30th Anniversary

makro
คู่คิดธุรกิจคุณ



เคียงข้าง
สร้างสรรค์
มุ่งมั่นสู่ความยั่งยืน

รายงานความยั่งยืน 2562

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

สารบัญ

สารจากประธานกรรมการ 02
และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

เกี่ยวกับแม็คโคร (About Makro) 04
2.1. ห่วงโซ่คุณค่า 08
2.2. ธุรกิจของแม็คโคร 10
2.3. การกำกับดูแลกิจการ 18
2.4. ผลการดำเนินงานเด่นและรางวัลปี 2562 24

การจัดการความยั่งยืนในแม็คโคร 25
3.1. การจัดการด้านความยั่งยืน 26
3.2. กลยุทธ์แม็คโคร 4.0 27
3.3. การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย 31
3.4. การประเมินประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน 36

อาหารปลอดภัย 37
4.1. คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ 39
4.2. สุขภาพและโภชนาการ 41
4.3. แนวปฏิบัติการจำหน่ายและฉลากผลิตภัณฑ์ 41

คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหาร 43
จัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน
5.1. การจัดการห่วงโซ่อุปทาน 44
และการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ



การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 49
6.1. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 51
6.2. การบริหารจัดการพลังงาน 56
6.3. การบริหารจัดการขยะและวัตถุดิบเหลือใช้ 59

เป็นที่รักในท้องถิ่น 64
7.1. การมีส่วนร่วมกับชุมชน 65

การเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า 71
8.1. ความสำเร็จทางธุรกิจของลูกค้า 72

องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน 79
9.1. การบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ 82
9.2. สิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติด้านแรงงาน 91
9.3. การบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย 94
9.4. การปลูกฝังความคิดเชิงนวัตกรรม 99

ภาคผนวก 100
10.1. เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ 101
10.2. ภาพรวมผลงานด้านความยั่งยืน 102
10.3. ดัชนีชี้วัด GRI 112
10.4. รายงานการให้ความเชื่อมั่นอย่างจำกัดอย่างเป็นอิสระ 124



สารจากประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร -กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร

(Disclosure 102-14)



นายอาสา สารสิน
ประธานกรรมการ

สยามแม็คโคร (บริษัทฯ) มีความภาคภูมิใจที่ได้ดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสีย ภาพรวมของการดำเนินงานประจำปี 2563 ได้ถูกเรียบเรียงผ่านรายงานความยั่งยืนซึ่งบริษัทได้เผยแพร่เป็นฉบับที่ 3 อย่างต่อเนื่อง

วิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ที่ **"มุ่งเป็นที่หนึ่งเรื่องการจัดหาสินค้า เพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจร สำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพในเอเชีย"** ซึ่งถือเป็นกรอบแนวทางบริหารจัดธุรกิจที่สำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ ได้ประเมินผลกระทบทางธุรกิจและจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมทุกกิจกรรมหลัก รวมถึงเฝ้าติดตามวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างรอบด้าน เพื่อเตรียมความพร้อมและจัดการกับผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น เป็นผลให้บริษัทฯ สามารถรักษาศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดและธุรกิจขยายตัวในระยะยาว สำหรับแผนธุรกิจของบริษัทฯ ได้นำแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้ามาเป็นองค์ประกอบสำคัญในกำหนดแผนและแปลงไปสู่ **"แผนกลยุทธ์แม็คโคร 4.0"** เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภคที่ปัจจุบันหันมาใส่ใจธุรกิจที่มีการดำเนินการอย่างยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ในปีที่ผ่านมาความท้าทายใหม่และการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจได้เป็นส่วนทำให้บริษัทฯ ยกระดับการเฝ้าระวัง ดำเนินการตามแผนกลยุทธ์และมาตรการรองรับ รวมถึงการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วในประเด็นที่นอกเหนือความคาดหมาย การพัฒนาโครงการสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อรองรับการเติบโตของเมือง รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นมาอย่างก้าวกระโดด ได้ส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภค และรูปแบบการใช้ชีวิตเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ได้ดำเนินรับมือกับความท้าทายที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นภาพรวมของรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2561

การเติบโตของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องนำไปสู่การขยายฐานธุรกิจไปยังต่างประเทศควบคู่กับการขยายตัวของฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยคาดการณ์ว่าประชากรโลกในปี 2593 จะมีจำนวนมากถึง 9 พันล้านคน ส่งผลให้ความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารของผู้ประกอบการโรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจจัดเลี้ยง (HoReCa) เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นและไม่ละเลยการส่งมอบสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า/ผู้บริโภค บริษัทฯ



นางสุชาดา อิทธิจารุกุล
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร

จึงได้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยในกระบวนการผลิตและการกระจายสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมถึงให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้อย่างเปิดเผย เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนา **"Digital Store"** ขึ้นมาเพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการไปซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกรูปแบบขายส่งเป็นร้านค้าออนไลน์ สำหรับการส่งเสริมการเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า ซึ่งถือเป็นสิ่งหนึ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญไม่น้อยกว่าการเติบโตขององค์กร โดยได้จัดสรรพื้นที่จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์การเกษตรท้องถิ่นภายในศูนย์จัดจำหน่ายสินค้า

สำหรับความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ อาทิ **"โครงการติดตั้งแผงผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์"** ในศูนย์จำหน่ายสินค้าเพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน โครงการ **"แม็คโครรักษ์โลก"** หรือ **"Say hi to bio, say no to foam"** เพื่อรณรงค์ให้การทำธุรกิจของลูกค้าและคู่ค้าไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยลดการใช้โฟม และการเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ในศูนย์จำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ ขณะที่การดูแลรับผิดชอบสังคมและชุมชน บริษัทฯ ยังคงดำเนินการ **"โครงการมิตรแท้โชห่วย"** อย่างต่อเนื่อง มุ่งหวังยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถของร้านค้าปลีกขนาดย่อยในชุมชนท้องถิ่นให้มีศักยภาพแข่งขันในตลาด นอกจากนี้ ได้พิจารณาความต้องการของลูกค้าเพื่อพัฒนาโครงการสำหรับสร้างคุณค่าร่วมกันกับชุมชนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยมุ่งมั่นสร้างประโยชน์และยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืนภายใต้แผนธุรกิจระยะยาวของบริษัทฯ

ในนามของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่มอบความไว้วางใจ และให้การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดจนความร่วมมือร่วมใจในการขับเคลื่อนความยั่งยืน ด้วยดีตลอดมา บริษัทฯ เชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่า ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายผนวกกับความตั้งใจจริงในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ทำให้บริษัทฯ สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนเคียงคู่สังคมไทย และทุกประเทศที่บริษัทฯ ได้เข้าไปดำเนินการตลอดไป

เกี่ยวกับแม็คโคร

(Disclosure 102-1, 102-2, 102-3, 102-16)

วิสัยทัศน์

มุ่งเป็นที่หนึ่งเรื่องการจัดหาสินค้า
เพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจร
สำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ

ชื่อย่อของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย **MAKRO**

สำนักงานใหญ่
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)
1468 ถ.พัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
โทรศัพท์ 0 2067 8999 โทรสาร 0 2067 9888
ติดต่อแผนกความยั่งยืนองค์กร email sustainability@siammakro.co.th



ธุรกิจของเรา

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (แม็คโคร)

มีพันธกิจหลักในการเป็นคู่คิดธุรกิจของลูกค้า โดยทางแม็คโคร มีความมุ่งมั่น
ที่จะคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพดีในราคาที่คุ้มค่า ตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ
ผ่านศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครทั่วประเทศ นอกเหนือจากการส่งมอบสินค้าคุณภาพดี
ครบถ้วน ในราคาคุ้มค่าแล้ว แม็คโครยังช่วยสนับสนุนลูกค้ามีความรุ่งเรือง
ผ่านการให้ความรู้ แนวคิดทางด้านการประกอบค้าปลีกสมัยใหม่
รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมสมรรถนะ กิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์
ทั้งนี้ พันธกิจของแม็คโครประกอบด้วย

m a k r o

Multi - formats
ขยายตัวด้วยรูปแบบ
ร้านค้าที่หลากหลาย

Award
ให้รางวัลความสำเร็จ
ของทีมงาน และ
ลงทุนกับการพัฒนา
ทรัพยากรบุคคล

Know the differences
ศึกษาทำความเข้าใจใน
ความแตกต่างเฉพาะตัว
ของแต่ละท้องถิ่น

Responsible
สร้างผลประโยชน์สูงสุด
ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง
พร้อมรับผิดชอบ
ต่อสังคม

Offer the best
นำเสนอแต่สิ่งที่ดีที่สุด
และคุ้มค่าที่สุด
ให้กับลูกค้า



ความเป็นมา
ของบริษัท

นับตั้งแต่การจดทะเบียนจัดตั้งในเดือนพฤษภาคม 2531 กว่า 30 ปี ที่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ได้ประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบขายส่งในระบบสมาชิก ภายใต้ชื่อ **“แม็คโคร”** ได้ดำเนินการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่ลูกค้าสมาชิกและผู้ประกอบการทั่วประเทศ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มผู้ค้าปลีกรายย่อย กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม และธุรกิจจัดเลี้ยง รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจบริการ หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษาและธุรกิจอื่นๆ

แม็คโครมีความมุ่งมั่นที่จะสานต่อภารกิจในการเป็น **“คู่คิดธุรกิจ”** เพื่อช่วยให้กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจและบริหารเงินทุนหมุนเวียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและร่วมเติบโตไปกับแม็คโคร ดังนั้น แม็คโครจึงให้ความสำคัญกับการสรรหาและส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นเลิศและหลากหลายในราคาที่คุ้มค่า ทั้งนี้ แม็คโครมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้บริหารจัดการภายใต้แบรนด์ของบริษัทครอบคลุมทั้ง 3 กลุ่มสินค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารสดผลิตภัณฑ์อาหารแห้งและสินค้าอุปโภค

เอโร่ (aro) และเซฟแพ็ค (Savepak)

aro สินค้าคุณภาพ เพื่อมืออาชีพ

Savepak

สินค้ากลุ่มวัตถุดิบ และอุปกรณ์สำหรับอาหาร

เอ็มแอนด์เค (M&K)

M&K ตราเอ็มแอนด์เค อร่อย...ถึงใจ

สินค้ากลุ่มขนม และเครื่องดื่ม

คิวบิซ (Q-Biz)

Q-BIZ คู่คิดธุรกิจคุณ

เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน

โปรเทค (Protech)

Protech home appliance

สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า

นอกจากนี้ แม็คโครได้ขยายศูนย์จำหน่ายสินค้าและพัฒนารูปแบบของศูนย์จำหน่ายสินค้า และช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ และแบบผสมผสาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เข้าถึงการให้บริการจากใจ ครบครันด้วยสินค้าคุณภาพที่แม็คโคร

ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง



ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง (Makro Cash & Carry) สามารถรองรับผู้ประกอบการและร้านค้าปลีกรายย่อยอย่างกว้างขวาง

MakroClick

MakroClick ช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์และแบบผสมผสาน พร้อมทั้งบริการจัดส่ง
https://www.makroclick.com/

แม็คโคร ฟูดเซอร์วิส และแม็คโคร ฟูดช้อป





แม็คโคร ฟูดเซอร์วิส (Makro foodservice) และแม็คโคร ฟูดช้อป (Makro food shop) สามารถรองรับผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ร้านอาหารและธุรกิจจัดเลี้ยง (โฮเรก้า)

สยามฟู้ด เซอร์วิส



(Siam Food Services) เปิดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ “Food Diary” ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ สำหรับผลิตภัณฑ์นำเข้าและจัดจำหน่ายอาหารระดับพรีเมี่ยมสำหรับผู้ประกอบการ

สยามโฟรเซ่น



(Siam Frozen) ศูนย์รวมผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งสำหรับผู้ประกอบการทุกรูปแบบ

ห่วงโซ่
คุณค่า

(Disclosure 102-4, 102-6, 102-9)

จุดเริ่มต้นของห่วงโซ่อุปทานของแม็คโคร จะเริ่มจากวัตถุดิบ ซึ่งได้รับการคัดเลือกจากแหล่งผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน นำส่งเข้าสู่ศูนย์กระจายสินค้าของแม็คโคร ผ่านขั้นตอนการตรวจรับ และนำส่งโดยระบบขนส่งที่ได้มาตรฐาน เพื่อนำสินค้าที่มีคุณภาพเข้าสู่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครสาขาต่างๆ ในขณะเดียวกันก็มีการควบคุมเพื่อให้แน่ใจว่าการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อม

คู่ค้าในระดับท้องถิ่น



1. ผู้ปลูก/ผู้ผลิต

ปลูก/ผลิตภัณฑ์สินค้า
ที่ปลอดภัยและมีคุณภาพสูง
ตามมาตรฐานความปลอดภัย
ที่เกี่ยวข้อง



2. ศูนย์บรรจุสินค้า

บรรจุสินค้าตามความเหมาะสม
เพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์จาก
ความเสียหายระหว่างการขนส่ง
ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีหลังการ
เก็บเกี่ยวเพื่อยืดอายุสินค้าทางการเกษตร



3. ห้องเย็น/โกดังสินค้า

เก็บรักษาสินค้าในระดับอุณหภูมิที่เหมาะสม
เพื่อรักษาคุณภาพก่อนการขนส่ง
ทดสอบและตรวจสอบการปนเปื้อนของสินค้า



5. ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร

จัดเรียงผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย
เพื่อให้ลูกค้าเลือกสรร
ได้อย่างสะดวกสบาย

4. ศูนย์กระจายสินค้าสด และแช่แข็งของแม็คโคร

แบ่งจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์สด
และแช่แข็งไปยังร้านค้า
แม็คโครทั่วประเทศ





6. ลูกค้า

ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและมี
คุณภาพสูงในราคาที่เหมาะสม
เพื่อดำเนินธุรกิจและชีวิตอย่างยั่งยืน

คู่ค้าผลิตภัณฑ์นำเข้า



1. ผู้ปลูก/ผู้ผลิต

ปลูก/ผลิตภัณฑ์สินค้า
ที่ปลอดภัยและมีคุณภาพสูง
ตามมาตรฐานความปลอดภัย
ที่เกี่ยวข้อง



2. ศูนย์บรรจุสินค้า

บรรจุสินค้าตามความเหมาะสม
เพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์จาก
ความเสียหายระหว่างการขนส่ง



3. ห้องเย็น/โกดังสินค้า

เก็บรักษาสินค้าในระดับอุณหภูมิที่เหมาะสม
เพื่อรักษาคุณภาพก่อนการขนส่ง
ทดสอบและตรวจสอบการปนเปื้อนของสินค้า



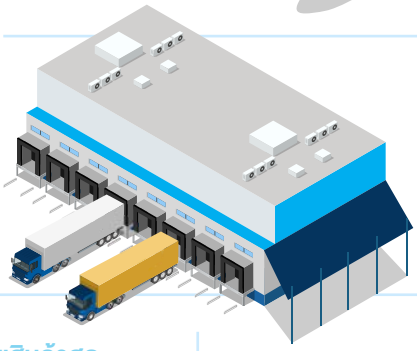
4. ผู้ส่งออก

ส่งออกสินค้า
ที่หลากหลาย
จากต่างประเทศ
สู่ประเทศไทย



5. ผู้ขนส่งสินค้า

ขนส่งสินค้าทั่วประเทศในเวลาที่เหมาะสม



6. ผู้นำเข้า/ คู่ค้า

สรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่
จากตลาดต่างประเทศ
เพื่อการนำเข้าสู่ประเทศ



7. ศูนย์กระจายสินค้าสด และแช่แข็งของแม็คโคร

แบ่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สด
และแช่แข็งไปยังร้านค้าแม็คโคร
ทั่วประเทศ



8. ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร

จัดเรียงผลิตภัณฑ์
ที่หลากหลาย
เพื่อให้ลูกค้าเลือกสรร
ได้อย่างสะดวกสบาย



9. ลูกค้า

ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย
คุณภาพสูงในราคาที่เหมาะสม
เพื่อดำเนินธุรกิจและชีวิตอย่างยั่งยืน

ธุรกิจ ของแม็คโคร

การเปลี่ยนแปลงองค์กรในปี พ.ศ. 2562 (Disclosure 102-10)

ในปี 2562 แม็คโครยังคงขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งการขยายช่องทางการขายให้เพิ่มมากขึ้น อาทิ การเปิดสาขาใหม่ทั้งในและต่างประเทศ และช่องทางการขายออนไลน์ จำนวนสาขาอยู่ทั่วประเทศไทย ณ สิ้นปี 2562 บริษัทฯ มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 134 สาขาทั่วประเทศ แบ่งเป็นศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร รูปแบบคลาสสิกจำนวน 79 สาขา แม็คโคร ฟูดเซอร์วิส จำนวน 28 สาขา อีโค พลัส จำนวน 15 สาขา แม็คโคร ฟูดช้อป จำนวน 5 สาขา และร้านสยามโฟรเซ่น จำนวน 7 สาขา รวมถึงศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร 2 สาขาในประเทศกัมพูชา และอีก 3 สาขา ภายใต้ชื่อ Lots Wholesale Solutions ในประเทศอินเดีย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังประกอบธุรกิจนำเข้า ส่งออก และจำหน่ายสินค้าอาหารแช่แข็งและแช่เย็น พร้อมบริการด้านจัดเก็บและจัดส่งในประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศอื่น ๆ รวมทั้งธุรกิจอื่นที่เกี่ยวเนื่องและสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทฯ ผ่านการดำเนินงานของบริษัทย่อย

การขยายตัวนี้เปิดโอกาสให้แม็คโครได้ตอบสนองต่อความท้าทายใหม่ ๆ ควบคู่ไปกับการเปิดตลาดเข้าถึงคู่ค้า ลูกค้าและตลาดใหม่ ซึ่งแม็คโครได้เพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติตามมาตรฐานสากลเพิ่มสูงไปอีกขั้น พร้อมตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า การขยายตัวและการปฏิบัติตามมาตรฐานสากลที่สูงขึ้นนี้ยังเป็นการเพิ่มความสามารถของผู้ผลิตท้องถิ่นสู่ตลาดสากลอีกด้วย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นและสังคม




30th Anniversary
makro
คู่คิดธุรกิจคุณ
makro
คู่คิดธุรกิจคุณ
DUNKIN
COFFEE AND DONUTS

เครือข่ายธุรกิจของแม็คโคร (Disclosure 102-7, 102-8, 102-45)

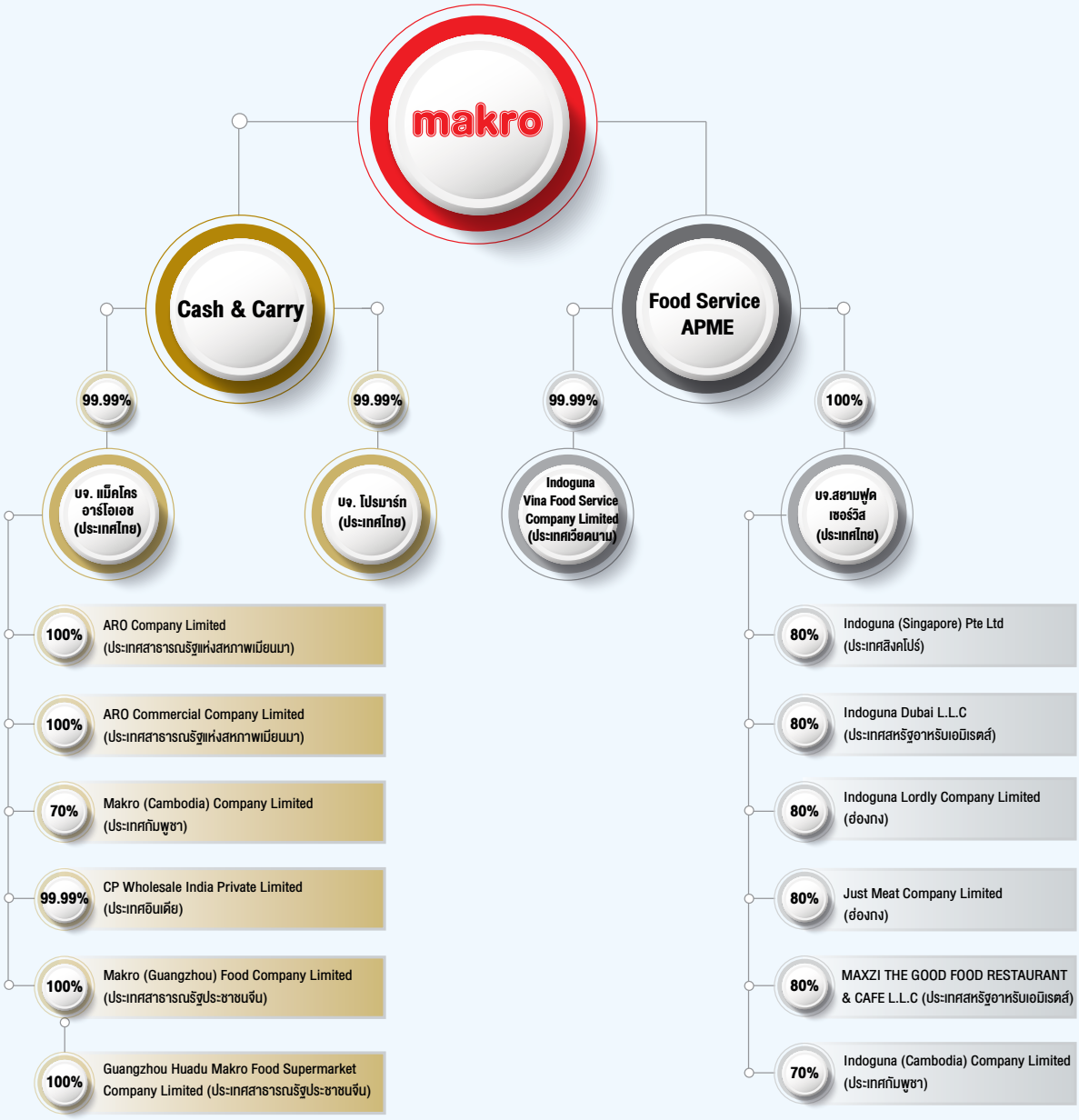
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อยในเครือดังต่อไปนี้

ประเทศไทย	ต่างประเทศ
• **บริษัท แม็คโคร อาร์โอเอช จำกัด** ประกอบธุรกิจลงทุนในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางของแม็คโครในตลาดต่างประเทศ • **บริษัท สยามฟูด เซอร์วิส จำกัด** ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการจัดส่งประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็งคุณภาพชั้นดี • **บริษัท โปรมาร์ท จำกัด** ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค	• **ARO Company Limited** ประกอบธุรกิจให้บริการด้านการตลาด และให้คำปรึกษาในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา • **ARO Commercial Company Limited** ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ค้าส่งและธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา • **CP Wholesale India Private Limited** ดำเนินธุรกิจค้าส่ง และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในประเทศอินเดีย • **Guangzhou Huadu Makro Food Supermarket Company Limited** ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในเขตฮัวตู เมืองกว่างโจว มณฑลกวางตุ้ง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน • **Indoguna (Cambodia) Company Limited** ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านอาหาร และธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องในประเทศกัมพูชา • **Indoguna Dubai L.L.C** ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการจัดส่งประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็งคุณภาพชั้นดีอาหารในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ • **Indoguna Lordly Company Limited** ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการจัดส่งประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็งคุณภาพชั้นดี ในฮ่องกง • **Indoguna (Singapore) Pte Ltd** ประกอบธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศสิงคโปร์ • **Indoguna Vina Food Service Company Limited** ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการจัดส่งประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็งคุณภาพชั้นดีในประเทศเวียดนาม • **Just Meat Company Limited** ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านอาหารสดชั้นดี จำพวกเนื้อสัตว์และสัตว์ปีกในฮ่องกง • **Makro (Cambodia) Company Limited** ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ค้าส่งและกิจการที่เกี่ยวข้องในประเทศกัมพูชา • **Makro (Guangzhou) Food Company Limited** ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน • **Maxzi The Good Food Restaurant & Cafe L.L.C** ดำเนินธุรกิจร้านอาหาร และร้านค้าปลีกขนาดเล็กในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

สามารถดูรายละเอียดบริษัทในเครือแม็คโครเพิ่มเติมได้ที่รายงานประจำปี 2562 หน้า 120

เพื่อให้การดำเนินงานของทุกภาคส่วนมีประสิทธิภาพและมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน ศูนย์รวมการดำเนินการและการบริหารจัดการทั้งหมดของแม็คโครจึงตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ซึ่งตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โดยสำนักงานใหญ่จะเป็นผู้กำหนดทิศทางการดำเนินงาน ควบคุมประสิทธิภาพในการทำงาน ตลอดจนกำกับดูแลให้ทุกหน่วยงานสามารถดำเนินธุรกิจให้บรรลุตามเป้าหมายและเป็นไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังสามารถรักษามาตรฐานการให้บริการสูงสุดแก่ลูกค้าทุกกลุ่ม ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจในประเทศไทยยังคงเป็นหลักและมีสัดส่วนสูงที่สุด อย่างไรก็ตาม แม็คโครตระหนักถึงโอกาสในการขยายธุรกิจในต่างประเทศ และได้พัฒนาและขยายโอกาสทางธุรกิจสู่ภูมิภาคอื่น ๆ ต่อไปในอนาคต โดย ณ สิ้นปี 2562 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยแสดงตามแผนภูมิ ดังนี้

แผนผังโครงสร้างกลุ่มบริษัทแม็คโคร



สมาคมที่แม็คโครเป็นสมาชิกประจำปี 2562 (Disclosure 102-13)

- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย
- สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย
- สมาคมผู้ประกอบการข้าวถุงไทย
- สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย
- สมาชิกสมาคมผู้ค้าปลีกไทย
- หอการค้าเนเธอร์แลนด์-ไทย
- หอการค้าเยอรมัน-ไทย
- หอการค้าไทย
- หอการค้าไทย-รัสเซีย

โอกาสสู่ความก้าวหน้าที่มั่นคง

การดำเนินธุรกิจของแม็คโครตลอดเวลาที่ผ่านมามีเป้าหมายชัดเจนที่จะเป็นคู่คิดธุรกิจของลูกค้าผู้ประกอบการ จึงก่อให้เกิดพัฒนาการทางรูปแบบธุรกิจอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่เห็นได้อย่างเด่นชัดคือรูปแบบของศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครได้รับการพัฒนาขึ้นมาอย่างหลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีศักยภาพที่แตกต่างสามารถให้บริการและเข้าถึงลูกค้าผู้ประกอบการมืออาชีพในแต่ละท้องถิ่นได้สะดวกยิ่งขึ้น เป้าหมายเพื่อจะเป็น “คู่คิดธุรกิจ” ของลูกค้า ผู้ประกอบการมืออาชีพอย่างแท้จริงเพื่อเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

ผลประกอบการ ในปี 2562 210,627 บาท ซึ่งเติบโตขึ้นจากปีที่ผ่านมา 9.2%

รายได้รวม

ล้านบาท

9.2%
เพิ่มขึ้นจาก 2561



กำไรสุทธิ

ล้านบาท

5.1%
เพิ่มขึ้นจาก 2561



สินทรัพย์รวม

ล้านบาท

1.0%
เพิ่มขึ้นจาก 2561



ข้อมูลสำคัญทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

	2560	2561	2562
ฐานะทางการเงิน (ล้านบาท)			
สินทรัพย์รวม	58,976	62,065	62,641
หนี้สินรวม	40,965	42,808	41,907
ทุน	2,400	2,400	2,400
ส่วนของผู้ถือหุ้น	18,011	19,257	20,734
ผลการดำเนินงาน (ล้านบาท)			
รายได้จากการขาย	182,753	188,583	206,180
รายได้รวม	186,754	192,930	210,627
กำไรขั้นต้น	18,401	18,944	21,168
กำไรสุทธิ*	6,178	5,942	6,245
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐานส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทสำหรับปี (บาท)	1.29	1.24	1.30
อัตราส่วนทางการเงิน (%)			
อัตรากำไรสุทธิสำหรับปี	3.3	3.1	3.0
อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ** (เท่า)	0.5	0.5	0.4
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	37.1	32.8	32.0
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม	11.0	9.7	9.9
อัตราเงินปันผลต่อกำไรสุทธิ	74.6	77.5	73.8
ข้อมูลผู้ถือหุ้น (บาท)			
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	0.50	0.50	0.50
มูลค่าหุ้นตามบัญชี	3.66	3.90	4.22
เงินปันผลต่อหุ้น	0.96	0.96	0.96***

หมายเหตุ :

* เงินปันผลต่อหุ้นประกอบด้วย :
1) เงินปันผลระหว่างกาลจำนวน 0.40 บาทต่อหุ้น ซึ่งบริษัทฯ ได้จ่ายไปทั้งหมดแล้วเมื่อวันที่ 5 กันยายน 2561
2) เงินปันผลงวดสุดท้ายจำนวน 0.56 บาทต่อหุ้น นำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่ออนุมัติในวันที่ 23 เมษายน 2562 รวมเป็นเงินปันผลประจำปี 2561 ทั้งสิ้น 0.96 บาทต่อหุ้น

** หนี้สินเฉพาะที่มีภาระดอกเบี้ยจ่าย แต่ไม่รวมหนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงิน

สามารถดูรายละเอียดบริษัทในเครือแม็คโครเพิ่มเติมได้ที่รายงานประจำปี 2562 หน้า 143

ปัจจุบัน **แม็คโคร**
มีพนักงานทั้งสิ้น **15,212** คน

ซึ่งเติบโตขึ้นจากปีที่ผ่านมา 4.48% โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาคเหนือ
พนักงานประจำ 1,429 ราย
- ชาย 800 ราย
- หญิง 629 ราย

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
พนักงานประจำ 2,809 ราย
- ชาย 1,443 ราย
- หญิง 1,366 ราย

ภาคตะวันตก
พนักงานประจำ 816ราย
- ชาย 351 ราย
- หญิง 465 ราย

ภาคกลาง
พนักงานประจำ 6,303 ราย
- ชาย 2,605 ราย
- หญิง 3,698 ราย

ภาคตะวันออก
พนักงานประจำ 1,683 ราย
- ชาย 631 ราย
- หญิง 1,007 ราย

ภาคใต้
พนักงานประจำ 2,205ราย
- ชาย 940 ราย
- หญิง 1,265 ราย

โครงสร้างผู้ถือหุ้น ของแม็คโคร (Disclosure 102-5)

รายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่ 10 รายแรก ณ วันปิดสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 23 สิงหาคม 2562 มีดังนี้

รายชื่อ	จำนวนหุ้น (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
1. บริษัท สยามแม็คโคร โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด*	2,640,302,800	55.01
2. บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)*	1,827,598,700	38.07
3. กองทุนเปิดบัวหลวงหุ้นระยะยาว	41,057,600	0.86
4. กองทุนเปิดบัวหลวงทศพล	28,956,800	0.60
5. นายปริญญา เธียรวร	27,150,000	0.57
6. กองทุนเปิดบัวหลวงหุ้นระยะยาว 75/25	18,384,200	0.38
7. AIA COMPANY LIMITED-EQAP-D FUND 1	15,882,000	0.33
8. กองทุนเปิด บัวหลวงเฟล็กซิเบิ้ลเพื่อการเลี้ยงชีพ	11,241,700	0.23
9. กองทุนเปิดบัวหลวงตราสารทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ	8,425,000	0.18
10. AIA COMPANY LIMITED-EQTG-D FUND 1	7,677,000	0.16
รวม	**4,626,675,800**	**96.39**

หมายเหตุ :

* บริษัท สยามแม็คโคร โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทในกลุ่มเครือซีพีออลล์ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทฯ รวมกัน ร้อยละ 93.08 ของหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมด

** ไม่นับรวมผู้ถือหุ้นบริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการลงทุนของผู้ลงทุน โดยเฉพาะชาวต่างชาติ ให้สามารถลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนได้ โดยไม่ติดเรื่องเพดานการถือครองหลักทรัพย์ของชาวต่างชาติ (Foreign Limit) แต่ไม่มีสิทธิออกเสียงในที่ประชุมของบริษัทจดทะเบียน

การกำกับ
ดูแลกิจการ

(Disclosure 102-16, 102-18)

แม็คโครให้ความสำคัญอย่างสูงกับการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีประสิทธิภาพ และเป็นธรรม โดยส่งเสริมให้การดำเนินงานของบริษัทฯ สอดคล้องกับแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจอย่างเคร่งครัด ครอบคลุมแนวทางการปฏิบัติงาน โครงสร้างการกำกับดูแล และแผนตรวจติดตามซึ่งช่วยสนับสนุนให้แม็คโครสามารถดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยเกื้อหนุนให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและโปร่งใส ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงานเด่นด้านโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการปี 2562



แนวทางการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการของแม็คโคร

แม็คโครเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมและโปร่งใสจะช่วยส่งเสริมให้บริษัทฯ เติบโตอย่างมั่นคง นำมาซึ่งความไว้วางใจจากชุมชน ด้วยเหตุนี้แม็คโคร ไม่เพียงแต่มุ่งดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องตามกฎหมายและข้อบังคับท้องถิ่นและสากล แต่ยังมุ่งขับเคลื่อนธุรกิจตามมาตรฐานขั้นสูงอย่างมืออาชีพผ่านการกำกับดูแลตามแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ ซึ่งจัดทำเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษากัมพูชา โดยแนวปฏิบัติดังกล่าวจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่นักลงทุน ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มถึงเป้าหมายของแม็คโครในด้านกำกับดูแลกิจการที่ดี ทั้งนี้ พนักงานแม็คโครในทุกระดับจะต้องลงนามรับทราบและปฏิบัติตามแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้บรรลุตามเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจ โดยยังคงรักษามาตรฐานสูงสุดในด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมของนโยบายการกำกับดูแลกิจการได้ในรายงานประจำปี 2562 และเว็บไซต์ของแม็คโครที่ www.siammakro.co.th ซึ่งครอบคลุมรายละเอียดเกี่ยวกับกระบวนการกำกับดูแลกิจการที่เกี่ยวข้องและการเปิดเผยข้อมูล ตลอดจนผลการดำเนินงานของแม็คโครในปี 2562 และแนวปฏิบัติสำหรับการพัฒนาความยั่งยืนของกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ แม็คโครยังจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องและประเด็นด้านกฎหมายที่สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ข้อของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหลักการบริหารกิจการที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ นอกเหนือจากการดำเนินงานให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้วนั้น แม็คโครยังปฏิบัติตามมาตรฐานสากลอื่นๆ อีกด้วย อีกทั้งแม็คโครยังจัดให้มีการฝึกอบรมจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยเพื่อสร้างความมั่นใจว่าพนักงานทุกคนจะปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัด รวมไปถึงจัดประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการขึ้น 4 ครั้งในปี 2562

คณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมบริษัทฯ มีหน้าที่รับผิดชอบในการคัดเลือกและแต่งตั้งประธานกรรมการและรองประธานกรรมการ นอกจากนี้กรรมการบริษัทฯ ยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของแม็คโครให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร ตลอดจนกำกับดูแลเพื่อสร้างความมั่นใจว่าบริษัทฯ ดำเนินงานสอดคล้องกับแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ ในปี 2562 (วันที่ 31 ธันวาคม 2562) แม็คโครมีกรรมการทั้งสิ้น 15 ท่าน (กรรมการบริหาร 8 ท่าน และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 7 ท่าน) โดยมีกรรมการ 2 ท่านเป็นผู้หญิงและมีกรรมการอิสระ 5 ท่าน ทั้งนี้ด้วยความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมความโปร่งใสและความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ แม็คโครกำหนดให้คณะกรรมการแต่ละท่านจะต้องไม่ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการในบริษัทจดทะเบียนเกิน 5 แห่ง

ในการจัดประชุมแม็คโครกำหนดให้ประธานกรรมการจะต้องแจ้งกรรมการท่านอื่นล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วันเพื่อให้กรรมการมีเวลาเพียงพอในการเตรียมความพร้อม โดยประธานกรรมการมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดประชุมเว้นแต่มีเหตุขัดข้องอื่น ซึ่งข้อบังคับดังกล่าวบังคับใช้กับกรรมการอิสระทุกท่าน



คณะกรรมการความยั่งยืน

ในปี 2560 แม็คโครได้แต่งตั้งคณะกรรมการความยั่งยืนเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของบริษัทฯ ในระยะยาว โดยคณะกรรมการมีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนา กำกับดูแล และทบทวนผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในมิติสิ่งแวดล้อม ชุมชน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียอื่น โดยคณะกรรมการความยั่งยืนประกอบด้วยผู้บริหารและผู้บริหารอาวุโสจากทุกภาคส่วนขององค์กร

การแต่งตั้งคณะกรรมการความยั่งยืนถือเป็นความทุ่มเทของแม็คโครในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในปี 2560 คณะกรรมการความยั่งยืนได้กำหนด ‘เป้าหมายความยั่งยืน’ และโครงการเพื่อบูรณาการความยั่งยืนเข้าไปในการดำเนินธุรกิจและขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในอนาคต โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนครอบคลุมถึงปี 2563 ทั้งนี้เพื่อให้การกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทฯ มีประสิทธิภาพ คณะกรรมการจะต้องจัดประชุมร่วมกันเดือนละ 1 ครั้งเพื่อหารือถึงโอกาสในการพัฒนากลยุทธ์ด้านความยั่งยืนรวมถึงแนวปฏิบัติใหม่ๆ

ในปี 2562
คณะกรรมการความยั่งยืน
ได้ประชุมครบตามเป้าหมาย

100%

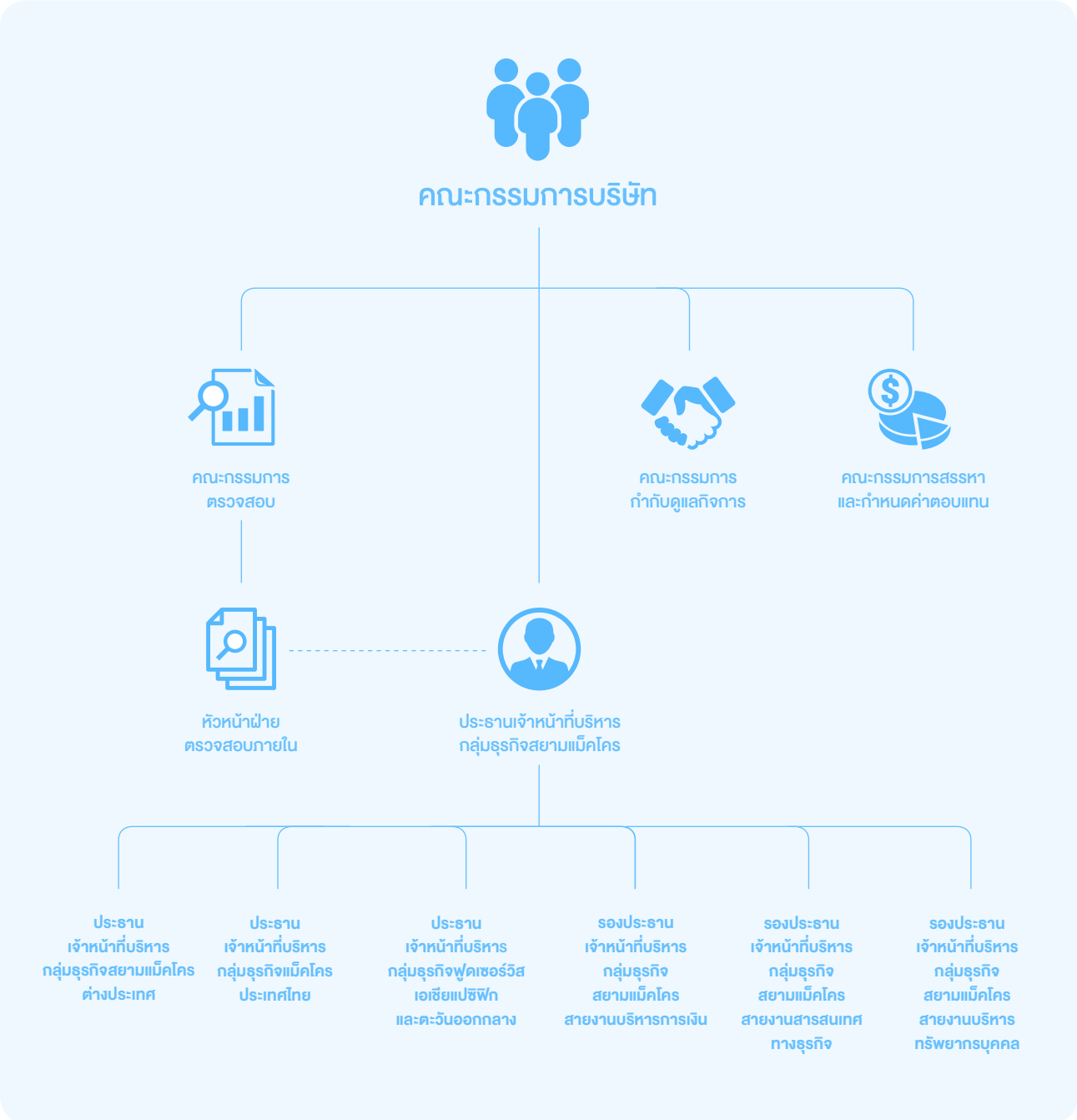
(12/12 ครั้ง)



โครงสร้างการจัดองค์กร

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562



นโยบายการกำกับดูแลกิจการและการดำเนินงาน (Disclosure 205-1, 205-2, 205-3)

เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามการกำกับดูแลกิจการที่ดีในทุกธุรกิจที่แม็คโครดำเนินการ แม็คโครได้กำหนดและกำกับดูแลนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชันและจรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้าและคู่ธุรกิจ

นโยบายต่อต้านคอร์รัปชั่น

บนพื้นฐานของความยุติธรรม จริยธรรม และการปฏิบัติตามการกำกับดูแลกิจการที่ดี แม็คโครได้จัดทำนโยบายต่อต้านคอร์รัปชั่นซึ่งประกอบด้วยมาตรฐานทั่วไปและแนวทางการดำเนินงานที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนและช่วยเหลือทางการเมือง เงินบริจาคเพื่อการกุศล เงินสนับสนุน การให้ของขวัญและของกำนัล โดยประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มธุรกิจแม็คโครมีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลและตรวจติดตามการส่งเสริมวัฒนธรรมต่อต้านคอร์รัปชั่นในองค์กร และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทฯ นอกจากนี้ คณะกรรมการตรวจสอบซึ่งรายงานตรงต่อคณะกรรมการบริษัทฯ ยังมีหน้าที่กำกับดูแลให้การดำเนินกิจกรรมของแม็คโครเป็นไปตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชั่น และมีหน่วยงานตรวจสอบภายในช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อสร้างความมั่นใจว่าแม็คโครมีระบบควบคุมภายในที่เหมาะสมและเพื่อป้องกันไม่ให้กระทำใดที่เป็นการคอร์รัปชั่นในองค์กร

หากผู้มีส่วนได้เสียพบเห็นการกระทำใดที่เกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชั่น สามารถแจ้งเรื่องร้องเรียนและข้อมูลผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียน (Whistle-blowing) ประกอบด้วย จดหมาย อีเมล โทรศัพท์ และโทรสาร โดยผู้แจ้งเรื่องร้องเรียนหรือผู้แจ้งเบาะแสจะได้รับการคุ้มครองที่เหมาะสมและเป็นธรรมจากบริษัทฯ

จรรยาบรรณคู่ค้า

แม็คโครจัดให้มี ‘จรรยาบรรณคู่ค้า’ สำหรับคู่ค้าทุกรายเพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความคาดหวังของแม็คโคร ซึ่งประกอบด้วยข้อกำหนดในด้านจรรยาบรรณ (การต่อต้านคอร์รัปชั่นและการความขัดแย้งทางผลประโยชน์) ด้านความปลอดภัยและคุณภาพอาหาร ด้านการตรวจสอบย้อนกลับ ด้านนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจ ด้านการบริหารความเสี่ยง ด้านการปฏิบัติต่อแรงงาน (สิทธิมนุษยชนและการไม่แบ่งแยกหรือเลือกปฏิบัติ) และด้านความสุขภาพและความปลอดภัย โดยในปี 2562 แม็คโครได้แถลงนโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและจรรยาบรรณคู่ค้า แก่คู่ค้าไปแล้วกว่า 1,500 ราย

นโยบายไม่รับของขวัญ และนโยบายเกี่ยวกับการบริจาค

แม็คโครมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและซื่อสัตย์ โดยการยึดและปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชั่นที่จัดตั้งขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทปฏิบัติตามและปลอดจากการทุจริต ตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นไป บริษัทฯ ออกนโนบายไม่รับของขวัญและการบริจาค โดยขอความร่วมมือในการงดให้ของขวัญแก่พนักงานของบริษัทฯ ในช่วงปีใหม่ที่กำลังจะมาถึงและโอกาสอื่นๆ ในอนาคต ในกรณีบริษัทฯ ได้รับของขวัญ เบื้องต้น บริษัทฯ จะทำการส่งคืนโดยแจ้งให้ทราบถึงนโยบายก่อน หากไม่สามารถส่งคืนได้ บริษัทฯ จะรวบรวมและบริจาคของขวัญเหล่านี้ให้กับองค์กรการกุศลเพื่อประโยชน์สาธารณะ

การบริจาคสิ่งของ หรือการให้การสนับสนุนในกิจกรรมสาธารณะ

เพื่อให้มั่นใจว่ากิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการบริจาคสิ่งของ หรือการให้การสนับสนุนในกิจกรรมสาธารณะ ได้ดำเนินการอย่างโปร่งใส โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือบรรเทาทุกข์ หรือให้การสนับสนุนโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างแท้จริง โดยไม่คำนึงถึงผลประโยชน์เบื้องหลัง แม็คโครได้ออกนโยบายเรื่องการบริจาค ซึ่งช่วยเป็นแนวทางการพิจารณา และกำกับการดำเนินงานเรื่องนี้ และทำการสื่อสารพนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าใจ เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะเป็นรักษาภาพพจน์บริษัทฯ ส่งเสริมให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อไป

ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ

การดำเนินงานและนโยบายของแม็คโครสื่อให้เห็นถึงความมุ่งมั่นที่จะสร้างวัฒนธรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร โดยในปี 2562 แม็คโครประสบความสำเร็จในการดำเนินงานตามเป้าหมายด้านการกำกับดูแลกิจการภายในองค์กร ได้รับการประกาศให้อยู่ในระดับ ‘ดีเลิศ’ จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies: CGR) ซึ่งเป็นระดับสูงสุด และยังคงได้ได้คะแนนเต็ม 100 คะแนนจากการประเมินตามรายการตรวจสอบการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี (Annual General Meeting Checklist) ต่อเนื่องเป็นปีที่สาม

จรรยาบรรณคู่ธุรกิจ

นอกเหนือจากความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ การกำกับดูแลคู่ธุรกิจให้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ถือเป็นความท้าทายของแม็คโคร ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงได้กำหนด ‘จรรยาบรรณคู่ธุรกิจ’ ประกอบด้วย ค่านิยมแม็คโคร หลักการ และความคาดหวังของแม็คโครต่อคู่ธุรกิจ โดยมีเนื้อหาสอดคล้องกับจรรยาบรรณคู่ค้าซึ่งช่วยให้แม็คโครสามารถคัดสรรคู่ธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความยั่งยืนของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน

แม็คโครตระหนักดีว่าการดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีนั้นเป็นกระบวนการที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงบรรทัดฐานในการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดข้อกังวล ด้วยเหตุนี้ แม็คโครจึงจัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนเพื่อบริหารจัดการข้อร้องเรียนต่างๆ ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการช่องทางรับเรื่องร้องเรียนด้านการต่อต้านคอร์รัปชัน เพื่อส่งเสริมให้พนักงานรายงานหากมีการกระทำที่น่าสงสัยซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับนโยบายและข้อกำหนดของบริษัทฯ



ผลการดำเนินงาน
และรางวัลปี 2562

งานแถลงนโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและแนวปฏิบัติแก่คู่ค้า



รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่น
ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2562



ความร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์
รับซื้อผลไม้คุณภาพจากเกษตรกรสหกรณ์และวิสาหกิจชุมชน



งานโฮเรก้า 14 มหกรรมครบเครื่องเรื่องอาหารและอุปกรณ์



Makro Innovation Day / Makro 4.0 Innovation Award



ตลาดนัดโชห่วย ครั้งที่ 11 “คู่คิด...เพื่อชีวิตที่ดีกว่า”



การจัดการความยั่งยืน ในแม็คโคร



การจัดการด้านความยั่งยืน
ที่แม็คโคร

วิสัยทัศน์การพัฒนาอย่างยั่งยืน

มุ่งเป็นที่หนึ่งในการเป็นคู่คิดธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ ส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพชั้นเลิศและปลอดภัยในราคายุติธรรม เพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสียโดยไม่บั่นทอนโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรของคนรุ่นต่อไปในอนาคต

แม็คโครได้ผสมผสานแนวทางการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนเข้าไปในกรอบกลยุทธ์ขององค์กรครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยอาศัยความร่วมแรงร่วมใจจากผู้มีส่วนได้เสียขับเคลื่อนองค์กรเข้าสู่เป้าหมายการเป็นองค์กรที่ยั่งยืน เป็นคู่คิดเพื่อเสริมสร้างยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสีย

กรอบกลยุทธ์ทางด้านความยั่งยืนได้ถูกออกแบบโดยได้พิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบริษัทฯ ทั้งจากภายนอกและภายใน รวมถึงศึกษาและผสมผสานการใช้แนวทางสากลในการบริหารจัดการความยั่งยืน ถูกออกแบบมาเป็นกลยุทธ์แม็คโคร 4.0 โดยมีโครงการขับเคลื่อนผลการดำเนินการตามกลยุทธ์แบ่งออกเป็น 3 ระดับ

แนวทางสากลที่แม็คโครได้ศึกษาและผสมผสานเข้าเป็นกลยุทธ์แม็คโคร 4.0

- แบบประเมินด้านความยั่งยืนระดับสากล (International sustainability assessment)
- เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)
- หลักสากล 10 ประการ ตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact: UNGC)

แนวทางการขับเคลื่อนการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน

01 ระดับกรรมการ

- ให้แนวทางการดำเนินการ
- ให้คำนำแนะนำ และทบทวนภาพรวมการดำเนินงาน

02 ระดับผู้บริหาร
และคณะกรรมการความยั่งยืน

- แต่งตั้งคณะกรรมการความยั่งยืนขับเคลื่อนการดำเนินการตามกลยุทธ์
- กำหนดนโยบาย ตัวชี้วัดผลการดำเนินการและเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

03 ระดับปฏิบัติการ
และโครงการเพื่อความยั่งยืน

- มีส่วนร่วมในการดำเนินการ รวมถึงการแสดงความคิดเห็น ไอเดีย ผ่านช่องทาง
- คณะทำงานย่อยดำเนินการตามแผนงานที่กำหนด

เป้าหมายหลัก 6 ประการของแม็คโคร

ภายใต้กลยุทธ์องค์กรที่ได้สอดแทรกมุมมองการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเข้าไปในทุกด้าน ควบคู่ไปกับการกำหนดตัวชี้วัดทางด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อดำเนินการตามเป้าหมายในการเดินหน้ายกระดับสู่ ดินหน้ายกระดับสู่ “แม็คโคร 4.0 คู่คิด...เพื่อชีวิตที่ดีกว่า” ภายใต้แนวคิด “เคียงข้าง สร้างสรรค์ มุ่งมั่นสู่ความยั่งยืน” ทั้งนี้ กลยุทธ์แม็คโคร 4.0 ได้ถูกพัฒนาขึ้นจากผลการวิเคราะห์ความเสี่ยงของบริษัทฯ ประกอบกับการเทียบเคียงกับกลยุทธ์ของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันและแนวโน้มด้านความยั่งยืนของโลก โดยแผนกลยุทธ์นี้ได้เริ่มดำเนินการเข้าสู่ปีที่ 3 และได้ทบทวนและเพิ่มเติมประเด็นทางด้านความยั่งยืนทั้งระดับสากลและระดับท้องถิ่นเพื่อให้แผนกลยุทธ์มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับบริบทการดำเนินธุรกิจทั้งในปัจจุบัน และบริหารความเสี่ยงในอนาคต

โดยเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2562 บริษัทฯ ได้ประกาศหลักในการดำเนินธุรกิจที่จะต้องเติบโตควบคู่กับชุมชน สังคม และประเทศชาติ โดยเน้นขับเคลื่อนองค์กรด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ผ่านเป้าหมายหลักในการทำธุรกิจ 6 ประการ

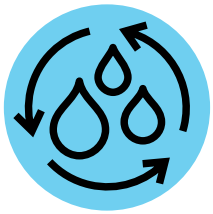


1) **การเป็นแหล่งอ้างอิงด้านอาหารปลอดภัย** ใส่ใจเรื่องคุณภาพอาหารและความปลอดภัยโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหาร และผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพและพร้อมจะจับจ่ายเพื่อบริโภคอาหารปลอดภัยได้มาตรฐานสากล



3) **ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม** โดยตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงมุ่งส่งเสริมการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งดำเนินการให้ทุกระบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2) **ส่งเสริมการคัดสรรผลิตภัณฑ์อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน** ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ จึงมุ่งทำงานกับผู้ผลิตหรือคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อการสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนไปด้วยกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน





4) **เป็นที่รักในท้องถิ่น** แม็คโครปรารถนาจะเป็นที่รักและสร้างสรรค์ประโยชน์ให้เกิดกับชุมชนอย่างน้อยในแต่ละพื้นที่ที่แม็คโครตั้งสาขาอยู่ อาทิ การจ้างงานในท้องถิ่น การให้ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจค้าปลีกแก่ผู้ประกอบการร้านโชห่วย รวมถึงเด็กและเยาวชนที่เป็นโชห่วยรุ่นเยาว์ ให้นำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ปรับปรุงร้านค้าปลีกในท้องถิ่นให้อยู่รอดอย่างยั่งยืน

5) **สร้างความเจริญเติบโตทางธุรกิจให้กับลูกค้า** โดยมุ่งศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลให้เป็นช่องทางใหม่ในการทำธุรกิจ เป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าทำธุรกิจง่ายขึ้น สะดวกขึ้น มีผลกำไรมากขึ้น และมีการเติบโตอย่างยั่งยืนในโลกการแข่งขันยุคใหม่ ส่งผลให้ลูกค้าผู้ประกอบการพึงพอใจและเป็นลูกค้าสมาชิกของแม็คโครในระยะยาว





6) **องค์กรที่คนทุกรุ่นอยากเข้ามาร่วมงาน** เพื่อให้แม็คโครเป็นองค์กรที่น่าทำงานของพนักงานในทุกช่วงวัย จึงมุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรให้เป็นทั้งคนดีและคนเก่ง ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำ และสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยี พร้อมที่จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางการดำเนินงานหลัก

เป้าหมายที่ 1 การเป็นแหล่งอ้างอิงด้านอาหารปลอดภัย



แผนงาน	ผลการดำเนินการหลัก	เป้าหมาย 2563
• การติดตามแหล่งที่มาของวัตถุดิบ • การควบคุมและลดโอกาสปนเปื้อนตลอดห่วงโซ่คุณค่า	• ดำเนินการให้ข้อมูลแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ผ่านแอปพลิเคชัน “Makro i-trace” • โครงการความร่วมมือในการทำการเกษตรอย่างยั่งยืน • กระบวนการประเมินความเสี่ยงและตรวจสอบคุณภาพอาหาร: Makro Initiative Accredittion บนพื้นฐานข้อกำหนด ISO 22000:201	• 100% ของวัตถุดิบหลักสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ • มีการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยอาหารตลอดห่วงโซ่คุณค่า

เป้ามหายที่ 2 ส่งเสริมการคัดสรรผลิตภัณฑ์อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน



แผนงาน	ผลการดำเนินการหลัก	เป้าหมาย 2563
• การบริหารจัดการประเด็นความเสี่ยงทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล • การคัดสรรอย่างยั่งยืน	• การวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงทางด้านความยั่งยืนเบื้องต้นของคู่ค้าหลัก • การประกาศแนวทางการจัดหาอย่างยั่งยืน	• 100% ของคู่ค้าธุรกิจหลักได้รับการตรวจประเมินด้านความยั่งยืน • แนวทางการจัดหาอย่างยั่งยืนครอบคลุมผลิตภัณฑ์กลุ่มเสี่ยง

เป้าหมายที่ 3 การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



แผนงาน	ผลการดำเนินการหลัก	เป้าหมาย 2563
• การบริหารจัดการ ลดขยะ ณ ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร • การออกแบบศูนย์จำหน่ายสินค้าที่มุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม • การลดการใช้พลังงานและการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก	• โครงการฝึกอบรมพนักงานเพื่อลดขยะอาหารสด • การศึกษาเทคโนโลยีใหม่และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระบบปรับอากาศ • การรับรองระบบการจัดการด้านพลังงาน (ISO 50001)	• ก้าวเข้าสู่ศูนย์จำหน่ายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ลงร้อยละ 10 เทียบกับปีฐาน 2558

เป้าหมายที่ 4 การเป็นที่รักในท้องถิ่น



แผนงาน	ผลการดำเนินการหลัก	เป้าหมาย 2563
• การส่งเสริมความแข็งแรงของท้องถิ่น • การมีส่วนร่วมระหว่างศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครและชุมชนท้องถิ่น	• Run for Fun เพื่อระดมทุนสนับสนุนการตั้งโรงเลี้ยงไก่ไข่ให้โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน • การส่งเสริมการขายสินค้าท้องถิ่น • รับบริจาคโลหิต 1 ล้านซีซี	• การสร้างผลกระทบเชิงบวกแก่ชุมชนที่แม็คโครเข้าไปดำเนินการ • การสร้างความผูกพันระหว่างศูนย์จำหน่ายสินค้าและชุมชนโดยรอบ

เป้าหมายที่ 5 สร้างความเจริญเติบโตทางธุรกิจให้กับลูกค้า



แผนงาน	ผลการดำเนินการหลัก	เป้าหมาย 2563
• การส่งเสริมสมรรถนะของผู้ประกอบการโชห่วย • การส่งเสริมสมรรถนะของผู้ประกอบการกลุ่มโฮเรก้า	• การดำเนินมหกรรมโชห่วยต่อเนื่องเป็นปีที่ 11 • การดำเนินมหกรรม HoReCa ต่อเนื่องเป็นปีที่ 14 • โครงการมิตรแท้โชห่วย	• จำนวนผู้ประกอบการที่เพิ่มสูงขึ้น • โครงการมิตรแท้โชห่วยพลัส

เป้าหมายที่ 6 องค์กรที่คนทุกรุ่นอยากเข้ามาร่วมงาน



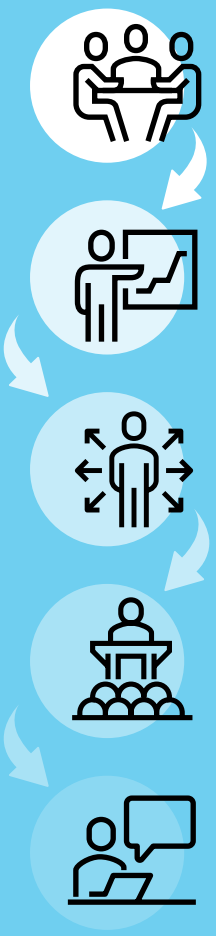
แผนงาน	ผลการดำเนินการหลัก	เป้าหมาย 2563
• การตรวจสอบความเสี่ยงและประเด็นทางด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน • การพัฒนาศักยภาพพนักงานและเวทีในการแสดงความคิดเห็น • การเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน • การยกระดับคุณภาพชีวิตสถาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน	• การประกาศนโยบายสิทธิมนุษยชนและสภาพแวดล้อมในการทำงาน • การประเมินความเสี่ยงทางด้านสิทธิมนุษยชนในระดับกลุ่มบริษัท • การฝึกอบรมผู้บริหารและผู้แทนสำหรับหลักสูตรการพัฒนาอย่างยั่งยืน • โปรแกรมพัฒนาและค้นหาผู้มีศักยภาพรุ่นใหม่ จัดต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 6 • การศึกษาการประยุกต์ใช้ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (ISO 45001) กับศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร	• การตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านครบทุกบริษัทย่อย • การฝึกอบรมพนักงานให้ความความรู้ความสามารถในประเด็นความยั่งยืน • การเพิ่มคะแนนความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน • การได้รับการรับรองระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (ISO 45001) ในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครต้นแบบ

สามารถอ่านรายละเอียดของแต่ละโครงการเพิ่มได้ในแต่ละบท

คำรับรองความเชื่อมั่น (Disclosure 102-32)
เนื้อหาของรายงานนี้ได้รับการทบทวนโดยผู้บริหารระดับสูงเพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่เปิดเผยเป็นตัวแทนที่ถูกต้องและครบถ้วน นอกจากนี้เพื่อความโปร่งใสของรายงานตามมาตรฐาน GRI แม็คโครจัดให้มีการรับรองรายงาน และความถูกต้องของข้อมูลโดยหน่วยอิสระภายนอก ดังรายละเอียดการรับประกันในท้ายเล่มรายงาน

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Disclosure 102-42)
ในการดำเนินธุรกิจนั้น บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการเติบโตและพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งบริษัทฯ มีการกำกับดูแลและคำนึงถึงการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมของพนักงาน คู่ค้า รวมถึงพันธมิตรทางการค้าของบริษัทฯ เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานทางธุรกิจรวมถึงป้องกันความเสี่ยงและผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถกำหนดแนวทางและการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ ได้ทำการทบทวนผู้มีส่วนได้ส่วนที่สำคัญ ตามคู่มือการมีส่วนร่วมผู้มีส่วนได้เสีย คู่มือการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (the stakeholder engagement manual) เขียนโดย คู่มือความรับผิดชอบของโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (the UNEP) และผู้ร่วมงานวิจัย (Accountability and Stakeholder Research Associates) ทั้ง 5 ขั้นตอน



ขั้นที่ 1
วางกลยุทธ์เกี่ยวกับการสานสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ขั้นที่ 2
วิเคราะห์และทบทวนผลจากการสานสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ขั้นที่ 3
พัฒนาขีดความสามารถเพื่อให้มีการสานสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 4
กำหนดวิธีและกระบวนการการสานสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ขั้นที่ 5
รายงานผลกลับไปยังผู้มีส่วนได้เสียเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้จำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 11 กลุ่ม โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทฯ นั้น จะเป็นส่วนสำคัญในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ และแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัท

ผู้มีส่วนได้เสียของแม็คโคร (Disclosure 102-40, 102-43, 102-44)

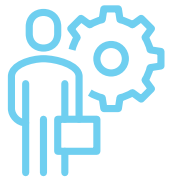


การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจและข้อกังวล	แนวทางการดำเนินงาน
บุคลากรของบริษัท (พนักงาน) 	• ประเมินความพึงพอใจพนักงานประจำปี • การประเมินสมรรถนะพนักงานประจำปี • ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน • ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อสื่อสารข่าวสารภายในองค์กร • การประชุมเพื่อประเมินความเสี่ยง • คณะกรรมการสวัสดิการ	• สิทธิประโยชน์ เงินเดือน และการทำงานในระยะยาว • โอกาสในการพัฒนาอาชีพ • นโยบายอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเพื่อบริหารจัดการความปลอดภัยและลดความเครียด • สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี	• การฝึกอบรมเพิ่มความสามารถให้แก่พนักงาน • การจัดเวทีให้พนักงานได้ออกความคิดเห็น เช่น เวทีนวัตกรรม • การจัดหาอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลให้พนักงาน • การจัดกิจกรรมสันทนาการเพื่อผ่อนคลายความเครียดแก่พนักงาน • การชื่นชมและเชิดชูให้กำลังใจ เมื่อพนักงานทำความดี
คู่ค้า 	• การจัดประชุมกับคู่ค้า • การสำรวจความคาดหวังด้านความยั่งยืนประจำปี • โครงการความร่วมมือเพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรม	• สนับสนุนผู้ผลิตขนาดเล็กความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน เช่น สิทธิมนุษยชน สภาพความปลอดภัยในการทำงาน • ความสามารถในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ • ความโปร่งใสและกระบวนการต่อรองที่เป็นธรรม	• การดำเนินการกิจกรรมเพื่อสังคมแก่ผู้ประกอบการรายย่อย และเกษตรกร • การวิเคราะห์คู่ค้าและประเมินความเสี่ยงคู่ค้า • การดำเนินการโครงการร่วมกับคู่ค้าในการดำเนินการกิจกรรมเพื่อสังคม

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจและข้อกังวล	แนวทางการดำเนินงาน
ผู้ประกอบการ/ลูกค้า 	• ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน • รับฟังข้อคิดเห็นและสัมภาษณ์ลูกค้า • กิจกรรมแม็คโครมิตรแท้โชห่วย • พนักงานในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร • ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ เว็บไซต์ โทรศัพท์ สื่อสังคมออนไลน์ จดหมาย • กิจกรรมประจำปี • การตลาดและการส่งเสริมการขาย • การสื่อสารแบรนด์ผ่านทางการโฆษณา	• คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ • สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า • การติดฉลากผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง • การนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ที่ดี • ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ	• การนำเสนอข้อมูลแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ • การคัดเลือกและติดฉลากสินค้าคุณภาพในราคาคุ้มค่านำเสนอแก่ลูกค้า • สินค้าอาหารปลอดภัยมีคุณภาพ • ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาวะที่ดี • การแสดงข้อมูลสินค้าฉลากผลิตภัณฑ์และการตลาดที่มีความถูกต้อง • โครงการมิตรแท้โชห่วย • การสนับสนุนการปรับปรุงร้าน • การนำเสนอแนวคิดและการฝึกอบรมการจัดการค้าปลีกในยุคใหม่ • โครงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น แม็คโครรักษ์โลก” หรือ “Say Hi to Bio, Say No to Foam”

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสีย สนใจและข้อกังวล	แนวทางการดำเนินงาน
สังคม 	• ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ เว็บไซต์ โทรศัพท์ สังคมออนไลน์ จดหมาย	• ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม • โอกาสในการทำงานสำหรับคนในท้องถิ่น • กระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่น • การพัฒนาทักษะ • การส่งเสริมสุขภาพและชีวิตที่มีคุณภาพ • การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	• โครงการกิจกรรมเพื่อสังคม • โครงการสนับสนุนการบรรเทาสาธารณภัย • การดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ • การรับซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และเป็นช่องทางในการจำหน่าย
ชุมชนท้องถิ่น 	• ส่วนร่วมของชุมชน • การประชุมกับตัวแทนชุมชน • การบริจาค • ผู้สนับสนุน • การสัมภาษณ์	• กระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่น • โอกาสในการทำงานสำหรับคนในท้องถิ่น • การส่งเสริมสุขภาพและชีวิตที่มีคุณภาพ • การพัฒนาทักษะ • ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	• การรับซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และเป็นช่องทางในการจำหน่าย • การจ้างงานสำหรับแรงงานท้องถิ่น • โครงการกิจกรรมเพื่อสังคม
นักลงทุน 	• การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี • การสำรวจความยั่งยืนประจำปี • กิจกรรมพบปะนักลงทุน • ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล จดหมาย • การลงพื้นที่ • การประชุมนักวิเคราะห์	• ความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล	• การเปิดเผยข้อมูลแนวทางการกำกับดูแล • การปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ • การเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินการผ่านรายงานประจำปีและรายงานความยั่งยืน

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสีย สนใจและข้อกังวล	แนวทางการดำเนินงาน
คู่ธุรกิจ และ/หรือ เจ้าหน้าที่ 	• ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ อีเมล โทรศัพท์	• โปร่งใสด้านภาษี • ความปลอดภัยของอาหาร • สิทธิมนุษยชน • สุขภาพและอาชีวอนามัยของพนักงาน • การปฏิบัติตามกฎหมาย • การปฏิบัติตามมาตรฐาน	• การให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐและหน่วยงานราชการ • การศึกษาข้อกำหนดและกฎหมาย • การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับ และกฎหมาย
องค์การนอกภาครัฐ 	• การสำรวจความยั่งยืนประจำปี	• สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า • การดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับกฎหมาย • ความรับผิดชอบต่อสังคม • ความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน • ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	• การสื่อสาร ให้ข้อมูลผลการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง • การตอบแบบประเมิน • การดำเนินการกิจกรรมร่วมและโครงการการความร่วมมือ
ผู้ถือหุ้น 	• การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี • การสำรวจความยั่งยืนประจำปี • การจัดงานพบปะนักลงทุนประจำปี • ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ เว็บไซต์ โทรศัพท์ จดหมาย • การเยี่ยมชมกิจการ • การประชุมการวิเคราะห์	• ความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล • ประสิทธิภาพทางธุรกิจ / การเงิน • การเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น	• การเปิดเผยแนวทางการกำกับดูแล และปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม • การเปิดเผยผลการดำเนินการ

