

makro
คู่คิดธุรกิจคุณ

รายงานความยั่งยืน
2561



เต็มเต็มคุณภาพชีวิต
บนเส้นทางการเติบโตที่ยั่งยืน

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

มาโคร
makro
Cash & Carry

สารบัญ

สารจากประธานกรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มธุรกิจสยามเบ็คโคร	002
เกี่ยวกับเบ็คโคร	005
ห่วงโซ่คุณค่า	008
ผลการดำเนินงานและรางวัลปี 2561	018
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	020
การกำกับดูแลกิจการ	032
ส่งมอบอาหารคุณภาพและปลอดภัย ให้คนสำคัญเช่นคุณ	038
รวมใจสร้างคุณค่าและความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อร่วมเติบโตอย่างยั่งยืน	044
อยู่ร่วม เกื้อกูล เบ็คโครเพื่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต	050
เพื่อชีวิตที่ดีกว่าเคียงคู่คุณ	062
คิดเสริมเพิ่มสร้างสรรค์ ใส่ใจสร้างเต็มคุณค่า เพื่อลูกค้าและผู้ประกอบการ	074
การสร้างแรงบันดาลใจให้แก่บุคลากร	080
ภาคผนวก	102
GRI Content Index	103
ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน	107
รายงานการให้ความเชื่อมั่นอย่างจำกัดอย่างเป็นอิสระ	116

สารจากประธานกรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร

(Disclosure 102-14)



นายอาสา สารสิน
ประธานกรรมการ

ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการทั้งปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ ประกอบกับความผันผวนของราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ และการแข่งขันทางธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น บริษัทฯ จึงเตรียมความพร้อมรับมือกับความท้าทายต่าง ๆ อย่างรอบคอบ ด้วยการจัดการประเมินระดับผลกระทบและแผนการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ และครอบคลุมกิจกรรมที่สำคัญของบริษัทฯ พร้อมทั้งมีกระบวนการติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งให้บริษัทฯ สามารถดำเนินงานภายใต้การเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและขยายตัวทางธุรกิจในระยะยาวของบริษัทฯ โดยผนวกหลักคิดด้านความยั่งยืนเข้าเป็นแผนยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างหน่วยงานธุรกิจกับหน่วยงานธุรกิจ (Business to Business หรือ B2B) ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

แผนยุทธศาสตร์ที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญมาโดยตลอดคือ การส่งเสริมให้ลูกค้าเติบโต และพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงได้ อาทิ การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศที่ปัจจุบันมีจำนวนนักท่องเที่ยวกว่า 40 ล้านคนต่อปี ซึ่งส่งผลต่อปริมาณการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจที่เพิ่มสูงขึ้น นอกเหนือจากประเด็นทางด้านเศรษฐกิจแล้ว กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ร้านอาหารและจัดเลี้ยง หรือที่เรียกกันว่าโฮเรก้า (HoReCa) ก็มีความต้องการอาหารคุณภาพและปลอดภัยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทฯ จึงได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ที่เรียกว่า “แม็คโคร 4.0” เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม พร้อมทั้งการดำเนินการเรื่องอาหารคุณภาพและปลอดภัย โดยครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับและให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ แหล่งผลิต และความปลอดภัยของสินค้าแก่ผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคอันเนื่องมาจากการเข้ามาแทนที่ของเทคโนโลยีที่มีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร บริษัทฯ ได้ดำเนินการเพื่อสนับสนุนลูกค้าร้านโชห่วยให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยการนำเสนอแนวคิดในการประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกยุคใหม่ สนับสนุนการพัฒนาปรับปรุงร้านโชห่วย และนำเสนอรูปแบบการประกอบธุรกิจใหม่เพื่อขยายโอกาสทางการค้า เช่น “โครงการครัวชุมชน” ที่มีจุดมุ่งหมายให้ร้านโชห่วยเพิ่มการขายสินค้าประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็ง เป็นต้น

สำหรับแผนงานระยะกลางถึงระยะยาว บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง จากเดิมที่มีเพียงศูนย์จำหน่ายสินค้ารูปแบบ Cash and Carry เพียงรูปแบบเดียว จนปัจจุบันบริษัทฯ มีศูนย์จำหน่ายสินค้าหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ Foodservice, Food Shop และ Frozen Shop รวมทั้งมีช่องทางการขายผ่านระบบออนไลน์ ที่เรียกว่า Makro Click & Collect การพัฒนารูปแบบและช่องทางจำหน่ายสินค้าดังกล่าว เป็นปัจจัยที่จะทำให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ “มุ่งเป็นที่หนึ่งเรื่องการจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ”

นอกเหนือจากการขยายศูนย์จำหน่ายสินค้าในประเทศแล้ว ในปี 2561 บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และได้ขยายขอบเขตการดำเนินงานตามกลยุทธ์ทางด้านความยั่งยืนไปยังทุกประเทศที่บริษัทฯ ได้เข้าไปดำเนินธุรกิจ อาทิ การดำเนินโครงการ “แม่โครมิตรแท้ใจห่วย” ในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โครในแต่ละประเทศ และการดำเนินธุรกิจในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้เป็นที่รักและสร้างสรรค์ประโยชน์ให้เกิดกับชุมชนนั้น ๆ (Local Love) ซึ่งเป็นหนึ่งในเป้าหมาย 6 ประการของบริษัทฯ เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงวัฒนธรรม ความต้องการเฉพาะถิ่นของลูกค้า และออกแบบโครงการเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการสร้างคุณค่าร่วมให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและความต้องการของสังคม เนื่องจากบริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นซึ่งถือเป็นการดำเนินการเพื่อส่งเสริมการขยายตัวของธุรกิจในระยะยาว ปัจจัยสำคัญอีกประการที่จะทำให้บริษัทฯ บรรลุเป้าประสงค์ได้ คือ “พนักงาน” ที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งและได้บรรจุไว้เป็นหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์ “แม่โคร 4.0” โดยมีเป้าหมายในการปรับปรุงแบบวิธีการทำงานของบริษัทฯ ให้มีความคล่องตัว เพื่อรองรับการก้าวสู่ตลาดต่างประเทศและก้าวเป็นองค์กรชั้นนำในระดับภูมิภาค ภายใต้แนวคิดหลัก ได้แก่ การผสมผสานความรู้และประสบการณ์ของบุคลากรในแต่ละรุ่น และยึดหลักจริยธรรม ความกตัญญู ความเป็นคนดีที่คนทุกรุ่นล้วนต้องมีเป็นพื้นฐาน ประกอบกับค่านิยม “VICTORY - 7 ค่านิยม สมเป็นคนแม่โคร” ที่ได้รับการปลูกฝังจนเป็นวัฒนธรรมองค์กร ผลสำเร็จจากการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการเดินทางบนเส้นทางสู่ความยั่งยืนของบริษัทฯ และการร่วมส่งเสริมการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ซึ่งต้องอาศัยการร่วมแรงร่วมใจของทุกฝ่ายในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

ในนามตัวแทนของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่มอบความไว้วางใจและให้การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ด้วยดีเสมอมา และบริษัทฯ เชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่า ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายผนวกกับความตั้งใจจริงในการดำเนินงานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจจะส่งผลให้บริษัทฯ สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนเคียงคู่สังคมตลอดไป



นางสุชาดา อธิจารกุล
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร

“เราปรารถนาเป็นองค์กร
ที่ขับเคลื่อนไปข้างหน้าอยู่เสมอ
ด้วยความห่วงใย กันสมัย
และรับผิดชอบต่อสังคม
ที่เราดำเนินกิจการอยู่”



นางสุชาดา อธิจิรากุล
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
กลุ่มธุรกิจสยามแม่โคร



เกี่ยวกับแม็คโคร

(Disclosure 102-1, 102-2, 102-3, 102-13, 102-16)

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย MAKRO



วิสัยทัศน์

มุ่งเป็นที่หนึ่งเรื่องการจัดหาสินค้า เพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจร
สำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ



ธุรกิจของเรา

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (แม็คโคร) มีพันธกิจหลักในการเป็นคู่คิดธุรกิจของ
ลูกค้า โดยทางแม็คโคร มีความมุ่งมั่นที่จะคิดสรรสินค้าที่มีคุณภาพดีในราคาที่คุ้มค่า
ตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการผ่านศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครทั่วประเทศ
นอกเหนือจากการส่งมอบสินค้าคุณภาพดี ครบถ้วน ในราคาคู่มือแล้ว แม็คโครยังช่วย
สนับสนุนลูกค้าให้มีความรู้เรื่องผ่านการให้ความรู้ แนวคิดทางด้านการประกอบค้าปลีก
สมัยใหม่รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมสมรรถนะ กิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์
 ทั้งนี้ พันธกิจของแม็คโครประกอบด้วย



M

Multi - formats
ขยายตัวด้วยรูปแบบ
ร้านค้าที่หลากหลาย

A

Award
ให้รางวัลความสำเร็จ
ของทีมงาน และ
ลงทุนกับการพัฒนา
ทรัพยากรบุคคล

K

Know the differences
ศึกษาทำความเข้าใจ
ในความแตกต่าง
เฉพาะตัวของ
แต่ละท้องถิ่น

R

Responsible
สร้างผลประโยชน์สูงสุด
ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง
พร้อมรับผิดชอบ
ต่อสังคม

O

Offer the best
นำเสนอแต่สิ่งที่ดีที่สุด
และคุ้มค่าที่สุด
ให้กับลูกค้า



makro food service

HORECA

BILL & CLEAN

สำนักงานใหญ่

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

1468 ถ.พัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250

โทรศัพท์ 0 2067 8999 โทรสาร 0 2067 9888



ความเป็นมาของบริษัท

นับตั้งแต่การจดทะเบียนจัดตั้งในเดือนพฤษภาคม 2531 กว่า 30 ปี ที่บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ได้ประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบขายส่งในระบบสมาชิก ภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” ได้ดำเนินการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่ลูกค้าสมาชิกและผู้ประกอบการทั่วประเทศ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มผู้ค้าปลีกรายย่อย กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม และธุรกิจจัดเลี้ยง รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการบริการ หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษาและธุรกิจอื่น ๆ แม็คโคร

มีความมุ่งมั่นที่จะสานต่อภารกิจในการเป็น “คู่คิดธุรกิจ” เพื่อช่วยให้กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจและบริหารเงินทุนหมุนเวียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและร่วมเติบโตไปกับแม็คโคร ดังนั้นแม็คโครจึงให้ความสำคัญกับการสรรหาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นเลิศและหลากหลายในราคาที่คุ้มค่า ทั้งนี้แม็คโครมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้บริหารจัดการภายใต้แบรนด์ของบริษัทครอบคลุมทั้ง 3 กลุ่มสินค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารสด ผลิตภัณฑ์อาหารแห้ง และสินค้าอุปโภค

สินค้าภายใต้แบรนด์ของแม็คโครสำหรับลูกค้าผู้ประกอบการ

เอโร (aro) และเซฟแพ็ค (Savepak)	เอ็มแอนด์เค (M&K)
  สินค้าคุณภาพเพื่อมืออาชีพ สินค้ากลุ่มวัตถุดิบ และอุปกรณ์สำหรับอาหาร	 อร่อย...ถึงใจ สินค้ากลุ่มขนม และเครื่องดื่ม
คิว - บิซ (Q-BIZ)	โปรเทค (Protech)
 คู่คิดธุรกิจคุณ เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน	 home appliance สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า

นอกจากนี้แม็คโครได้ขยายศูนย์จำหน่ายสินค้าและพัฒนารูปแบบของศูนย์จำหน่ายสินค้า และช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ และแบบผสมผสาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



เข้าถึงการให้บริการจากใจ ครบครันด้วยสินค้าคุณภาพที่แม็คโคร

ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561

ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง



ศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง (Makro Cash & Carry) สามารถรองรับผู้ประกอบการ และร้านค้าปลีกรายย่อยอย่างกว้างขวาง

MakroClick



MakroClick ช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์และแบบผสมผสานพร้อมทั้งบริการจัดส่ง

<https://www.makroclick.com/>

แม็คโคร ฟู้ดเซอร์วิส และแม็คโคร ฟู้ดช็อป



แม็คโคร ฟู้ดเซอร์วิส (Makro foodservice) และแม็คโคร ฟู้ดช็อป (Makro food shop) สามารถรองรับผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ร้านอาหาร และธุรกิจจัดเลี้ยง (โฮเรก้า)

สยามฟู้ด เซอร์วิส



สยามฟู้ด เซอร์วิส (Siam Food Services) เปิดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ “Food Diary” ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจสำหรับผลิตภัณฑ์นำเข้าและจัดจำหน่ายอาหารระดับพรีเมียมสำหรับผู้บริโภคทั่วไปบนเว็บไซต์ www.fooddiaryshop.com และผ่านช่องทางอื่น ๆ อาทิเช่น Happyfresh, Honestbee และ Lazada

สยามฟรอสเซน



สยามฟรอสเซน (Siam Frozen) ศูนย์รวมผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งสำหรับผู้ประกอบการทุกรูปแบบ

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

จุดเริ่มต้นของห่วงโซ่อุปทานของแม็คโคร จะเริ่มจากวัตถุดิบ ซึ่งได้รับการคัดเลือกจากแหล่งผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน นำส่งเข้าสู่ศูนย์กระจายสินค้าของแม็คโคร ผ่านขั้นตอนการตรวจรับ และนำส่งโดยระบบขนส่งที่ได้มาตรฐาน เพื่อนำสินค้าที่มีคุณภาพเข้าสู่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครสาขาต่าง ๆ ในขณะเดียวกันก็มีการควบคุมเพื่อให้แน่ใจว่าการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อม



คู่ค้าในระดับท้องถิ่น

1. ผู้ปลูก/ผู้ผลิต

ปลูก/ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ปลอดภัย และมีคุณภาพสูงตามมาตรฐานความปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง

2. ศูนย์บรรจุสินค้า

บรรจุสินค้าตามความเหมาะสม เพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหายระหว่างการขนส่ง ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อยืดอายุสินค้าทางการเกษตร

3. ห้องเย็น/โกดังสินค้า

เก็บรักษาสินค้าในระดับอุณหภูมิที่เหมาะสมเพื่อรักษาคุณภาพก่อนการขนส่ง ทดสอบและตรวจสอบการปนเปื้อนของสินค้า

5. ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร

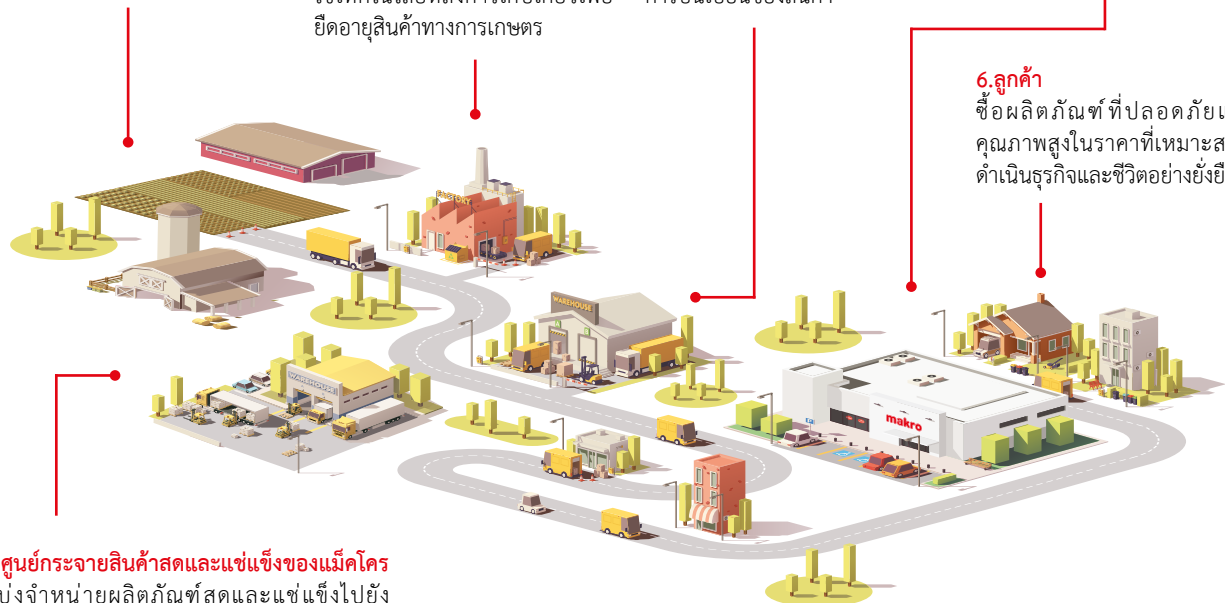
จัดเรียงผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อให้ลูกค้าเลือกสรรได้อย่างสะดวกสบาย

6. ลูกค้า

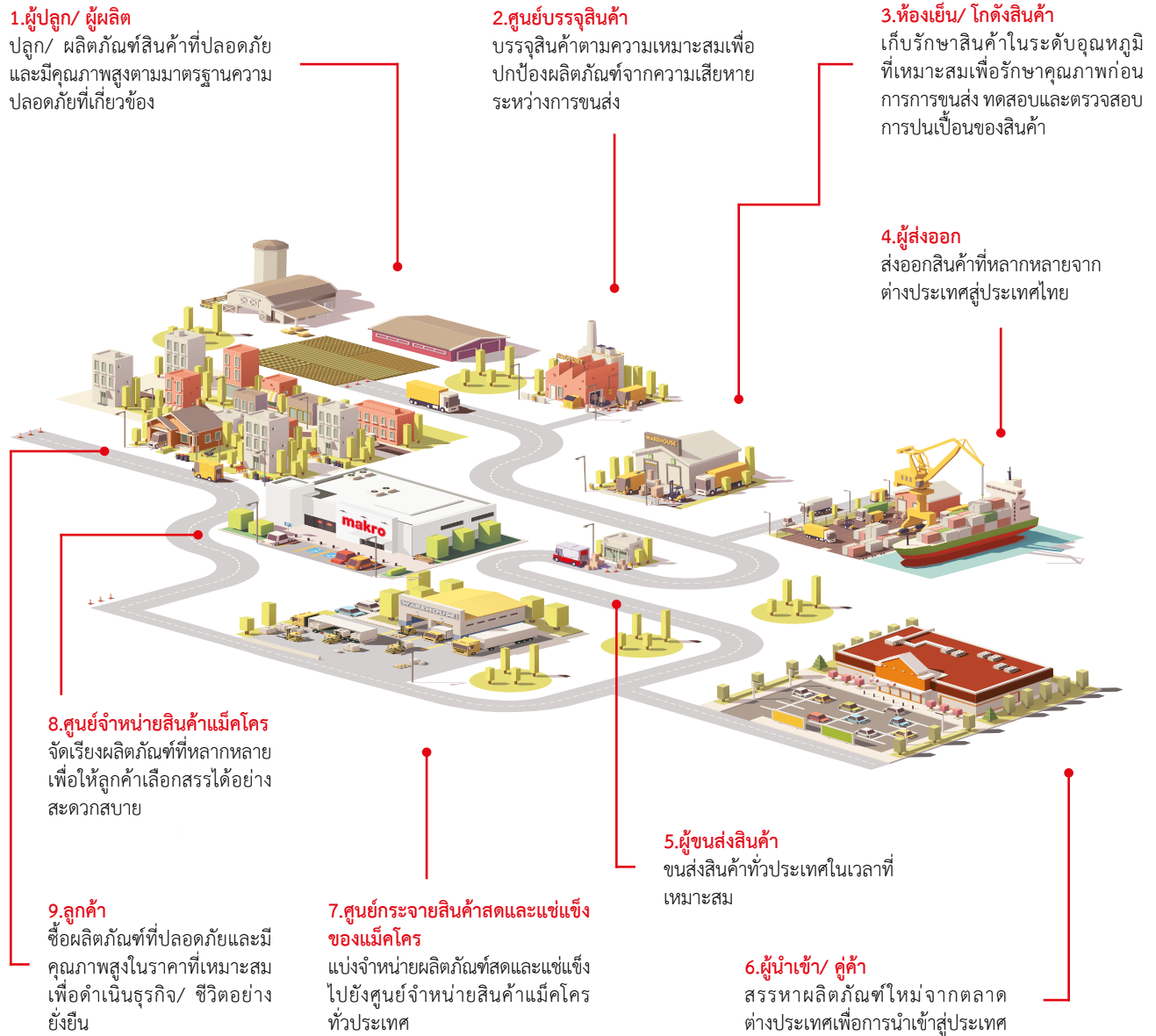
ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและมีคุณภาพสูงในราคาที่เหมาะสมเพื่อดำเนินธุรกิจและชีวิตอย่างยั่งยืน

4. ศูนย์กระจายสินค้าสดและแช่แข็งของแม็คโคร

แบ่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สดและแช่แข็งไปยังศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครทั่วประเทศ



คู่ค้าผลิตภัณฑ์นำเข้า



การเปลี่ยนแปลงองค์กรในปี 2561 (Disclosure 102-10)

จากการเปิดศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครในประเทศกัมพูชาในปี 2560 ในปี 2561 แม็คโครยังคงขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยได้ขยายธุรกิจไปสู่ตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นอีก 1 ประเทศ ผ่านการเปิดศูนย์จำหน่ายสินค้าในประเทศอินเดีย ภายใต้แบรนด์ “LOTS Wholesale Solutions” จำนวน 3 สาขา การขยายตัวนี้เปิดโอกาสให้แม็คโครได้ตอบสนองต่อความท้าทายใหม่ ๆ ควบคู่ไปกับการเปิดตลาดเข้าถึงลูกค้า

ลูกค้าและตลาดใหม่ ซึ่งแม็คโครได้เพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติตามมาตรฐานสากลเพิ่มสูงไปอีกครั้ง พร้อมตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า การขยายตัวและการปฏิบัติตามมาตรฐานสากลที่สูงขึ้นนี้ยังเป็นการเพิ่มความสามารถของผู้ผลิตท้องถิ่นสู่ตลาดสากลอีกด้วย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นและสังคม

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

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อยทั้งสิ้น 15 บริษัท

ประเทศไทย

- บริษัท สยามฟู้ด เซอร์วิส จำกัด (SFS) ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการจัดส่งประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็งคุณภาพชั้นดี
- บริษัท แม็คโคร อาร์โอเอช จำกัด (MROH) ประกอบธุรกิจลงทุนในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางของแม็คโครในตลาดต่างประเทศ
- บริษัท โปรมาร์ท จำกัด (PRO) ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค

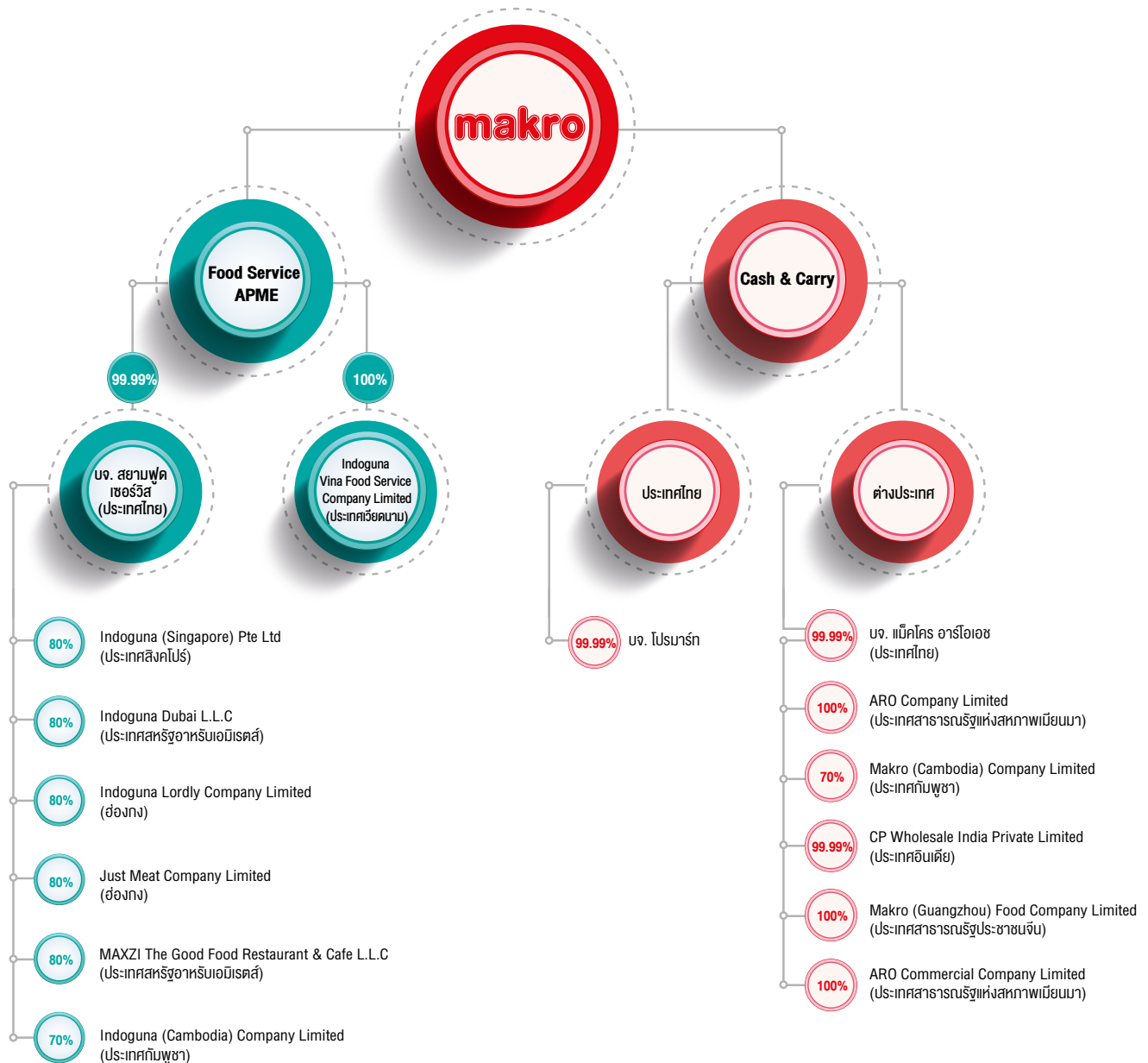
ต่างประเทศ

- Indoguna (Singapore) Pte Ltd (INDS) ประกอบธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศสิงคโปร์
- Indoguna Dubai L.L.C (INDD) ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการจัดส่งประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็งคุณภาพชั้นดีในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
- Indoguna Lordly Company Limited (LL) ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการจัดส่งประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็งคุณภาพชั้นดี ในฮ่องกง
- Just Meat Company Limited (JM) ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านอาหารสดชั้นดี จำพวกเนื้อสัตว์และสัตว์ปีกในฮ่องกง
- Maxzi The Good Food Restaurant & Cafe L.L.C (MAXZI) ดำเนินธุรกิจร้านอาหาร และร้านค้าปลีกขนาดเล็กในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
- Indoguna (Cambodia) Company Limited (INDC) ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านอาหาร และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องในประเทศกัมพูชา
- Indoguna Vina Food Service Company Limited (INDV) ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าพร้อมบริการจัดส่งประเภทอาหารสดและอาหารแช่แข็งคุณภาพชั้นดีในประเทศเวียดนาม
- ARO Company Limited (ARO) ประกอบธุรกิจให้บริการด้านการตลาดและให้คำปรึกษาในประเทศเมียนมา
- CP Wholesale India Private Limited (CPWI) ดำเนินธุรกิจค้าส่งในประเทศอินเดีย
- Makro (Guangzhou) Food Company Limited (MGZ) ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน
- Makro (Cambodia) Company Limited (MAC) ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ค้าส่งและกิจการที่เกี่ยวข้องเนื่องในประเทศกัมพูชา
- ARO Commercial Company Limited (MM) ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ค้าส่งและธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในประเทศเมียนมา

เพื่อให้การดำเนินงานของทุกภาคส่วนมีประสิทธิภาพและมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน ศูนย์รวมการค้าและการบริหารจัดการทั้งหมดของแม็คโครจึงตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ซึ่งตั้งอยู่กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โดยสำนักงานใหญ่จะเป็นผู้กำหนดทิศทางการดำเนินงาน ควบคุมประสิทธิภาพในการทำงาน ตลอดจนกำกับดูแลให้ทุกหน่วยงานสามารถดำเนินธุรกิจให้บรรลุตามเป้าหมายและเป็นไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังสามารถรักษามาตรฐานการให้บริการสูงสุดแก่ลูกค้าทุกกลุ่ม ทั้งนี้การดำเนินธุรกิจในประเทศไทยยังคงเป็นหลักและมีสัดส่วนสูงที่สุด อย่างไรก็ตามแม็คโครตระหนักถึงโอกาสในการขยายธุรกิจในต่างประเทศ และมีแผนจะพัฒนาและขยายโอกาสทางธุรกิจสู่ภูมิภาคอื่น ๆ ต่อไปในอนาคต

ศูนย์จำหน่ายสินค้าสาขาล่าสุดได้เปิดตัวในวันที่ 25 - 26 ธันวาคม 2561 ในพื้นที่ อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี รองรับการขายตัวด้านเศรษฐกิจของภาคตะวันออก แสดงถึงการขยายตัวของแม็คโครอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ ณ สิ้นปี 2561 แม็คโครมีศูนย์จำหน่ายสินค้าทั่วประเทศไทยทั้งหมดรวม 129 สาขา ประเทศกัมพูชา 1 สาขา และประเทศอินเดีย 2 สาขา และศูนย์กระจายสินค้า 4 แห่งภายในประเทศไทย

แผนผังโครงสร้างกลุ่มบริษัทสยามแม็คโคร



สมาคมที่แม็คโครเป็นสมาชิกประจำปี 2561 (Disclosure 102-13)

- สถาบันรหัสสากล
- สภาองค์การนายจ้างแห่งประเทศไทย
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย
- สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย
- สมาชิกสมาคมผู้ค้าปลีกไทย
- หอการค้าเนเธอร์แลนด์-ไทย
- หอการค้าเยอรมัน-ไทย
- หอการค้าไทย
- หอการค้าไทย - รัสเซีย

โอกาส...สู่ความก้าวหน้าที่ยั่งยืน

การดำเนินธุรกิจของแม็คโครตลอดเวลาที่ผ่านมา มีเป้าหมายชัดเจนที่จะเป็นคู่คิดธุรกิจของลูกค้าผู้ประกอบการ จึงก่อให้เกิดพัฒนาการทางรูปแบบธุรกิจอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่เห็นได้อย่างเด่นชัดคือ รูปแบบของศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครได้รับการพัฒนาขึ้นมาอย่างหลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีศักยภาพที่แตกต่างสามารถให้บริการและเข้าถึงลูกค้าผู้ประกอบการมืออาชีพในแต่ละท้องถิ่นได้สะดวกยิ่งขึ้น เป้าหมายเพื่อจะเป็น “คู่คิดธุรกิจ” ของลูกค้า ผู้ประกอบการมืออาชีพอย่างแท้จริง เพื่อเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน



ความสะดวก
สบาย
ใกล้บ้านคุณ

ศูนย์จำหน่าย
สินค้าแม็คโคร

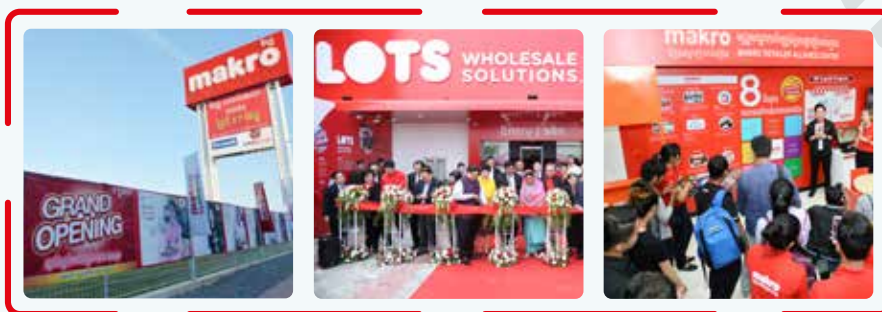
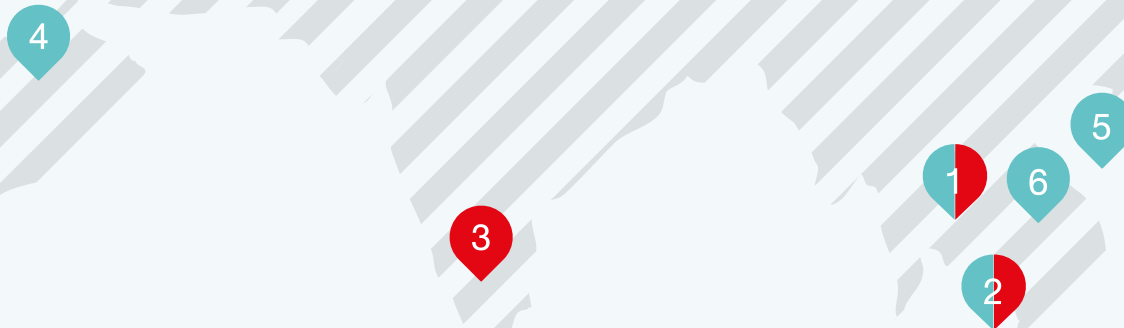
79 สาขา

