชาญต่างๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

Premier Talk Series ครั้งที่ 1

หัวข้อ **“นวัตกรรมในยุค Grey & Green Economy”** โดย ดร. สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ ประธานสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ได้ให้แนวทางการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่กำลังเปลี่ยนโลก การปรับตัวขององค์กรกับสังคมผู้สูงอายุและเด็กรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป และสุดท้ายคือการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน



Premier Talk Series ครั้งที่ 2

หัวข้อ **"The Executive's Guide to Innovation Brief"** โดย Dr. Detlef Reis ผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาด้านนวัตกรรมให้กับองค์กรระดับโลก ได้มาร่วมแลกเปลี่ยนให้ความรู้และจัดกิจกรรมเวิร์คชอปเรียนรู้เครื่องมือกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงวิธีการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรไปสู่องค์กรนวัตกรรม



Premier Talk Series ครั้งที่ 3

หัวข้อ **"Creative Thinking and Innovation การสร้างคุณค่าให้แก่ธุรกิจ"** โดยรศ. ดร. วรากรณ์ สามโกเศศ นักเศรษฐศาสตร์ที่มากระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ให้กับชาวพรีเมียร์ ถึงการสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจจากการหาโอกาสที่องค์กรสามารถพัฒนาสินค้าหรือบริการที่ความแตกต่างและมีเอกลักษณ์เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน



สร้างระบบนิเวศเพื่อความยั่งยืน

กลุ่มบริษัทพรีเมียร์เชื่อว่าการสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนต้องมีการพัฒนาระบบนิเวศทางสังคมควบคู่กัน กลุ่มบริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อการปลูกฝังจิตสำนึกพนักงาน ให้เป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม (Active Citizen) มีความรับผิดชอบ ไม่เพิกเฉยต่อปัญหาสังคมรอบตัว และผลักดันการลงมือสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคมตามความสนใจและความสามารถของตน รวมถึงขยายผลการพัฒนาสังคมนี้กับคู่ค้า ลูกค้าและเพื่อสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและควบคู่กับการพัฒนาสังคมในระยะยาว เช่นเชิญชวนพนักงานมีส่วนร่วมในงานสัมมนา **“วันต่อต้านคอร์รัปชัน”** และงาน **“Good Society Expo ทำดีหวังผลเริ่มต้นที่เราร”**

ร่วมต้านทุจริตคอร์รัปชัน

ในฐานะที่กลุ่มบริษัทพรีเมียร์เป็นหนึ่งในองค์กรที่ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Thailand's Private Sector Collective Action against Corruption: CAC) บริษัทฯ มุ่งเน้นการประกอบธุรกิจบนพื้นฐานธรรมาภิบาลอันดี มีความรับผิดชอบและความโปร่งใส รวมถึงต้องเป็นการสร้างคุณค่าสู่ธุรกิจ พนักงาน และสังคมไปพร้อมๆ กัน ในเดือนกันยายน 2561 บริษัทฯ ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในงานสัมมนาวันต่อต้านคอร์รัปชัน ภายใต้แนวคิด **“คนไทย ตื่นรู้ สู้โกง”** ณ อาคารภิรัช สอลล์ อาคารไบเทคเฟส 2 ไบเทคบางนา เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนร่วมเป็นหูเป็นตา ไม่นิ่งเฉย เป็นคนตื่นรู้ ร่วมติดตามคดีคอร์รัปชันที่เกิดขึ้นให้มีการดำเนินการตามมาตรการของรัฐบาล การจัดกิจกรรมยกย่องบุคคลตัวอย่างที่ลุกขึ้นมาต่อสู้กับปัญหาคอร์รัปชันเพื่อเป็นแนวทางสร้างแนวร่วมการต่อต้านคอร์รัปชันกับประชาชนในวงกว้าง



สร้าง Active Citizen พลเมืองผู้มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม

งาน Good Society Expo : ทำดีหวังผล เริ่มต้นที่เรา เป็นหนึ่งในกิจกรรมของสายงานพัฒนาความยั่งยืนของสังคมที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการยกระดับงานพัฒนาสังคมที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม (Collaboration) เชื่อมต่อการทำงานทั้งภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคมและภาครัฐ และเชิญชวนประชาชนทั่วไป และพนักงานได้มีส่วนร่วมแก้ปัญหาสังคมในประเด็นต่างๆ ตามความสนใจและความถนัด

โดยในปี 2561 งาน Good Society Expo จัดขึ้นที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ได้รับการตอบรับอย่างดี เกิดความร่วมมือระหว่างองค์กรภาคส่วนต่างๆ รวม 142 องค์กรมีส่วนร่วมในการจัดงาน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังได้มีการเชิญชวนคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ รวม 95 คนจาก 16 องค์กร และเชิญชวนเยาวชนรวม 112 คน จาก 7 สถาบันการศึกษา ร่วมกิจกรรมทั่วภาคสนาม เพื่อเรียนรู้และทำความรู้จักโครงการเพื่อสังคมในประเด็นที่ตรงกับความสนใจของแต่ละองค์กรเกิดการเชื่อมต่อการทำงานร่วมกันในอนาคต

นอกจากนี้กลุ่มบริษัทยังเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมตามความถนัด โดยมีพนักงานร่วมเป็นอาสาสมัครรวม 62 คน ทำงานในหน้าที่ต่างๆ เช่น อาสาสมัครอำนวยความสะดวกให้ประชาชนที่มาร่วมงาน อาสาสมัครนำทัวร์ภาคสนามแนะนำโครงการทางสังคมกับองค์กรทางธุรกิจที่มาร่วมงาน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ตรงกับนโยบายที่กลุ่มบริษัทตั้งใจจะปลูกฝังจิตสำนึกของความรักรับผิดชอบและการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคมให้อยู่ในตัวพนักงานตลอดไป



โครงการกองทุนไม่นิ่งดูดาย

ด้วยความตระหนักว่าการสร้างความยั่งยืนในสังคมจะเกิดขึ้นได้ ต้องเริ่มจากการสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับพนักงาน ก่อนที่จะก้าวสู่การเปลี่ยนแปลงในระดับธุรกิจและสังคม กลุ่มบริษัทพีเอ็มวีจึงได้จัดตั้ง **“โครงการกองทุนไม่นิ่งดูดาย”** กระตุ้นให้พนักงานได้นำคุณค่าหลักขององค์กรไปปฏิบัติ และนำเสนอโครงการที่ยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานเอง เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกในการไม่นิ่งเฉยกับปัญหารอบตัว โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้มีการสนับสนุนโครงการในรูปแบบของเงินทุน คำแนะนำ การเชื่อมต่อแหล่งความรู้เพื่อให้พนักงานได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ลงมือพัฒนาโครงการผ่านการผสานความรู้ความร่วมมือ อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

**คุณภาพชีวิตเรา
จะดีขึ้นได้อย่างไรบ้าง**

ธุรกิจ คิดกิจกรรมการดำเนินงาน โดยไม่ดูถูกเสมอ นำเอาโอกาสสร้าง ความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน แบ่งปันความรู้สู่ฝ่ายอื่นระบบ	พนักงาน มีสุขภาพดี มีการเติบโตอย่าง มั่นคง ได้ฝึกอบรมความรู้เรื่อง เรื่อง มีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน มีการช่วยเหลือกัน	สังคม สถานที่ทำงานปลอดภัย มีที่พักผ่อนหย่อนใจ และสุขภาพดี ไม่มีการทุจริตคอร์รัปชัน สังคมเท่าเทียม
---	---	---

“ไม่นิ่งดูดาย”

โครงการที่ช่วยคุณเปลี่ยนความนิ่งเฉยเป็นไอเดียคุณภาพ
เพื่อให้ทุกสิ่งรอบตัวคุณดีขึ้น แล้วขึ้น มีคุณภาพมากกว่าเดิม
เพียงคุณเสนอโครงการที่จะพัฒนาองค์กรและสังคมคุณภาพชีวิตคุณ
มาที่ “ดู ปณ. ไม่นิ่งดูดาย”
ทุกโครงการที่เสนอเข้ามาจะเข้าสู่กระบวนการพิจารณา
เพื่อการสนับสนุนจากกองทุนไม่นิ่งดูดายต่อไป

**คุณภาพ ชีวิตเราจะดีขึ้นได้
เพียงแต่เรา ไม่นิ่งดูดาย**

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่
นางสาวอรรดา
☎ 02-501-1914 ✉ career@pvc-premier.co.th
ฝ่ายทรัพยากรบุคคล

คณะทำงาน คุณค่าหลัก



ด้วยตระหนักว่าการเปลี่ยนแปลงในสังคมจะเกิดขึ้นได้ ต้องเริ่มจากจิตสำนึกที่ดีของพนักงาน เพราะพนักงานคือกลไกสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยเริ่มจากระดับบุคคลสู่การเปลี่ยนแปลงในระดับธุรกิจ และระดับสังคม

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

บทบาทหน้าที่คณะทำงานคุณค่าหลัก

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

ปัจจัยสู่ความยั่งยืน 4 ด้าน



คณะกรรมการด้านสิ่งแวดล้อม มีพันธกิจในการปลูกจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ประหยัดพลังงาน รวมถึงการคิดวิธีการทำงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การดำเนินงานปี 2561

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
กิจกรรมแนะนำโครงการ ป่าครอบครัว “บ้านมะกะโท” วันที่ 21 พฤศจิกายน 2561 ณ ลานพิกุล อาคารพรีเมียร์คอร์ทเอเทปาร์ค	เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมให้พนักงานในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ มีจิตสำนึกในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งหวังให้พนักงานนำความรู้จากกิจกรรมที่ได้เข้าร่วมไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	เชิญชวนพนักงานในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์มาร่วมกิจกรรมเพาะกล้าเพื่อนำไปปลูกในโครงการป่าครอบครัว “บ้านมะกะโท” ซึ่งเป็นโครงการ “ป่าเอกชนต้นแบบ” เพื่อเพิ่มและฟื้นฟูพื้นที่ป่าของประเทศในรูปแบบ “ป่าครอบครัว” บนพื้นที่ 300 ไร่ ที่ ต. หุ่งโพธิ์ อ. นาดี จ. ปราจีนบุรี และการสร้างการมีส่วนร่วมและกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในด้านการเกษตรธรรมชาติ ตามแนวทางหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้แก่ชุมชนและพนักงานกลุ่มบริษัทพรีเมียร์	พนักงานกลุ่มบริษัทพรีเมียร์เข้าร่วมกว่า 60 คน โดยร่วมกันเพาะกล้าจากเมล็ดพันธุ์ 6 ชนิด คือ ต้นแดง ต้นมะค่าโมง ต้นมะค่าแต้ ต้นโมกมัน ต้นกรวยและต้นสมอพิเภก โดยเมล็ดพันธุ์ไม้ที่ร่วมกันเพาะ จะนำไปฟุ่มพักที่เรือนเพาะชำในโครงการป่าครอบครัว บ้านมะกะโท อ. นาดี จ. ปราจีนบุรี