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสีย สนใจและข้อกังวล	แนวทางการดำเนินงาน
สื่อมวลชน 	• ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ การสัมภาษณ์ • การแถลงข่าว	• ความโปร่งใสของข้อมูล • การเข้าถึงข้อมูลของประชาชน	• การสื่อสาร ให้ข้อมูลผลการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง
ธนาคารและเจ้าหนี้ 	• การเข้าเยี่ยม • การประชุม • การตรวจสอบ	• ผลตอบแทนทางการเงิน	• การสื่อสาร ให้ข้อมูลผลการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง • มาตรการลดและบริหารจัดการความเสี่ยง

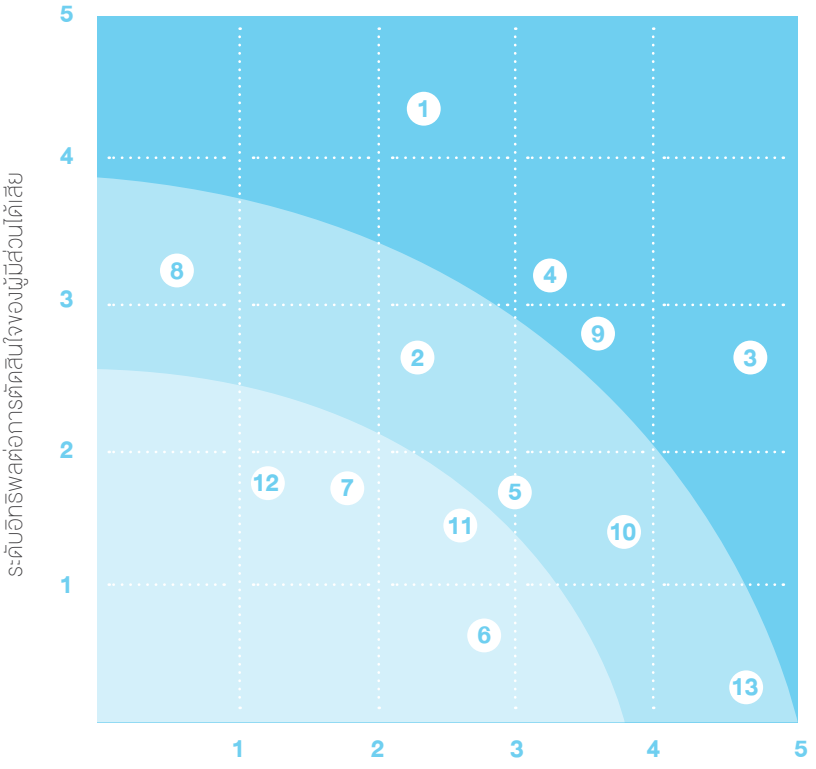
การประเมินประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Assessment)

(Disclosure 102-46, 102-47, 102-48, 102-49)

ในการระบุประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจนั้น บริษัทฯ ได้ทำการรวบรวมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนโดยทำการศึกษากรอบรายงานความยั่งยืนสำหรับกลุ่มธุรกิจค้าส่ง การศึกษาเล่มรายงานจากกลุ่มบริษัทในธุรกิจเดียวกัน การศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง และประเด็นที่สังคมให้ความสนใจซึ่งได้มาจากการศึกษาบริษัทด้านความยั่งยืนระดับสากล เช่น Sustainability Accounting Standards Board (SASB) ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) องค์การแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (GRI) เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน (UN SDGs) เมื่อได้ภาพรวมของประเด็นความยั่งยืนแล้ว แม็คโครได้ทำการออกแบบสอบถาม เพื่อขอความเห็นจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของบริษัท และความเห็นจากผู้บริหารภายในของทางแม็คโคร โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 378 ราย ผลจากการสำรวจความคิดเห็นที่ได้จะทำการคำนวน และนำมาใส่ในแผนภูมิความสัมพันธ์ จากนั้นดำเนินการตรวจสอบความสำคัญของประเด็นความยั่งยืนร่วมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า และตัวแทนชุมชน (สังคม) ผ่านการสัมภาษณ์ในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อยืนยันผลจากการสำรวจความเห็น สุดท้ายประเด็นความยั่งยืนจะถูกนำเสนอต่อที่ประชุมผู้บริหาร เพื่อให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มธุรกิจแม็คโครและหัวหน้าของแต่ละหน่วยงานพิจารณา และอนุมัติ ประเด็นความยั่งยืนของแม็คโคร ทั้งนี้ จากผลการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นความยั่งยืนพบว่า ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญของบริษัทฯ มีทั้งสิ้น 13 ประเด็น โดยมี 4 ประเด็นที่ถูกระบุว่าเป็นประเด็นที่มีความสำคัญสูงต่อธุรกิจของบริษัทฯ ได้แก่

1. คุณภาพและความปลอดภัยอาหาร
2. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ
3. การเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า
4. การแนวการปฏิบัติการจำหน่ายและฉลากผลิตภัณฑ์

ผลการปรเมินประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน



ประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน

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

หมายเหตุ การแก้ไขข้อมูลจากเล่มรายงานที่ผ่านมา และ การเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับรายงานฉบับนี้ ไม่มีข้อมูลที่ต้องแก้ไข จากรายงานเล่มที่ผ่านมา

อาหารปลอดภัย





อาหาร
ปลอดภัย

บทนำ (Disclosure 103-1)

ในยุคสมัยที่สังคมก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้จากทั่วทุกมุมโลก ส่งผลให้ความต้องการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบและอาหารที่หลากหลายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผนวกกับกระแสความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและโภชนาการมากขึ้น เป็นที่มาความท้าทายของแม็คโครในการสรรหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ปลอดภัย และมีคุณค่าทางสารอาหารจากหลายแหล่งทั่วโลก ทั้งนี้ แม็คโครจึงไม่หยุดยั้งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามมาตรฐานสากล พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในด้านการให้บริการข้อมูล และช่องทางการจำหน่ายสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ตามความมุ่งมั่นของบริษัทในการเป็นแหล่งอ้างอิงด้านอาหารปลอดภัย ซึ่งยกระดับสู่ผู้ส่งมอบสินค้าและบริการ ด้านอาหาร และอาหารส่งเสริมสุขภาวะ

คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

(Disclosure 103-1, 103-2, 103-3)

แม็คโครเชื่อว่าอาหารที่ปลอดภัยและคุณภาพสูงเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาสุขภาพของผู้บริโภค แม็คโครจึงมุ่งมั่นเป็นคู่คิดธุรกิจของลูกค้าที่ร่วมส่งต่อผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและมีคุณภาพสู่ผู้บริโภค ผ่านแนวทางการดำเนินการด้านอาหารปลอดภัยที่มุ่งเน้นการควบคุมและลดโอกาสการปนเปื้อนภายในห่วงโซ่คุณค่า และการติดตามแหล่งที่มาของวัตถุดิบ

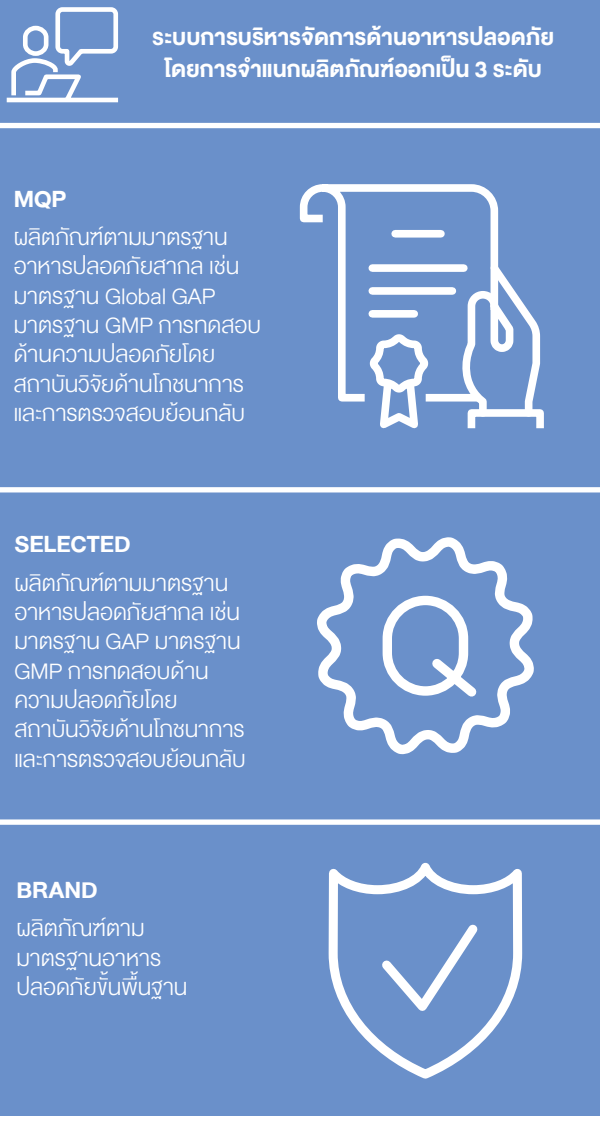
แม็คโครยังคงดำเนินการสร้างความร่วมมือกับภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้

ในปี 2562 คุณจุฑารัตน์ พัฒนาทร ผู้อำนวยการฝ่ายประกันคุณภาพของแม็คโคร ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการสาธารณสุขกรุงเทพมหานครให้ดำรงตำแหน่งอนุกรรมการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการดำเนินการ โดยมีหน้าที่ให้คำปรึกษาและสนับสนุนการดำเนินงานตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข รวมถึงส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสาธารณสุขและการอนามัยสิ่งแวดล้อมให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องของภาคส่วนต่าง ๆ อีกด้วย

แนวทางการดำเนินงาน

การควบคุมและลดโอกาสการปนเปื้อนห่วงโซ่คุณค่า

หนึ่งในเป้าหมายปี 2563 ด้านอาหารปลอดภัย คือการมีระบบการบริหารจัดการด้านอาหารปลอดภัยตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งนี้ แม็คโครมีระบบการบริหารจัดการด้านอาหารปลอดภัยโดยการจำแนกผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ระดับ เพื่อการควบคุมและจัดการโอกาสการปนเปื้อนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผลิตภัณฑ์ทุกระดับตั้งอยู่บนหลักการและมาตรฐานด้านอาหารปลอดภัย ซึ่งมีความเข้มข้นแตกต่างกันตามประเภทของกลุ่มสินค้า โดยสินค้าได้รับสัญลักษณ์ประกันคุณภาพภายใต้แบรนด์ Makro Quality Pro (MQP) ถือเป็นสินค้าคุณภาพซึ่งผ่านมาตรฐานด้านคุณภาพ และความปลอดภัยสากลที่เข้มข้นสูงสุด ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสากล (Global Good Agricultural Practices: Global GAP) มาตรฐานหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practice: GMP) รวมถึงการทดสอบด้านความปลอดภัยโดยสถาบันวิจัยด้านโภชนาการ การเลือกซื้อสินค้าที่มีสัญลักษณ์ MQP ไม่เพียงแต่ช่วยผู้บริโภคในการคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุด แต่ยังเป็นการช่วยส่งเสริมรายได้ให้กับเกษตรกรอีกด้วย เนื่องจากแม็คโครเข้าไปให้ความรู้เกษตรกรถึงเกณฑ์ในการคัดเลือกสินค้าคุณภาพ MQP เพื่อให้เกษตรกรพัฒนาคุณภาพสินค้าได้ตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งทำให้เกษตรกรมีโอกาสจำหน่ายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้น



MAKRO INITIATIVE ACCREDITATION (MIA)

นอกจากนี้ ฝ่ายประกันคุณภาพของแม็คโครได้พัฒนาระบบ **Makro Initiative Accreditation (MIA)** ขึ้นบนพื้นฐานข้อกำหนด ISO 22000:2018 เพื่อเป็นทั้งกระบวนการประเมินความเสี่ยงและตรวจสอบคุณภาพอาหาร และใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการบริหารจัดการสาขาและคู่ค้าของแม็คโครเพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของแม็คโครสะอาด ปลอดภัย มีคุณภาพเป็นเลิศ และได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล

การปรับใช้ระบบ MIA กับศูนย์จำหน่ายสินค้าสาขาบางบัวทอง ศูนย์จำหน่ายสินค้าสาขานครอินทร์ และศูนย์กระจายสินค้ามหาชัย ส่งผลให้สาขาดังกล่าวของแม็คโครมีความพร้อมในการตรวจและได้รับการรับรอง ISO 22000:2018 ที่ครอบคลุมการดำเนินการรับมอบ จัดเก็บและกระจายสินค้าแช่แข็ง และการผลิตขนมปัง ถือเป็นผู้ประกอบการค้าปลีกรายแรกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าว ทั้งนี้ แม็คโครมีแผนจะขยายการใช้ระบบ MIA ให้ครอบคลุมทุกสาขาทั่วประเทศ นอกจากนี้ ตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นไป แม็คโครจะนำระบบ MIA ไปใช้กับคู่ค้ารายใหม่และผู้ผลิตที่มีศักยภาพ รวมถึงให้ฝ่ายประกันคุณภาพของร้านสาขาในประเทศเมียนมาร์และกัมพูชานำระบบดังกล่าวไปใช้ควบคู่กับระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability)

เนื่องจากระบบ MIA ถูกพัฒนาขึ้นจากมาตรฐาน ISO 22000:2018 ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่ได้รับการพัฒนาขึ้นจากมาตรฐานการผลิตอาหารอื่น ๆ เช่น มาตรฐานหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practice: GMP) มาตรฐานอาหารของ FAO/WHO (Codex standard) มาตรฐานการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (Hazard Analysis and Critical Control Point: HACCP) และระบบมาตรฐานการรับรองความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหาร (Food Safety System Certification: FSSC) ลูกค้าและผู้บริโภคจึงมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายในแม็คโครมีความสด สะอาด ปลอดภัย และดีต่อสุขภาพ นอกจากนี้ แม็คโครยังมีการทดสอบการปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานด้วยห้องปฏิบัติการของแม็คโครที่ได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และห้องปฏิบัติการภายนอกที่ได้รับมาตรฐาน ISO 17025

โครงการที่เกี่ยวข้อง

ร้านมอก. สนง. มาตรฐาน กระทรวงอุตสาหกรรม

แม็คโครเข้าร่วมการพิจารณาขอรับป้ายร้านค้า มอก. ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ภายใต้โครงการ **“ร้าน มอก.”** ซึ่งเป็นโครงการส่งเสริมพันธกิจในการคุ้มครองผู้บริโภค สร้างเครือข่ายร้านจำหน่ายที่ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและใส่ใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

โครงการผักสดปลอดภัย ส่งเสริม คนไทยสุขภาพดี

แม็คโครร่วมกับองค์การอาหารและยา (อย.) และกองบังคับการปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) ในการส่งเสริมร้านค้า เกษตรกรผู้ผลิตจำหน่ายผักสดที่สะอาด ได้มาตรฐาน ไร้สารปนเปื้อน และปลอดภัยต่อผู้บริโภค ผ่านโครงการ **“ผักสดปลอดภัย ส่งเสริมคนไทยสุขภาพดี”** (สายสืบผักสด) ภายในงานมีการเชิญชวนผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเข้าร่วมโครงการ พร้อมเชิญชวนผู้บริโภคร่วมเป็นสายสืบผักสดอาสาเพื่อเป็นเครือข่ายแจ้งข้อมูลตลาดที่จำหน่ายผักสดไม่ปลอดภัย รวมทั้งจัดกิจกรรมให้ความรู้โดยรถบันเทิงเชิงสาระ (Edutainment Mobile Unit) ให้ความรู้ในการเลือกซื้อผักสดที่ปราศจากสารตกค้าง สาธิตการล้างผักอย่างถูกต้อง รวมถึงสาธิตการใช้ชุดทดสอบเพื่อตรวจหาสารตกค้างในผักสด นอกจากนี้ ยังมีการมอบธงรับรอง **“ผักสดปลอดภัย”** ให้แก่ผู้จำหน่ายที่จำหน่ายผักสดที่มีคุณภาพปลอดภัย ไร้สารตกค้าง และมีสถานที่จำหน่ายที่ได้มาตรฐานถูกสุขลักษณะ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคอีกด้วย

การติดตามแหล่งที่มาของวัตถุดิบ

อีกหนึ่งเป้าหมายปี 2563 ด้านอาหารปลอดภัย คือการติดตามแหล่งที่มาของวัตถุดิบหลักได้ทั้งหมดร้อยละ 100 แม็คโครจึงพัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับหรือระบบ Makro i-Trace เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ ผ่านทาง QR code ที่แสดงอยู่บนฉลากสินค้า ปี 2563 แม็คโครขยายฐานข้อมูลสินค้าเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับได้ครอบคลุมสินค้า MQP ครบ 100% นอกเหนือจากการเปิดเผยให้ข้อมูลแหล่งที่มาแล้ว แม็คโครตระหนักว่าข้อมูลโภชนาการยังเป็นสิ่งที่สำคัญที่ผู้บริโภคควรรับทราบ ด้วยความร่วมมือกับสถาบันโภชนาการมหาวิทยาลัยมหิดล ในการพัฒนาฐานข้อมูลโภชนาการเพิ่มเติมจากข้อกำหนดตามกฎหมายผ่าน Makro i-Trace โดยเริ่มต้นจากสินค้าประเภทผักผลไม้ภายใต้ แบรนด์ MQP โครงการความร่วมมือดังกล่าวไม่เพียงแต่เป็นประโยชน์กับผู้บริโภค แต่ยังเป็นการแบ่งปันข้อมูลความรู้ด้านโภชนาการระหว่างแม็คโครและมหาวิทยาลัยมหิดลอีกด้วย

สุขภาพและโภชนาการ

(Disclosure 103-1, 103-2, 103-3)

สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ และส่งผลต่อความยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจโดยภาพรวม เนื่องจากสุขภาพดีส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลลดลง จึงมีงบประมาณสำหรับนำไปใช้จ่ายในด้านอื่น ๆ เพิ่มขึ้น แม็คโครต้องการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสุขภาพของผู้บริโภค จึงมุ่งมั่นสรรหาผลิตภัณฑ์อาหารที่สร้างคุณค่าทางโภชนาการต่อผู้บริโภค รวมถึงส่งเสริมการให้ความรู้ด้านโภชนาการต่อสาธารณชนเพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของโภชนาการ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและมีโภชนาการที่ดีมากขึ้น

แนวทางการดำเนินงาน

ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางอาหารและโภชนาการที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าเป็นแรงผลักดันให้แม็คโครจึงมุ่งดำเนินงานเพื่อเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมอาหารที่ได้มาตรฐานและตอบสนองความต้องการดังกล่าวของลูกค้าให้ได้สูงสุด ฝ่ายบริหารสินค้า (Commercial department) ของแม็คโครดำเนินการสรรหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและอุดมไปด้วยคุณค่าทางสารอาหาร เพื่อเพิ่มทางเลือกอาหารเพื่อสุขภาพแก่ลูกค้า ซึ่งสามารถเลือกซื้อได้ที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร

แนวปฏิบัติการจำหน่ายและฉลากผลิตภัณฑ์

(Disclosure 103-1, 103-2, 103-3, 417-2)

แม็คโครผลักดันการดำเนินงานให้เป็นไปตามกลยุทธ์แม็คโคร 4.0 เพื่อเป็นที่หนึ่งในการจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ แม็คโครจึงดำเนินการจัดทำฉลากผลิตภัณฑ์และการตลาดเพื่อช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน และสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามต้องการ รวมถึงเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในปัจจุบัน

แนวทางการดำเนินงาน

วิถีชีวิตที่เร่งรีบขึ้นในปัจจุบันส่งผลให้พฤติกรรมการเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการให้กับลูกค้าและผู้ประกอบการที่มีเวลาจำกัด แม็คโครจึงเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าจากออฟไลน์เป็นออนไลน์มากขึ้น โดยการพัฒนาเว็บไซต์ Makroclick.com แม็คโคร แอพพลิเคชั่น (Makro Application) Makro Mail และ Makro Line Official ทั้งนี้ แม็คโครยังออกแบบให้ช่องทางออนไลน์ดังกล่าวมีความเหมาะสมกับการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้าบางประเภท เช่น เว็บไซต์ Makroclick.com มีให้นำเสนอสินค้าให้จำเพาะกับประเภทร้านค้าของผู้ประกอบการ เช่น ร้านกาแฟ ร้านเนื้อย่าง เป็นต้น เพื่อช่วยในการประหยัดเวลาค้นหาสินค้าที่ต้องการ เป็นต้น

ในการอำนวยความสะดวกด้านการชำระเงิน แม็คโครเพิ่มช่องทางการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตรเครดิต และทรู มันนี่วอลเล็ต (True money wallet) เป็นต้น แม็คโครยังร่วมมือกับ True money wallet และธนาคารไทยเครดิต ในการสินเชื่อผู้ประกอบการเพื่อนำมาใช้จ่ายซื้อสินค้ากับแม็คโคร โดยสามารถอ่านรายละเอียดของโครงการดังกล่าวได้ในบทการเจริญเติบโตทางธุรกิจของคู่ค้า หน้า 75

นอกจากเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงสินค้าและบริการให้กับลูกค้าแล้ว แม็คโครยังมีการดำเนินการจัดทำฉลากผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และครบถ้วน เพื่อแสดงถึงความโปร่งใสในการจัดจำหน่ายสินค้า รวมถึงความรับผิดชอบของผู้ผลิตที่มีต่อลูกค้าและผู้บริโภค โดยแม็คโครร่วมมือกับสำนักงานกลางชั่งตวงวัดในการพัฒนาเครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าหีบห่ออย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2559 ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับเครื่องหมายดังกล่าวจะมีข้อมูลน้ำหนักที่ถูกต้องและเที่ยงตรง ในปี 2562 มีคู่ค้าเข้าร่วมโครงการดังกล่าวทั้งสิ้น 55 ราย มีผลิตภัณฑ์แม็คโคร 364 รายการที่ได้รับเครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าหีบห่อ

การรับฟังข้อคิดเห็นและเรื่องร้องเรียน

หน่วยงานการสื่อสารองค์กร และประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ในติดตาม รวบรวมข้อคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียน รวมถึงสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนและการจัดการเรื่องร้องเรียนครอบคลุมทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าเสียงของผู้บริโภคจะถูกส่งมาถึงแม็คโครอย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2562 แม็คโครได้ขยายช่องทางการรับฟังข้อคิดเห็นและเรื่องร้องเรียนครบคลุม 100% ของช่องทางการขาย และติดตามรับฟังข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์หลักอย่างครอบคลุม

คัดสรรผลิตภัณฑ์และ
การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน





การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
และการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ

บทนำ (Disclosure 103-1)

ปัจจุบัน ผู้บริโภคทั่วโลกให้ความสนใจข้อมูลสินค้าในประเด็นที่หลากหลาย อาทิ แหล่งที่มาของวัตถุดิบ คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าทั้งต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การเปิดเผยข้อมูลการตรวจสอบย้อนกลับของสินค้าอย่างโปร่งใสตลอดห่วงโซ่อุปทานจึงกลายเป็นประเด็นสำคัญ ทั้งในแง่โอกาสของการแข่งขันนอกเหนือจากปัจจัยทางด้านราคาและการบริหารความท้าทายซึ่งต้องอาศัยการทำงานร่วมกันกับบริษัทผู้ผลิตอาหารทั่วโลกในการดำเนินการเพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทจะสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยถึงมือผู้ประกอบการและผู้บริโภค ผ่านการรับรองมาตรฐานสากล อาทิ มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร มาตรฐานการจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน เป็นต้น

เพื่อให้บรรลุความคาดหวังของผู้บริโภคและเป็นการเสริมความสามารถทางการแข่งขัน การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ผลิต ผู้ส่งมอบและพันธมิตรทางธุรกิจ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำเป็นปัจจัยสำคัญที่สำหรับการบริหารประเด็นด้านความยั่งยืนนี้ แม็คโครได้บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้เกิดความสมดุลด้านคุณภาพ ด้านราคา และการส่งมอบ เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นครอบคลุมมิติด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และการกำกับดูแล ควบคู่ไปกับมิติด้านเศรษฐกิจ เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น เรื่องการตัดไม้ทำลายป่า เรื่องแรงงาน เป็นต้น และสร้างความเชื่อมั่นในการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ

(Disclosure 102-11, 103-2, 103-3, 204-1, 308-1, 308-2, 414-1, 414-2)

แนวทางการดำเนินงาน

1. **การระบุขอบเขตการดำเนินการ กำหนดความคาดหวังและแนวปฏิบัติ สื่อสารไปยังคู่ค้า**

   แม็คโครจัดทำคู่มือการดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้า ซึ่งครอบคลุมมิติความยั่งยืน 7 หัวข้อหลัก ประกอบด้วย 1) จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ 2) คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ 3) การตรวจสอบย้อนกลับ 4) การปรับปรุงประสิทธิภาพและการพัฒนานวัตกรรม 5) การบริหารความเสี่ยง 6) หลักปฏิบัติด้านแรงงาน และ 7) อาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน นอกจากนี้ แม็คโครได้ดำเนินการสื่อสารคู่มือฯ ดังกล่าวไปยังคู่ค้า พร้อมทั้งเปิดเผยคู่มือฯ บนเว็บไซต์ของแม็คโคร โดยคู่ค้าทุกรายสามารถดาวน์โหลดคู่มือฯ ผ่านทาง QR code เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจ

2. **การสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า**

   แม็คโครดำเนินการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้าโดยใช้แบบประเมินศักยภาพเบื้องต้น (Pre-supplier audit questionnaire) เพื่อประเมินการดำเนินงานและการปฏิบัติตามกฎหมาย ซึ่งการประเมินดังกล่าวครอบคลุมตั้งแต่ความสามารถในการผลิต การส่งมอบสินค้า และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามกฎหมายและมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ มาตรฐานหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practice: GMP) มาตรฐานอาหารของ FAO/WHO (Codex standard) และมาตรฐานการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (Hazard Analysis and Critical Control Point: HACCP) นอกจากนี้ คู่ค้าสำคัญโดยเฉพาะคู่ค้ากลุ่มสินค้าเกษตรต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices: GAP) อีกด้วย ทั้งนี้ แม็คโครวางแผนจะนำ Makro Initiative Accreditation (MIA) ซึ่งเป็นกระบวนการประเมินความเสี่ยงและการตรวจสอบคุณภาพอาหารมาใช้กับคู่ค้ารายใหม่และผู้ผลิตที่มีศักยภาพภายในปี 2563 ทั้งนี้ คู่ค้ารายใหม่จำเป็นต้องได้รับการประเมินด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อตรวจคัดกรองก่อนจึงจะสามารถทำธุรกิจร่วมกับแม็คโครได้

3. **การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบทางด้านมิติความยั่งยืน**

   แม็คโครได้ดำเนินการจัดกลุ่มคู่ค้าเพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าของแม็คโครได้ดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด โดยมีเกณฑ์การจัดกลุ่มคู่ค้า คือ 1. ยอดสั่งซื้อสินค้า 2. คู่ค้าที่ส่งมอบวัตถุดิบที่สำคัญ 3. คู่ค้าที่ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีน้อยราย สำหรับคู่ค้าที่ผ่านเกณฑ์ดังกล่าวจะถูกพิจารณาจัดอยู่ในกลุ่มคู่ค้าที่สำคัญ (Critical Tier 1 Suppliers) ซึ่งต้องทำแบบประเมินตนเองเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านความยั่งยืน “ในปี 2562 แม็คโครมีคู่ค้าที่สำคัญทั้งหมด 1,473 ราย ซึ่งได้รับการประเมินความเสี่ยงไปแล้วทั้งสิ้น 1,211 ราย คิดเป็นร้อยละ 82 ของคู่ค้าที่สำคัญทั้งหมด โดยเป็นคู่ค้าที่สำคัญที่มีความเสี่ยงจำนวน 43 ราย อย่างไรก็ตาม แม็คโครจะกำหนดแผนดำเนินการตรวจสอบประเมินความเสี่ยง ณ สถานประกอบการของคู่ค้าต่อไป”



4. การบริหารความเสี่ยงและการส่งเสริมสมรรถนะของคู่ค้า

แม็คโครได้ส่งเสริมสมรรถนะคู่ค้าโดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรและผู้ผลิตกลุ่มต้นน้ำ ซึ่งถือเป็นต้นทางของห่วงโซ่อุปทานที่ส่งผลต่อเนื่องไปตลอดทั้งสาย โดยดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพสินค้าของเกษตรกรรายย่อยให้ได้มาตรฐาน Makro Quality Pro: MQP ดำเนินการโดยแผนกประกันคุณภาพ (QA) มุ่งเน้นให้เกษตรกรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อที่จะสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าได้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ภายหลังเข้าร่วมโครงการ เกษตรกรที่เข้าร่วมดังกล่าวมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

โครงการความร่วมมือที่หลากหลาย

- **การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ**

โครงการซุปเปอร์มาร์เก็ตที่รัก

โครงการซุปเปอร์มาร์เก็ตที่รักเป็นโครงการรณรงค์และส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจอาหารของประเทศไทยมีความเป็นธรรมและยั่งยืน โดยยกระดับห่วงโซ่อุปทานให้ยั่งยืนผ่านการพัฒนาคุณภาพชีวิตเกษตรกรและแรงงานในธุรกิจอาหาร ลดภาวะความยากจน และลดการละเมิดสิทธิมนุษยชน โครงการนี้อยู่ภายใต้การดำเนินงานของเครือข่ายกินเปลี่ยนโลกและองค์การอ็อกแฟม (Oxfam) ประเทศไทย ทั้งนี้ แม็คโครได้รับการประเมินนโยบายสาธารณะด้านสังคมจากโครงการซุปเปอร์มาร์เก็ตที่รัก ซึ่งการประเมินครอบคลุมประเด็นความโปร่งใสและความรับผิดชอบด้านแรงงาน เกษตรกรรายย่อย และสิทธิสตรี โดยในปี 2562 แม็คโครได้รับการพิจารณาให้อยู่ในกลุ่มซุปเปอร์มาร์เก็ตที่ได้รับคะแนนประเมินเพิ่มขึ้นใน 3 มิติ ได้แก่ มิติความโปร่งใส มิติสิทธิ แรงงาน และมิติเกษตรกรรายย่อย

การจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ

การจัดหาวัตถุดิบเป็นส่วนสำคัญของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน เนื่องจากเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน แม็คโครจึงมุ่งมั่นสรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมาจากแหล่งการดำเนินงานบนพื้นฐานการปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แม็คโครได้ประเมินคู่ค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน โดยคู่ค้าหลักทุกรายจะต้องผ่านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ รวมถึงมิติความยั่งยืนก่อน จึงจะมีรายชื่ออยู่ในรายชื่อคู่ค้าที่ได้รับการรับรอง (Approved Vendor List) และได้รับการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากแม็คโคร กรณีที่พบคู่ค้าละเมิดหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง แม็คโครจะหยุดดำเนินธุรกิจกับคู่ค้ารายนั้นทันที และขอให้คู่ค้าหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาเพื่อให้คู่ค้าดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องตามมาตรฐานที่เป็นข้อกำหนดของแม็คโคร ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถตรวจสอบที่มาของผลิตภัณฑ์ผ่าน Makro iTrace เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของแม็คโครมาจากแหล่งวัตถุดิบที่คำนึงถึงความยั่งยืน



- **การจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ**

Canned Tuna Greenpeace

Canned Tuna Greenpeace เป็นการจัดอันดับความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดำเนินการโดยกรีนพีซ (Greenpeace) สำหรับประเด็นการประเมินประกอบด้วย การจัดหาปลาทูน่าจากแหล่งวัตถุดิบที่คำนึงความยั่งยืน การปฏิบัติด้านแรงงานและความรับผิดชอบต่อสังคม และการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค ทั้งนี้ ในปี 2561 (ครั้งล่าสุด) แม็คโครได้รับการจัดอันดับให้เป็นผู้ผลิตปลาทูน่ากระป๋องที่ยั่งยืน อันดับที่ 6 ของประเทศไทย โดยผลคะแนนการจัดอันดับครั้งล่าสุดของแม็คโครเพิ่มขึ้นจากครั้งก่อนถึงร้อยละ 12 ซึ่งผลคะแนนดังกล่าวทำให้ แม็คโครได้เล็งเห็นโอกาสในการพัฒนาและดำเนินการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดหาทูน่าที่คำนึงถึงความยั่งยืนยิ่งขึ้นต่อไป





Food Diary ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า วัตถุดิบระดับพรีเมี่ยมของ Siam Food Services

บริษัท สยามฟูด เซอร์วิส จำกัด (Siam Food Services Limited) ได้เปิดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์สำหรับผู้บริโภค ภายใต้แบรนด์ Food Diary ซึ่งเป็นวัตถุดิบชั้นเลิศ ที่ผ่านการคัดสรรจากแหล่งผลิตที่คำนึงถึงความยั่งยืนทั้งจากท้องถิ่นและนำเข้าจากต่างประเทศอาหาร ได้แก่ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล และเครื่องปรุง สำหรับในปี 2562 แบรนด์ Food Diary ได้ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์เพิ่มมากขึ้นร่วมกับพันธมิตรทั้ และได้พัฒนาเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าของตนเองคือ "www.fooddiaryshop.com" เพื่อต่อยอดและขยายธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่นอกเหนือจากกลุ่มผู้ประกอบการ นอกจากนี้ การเปิดตัวสินค้าอาหารทะเลระดับพรีเมี่ยมภายใต้แบรนด์ Ocean gems ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ โดยได้คัดเลือกวัตถุดิบอาหารทะเลชั้นเลิศจากแหล่งผลิตที่ได้รับการรับรองการทำประมงอย่างยั่งยืนอาทิ Marine Stewardship Council (MSC) certification ซึ่งสามารถตอบโจทย์ความต้องการใหม่ของลูกค้า และตอกย้ำการเติบโตของแผนธุรกิจอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการเตรียมความพร้อมสำหรับการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศอีกด้วย ทั้งนี้ Food Diary ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบอาหารและการทำอาหารที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ในลักษณะรูปภาพและวิดีโอที่เข้าใจง่าย





การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม





การลดผลกระทบ
ต่อสิ่งแวดล้อม

บทนำ (Disclosure 103-1, 103-3)

สิ่งแวดล้อมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงชีพของทุกสิ่งมีชีวิตโดยเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพที่ช่วยรักษาสมดุลของสภาพแวดล้อม ปัจจุบัน สภาพแวดล้อมกำลังเสื่อมโทรมลงและกลายเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อดำรงชีพของทุกสิ่งมีชีวิต จึงจำเป็นที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหาและฟื้นฟูสภาพแวดล้อมให้กลับคืนเหมือนเดิม ทั้งนี้ แม็คโครได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อมจึงได้ผนวกประเด็นเรื่องการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเข้าเป็นหนึ่งในกลยุทธ์แม็คโคร 4.0 เพื่อแสดงความรับผิดชอบและใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจอย่างความยั่งยืน

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

(Disclosure 103-2, 303-1, 305-1, 305-2, 305-4, 305-5, 306-1)

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา สภาพภูมิอากาศของโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากโดยมีสาเหตุมาจากภาวะโลกร้อนที่เกิดจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของภาคอุตสาหกรรม ภาคคมนาคม และภาคครัวเรือนที่มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การรักษาสมดุลของสภาพภูมิอากาศให้มีเสถียรภาพถือเป็นความท้าทายสำคัญอย่างหนึ่งต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน แม็คโครจึงกำหนดมาตรการการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสำหรับการดำเนินธุรกิจขององค์กรและตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยเพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียน เพิ่มประสิทธิภาพอุปกรณ์ไฟฟ้า และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศ รวมถึงพัฒนาความสามารถในการเตรียมความพร้อมรับมือต่อสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป

เป้าหมาย

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง ร้อยละ 10 ในปี 2563 เทียบกับปีฐาน 2558
- ลดการใช้น้ำลง ร้อยละ 10 เทียบกับปีฐาน 2558

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนและเพิ่มประสิทธิภาพอุปกรณ์ไฟฟ้า
- เปลี่ยนชนิดสารทำความเย็นในระบบปรับอากาศ



แนวทางการดำเนินงาน

จากการเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ แม็คโครจึงดำเนินการติดตามการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้ง 3 ขอบเขต คือ 1) การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง 2) การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (พลังงาน) 3) การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (อื่นๆ) แผนกก่อสร้างและบริหารทรัพยากรอาคาร (Construction and facility management) ของแม็คโครจึงได้ดำเนินการปรับปรุงศูนย์จำหน่ายสินค้าเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเปลี่ยนสารทำความเย็นเป็นสารชนิดที่มีความปลอดภัยกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น คือ เป็นสารทำความเย็นที่มีค่าศักยภาพในการทำให้เกิดภาวะโลกร้อน (Global Warming Potential : GWP) ต่ำ ซึ่งส่งผลให้ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 ลดลง

ขอบเขตการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก



นอกจากนี้ แม็คโครได้นำเทคโนโลยี Water loop ในระบบปรับอากาศมาใช้กับศูนย์จำหน่ายสินค้า โดยเทคโนโลยีดังกล่าวช่วยลดปริมาณการใช้สารทำความเย็นที่ใช้ในเครื่องปรับอากาศซึ่งส่งผลให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง ปัจจุบันแม็คโครกำลังดำเนินโครงการนำร่องที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าสาขาลาดกระบัง การปรับใช้เทคโนโลยี Water loop ส่งผลให้ศูนย์จำหน่ายสินค้าสาขาลาดกระบังปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ลดลง 567 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี และศูนย์กระจายสินค้าสาขาลาดกระบังยังเป็นสาขาต้นแบบด้านการจัดการพลังงานที่มีผลประหยัดพลังงานรวมจากการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การใช้ระบบทำความเย็นแบบ Water loop และการเปลี่ยนอุปกรณ์ไฟฟ้าเป็นชนิดประสิทธิภาพสูงเป็น 533,750 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี

สำหรับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2 แม็คโครได้ดำเนินการเพิ่มการใช้งานพลังงานหมุนเวียนและเพิ่มประสิทธิภาพอุปกรณ์ไฟฟ้าโดยการเปลี่ยนไปใช้หลอดไฟ LED ซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2 ลง 3,834 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

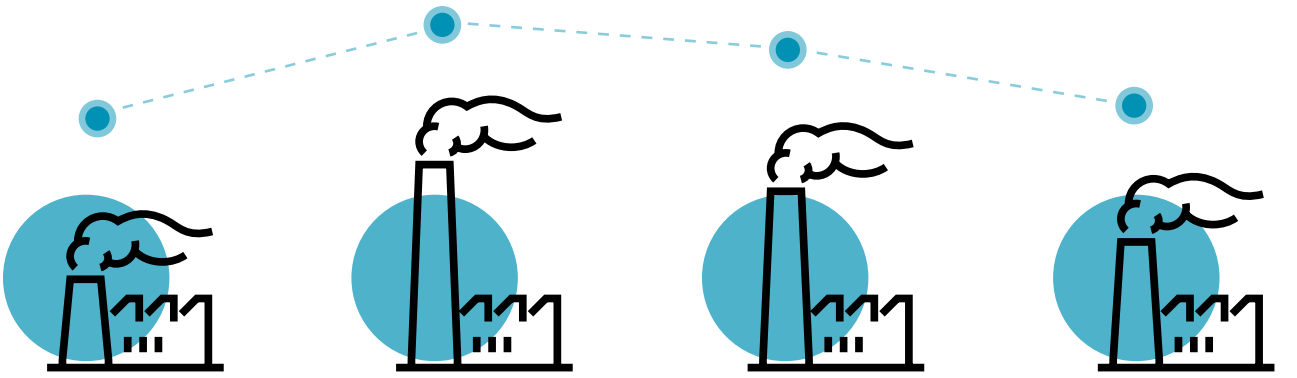
ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานต่าง ๆ ข้างต้น ส่งผลให้ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ในปี 2562 เป็น 43,232.95 และ 219,642.54 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี ตามลำดับ โดยภาพรวมความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 คิดเป็น 1.25 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

	หน่วย	2559	2560	2561	2562
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	34,851.39	52,290.98	50,214.93	43,232.95
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	189,699.14	195,192.98	209,408.29	219,642.54
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	-	-	486.87	5,215.66
ความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท	1.30	1.33	1.35	1.25

แสดงออกมาเป็นแผนภูมิแท่ง ดังนี้

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1



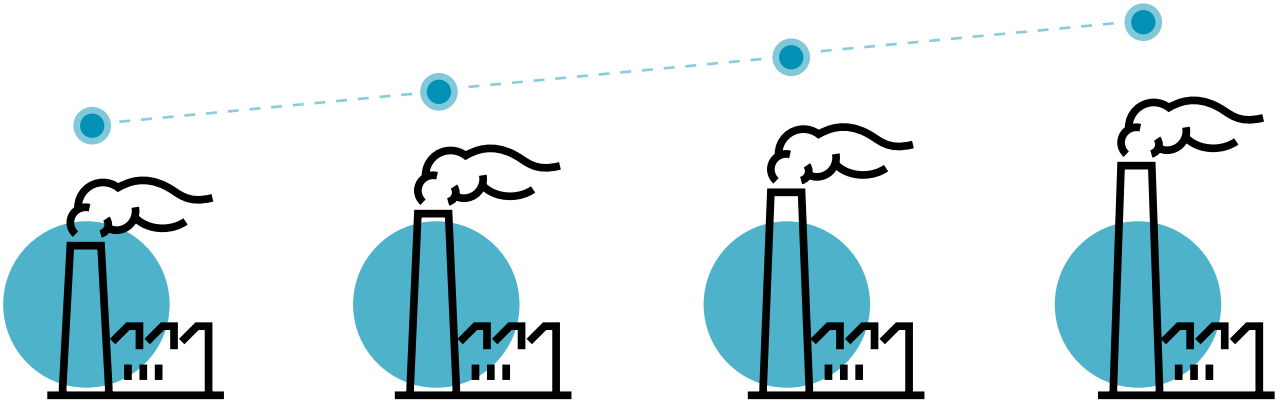
2559
34,851.39
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

2560
52,290.98
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

2561
50,214.93
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

2562
43,232.95
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2



2559

189,699.14
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

2560

195,192.98
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

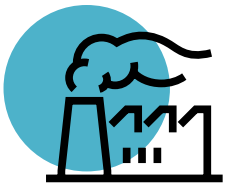
2561

209,408.29
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

2562

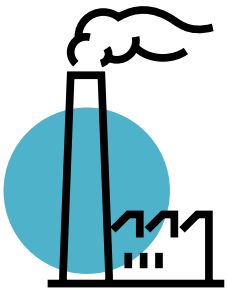
219,642.54
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3



2561

486.87
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



2562

5,215.66
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



2559

1.30
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



2560

1.33
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



2561

1.35
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

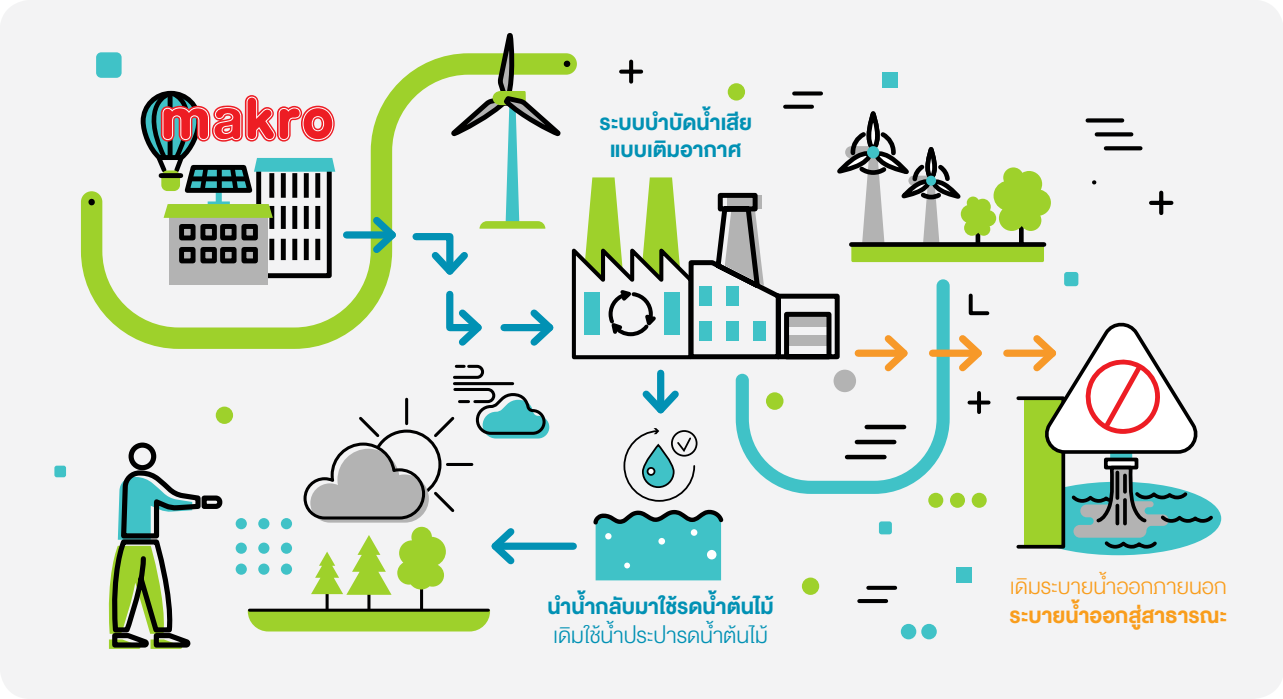


2562

1.25
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

แม็คโครก็ให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรน้ำและมลภาวะทางน้ำ โดยมีการใช้น้ำจากแหล่ง น้ำประปา เป็นหลัก และปริมาณน้ำส่วนใหญ่ถูกใช้เพื่อการรดน้ำต้นไม้ในบริเวณศูนย์จำหน่ายสินค้า แม็คโครจึงให้ความสำคัญตั้งแต่การเริ่มต้นออกแบบศูนย์จำหน่ายสินค้า โดยได้ติดตั้งระบบรองรับน้ำจากระบบบำบัดน้ำเสียและระบบรดน้ำอัตโนมัติ เพื่อนำน้ำกลับมาใช้ในการรดน้ำต้นไม้บริเวณศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร การดำเนินการดังกล่าวส่งผลให้การใช้น้ำประปาในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครลดลงถึง 5,400 ลูกบาศก์เมตรต่อสาขาในปี 2562 แม็คโครยังคงดำเนินการโครงการดังกล่าวอย่างต่อเนื่องและได้ติดตั้งระบบดังกล่าวในสาขาที่มีความเหมาะสมครบทั้ง 85 สาขา จากการเปรียบเทียบปริมาณการใช้น้ำก่อนและหลังดำเนินโครงการพบว่า โครงการนี้ช่วยลดการใช้น้ำประปาได้ถึง 459,000 ลูกบาศก์เมตร และยังช่วยให้ไม่มีการปล่อยน้ำทิ้งลงสู่สาธารณะ (zero wastewater discharge) อีกด้วย



โครงการเครื่องมือคาดการณ์สถานการณ์น้ำท่วม (OEP Flood Management)

นอกเหนือจากการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบศูนย์จำหน่ายสินค้า แม็คโครได้มีการจัดทำเครื่องมือคาดการณ์สถานการณ์น้ำท่วมเพื่อแก้ไขและป้องกันปัญหาน้ำนองและน้ำท่วมอย่างกะทันหัน เพื่อป้องกันผลกระทบต่อศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครของแม็คโคร ทั้งความเสียหายของสินค้า ภาระงานด้านการขนย้ายสินค้าที่จุดรับสินค้าซึ่งอาศัยกำลังคนจำนวนมาก และผลกระทบต่อความสะดวกสบายแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ทั้งนี้ เครื่องมือดังกล่าวถูกนำมาใช้กับศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครทั้ง 43 สาขา ภายในจังหวัดชุมพร ซึ่งเป็นพื้นที่รับน้ำที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดน้ำท่วม ในการจัดทำเครื่องมือคาดการณ์สถานการณ์น้ำท่วม แม็คโครอาศัยข้อมูลด้านการติดตามระดับน้ำในพื้นที่จากหน่วยงานราชการในจังหวัดชุมพร อีกทั้ง ยังประยุกต์ใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ (Platform I_auditor) ในการช่วยจัดการข้อมูลดังกล่าวอย่างเป็นระบบ ซึ่งช่วยลดขั้นตอนการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูล และช่วยปรับปรุงแนวทางการสต็อกสินค้าเพื่อลดความเสี่ยงจากการที่สินค้าเสียหายจากเหตุการณ์น้ำท่วม โดยผลการดำเนินโครงการที่ผ่านมา ส่งผลให้แม็คโครสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการเตรียมพร้อมรับมือกับอุทกภัยได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังส่งต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานพบว่าชั่วโมงการทำงานของพนักงานลดลงถึง 49 ชั่วโมงต่อคนต่อปี คิดเป็นมูลค่ากว่า 15,680 บาท และช่วยสร้างความพึงพอใจด้านการใช้บริการจากลูกค้าสูงถึงร้อยละ 85

การบริหารจัดการพลังงาน

(Disclosure 103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 302-3, 302-4)

จากความต้องการอาหารที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้บริษัทผลิตอาหารทั่วโลกต้องเพิ่มปริมาณการผลิตขึ้น ทำให้ความต้องการใช้พลังงานในการผลิตและจัดหาวัตถุดิบด้านอาหารเพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยพลังงานที่นำมาใช้ส่วนใหญ่มาจากเชื้อเพลิงฟอสซิลซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศค่อนข้างมาก ดังนั้นเพื่อไม่ให้เป็นการเพิ่มภาระต่อความต้องการใช้พลังงานที่เพิ่มขึ้น แม็คโครจึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว

เป้าหมาย

- เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนเป็น ร้อยละ 7 ของการใช้พลังงานทั้งหมด ภายในปี 2563

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

- เปลี่ยนหลอดไฟส่องสว่างเป็นชนิด LED ประสิทธิภาพสูง
- ติดตั้งแผงผลิตกระแสไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาศูนย์จำหน่ายสินค้า
- โครงการนำร่องเพื่อเป็นต้นแบบในการประยุกต์ใช้เกณฑ์มาตรฐาน PEA-GSEE (PEA-Global Sustainable Energy and Environment)



แนวทางการดำเนินงาน

แผนกก่อสร้างและบริหารทรัพยากรอาคาร (Construction and facility management) ได้นำระบบการจัดการพลังงานตามมาตรฐานสากล (ISO 50001 หรือ EnMS) มาประยุกต์ใช้ในองค์กร โดยมีสำนักงานใหญ่และศูนย์จำหน่ายสินค้า 4 สาขาของแม็คโคร ได้แก่ สาขานครอินทร์ สาขานครนายก สาขาคลองหลวง และสาขาศาลายา ได้รับการรับรอง ISO 50001 แล้ว นอกจากนี้ ยังมีแผนการเข้ารับการประเมินความยั่งยืนด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการจัดการพลังงานของแม็คโครเป็นไปตามหลักการสากลและอย่างยั่งยืน

จากความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการพลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แม็คโครจึงออกแบบศูนย์จำหน่ายสินค้าที่รวบรวมเทคโนโลยีการอนุรักษ์พลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยประเมินความต้องการใช้เครื่องปรับอากาศ (Cooling load profile) เพื่อลดการทำงานของเครื่องปรับอากาศลง เลือกใช้สารทำความเย็นที่มีค่าศักยภาพในการทำให้เกิดภาวะโลกร้อนต่ำ (Global Warming Potential: GWP) รวมถึงติดตั้งแผงผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์และเปลี่ยนหลอดไฟส่องสว่างเป็นชนิด LED ประสิทธิภาพสูง

แผนภาพเปรียบเทียบศูนย์กระจายสินค้าเดิมและศูนย์กระจายสินค้าที่ได้รับการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์
เพื่อประหยัดพลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



ความก้าวหน้าโครงการ

โครงการเปลี่ยนหลอดไฟส่องสว่างเป็นชนิด LED ประสิทธิภาพสูง

แม็คโครได้ดำเนินการเปลี่ยนหลอดไฟส่องสว่างในศูนย์กระจายสินค้าเป็นชนิด LED ประสิทธิภาพสูงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2560 โดยปัจจุบันดำเนินการเปลี่ยนในศูนย์กระจายสินค้าไปแล้ว 15 สาขา ส่งผลให้สามารถประหยัดไฟฟ้า 1.4 ล้านกิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี คิดเป็นมูลค่า 5 ล้านบาท ทั้งนี้ แม็คโครมีเป้าหมายในการเปลี่ยนหลอดไฟชนิด LED ให้ครอบคลุมทุกศูนย์จำหน่ายสินค้าภายในปี 2566

โครงการติดตั้งแผงผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์

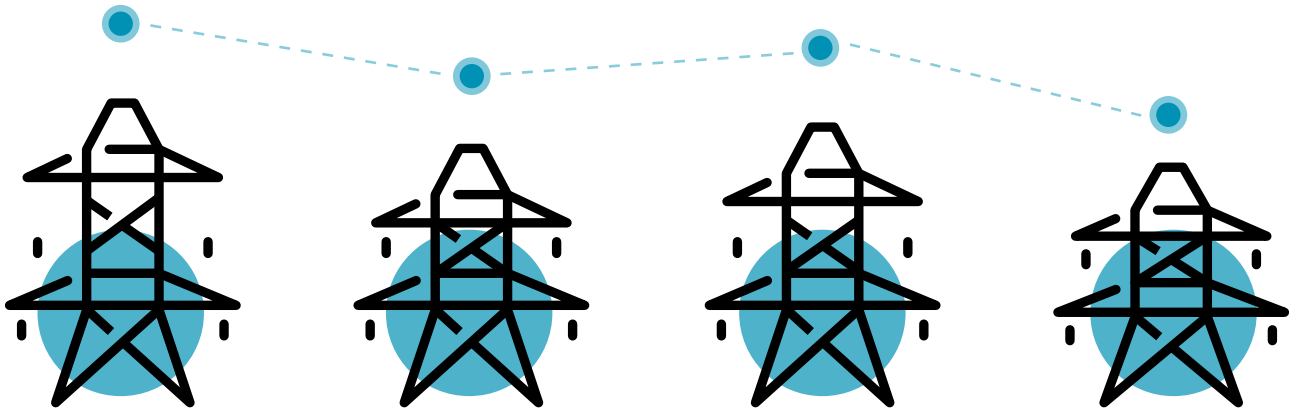
ในปี 2562 แม็คโครได้ดำเนินการติดตั้งแผงผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในศูนย์กระจายสินค้าแม็คโคร 21 สาขา มีกำลังการผลิตรวม 13 เมกะวัตต์ ซึ่งสามารถดำเนินการผลิตกระแสไฟฟ้าอย่างเต็มรูปแบบได้เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2562 โดยมีกระแสไฟฟ้าที่ผลิตได้ในปีดังกล่าวทั้งสิ้น 2,803,922 กิโลวัตต์ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 0.72 ของการใช้พลังงานทั้งหมด สอดคล้องกับจากเป้าหมายการเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนที่ตั้งไว้ ร้อยละ 7-8 ของการใช้พลังงานทั้งหมดภายในปี 2563

ผลการบริหารจัดการพลังงาน

แนวโน้มการใช้พลังงานของแม็คโครเพิ่มขึ้น เนื่องจากกิจกรรมทางธุรกิจที่สูงขึ้น ประกอบกับการเปิดศูนย์จำหน่ายสินค้าใหม่ ส่งผลให้การใช้พลังงานของแม็คโครเป็น 1,405,725.92 กิกะจูล มีสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนร้อยละ 0.72 และความเข้มข้นของการใช้พลังงาน 1.78 เมกะวัตต์ชั่วโมงต่อล้านบาท

แผนภาพแสดงการใช้พลังงานของแม็คโคร

ความเข้มข้นของการใช้พลังงาน



2559
1.889
เมกะวัตต์ชั่วโมง
ต่อล้านบาท

2560
1.845
เมกะวัตต์ชั่วโมง
ต่อล้านบาท

2561
1.858
เมกะวัตต์ชั่วโมง
ต่อล้านบาท

2562
1.78
เมกะวัตต์ชั่วโมง
ต่อล้านบาท



ผลประหยัดเนื่องจากการอนุรักษ์พลังงานของแม็คโคร

ปี 2562

7,523,529 บาท

การบริหารจัดการขยะและวัตถุดิบเหลือใช้

(Disclosure 103-1, 103-2, 103-3, 301-1, 301-2, 306-2)

ความตั้งใจการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและรู้คุณค่าของแม็คโคร ทำให้แม็คโครมุ่งบริหารจัดการขยะและวัตถุเหลือใช้อย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันการเติบโตและขยายธุรกิจของแม็คโครนั้นส่งผลต่อปริมาณขยะและวัตถุดิบเหลือใช้ แม็คโครจึงให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียทั้งในกระบวนการผลิตและการปฏิบัติงานทั่วไป ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนกลยุทธ์แม็คโคร 4.0 เพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยกระบวนการจัดการของเสียประกอบด้วย การจัดเก็บ การขนส่ง การกำจัด และการรีไซเคิล นอกจากนี้ ได้บูรณาการทฤษฎีเศรษฐกิจหมุนเวียนในการจัดการของเสียมาใช้กับองค์กร (การใช้ทรัพยากรที่สามารถนำกลับไปใช้ใหม่ได้ หรือการนำทรัพยากรที่ใช้งานแล้วมาใช้เป็นวัตถุดิบให้กับผลิตภัณฑ์อื่น เพื่อลดปริมาณของเสียให้ได้มากที่สุด) เพื่อให้การบริหารจัดการของเสียมีประสิทธิภาพและช่วยลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

แนวทางการดำเนินงาน

แม็คโครให้ความสำคัญกับการจัดการขยะตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยลดการสูญเสียของผลิตภัณฑ์และศึกษาหาแนวทางในการนำของเสียไปเพิ่มมูลค่าหรือกำจัดอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ แม็คโครได้ดำเนินการจัดการของเสียที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าทั่วประเทศ 70,292 เมตริกตัน ภายใต้แนวทาง 3Rs (Reduce Reuse Recycle) ซึ่งมีฝ่าย แผนกพัฒนาศักยภาพฝ่ายปฏิบัติการ (Operation Capability Development : OCD) เป็นหน่วยงานรับผิดชอบในพัฒนากระบวนการจัดการขยะสำหรับศูนย์จำหน่ายสินค้าให้มีประสิทธิภาพ และพัฒนาเครื่องมือที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนกระบวนการดังกล่าว รวมถึงออกแบบโปรแกรมเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการขยะกับวัตถุดิบเหลือที่เหมาะสมให้กับพนักงาน



นอกจากนี้ ฝ่าย/หน่วยงาน OCD ยังมีหน้าที่จัดสรรพื้นที่สำหรับวางสินค้าของศูนย์จำหน่ายสินค้าให้มีประสิทธิภาพด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งช่วยลดความเสียหายของสินค้าบนชั้นวางและลดวัสดุที่ใช้ในการประกอบชั้นวางสินค้า รวมถึงช่วยลดเวลาในการคำนวณจำนวนอุปกรณ์ชั้นวางสินค้าและการจัดวางสินค้าลงถึงร้อยละ 60 ภายหลังการนำโปรแกรมมาใช้ แม็คโครสามารถลดความผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้ถึงร้อยละ 90

การลดการสูญเสียของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สินค้า

การสูญเสียมูลค่าทางธุรกิจจากการปล่อยให้วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สินค้าที่ได้จากกระบวนการผลิตกลายเป็นของเหลือทิ้ง แม็คโครจึงนำข้อมูลประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีการสูญเสียสูงสุด 20 อันดับแรกมาวิเคราะห์สาเหตุและหาแนวทางการป้องกันการสูญเสีย และได้นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปสื่อสารและอบรมให้ความรู้กับพนักงานเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสินค้าและวิธีการดูแลสินค้าเพื่อลดปริมาณการสูญเสีย ภายหลังจากการจัดอบรม 2-4 สัปดาห์แล้ว จะมีการติดตามผลการอบรมโดยตรวจเยี่ยมการดำเนินการที่ศูนย์จำหน่ายสินค้า นอกจากนี้ แม็คโครยังรับฟังข้อคิดเห็นจากพนักงานเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการสั่งวัตถุดิบให้เพียงพอต่อความต้องการอย่างเหมาะสมเพื่อลดการสูญเสีย โดยฝ่าย/หน่วยงาน OCD ได้พัฒนาแอปพลิเคชั่น อาทิ Bill Of raw Material (BOM) และ E-ordering ที่ใช้คำนวณปริมาณวัตถุดิบที่ควรสั่งซื้อ เพิ่มความแม่นยำในการสั่งซื้อ ลดขั้นตอนในการจัดทำเอกสารสนับสนุน และทวนสอบประวัติการสั่งซื้อได้อย่างถูกต้อง รวมถึงพัฒนา Stock Inventory Management (SIM) ขึ้นเพื่อใช้ในการติดตามปริมาณของเสียในหน่วยตัน โดยในปี 2562 วัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีปริมาณการสูญเสียสูงที่สุด ได้แก่ กลุ่มขยะอาหาร

โครงการ Say hi to bio say no to foam

นอกจากดำเนินการเพื่อลดการสูญสียของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีผลต่อการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและลดค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ แล้ว แม็คโครยังส่งเสริมให้ลูกค้าใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยยกเลิกการขายโฟมในศูนย์จำหน่ายสินค้าที่ตั้งอยู่ชายทะเล 13 สาขา รวมถึงรณรงค์ให้ผู้ประกอบการหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้นและร่วมมือกับคู่ค้าในการเพิ่มทางเลือกสำหรับเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ให้มากขึ้น นอกจากนี้ แม็คโครได้จัดกิจกรรม Roadshow เพื่อส่งเสริมการขายและแจกบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ ในปัจจุบันมีการดำเนินโครงการ Say hi to bio say no to foam ในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร 13 สาขา

โครงการ Save Plastic Save Cost

แม็คโครดำเนินการลดการใช้พลาสติกสำหรับห่อสินค้า โดยที่ผ่านมาศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครใช้พลาสติกสำหรับห่อสินค้าเฉลี่ย 468 ม้วนต่อเดือน ในขั้นตอนการจัดเก็บและขนย้ายสินค้า ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อและการกำจัดขยะพลาสติกตามมา แม็คโครจึงมีแนวคิดในการลดการใช้พลาสติก โดยใช้สายรัดที่รับน้ำหนักได้ถึง 1,500 ปอนด์ แทนการใช้พลาสติกในการจัดเก็บสินค้าบางกลุ่มสินค้า อาทิ กลุ่มขนม กลุ่มเครื่องนอน กลุ่มกล่องล้อเลื่อนพลาสติก กลุ่มตู้เย็น โดยจากผลการดำเนินโครงการ พบว่า สามารถลดการใช้พลาสติกแรปในกระบวนการจัดเก็บสินค้าไปได้ถึงร้อยละ 20 เทียบเท่ากับการลดค่าใช้จ่ายในการใช้พลาสติกแรปลงร้อยละ 50 หรือคิดเป็น 324,000 บาทต่อปี อีกทั้งยังช่วยให้พนักงานทำงานได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

การศึกษาแนวทางในการนำของเสียไปใช้ประโยชน์

แม็คโครตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และก่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด แม็คโครจึงศึกษาแนวทางการนำของเสียไปเพิ่มมูลค่า โดยพัฒนาโครงการที่สนับสนุนการนำของเสียไปเพิ่มมูลค่า ดังนี้





1) โครงการผลิตน้ำหมักจุลินทรีย์ชีวภาพ (EM)

แม็คโครได้นำขยะอาหาร อาทิ ผลไม้ตระกูลส้มและสับปะรดเหลือใช้ ไปผลิตน้ำหมักชีวภาพ หรือที่เรียกว่า น้ำหมักอีเอ็ม (Effectiveness Microorganism: EM) เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ขยะและสามารถนำไปใช้ดับกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ รวมถึงนำไปใช้ย่อยสลายไขมันตามท่อน้ำทิ้งต่าง ๆ ในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครและแจกจ่ายให้กับชุมชนโดยรอบ ในปี 2562 แม็คโครนำขยะอาหาร 118.20 เมตริกตัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.55 ของขยะอาหารทั้งหมด มาผลิตเป็นน้ำหมักชีวภาพและนำไปบริจาคให้กับภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อใช้ตามวัตถุประสงค์ที่ผู้รับบริจาคร้องขอ ปริมาณขยะอาหารที่นำไปเพิ่มมูลค่านี้ เพิ่มขึ้นจากปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 30









2) โครงการนวัตกรรม “ลดขั้นตอน เพิ่มกำไร”

การลดราคาสินค้าที่มีลักษณะไม่เหมาะสมต่อการจำหน่ายในราคาเต็มนั้น ต้องผ่านกระบวนการการอนุมัติหลายขั้นตอน ส่งผลให้สินค้าที่ควรนำมาจำหน่ายตามเวลาที่เหมาะสมเสื่อมสภาพลงไปเรื่อย ๆ จนกลายเป็นของเน่าเสียและสูญเสียมูลค่าในที่สุด แม็คโครจึงปรับเปลี่ยนรูปแบบของการลดราคาสินค้าให้มีความคล่องตัวมากขึ้น โดยให้อำนาจผู้จัดการสาขากำหนดราคาสินค้าเพื่อลดราคาได้อย่างอิสระ (SGM Empowerment) ภายใต้ข้อตกลงของสัดส่วนราคาที่กำหนดจากฝ่ายจัดซื้อและฝ่ายปฏิบัติการที่แต่งต่างกันไปตามกลุ่มสินค้าและเทศกาล (อาทิ ตรุษจีน สารทจีน) นอกจากนี้ แม็คโครได้พัฒนาแอปพลิเคชั่น E-SGM Empowerment ขึ้นเพื่อสนับสนุนการกำหนดราคาสินค้าให้เกิดความคล่องตัว ซึ่งช่วยให้การอนุมัติการลดราคาสินค้าทำได้อย่างรวดเร็วและปรับเปลี่ยนได้ตามสภาพสินค้า รวมถึงตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น สำหรับขั้นตอนการอนุมัติการลดราคาสินค้าที่คล่องตัวขึ้นนี้ทำให้ยอดการสูญเสียต่อยอดจำหน่ายลดลง ร้อยละ 1.84 ในปี 2562 นอกจากนี้ แม็คโครยังมีแผนจะนำข้อมูลการลดราคาสินค้าที่แตกต่างกันในแต่ละสาขาไปวิเคราะห์เพื่อกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคตด้วย





“โครงการนวัตกรรม “ลดขั้นตอน เพิ่มกำไร” ไม่เพียงแต่ช่วยลดยอดสูญเสียของสินค้าลง แต่ยังช่วยกระตุ้นพฤติกรรมของพนักงานที่จะช่วยกันรักษาผลประโยชน์ของแผนกเพื่อลดยอดสูญเสีย และยังช่วยลดเวลาการทำงานของพนักงานสาขาลงได้อีกด้วย”

คุณโสภา วงษ์สุวรรณ
FSSM GM office สาขาสุขุมวิท 71



3) โครงการ “เมลามีนรักษ์โลก นวัตกรรมสู่โลกสีเขียว”

แม็คโครร่วมกับบริษัท ศรีไทยซุปเปอร์แวร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทย เคเค อุตสาหกรรม จำกัด ดำเนินการรับคืนภาชนะเมลามีนที่ไม่ใช้แล้ว เพื่อแลกรับ E-coupon สำหรับใช้เป็นส่วนลดในแม็คโคร ภาชนะเมลามีนที่รับคืนมาจะถูกนำไปบดหยาบและคัดแยกสิ่งสกปรกออกก่อนที่จะนำไปบดละเอียดอีกครั้งที่โรงงานของผู้ผลิตวัตถุดิบ โดยเมลามีนที่บดหยาบจะถูกนำไปผสมกับวัตถุดิบอื่น ๆ เพื่อปรับคุณภาพสมบัติให้สามารถนำไปขึ้นรูปใหม่ได้ตามมาตรฐานและมีคุณภาพที่ดี ทั้งนี้ แม็คโครได้ดำเนินโครงการนำร่องที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าสาขานครราชสีมา 2 และสาขาปากช่อง โดยคาดการว่าจะได้รับคืนภาชนะเมลามีนมากถึง 6,000 กิโลกรัมต่อเดือน

