

บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

การระบุและวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียเพื่อจัดลำดับความสำคัญ

1. บทนำ

ด้วยความมุ่งมั่นของบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยมีนโยบายในการสร้างความสัมพันธ์อันดี และสร้างความร่วมมือที่เข้มแข็งและกลมเกลียว ตลอดจนกระบวนการปฏิบัติงานที่มีความโปร่งใส รวมถึงการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การเคารพสิทธิและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรม ทั้งนี้การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย นับเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่ช่วยให้บริษัทฯ ได้รับรู้ถึงความคาดหวังและข้อกังวลของแต่ละฝ่าย ที่จะสามารถป้องกันบรรเทาผลกระทบในเชิงลบได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำประเด็นในเชิงบวกที่ได้รับมาต่อยอดให้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมกับการคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ซึ่งนับเป็นปัจจัยพื้นฐานสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

2. การระบุผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ มีกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่แตกต่างกัน ซึ่งระบุได้เป็นบุคคล กลุ่มคน หรือบริษัทฯ โดยพิจารณาจากผลกระทบที่กลุ่มเหล่านั้นอาจได้รับ หรือกลุ่มเหล่านั้นมีอิทธิพลต่อกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ หรือบริการของบริษัทฯ ทั้งนี้กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบจากบริษัทฯ ที่ต่างกัน จะมีระดับการมีส่วนร่วมในบริษัทฯ ๔ ความคิดเห็นหรือความห่วงกังวลต่อกิจกรรมของบริษัทฯ ในระดับที่ต่างกัน การระบุผู้มีส่วนได้เสีย ที่จะเข้าสู่กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย จัดทำโดยบริษัทฯ ซึ่งเป็นเจ้าของการดำเนินการกระบวนการดังกล่าวตามวัตถุประสงค์และขอบเขตที่กำหนดไว้

การระบุผู้มีส่วนได้เสียจะเริ่มจากการตั้งคำถามและระดมสมอง จากประเด็นพื้นฐาน เช่น ใครคือผู้ที่บริษัท ผลิตสินค้าและบริการให้ ผู้ได้รับผลกระทบจากการผลิตสินค้าและบริการของบริษัท ผู้มีอิทธิพลในการผลิตสินค้าและบริการของบริษัท ผู้มีความสนใจในผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท และผู้ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท เป็นต้น แล้วจึงตั้งคำถามที่เจาะจงซึ่งเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของกระบวนการ เพื่อจัดลำดับและสร้างความเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นระบบ โดยบริษัทฯ พิจารณาขอบเขตการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียตามลักษณะการมีส่วนร่วมต่อบริษัทฯ ของแต่ละกลุ่ม ดังนี้

ตารางที่ 1 หลักการระบุผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ

ลักษณะการมีส่วนร่วม	ความหมาย
พึ่งอาศัยบริษัทฯ (Dependency)	ผู้มีส่วนได้เสียที่พึ่งอาศัยจากกิจกรรม ผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทฯ ทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือผู้มีส่วนได้เสียที่บริษัทฯ ต้องพึ่งอาศัยเพื่อการดำเนินการทางธุรกิจ
ความรับผิดชอบของบริษัทฯ (Responsibility)	ผู้มีส่วนได้เสียที่บริษัทฯ ต้องรับผิดชอบในการดำเนินการในด้านต่างๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต เช่น กฎหมาย การค้า การดำเนินธุรกิจ จริยธรรม
ความช่วยเหลือของบริษัทฯ (Tension)	ผู้มีส่วนได้เสียที่ต้องการความช่วยเหลือจากบริษัทฯ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมหรือสิ่งแวดล้อมอย่างใกล้ชิด
อิทธิพลต่อบริษัทฯ (Influence)	ผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลต่อบริษัทฯ ความคิดเห็นต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียอื่นหรือการตัดสินใจต่าง ๆ
มีความเห็นต่อบริษัทฯ (Diverse perspectives)	ผู้มีส่วนได้เสียที่มีความคิดเห็นต่างๆ ที่ส่งผลไปสู่แนวคิดใหม่และสามารถระบุวิธีการใหม่ที่ไม่เคยปฏิบัติมาก่อน

Source: AA1000 (2015), Stakeholder Engagement Standard (SES)

เมื่อระบุผู้มีส่วนได้เสียตามลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละรายแล้ว บริษัทฯ คำนึงถึงกลุ่มที่เป็นผู้แทนกลุ่มเปราะบางหรือกลุ่มที่มีข้อห่วงกังวลแต่ไม่มีอิทธิพลในการส่งเสียงเรียกร้องในสังคม และในขณะเดียวกันบริษัทฯ ต้องระมัดระวังในการนำเอากลุ่มผู้มีส่วนได้เสียซึ่งอาจไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัทฯ อย่างแท้จริง แต่อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัทฯ ได้ ทั้งนี้ บริษัทฯ อาจระบุผู้มีส่วนได้เสียเพิ่มเติมหลังจากกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมเริ่มขึ้น ซึ่งมักมาจากข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสีย หรือบุคคลภายในของบริษัทฯ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการดังกล่าว