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
กิจกรรมวันดินโลก ร่วมเพาะกล้าไม้ โครงการป่าครอบครัว “บ้านมะกะโท” วันที่ 4 ธันวาคม 2561 ณ ลานหน้าสำนักงาน บริษัท พรีเมียร์ โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) จ. ปราจีนบุรี	เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และดำเนินกิจกรรมหรือโครงการทางด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง	เชิญชวนพนักงานบริษัท พรีเมียร์ โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) มาร่วมกิจกรรมเพาะกล้าเพื่อนำไปปลูกในโครงการป่าครอบครัว “บ้านมะกะโท”	พนักงานกลุ่มบริษัท พรีเมียร์เข้าร่วมกว่า 50 คน ที่ได้รับข้อมูลด้านเมล็ดพันธุ์ไม้ วิธีการปลูกดิน และวิธีการเพาะกล้าไม้
การประชุมหารือถึง แนวทางป้องกัน ปัญหาด้านการจราจร และความปลอดภัยอัน เกิดจากการก่อสร้าง โครงการรถไฟฟ้าสาย สีเหลือง (ลาดพร้าว - สำโรง)	เนื่องจากการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าสายสีเหลือง (ลาดพร้าว - สำโรง) ได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยของพนักงานบริษัทและผู้อยู่อาศัยในชุมชนบริเวณเขตการก่อสร้าง ในฐานะที่เป็นกลุ่มบริษัทที่ตั้งอยู่ในแนวรถไฟฟ้าสายสีเหลือง กลุ่มบริษัทพรีเมียร์จึงขอเสนอให้จัดตั้งคณะทำงานในการดูแลผลกระทบที่เกิดขึ้น เพื่อบรรณผู้แทนของบริษัทเอกชนและผู้แทนชุมชนบนถนนศรีนครินทร์ประสานความร่วมมือกับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย (รฟม.) ผู้รับสัมปทาน เพื่อร่วมกันกำหนดแนวทางป้องกันปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยอันเกิดจากการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าสายดังกล่าว	กำหนดให้มีการประชุมร่วมกันทุกเดือน เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน 2561 เพื่อหารือแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกันประกอบด้วย ผู้แทนบริษัทเอกชนจาก กลุ่มบริษัท พรีเมียร์ บริษัท พาราไดซ์ พาร์ค จำกัด บริษัท ซีคอน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ผู้แทนจากสถานีตำรวจนครบาลประเวศที่รับผิดชอบงานด้านการจราจร และ บริษัท ซีโน-ไทย เอ็นจิเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้รับผิดชอบในการก่อสร้างงานโยธาของโครงการรถไฟฟ้า	- เกิดการหารือร่วมกันถึงแนวทางแก้ไขผลกระทบที่เกิดจากการใช้ผิวจราจรเพื่อดำเนินงานรื้อย้ายระบบสาธารณูปโภคและการปิดการจราจรบนถนนศรีนครินทร์ร่วมกับตำรวจจราจรในพื้นที่ - กำหนดมาตรการดำเนินการร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาการจราจรบริเวณซอยศรีนครินทร์ 55 และซอยศรีนครินทร์ 57 - กำหนดมาตรการดำเนินการร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาการจราจรบริเวณหน้าศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ - หารือกับผู้เกี่ยวข้องในดำเนินการเพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

คณะกรรมการด้านสังคม มีพันธกิจในการปลูกจิตสำนึกด้านการเป็น Active Citizen ให้แก่พนักงาน เพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการลดความเหลื่อมล้ำในสังคม โดยปีที่ผ่านมา ได้มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ให้และสังคมแห่งการแบ่งปันระหว่างพนักงานในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ พร้อมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ และสนับสนุนการดำเนินงานของสายงานพัฒนาความยั่งยืนในสังคม เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินโครงการร้อยพลังการศึกษาและมูลนิธิยูวทัศน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การดำเนินงานปี 2561

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
กิจกรรม Appreciation Week สัปดาห์แห่งการขอบคุณ	เพื่อส่งเสริมให้พนักงานเกิดการให้ และสร้างสังคมของการแบ่งปันกับกลุ่มบุคลากร outsource ที่ทำหน้าที่ในการดูแลความเรียบร้อยของสถานประกอบการในทุกพื้นที่การดำเนินการของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ โดยใช้ช่วงเวลา Festive Season เดือนมกราคม ในการจัดกิจกรรม ระหว่างวันที่ 7-11 มกราคม 2562	- สร้างการมีส่วนร่วมกับพนักงานในองค์กรผ่าน 2 วิธีการคือ - เชิญชวนให้ของขวัญของฝากหรือสิ่งของแทนน้ำใจตามความเหมาะสมในช่วงเทศกาลปีใหม่ 2562 - แสดงความขอบคุณด้วยการติดสติ๊กเกอร์เพื่อเป็นตัวแทนคำขอบคุณและให้กำลังใจ บนสื่อ standee ที่ติดตั้งครอบคลุมทุกสถานประกอบการ	- พนักงานมีส่วนร่วมในส่วนกิจกรรมด้วยการมอบของขวัญให้กับบุคลากร outsource ทั้งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย แม่บ้าน คนสวน รวมถึงช่างดูแลอาคาร และมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมการติดสติ๊กเกอร์แสดงความขอบคุณ - บุคลากร outsource เกิดกำลังใจและมีสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานในองค์กร ครอบคลุมทุกพื้นที่
สร้างความร่วมมือเพื่อลดความเหลื่อมล้ำร่วมกับโครงการร้อยพลังการศึกษาและมูลนิธิยูวทัศน์	- เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาและพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้กับเยาวชนที่ขาดแคลนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการร้อยพลังการศึกษาที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาใน 3 ด้านหลัก คือ 1. การเข้าถึงทุนการศึกษา 2. การพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน เพื่อให้การเรียนรู้ที่ดีในวิชาวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และภาษาอังกฤษ และ 3. การเข้าถึงความรู้ด้านทักษะชีวิต	1. จัดกิจกรรมระดมทุนจำหน่ายสินค้าที่ได้รับการสนับสนุนจากสายธุรกิจให้กับพนักงานในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ให้กับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร 2. ร่วมสนับสนุนโครงการผ้าป่าเพื่อโครงการร้อยพลังการศึกษา ผ่านการสร้างการรับรู้และการระดมทุนกับพนักงานภายในองค์กร	- พนักงาน และประชาชนทั่วไปมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้เกิดทุนการศึกษาและพัฒนาคุณภาพการศึกษาด้วยการระดมทุน โดยสามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 266 คน รวมเป็นเงินจำนวน 4,759,563.50 บาท - พนักงานเกิดความตระหนักและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการศึกษาผ่านกลไกการมีส่วนร่วมที่เป็นรูปธรรม

คณะกรรมการด้านธรรมาภิบาล มีพันธกิจในการส่งเสริม ปลูกฝังเรื่องความโปร่งใสและธรรมาภิบาลในองค์กร กำหนดกระบวนการสื่อสารและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนให้พนักงานได้รับทราบและยึดถือปฏิบัติ รวมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

การดำเนินงานปี 2561

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
เวิร์คช็อปสร้างการมีส่วนร่วมลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมด้วยการเสริมสร้างธรรมาภิบาล	สร้างการรับรู้และกิจกรรมเวิร์คช็อป ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมด้วยการเสริมสร้างธรรมาภิบาล	สร้างความร่วมมือจัดกิจกรรมเวิร์คช็อปในหัวข้อ “ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมด้วยการเสริมสร้างธรรมาภิบาล” กับสำนักงานข้าหลวงใหญ่ผู้ลี้ภัยแห่งสหประชาชาติ (UNHCR) และ อีเกีย เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	- มีผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้น 23 คน - ได้รับความรู้การดำเนินธุรกิจแบบมีธรรมาภิบาล คิดเป็น 61.5% - ได้รับทราบและเข้าใจปัญหาสังคมในระดับโลก จาก UNHCR คิดเป็น 53.8% - ได้รับประโยชน์จากกิจกรรมเวิร์คช็อปเพื่อนำไปพัฒนาและปฏิบัติใช้ด้านธรรมาภิบาล ในระดับสูง คิดเป็น 30.8%
งานวันต่อต้านคอร์รัปชัน 6 กันยายน 2561	สร้างการมีส่วนร่วมกับพนักงาน ทุกสายธุรกิจในการร่วมงานและแสดงเจตนารมณ์การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์	รวมพลังชาวพรีเมียร์ร่วมงานวันต่อต้านคอร์รัปชัน 6 กันยายน 2561 และเข้าร่วมฟังสัมมนาภายในงานเพื่อสร้างความตระหนักและการรับรู้ต่อปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน	มีพนักงานจากทุกสายธุรกิจเข้าร่วมงานรวมกว่า 100 คน เกิดการรับรู้และเข้าใจปัญหาคอร์รัปชัน และพร้อมร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการร่วมแก้ไขปัญหาคอร์รัปชัน
การขยายแนวร่วมของภาคเอกชนในการโปร่งใส	เชิญชวนคู่ค้าของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ร่วมเป็นสมาชิก โครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตเพื่อการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและขยายวงการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันของภาคเอกชน	ร่วมกับสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) จัดงานสัมมนาหารือแนวทางการเข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Thailand Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption (CAC) เมื่อวันที่ 26 กันยายน	- มีตัวแทนจากองค์กรคู่ค้าของสายธุรกิจต่าง ๆ เข้าร่วมจำนวนกว่า 30 ท่าน จาก 23 องค์กร รวมทั้งตัวแทนจากสายธุรกิจในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ จึงมีจำนวนผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 60 ท่าน - จากนโยบายการผลักดันของกลุ่มฯ เมืองคู่ค้าที่ได้รับการรับรองเกิดขึ้นแล้ว คือ บริษัท ธนพิริยะ จำกัด (มหาชน)

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
			จากแบบประเมินผู้เข้าร่วม “สัมมนาการร่วมประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านคอร์รัปชัน” พบว่า 78% ของผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจและเห็นด้วยกับการต่อต้านคอร์รัปชัน และ 73% มีความตั้งใจที่จะแสดงเจตนารมณ์หลังเข้าร่วมงาน

คณะทำงานด้านอยู่ดีมีสุข มีพันธกิจในการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีสุขภาพดีขึ้นทั้งสุขภาพกายและสุขภาพทางการเงิน กระตุ้นให้พนักงานมีความรู้ทางด้านการดูแลสุขภาพร่างกายอย่างครบถ้วน นอกจากนี้คณะทำงานยังตั้งเป้าหมายให้พนักงานสร้างความอยู่ดีมีสุขด้านการบริหารจัดการสินทรัพย์ทั้งในด้านการจัดการหนี้สิน และด้านการลงทุนให้สินทรัพย์ออกเอยอย่างยั่งยืน เป็นต้น

การดำเนินงานปี 2561

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
โครงการวันสุขภาพกับนุสุขภาพ	- เพื่อให้พนักงานมีสุขภาพที่ดี เกิดพฤติกรรมมารับประทานอาหารที่มีประโยชน์ในปริมาณที่เหมาะสม - เพื่อช่วยให้พนักงานสามารถลดค่าใช้จ่ายทางด้านการรักษาพยาบาล และค่าใช้จ่ายด้านอาหารลงได้	จัดกิจกรรมทุกวันศุกร์ ระหว่างเดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม 2562	- พนักงานได้ทานข้าวกล้องและผักสดที่มีประโยชน์ต่อร่างกายในปริมาณที่เหมาะสม - พนักงานสามารถลดค่าใช้จ่ายทางด้านการรักษาพยาบาลจากอาหารที่ไม่มีประโยชน์
โครงการชีวิตออกแบบได้ด้วยการวางแผนด้านการเงิน	เพื่อให้ความรู้และเครื่องมือเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงิน โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการทางการเงินอย่างถูกต้อง รวมถึงการวางแผนภาษี การออมการลงทุน และความเสี่ยงต่างๆ	จัดงานสัมมนาโดยกูรูด้านการเงิน การลงทุน และการประกันภัย ในพื้นที่เชียงใหม่ กบินทร์บุรี และกระบี่ (รายาวดี) และที่กรุงเทพฯ เพื่อให้พนักงานได้เข้าร่วมอย่างทั่วถึงตลอดเดือน สิงหาคม 2561	- พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความมั่นคงทางการเงินเพิ่มขึ้น - พนักงานมีความเข้าใจในการวางแผนภาษี การออมการลงทุน และความเสี่ยงต่างๆ ในด้านการเงินที่เกี่ยวข้องกับตนเองมากขึ้น

