

makro

คู่คิดธุรกิจคุณ

“คู่คิด เพื่อสังคมที่ยั่งยืน”



รายงานความยั่งยืน 2560
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

สารบัญ

01 รู้จักแม็คโคร

- 02 สารจากประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร
- 04 เกี่ยวกับแม็คโคร
- 08 ผลการดำเนินงานและรางวัลปี 2560
- 09 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้
- 15 การกำกับดูแลกิจการ

20 ส่งเสริมอาหารปลอดภัย

- 22 ส่งมอบอาหารเพื่อสุขภาพ ปลอดภัย และมีคุณภาพชั้นเลิศ
- 29 การแสดงข้อมูลสินค้า ฉลากผลิตภัณฑ์และการตลาด
- 32 บรรจุภัณฑ์
- 34 ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ

36 ส่งเสริมการจัดสินค้าอย่างมีจริยธรรม

- 38 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- 43 การสรรหาวัตถุดิบ

46 ส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

- 48 การบริหารจัดการของเสีย
- 52 การบริหารจัดการพลังงาน
(ร้านค้าปลีก ศูนย์กระจายสินค้า
และการใช้เชื้อเพลิงเพื่อการขนส่ง)
- 56 การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

58 มุ่งสู่การเป็นที่รักในท้องถิ่น

- 60 การสร้างผลลัพธ์ที่ดีต่อสังคม

66 สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

- 68 การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์

72 ส่งเสริมศักยภาพบุคลากร

- 74 การพัฒนาทรัพยากรบุคคล
- 78 การดึงดูดและพัฒนาผู้มีความรู้ความสามารถ
- 82 การส่งเสริมการบริหารบุคลากรและสิทธิมนุษยชน
- 85 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

90 ภาคผนวก

- 91 ข้อมูลตัวชี้วัด GRI Standards
- 95 สรุปประสิทธิภาพการดำเนินงานปี 2560
- 100 ใบรับรองจากหน่วยงานภายนอก

สารจากประธานกรรมการ

และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร



GRI 102-14

นายอาสา สารสิน
ประธานกรรมการ

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งในการนำเสนอรายงานความยั่งยืนฉบับแรก ซึ่งเป็นก้าวสำคัญในเส้นทางการเส้นทางสู่ความยั่งยืนของบริษัทฯ และถือเป็นส่วนหนึ่งของภาระกิจตามวิสัยทัศน์ มุ่งเป็นหนึ่งในเรื่องการจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการมีอาชีพ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องโดยยึดมั่นในความปลอดภัยและคุณภาพ ในราคาที่ดีมีค่าเพื่อส่งมอบให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ ในฐานะที่เป็น “คู่คิดธุรกิจ” และมุ่งมั่นที่จะเป็น “คู่คิด...เพื่อชีวิตที่ดีกว่า” นั้นถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้บริษัทฯ ชุมชน และประเทศไทยเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

วิสัยทัศน์ของบริษัทฯ สะท้อนอยู่ในเป้าหมายระดับกลยุทธ์ แม็คโคร 4.0: “คู่คิด...เพื่อชีวิตที่ดีกว่า” ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง บริษัทฯ ได้กำหนดความมุ่งหมายหลัก 6 ด้านเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย

1. ก้าวเป็นแหล่งอ้างอิงด้านอาหารปลอดภัย
2. ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน
3. ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
4. เป็นที่รักในท้องถิ่น พร้อมทั้งส่งเสริมชุมชน
5. สร้างความเจริญเติบโตทางธุรกิจให้กับลูกค้า
6. เป็นองค์กรที่คนทุกคนอยากเข้ามาร่วมงาน

รายงานความยั่งยืนฉบับนี้สอดคล้องกับการดำเนินงานตามเป้าหมายแม็คโคร 4.0 และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ โดยเนื้อหาในแต่ละบทจะสื่อถึงผลการดำเนินงานเด่นในปีที่ผ่านมา รวมถึงเป้าหมายและแผนการดำเนินงานเพื่อต่อยอดเส้นทางการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทฯ ทั้งในปี 2561 และในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานตามเป้าหมายดังกล่าวโดยถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะช่วยให้บริษัทฯ บรรลุตามวิสัยทัศน์ที่ได้ตั้งไว้ ผ่านการผลักดันความก้าวหน้าในการดำเนินงานของแต่ละเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ วางแนวทางเพื่อสนับสนุนการกำหนดเป้าหมายและประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนครอบคลุมถึงปี 2563 ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการสร้างบรรทัดฐานด้านความยั่งยืนในการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอีกหลายปีข้างหน้า นอกจากนี้บริษัทฯ มีแผนที่จะนำเสนอ

กลยุทธ์ความยั่งยืนซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานในหลายส่วนด้วยกัน โดยมีคณะกรรมการด้านความยั่งยืนและบุคลากรจากหลากหลายหน่วยงานร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงาน อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ตระหนักถึงความท้าทายในอนาคต รวมถึงความจำเป็นในการปลูกฝังแนวความคิดด้านความยั่งยืนให้ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กรและพันธมิตรทางธุรกิจ นอกจากนี้ เพื่อสร้างเสริมวัฒนธรรมด้านความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในองค์กร บริษัทฯ จะจัดให้มีโครงการฝึกอบรมด้านความยั่งยืนภายในองค์กรซึ่งจะเริ่มดำเนินการในปี 2561 ต่อเนื่องถึงปี 2563 ให้แก่พนักงานทุกคน

ปี 2560 ถือเป็นอีกหนึ่งปีแห่งความภาคภูมิใจของบริษัทฯ และมีผลการดำเนินงานที่น่าพึงพอใจ เห็นได้จากรายได้รวมของบริษัทฯ ที่ 186,754 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.1 เทียบกับปีที่ผ่านมา และมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 6,178 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.1 จากปี 2559 ซึ่งเป็นผลมาจากความสำเร็จของบริษัทฯ ในการปรับรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจและสังคมอย่างเหมาะสม รวมถึงการเตรียมความพร้อมที่จะรับมือกับความท้าทาย ความเสี่ยง และโอกาสในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

ในนามของบริษัทฯ สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) คณะกรรมการบริษัทฯ ขอขอบคุณลูกค้าและคู่ค้าที่ไว้วางใจให้บริษัทฯ เป็นคู่คิดธุรกิจมาตลอดระยะเวลา 28 ปี รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ ผู้ถือหุ้น หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการเงินที่สนับสนุนบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องพร้อมกันนี้บริษัทฯ ขอขอบคุณฝ่ายบริหารและพนักงานทุกท่านสำหรับความทุ่มเทในการทำงาน เพื่อให้บริษัทฯ บรรลุตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ บริษัทฯ จะมุ่งมั่นสานต่อการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน นำมาซึ่งการสร้างคุณค่าระยะยาวครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นายอาสา สารสิน
ประธานกรรมการ

นางสุชาดา อธิจิรากุล
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโครนางสุชาดา อธิจิรากุล
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร

เกี่ยวกับแม็คโคร



GRI 102-1 to 8



วิสัยทัศน์

มุ่งเป็นหนึ่งในเรื่องการจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ

พันธกิจ

สยามแม็คโครมีพันธกิจที่จะเป็นคู่คิดธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับการคิดสรรสินค้าคุณภาพดีในราคาคุ้มค่า ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถบริหารจัดการกระแสเงินสดของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ พันธกิจของแม็คโครประกอบด้วย

- Multi-formats: ขยายตัวสู่อาเซียนด้วยรูปแบบร้านค้าที่หลากหลาย
- Award: ให้รางวัลกับความแข็งแกร่งทีมงาน และลงทุนกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล
- Know the differences: ศึกษาทำความเข้าใจในความแตกต่างเฉพาะตัวของแต่ละท้องถิ่น
- Responsible: สร้างผลประโยชน์สูงสุดให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง พร้อมรับผิดชอบต่อสังคม
- Offer the best: นำเสนอแต่สิ่งที่ดีที่สุด และคุ้มค่าที่สุดให้กับลูกค้า



ภาคเหนือ

พนักงานประจำ 1,381 ราย
พนักงานที่ทำงาน
ไม่เต็มเวลา 8 ราย
รวม 1,389 ราย

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

พนักงานประจำ 2,740 ราย
พนักงานที่ทำงาน
ไม่เต็มเวลา 4 ราย
รวม 2,744 ราย

ภาคกลาง

พนักงานประจำ 5,564 ราย
พนักงานที่ทำงาน
ไม่เต็มเวลา 41 ราย
รวม 5,605 ราย

ภาคตะวันออก

พนักงานประจำ 1,931 ราย
พนักงานที่ทำงาน
ไม่เต็มเวลา 0 ราย
รวม 1,931 ราย

ภาคใต้

พนักงานประจำ 2,116 ราย
พนักงานที่ทำงาน
ไม่เต็มเวลา 1 ราย
รวม 2,117 ราย

	พนักงานประจำ (ราย)	พนักงานที่ทำงานไม่เต็มเวลา (ราย)
เพศชาย	6,181	30
เพศหญิง	7,551	24
รวม	13,732	54

ความเป็นมาของบริษัทย

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ก่อตั้งขึ้นในปี 2531 เพื่อประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง โดยจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่ลูกค้าในระบบสมาชิกภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” นับตั้งแต่เป็นต้นมาบริษัทามุ่งขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้แก่ลูกค้าทั่วประเทศ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมร้านอาหาร และจัดเลี้ยง (ผู้ประกอบการไฮเร็ก้า) หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษาตลอดจนผู้ประกอบการธุรกิจบริการทั่วไป ในวันนี้บริษัทฯ ยังคงสานต่อความมุ่งมั่นในการเป็น “คู่คิดธุรกิจ” โดยสรรหาและส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพชั้นเลิศที่หลากหลายในราคาคุ้มค่า เพื่อสนับสนุนลูกค้าที่

เป็นผู้ประกอบการให้สามารถสร้างผลกำไรจากการดำเนินงานธุรกิจได้ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารสด ผลิตภัณฑ์อาหารแห้ง และสินค้าอุปโภคบริโภคภายใต้แบรนด์หลัก 3 แบรนด์ คือ ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของ บริษัทฯ โดยบริษัทฯ เป็นผู้พัฒนาและจัดจำหน่าย ได้แก่ เอโร (ero) และ เซฟแพ็ค (Savepak) ซึ่งได้รับความนิยมในกลุ่มลูกค้าไฮเร็ก้า และกลุ่มผู้ประกอบการมืออาชีพ ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์พิเศษ เป็นสินค้านำเข้าโดยบริษัทฯ เช่น เอ็มแอนด์เค (M&K) และโปรเทค (Protech) และ ผลิตภัณฑ์จากคู่ค้าธุรกิจของบริษัทฯ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียมและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันในราคาย่อมเยา

โครงสร้างธุรกิจและห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทยักษ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีบริษัทย่อยในเครือทั้งสิ้น 14 บริษัท



สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมในไฟล์แนบท้ายเอกสารประกอบคำชี้แจง 2560 หน้า 118

สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย เป็นศูนย์รวมการค้าเป็นงานและการบริหารจัดการของบริษัทฯ ทั้งหมด ซึ่งช่วยสร้างความมั่นใจให้กับบริษัทฯ สามารถควบคุมประสิทธิภาพในการดำเนินงานของทุกภาคส่วน รวมถึงกำกับดูแลให้ทุกหน่วยงานดำเนินงานให้เป็นรูปธรรมร่วมกัน รวมถึงรักษามาตรฐานสูงสุดในการให้บริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย เป็นหลัก อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ตระหนักถึงโอกาสในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ และในปี 2560 บริษัทฯ ได้เปิดศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครในต่างประเทศเป็นแห่งแรกที่ประเทศกัมพูชา

บริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการค้าแบบซื้และเงินสดและบริการตนเอง ขึ้นมาของประเทศไทย ซึ่งดำเนินธุรกิจครอบคลุมทั่วประเทศในการสนับสนุนบริการคุณภาพเยี่ยมให้แก่ผู้ประกอบการมืออาชีพ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ผู้ประกอบการธุรกิจบริการ เช่น โรงแรม และโรงงาน เป็นต้น และกลุ่มลูกค้า โอเวอร์

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังจัดจำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีความต้องการในสินค้าคุณภาพในราคาคุ้มค่า ซึ่งบริษัทฯ ส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าทั่วประเทศผ่านศูนย์กระจายสินค้า 4 แห่ง ได้แก่

- ศูนย์กระจายสินค้าอาหารแห้ง สินค้าอุปโภค ที่ย่านอโศกน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- ศูนย์กระจายสินค้าอาหารสด อาหารแช่แข็ง และอาหารแช่แข็ง ที่ย่านอโศกน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- ศูนย์กระจายสินค้าอาหารแห้งและสินค้าอุปโภค ที่อำเภอ บางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ
- ศูนย์กระจายสินค้าอาหารสด อาหารแช่แข็ง และอาหารแช่แข็ง ที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

makro
คู่คิดธุรกิจคุณ



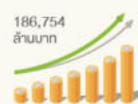
123 สาขา



ศูนย์กระจายสินค้า 4 แห่ง



ส่งมอบสินค้าให้ทั้งผู้ประกอบการมืออาชีพมากกว่า 3 ล้านราย



รายได้สุทธิ



จำนวนพนักงานรวม



จำนวนลูกค้าใหม่

ผลการดำเนินงานและรางวัลปี 2560



Outstanding Business Award for Safety Occupational health and the working environment 2017



S&P Seminar with CP Group



Development of Greenhouse Agriculture Technology



Food Safety Project with Consumer Protection Police



Minister of Agriculture visited Makro.



Organic Fair



Secretary General from Bureau of Agricultural Commodity and Food Standard at Makro Booth

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้



GRI 102-40 to 102-54



บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ภาคภูมิใจนำเสนอรายงานความยั่งยืนประจำปีฉบับแรกของบริษัทฯ ซึ่งเป็นรายงานที่จัดทำขึ้นตามหลักเกณฑ์ในแบบ (core) ของกรอบการรายงานความยั่งยืนสากล Global Reporting Index (GRI) ฉบับ GRI Standards และมาตรฐานอื่นที่เกี่ยวข้อง ใช้เพื่อสื่อสารความสำเร็จและความมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมรวมถึงความโปร่งใส โดยผลการดำเนินงานที่นำเสนอในรายงานฉบับนี้เป็นผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในประเทศไทย (“บริษัทฯ”) ครอบคลุมตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2560

วัตถุประสงค์หลักของการจัดทำรายงานฉบับนี้คือเพื่อสื่อสารประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดจนนำเสนอความมุ่งมั่นที่จะขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน บรรลุตามวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ คือ เป็นที่หนึ่งเรื่องการจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพชั้นเลิศและปลอดภัยเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนทั่วประเทศ

ขอบเขตรายงาน

ผลการดำเนินงานในรายงานความยั่งยืนฉบับแรกนี้ครอบคลุมประเด็นความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในประเทศไทยเท่านั้น ไม่รวมผลการดำเนินงานในต่างประเทศ โดยบริษัทฯ จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ นำเสนออยู่บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ : www.siammakro.co.th สำหรับผลการดำเนินงานด้านการเงินแสดงในรายงานประจำปีหน้า 140 หากมีข้อสงสัยเพิ่มเติม หรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติมสามารถติดต่อได้ที่สำนักงานใหญ่:

เลขที่ 1468 ถนนพัฒนาการ แขวงพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์: 0-2067-8999
Call Center: 0-2335-5300
อีเมล: sustain@siammakro.co.th

มุ่งเป็นทั้งหนึ่งในการเป็นคู่ครองที่ดีสำหรับผู้ประกอบการ ส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพชั้นเลิศและปลอดภัยในราคาดีธรรม เพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างผลกำไรจากการดำเนินงานธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมคุณภาพชีวิตของลูกค้าโดยมีมิติโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรของคนรุ่นต่อไปในอนาคต



แนวทางการดำเนินงานหลัก

บริษัท วีริเมต้าเป็นโครงการด้านความยั่งยืนขององค์กรใน 6 ด้าน ครอบคลุมทุกประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของแม่โคโรนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกทางด้านการเงินทั้ง 6 ด้าน ช่วยยกระดับประสิทธิภาพในการบูรณาการด้านยั่งยืนเข้าไปในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงส่งเสริมความซื่อสัตย์ที่ตัว

1. เป็นแหล่งอ้างอิงด้านอาหารปลอดภัยในแต่ละประเทศที่บริษัท ดำเนินธุรกิจ
 - เพื่อสร้างความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัท ปลอดภัยสำหรับลูกค้า

- ตัวอย่างโครงการ: กระบวนการรับประกันคุณภาพการผลิตขั้นต้น ระบบการตรวจสอบย้อนกลับ และประกันคุณภาพขั้นต้นของบริษัทโรงงานน้ำตาลทรายขาว จำกัด การรับรองผลิตภัณฑ์ที่มีการขึ้นทะเบียนในการผลิตอาหาร (GMP) และการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (HACCP) เป็นต้น
- ส่งเสริมการคิดสรรผลิตขั้นต้นอย่างเป็นธรรมและยั่งยืนในแต่ละประเทศที่รับเข้าค้า ผ่านโครงการ
 - ศึกษาและจัดทำมาตรฐานความยั่งยืนในการคิดสรรผลิตขั้นต้นอย่างเป็นธรรมให้ครอบคลุมผู้ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1)
 - ตัวอย่างโครงการ: การได้รับใบรับรองเป็นมิตรกับแรงงาน และคู่มือการค้าอย่างมีจริยธรรมสำหรับผู้ค้า เป็นต้น

- ### 3. ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานของบริษัทฯ

- ตัวอย่างโครงการ: การได้รับประกาศนียบัตรรับรองและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การบริหารจัดการของเสีย การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ การลดการใช้เชื้อเพลิง การประหยัดพลังงาน

4. เป็นที่รักในท้องถิ่นและสร้างความสัมพันธ์อันแนบแน่น
- กิจกรรมเพื่อพัฒนาสังคมเพื่อสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจ

- ตัวอย่างโครงการ: “100 สาขา 100 ชุมชน การให้ทุนการศึกษา”
โปรแกรมสำหรับลูกค้ากลุ่มโอเรก้า และกลุ่มผู้ค้าปลีกรายย่อย
หรือผู้ประกอบการร้านโชห่วย

5. สร้างความเจริญเติบโตทางธุรกิจให้กับลูกค้า

- มุ่งมั่นสร้างความเจริญเติบโตให้กับลูกค้าผ่านการส่งมอบความคุ้มค่าของสินค้าและบริการและสร้างความได้เปรียบทางการค้าในโลกการแข่งขันยุคใหม่ให้กับลูกค้า

- ตัวอย่างโครงการ: แม็คโครมิตรแท้โซ่ช่วย ส่งเสริมศักยภาพ
ร้านค้าปลีกรายย่อยหรือโซ่ช่วย เว็บไซต์ Makro Click

6. เป็นองค์กรที่คนทรนอยากเข้ามาร่วมงาน (ในทกตลาด)

- แม็คโครมุ่งมั่นที่จะเป็นนายจ้างดีเด่นในอุตสาหกรรมนี้
- ตัวอย่างโครงการ: โปรแกรมเพื่อดึงดูดและพัฒนาผู้มีความรู้ความสามารถ โปรแกรมพัฒนาศักยภาพคนรุ่นใหม่

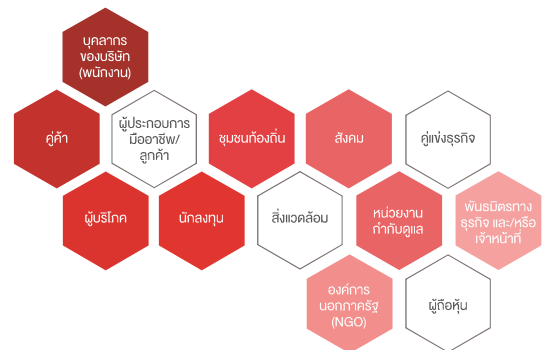
สามารถอ่านรายละเอียดของแต่ละโครงการเพิ่มได้ในแต่ละบท

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับการเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งบริษัทฯ ได้พัฒนาและกำกับดูแลการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของพนักงาน คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ในการดำเนินงาน ตลอดจนบริหารจัดการความเสี่ยงของปัจจัย ผลกระทบจากภายนอกด้านเศรษฐกิจ โดยบริษัทฯ ดำเนินกิจกรรม การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในรูปแบบที่แตกต่างกับตาม

ความเหมาะสมกับความต้องการ ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียเป็นสิ่งสำคัญต่อการวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ ตลอดจนเป็นแนวทางในการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทฯ

ผู้มีส่วนได้เสียของแม็คโคร



ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจเฉพาะกิจ	แนวทางการดำเนินงาน
บุคลากรของบริษัท (พนักงาน)	- ประเมินความพึงพอใจพนักงานประจำปี - ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน - ระบบอินทราเน็ตเพื่อสื่อสารข่าวสารภายในองค์กร - การประชุมเพื่อประเมินความเสี่ยง	- สิทธิประโยชน์ เงินเดือน และการทำงานในระยะยาว - โอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพ - นโยบายอาชีพชีวนามัยและความปลอดภัยเพื่อบริหารจัดการความปลอดภัยและลดความเครียด - สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี	- ส่งเสริมศักยภาพบุคลากร - การพัฒนาทรัพยากรบุคคล - การดึงดูดและพัฒนาผู้มีความรู้ความสามารถ - การส่งเสริมการบริหารบุคลากรและสิทธิมนุษยชน - อาชีวนามัยและความปลอดภัย
ลูกค้า	- การจัดประชุมกับลูกค้า - การสำรวจความยั่งยืนประจำปี - โครงการความร่วมมือเพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรม	- ความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน เช่น สิทธิมนุษยชน - ความสามารถในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ - ความโปร่งใสและกระบวนการต่อรองที่เป็นธรรม - สนับสนุนผู้ผลิตขนาดเล็ก	- ส่งเสริมการสหราชอาณาจักร - อย่างเป็นธรรม - การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน - การจัดหาวัตถุดิบ
ลูกค้า	- ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน - รับฟังข้อคิดเห็นและสัมภาษณ์ลูกค้า - กิจกรรมแม่โครมิตรแม่โครช่วย	- ความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ความปลอดภัยและสุขภาพของลูกค้า - การติดตามผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง	- สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า - การบริหารจัดการลูกค้านักพันธ์
ผู้บริหาร	- พนักงานในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โคร - ช่องทางสื่อสารได้แก่ เว็บไซต์ โทรศัพท์ สื่อสังคมออนไลน์ จดหมาย - กิจกรรมประจำปี	- ความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ความปลอดภัยและสุขภาพของลูกค้า - การติดตามผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง - การนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ที่ดี - ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ	- ส่งเสริมอาหารปลอดภัย - ส่งมอบอาหารคุณภาพขั้นเลิศและปลอดภัย - การแสดงข้อมูลสินค้า ฉลากผลิตภัณฑ์และการตลาด - บรรจุนักพันธ์ - ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียสนใจเฉพาะกิจ	แนวทางการดำเนินงาน
ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน	- การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี - การสำรวจความยั่งยืนประจำปี - กิจกรรมสื่อสารผู้ถือหุ้นประจำปี - ช่องทางสื่อสารได้แก่ เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล จดหมาย - การเข้าพบและเยี่ยมชมสถานที่ - การประชุมกับวิเคราะห์	ความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล	- มุ่งสู่การเป็นที่รักในท้องถิ่น - การสร้างผลลัพธ์ที่ดีต่อสังคม
ชุมชนท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม	ช่องทางสื่อสารได้แก่ เว็บไซต์ โทรศัพท์ สื่อสังคมออนไลน์ จดหมาย	- ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ผลกระทบต่อสังคม	- ส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม - การบริหารจัดการของเสีย - การบริหารจัดการพลังงาน - การปล่อยก๊าซเรือนกระจก - มุ่งสู่การเป็นที่รักในท้องถิ่น - การสร้างผลลัพธ์ที่ดีต่อสังคมและสร้างความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้น
หน่วยงานกำกับดูแล	- ความร่วมมือระหว่างกัน - การสำรวจความยั่งยืนประจำปี	- ความโปร่งใสด้านการชำระภาษี - ความปลอดภัยของอาหาร - สิทธิมนุษยชน - ความปลอดภัยของพนักงาน	- ส่งเสริมอาหารปลอดภัย - ส่งมอบอาหารคุณภาพขั้นเลิศและปลอดภัย - ส่งเสริมศักยภาพบุคลากร - การใช้แรงงานอย่างถูกกฎหมายและครอบคลุมถึงประเด็นสิทธิมนุษยชน - อาชีวนามัยและความปลอดภัย
องค์การนอกภาครัฐ NGOs	การสำรวจความยั่งยืนประจำปี	- ความปลอดภัยและสุขภาพของลูกค้า - การปฏิบัติตามกฎหมาย - ความรับผิดชอบต่อสังคม	- ส่งเสริมอาหารปลอดภัย - ส่งมอบอาหารคุณภาพขั้นเลิศและปลอดภัย - ฉลากผลิตภัณฑ์และการตลาด - บรรจุนักพันธ์ - ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ

แนวทางการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ

บริษัทฯ เชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมและโปร่งใสจะช่วยให้บริษัทฯ เติบโตอย่างมั่นคง นำมาซึ่งความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ ไม่เพียงแต่มุ่งดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องตามกฎหมายท้องถิ่นและข้อบังคับเท่านั้น แต่ยังมุ่งขับเคลื่อนธุรกิจตามมาตรฐานขั้นสูงอย่างมีอาชีวะผ่านการกำกับดูแลตาม**คู่มือการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ** ซึ่งจัดทำเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนพูชชา โดยแนวปฏิบัติดังกล่าวจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่นักลงทุน ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในด้านกำกับดูแลกิจการที่ดี ทั้งนี้พนักงานของบริษัทฯ ในทุกระดับจะต้องลงนามรับทราบและปฏิบัติตามคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้บรรลุตามเป้าหมาย วิสัยทัศน์และ พันธกิจ โดยยังคงรักษามาตรฐานสูงสุดในด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมของนโยบายการกำกับดูแลกิจการได้ในรายงานประจำปี 2560 และเว็บไซต์ของบริษัทฯ ที่ www.siammakro.co.th ซึ่งครอบคลุมรายละเอียดเกี่ยวกับกระบวนการกำกับดูแลกิจการที่เกี่ยวข้องและการเปิดเผยข้อมูล ตลอดจนผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในปี 2560 และแนวปฏิบัติสำหรับการพัฒนาความยั่งยืนของกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และหลักเกณฑ์ที่สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ข้อของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ นอกเหนือจากการดำเนินงานให้สอดคล้องกับข้อกำหนดดังกล่าว บริษัทฯ ยังปฏิบัติตามมาตรฐานสากลอื่นอีกด้วย ทั้งยังจัดให้มีการฝึกอบรมจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย เพื่อสร้างความมั่นใจว่าพนักงานทุกคนจะปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัด รวมไปถึงจัดประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการขึ้น 2 ครั้งในปี 2560

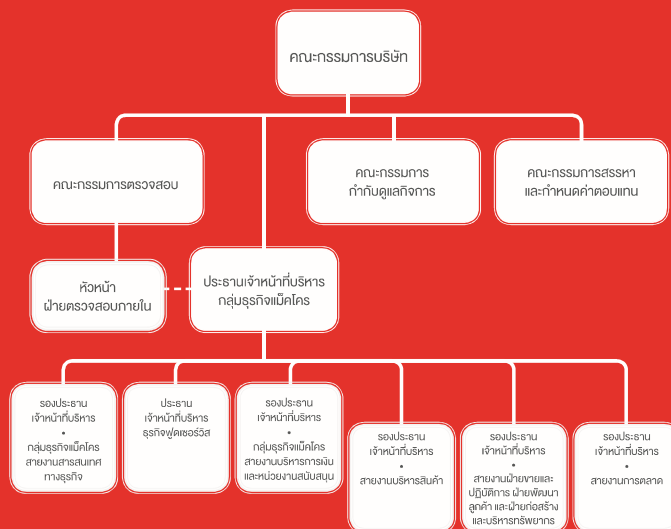
คณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่รับผิดชอบในการคัดเลือกและแต่งตั้งประธานกรรมการและรองประธานกรรมการ นอกจากนั้นกรรมการบริษัทยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร ตลอดจนกำกับดูแลเพื่อสร้างความมั่นใจว่าบริษัทฯ ดำเนินงานสอดคล้องกับคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ ในปี 2560 (วันที่ 31 ธันวาคม 2560) บริษัทฯ มีกรรมการทั้งสิ้น 15 ท่าน (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร 8 ท่าน และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 7 ท่าน) โดยมีกรรมการ 2 ท่านเป็นผู้หญิง และมีกรรมการอิสระ 5 ท่าน ทั้งนี้ด้วยความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมความโปร่งใสและความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ กำหนดให้คณะกรรมการแต่ละท่านจะต้องไม่ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่น 5 แห่ง

ในการจัดประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ บริษัทฯ กำหนดให้ประธานกรรมการจะต้องแจ้งกรรมการท่านอื่นล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วันเพื่อให้กรรมการมีเวลาเพียงพอในการเตรียมความพร้อม โดยประธานกรรมการมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดประชุมเว้นแต่มีเหตุขัดข้องอื่น ซึ่งข้อบังคับดังกล่าวมีผลบังคับใช้กับกรรมการอิสระทุกคน

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

โครงสร้างการจัดองค์กร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560



คณะกรรมการความยั่งยืน

ในปี 2560 บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการความยั่งยืนเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของบริษัทฯ ในระยะยาว โดยคณะกรรมการมีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนา กำกับดูแล และทบทวนผลการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยมีดีลิ่งแมนคล็อม ชูนชน ลูกคำ และผู้มีส่วนได้เสียอื่น โดยคณะกรรมการความยั่งยืนประกอบด้วยผู้บริหารและผู้จัดการอาวุโสซึ่งเป็นตัวแทนจากทุกภาคส่วนขององค์กร

การแต่งตั้งคณะกรรมการความยั่งยืนถือเป็นเครื่องหมายในเส้นทางเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ในปี 2560 คณะกรรมการความยั่งยืนได้กำหนด “เป้าหมายความยั่งยืน” และโครงการเพื่อบูรณาการความยั่งยืนเข้าไปในการดำเนินธุรกิจและขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในอนาคต โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนครอบคลุมถึงปี 2563 ทั้งนี้เพื่อให้การกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทฯ มีประสิทธิภาพ คณะกรรมการจะต้องจัดประชุมร่วมกันเป็นประจำทุกเดือน เพื่อหารือถึงการสร้างความยั่งยืนได้และโอกาสในการพัฒนากลยุทธ์ด้านความยั่งยืน รวมถึงแนวปฏิบัติใหม่ ๆ

นโยบายการกำกับดูแลกิจการและแนวปฏิบัติ

เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามการกำกับดูแลกิจการที่ดีในทุกธุรกิจของบริษัทฯ ดำเนินการ บริษัทฯ ได้พัฒนาและบังคับใช้นโยบายการต่อต้านการทุจริต และจรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้า เพื่อให้เป็นกรอบการดำเนินงาน

นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน

บนพื้นฐานของมาตรฐาน จริยธรรม และการปฏิบัติตามการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน ซึ่งประกอบด้วยมาตรฐานทั่วไปและแนวทางการดำเนินงานที่มีความจำเพาะกับการสนับสนุนและช่วยเหลือทางเมือง เงินบริจาคเพื่อการกุศล เงินสนับสนุน การให้ของขวัญและของกำนัล โดยประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลและตรวจติดตามการส่งเสริมวัฒนธรรมต่อต้านคอร์รัปชันในองค์กร และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท นอกจากนี้คณะกรรมการตรวจสอบซึ่งรายงานตรงต่อคณะกรรมการบริษัทยังมีหน้าที่ดูแลให้การดำเนินงานกิจกรรมของบริษัทฯ เป็นไปตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน และมีหน่วยงานตรวจสอบภายในช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อสร้างความมั่นใจว่าบริษัทฯ มีระบบควบคุมภายในที่เหมาะสมและเพียงพอเพื่อยกยั้งไม่ให้กระทำผิดที่เป็นการคอร์รัปชันในองค์กร

นโยบายต่อต้านคอร์รัปชันได้ถูกเผยแพร่บนเว็บไซต์บริษัทฯ ที่ www.siammakro.co.th



จรรยาบรรณคู่ค้า

บริษัทฯ จัดให้มี “หลักปฏิบัติสำหรับคู่ค้า” สำหรับคู่ค้าทุกราย เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลการดำเนินงานให้สอดคล้องกับคุณค่าหัวใจของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยข้อกำหนดในด้านจรรยาบรรณ (การต่อต้านคอร์รัปชันและความขัดแย้งทางผลประโยชน์) ด้านความปลอดภัยและคุณภาพอาหาร ด้านการตรวจสอบย้อนกลับ ด้านนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจ ด้านการบริหารความเสี่ยง ด้านการปฏิบัติต่อแรงงาน (สิทธิมนุษยชน และการไม่แบ่งแยกหรือเลือกปฏิบัติ) และด้านความสุขภาพและความปลอดภัย

จรรยาบรรณคู่ค้าได้ถูกเผยแพร่บนเว็บไซต์บริษัทฯ ที่ www.siammakro.co.th



จรรยาบรรณคู่ธุรกิจ

นอกเหนือจากความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ การกำกับดูแลคู่ธุรกิจให้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีถือเป็นความท้าทายของบริษัทฯ ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงได้กำหนด “หลักปฏิบัติสำหรับคู่ค้า” ประกอบด้วย ค่านิยมแม็คโคร หลักการและความคาดหวังของบริษัทฯ ต่อพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งใช้เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลคู่ธุรกิจ และช่วยให้บริษัทฯ สามารถคัดสรรคู่ธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความยั่งยืนของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

จรรยาบรรณคู่ธุรกิจได้ถูกเผยแพร่บนเว็บไซต์บริษัทฯ ที่ www.siammakro.co.th

ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ

การดำเนินงานและนโยบายของแม็คโครสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นที่จะสร้างวัฒนธรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร โดยในปี 2560 แม็คโครประสบความสำเร็จในการดำเนินงานตามเป้าหมายด้านการกำกับดูแลกิจการภายในองค์กร ได้รับการประกาศให้อยู่ในระดับ “ดีมาก” จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies: CGR) ซึ่งพัฒนาจากระดับ “ดี” ในปี 2559 นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้คะแนนเต็ม 100 คะแนน จากการประเมินตามรายการตรวจสอบการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี (Annual General Meeting Checklist) เพิ่มขึ้นจาก 96.75 คะแนนในปี 2559

ช่องทางรับเรื่องร้องเรียน

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีนั้น เป็นกระบวนการที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงบรรทัดฐานที่ดีในการดำเนินงาน ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนเพื่อให้ในการรับฟังข้อห่วงกังวลของผู้มีส่วนได้เสีย และบริหารจัดการข้อร้องเรียนให้เหมาะสม ควบคู่ไปกับใช้เป็นข้อมูลประกอบในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง มุ่งหวังเพื่อส่งเสริมให้พนักงานรายงานหากมีการกระทำที่นำสงสัยซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับนโยบายและข้อกำหนดของบริษัทฯ



ส่งเสริมอาหารปลอดภัย

- 22 ส่งมอบอาหารเพื่อสุขภาพ
ปลอดภัย และมีคุณภาพชั้นเลิศ
- 29 การแสดงข้อมูลสินค้า
หลากหลายผลิตภัณฑ์และการตลาด
- 32 บรรจุภัณฑ์
- 34 ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ

ส่งมอบอาหารเพื่อสุขภาพ ปลอดภัย และมีคุณภาพชั้นเลิศ



GRI 103-1, 103-2, 103-3, 416-1, 416-2



ด้วยการเปลี่ยนแปลงตามกระแสยุคโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้ผู้บริโภคในปัจจุบันมีโอกาสดำเนินการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากทั่วทุกมุมโลก รวมถึงวัตถุดิบท้องถิ่นคุณภาพเยี่ยม นำมาซึ่งประสบการณ์แปลกใหม่และความต้องการของผู้บริโภคที่จะลิ้มรสอาหารชั้นเลิศ เห็นได้จากผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร (Food related products) จากแหล่งผลิตที่หลากหลายมากขึ้น เน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นทั้งความท้าทายและโอกาสสำหรับบริษัทฯ ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ประกอบการมืออาชีพและผู้ประกอบการอื่นๆ ในภาคเกษตรกรรมควบคู่ไปกับการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่แม่นยำและน่าเชื่อถือ ทั้งนี้บริษัทฯ ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อและมุ่งมั่นส่งมอบผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัย รวมถึงตลาดผลิตภัณฑ์ที่แสดงคุณค่าอย่างถูกต้อง



คุณภาพและความปลอดภัยอาหาร



จากการระแวดระวังเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้ความต้องการของผู้บริโภคมีความซับซ้อนยิ่งขึ้นมุ่งเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัย และราคาที่เหมาะสม เหล่านี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการะแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างกว้างขวาง ผู้บริโภคมีโอกาสดำเนินการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้านอาหารและการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่แปลกใหม่ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความคาดหวังที่ต่อคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเพิ่มสูงขึ้นโดยปริยาย ซึ่งบริษัทฯ ตระหนักและเข้าใจความต้องการดังกล่าวจึงมุ่งนำเสนอสินค้าคุณภาพและปลอดภัยให้สูงกว่าความต้องการของลูกค้า ส่งมอบผ่านร้านแม่โครทุกสาขา ความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างเสริมสุขภาพและความปลอดภัย ตลอดจนช่วยให้ผู้บริโภคมีความสุข มีสุขภาพกายและสุขภาพใจที่ดี และมีพลังในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน

บริษัทฯ มุ่งมั่นผลักดันการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่การเป็น “ผู้คิด... เพื่อชีวิตที่ดีกว่า” และบรรลุตามแนวทางการดำเนินงานที่ 1 ภายใต้ยุทธศาสตร์แม่โคร 4.0: เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงด้านอาหารปลอดภัยในทุกประเทศที่บริษัทฯ ได้เข้าไปดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าประสงค์นี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย

“ความปลอดภัยและคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหาร ถือเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรง”

ในฐานะผู้ประกอบการค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเองจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร บริษัทฯ ให้ความสำคัญสูงสุดกับความปลอดภัยและคุณภาพอาหาร โดยได้พัฒนาและดำเนินโปรแกรม โครงการ และระบบการบริหารจัดการภายในเพื่อตรงตามผลิตภัณฑ์ในทุก ๆ ขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน กระบวนการตรวจสอบที่เข้มข้นนั้นครอบคลุมกระบวนการคัดเลือกผู้ค้าที่เข้มงวด เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ จัดหาผลิตภัณฑ์จากคู่ค้าคุณภาพในราคาที่เหมาะสมได้ และปฏิบัติตามข้อกำหนดมาตรฐานสากลและแนวทางการปฏิบัติของบริษัทฯ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีระบบตรวจสอบย้อนกลับทดสอบการปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องตลอดห่วงโซ่อุปทาน เรียกได้ว่าครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูกจนถึงการบริโภค (Farm to Fork) โดยบริษัทฯ มีห้องปฏิบัติการที่ได้มาตรฐานระดับสากลและดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังจัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนในกรณีที่เกิดข้อบกพร่องด้านสินค้าหากพบปัญหาอีกด้วย

ฝ่ายประกันคุณภาพของแม็คโคร มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลระบบการบริหารจัดการ ในการตรวจสอบผลิตภัณฑ์จากคู่ค้า โดยมีผู้เชี่ยวชาญทำหน้าที่ทดสอบด้วยเครื่องมือที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับโลก เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของแม็คโครปลอดภัยและมีคุณภาพ



การตรวจสอบคุณภาพ



น. นงนุช พงษ์บุปผา



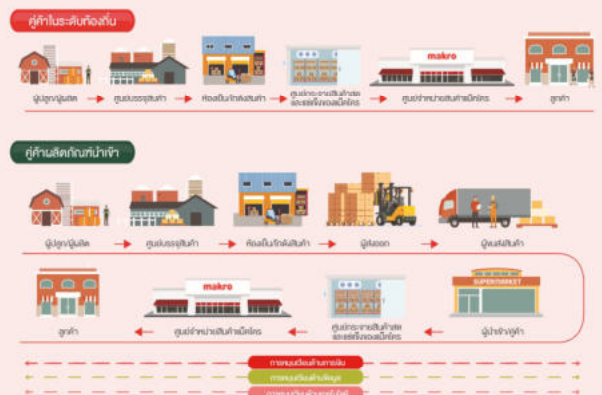
น. คุณยกร-ฉายสินคำ



น. คุณยี่จำพ่ายสินคำเม็กโคร

ห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์อาหารสด

เส้นทางการไหลของวัตถุดิบจากเกษตรกร
เส้นทางการไหลของวัตถุดิบจากโรงงานแปรรูปและสินค้าอุปโภคบริโภค



ห่วงโซ่อุปทานอาหารแห้งและสินค้าอุปโภคบริโภค



การสรรหาผลิตภัณฑ์จากคู่ค้าที่ดีที่สุด



บริษัทฯ เชื่อว่าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพย่อมมาจากคู่ค้าที่ดี โดยแม็คโครให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่แนบแน่นและยาวนานกับคู่ค้าผ่านการดำเนินงานธุรกิจและการพัฒนาคุณภาพร่วมกัน ส่งผลให้ในปัจจุบันคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจร่วมกับแม็คโครนั้นล้วนเป็นคู่ค้าที่มีคุณภาพสูงทั้งสิ้น ซึ่งคู่ค้าหลายกลุ่มเริ่มต้นจากภาคเป็นคู่ค้าขนาดเล็กพัฒนาเป็นคู่ค้าคู่ค้าที่ประสบความสำเร็จและยั่งยืน

ด้วยความมุ่งมั่นที่จะขับเคลื่อนธุรกิจของบริษัทฯ ให้เติบโตเจริญก้าวหน้า ตลอดจนขยายธุรกิจ แม็คโครจึงให้ความสำคัญกับการแสวงหาโอกาสในการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าใหม่ ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพคู่ค้าในปัจจุบัน สำหรับกระบวนการคัดเลือกคู่ค้า บริษัทฯ ใช้แบบประเมินศักยภาพคู่ค้าเบื้องต้น (Pre-supplier audit questionnaire) เพื่อประเมินศักยภาพคู่ค้าตามมาตรฐานของแม็คโครที่มีความเข้มงวด โดยการประเมินครอบคลุมทั้งมิติการดำเนินงาน ซึ่งเป็นข้อมูลขั้นพื้นฐาน และการปฏิบัติตามกฎหมาย สำหรับการประเมินศักยภาพในการดำเนินงานครอบคลุมตั้งแต่ความสามารถในการผลิต การส่งมอบสินค้า และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และยังครอบคลุมไปถึงการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรฐานระดับสากล

ซึ่งประกอบไปด้วย มาตรฐานหลักเกณฑ์ที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practice: GMP) มาตรฐานโคเด็กซ์ (Codex standards) ซึ่งแม็คโครได้ปฏิบัติตามโดยตลอด และมาตรฐานการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (Hazard Analysis and Critical Control Point: HACCP) โดยบริษัทฯ ได้ริเริ่มใช้มาตรฐานดังกล่าวในการประเมินคู่ค้าหลักลำดับที่ 1 (Critical tier 1 suppliers) สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าเกษตร คู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices: GAP) อีกด้วย นอกจากนี้แม็คโครยังได้ประยุกต์ใช้รูปแบบการฝึกอบรมของหน่วยงาน Standards and Trade Development Facility (STDF) มาเป็นกรอบในการพัฒนาให้ผู้ผลิตมีความเข้าใจในประเด็นอาหารปลอดภัย ในปี 2560 แม็คโครได้ประเมินคู่ค้าร้อยละ 20 ตามหลักเกณฑ์ของ STDF ซึ่งช่วยให้แม็คโครสามารถรักษา และยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร ตลอดจนลดความเสี่ยงจากการดำเนินงานธุรกิจร่วมกับบริษัทที่มีศักยภาพที่จะเป็นคู่ค้าของแม็คโครให้น้อยที่สุด

บริษัทฯ ติดต่อกับคู่ค้าเป็นประจำเพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าพัฒนาตนเองให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของกฎระเบียบ นโยบายและแนวปฏิบัติในระดับสากล โดยให้ “แบบประเมินตนเอง” ซึ่งเป็นเครื่องมือสำหรับประเมินคู่ค้าเพื่อให้มั่นใจว่าแม็คโครจัดหาผลิตภัณฑ์จากคู่ค้าที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดกับนโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด ตลอดจนเป็นเครื่องมือที่ช่วยกระตุ้นความสนใจของคู่ค้าที่เข้าร่วมสร้างความสำเร็จร่วมกันต่อไป ในกรณีที่คู่ค้าอยู่ในกลุ่มที่มีความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล แม็คโครจะดำเนินการนโยบายการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable Sourcing Policy) ในทันที เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพคู่ค้าให้สอดคล้องตามข้อกำหนด และมาตรฐานความปลอดภัยของแม็คโคร รวมถึงเข้าโปรแกรมการดำเนินงานของคู่ค้าเป็นประจำ นอกจากนี้แม็คโครยังได้จัดอันดับคู่ค้าจากยอดในการสั่งซื้อสินค้า โดยคู่ค้า 10 อันดับแรกที่มียอดการสั่งซื้อสูงสุดของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์จะได้รับรางวัลการประเมินความเสี่ยงเพิ่มเติมภายใต้โปรแกรมพัฒนาสินค้าแม็คโคร สังคม และการกำกับดูแล บริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้าที่ความเข้าใจและลงนามรับทราบจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัทฯ และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด รวมถึงลงนามแบบประเมินตนเอง และยินยอมให้บริษัทฯ เข้าไปตรวจสอบในสิ่งที่ปฏิบัติตามได้ หากพบกรณีการปฏิบัติไม่สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนด บริษัทฯ จะดำเนินการทำธุรกิจร่วมกับคู่ค้าชั่วคราวและกำหนดให้คู่ค้าดำเนินการแก้ไขให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งแม็คโครจะเข้าไปตรวจสอบการดำเนินงานของคู่ค้าก่อนเริ่มทำธุรกิจร่วมกับอีกครั้ง ในกรณีคู่ค้าใหม่ บริษัทฯ จะไม่ดำเนินการร่วมกับคู่ค้า หากพบกรณีการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดและไม่สามารถดำเนินการแก้ไขให้แล้วเสร็จได้ในระยะเวลาอันสั้น



การตรวจสอบในทุกขั้นตอน

หลังจากที่บริษัทฯ ได้รับสินค้าจากคู่ค้า สินค้าทั้งหมดที่ศูนย์กระจายสินค้าทั้ง 4 แห่งทั่วประเทศจะต้องเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control Testing Guideline) ที่ปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Global Good Agricultural Practices) ซึ่งเป็นแนวทางที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยแนวทางดังกล่าวจะระบุถึงข้อกำหนดและหลักปฏิบัติที่ดีในการรับรองคุณภาพ ซึ่งบริษัทฯ จะต้องยึดถือและปฏิบัติตามเพื่อให้ได้การรับรอง สำหรับการทดสอบการปนเปื้อนและความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์อาหาร (Product Distortions) นั้น บริษัทฯ ได้ทดสอบปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ (Physical Distortions) ปริมาณสารเคมีตกค้างในอาหาร หรือการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ ความเสี่ยงในการปนเปื้อนเหล่านี้ก็ยังมีโอกาสเกิดขึ้นได้ในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน ทั้งนี้ การทดสอบและกระบวนการด้านความปลอดภัยของอาหารของบริษัทฯ จะช่วยลดความเสี่ยงที่ผลิตภัณฑ์ที่มีการปนเปื้อนจะหลุดออกสู่ชั้นวางจำหน่ายสินค้า ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการป้องกันเชื้อโรคที่มาจากการลดและสร้างความมั่นใจให้กับคู่ค้าว่าผลิตภัณฑ์อาหารทั้งหมดของแม็คโครปลอดภัยและมีคุณภาพ

นอกเหนือจากกระบวนการตรวจสอบดังกล่าว ผลิตภัณฑ์ที่ศูนย์กระจายสินค้าจะต้องผ่านการตรวจสอบความปลอดภัยอาหารเพิ่มเติม โดยเน้นตรวจการตกค้างของยาฆ่าแมลง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับคู่ค้าว่าผลิตภัณฑ์ของแม็คโครทั้งหมดไม่มีการปนเปื้อนยาฆ่าแมลงและปลอดภัย ทั้งนี้บริษัทฯ ให้แนวทาง QC Lab Testing ในรูปแบบรายการตรวจสอบ (Checklist) เป็นหนึ่งในเครื่องมือในการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ และกำหนดการทดสอบผลิตภัณฑ์ตามประเภทอาหาร เช่น กลุ่มสินค้าอาหารแห้งและอาหารสดจะใช้อาหารตรวจสอบและการตรวจพบปัญหาดังกล่าวสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นของแห้งและผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาหาร (Dry and Non-food Products) บริษัทฯ จะใช้วิธีการเก็บตัวอย่างไปทดสอบเพื่อตรวจสอบการปนเปื้อน โดยในแต่ละปีแม็คโครดำเนินการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์มากกว่า 30,000 ครั้ง ซึ่งศูนย์กระจายสินค้าเพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยและดีต่อสุขภาพของลูกค้า



