

รายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2562
Sustainability Development
Report 2019

CHANGE FOR THE BETTER



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

สารบัญ

สารจากคณะกรรมการบริษัท	2
วิสัยทัศน์ / พันธกิจ / คุณค่าหลักองค์กร	4
ข้อมูลทั่วไปของบริษัท	5
ธุรกิจของบริษัท	6
ขอบเขตการรายงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน	7
ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน	8

สร้างคุณค่าเพื่อธุรกิจก้าวหน้า

► การกำกับดูแลกิจการที่ดี	11
► การขยายแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน กับพันธมิตรทางธุรกิจ	13
► การบริหารจัดการความเสี่ยง	15
กลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน	17
การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)	22
การแบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	23
ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)	29

Sustainable Sourcing

► การจัดซื้อวัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืน	30
► การจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ เพื่อความยั่งยืน	32

Sustainable Operation

► การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ	33
• โครงการ ระบบบริหารจัดการคลังสินค้า WMS (Warehouse Management System)	33
• โครงการระบบการขายช่องทางทางการขายเงินสด SMART: SALETOOLS	36
► การผลิตและจัดจำหน่ายเพื่อลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	38
• โครงการอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 (วัฒนธรรมสีเขียว)	38
• การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา	41
• โครงการ เปลี่ยนหัวเผาอบยาลอร์ให้ใช้กับ Wood Pallet เพื่อเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	43
• โครงการลดการใช้กระดาษที่จะช่วยลด การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	45
• โครงการลดการใช้น้ำ : โครงการลดการใช้น้ำ : นำน้ำทิ้งหลังบำบัดกลับมาใช้ซ้ำ	47

Sustainable Consumption

► ส่งมอบคุณค่าอย่างเอาใจใส่	48
► ส่งมอบคุณค่าอย่างเข้าถึง	50
• โครงการสินค้าสดใหม่ 4 เดือน	52
► สร้างความสำเร็จทางธุรกิจพร้อมกับการพัฒนา สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	53

สร้างคุณค่าเพื่อพนักงานมั่นคง (สังคมภายใน)

► การจ้างงานที่เป็นธรรมและความเสมอภาค	58
► การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน	60
► การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของพนักงาน	61
► การดูแลรักษาพนักงาน	65
► สร้างความอยู่ดีมีสุขให้พนักงาน	67
► การส่งเสริมด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย	72
► ปฏิบัติตามหลักสร้างการมีส่วนร่วม สร้างสังคม แห่งการแบ่งปัน	76

สร้างคุณค่าเพื่อสังคมยั่งยืน

► โครงการ “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง”	97
► โครงการ ทำน้ำหมักชีวภาพและปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ เพื่อเป็นมิตรกับโรงเรียนและชุมชน	98

การพัฒนาความยั่งยืนทางสังคม

► มูลนิธิยุวพัฒน์	101
► ร้านปันกัน	105
► โครงการ Food 4 good	107
► มูลนิธิเพื่อคนไทย	109
► มูลนิธิเอ็นไอเอฟ	124

ผลการดำเนินงานบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ในปี 2562

สรุปผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ประจำปี 2562

ตัวชี้วัดตามกรอบแนวทางการจัดทำรายงาน
การพัฒนาอย่างยั่งยืน (GRI standards)

127

129

134



สร้างคุณค่าเพื่อ
ธุรกิจก้าวหน้า



สร้างคุณค่าเพื่อพนักงานมั่นคง
(สังคมภายใน)



สร้างคุณค่าเพื่อ
สังคมยั่งยืน



สารจากคณะกรรมการบริษัท

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)



บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีแนวคิดในการดำเนินธุรกิจด้วยการสร้างความสมดุลระหว่างความก้าวหน้าในการดำเนินธุรกิจ ที่คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสีย ยึดถือการยกระดับคุณภาพสังคม พร้อมกับการมีผลประโยชน์ที่ดี อีกทั้งการพัฒนาระบบนิเวศทางสังคมและสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจ พนักงานและสังคม ภายใต้แนวคิด “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” (Harmonious Alignment of Success) เป็นแนวคิดที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ที่ได้ส่งต่อผ่านคุณค่าหลักขององค์กร (Core Values) มาอย่างต่อเนื่องกว่า 42 ปี



ปี 2562 องค์การยังคงมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การบูรณาการความยั่งยืนสู่กลยุทธ์ในแต่ละด้าน (ESG) เพื่อขับเคลื่อนผ่านแผนงาน และโครงการต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้วยการนำคุณค่าหลักองค์กร 5 ประการ สร้างความยั่งยืนในด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อยกระดับคุณภาพ (Quality) สินค้าและบริการ ผ่านกระบวนการร่วมคิดร่วมสร้าง (Collaboration) จากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายด้วยความเป็นธรรมและโปร่งใส (Moral & Ethics) สามารถควบคุมตรวจสอบได้ โดยเริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ ผ่านขบวนการผลิตที่มีการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด การบริหารสินค้าคงเหลือและการจัดส่งอย่างมีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน สนับสนุนด้วยการพัฒนาขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ตลอดจนสร้างการได้ประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefits) ความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างยั่งยืน

ในอีกด้านหนึ่งของการสร้างความสมดุลที่องค์กร ได้ให้ความสำคัญกับการดูแลสังคมรอบข้างและสิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืนร่วมกันไปด้วย โดยพนักงานของบริษัทได้เข้าร่วมคณะทำงานคุณค่าหลักด้านต่าง ๆ นอกจากนี้แล้วพนักงานยังเข้าไปมีส่วนร่วมในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมของมูลนิธิในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ที่ครอบคลุมทั้งการส่งเสริมด้านการศึกษาของมูลนิธิยุวพัฒน์ กิจกรรมส่งเสริมสังคมของมูลนิธิเพื่อคนไทย และกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของมูลนิธิเอ็นไลฟ์ อย่างต่อเนื่องทุกปี

ในนามคณะกรรมการบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ขอถือโอกาสนี้ขอบคุณผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ที่ได้ร่วมกันสนับสนุนให้ผลการดำเนินงานของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ในปีที่ผ่านมาบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และขอให้ความเชื่อมั่นว่า บริษัทจะยังคงดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคต ให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนร่วมกัน บนความสมดุลทั้งด้านธุรกิจ พนักงานและสังคมสืบไป

คณะกรรมการบริษัท

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)



วิสัยทัศน์ VISION

มุ่งมั่นในการเป็นผู้นำด้านธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณประโยชน์และสามารถสร้างคุณค่าด้วยการยึดถือคุณค่าหลัก 5 ประการ เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างธุรกิจ พนักงาน และสังคมที่ยั่งยืนร่วมกัน

พันธกิจหลัก VISION

- ▶ นำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าพร้อมคุณภาพ โดยมีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง
- ▶ สนับสนุนแนวคิดสร้างสรรค์และผลักดันให้เกิดการพัฒนาในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง
- ▶ ดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย
- ▶ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างกัน เพื่อยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงาน
- ▶ ยึดหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมความมีคุณธรรมและจริยธรรมในวิถีแบบคนไทย ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

คุณค่าหลักองค์กร 5 ประการ 5 CORE VALUES



ข้อมูลทั่วไป ของบริษัท



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



วันจดทะเบียน : วันที่ 27 พฤษภาคม 2551
จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

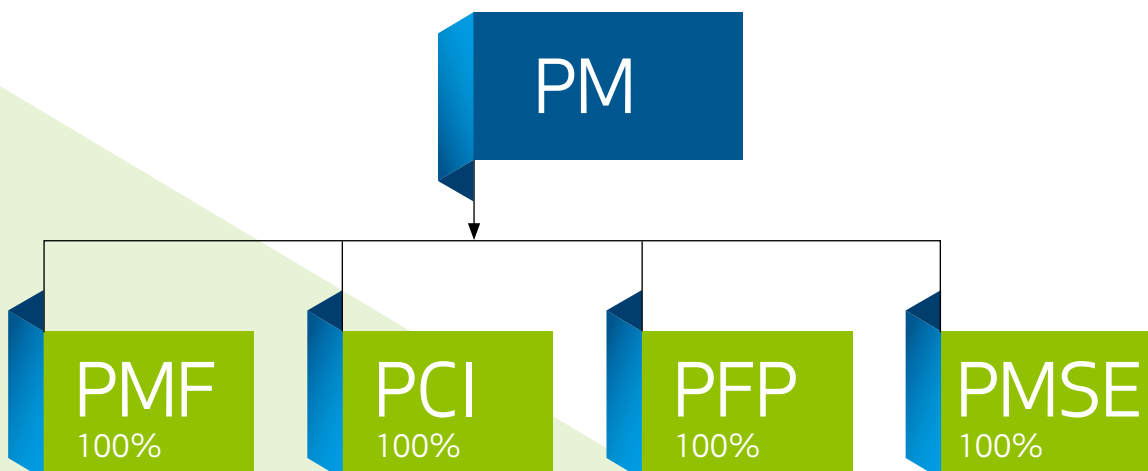


ทุนจดทะเบียนบริษัท : 598,245,300 บาท



ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้า จัดจำหน่ายและเป็นตัวแทน
จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทย่อยในสายธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค



ธุรกิจ ของบริษัท

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค ซึ่งแบ่งได้เป็น 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ลูกอม ผลิตภัณฑ์ยาและอาหารเสริม ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัวและของใช้ในครัวเรือน โดยสินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายในประเทศทั้งหมด ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ ทั้งช่องทางการจำหน่ายแบบร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และรถขายเงินสด (Cash Van) โดยมีร้านค้ากว่า 60,000 แห่งทั่วประเทศติดต่อค้าขายโดยตรงกับบริษัท และการจัดจำหน่ายในต่างประเทศสำหรับผลิตภัณฑ์ **“ปลาสวรรค์โธ”**

ในปัจจุบันบริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 4 แห่ง คือ บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่งอินดัสตรี จำกัด (PCI) บริษัท พรีเมียร์ โพรเซส โปรดักส์ จำกัด (PFP) และ บริษัท พีเอ็มเอส จำกัด (PMSE) ซึ่งบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วในแต่ละบริษัท บริษัทย่อยทั้ง 4 แห่ง ประกอบธุรกิจดังนี้

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

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

3. บริษัท พรีเมียร์ โพรเซส โปรดักส์ จำกัด (PFP)

ผลิตอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทยังให้บริการรับฝากแช่ผลิตภัณฑ์ในห้องเย็น รวมทั้งยังมีการพัฒนาโครงการใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มรายได้และผลตอบแทน นอกจากนี้ยังได้ให้เข้าพื้นที่กับบริษัท มีวินา จำกัด ในการผลิตกาแฟอีกด้วย

4. บริษัท พีเอ็ม เอส จำกัด (PMSE) ได้จัดตั้งขึ้น

เมื่อ 10 เมษายน 2558 โดยมีวัตถุประสงค์ด้านลงทุน ในธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อต่อยอดคุณค่าหลักของบริษัท ด้านความยั่งยืนของสังคม และดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟอินทรีย์ภายใต้ชื่อแบรนด์ “มีวินา” และ “ออร่าบิก้า” ในปลายปี 2562 ยังได้พัฒนาแบรนด์ “ออร่ากา” กาแฟระดับสำหรับตลาดทั่วไปเพื่อขยายช่องทางจัดจำหน่ายเข้าสู่ตลาดกาแฟค้าส่ง บริษัทได้มีการลงทุนในบริษัทที่เกี่ยวข้องดังนี้

4.1 บริษัท มีวินา จำกัด (MIVANA) (เดิมชื่อ

บริษัท กรีนเนท เอสอี จำกัด) โดยเข้าถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากเดิมในสัดส่วนร้อยละ 88.89 (ปี 2560 ร้อยละ 72.04) ซึ่งเป็นกิจการเพื่อสังคม ด้านการส่งเสริมการปลูกกาแฟภายใต้ร่มเงาต้นไม้ใหญ่ เพื่อเป็นการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ต้นน้ำลำธาร ควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพกาแฟของเกษตรกรเข้าสู่ระบบการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรกาแฟอินทรีย์ที่ปลูกเพื่อการรักษาและดูแลผืนป่า โดยการทำงานร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้จะเกิดประโยชน์ต่อสังคมดังกล่าวมาข้างต้นแล้วยังจะทำให้ได้กาแฟอินทรีย์ที่มีคุณภาพ โดยทางบริษัท มีวินา จำกัด จะเป็นผู้รับซื้อผลผลิตกาแฟอินทรีย์ของเกษตรกรในระบบการค้าที่เป็นธรรมและนำมาแปรรูปและบรรจุต่อไป ภายใต้เครื่องหมายการค้า “มีวินา” และ “ออร่าบิก้า”

4.2 บริษัท เดอะ กู๊ด ดริงค์ จำกัด (TGD) โดย

เข้าถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 49.99 ประกอบธุรกิจเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟพร้อมดื่ม และให้สิทธิแก่บริษัทย่อยของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่พัฒนารวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นที่มีกาแฟเป็นส่วนผสม

ขอบเขตการรายงานการพัฒนา เพื่อความยั่งยืน

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อถ่ายทอดแนวคิดและวิธีปฏิบัติสู่ความยั่งยืนของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ซึ่งเป็นข้อมูลการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม จนถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2562

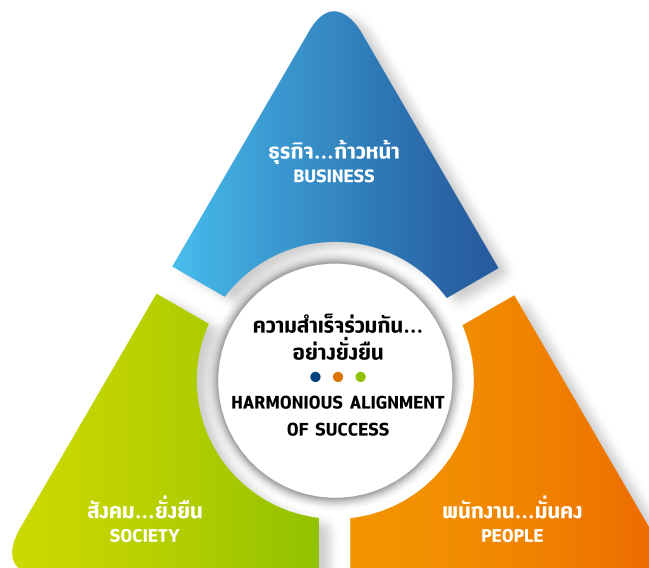
ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย เรามีจุดมุ่งหมายสำคัญที่จะสร้าง **“ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน”** (Harmonious Alignment of Success) ของธุรกิจ พนักงานและสังคม เราต้องการสร้างสังคมแห่งความอยู่ดีมีสุข ร่วมมือพัฒนาในการมอบคุณภาพชีวิตที่ดี ร่วมสร้างสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับทุกคนในสังคมอย่างเท่าเทียมกัน เราเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าการยึดมั่นในวิธิดำเนินธุรกิจตามแนวคิด **“ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน”** นี้คือหนทางสู่ความยั่งยืนของพวกเราทุกคน โดยมีคุณค่าหลัก 5 ข้ออันได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาความรู้ คุณภาพ คุณธรรมจริยธรรม และประโยชน์ร่วมกัน เป็นแนวทางให้แก่ธุรกิจและพนักงานรวมถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ นำไปปฏิบัติ โดยเฉพาะในการทำงานหากรวมถึงการใช้ชีวิตประจำวัน เพราะคุณค่าหลักทั้ง 5 ข้อนี้คือปัจจัยสำคัญในการสร้างคุณค่าต่อทั้งธุรกิจ พนักงานและสังคม เราใช้ความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนาความรู้สร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพื่อประโยชน์ร่วมกันของทุกภาคส่วนโดยมีคุณธรรมและจริยธรรมเป็นบรรทัดฐาน เรายึดมั่นในการประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส ยึดหลักธรรมาภิบาล มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ในด้านเนื้อหาและสาระสำคัญของรายงานฉบับนี้ ต้องการมุ่งเน้นการดำเนินงานตามกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร ด้วยการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การขยายแนวร่วมการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การบริหารความเสี่ยง การบริหารห่วงโซ่ทางธุรกิจ การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ พนักงานและสังคมโดยรวม รายงานฉบับนี้จึงมีความมุ่งหวังที่จะถ่ายทอดจุดมุ่งหมาย แนวปฏิบัติและการดำเนินงานในการสร้างความยั่งยืนของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย เพื่อให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่านรับรู้และเข้าใจถึงภารกิจของเราและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเราทุกคนจะผนึกกำลัง ร่วมแรงร่วมใจในการสร้างความยั่งยืนสู่สังคมร่วมกัน ทั้งนี้บริษัทได้จัดทำรายงานอ้างอิงให้มีความสอดคล้องตามดัชนีชี้วัดของ Global Reporting Initiative standards (GRI standards) อีกด้วย

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

ที่อยู่ : เลขที่ 1 พรีเมียร์คอร์เปอเรทพาร์ค ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศกรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์ 02-301-1550 โทรสาร 02-301-1830 อีเมล : ir@pm.premier.co.th



ความสำเร็จร่วมกัน อย่างยั่งยืน

ในการที่จะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนได้นั้น นอกเหนือจากการมีผลประกอบการที่ดีแล้ว ยังต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่อาศัยอยู่ร่วมกันในสังคม ที่จะเป็นผู้ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานทั้งในเชิงบวก และในเชิงลบไม่ว่าจะเป็นในทางตรงหรือทางอ้อมก็ตาม กลุ่มบริษัทพีเอ็มอีและสายธุรกิจในกลุ่มได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อพัฒนาระบบนิเวศทางสังคมให้มีคุณภาพและมีความพร้อมในการเจริญเติบโตควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ เป็นความหมายที่แท้จริงของความยั่งยืน เพราะหากปราศจากสังคมที่มีคุณภาพ ธุรกิจก็ไม่สามารถเจริญเติบโตได้เช่นกัน

เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายของ “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” หรือ Harmonious Alignment of Success ได้ กล่าวคือ การดำเนินงานภายใต้กลุ่มบริษัทพีเอ็มอีนั้น จะต้องคำนึงถึง 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ “**ธุรกิจก้าวหน้า พนักงานมั่นคง สังคมยั่งยืน**” จึงจะถือว่าการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนอย่างแท้จริง โดยนอกเหนือจากการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานแล้ว กลุ่มบริษัทพีเอ็มอีได้มีการพัฒนาแนวปฏิบัติหรือคุณค่าหลัก เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดแผนกลยุทธ์และกรอบการดำเนินงานในห่วงโซ่คุณค่าของทุกสายธุรกิจ ตลอดจนการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาและยกระดับคุณภาพของสังคมและสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรควบคู่กันไป โดยนอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังจะนำมาซึ่งความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียที่เป็นรากฐานที่จำเป็นที่สุดของความยั่งยืนในสังคม



คุณค่าหลัก ของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์

การมีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

การใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมต่าง ๆ มาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน ทั้งในบริบทของ การดำเนินธุรกิจและการพัฒนาสังคม

การร่วมคิดร่วมสร้าง (Collaboration)

การพัฒนาธุรกิจและระบบนิเวศทางสังคมจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรที่มีความหลากหลาย ทั้งในเชิงทุนทรัพย์และทักษะความ เชี่ยวชาญที่แตกต่างกัน การร่วมคิดร่วมสร้างหรือการสนับสนุนให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง จึงเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การส่งสินค้า/บริการที่มีคุณภาพ (Quality)

ว่าด้วยการดำเนินงานโดยยึดถือคุณภาพเป็นที่ตั้ง กล่าวคือ การปลูกฝังให้พนักงานมีทักษะและทัศนคติที่จำเป็นและสอดคล้อง กับการดำเนินงานในห่วงโซ่มูลค่าได้อย่างมีคุณภาพ ไปจนถึงนำเสนอสินค้า/บริการที่มีคุณภาพให้กับกลุ่มผู้บริโภคต่อไป

การมีคุณธรรมจริยธรรม (Moral & Ethics)

การไม่ก่อผลกระทบในเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงความถูกต้องตามกฎหมาย ข้อบังคับ จรรยาบรรณ ดำเนินงานด้วยความเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้เสีย โปร่งใส ไม่ทุจริต พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดความดีและการช่วยเหลือแบ่งปันกันในสังคม

การได้ประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefits)

การสร้างประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ โดยมีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การสร้างรายได้/ เพิ่มผลกำไร การเพิ่มศักยภาพและทักษะที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพ การส่งเสริมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ตลอดจนการรักษาหรือพัฒนา สิ่งแวดล้อมให้เกิดความสมดุล เป็นต้น



สร้างคุณค่าเพื่อ ธุรกิจก้าวหน้า

การกำกับ ดูแลกิจการที่ดี

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยเชื่อมั่นว่ากระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารจัดการในรอบของการมีจริยธรรมที่ดี มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และเป็นธรรมกับ ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะช่วยส่งเสริมให้บริษัทเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน เพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย คณะกรรมการบริษัทจึงกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

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

โดยหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2555 ตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งครอบคลุมหลักการ 5 หมวด ดังนี้

หมวดที่ 1 สิทธิของผู้ถือหุ้น

หมวดที่ 2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

หมวดที่ 3 บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

หมวดที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

หมวดที่ 5 ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

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

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

- ▶ คณะกรรมการตรวจสอบ
- ▶ เลขานุการบริษัท

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 1 อาคารพรีเมียร์คอร์เปอเรตพาร์ค ซอยพรีเมียร์ 2 ถนนศรีนครินทร์

แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250

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

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

จากความพยายามและความตั้งใจของการดำเนินงานตามหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ส่งผลให้บริษัทได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2562 ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยการสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยมีผลคะแนนอยู่ในระดับ **"ดีมาก"** มีจำนวนตราสัญลักษณ์ของคณะกรรมการบริษัทภิบาลแห่งชาติจำนวน 4 ดาว รวมทั้งยังเป็นบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ใน Top Quartile ของกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) ในกลุ่ม 3,000 - 9,999 ล้านบาท



การขยายแนวร่วมต่อต้าน การทุจริตคอร์รัปชันกับพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัท พรีเมียร์ บาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัท ย่อยได้ดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการเป็นบริษัทที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ โดยผ่านอนุกรรมการด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน โดยประกาศนโยบาย “การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน” เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับยึดถือปฏิบัติ มีขอบเขตระบบบริหารจัดการการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันครอบคลุมทุกขั้นตอน ทุกกระบวนการทำงานของบริษัทและบริษัทย่อยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานจัดซื้อ จัดจ้าง จัดจำหน่าย จัดให้มี รวมถึงขั้นตอนการทำงานอื่นๆ ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดการทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งนี้กำหนดเป็นความรับผิดชอบด้านการบริหาร (Management Responsibility) ไว้อย่างชัดเจน โดยในปี 2562 ได้จัดทำแผนงานดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- ▶ ทำการสื่อสารให้พนักงานทุกคนทราบนโยบายและปฏิบัติตามแนวทางการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันของบริษัท
- ▶ ขยายแนวร่วมโดยการส่งเสริมให้บริษัทย่อยและบริษัทคู่ค้า เข้าเป็นแนวร่วมการปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตหรือมีคู่มือมาตรฐานระบบป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน

▶ เตรียมความพร้อมสำหรับการยื่นขอต่ออายุการรับรอง แนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ครั้งที่ 2 (ซึ่งจะหมดอายุการรับรองภายในเดือนมีนาคม 2563)

▶ ร่วมกับคณะทำงานด้านธรรมาภิบาลและกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ เชิญชวนคู่ค้าและพนักงานเข้าร่วมสัมมนา การต่อต้านคอร์รัปชันโดยมีวิทยากรจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) มาให้ความรู้ เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2562

ทั้งนี้ในปี 2562 เพื่อเป็นการส่งเสริมการขยายแนวร่วมของภาคเอกชนในการประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส บริษัทจึงให้การส่งเสริมพร้อมสนับสนุนบริษัทย่อยคือ บริษัท พี.एम.ฟูด จำกัด และ บริษัท พรีเมียร์ แคนนิง อินดัสตรี จำกัด ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ภายใต้การสนับสนุนจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2562

จากความมุ่งมั่นและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ทำให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลชมเชยขององค์กรโปร่งใส ครั้งที่ 8 (NACC Integrity Awards) ซึ่งเป็นปีที่ 8 ติดต่อกันจากสำนักงานป้องกันและปราบปรามการทุจริตคอร์รัปชัน (ปปช) เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2562



ภาพประกอบ : บริษัท พรีเมียร์บาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัลชมเชยองค์กรโปร่งใสครั้งที่ 8 (NACC Integrity Awards) จากสำนักงานป้องกันและปราบปรามการทุจริตคอร์รัปชัน

ผลการดำเนินงาน ปี 2562

บริษัท ย่อยทั้ง 2 บริษัท
ประกาศเจตนาธรรม
เข้าร่วมแนวร่วมต่อต้าน
การทุจริตคอร์รัปชัน
ของภาคเอกชนไทย

CAC
PRIVATE SECTOR
COLLECTIVE ACTION AGAINST CORRUPTION



รับรางวัลชมเชย
องค์กรโปร่งใสครั้งที่ 8
(NACC
Integrity Awards)

แลกเปลี่ยนเรียนรู้
การต่อต้านคอร์รัปชัน
โดยวิทยากรจาก IOD

ส่งเสริมคุณค่า
จัดทำระบบการบริหาร
จัดการด้าน
Anti-corruption

Anti-corruption
Progress Indicator
Results ระดับ 4



การบริหาร จัดการความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ในภาพรวมทั้งองค์กรซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญและเป็นเครื่องมือในการบริหารงานที่จะทำให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการกำหนดเป็นนโยบายการบริหารความเสี่ยง ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการบริหารความเสี่ยงตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และมีการกำหนดให้การบริหารความเสี่ยงดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องทั่วทั้งองค์กรแบบบูรณาการ โดยบริษัทได้มีการปรับปรุงกรอบการบริหารความเสี่ยงให้ทันสมัย เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทจึงได้นำแนวทางการบริหารความเสี่ยงตาม ISO 31000:2009 ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลของ International Organization for Standardization (ISO) ที่มีการประกาศใช้ในปี พ.ศ. 2552 โดยเป็นมาตรฐานในลักษณะของแนวปฏิบัติ (Guideline) สำหรับการบริหารความเสี่ยง แต่ไม่ใช่ข้อกำหนด (Specification) ซึ่งมีชื่อเต็มว่า Risk Management - Guidelines on Principles and Implementation of Risk management และ COSO-Enterprise Risk Management เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปตามมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ได้อย่างยั่งยืน

ความมุ่งมั่นการสร้างความปลอดภัยอย่างยั่งยืน

บริษัทได้มีการทบทวนบริบทขององค์กรในระดับองค์กรและบริษัทย่อยในสายธุรกิจ จนถึงระดับหน่วยงาน โดยพิจารณาทั้งปัจจัยภายในและภายนอกกับสถานะความเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันและที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ตั้งแต่ระดับผู้บริหารจนถึงระดับผู้ปฏิบัติการ และเพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจของบริษัทสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพแม้เกิดภัยคุกคามฉุกเฉินที่อาจจะส่งผลทำให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ สามารถบ่งชี้ถึงปัญหาอุปสรรคความไม่แน่นอนและภัยคุกคามฉุกเฉินที่อาจจะเกิดขึ้นที่ท้าทายองค์กรสูญเสียโอกาสในเชิงธุรกิจหรือธุรกิจหยุดชะงัก และทำการประเมินโอกาสการเกิดและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในทุก ๆ ด้านที่ส่งผลกระทบต่อบรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัท พร้อมกำหนดมาตรการป้องกันและแผนปฏิบัติการตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินและแผนการกู้คืนฟื้นฟูให้ธุรกิจกลับเข้าสู่ภาวะปกติ (Business Continuity Plan-BCP) ให้มีความชัดเจนและเป็นเอกภาพ ทำการทดสอบแผนเพื่อให้มั่นใจได้ว่าจะสามารถนำไปใช้ได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทมุ่งหวังที่จะให้พนักงานทุกคนตระหนัก รับรู้ และมีส่วนร่วมต่อระบบการบริหารความเสี่ยง ปลูกฝังจิตสำนึกในความรับผิดชอบเป็นวัฒนธรรมขององค์กรที่ต้องใส่ใจตลอดเวลา มีการทำเป็นคู่มือบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องธุรกิจให้กับพนักงาน จัดอบรมให้ความรู้ สื่อสารทำความเข้าใจผ่านช่องทางต่าง ๆ ให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึง รวมทั้งให้พนักงานได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นในการปรับปรุงพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

กระบวนการบริหารความเสี่ยงและบูรณาการของบริษัท แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

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

2) ระดับหน่วยงาน (Activity Level) บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากการปฏิบัติงานในแต่ละหน่วยงาน ครอบคลุมถึงปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงาน การใช้อุปกรณ์ เทคโนโลยี บุคลากรที่ปฏิบัติงาน

บริษัทและบริษัทย่อยในสายธุรกิจได้มีการทบทวนบริบทความเสี่ยงขององค์กรพิจารณาและประเมินระดับความเสี่ยงและพิจารณาความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อบรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรมากำหนดมาตรการในการป้องกันและกลยุทธในการลดโอกาส และผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

ความเสี่ยงที่จะเกิดผลกระทบจากการหยุดชะงักทางธุรกิจ

บริษัทได้ทำการบ่งชี้ถึงภัยคุกคามฉุกเฉินต่างๆ ที่มีความเสี่ยงในการเกิดขึ้น ทำการประเมินโอกาสและผลกระทบต่อระบบงานสำคัญที่อาจเป็นผลให้เกิดการหยุดชะงักทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบต่อสำนักงานและคลังสินค้า เช่น เหตุการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติ เหตุการณ์จากภัยจลาจลหรือจากการจงใจก่อเหตุความเสียหายต่อบริษัท เช่น การวางเพลิง หรือการเกิดเพลิงไหม้ต่างๆ เป็นต้น

มาตรการป้องกันความเสี่ยง

จากความเสี่ยงต่างๆ บริษัทได้ทำการวิเคราะห์และประเมินโอกาสที่จะเกิดความเสียหายถึงขั้นการหยุดชะงักของการดำเนินงานที่สำคัญ (Major operational disruptions) จากนั้นจึงมากำหนดลำดับความสำคัญของงาน กำหนดบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรในการบริหารเพื่อให้การดำเนินธุรกิจสามารถเป็นไปอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้แล้วบริษัทยังได้จัดเตรียมความพร้อมในการรับมือต่อเหตุการณ์วิกฤตเหล่านั้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายว่าจะสามารถรับมือกับความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมตลอดจนทำการฝึกซ้อม โดยบริษัทได้จัดทำแผนปฏิบัติการตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินและกู้คืนฟื้นฟูความต่อเนื่องธุรกิจให้มีความเหมาะสมกับบริบทขององค์กร และครอบคลุมถึงมาตรการการป้องกันอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

- 1) มาตรการป้องกันก่อนการเกิดภัยฉุกเฉิน (Prevention Plan) เป็นการตรวจตราเฝ้าระวังและเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดภัยฉุกเฉิน และจัดสรรทรัพยากรบุคคล เครื่องมือ สถานที่เพื่อรองรับการเกิดเหตุ
- 2) มาตรการการควบคุมและระงับเหตุฉุกเฉิน (Emergency Plan) กำหนดขั้นตอน วิธีการและจัดสรรทรัพยากรสำหรับควบคุมเหตุฉุกเฉินอย่างเหมาะสม
- 3) มาตรการการกู้คืน/ฟื้นฟูและความต่อเนื่องธุรกิจ (Business Continuity Plan) โดยวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นซึ่งบ่งและปัจจัยที่ได้รับผลกระทบ กำหนดกลยุทธ์ในการกู้คืนระบบและธุรกิจให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง และดำเนินการฟื้นฟูความเสียหายให้กลับเข้าสู่ภาวะปกติโดยเร็ว

นอกจากนี้บริษัทยังมีแนวทางในการจัดทำประกันภัยต่างๆ ให้ครอบคลุมทั้งในส่วนที่เป็นสินทรัพย์ของบริษัท หรือส่วนที่เกี่ยวข้องกับพนักงานและบุคคลที่ 3 ตลอดจนประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก (Business Interruption Insurance) ให้ครอบคลุมไว้ด้วย

กลยุทธ์หลัก ในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืน

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



จากกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยกลยุทธ์การพัฒนา 4 ด้าน ซึ่งสะท้อนจากคุณค่าหลักองค์กร คือ

1. ส่งมอบคุณค่าอย่างสร้างสรรค์ (The Value of Creation)

ด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่ธุรกิจ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

2. ส่งมอบคุณค่าอย่างเข้าถึง (The Value of Accessibility)

ด้วยการนำเทคโนโลยีสร้างเครือข่าย ช่องทางการกระจายสินค้าและบริการให้สามารถเข้าถึงอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม

3. ส่งมอบคุณค่าอย่างใส่ใจ (The Value of Attention)

ด้วยการให้ความใส่ใจและคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ

4. ส่งมอบคุณค่าอย่างการดูแล (The Value of Caring)

ด้วยการให้ความสำคัญในการดูแลพัฒนาระบบนิเวศทั้งทางสังคมและสิ่งแวดล้อมให้มีคุณภาพและเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจ เพื่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

ในการขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้นั้น บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยได้จัดทำทีมงานที่มีความรู้ความสามารถ ให้เหมาะสมตามตำแหน่งหน้าที่งานที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งมอบหมายความรับผิดชอบในการกำกับดูแล เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ดังนั้นการดูแลพนักงานให้มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีความเป็นอยู่ที่ดี ได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะในการปรับตัวภายใต้สภาวะการณ์การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว อีกทั้งมีความสามารถทำงานเป็นทีมได้เป็นอย่างดี จึงเป็นสิ่งที่บริษัทและบริษัทย่อยได้ให้ความสำคัญและมีการยึดถือปฏิบัติมาโดยตลอด

อย่างไรก็ดี บนพื้นฐานของทักษะและความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกันของพนักงาน การร่วมคิดร่วมสร้างด้วยวิธีการผสมความรู้และประสบการณ์ระหว่างกันจะสามารถนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนได้ โดยดำเนินงานผ่านคณะกรรมการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน และในปี 2562 บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวคิดการพัฒนาเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน โดยให้พนักงานได้มีโอกาสแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ด้วยการจัดสัมมนาให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร เมื่อวันที่ 22 มกราคม 2562 ซึ่งมีผู้บริหารและพนักงานกว่า 100 คน เข้าร่วมสัมมนาแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ได้รับเกียรติจากวิทยากรคุณอนันตชัย ยूरประดม ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัท เอสบีดีไอ จำกัด (SBDI)



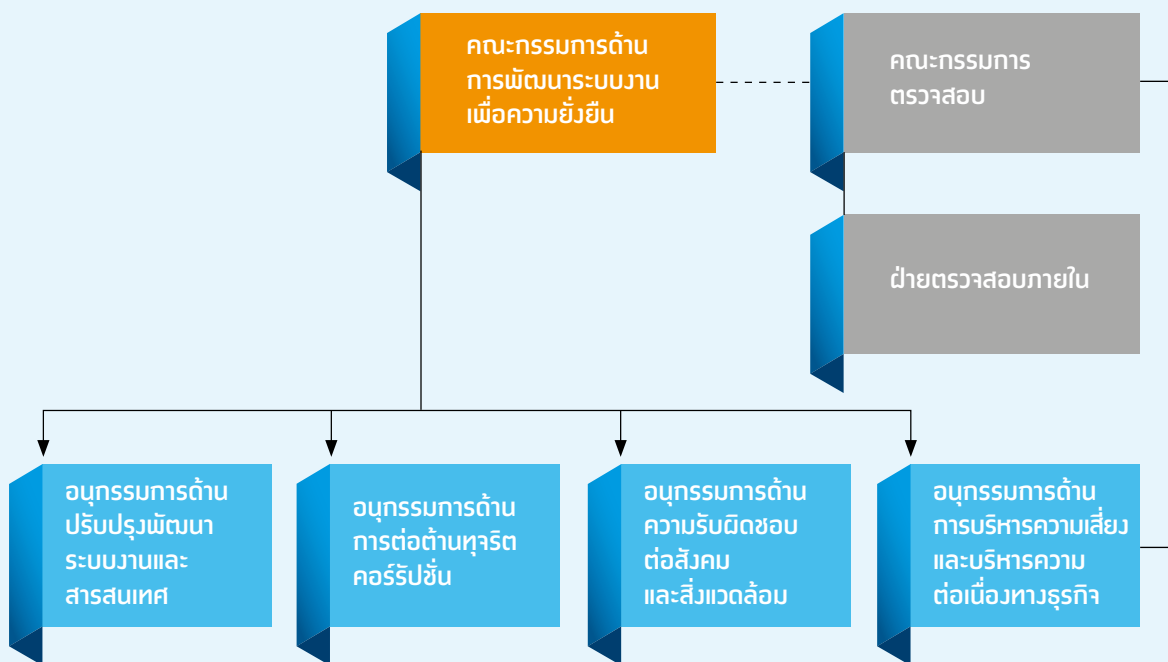
นอกจากการบรรยายให้ความรู้ ยังมีการทำกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ ให้ผู้เข้าร่วมสัมมนา ได้ระดมสมองกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนตามความถนัดและความเชี่ยวชาญของแต่ละสายธุรกิจที่มีความแตกต่างกัน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ มีความเข้าใจ และนำไปต่อยอดการดำเนินธุรกิจสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน



โครงสร้างการบริหารจัดการ เพื่อการพัฒนาสู่ความยั่งยืน

การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยการส่งมอบคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย อันจะนำมาซึ่งความเติบโตและยั่งยืนร่วมกันภายใต้การดำเนินงานโดยผ่านคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน ซึ่งภายใต้คณะกรรมการดังกล่าว มีคณะอนุกรรมการทำหน้าที่หลักต้นให้เกิดความยั่งยืนกับสังคมโดยมีบทบาทหน้าที่ ดังนี้

โครงสร้างการบริหารการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน



คณะกรรมการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน

โครงสร้างการบริหารการพัฒนากระบวนการเพื่อความยั่งยืน

1. กำหนดและทบทวนกรอบนโยบายของคณะกรรมการด้านต่างๆ ให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางและเป้าหมายของบริษัท
2. มอบหมายและแต่งตั้งคณะกรรมการชุดต่างๆ ให้เป็นไปตามภารกิจของบริษัท
3. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของคณะกรรมการชุดต่างๆ ให้เป็นไปตามที่ได้รับมอบหมาย
4. ให้คำแนะนำและคำปรึกษากับคณะกรรมการชุดต่างๆ รวมทั้งพิจารณาแนวทางที่เหมาะสมในการปรับปรุงและแก้ไขข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนากระบวนการเพื่อความยั่งยืนของบริษัท

ทั้งนี้ ในการรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบของคณะกรรมการด้านการพัฒนากระบวนการเพื่อความยั่งยืนนั้น จะรายงานตามขอบเขตของหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยฝ่ายตรวจสอบภายในอาจมีหน้าที่ช่วยให้คำแนะนำปรึกษาและอาจเป็นตัวแทนการนำเสนอการรายงานของคณะกรรมการด้านการพัฒนากระบวนการเพื่อความยั่งยืน

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการด้านปรับปรุงและพัฒนากระบวนการและสารสนเทศ

1. ทบทวนและวิเคราะห์กระบวนการปฏิบัติ เพื่อหามาตรการ กระบวนการ หรือระบบ เพื่อลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน/เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ตามที่คณะกรรมการด้านการพัฒนากระบวนการเพื่อความยั่งยืนมอบหมาย
2. ส่งเสริมและเผยแพร่มาตรการ/ กระบวนการหรือระบบการทำงานที่ผ่านการปรับปรุงให้กับพนักงานทั่วทุกระดับในองค์กรเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
3. ติดตามและรายงานการดำเนินงานด้านการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานต่อคณะกรรมการด้านการพัฒนากระบวนการเพื่อความยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานถูกนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องและเป็นไปตามนโยบายของบริษัทเป็นอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง
4. รับผิดชอบต่อการอื่นใดที่ คณะกรรมการด้านการพัฒนากระบวนการเพื่อความยั่งยืน กรรมการผู้จัดการ คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท มอบหมาย
5. กำหนดให้จัดทำรายงานการประชุมให้แล้วเสร็จ ภายใน 15 วันหลังการประชุม พร้อมส่งสำเนารายงานการประชุมให้เลขานุการคณะกรรมการพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อความยั่งยืน

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

1. ทบทวน/ปรับปรุงกระบวนการและแนวปฏิบัติให้เหมาะสม สอดคล้องกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันตามโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต
2. ตรวจสอบ ติดตาม การปฏิบัติ ให้เป็นไปตามนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการทุจริตและต่อต้านการคอร์รัปชันในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ
3. สนับสนุนและส่งเสริมค่านิยมขององค์กร และจรรยาบรรณธุรกิจในเรื่องความสุจริต โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ในทุกระบวนการและขั้นตอนการทำงาน
4. จัดให้มีการประชุมทบทวนและติดตามผลการดำเนินงานตามระบบการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ที่สำคัญ พร้อมรายงานผลต่อคณะกรรมการด้านการพัฒนากระบวนการเพื่อความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง
5. ประเมินผลการปฏิบัติตามมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอปีละ 1 ครั้ง
6. ให้คำแนะนำและคำปรึกษาแก่หน่วยงานต่างๆ ในกระบวนการดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
7. รับผิดชอบสื่อสารประชาสัมพันธ์และอบรมให้ความรู้ในเรื่องการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันกับพนักงานในองค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้อง
8. รับผิดชอบต่อการอื่นใดที่ คณะกรรมการด้านการพัฒนากระบวนการเพื่อความยั่งยืน กรรมการผู้จัดการ คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท มอบหมาย
9. กำหนดให้จัดทำรายงานการประชุมให้แล้วเสร็จ ภายใน 15 วันหลังการประชุม พร้อมส่งสำเนารายงานการประชุมให้เลขานุการคณะกรรมการพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อความยั่งยืน

บทบาทหน้าที่ของอนุกรรมการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

1. กำหนดและทบทวนการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามแนวปฏิบัติและ มาตรฐานสากล ตามที่คณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบเพื่อความยั่งยืนมอบหมาย
2. สนับสนุนและพัฒนาการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในทุกระดับทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งส่งเสริมวัฒนธรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในองค์กรให้เป็นไปอย่างทั่วถึง
3. ส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมในการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนให้เป็นที่เข้าใจทั่วทุกระดับในองค์กร และมีผลในทางปฏิบัติ
4. ติดตามและรายงานการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมถูกนำไปปฏิบัติให้สอดคล้อง และเป็นไปตามนโยบายของบริษัทเป็นอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง
5. รับผิดชอบต่อการอื่นใดที่ คณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน กรรมการผู้จัดการ คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท มอบหมาย
6. กำหนดให้จัดทำรายงานการประชุมให้แล้วเสร็จ ภายใน 15 วันหลังการประชุม พร้อมส่งสำเนารายงานการประชุม ให้เลขานุการคณะกรรมการพัฒนาระบบการทำงานเพื่อความยั่งยืน

บทบาทหน้าที่ของคณะอนุกรรมการด้านการบริหารความเสี่ยงและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

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

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 มีความตระหนักถึงบทบาทของภาครัฐและเอกชนในการมีส่วนร่วมสนับสนุนและผลักดันวาระการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก ดังนั้นในปี 2562 บริษัทฯ จึงได้ผสาน SDGs เข้าเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการบริหารจัดการ โดยมีเป้าหมายกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อการสร้าง ความสมดุลระหว่างธุรกิจ พนักงานและสังคม สู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



การบ่งชี้และวิเคราะห์ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัทนำหลักการกำหนดเนื้อหารายงานเพื่อความยั่งยืนวิเคราะห์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ การสำรวจความพึงพอใจผู้มีส่วนได้เสีย การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย และการรับฟังความคิดเห็นของคณะกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานเพื่อความยั่งยืน ทั้งนี้เพื่อบ่งชี้และวิเคราะห์ความคาดหวังและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การสื่อสารและมีส่วนร่วมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ผู้ถือหุ้น หมายถึง นักลงทุน นิติบุคคล สถาบันลงทุน	▶ ผลตอบแทนและการเติบโตของธุรกิจ ▶ ดำเนินกิจการสำเร็จตามเป้าหมาย	▶ ดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีและขยายธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน	▶ กำหนดนโยบายจรรยาบรรณบริษัทในเรื่องข้อปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น ▶ ประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 1 ครั้ง ▶ รายงานประจำปี, SD Report ▶ ร่วมงาน Opportunity day ปีละ 1 ครั้ง ▶ Company Visit 3 ครั้ง ▶ Conference Call 2 ครั้ง ▶ ตอบคำถามผู้ลงทุนทางโทรศัพท์ และอีเมล
พนักงาน หมายถึง ผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง	▶ ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ▶ รายได้ไม่พอกับค่าใช้จ่าย ▶ ความก้าวหน้าในอาชีพ ▶ ความภูมิใจในองค์กร ▶ สร้างจิตสำนึก	▶ พัฒนาคุณภาพชีวิตให้เกิดความมั่นคง ▶ พัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง ▶ สร้างความผูกพันให้มีความจงรักภักดี	▶ กำหนดนโยบายการบริหารงานบุคคลและประกาศให้พนักงานทราบ ▶ ดำเนินการร่วมสำรวจค่าจ้างกับหน่วยงานภายนอก เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงานอย่างเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน ▶ ร่วมกับธนาคารออมสิน ทำโครงการปลดหนี้จนครบอย่างต่อเนื่อง ▶ ร่วมกับสหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้พนักงานรู้จักการออม การประหยัด มีการวางแผนการเงิน ▶ ดำเนินงานตามแผนการสร้างความสุขดีมีอยู่ ผ่านคณะทำงาน well being และ Happy workplace อย่างต่อเนื่อง ▶ ดำเนินการตามแผนพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง ▶ สำรวจความพึงพอใจพนักงานปีละ 1 ครั้ง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การสื่อสารและมีส่วนร่วมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ลูกค้า / ร้านค้า หมายถึง ผู้บริโภค ร้านค้าขายส่ง-ปลีก ห้างสรรพสินค้า	▶ การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตามเวลาที่กำหนด ในราคาที่เป็นธรรม	▶ สร้างความพึงพอใจและความผูกพัน โดยการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ด้วยราคาที่เป็นธรรม	▶ ดำเนินการตามแผนการเข้าเยี่ยมร้านค้า เดือนละครั้ง ▶ สำรวจความพึงพอใจร้านค้า ปีละ 1 ครั้ง ▶ สำรวจความพอใจผู้บริโภคปีละ 1 ครั้ง ▶ ประชุมร่วมกับห้าง/ ร้านในช่องทางการขายโมเดิร์นเทรด เดือนละครั้ง
คู่ค้า / ผู้ส่งมอบ หมายถึง ผู้ส่งมอบพันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า (เจ้าของสินค้า)	▶ ผลตอบแทนและการเติบโตของธุรกิจ ▶ มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ ▶ จัดซื้อจัดจ้างเป็นธรรม เสมอภาคและโปร่งใส	▶ ดำเนินการธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ▶ สร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน ▶ สร้างและขยายแนวร่วมการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ▶ ปฏิบัติตามกฎหมาย IUU	▶ การปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงตามสัญญา ▶ ร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์กับคู่ค้าและผู้ส่งมอบ ▶ ประชุมร่วมกับคู่ค้า เดือนละครั้ง ▶ สำรวจความพึงพอใจของคู่ค้า ปีละครั้ง ▶ เชิญชวนคู่ค้าและผู้ส่งมอบเข้าร่วมการดำเนินธุรกิจปราศจากการทุจริต ▶ มีนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งพิจารณาคุณค่าร่วมในกระบวนการบริหารจัดการทุกขั้นตอนของการจัดซื้อ วัตถุดิบหลักอย่างยั่งยืนและปฏิบัติตามกฎหมาย IUU
หน่วยงานภายนอก หมายถึง หน่วยงานราชการ สื่อมวลชน	▶ การปฏิบัติตามกฎหมาย ▶ โปร่งใสและเปิดเผยข้อเท็จจริง	▶ สนับสนุนและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกฎหมาย ▶ การปฏิบัติงานชัดเจน โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้	▶ ติดตามและทบทวนการดำเนินงานให้เป็นไปตามกฎหมาย ▶ เผยแพร่ผลการดำเนินงานที่ชัดเจน โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ที่เว็บไซต์ของบริษัท
คู่แข่ง หมายถึง บริษัทที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน	▶ การแข่งขันภายใต้กฎหมายและจริยธรรม	▶ ปฏิบัติต่อคู่แข่งกันอย่าง เป็นธรรมและโปร่งใส ▶ สร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน	▶ ติดตามความเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ ▶ รายงานเปรียบเทียบสถานการณ์การแข่งขัน ▶ วิเคราะห์กิจกรรมของคู่แข่งเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ก้าวล้ำหน้า

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พันธกิจตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การสื่อสารและมีส่วนร่วมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ชุมชน/สังคม หมายถึง ชุมชน สังคม ประชาชนทั่วไป	▶ ต้องการให้เปิดเผยข้อเท็จจริงอย่างโปร่งใส ▶ ต้องการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ▶ ต้องการให้รับผิดชอบต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสังคม	▶ เป็นองค์กรที่ดีของสังคมและมีความโปร่งใส ▶ มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีต่อชุมชนและสังคม ▶ กำหนดความรับผิดชอบต่อผลกระทบเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ	▶ เผยแพร่ข้อมูลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนผ่านการรายงานและ Website ▶ โครงการ พัฒนานักการตลาดมืออาชีพ โดยร่วมกับพันธมิตรทางพัฒนาหลักสูตรวิชาการด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง ▶ ร่วมกันสร้างโอกาสให้นักเรียนที่ขาดแคลนได้รับการศึกษาที่เท่าเทียมและมีคุณภาพผ่านมูลนิธิยุวพัฒน์ ▶ ร่วมกันสร้างโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมด้วยการจ้างงานคนพิการผ่านมูลนิธินวัตกรรมทางสังคม ▶ โครงการ เพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ▶ กำหนดเป็นแผนงานในแต่ละปีด้านความรับผิดชอบต่อผลกระทบชุมชนและสังคม (CSR In-process)
สิ่งแวดล้อม หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น พลังงาน น้ำ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เป็นต้น	▶ รักษาทรัพยากรธรรมชาติและฟื้นฟูป่าต้นน้ำ ▶ ลดการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ ▶ เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร	▶ ดำเนินธุรกิจสร้างการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน สังคมและ สิ่งแวดล้อม ▶ สร้างจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ▶ รณรงค์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน	▶ โครงการ กาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา” ▶ โครงการ จัดการลดการปล่อยคาร์บอน เพื่อให้เกิดผลผลิตภาพตลอดห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า ▶ โครงการ บริหารจัดการน้ำ ▶ โครงการ ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ▶ โครงการ ลดการใช้กระดาษ ▶ กำหนดเป็นแผนงานในแต่ละปีด้านความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (CSR In-process)

การระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ธุรกิจก้าวหน้า	พนักงานมั่นคง	สังคมและสิ่งแวดล้อมยั่งยืน
▶ การกำกับดูแลกิจการที่ดี	▶ ปลุกจิตสำนึก สร้างการมีส่วนร่วม สร้างสังคมแห่งการแบ่งปัน	▶ การผลิตและจัดจำหน่ายเพื่อลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
▶ การขยายแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันกับพันธมิตรทางธุรกิจ	▶ การให้ความสำคัญกับพนักงาน และการดูแลด้านสิทธิมนุษยชน	▶ โครงการจัดการลดการใช้น้ำ : โดยนำน้ำทิ้งหลังบำบัดแล้วกลับมาใช้ซ้ำอีก
▶ การบริหารจัดการความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ	▶ การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของพนักงาน	▶ โครงการเปลี่ยนหัวเผาขอยเลอร์ให้ใช้กับ Wood Pallet เพื่อเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
▶ การจัดซื้ออย่างมีความรับผิดชอบเพื่อความยั่งยืน	▶ สร้างความอยู่ดีมีสุขให้พนักงาน	▶ โครงการอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 (สร้างวัฒนธรรมสีเขียว)
▶ การเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ	▶ การส่งเสริมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย	▶ การสร้างระบบนิเวศเพื่อความยั่งยืน

PM กับ Sustainable Development Goals (SDGs)

เป้าหมาย	การดำเนินงาน
1 NO POVERTY 	ส่งเสริมรายได้เกษตรกร ส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้จากการเข้าร่วมโครงการ กาแฟอินทรีย์รักษาป่า โดยรับซื้อกาแฟจากเกษตรกรในราคาที่เป็นธรรม สร้างรายได้เพิ่มให้เกษตรกรด้วย ค่าออร์แกนิกพรีเมียมและแฟร์เทรดพรีเมียม หน้า 53-55
3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 	สินค้าสดใหม่ 4 เดือน ส่งมอบสินค้าที่สดใหม่ เสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพที่ดีที่สุด และเกิดความพึงพอใจในสินค้าหน้าร้านที่พร้อมส่งถึงมือผู้บริโภคอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน 4 เดือน ต้องไม่ต่ำกว่า 98% หน้า 52
4 QUALITY EDUCATION 	สนับสนุนและสร้างโอกาสทางการศึกษา สนับสนุนและร่วมดำเนินการกับมูลนิธิพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยการจัดสรรงบประมาณ ร้อยละ 5 ของผลกำไรประจำปี เพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนอย่างเท่าเทียมและมีคุณภาพ รวมถึงเยาวชนเหล่านี้จะได้รับการปลูกฝังไปในทางที่ดี มีทางเลือกและเติบโตเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของสังคมในอนาคต หน้า 101-103
7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY 	สนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด ดำเนินการติดตั้ง SolarRoof เพื่อเป็นแหล่งพลังงานทดแทน ในการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการผลิตกระแสไฟฟ้าของการไฟฟ้า จำนวน 127,750 หน่วยต่อปี หน้า 41-42
8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH 	ส่งเสริมการจ้างงานที่สร้างคุณค่าและการเติบโตทางธุรกิจ ดำเนินธุรกิจตามแนวคิดความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ด้วยการสร้างคุณค่าเพื่อการเติบโตทางธุรกิจที่ยั่งยืนการเติบโตจากการดำเนินธุรกิจหลัก รวมถึงการส่งเสริมการจ้างงานของบริษัท 1,937 คน หน้า 58

9 INDUSTRY, INNOVATION
AND INFRASTRUCTURE

พัฒนาขั้นตอนการทำงานด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี

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

หน้า 33-37

13 CLIMATE
ACTION

ลดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ดำเนินการการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า สร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยผ่านโครงการลดปริมาณการใช้พลังงาน ลดปริมาณการใช้น้ำ ลดปริมาณการใช้กระดาษ ตลอดจนลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

หน้า 38-39, 43-47

14 LIFE
BELOW WATER

สร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ระบบนิเวศทางทะเล

ปลูกจิตสำนึกให้ความรู้เรื่องระบบนิเวศและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้มีความอุดมสมบูรณ์ ตลอดจนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผ่านมูลนิธิเอ็นไอเอฟ

หน้า 124-126

16 PEACE, JUSTICE
AND STRONG
INSTITUTIONS

สนับสนุนให้ธรรมาภิบาลในห่วงโซ่อุปทาน

ดำเนินงานตามหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และส่งเสริมบริษัทย่อยประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมแนวร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ภายใต้การสนับสนุนจากสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2562

หน้า 13-14

17 PARTNERSHIPS
FOR THE GOALS

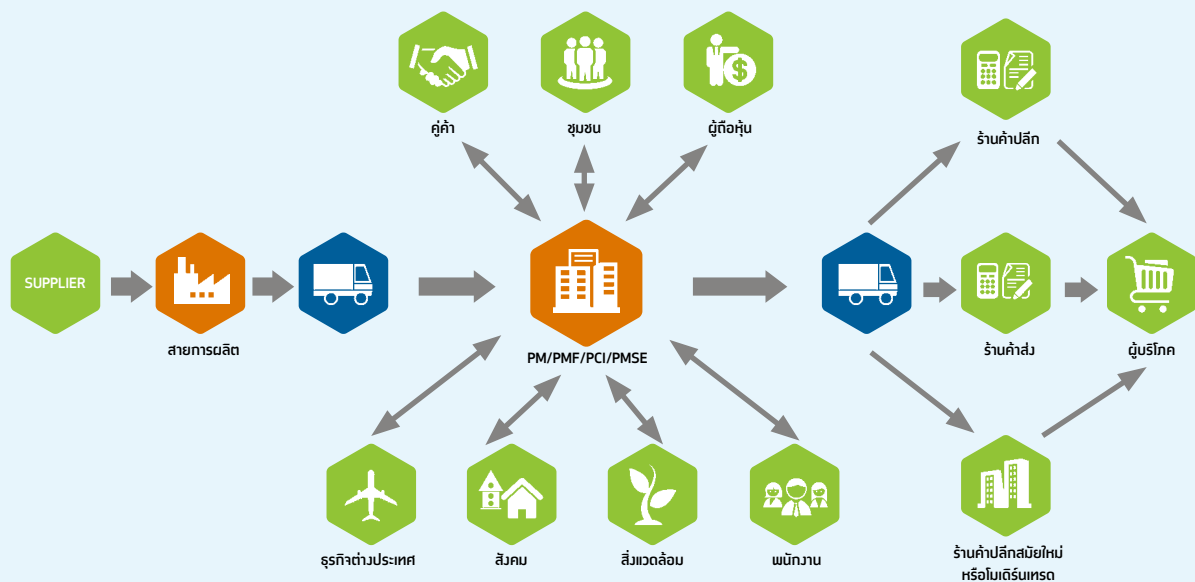
สร้างกลไกการมีส่วนร่วมและขยายผล

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

หน้า 76-95, 101-126

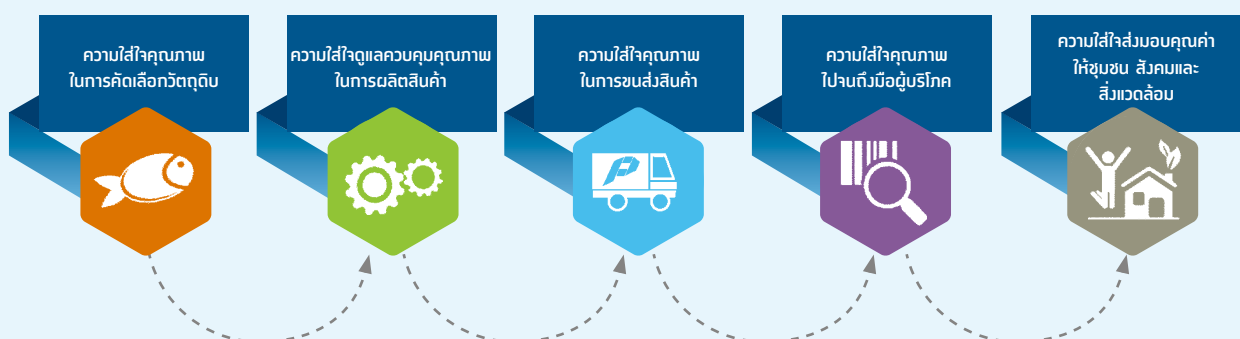
ห่วงโซ่คุณค่า ของบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ในการดำเนินธุรกิจนั้น บริษัทฯได้แสดงเจตนารมณ์และยึดถือการปฏิบัติอย่างชัดเจนในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและ พนักงาน โดยบริษัทฯได้มุ่งเน้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ครอบคลุมถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environmental Social and Governance : ESG) เพื่อคำนึงถึงคุณภาพของการส่งมอบสินค้าและบริการ โดยในปี 2562 ที่ผ่านมามีบริษัทและบริษัทย่อย ได้ดำเนินการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า อย่างต่อเนื่องตามรายละเอียดที่ได้รายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาตั้งแต่ปี 2557 โดยได้มีการจัดทำแผนงานการดำเนินงานสรรหา คัดเลือก ตรวจสอบ และร่วมพัฒนา ที่ว่าด้วยเรื่องการจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบตลอดจนถึงการส่งมอบให้กับผู้บริโภคและแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของลูกค้า ครอบคลุมประเด็นด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การเคารพสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัยและความปลอดภัย โดยลูกค้าและพนักงานของลูกค้าต้องปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ และแนวทางการปฏิบัติภายใต้ระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



จากพันธกิจหลักของบริษัทที่มุ่งมั่นนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ โดยคำนึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทจึงมีนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ ซึ่งพิจารณาคุณค่าหลักไปใช้ร่วมในกระบวนการบริหารจัดการทุกขั้นตอนของการสร้างความยั่งยืนในด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการห่วงโซ่คุณค่า เพื่อยกระดับคุณภาพ (Quality) สินค้าและบริการ ผ่านกระบวนการร่วมคิดร่วมสร้าง (Collaboration) จากผู้มีส่วนได้เสีย ทุกฝ่ายด้วยความเป็นธรรมและโปร่งใส (Moral & Ethics) โดยให้ความสำคัญตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบคุณภาพ การกำกับดูแลคุณภาพของกระบวนการผลิต บริหารจัดการขนส่งสินค้าอย่างเข้าถึง เพื่อให้ส่งมอบสินค้าที่มีคุณค่าจนถึงมือผู้บริโภค โดยคำนึงถึงผลกระทบ ที่มีต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม

ผังแสดงขั้นตอนส่งมอบคุณค่าผลิตภัณฑ์



การจัดซื้อวัตถุดิบหลัก อย่างยั่งยืน

จากแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่ว่าด้วย ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน จึงก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในห่วงโซ่อุปทานร่วมกันกับคู่ค้าและผู้ส่งมอบที่มีเป้าหมายคล้ายคลึงกัน ซึ่งสะท้อนถึงค่านิยมในองค์การด้านประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefits) และการร่วมคิดร่วมสร้าง (Collaboration) ด้วยการใส่ใจในคุณภาพในการคัดเลือกวัตถุดิบ ผ่านกรอบในการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน ระเบียบปฏิบัติ กระบวนการต่าง ๆ เพื่อทำให้มั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการ สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการกำกับดูแล สังคม สิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจของเรา

วัตถุประสงค์

เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต เช่น วัตถุดิบจากทรัพยากรทางทะเล ,ฟาร์ม และสินค้าเกษตร สามารถสอบย้อนกลับได้ถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบได้อย่างถูกต้อง และสามารถสอบย้อนกลับได้ถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบตลอดจนส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

เนื่องจากการใช้วัตถุดิบ ที่ได้จากทรัพยากรทางทะเลเป็นหลัก จึงมีแนวคิดที่จะส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ตลอดจนการส่งเสริมให้เกิดการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน บริษัทจึงนำแนวปฏิบัติตามข้อกำหนด IUU : illegal Unreported and Unregulated Fishing มาปฏิบัติในเรื่องของการป้องกัน ยับยั้งและจัดการทำประมงที่ผิดกฎหมาย ขาดการรายงานและไร้การควบคุม โดยอาศัยความร่วมมือจากผู้ผลิต และผู้ส่งมอบของบริษัทให้ดำเนินการตรวจสอบระบบย้อนกลับ รวมถึงการนำแนวปฏิบัติดังกล่าวไปใช้กับวัตถุดิบอื่น ๆ ที่มาจากการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจากฟาร์มด้วย

แนวทางในการปฏิบัติ

เพื่อให้การจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัทสอดคล้องตามระบบ IUU ตลอดจนให้ครอบคลุมถึงระบบคุณภาพความปลอดภัยด้านอาหารสูงสุด โดยในภาพรวมบริษัท ได้ดำเนินการดังนี้

► กระบวนการคัดเลือกคู่ค้า

บริษัทมีนโยบายและแนวทางปฏิบัติในการคัดกรองคู่ค้ารายใหม่ เพื่อเข้าสู่กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างอย่างมีความรับผิดชอบ ผู้ผลิตวัตถุดิบหลัก บริษัทจะทำการพิจารณารายชื่อคู่ค้า จากแหล่งที่น่าเชื่อถือ และตรวจสอบประวัติการดำเนินการของคู่ค้า ทำให้ได้รายชื่อคู่ค้า ผู้ผลิตวัตถุดิบที่ผ่านการพิจารณาคัดกรองในเบื้องต้น จากนั้นคู่ค้าที่ผ่านการคัดเลือกจะต้องส่งตัวอย่าง เช่น เนื้อปลาบดแช่แข็ง (ซูริมิ) ปลาทะเล เนื้อสัตว์ ผักและผลไม้ มาเพื่อตรวจสอบตามมาตรฐานและมีการตอบแบบประเมินตนเอง (Self Assessment) พร้อมทั้งส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องในด้านคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหารทุกรายการตามข้อกำหนด และสามารถทำการตรวจสอบระบบย้อนกลับได้ ทั้งนี้คู่ค้าเหล่านั้นต้องได้รับการตรวจประเมินโรงงาน (Audit) จากทีมควบคุมคุณภาพของบริษัทจนอยู่ในขั้นที่มั่นใจจึงจะได้รับการคัดเลือกให้เป็นคู่ค้ารายใหม่ได้ เพื่อให้เป็นไปตามกระบวนการคัดกรองคู่ค้าที่ต้องปฏิบัติตามนโยบายการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

► กระบวนการตรวจสอบวัตถุดิบก่อนนำมาใช้งาน

ในการจัดซื้อวัตถุดิบเข้ามาเพื่อผลิต ทางบริษัทมีการตรวจสอบคุณภาพก่อนนำมาใช้งานเพื่อให้เกิดความมั่นใจดังนี้

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

เป้าหมาย (KPI)

- สามารถผ่านเกณฑ์การตรวจและปฏิบัติให้สอดคล้องตามข้อกำหนดของ IUU: illegal Unreported and Unregulated Fishing จากการตรวจโดยกรมประมง กรมปศุสัตว์ และผู้ตรวจประเมินระบบความปลอดภัยด้านอาหาร BRC
- คู่ค้าต้องผ่านเกณฑ์การตรวจประเมินตามมาตรฐานและ อยู่ในทะเบียนคู่ค้า ของบริษัทฯ

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

- ได้ผ่านเกณฑ์การตรวจรับรองจากกรมประมง กรมปศุสัตว์ และมาตรฐาน BRC
- คู่ค้าได้ผ่านเกณฑ์การตรวจประเมินตามมาตรฐาน ได้อยู่ตามทะเบียนคู่ค้าของบริษัทฯ

การจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ เพื่อความยั่งยืน



วัตถุประสงค์

เพื่อให้มั่นใจว่าบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ที่นำมาใช้ในการผลิตของบริษัท คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์สูงสุด และสามารถลดการใช้ทรัพยากรได้

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

บรรจุภัณฑ์เป็นส่วนประกอบสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีส่วนสำคัญที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงได้มีการศึกษา ความเป็นไปได้ ในการนำบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ขายพัฒนามาทดลอง รวมทั้งทีมงานจัดซื้อได้ศึกษา และออกแบบ เพื่อให้ได้มาซึ่งการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน ลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยนำร่องจากบรรจุภัณฑ์ชนิดต่างๆ ที่ใช้ในปัจจุบัน

แนวทางในการปฏิบัติ ในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์หลัก : กระป๋อง

ลดความหนาของแผ่นเหล็กในการผลิตกระป๋องจาก 0.16 มิลลิเมตร เป็น 0.15 มิลลิเมตร ร่วมกับผู้ผลิตกระป๋องที่มีแนวความคิดด้านการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนเป็นต้นแบบ เช่น ร่วมกับ บริษัท สวอนอินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด ในการนำกระป๋องที่รับลดความหนา มาทดลองบรรจุและผ่านกระบวนการผลิตและขนส่ง จนผลการทดสอบออกมาเป็นไปตามเป้าหมายและมั่นใจว่าจะไม่เกิดผลกระทบกับสินค้า จึงเริ่มใช้งานกระป๋องดังกล่าวแล้วในปี 2562 กับ size 211x106, 211x109 และจะขยายผลไปกับผู้ผลิตรายอื่น รวมทั้งขยายผลไปยัง Can size อื่นๆ ต่อไปในอนาคต

2. บรรจุภัณฑ์รอง : ฉลากสินค้า

ฉลากสินค้า ที่ผลิตจากกระดาษจากป่าปลูกที่มีการรับรอง ด้วยการศึกษาคำเป็นไปได้ร่วมกันของบริษัทและหาผู้ผลิตที่ได้รับการรับรอง FSC: Forest Standard Certification ซึ่งในปี 2562 ได้เริ่มต้นใช้กับ ฉลากสินค้า, Sleeve box, Inner Box "Atlas Cat" Brand ซึ่งเป็น Brand ของบริษัท พร้อมกับเชิญชวนคู่ค้าให้หันมาใช้กระดาษจากป่าปลูกด้วยเช่นกัน

เป้าหมาย (KPI)

- ▶ บรรจุภัณฑ์หลักพัฒนาร่วมกับผู้ผลิตกระป๋องศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับความหนาของเหล็กที่ใช้ในการผลิต Can size.211x106, 211x109 (เริ่มใช้ในปี 62 เป้าหมาย 60% จากยอดสั่งซื้อ)
- ▶ บรรจุภัณฑ์รอง ใช้กระดาษที่ได้มาจากป่าปลูก (FSC) กับ Brand "Atlas Cat" 100 %

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

- ▶ กระป๋อง Can size.211x106, 211x109 ปรับความหนาแผ่นเหล็กจาก 0.16 mm. เป็น 0.15 mm. (22% ของยอดการสั่งซื้อในปี 2562)
- ▶ บรรจุภัณฑ์ที่มาจากป่าปลูก (FSC) นอกจาก Brand "Atlas Cat" ที่ตั้งเป้าหมายไว้ เราขยายผลไปยัง Brand ของลูกค้า ซึ่งทำให้มียอดการใช้ฉลากที่มาจากป่าปลูกถึง 76% เมื่อเทียบจากยอดการสั่งซื้อ

การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจ

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในธุรกิจ บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย จึงมุ่งมั่นพัฒนาปรับกระบวนการทำงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันควบคู่ไปกับการแสวงหาโอกาสใหม่ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ด้วยการบูรณาการผ่านแนวคิดตามค่านิยม (Core Value) ของบริษัท ส่งเสริมผ่านการทำงานร่วมกัน (Collaboration) ของคณะอนุกรรมการด้านการพัฒนาระบบงานและสารสนเทศ ในการสนับสนุนการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสร้างให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (Innovation) มาพัฒนาคุณภาพ (Quality) และประสิทธิภาพในการทำงานมาอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิด Simple Faster Better Sustainable และในปี 2562 บริษัทได้ดำเนินการพัฒนาแพลตฟอร์มในกระบวนการทำงานผ่านระบบดิจิทัล อาทิ เช่น ระบบการบริหารงานคลังสินค้า WMS (Warehouse Management System) และระบบการขายช่องทางขายเงินสด SMART SalesTools นอกจากนี้บริษัทยังมีแผนงานในการพัฒนาระบบบริหารจัดการกระบวนการทำงานภายใน BPM (Business Process Management) ให้เกิดกระบวนการทำงานในแพลตฟอร์มใหม่ รองรับรูปแบบการทำธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียและนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนต่อไป

โครงการ ระบบบริหารจัดการคลังสินค้า WMS (Warehouse Management System)

วัตถุประสงค์

1. ลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ความรวดเร็ว ถูกต้องและแม่นยำในระบบการบริหารจัดการคลังสินค้า
2. ระบบการบริหารจัดการ สามารถตรวจสอบข้อมูลสินค้าได้ทันที (Real Time Stock) และการตรวจสอบข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Tracking Lot ผลิต) ที่จัดส่งให้ลูกค้าได้ทันที
3. ระบบการบริหารจัดการ เพิ่มประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูล (Inventory Control and Analysis)
4. ปรับเปลี่ยนแพลตฟอร์มในการทำงาน โดยการใช้อุปกรณ์และโปรแกรมในการทำงานและลดปริมาณการใช้กระดาษ

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

จากยอดขายที่เติบโตมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และแผนการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายในรูปแบบใหม่ ๆ ประกอบกับสินค้าที่ได้รับความนิยมไว้วางใจจากผู้ค้ามากขึ้น ทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภคซึ่งมีความหลากหลายของแต่ละผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างในการบริหารจัดการเป็นอย่างดี ทำให้เราทราบอุปสรรคและปัญหาเป็นอย่างดี จึงได้ทบทวนกระบวนการทำงาน เพื่อส่งมอบคุณค่า อย่างมีคุณภาพให้ลูกค้า และคู่ค้า โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มาเป็นเครื่องมือที่สามารถช่วยขับเคลื่อนภารกิจให้บรรลุได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผ่านแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์มือถือ แท็บเล็ต สามารถตรวจสอบได้ เพิ่มความมั่นใจให้ลูกค้าและคู่ค้า ทันทต่อการแข่งขันในธุรกิจ

เป้าหมาย (KPI)