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่ต้องมีการระบุ มีหลายกลุ่ม และสามารถเป็นได้ทั้งบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรในห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งอาจมีผลกระทบที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจประเภทสินค้า และบริการ ตลอดจนผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องจากธุรกิจอื่นๆ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ที่มีลักษณะดังนี้

- เป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยตรง และ/หรือโดยอ้อม จากการดำเนินงานกิจการของบริษัทฯ

- มี “ความสนใจ” ในโครงการหรือบริษัท
- มีแนวโน้มที่จะมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานบริษัท

ทั้งนี้ จากกระบวนการระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียข้างต้น สามารถระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ ได้เป็น 7 กลุ่ม คือ ลูกค้า พนักงาน ชุมชน คู่ค้าที่ส่งมอบสินค้า/วัตถุดิบ ผู้ถือหุ้น นักลงทุนและเจ้าหน้าที่ ภาครัฐ และหน่วยงานราชการ และคู่แข่ง ซึ่งจะต้องดำเนินการการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียในขั้นตอนต่อไป

3. การจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย

การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย เป็นขั้นตอนสำคัญในการวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่บริษัทฯ ต้องสร้างการมีส่วนร่วม และกำหนดมาตรการที่เหมาะสมเพื่อดำเนินกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสำคัญในระยะเวลาที่เหมาะสม โดยพิจารณาปัจจัยดังต่อไปนี้

1. **อิทธิพล (Influence)** หมายถึง ระดับที่ผู้มีส่วนได้เสียมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของบริษัท โดยมีอำนาจเปลี่ยนแปลง หรือมีอิทธิพลในการตัดสินใจในด้านใดด้านหนึ่งของบริษัทฯ

2. **ความสนใจ (Interest)** หมายถึง ระดับที่ผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสนใจในการดำเนินงานของบริษัท การจัดลำดับความมียุทธิพลและความสนใจต่อบริษัทฯ ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มนั้น ให้ดำเนินการโดยจัดระดับคะแนนเป็น 4 ระดับตามหลักการพิจารณาระดับอิทธิพลและความสนใจ แล้วระบุตำแหน่งในแผนผังของการจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder matrix)

ทั้งนี้ กระบวนการระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ จะพิจารณาและลำดับความสำคัญตามลักษณะของความสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นโดยทางตรงหรือทางอ้อม ในกิจกรรมทางธุรกิจ รวมถึงอิทธิพลหรือผลกระทบของแต่ละกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อผลกลยุทธ์หรือการตัดสินใจการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ โดยได้จัดลำดับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียความสำคัญจากระดับความมียุทธิพลและความสนใจต่อบริษัทฯ 7 กลุ่มเรียงตามลำดับ ดังนี้

1. ลูกค้า
2. พนักงาน
3. ชุมชน

4. คู่ค้าที่ส่งมอบสินค้า/วัตถุดิบ
5. ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และเจ้าหน้าที่
6. ภาครัฐและหน่วยงานราชการ
7. คู่แข่งขัน

4. การวางแผนการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

หลังจากได้ระบุและจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสียแล้ว บริษัทฯ พิจารณาถึงประเด็นที่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจ มีข้อกังวล รวมถึงการมีอิทธิพลต่อประเด็นนั้นๆ เพื่อกำหนดแนวทางที่เหมาะสมในการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งนี้ บริษัทฯ อาจจัดทำแนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียตามผลการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (พิจารณาถึงระดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย) โดยสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มหลักๆ ได้ดังนี้

- **กลยุทธ์และแผนการสร้างการมีส่วนร่วม** โดยบริษัทฯ เข้าถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเพื่อขอความร่วมมือและขอทราบถึงข้อกังวล ต่อประเด็นต่างๆ ได้ก่อนที่จะเกิดปัญหาขึ้น
- **มาตรการลดผลกระทบ** การตอบสนองเชิงรับต่อข้อกังวลหรือข้อร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้เสียตามมาตรการที่กำหนด แนวทางนี้จะดำเนินการตามแนวปฏิบัติด้านการจัดการข้อร้องเรียน
- **บริษัทลงทุนเพื่อสังคม** การใช้บริษัทลงทุนเพื่อสังคมเป็นตัวช่วยให้แผนการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียดำเนินไปได้

5. การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ได้จัดทำแนวทางการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียขึ้น เพื่อให้สามารถวางแผนงานเพื่อสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละฝ่ายได้อย่างเหมาะสม โดยมีกระบวนการและขั้นตอนดังนี้