ผลการบริหารจัดการขยะและวัตถุดิบเหลือใช้

จากแนวทางการดำเนินงานและโครงการที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้แม็คโครสามารถลดปริมาณขยะและวัตถุดิบเหลือใช้ลงได้ร้อยละ 0.21 ต่อยอดขาย คิดเป็นมูลค่า 3.6 ล้านบาทต่อปี รวมปริมาณของเสียและอาหารหมดอายุที่แม็คโครได้บริการจัดการทั้งสิ้น 21,098 เมตริกตัน



ปริมาณโฟมที่ส่งกลับผู้ผลิต

158

เมตริกตัน



ปริมาณกระดาษและลังที่นำไปผ่านกระบวนการเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่

70,017

เมตริกตัน



ปริมาณอาหารหมดอายุที่นำไปผลิตเป็นน้ำหมักชีวภาพและวัสดุผสมดิน

51

เมตริกตัน



ปริมาณขยะอาหารที่บริจาค

66

เมตริกตัน



เป็นที่รักในท้องถิ่น



เป็นที่รัก
ในท้องถิ่น

บทนำ (Disclosure 103-1, 103-2)

การพัฒนาและสานสัมพันธ์ระหว่างแม็คโครและชุมชนถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจเกิดความยั่งยืนภายใต้กลยุทธ์แม็คโคร 4.0 “กลยุทธ์เป็นที่รักของท้องถิ่น” ซึ่งแม็คโครมุ่งเน้นสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการเสริมสร้างความมั่งคั่งของชุมชน ส่งผลให้องค์กรเป็นที่ยอมรับในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจระหว่างศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครและชุมชนท้องถิ่นเป็นไปตามหลักการการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นให้ดีขึ้นสอดคล้องกับเป้าหมายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ หรือ UN SDGs (United Nations’ Sustainable Development Goals) นอกจากนี้ แม็คโครได้ดำเนินกิจกรรมการพัฒนาต่าง ๆ ให้กับชุมชนที่อยู่โดยรอบศูนย์จำหน่ายสินค้า 129 แห่งทั่วประเทศ อาทิ การสร้างงานสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน การกระตุ้นการหมุนเวียนของเศรษฐกิจชุมชนผ่านการจัดหาจัดซื้อวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

แนวทางการดำเนินงาน

(Disclosure 102-11, 103-2, 103-3, 204-1, 413-1, 413-2)

ฝ่ายสื่อสารองค์กร (Corporate Communication) ของแม็คโครเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบการดำเนินงานตามกลยุทธ์เป็นที่รักของท้องถิ่น โดยแม็คโครมีแนวทางการดำเนินงานร่วมกับชุมชนผ่านกระบวนการศึกษาการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมก่อนการเปิดศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครแห่งใหม่ รวมถึงการติดตามตรวจผลกระทบจากการดำเนินเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยมีการประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับชุมชนทุกเดือนผ่านตัวแทนชุมชน นอกจากนี้ แม็คโครได้จัดให้มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนที่สมาชิกในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา

ในปี **2562** ร้อยละ **100**
ของศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร ได้ดำเนินการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านกระบวนการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาโครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมสำหรับชุมชนในท้องถิ่น

นอกจากนี้ แม็คโครได้ดำเนินธุรกิจตามแนวทางการบริหารจัดการ “การจัดซื้อจัดจ้างจากท้องถิ่นและการขายให้แก่ลูกค้าในท้องถิ่น (Buy Local, Sell Local)” ซึ่งช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้คนในชุมชนหันมาจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการที่จัดทำขึ้นโดยคนในชุมชน ส่งผลเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน แนวทางดังกล่าวนี้ครอบคลุมถึงการสนับสนุนการจ้างงานท้องถิ่นและการพัฒนาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่น ในปี 2562 แม็คโครมีสัดส่วนการจ้างพนักงานเป็นคนในท้องถิ่น ร้อยละ 70 ในทุกศูนย์จำหน่ายสินค้า

ในปี **2562** ร้อยละ **70**
ของพนักงานศูนย์จำหน่ายสินค้าเป็นคนในท้องถิ่น

สำหรับการระบุโครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคม แม็คโครได้ดำเนินการตามเป้าหมายของกรอบกลยุทธ์แม็คโคร 4.0 และสอดคล้องกับกิจกรรมธุรกิจของแม็คโคร โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างธุรกิจและชุมชน (Creating Shared Value: CSV) อย่างยั่งยืน



กลยุทธ์แม็คโคร 4.0 ด้านที่ 1 : อาหารปลอดภัย

เพื่อสนับสนุนวิสัยทัศน์ขององค์กรที่ต้องการเป็นแหล่งอ้างอิงอาหารปลอดภัย ยกระดับสู่ผู้ส่งมอบสินค้าและบริการด้านอาหาร และอาหารส่งเสริมสุขภาวะ แม็คโครจึงเล็งเห็นโอกาสในต่อยอดการดาเนินการด้านอาหารปลอดภัยสู่ความเป็นเลิศโดยการบริหารจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์และการให้ความรู้ด้านโภชนาการแก่ผู้บริโภค ในปี 2562 แม็คโครจึงริเริ่มโครงการส่งเสริมความรู้ด้านโภชนาการแก่ผู้บริโภค โดยมีการลงนามร่วมกับสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อจัดทาฐานข้อมูลคุณค่าโภชนาการอาหารที่มีการนาไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้ภายใต้แบรนด์ Makro Quality Pro หรือ MQP ซึ่งพัฒนาไปสู่ระบบการตรวจสอบย้อนกลับหรือระบบ Makro iTrace โดยแม็คโครมีการเปิดเผยข้อมูลทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวผ่าน QR code ที่แสดงอยู่บนฉลากผลิตภัณฑ์นั้น ทาให้ลูกค้าสามารถศึกษาข้อมูลโภชนาการเพื่อเลือกผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลดีต่อสุขภาพ (รายละเอียดโครงการอ่านเพิ่มเติมได้ในหน้า 37 บทอาหารปลอดภัย)

กิจกรรมดังกล่าวมีส่วนลดภาวะขาดสารอาหาร และส่งเสริมโภชนาการที่ดีต่อเด็กและเยาวชน ตามเป้าหมาย **SDG 2.2**



กลยุทธ์แม็คโคร 4.0 ด้านที่ 2: คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน

จากมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีความเข้มงวดมากขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรท้องถิ่นต้องเผชิญกับความท้าทายในการปรับตัวเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด แม็คโครจึงให้ความสำคัญในการสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชนผ่านการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชน ทั้งนี้ แม็คโครจึงได้เริ่มดำเนินโครงการ “เคียงข้างเกษตรกร ร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย” ผ่านการสนับสนุนการรับซื้อผลผลิตการเกษตรจากเกษตรกรทั่วประเทศครอบคลุมกลุ่มผักผลไม้ อาหารทะเล ปลาน้ำจืด เนื้อสัตว์และไข่สด แปรรูป และยังมีการรับซื้อผลผลิตโดยตรง ผ่านการลงนามบันทึกความร่วมมือข้อตกลงทางการค้า ร่วมกับ กลุ่มเกษตรกร ในรูปแบบสหกรณ์การเกษตร ชุมชนการเกษตร สมาคมผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ชมรมผู้เลี้ยงกุ้ง และกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ หรือกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในการรับซื้อผลผลิตการเกษตร อาทิ ผลไม้ตามฤดูกาล (เงาะ มังคุด ลองกอง สละ ทุเรียน) กุ้งก้ามกราม กุ้งขาว กลุ่มปลาน้ำจืด ทั้งหมดจำนวน 7 ครั้ง มากกว่า 14 กลุ่มเกษตรกรทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาด้านราคาตกต่ำ ผลผลิตล้นตลาด ให้กับเกษตรกรได้เป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้ แม็คโครยังสนับสนุน และส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรไทยอย่างต่อเนื่องในหลายด้าน ทั้งการอบรมด้านความปลอดภัยในอาหาร การส่งเสริมมาตรฐานการเพาะปลูก การจัดการเพาะปลูกให้ได้ผลผลิตตามที่ต้องการภายใต้ “การตลาดนำการผลิต” ผลักดันเกษตรกรสู่การเป็นนักธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม เพิ่มพื้นที่ในการรับซื้อนวัตกรรมการเกษตรจากเกษตรกรรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง ภายใต้การทำงานที่ยึดหลักการเป็นคู่คิดธุรกิจคุณ มุ่งเน้นการเติบโตเคียงข้างกันอย่างยั่งยืน รายละเอียดโครงการอ่านเพิ่มเติมได้ในหน้า 43 บทคัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน)



กลุ่มเกษตรกรชาวไทยมีรายได้เพิ่มขึ้นถึงกว่า **42,099** ล้านบาท จากการขายผลผลิตทางการเกษตร จำนวนกว่า **603,698** ตัน



กิจกรรมดังกล่าวเพิ่มความรู้และรายได้ให้แก่เกษตรกรรายย่อย และส่งเสริมกระบวนการผลิตอาหารที่ยั่งยืน ตามเป้าหมาย **SDG 2.3** และ **2.4**

กลยุทธ์แม็คโคร 4.0 ด้านที่ 3 : การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ความใส่ใจในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของแม็คโครเพื่อให้การประกอบธุรกิจไม่ก่อให้เกิดหรือลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การกำหนดนโยบายการไม่ให้ใช้ถุงพลาสติกในร้านสาขาแม็คโครทุกแห่ง (อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมใน หน้า 49 บทลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม) ส่งผลให้ชุมชนและสังคมพึงพอใจต่อการดำเนินงานของของชุมชนต่อบริษัทฯ สำหรับในปี 2562 แม็คโครได้จัดกิจกรรมรณรงค์ให้การทำธุรกิจของลูกค้าและคู่ค้าไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยแม็คโครได้ริเริ่มโครงการ “แม็คโครรักษ์โลก” หรือ “Say Hi to Bio, Say No to Foam” เพื่อลดการใช้โฟม และส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ ซึ่งมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

แม็คโครรักษ์โลก
(Say Hi to Bio, Say No to Foam)
ร่วมกับคู่ค้าเพื่อสร้างทางเลือก
บรรจุภัณฑ์

การดำเนินการปี 2562
- คัดเลือกคู่ค้า 2 ราย (Gracz และ Fresh) เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้
- ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้

แม็คโครรักษ์โลก
(Say Hi to Bio, Say No to Foam)
บริหารจัดการภายในร้านสาขา
แม็คโคร เพื่อให้การดำเนินการ
ปราศจากการใช้โฟม

การดำเนินการปี 2562
- ดำเนินการบริหารจัดการภายในร้านสาขา

แม็คโครรักษ์โลก
(Say Hi to Bio, Say No to Foam)
รณรงค์ให้ลูกค้าผู้ประกอบการ
เลิกใช้โฟม

การดำเนินการปี 2562
- จัดกิจกรรม Roadshow รณรงค์ให้ลูกค้าผู้ประกอบการเลิกใช้โฟมโดยแจกบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ให้ลูกค้าทดลองใช้

แม็คโครรักษ์โลก
(Say Hi to Bio, Say No to Foam)
ขยายการดำเนินการจากระดับร้าน
สู่ระดับจังหวัด

การดำเนินการปี 2562
- ร่วมมือกับร้านสาขาที่สนใจเรื่องสิ่งแวดล้อม อาทิ ร้านสาขาในจังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นจังหวัดที่ 14 ที่ร้านสาขาหยุดขายโฟม



34 สาขา แม็คโครในประเทศไทย
ที่ปราศจากการใช้โฟม

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

กิจกรรมดังกล่าวส่งเสริมการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน ตามเป้าหมาย **SDG 12.2**





กลยุทธ์แม็คโคร 4.0 ด้านที่ 5: การเจริญเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า

แม็คโครได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพตลาดค้าปลีกในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกรายย่อยแบบดั้งเดิม อาทิ ร้านโชห่วย ร้านอาแปะ/อาม่า ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของร้านค้าเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทยที่หลาย ๆ ร้านค้าเริ่มปิดกิจการลงและหายไปจากสังคมไทย ทั้งนี้ ร้านโชห่วยถือเป็นลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการที่สำคัญของแม็คโคร ดังนั้นแม็คโครจึงได้สนับสนุนลูกค้ากลุ่มนี้ให้ดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับบริษัทฯ ได้อย่างยั่งยืน โดยเริ่มดำเนินโครงการ "มิตรแท้โชห่วย" ตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมาเพื่อยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถของร้านโชห่วย (ร้านค้าปลีกขนาดย่อยในชุมชนท้องถิ่น) ให้มีศักยภาพแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (รายละเอียดโครงการอ่านเพิ่มเติมได้ในหน้า 71 บทการเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า)

นอกจากโครงการที่ส่งผลประโยชน์แก่ลูกค้าในปัจจุบัน แม็คโครยังตระหนักถึงการสร้างคุณค่าร่วมที่เกิดขึ้นผ่านการสนับสนุนกลุ่มคนเปราะบางหรือถูกกีดกันทางสังคมที่สามารถเป็นลูกค้าของแม็คโครได้ให้มีสถานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น โดยสร้างการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญต่อกลุ่มคนเหล่านี้และถือเป็นโอกาสทางธุรกิจให้แก่แม็คโครอีกทางหนึ่งด้วย

แม็คโคร สร้างอาชีพใหม่ สร้างอนาคตใหม่ ในปี 2562 แม็คโครได้มีโอกาสร่วมมือกับองค์กรยูนุสประเทศไทยซึ่งเป็นองค์กรที่มีพันธกิจแก้ปัญหาสังคมอย่างยั่งยืน จัดตั้งโดยศาสตราจารย์ มูฮัมหมัด ยูนุส นักเศรษฐศาสตร์เจ้าของรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพ ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มแนวคิด “ธุรกิจเพื่อสังคม” โดยพัฒนาโครงการ “แม็คโคร สร้างอาชีพ สร้างอนาคตใหม่” เป็นโครงการสร้างอาชีพให้แก่นักโทษเพื่อสร้างโอกาสให้นักโทษมีแนวทางในการประกอบอาชีพเมื่อพ้นโทษ ซึ่งสามารถวัดผลของการดำเนินโครงการได้จากร้อยละของนักโทษที่ไม่กลับไปต้องโทษอีก และร้อยละของนักโทษที่มีอาชีพจากโครงการนี้ โดยโครงการนี้จะเริ่มดำเนินการที่ทัณฑสถานเขากลิ้ง จังหวัดเพชรบุรี และจะขยายการดำเนินการไปที่ทัณฑสถานหญิงกรุงเทพมหานครต่อไป

4 QUALITY EDUCATION

กิจกรรมดังกล่าวเสริมสร้างทักษะที่สำคัญแก่การประกอบอาชีพให้แก่เยาวชนและผู้ใหญ่ในวัยทำงาน ตามเป้าหมาย **SDG 4.4**

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

กิจกรรมดังกล่าวส่งเสริมการจ้างงาน ตามเป้าหมาย **SDG 8.5**

การสนับสนุนชุมชนด้านอื่นๆ

นอกจากโครงการ/กิจกรรมเพื่อสังคมที่สนับสนุนชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ข้างต้นแล้ว แม็คโครยังได้ตระหนักถึงความต้องการของชุมชนทางด้านอื่น ๆ ซึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจของแม็คโคร แต่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชน โดยแม็คโครได้ให้การสนับสนุนแก่ชุมชนเพิ่มเติม

ศูนย์บริจาคโลหิต เนื่องจากแม็คโครมีร้านสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศและมีขนาดร้านสาขาที่เหมาะสมแก่การรองรับการบริจาคโลหิต จึงได้รับการเชิญชวนจากสภากาชาดให้เป็นภาคีธุรกิจในการรับบริจาคโลหิต โดยตั้งเป้าหมายการบริจาคโลหิต 1 ล้านซีซีจากพนักงานและลูกค้า ซึ่งปี 2562 แม็คโครได้บรรลุเป้าหมายในการรับบริจาคโลหิต 3 ล้านซีซี

Run for Fund แม็คโครได้จัดกิจกรรมการวิ่งประจำปีเพื่อระดมทุนสนับสนุนการตั้งโรงเลี้ยงไก่ไข่ให้โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนจำนวน 30 โรงเรียน โดยมีการให้วัคซีนและอาหารเลี้ยงไก่ไข่ 56 สัปดาห์ และเป็นจุดเริ่มต้นของเงินหมุนเวียนในโรงเลี้ยงไก่ไข่ นอกจากนี้ มีการเข้าไปให้ความรู้ร้านโชห่วยเกี่ยวกับการจัดการการขายไข่ไก่

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING

กิจกรรมดังกล่าวส่งเสริมการเข้าถึงบริการด้านการแพทย์ ตามเป้าหมาย **SDG 3.8**









การเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า



การเติบโต
ทางธุรกิจของลูกค้า

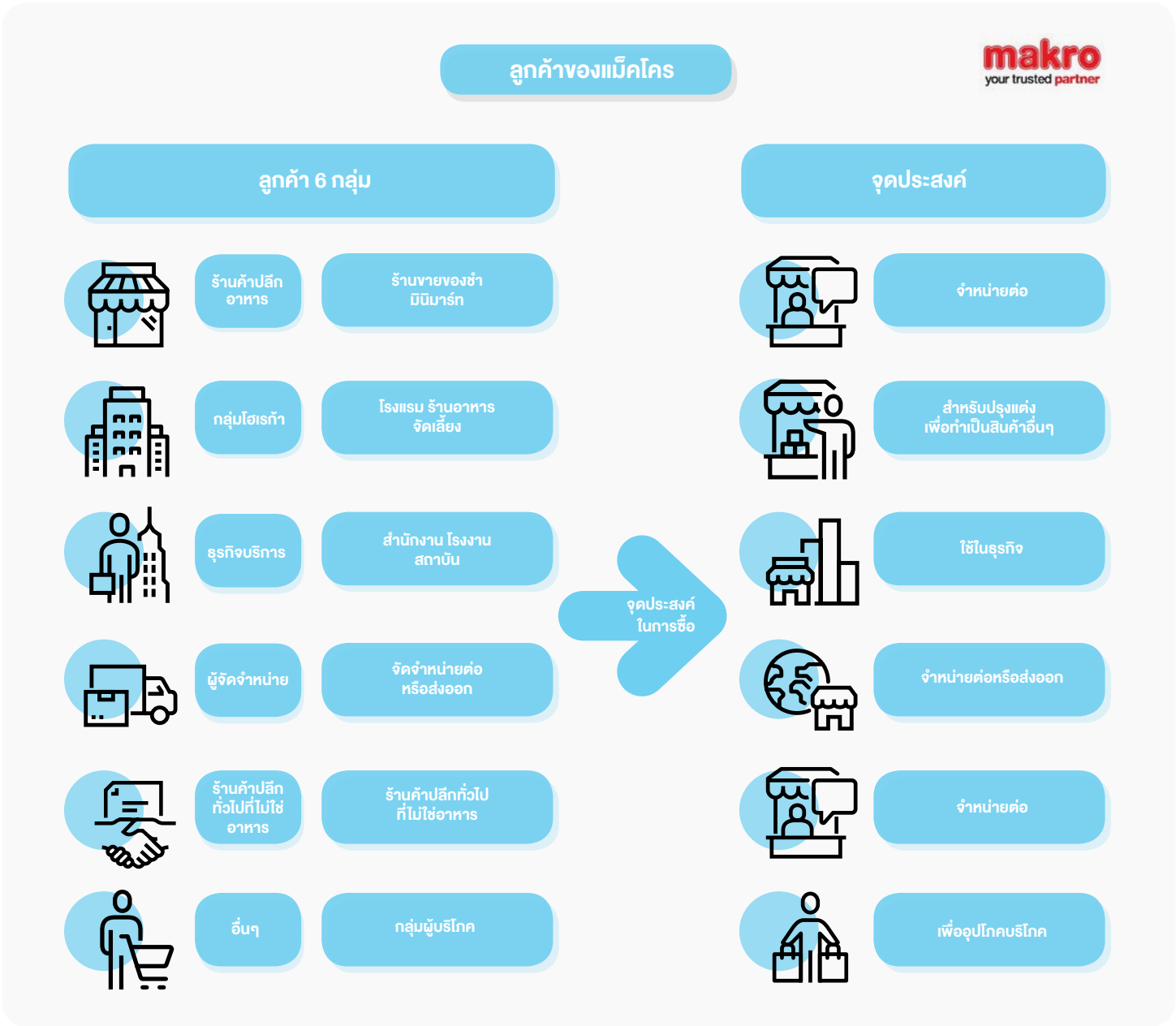
บทนำ (Disclosure 103-1, 103-2)

แม็คโครได้ดำเนินธุรกิจที่ยึดมั่นในพันธกิจ “การเป็นคู่คิดธุรกิจของผู้ประกอบการ” ตลอด 30 ปีที่ผ่านมา โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจ้างงานและสร้างรายได้ที่มั่นคงแก่ชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมรากฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ ทั้งนี้ แม็คโครส่งเสริมให้ลูกค้าในฐานะผู้ประกอบการสามารถเติบโตและพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ อาทิ การส่งเสริมให้กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจจัดเลี้ยง (HoReCa) ผลิตอาหารที่มีคุณภาพและความปลอดภัย เพื่อตอบสนองต่อธุรกิจท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และการสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของร้านค้าปลีกชุมชนให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคด้วยแนวคิดการประกอบธุรกิจค้าปลีกยุคใหม่ เพื่อให้เศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้

แนวทางการดำเนินงาน

(Disclosure 103-2, 103-3, 203-2)

ฝ่ายพัฒนาลูกค้า (Customer Development) ของแม็คโครได้จำแนกกลุ่มลูกค้าตามจุดประสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อให้สามารถบริหารจัดการและสนับสนุนการพัฒนาของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งออกเป็น 6 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการค้าปลีกอาหาร 2) ผู้ประกอบการโรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจจัดเลี้ยง (HoReCa) 3) ผู้ประกอบธุรกิจบริการ 4) ผู้จัดจำหน่ายสินค้า 5) ผู้ประกอบการค้าปลีกสินค้าทั่วไปที่ไม่ใช่อาหาร และ 6) บุคคลทั่วไป ที่ผ่านมา แม็คโครได้พัฒนาและดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการเติบโตทางธุรกิจของลูกค้าในลักษณะของการจัดการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่ลูกค้าเผชิญและส่งเสริมความสำเร็จทางธุรกิจของลูกค้า นอกจากนี้ แม็คโครได้สำรวจความพึงพอใจของลูกค้า และจัดให้มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าเพื่อนำความคิดเห็น ข้อกังวล และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ไปพัฒนาการให้บริการต่อไป



เครื่องมือบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้า

(Operation Excellent Platform : OEP)
แม็คโครมุ่งเน้นการยกระดับมาตรฐานและเพิ่มประสิทธิภาพของศูนย์จำหน่ายสินค้าของแม็คโครอย่างรอบด้าน พร้อมทั้งสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการศูนย์จำหน่ายสินค้าเกิดความประทับใจ จึงได้พัฒนาเครื่องมือบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าขึ้นมาเพื่อตรวจสอบความพร้อมของศูนย์จำหน่ายสินค้าก่อนการเปิดให้บริการ นอกจากนี้ เครื่องมือดังกล่าวยังช่วยให้แม็คโครสามารถทบทวนและพัฒนาแนวทางการดำเนินงานของศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครให้มีประสิทธิภาพเพิ่มเติม อาทิ การเพิ่มช่องทางการขาย การสั่งสินค้าล่วงหน้า การทวนสอบประสิทธิภาพการบริหารงานทรัพยากรบุคคล เป็นต้น

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการพัฒนาการให้บริการ ซึ่งแม็คโครได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ โดยลงพื้นที่ไปพบปะลูกค้าที่เปิดร้านใหม่ และโทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจต่อการให้บริการสำหรับลูกค้าที่ลงทะเบียนเป็นสมาชิกแม็คโครครั้งแรก

ผลจากการสำรวจความพึงพอใจ
ปี 2562
ร้อยละ **84.2**





ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

แม็คโครจัดให้มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนเพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นและได้รับทราบความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น โดยช่องทางในการรับข้อร้องเรียน อาทิ กล่องรับความคิดเห็น Call Center และ Applications (Makro mail / Official line Makro) นอกจากนี้ แม็คโครได้จัดให้มีเจ้าหน้าที่เข้าไปพบปะพูดคุยกับลูกค้าที่ร้านเพื่อรับฟังความคิดเห็นอีกทางด้วย ทั้งนี้ ในปี 2562 แม็คโครได้จัดการแก้ไขครบทุกเรื่องร้องเรียนครบ 100%

โครงการจัดการแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาและอุปสรรคที่ลูกค้าเผชิญ

U-PROJECT

ร้านโชห่วย (ร้านค้าปลีกท้องถิ่น) ถือเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมและแหล่งพบปะของคนในชุมชน ซึ่งปัจจุบันกำลังสูญหายไปเนื่องจากขาดผู้สืบทอดกิจการและความสนใจจากคนรุ่นใหม่ อย่างไรก็ตาม แม็คโคร ตระหนักว่ามีร้านโชห่วยที่มีศักยภาพพร้อมปรับตัวต่อการแข่งขันในธุรกิจร้านค้าปัจจุบัน แม็คโครจึงร่วมลงนามบันทึกความเข้าใจเพื่อสนับสนุนร้านโชห่วยร่วมกับมหาวิทยาลัยชั้นนำ 85 แห่ง ภายใต้ “กิจกรรมพัฒนาร้านค้าปลีก จากนักศึกษาสู่ชุมชนท้องถิ่น” โครงการนี้เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่น และเป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นหันมาสนับสนุนร้านโชห่วยให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน

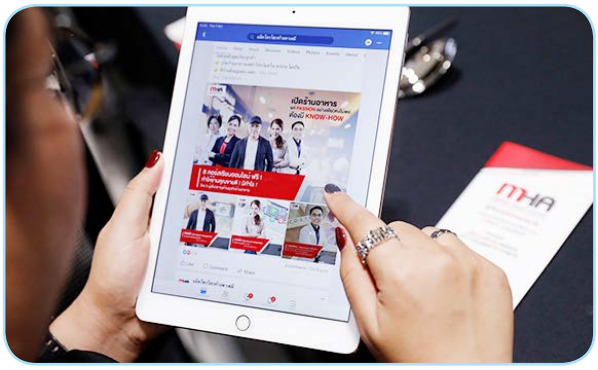
คณะผู้บริหารและคณะทำงานแม็คโครได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติผ่านหลักสูตรการเรียนการสอนภายใต้หัวข้อ “การบริหารจัดการร้านค้าปลีก” ให้กับนักศึกษาในทุกสถาบันที่เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งภายหลังการอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรดังกล่าว กลุ่มนักศึกษาจะเกิดความสนใจและร่วมกันพัฒนาแผนงานสำหรับการปรับปรุงร้านโชห่วยภายใต้ความดูแลของพี่เลี้ยงจากแม็คโคร สำหรับแผนงานที่ผ่านความเห็นชอบจากแม็คโคร มหาวิทยาลัย และเจ้าของร้านค้า จะถูกนำไปปฏิบัติจริงกับร้านโชห่วย และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามแผนงานทั้งหมดจะถูกรวบรวม เพื่อพิจารณาแผนงานที่มีผลการดำเนินงานที่ดีที่สุดในระดับประเทศต่อไป



ผลการดำเนินการสะสมปี 2562 โครงการ U-Project
ร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการ **6,478** แห่ง
นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ **39,137** ราย
สถาบันที่เข้าร่วมกิจกรรม **85** แห่ง
มูลค่าทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากยอดขายที่สูงขึ้น **456,192.450** ล้านบาทต่อปี

MAKRO HORECA ACADEMY (MHA)

แม็คโครดำเนินธุรกิจเคียงข้างผู้ประกอบการไทยมากว่า 30 ปี ทำให้แม็คโครทราบความต้องการและปัญหาที่ผู้ประกอบการเผชิญ ดังนั้น แม็คโครจึงพัฒนาองค์ความรู้ และสร้างทางเลือกใหม่ ๆ ในการจัดการแก้ไขปัญหาให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งนำไปสู่การเปิดตัวโครงการแม็คโคร โฮเรก้า อคาเดมี เมื่อเดือนตุลาคม 2562 โดยพันธกิจหลักของโครงการ คือ เป็นแหล่งรวมความรู้แบบครบวงจรด้านการบริหารจัดการธุรกิจอาหาร การเลือกใช้วัตถุดิบ และการทำอาหารให้กับผู้ประกอบธุรกิจ





อาหารมืออาชีพ ผ่านระบบออฟไลน์และออนไลน์ ใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การเป็นสื่อกลางในการให้ความรู้ แหล่งการจัดสัมมนาและการประชุมเชิงปฏิบัติการ แหล่งการเรียนการสอนแบบออนไลน์ ที่ปรึกษาทางธุรกิจ และเป็นเครือข่ายสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร ทั้งนี้ แม็คโครได้รวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มลูกค้าโฮเรก้าซึ่งเป็นสมาชิกของแม็คโครมาพัฒนาเพื่อแก้ข้อจำกัด เพิ่มจุดแข็ง และสร้างจุดขาย เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการก้าวผ่านปัญหาและอุปสรรคไปได้ โดยผู้ประกอบการสามารถติดตามข้อมูลความรู้และข่าวสารของโครงการได้ที่ https://makrohorecaacademy.com/

CREDIT PAY

แม็คโครร่วมกับ True money wallet และธนาคารไทยเครดิต ให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำกับผู้ประกอบการเพื่อซื้อสินค้าในศูนย์จาหน่ายสินค้าแม็คโคร โดยพิจารณาวงเงินอนุมัติจากยอดและความถี่ในการใช้จ่ายที่แม็คโคร โครงการนี้ได้ใช้นาร่องกับ 7 สาขาของแม็คโคร ได้แก่ รังสิต บางบอน แจ้งวัฒนะ ศาลายา จรัญสนิทวงศ์ ศรีนครินทร์ และสาทร ภายหลังให้บริการสินเชื่อกับผู้ประกอบการแล้ว พบว่าผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนทางการเงินในการประกอบธุรกิจได้ และมีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ Credit pay แล้ว 779 ราย



โครงการส่งเสริมความสำเร็จทางธุรกิจของลูกค้า

แม็คโครมหกรรมครบเครื่องเรื่องอาหารและอุปกรณ์ ครั้งที่ 14 (14TH MAKRO HORECA)

เพื่อเน้นย้ำความเป็นผู้นำประเภทธุรกิจค้าส่งที่มีความโดดเด่นในการจัดหาสินค้าให้ผู้ประกอบการแบบครบวงจร แม็คโครจึงดำเนินโครงการมหกรรมครบเครื่องเรื่องอาหารและอุปกรณ์ ครั้งที่ 14 (ปีที่ 14) อย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงขององค์ความรู้ในปัจจุบันจากผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมความยั่งยืนและเทคโนโลยีใหม่ๆ ในธุรกิจอาหาร โดยภายในงานได้มีการจัดแสดงสินค้าจากคู่ค้าของแม็คโครกว่า 300 ร้านค้า ซึ่งมีผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมงานกว่า 72,355 ราย เป็นสมาชิกแม็คโคร 12,908 ราย นอกจากนี้ ภายในงานได้จัดให้มีการแข่งขันการประกอบอาหารระดับโลก “Makro HoReCa Challenge 2019” อีกด้วย







แม็คโคร โฮเรก้า ชาเลนจ์ 2562 (MAKRO HORECA CHALLENGE 2019)

แม็คโคร โฮเรก้า ชาเลนจ์ 2562 เป็นการแข่งขันประกอบอาหารที่ได้รับการรับรองจากสมาคมเชฟโลก (World Association of Chef Societies: WACS) ที่จัดขึ้นภายใต้แนวคิด “Makro Asian Culinary Challenge” โดยการแข่งขันในปีนี้มีความท้าทายยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้เข้าแข่งขันต้องประกอบอาหารเอเชียจากวัตถุดิบปริศนาและตกแต่งจานในรูปแบบตะวันตก ซึ่งการแข่งขันแบ่งประเภทออกเป็น รุ่นเยาวชน (ประเภทบุคคล) และรุ่นมืออาชีพ (ประเภททีม) ในปีนี้มีผู้ให้ความสนใจสมัครเข้าร่วมการแข่งขันมากถึง 608 ราย โดยเป็นผู้สมัครที่มีคุณสมบัติครบถ้วน 84 ราย จาก 7 ประเทศ ได้แก่ ไทย จีน กัมพูชา ฮ่องกง เมียนมาร์ สิงคโปร์ และเวียดนาม โดยผู้ชนะจะได้เป็นตัวแทนทีมประเทศไทยเข้าร่วมแข่งขันในงาน Food and Hotel Asia (FHA) 2020 ที่ประเทศสิงคโปร์

มิตรแท้โชห่วย

แม็คโครตระหนักถึงความท้าทายที่ร้านโชห่วยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพตลาดค้าปลีกและค้าส่งในประเทศไทย แม็คโครจึงดำเนินโครงการมิตรแท้โชห่วยอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อย (ร้านโชห่วย) ซึ่งเป็นหนึ่งในลูกค้าหลักของแม็คโครให้มีศักยภาพเติบโตเคียงคู่ไปกับสังคมไทยอย่างยั่งยืน ผ่านการให้ความรู้โดยการฝึกอบรมการบริหารจัดการร้านค้าด้วยหลักสูตร “8 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จ” ได้แก่ การจัดหาทำเลที่ตั้งร้าน การเลือกสินค้า การตั้งราคาเพื่อสร้างผลกำไรสูงสุด การจัดผังร้านและจัดเรียงสินค้า การตกแต่งร้าน การส่งเสริมการขาย การบริหารคลังสินค้า และการสร้างความแตกต่างให้กับร้านค้าปลีก ในปี 2562 มีร้านโชห่วยเข้าร่วมโครงการมิตรแท้โชห่วยเพิ่มขึ้น 7,168 ร้านหรือคิดเป็นร้อยละ 16 โดยพบว่า ร้านโชห่วยที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้นตั้งแต่ร้อยละ 15

จำนวนร้านโชห่วยที่เข้ารับคำปรึกษาจากมิตรแท้โชห่วย

2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
470	1,827	4,491	6,159	10,948	15,939	20,354	26,000	31,336	38,577	46,610	52,384
	+289%	+146%	+37%	+78%	+46%	+28%	+28%	+20%	+23%	+20%	+12%