แม็คโคร
ฟู้ดเซอร์วิส

25 สาขา

อีโคโน ฟลิส

13 สาขา



- 3
- Cash & Carry
- ♥ Makro
 - 1. ไทย
 - 2. กัมพูชา
 - ♥ LOTS Wholesale Solutions
 - 3. อินเดีย



- Food Service APME
- 1. ไทย
 - 2. กัมพูชา
 - 3. สิงคโปร์
 - 4. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
 - 5. ออสเตรเลีย
 - 6. เวียดนาม



เบ็คโคร
ฟู้ดซัพ

5

สาขา

สยามฟรอส

7

สาขา

รวม

129

สาขา

(กทม. และปริมณฑล 33 สาขา ต่างจังหวัด 96 สาขา)

129 สาขา

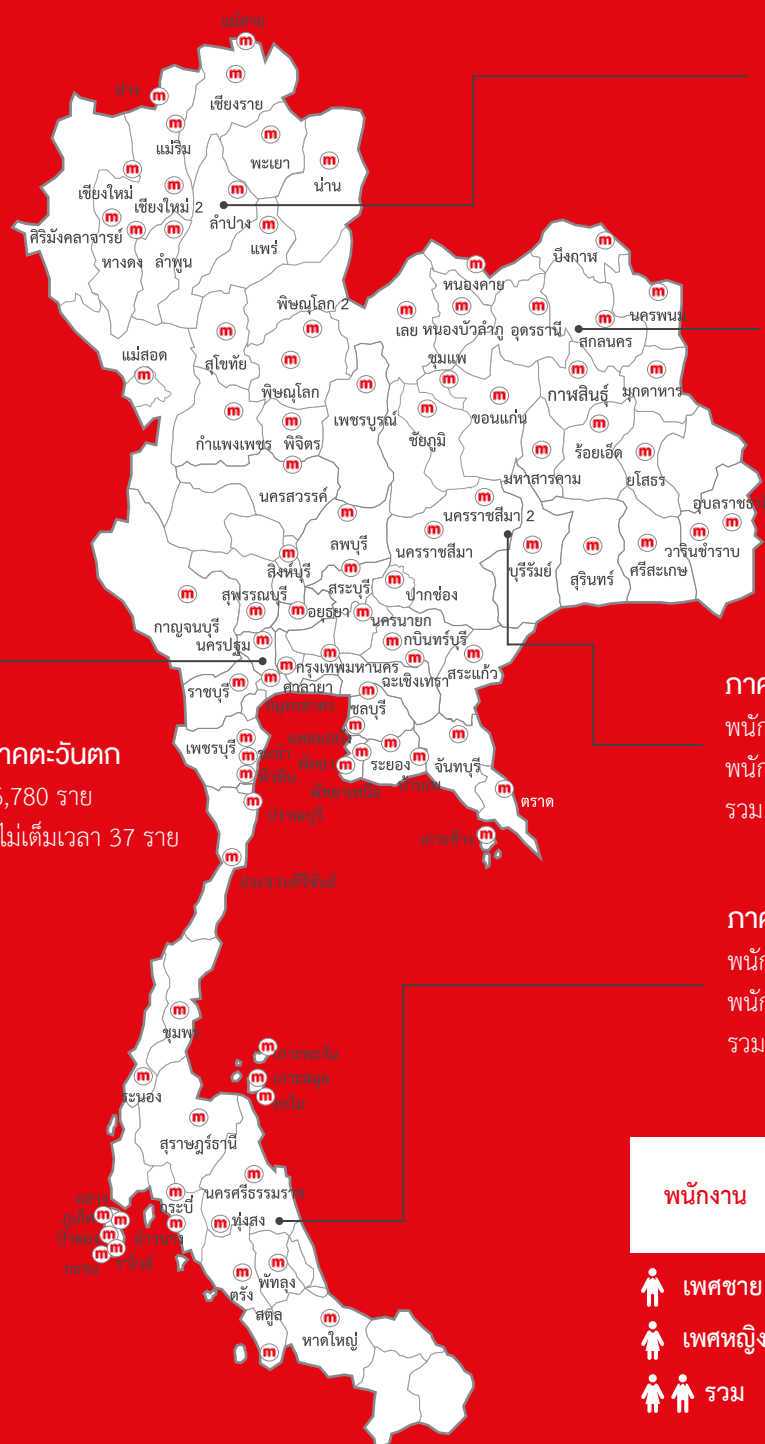
ศูนย์กระจายสินค้า 4 แห่ง

รายได้สุทธิ 192,930.09 ล้านบาท

จำนวนพนักงานรวม 14,560 ราย

ปัจจุบันแม็คโคร มีพนักงานทั้งสิ้น 14,560 คน ซึ่งเติบโตขึ้นจากปีที่ผ่านมา 5.6 %

โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาคเหนือ

พนักงานประจำ 1,417 ราย

พนักงานที่ทำงานไม่เต็มเวลา 1 ราย

รวม 1,418 ราย

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

พนักงานประจำ 2,792 ราย

พนักงานที่ทำงานไม่เต็มเวลา 18 ราย

รวม 2,810 ราย

ภาคตะวันออก

พนักงานประจำ 1,338 ราย

พนักงานที่ทำงานไม่เต็มเวลา 6 ราย

รวม 1,344 ราย

ภาคใต้

พนักงานประจำ 2,157 ราย

พนักงานที่ทำงานไม่เต็มเวลา 14 ราย

รวม 2,171 ราย

ภาคกลางและภาคตะวันตก

พนักงานประจำ 6,780 ราย

พนักงานที่ทำงานไม่เต็มเวลา 37 ราย

รวม 6,817 ราย

พนักงาน	พนักงานประจำ (ราย)	พนักงานที่ทำงานไม่เต็มเวลา (ราย)
---------	--------------------	----------------------------------



เพศชาย

6,547

45



เพศหญิง

7,937

31



รวม

14,484

76

โครงสร้างการถือหุ้น



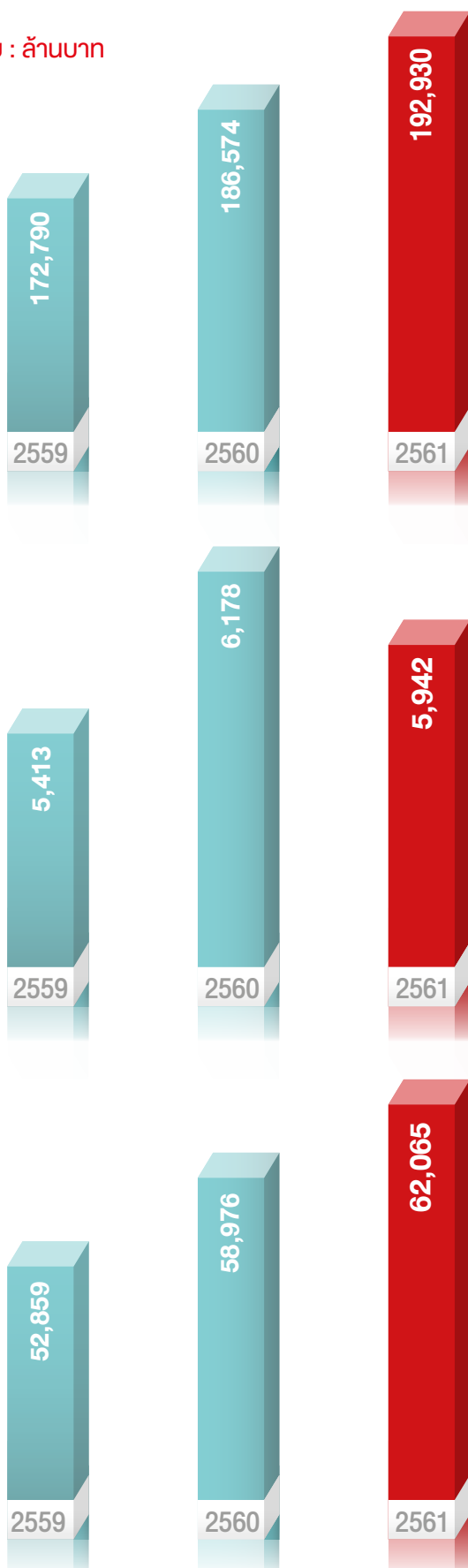
โครงสร้างผู้ถือหุ้น (Disclosure 102-5)

รายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่ 10 รายแรก ณ วันปิดสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 23 สิงหาคม 2561 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	40,296,000	0.84
4. กองทุนเปิดบัวหลวงทศพล	25,195,300	0.52
5. กองทุนเปิดบัวหลวงหุ้นระยะยาว 75/ 25	17,688,400	0.37
6. AIA COMPANY LIMITED - EQ2-P	15,882,000	0.33
7. นายปริญญา เสียรวร	15,100,000	0.31
8. HSBC (SINGAPORE) NOMINEES PTE LTD	11,258,900	0.23
9. กองทุนเปิดบัวหลวงเฟล็กซิเบิลเพื่อการเลี้ยงชีพ	10,960,100	0.23
10. นายสุรชัย บุญยประทีปรัตน์	9,195,000	0.19
รวม	4,613,477,200	96.10

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

หน่วย : ล้านบาท



รายได้รวม
↑3.3%
 เพิ่มขึ้นจาก 2560

กำไรสุทธิ
↓3.8%
 ลดลงจาก 2560

สินทรัพย์รวม
↑5.2%
 เพิ่มขึ้นจาก 2560

ข้อมูลสำคัญ ทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ฐานะทางการเงิน (ล้านบาท)

สินทรัพย์รวม

หนี้สินรวม

ทุน

ส่วนของผู้ถือหุ้น

2559

52,859

37,118

2,400

15,741

2560

58,976

40,965

2,400

18,011

2561

62,065

42,808

2,400

19,257

ผลการดำเนินงาน (ล้านบาท)

รายได้จากการขาย

รายได้รวม

กำไรขั้นต้น

กำไรสุทธิสำหรับปี

กำไรสุทธิต่อหุ้นสำหรับปี (บาท)

169,226

172,790

15,504

5,413

1.13

182,753

186,754

18,401

6,178

1.29

188,583

192,930

18,944

5,942

1.24

อัตราส่วนทางการเงิน (%)

อัตรากำไรสุทธิสำหรับปี

อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ** (เท่า)

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม

อัตราเงินปันผลต่อกำไรสุทธิ

3.1

0.5

36.2

10.7

75.4

3.3

0.5

37.1

11.0

74.6

3.1

0.5

32.8

9.7

77.5

ข้อมูลผู้ถือหุ้น (บาท)

มูลค่าหุ้นที่ตราไว้

มูลค่าหุ้นตามบัญชี

เงินปันผลต่อหุ้น

0.50

3.28

0.85

0.50

3.66

0.96

0.50

3.90

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

ผลการดำเนินงาน และรางวัลปี 2561



- การรับรองว่านโยบายและมีแนวปฏิบัติป้องกันการทุจริตภายในองค์กรครบถ้วน ภายใต้โครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านการทุจริต (CAC)



- รางวัลมาตรฐานแรงงานไทย

- Makro Innovation Day / Makro 4.0 Innovation Award



- งานตลาดประชารัฐเพื่อชุมชน

- งานแม่โครโฮเรก้า ครั้งที่ 13 มหกรรมครบเครื่องเรื่องอาหารและอุปกรณ์

- งานแถลงนโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และแนวปฏิบัติแก่คู่ค้า



- รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2561



- แม็คโครได้รับโลเกียรตินิยมสถานประกอบการที่เข้าร่วมพัฒนาระบบการจัดการพลังงานตามมาตรฐานสากล (ISO 50001)



- ความร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์ รับซื้อผลไม้คุณภาพจากเกษตรกร สหกรณ์และวิสาหกิจชุมชน



- ทนายโจห่วย โจวเสนท์/ แม็คโครจัดสัมมนาเพิ่มศักยภาพโจห่วยไทย เตรียมความพร้อมโจห่วยไทยยุคดิจิทัล



- ตลาดนัดโจห่วย ครั้งที่ 10 “โจห่วย 4.0 คู่มือ...เพื่อชีวิตที่ดีกว่า”

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

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



บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2561 เป็นฉบับที่ 2 ต่อเนื่องจากปี 2560 โดยรายงานความยั่งยืนฉบับนี้เป็นรายงานที่จัดทำสอดคล้องตามมาตรฐานการรายงานด้านความยั่งยืนของ Global Reporting Initiative (GRI Standard) แบบทางเลือกหลัก (Core) และมาตรฐานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารผลการดำเนินงานของแม็คโคร ที่สะท้อนให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยผลการดำเนินงานที่นำเสนอในรายงานฉบับนี้เป็นผลการดำเนินงานของแม็คโคร และบริษัทย่อยในประเทศไทย (“แม็คโคร”) ครอบคลุมตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2561

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

วบอวีตรายงาน (Disclosure 102-46, 102-53)

ผลการดำเนินงานในรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ครอบคลุมประเด็นความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของแม็คโครในประเทศไทยเท่านั้น ไม่รวมผลการดำเนินงานในต่างประเทศ โดยแม็คโครจัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ นำเสนออยู่บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ : www.siammakro.co.th

หากมีข้อเสนอแนะ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม หรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติมสามารถติดต่อบริษัทฯ ได้ที่ สำนักงานใหญ่:

เลขที่ 1468 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์: 0-2067-8999

Call Center: 02-335-5300

อีเมล: sustain@siammakro.co.th

การดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่แม็คโคร**วิสัยทัศน์การพัฒนายั่งยืน**

มุ่งเป็นหนึ่งในกระบวนการเป็นคู่คิดธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ ส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพชั้นเลิศและปลอดภัยในราคายุติธรรม เพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสียโดยไม่บันทึกโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรของคนรุ่นต่อไปในอนาคต

แม็คโครได้ผสมผสานแนวทางการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนเข้าไปในกรอบกลยุทธ์ขององค์กรครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากผู้มีส่วนได้เสียขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายการเป็นองค์กรที่ยั่งยืน เป็นคู่คิดเพื่อเสริมสร้างยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสีย กรอบกลยุทธ์ทางด้านความยั่งยืนได้ถูกออกแบบโดยได้พิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบริษัทฯ ทั้งจากภายนอกและภายใน รวมถึงศึกษาและผสมผสานการใช้แนวทางสากลในการบริหารจัดการความยั่งยืน ถูกออกแบบมาเป็นกลยุทธ์แม็คโคร 4.0 โดยมีโครงการขับเคลื่อนผลการดำเนินการกลยุทธ์แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

แนวทางสากลที่แม็คโครได้ศึกษาและผสมผสานเข้าเป็นกลยุทธ์แม็คโคร 4.0**01****ดัชนีความยั่งยืน
ดาวโจนส์**

(Dow Jones
Sustainability
Indices: DJSI)

02**เป้าหมายการพัฒนา
ที่ยั่งยืน**

(Sustainable
Development
Goals: SDGs)

03**หลักสากล 10 ประการ
ตามข้อตกลงโลก
แห่งสหประชาชาติ**

(UN Global
Compact: UNGC)



กลยุทธ์แม็คโคร 4.0

เป็นกลยุทธ์องค์กรที่ได้สอดแทรกมุมมองการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเข้าไปในทุกด้าน ควบคู่ไปกับการกำหนดตัวชี้วัดทางด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อประกอบการติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินการตามเป้าหมายในการเป็น “คู่คิด...เพื่อชีวิตที่ดีกว่า” โดยแผนกลยุทธ์นี้ได้เริ่มดำเนินการเข้าสู่ปีที่ 2 และได้ทบทวนและเพิ่มเติมประเด็นทางด้านความยั่งยืนทั้งระดับสากลและระดับท้องถิ่นเพื่อให้แผนกลยุทธ์มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับบริบทการดำเนินธุรกิจทั้งในปัจจุบัน และบริหารความเสี่ยงในอนาคต มีความครอบคลุม 6 ด้าน



แนวทางการดำเนินงานหลัก

กลยุทธ์ 1 อาหารปลอดภัย

แผนงาน	ผลการดำเนินงานหลัก	เป้าหมาย 2563
- การติดตามแหล่งที่มาของวัตถุดิบ - การควบคุมและลดโอกาสปนเปื้อนตลอดห่วงโซ่คุณค่า	- ดำเนินการให้ข้อมูลแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ผ่านแอปพลิเคชัน “Makro i-trace” - โครงการความร่วมมือในการทำการเกษตรอย่างยั่งยืน	100% ของวัตถุดิบหลักสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ - มีการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยอาหารตลอดห่วงโซ่คุณค่า

กลยุทธ์ 2 คัดสรรผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน

แผนงาน	ผลการดำเนินงานหลัก	เป้าหมาย 2563
- การบริหารจัดการประเด็นความเสี่ยงทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล - การคัดสรรอย่างยั่งยืน	- การวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงทางด้านความยั่งยืนเบื้องต้นของคู่ค้าหลัก - การประกาศแนวทางการจัดหาอย่างยั่งยืนสำหรับผลิตภัณฑ์พืชน้ำและเกี่ยวเนื่อง	100% ของคู่ค้าธุรกิจหลักได้รับการตรวจประเมินด้านความยั่งยืน - แนวทางการจัดหาอย่างยั่งยืนครอบคลุมผลิตภัณฑ์กลุ่มเสี่ยง

กลยุทธ์ 3 การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

แผนงาน	ผลการดำเนินงานหลัก	เป้าหมาย 2563
- การบริหารจัดการ ลดขยะ ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โคร - การออกแบบศูนย์จำหน่ายสินค้าที่มุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - การลดการใช้พลังงานและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	- โครงการทดสอบการแปรรูปขยะอาหารสด - การออกแบบศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โครที่สามารถลดการทิ้งน้ำเสีย - การรับรองระบบการจัดการด้านพลังงาน (ISO 50001)	- ก้าวเข้าสู่ศูนย์จำหน่ายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ลงร้อยละ 10 เทียบกับปีฐาน 2558

กลยุทธ์ 4 เป็นที่รักในท้องถิ่น

แผนงาน	ผลการดำเนินงานหลัก	เป้าหมาย 2563
- การส่งเสริมความแข็งแรงของท้องถิ่น - การมีส่วนร่วมระหว่างศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โครและชุมชนท้องถิ่น	- การจัดตลาดประชารัฐ - การส่งเสริมการขายสินค้าท้องถิ่น - โครงการ 100 ชุมชน 100 สาขา	- การสร้างผลกระทบเชิงบวกแก่ชุมชนที่แม่โครเข้าไปดำเนินการ - การสร้างความผูกพันระหว่างศูนย์จำหน่ายสินค้าและชุมชนโดยรอบ

กลยุทธ์ 5 การเจริญเติบโตทางธุรกิจของลูกค้า

แผนงาน	ผลการดำเนินงานหลัก	เป้าหมาย 2563
- การส่งเสริมสมรรถนะของผู้ประกอบการโชห่วย - การส่งเสริมสมรรถนะของผู้ประกอบการกลุ่มโฮเรก้า	- การดำเนินมทรรรมโชห่วยต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 - การดำเนินมทรรรม HoReCa ต่อเนื่องเป็นปีที่ 13 - โครงการมิตรแท้โชห่วย	- จำนวนผู้ประกอบการที่เพิ่มสูงขึ้น - โครงการมิตรแท้โชห่วยพลัส

กลยุทธ์ 6 องค์กรที่คนอยากเข้ามาร่วมงาน

แผนงาน	ผลการดำเนินงานหลัก	เป้าหมาย 2563
- การตรวจสอบความเสี่ยงและประเด็นทางด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน - การพัฒนาศักยภาพพนักงานและเวทีในการแสดงความคิดเห็น - การเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน - การยกระดับคุณภาพชีวิตสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน	- การประกาศนโยบายสิทธิมนุษยชนและสภาพแวดล้อมในการทำงาน - การประเมินความเสี่ยงทางด้านสิทธิมนุษยชนในระดับกลุ่มบริษัท - การฝึกอบรมผู้บริหารและผู้แทนสำหรับหลักสูตรการพัฒนาอย่างยั่งยืน - โปรแกรมพัฒนาและค้นหาผู้มีศักยภาพรุ่นใหม่ จัดต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 6 - การศึกษาการประยุกต์ใช้ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (ISO 45001) กับศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โคร	- การตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านครบทุกบริษัทย่อย - การฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถในประเด็นความยั่งยืน - การเพิ่มคะแนนความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน - การได้รับการรับรองระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (ISO 45001) ในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โครต้นแบบ

คำรับรองความเชื่อมั่น (Disclosure 102-32)

เนื้อหาของรายงานนี้ได้รับการทบทวนโดยผู้บริหารระดับสูงเพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่เปิดเผยเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน นอกจากนี้เพื่อความโปร่งใสของรายงานตามมาตรฐาน GRI แม็คโครจัดให้มีการรับรองรายงาน และความถูกต้องของข้อมูลโดยหน่วยอิสระภายนอก ดังรายละเอียดการรับประกันในท้ายเล่มรายงาน

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Disclosure 102-42)

ในการดำเนินธุรกิจนั้น แม็คโครให้ความสำคัญต่อการเติบโตและพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งบริษัทฯ มีการกำกับดูแลและคำนึงถึงการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมของพนักงาน คู่ค้า รวมถึงพันธมิตรทางการค้าของบริษัทฯ เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานทางธุรกิจรวมถึงป้องกันความเสี่ยงและผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียจะช่วยให้แม็คโครสามารถกำหนดแนวทางและการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียของแม็คโครเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ในปี 2561 แม็คโครได้ทำการทบทวนผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ ตามคู่มือการมีส่วนร่วมผู้มีส่วนได้เสีย (the stakeholder engagement manual) เขียนโดย โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (the UNEP) และผู้ร่วมงานวิจัย (Accountability and Stakeholder Research Associates) ทั้ง 5 ขั้นตอน

Stage 1

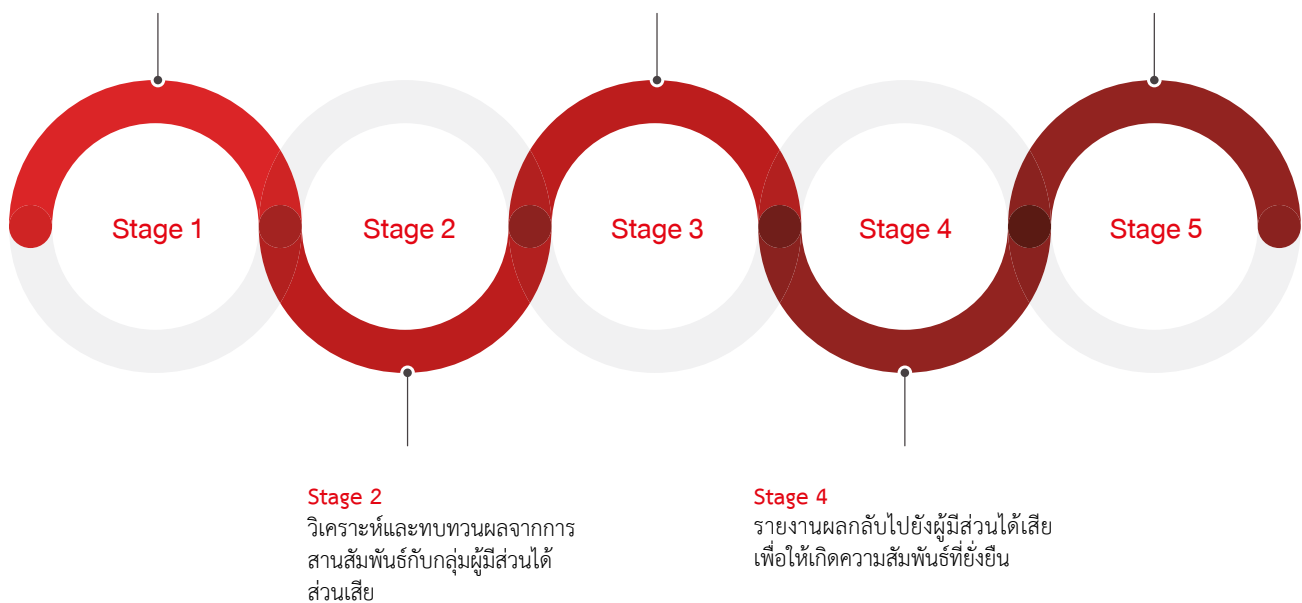
วางกลยุทธ์เกี่ยวกับการสานสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Stage 3

พัฒนาขีดความสามารถเพื่อให้มีการสานสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ

Stage 5

กำหนดวิธีและกระบวนการสานสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น



จากการทบทวนผู้มีส่วนได้เสีย คณะกรรมการความยั่งยืน เสนอให้เพิ่มรายกลุ่ม ธนาकरและเจ้าหนี้ เข้าเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลัก เพื่อให้สอดคล้องการกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่ต้องอาศัยแหล่งเงินทุนเพิ่มเติมในการขยายธุรกิจ และได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการผู้บริหาร เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2561 ส่งผลให้ปัจจุบันแม็คโครได้จำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 11 กลุ่ม โดยผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ นั้น จะเป็นส่วนสำคัญในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ และแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัทฯ

ผู้มีส่วนได้เสียของแม็คโคร

(Disclosure 102-40, 102-41, 102-43, 102-44)



ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจและกังวล	แนวทางการดำเนินงาน
บุคลากรของบริษัท (พนักงาน)	• ประเมินความพึงพอใจพนักงานประจำปี • การประเมินสมรรถนะพนักงานประจำปี • ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน • ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อสื่อสารข่าวสารภายในองค์กร • การประชุมเพื่อประเมินความเสี่ยง • คณะกรรมการสวัสดิการ	• สิทธิประโยชน์ เงินเดือน และการทำงานในระยะยาว • โอกาสในการพัฒนาอาชีพ • นโยบายอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเพื่อบริหารจัดการความปลอดภัยและลดความเครียด • สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี	• การฝึกอบรมเพิ่มความสามารถให้แก่พนักงาน • การจัดเวทีให้พนักงานได้ออกความคิดเห็น เช่น เวทีนวัตกรรม • การจัดหาอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลให้พนักงาน • การจัดกิจกรรมสันทนาการเพื่อผ่อนคลายความเครียดแก่พนักงาน • การชื่นชมและเชิดชูให้กำลังใจเมื่อพนักงานทำความดี
คู่ค้า	• การจัดประชุมกับคู่ค้า • การสำรวจความคาดหวังด้านความยั่งยืนประจำปี • โครงการความร่วมมือเพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรม	• ความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน เช่น สิทธิมนุษยชน • ความสามารถในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ • ความโปร่งใสและกระบวนการต่อรองที่เป็นธรรม • สนับสนุนผู้ผลิตขนาดเล็ก	• การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมแก่ผู้ประกอบการรายย่อย และเกษตรกร • การดำเนินโครงการร่วมกับคู่ค้าในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม • การวิเคราะห์คู่ค้าและประเมินความเสี่ยงคู่ค้า
ผู้ประกอบการ/ลูกค้า	• ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน • รับฟังข้อคิดเห็นและสัมภาษณ์ลูกค้า • กิจกรรมแม่โครมิตร์แท้ใจช่วย • พนักงานในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โคร • ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ เว็บไซต์ โทรศัพท์ สื่อสังคมออนไลน์ จดหมาย • กิจกรรมประจำปี • การตลาดและการส่งเสริมการขาย • การสื่อสารแบรนด์ผ่านทางการโฆษณา	• คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ • สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า • การติดตามผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง • การนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ที่ดี • ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ	• โครงการมิตรแท้ใจช่วย • การสนับสนุนการปรับปรุงร้าน • การนำเสนอแนวคิดและการฝึกอบรมการจัดการค้าปลีกในยุคใหม่ • การนำเสนอข้อมูลแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ • การคัดเลือกและติดตามสินค้าคุณภาพในราคาคุ้มค่านำเสนอแก่ลูกค้า • สินค้าอาหารปลอดภัย มีคุณภาพ • ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพที่ดี • การแสดงข้อมูลสินค้า ผลภาพผลิตภัณฑ์และการตลาดที่มีความถูกต้อง

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจและกังวล	แนวทางการดำเนินงาน
สังคม	ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ เว็บไซต์ โทรศัพท์ สังคมออนไลน์ จดหมาย	- สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค - ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - การปล่อยก๊าซเรือนกระจก - โอกาสในการทำงานสำหรับคนในท้องถิ่น - การส่งเสริมสุขภาพและชีวิตที่มีคุณภาพ - กระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่น การพัฒนาทักษะ	- โครงการกิจกรรมเพื่อสังคม - โครงการสนับสนุนการบรรเทาสาธารณภัย - การดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ - การรับซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และเป็นช่องทางในการจำหน่าย
ชุมชนท้องถิ่น	- ส่วนร่วมของชุมชน - การประชุมกับตัวแทนชุมชน - การบริจาค - ผู้สนับสนุน - การสัมภาษณ์	- สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค - ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - การปล่อยก๊าซเรือนกระจก - โอกาสในการทำงานสำหรับคนในท้องถิ่น - การส่งเสริมสุขภาพและชีวิตที่มีคุณภาพ - กระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่น - การพัฒนาทักษะ	- โครงการกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น โครงการ 100 ชุมชน 100 สาขา - การจ้างงานสำหรับแรงงานท้องถิ่น - การรับซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และเป็นช่องทางในการจำหน่าย
นักลงทุน	- การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี - การสำรวจความยั่งยืนประจำปี - กิจกรรมพบปะนักลงทุน - ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล จดหมาย - การลงพื้นที่ - การประชุมนักวิเคราะห์	ความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล	- การเปิดเผยข้อมูลแนวทางการกำกับดูแล - การปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ - การเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานผ่านรายงานประจำปี และรายงานความยั่งยืน

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจและกังวล	แนวทางการดำเนินงาน
คู่ธุรกิจ และ/หรือ เจ้าหน้าที่	ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ อีเมล โทรศัพท์	- โปร่งใสด้านภาษี - ความปลอดภัยของอาหาร - สิทธิมนุษยชน - สุขภาพและอาชีวอนามัยของพนักงาน - การปฏิบัติตามกฎหมาย - การปฏิบัติตามมาตรฐาน	- การให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐและหน่วยงานราชการ - การศึกษาข้อกำหนดและกฎหมาย - การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับและกฎหมาย
องค์กรนอกภาครัฐ	การสำรวจความยั่งยืนประจำปี	- สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า - การดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับกฎหมาย - ความรับผิดชอบต่อสังคม - ความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน - ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	- การสื่อสาร ให้ข้อมูลผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง - การตอบแบบประเมิน - การดำเนินกิจกรรมร่วมและโครงการความร่วมมือ
ผู้ถือหุ้น	- การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี - การสำรวจความยั่งยืนประจำปี - การจัดงานพบปะนักลงทุน - ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล จดหมาย - การเยี่ยมชมกิจการ - การประชุมนักวิเคราะห์	- ความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล - ประสิทธิภาพทางธุรกิจ/การเงิน - การเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น	- การเปิดเผยแนวทางการกำกับดูแล และปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม - การเปิดเผยผลการดำเนินการ
สื่อมวลชน	- ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ การสัมภาษณ์ - การแถลงข่าว	- ความโปร่งใสของข้อมูล - การเข้าถึงข้อมูลของประชาชน	การสื่อสาร ให้ข้อมูลผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง
ธนาคารและเจ้าหนี้	- การเข้าเยี่ยม - การประชุม - การตรวจสอบ	ผลตอบแทนทางการเงิน	- การสื่อสาร ให้ข้อมูลผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง - มาตรการลดและบริหารจัดการความเสี่ยง

Materiality Assessment

ในการระบุประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจนั้น แม็คโครได้ทำการรวบรวมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนโดยทำการศึกษากรอบรายงานความยั่งยืนสำหรับกลุ่มธุรกิจค้าส่ง การศึกษาเล่มรายงานจากกลุ่มบริษัทในธุรกิจเดียวกัน การศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ ซึ่งได้มาจากการศึกษาบริษัทด้านความยั่งยืนระดับสากล เช่น Sustainability Accounting Standards Board (SASB) ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) องค์การแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (GRI) เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน (UN SDGs) เมื่อได้ภาพรวมของประเด็นความยั่งยืนแล้ว แม็คโครได้ทำการออกแบบสอบถาม เพื่อขอความเห็นจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของบริษัท และความเห็นจากผู้บริหารภายในช่องทางแม็คโคร โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 2,133 ราย ผลจากการสำรวจความคิดเห็นที่ได้จะทำการคำนวณ และนำมาใส่ในแผนภูมิความสัมพันธ์ จากนั้นดำเนินการตรวจสอบความสำคัญของประเด็นความยั่งยืนร่วมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน

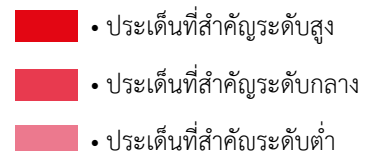
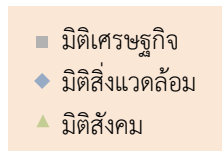
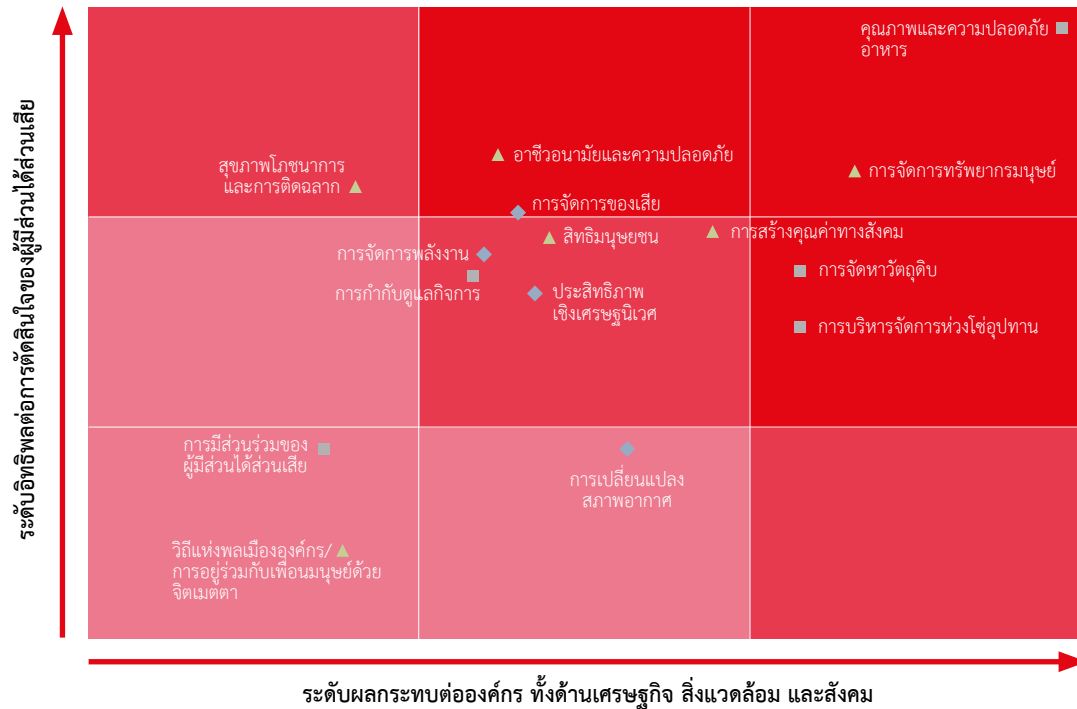
และหน่วยงานกำกับดูแล ผ่านการสัมภาษณ์ในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อยืนยันผลจากการสำรวจ ความเห็น สุดท้ายประเด็นความยั่งยืนจะถูกนำเสนอต่อที่ประชุมผู้บริหาร เพื่อให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร และหัวหน้าของแต่ละหน่วยงานพิจารณาและอนุมัติประเด็นความยั่งยืนของแม็คโคร ทั้งนี้จากผลการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นความยั่งยืนพบว่า ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญของบริษัทฯ มีทั้งสิ้น 15 ประเด็น โดยมี 6 ประเด็นที่ถูกระบุว่าเป็นประเด็นที่มีความสำคัญสูงต่อธุรกิจของบริษัทฯ ได้แก่

1. คุณภาพและความปลอดภัยอาหาร
2. การพัฒนาบุคลากร
3. การจัดหาวัตถุดิบ
4. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
5. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
6. การจัดการของเสีย



MAKRO 2018 MATERIALITY MATRIX

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



หมายเหตุ : การแก้ไขข้อมูลจากเล่มรายงานที่ผ่านมา และการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับรายงานฉบับนี้ไม่มีข้อมูลที่ต้องแก้ไข จากรายงานเล่มที่ผ่านมา



การกำกับดูแลกิจการ

(Disclosure 102-16, 102-18)

แม้ใครให้ความสำคัญสูงสุดกับการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีประสิทธิภาพ และเป็นธรรม โดยส่งเสริมให้การทำงานของบริษัทฯ สอดคล้องกับแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจอย่างเคร่งครัด ครอบคลุมแนวทางการปฏิบัติงาน โครงสร้างการกำกับดูแล และแผนตรวจติดตามซึ่งช่วยสนับสนุนให้แม้ใครสามารถดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยเกื้อหนุนให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและโปร่งใส นำมาซึ่งความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงานต้นด้านโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการปี 2561



15

กรรมการทั้งหมด



5

กรรมการอิสระ



8

กรรมการที่เป็นผู้บริหาร



2

กรรมการเพศหญิง

แนวทางการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการของแม็คโคร

แม็คโครเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส จะช่วยส่งเสริมให้บริษัทฯ เติบโตอย่างมั่นคง นำมาซึ่งความไว้วางใจ จากชุมชน ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ ไม่เพียงแต่มุ่งดำเนินธุรกิจให้สอดคล้อง ตามกฎหมายท้องถิ่นและข้อบังคับเท่านั้น แต่ยังมุ่งขับเคลื่อนธุรกิจตาม มาตรฐานขั้นสูงอย่างมีอาชีพผ่านการกำกับดูแลตามแนวปฏิบัติด้าน การกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ ซึ่งจัดทำเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษากัมพูชา โดยแนวปฏิบัติดังกล่าวจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ลงทุน ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสีย ทุกกลุ่มถึงเป้าหมายของแม็คโครในด้านกำกับดูแลกิจการที่ดี ทั้งนี้ พนักงานแม็คโครในทุกระดับจะต้องลงนามรับทราบและปฏิบัติตาม แนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจเพื่อ ขับเคลื่อนการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้บรรลุตามเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจ โดยยังคงรักษามาตรฐานสูงสุดในด้านจริยธรรมในการ ดำเนินธุรกิจ

สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมของนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ได้ในรายงานประจำปี 2561 และเว็บไซต์ของแม็คโครที่ www.siammakro.co.th ซึ่งครอบคลุมรายละเอียดเกี่ยวกับกระบวนการ กำกับดูแลกิจการที่เกี่ยวข้องและการเปิดเผยข้อมูล ตลอดจนผลการ ดำเนินงานของแม็คโครในปี 2561 และแนวปฏิบัติสำหรับการพัฒนา ความยั่งยืนของกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้น นอกจากนี้แม็คโคร ยังจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องและประเด็นด้าน กฎหมายที่สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ข้อของ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหลักการบริหารกิจการที่ดี ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ นอกเหนือจากการดำเนินงานให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้วนั้น แม็คโครยังปฏิบัติตาม มาตรฐานสากลอื่นๆ อีกด้วย อีกทั้งแม็คโครยังจัดให้มีการฝึกอบรม จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยเพื่อสร้างความมั่นใจ ว่าพนักงานทุกคนจะปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัด รวมไปถึงจัด ประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการขึ้น 2 ครั้งในปี 2561

คณะกรรมการบริษัท

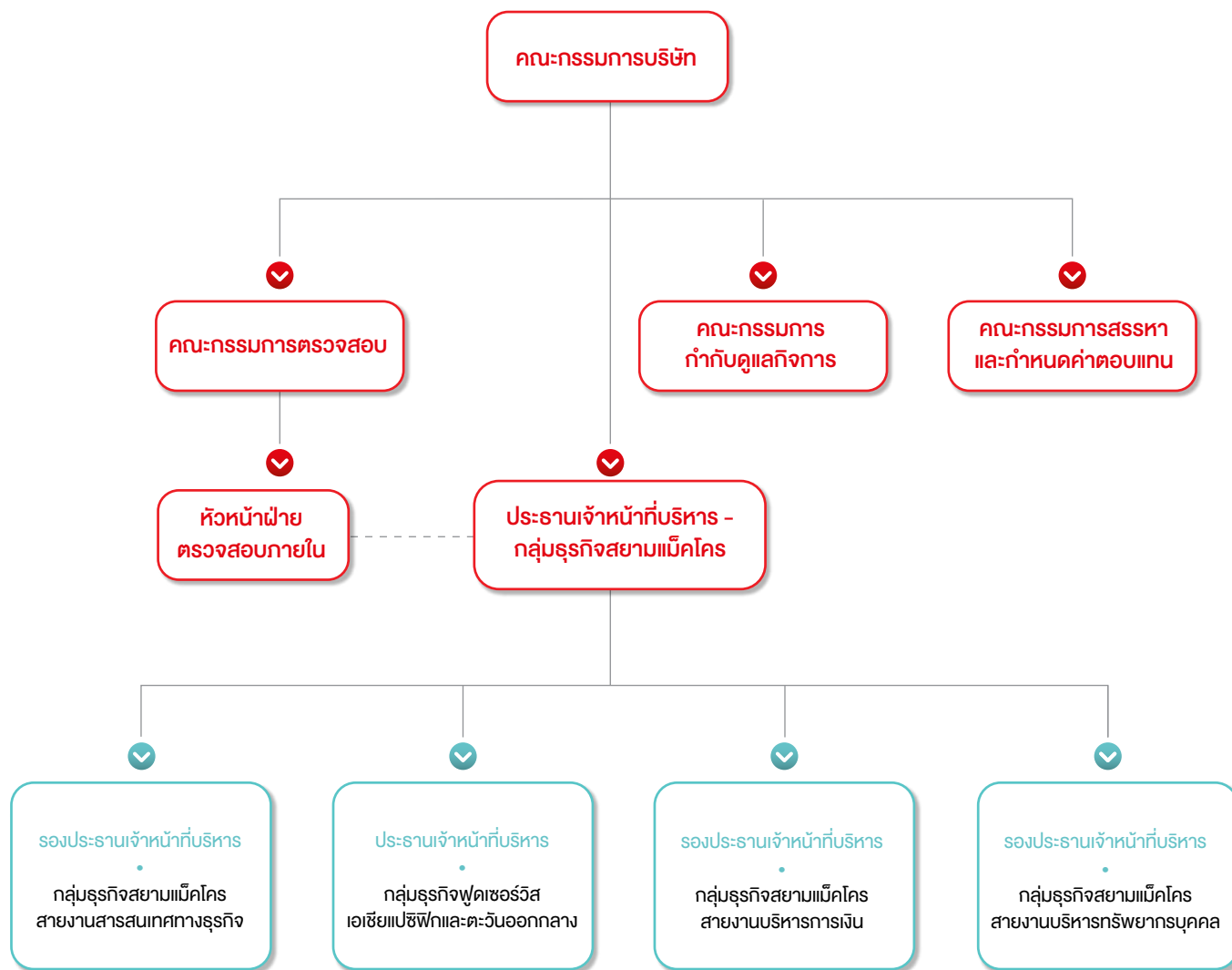
คณะกรรมการบริษัทฯ มีหน้าที่รับผิดชอบในการคัดเลือกและแต่งตั้ง ประธานกรรมการและรองประธานกรรมการ นอกจากนี้กรรมการ บริษัทฯ ยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของ แม็คโครให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร ตลอดจน กำกับดูแลเพื่อสร้างความมั่นใจว่าบริษัทฯ ดำเนินงานสอดคล้องกับ แนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ ในปี 2561 (วันที่ 31 ธันวาคม 2561) แม็คโครมีกรรมการทั้งสิ้น 15 ท่าน (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร 8 ท่าน และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 7 ท่าน) โดยมีกรรมการ 2 ท่านเป็นผู้หญิงและมีกรรมการอิสระ 5 ท่าน ทั้งนี้ด้วยความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมความโปร่งใสและความเป็นธรรมใน การดำเนินธุรกิจ แม็คโครกำหนดให้คณะกรรมการแต่ละท่านจะต้อง ไม่ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการในบริษัทจดทะเบียนเกิน 5 แห่ง

ในการจัดประชุมแม็คโครกำหนดให้ประธานกรรมการจะต้องแจ้ง กรรมการท่านอื่นล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วันเพื่อให้กรรมการมีเวลา เพียงพอในการเตรียมความพร้อม โดยประธานกรรมการมีหน้าที่ รับผิดชอบในการจัดประชุมวันแต่มีเหตุขัดข้องอื่น ซึ่งข้อบังคับ ดังกล่าวบังคับใช้กับกรรมการอิสระทุกท่าน

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

โครงสร้างการจัดการองค์กร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561





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 ครั้งเพื่อหารือถึงโอกาสในการพัฒนากลยุทธ์ด้านความยั่งยืน รวมถึงแนวปฏิบัติใหม่ ๆ



ในปี 2561 คณะกรรมการความยั่งยืน
ได้ประชุมครบตามเป้าหมาย 100%

12 | 12 ครั้ง



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

เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามการกำกับดูแลกิจการที่ดีในทุกธุรกิจที่แม็คโครดำเนินการ แม็คโครได้กำหนดและกำกับดูแลนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชันและจรรยาบรรณธุรกิจของลูกค้าและคู่ธุรกิจ



นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน

บนพื้นฐานของความยุติธรรม จริยธรรม และการปฏิบัติตามหลักการค้ากับดูแลกิจการที่ดี แม็คโครได้จัดทำนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันซึ่งประกอบด้วยมาตรฐานทั่วไปและแนวทางการดำเนินงานที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับการสนับสนุนและช่วยเหลือทางการเงินจากเพื่อการกุศล เงินสนับสนุน การให้ของขวัญและของกำนัล โดยประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลและตรวจติดตามการส่งเสริมวัฒนธรรมต่อต้านคอร์รัปชันในองค์กร และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท นอกจากนี้คณะกรรมการตรวจสอบซึ่งรายงานตรงต่อคณะกรรมการบริษัท ยังมีหน้าที่กำกับดูแลให้การดำเนินกิจกรรมของแม็คโครเป็นไปตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน และมีหน่วยงานตรวจสอบภายในช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อสร้างความมั่นใจว่าแม็คโครมีระบบควบคุมภายในที่เหมาะสมและเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำใดๆ ที่เป็นการคอร์รัปชันในองค์กร

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



จรรยาบรรณคู่ค้า

แม็คโครจัดให้มี ‘จรรยาบรรณคู่ค้า’ สำหรับคู่ค้าทุกรายเพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลการดำเนินงานให้สอดคล้องกับค่านิยมของแม็คโคร ซึ่งประกอบด้วยข้อกำหนดในด้านจรรยาบรรณ (การต่อต้านคอร์รัปชันและการความขัดแย้งทางผลประโยชน์) ด้านความปลอดภัยและคุณภาพอาหาร ด้านการตรวจสอบย้อนกลับด้านนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจ ด้านการบริหารความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามแรงงาน (สิทธิมนุษยชนและการไม่แบ่งแยกหรือเลือกปฏิบัติ) และด้านสุขภาพและความปลอดภัย โดยในปี 2561 แม็คโครได้แถลงนโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและจรรยาบรรณคู่ค้าแก่คู่ค้าไปแล้วกว่า 1,500 ราย



การบริจาคสิ่งของ หรือการให้การสนับสนุนในกิจกรรมสาธารณะ

เพื่อให้มั่นใจว่ากิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการบริจาคสิ่งของ หรือการให้การสนับสนุนในกิจกรรมสาธารณะ ได้ดำเนินการอย่างโปร่งใส โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือบรรเทาทุกข์ หรือให้การสนับสนุนโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างแท้จริง โดยไม่คำนึงถึงผลประโยชน์เบื้องหลัง แม็คโครได้ออกนโยบายเรื่องการบริจาคซึ่งช่วยเป็นแนวทางการพิจารณา และกำกับการดำเนินงานเรื่องนี้ และทำการสื่อสารให้พนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าใจ เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะเป็นการรักษาภาพลักษณ์บริษัท และส่งเสริมให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อไป



นโยบายไม่รับของขวัญ และนโยบายเกี่ยวกับการบริจาค

แม็คโครมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและซื่อสัตย์โดยยึดถือและปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันที่กำหนดไว้ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทปฏิบัติตามและปลอดจากการทุจริต ตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นไปบริษัททอคอนนโยบายไม่รับของขวัญและการบริจาค โดยขอความร่วมมือในการงดให้ของขวัญแก่พนักงานของบริษัท ในช่วงเทศกาลปีใหม่และโอกาสอื่น ๆ ในกรณีบริษัทได้รับของขวัญ เบื้องต้นบริษัทจะทำการส่งคืนโดยแจ้งให้ทราบถึงนโยบายก่อน หากไม่สามารถส่งคืนได้ บริษัท จะรวบรวมและบริจาคของขวัญเหล่านี้ให้กับองค์กรการกุศลเพื่อประโยชน์สาธารณะ



ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ

การดำเนินงานและนโยบายของแม็คโครสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นที่จะสร้างวัฒนธรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร โดยในปี 2561 แม็คโครประสบความสำเร็จในการดำเนินงานตามเป้าหมายด้านการกำกับดูแลกิจการภายในองค์กร ได้รับการประกาศให้อยู่ในระดับ ‘ดีเลิศ’ จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies: CGR) ซึ่งเป็นระดับสูงสุด และยังคงได้คะแนนเต็ม 100 คะแนนจากโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้น (AGM Checklist) ต่อเนื่องเป็นปีที่สอง



จรรยาบรรณคู่ธุรกิจ

นอกเหนือจากความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ การกำกับดูแลคู่ธุรกิจให้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ถือเป็นความท้าทายของแม็คโคร ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงได้กำหนด ‘จรรยาบรรณคู่ธุรกิจ’ ประกอบด้วย ค่านิยมแม็คโคร หลักการ และความคาดหวังของแม็คโครต่อคู่ธุรกิจ โดยมีเนื้อหาสอดคล้องกับ จรรยาบรรณคู่ค้าซึ่งช่วยให้แม็คโครสามารถคัดสรรคู่ธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความยั่งยืนของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง



ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน

แม็คโครตระหนักดีว่าการดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีนั้นเป็นกระบวนการที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงบรรทัดฐานในการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดข้อกังวล ด้วยเหตุนี้แม็คโครจึงจัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนเพื่อบริหารจัดการข้อร้องเรียนต่างๆ ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการช่องทางรับเรื่องร้องเรียนด้านการต่อต้านคอร์รัปชัน เพื่อส่งเสริมให้พนักงานรายงานหากมีการกระทำที่น่าสงสัยซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับนโยบายและข้อกำหนดของบริษัทฯ

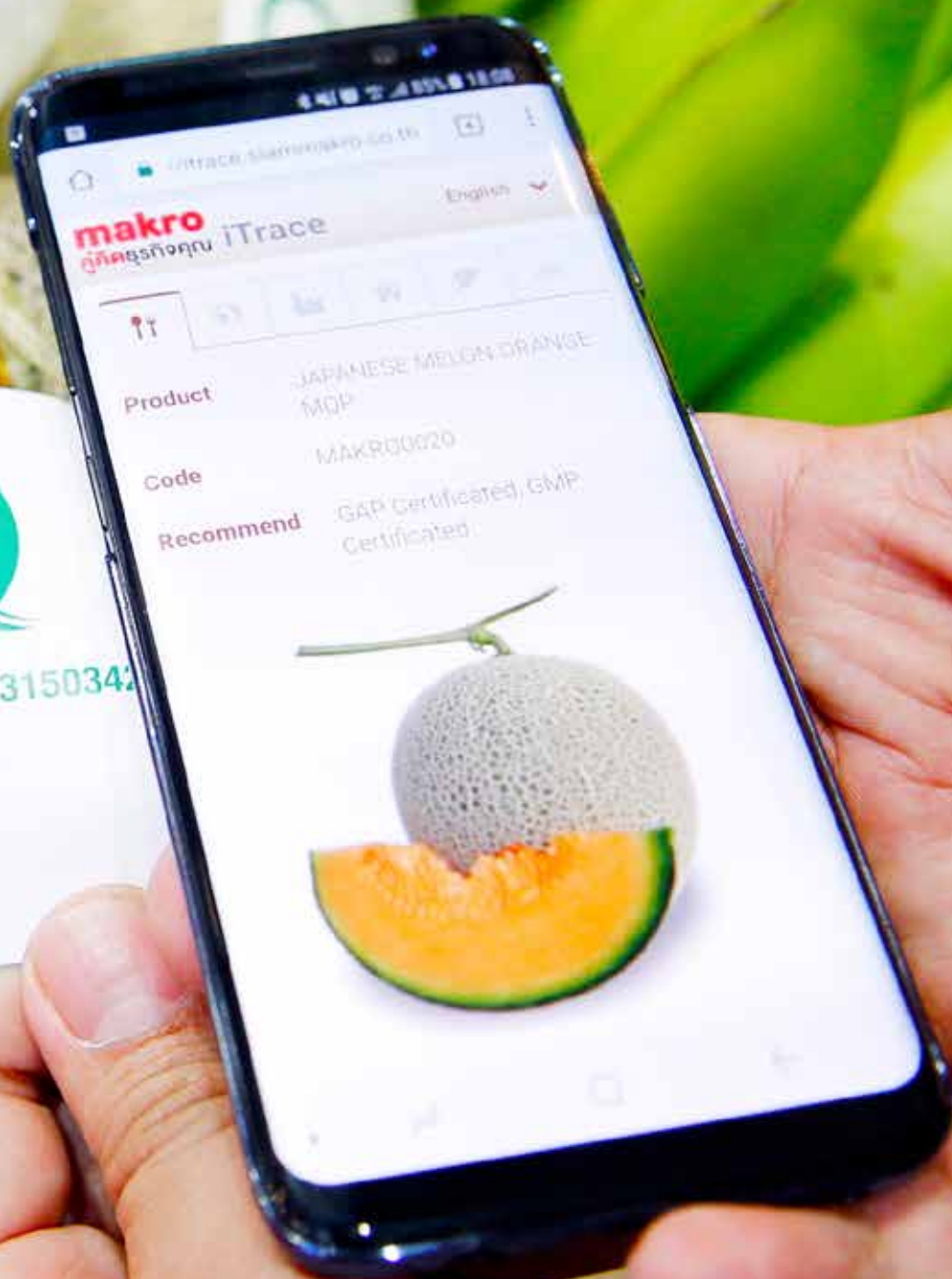


ส่งมอบอาหารคุณภาพ
และปลอดภัย
ให้คนสำคัญเช่นคุณ



ทช. 03-9001





-2552-37073150342

ส่งมอบอาหารคุณภาพและปลอดภัย ให้คนสำคัญเช่นคุณ

การดำเนินธุรกิจในยุคสมัยที่สังคมก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว ส่งผลให้ความต้องการของผู้บริโภคมีความแตกต่างจากในอดีต การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบและอาหารที่หลากหลายจากทั่วทุกมุมโลกได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว แม็คโครให้ความสำคัญในการคัดสรรอาหารที่มีคุณภาพชั้นเลิศและมีความปลอดภัยจากทั่วทุกมุมโลกแก่ลูกค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น แม็คโครแคตตาล็อก และช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ เว็บไซต์ Makroclick.com, แม็คโคร แอปพลิเคชัน (Makro Application), Makro Mail และ Makro Line Official

ส่วนหนึ่งของความท้าทายในการขยายขอบเขตการให้บริการจากเดิมที่ประกอบกิจการศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง (Cash and Carry) เป็นหลัก ก้าวไปสู่การนำเสนอบริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์คือการรักษามาตรฐานอาหารด้านคุณภาพและความปลอดภัยให้อยู่ในระดับสูงสุดจนกระทั่งส่งมอบถึงผู้บริโภคและผู้ประกอบการ



แนวทางการบริหารจัดการของแม็คโคร ยังคงมุ่งเน้นความปลอดภัย คุณภาพ และคุณค่าของอาหารเป็นเรื่องสำคัญสูงสุด ทำงานร่วมกันกับ คู่ค้า ผู้ผลิตขั้นต้น ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทานในการคัดสรรและพัฒนาอาหารกลุ่มซูเปอร์ฟู้ด (Super Food) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรอง มาตรฐานการผลิตที่ปลอดภัย อาทิ GMP, CODEX, HACCP, FSSC จากหน่วยรับรองระดับสากล และสินค้าคุณภาพพรีเมียมที่มีสัญลักษณ์ Quality Pro เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของแม็คโครสด สะอาด ปลอดภัย และดีต่อสุขภาพ นอกจากนี้ แม็คโครยังให้ความสำคัญของ แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ (Traceability) โดยพัฒนาระบบสอยย้อนกลับ “Makro iTrace” ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถสอยย้อนกลับได้ถึงแหล่ง ที่มาของผลิตภัณฑ์ ผ่านทาง QR code ที่แสดงอยู่บนฉลากสินค้า

แม็คโครขยายฐานข้อมูลสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน **Makro iTrace** อย่างต่อเนื่อง เพื่อการตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์

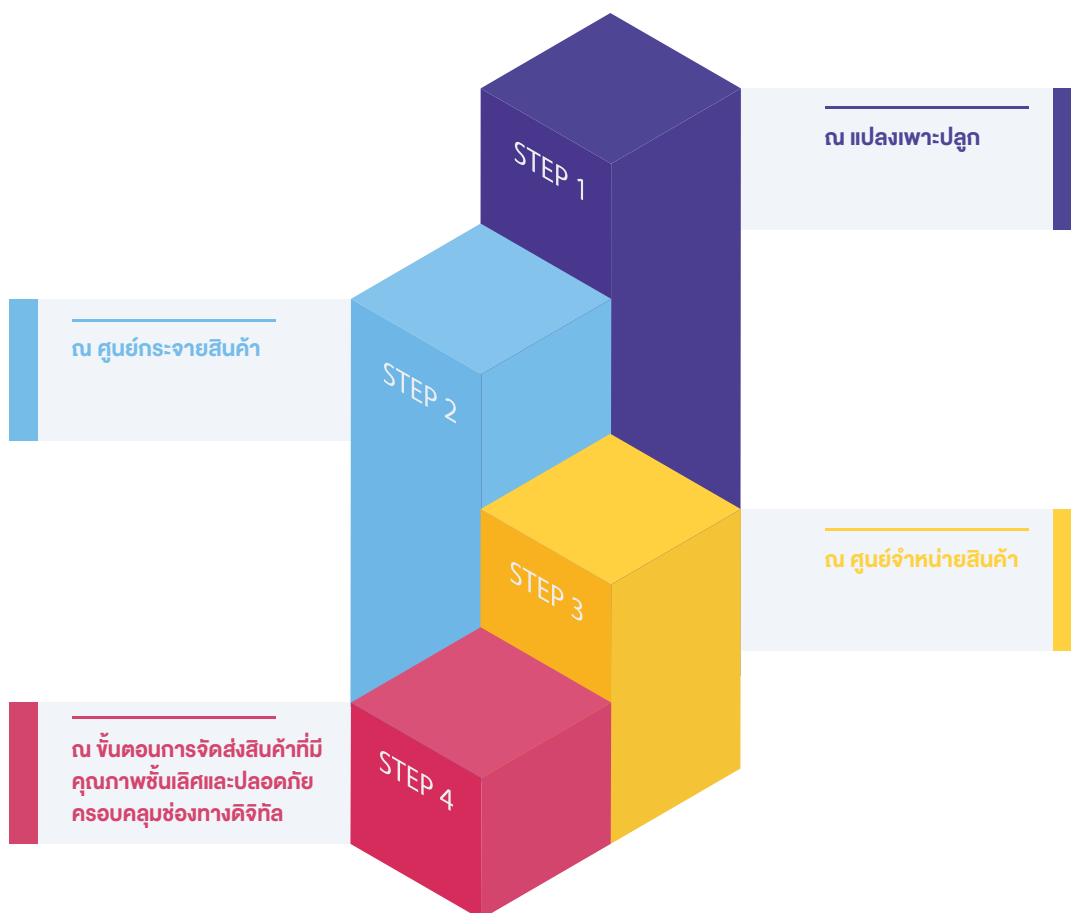
ปี 2560 ครอบคลุมสินค้า 628 รายการ

ปี 2561 ครอบคลุมสินค้ามากกว่า 1,467 รายการ



ตัวอย่างข้อมูลสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Makro iTrace นอกเหนือจากข้อมูลแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์แล้ว ยังบอกถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และเมนูแนะนำที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ไปประกอบอาหารอีกด้วย

แนวทางการดำเนินการเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทาน



STEP 1

แม็คโครให้ความรู้เกษตรกรและผู้ผลิตถึงแนวปฏิบัติด้านอาหารปลอดภัย และส่งเสริมให้เกิดการรับรองตามมาตรฐานสากลรวมทั้งห้องปฏิบัติการทดสอบเพื่อคัดกรองคุณภาพสินค้า

STEP 2

แม็คโครผ่านการรับรองห้องปฏิบัติการทดสอบจากหน่วยงานภาครัฐในการตรวจการปนเปื้อนของสินค้า ก่อนกระจายสินค้าไปยังศูนย์จำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ

STEP 3

แม็คโครนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการรักษาและป้องกันคุณภาพของอาหาร การปนเปื้อนของสินค้า เพื่อส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพและความปลอดภัยแก่ลูกค้า

STEP 4

พัฒนาศักยภาพเสริมความรู้และเพิ่มทักษะในการคัดเลือกสินค้าให้แก่พนักงานแม็คโคร เพื่อส่งมอบสินค้าไปยังลูกค้าและผู้จัดส่งสินค้า

แม็คโครได้พัฒนาคู่ค้าเกษตรกรรายย่อยกลุ่มผักและผลไม้ รวมถึงศูนย์รวบรวม มากกว่า 347 แห่ง ในปี 2561 เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันกับเกษตรกรได้อย่างใกล้ชิด ยกระดับความสามารถในการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร ณ แหล่งผลิต ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

แม็คโครทำหน้าที่ในการส่งเสริมความรู้ด้านความปลอดภัยของอาหาร ตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารให้เกิดขึ้นตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงมือผู้บริโภค ในส่วนของการขายผ่านช่องทางดิจิทัลนั้น แม็คโครได้ขยายขอบเขตการดำเนินการที่เป็นเลิศ ด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารและสินค้า โดยแม็คโครได้ดำเนินการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ และใส่ใจ เหมือนการส่งมอบสิ่งที่ดีให้คนในครอบครัว โดยแม็คโครดำเนินการจัดส่งสินค้าอาหารด้วยรถควบคุมอุณหภูมิทุกรอบการจัดส่ง และมีแผนทดสอบประสิทธิภาพการควบคุมอุณหภูมิของรถผ่านการสอบเทียบจากหน่วยรับรองเพื่อมั่นใจว่าคุณภาพของสินค้าถูกจัดเก็บและขนส่งเป็นไปตามมาตรฐานในระดับสากล รวมทั้งมีการตรวจสอบสภาพรถขนส่งเป็นประจำอย่างต่อเนื่องและการติดตั้งอุปกรณ์ (Data Logger) บันทึกข้อมูลอุณหภูมิ ตลอดระยะทางขนส่งเพื่อให้มั่นใจได้ว่าจะสามารถคงคุณภาพของอาหารชั้นเลิศและปลอดภัยจนถึงมือลูกค้า



“พนักงานแม็คโครทุกคนต้องผ่านการฝึกอบรมและทดสอบเพื่อพัฒนาศักยภาพ ความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร ครอบคลุมทั้งกระบวนการทวนสอบ (Verification) และประเมินผล (Evaluation) ด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และความเหมาะสมของอุณหภูมิ การแบ่งบรรจุ และระยะเวลาการจัดส่งสินค้า เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด”

อย่างไรก็ตามแม็คโครมุ่งมั่นเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยได้ศึกษาข้อกำหนดระดับสากลด้านมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร หรือ ISO 22000 มาประยุกต์ใช้ในห่วงโซ่อุปทานของแม็คโคร และมีแผนขอการรับรองในพื้นที่นำร่องในปี 2562 เพื่อรักษาความเป็นผู้นำด้านอาหารปลอดภัย

มาตรฐาน ISO 22000 เป็นระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้ประกอบกิจการในอุตสาหกรรมอาหารและห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งครอบคลุมทั้งข้อกำหนดของ GMP, HACCP, ISO9000 และข้อกำหนดสำหรับระบบการจัดการในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจและความพึงพอใจของลูกค้ามุ่งเน้นการพัฒนาการจัดการความปลอดภัยของอาหารให้มีประสิทธิภาพ การแสดงข้อมูลและการสื่อสารที่ชัดเจน และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ทั้งนี้เพื่อประกันความปลอดภัยของสินค้าตลอดเส้นทางห่วงโซ่อุปทาน



