

THE
NEXT
TOGETHER
ก้าวไปด้วยกัน

makro
คู่คิดธุรกิจคุณ

รายงานความยั่งยืน 2563

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นด้วยกระดานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**THE
NEXT
TOGETHER**
ก้าวไปด้วยกัน

แม็คโคร
makro



THE NEXT TOGETHER

ก้าวไปด้วยกัน
เคียงข้างมุ่งมั่น
สู่ความยั่งยืน



สารบัญ

ภาพรวม

- 08 สารจากคณะกรรมการบริษัทและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กลุ่มธุรกิจสยามเน็คโคร
- 10 ผลการดำเนินงานที่สำคัญและรางวัลด้านความยั่งยืน ปี 2563
- 14 ภาพรวมของธุรกิจ
- 16 ห่วงโซ่คุณค่า

การบริหารจัดการความยั่งยืน

- 20 กลยุทธ์ความยั่งยืน
- 22 การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

การดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน

- 30 พื้นฐานสู่ความอย่างยั่งยืน
- 34 อาหารปลอดภัย
- 40 การจัดหาอย่างมีจริยธรรม
- 46 การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- 52 การเป็นที่รักในท้องถิ่น
- 58 การเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า
- 66 องค์กรที่คนทุกรุ่นอยากเข้ามาร่วมงาน

ภาคผนวก

- 80 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้และขอบเขตการรายงาน
- 82 ภาพรวมผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
- 88 การแสดงข้อมูลตามดัชนีชี้วัด GRI และ UNGC Principles
- 95 การรับรองจากหน่วยงานภายนอก

ภาพรวม

"เราเชื่อมั่นว่าการขับเคลื่อนด้านความยั่งยืนนั้น
เกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและ
สร้างคุณค่าร่วมกัน เพื่อให้ทุกๆ กิจกรรมทางธุรกิจ
ของเรา สร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่แท้จริง
ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม"

- สารจากคณะกรรมการบริษัทและ
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กลุ่มธุรกิจสยามเบ็คโคร
- ผลการดำเนินงานที่สำคัญและ
รางวัลด้านความยั่งยืน ปี 2563
- ภาพรวมของธุรกิจ
- ห่วงโซ่คุณค่า





สารจากคณะกรรมการบริษัท และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร

นายสุกชัย เจียรนนท์
ประธานกรรมการ

ปี 2563 เป็นปีที่ทั่วโลกต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างมาก จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19) ส่งผลให้วิถีชีวิต พฤติกรรมผู้บริโภค และรูปแบบการทำงานเปลี่ยนแปลงไป สิ่งเหล่านี้ทำให้บริษัทฯ ต้องตอบสนองต่อสถานการณ์อย่างรอบคอบ มีประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น ผสมผสานกับการนำเทคโนโลยีมาช่วยผลักดันการดำเนินงาน และสิ่งสำคัญ คือ บริษัทฯ ยังคงร่วมเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนธุรกิจ สังคม และประเทศให้ผ่านพ้นวิกฤตินี้ไปด้วยกัน

เป้าหมายผลิตภัณฑ์แห่งความดี จากการผนึกกำลังภายในองค์กร

ด้วยความสามารถในการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ ผสานกับความร่วมมือร่วมใจ และความเป็นผู้นำของพนักงานทุกคน ทำให้บริษัทฯ สามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ยังเดินหน้าตามแผนยุทธศาสตร์แม็คโคร 4.0 ซึ่งมีเป้าหมาย 6 ประการ ครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้ง มุ่งมั่นเป็นพื้นที่หนึ่งในเรื่อง การคัดสรรสินค้าที่หลากหลาย ครบครัน ปลอดภัยและมีคุณภาพ การเป็นคู่คิดทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ รวมถึงการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีทักษะที่จำเป็นสำหรับยุคปัจจุบัน ตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีม เพื่อนำองค์ความรู้ ศักยภาพ และกลยุทธ์ความยั่งยืน ขยายไปยังทุกประเทศที่บริษัทฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้ในปี 2563 บริษัทฯ ได้รับรางวัล “Best Companies to Work for in Asia 2020” โดยนิตยสาร เอชอาร์ เอเชีย ประเทศมาเลเซีย

เติบโตเป็นร่มเงาให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

การดำเนินงานเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหาร รวมถึง การตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เป็นสิ่งที่บริษัทฯ ตระหนัก และให้ความสำคัญเสมอมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 บริษัทฯ สร้างความร่วมมือระหว่างผู้ผลิต ผู้ส่งมอบ

และพันธมิตรทางธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ดีและปลอดภัย ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังเพิ่มมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดและปฏิบัติตามกฎหมายของภาครัฐอย่างเคร่งครัด เพื่อให้มั่นใจว่าทั้งพนักงาน ลูกค้า รวมถึงผู้เข้ามาใช้บริการต้องมีความปลอดภัย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เร่งพัฒนาระบบการส่งสินค้า รูปแบบออนไลน์ ผ่านช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์อย่างครบวงจร อาทิ เว็บไซต์ **Makroclick.com** และ**แม็คโครแอปพลิเคชัน** เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้ายังคงได้รับสินค้าที่จัดส่งพร้อมความสด สะอาด ปลอดภัย และรวดเร็วขึ้น รวมถึงต่อยอดการดำเนินงานด้วย**โครงการคนไทยใจบุญ (E-Donation)** ที่เป็นสื่อกลางนำความช่วยเหลือไปสู่มูลนิธิต่างๆ ทั่วประเทศเพื่อตอบสนองรูปแบบชีวิตวิถีใหม่ (New Normal)

สำหรับการสนับสนุนด้านสังคมนั้น บริษัทฯ ดำเนินผ่านหลายโครงการ อาทิ **โครงการโรงเรียนเลี้ยงไก่ไข่** ให้กับโรงเรียนต่างๆ ที่ขาดแคลน เพื่อส่งเสริมภาวะโภชนาการให้กับเด็กนักเรียน **โครงการคืนคนดี มีอาชีพสู่สังคม** โดยการถ่ายทอดความรู้เพื่อการค้าในระดับพื้นฐานให้ผู้ต้องขังที่ใกล้พ้นโทษ ซึ่งสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ในอนาคต ทั้งยังร่วมมืออย่างต่อเนื่องกับภาครัฐเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรที่มีผลผลิตล้นตลาด อันเป็นผลสืบเนื่องจากช่วงแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยบริษัทฯ **รับซื้อสินค้าเกษตร อาทิ ปลากระพง เมื่อกหอม และกุ้ง** จากกลุ่มเกษตรกรที่มีความปลอดภัย รวมถึงร่วมวางแผนระยะยาวกับกลุ่มเกษตรกร เพื่อยกระดับคุณภาพ และปริมาณให้ตรงกับความต้องการของตลาด

นางสุชาดา อิกจารกุล
กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร -
กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร



การส่งเสริมให้ลูกค้าเติบโตเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญมา โดยตลอด จึงดำเนินงานเพื่อสนับสนุนลูกค้ากลุ่มร้านโชห่วย และกลุ่มโรงแรม ร้านอาหาร ธุรกิจจัดเลี้ยง (HoReCa) ให้สามารถเติบโต และอยู่รอดได้ในทุกสถานการณ์ ภายใต้กรอบแนวคิด **“อยู่ให้รุ่ง อยู่ให้รอด และอยู่ให้รวยอย่างยั่งยืน”** โดยการให้ความรู้ด้านการจัดการ เทคโนโลยี รวมไปถึงแนวทางการขยายโอกาสทางการค้าผ่านหลายโครงการ อาทิ **โครงการครัวชุมชน** ที่สนับสนุนให้ร้านโชห่วยเพิ่มโอกาสการขายอาหารสดและอาหารแช่แข็ง หรือ**โครงการเปิดพื้นที่หน้าศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าแม็คโคร** ให้ลูกค้ากลุ่มร้านอาหารสามารถทำอาหารใส่กล่อง มาจำหน่ายบริเวณดังกล่าว เพื่อบรรเทาผลกระทบจากสถานการณ์ ในภาวะวิกฤติอีกด้วย

แบ่งปันความสุขที่ยั่งยืนให้แก่โลก

บริษัทฯ ตระหนักถึงผลการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรและ สิ่งแวดล้อม โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ เร่งดำเนินการ**ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์** ส่งผลให้มีการใช้พลังงานสะอาดเพิ่มขึ้นจากปีก่อนอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงดำเนิน**โครงการแม็คโครรักษ์โลก (Say Hi to Bio Say No to Foam)** ที่มุ่งลดปริมาณการจำหน่ายภาชนะบรรจุอาหารที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไปพร้อมกับการเพิ่มความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ซึ่งโครงการนี้ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และ**โครงการลดขยะอาหาร** ที่เริ่มนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ เพื่อเพิ่มความแม่นยำของฐานข้อมูล พร้อมกันนี้ จากการดำเนินงานที่ส่งเสริมการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ในปี 2563 บริษัทฯ ยังริเริ่มความยั่งยืนผ่านการร่วมกับเครือข่ายระดับสากล โดยเข้าร่วมเป็น

ภาคีข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UN Global Compact) ที่ดำเนินงานภายใต้หลักสากล 10 ประการ ซึ่งแสดงถึงความมุ่งมั่นอย่างชัดเจนของบริษัทฯ ที่จะร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนร่วมขับเคลื่อนประชาคมโลกไปสู่ความยั่งยืน

ก้าวต่อไปเพื่อสร้างโอกาสในการเป็น “คู่คิด...เพื่อชีวิตที่ดีกว่า”

ในอนาคต บริษัทฯ ยังคงไม่หยุดพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ากับการดำเนินงาน และขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศเพิ่มขึ้น รวมถึงนำเป้าหมายของเครือเจริญโภคภัณฑ์เข้ามาผนวกเป็นแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งบริษัทฯ เชื่อมั่นว่ายุทธศาสตร์นี้จะช่วยสร้างความแตกต่าง เพิ่มประสิทธิภาพ ดึงดูดฐานลูกค้า และสร้างประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายต่อไป

สุดท้ายนี้ ในนามของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่มอบความไว้วางใจ และให้การสนับสนุน การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ด้วยดีเสมอมา เราเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าด้วยความร่วมมือของทุกฝ่าย ผสานกับความตั้งใจจริงในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจทำให้บริษัทฯ สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนเคียงคู่สังคมในฐานะ “คู่คิด...เพื่อชีวิตที่ดีกว่า”

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2563

ด้านเศรษฐกิจ



รายได้จากการดำเนินงานสุทธิ

218,760 ล้านบาท
เพิ่มขึ้นร้อยละ **3.9** จากปี 2562

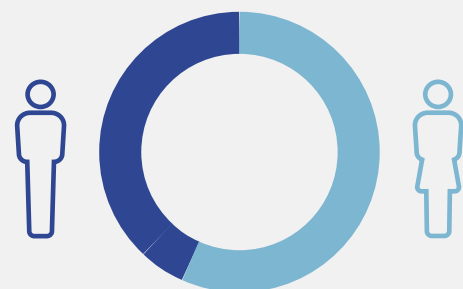


กำไรสุทธิ **6,563** ล้านบาท
เพิ่มขึ้นร้อยละ **5.1** จากปี 2562

ด้านสังคม



พนักงานทั้งหมด **16,108** คน



พนักงานชาย
7,242 คน

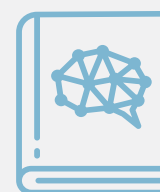
ร้อยละ
44.96

พนักงานหญิง
8,866 คน

ร้อยละ
55.04



จ้างงานเพิ่มในช่วงวิกฤตโควิด-19
2,500 อัตรา



เด็กและเยาวชนที่ได้รับการส่งเสริมโอกาสการเรียนรู้
42,139 ราย



ส่งเสริมอาชีพและรายได้ **596** ราย

- เกษตรกร **408** ราย
- ผู้ประกอบการรายย่อย **166** ราย
- กลุ่มเปราะบาง **22** ราย

ด้านสิ่งแวดล้อม

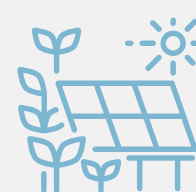


ลดความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม (ขอบเขตที่ 1 และ 2)

ลงร้อยละ **19.55** ในปี 2563 เทียบกับปีฐาน 2558

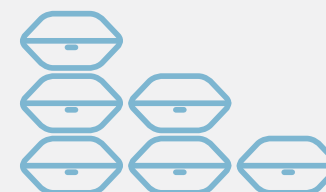


ลดความเข้มข้นการใช้พลังงานลงร้อยละ **3.27** ในปี 2563 เทียบกับปีฐาน 2558



ติดตั้งแผงผลิตกระแสไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โคร

52 สาขาทั่วประเทศ
สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าจาก **26** สาขา
รวมกว่า **17,659.54** เมกะวัตต์ชั่วโมง



ลดปริมาณการจำหน่ายไฟมลงกว่า **32.78** ล้านชิ้นจากปี 2562

รางวัลด้านความยั่งยืน ปี 2563



51 สาขาได้รับรางวัลสถานประกอบกิจการ
ต้นแบบดีเด่น ด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย
และสภาพแวดล้อมการทำงานระดับประเทศ
ประจำปี 2563

จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน
กระทรวงแรงงาน



รางวัล
สถานประกอบกิจการ
ที่มีระบบบริหารจัดการ
ด้านแรงงานยอดเยี่ยม
ประจำปี 2563
แก่ศูนย์จำหน่ายสินค้า

94 สาขา

จากกรมสวัสดิการ
และคุ้มครองแรงงาน
กระทรวงแรงงาน



โล่ประกาศเกียรติคุณ **3** รางวัลจาก
โครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจ
ตามมาตรฐานของประเทศไทย
(Thailand Voluntary Emission
Reduction Program : T-VER)

จากโครงการ

1. โครงการผลิตไฟฟ้า พลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา
2. โครงการเปลี่ยนคอมโพไฟฟ้าประสิทธิภาพสูง LED
3. โครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก
(Low Emission Support Scheme: LESS)
แม็คโครสาขาจะเข้เกรา และอาคารสำนักงานใหญ่

จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก



รางวัล
**Best Companies
to Work for in Asia
2020**

จากนิตยสาร เอชอาร์ เอเชีย
ประเทศมาเลเซีย



รางวัล
**การเปิดเผยข้อมูล
ความยั่งยืน**
(Sustainability Disclosure Award)
ประจำปี 2563

จากสถาบันไทยพัฒน์



Linked in.



รางวัล
**รองอันดับ 2
LinkedIn Award 2020**
สาขา Most Active Employer Branding

จาก LinkedIn

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") ดำเนินธุรกิจค้าปลีกค้าส่งสินค้าคุณภาพครบวงจร ที่จดทะเบียนจัดตั้งในเดือนพฤษภาคม ปี 2531 ภายใต้

วิสัยทัศน์

"มุ่งเป็นที่หนึ่งเรื่องการจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ"

พันธกิจ

m

Multi-formats

ขยายตัวด้วยรูปแบบร้านค้าที่หลากหลาย

a

Award

ให้รางวัลกับความสำเร็จของทีมงาน และลงทุนกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

k

Know the differences

ศึกษาทำความเข้าใจในความแตกต่างเฉพาะตัวของแต่ละท้องถิ่น

r

Responsible

สร้างผลประโยชน์สูงสุดให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องพร้อมรับผิดชอบต่อสังคม

o

Offer the best

นำเสนอแต่สิ่งที่ดีที่สุด และคุ้มค่าที่สุดให้กับลูกค้า

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจใน 9 ประเทศ

สำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศไทย



ธุรกิจของแม็คโคร

ธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้า



137 สาขาในไทย

7 สาขาในต่างประเทศ (กัมพูชา อินเดีย จีน และพม่า)

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคหลากหลายประเภท ทั้งกลุ่ม สินค้าอาหารสด สินค้าอาหารแห้ง สินค้าที่เป็นในชีวิตประจำวัน และสินค้าอุปโภค ผ่านศูนย์จำหน่ายสินค้าในไทย และอีก 4 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา อินเดีย จีน และพม่า รวมทั้งสิ้น 144 สาขา

ธุรกิจฟู้ดเซอร์วิส



ฐานการดำเนินธุรกิจใน

6 ประเทศ ได้แก่ ไทย กัมพูชา เวียดนาม สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา และฮ่องกง

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจนำเข้า ส่งออก และจำหน่ายสินค้าอาหารแช่แข็งและแช่เย็น พร้อมบริการด้านจัดเก็บและจัดส่งภายใต้การบริหารจัดการของกลุ่มธุรกิจฟู้ดเซอร์วิส ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและตะวันออกกลาง (Food Service APME)

ธุรกิจอื่นๆ เพื่อสนับสนุนธุรกิจหลัก

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านเทคนิค และให้บริการสนับสนุนแก่บริษัทในกลุ่ม เพื่อรองรับการขยายธุรกิจ รวมทั้งให้บริการด้านการตลาดและให้คำปรึกษา ในการประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในพม่า

หมายเหตุ: สามารถศึกษารายละเอียดลักษณะการประกอบธุรกิจได้ในรายงานประจำปี 2563

ห่วงโซ่คุณค่า

การจัดหาสินค้า

คัดเลือกวัตถุดิบและสินค้า
จากแหล่งผลิตที่มีคุณภาพ
และจากคู่ค้าธุรกิจที่มีมาตรฐาน
ทั้งในและต่างประเทศ
รวมถึงผลิตสินค้าคุณภาพ
ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท



การกระจาย และจัดส่งสินค้า

ตรวจสอบและวิเคราะห์การปนเปื้อนก่อน
กระจายสินค้าไปยังศูนย์จำหน่ายสินค้า
ด้วยระบบขนส่งที่ทันสมัย เพื่อรักษา
คุณภาพของสินค้า



การจัดจำหน่าย และบริการ

จำหน่ายสินค้าถึงมือลูกค้า
ด้วยช่องทางที่หลากหลาย
ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์



การบริหารจัดการ ความยั่งยืน

"เราบริหารจัดการธุรกิจ
ภายใต้กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน
ที่คำนึงถึงการกำกับดูแลกิจการที่ดี
เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม
และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน"

- กลยุทธ์ความยั่งยืน
- การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
และประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



กลยุทธ์ความยั่งยืน



**วิสัยทัศน์
การพัฒนา
อย่างยั่งยืน**

มุ่งเป็นหนึ่งในการเป็นคู่คิดธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ ส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพชั้นเลิศและปลอดภัยในราคายุติธรรม เพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสียโดยไม่บันทึกโอกาสการเข้าถึงทรัพยากรของคนรุ่นต่อไปในอนาคต

บริษัทฯ ยึดมั่นวิสัยทัศน์การพัฒนาอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งคำนึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล โดยกำหนดเป็นยุทธศาสตร์แม็คโคร 4.0 ที่ถูกออกแบบ และขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม รวมถึงใช้แนวทางปฏิบัติตามมาตรฐานสากลเข้ามามีส่วนช่วยบริหารจัดการความยั่งยืน

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ

บริษัทฯ บูรณาการเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) เข้ากับกลยุทธ์แม็คโคร 4.0 โดยเป็นการสนับสนุนทางตรง 14 เป้าหมาย จากทั้งหมด 17 เป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับศักยภาพของบริษัทฯ ที่มุ่งมั่นสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



เป้าหมายหลัก 6 ประการในการดำเนินธุรกิจ



เป็นแหล่งอ้างอิงด้านอาหารปลอดภัย

บริษัทฯ ใส่ใจเรื่องอาหารปลอดภัย โดยมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหาร รวมถึงผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพ และพร้อมจ่ายเพื่อบริโภคอาหารปลอดภัย ได้มาตรฐานสากล ตามที่แต่ละประเทศกำหนดไว้

ส่งเสริมการค้าเสรีและยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ จึงมุ่งทำงานกับผู้ผลิตหรือคู่ค้าธุรกิจที่ดำเนินงานอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนร่วมกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงมุ่งส่งเสริมการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งดำเนินการให้ทุกระบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เป็นที่รักในท้องถิ่น

บริษัทฯ ปรารถนาจะเป็นที่รักและสร้างสรรค์ประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับชุมชนในแต่ละพื้นที่ที่บริษัทฯ ดำเนินกิจการอยู่ อาทิ การจ้างงานในท้องถิ่น การให้ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจค้าปลีกแก่ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงเด็กและเยาวชนที่เป็นใจช่วยรุ่นเยาว์ ให้นำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ปรับปรุงร้านค้าปลีกในท้องถิ่นให้รุ่งเรืองอย่างยั่งยืน

สร้างการเติบโตทางธุรกิจให้กับลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลให้เป็นช่องทางใหม่ในการทำธุรกิจ ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าทำธุรกิจง่ายและสะดวกขึ้น มีผลกำไรมากขึ้น รวมถึงเติบโตอย่างยั่งยืนในโลกของการแข่งขันยุคใหม่ ส่งผลให้ลูกค้าผู้ประกอบการพึงพอใจและ是客户สมาชิกของบริษัทฯ ในระยะยาว

เป็นองค์กรที่คนทุกกลุ่มอยากเข้ามาร่วมงาน

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายเป็น 1 ใน 5 องค์กรที่คนทุกกลุ่มอยากเข้ามาร่วมงาน จึงมุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรให้เป็นทั้งคนดีและคนเก่ง ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำ และสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยี พร้อมทั้งจะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หมายเหตุ: สามารถศึกษารายละเอียดผลการดำเนินงานตามเป้าหมายแต่ละบท

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานทางธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ป้องกันความเสี่ยง และสร้างคุณค่าร่วมแก่ทุกฝ่าย บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญและตระหนักถึงความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบริษัทฯ ได้ประยุกต์ใช้หลักการของมาตรฐาน AA 10000 Stakeholder Engagement Standard และแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็น 10 กลุ่ม พร้อมทั้งทบทวนช่องทางการมีส่วนร่วมเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าทุกเสียงของผู้มีส่วนได้เสียได้ถูกผนวกเป็นแนวทางการพัฒนายั่งยืนอย่างเหมาะสมของบริษัทฯ



รายละเอียดของช่องทางการมีส่วนร่วม ตัวอย่างประเด็น และการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียแสดงดังต่อไปนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความสนใจและความคาดหวัง	ตัวอย่างการตอบสนองต่อความคาดหวัง
 ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน	- ช่องทางการสื่อสาร อาทิ เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล ไลน์อย่างเป็นทางการ - การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี - การจัดบรรยายสรุปผลการดำเนินงานต่อนักวิเคราะห์ (Analyst Meeting) รายไตรมาส - กิจกรรมพบปะนักลงทุนอย่างต่อเนื่อง อาทิ การเยี่ยมชมกิจการโรดโชว์ เป็นต้น - รายงานประจำปี และรายงานความยั่งยืน - งบการเงิน และบทวิเคราะห์การดำเนินงาน (MD&A) รายไตรมาส	- การเปิดเผยข้อมูลที่ต้องครบถ้วนและทันต่อเหตุการณ์ - การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรม - ความโปร่งใสในการบริหารจัดการ - สิทธิของผู้ถือหุ้น - การเติบโตทางธุรกิจ - การบริหารความเสี่ยง - ศักยภาพในการแข่งขัน - การสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างยั่งยืน	- ปฏิบัติตามนโยบาย หลักเกณฑ์ข้อกำหนด และแนวทางการเปิดเผยข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์ฯ อย่างเคร่งครัด โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ - กำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี - เคารพสิทธิของผู้ถือหุ้นตามที่กฎหมายกำหนดและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน - เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการพัฒนาระบบการทำงาน การดำเนินธุรกิจ และบุคลากรอย่างต่อเนื่อง - วางระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างรัดกุม - ส่งเสริมและมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการพัฒนาในทุกจุดของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)
 พนักงาน	- ช่องทางการสื่อสารภายใน อาทิ อีเมล วารสารภายใน - ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน อาทิ อีเมล ถึง Corporate Governance Office และ HR จัดหมายร้องเรียน โทรศัพท์สายตรง - การสำรวจความพึงพอใจรายปี - การประชุมและการดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการรายไตรมาส - การประชุมคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน - การประเมินสมรรถนะพนักงานรายปี - การประชุมนำเสนอผลงานนวัตกรรมรายปี	- การเติบโตในสายอาชีพ - การพัฒนาขีดความสามารถ - ความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว	- ดำเนินงานตามกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคล (HR Strategy) - เตรียมความพร้อมและการพัฒนาศักยภาพเพื่อเป็นผู้นำ - ฝึกอบรมและเสริมศักยภาพที่เหมาะสม (Upskill and Reskill) เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง - เสริมสร้างการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ (Makro Learning Program) - สร้างความเข้าใจเรื่องการบริหารจัดการงานและเวลาที่เหมาะสม - นำเครื่องมือดิจิทัลต่างๆ เข้ามาช่วยในกระบวนการทำงาน

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความสนใจและความคาดหวัง	ตัวอย่างการตอบสนองต่อความคาดหวัง
 ลูกค้าและผู้ประกอบการ	- ช่องทางการสื่อสาร อาทิ เว็บไซต์ แม็คโครเมล โทรศัพท์ ไลน์อย่างเป็นทางการ และเฟซบุ๊ก - ช่องทางการรับฟังข้อคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียน - การพบปะกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ - การรับฟังข้อคิดเห็นและสัมภาษณ์ลูกค้ารายไตรมาส - กิจกรรมการตลาดและการส่งเสริมการขาย อาทิ ตลาดนัดโซ่ช่วยสัญจร (Food Retailer Event) MHA Roadshow 2020 - คู่มือธุรกิจอาหารวิถีใหม่ สัญจร เป็นต้น	- คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ - สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า - ความพร้อมของปริมาณสินค้า - ป้ายราคาสินค้า - การนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ที่ดี	- นำเสนอข้อมูลแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ - จัดหาผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และส่งเสริมสุขภาวะที่ดี - วางแผนการดำเนินงานที่เหมาะสมร่วมกับลูกค้า - วางแผนและเตรียมพร้อมล่วงหน้า เมื่อมีการเปลี่ยนราคาและโปรโมชั่น พร้อมเพิ่มการสุ่มตรวจสอบป้ายราคาสินค้า - ดำเนินโครงการต่างๆ อาทิ โครงการมิตรแท้โซ่ช่วย โครงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น - สนับสนุนการปรับปรุงร้าน และฝึกอบรมเรื่องการจัดการค้าปลีกยุคใหม่
 คู่ค้าธุรกิจ	- ช่องทางการสื่อสาร อาทิ เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล ไลน์อย่างเป็นทางการ - ช่องทางการรับฟังข้อคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียน - การประชุมและสัมมนาอย่างต่อเนื่อง - การเยี่ยมชมอย่างสม่ำเสมอ - การพูดคุยกับคู่ค้าธุรกิจโดยตรง - การตรวจประเมินคู่ค้าธุรกิจ (Supplier Audit) และโครงการส่งเสริมศักยภาพต่างๆ รายไตรมาส	- การส่งเสริมศักยภาพคู่ค้าธุรกิจ - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - แผนการดำเนินงาน อาทิ เป้าหมาย แผนงานการตลาดและการส่งเสริมการขาย	- ร่วมกันวางแผนพัฒนาสินค้าทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ พร้อมทั้งติดตามผลการดำเนินงาน - ตรวจเยี่ยมและรับฟังข้อคิดเห็นเพื่อทบทวนความเข้าใจและกำหนดแนวทางการทำงานร่วมกันทั้งในระยะสั้น และระยะยาว - ส่งเสริมให้คู่ค้าธุรกิจเพิ่มศักยภาพการผลิตทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ - สนับสนุนสินค้าการเกษตร และผู้ผลิตรายย่อยในแต่ละท้องถิ่น
 ผู้รับเหมา	- ช่องทางการสื่อสาร อาทิ เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล ไลน์อย่างเป็นทางการ - ช่องทางการรับฟังข้อคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียน - การประชุมรายเดือน - การเยี่ยมชมอย่างสม่ำเสมอ	- การปฏิบัติตามมาตรฐาน กฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ - ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลของผู้รับเหมา	- กำหนดหลักเกณฑ์ มาตรการ และระเบียบปฏิบัติด้านความปลอดภัยให้แก่ผู้รับเหมา - กำหนดระเบียบปฏิบัติให้ทั้งพนักงานและผู้รับเหมา ต้องได้รับอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลตามความเสี่ยงของงานอย่างเหมาะสม ได้มาตรฐาน และพร้อมใช้งาน