มิตรแท้โชห่วยพลัส

จากการดำเนินโครงการมิตรแท้โชห่วย พบว่า ร้านโชห่วยบางร้านที่เข้าร่วมโครงการมียอดขายสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดดมักจะประสบปัญหาในการรับมือกับการบริหารจัดการร้านที่มีปัญหาเพิ่มขึ้นตามมาเช่นกัน เนื่องจากเวลาในการบริหารจัดการที่จำกัดและความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น แม็คโครจึงพัฒนาโครงการมิตรแท้โชห่วยพลัส ขึ้นเพื่อต่อยอดสำหรับร้านโชห่วยดังกล่าว ซึ่งเป็นการสนับสนุนการเติบโตทางธุรกิจของลูกค้าอย่างต่อเนื่องและการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว โดยโครงการดังกล่าวจะครอบคลุมการดำเนินงานตั้งแต่ การนำสินค้าต้นทางจากผู้ผลิตผ่านแม็คโครไปถึงมือผู้บริโภค (B2B2C) โดยระยะเริ่มแรกจะเริ่มจากการเสริมรายได้ด้วยสินค้าที่มีกำไรสูงผ่านแนวคิดรูปแบบธุรกิจร้านค้าปลีก “ครัวชุมชน” ที่ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมองว่าร้านค้าปลีกควรมีอาหารให้บริการ ควบคู่กับหลักสูตรการเรียนรู้ 24 ชั่วโมงผ่านแพลตฟอร์ม โชห่วยไทย.com เพื่อปูแนวคิดการจัดการร้านค้าปลีกยุคใหม่ ให้แก่เจ้าของร้านและในระยะถัดไปโครงการจะพัฒนารูปแบบร้านค้าปลีกต้นแบบที่เชื่อมต่อกับระบบประมวลผลขนาดใหญ่ บริการสั่งและส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ การส่งเสริมภาพลักษณ์ใหม่ เพื่อสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับโชห่วยไทย ทั้งนี้ แม็คโครได้ให้คำแนะนำสำหรับการขยายร้านค้าและการให้บริการเพิ่มเติม อาทิ บริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ บริการต่อ พรบ.ประกันภัย รวมถึงสนับสนุนการพัฒนาระบบการจัดการร้านค้าให้มีประสิทธิภาพขึ้น



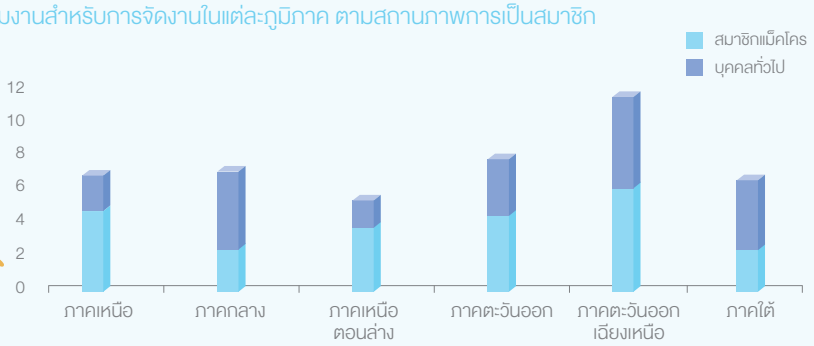
โครงการมิตรแท้โชห่วยพลัส

เจ้าของร้านค้าปลีก **(1,529 ร้านค้า)**
ยอดขายเพิ่มขึ้นรวม : **275 ล้านบาท**
กำไรเพิ่มขึ้น : **55 ล้านบาท (20%)**
สร้างยอดขายเพิ่มในสินค้ากลุ่มอื่น
คนในชุมชนประหยัดเวลาและค่าเดินทาง

ตลาดนัดโชห่วย ครั้งที่ 11 (11TH MAKRO RETAILER EXPO)

ตลาดนัดโชห่วยเป็นโครงการที่ต่อยอดมาจากโครงการมิตรแท้โชห่วย ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีต่อเนื่องกันเป็นปีที่ 11 เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันของผู้ประกอบการรายย่อยให้พร้อมรับมือกับเทคโนโลยีใหม่และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งเป็นการสร้างแรงบันดาลใจแก่ลูกค้า และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับคู่ค้า ความพิเศษของตลาดนัดโชห่วยครั้งที่ 11 ที่แตกต่างกับการจัดงานครั้งก่อน คือ มีการจัดงานใน 6 ภูมิภาค เพื่อเพิ่มโอกาสและอำนวยความสะดวกให้กับร้านโชห่วยในต่างจังหวัดเข้างาน โดยภายในงานมีกิจกรรมให้ความรู้ในการบริหารร้านค้าปลีกแบบมืออาชีพจากทีมงานแม็คโครมิตรแท้โชห่วย และการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการร้านโชห่วยทั่วไปและร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ พร้อมแสดงร้านโชห่วยต้นแบบที่ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่ได้ไปต่อยอดธุรกิจของตน นอกจากนี้ ได้มีการออกร้านของคู่ค้าแม็คโครและร้านค้าโอทอปในท้องถิ่น ทั้งนี้ มีผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมงานทั้งสิ้น 60,000 ราย







โครงการครัวชุมชน

โครงการครัวชุมชนถือเป็นอีกหนึ่งโครงการที่ต่อยอดมาจากโครงการมิตรแท้โชห่วย เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับร้านโชห่วยและช่วยยกระดับร้านโชห่วยให้กลายเป็นศูนย์กลางชุมชนในการจำหน่ายอาหารแช่แข็งที่มีคุณภาพ สดใหม่ สะอาด ปลอดภัย สามารถเก็บรักษาได้นาน ถูกหลักอนามัย ลดยอดการสูญเสียของสินค้า รวมถึงเป็นร้านค้าที่คนในชุมชนสามารถนำผักผลไม้ หรือสินค้าในชุมชน มาฝากจำหน่ายได้ในลักษณะการแบ่งปันเพื่อสร้างความสุขในชุมชน

โครงการยกระดับเนื้อโคไทยด้วยเทคโนโลยี 4.0

โครงการยกระดับเนื้อโคไทยด้วยเทคโนโลยี 4.0 เป็นหนึ่งในโครงการที่แม็คโครนำเอานวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ที่เรียกว่า Skin Pack มาใช้กับสินค้าเนื้อวัว ซึ่งสามารถรักษาอายุสินค้าได้นานถึง 3 สัปดาห์ เพื่อแก้ปัญหาสินค้าไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย ชิ้นสินค้าไม่ได้มาตรฐาน และลดขั้นตอนการทำงานของพนักงานในการตัด และแพ็คชิ้นเนื้อ โดยแม็คโครได้จัดหาผู้ผลิตที่มีศักยภาพและพร้อมที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ไปด้วยกันในอนาคต นอกจากนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์แล้ว แม็คโครได้ร่วมมือกับทางเกษตรกร โรงงานผู้ผลิต หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนในการส่งเสริมการเลี้ยงโคและพัฒนาคุณภาพเนื้อโคเพื่อเพิ่มมาตรฐานเนื้อโคไทยสู่ระดับสากล และเพื่อให้ได้สินค้าเนื้อวัวที่มีคุณภาพสำหรับจำหน่ายในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครต่อไป



โครงการยกระดับเนื้อโคไทยด้วยเทคโนโลยี 4.0

เพิ่มอายุสินค้าจาก 3 วันเป็น 21 วัน
เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ในการได้สินค้าคุณภาพเทียบเท่าสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ในราคาย่อมเยา



องค์กรที่คน
อยากเข้ามาร่วมงาน



องค์กรที่คน
อยากเข้ามาร่วมงาน

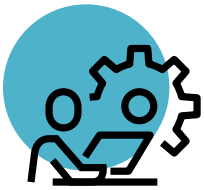
(Disclosure 103-1)

นอกเหนือจากการเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ มุ่งหวังเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจให้สามารถปรับตัวและตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการขยายตัวของตลาดและโอกาสทางการค้าในต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นความท้าทายที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและการบริหารงานการผลักดันให้พนักงานแม็คโครเติบโตไปพร้อมกับองค์กรร่วมขับเคลื่อนในการสร้างความยั่งยืน การเติบโตทางธุรกิจและส่งมอบผลประโยชน์แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายเป็นประเด็นที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

ดังนั้น แม็คโครจึงตั้งเป้าหมายเพื่อพัฒนาบริษัทฯ ให้เป็นองค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน (Employer of Choice) โดยกำหนดเป็นหนึ่งในเป้าหมายหลัก 5 ประการ เน้นการเสริมสร้างทักษะใหม่ให้แก่พนักงาน สร้างแรงบันดาลใจในการทำงานและมีประสบการณ์ที่ดีในการเข้ามาร่วมงานกับแม็คโคร โดยแม็คโครได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม และแบ่งหมวดหมู่กิจกรรมที่ดำเนินการออกเป็น 4 มิติ ประกอบด้วย



การบริหารทรัพยากร
บุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ



สิทธิมนุษยชน
และการปฏิบัติด้านแรงงาน



การบริหารจัดการ
ด้านอาชีวอนามัย
และความปลอดภัย



การปลูกฝัง
ความคิดเชิงนวัตกรรม

01



กระบวนการ
การบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนการดำเนินงาน
มุ่งพัฒนาความรู้ ทักษะ และศักยภาพของพนักงานทุกคนเพื่อให้พนักงานทุกระดับมีความพร้อมในรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และเสริมสร้างแนวคิดเรื่องความยั่งยืนลงในการทำธุรกิจ

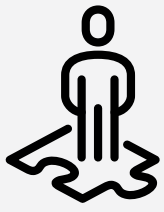
02



กระบวนการ
การดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน
มุ่งปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับหลักสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติด้านแรงงานทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อให้พนักงานทุกคนได้รับความเสมอภาคและความเป็นธรรมในการทำงาน

03



กระบวนการ
การบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

ขั้นตอนการดำเนินงาน
มุ่งส่งเสริมความตระหนักในการสำรวจความเสี่ยงและการประเมินระดับความเสี่ยงในสภาพแวดล้อมการทำงานเพื่อดูแลอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานให้สอดคล้องกับกฎหมายท้องถิ่น พร้อมทั้งพัฒนาการบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานให้เทียบเท่ากับมาตรฐานสากล

04



กระบวนการ
การปลูกฝังความคิดเชิงนวัตกรรม

ขั้นตอนการดำเนินงาน
มุ่งปลูกฝังแนวคิดทางด้านนวัตกรรม ส่งเสริมความกล้าในการแสดงออกและเวทีแห่งความคิด ผลิตพนักงานที่สามารถขับเคลื่อนงานนวัตกรรมผ่านโครงการนวัตกรรมและการลงมือปฏิบัติจริง

มิติที่ 1 : การบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ

(Disclosure 103-1, 103-2)

แม็คโครตระหนักเสมอว่าพนักงานเป็นฟันเฟืองสำคัญที่ช่วยพัฒนาธุรกิจให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตลอดจนทำให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมั่นคงและต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับความยั่งยืนและความเป็นเลิศในอุตสาหกรรมค้าปลีกและค้าส่ง ด้วยเหตุนี้ แม็คโครจึงให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นประจำและต่อเนื่อง โดยกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลของแม็คโครประกอบด้วย 6 กระบวนการหลัก ได้แก่ 1) การสรรหาบุคคลเข้ามาร่วมงานกับองค์กร 2) พัฒนาศักยภาพของพนักงาน 3) การประเมินผลการทำงาน 4) การให้รางวัลและผลตอบแทน 5) การจัดการข้อมูลพนักงาน และ 6) การออกจากองค์กร โดยในแต่ละขั้นตอนหลักประกอบด้วยขั้นตอนในการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 33 ขั้นตอนย่อย

กระบวนการ	ขั้นตอนการดำเนินงาน
1. การสรรหาบุคคล (Hire / Deploy)	**1.1 การวางแผนกำลังพล** (Manpower Planning) **1.2 การกำหนดเกณฑ์สำหรับการสรรหาบุคคล** (Requisition) **1.3 การประกาศและการสรรหาบุคคล** (Job Posting and Sourcing) **1.4 การคัดเลือกผู้สมัครเข้าทำงาน** (Screen Candidate) **1.5 การบริหารจัดการการสัมภาษณ์** (Interview Management) **1.6 การบริหารจัดการข้อเสนอเข้าร่วมทำงาน** (Offer Management) **1.7 การจ้างพนักงานผ่านสถาบันศึกษา** (Campus Hiring) **1.8 การจ้างงานผู้จัดการฝึกหัด** (Management Trainee Hiring) **1.9 การช่วยเหลือพนักงานในการปรับตัว** (Onboarding)
2. พัฒนาศักยภาพของพนักงาน (Develop)	**2.1 การวิเคราะห์การฝึกอบรมที่จำเป็น** (Training Needs Analysis) **2.2 การเสนอโครงการอบรม** (Training Program Nomination) **2.3 การประเมินผลหลังการอบรม** (Post Training Evaluation) **2.4 โครงการผู้จัดการฝึกหัด** (Management Trainee Program) **2.5 โครงการพนักงานที่มีศักยภาพสูง** (Hi-Potential Program) **2.6 การเลื่อนตำแหน่ง** (Promotion) **2.7 การโยกย้ายตำแหน่งและสถานที่ทำงาน** (Transfer)
3. การประเมินผลการทำงาน (Assess)	**3.1 การจัดตั้งเป้าหมายในการทำงาน** (Goal Setting) **3.2 การทบทวนและประเมินผลการทำงาน** (Review and Evaluation) **3.3 การบริหารจัดการศักยภาพการทำงาน** (Performance Management) **3.4 การจัดทำแผนสำหรับผู้สืบทอด** (Succession Planning)

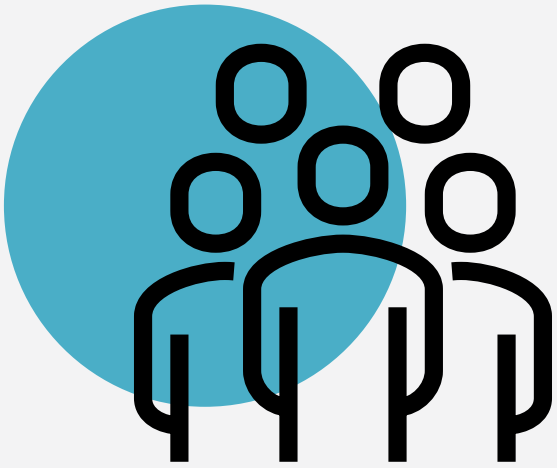
กระบวนการ	ขั้นตอนการดำเนินงาน
4. การให้รางวัลและผลตอบแทน (Reward)	**4.1 การเพิ่มเงินเดือนและโบนัส** (Increment/ Bonus) **4.2 ค่าตอบแทนจูงใจระยะสั้น** (Short-term Incentive) **4.3 การปรับแก้ไขเงินเดือนเพิ่มเติม** (Off-Cycle Salary Adjustment) **4.4 การบริหารการจ่ายเงินพนักงาน** (Payroll Admin) **4.5 การบริหารผลประโยชน์พนักงาน** (Benefit Admin) **4.6 การบริหารวันลาพนักงาน** (Leave Application/ Admin)
5. การจัดการข้อมูลและการสื่อสารกับพนักงาน (Manage)	**5.1 การสื่อสารกับพนักงาน** (Employee Communication) **5.2 การวิเคราะห์และการรายงานข้อมูลทรัพยากรบุคคล** (HR Analytics and Reporting) **5.3 การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล** (Personal Data Maintenance) **5.4 การปรับเปลี่ยนสายงาน** (Job Status Change)
6. การออกจากองค์กร (Exit)	**6.1 การออกจากองค์กรโดยสมัครใจ** (Voluntary Exit) **6.2 การออกจากองค์กรโดยไม่สมัครใจ** (Involuntary Exit) **6.3 การสัมภาษณ์สำหรับการออกจากองค์กร** (Exit Interview)

นอกจากนี้ แม็คโครได้นำระบบดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้กับกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resources Process Digitized) เพื่ออำนวยความสะดวก และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการระบบมากขึ้น โดยปัจจุบัน แม็คโครนำระบบดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ในในขั้นตอนการดำเนินงานครอบคลุมทุกขั้นตอนการดำเนินการหลัก เช่น การสรรหาและคัดเลือกบุคคล การพัฒนาและคัดเลือกหลักสูตรอบรมศักยภาพพนักงาน การจ่ายค่าตอบแทนและจัดการวันลาของพนักงาน เป็นต้น

กระบวนการที่ 1 : การสรรหาบุคคล

แม็คโครตระหนักและมุ่งมั่นสรรหาพนักงานทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้แม็คโครบรรลุเป้าหมายการเป็นองค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน (Employer of Choice) โดยได้ประยุกต์ใช้แนวทางการสรรหาพนักงาน 3 แนวทางอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การสร้างอัตลักษณ์องค์กร (Employer Branding) การใช้เครื่องมือในการสรรหาพนักงานที่หลากหลายและทันสมัย (A Variety of Up-to-date Selection Tools) และกระบวนการช่วยเหลือพนักงานในการปรับตัวในระยะแรกของการเริ่มทำงาน (Onboarding and Assimilation) เพื่อคัดเลือกผู้สมัครงานให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานที่เปิดรับและสามารถปฏิบัติงานภายใต้กลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจของแม็คโคร ทั้งนี้ แม็คโครได้ประเมินประสิทธิภาพการสรรหาพนักงานจากอัตราการตอบรับข้อเสนอการทำงาน ซึ่งในปี 2562 อัตราการตอบรับฯ อยู่ที่ร้อยละ 90

อัตราการตอบรับข้อเสนอการทำงาน



2562
(2019)

ร้อยละ
90



1. การสร้างอัตลักษณ์องค์กร (Employer Branding)

การสร้างอัตลักษณ์องค์กรเป็นหนึ่งในแนวทางที่สร้างความสนใจของบุคคลภายนอกในการรับรู้การดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์ การดำเนินการกิจกรรมเพื่อสังคม และความเป็นแม็คโคร ในปี 2562 แม็คโครได้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะงานที่น่าสนใจ อาทิ เนื้องานที่ท้าทาย ความก้าวหน้าในสายงาน โอกาสการทำงานที่หลากหลาย และความมั่นคงของแม็คโคร ผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

โดยปี 2562 แม็คโครได้เพิ่มการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลในการเสริมสร้างอัตลักษณ์องค์กรผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เพื่อดึงดูดผู้สมัครที่มีศักยภาพส่งเสริมการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของแม็คโคร เช่น ศักยภาพด้านการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายและการค้าต่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งช่องทางออนไลน์ที่แม็คโครใช้ประชาสัมพันธ์ อาทิ Linkedin ซึ่งเป็นช่องทางหลักสำหรับการสรรหาพนักงาน โดยมีจำนวนผู้ติดตามใน Linkedin ทั้งหมด 19,350 คน โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2561 6,500 คน

ขณะที่การสรรหาพนักงานผ่านช่องทางออฟไลน์เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สำคัญในการเสริมสร้างอัตลักษณ์องค์กร แม็คโครยังคงดำเนินการดังกล่าวอย่างต่อเนื่องภายใต้ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในประเทศไทย โดยมีกิจกรรม อาทิ การจัดงานโรดโชว์ (Roadshow) การเปิดโอกาสให้นักศึกษามหาวิทยาลัยเข้ามาฝึกงาน และกิจกรรมเปิดบ้านแม็คโคร (Open House) โดยเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะงานขององค์กรแก่ผู้ที่ได้รับโอกาสเข้าร่วมฝึกงาน

2. เครื่องมือในการสรรหาพนักงานที่หลากหลายและทันสมัย (A Variety of Up-to-date Selection Tools)

ในปี 2562 แม็คโครได้เริ่มใช้กระบวนการ E-Recruitment ที่อำนวยความสะดวก และเพิ่มความรวดเร็วในการสมัครงาน ให้กับผู้สมัครงาน อีกทั้งเป็นประโยชน์กับพนักงานที่รับผิดชอบในการสรรหาพนักงาน อาทิ การลดลงของขั้นตอนและจำนวนชั่วโมงในการสรรหาพนักงาน และช่วยให้การคัดกรองมีความแม่นยำมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้แม็คโครได้รับรางวัลสู่ความเป็นเลิศด้านกระบวนการ (Approval Process Excellence Awards) นอกจากนี้ แม็คโครได้ใช้เครื่องมือที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสรรหาพนักงานให้สอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร อาทิ แบบประเมิน Hogan Test และการสัมภาษณ์แบบอิงพฤติกรรม (Behavior-based Interview) เป็นต้น



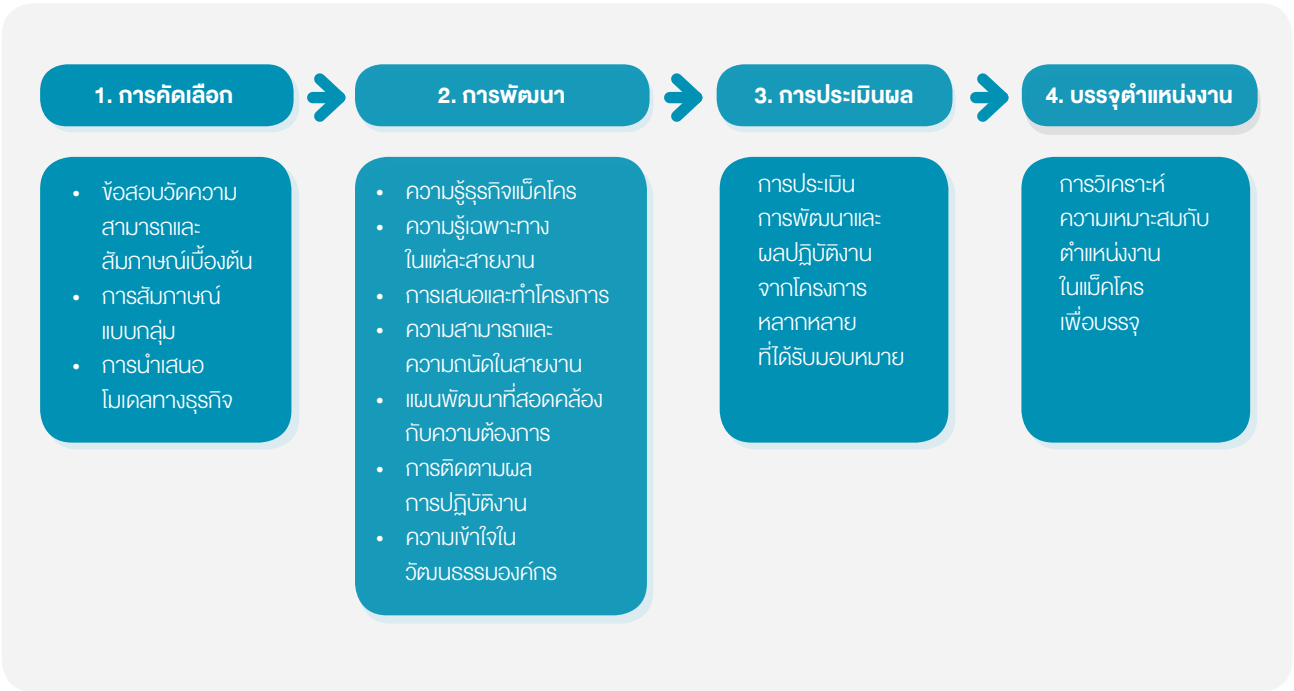


Hogan Test เป็นเครื่องมือสำหรับประเมินผู้สมัคร โดยพิจารณา 5 มิติ ประกอบด้วย บุคลิกภาพ พัฒนาการ แรงจูงใจ/ค่านิยม/ความพึงพอใจ การตัดสินใจทางธุรกิจ และวิจารณญาณ ซึ่งช่วยให้แม็คโครเข้าใจบุคลิกภาพของผู้สมัครในด้านต่างๆ



การสัมภาษณ์แบบอิงพฤติกรรม เป็นการสัมภาษณ์ผู้สมัครโดยตั้งคำถามเพื่อให้ผู้สมัครเล่าเหตุการณ์ประทับใจ ซึ่งทำให้แม็คโครสามารถประเมินและพิจารณาผู้สมัครดังกล่าวในด้านพฤติกรรม ความสำเร็จ ความสามารถในการคิดแบบรวบยอด การตอบสนองหรือแก้ปัญหา ภายใต้สถานการณ์ที่ดีหรือยากลำบาก รวมทั้งผลลัพธ์ที่ได้จากสถานการณ์ดังกล่าว

นอกจากนี้ แม็คโครยังดำเนินโครงการส่งเสริมเยาวชนที่มีพรสวรรค์ (Young Talent Program) อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลากว่า 5 ปี ด้วยความมุ่งมั่นที่จะเชิญชวนคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความสามารถหลากหลายภายใต้สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวแม็คโคร โดยผู้เข้าร่วมโครงการฯ จะได้รับการฝึกอบรมและฝึกปฏิบัติงานทั้งในแผนกที่ตนเองสนใจและแผนกอื่น ๆ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแม็คโครได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนกลายเป็นกำลังสำคัญที่สนับสนุนให้ธุรกิจของแม็คโครดำเนินไปได้อย่างมั่นคง สำหรับในปี 2562 มีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้นกว่า 1,726 คน ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมจำนวน 42 คน ตอบรับข้อเสนอในการปฏิบัติงานเต็มเวลาร่วมกับแม็คโคร



จากการนำเครื่องมือที่หลากหลายและทันสมัยในการสรรหาพนักงานมาใช้ในองค์กร ส่งผลให้แม็คโครสามารถสรรหาพนักงานที่มีศักยภาพเหมาะสมกับการขยายตัวทางธุรกิจและสาขาของแม็คโครได้อย่างเพียงพอ ซึ่งสามารถรับมือกับความท้าทายที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยปี 2562 แม็คโครมีพนักงานใหม่ทั้งสิ้น 5,581 คน

3. กระบวนการช่วยเหลือพนักงานในการปรับตัวในระยะแรกของการเริ่มทำงาน (Onboarding & Assimilation)

การปรับตัวให้เข้ากับการทำงานในระยะแรกถือเป็นช่วงเวลาที่สำคัญต่อพนักงานใหม่ ซึ่งหากพนักงานใหม่ไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับการทำงานได้อย่างเหมาะสมแล้ว พนักงานใหม่อาจตัดสินใจลาออกจากการเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวแม็คโคร ดังนั้น แม็คโครจึงให้ความสำคัญกับกระบวนการช่วยเหลือพนักงานใหม่ในการปรับตัวช่วงแรกของการเริ่มทำงาน เพื่อรักษาพนักงานใหม่ให้สามารถทำงานกับองค์กรได้อย่างเหมาะสมโดยมีความเข้าใจระบบการทำงานและทำงานร่วมเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ ประสิทธิภาพกระบวนการช่วยเหลือพนักงานฯ สามารถประเมินได้จากจำนวนพนักงานใหม่ที่สามารถปรับตัวเข้ากับวรรณธรรมองค์กรและลดอัตราการลาออกก่อนช่วงการประเมินการทดลองงาน (Probation Period) สำหรับปี 2562 แม็คโครได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้กระบวนการช่วยเหลือพนักงานฯ อาทิ การให้คำแนะนำสำหรับการเริ่มทำงานในระยะแรก การฝึกอบรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมของแม็คโครและจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้อง การติดตามประเมินผลการทำงานและความพึงพอใจของพนักงานใหม่ในช่วงสามเดือนแรก

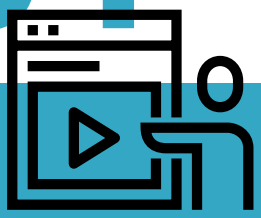
กระบวนการที่ 2 : การพัฒนาศักยภาพพนักงาน

(Disclosure 103-1, 103-2, 103-3, 404-1, 404-2)

การพัฒนาพนักงานถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน อีกทั้งเป็นการส่งเสริมให้พนักงานมีความก้าวหน้าในสายงานที่คาดหวัง ยกระดับความผูกพันในการรักแม็คโคร และมั่งคงที่ทำงานร่วมกับแม็คโครต่อไปในระยะยาว ทั้งนี้ แม็คโครได้วางแผนและพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมแก่พนักงานทุกสายงานอย่างครอบคลุม โดยเน้นประเด็นด้านดิจิทัลและความเป็นผู้นำ (Leadership) รวมถึงเน้นการพัฒนาด้านภาษา เพื่อรองรับการเติบโตและการขยายธุรกิจในต่างประเทศ สำหรับในปี 2562 แม็คโครได้จัดโครงการฝึกอบรมจำนวนมากโดยเชิญผู้เชี่ยวชาญหน่วยงานภายในและภายนอกมาเป็นวิทยากรบรรยาย เช่น โครงการพัฒนาผู้บริหารและพนักงานสายงานปฏิบัติการ (Store Operations Development Program) โครงการอบรมเรื่องความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม (Cultural Sensitive Training) และการอบรมผ่านระบบการจัดเรียนการสอนแบบออนไลน์ (M-Learning) ฯลฯ ซึ่งผู้ที่เข้าร่วมโครงการฝึกอบรมจะได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะที่แตกต่างกันออกไปตามบทบาทหน้าที่ (Functional skills) (อาทิ ความรู้ด้านการบริหารจัดการ ความรู้ด้านดิจิทัล ความรู้ด้านนวัตกรรม) และทักษะด้านอารมณ์ (Soft skills) (อาทิ ทักษะการเล่าเรื่อง ศิลปะการนำเสนองานทางธุรกิจ ทักษะความเป็นผู้นำ)

นอกจากนี้ แม็คโครได้จัดให้มีโครงการต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับพนักงานที่กำลังจะเกษียณอายุ เช่น การขยายหรือต่ออายุการทำงานหลังจากเกษียณอายุในบางตำแหน่ง เพื่อให้มั่นใจว่าแม็คโครสามารถบริหารจัดการพนักงานทุกคนได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพตลอดระยะเวลาที่พนักงานร่วมงานกับแม็คโคร รวมไปถึงการมีคุณภาพชีวิตที่ดีภายหลังเกษียณอายุการทำงาน

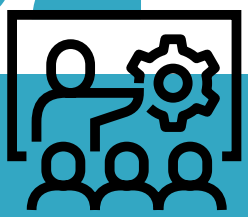
01



ระบบการจัดเรียนการสอนแบบออนไลน์ (M-LEARNING)

เป็นระบบที่เปิดให้ผู้สอนสามารถสร้างบทเรียนออนไลน์ทั้งในรูปแบบเสียงและวีดีโอ ในขณะเดียวกันยังเปิดให้ผู้เรียนเข้ามาเรียนรู้และรับการทดสอบ ตลอดจนการประเมินผล โดยผู้สอน ผู้เรียน และผู้บริหารระบบสามารถเข้าใช้งาน M-Learning ได้จากทุกสถานที่และทุกเวลา ผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ทั้งนี้ ในปี 2562 มีพนักงานแม็คโครมากกว่า 12,000 คน เข้าใช้งานและเรียนรู้ในระบบ M-Learning

02



โครงการอบรมเรื่องความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม (CULTURAL SENSITIVE TRAINING)

เป็นโครงการฝึกอบรมสำหรับพนักงานคนไทยที่จะไปปฏิบัติงานในสาขาต่างประเทศ หรือพนักงานชาวต่างชาติที่จะมาปฏิบัติงานในสาขาประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้และตระหนักถึงวัฒนธรรมและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องในประเทศจุดหมาย ส่งเสริมให้พนักงานมีความมั่นใจในการสนทนา เข้าใจหลักการสื่อสารด้วยวาจา และการแสดงออกผ่านพฤติกรรมที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน โดยมีเนื้อหาการอบรมที่ครอบคลุมรายละเอียดประเทศจุดหมาย ข้อมูลวัฒนธรรมในประเทศจุดหมาย และการใช้ภาษาในชีวิตประจำวันขั้นพื้นฐาน ทั้งนี้ ในปี 2562 แม็คโครจัดอบรมไปทั้งสิ้น 4 ครั้ง ได้แก่ วัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมกัมพูชา วัฒนธรรมจีน และวัฒนธรรมพม่า

03



โครงการพัฒนาผู้บริหารและพนักงานสายงานปฏิบัติการ (STORE OPERATIONS DEVELOPMENT PROGRAM)

เป็นโครงการที่ดำเนินการต่อเนื่องมากว่า 9 ปี ซึ่งมี 9 หลักสูตรย่อย ที่ดำเนินการโดยหน่วยงานนวัตกรรมของแม็คโคร มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานประจำสาขาและส่งเสริมการเลื่อนตำแหน่งภายในแม็คโคร (Internal Promotion) สำหรับปี 2562 มีการพัฒนาหลักสูตร STAR Plus program เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของผู้บริหารอาทิ การบริหารจัดการความเป็นผู้นำที่ดี และการเข้าใจบุคคลอย่างถ่องแท้ (Empathy) ซึ่งเป็นหลักสูตรที่มีผู้เข้าร่วมมากที่สุด นอกจากหลักสูตรดังกล่าวแล้ว แม็คโครได้พัฒนาหลักสูตรเพิ่มเติมอีก 2 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรพัฒนาพนักงานระดับ 2 (Staff 2 Development Program) และหลักสูตรซุปเปอร์สตาร์ (Super Star)

นอกจากนี้ แม็คโครยังตระหนักถึงการให้โอกาสความก้าวหน้าในสายงานของพนักงานอย่างเหมาะสม เพื่อช่วยเติมเต็มความคาดหวังและสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงานในการพัฒนาศักยภาพของตนเองให้สูงสุด โดยมีการจัดโครงการ “Internal Job Opening Announcement” ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่องที่ได้ดำเนินการเป็นระยะเวลากว่า 2 ปี โดยเปิดโอกาสให้พนักงานที่มีความรู้ความสามารถที่เหมาะสมไปปฏิบัติงานในสาขาต่างประเทศ เช่น ประเทศกัมพูชา สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา สาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศอินเดีย เป็นต้น

ทั้งนี้ จากการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมโอกาสความก้าวหน้าในสายงาน แม็คโครได้ประเมินประสิทธิภาพของกระบวนการดังกล่าวจากผลการเลื่อนตำแหน่งภายในแม็คโคร (Internal Promotion) ซึ่งตั้งเป้าหมายไว้ที่ร้อยละ 80 โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่ง 2 ปัจจัย ได้แก่ การประเมินศักยภาพและการเสริมสร้างศักยภาพในการทำงาน และการรักษาพนักงาน



2559

การเลื่อตำแหน่งภายใน
1,238 คน
การจ้างคนจากภายนอก
944 คน



2560

การเลื่อตำแหน่งภายใน
1,417 คน
การจ้างคนจากภายนอก
894 คน



2561

การเลื่อตำแหน่งภายใน
1,418 คน
การจ้างคนจากภายนอก
923 คน



2562

การเลื่อตำแหน่งภายใน
1,370 คน
การจ้างคนจากภายนอก
536 คน

กระบวนการที่ 3 : การประเมินผลในการทำงาน

(Disclosure 404-3)