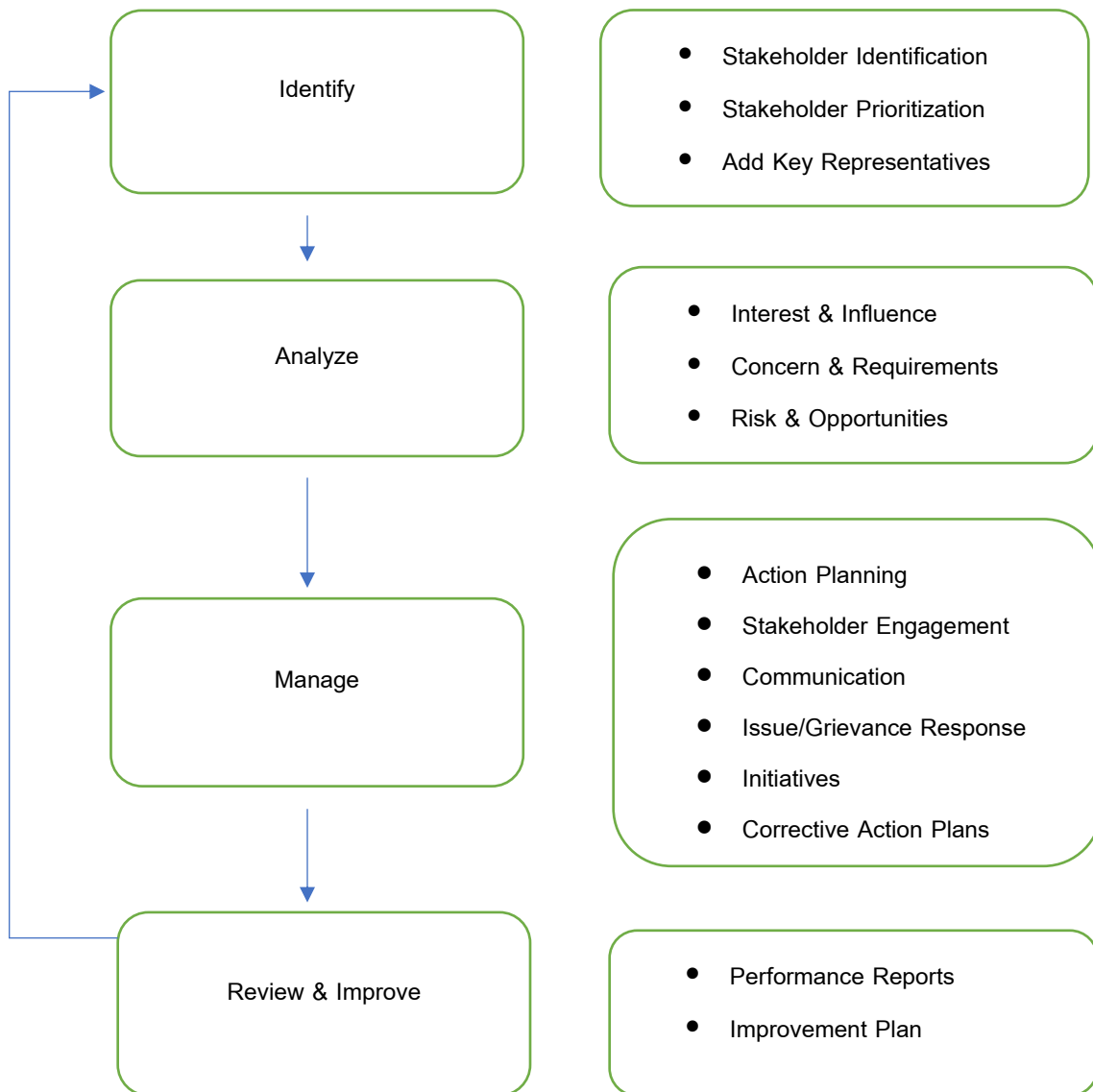
1. การระบุและประเมินระดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย ตามระดับของผลกระทบที่ และระดับของอิทธิพลที่ผู้มีส่วนได้เสียมีต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ พร้อมทั้งระบุผู้รับผิดชอบหลักในการบริหารจัดการ

2. การวิเคราะห์ประเด็น ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ตามข้อมูลที่ได้จากการเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อกังวลของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์ความต้องการ ความคาดหวัง และข้อกังวล ของแต่ละกลุ่ม เพื่อนำไปพัฒนาแผนการบริหารจัดการ

3. การบริหารจัดการ โดยครอบคลุมตั้งแต่การวางแผนพัฒนาและแผนการมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย การดำเนินการการมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละกลุ่มอย่างสร้างสรรค์ รวมถึงมีการสื่อสาร

ด้วยความเข้าใจอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมถึงการดำเนินการตอบสนองและแก้ไขประเด็นต่าง ๆ หรือสร้างแนวทางใหม่เพื่อให้เกิดข้อยุติที่ยอมรับร่วมกันทุกฝ่าย