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความสนใจและความคาดหวัง	ตัวอย่างการตอบสนองต่อความคาดหวัง
 ชุมชนและสังคม	- ช่องทางการสื่อสาร อาทิ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ คอลเซ็นเตอร์ การประชุมกับตัวแทนชุมชน - ช่องทางการรับฟังข้อคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียน - สานเสวนา / การลงพื้นที่เยี่ยมเยือนรายเดือน - การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม / การบริจาค / การช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องเมื่อมีภัยพิบัติ - การพัฒนาและสร้างอาชีพให้คนในชุมชน	- การมีส่วนร่วมกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่น - การมีส่วนร่วมขององค์กรในการพัฒนาและช่วยเหลือท้องถิ่น - โอกาสการทำงานสำหรับคนในท้องถิ่น	- รับซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและเป็นช่องทางในการจำหน่าย - ดำเนินโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น การบริจาคเลือด โรงเรียนไก่ไข่ - ดำเนินโครงการสนับสนุนการบรรเทาสาธารณภัย เช่น การช่วยเหลือและสนับสนุนเมื่อเกิดภัยพิบัติ - สนับสนุนการจ้างแรงงานท้องถิ่น
 สถาบันการเงิน	- ช่องทางการสื่อสาร อาทิ โทรศัพท์ จดหมาย อีเมล - การประชุมอย่างสม่ำเสมอ - เอกสารรายงานผลการดำเนินงาน ได้แก่ รายงานประจำปี งบการเงิน	- ผลการดำเนินงานของบริษัทและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจในปีถัดไป - การชำระหนี้ตรงตามกำหนด - การปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง	- สื่อสารให้ข้อมูลผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง - จัดทำมาตรการลดและบริหารจัดการความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน - ปฏิบัติตามเงื่อนไขของเจ้าหนี้ อย่างเคร่งครัด โดยยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใส และตรงเวลา - ปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขของสัญญาอย่างเคร่งครัด
 ภาครัฐ	- การจัดประชุมกับภาครัฐ - การนำหน่วยราชการเยี่ยมชมกิจการ - การจัดลงนามความร่วมมือกับหน่วยราชการ	- การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง - การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส รวดเร็วและครบถ้วน - การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม	- สื่อสารข้อมูลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส รวดเร็วและครบถ้วน พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงาน - ติดตามและปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด - ร่วมมือและสนับสนุนโครงการและกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
 สื่อมวลชน	- ช่องทางการสื่อสารต่างๆ อาทิ การส่งข่าวในเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ อีเมล รายการทีวี - การนำเยี่ยมชมกิจการรายไตรมาส - การแถลงข่าวให้สัมภาษณ์	- ความโปร่งใสของข้อมูลและการเข้าถึงข้อมูล - ทิศทางเศรษฐกิจในมุมมองขององค์กร - กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานด้านต่างๆ ของธุรกิจที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม	สื่อสารข้อมูลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง
 องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs)	- การประชุมกับองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร - การเยี่ยมชมสถานปฏิบัติการ	- คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ - สิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน	สื่อสารข้อมูลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องผ่านทางต่างๆ เช่น การประชุม การเยี่ยมชม เป็นต้น

การประเมิน ประเด็นสำคัญ ด้านความยั่งยืน



ขั้นตอนที่ 1
การระบุประเด็นด้าน
ความยั่งยืนของบริษัทฯ
และผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ พิจารณาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานทั้งภายในและภายนอก สถานการณ์ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจ โดยอ้างอิงกระบวนการประเมินตามมาตรฐานการรายงานด้านความยั่งยืนของ GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standard) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

บริษัทฯ คัดเลือกประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนโดยพิจารณาจากบริบททั้งภายในและภายนอก ได้แก่ เป้าหมายหลัก 6 ประการของยุทธศาสตร์แม็คโคร 4.0 ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices: DJSI) คณะกรรมการว่าด้วยมาตรฐานทางบัญชีความยั่งยืน (Sustainability Accounting Standards Board: SASB) แนวโน้มของโลก (Global Trend) ทั้งก่อนและหลังสถานการณ์ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รวมถึงประเด็นสำคัญอื่นๆ จากบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง



ขั้นตอนที่ 2
การประเมินระดับ
ความสำคัญ

ตัวแทนผู้บริหารระดับสูง หัวหน้าสายงานที่เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 10 กลุ่มวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญของประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน และมีผลต่อผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการ



ขั้นตอนที่ 3
การทวนสอบ
ความถูกต้อง

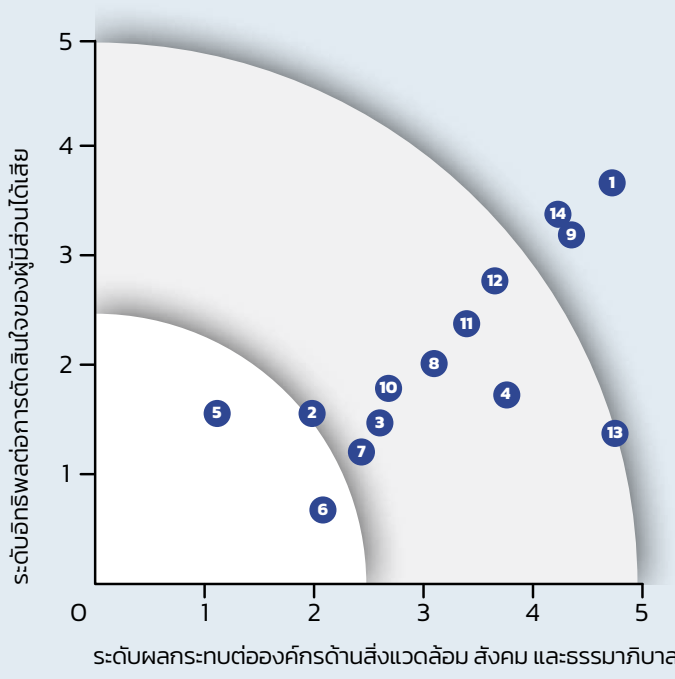
ผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนถูกนำเสนอต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร – กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร เพื่อพิจารณายืนยันและอนุมัติประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ว่าจ้างหน่วยงานอิสระจากภายนอกทวนสอบและรับรองความถูกต้องของกระบวนการจัดทำรายงานความยั่งยืนตาม GRI Standard และประเมินความน่าเชื่อถือของชุดข้อมูลเฉพาะที่เลือก



ขั้นตอนที่ 4
การทบทวนและ
พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ทบทวนกระบวนการจัดทำและเปิดเผยข้อมูลในรายงานอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งจัดเตรียมช่องทางรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรต่อไป



- ผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
1. คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร
 2. สุขภาพและโภชนาการ
 3. การปฏิบัติด้านการจัดจำหน่ายและฉลากผลิตภัณฑ์
 4. การจัดการห่วงโซ่อุปทานและการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ
 5. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
 6. การบริหารจัดการพลังงาน
 7. การบริหารจัดการขยะและวัตถุดิบ
 8. การมีส่วนร่วมกับชุมชน
 9. การเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า
 10. การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน
 11. การพัฒนาบุคลากร
 12. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
 13. นวัตกรรม
 14. การกำกับดูแลกิจการที่ดี

ขอบเขตประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

หัวข้อในรายงาน	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	กรอบของ GRI Standard	ขอบเขตผลกระทบ	
			ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร
อาหารปลอดภัย	คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร	103-1, 103-2, 103-3, FP5		
	สุขภาพและโภชนาการ	103-1, 103-2, 103-3, 417-1		
	การปฏิบัติด้านการจัดจำหน่ายและฉลากผลิตภัณฑ์	103-1, 103-2, 103-3, 417-1		
การจัดการอย่างมีจริยธรรม	การจัดการห่วงโซ่อุปทาน และการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ	102-9, 103-1, 103-2, 103-3, 204-1, 308-1, 414-1		
การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	103-1, 103-2, 103-3, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5		
	การบริหารจัดการพลังงาน	103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 302-3, 302-4		
	การบริหารจัดการขยะและวัตถุดิบเหลือใช้	103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 306-1, 306-2		
การเป็นพันธมิตร	การมีส่วนร่วมกับชุมชน	102-12, 103-1, 103-2, 103-3, 413-1		
การเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า	การเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า	103-1, 103-2, 103-3, 203-2		
องค์กรที่คนทุกรุ่นอยากเข้าร่วมงาน	การพัฒนาบุคลากร	103-1, 103-2, 103-3, 404-1, 404-2, 404-3		
	สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน	103-1, 103-2, 103-3, 401-2, 405-1, 412-1		
	การบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-9, 403-10		
	การปลูกฝังความคิดเชิงนวัตกรรม	103-1, 103-2, 103-3, 201-1		

เพื่อการอ้างอิง


ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน


พนักงาน


ลูกค้าและผู้ประกอบการ


คู่ค้าธุรกิจ


ผู้รับเหมา


ชุมชนและสังคม


สถาบันการเงิน


ภาครัฐ


สื่อมวลชน


องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs)

การดำเนินงาน เพื่อความยั่งยืน

"เรานำความมุ่งมั่นมาสู่ภาคปฏิบัติ
เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก
ทั้งต่อสังคม สิ่งแวดล้อม
และผู้มีส่วนได้เสีย"

- พื้นฐานสู่ความยั่งยืน
- อาหารปลอดภัย
- การจัดหาอย่างมีจริยธรรม
- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- การเป็นที่รักในท้องถิ่น
- การเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า
- องค์กรที่คนทุกรุ่นอยากเข้ามาร่วมงาน



พื้นฐานสู่ความยั่งยืน

โอกาสและความท้าทาย

การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โปร่งใสและตรวจสอบได้เป็นหัวใจหลักของการดำเนินงานที่แม็คโคร บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี และสร้างวัฒนธรรมต่อต้านการทุจริตทั่วทั้งองค์กร ตลอดจนบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อรักษาศักยภาพการแข่งขัน และการขยายตัวทางธุรกิจในระยะยาว ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

การกำกับดูแลกิจการ

ผลการดำเนินงานปี 2563

คณะกรรมการบริษัทฯ
ทั้งหมด **15** ท่าน

5 กรรมการอิสระ

2 กรรมการที่เป็นผู้บริหาร

3 กรรมการเพศหญิง

บริษัทฯ ดำเนินงานสอดคล้องกับแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจอย่างเคร่งครัด และยังจัดทำแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษากัมพูชา เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างทั่วถึง โดยพนักงานทุกคนต้องลงนามรับทราบและปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าวอย่างเคร่งครัด เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้บรรลุตามเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจ โดยยังคงรักษามาตรฐานสูงสุดด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

ในปี 2563 บริษัทฯ จัดฝึกอบรมกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และประเด็นด้านกฎหมายที่สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ประการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหลักการบริหารกิจการที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ นอกเหนือจากการดำเนินงานให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้วนั้น บริษัทฯ ยังจัดให้มีการฝึกอบรมจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย เพื่อส่งเสริมทักษะและความรู้ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้กับคณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อนำไปปรับปรุง พัฒนานโยบายและข้อกำหนดต่างๆ และแนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัด

คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน (Sustainability Development Committee)

เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลทั่วทั้งองค์กร บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน ตั้งแต่ปี 2560 ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูง และผู้บริหารอาวุโสจากทุกภาคส่วนตามมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อทำหน้าที่กำหนดเป้าหมาย แนวทางการดำเนินงาน รวมถึงผลักดันและทบทวนการดำเนินให้เป็นไปตามทิศทางกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กร

ปี 2563 บริษัทฯ ได้ปรับรายชื่อคณะกรรมการฯ ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน และแต่งตั้งคณะทำงานชุดย่อย เพื่อช่วยผลักดันการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

หมายเหตุ: สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมของนโยบายการกำกับดูแลกิจการ คณะกรรมการบริษัทฯ และข้อมูลอื่นๆ ด้านการกำกับดูแลกิจการได้ในรายงานประจำปี 2563 และเว็บไซต์ของบริษัทฯ (www.siammakro.co.th)

การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืน



เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือและพันธมิตรระหว่างองค์กร โดยเมื่อเดือน กรกฎาคม ปี 2563 บริษัทฯ ได้ร่วมประกาศความมุ่งมั่นตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UN Global Compact) ในการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับหลักปฏิบัติสากล 10 ประการในด้านสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังได้เข้าร่วมเครือข่ายกับ 204 บริษัทระดับโลกภายใต้ สภานักธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (World Business Council on Sustainable Development: WBCSD) เพื่อเรียนรู้และร่วมพัฒนาไปกับภาคีสมาชิกทั่วโลก อันจะนำไปสู่การสร้างอนาคตที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม

สมาคมที่บริษัทฯ เข้าร่วมเป็นสมาชิกประจำปี 2563

1. สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็ก
2. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
3. สมาคมผู้ค้าปลีกไทย
4. สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
5. สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย
6. สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย
7. สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย
8. สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย
9. สมาคมผู้ประกอบการข้าวถุงไทย
10. หอการค้าเนเธอร์แลนด์-ไทย
11. หอการค้าไทย
12. หอการค้าไทย-รัสเซีย
13. ชมรมบริหารบุคคลรังสิต



การต่อต้านการคอร์รัปชัน



การสื่อสารนโยบาย ต่อต้านการคอร์รัปชัน

100%

ของคณะกรรมการบริษัทฯ
ได้รับการสื่อสารนโยบาย
ต่อต้านการคอร์รัปชัน

100%

ของพนักงานได้รับการสื่อสาร
นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน

100%

ของคู่ค้าธุรกิจได้รับการสื่อสาร
นโยบายด้านการคอร์รัปชัน
ผ่านจรรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจ



การฝึกอบรมด้าน การต่อต้านการคอร์รัปชัน

100%

ของผู้บริหารระดับบังคับบัญชาของ
บริษัทฯ ผ่านการฝึกอบรมหลักสูตร
การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

100%

ของพนักงานใหม่ผ่านการอบรม
ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันใน
หลักสูตรปฐมนิเทศพนักงานใหม่

100%

เจ้าหน้าที่และพนักงานในระดับ
ปฏิบัติการได้รับการฝึกอบรม
หลักสูตรการต่อต้านการทุจริต
คอร์รัปชัน

บริษัทฯ ต่อด้านการทุจริตทุกรูปแบบตามที่ได้ประกาศอย่างชัดเจนในนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และนโยบายงดรับของขวัญในทุกเทศกาล (No Gift Policy) ซึ่งประกอบด้วยมาตรฐานทั่วไป แนวทางการดำเนินงานที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนและช่วยเหลือทางการเงิน เงินบริจาคเพื่อการกุศล เงินสนับสนุน การให้หรือรับของขวัญและของกำนัลจากบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องทางธุรกิจ โดยประธานกรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มธุรกิจแม็คโคร มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลและตรวจติดตามการส่งเสริมวัฒนธรรมต่อต้านคอร์รัปชันในองค์กร โดยรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทฯ นอกจากนี้ คณะกรรมการตรวจสอบซึ่งรายงานตรงต่อคณะกรรมการบริษัทฯ ยังมีหน้าที่กำกับดูแลให้การดำเนินกิจกรรมของแม็คโครเป็นไปตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และมีหน่วยงานตรวจสอบภายในช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อสร้างความมั่นใจว่าบริษัทฯ มีระบบควบคุมภายในที่เหมาะสมเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำใด ๆ ที่เป็นการคอร์รัปชันจากการดำเนินธุรกิจ

ปี 2563 บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานตามเป้าหมายด้านการกำกับดูแลกิจการภายในองค์กร และได้รับการประกาศให้อยู่ในระดับ ‘ดีเลิศ’ จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทฯ จดทะเบียนไทย (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies: CGR) ซึ่งเป็นระดับสูงสุด และยังคงได้คะแนนเต็ม 100 คะแนนจากการประเมินตามรายการตรวจสอบการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี (Annual General Meeting Checklist) ต่อเนื่องเป็นปีที่สี่

หมายเหตุ: สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมของนโยบายต่อต้านการทุจริต นโยบายไม่รับของขวัญ นโยบายเกี่ยวกับการบริจาค และนโยบายอื่นๆ ได้จากเว็บไซต์ของบริษัทฯ (www.siammakro.co.th)

ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสเมื่อพบพฤติกรรมไม่เหมาะสม ขัดต่อจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการคอร์รัปชัน

หากผู้มีส่วนได้เสียพบเห็นการกระทำใดที่เกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชัน สามารถแจ้งเรื่องร้องเรียนและข้อมูลผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียน (Whistle-blowing) ประกอบด้วย จดหมาย อีเมล โทรศัพท์ และโทรสาร โดยผู้แจ้งเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแส จะได้รับการคุ้มครองที่เหมาะสมและเป็นธรรมจากบริษัทฯ



**ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ/ประธานกรรมการ/
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร/
หัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน**

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 1468 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ
เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250



cgoffice@siammakro.co.th



**Ins. 0 2067 9300
แวกซ์ : 0 2067 9119**

การบริหารจัดการความเสี่ยง ภายในองค์กร

จากการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจการค้าปลีกและค้าส่งอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการแข่งขันแสวงหาโอกาสในการต่อยอดทางธุรกิจ บริษัทฯ จึงต้องเตรียมรับมือกับความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของบริบทต่างๆ อยู่เสมอ โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูง และผู้บริหารของบริษัทฯ จำนวน 13 ท่าน เพื่อวางนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงและพัฒนากรอบการประเมินความเสี่ยงที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยรวบรวมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น แล้วจัดอันดับความเสี่ยงเพื่อใช้เป็นเครื่องมือติดตามตรวจสอบ ประเมินผล และกำหนดแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร พร้อมกำหนดผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการความเสี่ยงให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดและจำกัดผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อาศัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลทั่วทั้งองค์กร การโจมตีและภัยด้านไซเบอร์ นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น และมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น บริษัทฯ ตระหนักดีว่าภัยคุกคามดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ และความน่าเชื่อถือ จึงให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยด้านไซเบอร์ และได้กำหนดมาตรการเชิงรุกเพื่อลดโอกาสที่จะเกิดภัยคุกคามดังกล่าว

บริษัทฯ จัดให้มีระบบและอุปกรณ์ในการเฝ้าระวังพฤติกรรมภัยคุกคาม โดยทดสอบและประเมินระบบดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าระบบที่ใช้งานอยู่สามารถป้องกันภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการทดสอบเจาะระบบ (Penetration Testing) เพื่อประเมินแผนการรับมือกับภัยคุกคามการโจมตีด้านไซเบอร์และข้อมูลระบบสำรอง ถูกเนืออย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ได้อย่างทันทั่วถึง และลดระดับความเสียหายของระบบและข้อมูล

นอกจากนี้ ยังได้ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์และความรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์ เพื่อประเมินความพร้อม ให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงด้านความปลอดภัยไซเบอร์ และสร้างความตระหนักรู้ เกี่ยวกับภัยคุกคามใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น รวมถึงวิธีการป้องกัน และกฎหมายด้านไอทีที่เกี่ยวข้อง ผ่านช่องทางการสื่อสารภายในของบริษัทฯ และการจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง

สำหรับการป้องกันความเสี่ยงจากการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลนั้น ในปี 2563 ที่ผ่านมาบริษัทฯ ยกระดับมาตรการดำเนินงานและระบบข้อมูลภายใน เริ่มตั้งแต่วางกลยุทธ์การดำเนินงาน แต่งตั้งคณะทำงานดำเนินการวิเคราะห์และประเมินแหล่งที่มาของข้อมูลจากส่วนต่าง ทบทวนนโยบายความเป็นส่วนตัว (Privacy Policy) ให้เป็นปัจจุบัน รวมถึงฝึกอบรมให้พนักงานทั้งหมดรับทราบถึงผลกระทบ และปฏิบัติตามข้อบังคับอย่างเคร่งครัด เพื่อให้สอดคล้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (ฉบับล่าสุด) และกฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

การบริหารความเสี่ยงภายใต้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

ในปี 2563 บริษัทฯ เผชิญกับความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดอย่างร้ายแรงทั่วโลกของเชื้อไวรัสโควิด-19 และส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในวงกว้างทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งกฎระเบียบจากทางภาครัฐ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น กำลังการซื้อของผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการปิดเมืองของภาครัฐ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าว เริ่มตั้งแต่การบริหารจัดการเชิงนโยบายจากสำนักงานใหญ่ การสร้างความตระหนักรู้ให้แก่พนักงานและลูกค้า พร้อมทั้งแต่งตั้งคณะกรรมการและคณะทำงานเพื่อติดตามและตอบสนองต่อเหตุการณ์ฉุกเฉินจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างใกล้ชิด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังกำหนดมาตรการเชิงป้องกันเพิ่มเติมส่วนบุคคลให้กับพนักงานทั้งสำนักงานใหญ่และสาขา อาทิ การแจกหน้ากากอนามัยสำหรับพนักงานทุกคน ถุงมือพลาสติก แอลกอฮอล์ล้างมือ การตรวจวัดอุณหภูมิ เป็นต้น พร้อมเตรียมมาตรการเชิงจัดการแก้ไข และจำกัดการแพร่ระบาด หากพบว่าพนักงานหรือลูกค้าที่มีความเสี่ยงในการได้รับเชื้อโรค อาทิ ทำความสะอาดพื้นที่ สิบหาผู้ที่มีความเสี่ยง และคัดแยกผู้ที่มีความเสี่ยงออกนอกพื้นที่เพื่อป้องกันการแพร่กระจาย ซึ่งทำให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการที่ไม่พบผู้ติดเชื้อไวรัสในช่วงที่ผ่านมา

หมายเหตุ: สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมของการบริหารจัดการความเสี่ยง และความเสี่ยงสำคัญของบริษัทฯ ได้จากรายงานประจำปี 2563

อาหารปลอดภัย

โอกาสและความท้าทาย



จากแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยทางอาหาร สุขภาวะโภชนาการที่เหมาะสมกับช่วงอายุ รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลของแหล่งวัตถุดิบและอาหารได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้บริษัทฯ ไม่หยุดพัฒนาตนเองเพื่อให้สอดคล้องต่อความท้าทายดังกล่าว พร้อมทั้งเปลี่ยนให้เป็นโอกาสทางธุรกิจทั้งต่อบริษัทฯ และคู่ค้าทางธุรกิจ โดยบริษัทฯ เดินหน้ายกระดับการบริหารจัดการคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทานให้ทัดเทียมตามมาตรฐานสากล พัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับเพื่อแสดงถึงความโปร่งใสของแหล่งที่มาของวัตถุดิบ รวมถึงเสริมการรับรองมาตรฐานและคุณค่าทางโภชนาการเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าด้วยช่องทางที่หลากหลาย อันจะนำไปสู่การเป็นคู่ค้าธุรกิจของลูกค้า ที่สอดคล้องผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัยสู่มือผู้บริโภค



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

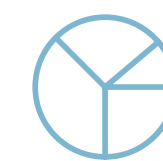
เป้าหมาย



100%

ของวัตถุดิบหลัก
สามารถตรวจสอบ
ย้อนกลับได้

ผลการดำเนินงาน ปี 2563



100%

ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดภายใต้
สัญลักษณ์ทางการค้าของบริษัทฯ
สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหารเป็นอย่างยิ่ง พร้อมทั้งมุ่งมั่นยกระดับระบบจัดการความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และเชื่อมโยงไปจนถึงปลายน้ำ รวมถึงตรวจสอบและเฝ้าระวังโดยห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานห้องปฏิบัติการ ISO/IEC 17025 เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครนั้น มีคุณภาพปลอดภัย ได้มาตรฐาน และสอดคล้องตามหลักกฎหมาย ตามที่ประกาศไว้อย่างชัดเจนในนโยบายด้านคุณภาพและอาหารปลอดภัย (Food Safety Policy)

แนวทางการดำเนินงานเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน



ต้นน้ำ

การสนับสนุนและ
การยกระดับเกษตรกร
ตั้งแต่แปลงเพาะปลูก



กลางน้ำ

การควบคุมคุณภาพ
มาตรฐาน และความปลอดภัย
ภายในศูนย์กระจายสินค้า
และศูนย์จำหน่ายสินค้า



ปลายน้ำ

การจัดส่งสินค้าที่มีมาตรฐาน
ปลอดภัยถึงมือผู้บริโภค และ
สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

ภายใต้ความมุ่งมั่นเรื่องการสนับสนุนและยกระดับเกษตรกรตั้งแต่แปลงเพาะปลูก บริษัทฯ ทำงานแบบบูรณาการร่วมกับเกษตรกร นักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ คณะทำงานภาคเอกชน และหน่วยรับรองมาตรฐานระดับสากล พัฒนาระบบ Makro Initiative Accreditation (MIA) ขึ้นเพื่อใช้สำหรับพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรที่เป็นคู่ค้าธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งช่วยยกระดับมาตรฐานการเพาะปลูกของเกษตรกร ให้สามารถผลิตสินค้าเกษตรได้อย่างมีคุณภาพ และปลอดภัยจากการใช้สารเคมี ซึ่งครอบคลุมทุกมิติทั้งชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ช่วยให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงมาตรฐานการเพาะปลูกสินค้าเกษตรในระดับสากล รวมถึงช่วยลดขั้นตอนการขอการรับรองที่ซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการพัฒนาเกษตรกร

นโยบายด้านคุณภาพและอาหารปลอดภัย (Food Safety Policy)

“บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) จะเติบโตด้วยผลงานที่ดี ลงทุนในบุคลากร มุ่งมั่นและพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ ปลอดภัย ต่อผู้บริโภค และบริการอย่างไม่หยุดยั้ง ตอบสนองและรับผิดชอบต่อสังคม”

ปี 2563 เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตรภายใต้แบรนด์ MQP และ Selected จำนวนกว่า 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ได้ผ่านการตรวจประเมินและได้รับการรับรองมาตรฐานการเพาะปลูก เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแผนขยายไปสู่เกษตรกรรายทั่วไป เพิ่มอีกกว่า 400 ราย ในปี 2564



เพื่อให้การดำเนินการส่วนกลางนำไปในทิศทางเดียวกันกับต้นน้ำ บริษัทฯ จึงต่อยอดระบบ MIA สำหรับการประเมินตนเองของสาขา เพื่อเตรียมความพร้อมในการขอรับรอง 1) มาตรฐานการผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practice: GMP) 2) มาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (Codex) ขององค์การอาหารและเกษตรและองค์การอนามัยโลก 3) มาตรฐานการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (Hazard Analysis and Critical Control Point: HACCP) รวมถึง 4) มาตรฐานระบบการจัดการอาหารปลอดภัย (ISO 22000:2018)

การรับรองมาตรฐานสากล มาตรฐานระดับประเทศ และมาตรฐานภายในองค์กรที่บริษัทฯ ประยุกต์ใช้ เพื่อความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน



ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร¹

- ✓

100% GMP ตามกฎหมาย
- ✓

100% ปศุสัตว์ OK จากกรมปศุสัตว์
- ✓

100% GMP CODEX
- ✓

100% มาตรฐานสินค้าปลอดภัย จากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ✓

100% HACCP
- ✓

100% มาตรฐานสินค้าปลอดภัย จากกรมการแพทย์และสาธารณสุข
- ✓

100% ได้รับการตรวจรับรองการปฏิบัติงานตามมาตรฐานภายในที่สอดคล้องกับระบบการจัดการอาหารปลอดภัย ISO 22000:2018 (กระบวนการผลิตเบเกอร์)²

หมายเหตุ: ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีจำนวนสาขาในประเทศไทยทั้งสิ้น 137 สาขา
¹ มีสาขาที่ขอรับรองมาตรฐาน GMP, HACCP, ปศุสัตว์ OK และมาตรฐานสินค้าปลอดภัยจำนวน 130 สาขา เนื่องจากอีก 7 สาขานั้นทำกิจกรรมการขายเพียงอย่างเดียวไม่มีการผลิตหรือตัดแต่งสินค้า จึงไม่เข้าข่ายการขอรับรองมาตรฐาน
² มีสาขาที่มีกระบวนการผลิตเบเกอร์จำนวน 134 สาขา



ศูนย์กระจายสินค้าแม็คโครมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร

- ✓

100% GMP ตามกฎหมาย
- ✓

100% มาตรฐานสินค้าปลอดภัย จากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ✓

100% GMP CODEX
- ✓

100% มาตรฐานห้องปฏิบัติการจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์
- ✓

100% HACCP
- ✓

100% มาตรฐานสินค้าปลอดภัย จากกรมการแพทย์และสาธารณสุข
- ✓

100% มาตรฐานระบบการจัดการอาหารปลอดภัย ISO 22000:2018 (กระบวนการผลิตเบเกอร์)
- ✓

100% Halal Standard (HALAL)



ศูนย์กระจายสินค้าแม็คโครวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

- ✓

100% GMP CODEX
- ✓

100% มาตรฐานห้องปฏิบัติการจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์



"QR Code s:uu Makro i-Trace ในกลุ่มสินค้าชั่งน้ำหนัก"

สำหรับการดำเนินการที่ปลายน้ำ บริษัทฯ พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ "Makro i-Trace" ตั้งแต่ปี 2562 ซึ่งเป็นเทคโนโลยีสำหรับติดตามแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ผ่านทาง QR Code ที่แสดงอยู่บนฉลากผลิตภัณฑ์ ซึ่งในปี 2563 บริษัทฯ ได้ขยายฐานข้อมูลสินค้าเข้าสู่แอปพลิเคชัน Makro i-Trace ทำให้มีจำนวนสินค้าที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทั้งหมดรวม 11,900 รายการ ครอบคลุมสินค้ากลุ่มอาหารสดและสินค้ากลุ่มเบเกอรี่ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดภายใต้สัญลักษณ์ทางการค้าของบริษัทฯ เช่น แบรนด์ ARO และ MQP และได้พัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับให้ครอบคลุมสินค้าอาหารสดที่แม็คโครในสาขารัฐแห่งสหภาพเมียนมาอีกด้วย



ปี 2563 นี้ บริษัทฯ ยังได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยมหิดลสร้างฐานข้อมูลทางโภชนาการของวัตถุดิบทั้งในประเทศและต่างประเทศมากกว่า 10,000 รายการ เพื่อพัฒนาฐานข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการ เพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการ รวมถึงสร้างความตระหนักและการรับรู้ของผู้บริโภคด้านโภชนาการ ตามแนวโน้มการเติบโตของอาหารเพื่อสุขภาพในปัจจุบัน ผ่านช่องทาง QR Code ในระบบ Makro i-Trace อีกด้วย

การจัดหาสินค้าอาหารทะเลชั้นเลิศจากแหล่งที่ผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐานการทำประมง

บริษัทฯ จัดหาสินค้าอาหารทะเลคุณภาพชั้นเลิศและได้มาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืน โดยสินค้าภายใต้แบรนด์ Ocean Gems จากบริษัท Indoguna Lordly ในเครือสยามแม็คโคร ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืน (Marine Stewardship Council: MSC) และด้านการบริหารจัดการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ (Aquaculture Stewardship Council: ASC) ซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางจากผู้เชี่ยวชาญระดับโลก ในฐานะเกณฑ์ที่ดีที่สุดสำหรับมาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืนและรับผิดชอบ ตัวอย่างสินค้าอาหารทะเลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน อาทิ กุ้งขาวปรั่งสุก หอยเปลือกแข็งสด และเนื้อปลาคอด ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าขยายขอบเขตการรับรองสินค้าอาหารทะเลไปทุกประเทศ ที่จัดจำหน่ายภายในปี 2564

ตัวอย่างโครงการส่งเสริมคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

โครงการ "สัมปลดภัยคนไทยยิ้มได้"

เพื่อยกระดับการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารและการจัดการที่ดีด้านการเกษตรแบบครบวงจร บริษัทฯ ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และสถาบันอุดมศึกษา ดำเนินโครงการสัมปลดภัยคนไทยยิ้มได้ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 ผ่านกระบวนการสร้างมาตรการลดสารพิษตกค้าง และเสริมสร้างความรู้ในการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยอาหารตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ของเกษตรกรผู้ปลูกส้ม ทำให้สินค้ามีคุณภาพ ได้มาตรฐานเท่าเทียมกันทุกรุ่น และปลอดภัยจากสารตกค้าง ขณะเดียวกัน ลูกค้าก็สามารถตรวจสอบที่มาของสินค้าได้จนถึงฟาร์มด้วย QR Code ในระบบ Makro i-Trace อีกด้วย

ผลลัพธ์ ปี 2563

จำนวนเกษตรกร
เข้าร่วมโครงการ
มากกว่า 60 ราย



โครงการ "ปันทรัพย์สู่ทรัพย์ปัน"

บริษัทฯ ดำเนินโครงการปันทรัพย์สู่ทรัพย์ปัน กับเกษตรกรบนพื้นที่สูงในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยยกระดับแนวทางการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทำให้สินค้าดังกล่าวสามารถตรวจสอบปลอดภัยได้ด้วยระบบ Makro i-trace ซึ่งช่วยสินค้ามีมาตรฐาน ปลอดภัยและเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรในรูปแบบเกษตรอินทรีย์



ผลลัพธ์ ปี 2563

จำนวนเกษตรกรได้รับการรับรองการผลิตสินค้าตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นรวม **50** ครัวเรือน

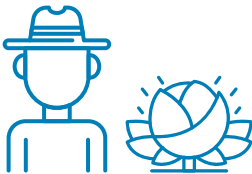
การลดค่าใช้จ่ายจากการใช้เคมีภัณฑ์ **4,000** บาทต่อไร่

มูลค่าเพิ่มจากการปรับเปลี่ยนเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์กว่าร้อยละ **15 – 20**

รายได้เกษตรกรเพิ่มขึ้นเฉลี่ย **12,000** บาทต่อปีต่อครัวเรือน

โครงการ "พัฒนาเกษตรกรชาวเขา เพื่อชีวิตที่ดีกว่า" (ได้รับรางวัลซีพีเพื่อความยั่งยืน 2020)

เพื่อสร้างงานและรายได้ให้แก่ชุมชนเกษตรกรชาวเขาใน 4 จังหวัดภาคเหนือของไทย ประกอบด้วย จังหวัด แม่ฮ่องสอน เชียงราย เชียงใหม่ และตาก บริษัทฯ จึงจัดการอบรมให้ความรู้แก่กลุ่มเกษตรกรประยุกต์ใช้การติดตั้งระบบตรวจสอบย้อนกลับ Makro i-Trace รวมถึงตรวจประเมินผลผลิต เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าทางการเกษตร อาทิ กะหล่ำปลี และผักกาดขาวปลีที่ได้มีความสดใหม่ ปลอดภัยจากสารเคมีตกค้าง และได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าตามหลักการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agriculture Practices: GAP)



ผลลัพธ์ ปี 2563

ยอดขายสินค้าเกษตร **9,000** ตัน คิดเป็นมูลค่า **162** ล้านบาท

รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนเพิ่มขึ้น **2** เท่า

จำนวนเกษตรกรชาวเขาที่ร่วมโครงการกว่า **1,000** ครัวเรือน

โครงการ "ร้านมอก."

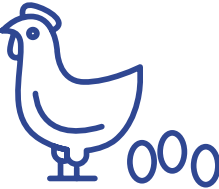
นับตั้งแต่ปี 2559 บริษัทฯ เข้าร่วมโครงการร้านมอก. ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) เพื่อพัฒนามาตรฐานสถานที่จำหน่ายสินค้าในความควบคุมของ สมอ. ให้มีความปลอดภัยและมีมาตรฐาน

ผลลัพธ์ ปี 2563

101 สาขาที่จำหน่ายสินค้าที่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งครอบคลุมทุกสาขาที่จัดจำหน่ายสินค้าตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และครอบคลุมจำนวนสินค้ามากกว่า **1,300** รายการ



การส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์



บริษัทฯ ยึดมั่นการดำเนินธุรกิจบนหลักการที่เหมาะสมและใส่ใจในสวัสดิภาพสัตว์ โดยประกาศเจตจำนงสนับสนุนการพัฒนาการผลิตไข่ไก่ที่มาจากแม่ไก่ที่เลี้ยงแบบธรรมชาติ (Cage-free Eggs) โดยยังคงรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้า และความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของเกษตรกรผู้ผลิตไข่ไก่ พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้ประกอบการ โดยบริษัทฯ จะร่วมมือและทำงานอย่างใกล้ชิด กับเกษตรกรผู้ผลิตไข่ไก่ พันธมิตรทางการค้า และหน่วยงานราชการในการยกระดับมาตรฐานการเลี้ยงสัตว์ให้สอดคล้องตามแนวปฏิบัติสากล “หลักอิสระ 5 ประการ” (Five Freedoms) เพื่อป้องกันความหิวและกระหาย ความเจ็บปวด บาดเจ็บ หรือโรคภัย ความกลัวและทุกข์ทรมาน และมีอิสระในการแสดงพฤติกรรมตามปกติของสัตว์ รวมถึงจัดจำหน่ายไข่ไก่ที่มาจากแม่ไก่ที่เลี้ยงแบบธรรมชาติในทุกสาขาให้เป็นทางเลือกแก่ลูกค้าภายในปี พ.ศ. 2568

ทั้งนี้ เพื่อบรรลุเป้าหมายการยกระดับสวัสดิภาพสัตว์ โดยให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุดต่อเกษตรกร ลูกค้า และผู้ประกอบการ ทำให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์อาหารได้ในราคาที่เอื้ออำนวย และยังเป็นการช่วยยกระดับความรู้และความเป็นอยู่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ให้สามารถเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนอีกด้วย

การสนับสนุนสุขภาพและโภชนาการ

หลักเกณฑ์การคัดเลือกสินค้าที่เข้าข่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

- สินค้าที่มีสัญลักษณ์โภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ (Healthier Choice)” จากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา
- อาหารที่เพิ่ม ลด หรือปราศจากสารอาหารตามที่กฎหมายหรือมาตรฐานยอมรับ เช่น ประกาศกระทรวงสาธารณสุข
- ผัก ผลไม้สด หรืออาหารที่คงสภาพสารอาหารที่เป็นประโยชน์ทางธรรมชาติ หรือผ่านการแปรรูปน้อย
- อาหารที่รับประทานแล้วได้โภชนาการครบถ้วนและพลังงานที่เหมาะสมใน 1 มื้อ
- อาหารทางการแพทย์ “Functional Food หรือ Food Supplement” ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 238 (ปี 2544) และฉบับที่ 293 (ปี2548)

สินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท (Own Brand)

เพื่อเพิ่มทางเลือกสินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่คำนึงถึงสุขภาพ ในปี 2563 บริษัทฯ ได้เริ่มผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า Own Brand ที่แสดงฉลากทางเลือกสุขภาพ ไว้บนสินค้าประเภทกลุ่มเครื่องดื่ม อาทิ น้ำผลไม้ และมีแผนงานที่จะเพิ่มจำนวนสินค้าเพื่อสุขภาพในหมวดอื่นๆ มากขึ้น

เครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าหีบห่อ (Thailand Quantity Mark)

การเปิดเผยข้อมูลของสินค้าให้ครบถ้วน ถูกต้อง และเพียงพอสำหรับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเสมอมา ซึ่งบริษัทฯ ร่วมกับสำนักชั่งตวงวัด กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ จัดทำเครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าหีบห่อ ตั้งแต่ปี 2559 เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นได้ว่าลูกค้าจะได้รับปริมาณสินค้าที่ถูกต้องตามระบุบนบรรจุภัณฑ์

ในปี 2563 นี้ สินค้าภายใต้ Own Brand ได้รับเครื่องหมายรับรองเพิ่มขึ้นอีกจากปีที่ผ่านมา รวมแล้วกว่า 364 รายการ นับเป็นองค์กรเอกชนรายแรกและเป็นห้างค้าส่งรายเดียวที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายดังกล่าว ทั้งนี้ บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายเพิ่มจำนวนสินค้าที่ได้รับการรับรองดังกล่าวเป็น 500 รายการภายในปี 2564



ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรองสัญลักษณ์โภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ” กลุ่มเครื่องดื่ม



เครื่องหมายรับรองปริมาณการบรรจุสินค้าหีบห่อ (Thailand Quantity Mark) จากกระทรวงพาณิชย์

การจัดการอย่างมีจริยธรรม

โอกาสและความท้าทาย



ถึงแม้ในปีที่ผ่านมา การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ก่อให้เกิดความท้าทายอย่างยิ่งต่อการบริหารห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ทั้งในด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า และการรักษาปริมาณสินค้าคงคลังให้เพียงพอความต้องการของลูกค้า แต่ด้วยการยึดมั่นในนโยบายการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable Sourcing Policy) และการปฏิบัติตามแนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างโปร่งใส ช่วยผลักดันให้บริษัทฯ สามารถดำเนินงานในช่วงวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน การสร้างคุณค่าร่วมกับผู้ผลิต ผู้ส่งมอบ คู่ค้าธุรกิจ และพันธมิตรทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการคำนึงถึงผลกระทบเชิงบวกและลบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดการดำเนินงาน



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมาย



100%

ของจำนวนคู่ค้าธุรกิจ (Supplier) ได้รับการสื่อสารคู่มือการดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้าและประเด็นด้านความยั่งยืน

ผลการดำเนินงาน ปี 2563



100%

ของจำนวนคู่ค้าธุรกิจ (Supplier) ได้รับการสื่อสารคู่มือการดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้าและประเด็นด้านความยั่งยืน

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ

เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานทุกขั้นตอน ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำของบริษัทฯ คู่ค้าธุรกิจ และพันธมิตรทางธุรกิจนั้น สร้างสมดุลระหว่างมิติสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในทุกขั้นตอน เพื่อให้ลดความเสี่ยงด้านความยั่งยืนและร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนคู่ค้าธุรกิจให้เติบโตไปด้วยกัน

แนวทางการบริหารความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน

- 01



การระบุขอบเขตการดำเนินการ กำหนดความคาดหวัง และแนวปฏิบัติสำหรับสื่อสารไปยังคู่ค้าธุรกิจ
- 02



การสรรหาและการคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพด้านความยั่งยืน
- 03



การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความยั่งยืนของคู่ค้าธุรกิจ
- 04



การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพด้านความยั่งยืนของคู่ค้าธุรกิจ

คู่มือจรรยาบรรณ สำหรับคู่ค้าธุรกิจ

ความโปร่งใสและการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยลดความเสี่ยงจากการหยุดชะงักทางธุรกิจ บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายและคู่มือการดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้าธุรกิจ เพื่อให้คู่ค้าธุรกิจสามารถดำเนินงานที่สอดคล้องกับหลักการของความยั่งยืนได้



คู่มือการดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้า

- ประกอบด้วย 7 หัวข้อ ได้แก่
- 1) จรรยาบรรณธุรกิจ
 - 2) คุณภาพและความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์
 - 3) การตรวจสอบย้อนกลับ
 - 4) การปรับปรุงประสิทธิภาพและการพัฒนาวัตกรรม
 - 5) การบริหารความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
 - 6) หลักปฏิบัติด้านแรงงาน
 - 7) อาชีวอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทฯ สื่อสารและดำเนินงานตามคู่มือการดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้าธุรกิจ (Supplier Code of Conduct) ไปยังคู่ค้าครบ 100% โดยคู่ค้าธุรกิจยังสามารถดาวน์โหลดคู่มือฯ ได้จากบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ในปี 2563 คู่ค้าธุรกิจได้อ่านและลงนามรับทราบเอกสารคู่มือการดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้าธุรกิจร้อยละ 45.53

นอกจากนี้ เพื่อเน้นย้ำถึงความมุ่งมั่นเรื่องการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โปร่งใสและตรวจสอบได้ ในปี 2563 บริษัทฯ จัดการฝึกอบรมเรื่องจริยธรรมการดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้าธุรกิจกลุ่มอาหารสดคิดเป็นร้อยละ 35.64 ของจำนวนคู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1

บูรณาการประเด็นความยั่งยืนเข้ากับการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน

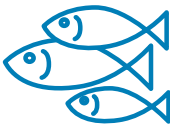
บริษัทฯ ผนวกการดำเนินงานความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการดำเนินงาน โดยสรรหาและคัดเลือกคู่ค้าธุรกิจด้วยแบบประเมินศักยภาพคู่ค้าธุรกิจเบื้องต้น (Pre-Audit Questionnaire) เพื่อประเมินการดำเนินงานและการปฏิบัติตามกฎหมายของคู่ค้าธุรกิจที่ประสงค์จะทำธุรกิจร่วมกับบริษัทฯ ซึ่งการประเมินศักยภาพดังกล่าวครอบคลุม ความสามารถในการผลิต การได้รับการรับรองมาตรฐาน อาทิ GMP และ HACCP การส่งมอบสินค้า กระบวนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม นโยบายด้านแรงงาน รวมถึงกระบวนการจัดซื้ออย่างยั่งยืน

สำหรับการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความยั่งยืน บริษัทฯ จัดกลุ่มคู่ค้าธุรกิจหลักลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier) โดยพิจารณาจากยอดการสั่งซื้อสินค้า ซึ่งบริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้าธุรกิจกลุ่มนี้ต้องทำแบบประเมินตนเองออนไลน์เกี่ยวกับความเสี่ยงด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลกิจการ (Online ESG Supplier Risk Assessment) เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าธุรกิจของบริษัทฯ ดำเนินการสอดคล้องกับนโยบายและแนวปฏิบัติต่างๆ อย่างเคร่งครัด โดยในปี 2563 บริษัทฯ ปรับปรุงฐานข้อมูลคู่ค้าธุรกิจให้เป็นปัจจุบันและลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล และมีคู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1 ได้รับการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความยั่งยืนไปแล้วร้อยละ 53.09

การส่งเสริมศักยภาพด้านความยั่งยืนของคู่ค้าธุรกิจ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสังคมแบบองค์รวม บนพื้นฐานการมีส่วนร่วม และการแบ่งปันความรู้ เพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

ตัวอย่างโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพด้านความยั่งยืนของคู่ค้าธุรกิจ



โครงการ "ฟาร์มปลาชีวภาพ สู่ความยั่งยืน"

บริษัทฯ ดำเนินโครงการฟาร์มปลาชีวภาพสู่ความยั่งยืนร่วมกับภาครัฐเพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรเพาะเลี้ยงปลาดุกและปลานิลในระบบปิดที่สามารถควบคุมคุณภาพ และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอน ซึ่งเป็นการควบคุมปัจจัยในการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์ ปี 2563

เกษตรกรกว่า **20** ราย
ได้รับการส่งเสริมคุณภาพชีวิต



โครงการ "พัฒนาเกษตรกรไทย ก้าวไกลอย่างยั่งยืน (Smart Farm Development)"

เพื่อส่งเสริมการพัฒนาคู่ค้าธุรกิจ เกษตรกร และผู้ประกอบการรายย่อยในธุรกิจด้านการเกษตร บริษัทฯ จึงดำเนินการโครงการฯ โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยพัฒนาการผลิตสินค้าทางการเกษตร ซึ่งเกษตรกรสามารถเรียนรู้ วัตถุประสงค์ และประเมินคุณภาพการผลิตได้ด้วยตัวเอง

ผลลัพธ์ ปี 2563

เกษตรกรมากกว่า **200** ครอบครัวมีอาชีพและมีรายได้เพิ่มขึ้น
ร้อยละ **90** จากเดิมก่อนเข้าร่วมโครงการ

เกษตรกร ได้รับการรับรอง
และผ่านการประเมินเพิ่มขึ้นร้อยละ **50**

เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อเฉลี่ย **3,240,000** บาท ต่อปีต่อราย

ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาเกษตรกร
น้อยลง **11,200** บาทต่อราย



โครงการ "พัฒนาศักยภาพ การผลิตและการตลาด ของกระบือนม"

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สนับสนุนทุนวิจัยแก่บริษัทฯ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ และคู่ค้าทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาระบบการผลิตนมกระบือแปรรูปให้ได้มาตรฐาน ตั้งแต่ฟาร์มเพาะเลี้ยงไปจนถึงผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการแปรรูป ทำให้เกษตรกรสามารถขายผลผลิต คั้นทุน และทำกำไรได้อย่างรวดเร็ว เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนผู้เลี้ยงกระบือนมในจังหวัดฉะเชิงเทรา รวมถึงส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

ผลลัพธ์ ปี 2563

จำนวนเกษตรกรมากกว่า **10** รายเข้าร่วมโครงการ

โครงการฯ ได้รับรางวัล **Bronze Award** ในงานมหกรรมวิจัยแห่งชาติประจำปี 2563 ซึ่งจัดโดยสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ และกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม



รางวัล
โดดเด่น
ปี 2563

โครงการ "ผู้บริโภคที่รัก"

องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร "อ็อกแฟม (OXFAM) ประเทศไทย" สํารวจและประเมินนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสวัสดิการของผู้บริโภคที่มีต่อซูเปอร์มาร์เก็ตจำนวน 8 รายในประเทศไทยภายใต้ "โครงการผู้บริโภคที่รัก" โดยพิจารณาจากนโยบายที่แต่ละซูเปอร์มาร์เก็ตเผยแพร่ต่อสาธารณะ และเข้าถึงได้ เช่น เว็บไซต์ รายงานประจำปี เป็นต้น ทั้งนี้ ในปี 2563 บริษัทฯ ได้รับคะแนนประเมินด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคเป็นอันดับหนึ่ง และอยู่ในกลุ่มที่ได้คะแนนรวมสูงสุด

สุดยอดซูเปอร์มาร์เก็ตไทย 2020				
SUPER MARKET	คะแนนรวม	ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของร้านค้า	ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทาน
TESCO Lotus	3	-	0.33	3
makro ผู้คิดธุรกิจคุณ	9	5	1	3
tops market	9	4	-	5
Fresh Mart	9	3	1	5
2	2	-	-	2
VILLA MARKET	-	-	-	-
FOODLAND	-	-	-	-
ค่าเฉลี่ย	4.04	1.50	4.04	4.04



switchasia



Sweden Sverige



การจัดอันดับความยั่งยืน ปลาทูน่ากระป๋อง (Canned Tuna Greenpeace)

องค์กรรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นอิสระ "กรีนพีซ" จัดอันดับความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพื่อประเมินความก้าวหน้าด้านนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและด้านแรงงาน 7 ประการ ทั้งนี้ ในปี 2563 ปลาทูน่ากระป๋องภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ "ARO" ได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับ 1 ในกลุ่มค้าปลีก อันดับ 2 ในประเทศไทย และอันดับที่ 5 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยผลคะแนนการจัดอันดับครั้งล่าสุดของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจากครั้งก่อนถึงร้อยละ 26.2 ซึ่งเกิดจากความมุ่งมั่นของการจัดหาแหล่งวัตถุดิบอย่างยั่งยืนร่วมกับคู่ค้าธุรกิจ รวมถึงการติดตั้งระบบ i-Trace ทำให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของสินค้าได้



หลักการประเมิน 7 ประการ

- 1 ความยั่งยืนของแหล่งวัตถุดิบ
- 2 ความชอบด้วยกฎหมาย
- 3 นโยบายจัดหาแหล่งวัตถุดิบ
- 4 ความสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้
- 5 การขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
- 6 ความโปร่งใสและการให้ข้อมูลกับผู้บริโภค
- 7 ความเป็นธรรม



บริษัทฯ เห็นถึงความสำคัญต่อการรักษ์โลกและสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ จึงคัดสรรปลาทูน่าเฉพาะสายพันธุ์ Skipjack ซึ่งจับโดยใช้วิธีลากอวนที่ได้รับการรับรองถึงความปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายต่อโลมา และจับในน้ำที่ปราศจากสารพิษปนเปื้อนตามธรรมชาติในมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันตกและตอนกลาง

"เพื่อโลก เพื่อเรา และ
เพื่อทรัพยากรที่ยั่งยืน"



บรรจุก้นที่ยั่งยืน

จากนโยบายและแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมไปถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงข้อกังวลจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย บริษัทฯ จึงตระหนักถึงความสำคัญของบรรจุก้นที่ยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ในปี 2563 บริษัทฯ เดินหน้าลดปริมาณการจำหน่ายโฟม และเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเข้ามาแทนที่ โดยยกเลิกขายโฟมไปแล้วจำนวน 52 สาขา พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายไม่จำหน่ายโฟมทุกสาขาทั่วประเทศ ภายในปี 2565