- ▶ ลดระยะเวลาในการเบิก-จ่ายสินค้า ให้ได้ 120 นาทีต่อวัน
- ▶ การเรียกคืนผลิตภัณฑ์ (Recall) เรียกข้อมูล lot ของสินค้า Lot วันผลิต ที่ส่งให้ลูกค้า ได้ไม่เกิน 30 นาที
- ▶ สามารถตรวจสอบ Lot ผลิตสินค้าและจำนวน stock สินค้าได้ถูกต้อง 100%
- ▶ สามารถลดการใช้กระดาษ ชุดจัดสินค้า (Picking Slip) ลดได้ 80% ต่อเดือน จากปริมาณที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

- ▶ ระยะเวลาในการเบิก-จ่ายสินค้า ลดลงได้ 102 นาทีต่อวัน
- ▶ การเรียกคืนผลิตภัณฑ์ (Recall) เรียกข้อมูล Lot ของสินค้า Lot วันผลิต ที่ส่งให้ลูกค้า ใช้เวลา = 20 นาที
- ▶ สามารถตรวจสอบ Lot ผลิตสินค้าและจำนวน stock สินค้าได้ถูกต้อง =100%
- ▶ ลดการใช้กระดาษ ชุดจัดสินค้า (Picking Slip) = 76% ต่อเดือน ของปริมาณที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

หลังจากเริ่มการทำงานด้วยระบบ WMS มาตั้งแต่ 23 กันยายน 2562 ผลลัพธ์ที่ได้เป็นที่น่าพอใจเป็นอย่างมากโดยเริ่มต้นการปรับเปลี่ยนขั้นตอนการทำงานจาก Manual Input ข้อมูล เป็นการ Auto Input มากขึ้น ซึ่งทำให้ข้อมูลเกิดความถูกต้องและรวดเร็ว ก่อน Interface เข้าระบบ JDE โดยใช้หลักการ Scan Barcode และ QR Code ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่ปัจจุบันนิยมใช้กันทั่วโลกอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญในการบริหารจัดการคลังสินค้าสมัยใหม่

ซึ่งผลลัพธ์จากโครงการ นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังเป็นการลดขั้นตอนการทำงานที่ยุ่งยากซ้ำซ้อน ให้ตอบสนองกับธุรกิจมากยิ่งขึ้น โดยมีการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ได้ทันที (Big Data Analysis) หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเองก็ยังสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

การนำข้อมูล มาวิเคราะห์ ก็เพื่อให้ทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และขณะเดียวกันสร้างให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในองค์กร โดยใช้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพเชื่อถือได้ ย่อมจะทำให้ได้เปรียบในการแข่งขันได้มากยิ่งขึ้น



รับสินค้าจากใบส่วนคำด้วยระบบ (Manual เดิม)



รับสินค้าด้วยเครื่องสแกน (ระบบ WMS)



จัดส่งสินค้าจากใบจัดงาน (Manual เดิม)



จัดส่งสินค้าด้วยเครื่องสแกน (ระบบ WMS)



เช็คสินค้าด้วยใบจดงาน (Manual เดิม)



เช็คสินค้าด้วยแท็บเล็ต (ระบบ WMS)

คาดการณ์พื้นที่ที่จะใช้จาก Delivery Plan วันที่ 06/01/2020 - 06/01/2020

คลัง 1

Zone	Maximum PL	ใช้พื้นที่อยู่	สินค้าจะเข้า	ต้องการพื้นที่เพิ่ม
●	696	447	37	7

คลัง 1

Zone	Maximum PL	ใช้พื้นที่อยู่	สินค้าจะเข้า	ต้องการพื้นที่เพิ่ม
A1	88	59	36	7
A2	72	30	1	0
R1	156	84	0	0
R2	114	90	0	0
R3	110	106	0	0
R4	156	78	0	0
●	696	447	37	7



เจ้าหน้าที่คลังสินค้า
คุณพลา นร ราชอ่อง

รายงานคาดการณ์พื้นที่ที่จะใช้จาก Delivery Plan (DP)

เป็นรายงานที่แสดงผลการคาดการณ์พื้นที่ เมื่อมีแผนการจัดส่งล่วงหน้าเข้ามาในระบบ รายงานนี้จะช่วยคำนวณแผนการจัดส่ง (DP) ทำให้ทราบสถานะที่ใช้งานอยู่ สินค้ากำลังจะเข้าและจำนวนที่ต้องการพื้นที่ลงสินค้าให้เพียงพอต่อแผนการจัดส่ง เป็นรายงานที่สำคัญในการวางแผนการใช้งานพื้นที่ให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด

ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่คลังสินค้า จากการนำระบบบริหารจัดการคลังสินค้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน คุณพลากร เจ้าหน้าที่คลังสินค้า ได้กล่าวว่า หลังจากที่ได้ขึ้นระบบงาน WMS แล้ว ได้ใช้งานระบบใหม่มาเป็นเวลา 7 เดือน ลดความผิดพลาดของการบันทึกข้อมูลลดการทำงานซ้ำซ้อน ทำให้มีเวลามากขึ้น

โครงการ ระบบการขายช่องทางขายเงินสด SMART : SALESTOOLS

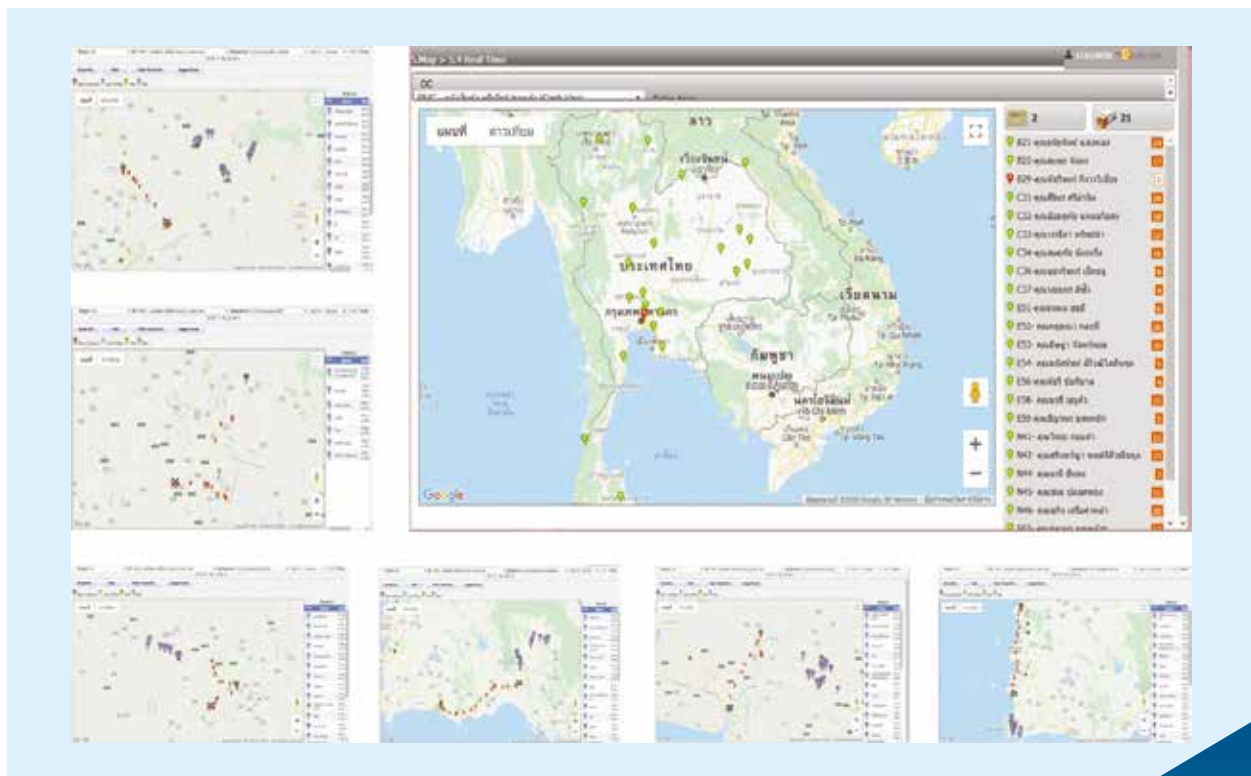
วัตถุประสงค์

หนึ่งในภารกิจของบริษัทที่นอกเหนือจากการเพิ่มยอดขายสินค้าและบริการ ภารกิจในการกระจายสินค้าที่มีความสำคัญ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงสินค้าและบริการที่มีคุณค่า ผ่านช่องทางการขายหน่วยเงินสดของบริษัท ซึ่งทำหน้าที่กระจายสินค้าเพื่อให้ร้านค้าปลีกทั่วไปหรือที่เรียกว่า ซาปั๋ว และร้านขายของชำ ร้านขายขนม หรือแผงเล็กๆที่ตั้งอยู่ตามชุมชน ตรอก ซอกซอยต่างๆ ตลาดสด ร้านบนแพลตฟอร์ม อพาร์ทเม้นท์ในเมือง รวมถึงร้านของของชำตามหมู่บ้านในชนบท หรือต่างอำเภอที่ไกลจากตัวเมือง ซึ่งร้านเหล่านี้จะไม่ใช้ร้านสะดวกซื้อที่เป็นเฟรนไชส์ ดังนั้นทีมงานขายหน่วยเงินสดจึงต้องมีการกิจที่ทำงานแข่งกับเวลาจากร้านค้าหนึ่งไปยังอีกร้านค้านึง เพื่อกระจายสินค้าที่บริษัทรับเป็นผู้แทนจำหน่ายให้ได้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และทำให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าได้สะดวกตลอดเวลา

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

ทีมบริหารของฝ่ายขายจึงได้พิจารณาสรรหากระบวนการและโปรแกรมที่ตอบสนองและพัฒนาแพลตฟอร์มใหม่ในการทำงานของทีมขายหน่วยเงินสดให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยมุ่งเน้นให้พนักงานขายสามารถใช้งานได้ง่าย (Simple) ทำงานได้รวดเร็วขึ้น (Faster) มีความถูกต้องแม่นยำ ลดงานด้านเอกสารได้ มีระบบควบคุมและติดตามผล (Better) อันนำไปสู่ยอดขายที่เพิ่มขึ้น และเพิ่มจำนวนร้านค้า ในการกระจายสินค้าได้ครอบคลุม ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable)

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2562 บริษัทจึงได้นำระบบโปรแกรมใหม่ที่มีชื่อว่า SALESTOOLS มาใช้ในการขายสินค้าในช่องทางขายหน่วยเงินสดทั่วประเทศ โดยโปรแกรมนี้ ใช้งานบนอุปกรณ์ใหม่ คือ แท็บเล็ต Tablet ขนาด 8 นิ้ว ทำให้สามารถบันทึกการขายและสามารถพิมพ์ใบกำกับภาษีผ่านเครื่องพิมพ์แบบพกพา ขนาด 4 นิ้วได้ ตลอดจนเครื่องจะบันทึกไว้เป็นภาพส่งข้อมูลการขายให้ขณะทำงานอยู่ในพื้นที่ และเชื่อมต่อเข้าสู่ฐานข้อมูลของบริษัทที่ตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ในกรุงเทพฯ ผ่านระบบ Cloud จึงทำให้ส่วนกลางทราบยอดขายที่เกิดขึ้นได้ทันที สามารถตรวจสอบข้อมูลการทำงาน และยอดขายในแต่ละพื้นที่ได้เร็วขึ้นและตลอดเวลาจาก Web บนคอมพิวเตอร์ทั้งที่เป็น Desktop, Notebook, Tablet หรือ Mobile ได้ในทุกที่ผ่านการเชื่อมต่อ Internet



โปรแกรม SALESTOOLS ช่วยการขายให้ง่ายขึ้น ด้วยการใช้รูปภาพสินค้าแทนการ key รหัสสินค้าทำให้ลดปัญหาการสั่งสินค้าผิดรายการ สามารถแสดงรายการโปรโมชั่นที่มีอยู่เพื่อช่วยเสริมให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น และซื้อเพิ่มได้ง่ายขึ้น ตลอดจนช่วยให้พนักงานขายสามารถลดเวลาการเข้าเยี่ยมในแต่ละร้านค้า จึงทำให้มีเวลาในการเดินทางเข้าเยี่ยมร้านค้าได้เพิ่มขึ้น หรือขยายร้านค้าใหม่ๆ เพื่อสร้างยอดขายให้เติบโต

เป้าหมาย (KPI)

1. สามารถเพิ่มจำนวนร้านค้าใหม่ได้ 3,120 ร้านค้า คิดเป็น 10%
2. ลดข้อผิดพลาดในการสั่งซื้อสินค้า 100%

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

1. เพิ่มจำนวนร้านค้าใหม่ได้ 8,997 ร้านค้า คิดเป็น 28.84%
2. ลดข้อผิดพลาดในการสั่งซื้อสินค้า 0 ครั้ง คิดเป็น 100%
3. ลดปริมาณกระดาษที่ใช้ในการทำงาน 185 รีม ลดการตัดต้นไม้ได้ 10.88 ต้น และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) ได้ 1,827.84 Kgs
4. การเปลี่ยนมาใช้กระดาษความร้อนทดแทน มีค่าใช้จ่ายลดลงคิดเป็นเงิน 30,110 บาทต่อปี



การผลิตและจัดจำหน่ายเพื่อลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ที่ประกอบด้วยบริษัทย่อยอีก 4 แห่ง กระจายอยู่ตามพื้นที่ในจังหวัดต่าง ๆ จึงได้ตระหนักถึงผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงให้ความสำคัญในกระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนในทุกพื้นที่ โดยคำนึงถึงทุกขั้นตอนในห่วงโซ่อุปทาน มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรด้านการได้ประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefits) ของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การลดผลกระทบต่อสังคมและการรักษาสภาพแวดล้อมให้เกิดความสมดุล

ทั้งนี้ในปี 2562 บริษัทจึงได้ดำเนินการตามแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ ผ่านคณะกรรมการคุณค่าหลักด้านสิ่งแวดล้อมและคณะกรรมการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทและบริษัทย่อย โดยการสำรวจความพึงพอใจและสำรวจความคิดเห็นประเด็นความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อป้องกันและตอบสนองความคาดหวังตามแผนงานและโครงการต่าง ๆ ดังนี้

- ▶ **โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 4 : วัฒนธรรมสีเขียว**
- ▶ **โครงการลดผลกระทบด้วยการใช้พลังงานทดแทน**
 - โครงการการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา
 - โครงการเชื้อเพลิง Boiler เป็นเชื้อเพลิงชีวมวล (Wood Pellet)
- ▶ **โครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก**
 - ลดการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง : กระดาษ
- ▶ **โครงการบริหารจัดการน้ำจากน้ำทิ้งหลังบำบัดกลับมาใช้ใหม่**

โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 4 : วัฒนธรรมสีเขียว

อุตสาหกรรมสีเขียว คือ อุตสาหกรรมที่ยึดมั่นในการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อการประกอบกิจการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมพร้อมกับการยึดมั่นในการประกอบกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กรตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อระบบนิเวศที่น้อยอยู่ ปลอดภัยต่อตัวพนักงานและสิ่งแวดล้อม
2. เพื่อสร้างวัฒนธรรมสีเขียวภายในองค์กรให้กับพนักงานมีความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม
3. เพื่อลดการใช้ทรัพยากรและลดค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะ

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมีกระบวนการผลิตที่ต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นจำนวนมาก จึงมีความมุ่งมั่นพัฒนาการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงความสมดุลทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับการอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างเกื้อกูล มุ่งเน้นส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งปลูกฝังให้พนักงานทุกคนในองค์กร ยึดมั่นในหลักการบริหารและปฏิบัติงานภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี ส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้วัฒนธรรมสีเขียวและตระหนักถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงสร้างวัฒนธรรมสีเขียวภายในองค์กร นำไปใช้ในชีวิตประจำวันและชีวิตในครอบครัว

แนวทางในการปฏิบัติ

1. บริษัท เข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 โดยทางคณะผู้ตรวจประเมินได้เข้ามาทำการ Coaching Green Industry level 4 ให้กับทางบริษัท พร้อมให้คำแนะนำในการทำ Green Industry level 4
2. ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม เช่น มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์กิจกรรม Premier Go Green ทั้งภายในและภายนอก ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์บริษัทฯ การคัดแยกขยะด้วยหลัก 3R รณรงค์และสร้างจิตสำนึกร่วมสร้างวัฒนธรรมสีเขียว เช่น กิจกรรมการใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก รณรงค์การใช้ปิ่นโตแทนถุงพลาสติก และรณรงค์วันสิ่งแวดล้อมโลก ลดการใช้กล่องโฟม ถุงพลาสติก
3. ผ่านการตรวจประเมินจากคณะผู้ตรวจประเมินของกระทรวงอุตสาหกรรม

ส่งเสริมกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม



รณรงค์ “การใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก”



รณรงค์ “การใช้ปิ่นโตแทนถุงพลาสติก”

เป้าหมาย (KPI)

1. สามารถผ่านเกณฑ์การตรวจและปฏิบัติได้สอดคล้องตามข้อกำหนด อุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4
2. ลดการใช้ทรัพยากรและลดค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะภายในโรงงานไม่น้อยกว่า 5%
3. ข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากชุมชนรอบ ๆ โรงงาน ต้องเป็น 0 ครั้ง

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

1. ได้ผ่านการรองรับระบบ อุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2562
2. ลดการใช้ทรัพยากรและลดค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะภายในโรงงานไม่น้อยกว่า 7%
3. ไม่พบข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากชุมชนรอบ ๆ โรงงาน
4. พนักงานใช้ปืนโตทดแทนการใช้ถุงพลาสติก ขนาด 5x8 จำนวน 70 คน (210 ใบต่อวัน) ลดการใช้ถุงพลาสติก 10,920 ใบต่อเดือน หรือคิดเป็น 235,872 ใบต่อปี (235.872 กิโลกรัม) ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) คิดเป็น 565.86 Kgs

ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 4 : วัฒนธรรมสีเขียว เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2562



โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา

วัตถุประสงค์

เพื่อใช้แผงเซลล์แสงอาทิตย์ โซลาร์รูฟ ในการผลิตกระแสไฟฟ้า ใช้งานสำหรับกระบวนการผลิตภายในโรงงาน และอาคารสำนักงาน ลดค่าความต้องการพลังงานสูงสุด และลดค่าใช้จ่ายในการซื้อไฟฟ้าจากการไฟฟ้า

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

ณ ปัจจุบัน ความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้าในภาคอุตสาหกรรมมีอย่างต่อเนื่องและเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่วนทางกับปริมาณเชื้อเพลิงที่กำลังจะประสบภาวะขาดแคลนในอนาคต เชื้อเพลิงจากซากดึกดำบรรพ์ เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติและถ่านหิน อาจหมดไปจากโลกภายในระยะเวลาไม่กี่ปี หากยังไม่มี การหาแหล่งพลังงานเพิ่มเติม เชื้อเพลิงดังกล่าวก็สามารถสร้างปัญหาให้กับโลกของเราได้ เพราะการเผาไหม้ของเชื้อเพลิงเหล่านี้ หากไม่มีการควบคุมที่ดี จะก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ ทำให้เกิดก๊าซพิษต่าง ๆ ซึ่งล้วนแต่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ภาวะเป็นพิษ และทำให้โลกร้อนขึ้น

ทางบริษัทฯ ย่อมได้เล็งเห็นความสำคัญของการใช้แหล่งพลังงานทดแทนเพื่อผลิตพลังงานไฟฟ้าแทนการใช้ไฟฟ้าจากแหล่งเดิม โดยการเลือกใช้การผลิตพลังงานไฟฟ้าด้วย การติดตั้งแผงโซลาร์ บนหลังคา (Solar Roof) คุณประโยชน์ที่ได้จากการผลิตพลังงานไฟฟ้าด้วยแสงอาทิตย์นั้นมีมากมาย เช่น แสงอาทิตย์เป็นพลังงานที่มีอยู่แล้วในธรรมชาติ เป็นพลังงานที่สะอาด ไม่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งปัจจุบันได้รับความนิยมแพร่หลาย และมีความคุ้มค่าในแง่ของการลงทุนมากขึ้น

นอกเหนือจากนี้ ประโยชน์โดยตรงที่บริษัทฯ จะได้รับจากการลงทุนติดตั้งโซลาร์รูฟ จะทำให้บริษัทฯ สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าบางส่วนได้ด้วยตนเอง แผงเซลล์แสงอาทิตย์สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้ตลอดเวลาที่มีแสงอาทิตย์ ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการซื้อไฟฟ้าจากการไฟฟ้า ลดค่าความต้องการพลังงานไฟฟ้าสูงสุดในระหว่างวัน อีกทั้งแผงเซลล์แสงอาทิตย์บนหลังคา ช่วยบังแสงอาทิตย์ที่ตกกระทบหลังคา ช่วยลดความร้อนหลังคา ลดการทำงานของเครื่องปรับอากาศได้อีกด้วย

แนวทางในการปฏิบัติ

บริษัทฯ มีการใช้พลังงาน ประเภทพลังงานไฟฟ้า โดยซื้อไฟฟ้ามาจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอนาคู เพื่อนำมาใช้ในส่วนเครื่องจักรหลักและเครื่องจักรสนับสนุนในการผลิต, อุปกรณ์ภายในห้องเย็น, อุปกรณ์สำหรับสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไฟฟ้าภายในและภายนอกอาคาร โดยมีค่าการใช้พลังงานไฟฟ้าสูงสุดอยู่ในช่วง 600 - 650 Kw และในทุก ๆ ปี มีแนวโน้มความต้องการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นจากการขยายกำลังการผลิต และติดตั้งเครื่องจักรสำหรับรองรับการผลิตสินค้าใหม่ ๆ

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้เพิ่มการลงทุนติดตั้งแผงเซลล์แสงอาทิตย์ จากเดิมขนาด 25 kWp เพิ่มเป็น 70.36 kWp โดยดำเนินการติดตั้งที่หลังคาอาคารผลิตโรงงาน 1 มีจำนวนแผง PV Module รวมทั้งสิ้น 288 แผง ติดตั้งชุดอุปกรณ์แปลงแรงดันไฟฟ้า (SMA Inverter) จำนวน 1 ชุด เชื่อมระบบไฟฟ้าเข้ากับตู้ควบคุมไฟฟ้าในโรงงาน เมื่อไรที่มีแสงแดดก็จะใช้ไฟฟ้าจากโซลาร์เซลล์ส่งไปใช้งานสำหรับเครื่องจักรในการผลิต ช่วยลดการใช้ไฟจากการไฟฟ้า แต่ถ้าเมื่อไรที่ไม่มีแสงแดด, ฝนตก หรือ แดดไม่ดี อินเวอร์เตอร์ก็จะปรับมาใช้ไฟจากการไฟฟ้ามาจ่ายแทนโดยอัตโนมัติ

การควบคุมและตรวจติดตามการทำงานของแผงเซลล์แสงอาทิตย์ จะผ่านโปรแกรมการทำงาน (Software) ที่เรียกว่า PV System Overview ซึ่งจะสามารถแสดงผลปริมาณกระแสไฟฟ้าที่ผลิตได้ตามช่วงเวลา แรงดันไฟฟ้า และแสดงปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ที่ลดลง รวมทั้งตรวจติดตามความผิดปกติของแผงโซลาร์หรือชุด Inverter ได้

สำหรับแผงเซลล์แสงอาทิตย์ ขนาด 70.36 kWp ที่ได้ดำเนินการติดตั้งไปแล้วนั้น เมื่อไปรวมกับแผงเซลล์แสงอาทิตย์ที่ติดตั้งก่อนหน้านี้ จะสามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้ 251 หน่วยต่อวัน

เป้าหมาย (KPI)

แผงเซลล์แสงอาทิตย์ ผลิตกระแสไฟฟ้าได้จำนวน 350 หน่วย/วัน หรือ 127,750 หน่วย/ปี (สำหรับปี 2562)

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

การผลิตกระแสไฟฟ้า		
ปี	หน่วย / วัน	หน่วย / ปี
2560	198.03	72,280.95
2561	332.22	121,260.30
2562	368.61	134,542.65
รวม	898.86	328,083.90

ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) สะสมตั้งแต่ปี 2560-2562 ได้ 75,478.427 Kgs



โครงการ เปลี่ยนเชื้อเพลิง Boiler เป็นเชื้อเพลิงชีวมวล (Wood Pellet)

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิงอินดัสตรี จำกัด ซึ่งได้นำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ของ บริษัทฯ โดยได้พิจารณาโครงการต่าง ๆ จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อมาจัดทำโครงการ โดยผู้มีส่วนได้เสียหลัก ๆ คือพนักงานและชุมชน ทางบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับมลพิษที่อาจส่งผลกระทบต่อพนักงานและชุมชน จึงได้จัดทำโครงการเปลี่ยนเชื้อเพลิง Boiler จากการใช้ถ่านหิน (Bituminous) มาเป็นเชื้อเพลิงชีวมวล (Wood Pellet) แทน

วัตถุประสงค์

เพื่อให้คุณภาพอากาศและสิ่งแวดล้อมดีขึ้นจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงในการผลิตไอน้ำ

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

ณ ปัจจุบัน พลังงานความร้อนที่ใช้เชื้อเพลิงจากซากฟอสซิล เช่น น้ำมัน ถ่านหิน ในภาคอุตสาหกรรมนั้น มีอย่างต่อเนื่องและเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสวนทางกับปริมาณเชื้อเพลิงเหล่านี้ที่กำลังจะหมดไปในอนาคต และเชื้อเพลิงดังกล่าว เมื่อเผาไหม้ หากไม่มีการควบคุมที่ดีก็จะก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ ทำให้เกิดก๊าซพิษต่าง ๆ ล้วนแล้วแต่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทำให้โลกร้อนขึ้น

ทางบริษัทจึงได้เล็งเห็นการหาพลังงานทดแทนเพื่อมาใช้เป็นเชื้อเพลิงในการผลิตความร้อนโดยการเปลี่ยนมาใช้เชื้อเพลิงชีวมวลแทนการใช้ถ่านหิน (Bituminous) เพราะจะช่วยลดอากาศพิษที่ปล่อยสู่ธรรมชาติ เนื่องจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวมวล อากาศพิษจะมีน้อยกว่า Bituminous อีกทั้งยังสามารถปลูกป่าทดแทนได้

แนวทางในการปฏิบัติ

บริษัทฯ ได้ลงทุนเปลี่ยนหัวเผาไหม้เชื้อเพลิงใหม่เพื่อมาใช้กับเชื้อเพลิงชีวมวล (Wood Pellet) ในการผลิตไอน้ำ โดยการเปลี่ยนหัวเผาไหม้ที่ทันสมัย ปรับแต่งการเผาไหม้ด้วย PLC ทำให้การเผาไหม้ของเชื้อเพลิงสมบูรณ์ ผลจากการตรวจวัดคุณภาพอากาศที่ปล่อยทิ้ง ค่าของอากาศที่เป็นพิษลดลงทุกตัว (ตามตารางเปรียบเทียบในหน้าถัดไป)



เปลี่ยนหัวเผาไหม้



เชื้อเพลิงชีวมวล Wood Pellet

เป้าหมาย (KPI)

ใช้เชื้อเพลิงในการผลิตไอน้ำที่เป็นชีวมวล 100 เปอร์เซ็นต์

ค่าอากาศพิษที่ปล่อยทิ้งลดลงทุกตัว

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

จากการตรวจวัดค่ามาตรฐานอากาศพิษที่ปล่อยทิ้งลดลงทุกตัว

ตารางเปรียบเทียบผลวิเคราะห์คุณภาพอากาศทั้งจากเชื้อเพลิง Bituminous และ Wood Pellet

ชนิดเชื้อเพลิง Bituminous	รายการวิเคราะห์				
	Total Suspended Particulate (TSP) (mg/m3)	Sulfur Dioxide (SO ₂) (ppm)	Oxides Of Nitrogen (NO _x) as NO ₂ (ppm)	Carbon Monoxide (CO) (ppm)	Opacity (%)
Standard	320	700	400	690	10
ค่าที่วัดได้	317.70	81.00	54.40	415.00	7.50

ชนิดเชื้อเพลิง Wood Pellet	รายการวิเคราะห์				
	Total Suspended Particulate (TSP) (mg/m3)	Sulfur Dioxide (SO ₂) (ppm)	Oxides Of Nitrogen (NO _x) as NO ₂ (ppm)	Carbon Monoxide (CO) (ppm)	Opacity (%)
Standard	320	60	200	690	10
ค่าที่วัดได้	26.69	12.00	5.00	354.00	5.00

ที่มาของค่ามาตรฐาน :

- ▶ ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การกำหนดค่าปริมาณของสารเจือปนในอากาศที่ระบายออกจากโรงงาน พ.ศ.2549
- ▶ ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การกำหนดค่าปริมาณเขม่าควันที่เจือปนในอากาศที่ระบายออกจากปล่องของหม้อน้ำของโรงงาน พ.ศ. 2549

โครงการลดการใช้กระดาษที่จะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

วัตถุประสงค์

เพื่อหาโอกาสในการปรับปรุงการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนในขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจ ตอบสนองกลยุทธ์ในเรื่อง Green Factory และมุ่งเน้นการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมโดยอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

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

แนวทางในการปฏิบัติ

สำหรับแนวทางในการดำเนินการภายใต้โครงการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน เพื่อให้เกิดผลผลิตภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน จะมีกิจกรรมในการดำเนินหลัก ๆ ดังนี้

1. การกำหนดนโยบายตลอดจนกำหนดเป้าหมายด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
2. การออกแบบและพัฒนาระบบการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก การจัดทำเอกสาร รายงาน และการทวนสอบบัญชีก๊าซเรือนกระจกขององค์กร
3. ใช้หลักการของ Carbon Footprint เพื่อเป็นแนวทางในการวัดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนออกมาในรูปแบบตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า โดยมีการแบ่งตามขอบเขตการปล่อย คือ
 - ▶ ขอบเขตที่ 1 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางตรงขององค์กร
 - ▶ ขอบเขตที่ 2 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน เช่น ไฟฟ้า พลังงานไอน้ำ
 - ▶ ขอบเขตที่ 3 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางอ้อมอื่นๆ อาทิ การเดินทางของพนักงาน การใช้กระดาษ การใช้ น้ำประปา
4. การกำหนดแผนงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน

ทั้งนี้บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้เล็งเห็นความสำคัญของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในมิติด้านสิ่งแวดล้อม และตระหนักถึงการ ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อยกระดับคุณภาพของสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมนั้น ต้องมาจากการร่วมมือทั่วทั้งองค์กร ผ่านการสร้างกลไกการมีส่วนร่วม เพื่อความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน และได้กำหนดเป้าหมาย (KPI) เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำงานในองค์กร เพื่อสร้างความตระหนักและกระตุ้นความมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทั้งปลูกฝังให้พนักงานมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านกิจกรรมการลดการใช้กระดาษ ดังนี้

กิจกรรมการลดการใช้กระดาษ

โดยกำหนดเป้าหมายการใช้กระดาษปี 2562 ลดลงจากปี 2561 ร้อยละ 5 ด้วยการปรับวิธีการทำงาน เช่น ส่งไฟล์งานที่ต้องใช้อ้างอิงไปจัดเก็บในเซิร์ฟเวอร์แทนการถ่ายสำเนาเอกสารแจก, จัดระบบการนำเอกสารมาใช้ซ้ำ (Reuse)

ในปี 2562 บริษัทได้ส่งเสริมให้ทุก ๆ หน่วยงาน ดำเนินงานตามมาตรการดังกล่าว ผลการดำเนินงานตั้งแต่เดือน มกราคม ถึง ธันวาคม 2562 พบว่าภาพรวมการใช้กระดาษของทั้งบริษัท สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้ ร้อยละ 9.63 หรือลดลงจำนวน 145 รีม (72,500 แผ่น) คิดเป็นมูลค่า 11,455 บาท สามารถลดการตัดต้นไม้ได้ 8.53 ต้น และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) ได้ 1,433.04 Kgs

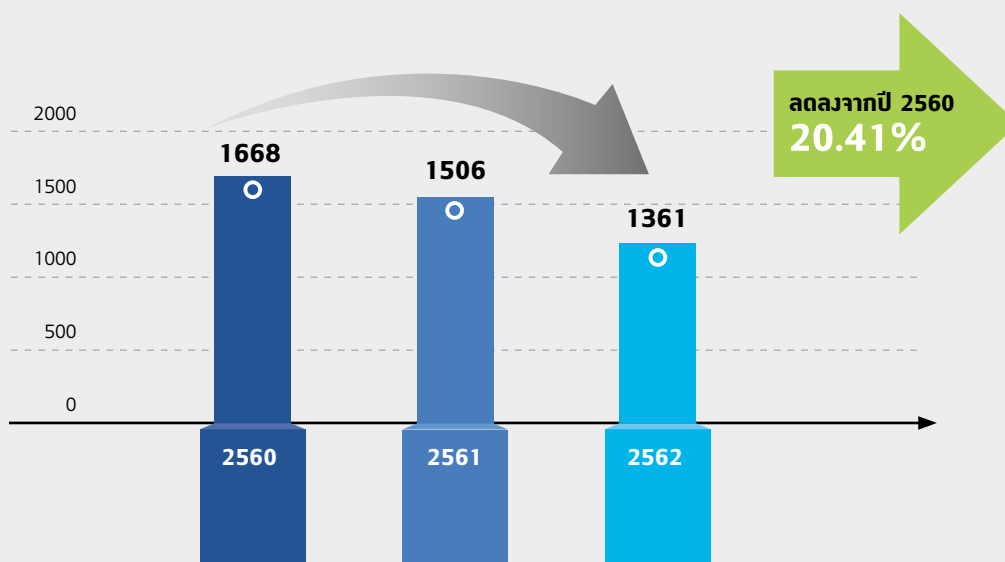
เป้าหมาย (KPI)

- ▶ ลดปริมาณการใช้กระดาษลง 5%
- ▶ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงขององค์กร

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

- ▶ สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้ 9.63%
- ▶ ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) ได้ 1,433.04 Kgs

ปริมาณการใช้กระดาษ (รีม)



โครงการลดการใช้ น้ำ : นำน้ำทิ้งหลังบำบัดกลับมาใช้ซ้ำ

วัตถุประสงค์

1. ลดปริมาณการปล่อยน้ำทิ้งลงสู่คลองสาธารณะ
2. ช่วยลดค่าใช้จ่ายจากการใช้น้ำประปา

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

ปัจจุบันบริษัทมีกิจกรรมหรือกระบวนการผลิตที่ต้องใช้น้ำเป็นจำนวนมาก และน้ำหลังจากเสร็จสิ้นจากกระบวนการผลิตนั้นจะเกิดการปนเปื้อน, สกปรก ถ้ากระบวนการควบคุมการบำบัดไม่ดีเท่าที่ควรก็จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดมลพิษมากมาย ทำให้น้ำในลำคลองเน่าเสีย, สัตว์น้ำและพืชตาย จึงเป็นสิ่งที่บริษัทได้ตระหนักถึงเป็นสำคัญที่จะไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่างๆ ที่อาจจะมามีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม จึงเป็นที่มาของการจัดทำโครงการนำน้ำทิ้งหลังบำบัดกลับมาใช้ซ้ำอย่างต่อเนื่อง

ตั้งแต่ที่ทางบริษัท ได้เริ่มทดลองโครงการนำน้ำทิ้งหลังบำบัดกลับมาใช้ใหม่ เห็นว่าสามารถนำไปใช้ได้จริงและเห็นผลลัพธ์ ดังนั้นในปี 2562 จึงได้ลงมีปฏิบัติโครงการนำน้ำทิ้งกลับมาใช้ซ้ำในขอบข่ายที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อลดปริมาณน้ำทิ้งลงสู่ลำคลองและใช้ทรัพยากรน้ำ (น้ำประปา) อย่างคุ้มค่า

แนวทางในการปฏิบัติ

ตามที่บริษัท ได้มีโครงการนำน้ำทิ้งหลังบำบัดมีคุณภาพตามมาตรฐานกรมโรงงานอุตสาหกรรมกลับมาใช้ใหม่ตั้งแต่ ปี 2561 และในปี 2562 นี้มีนโยบายที่ต้องการเพิ่มปริมาณการนำน้ำทิ้งหลังบำบัดมาใช้ใหม่ จึงได้จัดทำโครงการ ดังนี้ โครงการนำน้ำไปสเปรย์หลังคา เพื่อลดอุณหภูมิห้องบรรจุสินค้าสำเร็จรูป ที่สามารถลดอุณหภูมิห้องลงได้ส่งผลดีต่อพนักงานที่ทำงานในห้องบรรจุสินค้าที่มีอากาศที่เย็นสบายขึ้น นอกจากนี้ยังมีอีกโครงการคือนำน้ำมาใช้ในถังซักโครกห้องน้ำอีกด้วย

สำหรับกิจกรรมต่างๆ ที่ได้เคยกำหนดให้ใช้น้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่แต่เดิมนั้น ก็ยังคงใช้อยู่อย่างต่อเนื่อง เช่น รดน้ำต้นไม้ในโรงงาน, ชำระล้างลานรับวัตถุดิบด้านนอก, บำบัดอากาศสดเข้ามาควั่นจากการเผาไหม้ของ Boiler, บำบัดกลิ่นอากาศเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต



