



PREMIER
MARKETING



PM

บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

SET: เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

<http://www.premier-marketing.co.th>

ธุรกิจหลัก

ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค ของใช้ส่วนตัวและใช้ในครัวเรือน และมีบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าปลาเส้นและปลาแผ่น “ปลาสวรรค์กาโร” ปลาถุงน้ำและอาหารทะเลสำเร็จรูป ผลิตและจำหน่ายซอสมะเขือเทศ ซอสพริก “ตราคิงส์ คิงเช่น” อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง รวมถึงให้บริการห้องเย็น รวมถึงดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ในการส่งเสริมการปลูกกาแฟอินทรีย์

การดำเนินการของบริษัทเพื่อตอบสนอง อย่างทันก่วงที่ต่อสถานการณ์ COVID-19 (Emergency Response)

บริษัทมีการวางแผนการตอบสนองต่อสถานการณ์ทั้งด้าน Prevention, Correction, Recovery และมีการกำหนดทีมงานและผู้รับผิดชอบทั้งระดับบริษัทและกลุ่มบริษัทตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงลงมา ซึ่งบริษัทได้มีการประชุมผู้บริหารกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ตั้งแต่ในช่วงแรกของการเกิดการแพร่ระบาดในประเทศ พร้อมทั้งออกมาตรการเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น มาตรการป้องกันพนักงานและสถานประกอบการ มาตรการรองรับกรณีมีการติดเชื้อในสถานที่ทำงาน มาตรการรองรับผลกระทบทางธุรกิจจากสถานการณ์ COVID-19 ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น



การบริหารจัดการ ภาวะวิกฤต COVID-19 ของบริษัท (Crisis Management)

นอกจากนี้ บริษัทได้มีมาตรการเพิ่มเติมเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อโดยแบ่งกลุ่มพนักงานในหน่วยงานเพื่อปฏิบัติงานที่ทำงานหรือที่บ้าน พร้อมทั้งกำหนดแนวปฏิบัติต่าง ๆ เช่น จัดให้เหลื่อมเวลาการทำงาน และเวลาพัก มีการคัดกรองตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าอาคาร ตั้งเจลแอลกอฮอล์บริการตามจุด จัดที่นั่งทำงาน และรับประทานอาหารเว้นระยะห่างกัน การจัดประชุม/อบรม/สัมมนา/กิจกรรมต่าง ๆ การเดินทางข้ามจังหวัดและให้งดการเดินทางไปต่างประเทศ การเปิด/ปิดหน่วยงานและทำงาน เป็นต้น อีกทั้งบริษัทได้กำหนดมาตรการด้านการเผยแพร่ข้อมูลโดยขอให้พนักงานระมัดระวังไม่เผยแพร่ข้อมูลที่ไม่ได้ตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล และเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงหรือข้อมูลในทางลบเกี่ยวกับการแพร่กระจายของ COVID-19

ผู้บริหารของบริษัทได้มีการจัดประชุมอย่างต่อเนื่อง เพื่อติดตามความคืบหน้าของการดำเนินงานและได้มีปรับแผนการดำเนินธุรกิจและการลงทุนให้เหมาะสมภายใต้สถานการณ์วิกฤตดังกล่าว พร้อมกันนี้ มีการจัดตั้งคณะทำงาน Emergency Business Continuity Responsibility เพื่อทำหน้าที่กำหนดมาตรการป้องกันควบคุม แก้ไข กู้คืนและฟื้นฟูบริษัทจากวิกฤตครั้งนี้ และมีคณะทำงานการป้องกันควบคุมการแพร่ระบาด COVID-19 เป็นทีมเฉพาะกิจที่บริษัทตั้งขึ้น โดยมีกรรมการผู้จัดการเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงและเป็นประธานคณะทำงานเพื่อช่วยในการดำเนินการและการตัดสินใจของบริษัท

บริษัทมีการทบทวนและปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ได้แก่

1 ด้านการผลิตสินค้าและบริการ มีการวางแผนในการสั่งวัตถุดิบในระยะยาวเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ สำหรับในส่วนของการผลิตนั้น บริษัทได้ปฏิบัติตามมาตรการของการผลิตอาหารและเพิ่มมาตรการป้องกันสุขภาวะอนามัยกับพนักงาน แจกหน้ากากอนามัยและเจลแอลกอฮอล์ มีการฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อโรคในบริเวณโรงงานเพิ่มมากขึ้น

② **ด้านการขนส่ง** ได้ปฏิบัติตาม พ.ร.ก. ฉุกเฉิน โดยได้ปรับเวลาการขนส่งให้สอดคล้องกับในขณะนั้น

③ **ด้านการจำหน่ายและการให้บริการ** เพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้าผ่านทาง Online: Shopee และ Lazada พร้อมทั้งเริ่มทดลองใช้ผ่าน Line Official : @Taro2u