โครงการ	วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
	สร้างทัศนคติที่ดีต่อการออมและการลงทุนเพื่อวางแผนและจัดการด้านการเงินอย่างถูกต้องสามารถนำไปใช้ให้เห็นผลได้		พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการออมและการลงทุนสามารถนำไปใช้บริหารจัดการด้านการเงินอย่างถูกต้องอย่างเป็นรูปธรรม
รู้รอบด้านเรื่องประกันภัย	- เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการประกันภัย ประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในชีวิต เช่น การประกันภัยรถยนต์ การประกันอุบัติเหตุ การประกันสุขภาพ การประกันอัคคีภัย การประกันเดินทาง และการประกันชีวิต - เพื่อให้พนักงานทราบวิธีการ ขั้นตอน และปฏิบัติได้ถูกต้อง กรณีที่เกิดความเสียหายขึ้น ในกรณีต้องเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน ให้ได้รับถูกต้อง ตามเงื่อนไข ในเวลาอันรวดเร็ว	จัดงานสัมมนาให้ความรู้กับพนักงานในเดือนสิงหาคม 2561 โดยครอบคลุมทุกพื้นที่สายธุรกิจ	- พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องการประกันภัย ในประเภทต่าง ๆ มากขึ้น - พนักงานสามารถวางแผนการทำประกันให้เหมาะสมกับความต้องการและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อพนักงาน - พนักงานทราบวิธีการ และปฏิบัติได้ถูกต้อง กรณีเกิดความเสียหาย หรือเจ็บป่วย
โครงการวางแผนทางการเงินก่อนเกษียณอายุ	- เพื่อเรียนรู้กระบวนการวางแผนทางการเงิน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายต่าง ๆ ในช่วงเกษียณอายุ - เพื่อให้เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการวางแผนทางการเงินเพื่อการเกษียณอายุ - เพื่อรับรู้สิทธิประโยชน์ของแหล่งเงินออมเพื่อการเกษียณอายุต่าง ๆ เช่น กองทุนประกันสังคม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	จัดงานสัมมนาการวางแผนทางการเงินโดยคุณชยุต ปรินญาธกุล นักเศรษฐศาสตร์ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์และการลงทุน ในเดือนตุลาคม 2561	- พนักงานทราบถึงแนวทางและวิธีการวางแผนการเงินเพื่อเตรียมเกษียณอายุ - พนักงานสามารถตรวจสอบสถานะการเงินของตนเองได้ - พนักงานได้ทราบถึงสิทธิประโยชน์ของแหล่งเงินออมเพื่อการเกษียณอายุ

สร้างคุณค่าเพื่อสังคมยั่งยืน (สังคมภายนอก)



ส่งมอบคุณค่า อย่างการดูแล

โครงการพัฒนาการศึกษาด้วยระบบทวิภาคี



จากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารระดับสูงในการพัฒนาศักยภาพของ “คน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนและยกระดับการศึกษา รวมถึงพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สถานศึกษาในชุมชนที่อยู่ร่วมกัน ผลิตกาลให้ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจจัดจำหน่ายและบริการโดยใช้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญขององค์กร สนับสนุนให้โอกาสเรียนรู้ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติร่วมเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ กับสถาบันอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร วิทยาลัยพัฒนวิชาการบางนา ด้วยการตกลงทำความร่วมมือกับสถานประกอบการในการจัดการเรียนการสอนระบบทวิภาคี หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส) สาขาการตลาด เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันบริษัท ได้กำหนดแผนการพัฒนาหลักสูตร โดยการจัดทำโครงการบริษัทจำลอง, โครงการงานวิจัยด้านการตลาดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ, โครงการนักรขายมือใหม่ เป็นต้น

ทั้งนี้เพื่อให้นักศึกษาได้ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการและยังเป็นการเพิ่มยอดขาย ขยายฐานลูกค้าให้กับบริษัทอีกทางหนึ่งด้วย

นอกจากโครงการร่วมพัฒนาการศึกษาในระบบทวิภาคีแล้วบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ยังตระหนักเห็นความสำคัญในการพัฒนาการเรียนการสอนด้วยประสบการณ์จริงจากสถานประกอบการเพื่อแนะนำอาชีพและองค์ความรู้ ประสบการณ์ ให้กับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส) ชั้นปีที่ 2 และคณะอาจารย์ สาขาวิชาการตลาด จำนวนกว่า 100 คน เข้ารับการศึกษา ดูงานและฟังบรรยายในหัวข้อ การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย โดยวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญของบริษัททั้ง 2 ท่าน คุณสุทิศา คล้ายเกตุ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดอาวุโสและคุณวิศว ว่องไพฑูรย์ ผู้จัดการฝ่ายขายโมเดิร์นเทรด บรรยายให้ความรู้และตอบข้อซักถามนักศึกษาในวันดังกล่าว



โครงการ CSR-DIW Continuous ปีที่ 2

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เกิดประโยชน์ระหว่างองค์กรและสังคม
2. เพื่อส่งเสริมกิจกรรมที่ทำร่วมกันกับโรงเรียนและชุมชน
3. เพื่อให้ความรู้เรื่องการปลูกเห็ด

แนวคิดในเรื่องของ CSR หรือความยั่งยืน

บริษัทมีโครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืนจึงได้ร่วมกับโรงเรียนและชุมชนเพื่อซ่อมแซม ปรับปรุงโรงเรียนสำหรับการเพาะเห็ดเพื่อให้เกิดประโยชน์ในระยะยาว

แนวทางในการดำเนินการหรือแนวทางในการปฏิบัติ

หลังจากที่ทางบริษัทได้เข้าร่วมโครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืนแล้วนั้นบริษัทได้ทำการอบรมให้ความรู้เรื่องการปลูกเห็ดให้กับนักเรียนโรงเรียนวัดโคธาราม และซ่อมแซมปรับปรุงโรงเรียนสำหรับการเพาะเห็ดมีหัวเชื้อสำหรับเพาะเห็ดอย่างน้อย 700 ก้อน

แนวทางในการดำเนินการหรือแนวทางในการปฏิบัติ

การปรับเปลี่ยนหัวเผาไหม้ที่เหมาะสมกับ Wood Pallet ซึ่งใช้แล้วได้ผลดีมาก

เป้าหมาย (KPI)

- 1) ปรับปรุงโรงเรียนเพาะเห็ด 1 โรง
- 2) จัดอบรมให้ความรู้เรื่องการปลูกเห็ดชนิดต่าง ๆ อย่างน้อย 1 ครั้ง
- 3) ลดรายจ่ายค่าอาหารกลางวันอย่างน้อย 500 บาท/1 มื้อ

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

- 1) โรงเรียนมีสภาพเหมาะสำหรับการเพาะเห็ด
- 2) นักเรียนได้รับความรู้ความเข้าใจเรื่องการปลูกเห็ดชนิดต่าง ๆ
- 3) นักเรียนมีอาหารกลางวันที่มีประโยชน์ และลดรายจ่ายค่าอาหารกลางวันของโรงเรียน

รูปภาพประกอบที่เกี่ยวข้อง



การอบรมให้ความรู้โครงการ CSR-DIW



โรงเรียนและพนักงานของบริษัทได้ทำการซ่อมแซมปรับปรุงโรงเรียนสำหรับการเพาะเห็ด





บริษัทฯ ได้ทำการอบรมให้ความรู้เรื่องการปลูกเห็ดให้กับนักเรียนโรงเรียนวัดโคธาราม



ทางโรงเรียนได้นำเห็ดนางฟ้าที่ปลูกได้มาทำเป็นอาหารกลางวันเลี้ยงเด็กนักเรียน



โครงการเลี้ยงอาหารกลางวันเด็กนักเรียน



งานรับรางวัล CSR-DIW 2018 เมื่อ 17 สิงหาคม 2561 ณ สโมสรทหารบก

โครงการ “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง”

หลักการและเหตุผล : โครงการ “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง”

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้นำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ของบริษัทในแต่ละปี โดยพิจารณาโครงการต่าง ๆ จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อมาจัดทำโครงการตามแนวทาง CSR – DIW Continuous ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักที่ พี.एम.ฟู๊ด เลือกมาดำเนินการก็คือชุมชน โดยร่วมกับชุมชนจัดทำโครงการ “โรงอาหารเพื่อน้อง” ตามความสามารถหลัก (Core Competency) ของ พี.एम.ฟู๊ด ทักษะการบริหารจัดการสุลักษณะด้านการผลิตอาหาร โดยในการทำโครงการโรงอาหารเพื่อน้องมากกว่า 5 ปี ได้สนับสนุนโรงเรียนในละแวกชุมชนที่พนักงานของบริษัทอาศัยอยู่ 10 โรงเรียน และได้ดำเนินการเกือบครบทุกโรงเรียน ในปี 2561 จากการที่ได้ประชุมสานเสวนากับชุมชนสรุปความต้องการที่อยากได้รับการสนับสนุนของโรงเรียนคือการสนับสนุนด้านคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ บริษัทจึงทำโครงการ คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง โดยโครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อให้คณะครู นักเรียน ได้เข้าถึง สื่อการเรียนการสอน ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ และสื่อการเรียนการสอนทางอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อส่งเสริมความรู้ให้นักเรียนนอกเหนือจากตำราเรียน
3. เพื่อให้คณะครู นักเรียน สามารถเข้าถึงสื่อการเรียนการสอนได้ในหลายช่องทาง

แนวทางการดำเนินโครงการ

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

โดยในปี 2561 ได้จัดทำโครงการคอมพิวเตอร์เพื่อน้อง 2 โรงเรียน ได้แก่โรงเรียนคลองอุดมและโรงเรียนบ้านกระเดียง ซึ่งนอกจากการสานเสวนากับคณะกรรมการศึกษาของโรงเรียนเพื่อพิจารณาความต้องการของโรงเรียนแล้ว ยังได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงานทั้ง อบต. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน / Supplier / พนักงาน และได้ทำการส่งมอบคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ให้กับทั้ง 2 โรงเรียน



การพัฒนา ความยั่งยืนทางสังคม

การพัฒนาสังคมภายนอกองค์กรถือเป็นการดำเนินงานที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย ถือเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้การพัฒนาทางเศรษฐกิจหรือธุรกิจเป็นไปได้อย่างล่าช้าหรือไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร สายธุรกิจภายในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์จึงได้มีการสนับสนุนและดำเนินงานร่วมกับสายงานพัฒนาความยั่งยืนทางสังคมมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคมในบริบทต่างๆ พร้อมทั้งร่วมกันยกระดับให้ผู้มีส่วนได้เสียในสังคมภายนอกองค์กร สามารถเติบโตควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน ผ่านการดำเนินงานร่วมกันภาคีจำนวนมาก โดยครอบคลุมถึงปัญหาต่างๆ ดังนี้

ปัญหาความเหลื่อมล้ำ

ทั้งในด้านการศึกษา ด้านการส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานผู้พิการ ไปจนถึงการส่งเสริมให้เด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ผ่านการสนับสนุนและดำเนินงานร่วมกับภาคีที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละประเด็น เพื่อให้สามารถลดปัญหาความเหลื่อมล้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัญหาเด็กขาดโภชนาการ

เพื่อส่งเสริมให้เด็กที่อยู่ในโรงเรียนที่ห่างไกลได้มีโอกาสรับประทานอาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน

ที่เป็นปัญหาที่สำคัญอีกปัญหาหนึ่งของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานร่วมกับภาคี เพื่อพัฒนาแผนงานและดำเนินงานทั้งในเชิงแก้ไขและในเชิงป้องกัน

ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

ผ่านการดำเนินงานร่วมกับภาคีในหลากหลายภาคส่วน เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เป้าหมายได้ ทั้งในเชิงการฟื้นฟูและเชิงอนุรักษ์

โดยสายงานพัฒนาความยั่งยืนทางสังคม ได้มีการดำเนินงานทั้งในรูปแบบของมูลนิธิและโครงการต่างๆ และมีผลการดำเนินงานดังนี้

- มูลนิธิยุวพัฒน์ โดยนอกเหนือจากนี้ ยังได้มีการดำเนินโครงการอื่นๆ ภายใต้มูลนิธิยุวพัฒน์อีก 2 โครงการหลัก ได้แก่
 - ร้านปันกัน
 - โครงการ Food4Good
- มูลนิธิเพื่อคนไทย



ให้อนาคตกับผู้เป็นอนาคตของประเทศ

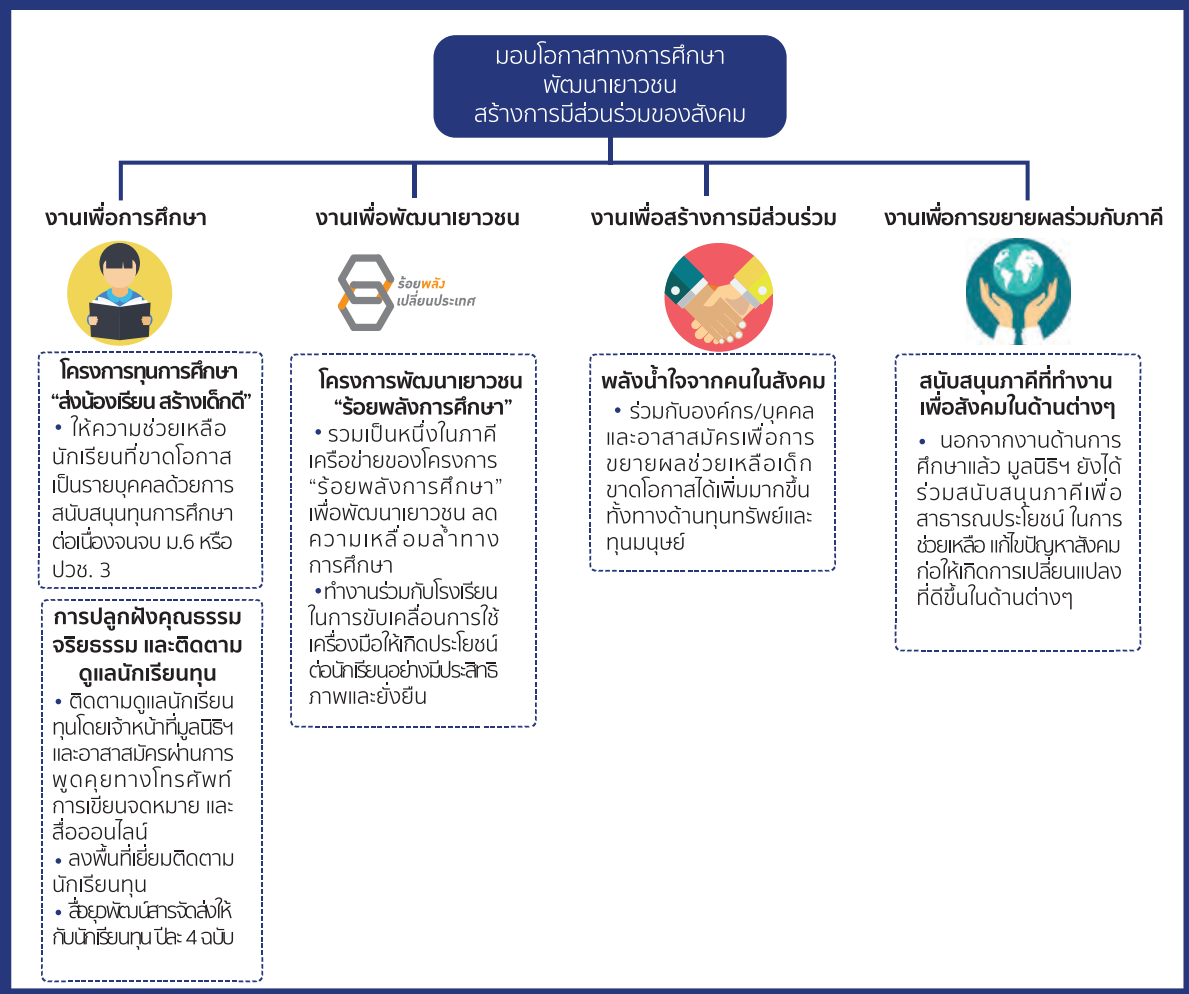
- เพื่อเยาวชนขาดโอกาส ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาและปลูกฝังเยาวชนในทางที่ดี
- เพื่อช่วยเหลือสังคม ด้วยการสนับสนุนภาคีที่ทำงานเพื่อสังคมในด้านต่างๆ โดยมุ่งหวังในการขยายผล สร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีแก่สังคม
- เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ของคนในสังคมและองค์กร/ภาคี ทั้งในรูปแบบของต้นทุนเงินและต้นทุนมนุษย์

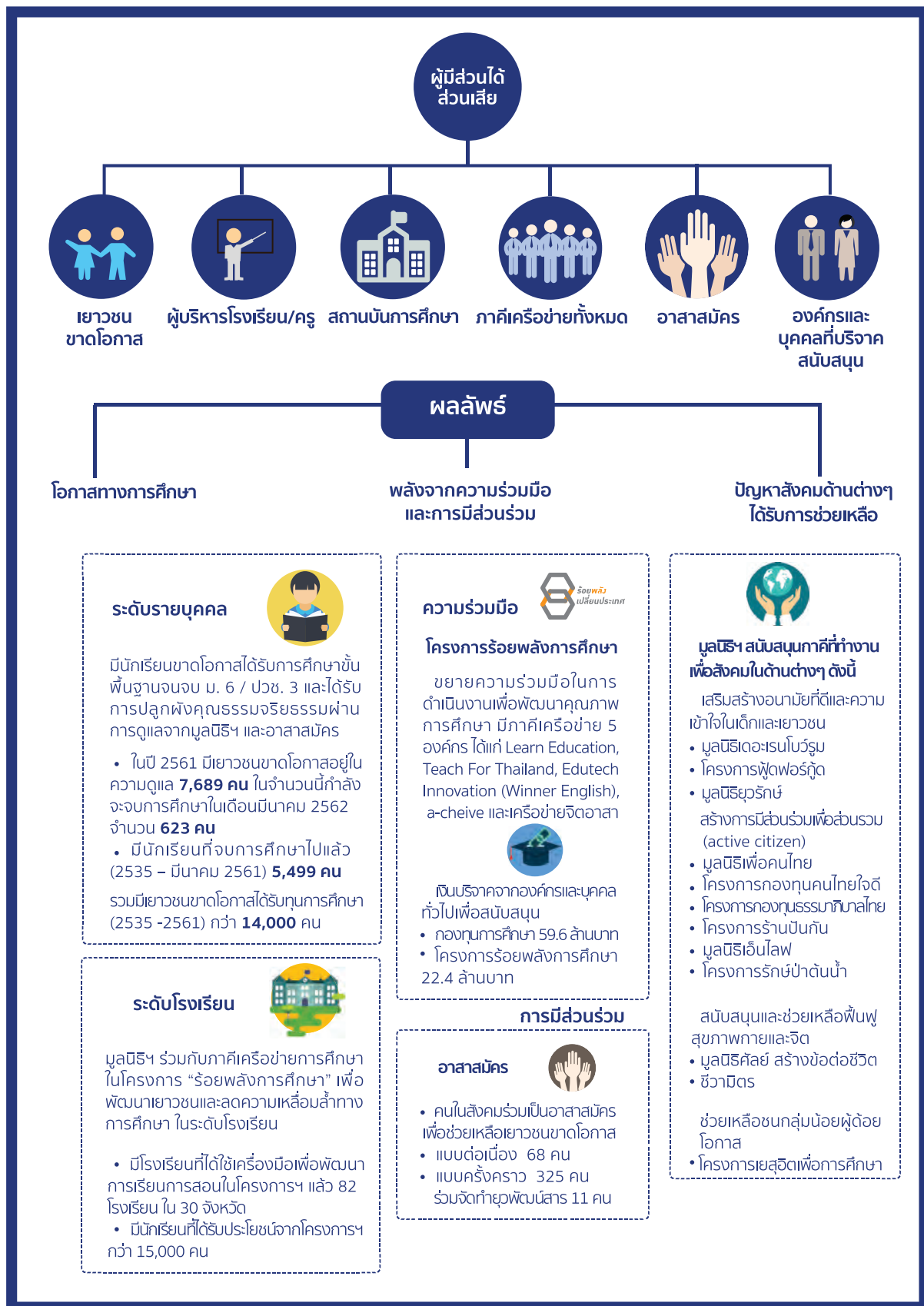
ส่วนงานที่มูลนิธิ ดำเนินงานโดยตรง

- ให้อาสาสมัครได้มีโอกาสได้เรียนหนังสือและได้เข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ
- สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างโรงเรียนและภาคการศึกษาในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาและอัตราการออกจากระบบการศึกษาก่อนจบ ม.6/ ปวช. 3
- สร้างระบบงานอาสาสมัครที่มีมาตรฐานเพื่อเปิดโอกาสให้คนในสังคมได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยกัน แก้ไขปัญหาการศึกษาอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

ส่วนงานที่สนับสนุนภาคีเพื่อสังคมอื่นๆ

- ระดมความร่วมมือกับภาคี/องค์กรที่ทำงานเพื่อสังคมในประเด็นต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ที่ดีส่งผลกระทบต่อสังคมวงกว้าง