แม็คโครให้ความสำคัญกับการประเมินศักยภาพในการทำงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้พนักงานทุกคนได้รับโอกาสในการปรับเลื่อนตำแหน่ง โดยในแต่ละปี แม็คโครเริ่มต้นการประเมินศักยภาพของพนักงานด้วยการประเมินแบบ 360 องศา ซึ่งเป็นการประเมินที่รวบรวมความคิดเห็นจากหลายฝ่าย ตั้งแต่ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน ตลอดจนความคิดเห็นจากการประเมินตนเองของพนักงาน เพื่อให้องค์กรสามารถรวบรวมมุมมองจากหลายส่วนที่เกี่ยวกับด้านพฤติกรรมและการปฏิบัติงานของพนักงานได้อย่างครบถ้วน

ในขณะเดียวกัน แม็คโครเปิดโอกาสให้พนักงานได้สื่อสารความคาดหวังในการทำงานและความก้าวหน้าในสายงานของตนเองแก่ผู้บังคับบัญชา ตลอดจนรับทราบเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในปีที่ผ่านมาทั้งจุดเด่นที่ควรรักษาและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และจุดด้อยที่ควรปรับปรุงจากผู้บังคับบัญชา หลังจากนั้น พนักงานจะจัดทำแผนพัฒนาเฉพาะบุคคล (Individual Development Plan) ร่วมกับผู้บังคับบัญชา เพื่อเป็นแผนการพัฒนาของพนักงานสำหรับปีถัดไป ทั้งนี้ ในปี 2562 พนักงานทั้งหมดเข้าร่วมจัดทำแผนพัฒนากับผู้บังคับบัญชา

หลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาดังกล่าว ผู้บังคับบัญชาจะนำส่งและสื่อสารรายละเอียดแผนดังกล่าวแก่ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบนำข้อมูลที่ได้รับไปพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมและจัดเตรียมเนื้อหาการฝึกอบรมให้เหมาะสมกับพนักงาน เพื่อสนับสนุนให้พนักงานทุกคนสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดในแผนพัฒนาตลอดจนได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพและความสามารถที่เหมาะสมกับสายงาน

กระบวนการที่ 4 : การให้รางวัลและผลตอบแทน

(Disclosure 401-2)

แม็คโครมุ่งมั่นในการรักษาพนักงานทุกคนให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน การพิจารณาเรื่องการให้ผลตอบแทนแก่พนักงานอย่างเหมาะสม เป็นอีกหนึ่งแนวทางหลักในการสร้างความพึงพอใจและรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กร โดยแม็คโครมีการให้สวัสดิการและผลการตอบแทนต่างๆ ที่เทียบเท่าบริษัทชั้นนำอื่นๆ ในอุตสาหกรรม การปรับเงินเดือน และให้โบนัสแก่พนักงานตามความเหมาะสม นอกจากนี้ แม็คโครยังสร้างแรงจูงใจและชื่นชมสำหรับบุคลากรที่ปฏิบัติงานครบอายุงาน ด้วยการมอบของที่ระลึกเพื่อแสดงความขอบคุณจากบริษัทฯ

กระบวนการที่ 5 : การจัดการข้อมูล และการสื่อสารกับพนักงาน

แม็คโครมีการนำระบบดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้กับการจัดการข้อมูล และการสื่อสารกับพนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ไปพร้อมกับการสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงาน โดยระบบดิจิทัลที่นำมาใช้จะช่วยแม็คโครวิเคราะห์ และรายงานข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับพนักงาน เช่น ชั่วโมงการทำงาน วันลา ได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ

ด้านการสื่อสารกับพนักงาน แม็คโครได้จัดให้มีช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นอย่างต่อเนื่อง เช่น การติดป้ายประกาศ การสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันแม็คโครคอนเน็ค (Makro connect) การสื่อสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น โดยแม็คโครได้รวบรวมความคาดหวังและความต้องการของพนักงานไปปรึกษาหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการตอบสนองต่อความคาดหวังและความต้องการของพนักงาน ซึ่งส่งผลให้พนักงานเกิดความเชื่อมั่นต่อองค์กรที่ใส่ใจกับพนักงานอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอ ซึ่งในปี 2562 พบว่ามี 5 ประเด็นที่พนักงานให้ความสนใจและแม็คโครควรให้ความสำคัญ ได้แก่ 1. ความก้าวหน้าในสายงาน 2. ความเป็นผู้นำของพนักงานอาวุโส 3. การเรียนรู้และการพัฒนา 4. การยอมรับและการให้รางวัล 5. ความพร้อมและจำนวนของพนักงาน เพื่อสนองตอบต่อประเด็นดังกล่าว แม็คโครได้ดำเนินโครงการต่างๆ อาทิ การพัฒนาภาวะผู้นำของพนักงานระดับอาวุโส บริษัทได้มีการฝึกอบรมให้กับพนักงานระดับ Top 50 ในโครงการ Makro Leadership 4.0 และในระดับ Top 300 ในโครงการ Star และ Star Plus เพื่อเพิ่มศักยภาพในการสื่อสารและทิศทางทางธุรกิจ การสร้างระบบการเรียนรู้แบบออนไลน์ (M-Learning) เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้ทุกที่ทุกเวลา และการทบทวนอัตรากำลังของพนักงานในส่วนงานที่สำคัญของธุรกิจ มีกระบวนการสรรหาและวางแผนผู้สืบทอดตำแหน่งงานที่สำคัญ

กระบวนการที่ 6 : การออกจากองค์กร

(Disclosure 401-1)

แม็คโครมีการประเมินผลด้านอัตราการลาออกของพนักงาน ซึ่งส่วนหนึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพของกระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของแม็คโคร โดยในปี 2562 แม็คโครมีอัตราการลาออกโดยสมัครใจของพนักงานอยู่ที่ร้อยละ 77.5 ทั้งนี้ แม็คโครมีการสัมภาษณ์พนักงานที่ได้แจ้งความประสงค์ว่าจะลาออก (Exist interview) เพื่อประเมินถึงความพึงพอใจ ปัญหาที่พบ ข้อเสนอแนะต่างๆ รวมถึงสาเหตุที่ต้องการลาออก เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาองค์กรต่อไป รวมถึงพัฒนาแนวทางที่จะรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรให้ยาวนาน

มิติที่ 2 : สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

(Disclosure 103-1, 103-2, 103-3)

ปัจจุบันประชาคมโลกกำลังให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกิดจากหลายภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไป ด้วยเหตุนี้ แม็คโครจึงตระหนักถึงการดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานให้ครอบคลุมทุกสาขา โดยในปี 2562 แม็คโครได้เน้นการดำเนินในเรื่องดังกล่าวผ่านกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนต่อพนักงานทุกคนทุกตำแหน่งงาน รวมถึงให้มีการปฏิบัติด้านแรงงานที่เหมาะสม ซึ่งหากมีการดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานที่ดีและเหมาะสมแล้ว จะส่งผลให้พนักงานอยู่กับองค์กรได้อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ แม็คโครได้ประเมินประสิทธิภาพการดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานโดยพิจารณาจากจำนวนข้อร้องเรียนผ่านช่องทางการร้องทุกข์ของแม็คโคร เช่น กล่องรับความคิดเห็น ศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า โดยปี 2562 แม็คโครไม่มีกรณีที่เกี่ยวข้องสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

1. การดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชน

(Disclosure 103-2, 412-1, 412-2)

แม็คโครดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนอย่างเคร่งครัด โดยเริ่มจากการเคารพสิทธิมนุษยชนและป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนต่อพนักงานทุกคนทุกตำแหน่งงานตามนโยบายสิทธิมนุษยชนของแม็คโคร ตลอดจนจัดให้มีการอบรมด้านสิทธิมนุษยชนแก่พนักงานและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในกิจกรรมธุรกิจของแม็คโคร

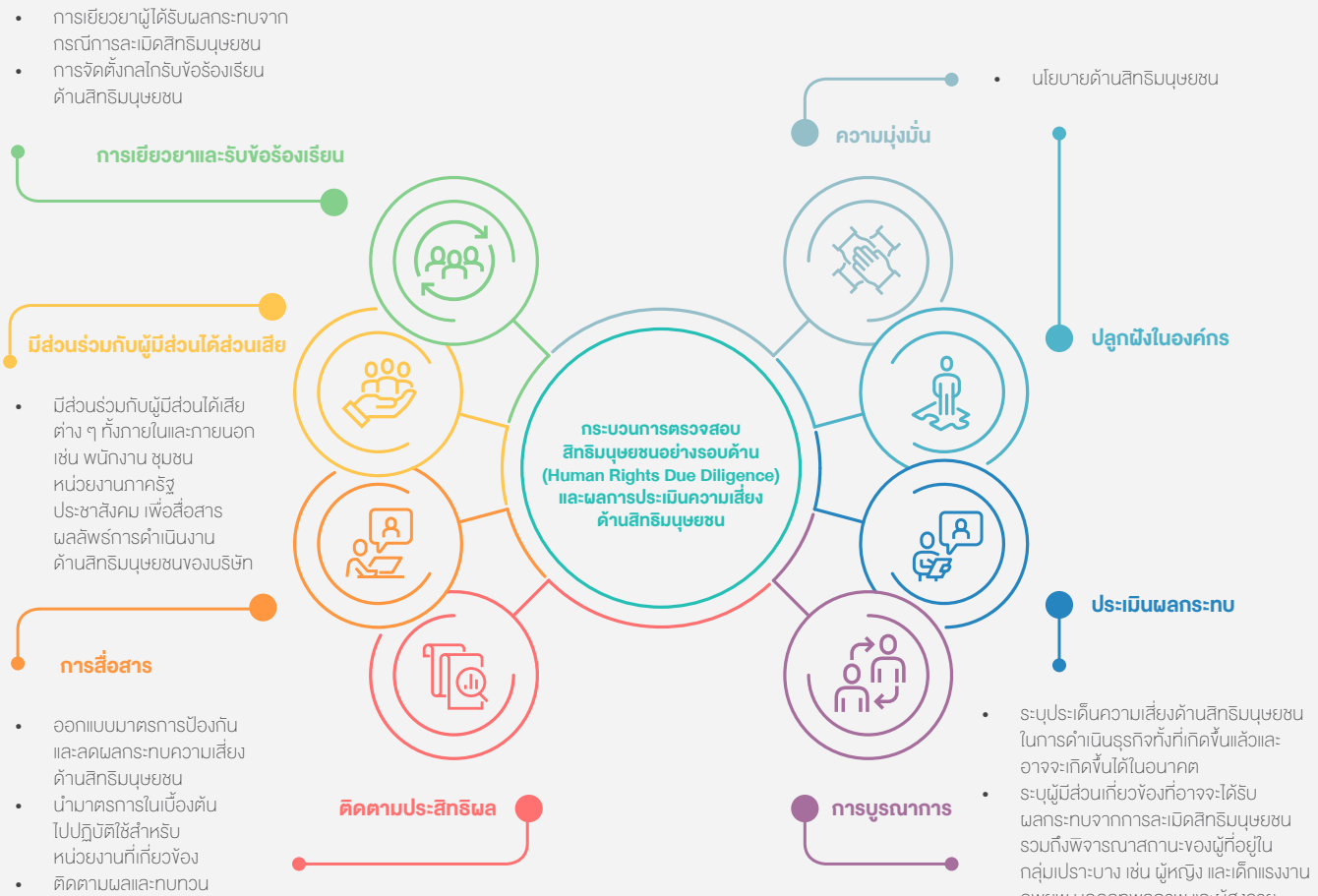
นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

ในปีที่ผ่านมา แม็คโครได้ดำเนินธุรกิจและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายตามนโยบายสิทธิมนุษยชนของแม็คโครซึ่งสอดคล้องกับหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (The International Labor Organization Declaration on Fundamental Principles and Right at Work) รวมทั้งสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติและหลักการของข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ (The UN Global Compact) สำหรับนโยบายดังกล่าวเริ่มประกาศใช้อย่างเป็นทางการตั้งแต่ปี 2560 โดยใช้เป็นแนวทางปฏิบัติครอบคลุมทั้งบริษัทสยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยของแม็คโคร นอกจากนี้ แม็คโครยังเล็งเห็นความหลากหลายทางเชื้อชาติจึงได้แปลนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนในหลายภาษา เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายของแม็คโครเข้าใจนโยบายดังกล่าวได้อย่างเท่าเทียม

กระบวนการติดตามตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการติดตามตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน โดยในปี 2562 แม็คโครได้ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนร่วมกับบริษัทในกลุ่ม โดยประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ (Salient issues) ซึ่งมีระดับความเสี่ยงที่หลงเหลืออยู่ (Residual risks) อยู่ในระดับสูง ที่เกี่ยวข้องกับแม็คโครคือประเด็นสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานสาขา ทั้งนี้ แม็คโครตระหนักถึงความสำคัญในการจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นจากประเด็นดังกล่าว จึงมีการติดตามและกำหนดมาตรการป้องกันที่เหมาะสมเพิ่มเติมเพื่อจัดการความเสี่ยงดังกล่าว เช่น การฝึกอบรมพนักงานที่เข้มข้นขึ้น การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อความปลอดภัยที่สูงขึ้น เป็นต้น โดยสามารถอ่านรายละเอียดเกี่ยวกับมาตรการจัดการประเด็นนี้ในเรื่องอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (หน้าที่ 97-98)

ทั้งนี้ แม็คโครวางแผนดำเนินการตามกระบวนการติดตามตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านทุกปี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดหาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่มีผลกระทบต่อดำเนินธุรกิจของแม็คโคร


การเยียวยาและรับข้อร้องเรียน
• การเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน
• การจัดตั้งกลไกรับข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน
มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
• มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เช่น พนักงาน ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ประชาสังคม เพื่อสื่อสารผลลัพธ์การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัท
การสื่อสาร
• ออกแบบมาตรการป้องกันและลดผลกระทบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
• นำมาตรการในเบื้องต้นไปปฏิบัติใช้สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
• ติดตามผลและทบทวนกระบวนการ
ติดตามประสิทธิผล
กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) และผลการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
ความมุ่งมั่น
• นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน
ปลูกฝังในองค์กร
ประเมินผลกระทบ
• ระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจทั้งที่เกิดขึ้นแล้วและอาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต
• ระบุผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่อาจจะได้รับผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงพิจารณาสถานะของผู้ที่อยู่ในกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้หญิง และเด็กแรงงานอพยพ บุคคลทุพลภาพ และผู้สูงอายุ
• การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
การบูรณาการ

2. การปฏิบัติด้านแรงงาน

Disclosure 102-41, 103-2, 401-2)

ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทฯ แม็คโครได้ปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงานทั้งในระดับประเทศและระดับสากลอย่างเคร่งคัด เพื่อให้การปฏิบัติด้านแรงงานในองค์กรดำเนินไปอย่างเป็นธรรม และมีสภาพการจ้างงานที่เหมาะสม เช่น ชั่วโมงการทำงานที่เหมาะสม สภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม สวัสดิการพนักงานที่เหมาะสม เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ ในปี 2562 แม็คโครได้พัฒนาสภาพการจ้างงาน ผ่านการเทียบเคียงกับบริษัทอื่น ๆ ภายในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันและสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำไปสู่การจัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ (คสส.) ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 โดยคณะกรรมการถือเป็นหน่วยงานส่วนกลางที่รับผิดชอบในการชี้แจงตลอดจนรับฟังข้อเสนอแนะและประเด็นด้านสวัสดิการจากพนักงาน นอกจากนี้ พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อกังวลผ่านช่องทางร้องทุกข์ของแม็คโคร เช่น กล่องรับความคิดเห็น ศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า และแอพพลิเคชั่นของแม็คโคร ซึ่งเป็นช่องทางที่แม็คโครจัดขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นและข้อกังวล

ที่ผ่านมา แม็คโครได้ดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อเคารพสิทธิของพนักงาน โดยพนักงานทุกคนต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ปราศจากการแบ่งแยกเชื้อชาติ สีผิว สัญชาติ ศาสนา ความทุพพลภาพ อายุ เพศ ความพึงพอใจทางเพศ และสถานภาพอื่นใดตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน สำหรับในปี 2562 โครงการต่างๆ ที่แม็คโครได้ดำเนินการมีการสอดแทรกเนื้อหาส่งเสริมการปฏิบัติด้านพนักงานอย่างเท่าเทียม รวมถึงสนับสนุนสิทธิและบทบาทความเป็นผู้นำของพนักงานหญิง อาทิ หลักสูตร STAR Development ภายใต้โครงการพัฒนาผู้บริหารและพนักงานสายงานปฏิบัติการ ซึ่งเป็นโครงการที่ช่วยพัฒนาศักยภาพและเตรียมความพร้อมในการปรับเลื่อนตำแหน่งของผู้เข้าร่วม โดยในปี 2562 มีผู้เข้าร่วมที่เป็นพนักงานหญิง 10 คน และพนักงานชาย 5 คน ทั้งนี้ ในภาพรวมขององค์กร พบว่า แม็คโครมีพนักงานหญิงในระดับผู้บริหาร ร้อยละ 57.82 จากพนักงานในระดับผู้บริหารทั้งหมด

55.48%
พนักงานหญิง
ต่อแรงงานทั้งหมด

58.33%
พนักงานหญิง
ผู้บริหารระดับสูงทั้งหมด
(Top management)

57.82%
พนักงานหญิง
ผู้บริหารระดับสูงทั้งหมด
(ระดับผู้บริหาร
ผู้บริหารระดับสูง)

58.06%
พนักงานหญิง
ระดับผู้บริหารทั้งหมด
(Junior management)

51.57%
พนักงานหญิง
ระดับผู้บริหารที่อยู่ใน
หน่วยงานที่สร้างรายได้ให้
แก่องค์กร

หากพิจารณาเทียบเคียงกับบริษัทภายในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง พบว่า แม็คโครได้พัฒนาสวัสดิการพนักงานอยู่ในระดับมาตรฐานที่ดี โดยในปี 2562 พนักงานประจำและพนักงานชั่วคราวในประเทศไทยได้รับสวัสดิการต่าง ๆ มากมาย เช่น สวัสดิการด้านสุขภาพ สวัสดิการสำหรับพนักงานที่เป็นบุคคลทุพพลภาพ วันลาเพื่อดูแลภรรยาและบุตร (Parental Leave) และวันลาคลอด (Maternity Leave) เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แม็คโครยังคงแสวงหาโอกาสในการพัฒนาการปฏิบัติด้านแรงงานอยู่เสมอ โดยตระหนักว่าการปฏิบัติด้านแรงงานที่ดีและเหมาะสมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของแม็คโคร รวมถึงช่วยรักษาพนักงานให้อยู่ปฏิบัติงานกับแม็คโครต่อไปในระยะยาวโดยเฉพาะการเคารพและป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องต่อพนักงาน และความมุ่งมั่นการพัฒนาการปฏิบัติด้านแรงงานดังกล่าวจะช่วยผลักดันให้แม็คโครกลายเป็นองค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงานได้อย่างสมบูรณ์แบบ

มิติที่ 3 : การบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

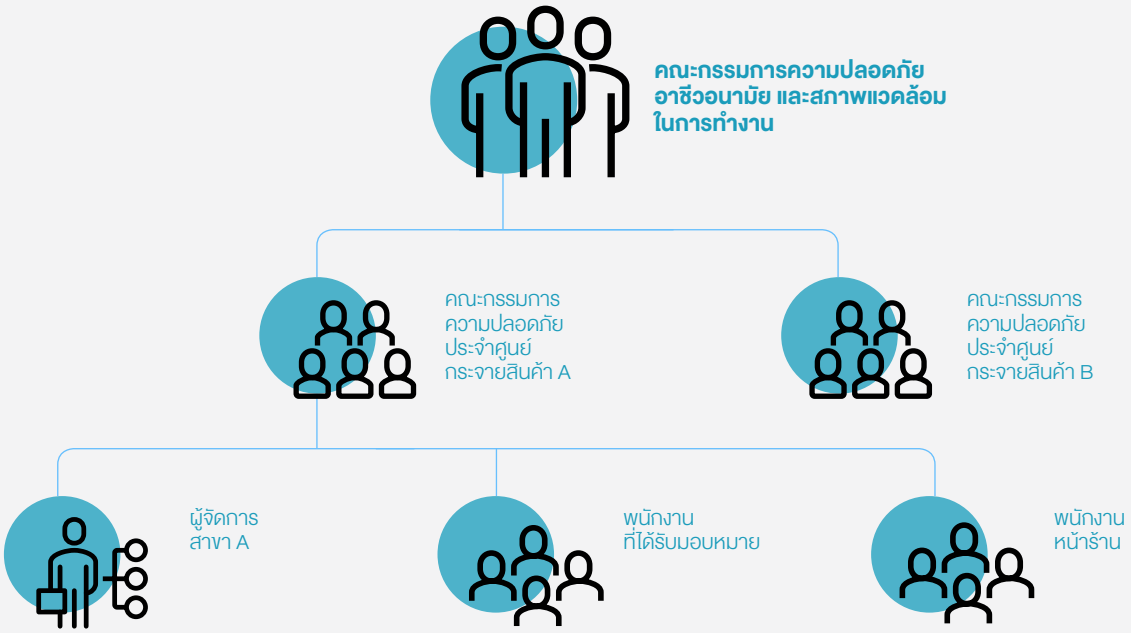
(Disclosure 103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-9)

พนักงานเป็นทรัพยากรอันล้ำค่าขององค์กรที่ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีประสิทธิภาพ แม็คโครจึงให้ความสำคัญเป็นมาก กับพนักงานในเรื่องอาชีวอนามัยและความปลอดภัย โดยมีการกำหนดนโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่ครอบคลุมสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระบบในการทำงาน มาตรการป้องกันและควบคุมความเสี่ยง การฝึกอบรมพนักงาน และการบริหารสุขอนามัยและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ปฏิบัติงาน ด้วยนโยบายดังกล่าว แม็คโครจึงยกระดับระบบบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในทุกพื้นที่ปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน ISO 45001

แม็คโครได้จัดให้มีคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งมีหน้าที่ประเมินและจัดการความเสี่ยง ฝึกอบรมพนักงาน ส่งเสริมสุขภาพพนักงาน และรับข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ แม็คโครได้จัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยประจำศูนย์กระจายสินค้า ซึ่งคณะกรรมการประกอบด้วยตัวแทนพนักงานสาขาแต่ละตำแหน่งตั้งแต่พนักงานหน้าร้านจนถึงผู้จัดการสาขา โดยทำหน้าที่ติดตามการดำเนินการในแต่ละพื้นที่ และสื่อสารผลการดำเนินการประจำเดือนผ่านกิจกรรม “SGM safety talk” เพื่อสร้างความตระหนักในเรื่องความปลอดภัย ขอความร่วมมือจากพนักงานในการดำเนินการ และพัฒนาการบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของแม็คโครให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

โครงสร้างผู้มีหน้าที่รับผิดชอบการบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย



ระบบการบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

การประเมินและจัดการความเสี่ยง

การส่งเสริมสุขภาพโดยภาพรวม

การฝึกอบรมพนักงาน

กระบวนการรับข้อร้องเรียน

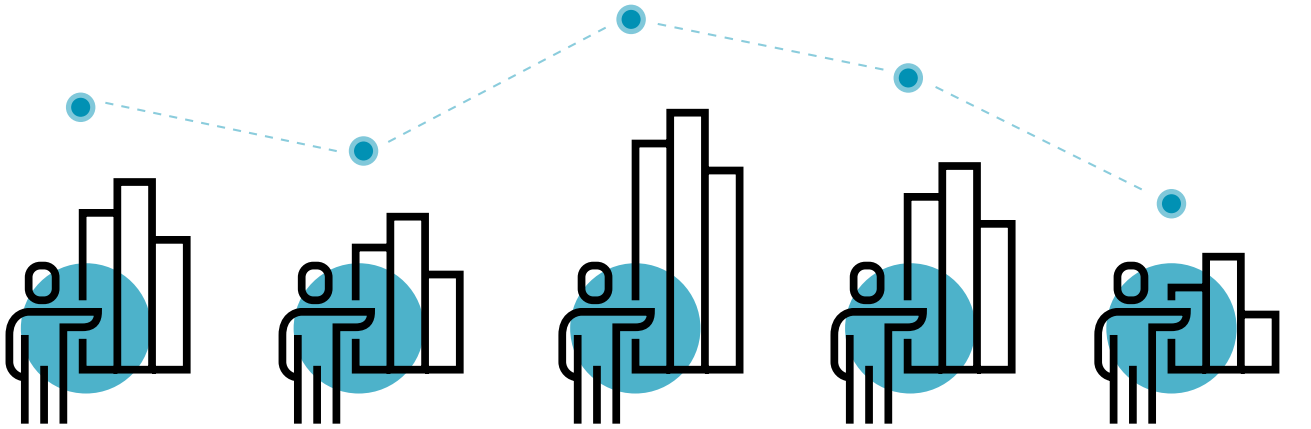
1. การประเมินและการจัดการความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน

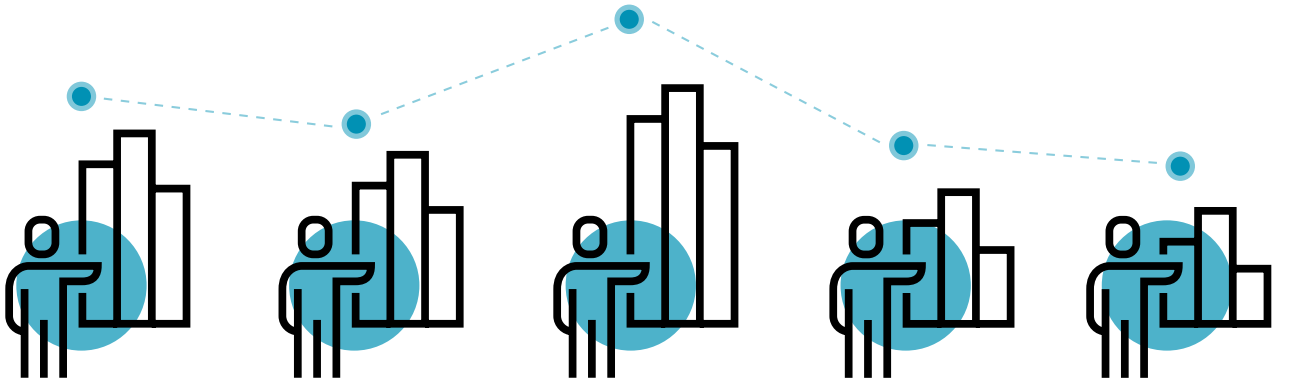
ผู้จัดการในหน้าที่ประจำสาขา (Duty Manager) เป็นผู้รับผิดชอบในการประเมินความเสี่ยงประจำวันผ่านการตรวจประเมิน Duty checklist ที่ครอบคลุมทุกกิจกรรมในสาขาและกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยนำผลที่ได้ไปใช้ในการออกแบบหรือปรับปรุงระบบบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยต่อไป

ทั้งนี้ พนักงานสามารถแจ้งหรือรายงานความเสี่ยงต่อหัวหน้างานทันทีหากพบว่าอยู่ในสถานการณ์การปฏิบัติงานที่มีความเสี่ยงเกินกว่าระดับที่กำหนด เพื่อให้หัวหน้างานตัดสินใจประเมินสถานการณ์และสั่งหยุดการทำงาน โดยในปี 2564 แม็คโครวางแผนปรับใช้นโยบายการหยุดทำงานในกรณีที่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน (Stop Work Authority) สำหรับกรณีเกิดอุบัติเหตุที่อาจส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงาน ณ ศูนย์จำหน่ายสินค้า แม็คโครจะดำเนินการสอบสวนอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นและจัดทำรายงานอุบัติเหตุเพื่อแจ้งต่อผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้บังคับบัญชาตามสายงาน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้บริหารสูงสุด ให้ทราบเหตุการณ์และมาตรการป้องกันและแก้ไขภายใน 24 ชั่วโมงหลังเกิดเหตุ

ปี 2562 แม็คโครสามารถบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด จากการที่มีระบบบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย อาทิ การฝึกอบรมพนักงาน และการพัฒนาแอปพลิเคชั่นเพื่อรายงานอุบัติเหตุ ซึ่งสถิติอัตราการหยุดงานจากอุบัติเหตุของพนักงาน เท่ากับ 2.92 กรณีต่อล้านชั่วโมงการทำงาน และอัตราการบาดเจ็บทุกประเภท เท่ากับ 0.24 กรณีต่อล้านชั่วโมงการทำงาน

Makro Safety Index for all workers





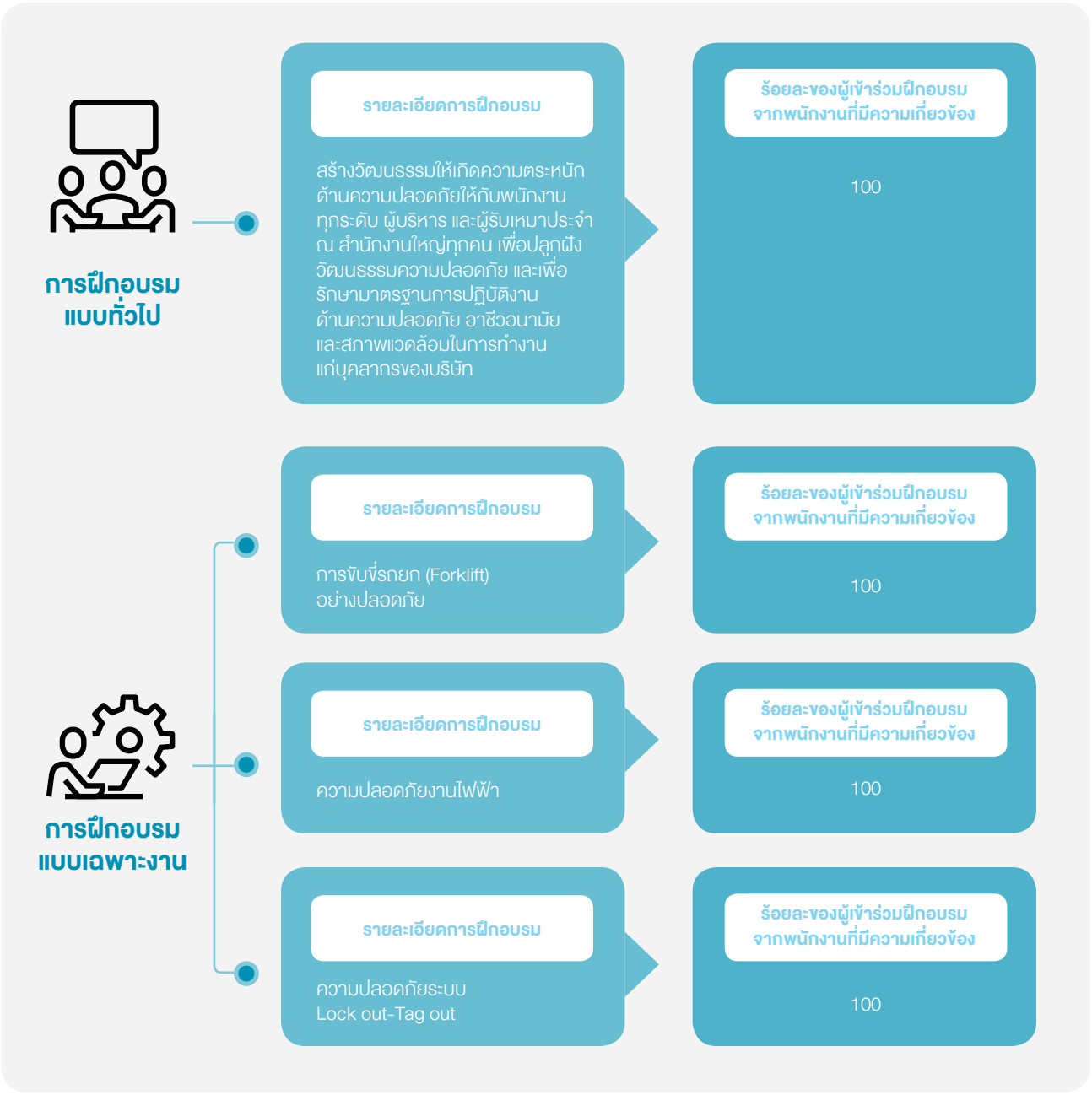
2559	2560	2561	2562	เป้าหมาย
อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท (LTIFR)	อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท (LTIFR)	อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท (LTIFR)	อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท (LTIFR)	อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท (LTIFR)
2.78	2.13	4.05	0.24	0

2. การฝึกอบรมด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

แม็คโครมุ่งเน้นสร้างความตระหนักรู้ ทักษะ และศักยภาพในการบริหารจัดการด้านอาชีวนามัยและความปลอดภัยให้แก่พนักงาน จึงได้จัดการฝึกอบรมด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยประกอบไปด้วยการฝึกอบรมทั่วไปและการฝึกอบรมเฉพาะงาน โดยในปี 2562 มีการปรับและเพิ่มเติมการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับความเสี่ยงและความท้าทายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ดังนี้

การฝึกอบรมแบบทั่วไป

รายละเอียดการฝึกอบรม	ร้อยละของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมจากพนักงานที่มีความเกี่ยวข้อง
Safety Talk การพูดคุยกับผู้จัดการประจำสาขาในประเด็นด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เพื่อวางแผนแนวทางในการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย (Safety culture) ในแต่ละสาขา	100



3. การส่งเสริมสุขภาพพนักงานโดยรวม

แม็คโครจัดให้มีกิจกรรมการตรวจสุขภาพประจำปีให้กับพนักงานทุกคนโดยโรงพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลมาให้บริการถึงสถานที่ปฏิบัติงาน และอำนวยความสะดวกสำหรับพนักงานต่างชาติ โดยมีล่ามแปลภาษา รวมถึงมีการจัดสวัสดิการการรักษาพยาบาลให้กับพนักงานตามกฎหมาย/ข้อบังคับของแต่ละประเทศ สำหรับพนักงานที่มีความเสี่ยงจะได้รับการตรวจสุขภาพโดยแพทย์เฉพาะทางด้านอาชีวอนามัยเป็นผู้ตรวจประเมินอาการและให้คำแนะนำแก่พนักงาน เพื่อเฝ้าระวังโรคที่เกิดจากการทำงานและดูแลรักษาพนักงานให้มีสุขภาพอนามัยที่ดี ทั้งนี้ ผลการตรวจสุขภาพของพนักงานจะได้รับการคุ้มครองตามนโยบายการรักษาความเป็นส่วนตัวโดยข้อมูลสุขภาพของพนักงานจะไม่ถูกนำไปใช้พิจารณาปรับเปลี่ยนสภาพการจ้างงานแต่อย่างใด นอกจากนี้ แม็คโครยังจัดกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพให้กับพนักงานตลอดทั้งปี อาทิ กิจกรรมออกกำลังกาย กิจกรรมกีฬาสีประจำสาขา และจัดสถานที่สำหรับออกกำลังกาย ณ สำนักงานใหญ่