④ **ด้านมาตรการทางการเงิน** บริษัทให้ความสำคัญในการช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบในห่วงโซ่อุปทานอย่างเต็มความสามารถโดยชำระหนี้คู่ค้าตามเงื่อนไขการค้าที่ตกลงไว้ และจัดสรรวงเงินทุนหมุนเวียนสำรองเพื่อรองรับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนครั้งนี้

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้านในสถานการณ์ COVID-19 (Impact Mitigation)

บริษัทได้ยึดคุณค่าหลักและดูแลผู้มีส่วนได้เสียโดยแบ่งออกเป็น

พนักงาน: บริษัทมีการดูแลสุขอนามัยของพนักงานโดยจัดการสถานที่ทำงานให้มีระยะห่างอย่างน้อย 1.5-2.0 เมตร จัดให้มีการฉีดพ่นฆ่าเชื้อโรค ทำความสะอาดบริเวณจุดสัมผัส รวมถึงบริษัทจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานตามปกติและไม่มีการเลิกจ้าง อีกทั้งมีมาตรการช่วยเหลือพักชำระหนี้กับสหกรณ์ออมทรัพย์กลุ่มบริษัทฯ โดยให้พักชำระคืนเงินต้นเป็นระยะเวลา 6 เดือน และพนักงานยังสามารถส่งค่าหุ้นรายเดือนชั่วคราวเพื่อช่วยเหลือสมาชิก

ลูกค้า: ในกรณีที่ลูกค้าขอยืดระยะเวลาการรับมอบสินค้าและ/หรือขอยืดเวลาการชำระหนี้ บริษัทจะหารือร่วมกับลูกค้าเพื่อทำความเข้าใจร่วมกันในการแก้ไขปัญหาตามความเหมาะสมโดยการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขหรือการยืดการชำระหนี้จะต้องถือปฏิบัติให้เป็นข้อยกเว้นเป็นกรณี ๆ ไปโดยพิจารณาจากความจำเป็นและความเหมาะสมที่สุดวิธี

คู่ค้า: บริษัทให้ความสำคัญและความจำเป็นต้องดูแลและให้ความช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบในห่วงโซ่อุปทานอย่างเต็มความสามารถโดยชำระหนี้คู่ค้าตามเงื่อนไขการค้าที่ตกลงไว้ และจัดสรรวงเงินทุนหมุนเวียนสำรองเพื่อรองรับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนครั้งนี้

ผู้ถือหุ้น: จัดประชุมผู้ถือหุ้นโดยมีมาตรการควบคุมอย่างเข้มงวดตามที่หน่วยงานต่าง ๆ กำหนด

ชุมชนและสังคม: บริษัทได้จัดสรรเงินส่วนหนึ่งไปช่วยมูลนิธิแพทย์ชนบทเพื่อต่อสู้กับโรคติดเชื้อ COVID-19 เพื่อนำไปซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ให้โรงพยาบาลในชนบทกว่า 700 แห่ง และได้จัดทำ Face Shield มอบให้กับโรงพยาบาลสิรินทร โรงพยาบาลลาดกระบัง และโรงพยาบาลพุทธโสธร นอกจากนี้ จัดทำถุงยังชีพมอบให้กับชุมชนวัดใหม่วิเชียร ชุมชนทับช้างล่างฝั่งชน และบริจาคร่วมกับรายการเรื่องเล่าเช้านี้ เพื่อไปแจกตามชุมชนต่าง ๆ

การวางแผนฟื้นฟูธุรกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 (Business Recovery)

บริษัทได้มีการประเมินผลกระทบและปรับแผนธุรกิจจากผลกระทบของ COVID-19 รวมถึงปรับแผนการลงทุนด้วย ซึ่งบริษัทมองว่าในตลาดกลุ่มนมผงเกือบรวมถึงกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเป็นกลุ่มสินค้าที่ได้รับผลกระทบน้อยกว่ากลุ่มธุรกิจอื่น จึงเห็นแนวโน้มการฟื้นตัวที่ดีขึ้นในระยะที่ผ่านมา

บริษัทมีการปรับแผนการดำเนินธุรกิจ โดยในส่วนของ**แผนระยะสั้น** บริษัทเน้นปรับแผนเพื่อผลักดันธุรกิจด้านออนไลน์ (E-Commerce) มากขึ้นทั้งตลาดในและต่างประเทศ รวมถึงมีแผนในการเพิ่มจำนวนการกระจายสินค้าไปยังร้านค้าต่าง ๆ มากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการซื้อสินค้าอีกด้วย สำหรับ**แผนระยะยาว** บริษัทมุ่งเน้นการเป็นสินค้ากลุ่มขนม อาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพสูงเพื่อสุขภาพ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายทั้งด้านอายุ เพศ และการดำเนินชีวิตประจำวัน รวมถึงการร่วมมือกับคู่ค้า/ลูกค้า เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งในการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