รวมใจสร้างคุณค่าและ
ความรับผิดชอบต่อสังคม
ตลอดห่วงโซ่อุปทาน
เพื่อร่วมเติบโตอย่างยั่งยืน





makro
คู่คิดธุรกิจคุณ

makro
คู่คิดธุรกิจคุณ

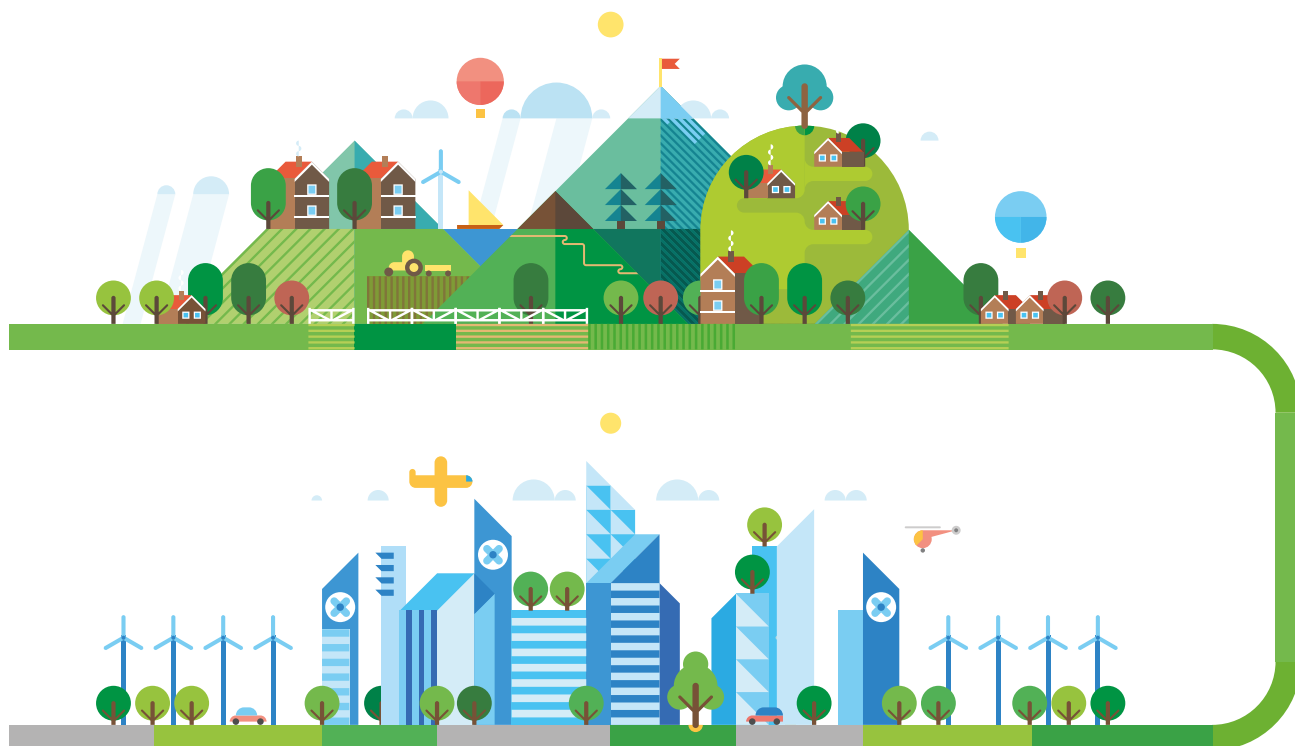
หัวใจของ
ความยั่งยืน
คือการ
ใส่ใจ
สิ่งแวดล้อม

makro
ร้านสิ่งแวดล้อม
Green Makro
ใส่ใจโลก

แม็คโคร มอบถังขยะรีไซเคิล
กับ อปท.ตำบลไม้พาด อ.สีคิ้ว
เนื่องในวันสิ่งแวดล้อมโลก

รวมใจสร้างคุณค่า และความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อร่วมเติบโตอย่างยั่งยืน

การทำธุรกิจอย่างประสบความสำเร็จทั้งในแง่ของคุณภาพ และเวลา ล้วนเกิดจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ การทำงานที่โปร่งใส สอดประสานกันระหว่างผู้ผลิต ผู้ส่งมอบ คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ จะเป็นการส่งเสริมความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทาน และทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้เกิดความสมดุลทั้งด้านของคุณภาพ ราคา และความสามารถในการส่งมอบ ไม่เพียงพอต่อการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืน การบริหารจัดการความเสี่ยงในที่อาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานต้องขยายขอบเขตให้ครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล พร้อมทั้งรักษาสมดุลกับมิติทางด้านเศรษฐกิจควบคู่กัน มุ่งหวังการให้เกิดการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อ ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม และสังคม ตลอดห่วงโซ่อุปทาน สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าและผู้ประกอบการ



การบริหารจัดการความเสี่ยงในที่อาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานต้องขยายขอบเขตให้ครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล พร้อมทั้งรักษาสอดคล้องกับมิติทางด้านเศรษฐกิจควบคู่กัน

แนวทางการดำเนินการ และผลการดำเนินงาน

กรอบการปฏิบัติงานเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงทางด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน แม็คโครได้กำหนดแนวปฏิบัติไว้ 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

- การระบุขอบเขตการดำเนินการ กำหนดความคาดหวังและแนวปฏิบัติ สื่อสารไปยังคู่ค้า แม็คโครได้จัดทำคู่มือคู่มือการดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้า สื่อสารไปยังคู่ค้าครบ 100% ในปี 2560 พร้อมทั้งเผยแพร่คู่มือฯ ให้คู่ค้าใหม่ทุกรายได้ศึกษาทำความเข้าใจบนเว็บไซต์แม็คโคร และผ่านทาง QR code



- การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบทางด้านมิติความยั่งยืน

แม็คโครได้ทำการวิเคราะห์คู่ค้าเพื่อจัดกลุ่มคู่ค้าครบ 100% โดยกำหนดคู่ค้าที่สำคัญ (Critical Tier 1 Suppliers) ผ่านเกณฑ์ 1) ยอดสั่งซื้อสินค้า 2) คู่ค้าที่ส่งมอบวัตถุดิบที่สำคัญ 3) คู่ค้าที่ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีน้อยราย โดยคู่ค้าที่สำคัญ (Critical Tier 1 Suppliers) ของแม็คโครทั้ง 1,473 รายได้รับการประเมินความเสี่ยงไปแล้วทั้งสิ้น 1,211 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.2 ของคู่ค้าที่สำคัญทั้งหมด โดยคู่ค้าที่สำคัญอีก 262 ราย คู่ค้าใหม่ และคู่ค้าที่เหลือทั้งหมดจะต้องได้รับการประเมินความเสี่ยงทางด้านความยั่งยืนต่อไป



- การบริหารจัดการความเสี่ยง และการส่งเสริมสมรรถนะของคู่ค้า

แม็คโครได้ดำเนินการโครงการเพื่อส่งเสริมสมรรถนะคู่ค้าโดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรและผู้ผลิตกลุ่มต้นน้ำ เพราะถือเป็นจุดเริ่มต้นของการห่วงโซ่อุปทานที่แข็งแกร่งและจะส่งผลต่อเนื่องไปตลอดทั้งสาย จากการทำงานร่วมกันอย่างเข้มข้นทั้งคู่ค้าและแม็คโคร โครงการเหล่านี้ล้วนส่งผลย้อนกลับ เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น

ตัวอย่างโครงการส่งเสริมเกษตรกร

แม่โคร ยกกระดับเกษตรกรไทย ปันเกษตรกรชาวเขา พัฒนาสินค้าแบบมืออาชีพ

แม่โครได้เป็นที่เลื่องลือให้ควารู้ คำแนะนำการผลิตและวางแผน จนทำให้เกษตรกรสามารถพัฒนาคุณภาพสินค้า เพิ่มปริมาณผลผลิตคุณภาพ ส่งต่อผักคุณภาพสู่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โครทั่วประเทศ

“ผมอยากต่อยอดอาชีพบรรพบุรุษ อยากขยายตลาดขายผัก แต่ก็ไม่เคยคิดจะค้าขายกับพ่อค้าคนกลาง เพราะกลัวโดนเอาเปรียบ พอดีเพื่อนแนะนำให้รู้จักกับแม่โคร จุดนี้เองเลยทำให้เริ่มค้าขายกับแม่โคร และได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ของแม่โครมาโดยตลอด เช่น การตัดแต่งผัก การขนส่งผักยังงไม่ให้ช้ำ ไม่ให้เน่า ไม่ให้เสีย และที่สำคัญคือ ไม่เคยถูกเอาเปรียบ”

คุณวิทยา หวานซึ้ง

หนึ่งในเกษตรกรไทยที่เติบโตไปพร้อมกับแม่โคร



คุณวิทยา หวานซึ้ง



คุณเพ็ญศรี วุฒิวัฒนากุล

“แม่โคร” หนุนเกษตรกรไทย คัดมะพร้าวคุณภาพ ส่งแม่โครทั่วประเทศ

นอกเหนือจากการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรเพื่อสร้างรายได้แล้ว แม่โครยังช่วยแนะนำในเรื่องการพัฒนาการปลูก การดูแลรักษา จัดการผลผลิต การพัฒนามาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice หรือหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหารอย่างปลอดภัย) และคำแนะนำในเรื่องการพัฒนาด้านการเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วย

“การทำงานร่วมกับแม่โครนั้น ตั้งมั่นอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจ การให้ออกาส และความมุ่งมั่นร่วมกันคือ การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐาน และสามารถนำไปจำหน่ายในแม่โครทุกสาขาได้ ต้องยอมรับว่าการที่จะทำให้สินค้าได้คุณภาพมาตรฐานตามที่แม่โครกำหนดนั้น เราต่างทุ่มเทแรงกาย และแรงใจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย แม้ว่าบางครั้งจะมีเรื่องยุ่งยากและอุปสรรคต่าง ๆ แต่เราก็สามารถผ่านพ้นไปได้ โดยมีทีมงานแม่โครคอยให้คำแนะนำและอยู่เคียงข้างกันตลอด”

คุณเพ็ญศรี วุฒิวัฒนากุล

หนึ่งในเกษตรกรไทยที่เติบโตไปพร้อมกับแม่โคร

“แม็คโคร ชวนกินพริก ช่วยเกษตรกรชาวสวนพริกพัทลุง”

แม็คโครได้ตอบรับให้ความช่วยเหลือเป็นการเร่งด่วนแก่พี่น้องเกษตรกรผู้ปลูกพริกในจังหวัดพัทลุงที่เดือดร้อนทั้งสิ้น 93 ราย ครอบคลุมพื้นที่การปลูกกว่า 140 ไร่ โดยรับซื้อผลผลิตพริกสด พริกเขียว พริกแดง และพริกกะเหรี่ยง ในราคาที่เหมาะสมที่ได้ เพื่อจัดกิจกรรมคาราวานพริกจากพัทลุงเชื่อมโยงตลาดสู่แม็คโคร 14 สาขาทั่วประเทศ ทั้งนี้พริกดังกล่าวจะต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐาน และมียอดหมายผ่านการรับรองจากสาธารณสุขจังหวัด



แม็คโคร ชวนกินพริก
ช่วยเกษตรกรชาวสวนพริกพัทลุง

แม็คโครริเริ่มการจัดหาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน

ปี 2561 แม็คโครได้ประกาศ “แนวทางการจัดหาอย่างยั่งยืนสำหรับวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับปลาทูน่า” โดยมีเนื้อหาครอบคลุมการตรวจสอบย้อนกลับได้ของวัตถุดิบ แหล่งการทำประมง ข้อมูลเรือประมงและวิธีการทำประมง ชนิดพันธุ์ทูน่า และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดการปฏิบัติต่อแรงงานและสิทธิมนุษยชน เพื่อเป็นแนวทางในการจัดหาอย่างรับผิดชอบและมีจริยธรรม



แม็คโครเห็นถึงความสำคัญต่อการรักษาโลกและสิ่งแวดล้อม เราจึงคัดสรรปลาทูน่าเฉพาะสายพันธุ์ Skipjack ซึ่งจับโดยการใช้อวนลากที่ได้รับการรับรองถึงความปลอดภัยและไม่มีผลกระทบต่อโลมา และจับในน้ำที่ปลาทูน่าสายพันธุ์นี้เติบโตตามธรรมชาติในมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันตกและตอนกลาง

“เพื่อโลก เพื่อเรา และเพื่อทรัพยากรที่ยั่งยืน”



แนวปฏิบัติดังกล่าวได้ถูกสื่อสารไปยังผู้บริโภคเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

อยู่ร่วม เกื้อกูล
แม่โครเพื่อสิ่งแวดล้อม
และคุณภาพชีวิต





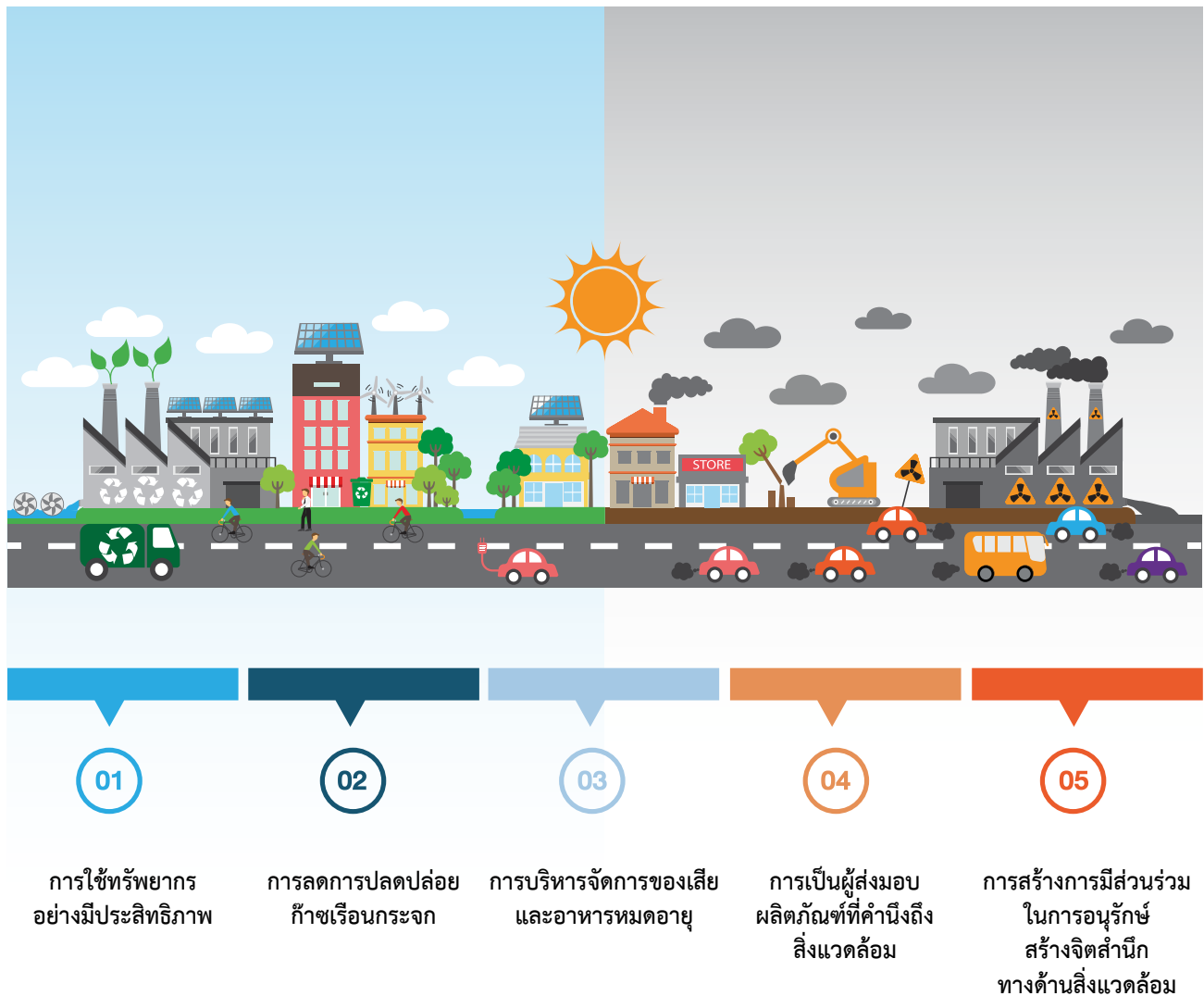
อยู่ร่วม เกื้อกูล แม่โครเพื่อสิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิต

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพนั้น
ส่วนหนึ่งเกิดจากการเตรียมการและวางแผน ทั้งการ
ออกแบบศูนย์จำหน่ายสินค้า ตลอดจนการติดตาม
ผลดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือเป็น
ส่วนสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ และ
ส่งเสริมความแข็งแกร่งโดยรวมของแม่โคร



การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (Disclosure 103-2, 103-3)

ระดับประเด็นปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันของโลกนั้น เป็นที่แน่ชัดแล้วว่าต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจกันในการยับยั้งความเสื่อมโทรม รวมถึงปัญหาอื่นที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางด้านสิ่งแวดล้อมอันอาจจะเป็นลำดับและทวีความรุนแรงในอนาคต ควบคู่ไปกับการเร่งฟื้นฟูสภาพแวดล้อมเพื่อส่งต่อสู่รุ่นต่อไป จากความตั้งใจในการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ แม็คโครได้วิเคราะห์และลำดับความสำคัญของประเด็นทางด้านสิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย รวมถึงการประเมินถึงความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ บทบาทและความสามารถที่แม็คโครสามารถร่วมบรรเทาผ่านการบริหารจัดการได้ มุ่งสู่การเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน สร้างรอยยิ้มและความประทับใจแก่ ลูกค้า ชุมชน พนักงาน แม็คโคร และผู้มีส่วนได้เสียของแม็คโคร โดยกำหนดเป็นประเด็นทางด้านสิ่งแวดล้อม



การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ภายใต้เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของระดับกลุ่มบริษัท การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและใช้อย่างมีประสิทธิภาพ นั้นเป็นปัจจัยสำคัญในการบรรลุเป้าหมายของกลุ่ม อีกทั้งยังเป็นการ ส่งเสริมบริหารต้นทุนรวมไปถึงการสร้างโอกาสในการต่อยอด ทางธุรกิจอีกด้วย

ปี 2561 แม็คโครมีเป้าหมายการลดการใช้พลังงานลง 1.8% เปรียบเทียบกับปี 2560 ซึ่งเป็นปีฐาน เทียบ เป็นมูลค่าผลประหยัดกว่า 29.48 ล้านบาทต่อปี ซึ่งเป็นระยะแรกของการริเริ่มดำเนินการเรื่องนี้

เพื่อให้การบริหารจัดการพลังงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความ แม่นยำ และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ในปี 2561 แม็คโครได้เข้าร่วม โครงการส่งเสริมระบบการจัดการพลังงานในระดับสากล (ISO 50001) นำระบบบริหารจัดการพลังงานหรือ ISO 50001 มาใช้เป็นกรอบ แนวทางการดำเนินการทั้งที่สำนักงานใหญ่และศูนย์จำหน่ายสินค้า นำร่องรวม 5 สาขา (สำนักงานใหญ่ สาขานครินทร์ สาขานครนายก สาขาคลองหลวง และสาขาศาลายา) ได้ดำเนินนโยบายการลดการใช้ พลังงาน และการจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ จนประสบความสำเร็จและผ่านการตรวจรับการรับรองระบบการจัดการพลังงานจาก ผู้ตรวจประเมินภายนอก และได้รับโล่สถานประกอบการที่พัฒนาระบบ การจัดการพลังงานตามมาตรฐานสากล (ISO 50001) จากกรมพัฒนา พลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน



แม็คโครได้รับโล่สถานประกอบการ
ที่พัฒนาระบบการจัดการพลังงาน
ตามมาตรฐานสากล (ISO 50001)

ภายใต้แนวทางการบริหารจัดการดังกล่าวแม็คโครได้แต่งตั้งคณะ กรรมการพลังงาน ขับเคลื่อนการดำเนินการตามนโยบายการบริหาร จัดการพลังงาน ซึ่งประกอบไปด้วยเป้าหมายการลดการใช้พลังงาน การบริหารจัดการพลังงาน การเลือกใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ การใช้พลังงานสูงและเหมาะสมกับแม็คโคร ทดลองทดสอบเทคโนโลยี ใหม่ๆ ที่น่าสนใจ พร้อมทั้งคำนึงถึงความเป็นไปได้ทางธุรกิจ และเน้น การมีส่วนร่วมของพนักงานทุกคนในการบริหารจัดการพลังงาน

สามารถอ่านนโยบายการบริหารจัดการพลังงานได้ที่ เว็บไซต์ <https://www.siammakro.co.th/> และพื้นที่ ประชาสัมพันธ์ประจำศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร ทุกสาขาและสำนักงานใหญ่

คณะกรรมการพลังงานของแม็คโคร

คณะกรรมการพลังงานของแม็คโคร

ประกอบไปด้วยตัวแทนจากหลากหลายแผนก เพื่อให้มั่นใจได้ว่าจะ สามารถขับเคลื่อนผลการดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบไปด้วย

- นายอนันต์ วัชรพงษ์วินิจ ประธานคณะทำงาน
- นายธนศักดิ์ มงคลเคหา รองประธานคณะทำงาน
- นายอนันต์ สันติสถาพร คณะทำงาน
- นางสาวศมนรัตน์ มงคลภัทรสุข คณะทำงาน
- นายณัฐกิจ จิตต์อาจ คณะทำงาน
- นายสันติ วชิรสิทธิเสถียร คณะทำงาน

ติดต่อเสนอแนะไอเดียการจัดการพลังงานติดต่อ

คุณศมนรัตน์ มงคลภัทรสุข

email: smongkon@siammakro.co.th

โครงการอนุรักษ์พลังงานของแม็คโคร

โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ณ ศูนย์จำหน่ายสินค้า เป็นการดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยแม็คโครได้ผนวกการพิจารณาเลือกใช้เทคโนโลยีการอนุรักษ์พลังงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานเข้าไปในแผนการบำรุงรักษาศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครอย่างเป็นระบบ แม็คโครมีเป้าหมายการใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพสูงครอบคลุมทุกศูนย์จำหน่ายสินค้าภายในปี 2566

ตัวอย่างการดำเนินการเปลี่ยนหลอดไฟส่องสว่าง เป็นชนิด LED ประสิทธิภาพสูง

ดำเนินการไปแล้ว 42 สาขา คิดเป็นเงินลงทุนรวม 73.72 ล้านบาท
ส่งผลประหยัดไฟฟ้า 10.96 ล้านหน่วย
หรือคิดเป็นมูลค่า 41.53 ล้านบาท



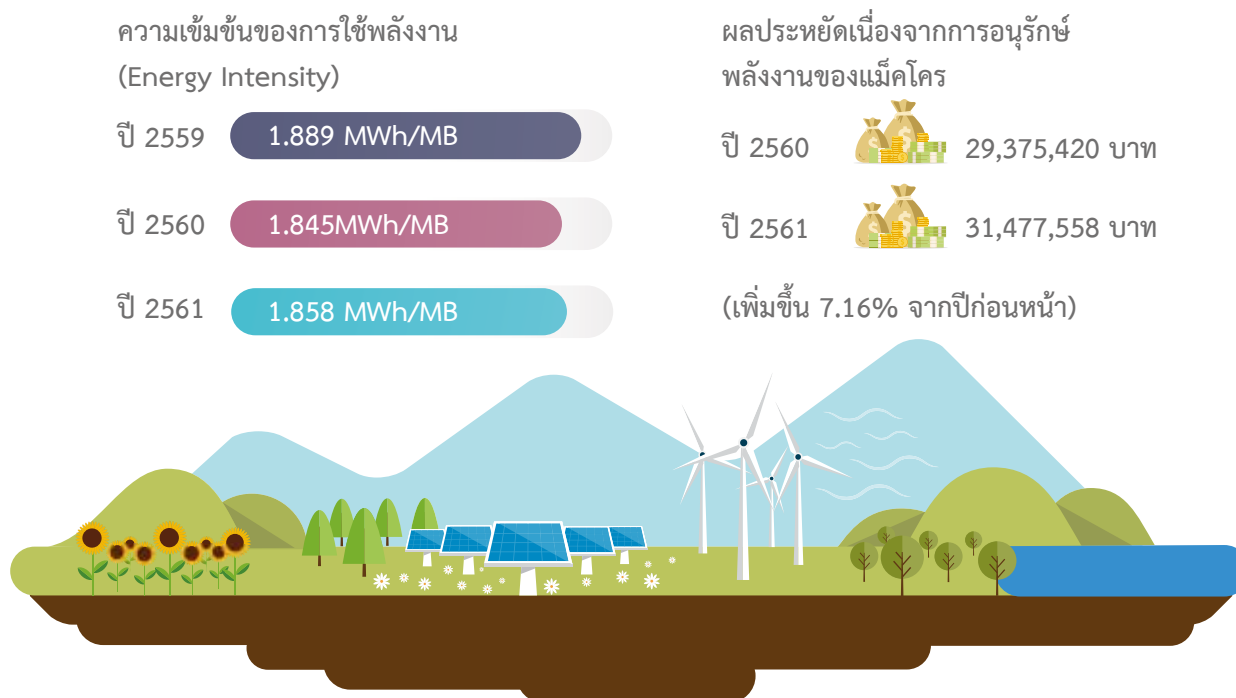
การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน เพื่อเพิ่มความมั่นคงทางพลังงานให้แก่แม็คโคร พร้อมทั้งเป็นการช่วยลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้แก่สังคมโดยรวม การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนที่สามารถผลิตได้ภายใต้การดำเนินการของแม็คโครนั้น ถือเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้แม็คโครบรรลุเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกลง 10% เทียบกับปีฐาน 2558 อีกด้วย

ในปี 2561 แม็คโครได้ดำเนินการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ชนิดติดตั้งบนหลังคารวมกำลังการผลิตติดตั้ง 1,500 กิโลวัตต์ สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้แล้วทั้งสิ้น 1.8 ล้านหน่วย (หน่วย : กิโลวัตต์ชั่วโมง : kWh) โดยแผนการดำเนินการระยะแรกแม็คโครจะดำเนินการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์รวมกำลังการผลิตติดตั้งทั้งสิ้น 10,000 กิโลวัตต์ ในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร 20 สาขา ภายในปี 2562 ประมาณการความสามารถในการผลิตกระแสไฟฟ้าได้ 12 ล้านหน่วย (กิโลวัตต์ชั่วโมง : kWh) ต่อปี โดยสอดคล้องกับความตั้งใจในการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนเป็น 7-8% ของการใช้พลังงานทั้งหมดภายในปี 2563



ผลการบริหารจัดการพลังงาน

ความเข้มข้นของการใช้พลังงาน (Energy Intensity) มีค่า 1.858 เมกะวัตต์ชั่วโมงต่อรายได้ล้านบาท (MWh/MB) พบว่ามีแนวโน้มการใช้พลังงานเพิ่มขึ้น โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อค่าความเข้มข้นของการใช้พลังงานของแม็คโคร ประกอบไปด้วยกิจกรรมทางธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้นทั้งการเปิดศูนย์จำหน่ายสินค้าใหม่ ตัวเลขรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้น และการบริหารจัดการพลังงานอย่างเป็นระบบของแม็คโคร



การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

หนึ่งในความตั้งใจของการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า การจัดการทรัพยากรน้ำและมลภาวะทางน้ำเป็นปัจจัยสำคัญที่แม็คโครให้ความสำคัญนับตั้งแต่การเริ่มออกแบบศูนย์จำหน่ายสินค้า โดยได้นำแนวทางการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพไปใช้ในทุกประเทศที่แม็คโครได้เข้าไปดำเนินการ

แผนก่อสร้างและบริหารทรัพยากรอาคารของแม็คโครได้เล็งเห็นความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้ผนวกประเด็นการบริหารทรัพยากรน้ำเข้าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่แม็คโครให้ความสำคัญตั้งแต่การออกแบบศูนย์จำหน่ายสินค้า โดยออกแบบและติดตั้งระบบรองรับน้ำจากระบบบำบัดน้ำเสียและระบบรดน้ำอัตโนมัติ เพื่อนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ใหม่ในการรดน้ำต้นไม้บริเวณศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร ทำให้ลดการใช้น้ำในการดูแลพื้นที่สีเขียวภายในบริเวณศูนย์จำหน่ายสินค้าและไม่มีมีการปล่อยน้ำทิ้งลงสู่สาธารณะ (Zero Water Discharge) สามารถประหยัดการใช้น้ำประปาได้ถึง 15 ลูกบาศก์เมตรต่อวันต่อสาขา หรือ 5,400 ลูกบาศก์เมตรต่อปีต่อสาขา

ปัจจุบันมีศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครที่ดำเนินโครงการแล้วเสร็จทั้งสิ้น 85 สาขา ไม่มีการปล่อยน้ำทิ้งลงสู่สาธารณะ (zero wastewater discharge) เพิ่มขึ้นจากปี 2560 จำนวน 54 สาขา สามารถลดการใช้น้ำประปาได้ถึง 459,000 ลูกบาศก์เมตร โดยวัดผลผ่านปริมาณการใช้น้ำประปาที่ลดลงเปรียบเทียบกับก่อนการดำเนินโครงการฯ



การลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก

(Disclosure 103-2, 103-3)

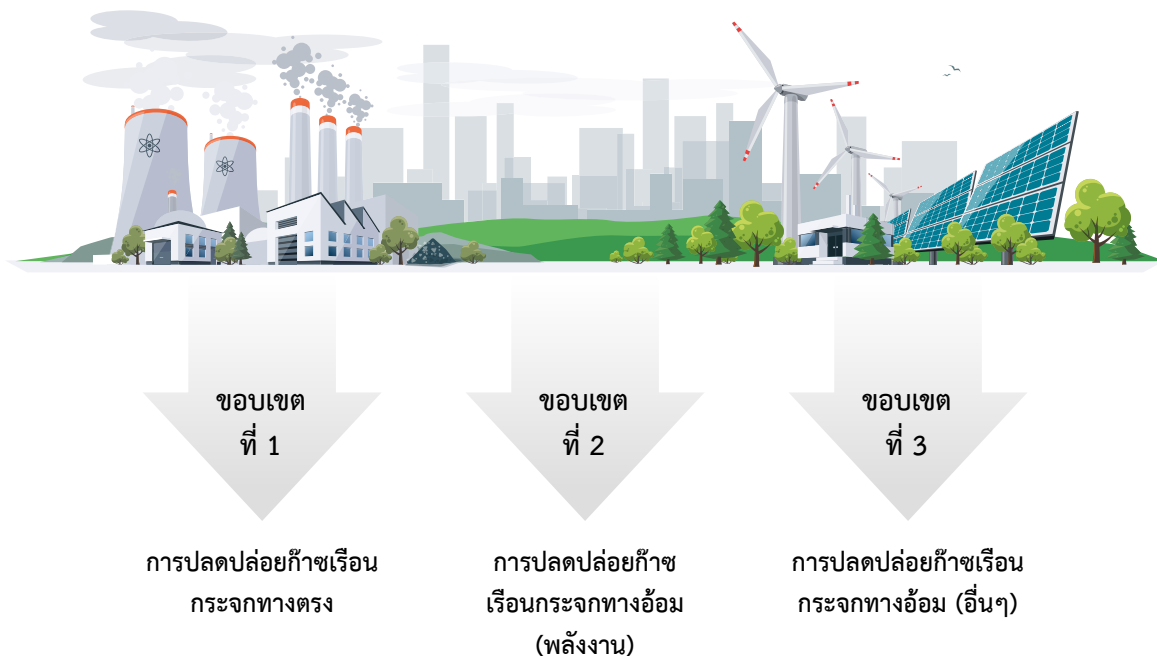
ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศคือ ปริมาณของก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศนั้นเกิดขึ้นเป็นวงกว้างทั่วโลก อาทิ สภาพอากาศที่รุนแรงขึ้นทั้งภาวะแห้งแล้งอย่างรุนแรง ส่งผลต่อเนื่องยาวนานทำให้เกิดผลกระทบสืบเนื่องที่หลากหลายทั้งการขาดแคลนน้ำสะอาดที่จะใช้บริโภคและไม่เพียงพอต่อการเกษตรกรรม และเมื่อฝนตกก็จะมีน้ำท่วมมากเกินความสามารถในการรองรับของพื้นที่ทำให้เกิดอุทกภัยอย่างหนัก ประเด็นปัญหาเชิงประจักษ์เหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อสภาพความเป็นอยู่ของมนุษย์ และธรรมชาติ รวมถึงการดำเนินธุรกิจอีกด้วย

แม้โครตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมแรงร่วมใจในการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกของทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบรรเทาผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการเป็นส่วนร่วมกับประชาคมโลกในการควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกให้ต่ำกว่า 2 องศาเซลเซียส โดยการตั้งเป้าหมายในการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก

เป้าหมายการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก
แม้โครตั้งเป้าหมายการลดการปลดปล่อย
ก๊าซเรือนกระจกลง 10% ในปี 2563
เทียบกับปีฐาน 2558

ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการความยั่งยืนฯ แม้โครได้ติดตามปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก และดัชนีทางด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกเดือน เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเปรียบเทียบกับเป้าหมายการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก และให้แนวทางการดำเนินการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก ทั้งนี้ในปี 2561 แม้โครได้ติดตามการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกครอบคลุมครบทั้ง 3 ขอบเขต โดยเริ่มติดตามการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ส่วนของการเดินทางทางอากาศเป็นปีแรก เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการขยายขอบเขตการบริหารจัดการในปีถัดไป

ขอบเขตการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก

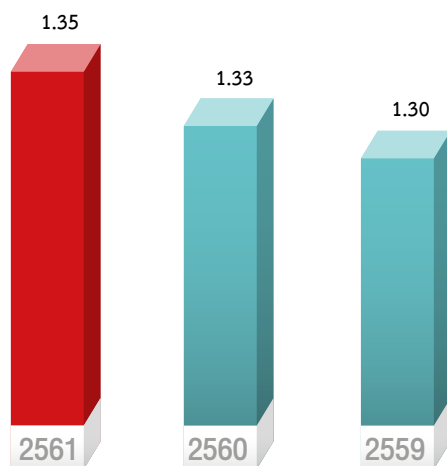


ผลการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

ในปี 2561 ภาพรวมความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของแม็คโครมีแนวโน้มทรงตัว โดยเพิ่มขึ้น 1.5 เปอร์เซ็นต์จากปีก่อนหน้า (จาก 1.33 เป็น 1.35 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่าต่อรายได้ล้านบาท) มีผลเนื่องมาจากกิจกรรมทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น เช่น การเปิดศูนย์จำหน่ายสินค้าแห่งใหม่ ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการใช้พลังงานทดแทนที่เพิ่มสูงขึ้น อนึ่ง สมรรถนะการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกลง 10% เทียบกับปีฐาน 2558 ตามสถานการณ์การดำเนินธุรกิจปกติ (Business as usual) กับเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจก ทั้งนี้แม็คโครได้วางแผนดำเนินการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนตามกำหนด ซึ่งเป็นการดำเนินการตามมาตรการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในปี 2563

บริษัทฯ มีการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 ทั้งสิ้น 50,214.93 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า มีสัดส่วนหลักมาจากการเติมสารทำความเย็น (Refrigerant) จากการดำเนินการตามปกติ อย่างไรก็ตามแม็คโครได้ดำเนินการเปลี่ยนและเลือกใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีส่วนประกอบของสารทำความเย็นที่มีค่าศักยภาพในการทำให้เกิดภาวะโลกร้อน (Global Warming Potential: GWP) และค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission factor) ต่ำ รวมถึงการทดสอบเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยลดการใช้สารทำความเย็น อาทิ โครงการทดสอบการใช้เทคโนโลยี Water loop ส่วนของก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2 แม็คโครได้ปลดปล่อยทั้งสิ้น 209,408.29 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า มีแหล่งกำเนิดจากการใช้พลังงานไฟฟ้า

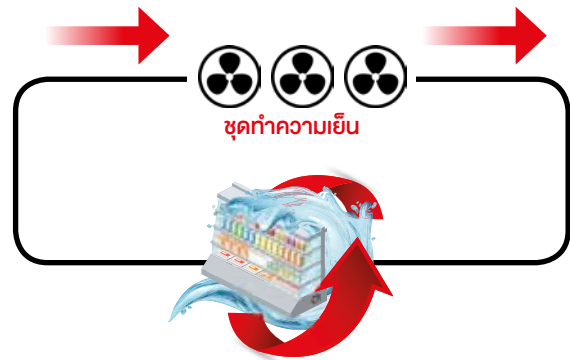
ความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHGs Emission Intensity)



(หน่วย : ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท)

โครงการทดสอบการใช้เทคโนโลยี Water loop ในระบบปรับอากาศ

โดยมีผลช่วยลดการใช้สารทำความเย็นในระบบปรับอากาศ และส่งผลกระทบต่อในระยะยาว

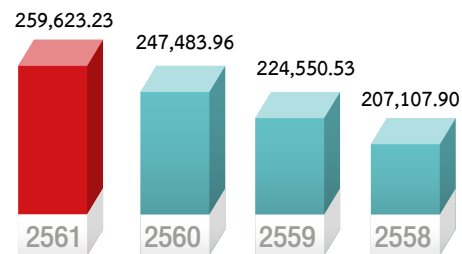


แนวทางการทำงานของ Water loop system อย่างง่าย



แม็คโครได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณ จากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2



(หน่วย : ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเดินทางทางอากาศ (ขอบเขตที่ 3) 486.87 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

การบริหารจัดการของเสียและอาหารหมดอายุ

นับเป็นการดำเนินการอย่างต่อเนื่องตามความตั้งใจในการบริหารจัดการของเสียและอาหารหมดอายุของแม็คโคร การดำเนินการสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แนวทางหลัก คือ 1) การลดการสูญเสียของผลิตภัณฑ์ซึ่งต้องอาศัยการดำเนินการตั้งแต่ต้นน้ำ (แหล่งผลิต) กลางน้ำ (แม็คโคร) และปลายน้ำ (ผู้บริโภค) รวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลายตลอดห่วงโซ่อุปทาน 2) การบริหารจัดการของเสียและอาหารหมดอายุ โดยการศึกษาหาแนวทางนำของเสียเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์และกำจัดอย่างเหมาะสม จะเป็นส่วนเติมเต็มในการบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินการสำคัญในปี 2561

แม็คโครได้ดำเนินการบริหารจัดการของเสียอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าแม็คโครทั่วประเทศ ได้ดำเนินการคัดแยกของเสียที่มีมูลค่า ตามแนวทาง 3Rs : Reduce ; Reuse ; Recycle โดยปริมาณของเสียที่แม็คโครได้ดำเนินการภายใต้แนวทางดังกล่าวมีจำนวน 422,890.63 เมตริกตัน

โครงการทดสอบแปรรูปของเสียและอาหารหมดอายุเป็นวัสดุผสมดิน

เป็นโครงการนำร่องในการทดสอบการแปรรูปของเสียและอาหารหมดอายุเป็นวัสดุผสมดินซึ่งได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2561 ถึง เดือนมกราคม 2562

ผลสำเร็จของการดำเนินการระยะแรก

แปรรูปของเสียและอาหารหมดอายุไปแล้วทั้งสิ้น ประมาณ 1,000 กิโลกรัม และผลิวัสดุผสมดินไปแล้ว กว่า 100 กิโลกรัม ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปได้ 1 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ทั้งนี้ แม็คโครจะเก็บรวบรวมข้อมูลการดำเนินการที่สำคัญเพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการดำเนินการขั้นต่อไป

โครงการนวัตกรรม “ลดขั้นตอน เพิ่มกำไร”

เป็นโครงการนำนวัตกรรมที่แม็คโครอาศัยแนวคิดของการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาประยุกต์ใช้ กระบวนการลดราคาสินค้านั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องทำอย่างถูกต้อง แม่นยำ มีจริยธรรม อย่างไรก็ตามปัจจัยทางด้านเวลาก็มีสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการ เพื่อให้กระบวนการมีความรวดเร็วยิ่งขึ้น มุ่งหวังความคล่องตัวของการปฏิบัติงาน ช่วยกระตุ้นการหมุนเวียนของสินค้า และลดการสูญเสีย แม็คโครได้พัฒนาโปรแกรม E-Speed change มาช่วยให้สามารถทำงานได้เร็วขึ้นถึง 6 เท่า

ผลสำเร็จของการดำเนินการ

ลดปริมาณของเสียและอาหารหมดอายุลงได้ 67% หรือ 1,847 เมตริกตัน คิดเป็นมูลค่าถึงกว่า 133 ล้านบาทต่อปี



ปริมาณโฟมที่ส่งกลับผู้ผลิต
103.02 เมตริกตัน



ปริมาณกระดาษและลังที่นำไปผ่านกระบวนการเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ 422,701.04 เมตริกตัน



ปริมาณอาหารหมดอายุที่นำไปผลิตเป็นน้ำหมักชีวภาพ และวัสดุผสมดิน 86.58 เมตริกตัน

รวมปริมาณของเสียและอาหารหมดอายุที่แม็คโครได้บริหารจัดการทั้งสิ้น 422,890.63 เมตริกตัน คิดเป็นมูลค่าการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจของการนำของเสียและอาหารหมดอายุกว่า 170 ล้านบาท

การเป็นผู้ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

จากการตื่นตัวในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมส่งผลให้ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางด้านราคากับกลุ่มสินค้าดั้งเดิม พบว่ายังมีช่องว่างทางด้านราคาอยู่สูง ส่งผลต่อกำไรของกลุ่มผู้ประกอบการและผู้บริโภค แม้แต่กระทั่งถึงความต้องการของลูกค้าดังกล่าว จึงตั้งเป้าหมายการเป็นผู้ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยมีแผนและกำหนัดดำเนินการดังนี้

- ดำเนินการให้ข้อมูลการตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าผ่าน QR code Makro i-Trace เพื่อให้ลูกค้าสามารถสืบย้อนกลับถึงแหล่งผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และข้อมูลอื่นประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า



QR code
Makro i-Trace

- การส่งเสริมการขายสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม รวมถึงสินค้าบรรจุภัณฑ์ชนิดย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคและเกิดความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ โดยได้คัดสรรสินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์อาหารที่ทำจากวัสดุธรรมชาติทดแทนโฟม หรือ Bio-Based ซึ่งผลิตจากเยื่อพืชธรรมชาติ เช่น ชานอ้อย เยื่อไม้ เยื่อไม้บริสุทธิ์ ที่ปลอดภัยไร้สารพิษ ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และสามารถย่อยสลายสู่ธรรมชาติได้อย่างสมบูรณ์ มาจำหน่ายมากกว่า 40 รายการ อาทิ จาน ชาม ถ้วย แก้ว กล่อง ฯลฯ พร้อมทำโปรโมชั่นราคาพิเศษอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเพิ่มพื้นที่จำหน่ายสินค้าภาษา และบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบย่อยสลายได้ให้มีขนาดใหญ่มากขึ้น

กิจกรรมการมีส่วนร่วมที่โดดเด่นในปี 2561

- แม็คโคร ร่วมกับกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม ลงนามความร่วมมือ “ทำความดีด้วยหัวใจ ลดรับ ลดให้ ลดใช้ถุงพลาสติก” และลงนามบันทึกความร่วมมือกิจกรรม “รับบริจาคถุงผ้าใส่ยากลับบ้าน” เนื่องในวันสิ่งแวดล้อมไทย ประจำปี 2561



โครงการ “ทำความดีด้วยหัวใจ
ลดรับ ลดให้ ลดใช้ถุงพลาสติก”

“ตลอด 29 ปีที่ผ่านมา แม็คโครเป็นศูนย์ค้าส่งรายเดียวในประเทศไทยที่มีนโยบายชัดเจนเรื่องการจัดให้บริการถุงพลาสติกแก่ลูกค้า และได้จัดโครงการส่งเสริมให้ทุกสาขารณรงค์การงดใช้ถุงพลาสติกตลอดจนลดการทิ้งขยะพลาสติกอันเป็นมูลเหตุให้เกิดปัญหาขยะในสังคมไทยและในสังคมโลก”

คุณศิริพร เดชสิงห์

รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

สายงานการตลาด

- แม็คโครได้จัดโครงการ “แม็คโครรักษ์สิ่งแวดล้อม ลดขยะพลาสติกบนชายหาด” โดยมอบถังขยะรีไซเคิลให้แก่องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นที่มีสาขาของแม็คโครตั้งอยู่ใกล้พื้นที่ที่มีชายหาดจำนวน 14 สาขา ได้แก่ อ่าวนาง ตรง หัวหิน ภูเก็ต ถลาง ไร่ไผ่ ปาดอง กระบี่ สตูล เกาะพะนัง พัทธยาเหนือ พัทธยาใต้ ระยอง และชะอำ สำหรับจัดวางที่บริเวณชายหาดเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเยือน พร้อมจัดกิจกรรมเก็บขยะบริเวณชายหาดและรณรงค์ให้ประชาชนเก็บขยะและแยกขยะพลาสติกให้ลงได้อย่างถูกต้อง



โครงการแม็คโครรักษ์สิ่งแวดล้อม
ลดขยะพลาสติกบนชายหาด

เพื่อชีวิตที่ดีกว่า
เคียงคู่คุณ





เพื่อชีวิตที่ดีกว่า เคียงคู่คุณ

การสานสัมพันธ์ระหว่างแม็คโครและชุมชน ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการสร้างธุรกิจให้มีความยั่งยืนไปในอนาคต องค์กรธุรกิจใด ที่สามารถสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมความมั่นคงของชุมชน จะถือได้ว่าเป็นหนึ่งในองค์กรที่ยั่งยืน และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

เพราะมีคุณ จึงมีเรา (Disclosure 103-1)

กว่า 29 ปีที่ผ่านมา แม็คโครได้ดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในพันธกิจของการเป็นคู่คิดธุรกิจของผู้ประกอบการ แม็คโครมีความตระหนักดีว่าการจ้างงานและรายได้ที่มั่นคงของชุมชนท้องถิ่น ถือเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมรากฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ และแม็คโครขอร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสังคมที่ยั่งยืน รวมถึงมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมตามเป้าหมายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้ง 17 ประการขององค์การสหประชาชาติ โดยความพยายามในการค้นหาและทำความเข้าใจความต้องการของชุมชนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินการนี้



เพื่อให้มั่นใจว่าแม็คโครได้ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ การดำเนินการที่สอดคล้องกับความถนัดและความเป็นตัวตนของธุรกิจถือเป็นอีกหนึ่งวิธีที่แม็คโครเลือกใช้และส่งผลสำเร็จเป็นอย่างดี แม็คโครได้ทำการระบุ วิเคราะห์ ผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน ศึกษาวิถีการใช้ชีวิต ความเชื่อ วัฒนธรรมของชุมชน พร้อมทั้งระบุแนวทางการสนับสนุนให้ชุมชนมีความแข็งแรง หนึ่งใน การดำเนินการที่สำคัญคือ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาขีดความสามารถของร้านค้าปลีกชุมชนในแต่ละท้องถิ่นให้มีศักยภาพ เพื่อให้ชุมชนมีเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ รวมถึงการสนับสนุนโครงการพัฒนาท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อช่วยการพัฒนาคุณภาพชีวิต ถึงวันนี้ แม็คโครเชื่อว่าการดำเนินธุรกิจของแม็คโครมีส่วนส่งเสริมความแข็งแรงให้ชุมชน และได้ผสมผสานเป็นส่วนหนึ่งกับชุมชนท้องถิ่น แม็คโครจะยังคงยึดมั่น และดำเนินธุรกิจตามแนวทางนี้ต่อไป เพื่อให้แน่ใจว่าเราเข้าใจถึงความต้องการของชุมชนในท้องถิ่นที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามสถานการณ์ของโลก เราสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ค้าปลีกในอนาคตและการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็งต่อไป

เป็นมิตรแท้ที่เข้าใจ (Disclosure 103-2, 103-3)

แม็คโครตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาชุมชนและสังคมควบคู่ไปกับการพัฒนาธุรกิจให้มีความเจริญมั่นคง และยั่งยืน ดังนั้นหนึ่งในประเด็นสำคัญก่อนเริ่มดำเนินธุรกิจในพื้นที่ใด แม็คโครจะทำความเข้าใจสภาพพื้นที่ สภาพเศรษฐกิจ รวมถึงสภาพชุมชนและสังคมในพื้นที่เป้าหมายก่อน ศึกษาความต้องการของชุมชนเพื่อให้เห็นความต้องการ รวมถึงความเสี่ยง และผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนและสังคมในพื้นที่ที่จะประกอบธุรกิจ โดยทำการวิเคราะห์ถึงความต้องการของชุมชนที่จะเข้าไปประกอบธุรกิจ ประเภทของร้านค้าในพื้นที่ที่ต้องการประกอบธุรกิจ การให้บริการของร้านค้าท้องถิ่น ตลอดจนสินค้าที่ขาดแคลนหรือเป็นที่ต้องการในพื้นที่นั้น ๆ นอกจากนั้นแม็คโครยังทำการประเมินความเสี่ยงของชุมชนและสังคมอันเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพื่อให้รับทราบแนวโน้มปัญหา และกำหนดแนวทางป้องกันไว้แต่แรกเริ่ม และหาแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบ หรือก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนและสังคมน้อยที่สุด ด้วยมุ่งหวังให้แม็คโครสามารถเป็นมิตรแท้ที่เข้าใจได้อย่างแท้จริง

เมื่อแม็คโครได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนแล้ว แม็คโครยังคงสานต่อนโยบาย ด้วยการดำเนินกิจกรรมเพื่อสานสัมพันธ์อันดีกับชุมชน รวมถึงการให้ความร่วมมือและสนับสนุนชุมชนในวาระและโอกาสที่เหมาะสมเสมอมา เช่น การสนับสนุนและส่งเสริมการจัดหาพื้นที่ขายสินค้าและบริการให้กับชุมชน เพื่อสร้างโอกาสและสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยยึดแนวทางการบริหารจัดการที่เรียกว่า “Buy local Sell local” ซึ่งจะช่วยกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้คนในชุมชนหันมาอุดหนุนสินค้าและบริการที่จัดทำขึ้นโดยคนในท้องถิ่น และยังส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจเพื่อความยั่งยืนในอนาคต ทั้งนี้ในปี 2561 แม็คโครมีเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมเพื่อชุมชนครบทุกศูนย์จำหน่ายสินค้าซึ่งสามารถการดำเนินงานสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้



ในปี 2561

100% ของศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครได้ดำเนินการมีส่วนร่วม การประเมินผลกระทบ และการพัฒนาโครงการสำหรับชุมชนในท้องถิ่น

แก้แกลและหลอมรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนอย่างยั่งยืน

โครงการ แม็คโครทำดี 100 สาขา เพื่อ 100 ชุมชน

หนึ่งในโครงการที่ช่วยให้บริษัทฯ เข้าใจถึงความต้องการของชุมชน ซึ่งบริษัทฯ ได้เริ่มขึ้นเมื่อปี 2558 เพื่อเป็นช่องทางให้พนักงานแม็คโครทุกสาขาทั่วประเทศไทยร่วมสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นโดยร่วมกันทำความดีสาธารณะ 1 เรื่อง ซึ่งจัดขึ้นต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยกิจกรรมจะเริ่มจากการสอบถามไปยังชุมชนถึงบริบทโดยทั่วไปของชุมชน รวมถึงประเด็นปัญหา และความต้องการที่จะให้ทางบริษัทฯ ช่วยเหลือและพัฒนา แล้วจึงจัดกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้อย่างแท้จริง ในปีนี้ บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมทำความดีแก่ชุมชนท้องถิ่นรวมถึง 297 กิจกรรม และมีพนักงานกว่า 8,900 คนจากทุกสาขาทั่วประเทศของแม็คโครเข้าร่วมโครงการนี้ ซึ่งคิดเป็น 26,730 ชั่วโมงของพนักงาน โดยตัวอย่างกิจกรรมที่เกิดขึ้นในปี 2561 ได้แก่ กิจกรรมการทำความสะอาดสถานที่สาธารณะ เช่น วัด โรงเรียน กิจกรรมการบริจาคเลือด กิจกรรมการปลูกป่า เป็นต้น ซึ่งจากผลการดำเนินงานพบว่า มีพนักงานของบริษัทให้ความสนใจเข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นกว่า 3,900 คน และมีชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเพิ่มขึ้นกว่า 197 แห่งเมื่อเทียบกับผลการดำเนินงานปี 2560



แม็คโครสนับสนุน
ปฏิบัติการค้นหาและกู้ภัยถ้ำหลวง



แม็คโครจิตอาสา
ปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่รอบสำนักงาน

การส่งเสริมการผู้ค้าและการค้าปลีกระดับท้องถิ่น เตรียมความพร้อมสู่การค้าปลีกแห่งอนาคต

โครงการ “มิตรแม่โขง”

ในรอบเกือบ 3 ทศวรรษที่ผ่านมา สภาพตลาดค้าปลีกค้าส่งในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การขยายสาขาของร้านค้าสมัยใหม่ รวมถึงช่องทางการค้ารูปแบบต่าง ๆ นำมาซึ่งการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกรายย่อย ร้านโชห่วย หรือร้านอาแปะ อาม่า ดังเดิม ที่เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทย และเริ่มลดน้อยลงทุกขณะ

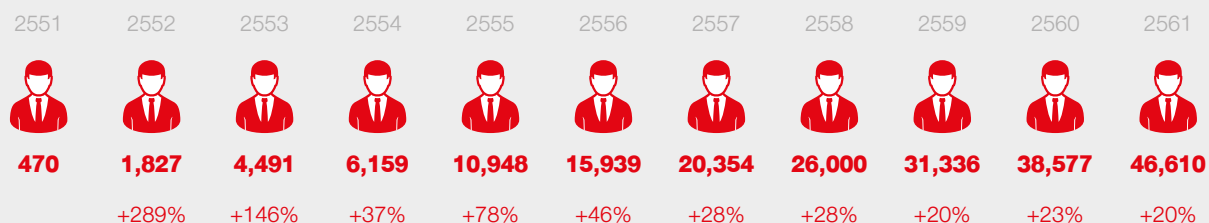
นอกจากการเปลี่ยนแปลงข้างต้น อีกสาเหตุหนึ่งสำคัญที่ทำให้ร้านค้าย่อย “ถอดใจ” หายไปคือการลง และขาดผู้สืบทอดกิจการ นั้นมาจาก ปัจจัยเรื่องความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ข้อจำกัดด้านการเงิน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน รวมถึงแนวคิดการประกอบกิจการร้านโชห่วยของคนยุคใหม่

“ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โคร” ตระหนักถึงสถานการณ์ และข้อจำกัดนี้ อีกทั้งผู้ประกอบการร้านค้าปลีกรายย่อยและร้านโชห่วย คือหนึ่งในลูกค้าหลักของแม็คโคร และจากจุดเริ่มต้นด้วยแนวคิด “แม่โคร” เป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย จึงมีเป้าหมายพัฒนาและเติบโตไปเคียงคู่สังคมไทย อย่างยั่งยืนผ่านโครงการรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งหน้าให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนร้านค้าปลีกขนาดย่อม เพื่อยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ดังนั้นพันธกิจในการให้ความช่วยเหลือร้านโชห่วยอย่างจริงจังภายใต้โครงการ “แม่โคร มิตรแท้โชห่วย” จึงกำเนิดขึ้นในปี 2550 เพื่อให้ความรู้ในการบริหารจัดการร้านค้าปลีกขนาดย่อมอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนให้คำแนะนำเกี่ยวกับ “กลไกการค้า” ที่จำเป็นสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันให้กับร้านค้าปลีก “ตลอดอายุ” ของการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือในการสร้างร้านเครือข่ายร้านค้าปลีกอิสระที่แข็งแกร่ง ผ่านการจัดฝึกอบรมของโครงการมิตรแท้โชห่วย ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริหารจัดการร้านค้าปลีกตั้งแต่ขั้นพื้นฐาน จนถึงความรู้เชิงลึกสำหรับผู้ประกอบการค้าปลีกมืออาชีพที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ อีกทั้งยังให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านค้าปลีก ด้วยหลักสูตร “8 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จ” อันได้แก่ การจัดหาทำเลที่ตั้งร้าน การเลือกสินค้า การตั้งราคา เพื่อสร้างผลกำไรสูงสุด การจัดผังร้านและจัดเรียงสินค้า การตกแต่งร้าน การส่งเสริมการขาย การบริหารคลังสินค้า และการสร้างความแตกต่างให้แก่ร้านค้าปลีก รวมถึงการสร้างเครือข่ายของร้านค้าปลีกรายย่อยให้แข็งแกร่ง และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเติบโตอย่างยั่งยืน ท่ามกลางกระแสการแข่งขันที่รุนแรง

จำนวนสะสมของผู้เข้าฝึกอบรม โครงการ มิตรแท้โชห่วย 10 ปี



U-project (เสริมสร้างผู้คิด พัฒนาธุรกิจคุณ)

นอกเหนือจากประเด็นการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นของสนามค้าปลีก ร้านโชห่วยที่ถือเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นวิถีชีวิตและเป็นแหล่งพบปะของชุมชนได้ถูกลดบทบาทความสำคัญลงเรื่อย ๆ การขาดความสนใจจากคนรุ่นใหม่ ขาดผู้สืบทอดกิจการยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่คุกคามความอยู่รอดของโชห่วยไทย ซึ่งเป็นที่น่าเสียดายที่ประสบการณ์ของคนรุ่นก่อนจะไม่ถูกส่งต่อผสมผสานกับพลังและความคิดของคนรุ่นใหม่ ผลักดันให้เกิดธุรกิจใหม่ ๆ ดังที่เคยเกิดและประสบผลสำเร็จมาแล้ว เช่น ร้านบิวตี้สตรีไทยที่พัฒนาต่อยอดจากร้านโชห่วยรุ่นพ่อแม่

แม่โครตระหนักและขอมีส่วนร่วมในการแก้ไขถึงประเด็นปัญหาดังกล่าว ด้วยเชื่อว่ายังมีร้านโชห่วยที่มีศักยภาพในการปรับตัวพร้อมก้าวเดิน แข่งขันในธุรกิจการค้าของโลกสมัยใหม่ ดังนั้นแม่โครจึงได้เชิญชวน “อนาคตของชาติ” เข้าร่วมกิจกรรม “พัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น” โดยในเดือนมิถุนายน 2552 บริษัท สยามแม่โคร จำกัด (มหาชน) ร่วมลงนามบันทึกความเข้าใจในการสนับสนุนร้านค้าปลีกท้องถิ่นร่วมกับมหาวิทยาลัยชั้นนำถึง 33 แห่ง ภายใต้ “กิจกรรมพัฒนาร้านค้าปลีก จากนักศึกษาสู่ชุมชนท้องถิ่น” ซึ่งเป็นหนึ่งภายใต้โครงการ “แม่โคร มิตรแท้โชห่วย”

ด้วยการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้นักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมในทุกสถาบัน โดยใช้เวลากว่า 5 เดือน ผ่านหลักสูตรการเรียน การสอน ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ ให้อาจารย์ “การบริหารจัดการร้านค้าปลีก” คณะผู้บริหารและทีมงานของแม่โคร ได้ถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกอย่างมีประสิทธิภาพ และจัดกิจกรรมภาคปฏิบัติให้นักศึกษาเข้าไปช่วยปรับปรุงร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการเรียกว่า เปิดโอกาสให้นักศึกษาสัมผัสประสบการณ์การทำงานจริงโดยมีทีมงานแม่โครทำหน้าที่เป็น “พี่เลี้ยง” ของนักศึกษา และเจ้าของร้านค้า เพื่อให้กิจกรรมบรรลุเป้าหมาย

โครงการนี้ช่วยให้นักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่นและเป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนท้องถิ่นหันมาสนับสนุนร้านค้าปลีกท้องถิ่นด้วยกันให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งเป็นการรักษาเอกลักษณ์ร้านค้าปลีกไทย และการช่วยเสริมสร้างสังคมท้องถิ่นที่ดีอีกทางหนึ่ง

เพิ่มศักยภาพร้านค้าปลีกไทย ...คือเป้าหมายของเรา

“เป็นการเชื่อมต่อความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นสู่รุ่น ปลุกฝังแนวความคิดลงมือปฏิบัติจริงให้เกิดขึ้นกับคนรุ่นใหม่ และมุ่งหวังให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่”

ผู้มีส่วนได้เสียหลักของโครงการฯ



สถาบันการศึกษา
และนักศึกษา

ร้านค้าปลีก

แม็คโคร และคู่ค้า
ผู้ให้การสนับสนุน

STEP 01

- ได้ต่อยอดความรู้ด้านการบริหารร้านค้าปลีก และมีประสบการณ์ในการทำงานจริง พร้อมปลูกจิตสำนึกคนรุ่นใหม่ ให้สนับสนุน ร้านค้าปลีกของไทย
- ได้เข้าถึงความรู้ การอบรมของแม็คโคร และได้นำไปปฏิบัติจริง วัดผลโดยจำนวนนิสิต นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ

STEP 02

- ได้เข้าถึงแหล่งความรู้ด้านการค้าปลีกที่หลากหลาย แลกเปลี่ยนความคิดกับคนรุ่นใหม่ เพื่อเพิ่มโอกาสในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน
- ได้รับแผนการพัฒนารูทกิจ และสามารถปรับใช้ได้จริง ส่งผลต่อมูลค่าการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจที่เพิ่มสูงขึ้นจากยอดขายที่เปลี่ยนแปลง

STEP 03

- ส่งเสริมกิจกรรม และสร้างความสัมพันธ์ในท้องถิ่น โดยความร่วมมือกัน ในการทำประโยชน์เพื่อสังคม อย่างเป็นรูปธรรม
- พนักงานแม็คโครได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มุมมองที่หลากหลายกับคนรุ่นใหม่ และได้รับความรู้เกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกที่เหมาะสมกับบริบทประเทศไทย

การดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่อง

เตรียมความพร้อม ผู้ประสานงานโครงการ “U-project” ภายใต้โครงการมิตรแท้โซ่ห่วงของแม่โครจะทำการประชาสัมพันธ์ไปยังสถานศึกษาที่มีหลักสูตรการจัดการธุรกิจ หรือการจัดการธุรกิจค้าปลีก หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง ด้วยการสื่อสารรายละเอียดโครงการ จุดประสงค์ และวิธีการเข้าร่วมไปยังสถานศึกษา โดยในระหว่างนั้นทีมงานแม่โครจะทำการสำรวจคัดเลือกร้านค้าที่มีคุณสมบัติตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ สอบถามความสนใจและสมัครใจเข้าร่วมโครงการฯ พร้อมทั้งสื่อสารทำความเข้าใจรายละเอียดโครงการ จุดประสงค์ และวิธีการเข้าร่วมไปยังร้านค้า



ดำเนินการระยะแรก สถานศึกษาที่เข้าร่วมจะรวบรวมนักศึกษาที่มีความสนใจ เพื่อเข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการ เตรียมความพร้อมแก่นักศึกษาที่เข้าร่วมถึงแนวปฏิบัติ ความรู้และแนวทางที่แม่โครรวบรวมไว้ก่อนการนำไปปฏิบัติจริงกับร้านค้าปลีก โดยนักศึกษาจะต้องทำความเข้าใจกับข้อมูลเฉพาะของร้านค้าที่เข้าร่วมและพัฒนาแผนงานการพัฒนาร้านค้าปลีก ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญ พี่เลี้ยงจากแม่โครจะทำการดูแล และตรวจทานแผนงานอย่างใกล้ชิด เมื่อแผนพัฒนาร้านค้าฉบับแรกแล้วเสร็จ แผนงานฉบับนี้จะถูกนำเสนอต่อเจ้าของร้านค้าเพื่อรับฟังความคิดเห็นและปรับปรุงให้เป็นแผนงานฉบับสมบูรณ์ และมอบให้แก่เจ้าของร้าน

ดำเนินการระยะที่สอง นำแผนพัฒนาร้านสู่การปฏิบัติ แผนฯ ที่ผ่านการปรับปรุงและเห็นชอบจากผู้เกี่ยวข้องทั้ง 3 ฝ่าย (มหาวิทยาลัย แม่โคร และเจ้าของร้านค้า) จะถูกนำไปปฏิบัติจริงเพื่อมุ่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดี โดยแผนการปรับปรุง การดำเนินการปรับปรุง และผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นจะถูกรวบรวมเพื่อประกวด โดยอาจารย์และผู้เชี่ยวชาญแม่โครร่วมตัดสิน 3 ทีมสุดท้ายระดับประเทศ



ดำเนินการระยะที่สาม ดำเนินการติดตามผลการพัฒนาร้านค้า และทำการสื่อสารผลการดำเนินการผ่านสื่อสาธารณะ





กิจกรรมภาคทฤษฎี



กิจกรรมภาคปฏิบัติ

ผลการดำเนินการ

ร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการสะสม ณ ปี 2561 กว่า **6,300** ราย

พัฒนาทักษะด้านค้าปลีกให้กับนักศึกษาที่เข้าร่วมสะสมกว่า **33,600** ราย

สถาบันการศึกษาเข้าร่วมกิจกรรม ปี 2561 **85** สถาบัน

มูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชนเพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากยอดขายที่สูงขึ้นกว่า **343** ล้านบาทต่อปี

นอกจากทางบริษัทฯ จะดำเนินโครงการ “มิตรแท้โซ่ช่วย” โดยจัดการฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแล้ว บริษัทฯ ยังเพิ่มช่องทางที่สามารถเป็นได้ทั้งแหล่งข้อมูล พื้นที่แบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ พร้อมกับการสร้างเครือข่ายร้านค้าปลีกในประเทศไทยให้เข้มแข็งมากขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์คือ เว็บไซต์ “โซ่ช่วยไทย.com” ซึ่งภายในเว็บไซต์ประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับร้านค้าปลีก เทคนิคหรือแนวทางการประกอบธุรกิจร้านค้าปลีก พื้นที่แบ่งปันประสบการณ์เกี่ยวกับร้านค้าปลีก รวมไปถึงการรวบรวมร้านค้าปลีกในประเทศไทยในรูปแบบ “แผนที่ร้านโซ่ช่วย” เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการค้นหาร้านค้าปลีกในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศไทยอีกด้วย