สร้าง...สังคมแห่งการแบ่งปัน



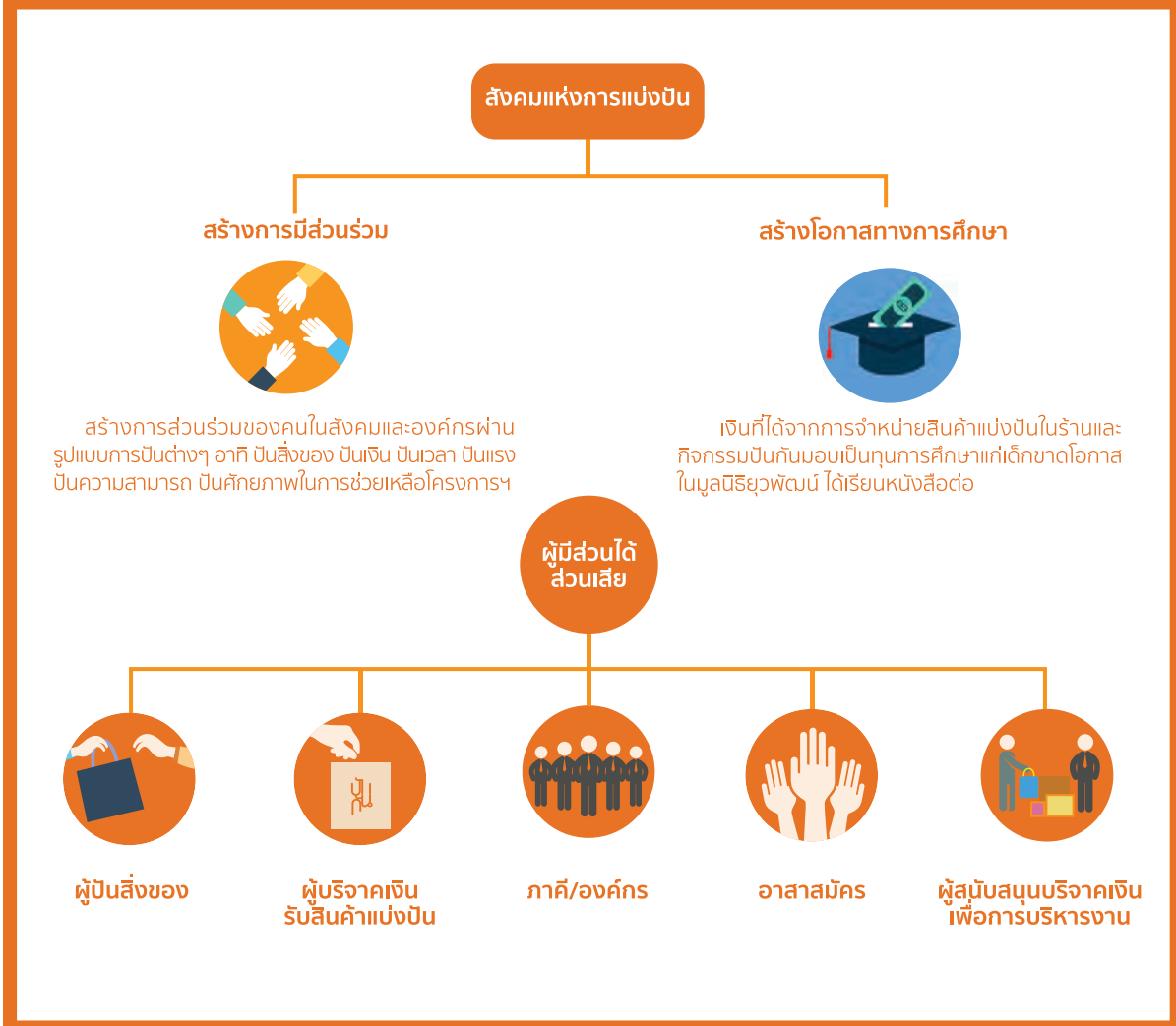
วิสัยทัศน์

ธุรกิจเพื่อสังคม (social enterprise) ทำหน้าที่เป็นกลไกตัวกลาง (platform) ในการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นผ่านการ “แบ่งปัน”



พันธกิจ

- ขยายสังคมแห่งการแบ่งปัน สร้างเครือข่ายนักปันและปันกันอาสาในองค์กรและคนในสังคม
- มอบโอกาสทางการศึกษา
- เป็นต้นแบบของการระดมทุนอย่างยั่งยืน
- รักษาสิ่งแวดล้อม ลดปริมาณขยะ หมุนเวียนสิ่งของเหลือใช้ให้กลับมามีประโยชน์อีกครั้ง
- แบ่งเบาภาระค่าครองชีพของสังคมคนเมือง
- สร้างงาน สร้างอาชีพ ที่ช่วยเหลือสังคมได้อย่างเต็มเวลา





FOOD
GOOD

พื้้องม็องน็องอีมดว้ย

ว็ลยัถัคณั

จดัตั้งซึ้นในปปี 2557 กายไต้มูลนิธิยุวพัฒน์ เพื่อเป็นกลไกสร้างการมีส่วนร่วมของสังคมพลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างธุรกิจอาหาร โดยใช้ความเป็นมืออาชีพในธุรกิจของตนเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาโภชนาการของเด็กๆที่ขาดแคลนในประเทศไทย ผ่านช่องทางบริจาคและสร้างการรับรู้จากการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายทั้งตัวธุรกิจ ผู้บริโภค และบุคคลทั่วไป

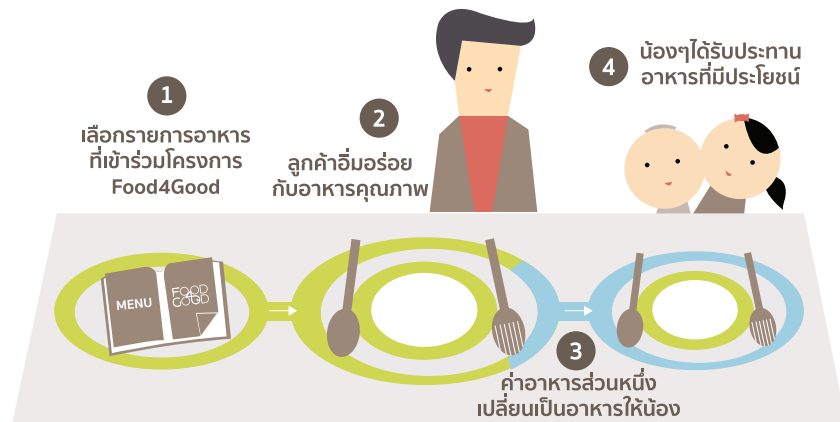
พณัรทัก

- เพื่อช่วยเหลือเด็กที่ขาดแคลนในประเทศไทยให้มีภาวะโภชนาการที่ดี ได้รับสารอาหารที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตครบถ้วนในทุกมื้ออาหาร และมีความรู้ความเข้าใจเรื่องโภชนาการอย่างถูกต้อง
- เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างธุรกิจอาหารในประเทศไทยให้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสังคมไทยอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

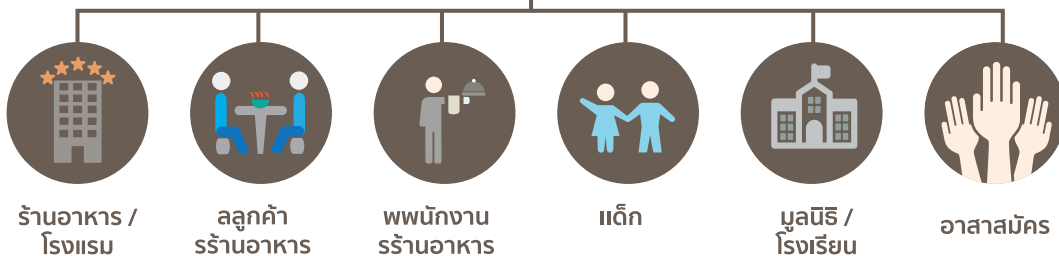


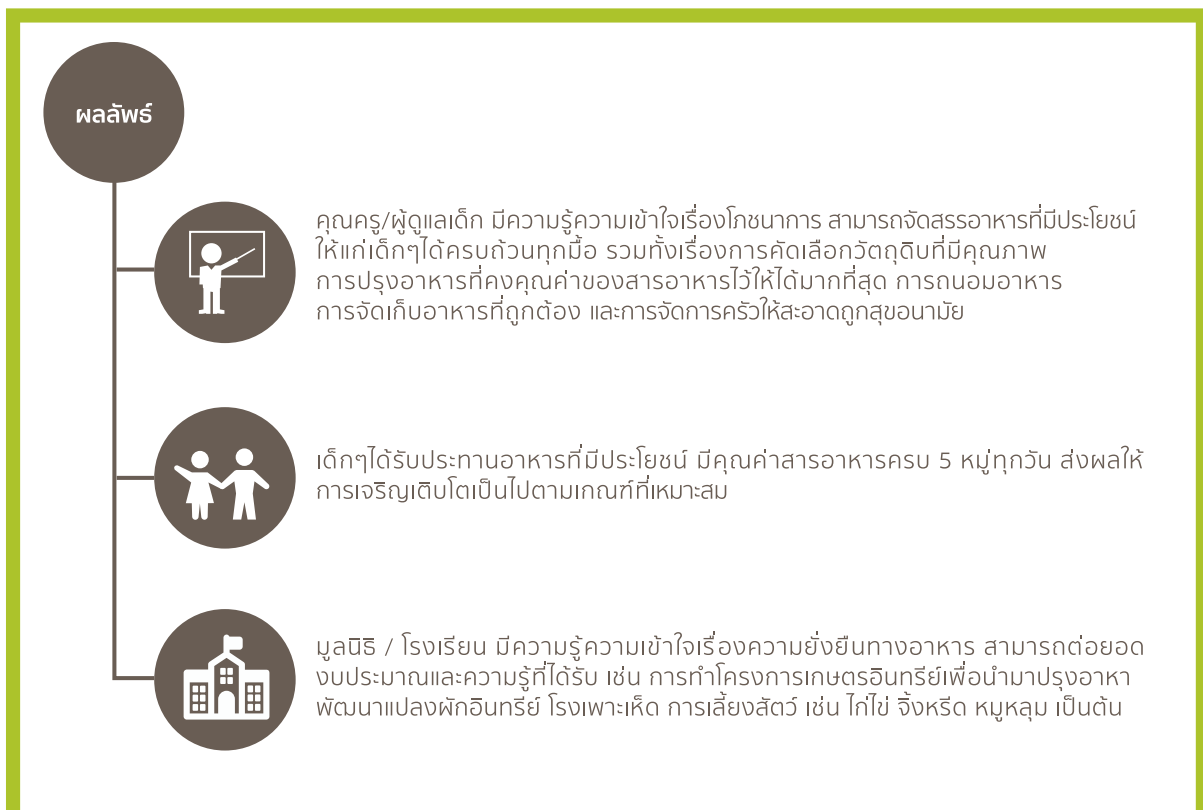
กลไก

ลูกค้าลัเลือกสั่งเมนู Food4Good ในร้านอาหารที่ร่วมโครงการ โดยรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายเมื่อนั้นจะถูกนำไปช่วยเหลือเรื่องโภชนาการของเด็กที่ขาดแคลนในประเทศไทย



ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย





เงินบริจาคที่ได้รับ (บาท)

1,947,347

จำนวนอาหารดีมีประโยชน์ที่เด็กได้รับ (จาน)

431,530

จำนวนเด็กและเยาวชนที่มีโภชนาการที่ดีอย่างต่อเนื่อง (คน)

1,201

ช่วยเหลือเด็กและเยาวชนในโรงเรียน จังหวัดแม่ฮ่องสอนแบ่งเป็น

อำเภอ สบเมย (665 คน)

โรงเรียนบ้านแม่เฒ่า	104 คน
โรงเรียนบ้านห้วยม่วง	120 คน
โรงเรียนบ้านแม่แฝดหลวง	75 คน
โรงเรียนบ้านนาดอย	185 คน
โรงเรียนบ้านแม่หลุย	181 คน

อำเภอ แม่ลาน้อย (536 คน)

โรงเรียนบ้านแม่นาจางเหนือ	82 คน
โรงเรียนบ้านห้วยมะกอก	90 คน
โรงเรียนชุมชนแม่ลาศึกษา	313 คน
โรงเรียนบ้านแม่ละ	51 คน

ภาคีร้านอาหารโรงแรมและบริษัท รวม **69** ราย



- 55 ร้านอาหาร
- 8 โรงแรม
- 6 บริษัท

มูลนิธิเพื่อ
“คนไทย”

“มูลนิธิเพื่อคนไทย” องค์กรสาธารณประโยชน์ที่มีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability) ด้วยความเชื่อว่า การพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคมขนาดใหญ่ นั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของประชาชน และองค์กรที่หลากหลาย มูลนิธิฯ จึงให้ความสำคัญกับการสร้างกลไกความร่วมมือที่แตกต่างและมีการจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เอื้อต่อการเชิญชวนคนไทยที่ตื่นรู้จำนวนมากมาร่วมมือกันแก้ปัญหาสังคม และยังมุ่งเน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วมกับองค์กรตัวกลาง (Intermediary Organization) ที่ขับเคลื่อนงานพัฒนาสังคมในประเด็นต่างๆ ผ่าน “โครงการร้อยพลังเปลี่ยนประเทศ” (Thailand Collaboration for Change) ซึ่งเป็นกลไกความร่วมมือที่เชื่อมโยงภาคเครือข่ายภาคสังคม และประชาชนร่วมพัฒนาความยั่งยืน

วิสัยทัศน์

"ร่วมสร้างสังคมอยู่ดีมีสุข"