นอกจากนี้ ภายหลังจากโควิด-19 ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขอนามัยมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความต้องการใช้บรรจุก้นแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งมากขึ้นตามไปด้วย บริษัทฯ จึงจัดหาและส่งเสริมการจัดจำหน่ายกล่องอาหารที่ผลิตจากวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ กระดาษ ชานอ้อย และพลาสติกชีวภาพที่มาจากข้าวโพด



ถุงพลาสติก หายใจได้

เพื่อลดปริมาณการใช้พลาสติกและลดการสูญเสียสินค้าหน้าร้าน บริษัทฯ ร่วมมือกับคู่ค้าธุรกิจพัฒนาบรรจุก้นที่ลดเม็ดพลาสติกลง ซึ่งถุงบรรจุก้นดังกล่าว ผลิตด้วยขั้นตอนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และช่วยยืดอายุผักและผลไม้สดได้นานขึ้นกว่าเดิม 1-2 วัน



โครงการ "Say Hi to Bio Say No to Foam"

เพื่อส่งเสริมการลดปริมาณการจำหน่ายโฟมและเพิ่มทางเลือกบรรจุก้นที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ บริษัทฯ จึงได้จัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ลูกค้า และจัดการอบรมให้แก่พนักงานให้ตระหนักถึงปัญหาของภาชนะโฟม และมีความเข้าใจในการเลือกใช้ภาชนะบรรจุก้นที่ถูกต้อง



ผลลัพธ์ ปี 2563

ยกเลิกการจำหน่ายโฟมในศูนย์จำหน่ายสินค้าไปแล้วจำนวน **52** สาขาทั่วประเทศ

สามารถลดการจำหน่ายโฟมลงได้
จำนวนกว่า **32.78** ล้านชิ้นจากปี 2562

การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

โอกาสและความท้าทาย



จากวิกฤตการณ์การเปลี่ยนแปลงด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งและทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจและคุณภาพทางสิ่งแวดล้อม โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรเพื่อลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากการดำเนินงาน



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมาย



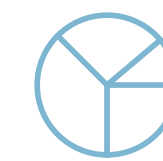
ลดความเข้มข้นการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขตที่ 1 และ 2)

ลง ร้อยละ **10** ในปี 2563
เทียบกับปีฐาน 2558

ลดความเข้มข้นการใช้น้ำ

ลง ร้อยละ **10** ในปี 2563
เทียบกับปีฐาน 2558

ผลการดำเนินงาน ปี 2563



ลดความเข้มข้นการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขตที่ 1 และ 2)

ลงร้อยละ **19.55**
ในปี 2563 เทียบกับปีฐาน 2558
และลดลงร้อยละ **14**
ในปี 2563 เทียบกับปีฐาน 2562

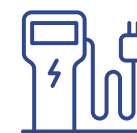
ความเข้มข้นการใช้น้ำ

เพิ่มขึ้นร้อยละ **8.33**
ในปี 2563 เทียบกับปีฐาน 2558
แต่ลดลงร้อยละ **1.69**
ในปี 2563 เทียบกับปีฐาน 2562

การบริหารจัดการ การเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศและ การจัดการพลังงาน

ด้วยตระหนักถึงปัญหาสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่มีอุณหภูมิเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญและจึงมุ่งมั่นที่จะร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการช่วยรักษาสมดุลสภาพภูมิอากาศของโลกควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดแนวทางการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมถึงสนับสนุนการใช้พลังงานทดแทน และส่งเสริมการลดปริมาณขยะ และวัสดุเหลือใช้

แนวทางบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและพลังงาน



Energy Efficiency
การปรับปรุงประสิทธิภาพ
การใช้พลังงานในพื้นที่



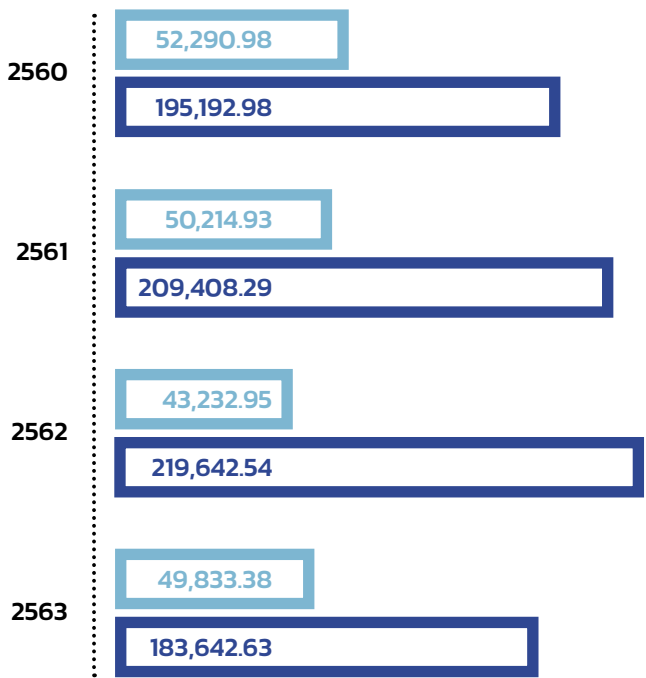
Renewable Energy
การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงาน
หมุนเวียนภายในพื้นที่



Carbon Removal
การรณรงค์การปลูกไม้ยืนต้น
ภายในพื้นที่ที่ดำเนินธุรกิจ
และพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ทั้งทางตรงและทางอ้อม

(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

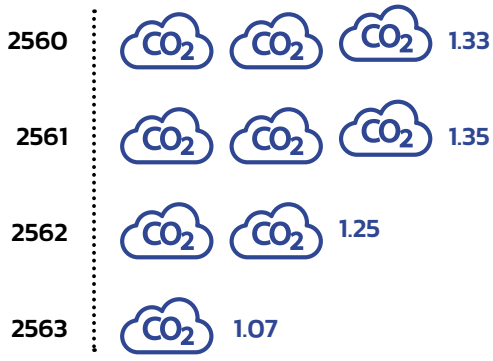


- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1
- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2

หมายเหตุ: • ขอบเขตที่ 1 คือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง
• ขอบเขตที่ 2 คือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน

ความเข้มข้นของ
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

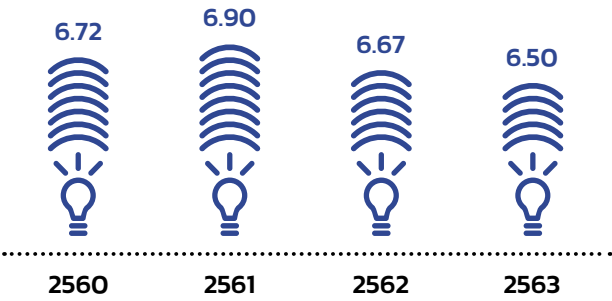
(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท)



การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

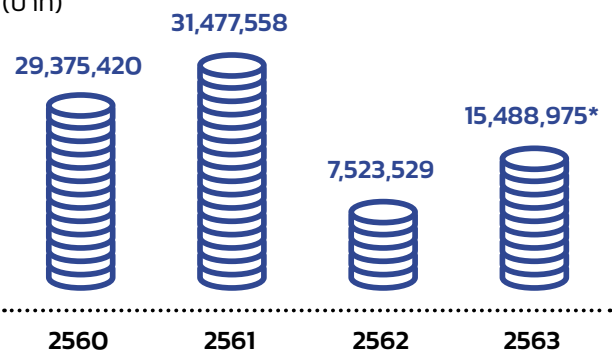
บริษัทฯ กำหนดนโยบายการบริหารจัดการพลังงาน (Energy Policy) ขึ้นเพื่อเป็นกรอบการดำเนินงาน พร้อมทั้งเริ่มนำระบบการจัดการพลังงานมาตรฐานสากล ISO 50001:2018 (Energy Management Systems) เข้ามาประยุกต์ใช้ในองค์กร โดยในปี 2563 มีสาขาที่ได้รับการรับรอง ISO 50001:2018 แล้ว คือ สำนักงานใหญ่และศูนย์จำหน่ายสินค้าจำนวน 4 สาขา ประกอบด้วย นครินทร์ นครนายก คลองหลวง และศาลายา

ความเข้มข้นของการใช้พลังงาน
(เมกะวัตต์ชั่วโมงต่อล้านบาท)



ผลประโยชน์เนื่องจากโครงการ
เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

(บาท)



หมายเหตุ: ปี 2563 ผลประโยชน์เนื่องมาจากการใช้โซลาร์เซลล์ที่เพิ่มขึ้น

ในปี 2563 บริษัทฯ ดำเนินการพัฒนาระบบควบคุม วิศวกรรมอาคารเป็นแบบทางไกล (Remote-controlled) โดยพัฒนาระบบการจัดการงานวิศวกรรมทำความเย็น แสงสว่าง และปรับอากาศบางส่วน ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Device) เพื่อบริหารจัดการระบบการเปิดและปิดระบบปรับอากาศ แสงสว่างภายใน และภายนอกอาคาร รวมถึงระบบทำความเย็นของเครื่องทำความเย็น เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนาระบบบริหารทรัพยากรอาคาร “SMART Facility Management Plate Form” เพื่อช่วยในการจัดการงานวิศวกรรมเชิงป้องกันและซ่อมบำรุงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้การใช้งานของอุปกรณ์ต่างๆ เป็นไปอย่างเต็มประสิทธิภาพและใช้พลังงานได้อย่างเหมาะสม

ตัวอย่างโครงการบริหารจัดการ
การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและพลังงาน

โครงการ
"ผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์
ที่ติดตั้งบนหลังคา (เพสหนึ่ง)"



องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ให้การรับรองปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคาของศูนย์กระจายสินค้า (เพสหนึ่ง) จำนวน 4,351 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ในช่วงระยะเวลาคิดเครดิตของโครงการระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 31 พฤษภาคม 2563

โครงการ
"ต้นแบบการจัดการพลังงาน
และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน"

บริษัทฯ เข้าร่วมประกวดการจัดการพลังงานและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ตามเกณฑ์มาตรฐานความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (PEA Global Sustainable Energy and Environment: PEA-GSEE) ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เพื่อลดต้นทุนด้านพลังงาน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีการนำเสนอผลการดำเนินงานให้กับคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาการประกาศรางวัลในเดือนตุลาคม 2563 ที่ผ่านมา



ผลลัพธ์ ปี 2563

ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร สาขาศาลายา ได้รับรางวัลองค์กรที่มีผลประเมินในระดับยอดเยี่ยม Platinum

การส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน

จากการขยายสาขาของศูนย์จำหน่ายสินค้าใหม่มากขึ้นทำให้มีแนวโน้มการใช้พลังงานสูงขึ้น บริษัทฯ จึงเริ่มดำเนินโครงการพลังงานทดแทนเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยการติดตั้งแผงผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) ตั้งแต่ปี 2562 ซึ่งในปี 2563 นี้ บริษัทฯ ดำเนินการติดตั้งไปแล้วจำนวน 52 สาขาทั่วประเทศ สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าจาก 26 สาขารวมกว่า 17,659.66 เมกะวัตต์ชั่วโมง และสามารถลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าได้กว่า 15.45 ล้านบาทต่อปี

นอกจากนี้ ศูนย์กระจายสินค้ามหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร ได้ติดตั้งเครื่องทำน้ำร้อนพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell Heater) จำนวน 144 แผง เพื่อใช้ในการต้มน้ำสำหรับการล้างตระกร้าใส่สินค้าภายในศูนย์กระจายสินค้าอีกด้วย ซึ่งในปี 2563 สามารถผลิตได้พลังงานไฟฟ้าได้ทั้งสิ้น 79.06 เมกะวัตต์ชั่วโมง



การปลูกไม้ยืนต้น



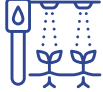
เพื่อร่วมส่งเสริมการปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ บริษัทฯ ดำเนินโครงการปลูกต้นไม้ในพื้นที่ของบริษัทฯ สะสมแล้วกว่า **5,700** ต้น



การดูแลรักษา ทรัพยากรน้ำ

บริษัทฯ ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรน้ำตลอดวัฏจักร (Water Life Cycle) บริษัทฯ จึงกำหนดแนวทางการดำเนินงานตั้งแต่การประเมินความเสี่ยงในพื้นที่ขาดแคลนน้ำ การสร้างความตระหนักรู้ภายในและภายนอกองค์กร และการบริหารจัดการน้ำทั้งอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนำส่วนใหญ่ภายในองค์กรจะถูกนำไปใช้เพื่อการทำมาหากินและรดน้ำต้นไม้บริเวณศูนย์จำหน่ายสินค้า

แนวทางบริหารจัดการน้ำ



Water Risk Assessment
การประเมินความเสี่ยง
ของการขาดแคลนน้ำ



Creating Awareness
การสร้างความรู้
แก่ผู้มีส่วนได้เสีย



Waste Water Management
การลดปริมาณน้ำทิ้ง
ที่เกิดจากการดำเนินงาน

เพื่อการวางแผนบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ประเมินความเสี่ยงโดยใช้เครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas ของ World Resources Institute (WRI) และพบว่าร้อยละ 8.43 การใช้น้ำของศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครตั้งอยู่ในพื้นที่เสี่ยงของการขาดแคลนน้ำ ต่อปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด ซึ่งบริษัทฯ ได้กำหนดแผนการบริหารจัดการน้ำ อาทิ การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ การติดตามประเมินความเสี่ยงกับหน่วยงานท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด การเพิ่มฐานข้อมูลเพื่อเฝ้าระวังการใช้น้ำของศูนย์จำหน่ายสินค้าที่อยู่ในพื้นที่เสี่ยงการขาดแคลนน้ำหรือน้ำท่วม เป็นต้น เพื่อรองรับและตอบสนองต่อความเสี่ยงดังกล่าว

บริษัทฯ สื่อสารเรื่องการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพให้แก่พนักงานรับทราบอย่างต่อเนื่อง รวมถึงลูกค้าผู้มาใช้บริการในศูนย์จำหน่ายสินค้าผ่านป้ายสติ๊กเกอร์ เพื่อสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย

สำหรับการบริหารจัดการน้ำทั้ง บริษัทฯ ติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพให้แก่ทุกศูนย์จำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ* รวมถึงติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียที่สามารถนำน้ำเสียที่ได้รับการบำบัดแล้วกลับมาใช้ใหม่แก่ศูนย์จำหน่ายสินค้าจำนวน 72 สาขา คิดเป็นร้อยละ 52.55 ของสาขาทั้งหมด ทำให้สามารถนำน้ำเสียที่บำบัดแล้วกลับมาใช้รดน้ำต้นไม้ภายในพื้นที่ศูนย์จำหน่ายสินค้า รวมถึงช่วยให้ไม่มีการปล่อยน้ำทิ้งสู่สาธารณะ (Zero Wastewater Discharge)

หมายเหตุ: *จำนวนสาขาทั้งหมด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 อยู่ที่ 137 สาขา

ตัวอย่างโครงการบริหารทรัพยากรน้ำ

โครงการ "รักษน้ำ รักษอนาคต"

บริษัทฯ เริ่มดำเนินโครงการรักษน้ำ รักษอนาคต ตั้งแต่ปี 2561 เพื่อลดการใช้น้ำในศูนย์จำหน่ายสินค้าและบำบัดน้ำเสียให้สอดคล้องกับมาตรฐานคุณภาพและกฎหมายกำหนดก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ

นอกจากนี้ น้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วสามารถนำกลับมาใช้สำหรับการรดน้ำต้นไม้ผ่านระบบแบบอัตโนมัติภายในศูนย์จำหน่ายสินค้าสยามแม็คโคร ซึ่งสามารถลดการใช้น้ำประปาอีกด้วย

ผลลัพธ์ ปี 2563

ดำเนินงานแล้วในศูนย์จำหน่ายสินค้า
จำนวน **72** สาขา

สามารถลดการใช้น้ำประปาได้ถึง
93,960 – 104,000
ลูกบาศก์เมตรต่อปี

โครงการ "ธนาคารน้ำใต้ดิน"

บริษัทฯ ตระหนักถึงปัญหาการขาดแคลนน้ำและผลกระทบที่เกิดขึ้น จึงได้น้อมนำแนวพระราชดำริของในหลวงรัชกาลที่ 9 เรื่องธนาคารน้ำใต้ดินมาประยุกต์ใช้สำหรับการบริหารจัดการน้ำภายในพื้นที่ศูนย์จำหน่ายสินค้า จังหวัดยโสธร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดปริมาณน้ำทิ้ง นำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์อย่างครบวงจร เพิ่มพื้นที่สีเขียวภายในองค์กรสำหรับเป็นที่พักผ่อนแก่พนักงานและลูกค้า ตลอดจนมุ่งหวังที่จะต่อยอดเป็นแหล่งศึกษาและดูงานให้แก่ชุมชนโดยรอบต่อไป

ผลลัพธ์ ปี 2563

สามารถลดการใช้น้ำประปาของศูนย์จำหน่ายสินค้า
จังหวัดยโสธร ลง **1,846** ลูกบาศก์เมตร หรือ
คิดเป็นร้อยละ **0.3** ของปริมาณการใช้น้ำปี 2562

สามารถลดค่าใช้จ่ายได้
กว่า **60,000** บาท

ผ่านเกณฑ์การประเมินด้าน
การบริหารจัดการน้ำเสียของ
แหล่งกำเนิดมลพิษ "ระดับทอง"



การบริหารจัดการขยะ และวัตถุดิบเหลือใช้

บริษัทฯ นำแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน ภายใต้แนวทาง 3Rs เพื่อลดและนำปริมาณของเสียกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

แนวทางบริหารจัดการขยะและวัตถุดิบเหลือใช้

หลักการ 3 Rs



Reduce
ลดการใช้ ใช้น้อยเท่าที่จำเป็นหรือ
ลดสร้างของเสีย และใช้ประโยชน์ให้มากขึ้น



Reuse
ใช้ซ้ำหลายครั้ง
เพื่อยืดอายุการใช้งาน



Recycle
แปรรูปนำกลับมาใช้ใหม่

เพื่อป้องกันการสูญเสียของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ นำข้อมูลสินค้าที่มีการสูญเสียสูงสุด 20 อันดับแรกมาวิเคราะห์ถึงสาเหตุของการสูญเสีย และจัดอบรมความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสินค้า วิธีการดูแลสินค้าอย่างเหมาะสมให้กับพนักงานในศูนย์จำหน่ายสินค้า พร้อมทั้งรับฟังข้อคิดเห็น ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากพนักงาน ในปี 2563 กระดาษและโฟมถูกนำไปเป็นขยะรีไซเคิลจำนวน 40,258 ตัน

บริษัทฯ นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยการดำเนินงานลดการสูญเสียของวัตถุดิบและสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงลดขั้นตอนการจัดทำเอกสาร โดยในปี 2563 บริษัทฯ พัฒนาแอปพลิเคชัน "E-ordering" เพื่อใช้คำนวณปริมาณวัตถุดิบที่ควรสั่งซื้ออย่างแม่นยำและลดปริมาณเอกสารลง ทำให้สามารถดำเนินการเสร็จสิ้นภายใน 8 นาที นอกจากนี้ บริษัทฯ ยกระดับระบบ "Shrinkage Management System" เพื่อบริหารจัดการข้อมูลของวัตถุดิบและสินค้าที่กลายเป็นขยะ

ตัวอย่างโครงการบริหารจัดการขยะและวัตถุดิบเหลือใช้

โครงการ "ลดปริมาณขยะอาหาร"

บริษัทฯ มุ่งเน้นให้ปริมาณขยะอาหารที่ต้องนำไปกำจัดให้เหลือน้อยที่สุด โดยเริ่มดำเนินการจัดทำน้ำหมักอีเอ็ม (Effectiveness Microorganism) โดยการนำผลไม้ตระกูลส้มและสับปะรดเหลือใช้ไปผลิตน้ำหมักชีวภาพ ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดใช้ดับกลิ่นไม่พึงประสงค์ได้ รวมถึงนำไปใช้ย่อยสลายไขมันตามท่อน้ำทิ้งในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครสาขาต่างๆ

ผลลัพธ์ ปี 2563

ขยะอาหารสดจำนวนกว่า **53.39** ตันถูกนำไปแปรรูปเป็นทำน้ำหมักอีเอ็ม



การเป็นที่รักในท้องถิ่น

โอกาสและความท้าทาย



ชุมชนที่เข้มแข็ง คือ รากฐานที่สำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจและสังคม ด้วยการส่งเสริมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และมีส่วนร่วมระหว่างกันขององค์กรและชุมชนทั้งในระดับท้องถิ่นและประเทศ รวมถึงนำศักยภาพขององค์กรที่มีเข้ามาเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง

สำหรับปี 2563 ที่ผ่านมา ความคาดหวังของชุมชนและสังคมเรื่องสุขอนามัยและความปลอดภัยของสถานประกอบการเป็นความท้าทายอย่างยิ่งที่บริษัทฯ ต้องเร่งดำเนินการตอบสนองอย่างเร่งด่วนในช่วงการแพร่ระบาดอย่างหนักของเชื้อไวรัสโควิด-19 นอกจากนี้ การเป็นที่พึ่งของเกษตรกรท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบจากการส่งออกสินค้า และการเป็นที่พึ่งของผู้บริโภคในฐานะผู้จัดหาวัตถุดิบประกอบอาหารแบบครบวงจร ยังเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง และถือเป็นโอกาสที่ดีที่จะได้นำศักยภาพที่มีมาดำเนินการจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่งผลให้ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและสังคมเพิ่มมากขึ้น



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมาย



สร้างผลกระทบเชิงบวก
แก่ชุมชนกับบริษัทฯ
เข้าไปดำเนินธุรกิจ

ผลการดำเนินงาน ปี 2563



เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย
รวมถึงกลุ่มผู้เปราะบาง
จำนวนกว่า **596** ราย
ได้รับการส่งเสริมอาชีพและรายได้

การร่วมแก้ปัญหาและยกระดับคุณภาพชีวิต

โครงการ

"สนับสนุนช่วยเหลือระหว่างช่วงวิกฤตโควิด-19"



เป้าหมาย SDG 3.8
การเข้าถึงบริการด้านการแพทย์



เป้าหมาย SDG 2.3
การเข้าถึงอาหารของประชากร

จากความต้องการใช้หน้ากากอนามัยที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก จึงส่งผลให้สินค้ามีการขาดตลาดในช่วงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ประชาชนไม่สามารถเข้าถึงหน้ากากอนามัยซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการป้องกันการติดเชื้อได้ บริษัทฯ จึงร่วมกับกระทรวงพาณิชย์กระจายหน้ากากอนามัยราคาถูกให้ประชาชน รวมถึงเป็นสถานประกอบการที่สามารถเข้าถึงสินค้าสำหรับการป้องกันการติดเชื้ออื่นๆ เช่น แอลกอฮอล์ เจล ถุงมือ ให้กับลูกค้าได้เพียงพอในช่วงที่ผู้บริโภคมีความกังวลเป็นอย่างมาก รวมถึงได้ส่งมอบวัสดุทางการแพทย์สิ่งจำเป็นสำหรับการป้องกันสถานการณ์การแพร่ระบาด อาทิ กล้องโฟมเก็บความเย็น กระบอกฉีดน้ำ เจลแอลกอฮอล์ แอลกอฮอล์ และน้ำยาทำความสะอาดฆ่าเชื้อ ให้โรงพยาบาลรวมทั้งสิ้นกว่า 80 แห่งทั่วประเทศ



ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังร่วมส่งมอบวัตถุดิบคุณภาพปลอดภัยกว่า 1.4 ตันให้กับโครงการ “ข้าวกล่อง CHEFHUG แบ่งปันชุมชนสู้ภัยโควิด” เพื่อนำไปประกอบอาหารช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับผลกระทบในชุมชนทั่วกรุงเทพฯ โดยข้าวกล่องเหล่านี้ได้ผ่านการปรุงจากเชฟมืออาชีพกว่า 200 คน และภาคีเครือข่ายที่มาร่วมสมทบ ก่อนบรรจุใส่กล่องข้าวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจำนวน 40,000 กล่อง และมีแท็กชี้ทำหน้าที่กระจายไปยังชุมชนต่างๆ จำนวน 50 ชุมชนในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ

ในช่วงวิกฤตโควิด-19 นั้นยังส่งผลให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการต้องแบกรับค่าครองชีพและต้นทุนที่สูงขึ้น บริษัทฯ จึงร่วมกับกรมการค้าภายในเพื่อบรรเทาผลกระทบที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการได้รับจากราคาเนื้อหมูที่สูงขึ้น โดยบริษัทฯ จัดให้มีการจำหน่ายเนื้อหมูในราคาประหยัด พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการตรวจสอบมาตรฐานอาหารปลอดภัยในทุกด้าน รวมถึงควบคุมสุขอนามัยภายในสาขาอย่างเคร่งครัด ทำให้ผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ว่า เนื้อหมูที่นำมาจำหน่ายเป็นเนื้อหมูที่ปลอดภัย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังตระหนักถึงผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 ที่มีต่อผู้ประกอบการร้านอาหารรายย่อย จึงเปิดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการขายอาหารหน้าศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครจำนวน 64 สาขาทั่วประเทศ ตั้งแต่กลางเดือนเมษายนถึงสิ้นเดือนพฤษภาคม 2563 เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการร้านอาหารรายย่อยที่ไม่สามารถเปิดให้บริการลูกค้ารับประทานอาหารภายในร้านได้ ให้สามารถเปิดจำหน่ายอาหารกล่องและบริการจัดส่ง (Delivery) ภายใต้มาตรการรักษาระยะห่าง และควบคุมความปลอดภัยในด้านต่างๆ อย่างเข้มงวด รวมถึงช่วยเรื่องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ร้านค้าที่ได้รับผลกระทบกว่า 2,000 ร้าน บนช่องทางสื่อสารของบริษัทฯ อีกด้วย

การสนับสนุนเกษตรกรและผลผลิตจากกลุ่มเกษตรกร

2

ZERO HUNGER

เป้าหมาย SDG 2.3
การเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรรายย่อย

จากการปิดประเทศเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้เกษตรกรในแต่ละท้องถิ่นไม่สามารถส่งผลิตผลทางการเกษตรออกไปจำหน่ายในต่างประเทศได้ บริษัทฯ จึงรับซื้อ เป็นแหล่งกระจายสนับสนุนการขาย รวมทั้งสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตผลทางการเกษตรเพื่อบรรเทาผลกระทบต่อเกษตรกรและผลักดันให้กลไกเศรษฐกิจขับเคลื่อนต่อไปได้