‘ร้านข.เจริญพาณิชย์’
ร้านค้าชนะเลิศประจำปี 2561

โครงการ “โซ่ช่วยโซ่เสนอ”

โครงการ “โซ่ช่วยโซ่เสนอ” เป็นโครงการที่ต่อยอดมาจากโครงการ “ทายาทโซ่ช่วย” ซึ่งโครงการนี้ถือกำเนิดขึ้นในปี 2561 เพื่อให้แก่ทายาทธุรกิจร้านค้าปลีกที่ต้องการจะพัฒนาธุรกิจร้านค้าปลีกของตัวเองให้มีศักยภาพที่จะแข่งขันได้ โดยโครงการจัดขึ้นในรูปแบบการประกวดแผนธุรกิจร้านโซ่ช่วยคิดขึ้นเพื่อที่จะพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของร้าน และการปรับปรุงร้าน โดยรับสมัครทายาทธุรกิจร้านค้าปลีกเข้าร่วม จากนั้นให้เหล่าทายาทที่ร่วมโครงการนำเสนอแผนงานที่พวกเขาเข้าต้องการจะพัฒนาปรับปรุงร้านค้า ให้กับคณะกรรมการ เพื่อร่วมกันตัดสินในเบื้องต้น โดยยึดหลักการเกณฑ์การตัดสิน 3 หลักการคือ ความเป็นไปได้ของข้อเสนอโครงการ ประโยชน์ที่จะได้รับจากโครงการตามแนวคิด “Buy local Sell local” และงบประมาณที่เหมาะสม โครงการที่ผ่านการคัดเลือกจะได้รับโอกาสไปปรึกษากับสถาบันกในเรื่องการตกแต่งร้านให้เป็นไปตามแนวคิดที่นำเสนอไว้ โดยผู้ชนะจะได้รับเงินรางวัลจากทางแม็คโครเพื่อนำไปใช้ในการสร้างและปรับปรุงร้านตามที่ได้ตั้งใจไว้ ซึ่งแม็คโครมีความคาดหวังว่าโครงการนี้ จะช่วยพัฒนาธุรกิจค้าปลีกชุมชน ให้มีความเข้มแข็ง และส่งเสริมให้เกิดการพึ่งพาตนเองภายในชุมชนตามจุดมุ่งหมายของทางแม็คโคร

กิจกรรมช่วยสนับสนุนสินค้าชุมชน

แม้โคโรจะเข้าใจถึงความท้าทายและความยากลำบากของเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกลจากเมืองเนื่องจากข้อจำกัดของการเข้าถึงตลาดและต้นทุนการขนส่ง ซึ่งส่งผลต่อรายได้และคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ดังนั้นแม้โคโรได้เข้าร่วมและริเริ่มดำเนินการโครงการเพื่อร่วมบรรเทาปัญหาดังกล่าว ได้แก่ โครงการตลาดประชารัฐ และโครงการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น



โครงการตลาดประชารัฐเป็นความร่วมมือกับรัฐบาลไทยในการส่งเสริมการขาย และการเข้าถึงตลาดสำหรับผู้ผลิตในท้องถิ่นในการจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตน ความคิดริเริ่มนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงผลผลิตในท้องถิ่นและกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน ส่งเสริมการพัฒนาในระยะยาวของพื้นที่ในท้องถิ่น และคุณภาพชีวิตของชุมชนในท้องถิ่น ในปี 2561 แม้โคโรดำเนินการตลาดประชารัฐ 11 แห่ง ดึงดูดผู้ผลิตในประเทศมากกว่า 1,100 ราย ในปี 2562 แม้โคโร ยังมีเป้าหมายที่จะดำเนินการเป็นช่องทางทางการกระจายสินค้าท้องถิ่น ทั้งผ่านโครงการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและกิจกรรมต่าง ๆ ของแม้โคโร เพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนผู้ผลิตในประเทศต่อไปอย่างต่อเนื่อง



โครงการตลาดประชารัฐรับซื้อ
และส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่น

กิจกรรมสนับสนุนชุมชนอื่น ๆ



ลูกค้าโครงการครัวชุมชน

ครัวชุมชน

นอกเหนือจากการสนับสนุนขีดความสามารถของร้านโชห่วยผู้ประกอบการท้องถิ่น และเกษตรกร แม้โคโรยังดำเนินโครงการเพื่อผู้ที่สนใจ รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างหลากหลาย หนึ่งในโครงการเพื่อร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน ครัวชุมชนเป็นโครงการที่มุ่งส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นด้วยการสร้างอาชีพ จัดหาผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัยและการถนอมอาหาร ผ่านศูนย์กลางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงและขายสินค้าในลักษณะที่เป็นมืออาชีพมากขึ้น ชุมชนสามารถมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายจะถูกจัดเก็บในตู้แช่แข็งที่มีประสิทธิภาพสูง ราคาเหมาะสม ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์อาหารได้

ปี 2561 นับเป็นปีแรกที่แม้โคโรริเริ่มดำเนินการ โดยได้ส่งมอบตู้แช่แข็งไปแล้วกว่า 4,000 ตู้

แม็คโครร่วมบรรเทาภัยพิบัติภัย

แม็คโครสนับสนุนชุมชนในเหตุการณ์ภัยพิบัติด้วยการบริจาคและขนส่งวัสดุเข้าสู่ในพื้นที่เกิดเหตุหรือได้รับผลกระทบจากเหตุพิบัติภัยเป็นประจำ เนื่องจากบริษัทฯ มีทรัพยากรและการขนส่งซึ่งสามารถผ่านเขตน้ำท่วมเพื่อเข้าถึงชุมชนที่จำเป็นได้ ในปี 2018 บริษัท ได้ให้ความช่วยเหลือแก่ทั้งในรูปเงินบริจาคและสิ่งของกว่า 2 ล้านบาท นอกเหนือจากการบริจาคแล้วพี่น้องชาวแม็คโครยังได้ร่วมมือร่วมใจในการพัฒนาร้านค้าหลังได้รับผลกระทบจากเหตุพิบัติภัยเพื่อช่วยให้เขาเหล่านั้นสามารถกลับมาทำธุรกิจเพื่อมีรายได้ให้เร็วที่สุด ซึ่งเป็นภาพประทับใจที่ยากจะประเมินมูลค่า

ตัวแทนพี่น้องชาวแม็คโครศูนย์จำหน่ายสินค้านครศรีธรรมราช และทุ่งสง ร่วมส่งมอบถุงยังชีพ ปรับปรุงร้านโชห่วยในพื้นที่พิบัติภัย หลังได้รับผลกระทบจากพายุปาบึก



ตัวแทนพี่น้องชาวแม็คโครศูนย์จำหน่ายสินค้านครศรีธรรมราช และทุ่งสง ร่วมส่งมอบถุงยังชีพ ปรับปรุงร้านโชห่วยในพื้นที่พิบัติภัย หลังได้รับผลกระทบจากพายุปาบึก

คิดเสริมเพิ่มสร้างสรรค์
ใส่ใจสร้างเต็มคุณค่า
เพื่อลูกค้าและผู้ประกอบการ





คิดเสริมเพิ่มสร้างสรรค์ ใส่ใจสร้างเต็มคุณค่า เพื่อลูกค้าและผู้ประกอบการ

ตลอดระยะเวลา 29 ปี ที่แม็คโครได้เข้ามาดำเนินการในประเทศไทย ความคิดและการดำเนินการเพื่อลูกค้าและผู้ประกอบการนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่แม็คโครยึดมั่นอยู่เสมอ ด้วยแนวคิดที่ว่า “เพราะมีคุณจึงมีเรา” การส่งเสริมความมั่นคงของลูกค้าและผู้ประกอบการจะช่วยทำให้สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของชุมชน และประเทศมีความเข้มแข็ง และแม็คโครขอเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเข้มแข็งนี้

ในปี 2561 แม็คโครยังคงดำเนินการนำเสนอไอเดีย ความสร้างสรรค์ ตลอดงานนวัตกรรมเพื่อจุดประกายให้แก่ลูกค้าและผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดงาน “แม็คโคร มหกรรมครบเครื่องเรื่องอาหารและอุปกรณ์” หรือ “Makro HoReCa” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 13 และตลาดนัดโชห่วย หรือ “Makro Retailer Expo” ซึ่งได้จัดงานเป็นปีที่ 10 อย่างต่อเนื่อง



Makro HoReCa#13 “The Inspiration จุดประกายความคิด ต่อยอดธุรกิจคุณ”

เป็นงานมหกรรมเพื่อผู้ประกอบการโฮเรก้า นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนนวัตกรรมในการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เพื่อรับมือความต้องการของผู้บริโภคทั้งด้านสุขอนามัย การดูแลสุขภาพและประสบการณ์การบริโภคอาหารที่ยกระดับขึ้น ภายในงานประกอบไปด้วย การเปิดบูธนำเสนอสินค้าและอุปกรณ์ประกอบอาหาร การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้าร่วมรับการอบรม และแลกเปลี่ยนไอเดียในการประกอบอาหารกับผู้เชี่ยวชาญ และการแข่งขัน “แม็คโคร โฮเรก้า ชาเลนจ์ 2561” เป็นต้น



แม็คโคร โฮเรก้า ชาเลนจ์ 2561

เป็นการแข่งขันการประกอบอาหารระดับโลกและได้รับการรับรองจากสมาคมเชฟโลก (WACS endorse) เพื่อให้การจัดการแข่งขันเป็นไปอย่างเข้มข้น และได้รับการยอมรับตามมาตรฐานสากล โดยจะเปิดโอกาสให้ผู้ชนะได้รับสิทธิในการเข้าค่ายเก็บตัวฝึกซ้อมกับ Thailand culinary academy เพื่อเป็นตัวแทนประเทศในการแข่งขันในระดับเอเชียต่อไป



เชฟทัฬหพงศ์ เมธีวีรชนาภรณ์ ผู้ชนะเลิศ Makro Horeca Challenge รุ่นมืออาชีพ

โดยเชฟทั้งสองได้ผ่านด้านทดสอบและกติกากาที่เข้มงวดจากสมาคมเชฟโลกโดยทาง Chef Willment Leong ได้ดำรงตำแหน่งเป็น Chief judge ให้กับการตัดสิน และเป็นผู้ร่วมตรวจสอบกฎ กติกา เพื่อให้มีความเป็นมืออาชีพ และได้มาตรฐาน

รายชื่อคณะกรรมการและผู้ทรงคุณวุฒิ

1. Chef Willment Leong
2. Chef Booncherd Sornsuwan
3. Chef Prachan Vingutaiphan
4. ML. Pasan Sawasdiwat
5. Chef Ake Charttrakul
6. Chef Santos Zoppis



งานตลาดนัดโซ่ห่วยครั้งที่ 10 “โซ่ห่วย 4.0 คู่คิดเพื่อชีวิตที่ดีกว่า”

แม้โครสนับสนุนร้านโซ่ห่วยให้เติบโตอย่างยั่งยืน ดังปณิธานที่ว่า
“เพิ่มศักยภาพร้านค้าปลีกไทยคือ เป้าหมายของเรา”

แม้โครมีความตั้งใจอย่างแท้จริงในการพัฒนาศักยภาพร้านค้าปลีกไทยด้วยจุดเริ่มต้นของแนวความคิดที่ว่าแม้โครเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย และมีเป้าหมายที่จะเติบโตเคียงข้างสังคมไทย การให้องค์ความรู้ในการบริหารจัดการร้านค้าปลีกให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงแนะนำเครื่องมือที่จะช่วยในการสร้างยอดขาย เพิ่มผลกำไรให้กับร้านค้า และการปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงและความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นของผู้บริโภค จะเป็นส่วนช่วยให้ร้านค้าปลีกหรือ โซ่ห่วยมีความเข้มแข็งมากขึ้น กิจกรรม “งานตลาดนัดโซ่ห่วย” เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ได้ดำเนินการตามความตั้งใจนี้

กายากโซ่ห่วยรุ่นที่ 8

คุณแรมจันทร มณีเกียจ เจ้าของร้าน ช.เจริญพาณิชย์ 2018 จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่ไม่ยอมแพ้ ยืนหยัดต่อสู้กับความเปลี่ยนแปลง และปรับตัวเตรียมพร้อมเข้าสู่การร้านค้าปลีกยุคต่อไป ถือเป็นหนึ่งตัวอย่างของผู้ประกอบการต้นแบบ ในการขยายขอบเขตรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายเพื่อความประทับใจของลูกค้า อาทิ การปรับปรุงระบบการชำระเงินให้รองรับเงินดิจิทัล การรับชำระค่าสาธารณูปโภค (น้ำและไฟฟ้า) และนำเสนอขอบเขตการขายสินค้าให้กว้างขึ้นครอบคลุมสินค้าอาหารสดและอาหารแช่แข็ง



งานตลาดนัดโซ่ห่วยครั้งที่ 10
ตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงในยุค 4.0



คุณแรมจันทร มณีเกียจ เจ้าของร้านโช่ห่วยยุค 4.0

“เราจะพัฒนาร้านค้าให้ดียิ่งขึ้น
ไม่มีวันหยุด
เพราะลูกค้าคือคนสำคัญของเรา”



แม็คโครเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศมุ่งสู่ศูนย์จำหน่ายสินค้าที่ดีที่สุดในประเทศไทยด้วย

Operation Excellent Platform (OEP)

ภายใต้กลยุทธ์ขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนโครงการ Operation Excellent Platform (OEP) ถือเป็นอีกหนึ่งผลงานที่โดดเด่นในปี 2561 โดยมีจุดประสงค์ในการยกระดับมาตรฐานและเพิ่มประสิทธิภาพอย่างรอบด้านของศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร และมุ่งหวังการเพิ่มประสิทธิภาพ ความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร

จากการเริ่มดำเนินโครงการ Operation Excellent Platform (OEP) ในปี 2561 ส่งผลให้ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครทั่วประเทศทั้ง 129 สาขา ได้ประยุกต์ใช้ Operation Excellent Platform ยกระดับการดำเนินการสู่ความเป็นเลิศทั้ง 6 ด้าน โดยกำหนดเป้าหมายให้ทุกศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครต้องเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้ได้ 95% ขึ้นไปโดยประเด็นที่มีการพัฒนา 3 อันดับสูงสุดในปีคือ

- OEP Silver Store Walk คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 87% เป้าหมายที่ระดับ 95% ขึ้นไป ในปี 2562
- OEP SGM Store Walk คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 88% เป้าหมายที่ระดับ 95% ขึ้นไป ในปี 2562
- OEP CD Walk คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 89% เป้าหมายที่ระดับ 95% ขึ้นไป ในปี 2562

นอกเหนือจากนั้นการประยุกต์ใช้และดำเนินโครงการ Operation Excellent Platform (OEP) ยังช่วยให้แม็คโครเห็นช่องทางการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินการศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครอื่นเพิ่มเติม อาทิ การเพิ่มช่องทางการขาย การส่งสินค้าล่วงหน้า และทวนสอบประสิทธิภาพการบริหารงานทรัพยากรบุคคล ณ ศูนย์จำหน่ายสินค้า เป็นต้น ซึ่งแม็คโครจะทำการเก็บข้อมูล และพิจารณาผนวกเข้าไปในแผนการพัฒนาในระยะต่อไป เพื่อมุ่งขยายขอบเขตโครงการ Operation Excellent Platform (OEP) ให้สามารถตอบโจทย์การประกอบการศูนย์จำหน่ายสินค้าในอนาคตได้มากยิ่งขึ้น เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าและผู้ประกอบการ รวมถึงการขยายผลไปยังธุรกิจอื่นในประเทศอีกด้วย

การยกระดับการดำเนินการสู่ความเป็นเลิศทั้ง 6 ด้าน ภายใต้ Operation Excellent Platform (OEP)



การสร้างแรงบันดาลใจ ให้แก่บุคลากร



makro

365 Days
Innovation
Around You



สินค้าคุณภาพ เพื่อมืออาชีพ
Quality Brand for Professional
by makro

makro
กรุณาใช้ตาม

Thailand 4.0
(Smart Industry+Smart City+Smart People)

- ประเทศไทย 4.0
เพิ่มขีดความสามารถ
- ประเทศไทย 3.0
อุตสาหกรรมนำเทคโนโลยี
- ประเทศไทย 2.0
อุตสาหกรรม
- ประเทศไทย 1.0
สังคมเกษตร

Makro 4.0



การสร้างแรงบันดาลใจ ให้แก่บุคลากร

บุคลากรที่มีศักยภาพถือเป็นกำลังสำคัญในการดำเนินธุรกิจ และเป็นรากฐานที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความยั่งยืนในการดำเนินกิจการ ด้วยเหตุนี้ แม็คโครจึงมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรชั้นนำที่สามารถดึงดูดผู้ที่มีความสามารถและมีคุณธรรมให้มาร่วมงาน ตลอดจนให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานในหลากหลายรูปแบบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและความพร้อมที่จะ **ร่วมเติบโตไปกับแม็คโครในระยะยาว** โดยบริษัทเชื่อว่า บุคลากรเหล่านี้จะเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนและต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจผ่านการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์และแนวคิดนวัตกรรมของบริษัท และสามารถเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กรในทุกมิติ ตลอดจนสร้างประโยชน์แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน

ในปีที่ผ่านมา แนวทางในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมค้าปลีกและค้าส่งได้รับผลกระทบจากเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ต้นทุนการเข้าสู่ตลาดลดลง เกิดการขยายตัวของตลาด และก่อให้เกิดตลาดใหม่ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนี้ยังส่งผลต่อธุรกิจทั้งในด้านการจัดสรรทรัพยากรและการสรรหาพนักงานที่มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ในขณะที่แม็คโครมีเป้าหมายที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งการขยายสาขาภายในและต่างประเทศ แม็คโครจึงต้องการเป็นองค์กรที่สามารถดึงดูดและรักษานักงานให้สร้างคุณค่าและเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกับบริษัท



แม้โคโรน่าจะกำหนดแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลโดยมุ่งพัฒนาใน 3 ด้านดังนี้

- **ระบบ** เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารงานและสามารถตอบสนองต่อความต้องการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งช่วยลดภาระงาน ระยะเวลาการเดินทาง และความซ้ำซ้อนของงาน
- **การพัฒนา** เพื่อมุ่งส่งเสริมความรู้ ทักษะ และเพิ่มศักยภาพให้กับพนักงานให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ โดยส่งเสริมให้พนักงานกล้าคิด กล้าทำ และกล้าแสดงออก ตามค่านิยมองค์กร “VICTORY” ในการพัฒนาสู่ความเป็นเลิศทางด้านนวัตกรรม
- **การรักษา** มุ่งดูแลคุณภาพชีวิตของพนักงานและการสร้างมาตรการรักษาสิทธิมนุษยชนของพนักงานทุกคน ผ่านการดูแลประเด็นอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน และจัดระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม



การบริหารศักยภาพบุคคล อย่างมีประสิทธิภาพ

มุ่งพัฒนาความรู้ ทักษะ และศักยภาพของพนักงานทุกคนเพื่อ
ส่งเสริมนวัตกรรมและความยั่งยืนของธุรกิจ

การดูแลรักษาอาชีวอนามัยและ ความปลอดภัยของพนักงาน

มุ่งส่งเสริมความตระหนักในการสำรวจความเสี่ยงและ
การประเมินระดับความเสี่ยงในสภาพแวดล้อมการทำงาน
เพื่อดูแลอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานให้
สอดคล้องกับกฎหมายท้องถิ่น พร้อมทั้งพัฒนาการบริหาร
จัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานให้เทียบ
เท่ากับมาตรฐานสากล



การปกป้องสิทธิมนุษยชน ของพนักงาน

มุ่งปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานแรงงานทั้งในประเทศ
และระหว่างประเทศเพื่อให้พนักงานทุกคนได้รับความเสมอ
ภาคและเป็นธรรมในการทำงาน



การบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ (Disclosure 103-2, 103-3)

การบริหารทรัพยากรบุคคลประกอบด้วย การสรรหาและคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร และการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของพนักงาน ซึ่งไม่เพียงจะเป็นการรับประกันว่า บุคลากรมีความพึงพอใจกับหน้าที่ความรับผิดชอบและบริษัท แต่ยังนำไปสู่การจ้างงานที่ยาวนานขึ้นอันก่อให้เกิดการเพิ่มผลผลิตอีกด้วย

การสรรหาและคัดเลือกพนักงาน

กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพในการสรรหาและคัดเลือกพนักงานของแม็คโครถูกออกแบบมาเพื่อรองรับการส่งเสริมและสรรหาผู้มีความสามารถที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน ค่านิยมองค์กร และรองรับการขยายตัวของธุรกิจทั้งไทยและต่างประเทศ แนวทางการสรรหาและคัดเลือกพนักงานของแม็คโครเริ่มต้นตั้งแต่การสร้างอัตลักษณ์องค์กร (Employer Branding) การใช้เครื่องมือที่หลากหลายและเหมาะสมในการสรรหาและคัดเลือกพนักงาน (Recruitment & Selection Tools) และกระบวนการช่วยเหลือพนักงานในการปรับตัวในระยะแรกของการเริ่มทำงาน (Onboarding & Orientation) กระบวนการทั้ง 3 ส่วนนี้ช่วยให้แม็คโครสามารถสรรหาพนักงานที่มีความสามารถตรงตามความต้องการของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1. การเสริมสร้างอัตลักษณ์องค์กร (Employer Branding)

แม็คโครเสริมสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรผ่านทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ โดยการให้ข้อมูลที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจสมัครงาน อาทิเช่น เนื้อหาที่ท้าทายและน่าสนใจ โอกาสในการก้าวหน้าทางอาชีพในองค์กร ภาพลักษณ์และความมั่นคงขององค์กร เป็นต้น ประกอบกับการมีส่วนร่วมกับทั้งสถาบันการศึกษาและวิทยากรผู้บรรยายในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร การร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อสรรหาพนักงาน การจัดกิจกรรมฝึกงาน และการจัดกิจกรรมเปิดบ้านแม็คโคร (Open House) เพื่อให้ผู้สมัครได้รับข้อมูลอย่างเพียงพอในการตัดสินใจร่วมงานกับแม็คโคร



Where Workplace Happiness Truly Matters

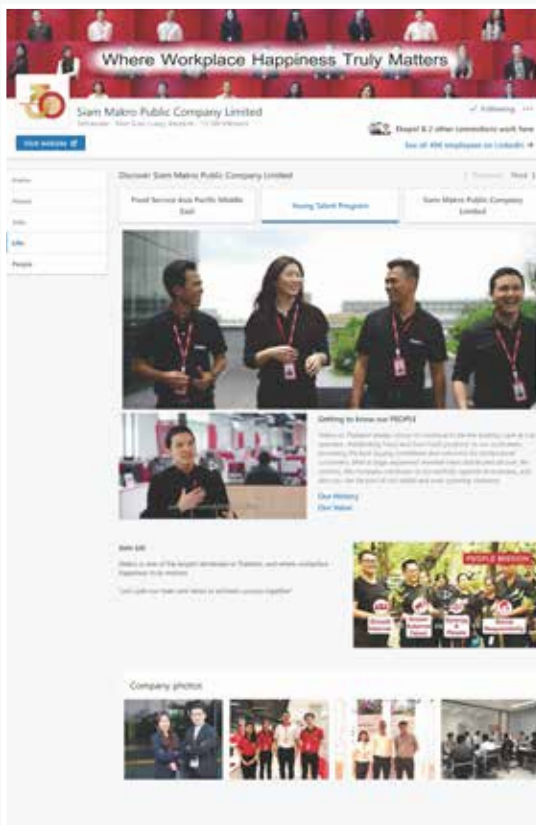
Recruitment solution framework

Business demand

Online



Offline

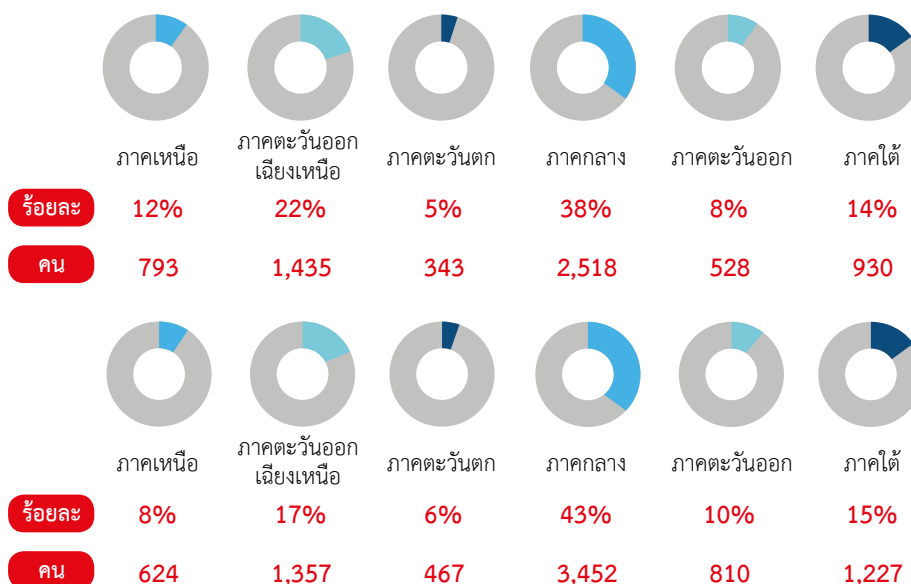


Onboarding

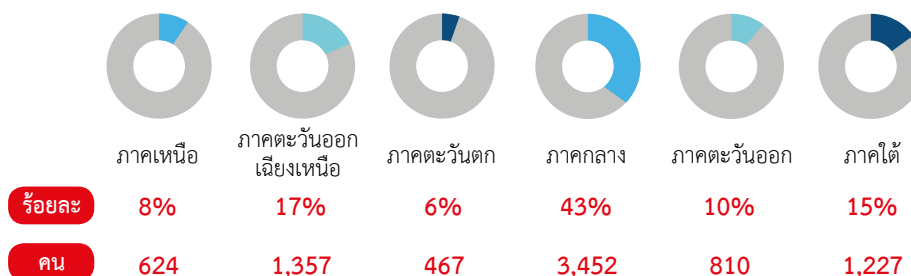
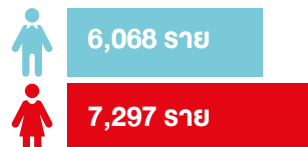
จากการดำเนินการเสริมสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่องและเข้มข้นกว่าปีที่ผ่านมา ทำให้แม็คโครสามารถเพิ่มจำนวนผู้ติดตามใน LinkedIn ได้จาก 4,575 คน ในปี 2560 เป็น 12,013 คน ในปี 2561 ซึ่งจากการดำเนินการนี้ร่วมกับช่องทางการสรรหาอื่น ๆ ส่งผลให้อัตราผู้สมัครงานของแม็คโครเพิ่มขึ้นจากเดิมถึง 162.6% และยังมีแนวโน้มของจำนวนผู้สมัครงานที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปี ทำให้แม็คโครสามารถจัดหาแรงงานรองรับการขยายตัวของธุรกิจและสาขาได้อย่างทันทั่วทั้งปี

พนักงานประจำ จำแนกตามภูมิภาค

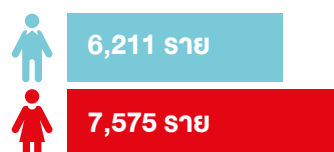
2558



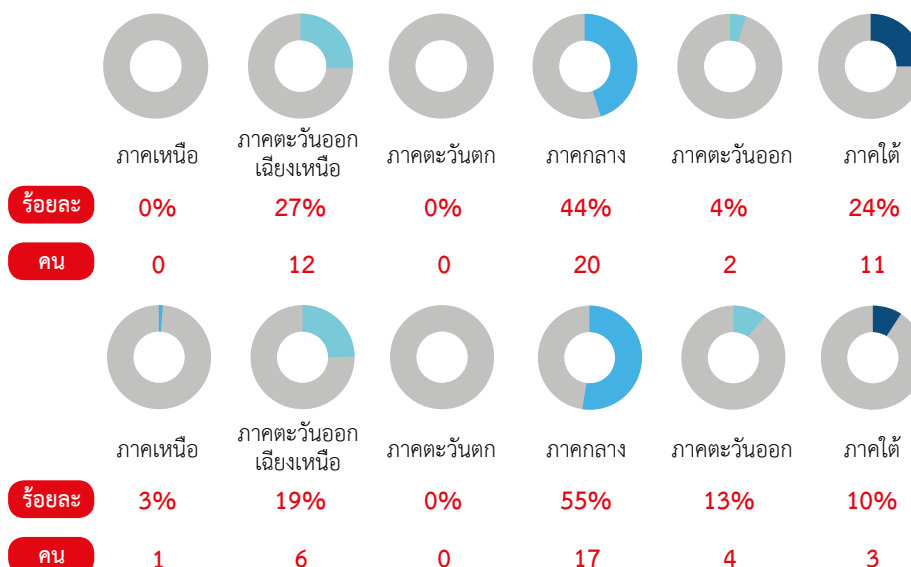
2559



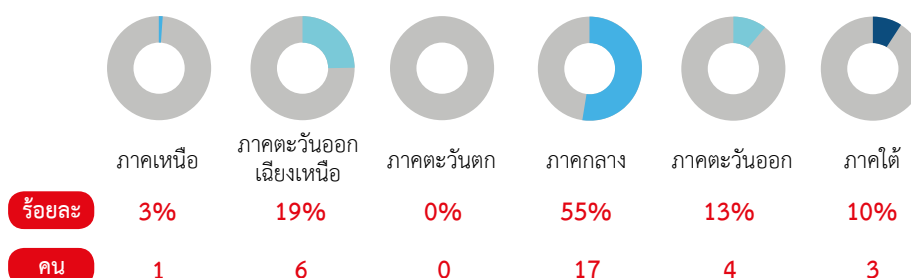
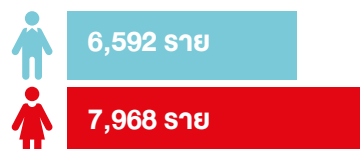
2560



พนักงานชั่วคราว จำแนกตามภูมิภาค



2561



นอกจากนี้ แม็คโครยังมีแผนในการต่อยอดความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพิ่มขึ้นในปีถัดไป โดยจะเพิ่มการจัดงาน Road Show โดยการติดต่อสถาบันการศึกษาให้เพิ่มมากขึ้น และให้โอกาสในการฝึกงานแก่นักเรียน นักศึกษาจากสถาบันการศึกษามากขึ้น

2. เครื่องมือในการคัดเลือกพนักงานที่หลากหลายและทันสมัย

นอกจากการเสริมสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรเพื่อดึงดูดผู้สนใจสมัครงานแล้ว เครื่องมือที่หลากหลายและทันสมัยในการสรรหาและคัดเลือกพนักงานจะช่วยให้แม้ใครสามารถเข้าถึงและคัดเลือกผู้มีความสามารถได้ตรงตามความต้องการขององค์กรอย่างแม่นยำ มากขึ้น รวมทั้งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดเวลาที่ต้องใช้ในกระบวนการสมัครงาน ทั้งนี้ เครื่องมือที่แม้ใครใช้ในการสรรหาและคัดเลือกพนักงาน อาทิเช่น

Hogan Test เป็นเครื่องมือการประเมินพนักงานใน 5 มิติ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้สามารถให้ภาพรวมที่ดีแก่บริษัทเพื่อเข้าใจบุคลิกภาพของบุคคลในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้



การประเมินแบบ 360 เป็นการประเมินที่รวบรวมคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะจากผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน รวมทั้งการประเมินตนเองของพนักงาน เพื่อรวบรวมมุมมองที่สมบูรณ์มากขึ้นเกี่ยวกับพฤติกรรมและวิธีการปฏิบัติงานและของพนักงาน

การสัมภาษณ์แบบอิงพฤติกรรม (Behavior-Based Interview) เป็นการประเมินพนักงานโดยการสัมภาษณ์ให้เล่าถึงเหตุการณ์ที่ประทับใจ เพื่อพิจารณาว่ามีพฤติกรรมเป็นคนอย่างไร การกระทำอะไรที่สำเร็จ และภายใต้สถานการณ์ดีหรือยากลำบาก มีการตอบสนองหรือแก้ปัญหาอย่างไร รวมทั้งผลลัพธ์ที่ได้และความสามารถในการคิดแบบรวบยอด

3. กระบวนการช่วยเหลือพนักงานในการปรับตัวในระยะแรกของการเริ่มทำงาน (Onboarding & Orientation)