พันธกิจ

- สร้างเสริมพลังพลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม (Active Citizen)
- สรรค์สร้างกลไกความร่วมมือแก้ปัญหาสังคม (Collaborative Platform)
- พสานทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ร่วม (Resources Mobilisation)



ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง



ผู้รับประโยชน์



ผู้บริจาค



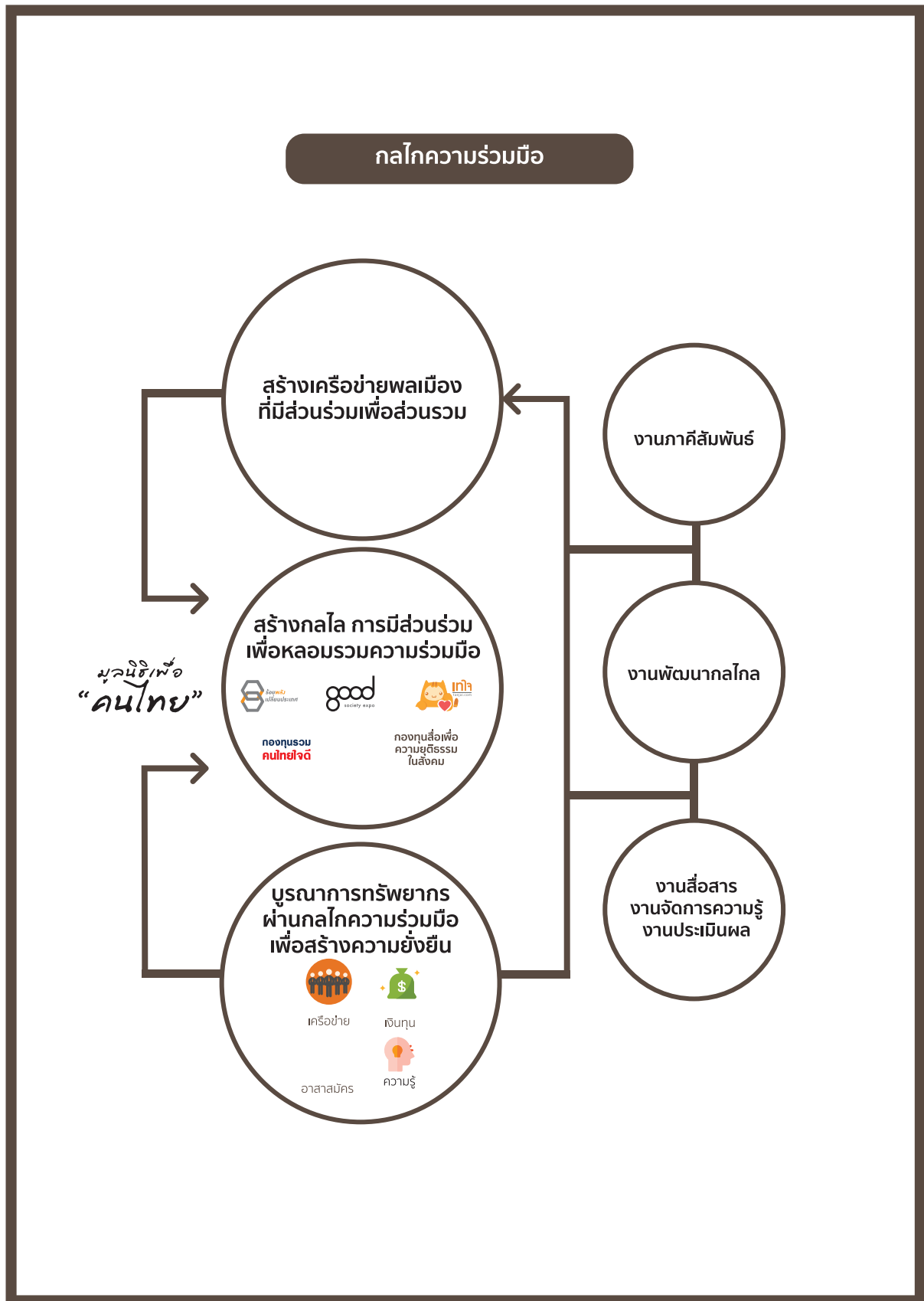
องค์กรพัฒนาสังคม



อาสาสมัคร



สื่อมวลชน





นิยาม

กลไกร้อยพลังความร่วมมือองค์กรที่ขับเคลื่อนงานพัฒนาสังคมในประเด็นต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการศึกษา การจ้างงานผู้พิการ ไปจนถึงการส่งเสริมให้เด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี ด้วยการทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมต่อทรัพยากรหรือทุนประเภทต่างๆ ได้แก่ ทุนมนุษย์ ภาวศึ่รือข่าย ทุนทรัพย์และอื่นๆ ไปสนับสนุนหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดการขับเคลื่อนงานอย่างเป็นระบบและเกิดผลลัพธ์ทางสังคม

ผลลัพธ์

- ภาวศึ่ 121 องค์กร/โครงการ
- จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรม 451 ราย
- จำนวนผู้บริจาคและอาสาสมัคร 1,423 ราย
- ยอดเงินบริจาค 14,709,203 บาท
- จำนวนผู้รับผลประโยชน์ 15,117 ราย

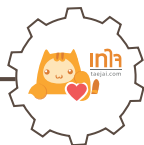


นิยาม

กลไกที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปได้สามารถเข้ามามีส่วนร่วมแก้ปัญหาสังคมที่หลากหลาย ผ่านการรื้อมือหรือร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ภาคักทั้งในระดับองค์กรหรือโครงการที่มีความเชี่ยวชาญในการขับเคลื่อนงานภาคสังคมในประเด็นนั้นๆ ได้พัฒนาขึ้น เพื่อการขยายผลและสร้างระบบนิเวศทางสังคมที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

ผลลัพธ์

- ภาวศึ่ 151 องค์กร/โครงการ
- จำนวนผู้บริจาคและอาสาสมัคร 6,840 ราย
- ยอดเงินบริจาค 883,141 บาท
- จำนวนผู้รับผลประโยชน์ - *ผู้รับผลประโยชน์ของภาวศึ่ที่ร่วมงาน

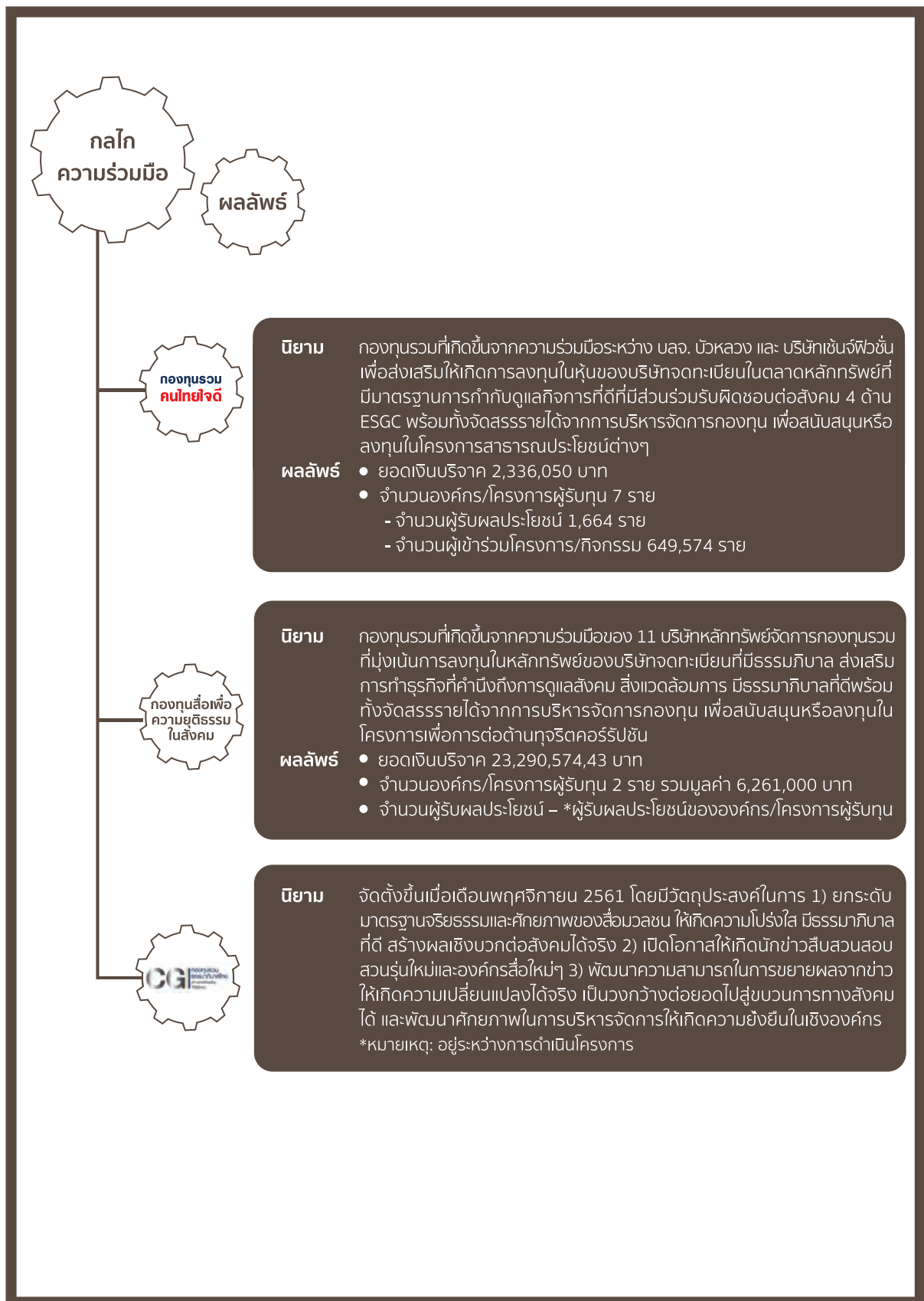


นิยาม

กลไกระดมทุนออนไลน์ที่สร้างความเชื่อมโยงระหว่าง “ผู้ให้” คือประชาชนทั่วไปที่อยากเห็นการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย กับ “ผู้รับ” หรือผู้พัฒนาโครงการแก้ปัญหาสังคม โดยประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพสังคมที่มีความหลากหลาย ผ่านการบริจาคเงินเพื่อส่งเสริมให้โครงการเพื่อสังคมต่างๆ สามารถเกิดขึ้นได้จริง

ผลลัพธ์

- ภาวศึ่ 59 องค์กร/โครงการ
- จำนวนผู้บริจาค 5,530 ราย
- ยอดเงินบริจาค 26,075,064 บาท
- จำนวนผู้รับผลประโยชน์ 35,482 ราย





เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวกันของสิ่งแวดล้อมและมนุษย์

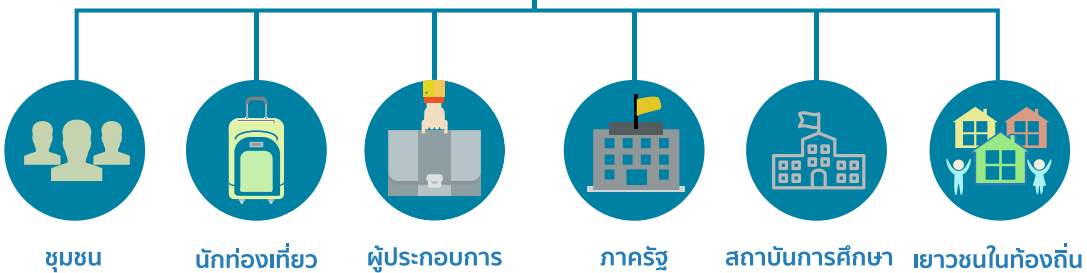
วิสัยทัศน์

สร้างระบบนิเวศที่ยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และสร้างองค์ความรู้ระบบนิเวศอย่างเป็นวิชาการ เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ท้องถิ่น และชุมชน โดยการเชื่อมโยงและสร้างภาคีเครือข่าย

