



We are **ALL** Smiles



รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2559
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



• สารบัญ

- **02** สารจากประธานกรรมการและประธานกรรมการบริหาร
- **04** ข้อมูลทั่วไปของบริษัท
- **07** ทิศทางองค์กร ภารกิจ วิสัยทัศน์ และความรับผิดชอบต่อสังคม
- **09** แนวทางการดำเนินงานการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร
- **12** เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้
- **16** การสานสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- **20** การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- **23** การดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- **65** การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานสนับสนุนธุรกิจ
- **68** รางวัลแห่งความสำเร็จ และการเข้าร่วมภาคีสมาชิก
- **71** การแสดงข้อมูลตามกรอบการรายงานสากล GRI ฉบับ G4 เชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ





สารจากประธานกรรมการ และประธานกรรมการบริหาร

กว่า 29 ปี ที่ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจค้าปลีก จนในปัจจุบันมีการเจริญเติบโตขยายสาขากว่า 9,000 สาขา มีจำนวนพนักงานกว่า 100,000 คน ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเรามุ่งมั่นให้ความสำคัญเรื่อง “คน” จนเกิดเป็นระบบระเบียบอันนำไปสู่วัฒนธรรมการทำงานที่ทุกคนจะต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง รวมถึงความรับผิดชอบต่อสัมพันธภาพระหว่างกันทั้งองค์กรและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาทิ คู่ค้า ลูกค้า ชุมชน ภาครัฐ ฯลฯ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนให้องค์กรเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนตลอดมา

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จที่เกิดขึ้นในองค์กรนั้น เรื่อง “คน” ยังคงเป็นความท้าทายสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในอนาคต จะทำอย่างไรให้บุคลากรสามารถ “รับผิดชอบต่อ” อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ ภายใต้บริบทที่ซับซ้อนและพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งในแง่ของความหลากหลายของคนต่างรุ่น ต่างสมัย จำนวนบุคลากรที่เพิ่มขึ้น สภาพสังคมในยุคดิจิทัล และปัจจัยอื่นๆ ตลอดจนการรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรให้สืบไปในอนาคต

ที่ผ่านมา บริษัทดำเนินธุรกิจบนฐานแนวคิดการเอื้ออาทร สนับสนุนและส่งเสริมสังคมด้วยความรับผิดชอบต่อ ผ่านการดำเนินโครงการต่างๆ ที่สำคัญ ในปี พ.ศ. 2559 นี้ บริษัทได้ยกระดับเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อ” มุ่งสู่ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” เพื่อให้สอดคล้องตามบริบทและมาตรฐานสากล โดยมีการจัดทำกรอบความยั่งยืน ประกอบด้วย แนวการดำเนินงาน Living Right, Living Well และ Living Together ตลอดจนการรายงานผลการดำเนินงานในรูปแบบการจัดทำรายงานความยั่งยืนตามกรอบการรายงานสากล GRI ฉบับ G4 เป็นเล่มแรก โดยสามารถสรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ ได้ดังนี้

Living Right ในด้านธรรมาภิบาล บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุง ทบทวน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและแนวปฏิบัติที่ครอบคลุมทุกกระบวนการดำเนินธุรกิจทั้งหมด อาทิ การจัดตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาลเพื่อดูแลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารให้เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน ตลอดจนแนวปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัท พร้อมทั้งการแต่งตั้งที่ปรึกษา และคณะกรรมการบรรษัทภิบาลเพื่อช่วยในการกำกับดูแลธรรมาภิบาลด้านต่างๆ การวางระบบการควบคุมภายใน ระบบตรวจสอบภายใน ระบบการตรวจสอบด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีแผนการดำเนินงานทั้งหมด 16 โครงการ ซึ่งดำเนินการแล้วเสร็จภายในปี พ.ศ. 2559 จำนวนทั้งสิ้น 14 โครงการ และโครงการที่กำลังดำเนินการ คาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2560 จำนวนทั้งสิ้น 2 โครงการ อันจะนำไปสู่การยกระดับระบบธรรมาภิบาลให้เป็นไปตามสากล