บันทึก...ผลิตภัณฑ์ปลอดภัยในทุกคู่ค้าจำหน่ายสินค้าแม็คโคร

ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครจะต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบเช่นเดียวกับที่ศูนย์กระจายสินค้า นอกเหนือจากการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยหน่วยงานภายในเป็นประจำทุกวัน บริษัทฯ ยังร่วมกับหน่วยงานภายนอกในการสุ่มตรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ 3 ครั้งต่อปี โดยในปี 2560 แม็คโครได้ดำเนินการสุ่มตรวจผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น 4,300 ครั้ง ซึ่งศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร 123 แห่ง ในกรณีที่มีการปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์ แม็คโครจะดำเนินการตรวจสอบเพื่อหาสาเหตุของปัญหาการปนเปื้อนอย่างเคร่งครัด และดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยทันที

29

ด้วยความมุ่งมั่นที่จะผลักดันการดำเนินงานให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ในการเป็นหนึ่งในเรื่องการจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ บริษัทฯ จัดหาผลิตภัณฑ์จากทั่วโลก เพื่อให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยบริษัทฯ มีกลยุทธ์ในการจัดหาผลิตภัณฑ์และการตลาดเพื่อช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วนแม่นยำ และสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการ

ผลการดำเนินงานโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์และการตลาด

100%

ของผลิตภัณฑ์แม็คโครมีตลาด และข้อมูลถูกต้อง



เป็นตัวช่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครถือเป็นแหล่งรวมสินค้าที่หลากหลาย บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการติดตามผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง และครบถ้วนทุกรายการ

ด้วยความทุ่มเทในการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนบนแพลตฟอร์มที่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์หลัก 3 กลุ่มคือ 1) ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ คือ เอโร (aro) และ เซฟแพค (Savepak) ซึ่งได้รับความนิยมกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมร้านอาหารและจัดเลี้ยงหรือที่เรียกว่าลูกค้ากลุ่มโฮเรกา (HoReCa) 2) ผลิตภัณฑ์แบรนด์สินค้าพิเศษ เช่น เอ็มแอนด์เค (M&K) และ Protech (โปรเทค) 3) สินค้าแบรนด์ทั่วไป หมายรวมถึงสินค้าที่นำเข้ามาโดยคู่ค้าของบริษัทฯ และสินค้าระดับพรีเมียม และสินค้าที่มีราคาข้อยกเว้น เพื่อแสดงถึงความโปร่งใสในการแสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องชัดเจนแสดงบนแพลตฟอร์ม ไม่เพียงแค่ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ แต่ยังรวมถึงผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์อื่น ๆ อีกด้วย มุ่งหวังสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร

นอกจากนี้จากความโปร่งใสในการแสดงข้อมูลสินค้าบนแพลตฟอร์มที่มีส่วนช่วยให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้า ได้โดยสะดวกมากยิ่งขึ้นแล้วนั้น ในการช่วยให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้นั้น บริษัทฯ ยังมีการจัดการอื่น อาทิ นโยบายจัดแผนผังร้านให้เป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อลูกค้าจะสามารถหาสินค้าได้ง่ายและสะดวก และโครงการความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกบริษัทฯ ได้ร่วมมือกับสำนักงานกลางซึ่งตั้งอยู่ในการพัฒนาเครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าที่บ่อ (Thailand Estimated Mark) ตั้งแต่ปี 2559 โดยสินค้าที่มีเครื่องหมายดังกล่าวจะมีข้อมูลน้ำหนักที่เที่ยงตรงและถูกต้อง ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของแม็คโครมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์

แม็คโครที่ได้รับเครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าที่บ่อมีทั้งสิ้น 106 รายการ ประกอบไปด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำมันพืช ข้าว ขอสปรงรส น้ำสัด ผงซักฟอก น้ำยาล้างจาน แชมพูและครีมนวดผม รวมถึงน้ำยาปรับผ้านุ่ม เป็นต้น

นอกเหนือจากความโปร่งใสในการแสดงข้อมูลสินค้าบนแพลตฟอร์มที่มีส่วนช่วยให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้า ได้โดยสะดวกมากยิ่งขึ้นแล้วนั้น ในการช่วยให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้นั้น บริษัทฯ ยังมีการจัดการอื่น อาทิ นโยบายจัดแผนผังร้านให้เป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อลูกค้าจะสามารถหาสินค้าได้ง่ายและสะดวก และโครงการความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกบริษัทฯ ได้ร่วมมือกับสำนักงานกลางซึ่งตั้งอยู่ในการพัฒนาเครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าที่บ่อ (Thailand Estimated Mark) ตั้งแต่ปี 2559 โดยสินค้าที่มีเครื่องหมายดังกล่าวจะมีข้อมูลน้ำหนักที่เที่ยงตรงและถูกต้อง ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของแม็คโครมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์แม็คโครที่ได้รับเครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าที่บ่อมีทั้งสิ้น 106 รายการ ประกอบไปด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำมันพืช ข้าว ขอสปรงรส น้ำสัด ผงซักฟอก น้ำยาล้างจาน แชมพูและครีมนวดผม รวมถึงน้ำยาปรับผ้านุ่ม เป็นต้น

ข้อกำหนดในการเปิดเผยข้อมูลบนแพลตฟอร์ม

- ชื่ออาหาร
- ส่วนผสม
- ปริมาณส่วนผสม
- วิธีการบริโภค
- วันหมดอายุ
- วิธีการเก็บรักษา
- ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต
- ผู้จัดจำหน่าย
- แหล่งผลิตหรือแหล่งที่มา

ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ 106 รายการ

ที่ติดฉลากเครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าที่บ่อ



ที่มา: <http://proceedings.info/naeco-8gth.asp>

ด้วยการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านของเสียซึ่งถือเป็นประเด็นความยั่งยืนที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ หลายบริษัททั่วโลกมีความตื่นตัวในการจัดการขยะจากบรรจุภัณฑ์ เนื่องด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเริ่มแสดงความกังวลในประเด็นดังกล่าวมากยิ่งขึ้น ตลอดจนเรียกร้องให้บริษัทต่าง ๆ ออกมาแสดงความรับผิดชอบต่อการจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้บริษัทฯ ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งที่ก่อให้เกิดของเสียจากการดำเนินธุรกิจ ตระหนักถึงความสำคัญในประเด็นดังกล่าว โดยเฉพาะการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทใช้แล้วทิ้ง โดยบริษัทฯ มีนโยบายที่จะเปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับประเด็นความยั่งยืนมากขึ้น

การใช้บรรจุภัณฑ์ที่บีเคโคร

ด้วยประสบการณ์ในการเป็นผู้จัดธุรกิจของลูกค้าผู้ประกอบการอาหารกว่า 28 ปี บริษัทฯ เล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการดำเนินธุรกิจของลูกค้าเป้าหมายที่คำนึงการจัดการอย่างยั่งยืนมากยิ่งขึ้น เห็นได้จากจำนวนลูกค้าที่ใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม และมีความต้องการที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มสูงขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญกับประเด็นด้านการจัดการขยะมากขึ้นทั้งนี้บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ให้ความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะผลักดันการดำเนินงานให้เป็นไปตามแนวทางที่ 3 ตามกรอบยุทธศาสตร์บีเคโคร 4.0 ในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ

“
บีเคโครร่วมมือกับลูกค้าและคู่ค้าเพื่อลดปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์
”

เพื่อบรรลุเป้าหมายของบริษัทฯ บีเคโครกำหนดแผนลดของเสียจากบรรจุภัณฑ์ผ่านการประสานความร่วมมือกับคู่ค้าและลูกค้าในการพัฒนาโซลูชันบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนตลอดห่วงโซ่มูลค่าของบีเคโคร



ด้วยรูปแบบการดำเนินธุรกิจของบีเคโครที่เป็นเสมือนตัวกลางระหว่างผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่ง บริษัทฯ ตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำนั้นมีส่วนก่อให้เกิดของเสีย โดยเฉพาะจากบรรจุภัณฑ์ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ เชื่อมโยงถึงศักยภาพในการพัฒนาและกลไกปฏิบัติงานจริงเพื่อบรรเทาผลกระทบจากประเด็นดังกล่าวให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด นอกเหนือจากการส่งเสริมให้ผู้ค้าและลูกค้ามีส่วนร่วมในการแก้ไขประเด็นดังกล่าว บริษัทฯ ยังได้วางกลยุทธ์เพื่อเปลี่ยนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เช่น พลาสติก และโฟม มาเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อแสดงถึงความตั้งใจของบีเคโครได้พัฒนาไปมาอย่างต่อเนื่องกับการลดและการจัดการของเสียเป็นจำนวนมากของบีเคโครผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ “เอโฟว์” และ “ภาชนะบรรจุ” ซึ่งเป็นภาชนะที่ผลิตจากเยื่อพืชธรรมชาติ

จากการดำเนินงานตามนโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนของบีเคโครส่งผลให้บริษัทฯ สามารถลดปริมาณขยะจากการดำเนินธุรกิจลงได้ 88,598 เมตริกตัน ในปี 2560 คิดเป็นการลดอาหารที่ฝังได้ 45,600 เมตริกตัน ลดการใช้กระดาษ 42,941 เมตริกตัน ลดการใช้โฟม 57 เมตริกตัน ผ่านการดำเนินโครงการ 3R's คือ การลดการใช้ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่ ทั้งนี้บีเคโครตั้งเป้าหมายผ่านโครงการดังกล่าวที่จะลดปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการดำเนินงานให้ได้ร้อยละ 20 ภายในปี 2563

ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ



GRI 416-1 416-2



ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพประกอบไปด้วยวิตามิน แร่ธาตุ และสารอาหารที่ดีต่อสุขภาพต่อผู้บริโภค บริษัทฯ เล็งเห็นถึงการเติบโตของความต้องการที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพในการดำเนินชีวิตประจำวัน นำมาซึ่งโอกาสในการพัฒนาจากการขายสินค้าให้กับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) มาสู่การขายสินค้าสำหรับตลาดทั่วไป (Mass Market) ด้วยเหตุผลดังกล่าวแม็คโครจึงให้ความสำคัญกับการสรรหาผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพจากหลากหลายแหล่งผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เน้นการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ

การส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการที่ดีที่แม็คโคร

ด้วยประสบการณ์ในการเป็นคู่คิดธุรกิจของผู้ประกอบการที่เติบโตด้วยคุณภาพมาตลอดระยะเวลา 28 ปี ซึ่งครอบคลุมทั้งกลุ่มผู้ประกอบการและลูกค้า บริษัทฯ มุ่งผลักดันการดำเนินงานในอุตสาหกรรมอาหารให้ได้มาตรฐานสูงสุด โดยให้ความสำคัญกับการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพ และดีต่อสุขภาพ รวมถึงมีคุณค่าทางสารอาหารมากขึ้น ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร

makro
คู่คิดธุรกิจคุณ

ในปี 2560 บริษัทฯ ร่วมมือกับสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติในการออกแบบชิ้นวางสินค้าในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร โดยเฉพาะชิ้นวางสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกคุณภาพดี โดยวัตถุประสงค์ของความร่วมมือดังกล่าวคือ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่พิถีพิถันในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพนอกจากนี้ยังเป็นการช่วยสนับสนุนผลิตภัณฑ์คุณภาพดีจากผู้ผลิตท้องถิ่น ตลอดจนส่งเสริมคุณภาพชีวิตของลูกค้า (มีทางเลือกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพมากกว่าในอดีต) และเกษตรกรที่ท้องถิ่น (มีรายได้มากขึ้น) ตัวอย่างผลการดำเนินการโครงการช่วยให้เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าออร์แกนิกในระดับท้องถิ่น 40 คนมียอดขายเพิ่มขึ้นถึง 10 เท่า

นอกเหนือจากการจัดซื้อวางสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกเพื่อสุขภาพแล้วนั้น ในปี 2559 บริษัทฯ ยังได้พัฒนาโครงการแม็คโคร คิวตี้ โปร มาร์ค (Makro Quality Pro Mark: MQP) ซึ่งเป็นการรับรองมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียมภายในองค์กรที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยหน่วยงานประกันคุณภาพของแม็คโครมีหน้าที่ทดสอบและจัดระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ประกอบการหรือผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ และลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล และนักโภชนาการที่พิถีพิถันในการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารได้มีตัวเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพสำหรับบริโภคหรือนำไปประกอบอาหารให้ลูกค้าหลากหลายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคัดเลือกวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่ดำเนินงานสอดคล้องกับมาตรฐานสากลเท่านั้น และไม่สนับสนุนการทำลายป่า หรือกิจกรรมที่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือว่าจ้างแรงงานผิดกฎหมาย ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองในโครงการ MQP จึงถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและถูกต้องตามจริยธรรม

ในปี 2560 บริษัทฯ มุ่งมั่นเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพเพื่อจัดจำหน่ายในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครเพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าสอดคล้องกับการดำเนินงานตามแนวทางที่ 1 ภายใต้ยุทธศาสตร์แม็คโคร 4.0 คือ เป็นแหล่งอ้างอิงด้านอาหารปลอดภัยและเป้าหมายขององค์กรคือ การเป็น “คู่คิด...เพื่อชีวิตที่ดีกว่า” ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของแม็คโครจะผลิตโดยให้มีความสำคัญต่อสุขภาพของ คุณภาพ และยึดถือกฎระเบียบด้านความปลอดภัยในระดับท้องถิ่นและระดับสากล นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ยังต้องติดฉลากข้อมูลทางโภชนาการและพลังงาน รวมถึงให้คำแนะนำในการบริโภค





ส่งเสริมการจัดสินค้า อย่างมีจริยธรรม

- 38 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- 43 การจัดหาวัตถุดิบ

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



GR 102-9, GR 103-1 to GR 103-3, GR 306-1, GR 414-1



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานมีความสามารถของบริษัทฯ ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดส่งผลิตภัณฑ์และบริการให้แก่ลูกค้า โดยการจัดการที่ช่วยเหลือให้บริษัทจัดหาผลิตภัณฑ์ได้อย่างเพียงพอต่อความต้องการ รวมถึงช่วยบริหารความเสี่ยงได้อย่างรอบคอบตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานขององค์กร ยิ่งไปกว่านั้น ยังเป็นกระบวนการที่จำเป็นในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ในคุณภาพที่สูงและราคาที่ย่อมเยา รวมถึงในการลดผลกระทบทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจจากการดำเนินงานของบริษัทฯ

ประมวลเหตุการณ์สำคัญด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ในปี 2560



ในปี 2560 คู่ค้าใหม่ของบริษัทฯ ได้ผ่านกระบวนการคัดกรองโดยใช้เกณฑ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมครบ

100%

ในปี 2560 คู่ค้าหลักลำดับที่ 1 (Critical tier 1 suppliers) ได้ผ่านกระบวนการคัดกรองโดยใช้เกณฑ์ด้านสังคมและ

สิ่งแวดล้อมเป็นจำนวน **40.2%**

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ

ด้วยประสบการณ์การทำงานในภาคธุรกิจมาเกิน 28 ปี บริษัทฯ ได้สร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับคู่ค้าที่หลากหลาย ซึ่งรวมถึงคู่ค้าที่มีศักยภาพสูงในระดับท้องถิ่น และคู่ค้าต่างชาติที่ส่งมอบผลิตภัณฑ์ขั้นดี ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ช่วยให้บริษัทฯ ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้แก่ลูกค้าในราคาย่อมเยา เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ในขณะเดียวกันหากบริษัทฯ มีการบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ไม่ดีพอ อาจจะทำให้เกิดปัญหาด้านขาดแคลน (หรือเกิดส่วนเกิน) หรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตรงตามข้อกำหนดของลูกค้า ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นและกระทบต่อความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่น ๆ หรือลูกค้าอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ และมีความภาคภูมิใจในการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า ซึ่งบริษัทฯ ได้ทำงานกับคู่ค้าหลายรายมาเป็นเวลาหลายทศวรรษ ทั้งนี้ แนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของแม็คโครเป็นสิ่งที่ภาคีทางธุรกิจที่เชื่อถือได้ของธุรกิจ และสนับสนุนให้บริษัทฯ บรรลุวิสัยทัศน์ในการเป็นพันธมิตรในอาเซียนเรื่องการจัดการสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจร ตลอดจนรักษาสถานะของความเป็น "คู่คิดธุรกิจ"

ประเภทคู่ค้าของแม็คโคร

บริษัทฯ จัดหมวดหมู่คู่ค้าและจัดลำดับความสำคัญของคู่ค้าและรายใหญ่ต้อง รักษามาตรฐานด้านการปฏิบัติงาน และลดความเสี่ยง โดยบริษัทฯ กำหนดประเภทคู่ค้าที่เป็นคู่ค้าหลักลำดับที่ 1 (Critical tier 1 supplier) คือ คู่ค้าที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องได้รับผลิตภัณฑ์จากคู่ค้ากลุ่มนี้เพื่อดำเนินธุรกิจ แม็คโครประเมินความสำคัญของคู่ค้ากลุ่มนี้โดยพิจารณา:

- ค่าใช้จ่าย โดยกลุ่มคู่ค้าระดับ Tier 1 ประกอบไปด้วยคู่ค้า 10 รายที่บริษัทฯ ทำการใช้จ่ายสูงสุดในการจัดหาผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท
- คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง ซึ่งความเสี่ยงจะพิจารณาจากแผนผังความเสี่ยงของแม็คโคร

คู่ค้าหลักลำดับที่ 1 (CRITICAL TIER 1 SUPPLIER)



เกณฑ์การกำหนดคู่ค้าหลักลำดับที่ 1

- คู่ค้าที่จำเป็นต่อการดำเนินงานธุรกิจ
- ปริมาณการซื้อสูง
- คู่ค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยง

หนึ่งในแนวทางสำคัญที่บริษัทฯ ประยุกต์ใช้ในการลดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานคือ การกำหนดมาตรฐาน โดยบริษัทฯ หลีกเลี่ยงการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างโดยสิ้นเชิง และวางแนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีมาตรฐานเหมือนกันในทุก ๆ ร้าน แนวทางดังกล่าวช่วยให้บริษัทฯ ลดค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน อีกทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานอันเนื่องมาจากการลดระยะเวลาระหว่างการสั่งซื้อและได้รับสินค้า และความเสี่ยงที่จะเพิ่มขึ้นของคู่ค้า



- | | |
|--|---|
|  <p>ศูนย์กระจายสินค้าที่ 1 อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา – อาหารแห้ง และสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร</p> |  <p>ศูนย์กระจายสินค้าที่ 2 อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา – อาหารสด แซ่เต๋ และแช่แข็ง</p> |
|  <p>ศูนย์กระจายสินค้าที่ 3 อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ – อาหารแห้ง และผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร</p> |  <p>ศูนย์กระจายสินค้าที่ 4 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร – อาหารสด แซ่เต๋ และแช่แข็ง</p> |

แนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของแม็คโครทำให้บริษัท สามารถสร้างเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานที่แข็งแกร่งทั่วประเทศ ซึ่งทำให้ธุรกิจดำเนินการได้ตามเวลาที่กำหนด และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทั่วทั้ง 123 สาขาของแม็คโคร ส่วนประกอบที่สำคัญในการดำเนินการของบริษัทฯ คือ ศูนย์กระจายสินค้าที่ตั้งอยู่ใน 4 แห่งทั่วประเทศ โดยศูนย์ต่าง ๆ จะทำการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะถูกส่งไปวางในร้านค้าของแม็คโคร

- บริษัทฯ มีการควบคุมตรวจสอบตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยทำการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าก่อนที่จะลงนามในสัญญาใด ๆ นอกจากนี้ แม็คโครยังมีโครงการติดตามตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ร้านสาขา
- ศูนย์กระจายสินค้ามีความรับผิดชอบในการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมความปลอดภัยและคุณภาพของอาหารสำหรับลูกค้าทุกคน ทั้งนี้ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์เป็นผู้ให้การรับรองผลิตภัณฑ์ที่ศูนย์กระจายสินค้าอาหารสดของแม็คโคร
- แม็คโครสื่อสารกับลูกค้าผ่านร้านสาขาของบริษัทฯ และเพื่อให้มั่นใจในเรื่องความปลอดภัยของอาหาร โดยร้านค้าของแม็คโครได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP Codex และ HACCP อีกทั้งยังได้มีการตรวจสอบสารเคมีตกค้างเช่นเดียวกับที่ศูนย์กระจายสินค้าประเภทต่าง ๆ

การเพิ่มระดับการบริหารความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน

หากบริษัทไม่จัดการความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานเป็นอย่างดี ความเสี่ยงเหล่านั้นอาจส่งผลกระทบต่อศักยภาพของบริษัทฯ ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับแม็คโครการบริหารความเสี่ยงดำเนินการผ่านกระบวนการคัดเลือกคู่ค้า โดยบริษัทฯ จะประเมินความสามารถของคู่ค้าทุกรายด้านการดำเนินการตามคู่มือการค้าเป็นธุรกิจสำหรับคู่ค้า หลักธรรมาภิบาล และการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปริมาณผลผลิต และการจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้ตรงเวลา

เพื่อป้องกันการละเมิดหลักการและแนวปฏิบัติต่าง ๆ ของบริษัทฯ รวมถึงกฎหมายและกฎระเบียบภายนอก บริษัทฯ ได้กำหนดในการคัดกรองคู่ค้าอย่างเคร่งครัด กระบวนการคัดกรองคู่ค้าเริ่มต้นตั้งแต่ก่อนที่บริษัทฯ จะคัดเลือกคู่ค้าเพื่อเข้ามาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ โดยบริษัทฯ ใช้ “แบบประเมินก่อนการตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบกิจการ” ซึ่งแบ่งออกเป็นสามส่วน ครอบคลุมทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของคู่ค้า เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีแนวปฏิบัติที่ดีและดำเนินการสอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลที่ดีของบริษัทฯ ส่วนหนึ่งของแบบประเมิน จะจําแนกเป็นสองส่วนที่เชื่อมโยงกัน โดยส่วนที่แสดงจะถามเกี่ยวกับการปฏิบัติงานและขอบเขตการจัดการของคู่ค้า ซึ่งรวมไปถึงการจัดการห่วงโซ่อุปทานของคู่ค้าเองด้วย ค่าตามในส่วนที่สองคือการทราบบว่าคู่ค้าสามารถชี้แจงผลิตภัณฑ์ที่มาจากจีเอ็มโอ (Genetically Modified Organisms: GMOs) ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของตน ได้หรือไม่ โดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์เกษตรและสารเคมีต่าง ๆ โดยในปี 2560 คู่ค้าใหม่ของแม็คโครทุกรายได้ผ่านการประเมินการคัดกรองที่ใช้เกณฑ์ทางด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ส่วนที่สองยังเป็นการดำเนินการตามมาตรฐานสากลด้านการจัดการคุณภาพ ความปลอดภัยของอาหาร และแนวปฏิบัติด้านการผลิตหรือไม่มี อีกทั้งไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน และสำหรับส่วนที่สาม จะขอเอกสารเพิ่มเติมจากคู่ค้าเพื่อยืนยันคำตอบที่ได้ให้ไว้

เมื่อบริษัทฯ ได้คัดเลือกผู้ค้าให้เป็นพันธมิตรทางธุรกิจอย่างเป็นทางการแล้ว บริษัทฯ จะกำหนดให้ผู้ค้าดำเนินการตาม “คู่มือการค้าเป็นธุรกิจสำหรับผู้ค้า” ซึ่งประกอบไปด้วยหลักการด้านความยั่งยืน ได้แก่ จริยธรรมและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ความปลอดภัยและคุณภาพของอาหาร การตามตรวจสอบได้ (Traceability) การบริหารความเสี่ยง การปฏิบัติต่อแรงงานและสิทธิมนุษยชน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งรวมถึงการปล่อยมลพิษและ

การใช้ทรัพยากร หลักการเหล่านี้เป็นแนวทางที่ชัดเจนและโปร่งใสซึ่งเม็คโครสามารถใช้ในการคัดกรอง ติดตามตรวจสอบ และปรับปรุงการทำงานของคู่ค้าได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เม็คโครยังมีโครงการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้พนักงานจัดซื้อและผู้ค้านำคู่มือฯ ไปใช้ได้ในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ เม็คโครได้เชิญคู่ค้ากว่า 1,710 รายเข้าร่วมการฝึกอบรมเกี่ยวกับคู่มือดังกล่าว