4. การทบทวนและพัฒนา บริษัทฯ จะทำการประเมินผลการดำเนินงาน และรายงานผลการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียในภาพรวม ซึ่งครอบคลุมถึงขอบเขตการดำเนินงาน ผลกระทบ สิ่งที่ได้รับ รวมถึงประโยชน์ที่ได้จากการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียจากผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และจะดำเนินการปรับปรุงการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับพัฒนาแผนปฏิบัติและติดตามกระบวนการสร้างความร่วมมือ เพื่อให้เป็นปัจจุบันและเท่าทันสถานการณ์



แนวทางการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังและประเด็นสำคัญ	แนวปฏิบัติ	ช่องทางการติดต่อ
ลูกค้า	- ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและบริการที่ได้มาตรฐาน - ราคาสมเหตุสมผล - ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - ปกป้องข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของลูกค้า	- ให้บริการลูกค้าด้วยความสุภาพและความใส่ใจ - รักษาความปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัวของลูกค้า - ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เพียงพอ โดยไม่มีการโฆษณาเกินความเป็นจริง - ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงตามมาตรฐานของบริษัท - ตรวจสอบ และรับประกันคุณภาพสินค้า - พัฒนาลินค้า บริการหรือช่องทางการให้บริการใหม่ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า - ฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างดี - สำรวจความคิดเห็นของลูกค้า และตอบคำถามผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารต่างๆ	- สำรวจความพึงพอใจของลูกค้า - ระบบ CRM - ช่องทางการติดต่อเพื่อรับฟังความคิดเห็นผ่าน Line OA และพนักงานหน้าร้าน
พนักงาน	- จ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม - ปฏิบัติต่อพนักงานตามหลักสิทธิมนุษยชน - พัฒนาองค์ความรู้ให้ต่อยอดได้ และมีความก้าวหน้าในสายอาชีพ - ความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว	- กำหนดระเบียบปฏิบัติของบริษัท นโยบาย และวิธีปฏิบัติของฝ่ายทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง - ได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรม รวมถึงสวัสดิการต่าง ๆ ในระดับที่ดีสามารถแข่งขันกับตลาดแรงงานได้ - นโยบายสิทธิมนุษยชนและตรวจสอบสิทธิมนุษยชนรอบด้าน - จัดการอบรมและทบทวนจรรยาบรรณและนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันประจำปี - เสริมสร้างพฤติกรรมในการทำงานที่ดี ส่งเสริมความหลากหลาย เท่าเทียม ของพนักงาน - ส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพสำหรับพนักงานในองค์กร และให้ค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นๆ ที่เหมาะสม - จัดให้มีโครงการแนะนำบริษัท สำหรับพนักงานใหม่ - ทำการสำรวจความผูกพันของพนักงานและประเมินผลงาน - ปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดีขึ้น - กิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน - จัดช่องทางที่ปลอดภัยในการให้ข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน	- ให้ข้อมูลพนักงานอย่างครบถ้วน - แบบสำรวจความผูกพันต่อองค์กร - การประชุมในสายงาน - ร้องเรียนโดยตรงกับผู้บริหาร/หน่วยงานทรัพยากรบุคคล
ชุมชน	- การมีช่องทางติดต่ออย่างมีประสิทธิภาพ - แผนงานพัฒนาชุมชนและสังคมร่วมกัน	- ดำเนินการสื่อสารผ่านช่องทางการต่าง ๆ - พัฒนาโครงการเพื่อสังคมตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนและสังคม - ดำเนินกิจกรรมร่วมกับชุมชน	- การลงพื้นที่พบชุมชน - การรับฟังความคิดเห็น - โครงการเพื่อชุมชนและสังคม