Living Well ในด้านสังคม บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานทุกระดับ ตั้งแต่การดูแลคุณภาพชีวิตที่ดี และการพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างเหมาะสมตามหน้าที่และตำแหน่งงาน รวมถึงการสร้างสรรควัฒนธรรมให้เกิดการทำงานอย่างมีความสุข สนุกกับการทำงาน ตลอดจนความรับผิดชอบต่อผู้บุคคลภายนอก ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเสริมให้คู่ค้าสามารถเติบโตก้าวหน้าอย่างมั่นคงร่วมกัน ความมุ่งมั่นในการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ในราคาที่เป็นธรรม ตลอดจนการช่วยเหลือเกื้อกูล โดยการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคม โดยมุ่งส่งเสริมการศึกษา และพัฒนาเยาวชนอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง เป็นรูปธรรม เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษา การส่งเสริมการรักการอ่าน การเขียน และการเรียนรู้ ผ่านโครงการรักการอ่าน รวมถึงโครงการที่สำคัญอื่นๆ

Living Together ในด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมผ่านยุทธศาสตร์ “7 go Green” ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญที่บริษัทต้องการผลักดันเพื่อสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมที่ดีแก่ชุมชนและสังคม ในด้านการบริโภคทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน มีการดำเนินงานที่สำคัญ อาทิ ร้านประหยัดพลังงานต้นแบบ โดยมีการออกแบบและก่อสร้างตามมาตรฐานอาคารสีเขียวของสถาบันอาคารเขียวไทย ตลอดจนการปรับเปลี่ยนเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ภายในร้าน อาทิ หลอดไฟ LED เครื่องปรับอากาศประเภท Inverter และความริเริ่มการใช้พลังงานจาก Solar Rooftop เป็นต้น ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานรวมจากเดิมคิดเป็นร้อยละ 11.46 สำหรับในด้านการบรรเทาผลกระทบและพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กร บริษัทได้ดำเนินการที่สำคัญ เช่น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาจุลินทรีย์เพื่อบำบัดของเสียในบ่อบำบัด การรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติก ตลอดจนการปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา เรามีความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์การดำเนินงานด้านต่างๆ ให้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนการปรับปรุงการดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR in Process) ให้สอดคล้องต่อมาตรฐานสากล

สุดท้ายนี้ กระผมขอแสดงความขอบคุณในความทุ่มเท มุ่งมั่นตั้งใจ ที่บุคลากรในทุกกระดับและทุกคนแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนการได้รับโอกาสและความปรารถนาดี การเกื้อกูลต่อกันและกันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญด้วยดีเสมอมา บริษัทจะยังคงยึดมั่นการดำเนินงานภายใต้หลักธรรมาภิบาล ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนสืบไป



(นายธนินท์ เจียรวนนท์)
ประธานกรรมการ



(นายก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์)
ประธานกรรมการบริหาร



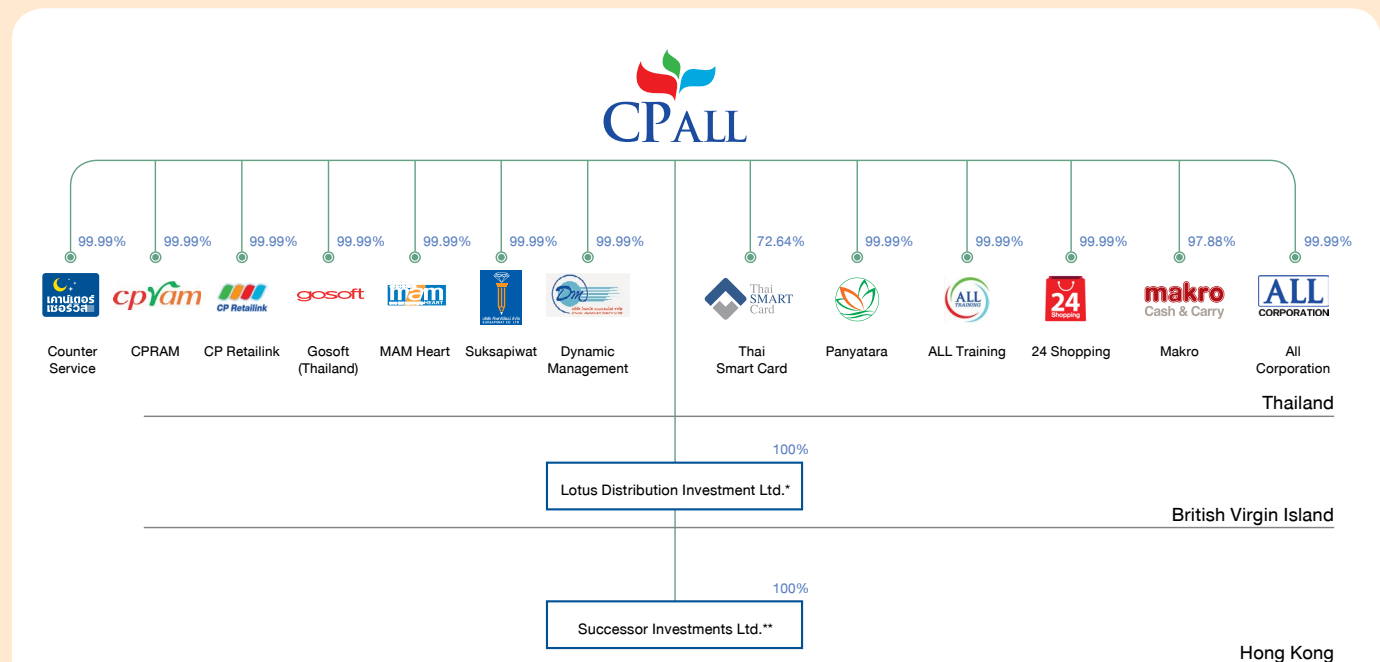


ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2531 โดยเป็นบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ประกอบธุรกิจหลักคือ ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” ประเทศไทย บริษัทได้รับสิทธิการใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right) จาก 7-Eleven, Inc. สหรัฐอเมริกา ภายใต้สัญญา Area License Agreement ทั้งนี้ บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เลขทะเบียน 0107542000011 เมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2542 โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 283 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

ณ วันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2559 บริษัทมีกลุ่มบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 37.99 ของทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2559 บริษัทมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 8,986,296,048 บาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 8,986,296,048 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยมีหุ้นที่เรียกชำระแล้วจำนวน 8,983,101,348 บาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2559 บริษัทมีแผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท ดังนี้



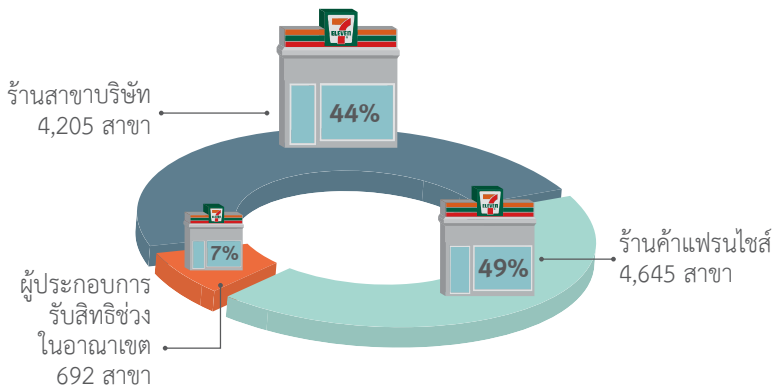
* As of October 31, 2008, the restructuring of supercenter business in the PRC was completed.

** LDI has invested 100% in Successor Investments Limited ("SI") on September 9, 2010

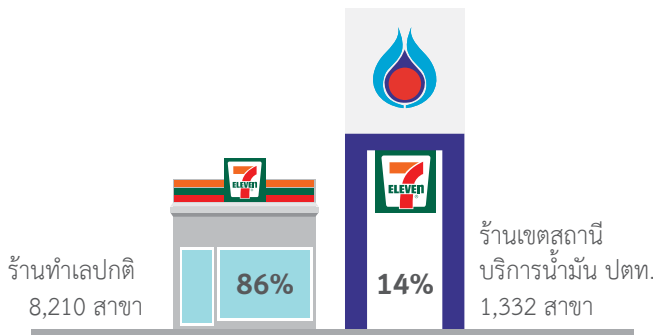
จากการดำเนินธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อที่มีสินค้าและบริการหลากหลาย ครอบคลุมทุกความต้องการของผู้บริโภคภายใต้กลยุทธ์การเป็นร้านอิมสะดวกของคนไทย ที่ให้ความสำคัญกับอาหารพร้อมทานที่สด สะอาด ปลอดภัย และการพัฒนาสินค้าใหม่ร่วมกับคู่ค้า โดยเน้นสินค้าและบริการหลัก 2 ประเภท คือ สินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 70 และสินค้าอุปโภคไม่รวมบัตรโทรศัพท์ ร้อยละ 30 อีกทั้งบริษัทได้มุ่งมั่นพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรับมือกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ส่งผลให้ บริษัทมีธุรกิจการให้บริการที่หลากหลายเพื่อสนับสนุนธุรกิจหลัก ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น บริษัทยังคงมีเป้าหมายการขยายร้าน 7-Eleven อย่างต่อเนื่องทุกปี ปีละประมาณ 700 สาขา โดยในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 9,542 สาขา เพิ่มขึ้น 710 สาขา และจะครบ 10,000 สาขาในปี พ.ศ.2560 ทั้งนี้สามารถแบ่งร้าน 7-Eleven ตามประเภทการดำเนินการ ภูมิภาคการให้บริการ และทำเลร้าน ดังแสดงรายละเอียดดังนี้

จากการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องของ 7-Eleven ทำให้ในปีพ.ศ. 2559 ซีพี ออลล์ มียอดขายสุทธิและรายได้ค่าบริการ 256,401 ล้านบาท กำไรสุทธิ 14,099 ล้านบาท รายได้รวม 278,246 ล้านบาท กำไรสุทธิต่อหุ้น 1.57 บาท อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ร้อยละ 5.2 อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ร้อยละ 37.1 เงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้น 8,983.10 ล้านบาท อัตราหุ้นละ 1.00 บาท อีกทั้งบริษัทมีนโยบายการพัฒนาและยกระดับความสามารถของพนักงานเพื่อรองรับการเติบโตของบริษัท โดยในปีพ.ศ. 2559 บริษัทมีพนักงานประจำจำนวนทั้งสิ้น 49,224 คน แบ่งเป็น พนักงานปฏิบัติการสำนักงานใหญ่ จำนวน 11,573 คน และพนักงานฝ่ายปฏิบัติการร้านจำนวน 37,651 คน เพื่อร่วมขับเคลื่อนองค์กรให้มุ่งสู่เป้าหมายที่วางไว้ในอนาคต และตอบสนองกลยุทธ์ และทิศทางธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

จำแนกตามประเภทการดำเนินงาน



จำแนกตามทำเลร้าน



จำแนกตามภูมิภาคการให้บริการ



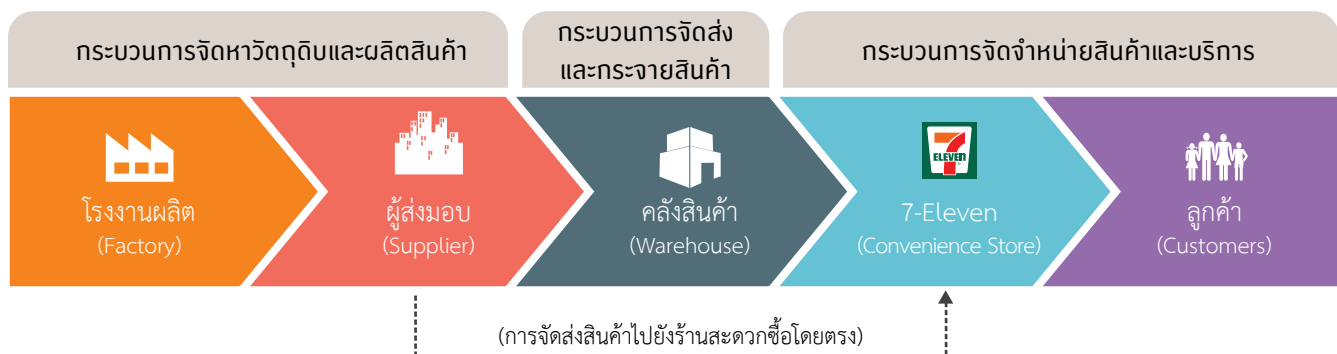


ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจของ ซีพี ออลล์

ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ

รายละเอียดทางเศรษฐกิจ	จำนวน (บาท)
มูลค่าเศรษฐกิจทางตรง (Direct economic value generated)	
รายได้ (Revenues)	278,245,771,115
การกระจายมูลค่าทางเศรษฐกิจทางตรง (Direct economic value distributed)	
ต้นทุนการดำเนินงาน (Operating costs)	234,769,206,698
ค่าจ้างและสวัสดิการพนักงาน (Employee wages and benefits)	18,974,605,234
เงินที่ชำระแก่เจ้าของเงินทุน (Payments to providers of capital)	16,283,373,898
เงินที่ชำระแก่รัฐ (Payments to government)	2,000,030,479
การลงทุนในชุมชน (Community Investment)	276,007,348
มูลค่าเชิงเศรษฐกิจสะสม (Economic value retained)	5,942,547,457