คู่ค้าใหม่

เม็คโครใช้แบบประเมินก่อนการตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบกิจการ ในการคัดกรองบริษัทที่อาจกลายเป็นคู่ค้ารายใหม่ของบริษัทฯ ทุกราย เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าใหม่จะปฏิบัติตามมาตรฐานเดียวกันกับเม็คโคร ในปี 2560 คู่ค้าทุกรายได้ผ่านกระบวนการคัดกรองโดยใช้แบบสอบถาม ก่อนที่จะเข้ามาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจของเม็คโคร

คู่ค้าปัจจุบัน

เม็คโครมีกระบวนการตรวจสอบคู่ค้าปัจจุบันเพื่อคงไว้ซึ่งมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ดี ในปี 2560 เม็คโครได้ทำการตรวจสอบคู่ค้า 4,257 ราย นับว่าทำได้ครบ 100 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งบริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะรักษาอัตราการตรวจสอบให้อยู่ในระดับหนึ่งในระหว่างที่องค์กรกำลังขยายขึ้น

ติดตามและปรับปรุง

เม็คโครทบทวนความเสี่ยงของคู่ค้าเป็นประจำทุกปีที่ยังกำหนดผลการบรรเทาความเสี่ยงที่พบ เพื่อให้คู่ค้าที่ไม่ได้ผ่านการประเมินนั้นสามารถปรับปรุงการดำเนินงานของตนเองได้

โครงการฝึกอบรม

นอกเหนือจากการดำเนินการที่เป็นนิจเนื่องจากการปฏิบัติตามนโยบายขององค์กร หลักธรรมาภิบาล และกฎเกณฑ์และกฎระเบียบแล้ว เม็คโครยังจัดโครงการฝึกอบรมให้ความรู้แก่คู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับคู่มือการค้าเป็นธุรกิจสำหรับผู้ค้า เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ทั้งนี้ โครงการฝึกอบรมต่าง ๆ จะดำเนินการโดยบุคคลที่สามเพื่อความโปร่งใส

การสรรหาวัตถุดิบ



นโยบายการสรรหาวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งของห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และเป็นกลไกสำคัญที่บริษัทฯ ใช้ในการลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ยึดมั่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและมีคุณภาพที่ดีให้แก่ลูกค้าทุกคน จึงได้พัฒนานโยบายการสรรหาวัตถุดิบที่เคร่งครัด ซึ่งระบุข้อกำหนดด้านการสรรหาวัตถุดิบ และเป็นที่รวบรวมมาตรฐานการสรรหาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก

ประเภทเหตุการณ์สำคัญด้านการสรรหาวัตถุดิบในปี 2560

- สรรหาสินค้าปลอดภัยจากชาวสวน 66 ราย ในพื้นที่กว่า 20,000 ไร่
- พัฒนาโครงการตามตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) โดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศภูมิสารสนเทศ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์



การสรรหาวัตถุดิบที่ปลอดภัย

บริษัทฯ ยึดมั่นในการเป็นหนึ่งในอาเซียนเรื่องการจัดหาสินค้าเพื่อธุรกิจอาหารแบบครบวงจร เพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว บริษัทฯ ต้องดูแลเพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่บริษัทฯ ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องถูกต้องครบถ้วนอย่างดี มีความปลอดภัยและคุณภาพที่สุดสุด บริษัทฯ มุ่งรักษามาตรฐานที่ดีด้านความปลอดภัยของอาหารและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาซึ่งความปลอดภัยและความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยดำเนินการสอดคล้องตามกฎหมายและกฎระเบียบภายในองค์กร และมาตรฐานสากลด้านความปลอดภัยของอาหาร

ส่วนหนึ่งของ “แบบประเมินก่อนการตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ” ของแม็คโคร จะสอบถามโดยให้คู่ค้าระบุข้อมูลเกี่ยวกับแนวปฏิบัติด้านการผลิตในปัจจุบัน เพื่อให้บริษัทฯ ทราบถึงสถานะและจุดที่ต้องปรับปรุง และในขณะเดียวกันแบบสอบถามดังกล่าว จะขอให้คู่ค้าระบุว่ามีผู้รับจ้างช่วงเข้ามาดำเนินการหรือไม่ในกระบวนการใด เพื่อให้บริษัทฯ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานของคู่ค้าอย่างชัดเจน สามารถตัดสินใจได้อย่างรอบคอบอีกทั้งบริหารความเสี่ยงควบคู่กันไป ตามที่ได้กล่าวไว้เบื้องต้นในบท “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน” แบบประเมินฯ จะเน้นเรื่องการตรวจสอบการปนเปื้อนหรือการใช้สิ่งมีชีวิตดัดแปรพันธุกรรม หรือ จีเอ็มโอ (GMOs) ของคู่ค้า รวมถึงการประยุกต์ใช้แนวปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (Good Agricultural Practice: GAP) และนโยบายสากลว่าด้วยการใช้สารเคมีต่าง ๆ เช่น พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย เป็นต้น บริษัทฯ มีความประสงค์ที่จะปรับปรุงนโยบายการสรรหาวัตถุดิบขององค์กรจากที่ประกาศใช้อยู่ในปัจจุบันและพัฒนาการปฏิบัติงานโดยรวมให้ดียิ่งมากขึ้น ในกรณี บริษัทฯ มีแผนขยายเนื้อหาของแบบประเมินฯ ให้ครอบคลุมประเด็นอื่น และมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งกำหนดให้บริษัทฯ สามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองโดย สำนักงานคณะกรรมการรับรองมาตรฐานสินค้าประมง (Marine Stewardship Council: MSC) และสำนักงานคณะกรรมการรับรองมาตรฐานการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ (Aquaculture Stewardship Council: ASC)

นอกจากนี้จะใช้เกณฑ์การประเมินคู่ค้าที่เคร่งครัดแล้ว บริษัทฯ ยังจัดทำ “รายงานตรวจสอบโรงงาน” เพื่อตรวจสอบโรงงานของคู่ค้าให้ได้มาตรฐานทางด้านความปลอดภัยของอาหาร โดยเกณฑ์การประเมินโรงงานครอบคลุมประเด็น ดังนี้: ระบบการจัดการคุณภาพที่คู่ค้าใช้อยู่ในปัจจุบัน มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และกระบวนการควบคุมและระบบ HACCP ในการให้คะแนนโรงงานของคู่ค้า บริษัทฯ จะพิจารณาจากผลการดำเนินงานของคู่ค้าและความสามารถของคู่ค้าในการปฏิบัติงานตามมาตรฐานของบริษัทฯ โดยผู้ประกอบการที่ได้คะแนนต่ำกว่า 60 เปอร์เซ็นต์ จะไม่ผ่านการตรวจสอบ บริษัทฯ จะทำการแจ้งให้ผู้ประกอบการ

ทราบและปรับปรุงแก้ไข หากบริษัทฯ พบการละเมิดกฎหมายใด ๆ ในโรงงานของคู่ค้า จะหยุดทำธุรกิจกับคู่ค้าที่มีการละเมิดกฎหมายโดยทันที อีกทั้งขอให้คู่ค้ากำหนดมาตรการป้องกันและแก้ไข เพื่อให้ทำใหมาตรฐานสอดคล้องกับของบริษัทฯ ทั้งนี้ การตรวจสอบโรงงานเป็นกระบวนการที่ผลักดันให้คู่ค้าปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้นและสอดคล้องกับของบริษัทฯ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติงานที่ยั่งยืน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับคู่ค้าเป็นระยะยาว ซึ่งเห็นได้จากการที่บริษัทฯ ทำข้อตกลงกับคู่ค้าในการรักษาข้อตกลงซื้อขายผลิตภัณฑ์ในทุก ๆ สภาวะของเศรษฐกิจ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นที่จะเพิ่มความต้องการของผลิตภัณฑ์ทุกปีเพื่อให้ทั้งสองฝ่ายสามารถเติบโตได้ควบคู่กันไป การที่บริษัทฯ ส่งเสริมความสัมพันธ์กับคู่ค้าเป็นเวลานานนี้ ไม่ใช่เพราะเหตุผลของการร่วมมือทางธุรกิจเป็นเพียงอย่างเดียว ยกตัวอย่างเช่น เมื่อเกิดมหาหุทภัยในปี 2554 แม็คโครจำเป็นต้องย้ายสำนักงานใหญ่และศูนย์กระจายสินค้าไปตั้งอยู่ที่ภูเก็ตเป็นเวลาหนึ่งคืน คู่ค้าของบริษัทฯ สามารถปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นอย่างดี ทั้งยังคงไว้ซึ่งจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ต้องส่งให้บริษัทฯ เป็นจำนวนเดิม ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ

เกณฑ์การคัดกรองคู่ค้าผลิตภัณฑ์เกษตร

เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าทางการเกษตรที่แม็คโครวางขายในร้านทุกรายการนั้นปลอดภัยและมีคุณภาพสูงสุด บริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้าทุกรายผ่านการตรวจสอบโดย “แบบสอบถามวัตถุดิบทางการเกษตรของแม็คโคร” ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ส่วน วัตถุประสงค์ของแบบสอบถามคือ การสนับสนุนให้คู่ค้าเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ พิจารณาได้ว่าผลิตภัณฑ์ของคู่ค้านี้มีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดหรือไม่ ส่วนที่สองของแบบสอบถามขอให้คู่ค้าระบุสถานที่และขนาดของพื้นที่เพาะปลูก เพื่อระบุจุดที่มีความเสี่ยงทางด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนที่สามประเมินมาตรการควบคุมภายในของคู่ค้า ส่วนที่สี่ประเมินการดำเนินงานของคู่ค้าตามมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง และส่วนที่ห้าและหกขอให้คู่ค้าระบุรายละเอียดผู้ติดต่อและเอกสารเพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ประกอบและยืนยันคำตอบ ทั้งนี้ บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่จะให้คู่ค้ากลุ่มสินค้าเกษตรทั้งหมดได้ผ่านการตรวจสอบโดยใช้แบบสอบถามภายในปี 2563 ผลการประเมินการปฏิบัติงานของคู่ค้าตามมาตรฐานสากลนั้น ช่วยให้อบริษัทฯ กำหนดมาตรการที่เหมาะสมในการตรวจสอบคู่ค้าได้ เช่น ความถี่ของการที่บริษัทฯ ต้องเข้าไปพบกับคู่ค้า และส่งเสริมให้ผลการดำเนินงานของคู่ค้าอยู่ในระดับมาตรฐานเดียวกันกับบริษัทฯ

การฝึกอบรมด้านการสรรหาวัตถุดิบ

เพื่อพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง (และในขณะเดียวกันกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการผลิต) ตั้งแต่ปี 2555 บริษัทฯ ได้สนับสนุนให้คู่ค้าลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยปฏิบัติตามขั้นตอนการฝึกอบรมของ “Think Green Initiative: TGI” การฝึกอบรมนี้จะช่วยให้คู่ค้าประเมินสถานประกอบการของตนเองทางด้าน: การปฏิบัติตามกฎหมายทางด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวม ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การใช้น้ำ พลังงาน การปล่อยมลพิษสู่อากาศ มลพิษทางเสียง วัสดุอันตราย อุปกรณ์และของเสีย และการผลิตอย่างยั่งยืน

โครงการฝึกอบรมมุ่งพัฒนาศักยภาพและความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับคู่ค้าที่มีผลกระทบจากการดำเนินการสูงสุดถึงมลพิษ โดยเน้นที่คู่ค้าผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ โครงการนี้เกิดขึ้นด้วยความตั้งใจของบริษัทฯ ที่จะรวบรวมและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมให้กับคู่ค้าเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากห่วงโซ่อุปทานในวงกว้าง ยิ่งไปกว่านั้น คู่ค้าของบริษัทฯ จะสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานและลดค่าใช้จ่าย อีกทั้งคู่ค้าจะได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและมีคุณภาพสูง

บริษัทฯ ได้จัดทำโครงการนี้โดยเน้นข้อกำหนดของ TGI และการฝึกอบรมจัดขึ้นตามร้านค้าของแม็คโคร เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ดีและเพื่อการมีพื้นที่พบต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น ปัจจุบันที่บ่งบอกถึงความสำเร็จของโครงการฝึกอบรมนี้คือการที่คู่ค้าจัดตั้งระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งได้รับการรับรองตามมาตรฐาน TGI บริษัทฯ พบว่าการดำเนินการโครงการเหล่านี้ช่วยให้คู่ค้าพัฒนาการทำงานได้อย่างสำเร็จเนื่องจากหนึ่งในสถานประกอบการของบริษัทฯ ได้รับรางวัล “TGI Achievement Award” จากบริษัทอินเตอร์เทค ซึ่งเป็นบริษัทบุคคลที่สามารถทำการประเมินการปฏิบัติงานของสถานประกอบการผ่านการเข้าเยี่ยมชมสถานที่และการปรึกษาหารือกับคู่ค้า 11 รายที่ได้เข้าร่วมโครงการ

โครงการริเริ่มด้านการสรรหาวัตถุดิบที่ปลอดภัย

ในปี 2557 บริษัทฯ ได้ริเริ่มโครงการสวนสัมปลดภัย ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างบริษัทฯ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยแม่โจ้ วัตถุประสงค์ของโครงการคือ การประเมินแนวปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (Good Agricultural Practice: GAP) และการปรับปรุงส่งเสริมให้แนวปฏิบัติของชาวสวนสอดคล้องกับมาตรฐานสากลด้านความปลอดภัยของอาหารและการผลิต บริษัทฯ ทำงานร่วมกับชาวสวนลัมลินทรีรี่ที่สวนส้มสายของ จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้โครงการ “สัมปลดภัยคนไทยยิ้มได้” ในพื้นที่กว่า 20,000 ไร่ เพื่อให้ความรู้กับชาวสวน สนับสนุนแนวปฏิบัติด้านการผลิตที่ดี และดูแลความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์โดยเน้นเรื่องการลดสารเคมีตกค้างเป็นพิเศษ ทั้งนี้ เนื่องจากชาวสวนมีผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและคุณภาพสูง ทำให้สามารถเข้าถึงตลาดลูกค้าใหม่ ๆ ได้มากขึ้น ชาวสวนที่ได้เข้าร่วมโครงการได้แสดงความพึงพอใจ โครงการ และมีจำนวนชาวสวนมากกว่า 60 คนที่เข้าร่วมโครงการทุกปี นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ใช้ระบบ “Makro i-Trace” สำหรับลิ้มในโครงการนี้ เพื่อให้ลูกค้าตรวจสอบที่มาของผลิตภัณฑ์กลับไปย้อนกลับได้ เป็นวิธีการเสริมสร้างความโปร่งใสในกระบวนการ



การปรับปรุงด้านการสรรหาวัตถุดิบ

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะปรับปรุงกระบวนการสรรหาวัตถุดิบในทุกขั้นตอน โดยในปี 2561 บริษัทฯ จะปรับปรุงนโยบายการสรรหาวัตถุดิบและกำหนดตัวชี้วัดของการดำเนินงานให้ชัดเจน นโยบายดังกล่าวจะให้ค่านิยมที่ชัดเจนสำหรับคำศัพท์ต่าง ๆ เช่น ลิ้มมีชีวิต ดัดแปรพันธุกรรม อินทรีย์ และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ “การรับรอง” อีกทั้งจะระบุถึงจุดยืนของแม็คโครด้านการใช้สิ่งมีชีวิตดัดแปรพันธุกรรมและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสวัสดิภาพสัตว์ บริษัทฯ คาดว่าจะนำแนวปฏิบัตินี้ไปประยุกต์ใช้กับคู่ค้าที่สำคัญและที่มีความเสี่ยงสูงทุกราย รวมถึงในเรื่องการตามตรวจสอบผลิตภัณฑ์โดยบริษัทฯ จะติดตามความคืบหน้าของแนวทางเหล่านี้ผ่านเป้าหมายตามตัวชี้วัดที่กำหนดไว้



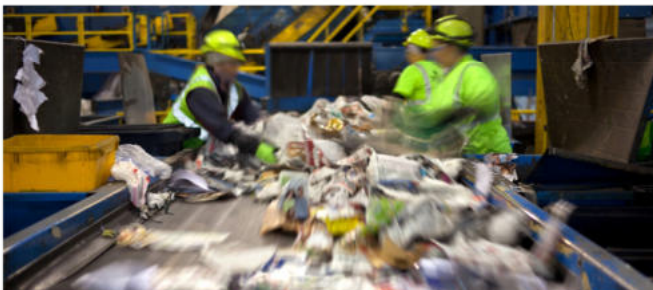
ส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

- 48 การบริหารจัดการของเสีย
- 52 การบริหารจัดการพลังงาน
(ร้านค้าปลีก ศูนย์กระจายสินค้า
และการใช้เชื้อเพลิงเพื่อการขนส่ง)
- 56 การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การบริหารจัดการของเสีย



GRI 301-1, GRI 306-2



การเติบโตและการขยายตัวของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดของเสียอันเนื่องมาจากการดำเนินงานต่าง ๆ โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ความยั่งยืน นำมาซึ่งประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ อีกทั้งบริษัทฯ ยังตระหนักดีว่าการจัดการของเสียที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นอาจก่อให้เกิดแหล่งที่อยู่ของสัตว์หรือแมลงที่เป็นพาหะเพื่อโรค และยังส่งผลต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอีกด้วย

ผลการดำเนินงานที่โดดเด่นในด้านการจัดการของเสียของแม็คโกรในปี 2560

ขยะอาหารสด: 18,254.06 เมตริกตันต่อปี

ของเสียชนิดอื่น ๆ

- กองไฟไหม้: 57.07 เมตริกตันต่อปี
- กระดาษ: 42,942 เมตริกตันต่อปี

18,254.06 เมตริกตัน



ขยะอาหารสด

57.07 เมตริกตัน



กองไฟไหม้

42,942 เมตริกตัน



กระดาษ



ขยะกองไฟไหม้

กองไฟไหม้ที่นำกลับมาใช้ใหม่

2015: 41.90 เมตริกตัน
2016: 53.52 เมตริกตัน
2017: 57.07 เมตริกตัน



กระดาษ

กระดาษที่นำกลับมาใช้ใหม่

2015: 32,810.60 เมตริกตัน
2016: 36,814.72 เมตริกตัน
2017: 42,941.88 เมตริกตัน



ขยะอาหารสด

ขยะอาหารสดที่นำไปรีไซเคิล

2015 = 27.30 เมตริกตัน
2016 = 46.75 เมตริกตัน
2017 = 45.60 เมตริกตัน

การบริหารจัดการของเสียที่แม็คโกร

ในฐานะผู้ประกอบการค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง บริษัทฯ คัดเลือกผลิตภัณฑ์จากผู้ค้าปลีกหลาย เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพดีให้แก่ผู้ประกอบการและลูกค้าทั่วไปในราคายุติธรรม ทั้งนี้หนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่มีแม็คโกรจำหน่ายคือ อาหารสดที่มีโอกาสเป็นไปได้ง่าย ซึ่งบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารอย่างเคร่งครัด สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัยของอาหาร ซึ่งรวมถึงการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร หรือมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) และระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis and Critical Control Point: HACCP) ในการจัดการผลิตภัณฑ์อาหารสด ซึ่งครอบคลุมผู้ค้ากลุ่มหลักลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier)

ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของ Standards and Trade Development Facility (STDF) บริษัทฯ บริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างเหมาะสมเพื่อให้แน่ใจว่าไม่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ปนเปื้อน ผลิตภัณฑ์หมดอายุ และผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีมาตรฐานที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าของแม็คโกร โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของประเด็นความยั่งยืนที่ทั่วโลกให้ความสำคัญกับคือ การบริหารจัดการของเสีย โดยเฉพาะเศษอาหารเหลือทิ้งจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารสด ทั้งนี้ บริษัทฯ เล็งเห็นถึงโอกาสจากการขับเคลื่อนกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ และมุ่งมั่นเป็นส่วนหนึ่งในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

แหล่งที่มาของเศษอาหารในห่วงโซ่อุปทานของแม็คโคร



แหล่งที่มาของเศษอาหารจากผู้ค้า:

- ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีมาตรฐานคุณภาพ
- การเสื่อมเสียของอาหาร
- การปนเปื้อน

แหล่งที่มาของเศษอาหารจากผู้ค้า:

18,254.06 เมตริกตันจาก

- การเสื่อมเสียของอาหาร (สินค้าหมดอายุการบริโภค)
- อาหารหมดอายุ
- การปนเปื้อน

แหล่งที่มาของเศษอาหารจากลูกค้า:

- การจัดเก็บสินค้า
- การเสื่อมเสียของอาหาร
- การปนเปื้อน
- บรรจุภัณฑ์

บริษัทฯ เชื้อเป็นอย่างกว้างวิธีการบริหารจัดการของเสียที่ดีที่สุดคือ การป้องกันไม่ให้เกิดของเสียตั้งแต่ต้นทาง ทั้งนี้การบริหารจัดการของเสียที่ต่อประสิทธิภาพจากก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อแม็คโครและชุมชนโดยรอบ ซึ่งของเสียดังกล่าวอาจกลายเป็นแหล่งเชื้อเพลิงของพาหะเชื้อโรค เช่น หนูและแมลง และยังเป็นส่วนหนึ่งของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการย่อยสลายของของเสียประเภทอาหารอีกด้วย ทั้งนี้บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการประเมินความเสี่ยงและดำเนินการตามโครงการลดการเกิดของเสียอันเนื่องมาจากการดำเนินกิจกรรมของบริษัทฯ พร้อมขับเคลื่อนการดำเนินงานสู่เป้าหมายขององค์กรที่จะส่งมอบคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับทุกคน

กระบวนการจัดการของเสียให้เป็นศูนย์ (ZERO WASTE)

โดยเฉลี่ยบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสียประมาณ 10,000 บาทต่อเดือนต่อสาขา ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการ "การจัดการของเสียให้เป็นศูนย์ (Zero Waste)" เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานสู่การเป็นองค์กรที่ปราศจากของเสีย ซึ่งการดำเนินโครงการดังกล่าวไม่เพียงแต่จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถประหยัดค่าใช้จ่าย และยังช่วยบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากของเสียอีกด้วย



ขยะไม่อันตราย



ขยะอันตราย

โครงการผลิตวัตถุดิบปรุงรสจากของเสีย

ของเสียโดยส่วนมากของบริษัทฯ เกิดมาจากอาหาร อันเนื่องมาจากอาหารหมดอายุ ทั้งนี้เพื่อลดผลกระทบจากปัญหาดังกล่าว บริษัทฯ จึงเริ่มดำเนิน "โครงการผลิตวัตถุดิบปรุงรสจากของเสีย" ในปี 2561 โดยนำแนวคิด 3Rs มาใช้ (Reduce การลด การใช้ในสิ่งที่ไม่จำเป็น Reuse การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และ Recycle การนำกลับมาใช้ใหม่) ทั้งการนำของเสียมาทำอาหารและข้าวกลับมาใช้ซ้ำ นำของเสียมาขายเพื่อลดการนำของเสียมาทำเป็นวัตถุดิบปรุงรส เป็นต้น ซึ่งบริษัทฯ จะเริ่มดำเนินโครงการต้นแบบที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร 3 แห่งในเดือนมิถุนายน ปี 2561 โดยศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครสาขาอื่นจะสามารถนำรูปแบบของโครงการนี้ไปปรับใช้ได้อย่างง่ายดายเช่นกัน บริษัทฯ ดำเนินการรวบรวมของเสียจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ และนำไปผ่านเครื่องจักรผลิตโดยบริษัท Eco-Wiz Group Pte Ltd มีกำลังการผลิตอยู่ที่ 500 กิโลกรัมต่อวัน (250 กิโลกรัมต่อ 9 ชั่วโมง) ที่อุณหภูมิ 80 องศาเซลเซียส เพื่อทำลายแบคทีเรียที่เป็นอันตราย และผสมกับวัตถุดิบที่ช่วยให้เกิดกระบวนการย่อย เพื่อยับยั้งกระบวนการย่อยสลายแบบใช้ออกซิเจน ลดการเกิดกลิ่นและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในถังเก็บของเสีย โดยได้สารปรับปรุงดินเป็นผลิตภัณฑ์สุดท้ายซึ่งบริษัทฯ และคู่ค้าสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

การดำเนินโครงการดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการเศษอาหาร ช่วยลดความเสี่ยงจากสัตว์หรือแมลงที่เป็นพาหะเชื้อโรคและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยขยะประเภทอาหารสด 1 กิโลกรัมก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 2.5 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า นอกจากนี้การดำเนินโครงการดังกล่าวยังช่วยให้แม็คโครสามารถลดค่าใช้จ่ายจากการปฏิบัติงานได้