นำน้ำทิ้งหลังบำบัดกลับมาใช้ใหม่

เป้าหมาย (KPI)

- นำน้ำทิ้งหลังบำบัดกลับมาใช้ใหม่ จำนวน 88 คิว/วัน จากปี 2561 เป็น 140 คิว/วัน หรือ 41,720 คิว/ปี ในปี 2562

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

- นำน้ำทิ้งหลังบำบัดกลับมาใช้ซ้ำ 140 คิว/วัน หรือ 41,720 คิว/ปี

ส่วนมอบคุณค่า อย่างเอาใจใส่

จากพันธกิจของบริษัทที่ยึดถือคุณค่าหลักด้วยความมุ่งมั่นนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าพร้อมคุณภาพโดยมีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง ด้วยแนวคิดดังกล่าวบริษัทจึงให้ความสำคัญและความใส่ใจในความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์ ทั้งในด้านภาพลักษณ์และด้านผลิตภัณฑ์ เพราะความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นบ่อเกิดที่จะนำไปสู่ความยั่งยืน

การสำรวจความพึงพอใจผู้บริโภคจึงเป็นกระบวนการที่เรายึดถือดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง หลังจากการปรับภาพลักษณ์ทาโรเมื่อปลายปี 2018 (Relaunch) ทางทีมการตลาดก็มีการสำรวจความพึงพอใจผู้บริโภคเพื่อหาแง่มุมในการพัฒนาทั้งด้านผลิตภัณฑ์และด้านการโฆษณา เพื่อปรับปรุงให้ตอบสนองความพึงพอใจผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ และแนวคิดในการทำการสำรวจ ดังนี้

1. เพื่อเข้าใจ ทักษะคิด และพฤติกรรมผู้บริโภคชนมชนวัยของผู้บริโภค
2. เพื่อตรวจสอบความพึงพอใจผู้บริโภคในการสื่อสารโดยเฉพาะการโฆษณา

โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

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

ผลจากการสำรวจเพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และความชื่นชอบในแบรนด์ดังนี้

- ▶ **ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้บริโภคยังคงต้องการทางเลือกในการรับประทาน มีรสชาติแปลกใหม่ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติเข้มข้น จัดจ้าน จะเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น
- ▶ **ด้านการโฆษณา** ผู้บริโภคต้องการให้ผลิตภัณฑ์ทาโรมีความทันสมัย และยังคงสื่อสารเรื่องความเป็นขนมที่มีประโยชน์ ในวิธีที่สามารถจดจำแบรนด์ได้มากขึ้นกว่าเดิมซึ่งผลจากการสำรวจทางทีมการตลาด ได้นำมาพัฒนา ปรับปรุง ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ และการโฆษณา ดังนี้

1. **ด้านผลิตภัณฑ์** ได้มีการวางตลาดผลิตภัณฑ์ทาโรเส้นชุบน้ำจิ้ม เพิ่มเติมอีก 2 รสชาติ เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติเข้มข้น และจัดจ้าน รวมทั้งต้องการจะขยายตลาดไปสู่ต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีนที่มีความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ขนมที่มีรสชาติเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์จากประเทศไทย โดยทีมการตลาดได้ออกผลิตภัณฑ์มาใน 2 รสชาติ คือ รสลาบอีสานทรงเครื่อง และรสหม่าล่าเสฉวน เพื่อสร้างทางเลือกให้กับกลุ่มเป้าหมายเดิมที่ชื่นชอบความเผ็ด และขยายไปสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่



2. **ด้านการโฆษณา** ได้มีการปล่อยงานโฆษณาผลิตภัณฑ์ทาโร โดยยังคงต่อยอดเรื่องราวความเป็นขนมขบเคี้ยวที่ให้ประโยชน์ รวมทั้งให้ความรู้สึกทันสมัย ในวิธีที่จดจำได้ง่ายมากขึ้น โดยการใช้ presenter คือ คุณเก๋ สุกัสสรฯ ซึ่งมีผลงานละคร “เขาวานให้หนูเป็นสายลับ” ซึ่งออกอากาศอยู่ในช่วงเวลานั้น เป็นผู้ถ่ายทอด นำเสนอในงานโฆษณา โดยใช้เนื้อหาโฆษณา ที่ต่อยอดความเป็นขนมขบเคี้ยวที่ให้ประโยชน์ ที่สามารถทานในเวลาใดก็ได้ โดยเฉพาะมื่อดึกที่ขมอื่น ๆ ไม่สามารถทดแทนได้



ซึ่งผลจากการปล่อยชิ้นงานโฆษณา ในช่วงไตรมาสที่ 3 ที่ผ่านมา ทางทีมการตลาดได้มีการวัดระดับความพึงพอใจ ผลการสำรวจเปรียบเทียบ 2 ไตรมาส คือไตรมาสที่ 2 ขณะที่ยังไม่ปล่อยภาพยนตร์โฆษณา เทียบกับไตรมาสที่ 3 ที่ปล่อยภาพยนตร์โฆษณาแล้ว เป็นดังนี้

1. **ความรู้สึกที่มีต่อแบรนด์ (Love/Hate) :** ระดับความชื่นชอบสูงขึ้นกว่าไตรมาสที่ผ่านมา คือจากเดิม 65% มาเป็น 79%
2. **แบรนด์ที่เหมาะสมกับฉัน (Brand Fit) :** อยู่ในระดับที่ดีขึ้นกว่าเดิมคือจาก 38% มาเป็น 59%
3. **ความต้องการจะซื้อ (The will to pay) :** เมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น ๆ แล้วผู้บริโภคยังมีความเต็มใจจะจ่ายเพื่อรับประทานผลิตภัณฑ์แม้ราคาจะแพงกว่า ในเปอร์เซ็นต์ที่สูงขึ้นจากเดิมมีอยู่ 3%แต่ในรอบล่าสุดปรับเป็น 13%

จากผลลัพธ์ดังกล่าวมาจากการพัฒนา ปรับปรุง เรื่องของการสื่อสาร การปรับภาพลักษณ์ ส่งผลให้มีความชื่นชอบในแบรนด์สูงขึ้นเป็นลำดับ สามารถเข้าไปครองใจผู้บริโภคได้มากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้เครื่องมือการสำรวจความพึงพอใจที่ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง

ผลิตภัณฑ์ทาโร ยังกวدينหน้าพัฒนาสินค้า และบริการ รวมไปถึงการสื่อสารการตลาดต่างๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพราะพันธกิจของเราคือ “ส่งมอบคุณค่าอย่างเอาใจใส่”

การส่งมอบคุณค่าอย่างเข้าถึง

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



ความพึงพอใจลูกค้า
83.72%



ความพึงพอใจร้านค้า
77.85%



ความพึงพอใจผู้บริโภค
77.00%



ความพึงพอใจพนักงาน
76.52%

การนำเสนอสินค้าและบริการที่เติมเต็มความต้องการของวิถีชีวิตในปัจจุบันและการกระจายสินค้าไปถึงมือผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ถือเป็นภารกิจที่สำคัญที่แสดงถึงความเป็น “มืออาชีพ” ของเรา ด้วยช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศในรูปแบบร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านสะดวกซื้อ จนถึงร้านค้าปลีกที่ยังเป็นวิถีแห่งชุมชน เราจึงมั่นใจว่า ส่งมอบทางเลือกที่หลากหลายสำหรับผู้ผลิตในการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วจึงเป็นที่มาในการดำเนินโครงการส่งมอบคุณค่าอย่างเข้าถึง



ธุรกิจก้าวหน้า

ด้วยทีมงานขายที่เข้มแข็งกว่า

200 คน



ทำหน้าที่เยี่ยมเยียนร้านค้า โดยตรงกว่า

60,000

แห่งอย่างสม่ำเสมอ



โดยมีการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมร้านค้ากว่า

200,000 แห่งทั่วประเทศ



ร้านค้าปลีกสมัย



ร้านค้าส่งและปลีก
แบบดั้งเดิม



ร้านค้าปลีก
ขนาดย่อม



ธุรกิจ
ต่างประเทศ

ซึ่งการดำเนินงานของบริษัทยังได้มุ่งเน้นการส่งมอบคุณค่าอย่างมีคุณภาพให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องด้วยความเป็นมืออาชีพ



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 นับจากวันที่ผลิตสำหรับเป้าหมาย ในปี 2562 นั้นได้กำหนดไว้ต้องไม่ต่ำกว่า 98% ปรากฏผลตามกราฟที่แสดงไว้ข้างล่างนี้

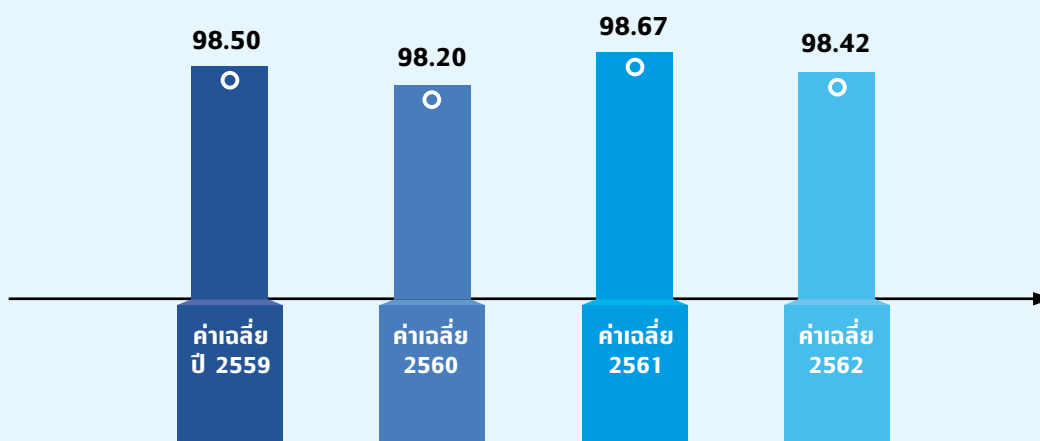
เป้าหมาย (KPI)

ต้องไม่ต่ำกว่า 98%

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

ทำได้ 98.42%

% ความสดใหม่ของสินค้า 4 เดือน



กราฟแสดงสถิติค่าเฉลี่ยความสดใหม่ของสินค้าปี 2559 - 2562

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

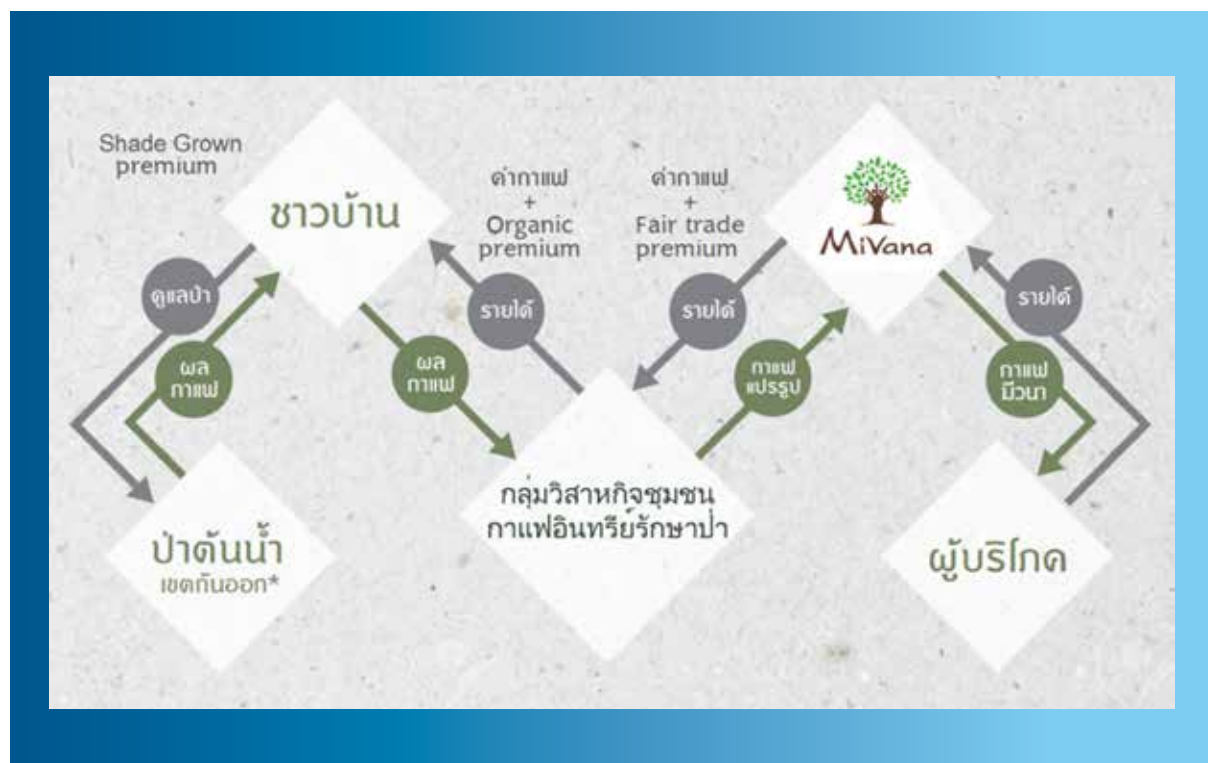
สร้างความสำเร็จทางธุรกิจพร้อมกับการพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา”

บริษัท มีวนา จำกัด (ชื่อเดิม บริษัท กรีนเนท เอสอี จำกัด) ซึ่งเป็นกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยมีเป้าหมายหลักในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แก้ไขปัญหาและฟื้นฟูป่าต้นน้ำที่เสื่อมสภาพ ในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติขุนแจ และอุทยานแห่งชาติลำนากก ซึ่งเป็นเขตพื้นที่ป่าต้นน้ำแม่ลาว แม่สรวย แม่กรณ์ จังหวัดเชียงราย โดยสร้างสรรค์โมเดลธุรกิจ ภายใต้ชื่อโครงการ กาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา” ที่ปลูกฝังให้เกษตรกรในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ ด้วยการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ควบคู่ไปกับการรักษาผืนป่าต้นน้ำ ตลอดจนพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนในพื้นที่ โดยเลือกเพาะปลูกกาแฟซึ่งเป็นพืชที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ อีกทั้งเป็นพืชที่ต้องการร่มเงาของไม้ใหญ่ในการเพาะปลูก จึงทำให้เกษตรกรสามารถปลูกกาแฟได้โดยไม่ต้องทำลายและบุกรุกผืนป่า ในทางตรงข้าม ต้องปลูกต้นไม้ใหญ่เพื่อเพิ่มเติมร่มเงาความอุดมสมบูรณ์ทางระบบนิเวศแก่พื้นที่เพาะปลูก อีกทั้งควบคุมการปลูกกาแฟด้วยระบบเกษตรอินทรีย์ที่ปราศจากสารเคมีในทุกขั้นตอนส่งผลให้ผลผลิตกาแฟอินทรีย์ที่ได้นั้นมีคุณภาพสูง และได้รับมาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล

การส่งเสริมรายได้เกษตรกร

นอกจากการอนุรักษ์ และส่งเสริมการรักษาป่าต้นน้ำอย่างยั่งยืนแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญเรื่องการค้าที่ผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม โดยรับซื้อ กาแฟจากเกษตรกรในราคาที่เป็นธรรม ซึ่งดำเนินงานสอดคล้องกับองค์กรแฟร์เทรด (Fair Trade Organization) เพื่อให้เกษตรกรในท้องถิ่นมีรายได้และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยค่าพรีเมียมพรีเมียมและแฟร์เทรดพรีเมียม ให้กับเกษตรกรที่มีผลผลิตกาแฟอินทรีย์ตามมาตรฐานที่กำหนด



จากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาดูแลและใส่ใจสุขภาพเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น บริษัท พีเอ็ม เอสอี จำกัด (PMSE) จึงได้พัฒนาสินค้ากาแฟอินทรีย์คั่วแท้ 100% แร่แร่ “ออราบิก้า” ขึ้นมาอีกหนึ่งแบรนด์ ในปลายปี 2561 เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคดังกล่าว และเพื่อส่งเสริมการบริโภคกาแฟอินทรีย์ให้แพร่หลายในวงกว้างมากยิ่งขึ้นโดยเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายในร้านค้ากลุ่มโมเดิร์นเทรด ช่องทางออนไลน์ และเพื่อที่ทั้งผู้ประกอบการรายย่อยจะสามารถช่วยส่งเสริมและนำกาแฟอินทรีย์คั่วไปทำเป็นเครื่องดื่มจำหน่าย อีกทั้งผู้บริโภคทั่วไปที่ต้องการนำไปบริโภคเองที่บ้านก็สามารถเข้าถึงและหาซื้อได้ง่ายเช่นกัน

นอกจากนี้แล้วในปลายปี 2562 ทางบริษัท ยังได้พัฒนาส่งเสริมการบริโภคกาแฟออราบิก้าคั่วแท้ในวงกว้างในกลุ่มร้านค้าส่งค้าปลีกและตลาดแม่สที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ พัฒนากาแฟออราบิก้าอินทรีย์คั่วแท้แบรนด์ “ออราบิก้า” เน้นความเป็นกาแฟออราบิก้าแท้ 100% ให้รสชาติหอม กลมกล่อม

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่า ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าต้นน้ำและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืนและทุกคนในห่วงโซ่อุปทานนี้จะได้ประโยชน์ และมีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าสู่สังคมอย่างยั่งยืนไปพร้อม ๆ กัน



แบรนด์ มิวนา



แบรนด์ ออราบิก้า



แบรนด์ ออร์ก้า

ความสมบูรณ์ของความหลากหลายทางชีวภาพ

นอกจากได้ผลิตภัณฑ์กาแฟอราบิก้า 100% ที่มีคุณภาพแล้ว โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา” ยังมีวัตถุประสงค์สนับสนุนให้เกิดงานด้านอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน อนุรักษ์แก้ไขปัญหามลพิษการบุกรุกทำลายป่าอนุรักษ์ในเขตพื้นที่ต้นน้ำแม่สรวย และปลูกจิตสำนึกให้คนในชุมชนตระหนักถึงคุณค่าและหวงแหนทรัพยากรสิ่งแวดล้อม อันเป็นแหล่งทำกิน และที่อยู่อาศัยให้แก่ตนเอง และลูกหลานในวันข้างหน้าสืบไป

ดังนั้นจึงเป็นที่มาของโครงการ “ปลูกป่าในสวนกาแฟ” โดยมีการส่งเสริมให้นำกล้าไม้มาปลูกในสวนกาแฟเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการ และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่กำหนดว่าในสวนกาแฟอินทรีย์ จะต้องไม่มีต้นไม้อื่นที่ห้ามเงาแก่ต้นกาแฟ ทั้งนี้เพื่อเสริมความหลากหลายทางชีวภาพแก่ป่า สำหรับพันธุ์ไม้ที่นำมาปลูกนั้นประกอบด้วยพันธุ์ที่หลากหลายกว่า 45 สายพันธุ์ รวมทั้งสิ้น 10,445 ต้น ยกตัวอย่างเช่น ต้นแมคคาเดเมีย อะโวคาโด แอปเปิลทรายและต้นพีช เป็นต้น การดำเนินการในครั้งนี้นี้จะมีส่วนช่วยสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้แก่เกษตรกร เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไปในอนาคต

การอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าของโครงการฯ

โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา” ส่งเสริมให้เกษตรกรมีการจัดการนำเปลือกเชอร์รี่ที่ถือเป็นของเสียจากการแปรรูปมาผลิตเป็นปุ๋ยหมักแล้วให้เกษตรกรนำกลับไปใส่ในสวนกาแฟอินทรีย์ เป็นการหมุนเวียนธาตุอาหารในระบบนิเวศน์





สร้างคุณค่าเพื่อพนักงานมั่นคง (สังคมภายใน)

ส่วนมอบคุณค่า อย่างใส่ใจ



ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน เป็นแนวคิดในการดำเนินธุรกิจที่องค์กรยึดถือมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งพนักงานเป็นเสาหลักที่มีความสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอีกด้วย จึงเป็นที่มาของแผนการพัฒนาศักยภาพพนักงานตามค่านิยมองค์กร 5 ประการ เพื่อให้พนักงานเข้าใจและสามารถเชื่อมโยงนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนำไปสู่ความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจต่อไป

ในปี 2562 บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ตระหนักถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีของพนักงานอย่างเท่าเทียมกันบนหลักสิทธิมนุษยชน จึงปฏิบัติตามนโยบายในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น นโยบายด้านการจ้างงานและบริหารค่าตอบแทน นโยบายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย โดยมีแนวทางปฏิบัติควบคู่ไปกับการเปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพและยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานให้เกิดความมั่นคงร่วมกันอย่างยั่งยืน

การจ้างงานที่เป็นธรรม และความเสมอภาค

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) และบริษัท ย่อย ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และส่งเสริมให้เกิดความเป็นธรรมและความเสมอภาคของพนักงาน โดยบริษัทมีนโยบายควบคุมไปกับการสนับสนุนระเบียบข้อบังคับต่างๆ ด้านแรงงานเกี่ยวกับการเคารพสิทธิมนุษยชน ในเรื่องความหลากหลายของแรงงานในองค์กร โดยมีแนวทางปฏิบัติต่อแรงงานเสมอภาค เท่าเทียมกันไม่เลือกเพศ อายุ หรือสภาพร่างกาย ตำแหน่งงาน ตลอดจนเชื้อชาติและศาสนา โดยพนักงานของบริษัททุกคน

ได้รับการปฏิบัติและดูแลในทุกด้าน อาทิเช่น การสรรหา การดำรงรักษา ค่าตอบแทน สวัสดิการ การพัฒนาบุคลากร โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพและ ความปลอดภัยในชีวิต อนามัย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญต่อลูกค้า ลูกค้า ผู้เข้ามาติดต่อ และเป็นนโยบายของบริษัทฯ ที่พนักงานจะต้องศึกษาและปฏิบัติตามให้สอดคล้องกับประเพณีนิยม วัฒนธรรมของแต่ละสังคมที่บริษัทฯ เข้าไปทำธุรกิจ

รายละเอียดพนักงาน	ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานจำแนกประเภทการจ้าง								
พนักงานรายเดือน	346	420	339	605	558	1368	541	1396
พนักงานรายวัน	88	337	73	228	0	0	0	0
พนักงานเหมาแรงงาน	166	433	185	517	0	0	0	0
รวมพนักงาน	600	1190	597	1350	558	1368	541	1396
จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับ								
ระดับปฏิบัติการ	312	536	287	608	436	1148	424	1229
ระดับบังคับบัญชาและสายวิชาชีพ	100	182	103	183	101	181	93	141
ระดับผู้จัดการ	22	39	22	42	21	39	24	26

การให้ความสำคัญ กับสิทธิมนุษยชน

บริษัทมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชนในความหลากหลายของพนักงานในองค์กรควบคู่ไปกับการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมให้กับคนพิการ จึงมีนโยบายให้สนับสนุนการจ้างงานคนพิการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คนพิการสามารถประกอบอาชีพมีรายได้ พึ่งพาตัวเอง ลดภาระให้กับครอบครัว อีกทั้งยังสร้างความภาคภูมิใจในตัวเองที่สามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ และในปี 2562 ทางบริษัทมีรูปแบบการจ้างงานคนพิการ 2 รูปแบบ คือการจ้างงานคนพิการเป็นพนักงานประจำในบริษัทจำนวน 12 คน และการจ้างงานคนพิการผ่านมูลนิธินวัตกรรมทางสังคม จำนวน 6 คน เข้าทำงานในสถาบันต่างๆ ในชุมชนที่เป็นภูมิสำเนาของแรงงานคนพิการ เพื่อสร้างอาชีพให้คนพิการได้มี

งานทำที่ชุมชนบ้านเกิดของตนเอง สะดวกต่อการเดินทางและการใช้ชีวิต อาทิเช่น สถาบันพัฒนาการเด็กราชนครินทร์, องค์การบริหารส่วนตำบลดอนแก้ว และโรงพยาบาลชุมชนตำบลดอนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

นอกจากนี้บริษัทมีเป้าหมายการจ้างงานคนพิการอย่างยั่งยืน โดยเชิญชวนบริษัทคู่ค้าเครือข่ายทางธุรกิจเข้าร่วม “โครงการจ้างงานคนพิการ” เพื่อขยายแนวร่วมการสร้างโอกาสให้คนพิการสามารถทำงานได้อย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน เกิดผลลัพธ์ทางสังคมที่ทุกคนในสังคมสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนต่อไป



น.ส.มารวี อนันต์พลาภูมิ เจ้าหน้าที่ธุรการบุคคล
บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)
(พนักงานจากการจ้างงานคนพิการ)

“

รู้สึกขอบคุณที่ได้ร่วมงานกับบริษัทนี้เป็นที่แรก เริ่มต้นทำงานในฝ่ายบริหารงานบุคคล รับผิดชอบงานธุรการข้อมูลด้านสวัสดิการ ได้ความรู้และประสบการณ์ในการทำงานร่วมกับทีมๆ ทุกวันนี้ภูมิใจที่ได้ทำงานมีรายได้ช่วยเหลือตนเองและแบ่งเบาภาระของครอบครัวได้

”

การพัฒนาศักยภาพ และขีดความสามารถของพนักงาน

การส่งเสริมและพัฒนาพนักงานทุกระดับให้มีความรู้ ทักษะ และศักยภาพอย่างต่อเนื่องเป็นนโยบายและความมุ่งมั่นของบริษัท ในการสร้างพฤติกรรมของพนักงานได้เรียนรู้ด้วยตนเอง และสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์กร โดยได้จัดทำแนวทางการพัฒนาให้ สอดคล้องกับ คุณค่าหลัก (Core Value) ทั้ง 5 ประการของบริษัท และทิศทางการเติบโตของธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ทักษะ และความสามารถที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และค่านิยมของบริษัทที่มุ่งดำเนินธุรกิจแบบองค์รวม โดยมุ่งสร้างความสมดุลให้กับ ธุรกิจ พนักงาน และสังคม โดยกำหนดแนวทางการดำเนินการไว้ ดังนี้

1. ความสามารถหลัก (Core Competency)

พนักงานได้รับการพัฒนาและหล่อหลอมด้านพฤติกรรม ความเชื่อ ทศนคติ ให้เป็นไปในทิศทางที่ตอบสนอง/สนับสนุนต่อการ บรรลุค่านิยมขององค์กรร่วมกันของบริษัท ที่มุ่งดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการสร้างความสมดุลระหว่างธุรกิจ พนักงานและสังคม ตาม ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ “ธุรกิจก้าวหน้า พนักงานมั่นคง สังคมยั่งยืน” และคุณค่าหลักขององค์กร (Core Value)

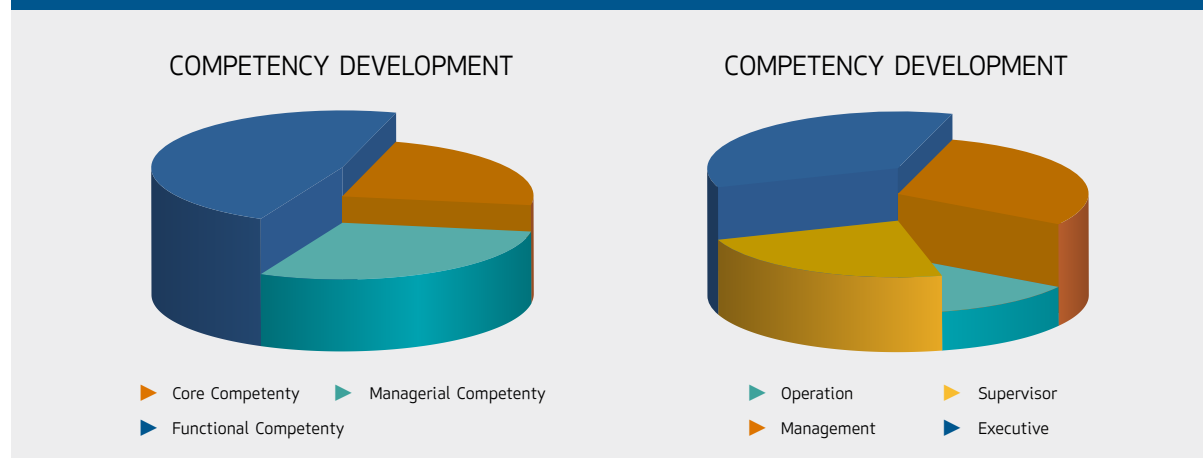
2. ความสามารถทางด้านการจัดการ (Managerial Competency)

ทักษะและความสามารถทางด้านการบริหารจัดการ ถือเป็นความจำเป็นและเป็นเครื่องมืออันสำคัญสำหรับพนักงาน ระดับบังคับบัญชา ระดับบริหารรวมถึงระดับจัดการ บริษัทได้ให้ความสำคัญ โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับกลยุทธ์แผนงานด้านธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

3. ความสามารถตามหน้าที่รับผิดชอบ (Functional Competency)

พนักงานแต่ละคน แต่ละหน้าที่ได้รับการพัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถให้สอดคล้องกับภาระงาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติ งานในหน้าที่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุซึ่งประสิทธิผลของการทำงานและมีมาตรฐานไปในทิศทางเดียวกัน

กราฟแสดงสัดส่วนจำนวนชั่วโมงฝึกอบรม
แบ่งตามประเภทความสามารถ (Competency)



ในปี 2562 บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานโดยกำหนด แผนการ ฝึกอบรมให้ความรู้และพัฒนาทักษะแก่พนักงาน ซึ่งประกอบด้วยการฝึกอบรม ทั้งภายในและการส่งพนักงานไปเข้ารับการอบรมภายนอก ตามแผนฝึกอบรม PM Training Road Map (TRM) และผลการดำเนินการฝึกอบรมในปี 2562 พนักงานได้เข้ารับการฝึกอบรมเฉลี่ย รวม 19.88 ชั่วโมงต่อคนต่อปี และได้มีการพัฒนาขีดความสามารถในทุกระดับตำแหน่งอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้แล้วการส่งเสริม พัฒนาความรู้ ความสามารถบุคลากรเพื่อทดแทนพนักงานที่เกษียณอายุ (Successor) ถือเป็น เรื่องที่บริษัทให้ความสำคัญเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อให้การทำงานไม่สะดุดหรือด้อยประสิทธิภาพลงจึงได้กำหนด Succession Plan และพัฒนาพนักงาน ที่เป็น Successor ให้สามารถทดแทนพนักงานที่เกษียณอายุงานไปแล้ว และเป็นสร้าง Career Path ให้พนักงานมีโอกาสเติบโตในสาย อาชีพเกิดขวัญกำลังใจที่ดี โดยได้กำหนดกรอบนโยบายดังนี้

1. **ประเมินขีดความสามารถของบุคลากรเทียบกับมาตรฐานความสามารถที่กำหนด (Gap Competency Evaluate)** ที่ให้ทราบถึงความบกพร่องหรือคุณสมบัติความสามารถที่บุคลากรนั้น ๆ ที่ยังมีไม่เพียงพอในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. **พัฒนาบุคลากรรายบุคคล (Individual Development)** ดำเนินการวางแผนพัฒนาขีดความสามารถในรายบุคคล
3. **มุ่งเน้นพฤติกรรมตามคุณค่าหลักของบริษัท (Core Value Behavior)** มุ่งเน้นการพัฒนาพฤติกรรมของบุคลากรเพื่อให้เข้าใจถึงทักษะความเป็นผู้นำและเข้าใจถึงคุณค่าหลัก สามารถนำมาปรับใช้ในการบริหารงานในหน้าที่ของแต่ละบุคคลได้ ตามความคาดหวังขององค์กร หน่วยงานผ่านการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี จึงกำหนดหลักสูตรในการพัฒนาบุคลากร ดังนี้
 1. หลักสูตร “การจัดการและภาวะผู้นำตามคุณค่าหลักของกลุ่มบริษัทพีเอ็มอี” จัดให้แก่ผู้จัดการและหัวหน้างานระดับ P6-P10 เพื่อให้เกิดการเผยแพร่และสร้างแรงบันดาลใจในการอยู่ร่วมกัน ตลอดจนเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้แข็งแกร่งและยั่งยืน
 2. หลักสูตร “การบริหารตนเองสู่ความสำเร็จ” บนพื้นฐานคุณค่าหลักของกลุ่มบริษัทพีเอ็มอี จัดให้แก่พนักงานในระดับ P1-P5 เพื่อสร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในคุณค่าหลักและนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องและยึดถือเป็นหลักการในการปฏิบัติงาน



แนวทางการดำเนินการพัฒนา

1. สร้าง Premier Trainers Team ด้วยการพัฒนาทักษะการสอนและการจัดกิจกรรมให้กับกลุ่ม Trainers เพื่อให้ Trainers มีความรู้ความเข้าใจเรื่อง “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” ของกลุ่มบริษัทพีเอ็มอีและคุณค่าหลักอย่างถ่องแท้ โดยการเรียนผ่านกิจกรรมใน หลักสูตร การบริหารตนเองสู่ความสำเร็จ จำนวน 30 คน
2. Trainers นำเนื้อหาไปถ่ายทอดโดยจัดการอบรม หลักสูตร การบริหารตนเองสู่ความสำเร็จ ให้กับพนักงานในระดับปฏิบัติการ (P1-5) ของบริษัทและบริษัทย่อย จำนวน 1,403 คน

ผลและภาพบรรยากาศในการฝึกอบรม



น.ส.เพ็ญภา ชับแข็ง เจ้าหน้าที่คลังสินค้า
บริษัท พรีเมียร์แคนเน็วอินดัสตรี จำกัด

“

การได้เข้าร่วมอบรมครั้งนี้ ได้รู้จักเพื่อนใหม่ๆ ที่อยู่ไลน์ผลิต และทำให้เข้าใจคุณค่าหลักมากขึ้น ตนเองจะนำความรู้ ความเข้าใจ ไปปรับใช้ในงาน เพื่อความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

”



น.ส.รุ่งภา เอยะชัย เจ้าหน้าที่ควิซี
บริษัท พรีเมียร์แคนเน็วอินดัสตรี จำกัด

“

รู้สึกประทับใจและได้เรียนรู้เพิ่มเติมจากการได้เข้าร่วมอบรม คุณค่าหลัก ได้ทำงานเป็นกลุ่มได้แชร์ความรู้ ทำกิจกรรมแต่ละฐาน ตนเองจะนำไปเป็นแนวทางในการทำงานต่อไป

”



วีระ พิมพิสนา ผู้แทนฝ่ายขาย / Foods ต่างจังหวัด
บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

“

การได้เข้าร่วมอบรมครั้งนี้ ได้รู้จักเพื่อนใหม่ๆ ที่อยู่ไลน์ผลิต และทำให้เข้าใจคุณค่าหลักมากขึ้น ตนเองจะนำความรู้ ความเข้าใจ ไปปรับใช้ในงาน เพื่อความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

”



คุณมานพ รอดประติษฐ์ ผู้แทนฝ่ายขาย / Foods ต่างจังหวัด
บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

“

นำคุณค่าหลักด้านคุณธรรม จริยธรรมไปใช้ในส่วนงานด้านขาย ของกับร้านค้า ลูกค้า ทำให้เกิดการซื้อขายอย่างโปร่งใส

”



คุณธีรพล คนไว พนักงานรับคืนสินค้า
บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

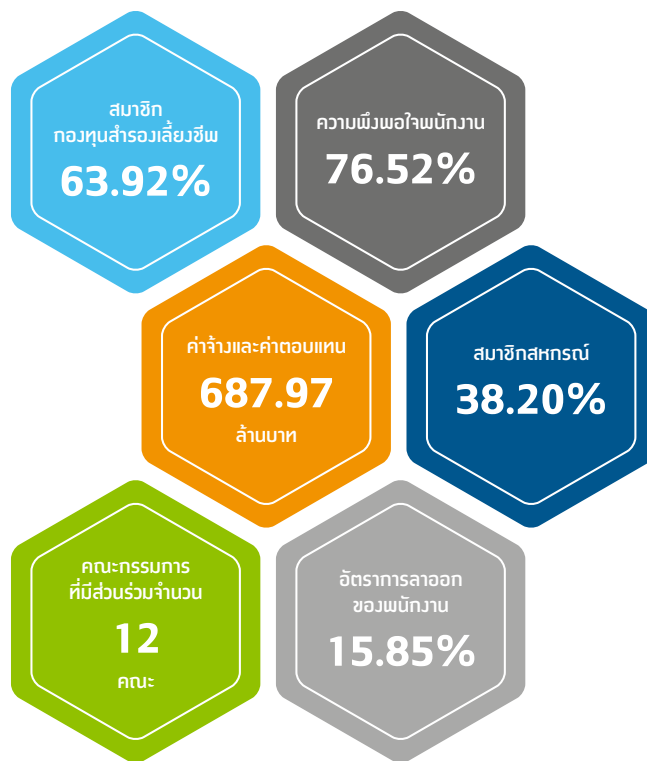
“

การประสานงานระหว่างหน่วยงานเพื่อให้งานออกมาดีและมีคุณภาพ และการสร้างประโยชน์ร่วมกันด้วยความซื่อสัตย์