ผลผลิตทางการเกษตร	แนวทางการสนับสนุน
ผลไม้ตามฤดูกาล อาทิ เงาะ มังคุด ทุเรียน ลองกอง และสละ 	- รับซื้อผลไม้จากสหกรณ์การเกษตรวิสาหกิจชุมชน จำนวน 4,000 ตัน - จัด "เทศกาลผลไม้ฤดูกาล ภาคตะวันออก" ทุกสาขาทั่วประเทศ
เผือก 	- รับซื้อเผือก 270 ตัน จากกลุ่มเกษตรกร อำเภอบ้านหมือ จังหวัดสระบุรี - ต่อยอดการขายสินค้าโดยนำตัวอย่างไปเสนอให้กลุ่มโรงงานเพื่อผลิตสินค้าออกมาขายจริง
ปลากระพง 	- รับซื้อปลากระพงเพิ่มจากเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 กว่า 1,600 ตัน - เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบชนิดสินค้าโดยนำมาแล่หั่นชิ้น - จัดกิจกรรม "ปลากระพงเพิ่มค่า พัฒนาเมนูใหม่ ให้ร้านอาหาร"
กุ้ง 	จับมือกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รับซื้อกุ้งจากเกษตรกรรายย่อยจากจังหวัดราชบุรี เพิ่มอีก 200 ตันต่อสัปดาห์

โครงการ "ลำไยปันสุข คืบสุขสู่ชุมชน" (ได้รับรางวัลซีพีเพื่อความยั่งยืน 2020)

2

ZERO HUNGER

เป้าหมาย SDG 2.3
การเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรรายย่อย

3

GOOD HEALTH AND WELL-BEING

เป้าหมาย SDG 3.8
การเข้าถึงบริการด้านการแพทย์



โครงการ 'ลำไย ปันสุข...คืบสุข สู่สังคม' เป็นโครงการที่มุ่งสร้างรายได้ให้เกษตรกรผู้ปลูกลำไย ยกระดับสินค้าเกษตรให้มีมาตรฐาน ปลอดภัย และคืนรายได้จากการจัดจำหน่ายกลับไปสู่ชุมชน โดยทุกการซื้อลำไย 1 กิโลกรัม บริษัทฯ ได้ร่วมบริจาค 1 บาท เพื่อนำไปซื้อสิ่งของจำเป็น และอุปกรณ์การแพทย์ ให้กลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการความช่วยเหลือ ในชุมชน ซึ่งทุกๆ ปี บริษัทฯ รับซื้อผลผลิตลำไย ผลไม้ประจำท้องถิ่น ที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรรายย่อยและกลุ่มสหกรณ์ในภาคเหนือ โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน เป็นจำนวนมาก

สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ปลูกลำไยในจังหวัดลำพูน และเชียงใหม่มากกว่า **100** ครั้งเรือน คิดเป็นรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน **367,200** บาทต่อปี

สามารถสมทบทุนในการจัดหาอุปกรณ์ทางการแพทย์ให้กับกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ป่วยไร้ในพื้นที่ชุมชน ในจังหวัดลำพูน และเชียงใหม่รวมทั้งสิ้น เป็นจำนวนเงิน **355,305** บาท

การส่งเสริมการจ้างงานท้องถิ่น

8

DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

เป้าหมาย SDG 8.5
การส่งเสริมการจ้างงาน

จากผลกระทบทางเศรษฐกิจจากวิกฤตโควิด-19 ก่อให้เกิดอัตราการว่างงานที่สูงขึ้น ประกอบกับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการให้มีการอำนวยความสะดวกในการจัดส่งสินค้า บริษัทฯ จึงเล็งเห็นโอกาสการสร้างงานให้กับผู้ว่างงานพร้อมทั้งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า โดยบริษัทฯ เปิดรับผู้ว่างงานในพื้นที่ใกล้เคียงแต่ละสาขาเข้าเป็นพนักงานจัดส่งสินค้า เพื่อส่งเสริมการจ้างงานท้องถิ่น รวมถึงขยายช่องทางการให้บริการส่งสินค้า

การจ้างงานเพิ่มในช่วงวิกฤตโควิด-19 จำนวนกว่า **2,500** ตำแหน่ง



การสร้างคุณค่าร่วม ระหว่างธุรกิจและสังคม

โครงการ "คีนคนดี มีอาชีพสู่สังคม"



เป้าหมาย SDG 4.4

การเสริมสร้างทักษะที่สำคัญแก่การประกอบอาชีพ
ให้แก่เยาวชนและผู้ใหญ่ในวัยทำงาน



เป้าหมาย SDG 8.5

การส่งเสริมการจ้างงาน



โครงการ "บริจาคโลหิต ปันน้ำใจ ด้วยการให้ที่ยิ่งใหญ่"



เป้าหมาย SDG 3.8

การเข้าถึงบริการด้านการแพทย์

บริษัทฯ ลงนามบันทึกความร่วมมือกับสภาการโลหิตวิทยาเป็นหน่วยรับ
บริจาคโลหิตชุมชนในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครกว่า 100 สาขาทั่วประเทศ
เพื่ออำนวยความสะดวกให้ประชาชนที่มีจิตกุศลต้องการบริจาคโลหิต
ช่วยเหลือชีวิตเพื่อนมนุษย์ โดยตั้งเป้ารับบริจาคโลหิต 3 ล้านซี.ซี.

ปริมาณโลหิตทั้งสิ้น **4,213,200** ซี.ซี.

บริษัทฯ ร่วมกับกรมราชทัณฑ์สร้างอาชีพให้แก่ผู้ต้องขังที่ใกล้พ้นโทษ
โดยพนักงานจิตอาสาของบริษัทฯ ร่วมถ่ายทอดความรู้ให้ผู้ต้องขัง
เกี่ยวกับการประกอบอาหารเพื่อการค้าในระดับพื้นฐานและ
การสร้างมาตรฐานอาหารปลอดภัยในเมนูยอดนิยมต่างๆ ซึ่งสามารถ
นำไปประกอบอาชีพได้โดยใช้เงินลงทุนไม่สูง อาทิ ผัดไทกุ้งสด พืชฯ
ข้าวเหนียวหมูบึ่ง และเครื่องต้ม ทำให้ผู้ต้องขังมีความรู้และทักษะ
ในการประกอบอาชีพ พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน และไม่กลับไปทำผิด
พลาดซ้ำอีกในอนาคต

ดำเนินโครงการแล้วใน **5** เรือนจำ
ประกอบด้วย

เรือนจำชั่วคราวเขากลิ้ง (จังหวัดเพชรบุรี)
เรือนจำชั่วคราวแคณ้อย (จังหวัดเพชรบูรณ์)
เรือนจำห่มสัก (จังหวัดเพชรบูรณ์)
เรือนจำจังหวัดเพชรบูรณ์ และ
เรือนจำจังหวัดนนทบุรี

จำนวนผู้ต้องขังเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น **361** ราย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 **100%** ของผู้ต้องขัง
ที่พื้นที่ได้รับการปล่อยตัวทั้งหมดไม่กลับมาทำผิดซ้ำอีก



โครงการ "โรงเรียนไข่ไก่เพื่ออาหารกลางวัน และโซ่ห่วงใย"



เป้าหมาย SDG 2.2

การมีส่วนลดภาวะขาดสารอาหาร และ
ส่งเสริมโภชนาการที่ดีต่อเด็กและเยาวชน



เป้าหมาย SDG 4.4

การเสริมสร้างทักษะที่สำคัญแก่การประกอบอาชีพ
ให้แก่เยาวชนและผู้ใหญ่ในวัยทำงาน



จำนวนโรงเรียนไข่ไก่ทั้งสิ้น **30** โรงเรียนทั่วประเทศ

จำนวนนักเรียนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้
การพัฒนาร้านค้าปลีกรายย่อยทั้งสิ้น
1,025 คน

สืบเนื่องจากกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนในโอกาสครบรอบ 30 ปี ในปี 2562
บริษัทฯ จึงนำรายได้จากการจัดกิจกรรมฯ มาทำโครงการโรงเรียนไข่ไก่
เพื่ออาหารกลางวันแก่เด็กนักเรียน โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ
ต้องการส่งเสริมโภชนาการที่ยั่งยืนในเด็กและเยาวชนในพื้นที่ห่างไกล
ซึ่งในปี 2563 บริษัทฯ ได้ขยายผลการดำเนินโครงการดังกล่าวสู่
"โครงการโซ่ห่วงใย" เพื่อส่งมอบความรู้ให้กับนักเรียนในเรื่อง
8 ขั้นตอนการจัดการร้านค้าปลีก สำหรับจัดการสหกรณ์ที่โรงเรียน
ของตน รวมถึงเสริมสร้างทักษะพื้นฐานการประกอบอาชีพด้วย

การสนับสนุนสังคมรูปแบบต่างๆ



การบริจาคเพื่อการกุศล
2.49 ล้านบาท



สิ่งของ
3.25 ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายจากการเข้าร่วม
กิจกรรมของพนักงาน
1.94 ล้านบาท



จำนวนชั่วโมงการเข้าร่วม
กิจกรรมของพนักงานกว่า
23 ล้านชั่วโมง



การเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า

โอกาสและความท้าทาย



จากความมุ่งมั่น การเป็นคู่คิด...เพื่อชีวิตที่ดีกว่า บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการเติบโตของลูกค้า ผู้ประกอบการในทุกภาวะเศรษฐกิจ ผ่านการจัดกิจกรรมและโครงการต่างๆ ที่ช่วยบรรเทาอุปสรรค และส่งเสริมความสำเร็จทางธุรกิจของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าของบริษัทฯ สามารถเติบโตพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในสถานการณ์วิกฤต และรูปแบบการดำเนินชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ได้อย่างมั่นคง



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมาย



ผลการสำรวจ
ความพึงพอใจของลูกค้า
อยู่ที่ร้อยละ **85**

ผลการดำเนินงาน ปี 2563



ผลการสำรวจ
ความพึงพอใจของลูกค้า
อยู่ที่ร้อยละ **85.6**

บริษัทฯ คำนึงถึงคุณค่าที่ลูกค้า (Customer Value) จะได้รับตลอดการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) บริษัทฯ จึงพัฒนา รูปแบบการดำเนินธุรกิจให้ตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงในยุคใหม่อยู่เสมอทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์ (Customer Experience) ที่ดีจากการเข้ามารับบริการและเลือกซื้อสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งในปัจจุบัน บริษัทฯ มีศูนย์จำหน่ายสินค้า 6 รูปแบบ ประกอบด้วย รูปแบบคลาสสิก รูปแบบไฮไฟล์ รูปแบบฟู้ดเซอร์วิส รูปแบบฟู้ดช็อป รูปแบบเฟรชแอนด์แม็คโคร และรูปแบบโพรเซสซิงภายใต้ ชื่อสยามโพรเซสซิง ซึ่งครอบคลุมกลุ่มลูกค้ารวมทั้งมากกว่า 3 ล้านราย

ลูกค้าของแม็คโคร



ร้านค้าปลีก

- ร้านขายของชำ
- ร้านมินิมาร์ท เป็นต้น



กลุ่มโรงแรม ร้านอาหารและธุรกิจจัดเลี้ยง

- โรงแรม
- ร้านอาหาร
- ธุรกิจจัดเลี้ยง เป็นต้น



ธุรกิจการบริการ

- สำนักงาน
- โรงเรียน
- สถาบันการศึกษา เป็นต้น



ร้านค้าส่ง

- ผู้กระจายสินค้า
- ผู้ส่งออกสินค้า เป็นต้น



ร้านค้าปลีกทั่วไปที่ไม่ใช่อาหาร

- ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า
- ร้านขายเครื่องเขียน อุปกรณ์การเรียน เป็นต้น



อื่นๆ

- กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป

การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ

บริษัทฯ ยกระดับการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าให้สะดวกและรวดเร็วจากเดิม ด้วยการเปิดตัวระบบนิเวศน์ออฟไลน์สู่ออนไลน์ครบวงจร อย่างเป็นทางการ (Offline to Online Ecosystem: O2O) ซึ่งเป็นการผสมผสานออนไลน์กับออฟไลน์เข้าด้วยกัน (Omni Channel) ตั้งแต่ การซื้อสินค้า การชำระค่าสินค้า และการจัดส่งสินค้า

ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าจากทุกที่และทุกเวลา ทั้งการเข้ามาเลือกซื้อโดยตรงที่ศูนย์จำหน่ายสินค้า (Offline) รวมถึงการซื้อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (Online) อาทิ เว็บไซต์ Makroclick.com หรือ แอปพลิเคชันแม็คโคร และซื้อผ่านพนักงานขายของบริษัทฯ สำหรับการชำระค่าสินค้า ลูกค้าสามารถเลือกได้หลายช่องทาง อาทิ การชำระด้วยเงินสด บัตรเครดิต หรือ แอปพลิเคชันกระเป๋าสตางค์ (E-wallet) เป็นต้น รวมถึงยังสามารถเลือกรับบริการจัดส่งสินค้าแบบจัดส่งถึงที่หมาย (Last-mile Delivery) จัดส่งแบบเร่งด่วน (Speed M Express Delivery) หรือมารับที่สาขาแบบเร่งด่วน (Curbside Pick-up) เป็นต้น

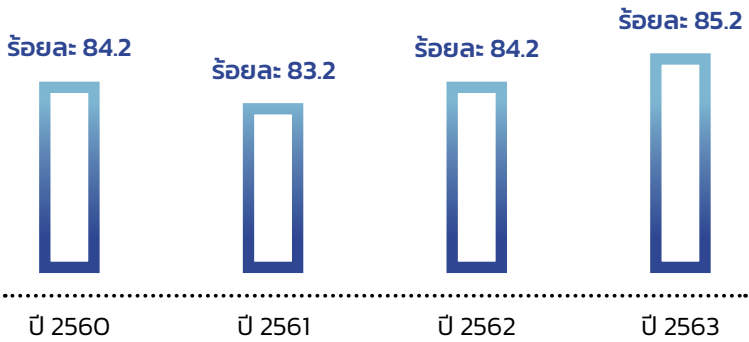
ความพึงพอใจ
ของลูกค้า



บริษัทฯ สำนวความพึงพอใจของลูกค้าด้วยการลงพื้นที่ เพื่อพบปะลูกค้าผู้ประกอบการที่เปิดร้านใหม่และ
การสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์เพื่อสอบถามความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยในปี 2563 พบว่า ร้อยละ 85.6
ของลูกค้าทั้งหมดที่ทำการสำรวจมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของแม็คโคร ซึ่งบรรลุเป้าหมายที่กำหนด
ไว้ที่ร้อยละ 85 และเพิ่มสูงขึ้นจากปี 2562



ร้อยละ 85
เป้าหมายปี 2563



การรับฟังเสียงจากลูกค้า

เพราะทุกเสียงของลูกค้ามีความหมาย การตอบสนองที่เหมาะสมต่อข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียนจึงเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ
เป็นลำดับต้นๆ เสมอมา บริษัทฯ จึงจัดให้มีช่องทางการรับฟังเสียงของลูกค้าที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย ก่อนที่จะนำข้อมูลเหล่านั้นมาประมวล
วิเคราะห์และดำเนินงานอย่างเป็นระบบต่อไป

ช่องทางที่หลากหลายในการรับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน



เครือข่ายสาขา
ของแม็คโคร



ศูนย์บริการลูกค้า
สัมพันธ์
Ins. O 2335 5300



ช่องทางออนไลน์
อาทิ แม็คโครเมล
ไลน์อย่างเป็นทางการ
และเฟซบุ๊ก เป็นต้น



การเข้าไปพบปะ
และสัมภาษณ์ลูกค้า

ห่างวิถีใหม่ สุ่โควิดทุกตารางเมตร

บริษัทฯ ใส่ใจในเรื่องสุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง (Customer Safety and Hygiene) โดยเฉพาะในช่วงที่มีการแพร่ระบาด
ของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งบริษัทฯ เป็นผู้นำในการกำหนดโมเดลห้างวิถีใหม่ใส่ใจระยะห่าง สู่การจับจ่ายวิถีใหม่สู่วิกฤตโควิดเต็มรูปแบบ
โดยกำหนดเป็นมาตรการเข้มงวด เริ่มจากปรับพื้นที่ ดีไซน์ เว้นระยะห่าง (Social Distancing) นับจำนวนคนเข้าออก พร้อมตั้งทีมรักษาระยะห่าง
ย้ำเตือนขอความร่วมมือลูกค้าประชาชน เพิ่มความห่วงใยในทุกตารางเมตร

แนวทางการปฏิบัติแบบห่างวิถีใหม่ สุ่โควิดทุกตารางเมตร

01



นับจำนวนผู้เข้าใช้บริการ
ภายในสาขา 1 คนต่อ 1 ตารางเมตร
(ตามข้อกำหนดของไทยชนะ)

02



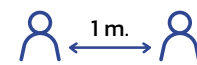
ตีเส้นเว้นระยะห่างในจุดที่
มีความหนาแน่น เช่น แผนกอาหารสด
แผนกเนื้อสัตว์ จุดชำระเงิน

03



กำหนดพื้นที่นั่งรอด้านหน้าสาขา
กรณีจำนวนผู้เข้าใช้บริการ
ในสาขาเกินกว่ากำหนด

04



ตั้งทีมรักษาระยะห่าง
(Social Distancing Scouts)
คอยประกาศย้ำเตือนให้ลูกค้า
ยืนจับจ่ายสินค้าห่างจากลูกค้า
ท่านอื่นอย่างน้อย 1 เมตร
ตลอดเวลาที่อยู่ในสาขา

05



จัดให้มีการคัดกรอง วัดอุณหภูมิ
ลงทะเบียนไทยชนะ สำหรับลูกค้า
พนักงาน และคู่ค้าธุรกิจทุกคน
ก่อนเข้าสาขา

06



จัดให้มีแอลกอฮอล์เจลสำหรับล้างมือ
และถุงมือ รวมทั้งที่คีบอาหารสด
ให้ลูกค้าใช้ในขณะเลือกซื้อสินค้า
โดยเฉพาะอาหารสดทุกประเภท
เพื่อลดการสัมผัสกับอาหารโดยตรง

โครงการ "คนไทยใจบุญ (E-Donation)"

ตัวอย่างปัญหา
ของผู้รับบริจาค

- มูลนิธิที่มีชื่อเสียงได้รับของบริจาคบางประเภทมากจนเกินความจำเป็น
- มูลนิธิที่ไม่เป็นที่รู้จักมักขาดแคลนสิ่งของบริจาคและขาดโอกาสประชาสัมพันธ์
- มูลนิธิขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ มักได้รับของบริจาคที่ไม่ตรงตามความต้องการ

ตัวอย่างปัญหา
ของผู้บริจาคสิ่งของ

- ไม่ทราบถึงความต้องการของผู้รับ และจำนวนของมูลนิธิที่รู้จักมีจำกัด
- ไม่มีเวลาไปเลือกซื้อของบริจาคด้วยตนเอง
- ไม่สะดวกเดินทางไปบริจาคด้วยตนเองเนื่องจากการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19

บริษัทฯ ตระหนักถึงข้อจำกัดของการบริจาคสิ่งของรูปแบบดั้งเดิม
จึงดำเนินโครงการคนไทยใจบุญขึ้นเมื่อปี 2563 เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่ง
ของการบริจาคอย่างยั่งยืน โดยสร้างความสะดวกสบายการทำบุญ
และบริจาคสิ่งของที่สามารถทำได้เพียงปลายนิ้ว เชื่อมโยงผู้บริจาค
เข้าถึงมูลนิธิและสถานสงเคราะห์ที่เชื่อถือได้ทั่วประเทศ รวมถึง
คัดสรรตัวเลือกสินค้าคุณภาพที่ตรงกับความต้องการของผู้รับ
อย่างแท้จริงเพื่อให้ก่อประโยชน์สูงสุดแก่ทั้งผู้รับและผู้ให้ตลอดจน
บริการขนส่งสิ่งของบริจาคไปยังผู้รับ

ทั้งนี้ ในปี 2564 บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายเพิ่มจำนวนสถานที่รับบริจาค
ให้ครอบคลุมมากกว่า 100 สถานที่รับบริจาคทั่วประเทศ เพื่อ
เพิ่มโอกาสการเข้าถึงและขยายความช่วยเหลือไปยังผู้เดือดร้อน
กว่า 30,000 รายต่อปี



ผลลัพธ์ ปี 2563

50 องค์การกุศล
เข้าร่วมโครงการคนไทยใจบุญ
(ประกอบด้วย มูลนิธิ สถานสงเคราะห์
โรงเรียน โรงพยาบาล และวัด)

คัดสรรตัวเลือกสินค้าบริจาค
กว่า 240 รายการ
จัดแบ่งตามความต้องการของ
แต่ละมูลนิธิและสถานสงเคราะห์

ช่วยเหลือกลุ่มบุคคลที่มีความเปราะบาง
กว่า 8,828 ราย
และสัตว์ที่ถูกทอดทิ้งหรือพิการ
กว่า 5,600 ชีวิต

ตัวอย่างโครงการพัฒนาลูกค้าเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

MAKRO HORECA ACADEMY (MHA) "แหล่งความรู้ครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร"

บริษัทฯ ดำเนินโครงการ MHA ตั้งแต่ปี 2562 เพื่อเป็นศูนย์รวมความรู้ช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารครบวงจร ที่มุ่งเน้นการเป็นแหล่งรวมความรู้แบบครบวงจรให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารมืออาชีพ ผ่านระบบออฟไลน์และออนไลน์ ใน 5 องค์ประกอบ คือ 1) การเป็นสื่อกลางในการให้ความรู้ (Knowledge Media) 2) แหล่งการจัดสัมมนาและเวิร์กชอป (Seminar & Workshop) 3) ออนไลน์เลิร์นนิง (Online Learning) 4) ที่ปรึกษาทางธุรกิจ (Business Advisor) และ 5) เครือข่ายสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร (Business Networking) โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

พันธกิจหลักของโครงการ MHA

- 

Coach
ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจ HORECA อยู่ในปัจจุบัน
- 

Build
สร้างความเจริญเติบโตให้กับกลุ่มธุรกิจ HORECA อย่างยั่งยืน
- 

Create
สร้างผู้ประกอบการใหม่สู่กลุ่มธุรกิจ HORECA

นอกจากนี้ ในปี 2563 บริษัทฯ มีการปรับและเพิ่มเนื้อหาของหลักสูตรการเรียนการสอนให้เหมาะกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อาทิ การให้ความรู้ในเรื่องการตลาดออนไลน์ การส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ การบริหารจัดการการเงิน การส่งเสริมการตลาดและโฆษณา และการสร้างธุรกิจแนวใหม่ เพื่อให้โครงการนี้เข้าถึงและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ผลลัพธ์ ปี 2563

ผู้เข้าร่วมโครงการทั้งระบบออนไลน์และออฟไลน์
จำนวน **45,406** ราย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเน้นย้ำการเป็นผู้นำความรู้และคู่คิดธุรกิจอาหาร ผ่านการดำเนินโครงการ และกิจกรรมต่างๆ เพิ่มเติม ดังนี้

การประชุมเชิงปฏิบัติการและบรรยายพิเศษ

บริษัทฯ จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับบรรยายพิเศษให้แก่เจ้าของร้านอาหารที่เป็นสมาชิกของบริษัทฯ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ

หลักสูตรซูชิเงินล้าน

เชฟบุญธรรม ภาคโพธิ์ (เชฟกระทะเหล็กอาหารญี่ปุ่นประเทศไทย) มาร่วมบรรยายความรู้พื้นฐานของเมนูซูชิ และปรุงเมนูซูชิยอดนิยมหลากหลายรูปแบบ

หลักสูตรลดต้นทุน เพิ่มกำไรด้วยการจัดการ Food Waste

เชฟวิซุลดา กล้าพุดตร (Executive Sous Chef, Renaissance Bangkok Ratchaprasong Hotel) เชฟแดเนียล บูเซอร์ (Executive Senior Sous Chef, Bangkok Marriott Marquis Queen's Park) และ คุณธนพงศ์ วงศ์ชินศรี (เจ้าของร้าน Penguin Eat Shabu) มาร่วมบรรยาย 7 วิธีการลดขยะในร้านอาหาร การจัดการต้นน้ำถึงปลายน้ำ รวมถึงปรุงเมนูจากวัตถุดิบของเหลือในร้านอาหาร

ผลลัพธ์ ปี 2563

จำนวนผู้เข้าร่วมจากทั้งสองกิจกรรมกว่า **100** ราย



คอร์สออนไลน์

บริษัทฯ นำเทคโนโลยีมาช่วยส่งเสริมการให้ความรู้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่และทุกเวลา



ช่องทางออนไลน์

- 

www.makrohorecaacademy.com
- 

แม็คโครโฮเรก้าคาเดมี
- 

MakroHorecaAcademy

ในปี 2563 บริษัทฯ ได้จัด**คอร์สการเรียนออนไลน์**โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในหลายหัวข้อเพื่อให้ผู้เรียนสามารถได้เรียนรู้จากมืออาชีพของวงการอาหาร ซึ่งคอร์สต่างๆ ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีและมียอดเข้าชมกว่า 510,000 ครั้ง รวมถึงมีผู้สนใจเข้าชม**เนื้อหาออนไลน์**เป็นจำนวนมาก อาทิ “MHA Advise...ปั้นธุรกิจสู่มืออาชีพ” จำนวนผู้ชมกว่า 2,117,000 ครั้ง “MHA Talk...แกะรอยความสำเร็จร้านดัง” จำนวนผู้ชมกว่า 467,000 ครั้ง และ MHA Cuisine & Cooking VDO... สูตรลับฉบับเชฟและวิดีโอทำอาหาร” จำนวนผู้ชมกว่า 3,185,000 ครั้ง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัด**สัมมนาออนไลน์**เรื่อง “เจาะลึกการทำตลาดบน Facebook และ หลักสูตร Food Costing & SOP การคำนวณต้นทุนอาหารและการจัดการร้านอาหารอย่างเป็นระบบ” โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ และมียอดผู้เข้าร่วมงาน 800 คน

ผลลัพธ์ ปี 2563

ยอดผู้ติดตามใน Facebook กว่า 90,000 ราย	ยอดการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมบน Facebook กว่า 1,475,000 ครั้ง	ยอดรับชมคอร์สออนไลน์ กว่า 510,000 ครั้ง ซึ่งเพิ่มขึ้น 3.7 เท่า จากปี 2562
---	--	---

MHA Road Show 2020 คู่คิดธุรกิจอาหารวิถีใหม่

บริษัทฯ ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า สมาคมเชฟแห่งประเทศไทย และวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากเพจเพื่อนแท้ร้านอาหาร ร่วมกันจัดกิจกรรมโรดโชว์นี้ขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ภายใต้กรอบแนวคิด “คู่คิดธุรกิจอาหารวิถีใหม่” โดยผู้เข้าร่วมได้รับฟังการบรรยายเรื่องการบริหารจัดการร้านอาหาร ฝึกทำอาหาร 2 เมนูยอดนิยม รับคำปรึกษาส่วนตัวด้านการทำธุรกิจ พร้อมรับชุดตั้งต้นธุรกิจ 1 ชุด และของที่ระลึกจาก MHA