เมื่อกระบวนการสรรหาและคัดเลือกพนักงานเสร็จสิ้นลง การช่วยให้พนักงานใหม่ปรับตัวเข้าสู่แม็คโครได้นั้น พนักงานจะได้รับการคำแนะนำในระยะแรกของการเริ่มทำงานอย่างเหมาะสม เช่น ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม ค่านิยม และจรรยาบรรณของบริษัทยึดถือปฏิบัติ ความเข้าใจเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ แนวปฏิบัติในการทำงาน และหลักความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน รวมถึงกฎระเบียบต่างๆ ของบริษัท ตลอดจนการเยี่ยมชมการปฏิบัติงานจริงของสาขาและศูนย์กระจายสินค้า เพื่อช่วยให้พนักงานใหม่สามารถเข้าใจธุรกิจของแม็คโครปรับตัวและผสมผสานแยกแยะส่วนต่าง และสามารถแสดงศักยภาพได้อย่างเต็มที่ กระบวนการดังกล่าวยังครอบคลุมถึงการติดตามประเมินผล การปฏิบัติงานและความพึงพอใจของพนักงานในช่วงสามเดือนแรกของการทำงาน ทั้งนี้ แม็คโครเชื่อว่า กระบวนการนี้จะช่วยให้พนักงานใหม่สามารถปรับตัวเพื่อการทำงานได้ดีขึ้น และส่งผลในการรักษากพนักงานไว้กับบริษัทได้ในระยะยาว

“กตัญญู อีกหนึ่งแง่มุมของความเป็นคนดีที่แม็คโครให้ความสำคัญ

จุดเริ่มต้นของคำว่า “กตัญญู” มักจะเริ่มต้นจากหน่วยที่เล็กที่สุดของสังคมคือ ครอบครัว กล่าวคือพ่อแม่เป็นผู้ให้ที่เปี่ยมล้นไปด้วยความปรารถนาดีต่อลูก การให้นี้เป็นสิ่งที่ทำให้ลูกได้ซึมซับความอบอุ่นของการได้รับและเรียนรู้ถึงการให้ด้วยใจที่บริสุทธิ์ ความดีที่ส่งรุ่มร่าจะส่งผลให้เกิดความรู้สึกถึงและขอบคุณซึ่งถือเป็นสิ่งเล็กๆ ที่สะสมเป็นวงจรการส่งต่อการให้ที่ไม่รู้จบ และพัฒนาเป็นความผูกพันภายในครอบครัวจนขยายผลไปสู่สังคม ซึ่งถือเป็นรากฐานการใช้ชีวิตของโลกตะวันออกที่หล่อหลอมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งวัฒนธรรมองค์กร

นับจากวันแรกที่ได้ก้าวเข้ามาในครอบครัวแม็คโคร สิ่งที่พนักงานจะได้รับคือ ความรู้และประสบการณ์ที่เพิ่มสูงขึ้นจากการทำงาน ซึ่งพนักงานสามารถแสดงความรู้สึกกตัญญูต่อบริษัทได้หลากหลายวิธี หนึ่งในนั้นคือการยึดมั่นค่านิยม “VICTORY” เมื่อเราใช้ชีวิตในสิ่งแวดล้อมที่มีความสุขและมีการแบ่งปันความสุขให้แก่กัน สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เราในฐานะส่วนหนึ่งของสังคมมีความสุขไปด้วย ถือเป็นความมั่นคงทางจิตใจ”

โครงการส่งเสริมพนักงานที่มีศักยภาพสูง (Young Talent Program)

นับเป็นเวลาต่อเนื่อง 3 ปีแล้วที่แม็คโครได้ดำเนินโครงการเปิดรับพนักงานที่มีศักยภาพสูง (Young Talent Program) จำนวน 6 รุ่น เพื่อดึงดูดคนรุ่นใหม่เข้ามาร่วมงานกับครอบครัวแม็คโคร โดยผู้ที่ผ่านการคัดสรรภายใต้โครงการนี้จะได้รับโอกาสในการพัฒนาความรู้ความสามารถในทุกด้าน เพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นกำลังสำคัญในอนาคตของบริษัท ผ่านการฝึกอบรมทั้งภายในแผนกและข้ามสายงาน เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจในธุรกิจอย่างถ่องแท้ และสามารถต่อยอดการพัฒนาตนเองและรังสรรค์นวัตกรรมที่มีช่วยสนับสนุนความก้าวหน้าของแม็คโครได้ต่อไป ซึ่งในปี 2561 บริษัทรับผู้มีศักยภาพสูงที่ผ่านการคัดสรรเข้าร่วมในโครงการนี้จำนวน 21 คน ซึ่งทั้งหมดนี้ได้รับการเสนอชื่อเป็นพนักงานเต็มเวลากับแม็คโคร



การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร (Disclosure 103-2)

แม็คโครเน้นวางแผนและออกแบบหลักสูตรการฝึกอบรมให้ตรงกับความต้องการของพนักงานอย่างเหมาะสมและครอบคลุมทุกสายงาน เพื่อพัฒนาให้พนักงานมีความรู้ ทักษะ และเพื่อความก้าวหน้าในสายอาชีพของพนักงาน ข้อมูลสำคัญที่ช่วยกำหนดแนวทางการพัฒนาให้แก่พนักงาน อาทิเช่น การประเมินการปฏิบัติงาน พฤติกรรมการทำงาน การให้คำแนะนำหรือข้อเสนอแนะระหว่างหัวหน้างานกับพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ตลอดจนการวางแผนความก้าวหน้าในสายอาชีพของพนักงาน และการพัฒนาทักษะและสมรรถนะหลักสำหรับตำแหน่งงานในอนาคต เป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานได้รับทราบจุดเด่นที่ควรส่งเสริมต่อยอดและจุดที่ควรปรับปรุง เพื่อร่วมกันวางแผนการพัฒนาเฉพาะบุคคล (Individual Development Plan) สำหรับการพัฒนาดตนเองต่อไป

“แม็คโครได้จัดโครงการพัฒนาผู้บริหารและพนักงานสายงานปฏิบัติการ (Store Development Program) ซึ่งเป็นโครงการที่ริเริ่มมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2553 โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการฝึกอบรมให้พนักงานที่มีศักยภาพของสาขามีความรอบรู้ในการบริหารจัดการสาขาผ่านหลักสูตรการบริหารสาขา 8 ด้าน ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 แม็คโครได้จัดการฝึกอบรมไปแล้วทั้งสิ้น 10 รุ่น มีพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมทั้งสิ้น 713 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ที่มีจำนวนคนฝึกอบรม 150 คน”

ส่วนหนึ่งในโครงการ Store Development Program คือหลักสูตร Star Program ซึ่งเป็นหลักสูตรเตรียมความพร้อมสำหรับผู้บริหารระดับกลางที่มีศักยภาพของสาขาในการเลื่อนตำแหน่งเป็นผู้จัดการสาขา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจค้าส่ง และสามารถบริหารจัดการต่อยอดทางธุรกิจให้เติบโตได้ รวมทั้งมุ่งหวังให้เข้าใจถึงคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้นำที่ดี โดยหลักสูตรนี้ใช้ระยะเวลาในการฝึกอบรมรวมทั้งสิ้น 15 วัน ซึ่งประกอบไปด้วยการฝึกอบรมในชั้นเรียน การศึกษาดูงาน สลับกับการทำงานจริงภาคปฏิบัติ และทำโครงการจริงโดยนำเสนอผลสำเร็จของโครงการให้ผู้บริหารระดับสูงได้รับทราบ

ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลได้นำข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาพนักงานมาวิเคราะห์ และวางแผนการฝึกอบรมและพัฒนาให้กับพนักงาน โดยเน้นที่ทักษะและศักยภาพที่เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ทั้งนี้ หลักสูตรในการพัฒนาพนักงานที่บริษัทจัดให้มีหลากหลายหัวข้อ และดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญจากทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก เพื่อส่งเสริมความรู้พื้นฐานในการปฏิบัติงาน ความรู้ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ความรู้และทักษะในการบริหารจัดการ ตลอดจนทักษะความเป็นผู้นำที่สนับสนุนการดำเนินงาน เช่น การฝึกอบรมเกี่ยวกับความรู้ผลิตภัณฑ์ หลักสูตรด้านความปลอดภัย หลักสูตรทักษะในการเป็นผู้นำ หลักสูตรการพัฒนาบุคลากรในสาขา เป็นต้น

เฉลี่ยจำนวนชั่วโมงในการฝึกอบรม (Disclosure 404-1)



เฉลี่ยชั่วโมง
ในการฝึกอบรม
9.06 ชั่วโมง
ต่อคนต่อปี



ชาย
8.78 ชั่วโมง
ต่อคนต่อปี

IWC



หญิง
9.13 ชั่วโมง
ต่อคนต่อปี



Halal Training

อาหารฮาลาลและแนวทางการปฏิบัติการอุตสาหกรรม

แม็คโครร่วมกับฝ่ายกิจการฮาลาล สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย จัดหลักสูตรการฝึกอบรม “อาหารฮาลาลและแนวทางการปฏิบัติการอุตสาหกรรม (Halal Training) ประจำปี 2561” เพื่อส่งเสริมศักยภาพพนักงานแม็คโครที่เกี่ยวข้องในกระบวนการอาหารฮาลาล มุ่งหวังความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม และสร้างความมั่นใจต่อผู้บริโภคชาวมุสลิม

นอกจากนี้ แม็คโครยังเปิดโอกาสให้พนักงานที่มีความเหมาะสมได้เก็บประสบการณ์การทำงานที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการทำงานข้ามสายงานหรือการทำงานในทีมที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ รวมถึงการทำงานในต่างประเทศ ดังตัวอย่างการดำเนินการโครงการ “Internal Job Opening Announcement”

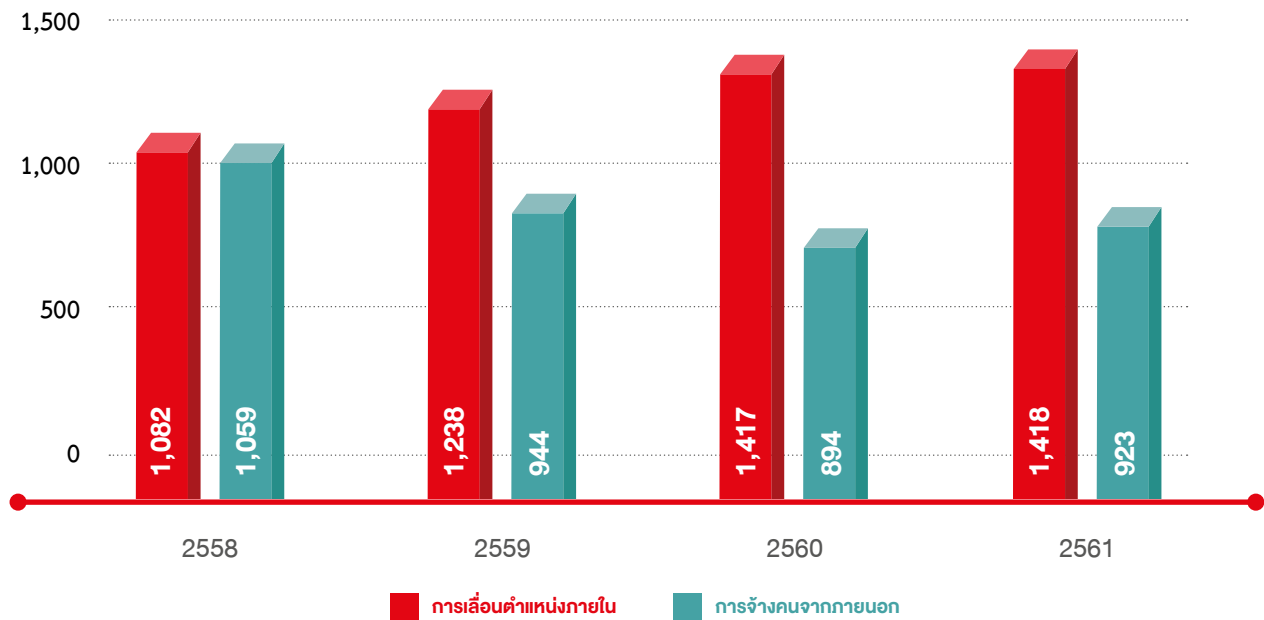
Internal Job Opening
AnnouncementInternal Job Opening
Announcement

โครงการ “Internal Job Opening Announcement”

เป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้พนักงานที่มีความสามารถเหมาะสมในการทำงานในต่างประเทศและสอดคล้องกับแผนการขยายตัวของธุรกิจของแม็คโคร สามารถไปทำงานในธุรกิจต่างประเทศของแม็คโครได้ ซึ่งจากการดำเนินโครงการในปี พ.ศ. 2561 แม็คโครสามารถเติมเต็มตำแหน่งเปิดใหม่ในต่างประเทศได้ถึง 14 ตำแหน่ง แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการเตรียมความพร้อมในการขยายตัวทางธุรกิจและความสามารถของพนักงานในการรองรับความท้าทายใหม่ ๆ

จากผลการดำเนินการด้านฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากรของบริษัท พบว่า แม้ใคร่สามารถเสริมสร้างทักษะของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้พนักงานจำนวนมากสามารถเลื่อนตำแหน่งและเติบโตพร้อมองค์กรได้อย่างเหมาะสม

อัตราการเลื่อนตำแหน่งภายในและอัตราการจ้างคนจากภายนอกระหว่างปี 2558-2561 (Disclosure 103-3)





การมีส่วนร่วมของพนักงานและความพึงพอใจของพนักงาน (Disclosure 103-2, 103-3)

นอกเหนือจากการให้โอกาสแก่พนักงานในการก้าวหน้าในสายอาชีพและเติบโตพร้อมองค์กร แม็คโครยังมีแนวทางในการเสริมสร้างการมีส่วนร่วม ความผูกพัน และความพึงพอใจของพนักงาน เพื่อผลักดันให้แม็คโครก้าวเข้าสู่องค์กรที่ทุกคนอยากเข้ามาร่วมงาน และพนักงานทำงานอย่างมีความสุข สดชื่น และยิ้มแย้ม

ตัวอย่างการดำเนินการเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วม ความผูกพัน และความพึงพอใจของพนักงาน

- การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสามัคคีในหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ กิจกรรมออกกกำลังกาย กิจกรรมวันกีฬา และกิจกรรมอาสาสมัครในชุมชน รวมทั้งกิจกรรม Happy Hour ในทุกวันศุกร์สิ้นเดือน
- การเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงออกทางความคิด และรับฟังความคิดเห็นเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การจัดเวทีนวัตกรรม โครงการแม็คโคร 4.0 และการตระหนักถึงคุณค่าและชมเชยเมื่อทำความดี
- การจัดสรรทรัพยากรและการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการอำนวยความสะดวกและลดเวลาในการทำงานธุรการลง



กิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วม
และความพึงพอใจของพนักงาน



กิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วม
และความพึงพอใจของพนักงาน

เส้นทางสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรม

การประกอบธุรกิจภายใต้บริบทสังคมโลกที่เปลี่ยนแปลง ทั้งรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความเกี่ยวเนื่องผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่มากขึ้น และโครงสร้างประชากรที่เริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย การขับเคลื่อนองค์กรให้มีผลผลิตทางนวัตกรรมจะช่วยให้องค์กรสามารถตระหนักรู้ถึงการเปลี่ยนแปลง และสามารถรับมือการเปลี่ยนแปลงนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการขยายขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจสู่ตลาดใหม่

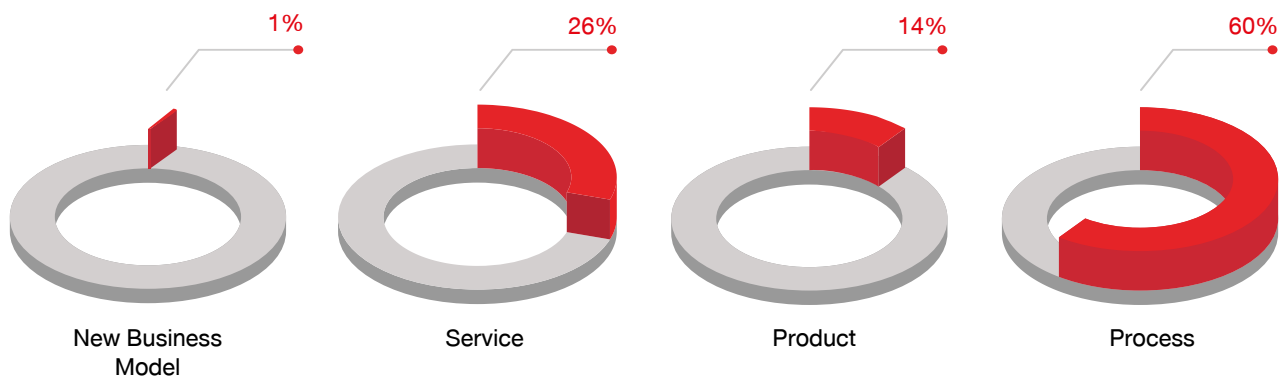
ปี 2561 นับเป็นอีกหนึ่งปีในการก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคงของแม็คโคร โดยเป็นการวางรากฐานการสร้างวัฒนธรรมและระบบนิเวศเพื่อเกื้อ

หนุนให้แม็คโครเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม การมีส่วนร่วมของพนักงานในการ “กล้าคิด กล้าเปลี่ยนแปลง กล้านำเสนอ” ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนประเด็นดังกล่าว โดยในปี 2561 มีพนักงานจำนวน 9,960 รายมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมนวัตกรรมร่วมส่งความคิด โครงการนวัตกรรม ส่งผลสำเร็จให้มีบุคลากรที่ขับเคลื่อนงานนวัตกรรมที่แม็คโครดังนี้

- 1.ผู้ช่วยนวัตกรรมใหม่ 149 ราย
- 2.นวัตกรรมระดับ 1 จำนวน 34 ราย
- 3.นวัตกรรมระดับ 2 จำนวน 5 ราย

ปี 2561 มีโครงการนวัตกรรมที่ผ่านการคัดเลือกทั้งสิ้น 412 โครงการ โดยได้ดำเนินการแล้วเสร็จ 313 โครงการ อยู่ระหว่างการดำเนินการ 99 โครงการ

สัดส่วนของโครงการแบ่งตามประเภทนวัตกรรม



การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน

(Disclosure 103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-8, 403-9)

แม็คโคร มีการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานตามนโยบายบริษัทฯ ด้านความปลอดภัย สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม ที่ครอบคลุมถึงสภาพแวดล้อมการทำงาน ระบบในการทำงาน มาตรการป้องกันและควบคุมความเสี่ยง การฝึกอบรมพนักงาน และการบริหาร สุขอนามัยและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่การดำเนินการ เพื่อรักษาอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และหลีกเลี่ยงผลกระทบทางลบต่อพนักงานและบริษัท ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ศึกษาการยกระดับจัดตั้งระบบบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ISO 45001 ในทุกพื้นที่ดำเนินการ

ระบบดังกล่าวประกอบด้วย การประเมินและการจัดการความเสี่ยง การฝึกอบรมพนักงานเพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย และการส่งเสริมสุขภาพพนักงานโดยภาพรวม การมีกระบวนการรับข้อร้องเรียน ซึ่งทั้งหมดนี้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ “คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ส่วนงาน Safety health and environment สังกัด Operation support and compliance division” ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางสำหรับการดำเนินการของสาขาแม็คโครทั่วประเทศ ทั้งนี้ แม็คโคร เชื่อว่าการระบบการดูแลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานจะไม่สมบูรณ์ หากไม่มีการส่งเสริมความตระหนักในความปลอดภัย และไม่ได้รับความร่วมมือของพนักงานทุกคน แม็คโครจึงได้ออกแบบให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและดำเนินการระบบดังกล่าว โดยมีคณะกรรมการความปลอดภัยประจำศูนย์จำหน่ายสินค้า หรือ Safety Committee ที่ประกอบด้วยตัวแทนพนักงานครอบคลุมทุกชั้นตำแหน่ง ตั้งแต่พนักงานหน้าร้านจนถึงผู้จัดการ เป็นผู้คอยติดตามการดำเนินการในพื้นที่และเป็นตัวแทนจากพนักงานสาขา และมีการสื่อสารผลการดำเนินการกับพนักงานทุกคนเป็นประจำทุกเดือนผ่านกิจกรรม “SGM safety talk”

ในปี 2561 คณะกรรมการความปลอดภัยประจำศูนย์จำหน่ายสินค้าทุกสาขาได้จัดการประชุมประจำเดือนครบทั้งปี

คณะกรรมการความปลอดภัยประจำสาขา จะมีการประชุมเดือนละครั้ง เพื่อดำเนินหน้าที่ในการทบทวนเหตุการณ์ที่มีความเสี่ยงที่มีความเกี่ยวข้องเนื่องกับการทำงานและอุบัติเหตุที่เกิดขึ้น และจัดสรรมาตรการเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นอีก คณะกรรมการความปลอดภัยมีอำนาจในการตัดสินใจวางมาตรการป้องกันในสาขาเพิ่มเติม



1. การประเมินและการจัดการความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน

ทุกสถานที่การทำงานของบริษัทฯ จะได้รับการประเมินความเสี่ยงเป็นประจำทุกวัน ผ่านการตรวจประเมิน Duty checklist

การประเมินความเสี่ยงดำเนินการโดยผู้จัดการในหน้าที่ (Duty manager) ประจำสาขา โดยการประเมินความเสี่ยงในทุกสาขา ทุกกิจกรรม รวมถึงกิจกรรมพิเศษ และสถานการณ์ปกติ ไม่ปกติ และกรณีฉุกเฉิน โดยผลที่ได้จากการประเมินจะถูกนำไปใช้ในการออกแบบระบบบริหารจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน เพื่อให้เกิดความปลอดภัย

เนื่องด้วยบริบทประเทศไทยที่มีความเสี่ยงด้านภัยน้ำท่วม บริษัทฯ จึงมีการประเมินความเสี่ยงด้านนี้ในกระบวนการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานเช่นกัน มีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อรายงานการคาดการณ์เป็นประจำทุกวัน และมีการแจ้งเตือนสาขาเพื่อรับมือในกรณีที่เกิดเหตุขึ้น

พนักงานทุกคนมีส่วนในการระบุความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย สามารถรายงานตรงถึงคณะกรรมการความปลอดภัย หรือส่งข้อสังเกตการณ์ผ่านทางออนไลน์ถึงส่วนงาน Safety health and environment เพื่อประสิทธิภาพและความโปร่งใสของการรายงานในแต่ละปี แม้ใครจะทำการทบทวน ผลการประเมินความเสี่ยงโดยหน่วยงานหลักและคณะกรรมการความปลอดภัย รวมถึงข้อสังเกตการณ์ที่ได้จากพนักงาน และกำหนดมาตรการทางด้านความปลอดภัย ตอบสนองกับความเสี่ยงที่พบ เพื่อให้แน่ใจว่ามีความปลอดภัยในการทำงาน

ด้วยการเติบโตทางธุรกิจ และจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ จึงมีการพัฒนาระบบสรรหาและตรวจสอบการแจกจ่ายอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (Personal protective equipment : PPE) ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าพนักงานทุกคนได้รับอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลที่มีความเหมาะสมกับหน้าที่และสภาพแวดล้อมการทำงาน โดยมีการใช้แอปพลิเคชันในการแจกจ่ายอุปกรณ์ฯ เพื่อจัดฐานข้อมูลกลางในการคาดการณ์ความต้องการของอุปกรณ์แต่ละประเภทรายสาขาได้แม่นยำ

ในปีที่ผ่านมา ผลวิเคราะห์ความเสี่ยงชี้ให้เห็นว่าความเสี่ยงประเด็นหนึ่งที่เกิดขึ้นแก่พนักงาน คือเรื่องความเหนื่อยล้าจากการปฏิบัติหน้าที่บริเวณแคชเชียร์ที่ต้องยืนเป็นเวลานาน เมื่อพบประเด็นนี้ บริษัทฯ จึงมีการใช้เสื่อปูพื้นพิเศษ เป็นที่รองพื่นในบริเวณแคชเชียร์ เพื่อลดความเสี่ยงในการได้รับผลกระทบทางลบต่อสุขภาพให้แก่





หากพนักงานพบว่าตนอยู่ในสถานการณ์การทำงานที่มีความเสี่ยงเกินกว่าระดับที่รับได้ แม้ใครมีแนวปฏิบัติโดยให้พนักงานรายงานความเสี่ยงนั้นทันที เพื่อให้หัวหน้างานที่เกี่ยวข้องตัดสินใจดำเนินการ อย่างไรก็ตาม แม้ใคร ยังคงอยู่ในขั้นตอนการจัดตั้งและอนุมัตินโยบายการหยุดทำงานในกรณีที่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน (Stop Work Authority) ซึ่งคาดว่าจะมีการอนุมัติภายในปี 2021

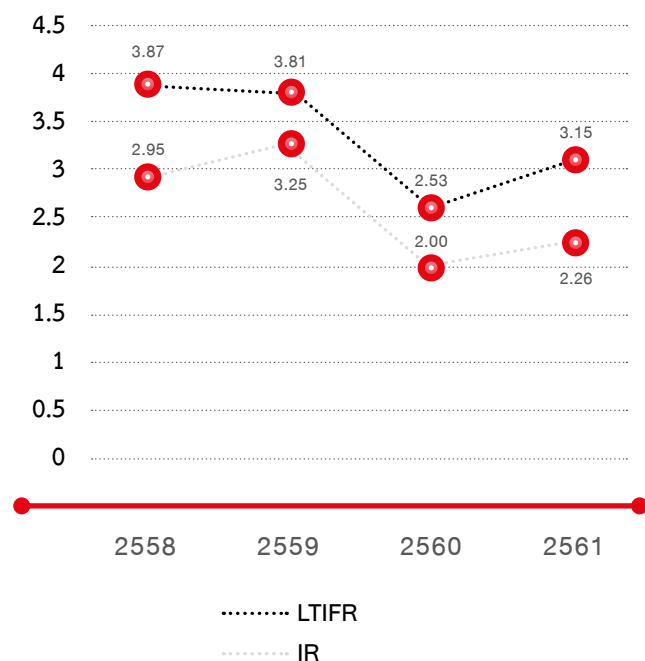
2. กระบวนการสอบสวนเหตุการณ์ที่มีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน

ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่มีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน (work-related incidents) แม้ใคร มีกระบวนการรายงานและสอบสวนเหตุการณ์ เพื่อชี้แจงสิ่งคุกคามและความเสี่ยงในสภาพการทำงานที่ส่งผลให้เกิดเหตุการณ์ขึ้น และจัดสรรแนวทางปฏิบัติการแก้ไข ปัญหา หรือความเสี่ยง (corrective actions) ดังนี้

เมื่อเกิดอุบัติเหตุที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน ณ ศูนย์จำหน่ายสินค้า แม้ใครจะดำเนินการจัดทำรายงานอุบัติเหตุและการสอบสวนอุบัติเหตุขึ้น เพื่อแจ้งต่อผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้บังคับบัญชาตามสายงาน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้บริหารสูงสุด เพื่อรับทราบเหตุการณ์และมาตรการแก้ไขและป้องกัน ภายใน 24 ชั่วโมง นับจากการเกิดเหตุ

สำหรับปี 2561 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้พัฒนากระบวนการสอบสวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานให้เข้าถึงได้ง่ายขึ้น โดยต่อยอดจากอดีตที่มีการรายงานผลจากการสอบสวนในรูปแบบการรายงาน Incident Investigation Report (IIR) ให้เป็นรูปแบบออนไลน์ ทำให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลล่าสุดได้อย่างสะดวกกว่าเดิม

Makro Safety Index for all worker



3. การฝึกอบรมด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย รวมถึงเพิ่มทักษะและศักยภาพในการบริหารจัดการประเด็นนี้ให้แก่พนักงาน แม็คโคร มีการจัดการฝึกอบรมด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยให้แก่พนักงาน ซึ่งมีทั้งการฝึกอบรมแบบทั่วไปและแบบเฉพาะงาน ในปี 2561 ยังได้มีการเพิ่มเติมการฝึกอบรมให้ตรงตามความเสี่ยงและความท้าทายในการรักษาอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่พบจากปีที่แล้ว ดังนี้

	การฝึกอบรม แบบทั่วไป	อัตราผู้เข้าร่วม จากพนักงาน ที่มีความเกี่ยวข้อง	จำนวนชั่วโมงการอบรม ต่อคน ต่อปี
การฝึกอบรม แบบทั่วไป	Safety Talk การพูดคุยกับผู้จัดการประจำสาขา เรื่องประเด็นด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เพื่อวางแผนแนวทางในการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย (safety culture) ในสาขา	100%	2 ชั่วโมง
	การฝึกอบรมสร้าง Safety Culture Awareness ให้กับพนักงานทุกระดับ ผู้บริหารรวมผู้รับเหมาประจำ ณ สำนักงานใหญ่ทุกคน เพื่อปลูกฝัง Safety culture และ เป็นการรักษามาตรฐานการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และ สภาพแวดล้อมในการทำงาน แก่บุคลากรขององค์กร	100%	1 ชั่วโมง
การฝึกอบรม แบบเฉพาะงาน	การฝึกอบรมการขับขีรถ forklift อย่างปลอดภัย	78%	12 ชั่วโมง
	การฝึกอบรมความปลอดภัยงานไฟฟ้า	45%	6 ชั่วโมง
	การฝึกอบรมความปลอดภัยระบบ lock out - tag out	94%	6 ชั่วโมง



4.การส่งเสริมสุขภาพพนักงานโดยรวม

แม็คโคร มีการจัดการตรวจสุขภาพประจำปีให้แก่พนักงาน และมีการจัดสวัสดิการทางด้านการรักษาพยาบาล ให้แก่พนักงานตามกฎหมาย ข้อบังคับของแต่ละประเทศ สวัสดิการเหล่านี้จัดให้กับพนักงานของแม็คโครทุกคน โดยการจัดการตรวจสุขภาพประจำปีจะใช้โรงพยาบาลที่มีมาตรฐานสากลมาบริการ ถึงพื้นที่ ในช่วงเวลางาน เพื่อให้พนักงานทุกคนจะสามารถเข้ารับการตรวจสุขภาพได้ และสำหรับพนักงานต่างชาติ จะมีล่ามแปลภาษา เพื่ออำนวยความสะดวก

ข้อมูลด้านสุขภาพของพนักงาน จะส่งถึงบริษัท และจะได้รับการดูแลให้ตรงตามนโยบายในการรักษาความเป็นส่วนตัวของพนักงานของแม็คโคร ไม่มีการใช้ข้อมูลส่วนตัวนี้เพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนสภาพการจ้างงานของพนักงานแต่อย่างใด ในด้านการดูแลสุขภาพที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการทำงาน แม็คโครได้จัดให้มีการตรวจสุขภาพด้านอาชีวอนามัย สำหรับพนักงานตามความเสี่ยงของการทำงาน มีการประเมินผลและให้คำแนะนำแก่พนักงาน โดยแพทย์เฉพาะทางด้านอาชีวอนามัย เพื่อเป็นการเฝ้าระวังโรคจากการทำงาน และดูแลพนักงานให้มีสุขภาพอนามัยที่ดี

นอกจากนี้แล้ว แม็คโครยังส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสร้างเสริมสุขภาพให้พนักงานผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการออกกำลังกาย มีงานกีฬาประจำปีสำหรับทุกสาขา มีการสร้างสถานที่ออกกำลังกายที่สำนักงานใหญ่ เป็นต้น



การตรวจสุขภาพพนักงาน

พนักงานประจำทุกคน

	2015	2016	2017	2018	เป้าหมายปี 2562
จำนวนและอัตราการเสียชีวิตจากการทำงาน	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บ	3.02	2.78	2.13	4.05	<4.05
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน	1.94	2.29	1.57	3.00	<3.00
อัตราการขาดงาน	0.85	0.945	0.455	0.79	-
ชั่วโมงการทำงาน	27,738,769	30,870,892	32,362,294	34,301,065	-

ผู้ปฏิบัติงาน นอกเหนือจากพนักงาน

	2015	2016	2017	2018	เป้าหมายปี 2562
จำนวนและอัตราการเสียชีวิตจากการทำงาน	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บ	5.2	5.79	3.1	2.3	<2.3
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน	4.5	5.1	2.6	1.6	<1.6
ชั่วโมงการทำงาน	17,683,712	15,872,344	20,914,386	37,850,962	-

การปกป้องสิทธิมนุษยชน

การปกป้องสิทธิมนุษยชนของพนักงาน มีการดำเนินการโดยยึดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนของแม็คโคร และกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) ตามหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (The UN Guiding Principles on Business and Human Rights) เพื่อบริหารจัดการกิจกรรมธุรกิจโดยเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ผลการดำเนินการ แม็คโครได้มีการประกาศนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน ตั้งแต่ปี 2560 มีขอบเขตครอบคลุมบริษัทสยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย โดยกำหนดนโยบายและกระบวนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ หลักการของข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ (The UN Global Compact) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (The International Labor Organization Declaration on Fundamental Principles and Right at Work)