โครงการ FRESH FOOD SGM EMPOWERMENT SPEED CHANGE

บริษัทฯ ริเริ่มโครงการ "Fresh Food SGM Empowerment Speed Change" ในปี 2560 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดปริมาณเศษอาหารจากการดำเนินกิจกรรมของบริษัทฯ ครอบคลุมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านมาตรฐานและผลิตภัณฑ์ที่รอจำหน่ายจัดผลิตภัณฑ์ที่ป้าอยู่ระหว่างจัดซื้อวางสินค้า และผลิตภัณฑ์ที่อยู่ระหว่างรอตัดป้ายราคา นอกจากนี้โครงการดังกล่าวยังมุ่งลดความซ้ำซ้อนในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอันเนื่องมาจากการบริการที่สะดวกรวดเร็วมากขึ้น

การกำกับดูแลประสิทธิภาพการบริหารจัดการของเสีย

บริษัทฯ แต่งตั้งคณะกรรมการความยั่งยืนของแม็คโครขึ้นในปี 2560 โดยมีหน้าที่กำกับดูแลและบริหารจัดการการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร ทั้งนี้ แม็คโครจะมุ่งขยายขอบเขตโครงการการบริหารจัดการของเสีย ควบคู่ไปกับโครงการด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ อีกด้วย

การบริหารจัดการพลังงาน (ร้านค้าปลีก ศูนย์กระจายสินค้า และการใช้เชื้อเพลิงเพื่อการขนส่ง)



GHG 3002-1 to 3002-5



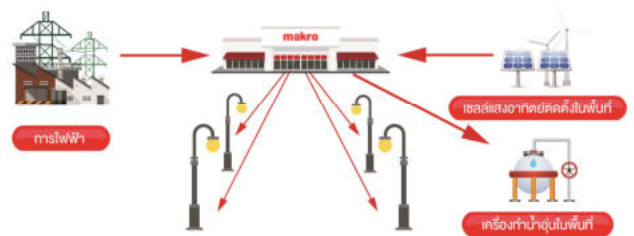
ณ ห้องอาหารจาก ภาพแสดงที่ของเป็นแผนภาพ

พลังงานถือเป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจให้เจริญก้าวหน้า หากแม้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลและไฟฟ้าไม่ถูกค้นพบหรือพัฒนา สิ่งประดิษฐ์ที่ครองชีพหลาย เช่น เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตอาหารในยุคปัจจุบัน อาจจะไม่ได้ปรากฏขึ้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเทคโนโลยีการจัดการพลังงานที่มีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ เพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงขึ้น บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว มุ่งหวังลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน ตลอดจนมุ่งมั่นยกระดับการใช้พลังงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ตัวอย่างโครงการโดดเด่น การนำระบบการจัดเก็บสินค้าแช่แข็งที่ควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (Automated-Storage/ Retrieval System: ASRS) ที่ศูนย์กระจายสินค้าที่อำเภอหนองหินเป็นโครงการสำคัญในการบริหารจัดการการใช้พลังงาน

ผลการดำเนินงานที่โดดเด่นด้านการบริหารจัดการพลังงาน



แหล่งพลังงานของแม็คโครและห่วงโซ่อุปทาน



การยกระดับประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่ทั่วโลกมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับในแต่ละประเทศทั่วโลกต่างให้ความสำคัญกับการสรรหาแหล่งพลังงานเพิ่มเติมทั้งแหล่งพลังงานในรูปแบบดั้งเดิมและแหล่งพลังงานทางเลือก ไม่เพียงแต่เพื่อสนับสนุนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ยังรวมถึงการส่งเสริมความมั่นคงด้านพลังงาน ส่งผลให้รัฐบาลจากหลากหลายประเทศต่างมุ่งเน้นลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลและการผูกขาดของผู้ผลิตไฟฟ้าเนื่องด้วยความต้องการในการใช้พลังงานเพิ่มขึ้นทั่วโลก นอกจากนี้ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อการผลิตอาหารและคุณภาพอาหาร บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญสูงสุดและมุ่งพัฒนาการบริหารจัดการพลังงานให้เกิดประสิทธิภาพ

การดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการใช้พลังงาน จะช่วยสร้างประโยชน์ในหลากหลายด้านให้แก่บริษัทฯ ซึ่งรวมถึงต้นทุนด้านพลังงานและค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานลดลงอันเนื่องมาจากการบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายในการพัฒนาการบริหารจัดการประสิทธิภาพการใช้พลังงานผ่านการดำเนินโครงการ "การบริหารจัดการพลังงานอย่างยั่งยืน" ซึ่งอ้างอิงตามแนวทรระดับสากล

ด้านการอนุรักษ์พลังงาน โดยเป้าหมาย 3Rs มาใช้เพื่อผสมผสานในการลดการใช้พลังงานในการปฏิบัติงาน นำพลังงานกลับมาใช้ใหม่ และการรีไซเคิลขยะที่เป็นอาหารสด ทั้งนี้ในปี 2560 บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่จะลดปริมาณการใช้พลังงาน กล่าวคือ ไม่มีการใช้พลังงานเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อปี ในร้านสาขา นั้น ผ่านการดำเนินโครงการการบริหารจัดการประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ซึ่งรวมถึงการใช้หลอดไฟ LED ในหน่วยปฏิบัติการ และการปรับเปลี่ยนแหล่งพลังงานไปสู่พลังงานทดแทน ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถลดการใช้พลังงานได้ 6,700,388 กิโลวัตต์ ชั่วโมง จากการดำเนินงานในปี 2560 คิดเป็นมูลค่าเทียบเท่ากับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลดลง 29,375,420 ล้านบาท

นอกจากนี้ ในปี 2561 บริษัทฯ มีแผนที่จะให้ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร 4 ศูนย์และสำนักงานใหญ่เข้าร่วมการตรวจรับรองตามมาตรฐานระดับสากลโดยฉพาะมาตรฐาน ISO 50001

การยกระดับประสิทธิภาพระบบแสงสว่างก็ศูนย์จำหน่ายสินค้า



การเปลี่ยนหลอดไฟ LED

ลงทุน **33.532 ล้านบาท**

ประหยัดได้ **2,112,280 กิโลวัตต์ชั่วโมง** ต่อปี

หรือเท่ากับการประหยัดเงิน **7,815,436 ล้านบาท** ต่อปี

โดยเฉลี่ยศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครใช้พลังงานในช่วง 7,000 – 8,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อวันหรือเท่ากับ 2,555,000 – 2,920,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี คิดเป็นค่าใช้จ่ายประมาณ 10 ล้านบาทต่อปี ในปัจจุบันบริษัท มีศูนย์จำหน่ายสินค้า 123 แห่งทั่วประเทศซึ่งต้องใช้พลังงานทั้งหมดประมาณ 350 ล้านกิโลวัตต์ชั่วโมงหรือ 1.3 พันล้านบาทต่อปี ทั้งนี้การบริหารจัดการระบบแสงสว่างอย่างมีประสิทธิภาพโดยเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED นั้นจะช่วยลดการใช้พลังงานซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เนื่องจากหลอดไฟ LED ใช้พลังงานน้อยกว่าหลอดฟลูออเรสเซนต์ และมีอายุการใช้งานยาวนานกว่า 2 – 4 เท่า

บริษัทฯ จึงเริ่มโครงการหลอดไฟ LED โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED และดวงโคมไฟแสงสว่างประสิทธิภาพสูง LED ที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า เช่น ศูนย์กระจายสินค้าอาหารสดที่อำเภอวังน้อยตั้งแต่เดือนพฤษภาคมปี 2556 และศูนย์กระจายสินค้าอาหารสด

ที่อำเภอห้วยคั้งตั้งแต่เดือนธันวาคม 2559 เพื่อลดค่าไฟฟ้าในระยะยาว โดยบริษัทฯ ได้ลงทุนในโครงการดังกล่าวเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 33.53 ล้านบาทในการเปลี่ยนหลอดไฟ LED ชนิด 20 วัตต์ 8,024 ชุด และดวงโคมไฟแสงสว่างประสิทธิภาพสูง LED ชนิด 160 วัตต์ 1,417 ชุด นอกจากนี้บริษัทฯ ยังกำหนดว่าในทุกศูนย์จำหน่ายสินค้าที่เปิดใหม่จะต้องใช้หลอดไฟ LED ทั้งหมด โดยในปัจจุบันนับตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการในปี 2560 บริษัทฯ ได้เปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED ในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครร้อยละ 10 ทั้งนี้บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่จะติดตั้งหลอดไฟ LED ในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครให้ครอบคลุมร้อยละ 38 ภายในปี 2563

ในปี 2560 บริษัทฯ สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายจากการดำเนินโครงการได้ 7,815,436 บาท โดยคิดเป็นปริมาณการใช้ไฟฟ้าลดลง 848,348 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี ประกอบด้วยจากการใช้หลอดไฟ LED และ 1,263,931 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี จากการใช้ดวงโคมไฟแสงสว่างประสิทธิภาพสูง LED

โครงการพลังงานสีเขียว



ผลิตไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานทดแทนได้

16,870
กิโลวัตต์ชั่วโมง

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายลดการใช้พลังงาน บริษัทฯ มุ่งเน้นการใช้พลังงานจากการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการยกระดับประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ตลอดจนส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือกและพลังงานทดแทน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาโครงการพลังงานทดแทน โดยติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ขนาดกำลังผลิตไฟฟ้า 6.3 กิโลวัตต์ที่บริเวณอาคารของร้านแม็คโคร สาขาศาลายาในปี 2557 ซึ่งมีกำลังผลิตไฟฟ้าติดตั้งรวม 10,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี ช่วยประหยัดการใช้ไฟฟ้าได้ 16,870 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี (เทียบเท่ากับ 9,820 กิโลกรัมก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์) นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ติดตั้งฟิโตนระบบพลังงานแสงอาทิตย์รอบอาคาร รวมทั้งมีการนำพลังงานแสงอาทิตย์มาผลิตน้ำร้อนสำหรับใช้ทำความสะอาดอุปกรณ์ภายในศูนย์กระจายสินค้า ทั้งนี้บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่จะขยายขอบเขตโครงการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ในศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครอีก 2 แห่งภายในปี 2561

บริษัทฯ ลงทุนประมาณ 240 ล้านบาทในการติดตั้งระบบการจัดเก็บสินค้าแช่แข็งที่ควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (Automated-Storage/ Retrieval System: ASRS) ที่ศูนย์กระจายสินค้า อำเภอหนองแขม ภายในห้องเย็นที่มีความสูงราว 30 เมตร ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่พนักงานในเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ระบบคอมพิวเตอร์ ASRS เป็นระบบควบคุมอุณหภูมิอัตโนมัติซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพดำเนินงานของศูนย์กระจายสินค้า สามารถประหยัดพลังงานได้ร้อยละ 30 ต่อชั้นวางสินค้า และลดพื้นที่ชั้นวางสินค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ติดตั้ง “ประตู 2 ชั้น” เพื่อช่วยรักษาอุณหภูมิภายในห้องเย็นสินค้า ส่งผลให้สามารถลดการใช้พลังงานในกระบวนการขนถ่ายสินค้าได้ร้อยละ 30

การบริหารจัดการพลังงานหลังจากปี 2560

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาผลการดำเนินงานสู่ความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องผ่านการค้าเป็นโครงการ “Zero Discharge Store” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดการปล่อยของเสียให้เป็นศูนย์ครอบคลุมศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร ศูนย์กระจายสินค้า และสำนักงานใหญ่ ในปี 2560 มีศูนย์จำหน่ายสินค้าที่เป็น Zero Dischargeทั้งสิ้น 31 แห่ง และมีแผนที่จะนำมากลับมาใช้ใหม่ในศูนย์จำหน่ายสินค้า 47 แห่งภายในปี 2561 นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีแผนด้านการบริหารจัดการการใช้พลังงานอื่น ๆ ในปี 2561

ซึ่งประกอบด้วย การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED การติดตั้งระบบแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาเพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน ทั้งนี้บริษัทฯ มีแผนที่จะพัฒนาและมอบรางวัลให้แก่ศูนย์จำหน่ายสินค้าที่สามารถลดการใช้พลังงานได้สูงสุด เพื่อเป็นต้นแบบในการดำเนินงานและส่งเสริมให้พนักงานร่วมอนุรักษ์การใช้พลังงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงานสู่ความยั่งยืน

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก



พลังงานทดแทนใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์

สืบเนื่องจากการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตและความต้องการในการใช้พลังงานเพิ่มขึ้น และก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงขึ้น เกินระดับที่ยั่งยืน นำมาซึ่งปัญหาละอองลอยที่เกี่ยวเนื่องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และถือเป็นความเสี่ยงต่อบริษัทต่าง ๆ รวมถึงแม็คโคร เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพาธรรมชาติในการจัดหาวัตถุดิบคุณภาพดีเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

ผลการดำเนินงานโดดเด่นด้านการบริหารจัดการ ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



เป้าหมายการลดความเข้มข้น การปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปี 2560

1.325 แมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

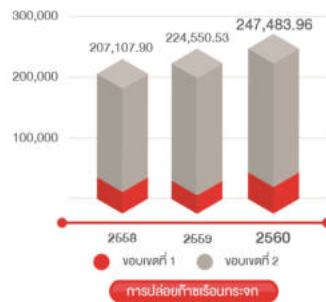


บริษัทฯ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปี 2560 ได้

3,951,218.8

แมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

(แมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



makro
คู่คิดธุรกิจคุณ



ในปี 2557 แม็คโครร่วมกับบริษัท NextGen Compliance เพื่อลดความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ในปี 2557 แม็คโครได้รับการรับรองการลดคาร์บอนจาก องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

โลกพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง ส่งผลให้บริษัทต่าง ๆ มีความต้องการใช้พลังงานเพิ่มสูงขึ้นในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองต่ออุปสงค์ของผู้บริโภค ในปัจจุบันพลังงานส่วนใหญ่มาจากแหล่งทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป เช่น ถ่านหินและก๊าซธรรมชาติ และการเผาไหม้เชื้อเพลิงยังเป็นส่วนหนึ่งในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งรวมไปถึงการเกิดเหตุภัยพิบัติอย่างรุนแรงที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการผลิตอาหารและคุณภาพอาหาร

บริษัทฯ ตระหนักถึงโอกาสจากการดำเนินธุรกิจเพื่อส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งครอบคลุมถึงห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ทั้งนี้ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ในปี 2560 จากศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร 123 แห่ง และศูนย์กระจายสินค้า 4 แห่งทั่วประเทศไทยเท่ากับ 247,484 แมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์ อย่างไรก็ตามในปี 2560 ศูนย์กระจายสินค้าแม็คโครสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 10,538 แมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์ และตั้งเป้าหมายที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 11,000 แมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์ในปี 2561 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แม็คโครได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเน้นในส่วนการดำเนินงานด้านการขนส่งสินค้าและบรรจุภัณฑ์

โครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการขยาย ศูนย์ถนนเบอร์ดส์และการบริหารจัดการรถขนส่งสินค้า เทียบกลับ (BACKHAUL)

ในฐานะผู้ประกอบการค้าปลีกอาหารและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารให้แก่ผู้ประกอบการและลูกค้าทั่วประเทศ ส่วนหนึ่งของ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกมาจากการใช้เชื้อเพลิงในการขนส่งสินค้า ในแต่ละปีบริษัทฯ ขนส่งสินค้าโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 40 ฟุต ประมาณ 80,000 ตู้ เทียบกับก่อนปี 2558 บริษัทฯ ปล่อยก๊าซเรือนกระจกเท่ากับ 54,910 แมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า อย่างไรก็ตามเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ด้านการขนส่งในระหว่างปี 2556 ถึง ปี 2560 โดยกำหนดให้ใช้ตู้คอนเทนเนอร์ขนาดระหว่าง 40 - 45 ฟุต บริษัทฯ จึงได้ลงทุนเป็นจำนวนเงิน 361 ล้านบาทเพื่อขยายขนาดตู้คอนเทนเนอร์จำนวน 405 ตู้มาเป็นขนาดเท่ากับ 45 ฟุต สำหรับขนส่งสินค้าทั่วประเทศ ซึ่งช่วยให้บริษัทฯ สามารถขนส่งสินค้าต่อเที่ยวได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้จำนวนเที่ยวขนส่งสินค้าลดลงกว่า 14,000 เที่ยวต่อปี ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 10,538 แมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปีหรือเท่ากับลดค่าใช้จ่าย 18 ล้านบาทประหยัดเงินได้ 92 ล้านบาทต่อปี จากความสำเร็จดังกล่าว บริษัทฯ จึงมุ่งขยายขอบเขตโครงการโดยเพิ่มตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 45 ฟุตอีก 30 ตู้ในปี 2561

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ดำเนินโครงการการบริหารจัดการรถขนส่งสินค้าเทียบกลับ (Backhaul) โดยควบคุมกิจกรรมการขนส่งสินค้าให้ถูกค่ากับการรับสินค้าเพื่อให้สร้างความมั่นใจว่ารถบรรทุกของบริษัทฯ จะไม่มีการเดินทางกลับรถเปล่าๆ โดยไม่มีสินค้าอยู่ในตู้คอนเทนเนอร์ อีกทั้งโครงการดังกล่าวยังช่วยยกระดับประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าภายในธุรกิจ 7-11 ให้แก่ผู้ค้าแม็คโครและบริษัทลูกในเครือเจริญโภคภัณฑ์อีกด้วย



มุ่งสู่การเป็นที่รักในท้องถิ่น

60 การสร้างผลลัพธ์ที่ดีต่อสังคม

การสร้างผลลัพธ์ที่ดีต่อสังคม



GRI 102-12, GRI 201-1, GRI 413-1



บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างสูงกับหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคม และตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างผลกระทบเชิงบวกจากการดำเนินธุรกิจ พร้อมยกระดับคุณภาพชีวิตผ่านการดำเนินงานกิจกรรมเพื่อสังคมและการส่งเสริมด้านการศึกษา ควบคู่ไปกับการรักษาองค์ความรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น และการส่งเสริมด้านศาสนา โดยบริษัทฯ นำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการขององค์การสหประชาชาติมาเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต



พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

เพื่อดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทฯ มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนที่อยู่โดยรอบและสังคม ในปี 2560 บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาสังคมหลากหลายรูปแบบในทุกสาขาของเม็คโคร เพื่อมีส่วนช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วโลก



"100 สาขา 100 ชุมชน"

ในปี 2560 บริษัทฯ ดำเนินโครงการ "100 สาขา 100 ชุมชน" ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้พนักงานทุกสาขาทั่วประเทศร่วมกันทำความดีสาธารณะ 1 เรื่องเพื่อพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ในปีนี้ บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมทำความดีทั้งสิ้น 6 เรื่อง โดยมีพนักงานกว่า 5,000 คนร่วมทำกิจกรรมเพื่อตอบแทนชุมชนที่ให้การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอด 28 ปีที่บริษัทฯ กำหนดกิจกรรมทำความดีโดยพิจารณาจากลักษณะที่ดีทางภูมิศาสตร์ของแต่ละสาขาและความต้องการของชุมชน ตัวอย่างกิจกรรมในปี 2560 คือ แม็คโครร่วมกับหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นในการจัดอบรมและเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการร้านค้าปลีกให้แก่ผู้ประกอบการโชห่วยทั่วประเทศ



แม็คโคร มีคนดีใจห่วย

โครงการของบริษัทฯ ที่เป็นที่รู้จักมากที่สุดคือ แม็คโคร มีคนดีใจห่วย ซึ่งเป็นรูปแบบที่ใช้เผยแพร่องค์ความรู้เชิงลึกและถ่ายทอดประสบการณ์ในธุรกิจค้าปลีกของแม็คโครที่สั่งสมมานานกว่า 28 ปี เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกและลูกค้าที่สนใจ โดยบริษัทฯ ดำเนินโครงการดังกล่าวอย่างต่อเนื่องกว่า 10 ปี และช่วยสนับสนุนการประกอบธุรกิจของลูกค้ากว่า 39,000 คนในแต่ละปี



“

พัฒนาศักยภาพ ร้านโชห่วยไทย
คือเป้าหมายของเรา

”

makro
คู่ชีวิตธุรกิจคุณ

โครงการแม็คโคร มีคนดีใจห่วย ช่วยสนับสนุนให้ลูกค้าที่สนใจมีความรู้เกี่ยวกับการจัดการร้านค้าปลีกในทุกระดับ ครอบคลุมตั้งแต่ความรู้พื้นฐานสำหรับลูกค้าที่มีความรู้และประสบการณ์เล็กน้อย ไปจนถึงความรู้เชิงลึกสำหรับลูกค้าที่มีความรู้และประสบการณ์ ซึ่งมีจะมองหาแนวทางในการพัฒนาความหลากหลายของสินค้าและบริการใหม่ ๆ มานำเสนอให้แก่ลูกค้า โดยมีหัวใจครอบคลุมตั้งแต่การเลือกทำเลที่ตั้งร้าน จนถึงการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง และในปี 2560 จำนวนลูกค้าเข้าร่วมโครงการแม็คโคร มีคนดีใจห่วยเพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการดำเนินโครงการเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลและองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการร้านค้าปลีกอย่างชัดเจน



นอกจากการดำเนินโครงการแม็คโคร มีคนดีใจห่วยแล้ว ในปี 2560 แม็คโครได้จัดให้มีการจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านค้าปลีกไทยในหลายภูมิภาคของประเทศได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดลำปาง และจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยได้รับความนิยมนจากผู้ประกอบการร้านค้าปลีกท้องถิ่น หน่วยงานราชการ และผู้เชี่ยวชาญการประกอบธุรกิจค้าปลีกเข้าร่วมฝึกอบรมในครั้งนี้ นอกจากนี้ ในปี 2560 ยังมีนักเขียนกว่า 4,000 คนจากทั่วประเทศเข้าร่วมการฝึกอบรมอีกด้วย ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก ตั้งแต่การเลือกทำเลที่ตั้ง การเลือกสินค้า การขายสินค้า การกำหนดราคาสินค้า การตกแต่งร้าน การส่งเสริมการขาย การจัดการคลังสินค้า และการสร้างความแตกต่าง

นับจากปี 2560 แม็คโครมีแผนที่จะขยายขอบเขตโครงการแม็คโคร มีคนดีใจห่วยเพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าผู้ประกอบการมีความรู้และข้อมูลด้านการจัดการร้านค้าปลีกมากขึ้น รวมถึงการจัดสัมมนาเป็นประจำทุกเดือนที่ศูนย์แม็คโครมีคนดีใจห่วยที่สาขาสถาพรทวีร นอกเหนือจากการให้บริการความรู้การจัดการร้านค้าปลีกให้แก่ผู้ที่สนใจเป็นประจำทุกวัน

จากการสังเกตการณ์บริษัทฯ พบว่าคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจกับการสัมมนามากขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนรุ่นใหม่เริ่มให้ความสนใจในธุรกิจค้าปลีกเพิ่มขึ้น ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้ริเริ่มกิจกรรมการแข่งขัน “ทายาทโชห่วย” ในงาน “ตลาดนัดใจห่วย” ซึ่งจัดเป็นประจำทุกปีเพื่อช่วยจุดประกายเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพและความรู้ด้านการจัดการร้านค้าปลีกให้กับคนรุ่นใหม่

งานตลาดนัดโฮฟ่วยและงานมหกรรมครบเครื่องอาหารและอุปกรณ์

บริษัทฯ จัดงานตลาดนัดโฮฟ่วยและงานมหกรรมครบเครื่องอาหารและอุปกรณ์เป็นประจำทุกปีต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 และ 12 ตามลำดับ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชี้แนะแนวโน้มและทิศทางธุรกิจและแนวทางการปฏิบัติในธุรกิจค้าปลีกและอาหาร การให้ความรู้และประสบการณ์แก่ลูกค้าผู้ประกอบการ ตลอดจนจุดประกายแนวคิดสร้างสรรค์และแนะนำอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในธุรกิจนี้ รวมถึงการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ อีกทั้งยังช่วยสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าผู้ประกอบการ อันเป็นก้าวสำคัญสู่การเป็นผู้คิดธุรกิจคุณ

อีกหนึ่งงานที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปี 2560 คือ งาน "มหกรรมครบเครื่องอาหารและอุปกรณ์ ครั้งที่ 12" ซึ่งจัดขึ้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้แนวคิด "เพิ่มมูลค่าธุรกิจด้วยแนวคิดสร้างสรรค์" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างมูลค่าธุรกิจผ่านแนวคิดสร้างสรรค์เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน ประกอบด้วยกิจกรรมแข่งขันปรุงอาหารเหนือชิงแชมป์ประเทศไทย พร้อมถ้วยรางวัลประทานจากพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี พระวรราชทินนิตยมาตุ การนำเสนอและสาธิตนวัตกรรมและนวัตกรรมอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และจัดเลี้ยง เพื่อจุดประกายความคิดในการทำธุรกิจ นอกจากนี้ยังมีการอบรมเชิงปฏิบัติการในหลากหลายหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการจัดการร้านค้าปลีกให้แก่ผู้ประกอบการอีกด้วย