”

การดูแลรักษา พนักงาน

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



บริษัทให้ความสำคัญกับพนักงาน ภายใต้แนวคิด “อยู่ดีมีสุข” ซึ่งในปี 2562 ได้ดำเนินการปรับปรุงสำนักงานและจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความทันสมัย สะดวกสบาย มีอิสระทางความคิด มีบรรยากาศการทำงานที่ดี ภายใต้ Concept “Smart Green Office Loft Style” โดยสร้างบรรยากาศที่มุ่งเน้นให้พนักงานปรับตัวเข้ากับการทำงานสมัยใหม่ที่มีความเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่รวดเร็ว มีความเป็นอิสระสามารถนั่งทำงานที่ไหนก็ได้ Any Time Any Where จัดระบบเครือข่าย Internet ให้สามารถใช้งานได้อย่างทั่วถึง และปรับเปลี่ยนคอมพิวเตอร์ PC ให้เป็น Notebook เพื่อความคล่องตัวในการทำงาน สร้างบรรยากาศการทำงานที่ส่งเสริมให้ความคิดสร้างสรรค์ในมุม Inno Relax Zone ขณะเดียวกันการจัดก็ได้มีส่งเสริมการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยการนำต้นไม้สีเขียวมาจัดสรรให้รู้สึกสดชื่นใกล้ชิดกับธรรมชาติและต้นไม้สีเขียวยังดูดซับสารพิษในสำนักงานเพื่อลดมลภาวะในสำนักงาน (Green Office) และรายรอบสำนักงานที่เป็นกระจกโปร่งแสงไม่มีสิ่งปิดกั้น ช่วยรับแสงสว่าง และเปิดผนังที่กันแต่ละหน่วยงาน และเปิดฝ้าให้มีความโปร่งกว้างขึ้นเพื่อให้เกิด Air Flow เกิดการกระจายความเย็นมากขึ้นทั่วถึงและสม่ำเสมอ และสามารถลดการใช้พลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Save Energy)



สร้างความอยู่ดีมีสุข ให้พนักงานของเรา

กิจกรรม Happy 8



การส่งเสริมให้พนักงานเกิดความอยู่ดีมีสุขผ่านโครงการ Happy Work Place ที่ครอบคลุมการสร้างสรรค์ความสุข 8 ประการ (Happy 8 Menu) ที่มุ่งเน้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ความสุขร่วมกัน โดยการขับเคลื่อนของคณะทำงาน Happy8 ก่อเกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนกันซึ่งกันและกันในองค์กร ผ่านการสื่อสารหลากหลายช่องทางที่ให้พนักงานทุกระดับได้เข้าถึงเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเชิงบวกมีการแบ่งปันความสุขเกิดเป็นวัฒนธรรมเล็ก ๆ ในกลุ่มกิจกรรมและแผ่ขยายกลางชั้นกลายเป็นวัฒนธรรมที่ดีงามในองค์กร ที่มีนโยบายให้พนักงานอยู่ดีมีสุข 8 ประการและเกิดการแบ่งปันซึ่งกันและกันอย่างยั่งยืน

Happy Brain



ตามนโยบายเรื่องการสะสมองค์ความรู้จากพนักงานในหลายๆหน่วยงาน และความรู้จากการอบรมนำมาบริหารจัดการเกิดคลังความรู้ที่บริษัทนำมาบริหารจัดการ (KM: Knowledge Management) แล้วนำมาขยายผลการเรียนรู้ด้วยตัวเองผ่าน Intranet โดยสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา และสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ให้เกิดบรรยากาศที่ดีและสนุกกับการเรียนรู้

Happy Relax



การที่พนักงานมีความผ่อนคลายความตึงเครียดในการทำงานลดลงย่อมส่งผลดีให้พนักงานสมองมีความปลอดโปร่งมีอารมณ์แจ่มใสและแสดงพฤติกรรมต่อผู้อื่นอย่างเป็นมิตรทั้งทางด้าน กิริยา วาจา ลดความความขัดแย้งในองค์กร PM Sharing Radio ประชาสัมพันธ์เสียงตามสายยามเช้าที่เข้าถึงพนักงานในองค์กร มอบเสียงเพลงเพราะ ข่าวสาร สารคดี ๆ และมุ่งเน้นให้พนักงานได้มีส่วนร่วมทั้งการเป็น DJ ผู้ร่วมจัดรายการ ร่วมกิจกรรมตอบคำถามหน้าไมค์ การออกอากาศสดผ่าน Facebook เพื่อให้เกิดบรรยากาศความสนุกสนานและการมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึง ที่นอกจากทำให้พนักงานผ่อนคลายแล้วยังถือเป็นช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงพนักงานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ



Happy Heart



ส่งเสริมให้พนักงานมีน้ำใจ เอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน ด้วยการรวมมอบคุณค่าให้กับสังคมผู้ด้อยโอกาส
จึงเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานมีจิตใจที่ดีและมีความสุข



CSR คำนึงความสมดุลสู่ธรรมชาติ ผ่านโครงการ **“ปลูกป่าเขียวขจี สำนึกดีทำผาย”**



Happy Money



ส่งเสริมให้พนักงานได้มีแนวคิดในการสร้างรายได้เสริมในกับตนเอง เป็นการจุดประกายความคิด
นักขายที่จะสร้างรายได้เพิ่มให้กับตนเองและครอบครัว ภายใต้โครงการ **“PM ตลาดนัดเปลี่ยนชีวิต 4.0”**
ที่มีการจัดขึ้นทุก ๆ สัปดาห์



Happy Soul



บริษัทเล็งเห็นว่าธรรมเป็นสิ่งหนึ่งที่พุทธศาสนิกชนทุกคนให้ความศรัทธาเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเป็น ที่ให้ความสงบ สร้างสมาธิ ลดความเป็นอัตตาในตัวตน การไปทอดผ้าป่าได้มีโอกาสสร้างกุศลและฟังพระ สองค์เทศนาในความรู้สึท่อนความรัก โลก โกรธ หลงจะทำให้พนักงานตระหนักคิดมากขึ้น โดยบริษัทฯ ได้ จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น

- ▶ การอบรมธรรมะกับธรรมาภิบาล โดยท่านพระมหาสมปอง



- ▶ พิธีทำบุญเลี้ยงเพลพระสงฆ์และสงฆ์น้ำพระในเทศกาลวันสงกรานต์



- ▶ **“ผ้าป่าการศึกษา”** โดยนำเงินที่ได้จากบริษัทและพนักงานร่วมทำบุญไปบริจาคและถวายที่ โรงเรียนวัดศาลาเขื่อน และ วัดศาลาเขื่อน อ.เมือง จ.เพชรบุรี



Happy Body



ส่งเสริมให้พนักงานดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน ด้วยการให้ความรู้และส่งเสริมให้พนักงานออกกำลังกาย ผ่านกิจกรรมเหล่านี้

- ▶ จัดตั้งชมรมกีฬาฟุตบอล แบดมินตันและจัดแข่งขันฟุตบอล 7 คน **"Premier Soccer"**
- ▶ 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, ไตรกลีเซอไรด์ ของพนักงานดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง
 - ▶ จัดแคมเปญจูงใจทำลายสถิติ เพื่อส่งเสริมและจูงใจให้พนักงานออกกำลังกายด้วยการวิ่ง



- ▶ จัดแข่งขันกีฬาซี โดยพนักงานทุกคนร่วมกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการออกกำลังกายและสร้างการทำงานร่วมกันเป็นทีม



- ▶ จัดกิจกรรม "กินผักผลไม้วันละ 400 กรัม" ร่วมกับคณะทำงานคุณค่าหลัก "อยู่ดีมีสุข" (Well-being) ซึ่งเป็นการให้ความรู้และประโยชน์จากการบริโภคผักผลไม้และสาธิตการทำเมนูอาหารที่มีผักเป็นส่วนประกอบหลัก

Happy Heart



กิจกรรมสร้างความสุข **"Kids Camp : สานสัมพันธ์วันปิดเทอม"** เพื่อให้บุตรหลานของพนักงาน ได้เรียนรู้การสร้างสมาธิผ่านกิจกรรมการสร้างจินตนาการด้วยการสร้างค่ายกลจำลอง นั่งสมาธิ และวาดรูประบายสี และสอนให้เด็ก ๆ ได้แสดงออก และการมีสมาธิ



Happy Heart



ส่งเสริมพนักงานให้เกิดจิตอาสาในการช่วยเหลือสังคมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ ผ่านการเข้าร่วมโครงการ Good Society Expo 2019 **"เทศกาลทำดีหัวใจ"** ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ที่เกิดความร่วมมือทุกภาคส่วน ทั้งภาคีภาคสังคมกว่า 80 องค์กร ภาคีภาคธุรกิจ และภาคตลาดทุนกว่า 20 องค์กร ร่วมส่งสาร **"ทุกคนสามารถแก้ปัญหาสังคมได้"** ชวนประชาชนยกระดับการทำดี สู่การลงทุนทางสังคม ที่หวังผลได้มากกว่าการบริจาคเงิน แต่หันมารู้จักลงทุนด้วย ทุนมนุษย์ ทุนความรู้ ทุนเครือข่าย ทุนเวลา ฯลฯ และภายในบริษัท ยังส่งเสริมให้พนักงานที่โดดเด่นเป็นขวัญใจในการช่วยเหลือ มนุษย์สัมพันธ์ดีผ่านกิจกรรม Popular Vote



การส่งเสริม

ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย

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

เป้าหมายด้านความปลอดภัย

1. อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานต้องเป็นศูนย์
2. อัตราการเกิดอัคคีภัยทุกพื้นที่ต้องเป็นศูนย์

แผนการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

- ▶ ตรวจสอบสุขภาพพนักงานประจำปี เพื่อเฝ้าระวังโรคเรื้อรัง และค้นหาสาเหตุของความเจ็บป่วย
- ▶ ตรวจสอบความปลอดภัยในพื้นที่ เพื่อเฝ้าระวังและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน
- ▶ ดำเนินการซ้อมหนีภัยประจำปี เพื่อเตรียมความพร้อมกรณีเกิดเหตุอัคคีภัย และลดความเสียหาย

ที่อาจเกิดขึ้นต่อชีวิตและทรัพย์สิน

- ▶ จัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
- ▶ จัดอบรมการขับรถยก (Forklift) อย่างถูกวิธีและปลอดภัย
- ▶ จัดอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้กับพนักงาน และหัวหน้างาน
- ▶ จัดอบรมความปลอดภัยในการใช้สารเคมีอันตรายและซ่อมแผนฉุกเฉินสารเคมีรั่วไหล
- ▶ จัดอบรมความปลอดภัยในการใช้เครื่อง X-ray

ตารางแสดงสถิติการประสบอันตรายจากการปฏิบัติงานปี 2560 - 2562

สถิติการประสบอันตรายจากการปฏิบัติงาน	ปี 2560 (ราย)	ปี 2561 (ราย)	ปี 2562 (ราย)
อุบัติเหตุ (ราย)	7	18	16
หยุดงาน (ราย)	3	3	7
ไม่ต้องหยุดงาน (ราย)	4	15	9
เสียชีวิต (ราย)	0	0	0

หมายเหตุ : * ข้อมูลสถิติประสบอันตรายจากการปฏิบัติงานจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

** ไม่รวมอุบัติเหตุทางรถยนต์

สำหรับในรอบปี 2562 ที่ผ่านมา บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีอุบัติเหตุจากการทำงานเกิดขึ้น จำนวน 16 ราย แบ่งเป็นหยุดงาน จำนวน 7 ราย และไม่หยุดงาน จำนวน 9 ราย

อุบัติเหตุที่เกิดจากสภาพแวดล้อมไม่ปลอดภัย

เป็นจำนวน 10 ราย เช่น อุปกรณ์ชำรุด แตกหัก, เครื่องมือเป็นโลหะที่มีคมบาดมือ และพื้นที่การปฏิบัติงานเปียกชื้นทำให้ลื่นล้ม

แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย

- ▶ จัดทำแผนการฝึกอบรมในขณะปฏิบัติงาน (On The Job Training : OJT) เพื่อรองรับกรณีพนักงานลาหยุดและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานกรณีที่พนักงานปฏิบัติงานทดแทนกันในวันหยุด
- ▶ จัดทำสัญลักษณ์เตือนอันตรายเพิ่มเติมให้เพียงพอและจัดหา safety guard บริเวณเครื่องจักรที่มีความเสี่ยงอันตราย
- ▶ อบรมพนักงานเพื่อทวนสอบจุดอันตรายและเน้นย้ำเรื่องการสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล
- ▶ ตรวจสอบพื้นที่การปฏิบัติงานและอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานก่อนปฏิบัติงานจริง
- ▶ จัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE) ที่เหมาะสมให้กับพนักงานที่ปฏิบัติงาน

อุบัติเหตุที่เกิดจากการกระทำไม่ปลอดภัย

เป็นจำนวน 6 ราย เช่น ไม่สวมใส่อุปกรณ์ป้องกันในการทำงาน, ไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนการทำงานด้านความปลอดภัย Job Safety Analysis (JSA)

- ▶ แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย
- ▶ อบรมพนักงานเพื่อทวนสอบจุดอันตราย และจัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
- ▶ ทบทวนและทำความเข้าใจถึงขั้นตอนการทำงานที่ต้องใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE)

ภาพกิจกรรมด้านความปลอดภัย





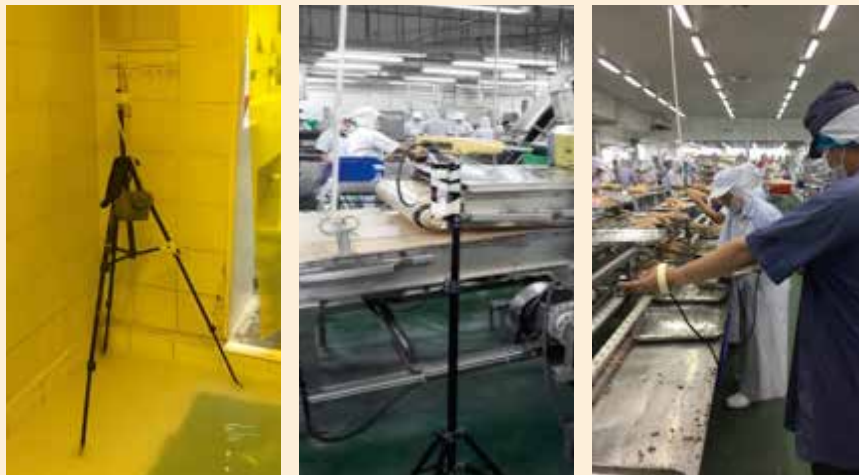
ฝึกอบรมดับเพลิงขั้นต้น



ซ้อมแผนสารเคมีหกรั่วไหล



อบรมการขับขีรถโฟล์คลิฟอย่างปลอดภัย



ตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านเสียง แสงสว่าง ความร้อน และสารเคมี ให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ปลูกจิตสำนึกสร้างการมีส่วนร่วม สร้างสังคมแห่งการแบ่งปัน

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทพีเอ็มเอ็นมีเป้าหมายเพื่อการสร้าง“ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” ของพนักงาน ธุรกิจ และ สังคม โดยนำแนวคิดคุณค่าหลัก (Core Value) เป็นตัวกำหนดกลยุทธ์สู่ความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย คุณภาพ ความคิดสร้างสรรค์ ประโยชน์ร่วมกัน ทัศนคติและความร่วมมือ และ ยึดถือคุณธรรม จริยธรรม โดยในการกำหนดกลยุทธ์องค์กรนั้นสามารถใช้คุณค่าหลักข้อใดก็ได้เป็นจุดตั้งต้น ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และโอกาสที่แตกต่างกัน แต่ที่สุดแล้วมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกันทั้ง 5 ด้าน เพื่อผลักดันแนวคิดคุณค่าหลักให้เข้าไปอยู่ในแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการของสายธุรกิจและพนักงาน จึงได้มีการพัฒนาเครื่องมือที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมให้เกิดการนำไปปฏิบัติจริงและเกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างสายธุรกิจ

ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนแนวคิดคุณค่าหลัก

งานสัมมนา Core Value Stage เวทีไขเคล็ดลับเรื่องคุณค่าหลัก กุญแจสู่ผลตอบแทนทางธุรกิจที่เห็นผลอย่างรวดเร็วและยั่งยืน

การจัดงานสัมมนา Core Value Stage ของกลุ่มบริษัทพีเอ็มเอ็น มีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดแนวคิด “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” ให้เป็นรูปธรรม ด้วยการแบ่งปันประสบการณ์ของสายธุรกิจที่นำแนวคิดคุณค่าหลักขององค์กรมากำหนดกลยุทธ์ วางแผน ธุรกิจและนำไปปฏิบัติจนเกิดผลลัพธ์ และเป็นแนวทางให้กับสายธุรกิจอื่น ๆ สามารถนำไปปรับใช้ในกระบวนการทำงานเพื่อสร้างความยั่งยืน โดยในปี 2562 มีการจัดเวทีสัมมนา 2 ครั้ง ประกอบด้วย

- **Core Value stage ครั้งที่ 1 หัวข้อ “กระบวนการจัดซื้ออย่างยั่งยืนในแบบฉบับคุณค่าหลักของพีเอ็มเอ็นเพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน”** นำเสนอความสำคัญของการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ (Value Chain) ตามแนวคิดความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ด้วยการออกแบบการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงประโยชน์ร่วมกันของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย จัดขึ้นเมื่อวันที่ 2 เมษายน 2562 ผ่านการแลกเปลี่ยนของ 3 สายธุรกิจ คือ **บริษัท พี เอ็ม เพลด จำกัด** หัวข้อ ความโปร่งใสและความร่วมมือในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อความยั่งยืน **โรงแรมรอยาไฮเออร์เทคและแอมมาริน วิลเลจ เชียงใหม่** หัวข้อ การจัดซื้อจัดจ้างที่สร้างความอยู่ดีมีสุขของพนักงาน **บริษัท มีวนา จำกัด (กาแฟมีวนา)** และ **บริษัท เกรฮาร์ด คาเฟ่ จำกัด** หัวข้อการจัดซื้อจัดจ้างที่พัฒนาความรู้ความร่วมมือกับคู่ค้า





- ▶ **Core Value stage ครั้งที่ 2 หัวข้อ “การเพิ่มความสามารถในการผลิตอย่างยั่งยืนในแบบฉบับของพรีเมียร์”** นำเสนอแนวทางการเพิ่มความสามารถในการผลิตอย่างยั่งยืน ที่ต้องนำนวัตกรรมและการหาเครื่องมือ เพื่อส่งเสริมความร่วมมือร่วมมือกับพนักงานในทุกส่วนเพื่อให้งานเกิดผลตามเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ จัดขึ้นเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2562 ผ่านการแลกเปลี่ยนของ 2 สายธุรกิจที่อยู่ในสายงานการผลิต คือ **บริษัท พี เอ็ม ฟู๊ด จำกัด** หัวข้อ ความร่วมมือร่วมมือเพื่อเพิ่มความสามารถในการผลิตอย่างยั่งยืน และ **บริษัท พรีเมียร์ โพรดัคส์ จำกัด (มหาชน)** หัวข้อ การใช้นวัตกรรมเพิ่มความสามารถในการผลิตอย่างยั่งยืน





เพื่อให้กระบวนการเรียนรู้แนวคิดคุณค่าหลักเป็นไปอย่างครบวงจรกล่าวคือ ต้นน้ำ - การทำงานของสายธุรกิจที่นำแนวคิดคุณค่าหลักไปปฏิบัติจนเกิดผลสำเร็จ - กลางน้ำ คือการจัดงานสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนถ่ายทอดกระบวนการทำงานจากพนักงานและผู้บริหาร และปลายน้ำ คือ การจัดเก็บรวบรวมองค์ความรู้จากการปฏิบัติ เพื่อเป็นต้นแบบให้กับสายธุรกิจและพนักงานในการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานต่อไปในอนาคต ภายหลังจากจัดงานสัมมนาทั้ง 2 ครั้ง คณะทำงานฯ จึงได้มีการสรุปองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการแลกเปลี่ยนในงานสัมมนา จัดทำเป็นเอกสารสรุปองค์ความรู้คุณค่าหลักขององค์กร (Core Value Knowledge Management) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อพนักงานในการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานในหน่วยงานของตนเอง ผ่านรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เพื่อให้พนักงานเข้าถึงได้อย่างสะดวกและจัดเก็บได้ง่าย

สร้างระบบนิเวศเพื่อความยั่งยืน

กลุ่มบริษัทพรีเมียร์เชื่อว่าการสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืนต้องมีการพัฒนาระบบนิเวศทางสังคมควบคู่กัน กลุ่มบริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อการปลูกฝังจิตสำนึกพนักงานให้เป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม (Active Citizen) มีความกล้าคิดลงมือทำ มีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่เพิกเฉยต่อปัญหาสังคมรอบตัว และผลักดันการลงมือสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคมตามความสนใจและความสามารถของตน รวมถึงขยายผลการพัฒนาสังคมกับคู่ค้า ลูกค้าและเพื่อสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและควบคู่กับการพัฒนาสังคมในระยะยาว ผ่านเครื่องมือสนับสนุนต่าง ๆ ที่หลากหลาย

โครงการกองทุนไม่อิงดูดาย

ด้วยความตระหนักว่าพนักงานเป็นบุคลากรสำคัญที่จะขับเคลื่อนสร้างธุรกิจและสังคมให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน และเป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมรอบตัวให้ดีขึ้นผ่านการใช้นวัตกรรมคุณค่าหลักขององค์กรไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริงและในชีวิตประจำวัน กลุ่มบริษัทพรีเมียร์จึงได้จัดตั้ง “โครงการกองทุนไม่อิงดูดาย” ขึ้นในปี 2561 เพื่อกระตุ้นให้พนักงานได้นำคุณค่าหลักขององค์กรไปปฏิบัติ และนำเสนอโครงการที่ยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานเพื่อปลูกฝังจิตสำนึก ในการไม่นิ่งเฉยกับปัญหารอบตัว และสนับสนุนให้พนักงานดำเนินงานมาต่อเนื่องตลอดปี 2562 โดยได้มีการสนับสนุนโครงการในรูปแบบของเงินทุน คำแนะนำ การเชื่อมต่อแหล่งความรู้เพื่อให้พนักงานได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ลงมือพัฒนาโครงการผ่านการผสานความรู้ความร่วมมือ อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ตลอดระยะเวลาในปี 2561- 2562 มีพนักงานร่วมเสนอโครงการที่จะพัฒนาองค์กรในด้านต่างๆ รวมทั้งสิ้น 44 โครงการ แบ่งเป็น

- | | | |
|---|----|---------|
| ▶ โครงการเพื่อส่งเสริมความอยู่ดีมีสุขของพนักงาน | 24 | โครงการ |
| ▶ โครงการเพื่อพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม | 9 | โครงการ |
| ▶ โครงการเพื่อพัฒนากระบวนการทำงานของพนักงาน | 7 | โครงการ |
| ▶ โครงการสำหรับพัฒนาศักยภาพของพนักงาน | 4 | โครงการ |

**ชวนชาวพรีเมียร์จัดไอเดีย เสนอความคิดสร้างสรรค์
ส่งโครงการไม่อิงดูดาย ให้ถูกสิ่งรอบตัวเรามีคุณภาพมากขึ้นกว่าเดิม**

เพื่อสร้างจิตสำนึกให้พนักงานได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาองค์กรและสังคมรอบตัว กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ได้จัดตั้งโครงการไม่อิงดูดายขึ้นในปี 2561 เพื่อกระตุ้นให้พนักงานได้นำคุณค่าหลักขององค์กรไปปฏิบัติ และนำเสนอโครงการที่ยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานเพื่อปลูกฝังจิตสำนึก ในการไม่นิ่งเฉยกับปัญหารอบตัว และสนับสนุนให้พนักงานดำเนินงานมาต่อเนื่องตลอดปี 2562 โดยได้มีการสนับสนุนโครงการในรูปแบบของเงินทุน คำแนะนำ การเชื่อมต่อแหล่งความรู้เพื่อให้พนักงานได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ลงมือพัฒนาโครงการผ่านการผสานความรู้ความร่วมมือ อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ตลอดระยะเวลาในปี 2561- 2562 มีพนักงานร่วมเสนอโครงการที่จะพัฒนาองค์กรในด้านต่างๆ รวมทั้งสิ้น 44 โครงการ แบ่งเป็น

1 กองทุนส่งเสริมอาชีพ กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน	4 กลุ่มทุนเรียนรู้ด้านคุณลักษณะ กลุ่มทุนเรียนรู้ด้านคุณลักษณะ กลุ่มทุนเรียนรู้ด้านคุณลักษณะ กลุ่มทุนเรียนรู้ด้านคุณลักษณะ	7 Friday Market ตลาดนัดความสูง กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน	10 Online training กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน
2 Premier All Product & Service กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน	5 วิเคราะห์ กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน	8 Work from Home กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน	11 กองทุนช่วยเหลือด้านอุปโภค กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน
3 เสริมศักยภาพการขายพรีเมียร์กรุ๊ป กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน	6 Premier Sport Day - 10 อันดับ กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน	9 ปักธงกิจกรรม กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน	12 Employee System กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน กลุ่มทุนเพื่อส่งเสริมอาชีพพนักงาน

กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ได้จัดตั้งโครงการไม่อิงดูดายขึ้นในปี 2561 เพื่อกระตุ้นให้พนักงานได้นำคุณค่าหลักขององค์กรไปปฏิบัติ และนำเสนอโครงการที่ยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานเพื่อปลูกฝังจิตสำนึก ในการไม่นิ่งเฉยกับปัญหารอบตัว และสนับสนุนให้พนักงานดำเนินงานมาต่อเนื่องตลอดปี 2562 โดยได้มีการสนับสนุนโครงการในรูปแบบของเงินทุน คำแนะนำ การเชื่อมต่อแหล่งความรู้เพื่อให้พนักงานได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ลงมือพัฒนาโครงการผ่านการผสานความรู้ความร่วมมือ อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน ตลอดระยะเวลาในปี 2561- 2562 มีพนักงานร่วมเสนอโครงการที่จะพัฒนาองค์กรในด้านต่างๆ รวมทั้งสิ้น 44 โครงการ แบ่งเป็น

โครงการไมนิ่งดูยาตคักกิ ชาวพริเมียร์ส่งโครงการต่อเนื่อง

กิจกรรมการฝึกอบรม 12 โครงการนำร่องเปิดสอนเยาวชน ผู้นำเยาวชน ซึ่งเป็นโครงการ
ได้ผ่านการแนะนำจากพันธมิตรโครงการและการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้อง
เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ของเยาวชนให้ก้าวไกลต่อไป

โดยมีเป้าหมาย โครงการนำร่องเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ของเยาวชน ผู้นำเยาวชน ซึ่ง
รวมถึงโครงการพัฒนาผู้นำ 11 โครงการ ถูกดำเนินการนำร่องขึ้นเพื่อโครงการนี้ผ่านการนำออก
และถูกนำมาใช้ต่อไปในอนาคต ภายใต้การนำของผู้นำเยาวชน

13 Partners On Cloud

Partners On Cloud
Partners On Cloud
Partners On Cloud

14 HR Application

HR Application
HR Application
HR Application

15 Inform

Inform
Inform
Inform

16 Say NO Plastic

Say NO Plastic
Say NO Plastic
Say NO Plastic

17 พบกับโมเดล

พบกับโมเดล
พบกับโมเดล
พบกับโมเดล

18 เทนนิส

เทนนิส
เทนนิส
เทนนิส

19

เยาวชนผู้นำเยาวชน

เยาวชนผู้นำเยาวชน
เยาวชนผู้นำเยาวชน

20

เยาวชนผู้นำเยาวชน

เยาวชนผู้นำเยาวชน
เยาวชนผู้นำเยาวชน

21

เยาวชนผู้นำเยาวชน

เยาวชนผู้นำเยาวชน
เยาวชนผู้นำเยาวชน

22

เยาวชนผู้นำเยาวชน

เยาวชนผู้นำเยาวชน
เยาวชนผู้นำเยาวชน

23

เยาวชนผู้นำเยาวชน

เยาวชนผู้นำเยาวชน
เยาวชนผู้นำเยาวชน

“...”

“...”

[illegible]

นอกจากการผลักดันและกระตุ้นให้พนักงานมีความกล้าคิดลงมือทำ เป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม (Active Citizen) สร้างการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองและองค์กรในระดับบุคคลผ่านโครงการไม่นั่งดูตายแล้ว กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ยังได้มีการจัดตั้ง “คณะกรรมการคุณค่าหลัก” เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับพนักงานจากทุกสายธุรกิจ ร่วมลงมือทำเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับพนักงานในองค์กรและสังคม 4 ด้าน ได้แก่ สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) ธรรมาภิบาล (Good Governance) และความอยู่ดีมีสุข (Well being) มาตั้งแต่ปี 2558 และดำเนินงานต่อเนื่องเพื่อผลักดันแนวคิดคุณค่าหลักองค์กรให้กับพนักงานในทุกสายธุรกิจ

คณะกรรมการคุณค่าหลัก (ESGW)



ด้วยตระหนักว่าการเปลี่ยนแปลงในสังคมจะเกิดขึ้นได้ ต้องเริ่มจากจิตสำนึกที่ดีของพนักงาน เพราะพนักงานคือกลไกสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยเริ่มจากระดับบุคคลสู่การเปลี่ยนแปลงในระดับธุรกิจ และระดับสังคม

กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการประกอบด้วยตัวแทนของพนักงานจากทุกสายธุรกิจในกลุ่มบริษัทโดยคณะกรรมการนี้มีพันธกิจในการสร้างการมีส่วนร่วม ปลุกฝังจิตสำนึกของพนักงาน อันเกี่ยวเนื่องกับปัจจัยสู่ความยั่งยืน 4 ด้าน อันได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาล และความอยู่ดีมีสุขของพนักงาน ภายใต้ชื่อ “คณะกรรมการคุณค่าหลัก”

บทบาทหน้าที่คณะกรรมการคุณค่าหลัก

- ▶ ร่วมคิด สร้างสรรค์ และวางแผนด้านนโยบาย โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ด้านคุณค่าหลัก เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างบูรณาการและยั่งยืน
- ▶ ส่งเสริมผลักดันในเชิงนโยบายและประสานงานกับคณะกรรมการในแต่ละบริษัทผ่านการผสานความรู้ความสามารถร่วมคิดร่วมสร้างในรูปแบบที่ได้ประโยชน์ร่วมกันทั้งพนักงาน องค์กร และสังคม
- ▶ ดำเนินงานตามนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้ ผ่านการสร้างประสบการณ์แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคณะกรรมการ และทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยสู่ความยั่งยืน 4 ด้าน



บทบาทหน้าที่ของคณะทำงานคุณค่าหลัก คือ ร่วมคิด สร้างสรรค์ และวางแผนงานนโยบาย โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ด้านคุณค่าหลัก เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างบูรณาการและยั่งยืน ส่งเสริมผลักดันในเชิงนโยบายและประสานงานกับคณะทำงานในแต่ละบริษัท ผ่านการประสานความรู้ความสามารถ ร่วมคิดร่วมสร้างในรูปแบบที่ได้ประโยชน์ร่วมกันทั้งพนักงาน องค์กร และสังคม และดำเนินงานตามนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้ ผ่านการสร้างประสบการณ์แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคณะทำงาน และทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้อง

คณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม มีพันธกิจในการปลูกจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่าง ยั่งยืนประหยัดพลังงาน รวมถึงการคิดวิธีการทำงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สรุปผลการดำเนินงานปี 2562

1. กิจกรรม “สืบสานประเพณีลงแขกดำนา” บ้านมะกะโท วันที่ 3 สิงหาคม 2562 ณ แปลงนาสาธิตโครงการป่าครอบครัว “บ้านมะกะโท” ต.ทุ่งโพธิ์ อ.นาดี จ.ปราจีนบุรี

วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
โครงการป่าครอบครัว “บ้านมะกะโท” โดยมูลนิธิเอ็นไอเอฟ ร่วมกับ บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด บริษัท พรีเมียร์ โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) และ คณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ จัดกิจกรรม “สืบสานประเพณีลงแขกดำนา” ในพื้นที่แปลงนาสาธิต ซึ่งเป็นพื้นที่โครงการป่าครอบครัว “บ้านมะกะโท” เพื่อเป็นพื้นที่ที่สร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมสร้างประโยชน์ร่วมกันทั้งองค์กรและชุมชน รวมถึงเป็นแหล่งเกษตรธรรมชาติให้กับชุมชน	▶ โครงการป่าครอบครัว “บ้านมะกะโท” เตรียมพื้นที่ทำนา โดยได้หว่านเมล็ดข้าว เพื่อเพาะต้นกล้า โดยเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม ได้มีการดำนาร่วมกัน ผู้เข้าร่วมประกอบด้วยชุมชน ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร พนักงานกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว ▶ พื้นที่แปลงนาดังกล่าวได้ดำเนินการตามแผนการพัฒนาพื้นที่โครงการป่าครอบครัวฯ ทำเป็นแปลงนาสวน โดยในปี 2563 จะขยายคันนาให้มีความกว้างเพื่อให้สามารถปลูกไม้ผลและพืชชนิดอื่น ๆ ในแปลงนาได้	▶ ภาคีเครือข่าย ทั้งจากภาคราชการ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา ภาคสังคม และภาคประชาชน ร่วมกิจกรรมกว่า 160 คน ร่วมกันปลูกข้าวแบบปักดำ (ข้าวไรซ์เบอร์รี่) จำนวน 2 ไร่ และแบบนาหว่าน (ข้าว กข.43 และ ข้าวหอมมะลิแดง) จำนวน 5 ไร่ เป็นการทดลองปลูกข้าวโดยไม่ใช้สารเคมี รวมถึงการศึกษา วิจัยการแตกกอ การออกรวงเพื่อเป็นข้อมูลในการปลูกปีต่อไป เป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับชาวบ้านและชุมชน พร้อมกับสืบสานรักษาวัฒนธรรมของชาวไทยในสมัยโบราณ รวมถึงประยุกต์การทำนาในปัจจุบันเข้าด้วยกัน



ภาพกิจกรรมสืบสานประเพณีลงแขกดำนา

2. กิจกรรม “ลงแขกเกี่ยวข้าว เรียนรู้วิถีชาวนา” บ้านมะกะโท วันที่ 7 ธันวาคม 2562 ณ แปลงนาสาธิตโครงการป่าครอบครัว “บ้านมะกะโท” ต.ทุ่งโพธิ์ อ.นาดี จ.ปราจีนบุรี

วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
โครงการป่าครอบครัว “บ้านมะกะโท” โดยมูลนิธิเอ็นไอเอฟ ร่วมกับ บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด บริษัท พรีเมียร์ โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) และ คณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ จัดกิจกรรม “สืบสานประเพณีลงแขกเกี่ยวข้าว เรียนรู้วิถีชาวนา” บนพื้นที่กว่า 5 ไร่ กับ 4 ฐานกิจกรรม โดยมีผู้บริหาร พนักงานกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ และชาวบ้านชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงเข้าร่วมงาน	ชาวไรซ์เบอร์รี่ ที่ชุมชน ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร พนักงานกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ได้ลงแรงปลูกไว้ร่วมกัน สามารถเก็บเกี่ยว ผลผลิตได้แล้วในเดือนธันวาคม คณะทำงานฯ จึงจัดงาน “ลงแขกเกี่ยวข้าว เรียนรู้วิถีชาวนา” บนพื้นที่กว่า 5 ไร่ กับ 4 ฐานกิจกรรม โดยมีผู้บริหาร พนักงานกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ และชาวบ้านชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงเข้าร่วมงาน	ภาคีเครือข่าย ทั้งจากภาคราชการ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา ภาคสังคม และภาคประชาชน มาร่วมกิจกรรมกันกว่า 200 คน ซึ่งผลผลิตจากการทำนาในรอบนี้ โครงการป่าครอบครัว “บ้านมะกะโท” ได้ทำการเก็บข้อมูล พบว่า แปลงข้าว 1 ไร่ จากการปักดำแบบต้นเดี่ยว ระยะห่างประมาณ 40 เซนติเมตร ทำให้มีต้นข้าวแตกกอได้ดี โดยแตกกอได้รวมกันกว่า 9,600 ต้น มีผลผลิต 664 กิโลกรัม และมีต้นทุนการผลิต 700 บาทต่อไร่ (ไม่นับต้นทุนในการไถ และการดีเทือกนา)