4. ช่องทางการแสดงความคิดเห็นและการรับข้อร้องเรียน

ผู้มีส่วนได้เสียสามารถติดต่อพนักงานแม็คโครเพื่อแจ้งข้อคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ได้ทุกช่องทางติดต่อสื่อสารกับบริษัท

มิติที่ 4 : การปลูกฝังความคิดเชิงนวัตกรรม

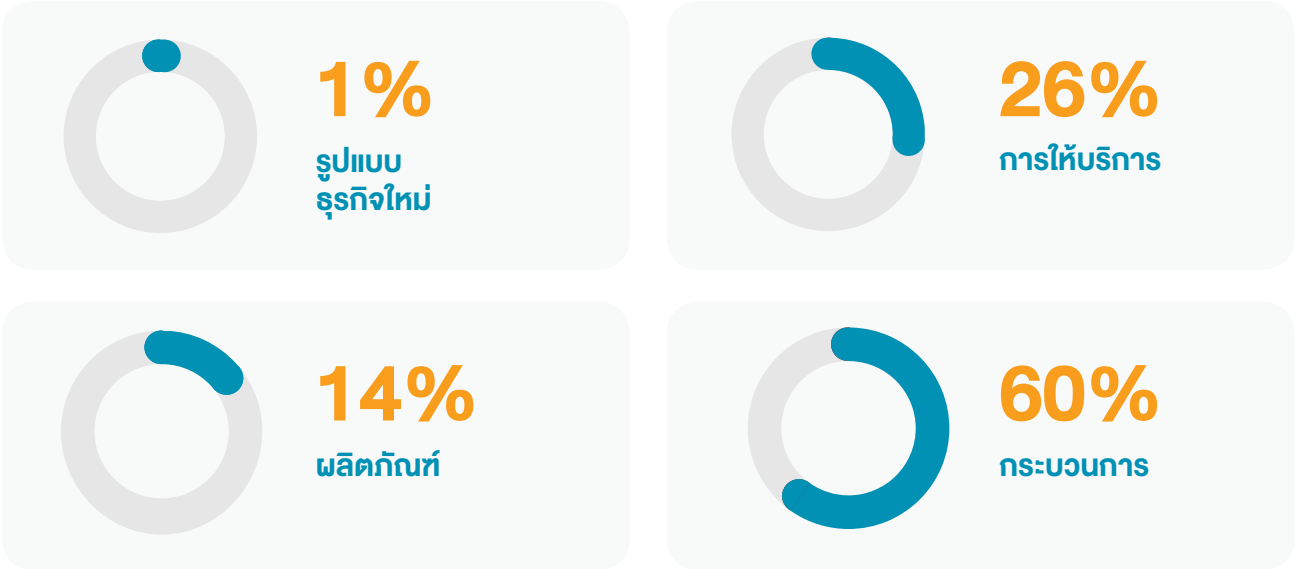
(Disclosure 103-1, 103-2, 103-3)

ความท้าทายด้านเทคโนโลยีภายในกลุ่มอุตสาหกรรมค้าปลีกและค้าส่ง และการปลูกฝังความคิดเชิงนวัตกรรมแก่พนักงานทั้งในประเทศและต่างประเทศถือเป็นฟันเฟืองสำคัญที่กระตุ้นให้แม็คโครนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น ตลอดจนสนับสนุนให้แม็คโครสามารถคงความได้เปรียบในอุตสาหกรรม โดยใช้โอกาสในการขยายตลาดและก้าวขึ้นเป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมค้าปลีกและค้าส่ง

ในปี 2562 มีโครงการนวัตกรรม ทั้งสิ้น 692 โครงการ ในจำนวนนี้มีพนักงานที่เข้าร่วมโครงการรวม 1,461 คน นอกจากนี้ยัง มีการจัดกิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วมของพนักงานต่อนวัตกรรม ทั้งกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร ตลอดทั้งปี โดยมีพนักงานที่เข้าร่วม 4,331 คน

ส่งผลให้แม็คโครสามารถ ปลูกฝังความคิดเชิงนวัตกรรม โดยพิจารณาจาก จำนวนนวัตกร ทั้งสิ้น 316 คน แบ่งเป็น ผู้ช่วยนวัตกรใหม่ 244 คน นวัตกรระดับ 1 - 52 คน และนวัตกรระดับ 2 - 20 คน

สัดส่วนของโครงการแบ่งตามประเภทนวัตกรรม ปี 2562





ภาคผนวก

เกี่ยวกับ
รายงานฉบับนี้

(Disclosure 102-50, 102-51, 102-52, 102-54)

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี 2562 เป็นฉบับที่ 3 ต่อเนื่องจากปี 2561 โดยรายงานความยั่งยืนฉบับนี้เป็นรายงานที่จัดทำสอดคล้องตามมาตรฐานการรายงานด้านความยั่งยืนของ Global Reporting Initiative (GRI Standard) แบบทางเลือกหลัก (Core) และมาตรฐานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารผลการดำเนินงานของแม็คโคร ที่สะท้อนให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยผลการดำเนินงานที่นำเสนอในรายงานฉบับนี้เป็นผลการดำเนินงานของแม็คโคร และบริษัทย่อยในประเทศไทย (“แม็คโคร”) ครอบคลุมตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2562

วัตถุประสงค์หลักของการจัดทำรายงานฉบับนี้คือ เพื่อสื่อสารประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อธุรกิจ โดยครอบคลุมในด้านของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงนำเสนอถึงความมุ่งมั่น เป้าหมาย และผลการดำเนินงานที่ช่วยในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ นั่นคือ “มุ่งเป็นที่หนึ่งเรื่องการจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ” และสานต่อความมุ่งมั่นในการเป็น “คู่คิดธุรกิจ” อย่างยั่งยืน

ขอบเขตรายงาน

(Disclosure 102-46, 102-53)

ผลการดำเนินงานในรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ครอบคลุมประเด็นความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของแม็คโครในประเทศไทย โดยแม็คโครจัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ นำเสนออยู่บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ : www.siammakro.co.th สำหรับผลการดำเนินงานด้านการเงินแสดงในรายงานประจำปีหน้า 143

หากมีข้อเสนอแนะ ข้อสงสัยเพิ่มเติม หรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อบริษัทฯ ได้ที่

สำนักงานใหญ่ :
เลขที่ 1468 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์ : 0-2067-8999
Call Center : 02-335-5300
อีเมล : sustainability@siammakro.co.th

ผลการดำเนินงาน
ด้านความยั่งยืน

ข้อมูลด้านบุคลากรและการฝึกอบรม

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2559	2560	2561	2562	หมายเหตุ
จำนวนพนักงาน							
	จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	13,365	13,786	14,560	15,212	
	• ชาย	คน	6,069	6,211	6,592	6,773	
	• หญิง	คน	7,297	7,575	7,968	8,439	
	พนักงานประจำ จำแนกตามภูมิภาค						
	• ภาคเหนือ (ชาย)	คน	725	761	793	800	
	• ภาคเหนือ (หญิง)	คน	645	620	624	629	
	• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ชาย)	คน	1,370	1,374	1,435	1,443	
	• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (หญิง)	คน	1,336	1,366	1,357	1,366	
	• ภาคตะวันตก (ชาย)	คน	323	302	343	351	
	• ภาคตะวันตก (หญิง)	คน	447	440	467	465	
	• ภาคกลาง (ชาย)	คน	2,181	2,365	2,518	2,605	
102-8	• ภาคกลาง (หญิง)	คน	2,909	3,199	3,452	3,698	
	• ภาคตะวันออก (ชาย)	คน	502	472	528	631	
	• ภาคตะวันออก (หญิง)	คน	705	717	810	1,007	
	• ภาคใต้ (ชาย)	คน	930	907	930	940	
	• ภาคใต้ (หญิง)	คน	1,223	1,209	1,227	1,265	
	จำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง						
	จำนวนพนักงานเต็มเวลา	คน	13,296	13,732	14,484	15,200	
	• ชาย	คน	6,031	6,181	6,547	6,770	
	• หญิง	คน	7,265	7,551	7,937	8,430	
	จำนวนพนักงานไม่เต็มเวลา	คน	69	54	76	67	
	• ชาย	คน	37	30	45	43	
	• หญิง	คน	32	24	31	24	

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2559	2560	2561	2562	หมายเหตุ
ความหลากหลายของพนักงาน							
	จำแนกตามระดับ						
	ผู้บริหารระดับสูง (Top Management)	คน	20	20	27	24	
	• ชาย	คน	11	11	14	10	
	• หญิง	คน	9	9	13	14	
	ผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management)	คน	184	190	202	203	
	• ชาย	คน	85	79	85	87	
	• หญิง	คน	99	111	117	116	
	ผู้บริหาร (Management)	คน	975	1,023	1,112	527	
	• ชาย	คน	426	446	478	221	
	• หญิง	คน	549	577	634	306	
405-1	พนักงานระดับปฏิบัติการ (Officer)	คน	12,114	12,515	13,155	14,458	
	• ชาย	คน	5,507	5,646	5,973	6,455	
	• หญิง	คน	6,607	6,869	7,182	8,003	
	จำแนกตามอายุ						
	อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	4,979	5,200	5,493	5,735	
	• ชาย	คน	2,355	2,446	2,671	2,734	
	• หญิง	คน	2,624	2,754	2,822	3,001	
	อายุ 30-50 ปี	คน	8,027	8,224	8,637	9,075	
	• ชาย	คน	3,543	3,600	3,724	3,892	
	• หญิง	คน	4,484	4,624	4,913	5,183	
	อายุมากกว่า 50 ปี	คน	287	324	366	457	
	• ชาย	คน	131	136	155	187	
	• หญิง	คน	156	188	211	270	

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2559	2560	2561	2562	หมายเหตุ
401-1	**การจ้างงานใหม่**						
	จำนวนพนักงานใหม่ทั้งหมด	คน	5,633	5,701	6,131	5,581	
	• ชาย	คน	2,589	2,700	2,944	2,586	
	• หญิง	คน	3,044	3,001	3,187	2,995	
	จำแนกตามอายุ						
	อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	3,555	3,673	3,963	3,585	
	• ชาย	คน	1,636	1,752	1,969	1,726	
	• หญิง	คน	1,919	1,921	1,994	1,859	
	อายุ 30-50 ปี	คน	2,072	2,019	2,160	1,982	
	• ชาย	คน	948	944	971	851	
	• หญิง	คน	1,124	1,075	1,189	1,131	
	อายุมากกว่า 50 ปี	คน	6	9	8	14	
	• ชาย	คน	5	4	4	9	
	• หญิง	คน	1	5	4	5	
	การลาออก						
	จำนวนพนักงานประจำลาออกทั้งหมด	คน	4,587	5,281	5,110	4,617	
	• ชาย	คน	2,121	2,558	2,457	2,246	
	• หญิง	คน	2,466	2,723	2,653	2,371	
	จำแนกตามอายุ						
	อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	2,548	2,899	2,918	2,609	
	• ชาย	คน	1,143	1,401	1,407	1,334	
	• หญิง	คน	1,405	1,498	1,511	1,275	
	อายุ 30-50 ปี	คน	2,024	2,344	2,158	1,961	
	• ชาย	คน	970	1,135	1,034	881	
	• หญิง	คน	1,054	1,209	1,124	1,080	
	อายุมากกว่า 50 ปี	คน	15	38	34	47	
	• ชาย	คน	8	22	16	31	
	• หญิง	คน	7	16	18	16	

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2559	2560	2561	2562	หมายเหตุ
	การฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน						
	ค่าเฉลี่ยการฝึกอบรมจำแนกตามเพศ						
	• ชาย	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	8.45	6.35	8.78	10.79	
	• หญิง	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	9.44	6.66	9.13	10.58	
	ค่าเฉลี่ยการฝึกอบรมจำแนกตามระดับ						
	ผู้บริหารระดับสูง (Top Management)	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	NA	NA	NA	67.49	เริ่มแสดงข้อมูลแยกตามระดับพนักงานปี 2562
	• ชาย	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	NA	NA	NA	66.77	
	• หญิง	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	NA	NA	NA	70.86	
	ผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management)	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	NA	NA	NA	48.78	
	• ชาย	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	NA	NA	NA	49.01	
404-1	• หญิง	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	NA	NA	NA	48.61	
	ผู้บริหาร (Management)	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	NA	NA	NA	42.69	
	• ชาย	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	NA	NA	NA	37.34	
	• หญิง	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	NA	NA	NA	46.54	
	พนักงานระดับปฏิบัติการ (Officer)	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	NA	NA	NA	8.85	
	• ชาย	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	NA	NA	NA	9.28	
	• หญิง	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	NA	NA	NA	8.51	
	ค่าใช้จ่ายการฝึกอบรมเฉลี่ยต่อจำนวนพนักงานเทียบเท่า	บาทต่อจำนวนพนักงานเทียบเท่า	2,467.23	2,259.68	2,553.34	2,527.60	

หมายเหตุ

NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

ขอบเขต

ข้อมูลครอบคลุม บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) เฉพาะการประกอบกิจการในประเทศไทยเท่านั้น

ข้อมูลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2559	2560	2561	2562	หมายเหตุ
พนักงาน							
GRI 403-2 (2016)	อัตราการขาดงาน (Absentee rate)	%	1.34	0.62	1.50	1.54	
	• ผู้ชาย	%	1.30	0.55	1.46	1.53	
	• ผู้หญิง	%	1.37	0.69	1.54	1.54	
403-9 a (2018)	อัตราการหยุดงานจากการเกิดอุบัติเหตุ (LTIFR)	กรณีต่อ1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	2.29	1.57	3.00	2.92	
	• ผู้ชาย		3.92	2.68	4.41	4.16	
	• ผู้หญิง		0.95	0.67	1.86	1.91	
	อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท (IR) - พนักงาน	กรณีต่อ1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	2.78	2.13	4.05	0.24	
	• ผู้ชาย		4.50	3.43	6.03	5.68	
	• ผู้หญิง		1.36	1.07	2.44	2.37	
	จำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน						
	- ผู้ชาย	คน	0	0	0	0	
	- ผู้หญิง	คน	0	0	0	0	
403-10 a (2018)	จำนวนผู้เสียชีวิตจากโรคที่เกิดจากการทำงาน						
	• ผู้ชาย	คน	0	0	0	0	
	• ผู้หญิง	คน	0	0	0	0	
	อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (OIFR)	กรณีต่อ1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน					
	• ผู้ชาย		0	0	0	0	
	• ผู้หญิง		0	0	0	0	

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2559	2560	2561	2562	หมายเหตุ
ผู้ปฏิบัติงานอื่น นอกเหนือจากพนักงาน							
403-9 b (2018)	อัตราการหยุดงานจากการเกิดอุบัติเหตุ (LTIFR)	กรณีต่อ1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	5.10	2.60	1.60	6.68	
	• ผู้ชาย		6.48	3.48	1.94	7.91	
	• ผู้หญิง		2.93	1.80	1.30	5.68	
	อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท (IR)	กรณีต่อ1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	5.79	3.10	2.30	0.28	
	• ผู้ชาย		7.30	3.93	2.64	4.01	
	• ผู้หญิง		3.41	2.30	2.07	1.49	
	จำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน						
	• ผู้ชาย	คน	0	0	0	0	
	• ผู้หญิง	คน	0	0	0	0	
403-10 b (2018)	จำนวนผู้เสียชีวิตจากโรคที่เกิดจากการทำงาน						
	• ผู้ชาย	คน	0	0	0	0	
	• ผู้หญิง	คน	0	0	0	0	
	อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (OIFR)	กรณีต่อ1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน					
	• ผู้ชาย		0	0	0	0	
	• ผู้หญิง		0	0	0	0	

หมายเหตุ

NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

ขอบเขต

ข้อมูลครอบคลุม บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) เฉพาะการประกอบกิจการในประเทศไทยเท่านั้น

ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

GRI tandard	รายการ	หน่วย	2559	2560	2561	2562	หมายเหตุ
พลังงาน							
302-1 (a)	ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	กิกะจูล	3,506.21	3,591.01	36,365.39	37,251.58	ไม่ครอบคลุมพลังงานไฟฟ้า
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	3,506.21	3,591.01	24,519.85	23,948.63	ขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงในการเดินทางในปี 2561
	• น้ำมันเบนซิน	กิกะจูล	NA	NA	11,845.54	12,510.95	
	• แก๊สปิโตรเลียมเหลว	กิกะจูล	NA	NA	NA	792.00	ขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมการใช้แก๊สปิโตรเลียมเหลวในปี 2562
302-1 (b)	ปริมาณพลังงานหมุนเวียน	กิกะจูล	68.54	60.73	54.36	10,094.12	
	• พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	68.54	60.73	54.36	10,094.12	
302-1 (c)	ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	กิกะจูล	1,184,763.85	1,250,896.92	1,295,086.52	1,358,380.22	
302-1 (e)	ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด	กิกะจูล	1,188,338.60	1,254,548.66	1,331,506.27	1,405,725.92	
302-3	ค่าความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้	กิกะจูลต่อล้านบาท	6.88	6.72	6.90	6.67	

ทรัพยากรน้ำ

GRI Standard	รายการ	หน่วย	ปริมาณน้ำ				ปริมาณน้ำในพื้นที่เสี่ยง [1]	หมายเหตุ
			2559	2560	2561	2562	2562	
303-3 (a)	ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด (จากแหล่งน้ำรวมทั้งหมด)	ลูกบาศก์เมตร	1,816,229.00	2,040,724.00	2,158,271.65	2,367,793.53	1,204,008.53	ไม่นับปริมาณน้ำที่นำกลับกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำ
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ของแบ่งตามประเภทแหล่งน้ำ								
	• น้ำผิวดิน	ลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	N/A	0	0	
	• น้ำใต้ดิน	ลูกบาศก์เมตร	NA	NA	73,203.21	84,641.00	66,790.00	ขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมการใช้น้ำใต้ดินในปี 2561
	• น้ำทะเล	ลูกบาศก์เมตร	0	0	0	0	0	
	• น้ำที่เกิดจากกระบวนการผลิต	ลูกบาศก์เมตร	0	0	0	0	0	
	• น้ำจากผู้ประกอบการภายนอก (น้ำประปา)	ลูกบาศก์เมตร	1,816,229.00	2,040,724.00	2,231,474.86	2,283,152.53	1,137,218.53	
	น้ำที่มีปริมาณของแข็งแขวนลอยหรือละลายอยู่ในน้ำน้อยกว่า 1,000 mg/L	ลูกบาศก์เมตร	1,816,229.00	2,040,724.00	2,158,271.65	2,367,793.53	1,204,008.53	
	น้ำที่มีปริมาณของแข็งแขวนลอยหรือละลายอยู่ในน้ำมากกว่า 1,000 mg/L	ลูกบาศก์เมตร	0	0	0	0	0	

GRI Standard	รายการ	หน่วย	ปริมาณน้ำ				ปริมาณน้ำในพื้นที่เสี่ยง [1]	หมายเหตุ
			2559	2560	2561	2562	2562	
	ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำ	ลูกบาศก์เมตร	NA	167,400	459,000	0	0	ผลการดำเนินการโครงการรักษ์น้ำรักสิ่งแวดล้อม
	ค่าความเข้มข้นของน้ำต่อหน่วยรายได้	ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท	10.51	10.93	11.19	11.24	5.72	

หมายเหตุ

[1] อ้างอิงจาก Aqueduct Water Risk Atlas ตามที่ GRI กำหนด

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2559	2560	2561	2562	หมายเหตุ
น้ำทิ้งและของเสีย							
306-1 (a)	ปริมาณน้ำทิ้ง	ลูกบาศก์เมตร	1,452,983.21	1,632,579.07	1,785,179.89	1,894,234.82	คำนวณจากสัดส่วน 80 เปอร์เซ็นต์ของปริมาณการใช้น้ำ
306-2 (b)	ปริมาณของเสียไม่อันตราย	ตัน	14,641.88	18,299.67	62,327.58	91,391.23	
	• นำกลับไปใช้ซ้ำ	ตัน	0.00	0.00	0.00	0.00	
	• นำกลับไปใช้ใหม่	ตัน	0.00	0.00	42,033.21	70,175.21	
	• ทำปุ๋ย	ตัน	46.73	45.61	86.59	118.20	
	• การนำกลับคืน รวมถึงแปรรูปเป็นพลังงาน	ตัน	0.00	0.00	0.00	0.00	
	• เผาด้วยเตาเผา	ตัน	0.00	0.00	0.00	0.00	
	• การอัดลงบ่อลึก	ตัน	0.00	0.00	0.00	0.00	
	• ฝังกลบ	ตัน	14,595.15	18,254.06	20,207.78	21,097.82	คำนวณจากยอดการสูญเสีย
	• กักเก็บไว้ในหน่วยงาน	ตัน	0.00	0.00	0.00	0.00	
	• อื่น ๆ เช่น ส่งต่อเกษตรกร	ตัน	0.00	0.00	0.00	0.00	

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2559	2560	2561	2562	หมายเหตุ
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก							
305-1 (a)	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	34,851.39	52,290.98	50,214.93	43,232.95	ขอบเขตของข้อมูลครอบคลุมการใช้สารทำความเย็น และการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อการประกอบกิจการ
305-2 (a)	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	189,699.14	195,192.98	209,408.29	219,642.54	ขอบเขตของข้อมูลครอบคลุมการซื้อพลังงานไฟฟ้าจากผู้ผลิตไฟฟ้าภายนอก
	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกรวม (Scope 1 + 2)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	224,550.53	247,483.96	259,623.22	262,875.49	
305-4 (a)	ค่าความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท	1.30	1.33	1.35	1.25	การคำนวณสัดส่วนก๊าซเรือนกระจกครอบคลุมขอบเขตที่ 1 และ 2

หมายเหตุ

นิยามศัพท์

NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

มาตรฐานและขอบเขตการคำนวณ

- การคำนวณเป็นไปตามกรอบการรายงานความยั่งยืน GRI Standard 2018
- ปริมาณพลังงาน (จูล) คำนวณจากปริมาณเชื้อเพลิงคูณด้วยค่าการแปลงหน่วย (Conversion Factor) ตามประเภทเชื้อเพลิงที่ใช้ อ้างอิงตามกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน
- ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด คือผลรวมของปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ปริมาณพลังงานหมุนเวียน และปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก
- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก คำนวณจากข้อมูลกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกคูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor) อ้างอิงจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) และ Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) และรายงานให้อยู่ในรูปก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน (Global Warming Potential: GWP) ตามแนวทางของ IPCC
- ค่าความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม

GRI
CONTENT INDEX

Global Reporting Initiative: Core Standards

Disclosure	Disclosure	Chapter	Page/Website/Omission	External Assurance
GRI 102: General Disclosures 2016				
Organizational Profile				
102-1	Name of the Organization	เกี่ยวกับแม็คโคร		
102-2	Activities, brands, products, and services	เกี่ยวกับแม็คโคร		
102-3	Location of Headquarters	เกี่ยวกับแม็คโคร		
102-4	Location of operations	เกี่ยวกับแม็คโคร		
102-5	Ownership and legal form	เกี่ยวกับแม็คโคร		
102-6	Markets served	เกี่ยวกับแม็คโคร		
102-7	Scale of the organization	เกี่ยวกับแม็คโคร		
102-8	Information on employees and other workers	- เกี่ยวกับแม็คโคร - องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน - ข้อมูลภาคผนวก		
102-9	Supply Chain	เกี่ยวกับแม็คโคร		
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	เกี่ยวกับแม็คโคร		
102-11	Precautionary Principles or approach	- คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน - เป็นที่รักในท้องถิ่น		
102-12	External initiatives	เป็นที่รักในท้องถิ่น		
102-13	Membership of associations	เกี่ยวกับแม็คโคร		

Disclosure	Disclosure	Chapter	Page/Website/Omission	External Assurance
Strategy				
102-14	Statement form senior decision-maker	สารจากประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร		
Ethics and Integrity				
102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	เกี่ยวกับแม็คโคร		
Governance				
102-18	Governance Structure	เกี่ยวกับแม็คโคร		
102-32	Highest Governance Body's Role in Sustainability Reporting	การจัดการความยั่งยืนในแม็คโคร		
Stakeholder Engagement				
102-40	List of stakeholder groups	การจัดการความยั่งยืนในแม็คโคร		
102-41	Collective bargaining agreements	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน		
102-42	Identifying and selecting stakeholders	การจัดการความยั่งยืนในแม็คโคร		
102-43	Approach to stakeholder engagement	การจัดการความยั่งยืนในแม็คโคร		
102-44	Key topics and concerns raised	การจัดการความยั่งยืนในแม็คโคร		
Reporting Practice				
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	เกี่ยวกับแม็คโคร		
102-46	Defining report content and topic boundaries	เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้		
102-47	List of material topics	การจัดการความยั่งยืนในแม็คโคร		
102-48	Restatements of information	การจัดการความยั่งยืนในแม็คโคร		
102-49	Changes in reporting	การจัดการความยั่งยืนในแม็คโคร		
102-50	Reporting period	เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้		

Disclosure	Disclosure	Chapter	Page/Website/Omission	External Assurance
102-51	Date of most recent report	เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้		
102-52	Reporting cycle	เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้		
102-53	Contact point for questions regarding the report	เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้		
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้		
102-55	GRI content Index	GRI Content Index		
102-56	External Assurance	ภาคผนวก		

Material Topics

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission/ Note	External Assurance
Economic Performance					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	เกี่ยวกับแม็คโคร			
	103-2 The management approach and its components	เกี่ยวกับแม็คโคร			
	103-3 Evaluation of the management approach	เกี่ยวกับแม็คโคร			
GRI 201 Economic Performance 2016	201-1 Direct Economic value generated and distributed	เกี่ยวกับแม็คโคร			
Indirect Economic Impacts					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	การเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า			
	103-2 The management approach and its components	การเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า			
	103-3 Evaluation of the management approach	การเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า			
GRI 203 Indirect Economic Impacts 2016	203-1 Infrastructure investments and services supported	การเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า			

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission/ Note	External Assurance
Procurement Practices					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน			
	103-2 The management approach and its components	คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน			
	103-3 Evaluation of the management approach	คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน			
GRI 204 Procurement Practices 2016	204-1 Proportion of spending on local suppliers	คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน			
Anti-Corruption					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	เกี่ยวกับแม็คโคร			
	103-2 The management approach and its components	เกี่ยวกับแม็คโคร			
	103-3 Evaluation of the management approach	เกี่ยวกับแม็คโคร			
GRI 205 Anti-corruption 2016	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	เกี่ยวกับแม็คโคร			
Materials					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
	103-2 The management approach and its components	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
	103-3 Evaluation of the management approach	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission/ Note	External Assurance
GRI 301 Materials 2016	301-1 Materials used by weight or volume	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
	301-2 Recycled input materials used	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
Energy					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
	103-2 The management approach and its components	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
	103-3 Evaluation of the management approach	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
GRI 302 Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ภาคผนวก			
	302-3 Energy intensity	- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ภาคผนวก			
	302-4 Reduction of energy consumption	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
Water and Effluents					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
	103-2 The management approach and its components	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
	103-3 Evaluation of the management approach	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
GRI 303 Water and Effluents 2018	303-1 Integrations with water as a shared resource	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
	303-2 Management of water discharge-related impacts	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
	303-3 Water withdrawal	ภาคผนวก			
Emissions					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
	103-2 The management approach and its components	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
	103-3 Evaluation of the management approach	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission/ Note	External Assurance
GRI 305 Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ภาคผนวก			
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ภาคผนวก			
	305-4 GHG Emissions intensity	- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ภาคผนวก			
	305-5 Reduction of GHG emissions	- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
Effluents and Waste					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
	103-2 The management approach and its components	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
	103-3 Evaluation of the management approach	การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			
GRI 306 Effluents and Waste 2016	306-2 Waste by type and disposal methods	ข้อมูลภาคผนวก			
Supplier Environmental Assessment					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน			
	103-2 The management approach and its components	คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน			
	103-3 Evaluation of the management approach	คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน			
GRI 308 Supplier Environmental Assessment	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน			

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission/ Note	External Assurance
Employment					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
	103-2 The management approach and its components	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
	103-3 Evaluation of the management approach	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
GRI 401 Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	- องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน - ข้อมูลภาคผนวก			
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
	401-3 Parental leave	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
Occupational Health and Safety					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
	103-2 The management approach and its components	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
	103-3 Evaluation of the management approach	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
GRI 403 Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management systems	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
	403-2 Hazard identification, risk assessments, and incident investigation	- องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน - ข้อมูลภาคผนวก			
	403-3 Occupational health services	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
GRI 403 Occupational Health and Safety 2018	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
	403-5 Worker training on occupational health and safety	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
	403-6 Promotion of worker health	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission/ Note	External Assurance
GRI 403 Occupational Health and Safety 2018	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	องค์กรที่คนอยาก เข้ามาร่วมงาน			
	403-9 Work-related injuries	- องค์กรที่คนอยาก เข้ามาร่วมงาน - ข้อมูลภาคผนวก			
	403-10 Work-related ill health	- องค์กรที่คนอยาก เข้ามาร่วมงาน - ข้อมูลภาคผนวก			
Training and Education					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	องค์กรที่คนอยาก เข้ามาร่วมงาน			
	103-2 The management approach and its components	องค์กรที่คนอยาก เข้ามาร่วมงาน			
	103-3 Evaluation of the management approach	องค์กรที่คนอยาก เข้ามาร่วมงาน			
GRI 404 Training and Education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee	- องค์กรที่คนอยาก เข้ามาร่วมงาน - ข้อมูลภาคผนวก			
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	องค์กรที่คนอยาก เข้ามาร่วมงาน			
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	องค์กรที่คนอยาก เข้ามาร่วมงาน			
Diversity and Equal Opportunity					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	องค์กรที่คนอยาก เข้ามาร่วมงาน			
	103-2 The management approach and its components	องค์กรที่คนอยาก เข้ามาร่วมงาน			
	103-3 Evaluation of the management approach	องค์กรที่คนอยาก เข้ามาร่วมงาน			
GRI 405 Diversity and Equal Opportunity	GRI 405-1 Diversity of Governance bodies and employees	- องค์กรที่คนอยาก เข้ามาร่วมงาน - ข้อมูลภาคผนวก			

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission/ Note	External Assurance
Human Rights Assessment					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
	103-2 The management approach and its components	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
	103-3 Evaluation of the management approach	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
GRI Human Rights Assessment 2016	412-1 Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
	412-2 Employee training on human rights policies or procedures	องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน			
Local Communities					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	เป็นที่รักในท้องถิ่น			
	103-2 The management approach and its components	เป็นที่รักในท้องถิ่น			
	103-3 Evaluation of the management approach	เป็นที่รักในท้องถิ่น			
GRI 413-1 Local Communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	เป็นที่รักในท้องถิ่น			
	413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	เป็นที่รักในท้องถิ่น			
Supplier Social Assessment					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน			
	103-2 The management approach and its components	คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน			
	103-3 Evaluation of the management approach	คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน			

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission/ Note	External Assurance
GRI 414 Supplier Social Assessment 2016	414- 1 New suppliers that were screened using social criteria	คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน			
	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน			
Customer Health and Safety					
GRI 103 Management Approach 2016	103-1 Explanation of the material topic and its boundary	อาหารปลอดภัย			
	103-2 The management approach and its components	อาหารปลอดภัย			
	103-3 Evaluation of the management approach	อาหารปลอดภัย			
GRI 416 Customer Health and safety 2016	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	อาหารปลอดภัย			
	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	อาหารปลอดภัย			
Sector-specific Indicator 2014	G4-FP5 Percentage of production volume manufactured in sites certified by an independent third party according to internationally recognized food safety management system standards	อาหารปลอดภัย			
	G4-FP6 : Percentage of total sale Total sales volume of consumer products, by product category that are lowered in saturated fats, trans fats, sodium and added sugars (in total and with sugar substituted by artificial sweetener)	อาหารปลอดภัย			
	G4-FP7: Percentage of total sales volume of consumer products in each product category, that contain increased nutritious ingredients like fiber, vitamins, minerals, phytochemicals or functional food additives	อาหารปลอดภัย			

LR Independent Assurance Statement

Relating to SIAM MAKRO Public Company Limited's Sustainability Report for the calendar year 2019

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 2019 "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 (2008)[1], 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 (2008) of Inclusivity, Materiality and Responsiveness.
- 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: [1]
  - *Environmental*:
    GRI 302-1 Energy consumption within the organization, GRI 302-3 Energy intensity, GRI 303-3 Water withdrawal (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 306-2 Waste by type and disposal method.
  - *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 assurance engagement is less than for a reasonable 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 reasonable 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.
- 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

[1] *GHG quantification is subject to inherent uncertainty.*

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 – Satorn) to sample performance data and information for the selected specific standard disclosures to confirm its reliability.

Observations

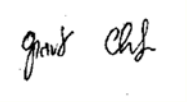
Further observations and findings, made during the assurance engagement, are:

- Stakeholder inclusivity: We are not aware of any key stakeholder groups that have been excluded from SIAM MAKRO's stakeholder engagement process. However, SIAM MAKRO should consider arranging dialogue with all of its stakeholders to understand every parties' growing expectations.
- Materiality: We are not aware of any material issues concerning SIAM MAKRO's sustainability performance that have been excluded from the report. It should be noted that SIAM MAKRO has established extensive criteria for determining which issue/aspect is material and that these criteria are not biased to the company's management.
- Responsiveness: SIAM MAKRO has addressed the concerns of stakeholders in relation to GHG and food related safety. However, we believe that future reports should;
  - disclose safety statistics for suppliers under works and workplaces control.
  - discuss further how SIAM MAKRO has managed food waste as well as reuse/recycle of packaging.
- 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.

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.



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-11

Opart Charuratana
LR Lead Verifier

Dated: 12 March 2020

On behalf of Lloyd's Register Quality Assurance Ltd.
Lloyd's Register International (Thailand) Limited
14th Floor, Sirinrat Building, 3388/46 Rama IV Road
Klongton, Klongtoey, Bangkok 10110 THAILAND

LRQA reference: BGK00000412

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, 2020. 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

สแกน QR CODE
เพื่ออ่านรายงานความยั่งยืน
ในรูปแบบ e-book