เพื่อให้ผู้มีส่วนเสียทุกคนสามารถเข้าถึงนโยบายได้ แม็คโครได้มีการแปลนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนของแม็คโคร เป็นภาษากัมพูชา ในปี 2561

นอกเหนือจากการประกาศนโยบายฯ แล้ว แม็คโครได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในกิจกรรมธุรกิจ ในระดับกลุ่มบริษัทฯ ซีพี ออลล์ ทั้งในปี 2560 และปี 2561 อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ ทราบถึงความเสี่ยงทางด้านสิทธิมนุษยชนและร่วมดำเนินการออกมาตรการจัดการ ป้องกันความเสี่ยงอย่างเหมาะสม การดำเนินการเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แม็คโครมีแผนในการดำเนินการกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

- การเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- การจัดตั้งกลไกรับข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน



- มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆทั้งภายในและภายนอก เช่นพนักงาน ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ประชาสังคม เพื่อสื่อสารผลลัพธ์การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัท

- ออกแบบมาตรการป้องกันและลดผลกระทบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
- นำมาตรการในเบื้องต้นไปปฏิบัติใช้สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ติดตามผลและทบทวนกระบวนการ

- นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

- ระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจทั้งที่เกิดขึ้นแล้วและอาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต
- ระบุผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่อาจจะได้รับผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนรวมถึงพิจารณาสถานะของผู้ที่อยู่ในกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้หญิง และเด็กแรงงานอพยพ บุคคลทุพพลภาพ และผู้สูงอายุ
- การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

นอกจากนี้ ยังมีการจัดการอบรมเรื่องนโยบายด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนให้แก่พนักงาน ในปี 2561 ที่ผ่านมามีการจัดการอบรมทั้งหมด 16 ครั้ง แม็คโครมีแผนที่จะขยายการอบรมเรื่องนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนนี้ ให้ครอบคลุมถึงพนักงานทุกคนในปี 2020



สำหรับการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในกิจกรรมธุรกิจของบริษัทฯ ในปี 2561 ได้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการระหว่างตัวแทนจากบริษัทกลุ่มซีพี ออลล์ ซึ่งแม็คโครได้ส่งตัวแทนจากหน่วยงานต่าง ๆ ครอบคลุมแผนกทรัพยากรบุคคล ลูกค้าสัมพันธ์ ความปลอดภัย สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม (SHE) และจัดซื้อ เพื่อทำการประเมินอย่างรอบด้าน ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน

จากการหารือกันเรื่องความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนต่าง ๆ พบว่าประเด็นที่มีความเสี่ยงสูงสุด (salient human rights issue) คือ สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานในสาขา จึงได้มีการหารือกันถึงมาตรการป้องกันเพิ่มเติมที่จะสามารถลดระดับความเสี่ยงนี้ได้ เช่น การฝึกอบรมพนักงานที่เข้มข้นขึ้น การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อความปลอดภัยที่สูงขึ้น (สามารถอ่านถึงมาตรการจัดการประเด็นนี้ได้ในเรื่องของอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน หน้า 94-99) ส่วนประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนอื่น ๆ อาทิ การเลือกปฏิบัติ พบว่ามีการบริหารจัดการที่เหมาะสม และมีระดับความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ

ภาคผนวก



GRI Content Index

Global Reporting Initiative: Core Standards

Global Reporting Initiative		Chapter/
GRI 102: General Disclosures		
Organizational Profile		
GRI 102-1	Name of the Organization	เกี่ยวกับแม็คโคร
GRI 102-2	Activities, brands, products, and services	เกี่ยวกับแม็คโคร
GRI 102-3	Location of Headquarters	เกี่ยวกับแม็คโคร
GRI 102-4	Location of operations	เกี่ยวกับแม็คโคร
GRI 102-5	Ownership and legal form	เกี่ยวกับแม็คโคร
GRI 102-6	Markets served	เกี่ยวกับแม็คโคร
GRI 102-7	Scale of the organization	เกี่ยวกับแม็คโคร
GRI 102-8	Information on employees and other workers	- การสร้างแรงบันดาลใจให้แก่บุคลากร - ข้อมูลภาคผนวก
GRI 102-9	Supply Chain	- ห่วงโซ่คุณค่า - ส่งมอบอาหารคุณภาพและปลอดภัยให้คนสำคัญเช่นคุณ - รวมใจสร้างคุณค่าและความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อร่วมเติบโตอย่างยั่งยืน
GRI 102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	- เกี่ยวกับแม็คโคร - การเปลี่ยนแปลงองค์กรในปี 2561
GRI 102-11	Precautionary Principles or approach	เกี่ยวกับแม็คโคร
GRI 102-12	External initiatives	- เกี่ยวกับแม็คโคร - เพื่อชีวิตที่ดีกว่าเคียงคู่คุณ
GRI 102-13	Membership of associations	สมาคมที่แม็คโครเป็นสมาชิกประจำปี 2018
Strategy		
GRI 102-14	Statement from senior decision-maker	สารจากประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร
Ethics and Integrity		
GRI 102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	การกำกับดูแลกิจการ
Governance		
GRI 102-18	Governance Structure	การกำกับดูแลกิจการ
GRI 102-32	Highest Governance Body's Role in Sustainability Reporting	คณะกรรมการความยั่งยืน

Global Reporting Initiative		Chapter/
Stakeholder Engagement		
GRI 102-40	List of stakeholder groups	ผู้มีส่วนได้เสียของแม่โคร
GRI 102-41	Collective bargaining agreements	การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
GRI 102-42	Identifying and selecting stakeholders	การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
GRI 102-43	Approach to stakeholder engagement	การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
GRI 102-44	Key topics and concerns raised	- การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย - Materiality matrix
Reporting Practice		
GRI 102-45	Entities included in the consolidated financial statements	เกี่ยวกับแม่โคร
GRI 102-46	Defining report content and topic boundaries	Materiality Assessment
GRI 102-47	List of material topics	Materiality Assessment
GRI 102-48	Restatements of information	Materiality Assessment
GRI 102-49	Changes in reporting	Materiality Assessment
GRI 102-50	Reporting period	เกี่ยวกับแม่โคร
GRI 102-51	Date of most recent report	เกี่ยวกับแม่โคร
GRI 102-52	Reporting cycle	เกี่ยวกับแม่โคร
GRI 102-53	Contact point for questions regarding the report	เกี่ยวกับแม่โคร
GRI 102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	เกี่ยวกับแม่โคร
GRI 102-55	GRI content Index	GRI Content Index
GRI 102-56	External Assurance	รายงานการให้ความเชื่อมั่นอย่างจำกัดอย่างเป็นอิสระ
GRI 103: Management Approach		
GRI 103-1	Explanation of the material topic and its boundary	กลยุทธ์แม่โคร 4.0
GRI 103-2	The Management approach and its components	กลยุทธ์แม่โคร 4.0
GRI 103-3	Evaluation of the management approach	กลยุทธ์แม่โคร 4.0
GRI 201: Economic Performance		
GRI 201-1	Direct Economic value generated and distributed	เกี่ยวกับแม่โคร
Indirect Economic Impacts		
GRI 203-2	Significant indirect Economic Impacts	การส่งเสริมการค้าและการค้าปลีกระดับท้องถิ่นเตรียมความพร้อมสู่การค้าปลีกแห่งอนาคต
Procurement Practices		
GRI 204-1	Proportion of spending on local suppliers	รวมใจสร้างคุณค่าและความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อร่วมเติบโตอย่างยั่งยืน

Global Reporting Initiative		Chapter/
Anti-Corruption		
GRI 205-1	Operations Assessed for risks related to corruption	การกำกับดูแลกิจการ
GRI 205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	การกำกับดูแลกิจการ
GRI 205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	การกำกับดูแลกิจการ
Energy		
GRI 302-1	Energy Consumption within the organization	อยู่ร่วม เกื้อกูล แม็คโครเพื่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต
GRI 302-3	Energy Intensity	อยู่ร่วม เกื้อกูล แม็คโครเพื่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต
GRI 302-4	Reduction of Energy Consumption	อยู่ร่วม เกื้อกูล แม็คโครเพื่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต
Water and Effluents		
GRI 303-1	Integrations with water as a shared resource	อยู่ร่วม เกื้อกูล แม็คโครเพื่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต
GRI 303-3	Water Withdrawal	อยู่ร่วม เกื้อกูล แม็คโครเพื่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต
Emissions		
GRI 305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	อยู่ร่วม เกื้อกูล แม็คโครเพื่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต
GRI 305-2	Energy Indirect (Scope 2) GHG emissions	อยู่ร่วม เกื้อกูล แม็คโครเพื่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต
GRI 305-4	GHG Emissions Intensity	อยู่ร่วม เกื้อกูล แม็คโครเพื่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต
GRI 305-5	Reduction of GHG Emissions	อยู่ร่วม เกื้อกูล แม็คโครเพื่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต
Effluents and Waste		
GRI 306-1	Water Discharge by Quality and Destination	ข้อมูลภาคผนวก
GRI 306-2	Waste by type and disposal methods	ข้อมูลภาคผนวก
GRI 401: Employment		
GRI 401-1	New Employee hires and employee turnover	การสร้างแรงบันดาลใจให้แก่บุคลากร ข้อมูลภาคผนวก

Global Reporting Initiative		Chapter/
Occupational Health and Safety		
GRI 403-1	Occupational Health and Safety Management Systems	การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
GRI 403-2	Hazard identification, risk assessments, and incident investigation	การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
GRI 403-3	Occupational health services	การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
GRI 403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
GRI 403-5	Worker training on occupational health and safety	การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
GRI 403-6	Promotion of worker health	การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
GRI 403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
GRI 403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
GRI 403-9	Work-related injuries	การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
GRI 403-10	Work-related ill health	การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
Training and Education		
GRI 404-1	Average hours of training per year per employee	การสร้างแรงบันดาลใจให้แก่บุคลากร ข้อมูลภาคผนวก
GRI 404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	- การสร้างแรงบันดาลใจให้แก่บุคลากร - ข้อมูลภาคผนวก
Diversity and Equal Opportunity		
GRI 405-1	Diversity of Governance bodies and employees	การปกป้องสิทธิมนุษยชนของพนักงาน
Human Rights Assessment		
GRI 412-1	Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	การปกป้องสิทธิมนุษยชนของพนักงาน
GRI 412-2	Employee training on human rights policies or procedures	การปกป้องสิทธิมนุษยชนของพนักงาน
GRI 412-3	Significant investment agreements and contracts that include human rights clauses or that underwent human rights screening	การปกป้องสิทธิมนุษยชนของพนักงาน

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ข้อมูลด้านบุคลากรและการฝึกอบรม

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2558	2559	2560	2561	หมายเหตุ
จำนวนพนักงาน							
102-8	จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	12,277	13,365	13,786	14,560	
	• ชาย	คน	5,579	6,069	6,211	6,592	
	• หญิง	คน	6,698	7,297	7,575	7,968	
พนักงานประจำ จำแนกตามภูมิภาค							
102-8	• ภาคเหนือ (ชาย)	คน	647	725	761	793	
	• ภาคเหนือ (หญิง)	คน	579	645	620	624	
	• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ชาย)	คน	1,299	1,370	1,374	1,435	
	• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (หญิง)	คน	1,280	1,336	1,366	1,357	
	• ภาคตะวันตก (ชาย)	คน	275	323	302	343	
	• ภาคตะวันตก (หญิง)	คน	394	447	440	467	
	• ภาคกลาง (ชาย)	คน	1,912	2,181	2,365	2,518	
	• ภาคกลาง (หญิง)	คน	2,528	2,909	3,199	3,452	
	• ภาคตะวันออก (ชาย)	คน	505	502	472	528	
	• ภาคตะวันออก (หญิง)	คน	652	705	717	810	
	• ภาคใต้ (ชาย)	คน	926	930	907	930	
	• ภาคใต้ (หญิง)	คน	1,212	1,223	1,209	1,227	
จำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง							
102-8	จำนวนพนักงานเต็มเวลา	คน	12,209	13,296	13,732	14,484	
	• ชาย	คน	5,564	6,031	6,181	6,547	
	• หญิง	คน	15	7,265	7,551	7,937	
102-8	จำนวนพนักงานไม่เต็มเวลา	คน	68	69	54	76	
	• ชาย	คน	15	37	30	45	
	• หญิง	คน	53	32	24	31	

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2558	2559	2560	2561	หมายเหตุ
ความหลากหลายของพนักงาน							
405-1	จำแนกตามระดับ						
	ผู้บริหารระดับสูง (Top Management)	คน	19	20	20	27	
	• ชาย	คน	10	11	11	14	
	• หญิง	คน	9	9	9	13	
	ผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management)	คน	167	184	190	202	
	• ชาย	คน	78	85	79	85	
	• หญิง	คน	89	99	111	117	
	ผู้บริหาร (Management)	คน	879	975	1,023	1,112	
	• ชาย	คน	390	426	446	478	
	• หญิง	คน	489	549	577	634	
	พนักงานระดับปฏิบัติการ (Officer)	คน	11,147	12,114	12,515	13,155	
	• ชาย	คน	5,087	5,507	5,646	5,973	
	• หญิง	คน	6,060	6,607	6,869	7,182	
	จำแนกตามอายุ						
	อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	4,515	4,979	5,200	5,493	
	• ชาย	คน	2,142	2,355	2,446	2,671	
	• หญิง	คน	2,373	2,624	2,754	2,822	
	อายุ 30-50 ปี	คน	7,474	8,027	8,224	8,637	
	• ชาย	คน	3,326	3,543	3,600	3,724	
	• หญิง	คน	4,148	4,484	4,624	4,913	
	อายุมากกว่า 50 ปี	คน	223	287	324	366	
	• ชาย	คน	97	131	136	155	
	• หญิง	คน	126	156	188	211	

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2558	2559	2560	2561	หมายเหตุ
401-1	การจ้างงานใหม่						
	จำนวนพนักงานใหม่ทั้งหมด	คน	5,524	5,633	5,701	6,131	
	• ชาย	คน	2,490	2,589	2,700	2,944	
	• หญิง	คน	3,034	3,044	3,001	3,187	
	จำแนกตามอายุ						
	อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	3,264	3,555	3,673	3,963	
	• ชาย	คน	1,463	1,636	1,752	1,969	
	• หญิง	คน	1,801	1,919	1,921	1,994	
	อายุ 30-50 ปี	คน	2,253	2,072	2,019	2,160	
	• ชาย	คน	1,022	948	944	971	
	• หญิง	คน	1,231	1,124	1,075	1,189	
	อายุมากกว่า 50 ปี	คน	7	6	9	8	
	• ชาย	คน	5	5	4	4	
	• หญิง	คน	2	1	5	4	
	การลาออก						
	จำนวนพนักงานประจำลาออกทั้งหมด	คน	4,097	4,587	5,281	5,110	
	• ชาย	คน	1,783	2,121	2,558	2,457	
	• หญิง	คน	2,314	2,466	2,723	2,653	
	จำแนกตามอายุ						
	อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	2,337	2,548	2,899	2,918	
	• ชาย	คน	992	1,143	1,401	1,407	
	• หญิง	คน	1,345	1,405	1,498	1,511	
	อายุ 30-50 ปี	คน	1,737	2,024	2,344	2,158	
	• ชาย	คน	780	970	1,135	1,034	
	• หญิง	คน	957	1,054	1,209	1,124	
	อายุมากกว่า 50 ปี	คน	23	15	38	34	
	• ชาย	คน	11	8	22	16	
	• หญิง	คน	12	7	16	18	

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2558	2559	2560	2561	หมายเหตุ
404-1	การฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน						
	ค่าเฉลี่ยการฝึกอบรม						
	• ชาย	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	7.75	8.45	6.35	8.78	
	• หญิง	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	8.00	9.44	6.66	9.13	
	ค่าใช้จ่ายการฝึกอบรมเฉลี่ยต่อจำนวนพนักงานเทียบเท่า	บาทต่อจำนวนพนักงานเทียบเท่า	2,632.98	2,467.23	2,259.68	2,553.34	

หมายเหตุ : NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

ขอบเขต : ข้อมูลครอบคลุม บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) เฉพาะการประกอบกิจการในประเทศไทยเท่านั้น

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ข้อมูลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2558	2559	2560	2561	หมายเหตุ
พนักงาน							
GRI 403-2 (2016)	อัตราการขาดงาน (Absentee rate)	%	1.31	1.34	0.62	1.50	มีการปรับปรุงวิธีการคำนวณ
	- ผู้ชาย	%	1.23	1.30	0.55	1.46	
	- ผู้หญิง	%	1.38	1.37	0.69	1.54	
403-9 a (2018)	อัตราการหยุดงานจากการเกิดอุบัติเหตุ (LTIFR)	กรณีต่อ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	1.94	2.29	1.57	3.00	มีการปรับปรุงวิธีการคำนวณ
	- ผู้ชาย	ชั่วโมงการทำงาน	3.49	3.92	2.68	4.41	
	- ผู้หญิง		0.66	0.95	0.67	1.86	
	อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท (IR) - พนักงาน	กรณีต่อ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	3.02	2.78	2.13	4.05	มีการปรับปรุงวิธีการคำนวณ
	- ผู้ชาย	ชั่วโมงการทำงาน	5.16	4.50	3.43	6.03	
	- ผู้หญิง		1.26	1.36	1.07	2.44	
	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)	กรณีต่อ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน					
	- ผู้ชาย	ชั่วโมงการทำงาน	0	0	0	0	
	- ผู้หญิง		0	0	0	0	

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2558	2559	2560	2561	หมายเหตุ
ผู้ปฏิบัติงานอื่น นอกเหนือจากพนักงาน							
403-9 b (2018)	อัตราการหยุดงานจากการเกิดอุบัติเหตุ (LTIFR)	กรณีต่อ 1,000,000	4.50	5.10	2.60	1.60	
	- ผู้ชาย	ชั่วโมงการทำงาน	6.13	6.48	3.48	1.94	
	- ผู้หญิง		2.93	2.93	1.80	1.30	
	อัตราการบาดเจ็บทุกประเภท (IR)	กรณีต่อ 1,000,000	5.20	5.79	3.10	2.30	
	- ผู้ชาย	ชั่วโมงการทำงาน	7.16	7.30	3.93	2.64	
	- ผู้หญิง		3.27	3.41	2.30	2.07	
จำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน							
403-10 b (2018)	- ผู้ชาย	คน	0	0	0	0	
	- ผู้หญิง	คน	0	0	0	0	
	จำนวนผู้เสียชีวิตจากโรคที่เกิดจากการทำงาน						
	- ผู้ชาย	คน	0	0	0	0	
	- ผู้หญิง	คน	0	0	0	0	
	อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (OIFR)	กรณีต่อ 1,000,000					
	- ผู้ชาย	ชั่วโมงการทำงาน	0	0	0	0	
	- ผู้หญิง		0	0	0	0	

หมายเหตุ : NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

ขอบเขต : ข้อมูลครอบคลุม บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) เฉพาะการประกอบกิจการในประเทศไทยเท่านั้น

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2558	2559	2560	2561	หมายเหตุ
พลังงาน							
302-1 (a)	ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	กิกะจูล	1,046,975.23	1,188,270.06	1,254,487.93	1,331,451.91	
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	3,047.38	3,506.21	3,591.01	24,519.85	ขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมการใช้ น้ำมันเชื้อเพลิงในการเดินทางในปี 2561
	• น้ำมันเบนซิน	กิกะจูล	NA	NA	NA	11,845.54	
302-1 (b)	ปริมาณพลังงานหมุนเวียน	กิกะจูล	0	68.54	60.73	54.36	
	• พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	0	68.54	60.73	54.36	
302-1 (c)	ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	กิกะจูล	1,043,927.85	1,184,763.85	1,250,896.92	1,295,086.52	
302-1 (e)	ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด	กิกะจูล	1,046,975.23	1,188,338.60	1,254,548.66	1,331,506.27	
302-3	ค่าความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้	กิกะจูลต่อล้านบาท	6.71	6.88	6.72	6.90	
ทรัพยากรน้ำ							
303-3 (a)	ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด	ลูกบาศก์เมตร	1,591,100.00	1,816,229.00	2,040,724.00	2,158,271.65	ไม่นับปริมาณน้ำที่นำกลับกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำ
	• น้ำใต้ดิน	ลูกบาศก์เมตร	NA	NA	NA	73,203.21	ขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมการใช้ น้ำใต้ดินในปี 2561
	- น้ำประปา	ลูกบาศก์เมตร	1,591,100.00	1,816,229.00	2,040,724.00	2,231,474.86	
Management Approach	ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำ	ลูกบาศก์เมตร	NA	NA	167,400	459,000	ผลการดำเนินการโครงการรักษาน้ำรักษสิ่งแวดล้อม

RI Standard	รายการ	หน่วย	2558	2559	2560	2561	หมายเหตุ
น้ำทิ้งและของเสีย							
306-1 (a)	• ปริมาณน้ำทิ้ง	ลูกบาศก์ เมตร	1,272,880.10	1,452,983.21	1,632,579.07	1,785,179.89	คำนวณจาก สัดส่วน 80 เปอ เซ็นต์ของปริมาณ การใช้น้ำ
306-2 (b)	ปริมาณของเสียไม่อันตราย						
	• ฝังกลบ	ตัน	7,155.00	14,595.15	18,254.06	20,207.78	คำนวณจากยอด การสูญเสีย
	• การหมัก	ตัน	27.30	46.75	45.60	86.59	
	ปริมาณของเสีย ทั้งหมด	ตัน	7,182.30	14,641.90	18,299.66	20,294.37	ไม่รวมปริมาณของ เสียที่ถูกบริหาร จัดการนำไปใช้ให้ เกิดประโยชน์หรือ มีมูลค่า
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก							
305-1 (a)	ปริมาณการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก ทางตรง (Scope 1)	ตัน คาร์บอน ไดออกไซด์ เทียบเท่า	39,196.80	34,851.39	52,290.98	50,214.93	ขอบเขตของข้อมูล ครอบคลุมการใช้ สารทำความเย็น และการใช้น้ำมัน เชื้อเพลิงเพื่อการ ประกอบกิจการ
305-2 (a)	ปริมาณการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกทาง อ้อม (Scope 2)	ตัน คาร์บอน ไดออกไซด์ เทียบเท่า	167,911.10	189,699.14	195,192.98	209,408.29	ขอบเขตของข้อมูล ครอบคลุมการ ซื้อพลังงานไฟฟ้า จากผู้ผลิตไฟฟ้า ภายนอก
	ปริมาณ ก๊าซเรือนกระจกรวม (Scope 1 + 2)	ตัน คาร์บอน ไดออกไซด์ เทียบเท่า	207,107.90	224,550.53	247,483.96	259,623.22	
305-4 (a)	ค่าความเข้มข้น การปล่อยก๊าซ เรือนกระจก ต่อหน่วยรายได้	ตัน คาร์บอน ไดออกไซด์ เทียบเท่า ต่อล้าน บาท	1.33	1.30	1.33	1.35	การคำนวณ สัดส่วนก๊าซเรือน กระจกครอบคลุม ขอบเขตที่ 1 และ 2

หมายเหตุ

1. นิยามศัพท์

- NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

2. มาตรฐานและขอบเขตการคำนวณ

- การคำนวณเป็นไปตามกรอบการรายงานความยั่งยืน GRI Standard 2018
- ปริมาณพลังงาน (จุล) 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



KPMG Phoomchai Audit Ltd.
50th Floor, Empire Tower,
1 South Sathorn Road, Yannawa
Sathorn, Bangkok 10120, Thailand
Tel +66 2677 2000
Fax +66 2677 2222
Website kpmg.com/th

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย สอบบัญชี จำกัด
ชั้น 50 เอ็มไพร์ทาวเวอร์
1 ถนน สาทรใต้ แขวงยานนาวา
เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทร +66 2677 2000
แฟกซ์ +66 2677 2222
เว็บไซต์ kpmg.com/th

รายงานการให้ความเชื่อมั่นอย่างจำกัดอย่างเป็นอิสระ

เสนอ กรรมการบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“สยามแม็คโคร”)

ข้อสรุป

จากการปฏิบัติงานตามกระบวนการที่กล่าวในหัวข้อถัดไป บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาคไทย สอบบัญชี จำกัด (“สำนักงาน”) ไม่พบปัจจัยใดที่เป็นเหตุให้เชื่อว่าข้อมูลความยั่งยืนที่ถูกเลือก (“ข้อมูลความยั่งยืน”) ซึ่งกล่าวถึงในหัวข้อถัดไปและรวมอยู่ในรายงานความยั่งยืนประจำปี 2561 (“รายงาน”) สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 และการเปิดเผยการปฏิบัติตามหลักการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความมีสาระสำคัญ และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการที่นำไปใช้ในการจัดทำรายงานตาม AA1000APS (2008) และความน่าเชื่อถือของข้อมูลความยั่งยืน ไม่ได้จัดทำตามเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน (“เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน”) ในสาระสำคัญ

ความรับผิดชอบของสำนักงาน

สำนักงานได้รับมอบหมายจาก สยามแม็คโคร และสำนักงานเป็นผู้รับผิดชอบในการให้ข้อสรุปของงานที่ให้ความเชื่อมั่นอย่างจำกัดต่อข้อมูลความยั่งยืนสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 ที่รวมอยู่ในรายงานความยั่งยืน ตามที่ระบุไว้ถัดไป

สำนักงานได้ปฏิบัติงานการให้ความเชื่อมั่นตาม International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, International Standard on Assurance Engagements และ ISAE 3410 *Assurance on Greenhouse Gas Statements* สำนักงานยังให้ความเชื่อมั่นตาม AA1000AS (2008) ที่ระดับ moderate level ที่สอดคล้องกับการให้ความเชื่อมั่นอย่างจำกัดตาม ISAE 3000 โดยเป็นประเภท Type 2 ซึ่งไม่ครอบคลุมเฉพาะลักษณะและขอบเขตขององค์กรในการปฏิบัติตาม AA1000APS (2008) แต่รวมถึงความน่าเชื่อถือของข้อมูลความยั่งยืนตามที่ระบุด้านล่าง ซึ่งมาตรฐานการตรวจสอบนี้กำหนดให้สมาชิกของทีมผู้ปฏิบัติงานให้ความเชื่อมั่นต้องมีความรู้ ทักษะเฉพาะทาง และความรู้ความสามารถทางวิชาชีพที่จำเป็นในการให้ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลความยั่งยืน สำนักงานได้วางแผนและปฏิบัติงานเพื่อให้ความเชื่อมั่นอย่างจำกัดต่อข้อมูลความยั่งยืนที่มีการจัดทำตามเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินในสาระสำคัญ สำนักงานปฏิบัติตามข้อกำหนดในประมวลจรรยาบรรณสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่ออกโดยคณะกรรมการมาตรฐานจรรยาบรรณนานาชาติสำหรับนักบัญชี เพื่อให้มั่นใจในความเป็นอิสระ สำนักงานได้ปฏิบัติตามมาตรฐานระหว่างประเทศในการควบคุมคุณภาพ ฉบับที่ 1 และรักษาไว้ซึ่งระบบของการควบคุมคุณภาพโดยรวม รวมถึงการจัดทำนโยบายวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการปฏิบัติตาม

ข้อกำหนดทางจรรยาบรรณ มาตรฐานทางวิชาชีพ และกฎหมายข้อบังคับ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานไม่ได้รับมอบหมายในการให้ข้อสรุปในความเชื่อมั่นต่อข้อมูลอื่นที่เปิดเผยในรายงาน

ข้อมูลความยั่งยืน

ข้อมูลความยั่งยืนรวมถึงข้อมูลที่เป็นตัวเลขหรือข้อความต่อไปนี้สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561

- GRI 302-1 Energy consumption within organization (2016 version)
- GRI 302-3 Energy intensity (2016 version)
- GRI 303-3 Water withdrawal (2018 version)
- GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions (2016 version)
- GRI 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions (2016 version)
- GRI 305-4 GHG emissions intensity (2016 version)
- GRI 306-2 Waste by type and disposal method (2016 version)
- GRI 403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety (2018 version)
- GRI 403-9 Work-related injuries (2018 version)
- GRI 403-10 Work-related ill health (2018 version)
- Percentage of workers whose work, or workplace, is controlled by organization, that are represented by formal joint management-worker health and safety committees (in accordance with GRI 403-1 (b) (2016 version))



เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน

ข้อมูลความยั่งยืนจะถูกประเมิน ตามเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินที่กำหนด ดังนี้

- มาตรฐานการรายงานความยั่งยืน โดย The Global Reporting Initiative (“GRI Standards”)
- AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008) (“AA1000 APS”)

ความรับผิดชอบของกรรมการและผู้บริหาร

กรรมการและผู้บริหารของ สยามแม็คโคร เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำ และนำเสนอข้อมูลความยั่งยืนโดยทำให้มั่นใจว่าข้อมูลความยั่งยืนได้ถูกจัดทำและนำเสนอตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในสาระสำคัญ ความรับผิดชอบนี้รวมถึงการควบคุมภายในที่เกี่ยวกับการจัดทำรายงานที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

ขั้นตอนในการปฏิบัติงาน

ในการให้ข้อสรุปในความเชื่อมั่นอย่างจำกัดต่อข้อมูลความยั่งยืน กระบวนการในการปฏิบัติงานของสำนักงานประกอบด้วยการสอบถาม และการวิเคราะห์เปรียบเทียบและการรวบรวมหลักฐานอื่นๆ ดังนี้

- สัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงและพนักงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับองค์กรและระดับพื้นที่ปฏิบัติงาน
- สอบถามเกี่ยวกับการออกแบบและการปฏิบัติตามของระบบและวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมและประมวลผลข้อมูลที่นำเสนอในรายงานตลอดจนการรวบรวมแหล่งข้อมูลลงในข้อมูลความยั่งยืน
- สอบถามเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติและขั้นตอนในการบริหารที่เกี่ยวข้องกับการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความคาดหวังของพวกเขา การพิจารณาประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ และการปฏิบัติตามนโยบายและแนวทางความยั่งยืน
- ปฏิบัติการภาคสนามที่ สยามแม็คโคร สำนักงานใหญ่ และสาขาครีโนครินทร์ 2 ที่สุ่มเลือกบนพื้นฐานของการวิเคราะห์ความเสี่ยง รวมทั้งการพิจารณาปัจจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
- เปรียบเทียบข้อมูลความยั่งยืนกับแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยการสุ่มเลือกตัวอย่างเพื่อประเมินว่าข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดได้ถูกรวมอยู่ในข้อมูลความยั่งยืนและได้จัดทำขึ้นตามเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน

ขั้นตอนในการปฏิบัติงานให้ความเชื่อมั่นอย่างจำกัด มีความแตกต่างในลักษณะและระยะเวลา และขอบเขตการปฏิบัติงานจำกัดกว่างานให้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผล เป็นผลให้ระดับความเชื่อมั่นที่ได้รับจากงานที่ให้ความเชื่อมั่นอย่างจำกัดน้อยกว่างานให้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผล ดังนั้นสำนักงานจึงไม่ได้ให้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผล

ข้อจำกัดโดยธรรมชาติ

เนื่องจากข้อจำกัดโดยธรรมชาติของโครงสร้างระบบการควบคุมภายใน อาจเป็นไปได้ว่าข้อผิดพลาดหรือความผิดปกติในข้อมูลที่นำเสนอในรายงานอาจเกิดขึ้นและไม่ถูกตรวจพบ การให้ความเชื่อมั่นของสำนักงานไม่ได้ออกแบบมาเพื่อตรวจหาจุดอ่อนทั้งหมดในระบบการควบคุมภายในเกี่ยวกับการจัดทำและการนำเสนอรายงาน เนื่องจากการให้ความเชื่อมั่น ไม่ได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา และขั้นตอนการปฏิบัติงานยังคงปฏิบัติอยู่บนพื้นฐานของการทดสอบ

ข้อจำกัดในการใช้รายงานของสำนักงาน

รายงานของสำนักงานมิได้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้หรืออ้างอิงโดยบุคคลอื่นนอกเหนือจาก สยามแม็คโคร หากบุคคลใดนอกเหนือจาก สยามแม็คโคร ซึ่งสามารถเข้าถึงรายงานหรือสำเนา รายงานของสำนักงาน ได้นำข้อมูลในรายงานของสำนักงานไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนไปใช้ประโยชน์เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ จะต้องรับผิดชอบในความเสี่ยงที่เกิดขึ้นเองทั้งสิ้น ทั้งนี้ ภายใต้บทบัญญัติของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง สำนักงานขอสงวนสิทธิ์ที่จะปฏิเสธต่อความรับผิดชอบใดๆ ที่มีต่อบุคคลที่สามนอกเหนือจาก สยามแม็คโคร สำหรับการรายงานการให้ความเชื่อมั่นอย่างจำกัดอย่างเป็นอิสระ และข้อสรุปของสำนักงานโดยสิ้นเชิง

KPMG Phoomchai Audit hood.

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด

กรุงเทพมหานคร

12 เมษายน 2562

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