“
แม็คโครสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ
ค้าปลีกท้องถิ่นเติบโตอย่างยั่งยืน
”

นอกจากนี้แม็คโครยังได้ริเริ่มจัดงาน "ตลาดนัดโฮฟ่วย" ขึ้นครั้งแรกในปี 2549 ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานรวมแล้วกว่า 250,000 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อย "โฮฟ่วย" ซึ่งถือเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการผลักดันการเติบโตของเศรษฐกิจไทย และในปี 2560 แม็คโครจัดงาน "ตลาดนัดโฮฟ่วย ครั้งที่ 9" ขึ้นเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยตระหนักและเข้าใจถึงแนวโน้มของธุรกิจค้าปลีกยุคใหม่ เทคโนโลยีใหม่ ๆ และพฤติกรรมของลูกค้าและผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทฯ ได้ให้คำปรึกษาและแนวทางการบริหารจัดการเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกรายย่อยเติบโตอย่างยั่งยืนอีกด้วย



แม็คโครสนับสนุนนโยบายตลาดประชารัฐ



โครงการประชารัฐ เป็นโครงการที่ริเริ่มโดยรัฐบาล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของภาคประชาชนและสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน โครงการนี้เป็นความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ 10 หน่วยงานเพื่อสร้างช่องทางจำหน่ายให้แก่ผู้ผลิตรายย่อยสำหรับขายผลิตภัณฑ์ในภาคอุตสาหกรรม

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าว อันเป็นช่องทางที่จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน โดยได้เข้าร่วมโครงการ "ตลาดประชารัฐไม่แค่ร่นเทรด" ด้วยการสนับสนุนจัดสรรพื้นที่บริเวณลานจอดรถของศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครเพื่อให้ผู้ผลิตท้องถิ่นได้มีโอกาสนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายโดยไม่คิดค่าเช่า ซึ่งในปี 2560 บริษัทฯ ได้ร่วมกิจกรรมตลาดประชารัฐ ใน 6 สาขา และตั้งเป้าหมายให้สาขาร่วมโครงการตลาดประชารัฐอย่างน้อย 5 สาขาเป็นประจำทุกปี



โครงการอื่น ๆ



กิจกรรมเพื่อสนับสนุนด้านการศึกษา

นอกจากการพัฒนาศักยภาพลูกค้าผู้ประกอบการและลูกค้าที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการแล้ว บริษัทฯ ยังตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมการศึกษาในระดับรากหญ้า ในปี 2560 บริษัทฯ ได้มอบทุนการศึกษาแก่นักเรียนผู้ด้อยโอกาสในชุมชนใกล้เคียงทั้งสิ้น 55 คน และบริษัทฯ มีแผนที่จะดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องในระยะยาวพร้อมทั้งกำหนดเกณฑ์การพิจารณาผู้สมัครที่ชัดเจน นอกจากนี้แม็คโครยังจะติดตามความก้าวหน้าด้านการเรียนของนักเรียนอย่างใกล้ชิด รวมถึงการประเมินผลการดำเนินโครงการทุนการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนต่อไป



โครงการช่วยเหลือผู้ประสบภัย

บริษัทฯ ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยในพื้นที่ประสบพิบัติภัยทั่วประเทศ โดยในปี 2560 บริษัทฯ ได้มอบเงินเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบเหตุอุทกภัยในจังหวัดสกลนครมากกว่า 300,000 บาท รวมถึงการเป็นศูนย์รวบรวมสินค้าบริจาคและสิ่งของ จากประชาชนทั่วประเทศเพื่อนำส่งให้แก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วมในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย



สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

68 การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์

การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์



GR 103-1, 103-2, 103-3



บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ทั้งกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ เช่น กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ โรงแรม (ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และจัดเลี้ยง) และกลุ่มลูกค้าทั่วไป ไปจนถึงกลุ่มลูกค้าทั่วไป ดังนั้นการสร้างความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าในเชิงลึกนั้นถือเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำมาซึ่งความเชื่อมั่นของลูกค้า บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะรักษาความสัมพันธ์ที่แนบแน่นกับลูกค้าทุกกลุ่มผ่านการดำเนินโครงการที่หลากหลาย

ผลการดำเนินงานด้านบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 2560

บริษัทฯ จัดทีมลูกค้าสัมพันธ์เพื่อทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในแต่ละศูนย์จำหน่ายสินค้าทุกราย ตลอดจนศึกษาความต้องการของลูกค้าเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายและการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างตรงจุด



การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทฯ ได้ให้บริการลูกค้านับเป็นหลายล้านราย โดยบริษัทฯ ได้จัดทีมบริหารลูกค้าสัมพันธ์ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการกระตุ้นให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการโดยใช้กระบวนการ **Customer Development** หรือการพัฒนาและพัฒนาเพื่อเพิ่มเป็นลูกค้าของบริษัทฯ ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมการเข้าถึงลูกค้าที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกวันเดือนเพื่อนำเสนอสิทธิพิเศษที่โปรแกรมสินค้าใหม่ที่มีแค่ครั้งเดียวให้ตอบโต้ความต้องการของลูกค้าแต่ละคน และติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย (ได้แก่ อีเมล โทรศัพท์ และช่องทางออนไลน์) การเข้าถึงลูกค้าในรูปแบบดังกล่าวนี้ช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจและความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างบริษัทฯ และลูกค้า เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจ ในปี 2561 บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะรักษาฐานในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญคือ ราคาและคุณภาพ ควบคู่ไปกับการพัฒนาการสื่อสารผ่านดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มและกระจายบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

โครงการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าต่อแบรนด์



บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยยึดถือลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าผู้ประกอบการและข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์เชิงลึก ผ่านการสำรวจความพึงพอใจและการทำสัมภาษณ์เชิงลึก (Focus Group) ทั่วไปบริษัทฯ จะได้ข้อมูลเชิงข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินโครงการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าผู้ประกอบการ ที่ให้บริการบริษัทฯ ได้พัฒนาระบบ **บัตรสมาชิก** สำหรับลูกค้า เพื่อตรวจสอบติดตามข้อมูลการขายและประเภทผลิตภัณฑ์ของลูกค้าเลือกซื้อ ซึ่งช่วยให้สามารถส่งโปรโมชั่นที่ตรงใจลูกค้า ตอบโจทย์ความต้องการได้ดียิ่งขึ้น นำมาซึ่งความพึงพอใจต่อการให้บริการของแม็คโคร โดยในปี 2561 บริษัทฯ มีแผนที่จะพัฒนาระบบสมาชิกให้เข้าใช้งานและยังอีกมากมาย

จากผลการสำรวจความจงรักภักดีของลูกค้ายผู้ประกอบการ ในปี 2560 พบว่า ช่องทางการติดต่อสื่อสารของบริษัทฯ ในปีปัจจุบันสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ โดยร้อยละ 60 เป็นการติดต่อผ่านลูกค้าสัมพันธ์ของแม็คโครศูนย์จำหน่ายสินค้า และ/หรือ ผ่านทางอีเมล นอกจากนี้ลูกค้าผู้ประกอบการยังประสงค์ที่จะติดต่อสื่อสารเพิ่มเติมผ่านช่องทางออนไลน์ (เช่น แม็คโครแอปพลิเคชัน โดยสามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับแม็คโครแอปพลิเคชันได้ในหน้าถัดไป) ซึ่งบริษัทฯ มีแผนที่จะขยายขอบเขตการมีส่วนร่วมกับลูกค้าผู้ประกอบการผ่านช่องทางออนไลน์ในปี 2561



นอกจากนี้ยังมีโครงการ "แม็คโครคลิก" ซึ่งช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัท ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกอาหารและร้านค้า ดังนี้ 1. ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกอาหาร: เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกอาหาร เช่น ผู้ประกอบการร้านโชห่วย และร้านค้าขนาดเล็ก โดยใช้โครงการดังกล่าวเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดปัจจุบัน 2. แม็คโคร: เป็นกลยุทธ์สำคัญ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าผู้ประกอบการ ผ่านการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกอาหารอย่างยั่งยืน โดยยังคงรักษามาตรฐานการขายไว้ นำมาซึ่งความจงรักภักดีของลูกค้า 3. ผู้ค้า: เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการร้านโชห่วย ส่งผลให้แบรนด์ของลูกค้าเป็นที่รู้จัก และได้ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น

เว็บไซต์แม็คโครคลิก (Makro Click) ซึ่งจัดตั้งขึ้นในปี 2558 เป็นเว็บไซต์ที่จับจองออนไลน์ที่อำนวยความสะดวกในการซื้อของให้กับลูกค้าผู้ประกอบการ ในปี 2560 แม็คโครเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการจัดส่งเป็นเวลา 6 เดือน ซึ่งบริการนี้ได้รับความนิยมอย่างมากจากลูกค้า และลูกค้ากว่าครึ่งเลือกใช้โปรโมชันจัดส่งสินค้าฟรี ทั้งนี้บริษัทฯ มุ่งเน้นพัฒนาการให้บริการผ่านเว็บไซต์แม็คโครคลิกอย่างต่อเนื่อง

การสำรวจความพึงพอใจลูกค้า

บริษัทฯ ยึดถือเอาความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Centric) และใช้ "แบบสำรวจความพึงพอใจ" ในการสัมภาษณ์ลูกค้า (ทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่) ในศูนย์จำหน่ายสินค้าที่เปิดใหม่ทุกแห่ง ครอบคลุมทั้งตอนเปิดสาขาใหม่ (Grand Opening Survey) และหลังจากการเปิดบริการแล้ว (Post Opening Survey) เพื่อสำรวจความต้องการของลูกค้าผู้ประกอบการ ตลอดจนวิเคราะห์โอกาสในการพัฒนาต่อไป จากผลการสำรวจในปี 2560 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในคุณภาพผลิตภัณฑ์แม็คโครโดยเฉพาะอาหารสด รองลงมาคือ ราคา และการให้บริการตามลำดับ โดยมีประเด็นด้านการจัดการคลังสินค้าเป็นประเด็นที่แม็คโครควรจะพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

ช่องทางบริการเรื่องร้องเรียน

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการดำเนินงานกลยุทธ์และโครงการใหม่เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้านั้น ไม่สามารถตอบทุกโจทย์ความต้องการได้ ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้จัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนสำหรับลูกค้า ตลอดจนเป็นช่องทางสำหรับใช้สื่อสารและแจ้งข้อมูลต่าง ๆ และเป็นการรับข้อห่วงใยเพื่อนำไปประกอบการปรับปรุงบริการของบริษัทฯ ช่องทางที่หลายท่านได้เคยลองศูนย์จำหน่ายสินค้า และช่องทางออนไลน์ได้แก่ เฟซบุ๊กและแม็คโครแอฟฟลิเคชัน โทรศัพท์ หรือ ไปรษณีย์ โดยในปัจจุบันช่องทางร้องเรียนที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการส่งมอบบริการปริมาณผลิตภัณฑ์ และคุณภาพผลิตภัณฑ์

การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ โดยในปี 2558 บริษัทฯ ได้พัฒนาแอฟฟลิเคชันมือถือตัวแรกคือ "แม็คโครแอฟฟลิเคชัน" ซึ่งเป็นช่องทางออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผู้ประกอบการโดยตรง เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ แจ้งเตือนข่าวและกิจกรรมของแม็คโคร ช่วยหาตำแหน่งศูนย์จำหน่ายสินค้าที่ใกล้ที่สุด ตลอดจนช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าผู้ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเพียงปลายนิ้วสัมผัส แม็คโครแอฟฟลิเคชัน ประกอบด้วย เทคโนโลยีการตรวจสอบย้อนกลับ (Makro i-Trace) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบรหัสกำกับสินค้า และประเทศที่ผลิตสินค้า ตลอดจนสร้างความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวผ่านกระบวนการผลิตที่น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และมีคุณภาพ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมความโปร่งใสในการดำเนินงานอีกด้วย ซึ่งบริษัทฯ มุ่งพัฒนาแม็คโครแอฟฟลิเคชันควบคู่ไปกับการพัฒนาช่องทางสื่อสารออนไลน์อื่น ๆ





ส่งเสริมศักยภาพบุคลากร

- 74 การพัฒนาทรัพยากรบุคคล
- 78 การดึงดูดและพัฒนา
ผู้มีความรู้ความสามารถ
- 82 การส่งเสริมการบริหารบุคลากร
และสิทธิมนุษยชน
- 85 อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

การพัฒนาทรัพยากรบุคคล



GRI 401-1 to 401-3 and GRI 404-1 to 404-3

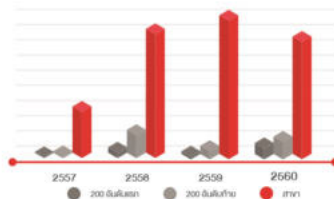


บริษัทที่มีความประสงค์จะบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ ล้วนต้องมีการสนับสนุนจากบุคลากรที่หลากหลายและมีความรู้ความสามารถ โดยบุคลากรที่มีคุณภาพจะช่วยเหลือเสริมให้บริษัทมีทักษะการแก้ปัญหาที่เหนือกว่าผู้อื่น และนำไปสู่การพัฒนา นวัตกรรมที่เป็นเลิศ การพัฒนาทรัพยากรบุคคลจึงเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยให้บริษัทเติบโตอย่างยั่งยืน เมื่อคราวที่ผ่านปี บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพของพนักงานเพื่อรับมือกับความท้าทายที่มาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจ รวมถึงช่วยให้พนักงานสนับสนุนครอบครัวและตนเองให้มีความสุขชีวิตที่ดี

ประมวลเหตุการณ์สำคัญด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ในปี 2560

* งานวิจัยพบว่า บริษัทต้องใช้เวลาใช้จำนวนระหว่างร้อยละ 50 หรือ 60 ของรายได้ของพนักงานต่อปีในการทดแทนพนักงานที่ลาออก*

makro
คู่คิดธุรกิจคุณ

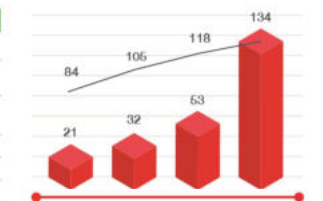


ข้อมูลปี 2557 - 2560

ตำแหน่ง	2557	2558	2559	2560
ผู้บริหาร	1,690	11,787	5,767	15,314
- 200 ขึ้นไป	4,573	32,101	10,947	23,244
ผู้บริหาร	4,263	43,888	16,754	38,558
สาขา	64,223	165,878	180,089	155,121
จำนวนทั้งหมด	70,846	207,766	196,843	193,679
MP	10,014	11,941	13,650	15,699
จำนวนทั้งหมด	7.04	17.40	14.69	14.14

	2557	2558	2559	2560
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม	20.25	35.46	32.43	35.25
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเมื่อเทียบกับยอดขาย	79%	-8%	1%	7%
จำนวนการฝึกอบรมต่อหัว	18.02	25.1	21	22.84
อัตราค่าจ้าง	51%	77%	64%	65%
การเติบโตของรายได้ 200	36.04	50.21	42.01	45.68
จำนวน	10,014	11,941	13,650	15,699
ค่าใช้จ่ายต่อคน	3,500	2,700	2,431	2,573

ค่าใช้จ่ายฝึกอบรมและการคืนเงินภาษี DSD



การจ้างงานบุคลากรคุณภาพเทียบกัน

ประเภทและขอบเขตของโครงการที่มีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มทักษะของพนักงาน

1. การฝึกอบรมพื้นฐานสำหรับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Basic Experience Specialist Tools (BESTs)) ซึ่งรวมถึงการฝึกอบรมในโครงการ (On-the-job training) และทักษะการสื่อสารเพื่อผู้จัดการ Fresh Food โดยเฉพาะ
2. การฝึกอบรมด้านความปลอดภัย
3. การฝึกอบรมด้านภาษาอังกฤษ
4. การฝึกอบรมด้านเทคนิคด้านค่าของพนักงาน
5. การฝึกอบรมด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
6. การฝึกอบรมด้าน TMI
7. การฝึกอบรมด้านการจัดการลูกค้า (Customer Development Management (CDM))
8. การฝึกอบรมแบบเก็ชชี
9. การฝึกอบรมเรื่องอาหารปลอดภัย
10. การฝึกอบรมเกี่ยวกับระบบการบริหารข้อมูลด้านทรัพยากรบุคคล (Human Resource Information System: HRIS) สำหรับพนักงานด้านทรัพยากรบุคคล
11. การฝึกอบรมเรื่องการพัฒนาบุคลากรในและนอกบริษัท
12. การฝึกอบรมเรื่องการพัฒนาบุคลากรในและนอกบริษัท
13. การฝึกอบรมด้านการพัฒนาบุคลากรในและนอกบริษัท
14. การให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการ Fresh Food ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
15. การฝึกอบรมในเชิงกลยุทธ์ (บุคคลากรด้วย ผลิตภัณฑ์ ปุ๋ยอินทรีย์ การทำบัญชีและการ จรรยาบรรณธุรกิจ และ การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน)
16. การฝึกอบรมด้านความปลอดภัย
17. การฝึกอบรมด้านระบบ
18. การฝึกอบรมด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย
19. การฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมาย
20. การฝึกอบรมด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (สำหรับพนักงานทั่วไป)
21. การฝึกอบรมผู้นำ (สำหรับผู้บริหารระดับ Top 200)

การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

การพัฒนาทรัพยากรบุคคลเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จภายใต้สภาวะเศรษฐกิจที่มีความแข่งขันสูง บริษัทที่จะดำเนินโครงการพัฒนาบุคลากรให้ได้ผลดีนั้นต้องสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีสำหรับพนักงาน ให้สามารถเรียนรู้ ให้ความคิดสร้างสรรค์ และนำความรู้และทักษะที่ได้มาใหม่ ๆ ไปประยุกต์ใช้ในงานของตนได้ในแต่ละวัน เหล่านี้จะต้องอาศัยการพัฒนาสภาพแวดล้อมการทำงานที่ครอบคลุมในทุกด้าน พร้อมทั้งส่งเสริมประโยชน์ต่อบริษัทในหลายเรื่องอาทิความพึงพอใจในการทำงานที่เพิ่มขึ้นของพนักงาน ผลประกอบการที่ดีขึ้น การสื่อสารกันระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงความสามารถในการทำให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข มีประสิทธิภาพ และมีความผูกพันกับองค์กร

บริษัทฯตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการโครงการพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ จึงมุ่งให้โอกาสพนักงานทุกคนเข้าร่วมการฝึกอบรมทางวิชาการอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อให้พนักงานปฏิบัติงานในส่วนของตนเป็นอย่างดีและสามารถแข่งขันได้ในเศรษฐกิจโลก ยิ่งไปกว่านั้นการจัดการโครงการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่ดีจะช่วยให้บริษัทเข้าใจความต้องการของพนักงานแต่ละคน รวมถึงเป้าหมายและประเด็นที่พนักงานให้ความสำคัญ ทั้งจะช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจร่วมกันระหว่างบริษัทฯ และพนักงาน และเป็นส่วนสนับสนุนให้แม่เหล็กดึงดูดเป้าหมายของการเป็นผู้ประกอบการที่พนักงานประสงค์ที่จะเลือกทำงานด้วย ภายในปี 2565

บริษัทฯ ดำเนินโครงการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่สำคัญในเชิงกลยุทธ์หลายโครงการ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนจะมีทักษะที่เหมาะสมสำหรับเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยการพัฒนาเช่นนี้จะช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีและความพอใจในหน้าที่การงานของพนักงาน อันจะนำไปสู่การเติบโตที่ยั่งยืนควบคู่ไป กับบริษัทฯ แม่เหล็กประยุกต์ใช้แนวทางการฝึกอบรม “Just-in-Time” ซึ่งมุ่งให้ความรู้ ทักษะ และความสามารถ (Knowledge, Skills, Abilities: KSAs) ที่ทันสมัยและเหมาะสมให้กับพนักงาน เพื่อนำไปใช้ในการบรรเทาความเสียหายและแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่อาจจะปรากฏขึ้น

การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ในปี 2560 บริษัทฯ ได้ลงทุนเป็นจำนวนมากกว่า 35,242,000 บาท ในการพัฒนาโครงการ 21 โครงการหลักที่มุ่งเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และความสามารถของพนักงาน โครงการเหล่านี้ครอบคลุมการฝึกอบรมสำหรับพนักงานในทุกกระดับของบริษัทฯ ทั้งในสำนักงานใหญ่และสาขา เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนจะมีศักยภาพพอที่จะก้าวทันการแข่งขันในตลาด ในปี 2560 พนักงานบริษัทฯ ได้ฝึกอบรมเฉลี่ย 14.4 ชั่วโมงต่อคนต่อปี ในการคัดเลือกหลักสูตรฝึกอบรม บริษัทฯ พิจารณาจากความสนใจของพนักงาน ทักษะและความรู้ความสามารถที่ต้องใช้ในการปฏิบัติงาน รวมถึงแนวโน้มด้านตลาด เพื่อให้มั่นใจว่าทุกสิ่งที่มีพนักงานศึกษาไปจะสามารถนำไปใช้ได้จริงในธุรกิจจริง นอกจากนี้ แผนการพัฒนาส่วนบุคคล (Individual Development Plan: IDP) สำหรับผู้บริหารระดับสูง (ในกลุ่ม Top 200) เป็นส่วนช่วยกำหนดหลักสูตรที่เหมาะสมและเพื่อให้การฝึกอบรมมีประสิทธิภาพสูงสุด

makro
คู่คิดธุรกิจคุณ

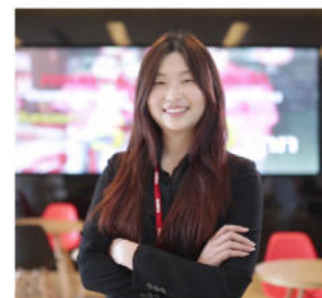
บริษัทฯ ประเมินความผูกพันของพนักงานผ่าน “แบบสำรวจความผูกพันของพนักงาน” (Employee Engagement Survey) ซึ่งได้ริเริ่มเป็นครั้งแรกในปี 2560 บริษัทฯ ได้ทำการสำรวจพนักงานเกือบ 7,000 คนในทุกระดับ เพื่อเข้าใจประเด็นต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ และระบุโอกาสในการพัฒนาการดำเนินงานให้ดีขึ้น จากผลการประเมินพบว่าร้อยละ 59 ของพนักงานทั้งหมดพอใจกับทางเลือกด้านการเรียนรู้และพัฒนาที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการซึ่งอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยของประเทศไทย และของธุรกิจค้าปลีกในภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) ทั้งนี้บริษัทฯ จะนำผลการประเมินไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานให้เหมาะสมขึ้นในอนาคต และจะติดตามแผนปฏิบัติการปรับปรุงอย่างใกล้ชิด รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของผลลัพธ์ที่ได้จากแบบสำรวจความพึงพอใจของพนักงานในอนาคต

พนักงานที่เข้าร่วมโครงการได้ให้การตอบรับที่ดี เห็นได้จากปี 2560 พนักงานทุกคนที่เข้าร่วมโครงการได้เข้ามาเป็นพนักงาน และมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องผ่านการสรรค์สร้างนวัตกรรมแก้ปัญหา เพื่อรักษาแนวโน้มที่ดีของการพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ที่มีความสามารถ ซึ่งมีศักยภาพในการสร้างสรรค์ และสามารถนำพาให้บริษัทฯ ก้าวผ่านอุปสรรคทางเศรษฐกิจ บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่จะสรรหาผู้นำ “Young Talent” ให้ได้ 100 คนภายในปี 2564

กลยุทธ์สร้างคนให้เติบโต “GROW OUR PEOPLE FOR GROWTH”

นับตั้งแต่ปี 2559 บริษัทฯ ได้เปิดตัวกลยุทธ์พัฒนาบุคลากรที่เน้นการพัฒนาทักษะการเป็นผู้นำผ่านแนวทาง “สร้างคนให้เติบโต” หรือ “Grow our People for Growth” บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาผู้นำจากภายในองค์กร โดยในปี 2560 ร้อยละ 69 ของพนักงานบริษัทฯ เข้ารับตำแหน่งที่เติบโตภายในองค์กร ซึ่งบริษัทฯ ได้ปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่องเพื่อขยายผลประโยชน์ให้ครอบคลุมพนักงานทุกคน ทั้งนี้ เป็นการสนับสนุนผู้มีความสามารถรุ่นใหม่ และเป็นการช่วยให้พนักงานทุกคนบรรลุเป้าหมายส่วนตัวและเป้าหมายทางอาชีพ