ภาพกิจกรรมลงแขกเกี่ยวข้าว เรียนรู้วิถีชาวนา

3. กิจกรรม “Plastic Bag Free”

วันที่ 18 ธันวาคม 2562 ณ ลานพิกุล อาคารพรีเมียร์คอร์ปอเรตพาร์ค

วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
ตามนโยบายการ ‘งด’ ให้และใช้ถุงพลาสติก ของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ทส.) เริ่มต้นวันที่ 1 มกราคม 2563 ทางคณะทำงานคุณค่าหลักด้านสิ่งแวดล้อม กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ ร่วมกับมูลนิธิเอ็นโหลฟ จึงจัดงาน “Plastic Bag Free” เพื่อ 1. รณรงค์ให้ ผู้บริหารและพนักงานกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก 2. สร้างความตระหนักรู้ในเรื่องการดูแลสิ่งแวดล้อมใกล้ตัว ที่สามารถเริ่มต้นได้จากการแยกขยะภายในสำนักงาน 3. เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีพฤติกรรมแยกขยะอย่างถูกวิธี	กิจกรรมในงานมีดังนี้ 1. กิจกรรม Trash is all around กิจกรรมการเรียนรู้ผ่านเกมส์ ที่สามารถลงมือคัดแยกขยะที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันให้ถูกวิธี 2. กิจกรรมแยกแล้วไปไหน ฐานเรียนรู้ที่แสดงให้เห็นว่าขยะที่แยกอย่างถูกวิธีสามารถนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างประโยชน์ต่อสังคมได้ เช่น หมอนจากหลอดพลาสติกเพื่อผู้ป่วยติดเตียง และ Eco Brick จากขยะพลาสติกสามารถนำไปสร้างเป็นผนังหรือกำแพง 3. การจัดงาน “Plastic Bag Free” ได้นำ Eco Event ตามโครงการ Care the Bear ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่คำนวณเรื่องการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อนจากการจัดงาน โดยได้คำนวณการลดใช้แก้วพลาสติกกระดาษ และการใช้ไฟฟ้าภายในงาน ร่วมมือกับกาแฟมีวนาในการลดแก้วพลาสติก หรือการลงทะเบียนเพื่อรับถุงผ้า Plastic Bag Free ใช้วิธีลงทะเบียนผ่าน QR Code	▶ พนักงานและผู้บริหารกลุ่มบริษัทพรีเมียร์เข้าร่วมกิจกรรมประมาณ 200 คน กิจกรรมที่เข้าร่วม ได้แก่ กิจกรรม Trash is all around ที่เรียนรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะอย่างถูกต้อง และ เข้าร่วมกิจกรรมแยกแล้วไปไหน โดยทำหมอนจากหลอดพลาสติกเพื่อผู้ป่วยติดเตียง



ภาพกิจกรรมงาน Plastic Bag Free

4. การประชุมหารือถึงแนวทางป้องกันปัญหาด้านการจราจรและความปลอดภัยอันเกิดจากการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าสายสีเหลือง (ลาดพร้าว - สำโรง)

วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
เนื่องจากการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าสายสีเหลือง (ลาดพร้าว - สำโรง) ได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยของพนักงานบริษัทและผู้อยู่อาศัยในชุมชนบริเวณเขตการก่อสร้าง ในฐานะที่เป็นกลุ่มบริษัทที่ตั้งอยู่ในแนวรถไฟฟ้าสายสีเหลือง กลุ่มบริษัทพรีเมียร์จึงขอเสนอให้จัดตั้งคณะกรรมการในการดูแลผลกระทบที่เกิดขึ้น เพื่อรวบรวมผู้แทนของบริษัทเอกชนและผู้แทนชุมชนบนถนนศรีนครินทร์ ประสานความร่วมมือกับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย (รฟม.) บริษัท ชีโน-ไทย เอ็นจีเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) ผู้ดำเนินการก่อสร้างงานโยธาโครงการฯ บริษัท อีสเทิร์น บางกอก โมโนเรล จำกัด ผู้รับสัมปทาน เพื่อร่วมกันกำหนดแนวทางป้องกันปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยอันเกิดจากการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าสายดังกล่าว	กำหนดให้มีการประชุมร่วมกัน เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน 2561 เพื่อหารือแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน ประกอบด้วย ผู้แทนบริษัทเอกชนจาก กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ บริษัท พาราไดซ์ พาร์ค จำกัด บริษัท ซีคอน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ผู้แทนจากสถานีตำรวจนครบาล ประเวศที่รับผิดชอบงานด้านการจราจร และ บริษัท ชีโน-ไทย เอ็นจีเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) กลุ่มบริษัทที่ปรึกษา PCYL บริษัท อีสเทิร์น บางกอก โมโนเรล จำกัด ในฐานะผู้รับผิดชอบในการก่อสร้างงานโยธาของโครงการรถไฟฟ้าฯ	▶ เกิดการหารือร่วมกันถึงแนวทางแก้ไขผลกระทบที่เกิดจากดำเนินงานรื้อย้ายระบบสาธารณูปโภคและการปิดการจราจรบนถนนศรีนครินทร์ร่วมกับตำรวจจราจรในพื้นที่ ▶ กำหนดมาตรการดำเนินการร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหการจราจร ▶ หารือกับผู้เกี่ยวข้องในดำเนินการเพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ▶ ประสานกับ รฟม. และ กทม. เกี่ยวกับรายละเอียดการก่อสร้างสะพานข้ามแยกพรีเมียร์

คณะทำงานด้านสังคม มีพันธกิจในการปลูกจิตสำนึกด้านการเป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม (Active Citizen) ให้แก่พนักงาน เพื่อนำไปสู่การสร้าง ความเท่าเทียม ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม โดยปี 2562 ได้มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเป็น ผู้ให้และสังคมแห่งการแบ่งปันระหว่างพนักงานในกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ พร้อมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ และสนับสนุน การดำเนินงานของสายงานพัฒนาความยั่งยืนในสังคม เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

สรุปผลการดำเนินงานปี 2562

1. โครงการวัน D-Day

วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนการมีส่วนร่วมระหว่างพนักงานและสายงานพัฒนาความยั่งยืนทางสังคมและภาคี เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมและรับสมัครอาสาสมัครเพิ่มเติม เพื่อร่วมงาน Good Society Expo (GSE)	ดำเนินงานร่วมกับคณะทำงานโครงการ เทศกาลทำดีหวั่นผล (Good Society Expo) เพื่อเปิดโอกาสให้มูลนิธิโครงการและภาคีภาคสังคม ได้แก่ โครงการร้านปันกัน มูลนิธิยุวพัฒน์ มูลนิธิเอ็นโหล งาน Good Society Expo 2019 (GSE)องค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) มูลนิธินวัตกรรมทางสังคม เครือข่ายจิตอาสา งานเดินวิ่งส่งน้องเรียนครั้งที่ 5 และโครงการ Food-4Good ได้นำเสนอข้อมูลการดำเนินงานของหน่วยงานผ่านการออกบูธกิจกรรม และมีการถ่ายทอดสดผ่านช่องทาง Social media ภายในองค์กร เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างมีส่วนร่วม กับพนักงานในทุกพื้นที่ปฏิบัติงานต่อไป โดยพนักงานสามารถเป็นการร่วมอาสา งาน GSE หรืออาสาเพื่อสนับสนุนงาน หน่วยงานนั้น ๆ ได้	▶ พนักงานและผู้บริหารเข้าร่วมกิจกรรมประมาณ 150 คน ▶ เกิดการมีส่วนร่วมจากพนักงานลงทะเบียนร่วมกิจกรรมอาสา กับโครงการเพื่อสังคมและมูลนิธิที่มาร่วมงานจำนวน 71 คน ▶ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจบทบาทการทำงาน จิตอาสาเพื่อร่วมพัฒนาสังคมมากขึ้น



ภาพกิจกรรมงานวัน D-Day

2. โครงการวันลาภิจเพื่อพัฒนาสังคม

วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
คณะทำงานคุณค่าหลักด้านสังคม เล็งเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการพัฒนา และแก้ไขปัญหาสังคมต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย และเพื่อเป็นการลดข้อจำกัดด้านเวลา ความแตกต่างด้านพื้นที่ พลังงานและปฏิบัติงาน ตลอดจนทักษะความสามารถของพนักงานที่มีความแตกต่างและหลากหลาย คณะทำงานฯ จึงได้มีส่วนเสนอและผลักดันให้เกิดนโยบาย “การลาภิจเพื่อพัฒนาสังคม” ที่อนุญาตให้พนักงานสามารถใช้วันลาภิจในการร่วมพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคม	นำเสนอการพิจารณาการลาภิจเพื่อพัฒนาสังคมเพิ่มเติมจากวันลาภิจปกติ โดยพนักงานสามารถใช้สิทธิการลาภิจที่ปัจจุบันได้รับไม่เกินปีละ 7 วันทำงานในรอบ 1 ปีปฏิทินเพื่อเข้าร่วมพัฒนาสังคม โดยมีหลักการและแนวปฏิบัติในการลาภิจ เพื่อเข้าร่วมป้องกันและแก้ไขปัญหาสังคมด้านต่าง ๆ คือ ด้านการศึกษาของเด็กและเยาวชน ด้านสุขภาวะของเด็ก ด้านการทุจริตคอร์รัปชัน ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และเป็นกิจกรรมที่เข้าร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภายในและภายนอกกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ที่สามารถออกเอกสารยืนยันการเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ๆ ได้	▶ มีการจัดกิจกรรมวัน D-Day เพื่อประชาสัมพันธ์รายละเอียดการลาภิจเพื่อพัฒนาสังคม และเชิญชวนโครงการเพื่อสังคม และมูลนิธิต่าง ๆ มาประชาสัมพันธ์งานกิจกรรมที่ต้องการอาสาสมัครในด้านต่าง ๆ ที่พนักงานสามารถมีส่วนร่วมได้ ▶ กลุ่มบริษัทพรีเมียร์มีการประกาศนโยบายวันลาภิจเพื่อสังคมและมีการประชาสัมพันธ์ให้พนักงานทราบโดยทั่วกัน

คณะทำงานด้านธรรมาภิบาล มีพันธกิจในการผลักดันกิจกรรมที่ส่งเสริมความมีธรรมาภิบาลให้กับกลุ่มบริษัทพีเอ็มเอ ด้วยกลยุทธ์การนำนโยบายใกล้ตัวจากคู่มือธรรมาภิบาลของกลุ่มบริษัทพีเอ็มเอมาขยายผล กำหนดกระบวนการสื่อสารและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนให้พนักงานได้รับทราบและยึดถือปฏิบัติ รวมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

การดำเนินงานปี 2562

1. โครงการนโยบายเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมือง

วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
สร้างการรับรู้นโยบายของกลุ่มบริษัทพีเอ็มเอและสนับสนุนให้พนักงานไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง	รณรงค์สื่อสารนโยบายเป็นกลางทางการเมืองของกลุ่มบริษัทพีเอ็มเอ และเชิญชวนสนับสนุนให้พนักงานไปใช้สิทธิ์ในการเลือกตั้ง	พนักงานเกิดการรับรู้ในนโยบายการใช้สิทธิ์ในการเลือกตั้ง ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ภายในองค์กร

2. โครงการนโยบายการไม่ให้เป็นของขวัญในช่วงเทศกาลปีใหม่

วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
เพื่อประกาศเจตนารมณ์ของกลุ่มบริษัทพีเอ็มเอในการสร้างการรับรู้ที่ชัดเจนหรือรับของขวัญในรูปแบบใด ๆ ที่เป็นเงินสดกับผู้ทำธุรกิจกับกลุ่มบริษัทพีเอ็มเอ เว้นแต่การให้หรือรับของขวัญที่อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้ทำธุรกิจกับกลุ่ม โดยไม่หวังที่จะได้รับการบริการหรือสิ่งตอบแทนโดยเฉพาะเจาะจงที่ไม่ถูกต้องตามหลักจรรยาบรรณ รวมถึงการไม่ให้และไม่รับของขวัญที่เกินมูลค่าที่เหมาะสมในรูปแบบของค่านายหน้าเงินกู้ยืม ส่วนแบ่งกำไรในหุ้น หรือสิ่งอื่นที่มีลักษณะทำนองเดียวกันและนำไปใช้ในทุกสายธุรกิจ	สื่อสารรณรงค์ทั้งในระดับสายธุรกิจและระดับพนักงานเพื่อสร้างการรับรู้แนวปฏิบัติของกลุ่มบริษัทพีเอ็มเอ รวมถึงขยายการรับรู้ไปยังคู่ค้า ลูกค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ	เกิดการรับรู้และการปฏิบัติตามแนวนโยบายเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสในกลุ่มลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสร้างสังคมยั่งยืนต่อไป



3. โครงการการอบรมสัมมนาให้ความรู้เรื่องต่อต้านคอร์รัปชัน

วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
ให้ความรู้และปลูกฝังพนักงานเรื่องการร่วมต่อต้านคอร์รัปชัน	จัดงานสัมมนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยวิทยากรที่เชี่ยวชาญงานเสริมสร้างธรรมาภิบาลและงานต่อต้านคอร์รัปชัน	พนักงานและผู้บริหารเข้าร่วมงานสัมมนาจำนวน 167 คน จากทุกสายธุรกิจ จากผลสำรวจพบว่าพนักงานมีความเข้าใจเนื้อหาการสัมมนาและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตจริง



ภาพกิจกรรมการอบรมสัมมนาให้ความรู้เรื่องต่อต้านคอร์รัปชัน

คณะทำงานด้านอยู่ดีมีสุข มีพันธกิจในการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้ด้านการดูแลสุขภาพทางร่างกาย และสุขภาพทางการเงินในด้านต่าง ๆ อย่างครบถ้วน รวมถึงการณรงค์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้พนักงานสามารถนำไปปฏิบัติ โดยเน้นการผสมผสานความรู้ทั้งจากภายในสายธุรกิจต่าง ๆ และภายนอกองค์กรเพื่อให้เกิดเป็นโครงการที่เกิดผลสูงสุดด้านความอยู่ดีมีสุขแก่พนักงาน รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมกับพนักงานผ่านกิจกรรม งานสัมมนา และอบรมสร้างความรู้เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้ พัฒนา และนำไปปฏิบัติได้ด้วยตนเอง

การดำเนินงานปี 2562

1. การอบรมเรื่องส่งเสริมอาชีพก่อนเกษียณ

วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
▶ เพื่อเสริมทักษะให้พนักงานสามารถประกอบอาชีพหลังเกษียณอย่างมีคุณภาพ ▶ เพื่อให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับหลักการ วิธีการ การวางแผนดำเนินธุรกิจส่วนตัวให้สามารถอยู่รอด มั่นคง และเติบโต ▶ เพื่อให้พนักงานได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวคิดประสบการณ์กับวิทยากรและผู้เข้ารับการอบรมเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป	▶ จัดงานสัมมนาโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านให้กับพนักงานในทุกสายธุรกิจต่อเนื่องตลอดปี 2562	▶ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในหลักการ วิธีการ และการวางแผนดำเนินธุรกิจส่วนตัว ▶ พนักงานสามารถนำหลักการ วิธีการ ประสบการณ์จากวิทยากร มาเป็นแนวคิดและนำไปใช้ได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพกิจกรรมการอบรมเรื่องส่งเสริมอาชีพก่อนเกษียณ

2. การอบรมเรื่องรู้รอบด้านประกันภัย

วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
▶ เพื่อให้พนักงาน มีความรู้ ความเข้าใจ เรื่องการประกันภัยประเภทต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในชีวิต เช่น การประกันสุขภาพ การประกันอัคคีภัย การประกันเดินทาง การประกันชีวิต การประกันภัยรถยนต์ การประกันอุบัติเหตุ ▶ เพื่อให้พนักงานสามารถเลือกประกันภัยในรูปแบบที่เหมาะสมกับตัวเอง เกิดประโยชน์ต่อตัวเองและครอบครัว	▶ จัดอบรมโดยเชิญชวนวิทยากรผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้กับพนักงานในทุกสายธุรกิจต่อเนื่องตลอดปี 2562	▶ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ เรื่องการประกันภัยประเภทต่าง ๆ มากขึ้น ▶ พนักงานสามารถวางแผนการทำประกันให้เหมาะสมกับความต้องการ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อตัวพนักงานและครอบครัว ▶ พนักงาน ทราบวิธีการ และปฏิบัติได้ ถูกต้องกรณีเกิดความเสียหาย หรือเจ็บป่วย ▶ เกิดความร่วมมือร่วมมือกับ คู่ค้าทางธุรกิจของ บริษัท พรีเมียร์โบรคเคอร์เรจ จำกัด ที่มาร่วมให้ความรู้และความเข้าใจเรื่องการประกันประเภทต่าง ๆ ที่พนักงานสามารถเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสม



ภาพกิจกรรมอบรมรู้รอบด้านประกันภัย

3. โครงการจัดการหนี้สิน เพื่ออสิสภาพทางการเงิน

วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
▶ เพื่อให้พนักงานได้สำรวจถึงสินทรัพย์ และหนี้สินเพื่อให้อำนาจการบริหารหนี้สินเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ▶ เพื่อให้เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการหนี้สินอย่างถูกวิธี ▶ เพื่อให้พนักงานได้แนวทาง หลักการ และความรู้เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการเงินเพื่อบรรลุ อสิสภาพทางการเงิน	▶ จัดอบรมโดยเชิญชวนวิทยากรผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้กับพนักงานในทุกสายธุรกิจต่อเนื่องตลอดปี 2562	▶ พนักงานสามารถตรวจสอบสถานะการเงินของตนเองได้ ▶ พนักงานทราบถึงแนวทาง และวิธีการบริหารจัดการหนี้สิน ▶ พนักงานสามารถจัดการหนี้สินด้วยวิธีการที่ถูกต้อง และนำไปสู่การปลดหนี้ได้ด้วยตัวเอง



ภาพกิจกรรมอบรมการจัดการหนี้สินเพื่ออสิสภาพทางการเงิน

4. โครงการบริหารเงินออม สู่การลงทุนอย่างมีค้ำยังยืน

วัตถุประสงค์	กลยุทธ์	ผลลัพธ์
▶ เพื่อให้ความรู้และเครื่องมือเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงิน โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการทางการเงินอย่างถูกต้อง รวมถึงการวางแผนภาษี การออม การลงทุน และความเสี่ยงต่าง ๆ ▶ สร้างทัศนคติที่ดีต่อการออมและการลงทุน เพื่อวางแผนและจัดการด้านการเงินอย่างถูกต้อง สามารถนำไปใช้ให้เห็นผลได้	▶ จัดอบรมโดยเชิญชวนวิทยากรผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้กับพนักงานในทุกสายธุรกิจต่อเนื่องตลอดปี 2562	▶ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ และมีความมั่นคงทางการเงินเพิ่มขึ้น ▶ พนักงานมีความเข้าใจในการวางแผนภาษี การออม การลงทุน และความเสี่ยงต่าง ๆ ในด้านการเงินที่เกี่ยวข้องกับตนเองมากขึ้น ▶ พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการออมและการลงทุน สามารถนำไปใช้บริหารจัดการด้านการเงินอย่างถูกต้องให้เห็นเป็นรูปธรรมได้



ภาพกิจกรรมการอบรมบริหารเงินออม สู่การลงทุนอย่างมีค้ำยังยืน

5. การเชื่อมต่อโครงการกองทุนไม่แบ่งดูดย

คณะทำงานด้านความอยู่ดีมีสุขได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการพัฒนาโครงการกองทุนไม่แบ่งดูดยที่เป็นอีกหนึ่งพันธกิจในการส่งเสริมให้พนักงานกล้าคิดกล้าแสดงออกเพื่อพัฒนาสิ่งต่าง ๆ รอบตัวให้ ดีขึ้น โดยพนักงานสามารถเสนอโครงการที่ต้องการดำเนินการและสร้างการเปลี่ยนแปลง ให้กับพนักงานให้มีความครอบคลุมและต่อยอดให้โครงการนั้น ๆ ขยายวงกับพนักงานมากขึ้น โดยในปี 2562 ได้เข้าไปเชื่อมต่อโครงการส่งเสริมอาชีพหลังเกษียณอายุของคุณจิณณะ เสริมสิริพันธ์ พนักงานบริษัทพรีเมียร์ โปรดัคส์ จำกัด (มหาชน) โดยคณะทำงานได้จัดอบรมเสริมความรู้เรื่องการทำอาชีพอย่างไรให้อยู่รอด เพื่อเป็นการต่อยอดและเสริมทักษะด้านการประกอบอาชีพให้กับพนักงาน

งานเทศกาลทำดีหวังผล เชื่อมต่องานภาคสังคม-เอกชน ปลูกฝังพลังพลเมืองจิตอาสา

งานเทศกาลทำดีหวังผล (Good Society Expo) เป็นหนึ่งในกิจกรรมของสายงานพัฒนาความยั่งยืนของสังคมที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เป็นกลไกที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายที่มุ่งเน้นงานพัฒนาความยั่งยืนทุกภาคส่วน ทั้งภาคสังคม ภาคธุรกิจ และภาครัฐ เพื่อสนับสนุนให้เกิดพลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม (Active Citizen) และเชิญชวนประชาชนทั่วไป และพนักงาน ได้มีส่วนร่วมแก้ปัญหาสังคมในประเด็นต่าง ๆ ตามความสนใจและความถนัด

จากจุดเริ่มต้นความร่วมมือระหว่างมูลนิธิเพื่อคนไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) และศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจย่านราชประสงค์ ที่ริเริ่มงาน “คนไทยขอมือหน่อย” ครั้งแรกเมื่อปี 2556 ได้ขยายวงสู่ความร่วมมือที่กว้างขึ้น โดยในปี 2562 งาน Good Society Expo จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 6 ภายใต้ธีมงาน “รวมหนึ่งแรงเป็นล้านพลัง” จัดขึ้นระหว่างวันที่ 10-13 ตุลาคม 2562 ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เกิดความร่วมมือระหว่างองค์กรเพื่อสังคมกว่า 100 องค์กร ผู้ขับเคลื่อน 5 ประเด็นหลัก ต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน เด็กและเยาวชน สิ่งแวดล้อม คนพิการ และคุณภาพชีวิตระยะสุดท้าย พร้อมองค์กรตัวกลางที่เป็นช่องทางการให้ ทั้ง “เทใจ ปั่นกัน ฟู้ดฟอร์กู๊ด โซเชียลกีฟเวอร์ เครือข่ายจิตอาสา และชุมชนมีวินา ร่วมจัดงาน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ยังได้มีการเชิญชวนคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ รวม 25 องค์กร 66 ท่าน ร่วมกิจกรรมทั่วรั้วภาคสนาม เพื่อเรียนรู้และทำความรู้จักโครงการเพื่อสังคมในประเด็นที่ตรงกับความสนใจของแต่ละองค์กรเกิดการเชื่อมต่อการทำงานร่วมกันในอนาคต

อีกส่วนงานหนึ่งที่ขาดไม่ได้คือการเปิดโอกาสให้พนักงานได้ทำงานจิตอาสาและมีส่วนร่วมในงานเทศกาลทำดีหวังผลนี้ได้ตามความถนัด โดยมีพนักงานและผู้บริหารจากทุกสายธุรกิจร่วมเป็นอาสาสมัครรวม 70 คน ทำงานในหน้าที่ต่าง ๆ เช่น อาสาสมัครต้อนรับให้กับนักธุรกิจคู่ค้า อาสาสมัครให้คำปรึกษาแก่เยาวชน ประจำพื้นที่งานเพื่อแนะนำงานให้กับผู้เข้าร่วมงานทั่วไป เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ตรงกับนโยบายที่กลุ่มบริษัทตั้งใจจะปลูกฝังคุณค่าหลักขององค์กรในการคำนึงถึงประโยชน์ร่วมกันและการสร้างความร่วมมือไม่ร่วมมือ และปลูกฝังจิตสำนึกของความรับผิดชอบต่อสังคมและการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคมให้อยู่ในตัวพนักงาน



ร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

ในฐานะที่กลุ่มบริษัทพรีเมียร์เป็นหนึ่งในองค์กรที่ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Thailand's Private Sector Collective Action against Corruption: CAC) บริษัทฯ มุ่งเน้นการประกอบธุรกิจบนพื้นฐานธรรมาภิบาลอันดี มีความรับผิดชอบและความโปร่งใส รวมถึงต้องเป็นการสร้างคุณค่าสู่ธุรกิจ พนักงาน และสังคมไปพร้อม ๆ กัน และสนับสนุนนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชันในทุกรูปแบบเพื่อร่วมกันสร้างมาตรฐานการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส

ในงานวันต่อต้านคอร์รัปชันซึ่งจัดขึ้นโดยองค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) เป็นการประกาศเจตนารมณ์การต่อต้านคอร์รัปชัน ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ในวันที่ 6 กันยายน 2562 ซึ่งแนวคิดการจัดงานปีนี้เป็นคือ “รวมพลัง อาสาสู้โกง” ณ อาคารภิรัช สอลล์ไบเทคบางนา กลุ่มบริษัทพรีเมียร์ได้เชิญชวนพนักงานและผู้บริหารเข้าร่วมงานเพื่อแสดงพลังของภาคธุรกิจ กระตุ้นให้พนักงานพรีเมียร์เกิดความตระหนักถึงพลังและบทบาทของตนเองในการร่วมกันป้องกันการคอร์รัปชัน ในงานสัมมนามีการแนะนำเครื่องมือสนับสนุนการป้องกันคอร์รัปชันที่หลากหลาย เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการข้อมูล เพื่อสร้างความโปร่งใสในกระบวนการทำงาน การร่วมเป็นหูเป็นตาแชร์ข้อมูลผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียเพื่อป้องกันการกระทำที่อาจเกิดการทุจริตคอร์รัปชัน เป็นต้น





สร้างคุณค่าเพื่อ
สังคมยั่งยืน

สร้างคุณค่าเพื่อ สังคมยั่งยืน

ภายใต้การดำเนินงาน บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ให้ความสำคัญกับการดูแล ส่งเสริม โดยคำนึงถึงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยดำเนินผ่านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ดังนี้

- ▶ โครงการ “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง”
- ▶ โครงการ ทำน้ำหมักชีวภาพและปลูกผักไฮโดรโปนิคส์ เพื่อเป็นมิตรกับโรงเรียนและชุมชน

โครงการ “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง”

บริษัท พี.एम.ฟู๊ด จำกัด (PMF) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้นำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม จากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) ไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ของบริษัทในแต่ละปี โดยพิจารณาโครงการต่าง ๆ จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อมาจัดทำโครงการ ตามแนวทาง CSR-DIW Continuous ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่ง พี.एम.ฟู๊ด ได้รับรางวัลมาต่อเนื่อง 7 ปี ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ พี.एम.ฟู๊ด เลือกลงมาดำเนินการก็คือชุมชน โดยร่วมกับชุมชนจัดทำโครงการต่าง ๆ ตามความต้องการของชุมชน โดยตั้งแต่ปี 2556 - 2560 ได้ร่วมกับชุมชนจัดทำโครงการ “โรงอาหารเพื่อน้อง” ตามความสามารถหลัก (Core Competency) ของ พี.एम.ฟู๊ด ที่มีทักษะการบริหารจัดการสู่ลักษณะด้านการผลิตอาหาร โดยในการทำโครงการโรงอาหารเพื่อน้องมากกว่า 5 ปี ได้สนับสนุนโรงเรียนในละแวกชุมชนที่พนักงานของบริษัทอาศัยอยู่ 10 โรงเรียน และดำเนินการเกือบครบทุกโรงเรียน และตั้งแต่ปี 2561 - 2562 จากการประชุมสานเสวนากับชุมชน สรุปความต้องการที่อยากได้รับการสนับสนุนของโรงเรียนคือการสนับสนุนด้านคอมพิวเตอร์ สมาร์ททีวีติดตามห้อง อินเทอร์เน็ตภายในโรงเรียน โดยในด้านสมาร์ทีวีตรงกับความต้องการของกระทรวงศึกษาธิการ ที่ต้องการให้เพิ่มช่องทางการเรียนการสอนผ่านอินเทอร์เน็ตที่มากขึ้น บริษัทจึงทำโครงการ “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง”

โดยโครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อให้คณะครู นักเรียน ได้เข้าถึงสื่อการเรียนการสอน ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ และสื่อการเรียนการสอนทางอินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทีวี
2. เพื่อส่งเสริมความรู้ให้นักเรียนนอกเหนือจากตำราเรียน
3. เพื่อให้คณะครู นักเรียน สามารถเข้าถึงสื่อการเรียนการสอนได้ในหลายช่องทาง

แนวทางการดำเนินโครงการ

- ▶ พิจารณาคัดเลือกโรงเรียนในชุมชนที่พนักงานอาศัยอยู่ปีละ 2 โรงเรียน โดยให้พนักงานนำเสนอโรงเรียนเข้ามา และมีคณะกรรมการที่เป็นตัวแทนพนักงานทำการจับฉลากเลือกโรงเรียนที่เสนอเข้ามา
- ▶ จัดสรรงบประมาณ โรงเรียนละ 100,000 บาท รวมปีละ 200,000 บาท

ในปี 2562 จัดทำโครงการโรงอาหารเพื่อน้อง 2 โรงเรียน ได้แก่โรงเรียนวัดโคกอุดมและโรงเรียนนิคมสหกรณ์บ้านคลองปลาตุกลาย ซึ่งนอกจากการสานเสวนากับคณะกรรมการศึกษาของโรงเรียนเพื่อพิจารณาความต้องการของโรงเรียนแล้ว ยังได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงานทั้ง อบต. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน Supplier พนักงาน ชาวบ้านในพื้นที่ โดยได้ทำการติดตั้งและเดินสายอินเทอร์เน็ตภายในโรงเรียนเพื่อกระจายสัญญาณอินเทอร์เน็ตไปทุกห้องเรียน และติดตั้งสมาร์ทีวีในห้องเรียนให้กับทั้ง 2 โรงเรียน

โครงการ ทำน้ำหมักชีวภาพและปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ เพื่อเป็นมิตรกับโรงเรียนและชุมชน

บริษัท พรีเมียร์แคนนิงอินดัสตรี จำกัด ซึ่งได้นำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ของบริษัทในแต่ละปี โดยพิจารณาโครงการต่าง ๆ จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในรัศมี 5 กิโลเมตร เพื่อมาจัดทำโครงการตามแนวทาง CSR - DIW Continuous ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักก็คือโรงเรียนและชุมชน ทางบริษัทฯ จึงได้จัดทำโครงการ “ทำน้ำหมักชีวภาพและปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ เพื่อเป็นมิตรกับโรงเรียนและชุมชน” ซึ่งพนักงานบริษัท พรีเมียร์แคนนิงอินดัสตรี จำกัด มีความรู้ในการทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษปลา และการปลูกผักในโรงเรียน โดยโครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ความรู้และสอนวิธีการทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษหัว หน้าง ก้าง ไล่ ของโรงงานและการปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ให้กับนักเรียน
2. เพื่อนำผักปลอดสารพิษมาทำอาหารสำหรับนักเรียน และลดรายจ่ายค่าอาหารกลางวันของโรงเรียน

แนวคิดเพื่อความยั่งยืน

บริษัท พรีเมียร์แคนนิงอินดัสตรี จำกัด โดยโรงงานตั้งล้อมรอบด้วยโรงเรียนและชุมชน ซึ่งผู้บริหารมีนโยบายให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม จึงได้มีการสำรวจและประเมินผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อจัดทำโครงการที่เป็นมิตรกับโรงเรียนและชุมชน โดยนำโครงการทำน้ำหมักชีวภาพและปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ ไปให้ความรู้และสอนวิธีการทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษหัว หน้าง ก้าง ไล่ และการปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ และนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติที่โรงเรียน บ้าน และชุมชน เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

แนวทางในการปฏิบัติ

1. พิจารณาคัดเลือกโรงเรียนในชุมชนที่ตั้งล้อมรอบโรงงานในรัศมี 5 กิโลเมตรโดยให้คณะทำงานที่เป็นตัวแทนพนักงานร่วมสำรวจโรงเรียนและทำการคัดเลือก
2. ทำการสานเสวนากับทางโรงเรียนในชุมชนเพื่อจัดทำโครงการ
3. ทำการปรับปรุงโรงเรียนสำหรับปลูกผักปลอดสารพิษ
4. ให้ความรู้และสอนวิธีการทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษหัว หน้าง ก้าง ไล่ และการปลูกผักไฮโดรโปนิกส์
5. นำผักที่ได้จากการปลูกมาทำอาหารกลางวันเลี้ยงเด็กนักเรียน



เป้าหมาย (KPI)

1. จัดอบรมให้ความรู้และสอนวิธีการทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษหัว หนั ง ก้าง ใ ส้ และการปลูกผักไฮโดรโปนิคส์ให้คุณครู และนักเรียนจำนวน 96 คน
2. นำผักมาทำอาหารสำหรับนักเรียน ลดค่าใช้จ่ายค่าอาหารกลางวันอย่างน้อย 600 บาท/มื้อ

ผลลัพธ์เมื่อเทียบกับเป้าหมาย (KPI)

1. คุณครูและนักเรียนจำนวน 96 คน มีความรู้ในการทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษหัว หนั ง ก้าง ใ ส้ และการปลูกผักไฮโดรโปนิคส์
2. นักเรียนมีอาหารกลางวันที่มีประโยชน์ และลดรายจ่ายค่าอาหารกลางวันอย่างน้อย 600 บาท/มื้อ



การพัฒนา ความยั่งยืนทางสังคม

การพัฒนาสังคมภายนอกองค์กรถือเป็นการดำเนินงานที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย ถือเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้การพัฒนาทางเศรษฐกิจหรือธุรกิจเป็นไปได้อย่างล่าช้าหรือไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร สายธุรกิจภายในได้กลุ่มบริษัทพีเอ็มวีจึงได้มีการสนับสนุนและดำเนินงานร่วมกับสายงานพัฒนาความยั่งยืนทางสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคมในบริบทต่าง ๆ พร้อมทั้งร่วมกันยกระดับให้ผู้มีส่วนได้เสียในสังคมภายนอกองค์กร สามารถเติบโตควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน ผ่านการดำเนินงานร่วมกันภาคีจำนวนมาก โดยครอบคลุมถึงปัญหาต่าง ๆ ดังนี้

ปัญหาความเหลื่อมล้ำ ทั้งในด้านการศึกษา ด้านการส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานผู้พิการ ไปจนถึงการส่งเสริมให้เด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ผ่านการสนับสนุนและดำเนินงานร่วมกับภาคีที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละประเด็น เพื่อให้สามารถลดปัญหาความเหลื่อมล้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

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

โดยสายงานพัฒนาความยั่งยืนทางสังคม ได้มีการดำเนินงานทั้งในรูปแบบของมูลนิธิและโครงการต่าง ๆ และมีผลการดำเนินงานดังนี้

- ▶ มูลนิธิยุวพัฒน์ โดยนอกเหนือจากนี้ ยังได้มีการดำเนินโครงการอื่น ๆ ภายใต้มูลนิธิยุวพัฒน์อีก 2 โครงการหลัก ได้แก่
 - ร้านปันกัน
 - โครงการ Food4Good
- ▶ มูลนิธิเพื่อคนไทย
- ▶ มูลนิธิเอ็นไลฟ์





วิสัยทัศน์

- เพื่อเยาวชนขาดโอกาส ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาและปลูกฝังเยาวชนในทางที่ดี
- เพื่อช่วยเหลือสังคม ด้วยการสนับสนุนภาคีที่ทำงานเพื่อสังคมในด้านต่างๆ โดยมุ่งหวังในการขยายผลสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีแก่สังคม
- เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของคนในสังคม องค์กรและภาคี ทั้งในรูปแบบของต้นทุนเงินและต้นทุนมนุษย์

พันธกิจ

1. ส่วนงานที่มูลนิธิฯ ดำเนินงานโดยตรง

- ให้อาสาสมัครได้มีโอกาสเรียนหนังสือและได้เข้าทางการศึกษาที่มีคุณภาพ
- สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างโรงเรียน และองค์กรภาคการศึกษาในด้านต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาและอัตราการออกจากระบบการศึกษาก่อนจบ ม.6/ ปวช. 3
- สนับสนุนการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมให้เกิดขึ้นในโรงเรียน
- สร้างระบบงานอาสาสมัครที่มีมาตรฐานเพื่อเปิดโอกาสให้คนในสังคมได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยกันแก้ไขปัญหาการศึกษาอย่างเป็นระบบและยั่งยืน
- ดำเนินงานโครงการที่เป็น platform เพื่อการขยายผล และสร้างการมีส่วนร่วมทางสังคม

2. ส่วนงานที่สนับสนุนภาคีเพื่อสังคมอื่นๆ

- ส่งเสริมและสนับสนุนภาคี/องค์กรที่ทำงานเพื่อสังคมในประเด็นต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีที่ส่งผลกระทบต่อสังคมวงกว้าง