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังและประเด็นสำคัญ	แนวปฏิบัติ	ช่องทางการติดต่อ
คู่ค้าที่ส่งมอบสินค้า/วัตถุดิบ	- ดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ - สร้างความเติบโตทางธุรกิจร่วมกัน	- จัดทำกรอบการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน - ไม่เรียกรับ/จ่ายผลประโยชน์ใด ๆ ที่ไม่สุจริตกับคู่ค้า - กรณีมีข้อมูลที่ไม่สุจริต ต้องเปิดเผยรายละเอียดต่อคู่ค้า และร่วมกันแก้ไขปัญหาโดยยุติธรรมและรวดเร็ว - ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด - ตรวจสอบและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างทัน่วงที - จัดทำหลักการปฏิบัติและจรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้า - แลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีเพื่อพัฒนา - แสวงหาโอกาสในการคิดค้น พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น - ประชุมธุรกิจกับคู่ค้าเพื่อนำเสนอภาพธุรกิจ เข้าใจปัญหา และวางแผนดำเนินธุรกิจร่วมกัน	- จรรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจ - การฝึกอบรมคู่ค้า - การประชุมธุรกิจ
ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และเจ้าหน้าที่	- ปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียม - มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี	- จัดทำรายงานประจำปีและรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน - สร้างผลประโยชน์ที่ดีและจ่ายเงินปันผลอย่างสม่ำเสมอ - เปิดเผยข้อมูลของบริษัทอย่างโปร่งใสและทันเหตุการณ์ - มุ่งมั่นสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งรวมถึงการตอบสนองต่อประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิทธิมนุษยชน - จัดทำและปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี - ได้รับการรับรองเป็นสมาชิก เพื่อเป็นแนวร่วมปฏิบัติเพื่อการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในภาคเอกชน (CAC) - รับเรื่องร้องเรียนผ่านระบบ Whistleblower	- การประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี - การประชุมนักวิเคราะห์ - กิจกรรมพบผู้ถือหุ้นและนักลงทุน - เลขานุการบริษัท นักลงทุนสัมพันธ์ - เปิดเผยข้อมูลผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และช่องทางอื่น รวมถึงทางเว็บไซต์ของบริษัท
ภาครัฐและหน่วยงานราชการ	- การวางแผนทำงานและกิจกรรมร่วมกันเพื่อส่งเสริมการทำงานของบริษัทและเพื่อสังคม	- ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง -หารือและสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ - ดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานราชการ	- การประชุมรายการณี - การรายงานผลให้แก่หน่วยงานราชการ - การเข้าร่วมเครือข่ายกับภาครัฐ
คู่แข่ง	- แข่งขันอย่างเป็นธรรม,	- ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งด้วยวิธีที่ไม่เหมาะสม - ไม่สนับสนุนการดำเนินการใดที่ผิดต่อจริยธรรมธุรกิจ	- รับเรื่องร้องเรียนการกระทำดังกล่าวผ่านระบบ Whistleblower

โครงการหรือกิจกรรมการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของบริษัท ในปีบัญชี 2566

การจัดการประเด็นผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มลูกค้า

1. โครงการโปรแกรม CRM ที่เป็นการรักษาความสัมพันธ์และตอบสนองลูกค้าที่ให้การสนับสนุนในแง่ของการดูแลลูกค้านอกจากทาง Mc Jeans จะมีการรับฟัง feedback จากลูกค้าผ่านการทำ satisfaction survey ทั้งทางหน้าร้าน และในช่องทางที่ลูกค้าติดต่อเราผ่านทีม Customer service แล้ว ทาง Mc Jeans ยังมีโปรแกรม CRM ที่เป็นการรักษาความสัมพันธ์และเป็นการตอบสนองลูกค้าที่ให้การสนับสนุน Mc Jeans มาตลอด ในส่วนของกิจกรรม CRM ที่เราทำเพื่อเป็นการดูแลลูกค้าสมาชิกจะประกอบไปด้วย

- การสะสมคะแนนจากการซื้อสินค้า (ทุก 25 บาท ได้ 1 คะแนน และทุกๆ 100 คะแนน แลกส่วนลดได้ 50 บาท) ซึ่งลูกค้าที่ซื้อสินค้า จะได้คะแนนที่สามารถสะสมนำมาแลกเป็นส่วนลดได้
- แคมเปญ New member ให้ส่วนลดต้อนรับสมาชิกใหม่ (ส่วนลด on top 50 บาทเมื่อซื้อ 1,000 บาท ขึ้นไป)
- แคมเปญ เดือนเกิด ที่ลูกค้าสามารถใช้คะแนนแลกส่วนลดได้โดยมีมูลค่าเป็น 3 เท่าจากอัตราปกติ โดยเรามีการสื่อสารผ่าน LINE OA ไปยังสมาชิกที่เกิดในแต่ละเดือน
- แคมเปญ Member's Day ที่จัดทุกวันที่ 15 ของเดือน โดยสมาชิกจะได้คุปองส่วนลด on top 5% ผ่านทาง LINE OA และเรามีการสื่อสารผ่านทุกช่องทาง online รวมถึงสื่อที่อยู่ในหน้าร้าน
- แคมเปญตามเทศกาล ที่จัดตามเทศกาลสำคัญๆ ต่างๆ เช่น ตรุษจีน และ สงกรานต์

CRM ของ Mc Jeans มีนโยบายเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยเราไม่มีการใช้บัตรสมาชิกที่เป็น Physical card (ใช้ระบบสมาชิกบน LINE OA) และไม่มีการใช้คุปองที่เป็นกระดาษ ซึ่งถือเป็นการลดขยะ และลดการใช้กระดาษได้เป็นอย่างดี