ผลลัพธ์ ปี 2563

ผู้เข้าร่วมกิจกรรม
จำนวนกว่า **318** ราย



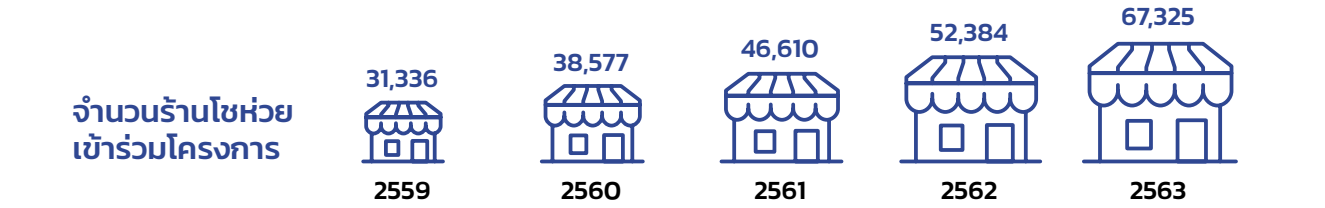
โครงการ "มิตรแก้ไขห่วย"

จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพตลาดค้าปลีกในประเทศไทยที่มีการแข่งขันของร้านค้าสมัยใหม่อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ร้านโชห่วยรูปแบบดั้งเดิมเริ่มทยอยปิดตัวลง บริษัทฯ เล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าวและต้องการเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้โชห่วยไทยสามารถปรับตัวและก้าวข้ามความท้าทายในทุกสถานการณ์ ภายใต้การวางยุทธศาสตร์ 3 ด้าน คือ “อยู่ให้รอด อยู่ให้รุ่ง อยู่ให้รวย”

บริษัทฯ สนับสนุน ยกระดับ และเพิ่มขีดความสามารถให้ร้านค้าปลีกขนาดย่อม มาตลอดระยะเวลา 13 ปี โดยการให้ความรู้และการฝึกอบรมบริหารจัดการร้านค้าปลีกตั้งแต่ขั้นพื้นฐาน จนถึงความรู้เชิงลึกแบบผู้ประกอบการค้าปลีกมืออาชีพ ด้วยหลักสูตร “8 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จ” ตลอดจนใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการพัฒนาและสร้างเครือข่ายลูกค้า เช่น เพชปึก โล้น และบริการดีลิเวอรี่ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า ตลอดจนเพิ่มเติมบริการ e-payment ชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของธนาคารต่างๆ หรือ ทูร วอลเล็ท ซึ่งโครงการนี้สามารถเพิ่มศักยภาพให้ร้านค้าปลีกเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังสนับสนุนร้านค้าปลีกใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นเพิ่มอีกด้วย

ผลลัพธ์ ปี 2563

ร้านโชห่วยเข้าร่วมโครงการมิตรแก้ไขห่วยทั้งหมด **67,325** ร้าน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดิม **13,267** ร้าน หรือคิดเป็นร้อยละ **24**



นอกจากนี้ เพื่อต่อยอดการเป็นมิตรแก้ไขห่วยมากกว่า 31 ปี บริษัทฯ จึงต่อยอดผ่านการดำเนินโครงการ และกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

วันโชห่วยไทย ชี้อ่องรวย โชห่วยไทย วิถีใหม่

บริษัทฯ จัดงาน “วันโชห่วยไทย ชี้อ่องรวย โชห่วยไทย วิถีใหม่” จัดขึ้นเป็นปีแรก ใน 4 ภูมิภาค ประกอบด้วย ภาคเหนือตอนล่าง ณ แม็คโคร สาขาพิษณุโลก ภาคตะวันออก ณ แม็คโคร สาขาชลบุรี ภาคอีสาน ณ แม็คโคร สาขาอุดรธานี และภาคใต้ ณ แม็คโคร สาขาสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมอบความรู้ ส่งเสริมการขายให้กับผู้ประกอบการทั่วประเทศ และเป็นโมเดลให้ร้านโชห่วยนำไปประยุกต์ใช้กับกิจการของตนเองได้ รวมถึงได้แนะนำเครื่องมือและทักษะการสร้างยอดขาย ตลอดจนเพิ่มผลกำไร ผ่านกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ อาทิ การอบรมสัมมนา การแจกคู่มือจัดการร้านค้าปลีก การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อให้สอดคล้องและสอดคล้องกับสถานการณ์ธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

ผลลัพธ์ ปี 2563

จำนวนยอดวิวของผู้ร่วมชมงานตลาดนัดโชห่วย ภูมิภาค ประจำปี 2563 กว่า **3,764,880** คน



โครงการ "ครัวชุมชน"

เพื่อสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจให้ร้านโชห่วยกลายเป็นศูนย์กลาง ในการจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็งที่มีคุณภาพ สดใหม่ สะอาด ปลอดภัย ให้กับชุมชน บริษัทฯ จึงพัฒนาอาหารสด อาหารแช่แข็ง และตู้แช่ครัวชุมชนที่มีประสิทธิภาพสูง ด้วยราคาที่จับต้องได้ เพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจเพื่อยอดขายและกำไรให้กับร้านโชห่วยที่ร่วมโครงการ

เนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปี 2563 นี้ บริษัทฯ ยังเพิ่มความช่วยเหลือลูกค้ามากขึ้น โดยลูกค้าที่ซื้อตู้แช่แข็งจะได้รับคูปองส่วนลดมูลค่า 2,000 บาท สำหรับนำไปซื้ออาหารสดจากศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครมาใส่ตู้แช่แข็งเพื่อจำหน่ายต่อไป

ผลลัพธ์ ปี 2563

10,044 ราย
ที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกของโครงการในปี 2563
รวมมีสมาชิกสะสมทั้งหมด **12,095** ราย
นับตั้งแต่เริ่มโครงการมา

จำนวนตู้แช่แข็ง
กว่า **3,722** ตู้
ที่บริษัทฯ ส่งมอบให้กับชุมชน

สร้างยอดขาย
ในกลุ่มอาหารสดจากร้านโชห่วย
กว่า **1,222** ล้านบาท



มิตรแก้ไขห่วยพลัส

เพื่อสนับสนุนการเติบโตทางธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของร้านโชห่วยให้มียอดขายสูงขึ้น โดยโครงการดังกล่าวจะครอบคลุมการดำเนินงานตั้งแต่การนำสินค้าต้นทางจากผู้ผลิตผ่านบริษัทฯ ไปถึงมือผู้บริโภค (B2B2C) แบ่งการดำเนินงานเป็น 2 ระยะ

ระยะที่ 1

เสริมรายได้ให้ร้านโชห่วยด้วยสินค้าที่สามารถทำกำไรได้สูงผ่านแนวคิดรูปแบบธุรกิจร้านค้าปลีก “ครัวชุมชน” ควบคู่กับการเรียนรู้ผ่านแพลตฟอร์ม โชห่วยไทย.com ซึ่งสามารถเข้าเรียนรู้ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ระยะที่ 2

พัฒนารูปแบบร้านค้าปลีกต้นแบบที่เชื่อมต่อกับระบบประมวลผลขนาดใหญ่ ในการบริการสั่งและส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการส่งเสริมภาพลักษณ์ใหม่ด้านความยั่งยืนให้กับร้านโชห่วย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ให้คำแนะนำสำหรับร้านโชห่วยที่ต้องการขยายธุรกิจให้มีบริการเพิ่มเติม ซึ่งสามารถช่วยให้คนในชุมชนประหยัดเวลาและค่าเดินทางในการไปใช้บริการที่อื่นอีกด้วย

U-Project "เสริมสร้างคู่คิด พัฒนารัฐกิจคุณ"

บริษัทฯ ร่วมกับมหาวิทยาลัยชั้นนำ 87 แห่ง ดำเนินกิจกรรมพัฒนาร้านค้าปลีกจากนักศึกษาสู่ชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้นักศึกษามีส่วนร่วมพัฒนาร้านโชห่วยในชุมชนของตนให้ปรับตัวสอดคล้องกับตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ นักศึกษาได้รับความรู้การบริหารจัดการร้านค้าปลีก และร่วมกันจัดทำแผนการปรับปรุงร้านโชห่วยภายในชุมชนของตนเอง ภายใต้การดูแลจากพี่เลี้ยงของบริษัทฯ ซึ่งแผนงานที่ได้รับอนุมัติจากบริษัทฯ มหาวิทยาลัย และเจ้าของร้านค้า จะถูกนำไปใช้จริงกับร้านโชห่วยในชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 บริษัทฯ จึงปรับแนวทางการดำเนินโครงการสำหรับมหาวิทยาลัยแต่ละแห่ง อาทิ การเว้นระยะห่างทางสังคมระหว่างการดำเนินกิจกรรม การจัดกิจกรรมผ่านโปรแกรมออนไลน์ เป็นต้น

ผลลัพธ์ ปี 2563
ร้านค้าปลีกที่เข้าร่วม **7,867** แห่ง
(ตัวเลขสะสมตั้งแต่ปี 2552)

จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วม **41,114** คน
(ตัวเลขสะสมตั้งแต่ปี 2552)

องค์กรที่คนทุกรุ่นอยากเข้ามาร่วมงาน

โอกาสและความท้าทาย



จากการแข่งขันทางธุรกิจและสถานการณ์รอบด้านที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้บริษัทฯ จำเป็นต้องเร่งพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ทั้งการพัฒนาทักษะเดิมที่มีอยู่ให้แข็งแกร่งมากขึ้น (Upskill) การเพิ่มทักษะใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน (Reskill) การส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพ การพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำ และการบ่มเพาะแนวคิดเชิงนวัตกรรมให้แก่พนักงาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลและการเติบโตทางธุรกิจต่อไป

นอกจากนี้ การดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานแบบองค์รวมที่ครอบคลุมทั้งสุขภาพ การเงิน และสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม เป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเสมอมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวิกฤตโควิด-19 ซึ่งบริษัทฯ ได้ยกระดับระบบการบริหารจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยอย่างเข้มงวดในทุกพื้นที่ปฏิบัติงาน เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

makro
คู่คิดธุรกิจคุณ



เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมาย



ร้อยละ **80** คะแนน
ความผูกพันของพนักงาน

100% ของพนักงาน
ได้รับการฝึกอบรมพัฒนาความรู้
และความเข้าใจด้านความยั่งยืน

100% ของกลุ่มธุรกิจ
มีการตรวจสอบการดำเนินงาน
ด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน
(Human Rights Due Diligence)

100% ของผู้ปฏิบัติงาน
ได้รับการคุ้มครองด้านความปลอดภัย
อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อม
ในสถานที่ทำงาน

100% ของลูกค้า
ที่เข้ามาในพื้นที่ศูนย์จำหน่ายสินค้า
สาขา ได้รับการบริการในพื้นที่
อย่างปลอดภัย

ผลการดำเนินงาน ปี 2563



ร้อยละ **82.7** คะแนน
ความผูกพันของพนักงาน

100% ของพนักงานใหม่
ได้รับการฝึกอบรมพัฒนาความรู้
และความเข้าใจด้านความยั่งยืน

100% ของกลุ่มธุรกิจ
ในประเทศไทยได้รับการประเมิน
ประเด็นหลักด้านสิทธิมนุษยชน
ที่สำคัญ (Salient Human
Rights Issues)

100% ของผู้ปฏิบัติงาน
ได้รับการคุ้มครองด้านความปลอดภัย
อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อม
ในสถานที่ทำงาน

100% ของลูกค้า
ที่เข้ามาในพื้นที่ศูนย์จำหน่ายสินค้า
สาขา ได้รับการบริการในพื้นที่
ปลอดภัย ทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สิน

การบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงยุทธศาสตร์

การเป็นองค์กรที่คนทุกคนอยากเข้ามาร่วมงาน และเพิ่มศักยภาพพนักงานให้เป็นดังเสือติดปีก (Be Winged Tiger) เป็นหนึ่งในภารกิจสำคัญของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ กำหนดกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลครอบคลุม 5 ด้านหลัก เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ ได้ดูแล วางแผน และเสริมสร้างศักยภาพให้แก่พนักงานของบริษัทฯ อย่างรอบด้านและมีประสิทธิภาพ

5 กลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคล (5 HR Strategic Objectives)

01



เตรียมความพร้อมสำหรับผู้สืบทอดตำแหน่งสำคัญ

02



เป็นองค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน

03



สร้างคนเก่งผ่านโปรแกรมพัฒนาศักยภาพบุคลากร

04



พัฒนาศักยภาพองค์กร

05



พัฒนาขีดความสามารถของหน่วยงานบริหารทรัพยากรบุคคล



การบริหารการสืบทอดตำแหน่งสำคัญ

ปี 2563 ร้อยละ **79** ของอัตราการเลื่อนตำแหน่งมาจากภายในองค์กร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการบริหารบุคลากรที่มีศักยภาพ (Talent Management) และการจัดทำแผนการสืบทอดตำแหน่งสำคัญ (Succession Planning) โดยการพิจารณาผู้สืบทอดตำแหน่งสำคัญจะคำนึงถึง ความรู้ ความสามารถ ความเท่าเทียมทางเพศ ประสิทธิภาพและคุณลักษณะส่วนบุคคลที่จำเป็นต่องานนั้น จากนั้นจึงจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพของผู้สืบทอดตำแหน่ง รวมถึงจัดโปรแกรมเพิ่มพูนทักษะและความสามารถ รวมถึงการประเมินศักยภาพพนักงานผ่านวิธีการประเมินต่างๆ ตามความเหมาะสมของแต่ละตำแหน่งงาน โดยในปี 2563 มีพนักงานจำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 99 เข้าร่วมจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพเพื่อสืบทอดตำแหน่ง โดยจำแนกเป็นพนักงานเพศชายพนักงานเพศหญิง ร้อยละ 45 และร้อยละ 55 ตามลำดับ

กรอบการบริหารการสืบทอดตำแหน่งสำคัญ (Succession Management Framework)

01



Identify Critical Roles
ระบุตำแหน่งสำคัญ

02



Construct Success Profile
กำหนดรายละเอียดของตำแหน่งงาน

03



Assess Staff
ประเมินผู้สืบทอดที่เหมาะสม

04



Create Development Plan
จัดทำแผนงานพัฒนาศักยภาพ

05



Develop Successors
พัฒนาผู้สืบทอดอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

06



Successors Readiness
ประเมินความพร้อมของผู้สืบทอด

07



Review and Adapt
ทบทวนกลุ่มผู้สืบทอดตำแหน่ง



การเป็นองค์กรที่คนอยากมาร่วมงาน

ปี 2563 อัตราการลาออกของพนักงานลดลงจากปี 2562 ถึงร้อยละ **37**

บริษัทฯ สร้างวัฒนธรรมองค์กรจากปัจจัยขับเคลื่อนทางธุรกิจ (Business Driver) ต่างๆ อาทิ การให้โอกาสการทำงานที่หลากหลาย การเรียนรู้และพัฒนา ความร่วมมือระหว่างกัน การสื่อสารอัตลักษณ์ของแม็คโครให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย การสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งเสริมคุณค่าของพนักงาน รวมถึงการพัฒนาระบบทรัพยากรบุคคลดิจิทัลเพื่อประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้น เป็นต้น เพื่อดึงดูดและรักษาผู้ที่มีศักยภาพให้มาร่วมงาน

บริษัทฯ กำหนดนโยบายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม และมอบค่าตอบแทนตลอดจนสวัสดิการที่เหนือกว่าตลาดแรงงานโดยทั่วไป แม้เกิดการแพร่ระบาดของโรคเชื้อไวรัสโควิด-19 บริษัทฯ **ไม่มีนโยบายลดอัตราเงินเดือนหรือลดจำนวนพนักงาน** และพิจารณาอนุมัติโบนัสพิเศษเพื่อเป็นการตอบแทนพนักงานที่ทุ่มเททำงานในภาวะวิกฤต และยังเปิดรับสมัครตำแหน่งงานกว่า 5,000 ตำแหน่งทั่วประเทศ ทั้งตำแหน่งของนักศึกษาจบใหม่และผู้ที่มีประสบการณ์ ในกลุ่มงานต่างๆ เช่น งานบริการ งานขาย งานด้านอาหาร งานบัญชี งานธุรการ และพนักงานประจำสาขาในตำแหน่งอื่นๆ อีกมากมาย เพื่อช่วยบรรเทาปัญหาการว่างงาน สร้างโอกาส สร้างความมั่นคงทางอาชีพ และช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจในช่วงวิกฤตโควิด-19 อีกด้วย

ตัวอย่างมาตรการสนับสนุนพนักงานระหว่างวิกฤตโควิด-19



มาตรการเยียวยาครอบครัวของพนักงานที่ได้รับผลกระทบ เช่น การมอบคูปองเงินสดสำหรับซื้อสิ่งของจำเป็นภายในสาขา เพื่อยังชีพระหว่างที่ได้รับผลกระทบ



การให้เงินกู้ฉุกเฉินระยะสั้นปลอดดอกเบี้ย กรณีที่มีบุคคลในครอบครัวได้รับผลกระทบ เช่น ถูกเลิกจ้าง หรือ ธุรกิจของครอบครัวต้องปิดกิจการ



การจัดส่งอาหารให้แก่พนักงานและครอบครัวที่บริษัทฯ ขอให้กักตัว เป็นต้น

ขณะเดียวกัน ในปี 2563 ที่ผ่านมายังเกิดเหตุภัยพิบัติทางธรรมชาติหลายเหตุการณ์ บริษัทฯ คำนึงถึงสวัสดิภาพ ความปลอดภัย และผลกระทบทางการเงินที่เกิดขึ้นกับพนักงานที่ได้รับความเดือดร้อนดังกล่าว บริษัทฯ ได้จัดให้มี ถุงยังชีพ จัดหาที่พัก พ้นพุ่มอัมพรมบ้านรล สำหรับพนักงานที่ได้รับความเดือดร้อนจากการประสบเหตุภัยพิบัติ ซึ่งในปีที่ผ่านมา สถานการณ์ภัยพิบัติในประเทศไทยเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และบริษัทฯ ได้ให้ความช่วยเหลือพนักงานที่ได้รับผลกระทบทุกท่าน เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนและเพื่อให้พนักงานและครอบครัวได้ดำรงชีพเบื้องต้นหลังจากประสบเหตุภัยพิบัติได้



การสร้างคนเก่งผ่านโครงการพัฒนาศักยภาพพนักงาน

ปี 2563 จำนวนชั่วโมงการอบรมรวม **243,608** ชั่วโมง

บริษัทฯ ยกระดับศักยภาพบุคลากร เพื่อรองรับต่อการเติบโตของธุรกิจและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผ่านการฝึกอบรมจากผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ ซึ่งผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะที่แตกต่างกันออกไปตามความรู้ที่ต้องใช้ในการทำงาน (Functional Skill) ความฉลาดทางอารมณ์ และการบริหารจัดการความคิดอย่างเป็นระบบ (Soft Skill)

ตัวอย่างโครงการพัฒนาศักยภาพพนักงาน

หลักสูตร
พัฒนาผู้นำ

บริษัทฯ ร่วมกับเครือเจริญโภคภัณฑ์มุ่งเน้นการสร้างผู้นำทุกระดับ โดยมีสถาบันผู้นำเครือฯ เป็นศูนย์กลาง ซึ่งทุกหลักสูตรพัฒนาจากการปฏิบัติจริง เพื่อแก้ปัญหา ตัดสินใจและเรียนรู้จากการผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง โดยในปี 2563 บริษัทฯ เข้าร่วม**โครงการผู้นำแห่งอนาคต (CP Future Leaders Development Program)** ซึ่งเป็นหลักสูตรแรกสำหรับพนักงานรุ่นใหม่ที่มีความสามารถ (Young Talent) ในเครือฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้นำรุ่นใหม่ที่จะมาขับเคลื่อนการเติบโตแบบเป็นเท่าตัวของบริษัทฯ จากการดำเนินธุรกิจใหม่ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล บริษัทฯ เริ่มโครงการตั้งแต่ปี 2559 ซึ่งมีผู้นำรุ่นใหม่มารวมทั้งหมด 32 คน โดย 17 คนที่ได้ผ่านการประเมินและได้รับแต่งตั้งมอบหมายให้ทำงานในระดับผู้บริหารระดับต้นกับบริษัทฯ โดยในปี 2563 มีผู้นำรุ่นใหม่ที่อยู่ในโครงการจำนวน 15 คน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เข้าร่วม**โครงการผู้นำอาวุโส (CP Senior Leaders Development Program)** ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนาทุกบริษัทฯ ในเครือฯ อย่างยั่งยืนต่อไป

หลักสูตร พัฒนาผู้นำภายใต้ Makro Business Academy

หลักสูตรในโครงการ Makro Business Academy มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้เติบโตตามศักยภาพ เข้าใจคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้นำที่ดี และต่อยอดทางธุรกิจให้เติบโต นำไปสู่การเลื่อนตำแหน่งภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย 2 หลักสูตรหลัก คือ 1. หลักสูตรสตาร์ (STAR) สำหรับผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ 2. หลักสูตร สตาร์พลัส (STAR Plus) สำหรับผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป

หลักสูตรการพัฒนา
พนักงานออนไลน์
(M Learning)

จากการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัลและเพื่อการก้าวไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ได้ทุกที่เข้าถึงได้ตลอดเวลา บริษัทฯ จึงนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ฝึกอบรมและส่งเสริมการเรียนรู้บนแพลตฟอร์มของบริษัทฯ เพื่อใช้พัฒนาทักษะที่จำเป็นของพนักงาน ซึ่งในปี 2563 บริษัทฯ ได้เพิ่มปรับปรุงและเพิ่มหลักสูตรใหม่ จำนวนกว่า **120** หลักสูตร ครอบคลุมเนื้อหาทั้ง Functional Skill และ Soft Skill โดยมีตัวอย่างหลักสูตร อาทิ การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ฉบับปี 2563 (Anti-corruption version 2020) การกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ (Corporate Governance and Code of Conduct) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ (Law for Business) และ แนวทางการปฏิบัติงานบริการจัดสินค้าและส่งสินค้า (O2O Operation) เป็นต้น และมีจำนวนยอดผู้เข้าเรียนทั้งหมด **60,652** ครั้ง



การประเมินผลการปฏิบัติงาน

ปี 2563 **100%** อัตราของพนักงานที่ได้รับการประเมินผลงาน

เพื่อความโปร่งใสและส่งเสริมความเข้าใจร่วมกันระหว่างหัวหน้างานและผู้ปฏิบัติงาน บริษัทฯ กำหนดแนวทางการประเมินผลงานที่ชัดเจนดังนี้

- **Goal Setting:**
การกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมาย โดยผู้บังคับบัญชาจะร่วมวางแผนและกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายที่ชัดเจนร่วมกับผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม และข้อตกลงเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- **Coaching & Feedback:**
การติดตามและทบทวนผลการปฏิบัติงานต่อเนื่อง โดยให้ผู้บังคับบัญชาทำหน้าที่ติดตาม ให้คำปรึกษาตลอดช่วงระยะเวลาปฏิบัติงานผ่านรูปแบบต่างๆ รวมถึงทบทวนและปรับปรุงแผนการดำเนินงานร่วมกัน
- **Year-end Review:**
การทบทวนผลการปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดปี โดยผู้บังคับบัญชาและพนักงานจะร่วมพูดคุย ทบทวนและประเมินผลการปฏิบัติงานเทียบกับเป้าหมายที่วางไว้ พร้อมทั้งร่วมกันกำหนดเป้าหมายที่ท้าทายในปีถัดไป

โครงการ
"Makro Employee Experience"

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีภายใต้สภาพแวดล้อมอันเหมาะสมสำหรับการทำงานของพนักงาน ทำให้ผลสำรวจคะแนนความผูกพันของพนักงานในปี 2563 อยู่ที่ร้อยละ **82.7** ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ร้อยละ **80** โดยในปี 2564 บริษัทฯ ได้กำหนดแผนงานที่เน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีของพนักงาน เพื่อให้พนักงานได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการทำงานตั้งแต่อ่อนเข้าทำงานจนถึงวันสุดท้ายของการร่วมงานกับบริษัทฯ

สิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชน ตามหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (The United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) ข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) และข้อกำหนดขององค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) ซึ่งเป็นรากฐานของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ

กระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน
(Human Rights Due Diligence)

ความมุ่งมั่น



การปลูกฝัง
ในองค์กร



การประเมิน
ผลกระทบ



การบูรณาการ



การติดตาม
ประสิทธิภาพ



การสื่อสาร



การมีส่วนร่วม
กับผู้มีส่วนได้เสีย



การเยียวยา
และรับข้อ
ร้องเรียน

บริษัทฯ ดำเนินงานตามกระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) และประกาศนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Policy) ตั้งแต่ปี 2560 โดยมีขอบเขตของนโยบายครอบคลุมบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ในปี 2563 บริษัทฯ ร่วมกับเครือข่ายภาคประชาสังคมดำเนินการทบทวนความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ (Salient Human Rights Issues) ประกอบด้วย 1. ความเป็นส่วนตัว 2. สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน 3. สิทธิแรงงานและสิทธิสตรี 4. สิทธิผู้ที่อยู่ในกลุ่มเปราะบาง ซึ่งบริษัทฯ ได้ติดตามและกำหนดมาตรการเชิงรับและเชิงรุกที่เหมาะสม รวมถึงวางแผนดำเนินการตามกระบวนการติดตามสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านทุกปี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่มีผลกระทบต่อดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ



การปฏิบัติ ด้านแรงงาน

บริษัทฯ ยึดถือและปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงานทั้งในระดับประเทศ และระดับสากลอย่างเคร่งครัด รวมถึงมีสภาพการจ้างงานที่เหมาะสม บริษัทฯ ยังได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการสถานประกอบการขึ้นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ขึ้น เพื่อเป็นหน่วยงานส่วนกลางที่รับผิดชอบในการรับฟังและติดตามข้อเสนอแนะด้านสวัสดิการจากพนักงาน โดยในปี 2563 บริษัทมีคณะกรรมการสวัสดิการ 700 คน คิดเป็นร้อยละ 4.35 ของพนักงานทั้งหมด นอกจากนี้ พนักงาน คู่ค้า และผู้รับเหมายังสามารถแสดงความคิดเห็นและแจ้งข้อกังวลผ่านช่องทางร้องทุกข์ เช่น กล่องรับความคิดเห็น และสายด่วนถึงประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เป็นต้น

การเคารพความแตกต่าง

บริษัทฯ เคารพในสิทธิของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดโดยไม่เลือกปฏิบัติ สอดคล้องตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน และคู่มือการดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้า ที่พนักงาน คู่ค้า และผู้รับเหมาต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันปราศจากการแบ่งแยกเชื้อชาติ สีผิว สัญชาติ ศาสนา ความทุพพลภาพ อายุ เพศ ความพึงพอใจทางเพศ และสถานภาพอื่นใด



การจ้างงานผู้พิการ **22** คน
(สะสมระหว่างปี 2561 – 2563)