ในปี 2559 นับเป็นจุดเริ่มต้นของโครงการ Young Talent เพื่อหาตัวเด่นรุ่นต่อไปที่มีศักยภาพที่จะขึ้นเป็นผู้ปุ่นรุ่นใหม่ของบริษัทฯ โครงการสรรหานักศึกษาจบใหม่มาความสามารถทั้งนักศึกษาไทยและต่างชาติเพื่อพัฒนาให้เป็นผู้นำรุ่นใหม่ถือเป็นการเตรียมความพร้อมในการขยายธุรกิจไปต่างประเทศ โดยมีการอบรมทักษะความสามารถตามสายงานในหลายหน่วยงาน และการแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี ส่งเสริมการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงาน และนวัตกรรมแก้ปัญหา ผู้เข้าร่วมโครงการแบ่งออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ เพื่อนำพาบริษัทฯ สู่อนาคตที่ยั่งยืน ในปี 2560 พนักงานรวมทั้งหมด 4 รุ่น 19 คน ได้เข้าร่วมโครงการเป็นเวลา 4-6 เดือน ผ่านการเรียนรู้ในรูปแบบห้องเรียนและการฝึกอบรมขณะทำงาน (on-the-job training) ทั้งนี้บริษัทฯ ปรับปรุงแต่ละโครงการให้เข้ากับความต้องการของพนักงานที่เข้าร่วมแต่ละรุ่น และให้โอกาสการเรียนรู้ที่หลากหลาย



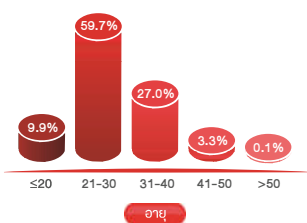
ในปี 2558 บริษัทฯ ได้จัดตั้งแผนกพัฒนาทักษะโดยเฉพาะเพื่อให้อีกาสพนักงานทุกคนพัฒนาอาชีพของตน และที่สำคัญได้ส่งมอบโครงการพัฒนา 21 โครงการเป็นหลัก ภายในปี 2561 แม่เหล็กดึงดูดเป้าหมายที่จะพัฒนาริธีการประเมินผลจากการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบถึงกำหนดตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง

การคิดและพัฒนาผู้มีความรู้ความสามารถ



อัตราการจ้างงาน

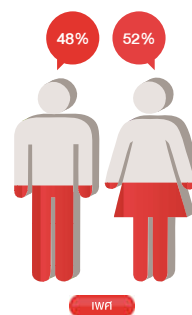
การจ้างงานของแม็คโคร
พนักงาน 5,490 คน



อัตราการจ้างงานจำแนกตามอายุ

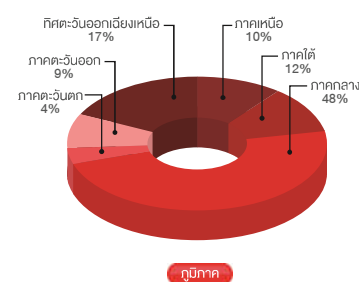
อายุ	จำนวน	%
≤20	542	9.9%
21-30	3,278	59.7%
31-40	1,483	27.0%
41-50	183	3.3%
50+	4	0.1%

makro
ผู้คิดธุรกิจคุณ



อัตราการจ้างงานจำแนกตามเพศ

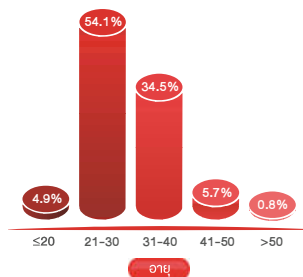
เพศ	จำนวน	%
ผู้หญิง	2,881	52%
ผู้ชาย	2,609	48%



อัตราการจ้างงานจำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	%
ภาคเหนือ	551	10%
ภาคใต้	650	12%
ภาคกลาง	2,610	48%
ภาคตะวันออก	245	4%
ภาคตะวันตก	516	9%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	918	17%

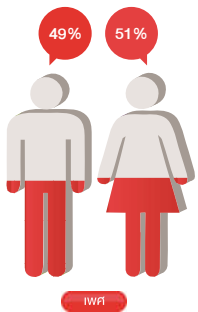
อัตราการลาออก
พนักงาน 4,573 คน



อัตราการลาออกจำแนกตามอายุ

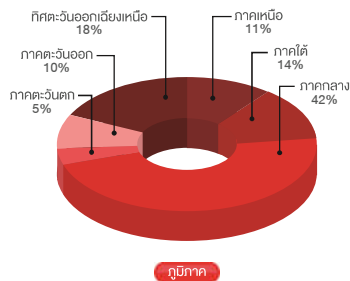
อายุ	จำนวน	%
≤20	222	4.9%
21-30	2,474	54.1%
31-40	1,577	34.5%
41-50	262	5.7%
50+	38	0.8%

อัตราการลาออก



อัตราการลาออกจำแนกตามเพศ

IWศ	จำนวน	%
ผู้หญิง	2326	51%
ผู้ชาย	2247	49%



อัตราการลาออกจำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	%
ภาคเหนือ	495	11%
ภาคใต้	622	14%
ภาคกลาง	1928	42%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	232	5%
ภาคตะวันออก	469	10%
ภาคตะวันตก	827	18%

การดึงดูดและรักษานักงาน

ด้วยความหลากหลายและความซับซ้อนที่เพิ่มขึ้นของตำแหน่งงานที่มีอยู่ในตลาด การดึงดูดบุคลากรที่เหมาะสมไม่ได้เป็นเรื่องที่ง่ายเสมอไป ดังนั้น บริษัทต่าง ๆ จึงต้องพัฒนาโครงการดึงดูดรักษานักงานที่มีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ใช้โครงการ Young Talent เป็นกลไกที่ใช้ในการดึงดูดและสร้างผู้มีความรู้ในการเป็นผู้นำในอนาคต ซึ่งดำเนินการผ่านการฝึกอบรมร่วมกับหลายแผนกอย่างเข้มงวด และโครงการส่วนบุคคลที่ได้รับการสนับสนุนจากประธานกรรมการบริษัทฯ โครงการนี้ส่งมอบโอกาสให้พนักงานพัฒนาทักษะที่ยืดหยุ่นด้านการเป็นผู้ประกอบการเป็นโอกาสที่ไม่เหมือนใคร อีกทั้งยังช่วยให้นักงานจัดแนวทางการพัฒนาอาชีพที่ชัดเจน ส่งผลให้พนักงานทุกคนที่เข้าร่วมโครงการยังทำงาน กับบริษัทฯ ต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดทำชุดโครงการพัฒนาทักษะ (Capabilities Development Programs) เพื่อช่วยพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถและมีทักษะที่ดีผูกพันกับบริษัทฯ และช่วยนำพาบริษัทฯ ไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ที่ไม่มีกลยุทธ์การดึงดูดและรักษานักงานที่มีประสิทธิภาพมักจะมีอัตราการลาออกของพนักงานสูง ซึ่งทำให้บริษัทสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้และมีคุณค่า และไม่สามารถสืบทอดความรู้ไปยังพนักงานรุ่นต่อไปได้ ทั้งนี้ส่งผลให้บริษัทต้องใช้ทั้งค่าใช้จ่าย เวลา และทรัพยากรมากขึ้นในการพัฒนาคุณภาพของพนักงานในปี 2560 อัตราการลาออกของพนักงานอยู่ที่ร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับบริษัทอื่น ๆ ในภาคธุรกิจการค้าปลีกแล้ว บริษัทฯ เป็นหนึ่งในบริษัทที่มีอัตราการลาออกของพนักงานที่ต่ำที่สุด ทั้งนี้บริษัทฯ ยังมีความมุ่งมั่นที่จะลดอัตราการลาออกของพนักงานโดยการกำหนดเป้าหมายอัตราการรักษานักงานไว้ที่ร้อยละ 5 ในปี 2561

เพื่อให้แม็คโครมีอัตราการรักษานักงานที่ดีขึ้น และเข้าใจสาเหตุของการลาออกของพนักงาน แผนกทรัพยากรบุคคลจะสัมภาษณ์พนักงานที่ขอลาออกเพื่อนำข้อมูลวิเคราะห์ในภายหลัง ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทฯ ได้ศึกษาการลาออกของพนักงานตามแต่ละกรณี เพื่อหาเหตุของการลาออกของแต่ละคน โดยผู้อำนวยการทรัพยากรบุคคลจะเป็นผู้พบพจนการวิเคราะห์กรณีการลาออกของพนักงาน และนำข้อมูลเข้าไปปรับปรุงกลยุทธ์บริษัทฯ เพื่อให้กลยุทธ์การรักษานักงานของแม็คโครให้ดีขึ้นตามลำดับ

การส่งเสริมการบริหารบุคลากร และสิทธิมนุษยชน



GRI 412-1, GRI 412-2



การปฏิบัติต่อแรงงาน หมายถึงนโยบายต่าง ๆ ที่บริษัทกำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการคัดเลือกพนักงาน การปฏิบัติต่อพนักงาน และการตอบแทนพนักงานของตน บริษัทที่มีนโยบายการปฏิบัติต่อแรงงานที่ดีจะมีทรัพยากรบุคคลที่หลากหลายความสามารถ ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ดีเลิศ ผ่านความเข้าใจที่ลึกซึ้งซึ่งจะนำพาบริษัทไปสู่วิสัยทัศน์และแนวทางการแก้ปัญหาที่เป็นเลิศ ทั้งนี้บริษัทฯ ตระหนักดีถึงความสำคัญของพนักงานทุกคนและมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติต่อทุกคนด้วยการให้เกียรติและความเคารพ

การปฏิบัติต่อแรงงาน

การปฏิบัติต่อแรงงานที่ดีเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเป็นสิ่งที่ช่วยให้บริษัทกำหนดวัฒนธรรมองค์กรและมาตรฐาน การประพฤติปฏิบัติที่ดีของบริษัทที่มีในการปฏิบัติต่อพนักงาน ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ดีเลิศ ผ่านความเข้าใจที่ลึกซึ้งซึ่งจะนำพาบริษัทไปสู่วิสัยทัศน์และแนวทางการแก้ปัญหาที่เป็นเลิศ ทั้งนี้บริษัทฯ ตระหนักดีถึงความสำคัญของพนักงานทุกคนและมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติต่อทุกคนด้วยการให้เกียรติและความเคารพ

เนื่องจากพนักงานย้ายไปทำงานให้กับบริษัทที่มีแนวทางการปฏิบัติต่อแรงงานที่ดีกว่า ในกรณีนี้บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาแนวทางการปฏิบัติต่อแรงงานของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ตามแนวทาง Sustainability Roadmap 2020 และเม็คโคร 4.0 เป้าหมายที่ 6: การเป็นผู้ประกอบการที่พนักงานประสงค์ที่จะเลือกทำงานด้วย

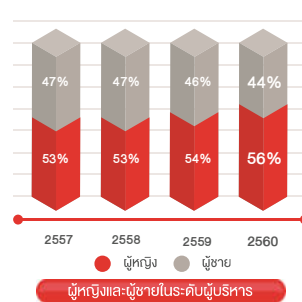
“การปฏิบัติต่อแรงงานที่ดีเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน”

บริษัทฯ เคารพสิทธิเสรีภาพของพนักงานในการรวมกลุ่มและเจรจาต่อรองภายใต้กรอบของกฎหมาย และสามารถบรรลุแนวทางการปฏิบัติต่อแรงงานที่ดีตลอดทั่วทั้งบริษัทผ่าน “คู่มือการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ” (“คู่มือ”) ซึ่งเป็นแนวทางการปฏิบัติต่อแรงงานของบริษัทที่โปร่งใส ยึดหลักความเคารพและยุติธรรมต่อพนักงาน สอดคล้องกับกฎหมายและกฎระเบียบในระดับท้องถิ่นคู่มือนี้ช่วยให้บริษัทสามารถป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนของพนักงานในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการปฏิบัติโดยมีข้อบ่งชี้หรือการกีดกันเสรีภาพส่วนบุคคล ตลอดจนถึงการเลือกปฏิบัติตามลักษณะส่วนบุคคล (เช่น อายุ เพศ ศาสนา สัญชาติ หรือข้อจำกัดทางกายภาพ) นอกจากนี้ คู่มือฯ ดังกล่าวยังส่งเสริมการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมกันตามความสามารถและความเหมาะสมของพนักงาน อีกทั้งทำให้มั่นใจได้ว่า พนักงานทุกคนจะได้รับการตอบแทนที่เป็นธรรมและเท่าเทียมกันตามที่กฎหมายกำหนด

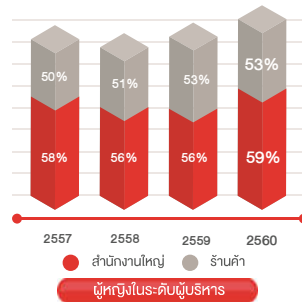
เพื่อให้มั่นใจว่าคู่มือฯ ถูกนำไปใช้ในการดำเนินงานภายในของบริษัทฯ ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ มีการจัดโปรแกรมอบรมพนักงานให้สอดคล้องกับคู่มือฯ เพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน โดยให้พนักงานใหม่ทุกคนผ่านการอบรมที่เกี่ยวข้องตั้งแต่วันแรกที่เริ่มทำงาน เพื่อนำไปประพฤติปฏิบัติในการทำงานของตน ปัจจุบันพนักงานสามในสี่ได้ผ่านการฝึกอบรมแล้วและยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ 100 เปอร์เซ็นต์ อันจะเป็นการป้องกันการกระทำผิดฐานละเมิดนโยบายและรักษามาตรฐานการปฏิบัติงานของบริษัทฯ



สัดส่วนผู้หญิงในระดับผู้บริหาร



ผู้หญิงและผู้ชายในระดับผู้บริหาร



ผู้หญิงในระดับผู้บริหาร

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ทำการประเมินความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement Survey) โดยอาศัยผู้ประเมินจากภายนอก การประเมินครอบคลุมพนักงานทุกคนจากสำนักงานใหญ่พนักงานในระดับผู้จัดการ (หรือสูงกว่า) ของแผนกร้านค้า และร้อยละ 50 ของพนักงานในระดับหัวหน้างานของแผนกร้านค้าและอื่น ๆ ทั้งนี้ อัตราการตอบแบบประเมินนี้อยู่ในระดับต่ำอันเนื่องมาจากการลาออกของพนักงาน (ผู้ที่สามารถประเมินได้คือทำงานกับบริษัทฯ มาอย่างน้อย 6 เดือน) ผลการประเมินในปี 2560 พบว่า อัตราความพึงพอใจโดยรวมของพนักงานอยู่ที่ร้อยละ 61 ซึ่งช่วยให้บริษัทฯ เห็นถึงผลการดำเนินงานในปัจจุบันพร้อมทั้งแนวทางการพัฒนาในอนาคต ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ริเริ่มใช้ช่องว่างในการดำเนินงานและพร้อมที่จะปรับปรุงเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานต่อไป บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสร้างระบบการกำกับดูแล พร้อมนำข้อมูลจากแบบประเมินของพนักงานมาพัฒนาแผนการปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มความผูกพันของพนักงานทั้งในระดับองค์กรและในระดับแผนก อาทิ การให้ผลตอบแทนและการยกย่องพนักงานที่มีผลงานดี การเลื่อนขั้นการเติบโตในสายงาน และการฝึกอบรมที่เหมาะสมกับความต้องการของพนักงาน โดยบริษัทฯ จะติดตามความก้าวหน้าและปรับปรุงแผนการปฏิบัติการดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

คะแนนความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร



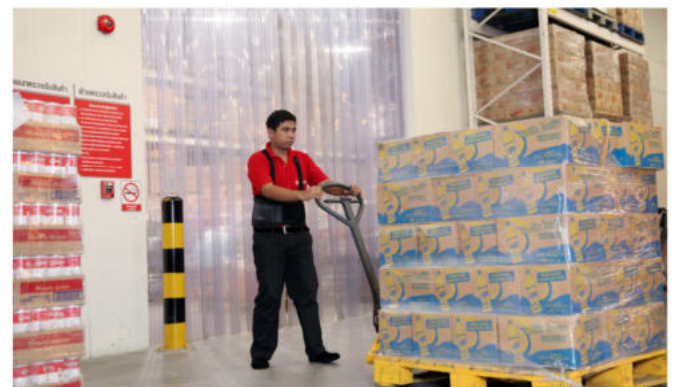
สิทธิมนุษยชน

สิทธิมนุษยชนเป็นมาตรการป้องกันและคุ้มครองระดับสากลที่ปกป้องสิทธิของบุคคลและกลุ่มใด ๆ จากการกระทำที่ละเมิดเสรีภาพขั้นพื้นฐานและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ บริษัทฯ ยึดมั่นในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกคนด้วยความเคารพและเป็นกลางโดยมีการดำเนินการที่สอดคล้องกับ “คู่มือการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ” (“คู่มือฯ”) ซึ่งเป็นแนวทางปองขึ้นให้บริษัทฯ และคู่ค้าหลีกเลี่ยงโอกาสการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกรูปแบบ ในทุกขณะที่ยุทธศาสตร์ของระดับใด บริษัทฯ มุ่งมั่นในการปรับปรุงนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ ให้ดียิ่งขึ้นไป พร้อมทั้งพัฒนามาตรฐานของบริษัทฯ ให้เทียบเท่ากับมาตรฐานสากล

“ในปี 2560 บริษัทฯ ได้เสร็จสิ้นกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ซึ่งจัดทำโดยการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในธุรกิจหลักของเรา”

ในปี 2560 บริษัทฯ ได้ดำเนินการกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างเข้มงวดของเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยได้มีการแต่งตั้งตัวแทนผู้รับผิดชอบในการดำเนินการประเมินดังกล่าวในทุกแผนก รวมถึงร้านค้าและศูนย์กระจายสินค้าของเรา การตรวจสอบนั้นครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ได้แก่ เด็ก กลุ่มเปราะบางในสังคม อาทิ ชนพื้นเมือง แรงงานต่างด้าว ผู้พลัดถิ่น ผู้รับเหมาก่อสร้าง และชุมชนท้องถิ่น การประเมินความเสี่ยงนี้มีวัตถุประสงค์ในการระบุโอกาสของการละเมิดสิทธิมนุษยชนในการปฏิบัติงานและในตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ และเพื่อเป็นการจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงต่อผู้มีส่วนได้เสียและต่อบริษัทฯ ผลลัพธ์ของการประเมินจะนำไปสู่แผนการปฏิบัติงานเพื่อลดโอกาสหรือความเสี่ยงที่จะละเมิดสิทธิมนุษยชน กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านมีการจัดทำในทุกปีอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในด้านความเคารพสิทธิมนุษยชนและลดโอกาสความเสี่ยงในการละเมิดที่อาจเกิดขึ้น

อาชญากรรมและความปลอดภัย



บริษัทฯ มุ่งมั่นอย่างเต็มที่ในการสนับสนุนการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัยสำหรับพนักงาน โดยบริษัทฯ จะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของพนักงานและลูกค้า

แม้การปฏิบัติต่อแรงงานที่ด้อยกว่าไปสู่การมีที่ทำงานที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกคน สิ่งนี้คงจะไม่เพียงพอในการส่งเสริมการทำงานที่มีประสิทธิภาพของพนักงาน ปัจจุบันมีพนักงานเป็นจำนวนมากที่ให้ความสนใจในเงื่อนไขนโยบายด้านอาชญากรรมและความปลอดภัยของบริษัทฯ อันเป็นสิ่งสำคัญที่จะมีผลต่อการคุ้มครองสุขภาพและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานที่ปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่มีความเสี่ยงและอันตราย สืบเนื่องจากความสนใจดังกล่าว บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีสถานประกอบการที่ปลอดภัย และมุ่งมั่นในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกคน พร้อมทั้งยังป้องกันพนักงานจากการบาดเจ็บต่าง ๆ

ผลการดำเนินงานต้นแบบด้าน ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ในปี 2560



วัฒนธรรมความปลอดภัยที่มั่นคง: นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม



ความปลอดภัย

บริษัทฯ จัดให้มีและดำรงไว้ซึ่งความปลอดภัยในสถานที่ทำงานให้กับพนักงานทุกคน โดยส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมและให้ผู้จัดการสาขารับผิดชอบในเรื่องความปลอดภัย บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อม ("SMART Safety") เพื่อจัดการและขับเคลื่อนเรื่องอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน นำไปสู่การลดการเกิดบาดเจ็บของพนักงาน ลูกจ้างและผู้รับเหมาในพื้นที่ดำเนินการบริษัทฯ ติดตามสถิติอัตราการบาดเจ็บจากการปฏิบัติงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost-time Injury Frequency Rate) เพื่อป้องกันและรักษาความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน อีกทั้งร่วมมือกับหน่วยงานที่สามเพื่อตรวจสอบสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับข้อกำหนดขั้นพื้นฐานที่ระบุตามกฎหมาย ตามโครงการประเมินความปลอดภัยของบริษัทฯ และประยุกต์ใช้โครงสร้างด้าน S.H.E. ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP-S.H.E. Model)



สุขภาพ

ด้วยตระหนักดีว่าสุขภาพที่แข็งแรงของบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ บริษัทฯ จัดทำโครงการส่งเสริมสุขภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการมีสุขภาพแข็งแรงและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การสร้างสถานที่ออกกำลังกาย วันกีฬา และการตรวจร่างกายประจำปีซึ่งครอบคลุมการตรวจร่างกายอย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อให้โครงการเหมาะสมสำหรับความต้องการของพนักงานทุกคน

ในแง่ของสภาพของสถานที่การทำงาน บริษัทฯ ได้ขอความร่วมมือจากผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบสภาพในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องอาชีวอนามัย และประเมินผลเพื่อตรวจสอบและควบคุมปัจจัยความเสี่ยงด้านสุขภาพ



สภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงาน

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยจะช่วยสนับสนุนความปลอดภัยและสภาพความเป็นอยู่ที่ดีของบุคลากรโดยรวม บริษัทฯ ติดตามควบคุมปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมการทำงาน เช่น แสงสว่าง เสียง และอุณหภูมิในสถานที่ทำงาน เพื่อให้มั่นใจว่าสภาพการทำงานนั้นอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานและเหมาะสมสำหรับพนักงาน

อาชีวอนามัยและความปลอดภัยเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับบริษัทที่กำลังมุ่งสร้างธุรกิจที่ยั่งยืน โดยเป็นทางที่บริษัทต่าง ๆ รวมทั้งแม็คโครมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติเพื่อรักษาความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานด้วยการนำเสนอและส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ทั้งนี้ การมีวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยในบริษัทจะช่วยให้เสริมสร้างความรู้สึกปลอดภัยให้แก่พนักงาน เพื่อนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตามบริษัทที่ละเลยการปฏิบัติตามนโยบายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยมีความเสี่ยงที่จะเกิดผลกระทบในวงกว้างหลาย เช่น อุบัติเหตุ การขาดแรงจูงใจของพนักงานในการทำงานและความรู้สึกไม่ปลอดภัยในการทำงาน เป็นต้น แม็คโครรับรู้ถึงบทบาทของบริษัทฯ อันสำคัญที่ควรรับผิดชอบดูแลพนักงานทุกคน (รวมถึง ผู้รับจ้าง) โดยสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและปกป้องสุขภาพส่วนบุคคลและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานทุกคนในทุกเมื่อ บริษัทฯ ได้แสดงความมุ่งมั่นอย่างชัดเจนในปี 2560 ผ่านการกำหนดปีที่เป็นปีของการเสริมสร้าง "วัฒนธรรมความปลอดภัย" โดยเน้นย้ำเรื่องความปลอดภัยในสาขาเป็นพิเศษ

บริษัทฯ มีนโยบาย "ความปลอดภัย สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม" (Safety, Health & Environment Policy) ซึ่งบังคับใช้ภายในองค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบขั้นพื้นฐานทุกประการ อีกทั้งกำหนดกฎเกณฑ์ด้านความปลอดภัยให้กับพนักงานทุกคน

“

กำหนดตัวชี้วัดด้านความปลอดภัย
ที่สอดคล้องกับพนักงาน ผู้รับเหมา
และลูกค้า

”