2. บริการ Ship to Shop รับสินค้าได้ที่ร้านแมคยีนส์สาขาใกล้บ้าน

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีซึ่งส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในเรื่องของการปรับเปลี่ยนช่องทางการซื้อสินค้าผ่านตลาดสินค้าออนไลน์ (Online Shopping) มากขึ้น บริษัทฯ จึงได้ปรับตัว และปรับเปลี่ยนแผนกลยุทธ์ให้ทันต่อสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาระบบส่งซื้อสินค้าและบริการแบบไร้รอยต่อ (Omni Channel) ซึ่งเป็นการผสานช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าที่หลากหลายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า พร้อมทั้งมีบริการจัดส่งถึงบ้าน หรือสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์และไปรับสินค้าที่สาขา

SHIP TO SHOP คือการที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ mcshop แต่แทนที่เราจะส่งของมาที่บ้านของลูกค้าแต่บริษัทจะให้ไปส่งของที่ shop ของ Mc ตามสาขาต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ mcshop.com สามารถเลือกรับสินค้าได้ที่ร้านแมคยีนส์สาขาใกล้บ้าน โดยลูกค้าสามารถตรวจสอบสินค้าได้ที่ร้านที่รับสินค้า และสามารถเลือกรับบริการหลังการขาย เช่น เปลี่ยนไซส์สินค้าหรือตัดความยาวของขาทางเกงได้ที่ร้านค้าแมคยีนส์ระบบซื้อขายออนไลน์แบบไร้รอยต่อ (Omni Channel)



3. บริการ Customer Service

บริษัทฯ พัฒนาบริการ Customer Service เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าผ่านแอปพลิเคชันไลน์ โดยลูกค้าแอดไลน์ เพิ่มเพื่อน ทักข้อความส่งรูปภาพ สอบถามรายละเอียดสินค้าและสั่งซื้อสินค้าจากพนักงานได้โดยตรง หรือสั่งทาง Facebook Mc Jeans และ Call Center จากนั้นเลือกชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินที่สะดวกและหลากหลายช่องทางทั้งชำระออนไลน์ด้วยบัตรเครดิต หรือการชำระผ่านการโอนเงิน

บริษัท ลูค บาลานซ์ จำกัด

(โดย บมจ. แม็คกรุ๊ป)

2 ถ.สุขาภิบาล 2 ซอย 5, ประเวศ,

กรุงเทพฯ 10250

ติดต่อฝ่ายบริการลูกค้า

อีเมล: CS@MCSHOP.COM

โทร: [020-666-999](tel:020-666-999)

วันจันทร์ - วันศุกร์ 08.30 - 18.00.

วันเสาร์ - วันอาทิตย์ 09.00 - 18.00.

ติดตามผ่านช่องทางออนไลน์

FACEBOOK: [HTTPS://FB.ME/MCJEANS](https://fb.me/mcjeans)

LINE

OFFICIAL: [@MCJEANS_OFFICIAL](https://www.facebook.com/mcjeans_official)

INSTAGRAM: [@MCJEANS_OFFICIAL](https://www.instagram.com/mcjeans_official)

TWITTER: [@MCJEANSOFFICIAL](https://twitter.com/mcjeansofficial)

YOUTUBE: [MC JEANS CHANNEL](https://www.youtube.com/mcjeanschannel)

4. การติดตาม ส่งต่อและแก้ปัญหาจากลูกค้า (Customer Satisfaction Project)

เริ่มจากการแนะนำให้ลูกค้าทำแบบสำรวจ โดยการให้ลูกค้าสแกน QR code จากแบบสำรวจและกรอกรายละเอียดข้อมูลต่างๆ จากนั้นบริษัทจะส่งผลคะแนน Feedback จากลูกค้าให้เซลล์และพนักงานขายหน้าร้านรับทราบผลงานของสาขา เซลล์แอดเรย์และเฮดเซลล์ ต้องวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อรู้จักลูกค้าให้มากขึ้น และรับฟัง Feedback จากลูกค้าทุกเดือนโดยปรับเปลี่ยนคำถามในแบบสำรวจทุก 6 เดือน - 1 ปี ส่วนลูกค้าจะได้รับส่วนลดท้ายบิลหลังจากลูกค้าทำสำรวจความพึงพอใจ

การจัดการประเด็นผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มพนักงาน

โครงการแม่ศรีอุปถัมภ์ทุนการศึกษาให้แก่บุตรพนักงาน

บริษัทฯ ดำเนินการจัดตั้งโครงการแม่ศรีอุปถัมภ์ทุนการศึกษาให้แก่บุตรพนักงาน ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญถึงสถาบันครอบครัวของพนักงานและความเป็นอยู่ของพนักงานให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการจัดตั้งโครงการขึ้นมา เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของพนักงานได้ในระดับหนึ่ง ถึงแม้จะเจอวิกฤตโรคโควิด - 19 บริษัทฯ ยังเดินหน้านำมอบทุนการศึกษาให้แก่บุตรพนักงานต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสนับสนุนและช่วยเหลือบุตรของพนักงาน