งานของมูลนิธิ

1. งานที่มูลนิธิฯ ดำเนินงานโดยตรง

งานเพื่อการศึกษา



โครงการทุนการศึกษา “ส่งน้องเรียน สร้างเด็กดี”

- ให้ความช่วยเหลือนักเรียนที่ขาดโอกาสเป็นรายบุคคลด้วยการสนับสนุนทุนการศึกษาต่อเนื่องจนจบ ม.6 หรือ ปวช. 3

การดูแลและประคับประคองนักเรียนทุน

- ติดตามดูแลนักเรียนทุนโดยเจ้าหน้าที่มูลนิธิฯ และอาสาสมัครผ่านการคุยทางโทรศัพท์, การเขียนจดหมาย และสื่อออนไลน์
- ลงพื้นที่เยี่ยมติดตามนักเรียนทุน
- สื่อสารสร้างสรรคืพัฒนาสารจิตส่งให้กับนักเรียนทุน ปีละ 4 ฉบับ

งานเพื่อพัฒนาเยาวชน



โครงการ “รื้อยพลังการศึกษา”

- ร่วมเป็นหนึ่งในภาคีเครือข่ายของโครงการ “รื้อยพลังการศึกษา” เพื่อพัฒนาเยาวชน
- ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา
- ทำงานร่วมกับโรงเรียนในการขับเคลื่อนการใช้เครื่องมือ / สื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อนักเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน

งานเพื่อพัฒนาคุณธรรมในโรงเรียน



โครงการ “พัฒนาโรงเรียนคุณธรรม”

- เสริมสร้างคุณงามความดีให้เกิดขึ้นในโรงเรียน
- ลดพฤติกรรมไม่พึงประสงค์
- สร้างการมีส่วนร่วมของนักเรียน ครู ผู้บริหาร ผู้ปกครอง คณะกรรมการ สदनศึกษา และชุมชน

งานเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม



งานอาสาสมัคร

- สร้างการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือเด็กขาดโอกาสผ่านงานอาสาสมัครอย่างเป็นระบบ

งานเพื่อสร้างความร่วมมือและการระดมทุนเพื่อการศึกษา

- สร้างความร่วมมือและระดมทุนจากองค์กรและบุคคลทั่วไป

งานที่เป็น Platform เพื่อการระดมทุนและขยายผลทางสังคม

- กลไกสร้างการมีส่วนร่วมในรูปแบบการระดมทุนได้แก่ “โครงการร้านปันกัน” และ “โครงการ ฟู้ดฟอร์กู๊ด”

2. สนับสนุนภาคีเพื่อสังคมด้านต่างๆ

- นอกจากงานด้านการศึกษาแล้ว มูลนิธิฯ ยังได้ร่วมสนับสนุนภาคีที่ทำงานเพื่อสาธารณประโยชน์ ในการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาสังคมซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีในด้านต่างๆ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในงานการศึกษา



ผลลัพธ์

ภาพรวมในปี 2562... ขยายความร่วมมือเพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษาและพัฒนาสังคม

จากความร่วมมือและนำใจของคนในสังคมทำให้ในปี 2562 มูลนิธิยุวพัฒน์ สามารถช่วยเหลือเด็กขาดโอกาสให้ได้รับโอกาสและเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นทุกปี ในด้านการพัฒนาเยาวชน มูลนิธิฯ ร่วมกับภาคีเครือข่ายการศึกษาในโครงการ “ร้อยพลังการศึกษา” ขยายและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้เครื่องมือการเรียนการสอนในโรงเรียนขยายโอกาสและโรงเรียนมัธยม โดยในปีนี้ได้ขยาย “โครงการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม” เข้าสู่โรงเรียนเครือข่ายเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งเครื่องมือ ทั้งนี้มีจำนวนโรงเรียนในเครือข่ายร้อยพลังการศึกษา 84 โรงเรียน ใน 30 จังหวัด ด้านการสร้างการมีส่วนร่วม มูลนิธิฯ ได้พัฒนางานอาสาสมัคร เพิ่มโครงการ Student Volunteer สำหรับอาสาสมัครในระดับเยาวชน นักเรียน นักศึกษา และยังคงสนับสนุนการทำงานเพื่อสังคมร่วมกับภาคีในด้านต่างๆ



ผลลัพธ์ทางการศึกษา

โครงการทุนการศึกษา “ส่งน้องเรียน สร้างเด็กดี”

	2558	2559	2560	2561	2562
 จำนวนนักเรียน ขาดโอกาสในความ ดูแล (คน)	2,436	4,515	6,102	7,689	10,082
 เงินทุนการศึกษา ที่มอบให้ / ล้านบาท	19.5	35.3	43.6	61.8	70.5
 จำนวนสะสมเยาวชน ขาดโอกาสที่ได้รับทุน การศึกษา	กว่า 7,000 คน	กว่า 9,200 คน	กว่า 11,000 คน	กว่า 14,000 คน	กว่า 17,000 คน

โครงการร่อยปลั่งการศึกษา

	2558	2559	2560	2561	2562
 จำนวนโรงเรียนที่เข้าร่วม โครงการร่อยปลั่ง การศึกษา / โรงเรียน	4	22	52	82	84
 พื้นที่การดำเนินการ โครงการ / จังหวัด	2	15	26	30	30
 จำนวนภาคการศึกษา / องค์กร*	2	2	5	6	6
 เงินทุนสนับสนุน / ล้านบาท	2.3	12.2	35.2	44.7	78.3
 จำนวนนักเรียน ที่ได้รับประโยชน์	กว่า 700 คน	กว่า 6,000 คน	กว่า 14,000 คน	กว่า 15,000 คน	กว่า 15,000 คน

หมายเหตุ : ปี 2562 เน้นการขยายเพิ่มเครื่องมือ / สื่อการเรียนรู้ต่างๆ สู่โรงเรียนเดิมที่อยู่ในเครือข่าย

* ความร่วมมือของภาคีเครือข่ายการศึกษาในโครงการร่อยปลั่งการศึกษา ได้แก่ มูลนิธิยุวพัฒน์, Learn Education, Edutech Innovation (Winner English), a-chieve และ โครงการพัฒนาโรงเรียนคุณธรรม

ผลลัพธ์จากความร่วมมือและการมีส่วนร่วม

อาสาสมัคร 177 คน

ช่วยปรับแก้ข้อบกพร่องนักเรียน

กว่า 8,000 คน

รวมจำนวนชั่วโมงการทำงานของอาสาสมัคร

กว่า 2,400 ชั่วโมง



ผลลัพธ์จาก Platform การมีส่วนร่วมเพื่อการระดมทุน



สร้างการมีส่วนร่วมระดมทุนเพื่อการศึกษา

65.2 ล้านบาท

คิดเป็นทุนการศึกษา

9,332 ทุน



สร้างการมีส่วนร่วมระดมทุนเพื่อโภชนาการเด็ก

1.9 ล้านบาท

ช่วยเหลือเด็ก

1,124 คน

จาก 8 โรงเรียนในจังหวัดแม่ฮ่องสอน



“สังคมแห่งการแบ่งปัน”

วิสัยทัศน์

ปันกันมุ่งหวังที่จะเห็นสังคมไทยเป็นสังคมแห่งการ “แบ่งปัน” ที่ยั่งยืน โดยมี ร้านปันกัน เป็นกลไกตัวกลาง ในการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในสังคมและองค์กร ผ่านการปันในรูปแบบต่างๆ

พันธกิจ

- ปลุกจิตสำนึกและขยายสังคมแห่งการแบ่งปัน สร้างการมีส่วนร่วมผ่านการ “ปัน” อาทิ ปันแรง ปันสิ่งของ ปันเวลา ปันความสามารถ
- เป็นต้นแบบการระดมทุนให้กับมูลนิธิฯ หรือองค์กรเพื่อสังคมต่างๆ
- ระดมทุนการศึกษาเพื่อเด็กขาดโอกาส

โครงการ ร้านปันกัน โดย มูลนิธิยุวพัฒน์ เป็นต้นแบบแรกของการระดมทุนในรูปแบบธุรกิจเพื่อสังคม เปิดรับบริจาคสิ่งของสภาพดีเพื่อนำมาเปลี่ยนเป็นทุนการศึกษาให้กับเด็กขาดโอกาส ใน มูลนิธิยุวพัฒน์ สร้างการมีส่วนร่วมเพื่อช่วยเหลือเด็กขาดโอกาสด้านการศึกษา ตลอด 19 ปีที่ผ่านมาเป็นสิ่งยืนยันได้ว่า ร้านปันกัน เป็นรูปแบบธุรกิจเพื่อสังคมที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมและการระดมทุนได้อย่างยั่งยืนด้วยการดำเนินงานที่เป็นระบบ โปร่งใส ตรวจสอบได้ สามารถขยายเครือข่ายสังคมปันกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ผู้บริจาคสิ่งของ



ภาคี/องค์กร



ผู้บริจาคเงิน รับสินค้าแบ่งปัน



อาสาสมัคร



ผู้สนับสนุนบริจาคเงิน
เพื่อการบริหารงาน

ปันกันได้ขยายเครือข่ายสังคมแห่งการแบ่งปัน ตามแผนงานในปี 2562 สร้างการมีส่วนร่วมจากบุคคลทั่วไปและองค์กร ผ่านหน้าร้านปันกัน กิจกรรม และการร่วมเป็นอาสาสมัคร รวมถึงการเพิ่มพื้นที่การแบ่งปัน ขยายสาขาและพื้นที่หมุนเวียน (pop up store) เพิ่มขึ้นอีกจำนวน 4 แห่ง สร้างการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ แคมเปญระดมสิ่งของ สร้างความร่วมมือกับภาคีด้านการสื่อสาร ทำให้เกิดผลลัพธ์ดังนี้

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

	ปี 2561	ปี 2562
 ระดมทุนเพื่อมอบเป็นทุนการศึกษา	53.4 ล้านบาท	65.2 ล้านบาท
 เด็กขาดโอกาสได้รับการศึกษา คิดเป็นจำนวนทุนการศึกษา* *ทุนการศึกษาสายสามัญ 7,000 บาท/ คน/ ปี	7,628 ทุน	9,332 ทุน
 ขยายเครือข่ายสังคมแห่งการแบ่งปัน • นักปันร่วมบริจาคสิ่งของ บริจาคเงินอุดหนุนสินค้าแบ่งปัน ร่วมเป็นอาสาสมัคร ประมาณ • ภาควิชาการร่วมสนับสนุนกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ	350,000 ราย 377 ราย	420,000 ราย 521 ราย
 พื้นที่การแบ่งปัน • รวมจำนวน สาขา pop up store คลังสินค้าแบ่งปันและแฟรนไชส์	15 พื้นที่	19 พื้นที่
 ผลลัพธ์ทางสังคมอื่นๆ • หมุนเวียนสิ่งของ ลดปริมาณขยะ • ช่วยสร้างงานสร้างอาชีพ (จำนวนพนักงานปันกัน)	2.0 ล้านชิ้น 98 คน	2.5 ล้านชิ้น 95 คน





โครงการฟู้ดฟอร์กู๊ด

พื้มก้องน้องอิมด้วย

วิสัยทัศน์

Food4Good มุ่งหวังให้เด็กทุกคนในประเทศไทยมีโภชนาการที่ดีสามารถเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าสารอาหารครบถ้วน ซึ่งจะส่งผลให้เด็กมีพัฒนาการที่ดีสมวัยทั้งทางร่างกายและสมอง และมีอนาคตที่สดใสอย่างที่พวกเขาสมควรได้รับ



ปัญหาเรื่องทุพโภชนาการในเด็ก เป็นเรื่องที่สำคัญ และจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ปัญหาที่ไม่สามารถแก้ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง หรือการให้ทุนเพื่อจัดซื้ออาหารเพียงอย่างเดียว นั้น ก็ไม่สามารถจัดการปัญหาได้อย่างยั่งยืน Food4Good จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นกลไก สร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในสังคม ผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจเพื่อระดมทุนทรัพยากร และความรู้เข้ามาช่วยขับเคลื่อนงานเชื่อมต่อกับหน่วยงานรัฐ เข้ามาร่วมทำงานอย่างเข้มข้นในพื้นที่ ทำงานใกล้ชิดกับผู้ดูแลเด็กและตัวเด็กเพื่อให้เกิดผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงที่สามารถวัดผลได้ทั้งภาวะโภชนาการของเด็กที่ดีขึ้น และความรู้ความเข้าใจเรื่องโภชนาการที่เด็กได้ติดตัวไป เพื่อดูแลตัวเองและผู้คนรอบข้างในอนาคต

พันธกิจ

1. เพื่อสนับสนุนโภชนาการที่ดีให้กับเด็ก ๆ ในประเทศไทยบรรเทาภาวะขาดสารอาหารในเด็ก ให้พวกเขาได้รับอาหารที่มีประโยชน์ มีสารอาหารที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตครบถ้วนในทุกมื้อ และมีความรู้ความเข้าใจเรื่องโภชนาการอย่างถูกต้อง สามารถดูแลตนเองได้ในอนาคต
2. เพื่อสร้างความร่วมมือกับธุรกิจอาหารร้านอาหาร และลูกค้า ผ่านกลไกการรับประทานอาหารในชีวิตประจำวัน ให้ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมไทยอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน

"ตลอดระยะเวลา 6 ปีที่ผ่านมา Food4Good มุ่งมั่นทำงาน เพื่อบรรเทาปัญหาภาวะขาดสารอาหารในเด็ก จัดหาอาหารที่มีประโยชน์สารอาหารครบถ้วนให้เด็กๆ ไปแล้วกว่า 1,332,000 มื้อ ช่วยเหลือเด็กๆ จำนวน 1,660 คน รวมทั้งเสริมความรู้เรื่องโภชนาการ และสนับสนุนการเกษตร เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของแหล่งอาหารในโรงเรียน"



ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ธุรกิจอาหาร



ผู้บริโภค



เด็กและครอบครัว



หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ในชุมชน



สื่อ

ผลลัพธ์ของปี 2562



จำนวนธุรกิจอาหารและองค์กร
ที่ร่วมสนับสนุน
36 ราย

จำนวนเงินบริจาคที่ได้รับ
1,908,046 บาท



จำนวนเด็กที่ได้รับการช่วยเหลือ
เรื่องโภชนาการ
1,124 คน

จำนวนโรงเรียนที่ได้รับการ
ช่วยเหลือใน จ.แม่ฮ่องสอน
8 โรงเรียน

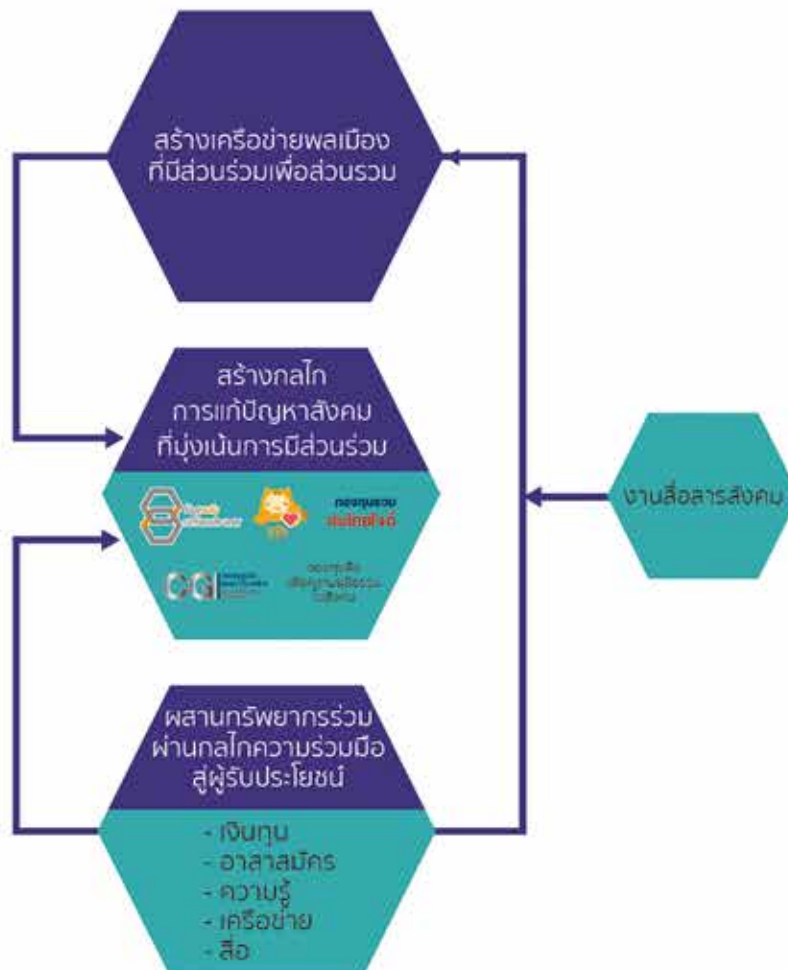
- โรงเรียนบ้านแม่เงา
- โรงเรียนบ้านห้วยม่วง
- โรงเรียนบ้านห้วยมะกอก
- โรงเรียนบ้านแม่พหลวง
- โรงเรียนชุมชนแม่ลาศึกษา
- โรงเรียนบ้านนาตอย
- โรงเรียนบ้านแม่มาจางเหนือ
- โรงเรียนบ้านแม่สวด



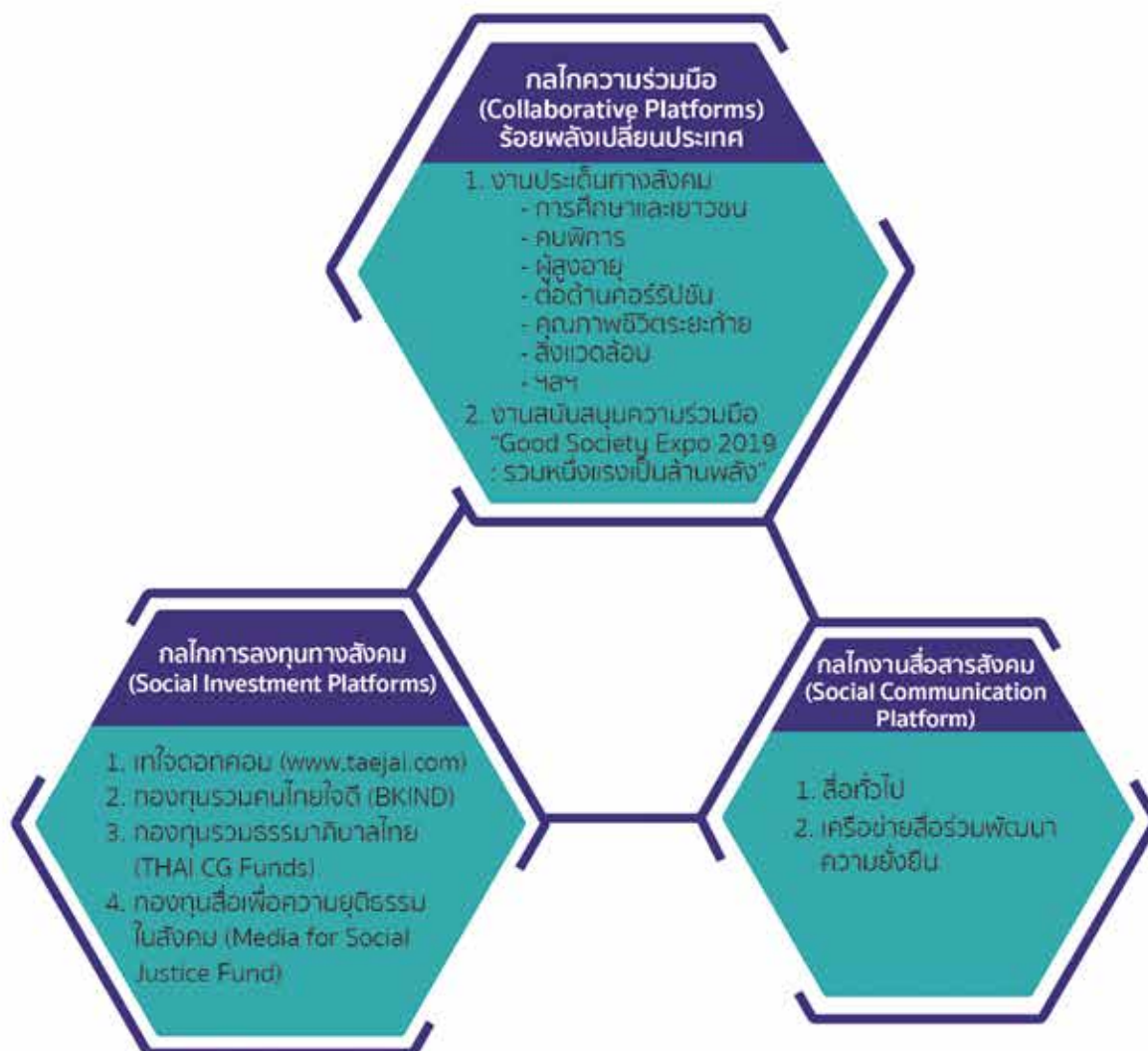
มูลนิธิเพื่อ “คนไทย”



พันธกิจ



งานพัฒนาความยั่งยืนของมูลนิธิเพื่อคนไทย มุ่งเน้นสร้างเสริมระบบนิเวศทางสังคม



ผลลัพธ์ – ผลผลิต กลไกความร่วมมือประเภทต่างๆ ประจำปี 2562

	 มูลนิธิเพื่อสุขภาพ คนไทย	 สภา เรดครอส ไทย	 กองทุนรวม คนไทยใจดี	 CGF	 กองทุนสื่อ เพื่อความรู้ธรรม ในสังคม	 งานสื่อสารสังคม	รวม
ผลลัพธ์	การมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนา สังคมไทยยั่งยืน	ชุมชนออนไลน์ ร่วมสร้างสังคม แบ่งปัน	ความร่วมแรง ภาคกลางทุน แบ่งปันสังคม	ความร่วมมือ ภาคกลางทุนและ ภาคสังคมสร้างเสริม ธรรมาภิบาลและ ต่อต้านคอร์รัปชัน	ความเข้มแข็งของ ระบบนิเวศสื่อ ที่สร้างผลบวก ต่อสังคม	การมีส่วนร่วม เพื่อส่วนรวม ของทุกคนในสังคม	
ผลผลิต ภาคี (องค์กร/โครงการ)	161 องค์กร	76 โครงการ	7 โครงการ	26 องค์กร	21 องค์กร	21 องค์กร	312 องค์กร
ผู้รับประโยชน์ (หน่วย: คน/องค์กร)	15,000 คน	60,465 คน 195 องค์กร	6,465 คน 1 องค์กร	3,875 คน 210 องค์กร	2,344 คน	-	88,149 คน 406 องค์กร
พลเมืองที่มี ส่วนร่วม (คน/ องค์กร) ผู้บริจาค	-	6,022 คน	-	11 องค์กร	23 องค์กร	-	6,022 คน 34 องค์กร
อาสาสมัคร	735 คน	100 คน	-	722 คน	1,122 คน	741 คน	3,420 คน
คน/สื่อ ร่วมกิจกรรม	1,664 คน	500 คน	-	1,861 คน	1,632 คน	217 คน	5,874 คน



ร้อยพลังเปลี่ยนประเทศ

กลไกร้อยพลังความร่วมมือองค์กรที่ขับเคลื่อนงานพัฒนาสังคมในประเด็นต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำ ไม่ว่าจะเป็น ในด้านการศึกษา การจ้างงานผู้พิการ ไปจนถึงการส่งเสริมให้เด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี ด้วยการทำหน้าที่ เป็นตัวกลางเชื่อมต่อทรัพยากรหรือทุนประเภทต่างๆ ได้แก่ ทุนมนุษย์ ภาวการณ์ช่วยเหลือ ทุนทรัพย์และอื่นๆ ไปสนับสนุนหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดการขับเคลื่อนงานอย่างเป็นระบบและเกิดผลลัพธ์ทางสังคมมากขึ้น

ในปี 2562 โครงการร้อยพลังเปลี่ยนประเทศ ได้จัดกิจกรรมร่วมกับภาคีเครือข่าย ในหลากหลายประเด็น โดยในแต่ละกิจกรรม มีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อขยายผล และเสริมสร้างสนับสนุนการทำงานขององค์กรขับเคลื่อนพัฒนาสังคม โดยการเชื่อมต่อกับทรัพยากรที่จำเป็น

งาน Good Society Expo รวมหนึ่งแรง เป็นล้านพลัง

วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- ส่งเสริมให้ประชาชนเห็นโอกาสว่าทุกคนเป็น “พลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม” (Active Citizen) ได้ด้วยการช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่างๆ ตามความถนัดและความสนใจ อาทิ การบริจาคเงิน การเป็นอาสาสมัคร การให้ความรู้ความเชี่ยวชาญ และเครือข่าย การใช้ชีวิตประจำวันที่ช่วยเหลือสังคมด้วย เป็นต้น
- ประชาชนทั่วไปสามารถร่วมสร้างผลลัพธ์ทางสังคมที่เป็นรูปธรรม ผ่านการสนับสนุนองค์กรภาคสังคมที่น่าเชื่อถือนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมที่ดีขึ้นได้
- เพื่อยกระดับงานพัฒนาสังคมที่มุ่งเน้น “การมีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม” หรือ Collaboration ผ่านการเชื่อมต่อการสร้างพื้นที่ร่วมให้ภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม และภาครัฐ ได้พัฒนางานร่วมกัน

การขยายผล

สร้างการมีส่วนร่วมกับองค์กรตัวกลาง
ผู้ขับเคลื่อนงาน 5 ประเด็นหลัก

โครงการร้อยพลังการศึกษา และมูลนิธิยุวพัฒน์
โซนโอกาส/เชื้อ/อนาคต

มูลนิธิธรรมาภิบาลและมูลนิธิสถาบันราชพฤกษ์
โซนสิ่งแวดล้อม

องค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย)
โซนต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

มูลนิธิธรรมาภิบาลทางสังคม
โซนสังคมร่วมรวมเราทุกคน

บริษัท ชีวมิติ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
โซนอยู่อย่างมีความหมาย จากไปอย่างมีความสุข

องค์กรผู้พัฒนากลไกการแก้ปัญหาสังคมผ่านรูปแบบ
การให้ในชีวิตประจำวัน

- ปันปัน
- ฟู้ดฟอร์กู๊ด
- เครือข่ายจิตอาสา
- สมาคมธุรกิจเพื่อสังคม
- สำนักงานข้าหลวงใหญ่ผู้ลี้ภัยแห่งสหประชาชาติ (UNHCR)
- เทใจดอกคอม
- โขชัยลักพาวอร์
- ชุมชนมีวนา

องค์กรเหล่านี้ได้ทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม และภาครัฐ เพื่อนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบกิจกรรม มาเชิญชวนบุคคลทั่วไปร่วมเปลี่ยนแปลงสังคมให้ดีขึ้น โดยมี บมจ.เซ็นทรัลพัฒนา ร่วมสนับสนุนพื้นที่จัดงาน งานนี้จัดขึ้นเมื่อวันที่ 10-13 ตุลาคม 2562 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์



ผลลัพธ์

1. บมจ.เซ็นทรัลพัฒนา
สนับสนุนพื้นที่จัดงาน

1,500 ตารางเมตร

2. ภาครัฐกิจ ภาคประชาสังคม
และภาครัฐ พัฒนาเนื้อหาและกิจกรรม

เกิดการขยายผลจาก **17** องค์กร ผู้ร่วมจัด
สู่ความร่วมมือกว่า **120** องค์กร

3. นิทรรศการ เสวนา
กิจกรรมอาสาสมัคร เวิร์คช็อป เกม

กว่า **120** กิจกรรม

4. อาสาสมัครช่วยงาน
ทำกิจกรรมกับโซนต่างๆ

735 คน

5. ประชาชนร่วมกิจกรรม

กว่า **1,500** คน

6. องค์กรที่มาทัวร์ภาคสนาม

ได้แก่ ภาครัฐกิจ สถาบันการศึกษา
และองค์กรพัฒนาเยาวชน

31 องค์กร **185** คน

7. องค์กรที่มีการระดมทุน
สามารถระดมทุนได้รวม

กว่า **1.3** ล้านบาท

8. เครือข่ายสื่อร่วมพัฒนา

ความยั่งยืนและสื่อมวลชนร่วมนำเสนอข่าวสาร

56 สำนัก

งานอบรม “ร้อยพลังเพื่อนครู”

วัตถุประสงค์ / เป้าหมาย

- สร้างเครือข่ายและระบบนิเวศที่ช่วยส่งเสริมครูในโรงเรียนที่อยู่ในโครงการร้อยพลังการศึกษา ให้สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการจัดการเรียนรู้ในห้องเรียนที่มีประสิทธิภาพสูงสุดจากประสบการณ์ของครูในโรงเรียนเครือข่าย และเพื่อทางโครงการจะได้เข้าใจปัญหาในการสอนอย่างลึกซึ้ง และหาวิธีถึงแนวทางแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนร่วมกับระหว่างครูผู้สอน ได้แก่
 - ครูสอนคณิตศาสตร์ผู้ใช้ระบบการเรียนการสอนของ เลิร์น เอ็ดดูเคชั่น
 - ครูสอนภาษาอังกฤษผู้ใช้ระบบการเรียนรู้ออนไลน์ของ วินเนอร์ อิงลิช
 - ครูผู้ดูแลนักเรียนทุนมูลนิธิยุวพัฒน์ที่อยู่ในโรงเรียนที่เข้าร่วมในเครือข่ายร้อยพลังการศึกษา

การขยายผล

- สร้างต้นแบบพื้นที่ให้ครูในเครือข่ายร้อยพลังการศึกษาได้แลกเปลี่ยนเทคนิคการสอนองค์ความรู้ และจัดการห้องเรียน รวมทั้งเป็นเพื่อนที่คอยให้กำลังใจแก่กันและกัน
- ครูในเครือข่ายร้อยพลังการศึกษาเกิดความเข้าใจและได้ฝึกฝนให้สามารถออกแบบการสอนผสมผสานระหว่างเครื่องมือต่างๆ ของโครงการ และรูปแบบการสอนของครูได้อย่างเหมาะสมกับเด็กแต่ละกลุ่ม
- เกิดครูเข้มแข็งในบางเครื่องมือ ซึ่งจะเป็นต้นแบบและผู้นำของเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น (Empowerment)

ผลลัพธ์

ครูผู้เข้าร่วมงานอบรมทั้งหมดจำนวน **155 คน**

- | | |
|--|---|
| 1. ครูคณิตฯ ผู้ใช้เลิร์น เอ็ดดูเคชั่น
88 คน 56 โรงเรียน | 2. ครูภาษาอังกฤษผู้ใช้ วินเนอร์ อิงลิช
13 คน 6 โรงเรียน |
| 3. ครูผู้ดูแลนักเรียนทุน (มูลนิธิยุวพัฒน์)
54 คน 52 โรงเรียน | |





นิยาม

กลไกระดมทุนออนไลน์เพื่อสังคมแห่งแรกของประเทศไทย ทำหน้าที่เชื่อมโยง “ผู้ให้” ที่อยากเห็นการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทยกับ “ผู้รับ” ที่ทางทีมเทใจคัดสรรโครงการและทีมงานที่มีความน่าเชื่อถือ และมีกิจกรรมที่ชัดเจนในการสร้างผลลัพธ์ทางสังคม มีกระบวนการติดตามและรายงานผลโครงการหลังจบการระดมทุนแล้วให้ผู้บริจาคได้ทราบ เทใจดอกคอมเป็นความร่วมมือของกับสถาบัน เช่น จี พิวชน ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ บริษัท โอเพ่นดรีม จำกัด ทีวีพูลเอ็น และมูลนิธิเพื่อคนไทย

วิสัยทัศน์

สังคมไทยที่เป็นธรรมและยั่งยืนจากการมีส่วนร่วมของพลเมือง

พันธกิจ

- สร้างพื้นที่ให้พลเมืองและองค์กรที่ต้องการพัฒนาสังคม/ชุมชนใช้ระดมทรัพยากรเพื่อดำเนินงาน
- สร้างกลไกที่ปลอดภัย สะดวก และเชื่อถือได้ให้ประชาชนร่วมลงขันเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงสังคมในประเด็นการพัฒนาต่างๆ
- สร้างมาตรฐานในภาคสังคมเรื่องความโปร่งใสและความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ของเงินบริจาค

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- ผู้สนับสนุน ประชาชนทั่วไปและสมาชิกของเทใจในฐานะผู้สนับสนุนโครงการเพื่อสังคมผ่านกลไกเทใจ
- สถาบันเช่น จี พิวชน ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ บริษัท โอเพ่นดรีม จำกัด ทีวีพูลเอ็น และมูลนิธิเพื่อคนไทยในฐานะภาคีผู้ร่วมก่อตั้ง
- โครงการเพื่อสังคม ผู้รับการสนับสนุนเงินบริจาคจากกองทุนฯ เพื่อดำเนินการการต่อชีวิต และสร้างอนาคตแก่กลุ่มเป้าหมาย

ผลลัพธ์ของเทใจดอกคอม ปี 2562

ยอดบริจาค

24,379,989 บาท

ผู้บริจาค

6,023 คน

โครงการ

76 โครงการ

โครงการที่ระดมทุนสำเร็จ

67 โครงการ

การพัฒนาโครงการต่าง ๆ
แบ่งตามประเด็นผู้ได้รับประโยชน์
6 ประเด็น จาก 76 โครงการ

- เด็กและเยาวชน
44 โครงการ
- ผู้สูงอายุ
2 โครงการ
- สิ่งแวดล้อม
6 โครงการ
- ผู้พิการและผู้ป่วย
10 โครงการ
- สัตว์
5 โครงการ
- อื่นๆ
9 โครงการ

ผู้รับประโยชน์

- เด็ก
5,551 คน
- คนพิการและคนป่วย
37,982 คน
- ผู้พิทักษ์ป่า
16,319 คน
- ผู้สูงอายุ
50 คน
- ครู
10 คน
- ผู้พันโทษ
6 คน
- ประชาชนในเขตกทม.
21 เขต
- ผู้ปกครองของเด็กป่วย
10 ครอบครัว
- ชาวมอแกน
81 ครอบครัว
- สนับสนุนและส่งเสริมพลัง
ของผู้หญิง
20 คน
- สนับสนุนและส่งเสริมคนข้ามเพศ
300 คน

กองทุนรวม คนไทยใจดี

นิยาม

กลไกระดมทรัพยากรทางการเงินผ่านตลาดทุนในรูปแบบ “กองทุนรวม” เพื่อสร้างสังคมแห่งการแบ่งปัน “เงินบริจาค” ของนักลงทุนในการต่อชีวิต สร้างอนาคตแก่ผู้มีความต้องการ เป็นความร่วมมือระหว่าง บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด สถาบัน เซ็นซ์ ฟาวंडัน ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ มูลนิธิยุวพัฒน์ และมูลนิธิเพื่อคนไทย

วิสัยทัศน์

การลงทุนที่ให้ผลตอบแทนทั้งทางการเงินและทางสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมภิบาล และการต่อต้านคอร์รัปชัน

พันธกิจ

- ส่งเสริมการลงทุนในบริษัทที่มีการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมภิบาล และการต่อต้านคอร์รัปชัน (ESGC) ที่ดี เพื่อให้ได้ผลตอบแทนทั้งการลงทุนและทางสังคม สิ่งแวดล้อม ธรรมภิบาล และการต่อต้านคอร์รัปชัน
- สนับสนุนการบริจาคเงินจากผู้ลงทุนเพื่อต่อชีวิตและสร้างอนาคตแก่ผู้ที่มีความต้องการความช่วยเหลือและการสนับสนุน ในประเด็นทางสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมภิบาล และการต่อต้านคอร์รัปชัน

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

• ผู้ลงทุนทั้งรายย่อยและสถาบัน

ในฐานะผู้สนับสนุนบริษัทที่มี ESGC และสนับสนุนโครงการเพื่อสังคมผ่านกลไกการบริหารจัดการกองทุนฯ

• บลจ. บัวหลวง

ในฐานะผู้บริหารกองทุนฯ ที่เชื่อมโยงเงินและความมีส่วนร่วมของผู้ลงทุนเข้ากับโครงการเพื่อสังคม

• องค์กรตัวกลางด้านสังคม

ในฐานะผู้สรรหา คัดเลือก พัฒนา ติดตามความก้าวหน้า และผลลัพธ์ของโครงการเพื่อสังคมที่ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนฯ

• โครงการเพื่อสังคม

ในฐานะผู้รับการสนับสนุนเงินบริจาคจากกองทุนฯ เพื่อดำเนินการต่อชีวิต และสร้างอนาคตแก่กลุ่มเป้าหมาย