พันธกิจ

- การบริหารจัดการและสร้างความยั่งยืนของทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง
- การบริหารจัดการทรัพยากรป่าและชุมชนให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืนของป่า
- การบริหารจัดการให้เกิดความร่วมมือ เชื่อมโยงแหล่งความรู้ ผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ และประสานความร่วมมือสร้างการมีส่วนร่วม
- ร่วมผลักดันและส่งเสริมให้มีการบังคับใช้กฎระเบียบและข้อบังคับ เพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง





1. การปลูกจิตสำนึก ให้ความรู้ในเรื่องระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติ

• โครงการป่าครอบครัวบ้านมะกะโท

เป็นโครงการเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมดูแลรักษาป่า และการใช้ประโยชน์เป็นพื้นที่ทำกินและสร้างรายได้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และสร้างองค์ความรู้ให้แก่คนชุมชนและมุ่งหวังให้เกิดการอนุรักษ์พันธุ์พืชถิ่นและพันธุ์พืชที่ใกล้สูญพันธุ์ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และศึกษาวิจัยพันธุ์ไม้ให้แก่หน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่ยั่งยืนในอนาคต

ผลลัพธ์

ภาคีร่วมสนับสนุนการดำเนินโครงการ 11 องค์กร มีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่กว่า 1,500 ต้น มีการเพาะเมล็ดต้นกล้ากว่า 350 ถูง มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมกว่า 500 คน จากการจัดกิจกรรม 5 ครั้ง

• กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการกีฬาเรือพาย

จัดอบรมให้กับเยาวชนจังหวัดกระบี่ เพื่อเพิ่มศักยภาพทางด้านกีฬาทางน้ำและปลูกจิตสำนึกในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ผลลัพธ์

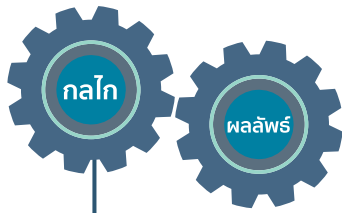
ภาคีร่วมจัดกิจกรรม 5 องค์กร มีหน่วยงานภาคการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น 1 องค์กร มีเยาวชนเข้าร่วมกิจกรรม 50 คน จากการจัดกิจกรรม 1 ครั้ง

• งานเทศกาลทำดีหวังผล (Good Society Expo 2018)

เป็นองค์กรตัวกลางของภาคสังคมด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อเผยแพร่แนวคิดและรณรงค์เรื่องการดูแลสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน ให้ประชาชนผู้เข้าร่วมงานสามารถนำไปต่อยอดและประยุกต์ใช้

ผลลัพธ์

ภาคีร่วมจัดงาน 6 องค์กร และมีองค์กรที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมอีก 15 องค์กร มีผู้เข้าร่วมพาวิลเลียน 900 คน มีการทำกิจกรรมภายในพาวิลเลียน 1,800 ครั้ง มีจำนวนการลดการใช้พลาสติกในงาน 3,000 ชิ้น ซึ่งเทียบเท่าการปลูกต้นไม้ได้ 32 ต้น และมีกิจกรรมต่อยอดอีก 1 ครั้ง รวมถึงการนำบอร์ดนิทรรศการไปแสดงในสถานศึกษาอีก 4 ครั้ง



2. การใช้กระบวนการจัดการเป็นกลไก เพื่อการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้มีความอุดมสมบูรณ์

• โครงการอุทยานการเรียนรู้ใต้ท้องทะเลจังหวัดกระบี่

โดยการใช้เรือรบบหลวงที่ปลดระวางแล้วมาวางใต้ท้องทะเล เพื่อเป็นแนวปะการังเทียม ลดภาระการท่องเที่ยวดำน้ำในแนวปะการังธรรมชาติ เพื่อให้แนวปะการังธรรมชาติได้ฟื้นฟู และเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านระบบนิเวศใต้ท้องทะเลแก่ประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

ผลลัพธ์

การสำรวจข้อมูลความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศในจุดวางเรือ ทั้ง 2 จุด ซึ่งพบว่าบริเวณเรือกลัดแก้วพบปลาทั้งหมด 55 ชนิด และบริเวณเรือตะสิงบง โกสุม และราวี พบปลาทั้งหมด 40 ชนิด สำหรับการสำรวจในครั้งนี้มีภาคีเข้าร่วมสนับสนุน 10 องค์กร

• โครงการบริหารจัดการทรัพยากรหอยชักตีน และโครงการสร้างความร่วมมือในการแก้ไขปัญหามลพิษจากการจัดการทรัพยากรชายฝั่งทะเล จังหวัดกระบี่ (พื้นที่บ้านเกาะจำ)

สร้างความร่วมมือในการแก้ไขปัญหามลพิษจากการจัดการทรัพยากรหอยชักตีน ภายใต้โครงการบริหารจัดการทรัพยากรหอยชักตีน ที่บ้านเกาะจำ อำเภอเหนือคลอง จังหวัดกระบี่

ผลลัพธ์

ภาคีเข้าร่วมโครงการ 5 องค์กร มีหน่วยงานภาครัฐเข้าร่วมขับเคลื่อนโครงการ 3 หน่วยงาน มีชาวบ้านเข้าร่วม 250 คน และสามารถขยายผลไปยังชุมชนโดยรอบอีก 4 หมู่บ้าน

3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

• งานเทศกาลกีฬาทางน้ำจังหวัดกระบี่

สร้างการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานและผู้ประกอบการท้องถิ่นในการร่วมจัดกิจกรรมการแข่งขัน ทั้งที่อ่าวท่าเลน อ่าวนาง ลานปูดำ จังหวัดกระบี่ เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ผลลัพธ์

ภาคีร่วมจัดงาน 4 องค์กร และภาคีสนับสนุนการจัดการแข่งขันทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 62 หน่วยงาน มีรายการแข่งขันเพิ่มขึ้น 3 รายการ มีนักกีฬาเข้าร่วมการแข่งขันมากกว่า 200 คน มีเยาวชนเข้าร่วมการแข่งขันกว่า 100 คน

• โครงการตอบแทนคุณระบบนิเวศ บนพื้นที่แหลมพระนาง-ไร่โอ

ร่วมกับผู้ประกอบการบนพื้นที่แหลมพระนาง-ไร่โอ ในการดูแลและรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งบริหารจัดการให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนร่วมกัน

ผลลัพธ์

ผู้ประกอบการโรงแรมบนพื้นที่ร่วมจัดการระบบบำบัดน้ำเสียกว่า 20 ราย และมีผู้ประกอบการร้านอาหารกว่า 80 รายในพื้นที่ร่วมทำบ่อน้ำบาดาลน้ำเสียแบบรวม

ผลการดำเนินงาน บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ปี 2561

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) PREMIER MARKETING PUBLIC CO., LTD.



- บริษัทได้รับผลการประเมินจากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2561 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยการสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยมีผลคะแนนอยู่ในระดับ “ดีมาก” ที่คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับร้อยละ 80-90 คะแนน



- บริษัทได้รับรางวัลเกียรติยศแห่งความสำเร็จ (SET Award of Honor) ประเภทดีเด่น ที่มีความเป็นเลิศด้านผลการดำเนินงานต่อเนื่อง ปี 2559 – 2561



- บริษัทได้รับการประกาศรายชื่อ Thailand Sustainability Investment หรือรายชื่อ “หุ้นยั่งยืน” ประจำปี 2561 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท พี. เอ็ม.ฟู้ด จำกัด - บริษัทย่อย P.M. FOOD CO., LTD - A SUBSIDIARY



- บริษัทได้รับรางวัล “สถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์ และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2561” สถานประกอบการขนาดกลาง



- บริษัทได้รับรางวัล CSR - DIW Continuous ซึ่งเป็นการรับรางวัลต่อเนื่องเป็นปีที่ 6

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี PREMIER CANNING INDUSTRY CO.,LTD



- บริษัทยังคงได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System) เพื่อรับรองว่ามีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและมีการติดตามประเมินผล ทบทวน เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากกระทรวงอุตสาหกรรม



- บริษัทได้รับรางวัลเกียรติยศ CSR-DIW Continuous Award 2018 มาตราฐานความรับผิดชอบต่อของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม

สรุปผลการดำเนินงาน ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ประจำปี 2561

ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
			2559	2560	2561
*G4-EC1	รายได้จากการขายและบริการ	ล้านบาท	4,082.10	4,339.90	4,499.69
	กำไรสำหรับปี 2559	ล้านบาท	345.11	501.57	364.69
	เงินปันผลจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	365	563	388.86
	ค่าจ้างและค่าตอบแทนแก่พนักงาน	ล้านบาท	429	483	687.72
	ภาษีที่จ่ายให้แก่รัฐบาล และหน่วยงานราชการ ท้องถิ่น เช่น ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีบำรุง ท้องถิ่น ภาษีโรงเรือน หรืออื่นๆ โปรดระบุ	ล้านบาท	111	42	95.87
*G4-EC1 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-EC3	อัตราเงินสมทบที่องค์กรจ่ายเข้ากองทุน สำรองเลี้ยงชีพ ให้แก่พนักงาน (ร้อยละของฐานเงินเดือน)	หมายเหตุ กรณีไม่มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ระบุ (-)			
	- อายุงาน ไม่เกิน 7 ปี	ร้อยละ	5,3	5,3	5,3
	- อายุงาน 7 ปีขึ้นไป	ร้อยละ	8,6,5,3	8,6,5,3	8,6,5,3
	- อายุงาน ปีขึ้นไป	ร้อยละ	-	-	-
*G4-EC3 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
*G4-EC4	สิทธิประโยชน์ทางภาษีและอื่น ๆ ที่ได้รับจาก รัฐบาลและหน่วยงานท้องถิ่น จากการ ส่งเสริมการลงทุนและพัฒนา	ล้านบาท	10.83	-	-
*G4-EC4 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					
G4-EC9	ร้อยละของผู้ส่งมอบในท้องถิ่น (Supplier /Service/Outsource) (รัศมี 5 กิโลเมตร หรือภายในจังหวัด)	ร้อยละ	31.82	31.82	52.58
G4-EC9 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					
G4-EC6	ร้อยละของผู้บริหารตั้งแต่ระดับผู้จัดการขึ้นไป ที่มาจากคนในท้องถิ่น (รัศมี 5 กิโลเมตร หรือภายในจังหวัด)	ร้อยละ	22.50	22.50	34.07
G4-EC6 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					

ผลการดำเนินงานด้านสังคม

GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
			2559	2560	2561
G4-LA10	จำนวนพนักงานรวม	คน			
	- พนักงานประจำ	คน	1,191	1,245	1,926
	- พนักงานชั่วคราว	คน	0	0	0
	จำนวนพนักงานจำแนกตามเพศ	คน			
	- ชาย	คน	434	412	558
	- หญิง	คน	757	833	1,368
	จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับพนักงาน	คน			
	- ระดับปฏิบัติการ	คน	848	895	1,584
	- ระดับบังคับบัญชาและสายวิชาชีพ	คน	282	286	282
	ระดับผู้จัดการ	คน	61	64	60
G4-LA10 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-LA1	ร้อยละของพนักงานที่จะเกษียณอายุ				
	- ใน 5 ปี (ช่วงอายุ 55-60 ปี)	ร้อยละ	2.02	5.94	5.82
	- ใน 10 ปี (ช่วงอายุ 50-60 ปี)	ร้อยละ	12.10	18.71	15.01
	อัตราการลาออก (Turn Over Rate)	ร้อยละ	21.97	10.28	12.15
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	11	11	11
	- ความปลอดภัยฯ (คน)				
	- ตัวแทนลูกจ้าง	คน	19	19	19
G4-LA5 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-LA6	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (IR)	รายต่อชั่วโมงการทำงาน	0	4	15
	อัตราการเกิดโรคจากการทำงาน (ODR)	รายต่อชั่วโมงการทำงาน	0	0	0
	อัตราการเกิดอุบัติเหตุจนถึงขั้นหยุดงาน (LDR)	รายต่อชั่วโมงการทำงาน	0	1	3

GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
			2559	2560	2561
	อัตราการลาหยุดงานที่เกิดจากการเจ็บป่วย จากการทำงาน (AR)	รายต่อชั่วโมง การทำงาน	0	2	0
	จำนวนผู้เสียชีวิตจากการทำงาน	คน	0	0	0
G4-LA6 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-LA9	ชั่วโมงเฉลี่ยของการฝึกอบรมต่อคนต่อปี	ชั่วโมงต่อคน ต่อปี	21.53	10.13	11.10
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	88.5	85.40	75.9
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		
			2559	2560	2561
*G4-EN3	ปริมาณการใช้พลังงานฟอสซิล	MJ			
	1. น้ำมันดีเซล	MJ	17,855,789	10,908,628	8,947,378
	2. LPG	MJ	45,960,000	43,222,000	56,304,000
*G4-EN3 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-EN3	ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	kWh			
	ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	kWh	7,824,678	7,940,162	8,731,981
G4-EN3 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-EN8	ปริมาณการใช้น้ำจําแนกตามแหล่งน้ำ	m ³			
	น้ำประปา	m ³	239,458	206,678	222,467
G4-EN8 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					
G4-EN15	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง : Scope 1 (ton CO ₂ e) ได้แก่ การเผาไหม้ เชื้อเพลิงฟอสซิล (LPG ดีเซล)	(ดีเซล) ton CO ₂ e	48,353.48	29,540.56	24,229,499.62
	(ปริมาณการใช้พลังงานฟอสซิล x factor LPG 0.062 ดีเซล 2.708 / 1000)	(LPG) ton CO ₂ e	2,849.52	2,679.76	3,490.85
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	4,389.64	4,454.43	4,898.64
G4-EN16 : ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย					
G4-EN22	ปริมาณน้ำทิ้งที่ระบายออกนอกโรงงาน	m ³	52,828	147,502	152,888
G4-EN22 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					
G4-EN23	ปริมาณของเสีย	ton			
	ของเสียอันตราย	ton	0.78	2.56	2.42
	ของเสียไม่อันตราย	ton	56.1	170.8	197.6
G4-EN23 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					

GRI	ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
			2559	2560	2561
G4-EN24	จำนวนครั้งของการรั่วไหลของสารเคมี/น้ำมัน/น้ำทิ้ง/ของเสีย ที่มีนัยสำคัญ (เหตุที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และทรัพยากรธรรมชาติ)	ครั้ง	0	0	0
G4-EN24 : ข้อมูลจากบริษัทย่อย					
G4-EN31	ค่าใช้จ่ายและการลงทุนในการปกป้องสิ่งแวดล้อม	ล้านบาท			
	1. ค่ากำจัด และบำบัดของเสีย	ล้านบาท	0.009	0.5417	0.4814
	2. ค่าการจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (รวมค่าวิจัยศึกษาพัฒนา)	ล้านบาท	-	0.40	0.56
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	24-26
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	52, 102
G4-11	Percentage of total employees covered by collective bargaining agreements	52, 102
G4-12	Description of the organization's supply chain	29, 85-98
G4-13	Significant changes during the reporting period regarding the organization's size, structure, ownership, or its supply chain	11-18, 20-22, 99-100
COMMITMENTS TO EXTERNAL INITIATIVES		
G4-14	Explanation of whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organization	24-26
G4-15	List of externally developed economic, environmental and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or which it endorses	85-98
G4-16	Memberships of associations (such as industry associations) and national or international advocacy organizations in which the organization	85-98

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES		
G4-17	Operational Structure of the organization	5, 20
G4-18	Details on report content and aspect boundaries	29
G4-19	All material Aspects identified in the process for defining report content	24-26
G4-20	Aspect Boundary within the organization	24-26
G4-21	Aspect Boundary outside the organization	24-26
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	24-26
G4-25	Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage	26
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	29, 24-26, 85-98
G4-27	Key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organization has responded to those key topics and concerns, including through its reporting	24-26
REPORT PROFILE		
G4-28	Reporting period (such as fiscal or calendar year) for information provided	23, 27-28
G4-29	Date of most recent previous report (if any)	-
G4-30	Reporting cycle (such as annual, biennial)	-
G4-32	GRI Content Index	106-116
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	20-22
G4-35	Process for delegating authority for economic, environmental and social topics from the highest governance body to senior executives and other employees	20-22
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, 20-22
G4-37	Processes for consultation between stakeholders and the highest governance body on economic, environmental and social topics	24-26

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	24-26, 85-98
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)	24-26, 85-98
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	67-79
G4-41	Processes for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided and managed	20-22
G4-42	Highest governance body's role in setting purpose, values, and strategy	20-22
G4-43	Highest governance body's competencies	20-22
G4-44	Highest governance body's performance evaluation	-
G4-45	Highest governance body's role in the identification and management of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities and whether stakeholder consultation is used to support the highest governance body's identification and management of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities	24-26
G4-46	Highest governance body's role in reviewing the effectiveness of the organization's risk management processes for economic, environmental and social topics	24-26
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	20-22, 7
G4-49	Process for communicating critical concerns to the highest governance body	7
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	11-14
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	85-98
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	20-22
G4-58	Internal and external mechanisms for reporting concerns about unethical or unlawful behavior, and matters related to organizational integrity, such as escalation through line management, whistleblowing mechanisms or hotlines	20-22
DISCLOSURES ON MANAGEMENT APPROACH		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	7
CATEGORY : ECONOMIC		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	7
ASPECT : ECONOMIC PERFORMANCE		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	7
G4-EC1	Direct economic value generated and distributed	101
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	101
G4-EC4	Financial assistance received from government	101
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	101
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	101
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	104
G4-EN4	Energy consumption outside of the organization	-
G4-EN5	Energy intensity ratio for the organization	-
G4-EN6	Reduction of energy consumption	37-41
G4-EN7	Reductions in energy requirements of products and services	-
ASPECT : WATER		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN8	Total water withdrawal by source	104
G4-EN9	Water sources significantly affected by withdrawal of water	-
G4-EN10	Percentage and total volume of water recycled and reused	41
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)	104
G4-EN16	Energy indirect greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 2)	104

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	37-41
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	104
G4-EN23	Total weight of waste by type and disposal method	104
G4-EN24	Total number and volume of significant spills	105
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	23, 37-41
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	105
ASPECT : SUPPLIER ENVIRONMENTAL ASSESSMENT		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN32	Percentage of new suppliers that were screened using environmental criteria	-

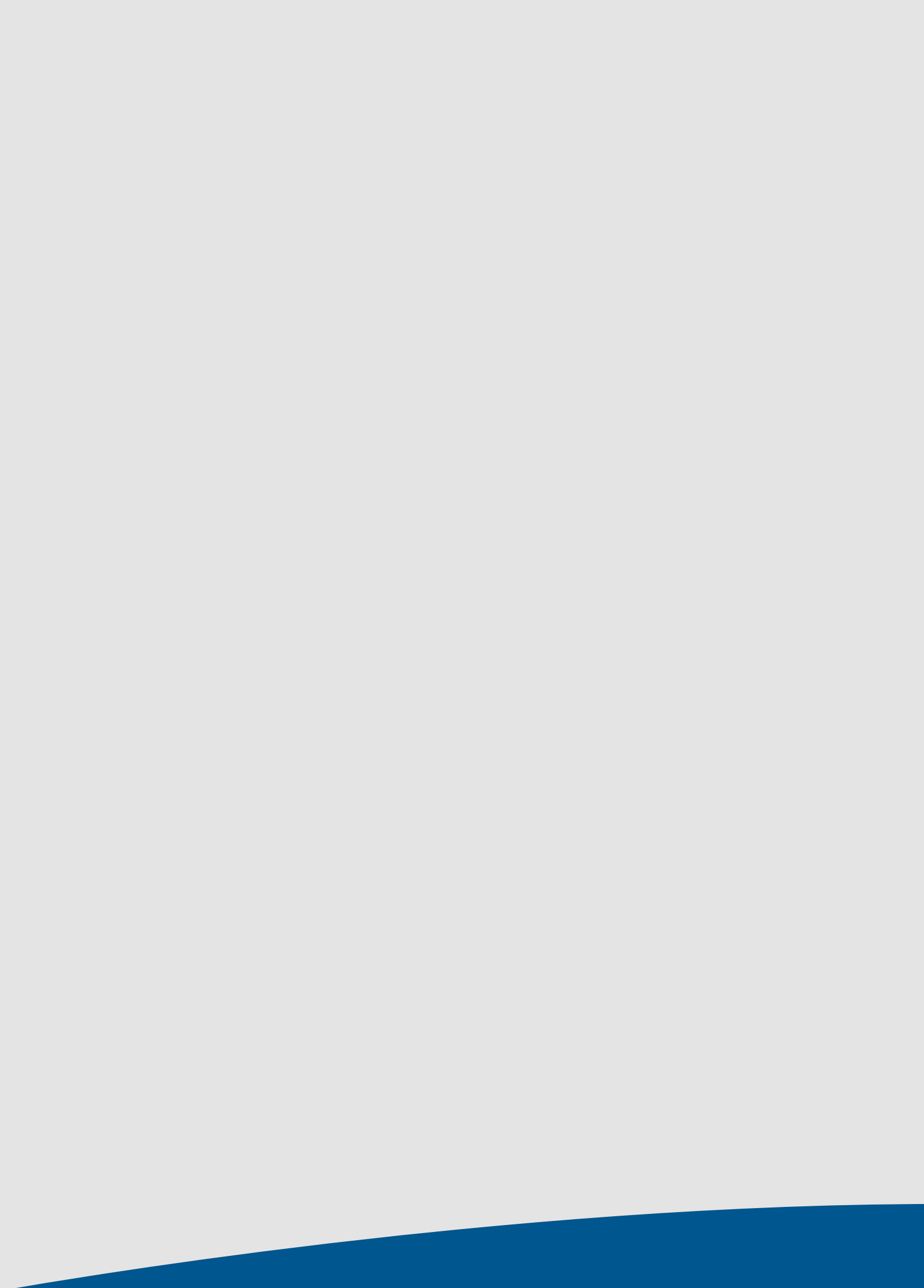
G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
G4-EN33	Significant actual and potential negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	-
ASPECT : ENVIRONMENTAL GRIEVANCE MECHANISMS		
G4-DMA	Disclosure on Management Approach	-
G4-EN34	Number of grievances about environmental impacts filed, addressed, 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	102
G4-LA2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by significant locations of operations	102
G4-LA3	Return to work and retention rates after parental leave, by gender	102
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	102
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	64-66, 103
G4-LA7	Workers with high incidence or high risk of diseases related to their occupation	64-66, 102-103
G4-LA8	Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions	11-14, 64-66
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	51-58, 103
G4-LA10	Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings	51-58, 102

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
G4-LA11	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews, by gender and by employee category	51-58, 103
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	54-58, 102
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	54-58, 103
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 taken 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	51-63

G4 INDICATOR	DESCRIPTIONS	SD PAGE
G4-SO2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	51-63
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	11-18
G4-SO4	Communication and training on anti-corruption policies and procedures	11-18
G4-SO5	Confirmed incidents of corruption and actions taken	-
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	103
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	43-45
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	43-45
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	45, 103
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	103





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