โครงการแม่ศรีตรวจสุขภาพพนักงานประจำปี

บริษัทฯ ให้ความสำคัญแก่สุขภาพของพนักงานเป็นหลัก เพื่อให้พนักงานมีสุขภาพแข็งแรงปลอดภัยจากโรคภัยต่างๆ ซึ่งแม้จะเจอกับปัญหาวิกฤตโรคโควิด - 19 บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการตรวจสุขภาพพนักงานทั้งองค์กรอยู่เสมอและสร้างบรรยากาศการทำงานให้เป็นองค์กร

เปี่ยมสุข (Happy Workplace) และเน้นให้พนักงานมีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงอยู่เสมอ บริษัทฯ หวังให้พนักงานมีสุขภาพกายและสุขภาพใจในการทำงาน ดังนั้นทุกปี บริษัทฯ จะคัดเลือกโรงพยาบาลที่มีคุณภาพเข้ามาตรวจสุขภาพให้แก่พนักงาน



โครงการป้องกันวิกฤตโรคโควิด-19

ในช่วงที่เกิดโรคโควิด-19 ขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญและหาแนวทางในการป้องกันการติดเชื้อของโรคโควิด-19 ให้แก่พนักงานทั้งองค์กร แนะนำวิธีการป้องกันมีการตรวจเช็คอุณหภูมิร่างกายก่อนเข้าทำงาน จัดหาสถานที่สำหรับรับประทานอาหารให้มีระยะห่าง รวมถึงมีการตรวจ ATK ก่อนเข้าทำงานทุกสัปดาห์ และมีการจัดตั้งกลุ่มคณะกรรมการโควิด – 19 เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และทำความเข้าใจในการป้องกันไม่ให้เกิดการติดเชื้อในองค์กรที่เพิ่มขึ้น หากพบพนักงานที่เป็นกลุ่มเสี่ยงจะมีการส่งตรวจไปตรวจเช็คและให้กักตัวตามนโยบายรัฐที่ออกประกาศมา อีกทั้งยังจัดหาวัคซีนหรือช่องทางให้แก่พนักงานได้รับวัคซีนให้ได้ทุกคน รวมทั้งจัดหาเข็มกระตุ้นให้พนักงานอีกด้วย บริษัทฯ มีมาตรการเพื่อป้องกันและลดการติดเชื้อโดยมีแผนให้พนักงานทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) ลดความเสี่ยงให้น้อยลง



การจัดการประเด็นผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มชุมชน

โครงการแม่คูกูฝึกสอนเย็บผ้าพัฒนาอาชีพ

ด้วยประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจที่ยาวนานกว่า 48 ปี บริษัทมีนโยบายที่จะใช้จุดแข็งของบริษัทที่มีทักษะและความชำนาญสูงในด้านการตัดเย็บเสื้อผ้า เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์ทางด้านการเย็บผ้าให้แก่ชุมชนและสังคม บริษัทได้ริเริ่มโครงการแม่คูกูฝึกสอนเย็บผ้าพัฒนาอาชีพขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2558 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนที่สนใจและอาศัยอยู่ในชุมชนรอบสถานประกอบกิจการของบริษัทรวมทั้งประชาชนทั่วไปที่สนใจเข้าร่วมโครงการ ซึ่งจะช่วยให้สามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ รวมทั้งยังสร้างโอกาสในการทำงานให้แก่ประชาชนที่ผ่านการฝึกอบรมของโครงการในการเข้าที่จะเข้าร่วมงานกับบริษัทตามความเหมาะสมด้วย

โครงการแม่คูกูฝึกสอนเย็บผ้าพัฒนาอาชีพเปิดรับสมัครประชาชนที่สนใจที่อาศัยอยู่รอบสถานประกอบกิจการของบริษัท รวมทั้งประชาชนโดยทั่วไปที่สนใจ เข้ารับการฝึกอบรมเย็บผ้าในทุกวันเสาร์เวลา 09.00 – 16.00 น. เป็นระยะเวลาต่อเนื่องประมาณ 3 เดือน โดยกำหนดหลักสูตรสำหรับการฝึกอบรมประกอบด้วยภาคทฤษฎี ได้แก่ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับผ้าและหลักการเย็บผ้า ความรู้เบื้องต้นและการซ่อมแซมดูแลรักษาจักรเย็บผ้าเบื้องต้น ตลอดจนความรู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ และภาคปฏิบัติในการตัดเย็บผ้าจริง ซึ่งบริษัทได้รับความร่วมมือและมีผลตอบรับเป็นที่น่าพอใจทั้งจากหน่วยงานราชการและชุมชนรอบสถานประกอบการของบริษัทมาโดยตลอด จึงได้จัดโครงการแม่คูกูฝึกสอนเย็บผ้าพัฒนาอาชีพต่อเนื่องเป็นประจำ โดยในปี พ.ศ. 2566 บริษัทได้ดำเนินโครงการมาถึงรุ่นที่ 7 กับโรงเรียนและชุมชนวัดใต้ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