• ประชาชนผู้รับประโยชน์ปลายทาง

ผลลัพธ์ของกองทุนรวมคนไทยใจดี ปี 2562

ปี 2558 – 2562

55 โครงการเพื่อสังคม

ได้รับการสนับสนุนเงินจากกองทุนฯ มูลค่ารวม **40.8 ล้านบาท**

ปี 2562

7 โครงการเพื่อสังคม

ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนฯ มูลค่ารวม **3,897,623 บาท**

ประเด็น	ชื่อโครงการ	งบประมาณที่อนุมัติ (บาท)
ผู้สูงอายุ	บัดดี้โฮมแคร์ (Buddy Homecare) กลไกดูแลผู้สูงอายุยากไร้	700,000
ความรู้แรงต่อผู้หญิง	Chatbot	484,000
การศึกษา	Saturday School (งวดที่ 1)	294,700
สุขภาพ	ละอ้อนน้อยหายใจม่วง	300,923
เด็กและครอบครัว	พัฒนาPlatform ฝึกทักษะพ่อแม่ในการสื่อสารกับลูกวัยเด็กและวัยรุ่น	872,000
การจ้างงาน	พัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมสำหรับกลุ่มผู้ทำการผลิตที่บ้าน	499,000
แก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้	การฝึกอบรมผู้ช่วยแพทย์แผนไทย 330 ชั่วโมง	747,000
รวมงบประมาณที่อนุมัติ		3,897,623

ที่มา : รายงานสรุปผลกระทบทางสังคม โครงการเพื่อสังคมที่กองทุนรวมคนไทยใจดีสนับสนุน โดยสถาบันเอ็นจีโอ ฟิวชัน ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ พ.ย. 62

ผู้รับประโยชน์

6,465 คน

องค์กรที่ได้รับประโยชน์

1 หน่วยงาน

เด็กและเยาวชน/นักเรียน

6,310 คน

ครู

124 คน

ผู้ป่วย ผู้พิการ

31 คน



นิยาม

กลไกสร้างการมีส่วนร่วมในด้านเสริมสร้างธรรมาภิบาลและต่อต้านคอร์รัปชันผ่านการลงทุน เป็นความร่วมมือของภาคตลาดทุน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ และประชาชนทั่วไป โดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) 11 บริษัท ซึ่งมีมูลค่ากองทุน ภายใต้การบริหารกว่าร้อยละ 90 ของตลาดทุนรวมได้ร่วมจัดตั้งกองทุนรวมหุ้น 12 กองทุนที่แยกการบริหารอย่างอิสระ เน้นลงทุน ในหลักทรัพย์ของบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ได้รับการประเมินจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในระดับดีมากและดีเลิศ (CG Rating Score 4-5) และเป็นบริษัทที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากโครงการแนวร่วมปฏิบัติของ ภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Thai CAC)

วิสัยทัศน์

กลไกความร่วมมือของทุกภาคส่วนสังคมผ่านการลงทุน ที่สร้างผลตอบแทนทางธุรกิจและผลลัพธ์ทางสังคมด้านการส่งเสริมธรรมาภิบาลต่อต้านคอร์รัปชัน

พันธกิจ

กองทุนรวมธรรมาทิบาลไทย มีนโยบายลงทุนในตราสารทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการดูแล กำกับกิจการที่ดี พิจารณาจากการประเมิน CG Rating Score ในระดับดีมากหรือดีเลิศ และได้รับการรับรองเป็น สมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการ ทุจริต จากนั้นจะนำรายได้ 40% ของค่าธรรมเนียมจัดการ กองทุนที่ได้รับไปสนับสนุนการทำงานส่งเสริมธรรมาภิบาล ต่อต้านคอร์รัปชันในสังคม

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

• ผู้ลงทุนทั้งรายย่อยและสถาบัน

ในฐานะผู้สนับสนุนบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี และสนับสนุนโครงการเพื่อสังคมผ่านกลไกการบริหาร จัดการกองทุนฯ

• บลจ. 11 แห่ง

ในฐานะผู้บริหารกองทุนฯ ที่เชื่อมโยงเงินและความมีส่วนร่วม ของผู้ลงทุนเข้ากับโครงการเพื่อสังคม

• องค์กรตัวกลางด้านสังคม

ในฐานะผู้สรรหา คัดเลือก พัฒนา ประสานงาน ติดตาม ความก้าวหน้าและผลลัพธ์ของโครงการเพื่อสังคมที่เข้ารับ การสนับสนุนจากกองทุนฯ

• โครงการและองค์กรที่ทำงานส่งเสริมธรรมาภิบาล ต่อต้านคอร์รัปชันในสังคมไทย

ในฐานะผู้รับการสนับสนุนเงินบริจาคจากกองทุนฯ

ผลลัพธ์ของกองทุนรวมธรรมาภิบาลไทย ปี 2562

โครงการที่ได้รับการสนับสนุน	ผู้รับประโยชน์
• โครงการ CAC SME Certification	ผู้เข้าเรียนในแพลตฟอร์ม e-learning 1,050 คน
• โครงการพัฒนาเกมเพื่อการเรียนรู้ การต่อต้านคอร์รัปชันในห้องเรียน	ครูผู้เข้าอบรมเพื่อนำเกมไปใช้เป็นเครื่องมือ ในการสอน 36 คน
• โครงการเพิ่มศักยภาพการดำเนินงาน ข้อตกลงคุณธรรม (Integrity Pact Capacity Development)	ผู้สังเกตการณ์และผู้เข้าร่วมกิจกรรม พัฒนาความรู้ความสามารถสร้างการ รับรู้ให้สังคม 300 คน
• โครงการหมาเฝ้าบ้าน	อาสาสมัครจากการจัดกิจกรรมอบรม เพิ่มความสามารถในการทำงานของหมา 145 คน
• โครงการ Big Open Data เพื่อการ ต่อต้านคอร์รัปชัน	ผู้เข้าสืบค้นข้อมูล 2,344 คน
• โครงการนำร่องบัตรคะแนนชุมชน ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ
	รวมจำนวนผู้รับประโยชน์ 3,875 คน

กองทุนสื่อ เพื่อความยุติธรรมในสังคม

นิยาม

กลไกยกระดับมาตรฐานจริยธรรมสื่อผ่านการตกลงใช้มาตรฐานร่วมกัน ได้แก่ หลักความจริงและความถูกต้อง ความเป็นอิสระ ไม่มีผลประโยชน์ขัดกัน ความเป็นธรรมและความตรงไปตรงมา โดยความร่วมมือระหว่างบริษัท เช่น จี 7 เวนเจอร์ จำกัด กับมูลนิธิเพื่อคนไทย กองทุนนี้มีเป้าหมายเพื่อยกระดับมาตรฐานและศักยภาพของสื่อมวลชนให้เกิดความโปร่งใส มีธรรมาภิบาลที่ดี แสวงหาความจริง สร้างผลเชิงบวกต่อสังคมได้จริง เปิดโอกาสให้เกิดนักข่าวรุ่นใหม่และสื่อใหม่ๆ พัฒนาความสามารถในการขยายผลจากข่าวให้เกิดความเปลี่ยนแปลงได้จริงเป็นวงกว้างต่อยอดไปสู่กระบวนการทางสังคมได้ (Social Movement) พัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการให้เกิดความยั่งยืนขององค์กร

วิสัยทัศน์

การลงทุนเพื่อสนับสนุนระบบนิเวศสื่อที่ยั่งยืน

พันธกิจ

สนับสนุนและลงทุนในการสร้างระบบนิเวศสื่อเพื่อการแสวงหาความจริง ความถูกต้อง และสร้างความเป็นธรรมในสังคม โดยมุ่งให้เกิดสื่อคุณภาพในประเทศไทยที่มีความแข็งแกร่ง สามารถนำเสนอความจริง ติดตามตรวจสอบประเด็นทางสังคมที่สำคัญและเป็นที่พึ่งของประชาชนได้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- นักข่าวและองค์กรสื่อโดยสนับสนุนในลักษณะโครงการพัฒนาเนื้อหา (Issues Reporting) และพัฒนาศักยภาพ (Capacity Development)

- องค์กรตัวกลางด้านสังคมในฐานะผู้สรรหา คัดเลือก พัฒนา ประสานงาน ติดตามความก้าวหน้าและผลลัพธ์ของโครงการ ที่เข้ารับการสนับสนุนจากกองทุนฯ

ผลลัพธ์ของกองทุนสื่อเพื่อความยุติธรรมในสังคม ปี 2562

โครงการที่ได้รับการสนับสนุน	ผู้รับประโยชน์
โครงการ “ระบบข้อมูลเปิดขนาดใหญ่เพื่อการต่อต้านคอร์รัปชัน”	จากการจัดกิจกรรม Datathon 2 ครั้ง Datathon ครั้งที่ 1 - อาสาสมัคร (กลุ่มโปรแกรมเมอร์และประชาชนทั่วไป) เข้าร่วมกิจกรรม 120 คน - จำแนกข้อมูลการชี้มูลความผิด ป.ป.ช. ได้กว่า 900 เรื่อง และคำตัดสินศาลฎีกาในคดีอาญาที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตกว่า 90 คดี Datathon ครั้งที่ 2 - ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมกว่า 300 คน - ร่วมแปลงข้อมูลบัญชีแสดงทรัพย์สินและหนี้สินของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองที่เปิดเผยผ่านเว็บไซต์ ป.ป.ช. ในรูปแบบของไฟล์ PDF ให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยบริษัท โอเพ่นดรีม จำกัด เป็นผู้พัฒนาเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการกรอกข้อมูล และนำเข้าสู่ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ ซึ่งดำเนินการเสร็จไปร้อยละ 14 ของข้อมูลทั้งหมด
โครงการ Crowdsourcing Platform (เพจต้องแฉ)	- มียอด Like จำนวน 32,775 เพิ่มขึ้นจากปี 2561 จำนวน 7,597 Like - มียอด Followers จำนวน 53,222 เพิ่มขึ้นจากปี 2561 จำนวน 26,462 Followers - เปิดเผยและสร้างการมีส่วนร่วมทางสังคมในการให้ข้อมูลเรื่องทุจริตคอร์รัปชัน จำนวน 178 เรื่อง - การจัดทำ Infographic เพื่อให้ความรู้ จำนวน 7 เรื่อง
โครงการ NewsWorthy	อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ หมายเหตุ : โครงการได้รับอนุมัติในการประชุมคณะกรรมการฯ เมื่อวันที่ 23 ธ.ค. 2562

งานสื่อสารสังคม (Social Communication Platform)

นิยาม

ผู้ให้บริการพื้นที่กลางสานพลังสื่อ (Media Service Provider) แก่ภาคีเครือข่ายภาคสังคมที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนงานพัฒนาความยั่งยืนด้วยการ “ร้อยพลัง” หรือระดมความเชี่ยวชาญจากสื่อหลากหลายแพลตฟอร์ม ผสานกำลังกันเป็นกระบอกเสียงร่วมขยายผลงานสื่อสารสาธารณะของภาคสังคมให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายเข้ามาร่วมสร้างการเปลี่ยนแปลง

วิสัยทัศน์

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

พันธกิจ

เป็นผู้ให้บริการงานสื่อสาร (Service Provider) แก่ภาคีเครือข่ายภาคสังคมที่มีเป้าหมายสร้างพลเมืองที่มีส่วนร่วมเพื่อส่วนรวม ด้วยการเป็นผู้สนับสนุนให้เกิดช่องทางและเนื้อหาในการขยายผลผ่านสื่อสารสาธารณะ

ผลลัพธ์งานสื่อสารสังคม ปี 2562

การขยายงานภาคีเครือข่าย สื่อมวลชน :

จากความร่วมมือของ 6 องค์กรสื่อในนาม “เครือข่ายสื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง” (Media for Change Network) เมื่อปี 2561 สู่ความร่วมมือกับอีก 8 องค์กรสื่อ ในปี 2562 และเปลี่ยนชื่อเป็น “เครือข่ายสื่อร่วมพัฒนาความยั่งยืน” (Media Partnership for Sustainability)

14 สำนัก/ช่องทาง

ร่วมก่อตั้งแพลตฟอร์ม G-Youth

จากความร่วมมือระหว่างบริษัท เทลสเกอร์ จำกัด มูลนิธิฟรีดริช-เนมานัน (ประเทศไทย) มูลนิธิเพื่อคนไทยและ 7 มหาวิทยาลัยที่ผลิตนักสื่อสาร ร่วมกันสร้างกลไก “นักสื่อสารเยาวชน” หรืออาสาสมัคร “นักเล่าเรื่องทางสังคม” โดยเปิดตัวครั้งแรกในงาน Good Society Expo 2019

จำนวนอาสาสมัคร

741 คน

จำนวนสื่อมวลชน / ผู้เข้าร่วมโครงการ / กิจกรรม

217 คน

รวมพลเมืองที่มีส่วนร่วม

958 คน



มูลนิธิเอ็นโลฟ

เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวกันของสิ่งแวดล้อมและมนุษย์

วิสัยทัศน์

สร้างระบบนิเวศที่ยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และสร้างองค์ความรู้ระบบนิเวศอย่างเป็นวิชาการเพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ท้องถิ่นและชุมชน โดยการเชื่อมโยงและสร้างภาคีเครือข่าย

พันธกิจ

- การบริหารจัดการและสร้างความยั่งยืนของทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง
- การบริหารจัดการทรัพยากรป่าและชุมชนให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืนของป่า
- การบริหารจัดการให้เกิดความร่วมมือ เชื่อมโยงแหล่งความรู้ ผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ และประสานความร่วมมือ สร้างการมีส่วนร่วม
- ร่วมผลักดันและส่งเสริมให้มีการบังคับใช้กฎหมาย และข้อบังคับเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานของมูลนิธิเอ็นโลฟ

มีการดำเนินงาน ในการพัฒนาโครงการ 2 ด้าน ดังนี้

• งานพัฒนาโครงการด้านทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง พื้นที่จังหวัดกระบี่

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

• งานพัฒนาโครงการด้านทรัพยากรป่าไม้และชุมชน พื้นที่จังหวัดปราจีนบุรี

- โครงการป่าครอบครัว “บ้านมะกะโท” ต.ทุ่งโพธิ์ อ.นาดี

ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย



ภาครัฐ



ผู้ประกอบการ



โรงเรียน



ชุมชน



เยาวชนในท้องถิ่น



นักท่องเที่ยว



เกษตรกร

ภาพรวมผลลัพธ์ในปี 2562

จากภารกิจหลักของมูลนิธิเอ็นไลฟ์ในการประสานความร่วมมือ สร้างการมีส่วนร่วมของภาคีทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในการบริหารจัดการ และสร้างความยั่งยืนของทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ทรัพยากรป่าไม้และชุมชน ให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในการดำเนินโครงการต่างๆ ในปี 2562 สามารถขยายผลความร่วมมือในส่วนของภาครัฐ ชุมชน รวมถึงผู้ประกอบการได้ครอบคลุม และเพิ่มมากขึ้น ในการร่วมดำเนินโครงการให้บรรลุเป้าหมาย ดังนี้



ภาครัฐ 20 หน่วยงาน

- สำนักงานจังหวัดกระบี่
- อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี
- อุทยานแห่งชาติธารโบกขรณี
- กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง
- กรมประมง
- กรมเจ้าท่า
- กรมป่าไม้
- ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งตรัง
- ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งพังงา
- สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน)
- สมาคมกีฬาเรือพายแห่งประเทศไทย
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่
- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่
- การกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดกระบี่
- สมาคมกีฬาจังหวัดกระบี่
- เทศบาลเมืองกระบี่
- อบต.อ่าวนาง จ.กระบี่
- อบต.เขากอง จ.กระบี่
- อบต.คลองประสงค์ จ.กระบี่
- อบต.ทุ่งโพธิ์ จ.ปราจีนบุรี

ผู้ประกอบการ 70 ราย

- สมาคมโรงแรมจังหวัดกระบี่
- สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่
- ชมรมธุรกิจท่องเที่ยวอ่าวไร่เลย์-แหลมพระนาง
- ผู้ประกอบการเรือคายัค อ่าวท่าเลน
- กลุ่มผู้ประกอบการ ต.คลองประสงค์ อ.เมือง จ.กระบี่
- ผู้ประกอบการร้านดำน้ำ เกาะพีพี จ.กระบี่
- ผู้ประกอบการเขตอุตสาหกรรมกบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี

โรงเรียน 9 โรงเรียน

- โรงเรียนทองคำวิทยานุสรณ์ จ.กระบี่
- โรงเรียนหนองทะเลวิทยา จ.กระบี่
- โรงเรียนคลองยางประชานุสรณ์ จ.กระบี่
- โรงเรียนบ้านคลองท่า จ.กระบี่
- โรงเรียนบ้านเกาะจำ จ.กระบี่
- โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้ากบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี
- โรงเรียนบ้านโคกอุดม จ.ปราจีนบุรี
- โรงเรียนบ้านคลองอุดม จ.ปราจีนบุรี
- โรงเรียนชุมชนบ้านทุ่งโพธิ์ จ.ปราจีนบุรี

ศูนย์การศึกษาอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย 2 แห่ง

- ศูนย์ศึกษาอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ต.ทุ่งโพธิ์ จ.ปราจีนบุรี
- ศูนย์ศึกษาอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี

ชุมชน 31 หมู่บ้าน

- 7 หมู่บ้าน ของ ต.เกาะศรีบอยา จ.กระบี่
- 7 หมู่บ้าน ของ ต.เกาะกลาง จ.กระบี่
- 1 หมู่บ้าน ของ ต.เขากอง จ.กระบี่
- 4 หมู่บ้าน ของ ต.คลองประสงค์ จ.กระบี่
- 7 หมู่บ้าน ของ ต.ทุ่งโพธิ์ จ.ปราจีนบุรี
- 2 หมู่บ้าน ของ ต.บุพราหมณ์ จ.ปราจีนบุรี
- 1 หมู่บ้าน ของ ต.หนองกี่ จ.ปราจีนบุรี
- 1 หมู่บ้าน ของ ต.นาดี จ.ปราจีนบุรี
- 1 หมู่บ้าน ของ ต.แก่งดินสอ จ.ปราจีนบุรี

เยาวชน 150 คน

- เยาวชนที่เข้าร่วมค่ายอบรมเชิงปฏิบัติการกีฬาเรือพายเยาวชนภาคใต้
- เยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมและอบรมเกษตรธรรมชาติ ต.ทุ่งโพธิ์ จ.ปราจีนบุรี



นักท่องเที่ยว 12,000 คน

- นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมพายเรือบนเส้นทางธรรมชาติ อ่าวท่าเลน จ.กระบี่
- นักท่องเที่ยวดำน้ำที่บริเวณอุทยานการเรียนรู้ใต้ท้องทะเล จังหวัดกระบี่



เกษตรกร 600 คน

- เกษตรกรเข้าร่วมกิจกรรมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านเกษตรธรรมชาติในโครงการป้าครอบครัว "บ้านมะกะโท" ต.ทุ่งโพธิ์ จ.ปราจีนบุรี



พื้นที่ที่ได้รับการดูแลและฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติ 82.2 ไร่

- พื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเพื่อการประมง เพื่อเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ และอนุบาลสัตว์น้ำ 22.2 ไร่
- พื้นที่ป่าชายเลนที่ได้รับการฟื้นฟู 40 ไร่
- พื้นที่ป่าที่ได้รับการพัฒนาและฟื้นฟู 20 ไร่
- แนวป่าชายเลนชายฝั่งทะเลที่ได้รับการปกป้องจากการกัดเซาะ ระยะทางไม่น้อยกว่า 2 กิโลเมตร



ผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจ ในโครงการอุทยานการเรียนรู้ ใต้ท้องทะเล จ.กระบี่ 705 ล้านบาท

- รายได้จากนักท่องเที่ยวดำน้ำในพื้นที่ 45 ล้านบาท
- รายได้จากการท่องเที่ยวและดำน้ำในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง 60 ล้านบาท



ผลการดำเนินงาน บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ปี 2562

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)



- ▶ บริษัทได้รับการประเมินของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยมีผลคะแนนอยู่ในระดับ เมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2562 ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยการ “ดีมาก” มีจำนวนตราสัญลักษณ์ของคณะกรรมการบริษัทภิบาลแห่งชาติจำนวน 4 ดาว รวมทั้งยังเป็นบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ใน Top Quartile ของกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) ในกลุ่ม 3,000 - 9,999 ล้านบาท



- ▶ บริษัทได้รับการประกาศรายชื่อ Thailand Sustainability Investment หรือรายชื่อ “หุ้นยั่งยืน” ประจำปี 2562 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดระหว่าง 3,000 -10,000 ล้านบาท

- ▶ จากความมุ่งมั่นและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ทำให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลชมเชยของคํรโปรงโสครั้งที่ 8 (NACC Integrity Awards) จากสำนักงานป้องกันและปราบปรามการทุจริตคอรัปชัน (ปปช) เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2562



บริษัท พี. เอ็ม.ฟู๊ด จำกัด



- ▶ บริษัทได้รับรางวัล “สถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2562” สถานประกอบการขนาดกลางที่มีสภาพแรงงานเป็นปีที่ 7 ติดต่อกัน



- ▶ บริษัทได้รับรางวัล CSR - DIW Continuous ซึ่งเป็นการรับรางวัลต่อเนื่องเป็นปีที่ 7

บริษัท พรีเมียร์ แคนนิ่ง อินดัสตรี จำกัด



- ▶ บริษัทได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) จากกระทรวงอุตสาหกรรม โดยที่พนักงานทุกคนภายในองค์กรให้ความร่วมมือร่วมใจให้โครงการดังกล่าวสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดีในทุกด้านของกิจกรรมที่ทำ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกองค์กรตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- ▶ ได้รับประกาศเกียรติคุณด้านผู้ทำคุณประโยชน์ รับผิดชอบต่อสังคม สร้างแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงเมื่อ วันที่ 8 กรกฎาคม 2562 เพื่อไว้ใช้ประโยชน์แก่โรงเรียน ชุมชน โดยทำโครงการให้ความรู้และสอนวิธีการทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษหัว หนั ก้าง ไล่ และการปลูกผักไฮโดรโปนิิกส์เพื่อเป็นอาหารกลางวันให้กับนักเรียน โรงเรียนวัดโคธาราม อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ
- ▶ บริษัทยังได้เข้าร่วมโครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน (CSR - DIW) กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โดยได้รับรางวัลเกียรติยศ CSR-DIW Continuous Award 2019 มาตรฐานความรับผิดชอบต่อของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม

สรุปผลการดำเนินงาน ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ประจำปี 2562

ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
		2560	2561	2562
รายได้จากการขายและบริการ	ล้านบาท	4,339.90	4499.69	4,128.09
กำไรสำหรับปี	ล้านบาท	501.57	364.69	270.15
เงินปันผลจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	563	388.86	335.02
ค่าจ้างและค่าตอบแทนแก่พนักงาน	ล้านบาท	483	687.72	687.97
ภาษีที่จ่ายให้แก่รัฐบาล และหน่วยงานราชการ ท้องถิ่น เช่น ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีบำรุง ท้องถิ่น ภาษีโรงเรือน หรืออื่นๆ โปรตระนู	ล้านบาท	42	95.87	85.64
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
อัตราเงินสมทบที่องค์กรจ่ายเข้ากองทุนสำรอง เลี้ยงชีพ ให้แก่พนักงาน (ร้อยละของฐาน เงินเดือน)	หมายเหตุ* กรณีไม่มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ระบุ (-)			
▶ อายุงาน ไม่เกิน 7 ปี	ร้อยละ	5,3	5,3	5,3
▶ อายุงาน 7 ปีขึ้นไป	ร้อยละ	8,6,5,3	8,6,5,3	8,6,5,3
▶ อายุงาน ปีขึ้นไป	ร้อยละ	-	-	-
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
สิทธิประโยชน์ทางภาษีและอื่นๆ ที่ได้รับจาก รัฐบาลและหน่วยงานท้องถิ่น จากการส่งเสริม การลงทุนและพัฒนา	ล้านบาท	10.83	-	
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				
ร้อยละของผู้ส่งมอบในท้องถิ่น (Supplier /Service/Outsource) (รัศมี 5 กิโลเมตร หรือภายในจังหวัด)	ร้อยละ	31.82	58.52	27.27
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				
ร้อยละของผู้บริหารตั้งแต่ระดับผู้จัดการขึ้นไป ที่มาจากคนในท้องถิ่น (รัศมี 5 กิโลเมตร หรือภายในจังหวัด)	ร้อยละ	22.50	07.34	50
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				

ผลการดำเนินงานด้านสังคม

ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
		2560	2561	2562
จำนวนพนักงานรวม	คน			
▶ พนักงานประจำ	คน	1245	1926	1937
▶ พนักงานชั่วคราว	คน	0	0	
จำนวนพนักงานจำแนกตามเพศ	คน			
▶ ชาย	คน	412	558	541
▶ หญิง	คน	833	1368	1396
จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับพนักงาน	คน			
▶ ระดับปฏิบัติการ	คน	895	1584	1714
▶ ระดับบังคับบัญชาและสายวิชาชีพ	คน	286	282	173
▶ ระดับผู้จัดการ	คน	64	60	50
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
ร้อยละของพนักงานที่จะเกษียณอายุ				
▶ ใน 5 ปี (ช่วงอายุ 55-60 ปี)	ร้อยละ	5.94	5.82	3.01
▶ ใน 10 ปี (ช่วงอายุ 50-60 ปี)	ร้อยละ	18.71	15.01	13.36
อัตราการลาออก (Turn Over Rate)	ร้อยละ	10.28	15.12	15.85
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
อัตราการกลับมาทำงานหลังจากการลาคลอด	ร้อยละ	100	100	100
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
จำนวนพนักงานที่เป็นคณะกรรมการสวัสดิการ	คน	22	22	22
จำนวนพนักงานที่อยู่ในคณะกรรมการ ความปลอดภัยฯ				
▶ ตัวแทนนายจ้าง และเจ้าหน้าที่				
ความปลอดภัยฯ (คน)	คน	11	11	11
▶ ตัวแทนลูกจ้าง	คน	19	19	19
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
รายต่อ อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (IR) การทำงาน	ชั่วโมง	4	15	76.0
รายต่อ อัตราการเกิดโรคจากการทำงาน (ODR) การทำงาน	ชั่วโมง	0	0	0
รายต่อ อัตราการเกิดอุบัติเหตุจนถึงขั้นหยุดงาน (LDR) การทำงาน	ชั่วโมง	1	3	4.44

ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
		2560	2561	2562
อัตราการลาหยุดงานที่เกิดจากการเจ็บป่วย จากการทำงาน (AR) การทำงาน	รายต่อ ชั่วโมง	2	0	0
จำนวนผู้เสียชีวิตจากการทำงาน	คน	0	0	0
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
รายต่อ ชั่วโมงเฉลี่ยของการฝึกอบรมต่อคนต่อปี การทำงาน	ชั่วโมง	10.13	11.10	19.88
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
ร้อยละของพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมนโยบาย และแนวปฏิบัติการต่อต้านการคอร์รัปชัน ในองค์กร	ร้อยละ	100	100	100
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลกระทบ ทางสังคมอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรและ การดำเนินการแก้ไขอย่างเป็นทางการ	ครั้ง	0	0	0
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
ผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า	ร้อยละ	85.40	79.50	77.00
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เท่านั้น				
มูลค่าของค่าปรับที่เกิดจากการปฏิบัติ ที่ไม่สอดคล้องกับกฎหมาย ▶ ความไม่ปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ(PR2) ▶ ข้อมูล-ฉลากผลิตภัณฑ์ (PR4) ▶ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ (PR7)	บาท	0	0	0
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				

ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
		2560	2561	2562
ปริมาณการใช้พลังงานฟอสซิล	MJ			
1. น้ำมันดีเซล	MJ	10,908,628	8,947,378	400,620
2. LPG	MJ	43,222,000	56,304,000	1,157,709
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	kWh			
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	kWh	7,940,162	8,731,981	6,185,800
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
ปริมาณการใช้น้ำจําแนกตามแหล่งน้ำ	m ³			
น้ำประปา	m ³	206,678	222,467	209,382
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง : Scope 1 (ton CO ₂ e) ได้แก่ การเผาไหม้เชื้อเพลิง ฟอสซิล (LPG ดีเซล)(ปริมาณการใช้พลังงาน ฟอสซิล x factor LPG 0.062 ดีเซล 2.708 / 1000)	(ดีเซล) ton CO ₂ e	29,540.56	24,229,499.62	1084.88
	(LPG) ton CO ₂ e	2,679.76	3,490.85	71.78
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมผ่านการ ใช้ไฟฟ้า : Scope 2 (ton CO ₂ e) การใช้ไฟฟ้า ไม่รวมโซลาร์เซลล์(ปริมาณการใช้ไฟฟ้า x 0.561/ 1000)	T on CO ₂ e	4,454.43	4,898.64	3,470.23
: ข้อมูลจากบริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย				
ปริมาณน้ำทิ้งที่ระบายออกนอกโรงงาน	m3	147,502	152,888	161,666
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				

ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี		
		2560	2561	2562
ปริมาณของเสีย	ton			
1.ของเสียอันตราย	ton	2.56	2.42	0
2.ของเสียไม่อันตราย	ton	170.8	197.6	35.63
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				
จำนวนครั้งของการรั่วไหลของสารเคมี/น้ำมัน/ น้ำทิ้ง/ของเสีย ที่มึนัยสำคัญ (เหตุที่ก่อให้เกิด ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และ ทรัพยากรธรรมชาติ)	ครั้ง	0	0	0
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				
ค่าใช้จ่ายและการลงทุนในการปกป้องสิ่งแวดล้อม	ล้านบาท			
1.ค่ากำจัด และบำบัดของเสีย	ล้านบาท	0.5417	4814.0	0.0673
2.ค่าการจัดทำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (รวมค่าวิจัยศึกษาพัฒนา)	ล้านบาท	0.40	56.0	0.50
: ข้อมูลจากบริษัทย่อย				

GRI Standards Content Index

GRI Standards	Disclosure	Page Number	SDG Mapping
GRI 101 : Foundation 2016			
GRI 102 : General Disclosures 2016			
Organizational profile			
102-1	Name of the organization	3	
102-2	Activities, brands, products, and services	6	
102-3	Location of headquarters	5	
102-4	Location of operations	5	
102-5	Ownership and legal form	http://www.premier-marketing.co.th /ประวัติความเป็นมา	
102-6	Markets served	6	
102-7	Scale of the organization	5	
102-8	Information on employees and other workers	58	Goal 8: Decent work and economic growth
102-9	Supply chain	29	
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	29	
102-11	Precautionary Principle or approach	15-16	
102-12	External initiatives	23-26	
102-13	Membership of associations		
Strategy			
102-14	Statement from senior decision-maker	2.3	
102-15	Key impacts, risks, and opportunities	17	
Ethics and integrity			
102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	61-65	
102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	11-12	
Governance			
102-18	Governance structure	19	
102-19	Delegating authority	20-21	
102-20	Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	21	
102-21	Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics	23-25	
102-22	Composition of the highest governance body and its committees	21	
102-23	Chair of the highest governance body		
102-24	Nominating and selecting the highest governance body		

GRI Standards	Disclosure	Page Number	SDG Mapping
102-25	Conflicts of interest	13	
102-26	Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy	2-3	
102-27	Collective knowledge of highest governance body	2-3	
102-28	Evaluating the highest governance body's performance		
102-29	Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	26	
102-30	Effectiveness of risk management processes	15-16	
102-31	Review of economic, environmental, and social topics	26	
102-32	Highest governance body's role in sustainability reporting	2-3	
102-33	Communicating critical concerns	12	
102-34	Nature and total number of critical concerns	http://www.premier-marketing.co.th/วรรยาบรรณบริษัท	
102-35	Remuneration policies		
102-36	Process for determining remuneration		
102-37	Stakeholders' involvement in remuneration		
Stakeholder engagement			
102-40	List of stakeholder groups	23-25, 29	
102-41	Collective bargaining agreements		
102-42	Identifying and selecting stakeholders	23-25, 29	
102-43	Approach to stakeholder engagement	23-25, 29	
102-44	Key topics and concerns raised	26	
Reporting practice			
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	4-6	
102-46	Defining report content and topic Boundaries	7, 26	
102-47	List of material topics	26	
102-48	Restatements of information	23-25	
102-49	Changes in reporting	23-25	
102-50	Reporting period	7	
102-51	Date of most recent report	Sustainability Report 2018	
102-52	Reporting cycle	7	
102-53	Contact point for questions regarding the report	7	
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	7	
102-55	GRI content index	134	
102-56	External assurance	No	

GRI Standards	Disclosure	Page Number	SDG Mapping
---------------	------------	-------------	-------------

GRI 200 : Economic Topics

Economic Performance

GRI 103 : Management Approach 2016

103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	23-25, 26	
103-2	The management approach and its components	33-37	Goal 9: Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization foster innovation
103-3	Evaluation of the management approach	33-37	

GRI 201 : Economic Performance 2016

201-1	Direct economic value generated and distributed	129	
201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	38-39, 43-47	Goal 13: Climate action
201-3	Defined benefit plan obligations and other retirement plans	65-95	

Indirect Economic Impacts

GRI 103 : Management Approach 2016

103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	26	
103-2	The management approach and its components	33-37	
103-3	Evaluation of the management approach	33-37	

GRI 203 : Indirect Economic Impacts 2016

203-1	Infrastructure investments and services supported	33-37	
203-2	Significant indirect economic impacts	29	

Anti-corruption

GRI 103 : Management Approach 2016

103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	13-14, 88-89, 95	Goal16: Peace, Justice and Strong institutions
103-2	The management approach and its components	13-14, 88-89, 95	
103-3	Evaluation of the management approach	13-14, 88-89, 95	

GRI 205 : Anti-corruption 2016

205-1	Operations assessed for risks related to corruption	13-14, 88-89, 95	
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	13-14, 88-89, 95	
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	12	

GRI Standards	Disclosure	Page Number	SDG Mapping
---------------	------------	-------------	-------------

GRI 300 : Environment Topics

Energy

GRI 103 : Management Approach 2016

103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	26, 41-46	
103-2	The management approach and its components	41-46	
103-3	Evaluation of the management approach	41-46	

GRI 302 : Energy 2016

302-1	Energy consumption within the organization	41-46	
302-2	Reduction of energy consumption	41-46	
303-5	Reductions in energy requirements of products and services	41-46	

Emissions

GRI 103 : Management Approach 2016

103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	26, 43-46	
103-2	The management approach and its components	43-46	
103-3	Evaluation of the management approach	43-46	

GRI 305 : Emissions 2016

305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	43-46	Goal 13: Climate action
305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	43-46	
305-5	Reduction of GHG emissions	43-46	

Supplier Environmental Assessment

GRI 103 : Management Approach 2016

103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	30-32	
103-2	The management approach and its components	30-32	
103-3	Evaluation of the management approach	30-32	

GRI 308 : Supplier Environmental Assessment 2016

308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	30-32	
-------	--	-------	--

GRI Standards	Disclosure	Page Number	SDG Mapping
GRI 400 : Social Topics			
Employment			
GRI 103 : Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	26	
103-2	The management approach and its components	58	
103-3	Evaluation of the management approach	65-95	
GRI 401 : Employment 2016			
401-1	New employee hires and employee turnover	58	
401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	58-71	
401-3	Parental leave	65	
Training and Education			
GRI 103 : Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	61-64	
103-2	The management approach and its components	61-64	
103-3	Evaluation of the management approach	61-64	
GRI 404 : Training and Education 2016			
404-1	Average hours of training per year per employee	61	
404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	61-64	
404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	61-64	
Diversity and Equal Opportunity			
GRI 103 : Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	26, 58-60	
103-2	The management approach and its components	58-60	
103-3	Evaluation of the management approach	58-60	
GRI 405 : Diversity and Equal Opportunity 2016			
405-1	Diversity of governance bodies and employees	58-60	
405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	65	

GRI Standards	Disclosure	Page Number	SDG Mapping
Local Communities			
GRI 103 : Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	23-26	Goal 17 : Partnerships for the goals
103-2	The management approach and its components	100-126	
103-3	Evaluation of the management approach	100-126	
GRI 413 : Local Communities 2016			
413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	100-126	
Marketing and Labeling			
GRI 103 : Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	26, 33-37, 48-52	
103-2	The management approach and its components	26, 33-37, 48-52	
103-3	Evaluation of the management approach	26, 33-37, 48-52	
GRI 417 : Marketing and Labeling 2016			
417-1	Requirements for product and service information and labeling		
Customer Privacy			
GRI 103 : Management Approach 2016			
103-1	Explanation of the material topic and its Boundary	http://www.premier-marketing.co.th /รรรยบสรณบรืษัษ	
103-2	The management approach and its components	http://www.premier-marketing.co.th /รรรยบสรณบรืษัษ	
103-3	Evaluation of the management approach	http://www.premier-marketing.co.th /รรรยบสรณบรืษัษ	
GRI 418 : Customer Privacy 2016			
418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	12, http://www.premier-marketing.co.th /รรรยบสรณบรืษัษ	



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