บริษัทฯ สนับสนุนให้พนักงานทุกคนใช้แนวคิด "ปลอดภัยไว้ก่อน" โดยใช้แนวปฏิบัติ "Think Incident Free (TIF)" ในการดำเนินงาน แนวปฏิบัติดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้พนักงานมีแผนการทำงานอย่างปลอดภัย จัดการปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ จัดเตรียมแผนปฏิบัติการไว้ให้พร้อมในกรณีที่มีอุบัติเหตุเกิดขึ้น และเตรียมพร้อมความรู้เกี่ยวกับวิธีจัดการที่มีประสิทธิภาพอย่างเหมาะสม พนักงานทุกคนต้องรับทราบถึงนโยบายนี้ตั้งแต่วันแรกของการทำงาน ซึ่งพนักงานทุกคนต้องเข้าใจหลักการฝึกอบรม เข้าใจและปฏิบัติตามนโยบายด้านความปลอดภัยขององค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าแนวคิดด้าน "TIF" นั้นจะถูกนำไปใช้ได้จริง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังกำหนดให้พันธมิตรทางธุรกิจด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล (Human Resource Business Partner: HRBP) เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบเรื่องการปฏิบัติตามนโยบายและกระบวนการเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลในทุกละดับ รวมถึงดูแลแผนกการพัฒนาคุณภาพบุคลากร ซึ่งทำงานด้านการฝึกอบรมพนักงาน โครงการฝึกอบรมที่อยู่ภายใต้การดูแลของแผนกนี้มีตัวอย่าง อาทิ การฝึกอบรมด้านนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม การฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร การพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงาน และการฝึกอบรมให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ เช่น E-commerce การฝึกอบรมเหล่านี้ช่วยให้บริษัทฯ รับรู้ถึงช่องว่างในการดำเนินงานด้านความปลอดภัยของบริษัทฯ ในรูปแบบเชิงรุก และนำไปแปลงเป็นโอกาสสำหรับบริษัทฯ และพนักงาน

makro
คู่คิดธุรกิจคุณ

ในปี 2560 บริษัทฯ ได้จัดทำดัชนีความปลอดภัย ("Safety Index") เพื่อวัดการดำเนินงานของพนักงานและผู้รับเหมาที่ (ก) สำนักงานใหญ่ (ข) สาขา และ (ค) ศูนย์กระจายสินค้า (รวมทั้ง DHL) ดัชนีนี้ประกอบด้วยตัวชี้วัดด้านความปลอดภัย เช่น อัตราการขาดงาน อัตราการบาดเจ็บ อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน รวมถึงอัตราการปฏิบัติตามกฎหมายและการตรวจสอบการทำงาน บริษัทฯ มีแผนที่จะขยายความครอบคลุมของดัชนีความปลอดภัยในปี 2561 เพื่อให้สอดคล้องกับดัชนีของเครือเจริญโภคภัณฑ์และมาตรฐานสากล

ดังที่กล่าวไว้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงระบบการรายงานตรวจสอบสถานการณ์ (Incident Investigation Report) จากระบบเอกสารเป็นระบบออนไลน์นับตั้งแต่ปี 2561 ซึ่งจะช่วยให้สามารถติดตามการดำเนินงานด้านความปลอดภัยให้สอดคล้องกันอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในกรณีที่ถูกดำเนินคดีหรือเรียนเกี่ยวกับสุขภาพหรือความปลอดภัย ผู้จัดการสาขาจะนำข้อมูลที่ดูแลหรือเรียนในลำดับแรก ซึ่งข้อมูลเรียนโดยส่วนใหญ่จะได้รับการจัดการอย่างละเอียดโดยในสาขาเป็นอันดับแรก แต่ในกรณีไม่สามารถจัดการได้ผู้จัดการสาขาจะส่งรายงานตรวจสอบสถานการณ์ไปยังสำนักงานใหญ่ภายใน 24 ชั่วโมง ทั้งนี้ ในกรณีที่มิได้มีการเกิดขึ้นในพื้นที่ปฏิบัติการของแม็คโคร นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม จะระบุวิธีการจัดการเหตุการณ์ให้พนักงานทราบอย่างชัดเจน และสำหรับกรณีที่เกิดขึ้นในสำนักงานใหญ่ พนักงานต้องรายงานเหตุการณ์อย่างรวดเร็วตามที่กำหนดในขั้นตอนการจัดการพื้นที่ปฏิบัติการของซีพี (CP Facility Management Procedure) ขอความช่วยเหลือ หรือแจ้งผู้ที่เกี่ยวข้อง

ดังที่กล่าวไว้ บริษัทฯ ได้ประกาศใช้นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจ บริษัทฯ ตระหนักเสมอว่าการขยายและเติบโตธุรกิจจะมากพร้อมกับความซับซ้อนของความเสี่ยงที่จะเพิ่มขึ้น นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ที่บริษัทฯ ใช้อยู่ในปัจจุบันเน้นไปที่เรื่องการจัดระเบียบพื้นที่ทำงานเป็นหลัก ทั้งนี้ไม่มีโฆษณาหรือสื่อส่งเสริมและนำมาซึ่งวัฒนธรรมความปลอดภัยที่แม็คโคร ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะพัฒนา "ปีแห่งการเรียนรู้สร้างวัฒนธรรมด้านความยั่งยืนด้าน S.H.E. และความปลอดภัย" ทั้งที่แม็คโคร ซึ่งเห็นได้จากแผนงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ของปี 2561 กิจกรรมหลักของแผนงานที่ได้ริเริ่มในปี 2561 และจะดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ได้แก่: การกำหนดให้ทุกสาขาจัดทำแผนงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยประจำปี 2561 การพัฒนาหลักสูตรทางออนไลน์ (E-learning) เพื่อพัฒนาวัฒนธรรมความปลอดภัยของพนักงาน ให้ดีขึ้น การตรวจสอบความปลอดภัยในทุกสาขา รวมถึงการจัดตั้งคณะกรรมการสุขภาพและความปลอดภัยเพื่อระบุและขอความช่วยเหลือจากเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยและจัดทำแผนการปรับปรุง ในขณะเดียวกัน บริษัทฯ จะปรับตัวชี้วัดด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมของ บริษัทฯ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเครือเจริญโภคภัณฑ์

นอกจากนี้ บริษัทฯ ตระหนักว่านโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม อาจจะไม่สามารถบังคับใช้จนครอบคลุมการประกอบกิจการของบริษัทฯ ดังนั้น จึงยินดีที่จะเลือกใช้กระบวนการประเมินด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของคู่ค้าธุรกิจ ตัวอย่างเช่น บริษัทฯ ได้ทำนโยบายความปลอดภัยของ DHL มาใช้ในศูนย์กระจายสินค้าของเรจินต้า



ในปี 2560 ร้อยละ 59 (67 สาขา) ของศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครได้บรรลุเป้าหมายของตัวชี้วัดด้านอัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost-time Injury Frequency Rate) สาขาที่เหลือยังมีอัตราการบาดเจ็บที่มากกว่าเป้าหมายกำหนด ทั้งนี้สาขาทุกสาขาจะปรับปรุงการดำเนินงานให้ดีขึ้นเพื่อลดเหตุการณ์การบาดเจ็บ



ในปี 2560 ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครทุกสาขาได้จัดการประชุมคณะกรรมการด้านความปลอดภัยตามที่กฎหมายกำหนด โดยคณะกรรมการได้ประชุมกันอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้งเพื่อขับเคลื่อนระบบการจัดการความปลอดภัย ทบทวนการกระทำและสภาพแวดล้อมที่ไม่ปลอดภัย รวมถึงเหตุการณ์บาดเจ็บที่เกิดขึ้น เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงการเกิดซ้ำในอนาคต คณะกรรมการทุกกลุ่มได้ระดมสมองและหาแนวทางความปลอดภัยของคณะกรรมการ เพื่อให้มั่นใจว่าการกระทำหรือการเกิดความปลอดภัย รวมถึงเหตุการณ์เกือบเกิดอุบัติเหตุ (Near-miss incident) จะได้รับการติดตามและควบคุม



ในปี 2560 บริษัทฯ ได้จัดการบรรยายเกี่ยวกับความปลอดภัยกับผู้จัดการฝ่าย (Store Section Manager: SGM) มากกว่า 107 คน เนื่องจากผู้จัดการสาขาได้รับการแต่งตั้งให้เป็นประธานคณะกรรมการด้านความปลอดภัย รับผิดชอบต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมความปลอดภัยขององค์กรและการสื่อสารข้อกำหนดของบริษัทด้านความปลอดภัยให้กับพนักงานในทุกระดับ



อัตราการบาดเจ็บของพนักงานแม็คโครในปี 2560

ประเภทของการบาดเจ็บ/อัตราการบาดเจ็บ	อัตราการบาดเจ็บต่อชั่วโมง	อัตราการบาดเจ็บจากการดำเนินงาน	อัตราการบาดเจ็บจากการดำเนินงาน	การเสียชีวิตจากการดำเนินงาน	ประเภท	เพศ
2.13	0	8.46	0.91	0	ไทย	ชาย และ หญิง
3.4	0	5.37	0.36	0	ไทย	ชาย
1.07	0	3.09	0.55	0	ไทย	หญิง

อัตราการบาดเจ็บของกลุ่มแรงงานแม็คโคร (ไม่รวมพนักงาน) ในปี 2560

ประเภทของการบาดเจ็บ/อัตราการบาดเจ็บ	การเสียชีวิตจากการดำเนินงาน	ประเภท	เพศ
3.15	0	ไทย	ชาย และ หญิง
3.9	0	ไทย	ชาย
2.3	0	ไทย	หญิง

ข้อมูลตัวชี้วัด GRI STANDARDS

UNIVERSAL STANDARDS

Global Reporting Initiative Standards	GRI Standard Titles	Chapters	Page	Remark/Omission	External Assurance	SDG Mapping
GRI 102-1	Name of the organization	About Makro	4			
GRI 102-2	Activities, brands, products, and services	About Makro	4			
GRI 102-3	Location of headquarters	About Makro	4			
GRI 102-4	Location of operations	About Makro	4			
GRI 102-5	Ownership and legal form	About Makro	4			
GRI 102-6	Markets served	About Makro	4			
GRI 102-7	Scale of the organization	About Makro	4			
GRI 102-8	Information on employees and other workers	About Makro	4			
GRI 102-9	Supply Chain	About Makro	4			
		Supply Chain Management	38			
GRI 102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	About Makro	4			
GRI 102-11	Precautionary principles or approach	Supply Chain Management	38			
GRI 102-12	External initiatives	Product Labelling & Marketing	29			
		Raw Material Sourcing	43			
GRI 102-13	Membership of associations	Please refer to company website at www.siammakro.co.th	-			
GRI 102-14	Statement from senior decision-maker	Message from the Chairman & Group Chief Executives Officer	2			
GRI 102-16	Values, principles, standards and norms of behavior	Corporate Governance	15			16, 17

Global Reporting Initiative Standards	GRI Standard Titles	Chapters	Page	Remark/Omission	External Assurance	SDG Mapping
GRI 102-18	Governance Structure	Corporate Governance	15			16, 17
GRI 102-40	Lists of stakeholder groups	About this Report	9			
GRI 102-41	Collective bargaining agreements	About this Report	9			
GRI 102-42	Identifying and selecting stakeholders	About this Report	9			
GRI 102-43	Approach to stakeholder engagement	About this Report	9			
GRI 102-44	Key topics and concerns raised	About this Report	9			
GRI 102-45	Entities included in the consolidated financial statements	About this Report	9			
GRI 102-46	Defining report content and topic boundaries	About this Report	9			
GRI 102-47	List of material topics	About this Report	9			
GRI 102-48	Restatements of information	About this Report	9			
GRI 102-49	Changes in reporting	About this Report	9			
GRI 102-50	Reporting period	About this Report	9			
GRI 102-51	Date of most recent report	About this Report	9			
GRI 102-52	Reporting cycle	About this Report	9			
GRI 102-53	Contact point for questions regarding the report	About this Report	9			
GRI 102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	About this Report	9			
GRI 102-55	GRI content index	GRI content Index	91			
GRI 102-56	External assurance	External Assurance	100-101			
GRI 302-1	Energy consumption within the organization	Energy Management	52		✓	7, 8, 11, 12, 13
GRI 302-2	Energy consumption outside the organization	Energy Management	52			7, 8, 11, 12, 13
GRI 302-3	Energy intensity	Energy Management	52		✓	7, 8, 11, 12, 13

Global Reporting Initiative Standards	GRI Standard Titles	Chapters	Page	Remark/Omission	External Assurance	SDG Mapping
GRI 302-4	Reduction of energy consumption	Energy Management	52			7, 8, 11, 12, 13
GRI 302-5	Reductions in energy requirements of products and services	Energy Management	52			7, 8, 11, 12, 13
GRI 305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	Energy Management	52		✓	7, 8, 11, 12, 13
GRI 305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	Energy Management	52		✓	7, 8, 11, 12, 13
GRI 305-4	GHG emissions intensity	Energy Management	52		✓	7, 8, 11, 12, 13
GRI 306-2	Waste by type and disposal methods	Waste Management	48		✓	6, 12, 14
GRI 308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	Supply Chain Management	38			12, 13, 14, 15
GRI 401-1	New employee hires and employee turnover	Human Capital Development	74			4, 5, 8, 10
GRI 401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	Human Capital Development	74			4, 5, 8, 10
GRI 401-3	Parental leave	Human Capital Development	74			4, 5, 8, 10
GRI 403-1	Workers representation in formal joint management-worker health and safety committee	Occupational Health & Safety	85		✓	
GRI 403-2	Types of injury and rate of injury, occupational disease, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	Occupational Health & Safety	85		✓	
GRI 404-1	Average hours of training per year per employee	Human Capital Development	74			4, 5, 8, 10
GRI 404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Human Capital Development	74			4, 5, 8, 10

Global Reporting Initiative Standards	GRI Standard Titles	Chapters	Page	Remark/Omission	External Assurance	SDG Mapping
GRI 404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	Human Capital Development	74			4, 5, 8, 10
GRI 412-1	Operations that have been subject to human rights review or impact assessments	Labor Practice	82			1, 5, 8, 10
GRI 412-2	Employee training on human rights policies or procedures	Labor Practice	82			1, 5, 8, 10
GRI 412-3	Significant investment agreements and contracts that include human rights clauses or that underwent human right screening	Labor Practice	82			1, 5, 8, 10
GRI 414-1	New suppliers that were screened using social criteria	Supply Chain Management	38			12, 13, 14, 15
GRI 416-1	Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	Food Safety & Quality	22			1, 2, 3, 12

สรุปประสิทธิภาพการดำเนินงานปี 2560

SUSTAINABILITY PERFORMANCE: ENVIRONMENT

GRI	Required Data	Unit	Summary				Remark
			2014	2015	2016	2017	
GRI 302-1	Energy Intensity						
	Stationary Combustion	GJ					
	Fossil fuels (Coal, oil, natural gas, etc.) purchased and consumed (for energy purposes)						
	- Bunker oil	GJ	-	-	-	-	
		Liter	-	-	-	-	
	- Diesel	GJ	2,465.66	3,047.38	3,506.21	3,591.01	
		Liter	67,700.81	83,673.19	96,271.67	98,599.85	
	- LPG	GJ	-	-	-	204.90	
		Kg	-	-	-	4,080.00	
	- Natural Gas	GJ					
		MMBTU					
	Total non-renewable energy purchased	GJ	864,913.91	1,043,927.85	1,184,763.85	1,250,896.92	
		MWh	240,253.86	289,979.96	329,101.07	347,471.37	
		tCO ₂ e	139,852.00	168,797.00	191,570.00	202,263.00	
	Total renewable energy consumption	GJ	0	0	68.54	60.73	
		MWh	0	0	19.04	16.87	
	- Solar Energy	GJ	-	-	68.54	60.73	
		MWh	-	-	19.04	16.87	
GRI 302-3	Energy Intensity	kWh	-	-	1.889	1.895	
GRI 302-4	Reduction of energy consumption	kWh					
GRI 303-3	Water						
	Water Consumption						
	Total water consumption	m ³	1,342,755.00	1,591,100.00	1,816,229.00	2,040,724.00	
	Total volume of fresh water consumption	m ³	1,342,755.00	1,591,100.00	1,816,229.00	2,040,724.00	

GRI	Required Data	Unit	Summary				Remark
			2014	2015	2016	2017	
GRI 305-1	GHG Emissions	tCO ₂ e					
	Direct (Scope 1) GHG emissions	tCO ₂ e					
	Operational Emissions	tCO ₂ e					
GRI 305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions						
	GHG Emission from Grid Electricity	tCO ₂ e					
GRI 305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	tCO ₂ e					
GRI 306-1	Effluents and Waste						
	Wastewater discharge by quality and destination	m ³					
	Volume of wastewater discharged	m ³	1,074,204.19	1,272,880.10	1,452,983.21	1,632,579.07	
GRI 306-2	Waste by type and disposal method						
	Non-hazardous Waste Disposal Method						
	Composting (Fresh Food)	Metric Ton	-	27.30	46.75	45.60	
	Quantify to Landfill	Metric Ton	-	7,155.00	14,595.15	18,254.06	

สรุปประสิทธิภาพการดำเนินงานปี 2560

SUSTAINABILITY PERFORMANCE: SOCIAL

GRI	Required Data	Unit	Summary				Remark
			2014	2015	2016	2017	
GRI 102-7	Total Employees						
	Permanent Employees	Person	10,534	12,212	13,296	13,732	
	Total Employees	Person	10,633	12,277	13,365	13,786	
GRI 102-8	Board of Directors/Supervisory Board						
	- Male	Person	4	4	4	4	
	- Female	Person	2	2	2	3	
GRI 102-8	Total number of employees by Level		10,627	12,271	13,359	13,779	
	Top Executives Level		5	5	5	4	
	- Male	Person	2	2	2	2	
	- Female	Person	3	3	3	2	
	Management Level		913	1,054	1,168	1,222	
	- Male	Person	401	472	516	530	
	- Female	Person	512	582	652	692	
	Non-Management Level		9,709	11,212	12,186	12,553	
	- Male	Person	4,365	5,101	5,546	5,675	
	- Female	Person	5,344	6,111	6,640	6,878	
GRI 401-1	New employee hires and employee turnover						
	Total new hires	Person	4,837	5,524	5,633	5,701	
	- Over 50 year	Person	8	7	6	9	
	- Age 30-50 year	Person	1,886	2,253	2,072	2,019	
	- Under 30 year	Person	2,943	3,264	3,555	3,673	
	Total turnover	Person	3,089	4,097	4,587	5,281	
	- Over 50 year	Person	17	23	15	38	
	- Age 30-50 year	Person	1,270	1,737	2,024	2,344	
	- Under 30 year	Person	1,802	2,337	2,548	2,899	

GRI	Required Data	Unit	Summary				Remark
			2014	2015	2016	2017	
GRI 403-2	Absentee Rates						
	- Male	%	0.54%	0.73%	0.83%	0.36%	
	- Female	%	0.72%	0.97%	1.06%	0.55%	
	Absentee Rates	%	1.26%	1.70%	1.89%	0.91%	
	Lost Days Rates						
	- Male	%	70.7%	93.5%	73%	63.5%	
	- Female	%	29.1%	6.5%	27%	36.5%	
	Lost Days Rates	%	8.6%	9.4%	9.7%	8.4%	
	Fatalities (Employees)						
	- Male	Person	0	0	0	0	
	- Female	Person	0	0	0	0	
	Fatalities (Contractors)						
	- Male	Person	0	0	0	0	
	- Female	Person	0	0	0	0	
	Injuries Frequency Rate (IR) – Employees	Case/million work hours	1.83	3.03	2.79	2.13	
	- Male	Case/million work hours	2.71	5.16	4.50	3.43	
	- Female	Case/million work hours	1.10	1.26	1.36	1.07	
	Injuries Frequency Rate (IR) – Contractors	Case/million work hours	3.64	5.20	5.80	3.16	
	- Male	Case/million work hours	5.33	7.16	7.30	3.93	
	- Female	Case/million work hours	1.93	3.27	3.41	2.30	
	Lost-Time Injuries Frequency Rate (LTIFR) – Employees	Case/million work hours	34.73	28.84	25.91	24.72	
	- Male	Case/million work hours	54.82	59.34	41.67	34.88	
	- Female	Case/million work hours	18.37	3.44	12.81	16.41	
	Lost-Time Injuries Frequency Rate (LTIFR) – Contractors	Case/million work hours	1.83	3.03	2.79	2.13	
	- Male	Case/million work hours	2.71	5.16	4.50	3.43	
	- Female	Case/million work hours	1.10	1.26	1.36	1.07	

GRI	Required Data	Unit	Summary				Remark
			2014	2015	2016	2017	
GRI 403-2	Occupational Illness Frequency Rate (OIFR) – Employees	Case/million work hours					
	- Male	Case/million work hours	0	0	0	0	
	- Female	Case/million work hours	0	0	0	0	
	Occupational Illness Frequency Rate (OIFR) – Contractors	Case/million work hours					
	- Male	Case/million work hours	0	0	0	0	
	- Female	Case/million work hours	0	0	0	0	
GRI 404-1	Training & Development						
	By Level						
	- Executive Level	Hour/person					
	- Officer Level	Hour/person					
GRI 405-1	- Staff Level	Hour/person					
	Total Employee by age	Person	10,633	12,277	12,365	13,786	
	<30 years	Person	4,086	4,567	5,029	5,217	
	- Male	Person	1,889	2,148	2,378	2,458	
	- Female	Person	2,197	2,419	2,651	2,759	
	30-50 years	Person	6,363	7,483	8,044	8,235	
	- Male	Person	2,801	3,330	3,554	3,609	
	- Female	Person	3,562	4,153	4,490	4,626	
	>50 years	Person	184	227	292	334	
	- Male	Person	82	101	136	144	
	- Female	Person	102	126	156	190	



ASSURANCE STATEMENT

SGS (THAILAND) LIMITED'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE SIAM MAKRO PUBLIC COMPANY LIMITED'S SUSTAINABILITY REPORT FOR 2017

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS (Thailand) Limited was commissioned by SIAM MAKRO Public Company Limited (hereinafter referred to as SIAM MAKRO) to conduct an independent assurance of the Sustainability Report for 2017 (hereinafter referred to as Sustainability Report). The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the text, and data in accompanying tables, contained in this report.

The information in the Sustainability Report of SIAM MAKRO and its presentation are the responsibility of the directors or governing body and the management of SIAM MAKRO. SGS (Thailand) Limited has not been involved in the preparation of any of the material included in the Sustainability Report.

Our responsibility is to express an opinion on the text, data, graphs and statements within the scope of verification with the intention to inform all SIAM MAKRO's stakeholders.

The SGS protocols are based upon internationally recognized guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting Standards (2016) for accuracy and reliability and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

This report has been assured at a moderate level of scrutiny using our protocols for:

- evaluation of content veracity;
- Type 2 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008); and
- evaluation of the report against the Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting Standards (2016).

The assurance comprised a combination of pre-assurance research; interviews with relevant employees at SIAM MAKRO headquarter in Thailand; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant.

STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS (Thailand) Limited affirm our independence from SIAM MAKRO, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors experienced in one or more of the following standards; AA1000, GRI, OMS, EMS, SMS, EnMS, Carbon Footprint, Water Footprint, GHG Validation - GHG Verification Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

GP5008 Issue 5

VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the information and data contained within Sustainability Report verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of SIAM MAKRO sustainability activities from 1st January 2017 to 31st December 2017.

The assurance team is of the opinion that the Report can be used by the Reporting Organisation's Stakeholders. We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. In our opinion, the content of the report meet the requirement of GRI Standard (2016) and AA1000 Assurance Standard (2008) Type2, Moderate level assurance.

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2008) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

Inclusivity

SIAM MAKRO has demonstrated a good commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement effort such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, CSR experts, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, SIAM MAKRO may consider having more direct involvement of stakeholders during future engagement.

Materiality

SIAM MAKRO has established effective processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders.

Responsiveness

The report includes coverage given to stakeholder engagement, as well as the response to the material issues concerned by the stakeholders.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING GUIDELINES CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The SIAM MAKRO's Sustainability Report of 2017 is presented in accordance with the core option for GRI Standard (2016) and fulfills all the required content and quality criteria for the identified aspects listed below:

- GRI 302 - Energy 2016; (302-1 Energy consumption within the organization, 302-3 Energy intensity)
- GRI 303 - Water 2016; (303-1 Water withdrawal by source)
- GRI 305 - Emission 2016; (305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions, 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions, 305-4 GHG emission intensity)
- GRI 306 - Effluents and Waste 2016; (306-2 Waste by type and disposal method)
- GRI 403 - Occupational Health and Safety 2016; (403-1 Workers representation in formal joint management-worker health and safety committees, 403-2 Type of injury and rates of injury occupational disease, lost days, and absenteeism and number of work-related fatalities)

The material aspects and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material aspects, boundaries, are correctly located in context index and report. It is recommended to have more identifications and disclosure of their subsidiary's material aspects in the next report. Disclosure on Management Approach components, such as goals and targets, specific actions taken to achieve the expected result, may be further enhanced. It is encouraged to emphasize on the specific management practices undertaken for each identified material aspect next year.

Signed:

For and on behalf of SGS (Thailand) Limited

Sompong Kiatiporn, General Manager
Bangkok, THAILAND
17 May, 2018 WWW.SGS.COM

GP5008 Issue 5

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