จากการประเมินผลการดำเนินโครงการแม่คูกูฝึกสอนเย็บผ้าพัฒนาอาชีพที่ผ่านมาทั้ง 7 รุ่น ปรากฏผลออกมาเป็นที่น่าพอใจ กล่าวคือ ประชาชนที่ผ่านการฝึกอบรมต่างได้รับความรู้และประสบการณ์นำไปประยุกต์ใช้ในการเย็บผ้า ซ่อมแซมเสื้อผ้า และสร้างรายได้เสริมช่วยเหลือครอบครัว ถือเป็นการช่วยสนับสนุนภาครัฐในการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมได้เป็นอย่างดี โดย

ในช่วงที่ผ่านมา บริษัทได้อบรมและให้ความรู้กับประชาชนผ่านโครงการนี้ไปแล้วมากกว่า 150 ราย ในขณะเดียวกัน โครงการดังกล่าวก็มีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รู้จักบริษัทและช่วยในด้านการจัดหาพนักงานของบริษัทโดยมีแรงงานที่รู้จักบริษัทผ่านโครงการนี้มาสมัครงานกับบริษัทเพิ่มขึ้น โดยสามารถลดความเสี่ยงของบริษัทในการขาดแคลนแรงงานฝีมือได้อีกทางหนึ่ง



โครงการส่งเสริมการศึกษาพัฒนาเยาวชน

บริษัทได้เปิดโอกาสให้แก่สถาบันการศึกษาและนิสิตนักศึกษาที่สนใจเข้ารับการฝึกงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่เปิดสอนคณะวิชาทางด้านการบริหารธุรกิจ อุตสาหกรรม สิ่งทอ การออกแบบแฟชั่น (Fashion Design) ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพื่อช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และประสบการณ์จริงให้แก่ นิสิต นักศึกษา ได้แก่ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้ให้ความสนใจและส่งคณาจารย์และนักศึกษาเข้ามาเยี่ยมชมธุรกิจและฝึกงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

นอกจากนี้บริษัทยังให้การสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ของนิสิตนักศึกษาที่จัดโดยนิสิตนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ มาอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นเดียวกัน ได้แก่ โครงการปริญญานิพนธ์ของนิสิตชั้นปีที่ 4 คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นต้น ซึ่งบริษัทได้รับเกียรติให้เป็นผู้สนับสนุนงานหลักอย่างเป็นทางการมาในหลายปีที่ผ่านมา

บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญกับระบบการศึกษาและมุ่งเน้นส่งเสริมให้นักเรียนมีความคิดสร้างสรรค์และทักษะฝีมือในการคิดค้นประดิษฐ์สิ่งของต่าง ๆ จากวัสดุเหลือใช้ ซึ่งบริษัทฯ จึงได้จัดโครงการแม่คบริจาคด้ายอุตสาหกรรมเพื่อการศึกษา มอบให้แก่โรงเรียนที่อยู่ในและนอกเขตชุมชนเดียวกับบริษัทฯ เพื่อเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้แก่นักเรียน รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทและโรงเรียน

นอกจากนี้ ในรอบปีบัญชี 2566 ที่ผ่านมา บริษัทได้ลงนามในบันทึกความร่วมมือทางวิชาการสถาบันการศึกษา 4 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยบริษัทได้ให้การสนับสนุนเสื้อผ้าและวัสดุและอุปกรณ์ต่างๆ อาทิ ผ้า ด้าย ป้ายหนัง กระดุม รีเวท ชิพ เป็นต้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนาการศึกษา หรือการเรียนการสอนเกี่ยวกับการออกแบบ ประติสฐ์ การสร้างสรรค์ผลงานเกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย แก่ คณาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาของ ตลอดจนดำเนินกิจกรรมร่วมกันแบบบูรณาการ อาทิ การจัดสัมมนา การฝึกอบรม เชิงปฏิบัติการ การวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยี การให้คำปรึกษาทางวิชาการ การสร้างนวัตกรรม เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด



โครงการร่วมด้วยช่วยกัน สร้างสรรค์สังคม

บริษัทให้ความสำคัญแก่ชุมชนที่อยู่บริเวณรายรอบและหน่วยงานภาครัฐ และให้ความสำคัญแก่ชุมชนต่างๆ และหน่วยงานภายนอกที่เข้ามาติดต่อให้บริษัทฯ เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทและชุมชนโดยรอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการวันเด็กแห่งชาติประจำปีที่มีโรงเรียนที่อยู่เขตประเวศ และเขตใกล้เคียงได้ขอความอนุเคราะห์ให้บริษัทสนับสนุนของรางวัล เพื่อนำไปจัดกิจกรรมวันเด็กให้แก่นักเรียน ซึ่งบริษัทให้การสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าวเป็นประจำทุกปี



1.