ร้อยละ **55.04** พนักงานหญิง
ต่อแรงงานทั้งหมด

ร้อยละ **64.29** พนักงานหญิง
ต่อผู้บริหารระดับสูงทั้งหมด
(Top Management)

ร้อยละ **55.71** พนักงานหญิง
ต่อผู้บริหารระดับกลางทั้งหมด
(Middle Management)

ร้อยละ **57.77** พนักงานหญิง
ต่อระดับผู้บริหารทั้งหมด
(Management)

สวัสดิการและสิทธิประโยชน์

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหลักประการหนึ่งของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน คือ การรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพไว้กับองค์กร โดยบริษัทฯ พิจารณาค่าตอบแทนและสวัสดิการสำหรับพนักงาน ให้สามารถแข่งขันกับกลุ่มอุตสาหกรรมใกล้เคียงและบริษัทชั้นนำในประเทศไทยเป็นประจำทุกปี

อาชีวอนามัยและ ความปลอดภัย



การบริหารจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญต่อการปฏิบัติงานของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการบริหารจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อป้องกันความเสี่ยง และอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย เมื่ออยู่ในพื้นที่สาขา

บริษัทฯ กำหนดนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ที่ครอบคลุมสภาพการทำงาน อุปกรณ์เครื่องจักร มาตรการป้องกันและควบคุมความเสี่ยง การฝึกอบรมพนักงาน รวมถึงการบริหารสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อมในสถานที่ปฏิบัติงาน

นอกจากนี้ บริษัทฯ จัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานขึ้น ประกอบด้วยผู้แทนพนักงานที่มาจากการเลือกตั้งของพนักงานทั้งหมด และตัวแทนผู้บริหารในสัดส่วนที่กำหนดตามกฎหมาย เพื่อกำกับดูแลระบบบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในแต่ละพื้นที่ ซึ่งครอบคลุม การจัดการความเสี่ยง การควบคุมอันตราย การกำกับมาตรการป้องกัน การส่งเสริมสุขภาพ การฝึกอบรมพนักงาน รวมถึงกระบวนการรับข้อร้องเรียน

การประเมินและการจัดการความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ของพนักงานและผู้รับเหมา

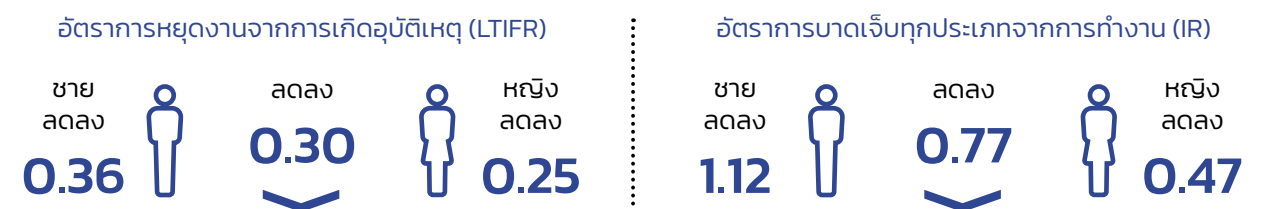
ศูนย์จำหน่ายสินค้าทุกสาขามีการประเมินและตรวจสอบมาตรการควบคุมความเสี่ยงประจำวัน โดยผู้จัดการในหน้าที่ประจำสาขา (Duty Manager) ทำหน้าที่กำกับและดูแลให้มาตรการควบคุมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานของพนักงานและผู้รับเหมา รวมถึงการให้บริการลูกค้า ทั้งนี้เมื่อพนักงาน ผู้รับเหมา และลูกค้า พบว่ามีความเสี่ยง สภาพอันตรายหรือพฤติกรรมที่ไม่ปลอดภัย ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น รวมถึงทรัพย์สินของบริษัทหรือลูกค้า สามารถแจ้งหรือรายงานความเสี่ยงต่อหัวหน้างานได้ทันที เพื่อให้พิจารณามาตรการแก้ไข ป้องกัน พร้อมทั้งสั่งให้หยุดการปฏิบัติงาน จนกว่าจะจัดหามาตรการแก้ไข ป้องกัน ให้อยู่ในสภาพที่ปลอดภัย จึงสามารถกลับเข้ามาปฏิบัติงาน

หากมีอุบัติเหตุที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานในศูนย์จำหน่ายสินค้า พนักงานผู้พบเห็นเหตุการณ์จะต้องปฏิบัติตามกระบวนการรายงานสอบสวนเหตุการณ์ เพื่อแจ้งเหตุให้ผู้บังคับบัญชาตามสายงาน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้บริหารสูงสุด รับทราบถึงรายละเอียดของเหตุการณ์ และมาตรการแก้ไขและป้องกัน ภายใน 24 ชั่วโมง นับจากการเกิดเหตุ

จากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปี 2563 ซึ่งเป็นความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่สำคัญ บริษัทฯ จึงออกมาตรการป้องกันและควบคุมโรคภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า และสำนักงานใหญ่ เพื่อให้พื้นที่ปฏิบัติงานและการให้บริการลูกค้ามีสุขลักษณะที่ดี ตลอดจนมีความปลอดภัยสูงสุด ทั้งนี้ ศูนย์จำหน่ายสินค้าทุกสาขาทั่วประเทศได้รับใบรับรองจากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขให้เป็นสถานที่ให้บริการที่ปลอดภัยไวรัสโควิด-19

สถิติอุบัติเหตุของพนักงาน

(หน่วย กรณีต่อ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน)



เมื่อเทียบกับปี 2562

ตัวอย่างมาตรการจัดการความเสี่ยงระหว่างวิกฤตโควิด-19 สำหรับพนักงานและผู้รับเหมา



การกำหนดและกำกับดูแลมาตรการควบคุมความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดการแพร่ระบาดของโรคจากการปฏิบัติงานและการให้บริการ



การส่งเสริมพฤติกรรมดูแลสุขภาพและการควบคุมโรค ครอบคลุมการใช้ชีวิตประจำวันให้พนักงานและผู้รับเหมาทั้งในเวลางาน เวลานอกงาน และครอบครัว



การจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลให้กับพนักงาน อาทิ หน้ากากอนามัย หน้ากากผ้า ถุงมือยาง กระบังป้องกันใบหน้า (Face Shield)



การจัดให้มีแอลกอฮอล์เจลเพียงพอต่อพนักงานประจำทุกพื้นที่ให้บริการแก่ลูกค้า



การคัดกรองอุณหภูมิ ก่อนเข้าพื้นที่ทั้งส่วนของผู้ปฏิบัติงานและลูกค้า



การจัดรอบการทำความสะอาด พื้นผิวสัมผัสประจำวันด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อที่มีประสิทธิภาพ



การรับประกันสุขภาพโควิด-19 เพิ่มเติม และการตรวจหาเชื้อโควิด-19 สำหรับพนักงานที่มีความเสี่ยง โดยบริษัทฯ เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการตรวจหาเชื้อโควิด-19

วัฒนธรรมความปลอดภัย

บริษัทฯ สร้างความตระหนักเรื่องความปลอดภัยให้แก่พนักงานผ่านการจัดการฝึกอบรมด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงความปลอดภัยทั่วไปและการฝึกอบรมเฉพาะงาน เพื่อสร้างความรู้ทักษะและส่งเสริมศักยภาพของพนักงาน

ตัวอย่างการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยภายในองค์กร



การอบรมด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน สำหรับผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหารที่เข้างานใหม่ ผ่านหลักสูตรปฐมนิเทศน์ของสำนักงานใหญ่



การจัดให้มีการฝึกอบรมขับขีรถยก (Forklift Training) อย่างปลอดภัย และการจัดพื้นที่ให้บริการภายในสาขาอย่างปลอดภัยในขณะใช้งานรถยก



การพูดคุยรายเดือนกับผู้จัดการประจำสาขาในประเด็นด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Safety Talk)



การตรวจประเมินความปลอดภัย ศูนย์จำหน่ายสินค้า และศูนย์กระจายสินค้าประจำปี (SHE Audit) โดยแต่งตั้งผู้ตรวจประเมินจากผู้บริหารสาขาแต่ละแห่ง รวมกลุ่มทำการตรวจประเมินตามแนวทางมาตรฐานการจัดการที่เป็นสากล อันเป็นการสร้างจิตสำนึก และการตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยแก่ระดับผู้บริหารสาขา

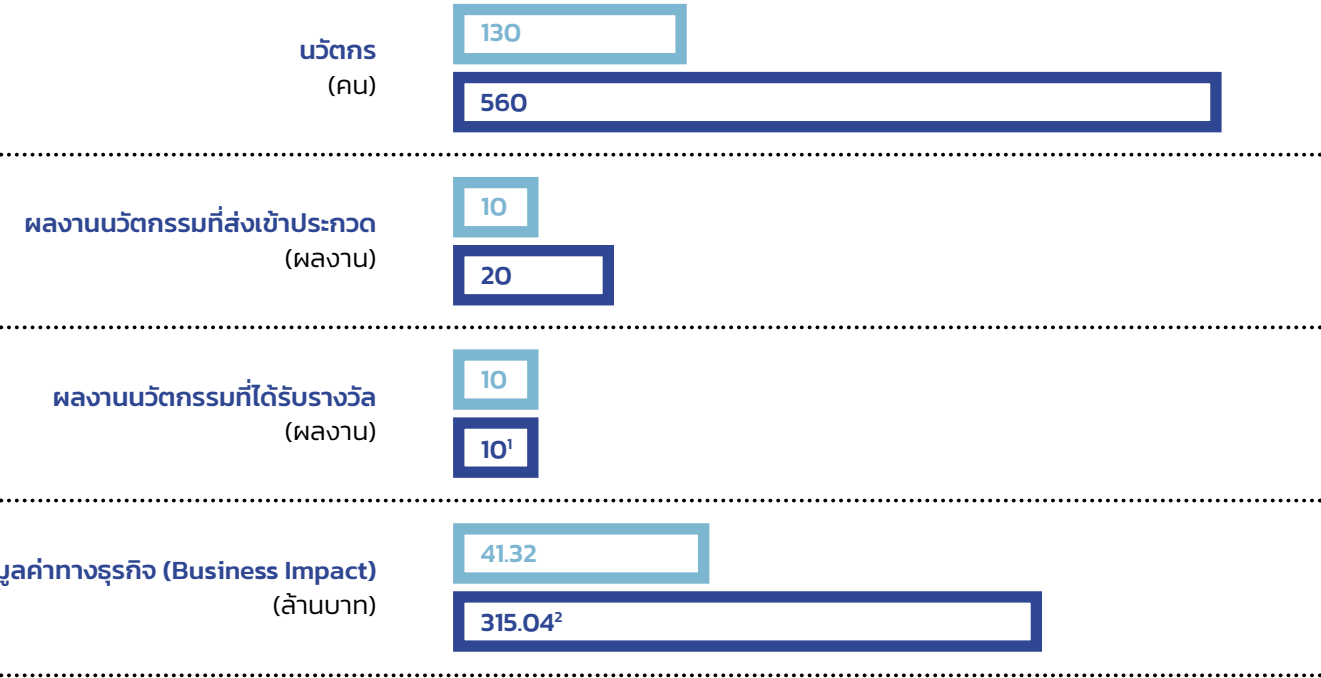
การส่งเสริมสุขภาพพนักงานโดยรวม

บริษัทฯ จัดการตรวจสุขภาพประจำปีและมีสวัสดิการด้านการรักษาพยาบาลให้แก่พนักงานทุกคนตามกฎหมายและข้อบังคับของแต่ละประเทศ และมีล่ามแปลภาษาอำนวยความสะดวกสำหรับพนักงานต่างชาติ สำหรับพนักงานที่มีความเสี่ยงต่อโรคที่เกิดจากการทำงานจะได้รับการตรวจสุขภาพและประเมินอาการจากแพทย์เฉพาะทางด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เพื่อเฝ้าระวังโรคและให้คำแนะนำการดูแลสุขภาพตนเองให้ปลอดภัยจากโรค ทั้งนี้ ผลการตรวจสุขภาพของพนักงานจะได้รับการคุ้มครองตามนโยบายการรักษาความเป็นส่วนตัว และไม่ถูกนำไปใช้พิจารณาปรับเปลี่ยนสภาพการทำงานแต่อย่างใด

นอกจากนี้ ในช่วงฤดูฝนที่พนักงานมีความเสี่ยงเป็นไข้หวัดสูงกว่าช่วงอื่น บริษัทฯ ช่วยเหลือค่าใช้จ่ายในการฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ 4 สายพันธุ์ เพื่อให้พนักงานได้รับวัคซีนในราคาพิเศษ รวมถึงจัดกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพให้กับพนักงานตลอดทั้งปี อาทิ กิจกรรมออกกำลังกาย กิจกรรมกีฬาสำหรับสาขา และจัดสถานที่สำหรับออกกำลังกาย ณ สำนักงานใหญ่ เป็นต้น

การบ่มเพาะแนวคิดเชิงนวัตกรรม

“การส่งเสริมนวัตกรรมไม่ใช่หน้าที่ของใครคนใดคนหนึ่ง แต่เป็นความร่วมมือของทุกคนภายในองค์กร” บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการดำเนินงาน รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะผลักดันองค์กรให้พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอุตสาหกรรมค้าปลีกค้าส่ง ขณะเดียวกันต้องสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า



■ ปี 2562
■ ปี 2563

หมายเหตุ: 1 รวบรวมจากผลเพิ่มเติมอีก 6 โครงการ
2 เฉพาะผลงานนวัตกรรมที่ได้รับรางวัล

เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการเข้าถึงนวัตกรรม บริษัทฯ แต่งตั้งคณะกรรมการนวัตกรรม (Innovation Committee) และทีมงานที่เป็นผู้นำทางด้านนวัตกรรม (Innovation Leader) ทำหน้าที่ผลักดันและบ่มเพาะความคิดเชิงนวัตกรรมแก่พนักงานทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ผ่านการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานและการสื่อสาร เครือข่ายการทำงาน รวมถึงกิจกรรมและการประกวดต่างๆ

ผลงานชนะเลิศจากการแข่งขัน Makro 4.0 Innovation Awards 2020

โครงการ "เบเกอรี่ ผลิตง่าย ขายคล่อง กำไรดีดี"

เนื่องจากการผลิตสินค้ากลุ่มเบเกอรี่ นั้นมีปัญหายากหลายประการ อาทิ ขั้นตอนการผลิตที่ซับซ้อน การขาดทักษะและความชำนาญของพนักงาน คุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ การลงทุนสูง เป็นต้น เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว บริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้าเบเกอรี่ให้เป็นสินค้ากลุ่มแช่แข็งที่สามารถควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าทั้งรสชาติและเนื้อสัมผัสได้ ทำให้บริษัทฯ สามารถลดเวลาการทำงานของพนักงาน ลดการลงทุนสำหรับเครื่องจักร ลดจำนวนวัตถุดิบ และลดขั้นตอนการผลิตได้ พร้อมทั้งสามารถเพิ่มยอดขายและกำไรอีกด้วย



ตัวอย่างโครงการนวัตกรรมภายในปี 2563

โครงการร่วมกับ
เครือข่ายภาคเอกชน

โครงการ "พอใจวันเดียว"

เป็นโครงการที่เน้นให้พนักงานทุกคนมีทัศนคติยอมรับการเปลี่ยนแปลง พอใจความสำเร็จเพียงวันเดียว พร้อมสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย และทำเร็วมีคุณภาพ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานประจำวัน โดยในปี 2563 มีโครงการทั้งสิ้น 1,398 โครงการ และมีพนักงานเข้าร่วมทั้งสิ้น 1,511 คน



ตัวอย่าง:
โครงการบ้านแอลกอฮอล์ทำความสะอาดร้าน



ตัวอย่าง:
โครงการเครื่องอัดขวดน้ำพลาสติก

นวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์
(Product Innovation)

โครงการ "ยกระดับธุรกิจเนื้อโคไทยสู่ความยั่งยืน"

เป็นโครงการที่มุ่งพัฒนาธุรกิจเนื้อโคตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ อาทิ การพัฒนาเกษตรกรร่วมกับหน่วยงานราชการถึง 3,000 ครัวเรือน การยกระดับโรงงานผลิตโดยเริ่มตั้งแต่การลงพื้นที่ตรวจรับรอง และร่วมพัฒนาสเปกสินค้า รวมไปถึงการสร้างตราสินค้าในชื่อว่า "Pro Butcher" ที่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบ Skin Pack ซึ่งช่วยรักษาอายุสินค้าได้นานถึง 3 สัปดาห์ ลดขั้นตอน การทำงานของพนักงาน และช่วยเพิ่มยอดขาย

นวัตกรรมเชิงบริการ
(Service Innovation)

โครงการ "Makro Speed M"

บริการส่งวัตถุดิบ สินค้าอาหารสด และสินค้าอาหารแห้ง ตรงถึงมือผู้รับภายใน 1 วันในระยะทาง 5 กิโลเมตรจากศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร ซึ่งสามารถรับประกันทั้งคุณภาพและความสดใหม่

นวัตกรรมเชิงกระบวนการ
(Process Innovation)

โครงการ "Smart Item Lookup"

เป็นโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ที่รวบรวมข้อมูลสินค้าทั้งหมดที่พนักงานสาขาจำเป็นต้องใช้ในการดำเนินงานและการบริการลูกค้ามาไว้ที่เดียว ซึ่งช่วยให้ลดการใช้คอมพิวเตอร์แบบพกพา (Handheld Computer) ทำให้มีความคล่องตัวในการทำงานมากขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน รวมถึงบริการลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

รูปแบบธุรกิจใหม่
(New Business Model)

โครงการ "มิตรแก๊ซห้วยพลัส (ครัวชุมชน)"

เป็นโครงการที่เริ่มจากการเสริมรายได้ให้ร้านค้าปลีกด้วยสินค้าที่มีกำไรสูงผ่านแนวคิดรูปแบบธุรกิจร้านค้าปลีกครัวชุมชน ควบคู่กับหลักสูตรในเว็บไซต์ โซห่วยไทย.com และในระยะถัดไปจะพัฒนาเป็นรูปแบบร้านค้าปลีกต้นแบบที่เชื่อมต่อกับระบบประมวลผลขนาดใหญ่ บริการสั่ง และส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ



ภาคผนวก

- เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้และขอบเขตการรายงาน
- ภาพรวมผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
- การแสดงข้อมูลตามดัชนีชี้วัด GRI และ UNGC Principles
- การรับรองจากหน่วยงานภายนอก



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ และขอบเขตการรายงาน



เกี่ยวกับ รายงานฉบับนี้

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี 2563 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2563

ขอบเขตการรายงาน

ข้อมูลที่น่าสนใจในรายงานฉบับนี้ ประกอบด้วยข้อมูลธุรกิจของบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ประกอบด้วย บริษัท แม็คโครอาร์โอเอส จำกัด บริษัท สยามฟู้ดเซอร์วิส จำกัด และบริษัท โปรมาร์ท จำกัด โดยรายงานฉบับนี้ประยุกต์ใช้แนวทางการรายงานระดับสากล เพื่อพิจารณาประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญและนำเสนอผลการดำเนินงานดังนี้

GRI



การรายงานด้านความยั่งยืนของ
Global Reporting Initiative
Sustainability Reporting Standard
(GRI Standard) และเปิดเผย
ความสมบูรณ์ของเนื้อหาสอดคล้อง
ตามหลักเกณฑ์ "In Accordance"
ระดับความครบถ้วนตามตัวชี้วัดหลัก
(Core Option)

UN Global Compact



การรายงานความก้าวหน้าของ
การดำเนินงานตามหลักสากล
10 ประการ ของข้อตกลงโลก
แห่งสหประชาชาติ (United
Nations Global Compact:
UN Global Compact)

SDGs



การรายงานความก้าวหน้า
ของการดำเนินงานที่สนับสนุน
เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน
ของสหประชาชาติ (Sustainable
Development Goals: SDGs)

หากมีข้อเสนอแนะ ข้อสงสัย หรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อ ได้ที่

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

เลขที่ 1468 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ
เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250



โทร. 0 2067 8999 แฟกซ์ : 0 2067 9888



: sustainability@siammakro.co.th

ภาพรวมผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน



GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2560		2561		2562		2563	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
102-8	จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	13,786		14,560		15,267		16,108	
			6,211	7,575	6,592	7,968	6,813	8,454	7,242	8,866
	จำแนกตามพื้นที่									
	• ประเทศไทย	คน	n/a		n/a		n/a		n/a	
			n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	• ต่างประเทศ	คน	n/a		n/a		n/a		n/a	
			n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
	จำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง									
	• ประจำ	คน	13,732		14,484		15,200		15,726	
			6,181	7,551	6,547	7,937	6,770	8,430	7,027	8,699
	• ชั่วโมง	คน	54		76		67		382	
			30	24	45	31	43	24	215	167
405-1	ความหลากหลายของพนักงาน									
	จำแนกตามระดับ									
	• ผู้บริหารระดับสูง	คน	20		27		24		28	
		ร้อยละ	11	9	14	13	10	14	10	18
	• ผู้บริหารระดับกลาง	คน	190		202		203		210	
		ร้อยละ	79	111	85	117	87	116	93	117
	• ผู้บริหาร	คน	1,023		1,112		527		1,352	
		ร้อยละ	446	577	478	634	221	306	571	781
	• เจ้าหน้าที่	คน	12,499		13,143		14,446		14,136	
		ร้อยละ	5,646	6,853	5,973	7,170	6,455	7,991	6,353	7,783
		ร้อยละ	40.95	49.71	41.02	49.24	42.28	52.34	39.44	48.32
	จำแนกตามอายุ									
	• อายุต่ำกว่า 30 ปี	คน	5,184		5,481		5,668		5,582	
		ร้อยละ	2,446	2,738	2,671	2,810	2,734	2,934	2,670	2,912
		ร้อยละ	17.74	19.86	18.34	19.30	17.91	19.22	16.58	18.08
	• อายุ 30-50 ปี	คน	8,224		8,637		9,075		9,636	
		ร้อยละ	3,600	4,624	3,724	4,913	3,892	5,183	4,152	5,484
		ร้อยละ	26.11	33.54	25.58	33.74	25.49	33.95	25.78	34.05
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	324		366		457		508	
		ร้อยละ	136	188	155	211	187	270	205	303
		ร้อยละ	0.99	1.36	1.06	1.45	1.22	1.77	1.27	1.88

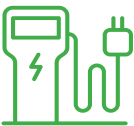
GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2560		2561		2562		2563	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
401-1	การจ้างงานใหม่									
	จำนวนพนักงานใหม่ทั้งหมด	คน	5,701		6,131		5,581		3,270	
			2,700	3,001	2,944	3,187	2,586	2,995	1,652	1,618
	อัตราการจ้างใหม่	ร้อยละ	41.52		42.33		36.72		20.79	
			19.66	21.85	20.33	22.00	17.01	19.70	10.50	10.29
	จำแนกตามอายุ									
	• อายุต่ำกว่า 30 ปี	คน	3,673		3,963		3,585		2,060	
		ร้อยละ	1,752	1,921	1,969	1,994	1,726	1,859	1,070	990
		ร้อยละ	12.76	13.99	13.59	13.77	11.36	12.23	6.80	6.30
	• อายุ 30-50 ปี	คน	2,019		2,160		1,982		1,203	
		ร้อยละ	944	1,075	971	1,189	851	1,131	579	624
		ร้อยละ	6.87	7.83	6.70	8.21	5.60	7.44	3.68	3.97
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	9		8		14		7	
		ร้อยละ	4	5	4	4	9	5	3	4
		ร้อยละ	0.03	0.04	0.03	0.03	0.06	0.03	0.02	0.03
	การลาออกของพนักงาน									
	จำนวนการลาออกทั้งหมด	คน	5,281		5,110		4,617		2,631	
			2,558	2,723	2,457	2,653	2,246	2,371	1,334	1,297
	อัตราการลาออก	ร้อยละ	38.46		35.28		30.38		16.73	
			18.63	19.83	16.96	18.32	14.78	15.60	8.48	8.25
	จำแนกตามอายุ									
	• อายุต่ำกว่า 30 ปี	คน	2,899		2,918		2,609		1,416	
		ร้อยละ	1,401	1,498	1,407	1,511	1,334	1,275	745	671
		ร้อยละ	10.20	10.91	9.71	10.43	8.78	8.39	4.74	4.27
	• อายุ 30-50 ปี	คน	2,344		2,158		1,961		1,178	
		ร้อยละ	1,135	1,209	1,034	1,124	881	1,080	569	609
		ร้อยละ	8.27	8.80	7.14	7.76	5.80	7.11	3.62	3.87
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	38		34		47		37	
		ร้อยละ	22	16	16	18	31	16	20	17
		ร้อยละ	0.16	0.12	0.11	0.12	0.20	0.11	0.13	0.11
404-1	การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน									
	ค่าเฉลี่ยเวลาการฝึกอบรมพนักงานทั้งหมด	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	6.51		8.96		10.69		14.32	
			6.35	6.66	8.78	9.13	10.79	10.58	14.03	14.60
	ค่าใช้จ่ายการฝึกอบรมเฉลี่ยต่อจำนวนพนักงานเทียบเท่า	บาทต่อจำนวนพนักงานเทียบเท่า	2,259.68		2,553.34		2,527.60		2,366.41	
	จำแนกตามระดับ									
	• ผู้บริหารระดับสูง	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	n/a	n/a	n/a	n/a	66.77	70.86	60.59	114.21
	• ผู้บริหารระดับกลาง		n/a	n/a	n/a	n/a	49.01	48.61	45.41	56.97
	• ผู้บริหาร		n/a	n/a	n/a	n/a	37.34	46.54	31.77	35.47
	• เจ้าหน้าที่		n/a	n/a	n/a	n/a	9.28	8.51	13.00	13.21
	หมายเหตุ:									
			n/a คือ ไม่มีข้อมูล							
			จำนวนพนักงานทั้งหมดครอบคลุม พนักงานประจำ พนักงานสัญญาจ้างแบบมีกำหนดระยะเวลา และพนักงานสัญญาจ้างชั่วคราว							
			สำหรับ GRI 401-1, 404-1, และ 405-1 ครอบคลุมเฉพาะพนักงานประจำเท่านั้น							



ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2560		2561		2562		2563		
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
403-2 (A) (2016)	อัตราการขาดงาน (Absentee Rate: AR)										
	พนักงาน	ร้อยละ	0.62		1.50		1.54		1.71		
			0.55	0.69	1.46	1.54	1.53	1.54	1.80	1.64	
403-9 (A) (2018)	อัตราการหยุดงานจากการเกิดอุบัติเหตุ (Lost Time Injuries Frequency Rate: LTIFR)										
	พนักงาน	กรณีต่อ1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	1.57		3.00		2.92		2.62		
			2.68	0.67	4.41	1.86	4.16	1.91	3.80	1.66	
	ผู้รับเหมา	ชั่วโมงการทำงาน	2.60		1.60		6.68		1.32		
			3.48	1.80	1.94	1.30	7.91	5.68	1.47	1.14	
	อัตราการบาดเจ็บทุกประเภทจากการทำงาน (Injury Rate: IR)										
	พนักงาน	กรณีต่อ1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	2.13		4.05		3.86 ¹		3.09		
			3.43	1.07	6.03	2.44	5.68	2.37	4.56	1.90	
	ผู้รับเหมา	ชั่วโมงการทำงาน	3.10		2.30		2.64 ¹		1.93		
			3.93	2.30	2.64	2.07	4.03 ¹	1.50 ¹	2.34	1.45	
	อัตราผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน (Fatalities rate as a result of work-related injuries)										
	พนักงาน	กรณีต่อ1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0		0		0		0		
			0	0	0	0	0	0	0	0	
ผู้รับเหมา	ชั่วโมงการทำงาน	0		0		0		0			
		0	0	0	0	0	0	0	0		
403-10 (A) (2018)	อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (Occupational Illness Frequency Rate: OIFR)										
	พนักงาน	กรณีต่อ1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0		0		0		0		
			0	0	0	0	0	0	0	0	
	ผู้รับเหมา	ชั่วโมงการทำงาน	0		0		0		0		
			0	0	0	0	0	0	0	0	
	จำนวนผู้เสียชีวิตจากโรคที่เกิดจากการทำงาน (The number of fatalities as a result of work-related ill health)										
	พนักงาน	กรณี	0		0		0		0		
			0	0	0	0	0	0	0	0	
ผู้รับเหมา	ชั่วโมงการทำงาน	0		0		0		0			
		0	0	0	0	0	0	0	0		

หมายเหตุ: • ผู้รับเหมา ครอบคลุม ผู้รับเหมาประจำ ผู้รับเหมาที่เข้ามาในพื้นที่สาขา บริษัทขนส่ง เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และแม่บ้าน
• อัตราการขาดงาน = จำนวนวันหยุดงานจากการบาดเจ็บและบาดเจ็บรวมทั้งการหยุดงานอื่นๆ ที่ไม่ใช่การลาที่ได้รับอนุญาต (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 100 / จำนวนวันทำงานทั้งหมดในรอบปี
• อัตราการหยุดงานเนื่องจากการเกิดอุบัติเหตุ = จำนวนวันที่สูญเสีย (หยุดงาน) อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุจากการทำงาน X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
• อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด = จำนวนราย (กรณีที่เจ็บป่วยจากการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
1. บริษัทฯ ปรับปรุงตัวเลขเนื่องจากพบความคลาดเคลื่อนในการเปิดเผยข้อมูล



พลังงาน

GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2560	2561	2562	2563
302-1 (E)	พลังงานที่ใช้ทั้งหมด ¹	กิกะจูล	1,254,548.66	1,331,506.27	1,405,725.92	1,420,985.62
	พลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	กิกะจูล	3,591.01	36,365.39	37,251.58	34,634.86 ²
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	3,591.01	24,519.85 ³	23,948.63	23,332.52
	• น้ำมันเบนซิน	กิกะจูล	n/a	11,845.54	12,510.95	10,869.17
	• เชื้อเพลิงปิโตรเลียมเหลว (LPG)	กิกะจูล	n/a	n/a	792.00 ⁴	433.17
302-1 (B)	พลังงานหมุนเวียน	กิกะจูล	60.73	54.36	10,094.12	63,859.30
	• พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	60.73	54.36	10,094.12	63,574.70
	• พลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	n/a	n/a	n/a	284.6 ⁵
302-1 (C)	พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	กิกะจูล	1,250,896.92	1,295,086.52	1,358,380.22	1,322,491.46
302-3 (A)	ความเข้มข้นการใช้พลังงาน ต่อหน่วยรายได้	กิกะจูลต่อล้านบาท	6.72	6.90	6.67	6.50

หมายเหตุ: • n/a คือ ไม่มีข้อมูล
• ปริมาณพลังงาน (จูล) คำนวณจากปริมาณเชื้อเพลิงคูณด้วยค่าการแปลงหน่วย (Conversion Factor) ตามประเภทเชื้อเพลิงที่ใช้ อ้างอิงตามกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน
1. ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด คือ ผลรวมของปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ปริมาณพลังงานหมุนเวียน และปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก
2. ข้อมูลไม่ครอบคลุมพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก
3. บริษัทฯ ขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมการใช้น้ำมันดีเซลในการเดินทางในปี 2561
4. ขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมการใช้แก๊สปิโตรเลียมเหลวที่คลังสินค้า จ.สมุทรสาคร ในปี 2562
5. ขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมพลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์ ในปี 2563



การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2560	2561	2562	2563
305 (A)	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด (ขอบเขตที่ 1 และ 2)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	247,483.96	259,623.22	262,875.49	233,476.01
305-1 (A)	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1) ¹	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	52,290.98	50,214.93	43,232.95	49,833.38
305-2 (A)	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2) ²	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	195,192.98	209,408.29	219,642.54	183,642.63
305-3 (A)	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (ขอบเขตที่ 3)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	n/a	n/a	n/a	57,540.03 ³
305-4 (A)	ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ต่อหน่วยรายได้ ⁴	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท	1.33	1.35	1.25	1.07

หมายเหตุ: • n/a คือ ไม่มีข้อมูล
• ขอบเขตที่ 1 คือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง
• ขอบเขตที่ 2 คือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน
• ขอบเขตที่ 3 คือ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้านอื่นๆ
• การรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ครอบคลุม ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2), มีเทน (CH4), ไนตรัสออกไซด์ (N2O), ซีเอฟซี (CFCs), ไฮโดรฟลูโอโรคาร์บอนคาร์บอน (HFCs), เพอร์ฟลูโอโรคาร์บอน (PFCs) โดยคำนวณและแสดงผลในรูปก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในการทำให้เกิดภาวะโลกร้อน (Global Warming Potential: GWP) ที่กำหนดโดย IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) ขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor) อ้างอิงข้อมูลจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน
1. ขอบเขตของข้อมูลครอบคลุมการใช้สารทำความเย็น และการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อการประกอบกิจการ
2. ขอบเขตของข้อมูลครอบคลุมการซื้อพลังงานไฟฟ้าจากผู้ผลิตไฟฟ้าภายนอก
3. ปี 2563 บริษัทฯ เพิ่มขอบเขตการเก็บข้อมูลของศูนย์กระจายสินค้า
4. ค่าความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 1 และ 2)



GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2560	2561	2562	2563
303-3 (A)	น้ำใช้สุทธิ (Total Water Consumption) ¹	1,000 ลูกบาศก์เมตร (1 ล้านลิตร)	408.14	446.29	473.56	483.43
	น้ำใช้ทั้งหมด (Total Water Withdrawal)	1,000 ลูกบาศก์เมตร (1 ล้านลิตร)	2,040.72	2,231.47 ²	2,367.79	2,417.17
	• น้ำผิวดิน	1,000 ลูกบาศก์เมตร (1 ล้านลิตร)	n/a	n/a	0	0
	• น้ำใต้ดิน	1,000 ลูกบาศก์เมตร (1 ล้านลิตร)	n/a	73.20 ³	84.64	76.53
	• น้ำจากผู้ประกอบการภายนอก (น้ำประปา)	1,000 ลูกบาศก์เมตร (1 ล้านลิตร)	2,040.72	2,158.27 ²	2,283.15	2,340.64
303-3 (C)	น้ำที่มีปริมาณ Total Dissolved Solids ในน้ำน้อยกว่า 1,000 mg/L	1,000 ลูกบาศก์เมตร (1 ล้านลิตร)	2,040.72	2,231.47 ²	2,367.79	2,417.17
303-3 (B)	น้ำใช้จากพื้นที่เสี่ยง ⁴	1,000 ลูกบาศก์เมตร (1 ล้านลิตร)	n/a	n/a	1,204.01	1,087.09
	• น้ำผิวดิน	1,000 ลูกบาศก์เมตร (1 ล้านลิตร)	0	0	0	0
	• น้ำใต้ดิน	1,000 ลูกบาศก์เมตร (1 ล้านลิตร)	0	0	0	0
	• น้ำจากผู้ประกอบการภายนอก (น้ำประปา)	1,000 ลูกบาศก์เมตร (1 ล้านลิตร)	n/a	n/a	1,204.01	1,087.09
-	ความเข้มข้นของน้ำต่อหน่วยรายได้	ลูกบาศก์เมตร ต่อล้านบาท	10.93	11.19	11.24	11.05

หมายเหตุ: • n/a คือ ไม่มีข้อมูล
1. น้ำใช้สุทธิ คือ ผลต่างของน้ำใช้ทั้งหมดและน้ำทิ้ง
2. บริษัทฯ ปรับปรุงตัวเลขเนื่องจากพบความคลาดเคลื่อนในการเปิดเผยข้อมูล
3. บริษัทฯ ขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมการใช้น้ำใต้ดินในปี 2561
4. ข้อมูลอ้างอิงจาก Aqueduct Water Risk Atlas ตามที่ GRI กำหนด



GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2560	2561	2562	2563
303-4 (A)	น้ำที่ปล่อยออกสู่ภายนอก ¹	1,000 ลูกบาศก์เมตร (1 ล้านลิตร)	1,632.58	1,785.18	1,894.23	1,933.73
	• ปล่อยสู่ผิวดิน	1,000 ลูกบาศก์เมตร (1 ล้านลิตร)	1,632.58	1,785.18	1,894.23	1,933.73
	• ปล่อยสู่ใต้ดิน	1,000 ลูกบาศก์เมตร (1 ล้านลิตร)	0	0	0	0

หมายเหตุ: 1. น้ำทั้งคำนวณจากร้อยละ 80 ของปริมาณน้ำใช้ทั้งหมด



GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2560	2561	2562	2563
306-2	ของเสียทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน	ตัน	18,299.67	62,397.58	91,391.23	61,628.42
	ของเสียอันตรายทั้งหมดที่ส่งกำจัด	ตัน	n/a	n/a	n/a	n/a
	ของเสียไม่อันตรายทั้งหมดที่ส่งกำจัด	ตัน	18,299.67	62,327.58	91,391.23	61,628.42
	• การนำกลับไปใช้ซ้ำ	ตัน	0	0	0	0
	• การนำกลับไปใช้ใหม่	ตัน	n/a	42,033.21 ¹	70,175.21	40,258.00
	• การทำปุ๋ย	ตัน	45.61	86.59	118.20	53.39
	• การนำกลับคืน รวมถึงการแปรรูปเป็นพลังงาน	ตัน	0	0	0	0
	• การเผาด้วยเตาเผา	ตัน	0	0	0	0
	• การฝังกลบ	ตัน	18,254.06	20,207.78	21,097.82	21,317.46 ²
	ของเสียที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ ³	ตัน	45.61	42,119.80	70,293.41	40,311.39
	สัดส่วนของของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์ ต่อปริมาณของเสียทั้งหมด	ร้อยละ	n/a	68	77	65

หมายเหตุ: • n/a คือ ไม่มีข้อมูล
1. บริษัทเริ่มเก็บข้อมูลปริมาณการนำกลับมาใช้ใหม่ในปี 2561
2. บริษัทเก็บข้อมูลปริมาณการฝังกลบโดยการชั่งน้ำหนักในปี 2563
3. ของเสียที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ ครอบคลุม การนำกลับมาใช้ซ้ำ การนำกลับมาใช้ใหม่ และการทำปุ๋ย

การแสดงผลตามดัชนีชี้วัด GRI และ UNGC Principles

 GRI Content Index
Core Standards

GRI Standard	Description	Sustainability Report (page / URL) and Remarks (omission / comment)	External Assurance
GRI 102: General Disclosures			
Organizational Profile			
102-1	Name of the Organization	14	-
102-2	Activities, brands, products, and services	14-15	-
102-3	Location of Headquarters	15	-
102-4	Location of operations	15	-
102-5	Ownership and legal form	Refer to Annual Report 2020 (โครงสร้างเงินทุน และการจัดการ)	-
102-6	Markets served	10, 15	-
102-7	Scale of the organization	15	-
102-8	Information on employees and other workers	10, 82-83	-
102-9	Supply Chain	16-17	-
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	There is no significant change in the organization and its supply chain in 2020.	-
102-11	Precautionary Principles or approach	20-21, 33	-
102-12	External initiatives	22-25, 31, 52-57	-
102-13	Membership of associations	31	-
Strategy			
102-14	Statement from senior decision-maker	8-9	-
Ethics and Integrity			
102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	14, 20-21	-
Governance			
102-18	Governance Structure	30-33	-
102-30	Effectiveness of risk management processes	Refer to Annual Report 2020 (ปัจจัยความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยง)	-
102-32	Highest Governance Body's Role in Sustainability Reporting	26, 31	-

GRI Standard	Description	Sustainability Report (page / URL) and Remarks (omission / comment)	External Assurance
Stakeholder Engagement			
102-40	List of stakeholder groups	22	-
102-41	Collective bargaining agreements	72	-
102-42	Identifying and selecting stakeholders	22	-
102-43	Approach to stakeholder engagement	23-25	-
102-44	Key topics and concerns raised	23-25	-
Reporting Practice			
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	Refer to Annual Report 2020 (โครงสร้างรายได้)	-
102-46	Defining report content and topic boundaries	27	-
102-47	List of material topics	26-27	-
102-48	Restatements of information	84, 86	-
102-49	Changes in reporting	26-27	-
102-50	Reporting period	81	-
102-51	Date of most recent report	81	-
102-52	Reporting cycle	81	-
102-53	Contact point for questions regarding the report	81	-
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	81	-
102-55	GRI content Index	88-93	-
102-56	External Assurance	95-96	-
GRI 201: Economic Performance			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	14-15, 66, Refer to Annual Report 2020 (ลักษณะการประกอบธุรกิจ)	-
103-2	The management approach and its components	14-15, 66, 75-77, Refer to Annual Report 2020 (ลักษณะการประกอบธุรกิจ)	-
103-3	Evaluation of the management approach	14-15, 66, 75-77, Refer to Annual Report 2020 (ลักษณะการประกอบธุรกิจ)	-
201-1	Direct Economic value generated and distributed	14-15, 66, 75-77, Refer to Annual Report 2020 (ลักษณะการประกอบธุรกิจ)	-
GRI 203: Indirect Economic Impacts			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	58-65	-
103-2	The management approach and its components	58-65	-
103-3	Evaluation of the management approach	58-65	-
203-2	Significant indirect economic impacts	58-65	-

GRI Standard	Description	Sustainability Report (page / URL) and Remarks (omission / comment)	External Assurance
GRI 204: Procurement Practices			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	40-45	-
103-2	The management approach and its components	40-45	-
103-3	Evaluation of the management approach	40-45	-
204-1	Proportion of spending on local suppliers	55	-
GRI 205: Anti-corruption			
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	-
205-1	Operations assessed for risks related to corruption	32-33	-
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	32	-
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	32	-
GRI 301: Materials			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	46-51	-
103-2	The management approach and its components	46-51	-
103-3	Evaluation of the management approach	46-51	-
302-1	Recycled input materials used	51	-
GRI 302: Energy			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	46-49	-
103-2	The management approach and its components	46-49	-
103-3	Evaluation of the management approach	46-49	-
302-1	Energy consumption within the organization	85	Yes
302-3	Energy intensity	48, 85	Yes
302-4	Reduction of energy consumption	47-48	-
GRI 303: Water and Effluents (2018 Edition)			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	46-47, 50	
103-2	The management approach and its components	46-47, 50	
103-3	Evaluation of the management approach	46-47, 50	
303-1	Interactions with water as a shared resource	50	-
303-3	Water withdrawal	86	Yes
303-4	Water discharge	86	Yes
303-5	Water consumption	86	Yes

91

GRI Standard	Description	Sustainability Report (page / URL) and Remarks (omission / comment)	External Assurance
GRI 305: Emissions			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	46-49	-
103-2	The management approach and its components	46-49	-
103-3	Evaluation of the management approach	46-49	-
305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	47-48, 85	Yes
305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	47-48, 85	Yes
305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	47-48, 85	Yes
305-4	GHG Emissions intensity	48, 85	Yes
305-5	Reduction of GHG emissions	47	-
GRI 306: Waste (2020 Edition)			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	46, 51	-
103-2	The management approach and its components	46, 51	-
103-3	Evaluation of the management approach	46, 51	-
306-1	Water discharge by quality and destination	46, 50, 86	-
306-2	Waste by type and disposal methods	46, 51, 87 Reason for omission: corporate hazardous waste data is not available. The Company will disclose the hazardous waste data in the report FY 2023.	Yes
GRI 308: Supplier Environmental Assessment			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	40-45	-
103-2	The management approach and its components	40-45	-
103-3	Evaluation of the management approach	40-45	-
308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	41-42	-
GRI 401: Employment			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	66-77	-
103-2	The management approach and its components	66-75	-
103-3	Evaluation of the management approach	66-77	-
401-1	New employee hires and employee turnover	82-83	-
401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	66-75	-

GRI Standard	Description	Sustainability Report (page / URL) and Remarks (omission / comment)	External Assurance
GRI 403: Occupational Health and Safety (2018 Edition)			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	66-67, 73-74	-
103-2	The management approach and its components	66-67, 73-74	-
103-3	Evaluation of the management approach	66-67, 73-74	-
403-1	Occupational health and safety management systems	73-74	-
403-2	Hazard identification, risk assessments, and incident investigation	73-74	-
403-3	Occupational health services	73-74	-
403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	72-74	-
403-5	Worker training on occupational health and safety	72-74	-
403-6	Promotion of worker health	72-74	-
403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	73-74	-
403-9	Work-related injuries	84	Yes
403-10	Work-related ill health	84	Yes
GRI 404: Training and Education			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	66-75	-
103-2	The management approach and its components	66-75	-
103-3	Evaluation of the management approach	66-75	-
404-1	Average hours of training per year per employee	83	-
404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	68-70	-
404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	71	-
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	66-75	-
103-2	The management approach and its components	66-75	-
103-3	Evaluation of the management approach	66-75	-
405-1	Diversity of Governance bodies and employees	72, 82-83	-

GRI Standard	Description	Sustainability Report (page / URL) and Remarks (omission / comment)	External Assurance
GRI 412: Human Rights Assessment			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	66-75	-
103-2	The management approach and its components	66-75	-
103-3	Evaluation of the management approach	66-75	-
412-1	Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	71-72	-
GRI 413: Local Communities			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	52-57	-
103-2	The management approach and its components	52-57	-
103-3	Evaluation of the management approach	52-57	-
413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	52-57	-
GRI 414: Supplier Social Assessment			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	40-45	-
103-2	The management approach and its components	40-45	-
103-3	Evaluation of the management approach	40-45	-
414-1	New suppliers that were screened using social criteria	42	-
GRI 417: Marketing and Labeling			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	34-39	-
103-2	The management approach and its components	34-39	-
103-3	Evaluation of the management approach	34-39	-
417-1	Requirements for product and service information and labeling	39, 51, 87	-
Food Processing Sector (2014 Edition)			
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	34-39	-
103-2	The management approach and its components	34-39	-
103-3	Evaluation of the management approach	34-39	-
G4-FP5	Percentage of production volume manufactured in sites certified by an independent third party according to internationally recognized food safety management system standards	36	-

Remark: Annual Report 2020 can be found in the website: (https://www.siammakro.co.th/investor_annual2563.php)





The Ten Principles of the United Nations Global Compact

Principles	Description	Page
1	Businesses should support and respect the protection of internationally proclaimed human rights	71-72
2	Businesses should make sure that they are not complicit in human rights abuses	71-72
3	Businesses should uphold the freedom of association and the effective recognition of the right to collective bargaining	22-25, 71-72
4	Businesses should uphold the elimination of all forms of forced and compulsory labour	71-72
5	Businesses should uphold the effective abolition of child labour	71-72
6	Businesses should uphold the elimination of discrimination in respect of employment and occupation.	71-72
7	Businesses should support a precautionary approach to environmental challenges	20-21, 33, 40-41, 46-47, 49-51
8	Businesses should undertake initiatives to promote greater environmental responsibility	40-43, 45-51
9	Businesses should encourage the development and diffusion of environmentally friendly technologies	40-43, 45-51
10	Businesses should work against corruption in all its forms, including extortion and bribery.	22-25, 30-32



LR Independent Assurance Statement

Relating to SIAM MAKRO Public Company Limited’s Sustainability Report for the calendar year 2020

This Assurance Statement has been prepared for SIAM MAKRO Public Company Limited (SIAM MAKRO) in accordance with our contract but is intended for the readers of this Report.

Terms of engagement

Lloyd’s Register Quality Assurance Ltd. (LR) was commissioned by SIAM MAKRO Public Company Limited (SIAM MAKRO) to provide independent assurance on its Sustainability Report 2020 “the report” against the assurance criteria below to a moderate level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier, using AccountAbility’s AA1000AS v3¹, where the scope was a Type 2 engagement.

Our assurance engagement covered SIAM MAKRO’s subsidiaries in Thailand only, and specifically the following requirements:

- Evaluating SIAM MAKRO’s adherence to AA1000 AccountAbility Principles (2018) of Inclusivity, Materiality, Responsiveness and Impact.
- Confirming that the report is in accordance with:
 - GRI Standards (2016) and core option
- Evaluating the reliability of data and information for only the selected indicators listed below:
 - *Environmental:*
GRI 302-1 Energy consumption within the organization, GRI 302-3 Energy intensity, GRI 303-3 to 5 Water withdrawal, discharge and consumption (2018 edition), GRI 305-1 Direct (scope 1) GHG emissions, GRI 305-2 Energy indirect (scope 2) GHG emissions, GRI 305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions (Upstream transport and distribution and business travel only), GRI 305-4 GHG emissions intensity, (GRI 306- 3 to 5) Waste generated/diverted form disposal and direct to disposal (2020 edition)
 - *Social:*
GRI 403-9 to 10 Work-related injuries and ill health (2018 edition).

Our assurance engagement excluded the data and information of SIAM MAKRO’s subsidiaries within Thailand where it has no operational control, all operations and activities outside of Thailand and suppliers and any third-parties mentioned in the report.

LR’s responsibility is only to SIAM MAKRO. LR disclaims any liability or responsibility to others as explained in the end footnote. SIAM MAKRO’s responsibility is for collecting, aggregating, analysing and presenting all the data and information within the report and for maintaining effective internal controls over the systems from which the report is derived. Ultimately, the report has been approved by, and remains the responsibility of SIAM MAKRO.

LR’s Opinion

Based on LR’s approach nothing has come to our attention that would cause us to believe that SIAM MAKRO has not, in all material respects:

- Met the requirements above
- Disclosed reliable performance data and information as no errors or omissions were detected
- Covered all the issues that are important to the stakeholders and readers of this report.

The opinion expressed is formed on the basis of a moderate level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier.

Note: The extent of evidence-gathering for a moderate level of assurance engagement is less than for a high level of assurance engagement. Moderate assurance engagements focus on aggregated data rather than physically checking source data at sites. Consequently, the level of assurance obtained in a moderate assurance engagement is substantially lower than the assurance that would have been obtained had a high assurance engagement been performed.

LR’s approach

LR’s assurance engagements are carried out in accordance with our verification procedure. The following tasks though were undertaken as part of the evidence gathering process for this assurance engagement:

- Assessing SIAM MAKRO’s approach to stakeholder engagement to confirm that issues raised by stakeholders were captured correctly. We did this by interviewing SIAM MAKRO’s management who engage directly with stakeholder groups as well as reviewing documents and associated records.

¹ GHG quantification is subject to inherent uncertainty

- Reviewing SIAM MAKRO's process for identifying and determining material issues to confirm that the right issues were included in their report. We did this by benchmarking reports written by SIAM MAKRO and its peers to ensure that sector specific issues were included for comparability. We also tested the filters used in determining material issues to evaluate whether SIAM MAKRO makes informed business decisions that may create opportunities which contribute towards sustainable development.
- Auditing SIAM MAKRO's data management systems to confirm that there were no significant errors, omissions or mis-statements in the report. We did this by reviewing the effectiveness of data handling process, and systems, including those for internal verification. We also spoke with key people in various departments responsible for compiling the data and drafting the report.
- Visiting SIAM MAKRO's operations as business representative (Siam Makro – Chaengwattana and Mahachai Distribution centre) to sample performance data and information for the selected specific standard disclosures to confirm its reliability.

Observations

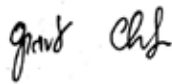
Further observations and findings, made during the assurance engagement, are:

- Stakeholder inclusivity: We are not aware of any key stakeholder groups that have been excluded from SIAM MAKRO's stakeholder engagement process. SIAM MAKRO has addressed the key stakeholder group's opinion regarding their impacts.
- Materiality: We are not aware of any material issues concerning SIAM MAKRO's sustainability performance that have been excluded from the report. SIAM MAKRO has processes for identifying and determining material issues based on a set of unbiased criteria and qualitative impact valuation.
- Responsiveness: SIAM MAKRO has addressed the concerns of stakeholders in relation to GHG emissions and food waste. However, we believe that future reports should;
 - disclose environment statistic for Hazardous waste disposal.
 - discuss further how SIAM MAKRO has used renewal fuels i.e. for business travelling and transportation mode
- Reliability: Data management systems are considered to be well defined, but the implementation of these systems varies across SIAM MAKRO's operational facilities. SIAM MAKRO should consider interim verification to further improve the reliability and timeliness of its disclosed data and information.
- Impact: SIAM MAKRO has initial performing impacts measurement and valuation of climate change related. However, SIAM MAKRO should further address quantitative impacts regard stakeholder groups as well as materiality in the future reports.

LR's standards, competence and independence

LR ensures the selection of appropriately qualified individuals based on their qualifications, training and experience. The outcome of all verification and certification assessments is then internally reviewed by senior management to ensure that the approach applied is rigorous and transparent.

This verification is the only works undertaken by LR for SIAM MAKRO and as such does not compromise our independence or impartiality.



Opart Charuratana
LR Lead Verifier



Dated: 12 March 2021

On behalf of Lloyd's Register Quality Assurance Ltd.
Lloyd's Register International (Thailand) Limited
22th Floor, Sirinrat Building, 3388/78 Rama IV Road
Klongton, Klongtoey, Bangkok 10110 THAILAND

LRQA reference: BGK00000569

Lloyd's Register Group Limited, its affiliates and subsidiaries, including Lloyd's Register Quality Assurance Limited (LRQA), and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'Lloyd's Register'. Lloyd's Register assumes no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant Lloyd's Register entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract.

The English version of this Assurance Statement is the only valid version. Lloyd's Register Group Limited assumes no responsibility for versions translated into other languages.

This Assurance Statement is only valid when published with the Report to which it refers. It may only be reproduced in its entirety.

Copyright © Lloyd's Register Quality Assurance Limited, 2021 A member of the Lloyd's Register Group.

makro **คู่คิดธุรกิจคุณ**

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)
สำนักงานใหญ่ เลขที่ 1468 ถนนพัฒนาการ
แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

โทร. 0 2067 8999 แฟกซ์ : 0 2067 9888

www.siammakro.co.th



สแกน QR CODE
เพื่ออ่านรายงานความยั่งยืน
ในรูปแบบ e-book