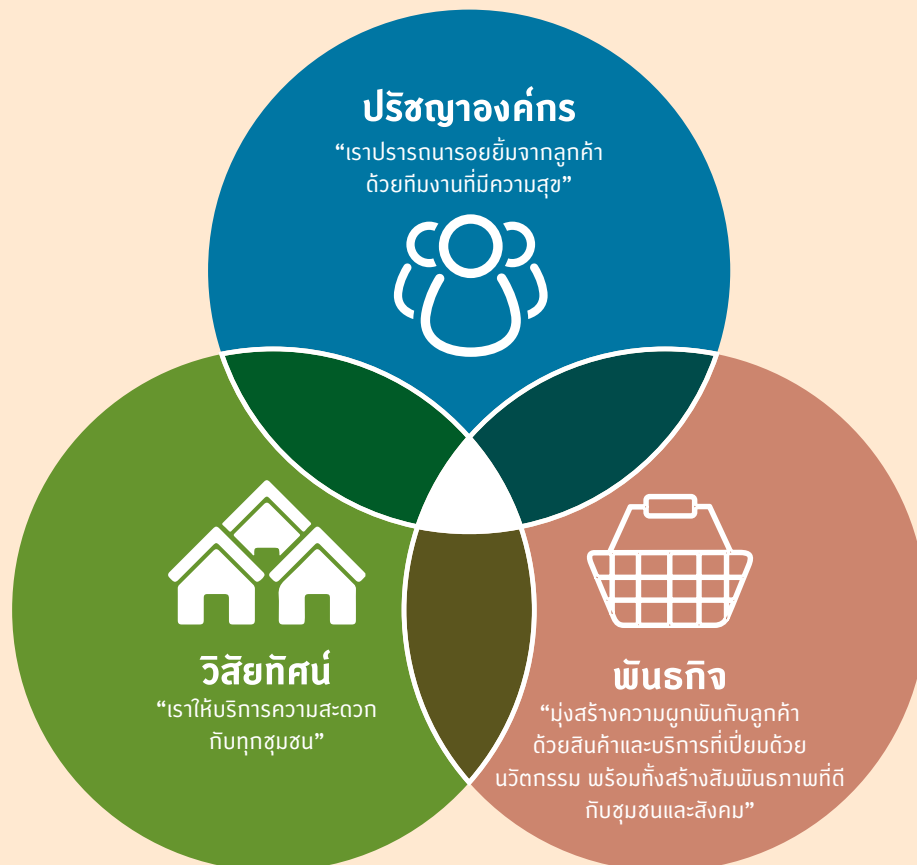
ห่วงโซ่คุณค่าของ ซีพี ออลล์



ทิศทางองค์กร ภารกิจ วิสัยทัศน์ และความรับผิดชอบต่อสังคม

นโยบายและทิศทางองค์กร

ตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา บริษัทได้พัฒนาแผนกลยุทธ์การดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการเติบโตและผลกำไรอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์สินค้าและบริการ ผ่านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลตลอดจนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ตามนโยบาย “รวมพลังมุ่งสู่การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร” เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่มากด้วยคุณค่าให้แก่ลูกค้าและสังคม ตามกรอบการดำเนินงานของบริษัท ดังนี้





จากการดำเนินงานตามปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร ที่สะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินธุรกิจที่บริษัทได้ยึดปฏิบัติตามแนวคิด “Life is Better with All เพราะเราเป็นส่วนหนึ่งของสังคม” โดยการนำหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาใช้ในการบริหารงาน เพื่อการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความโปร่งใส และตรวจสอบได้ ตลอดจนการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

การปฏิบัติตามกฎระเบียบและมาตรฐานสากล

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับ ข้อกำหนดเกี่ยวกับการรับรองและการจดทะเบียนมาตรฐานระบบงาน ที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม (SHE Policy) ของเครือเจริญโภคภัณฑ์อย่างเข้มงวด ซึ่งได้ประเมินการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอปีละ 1 ครั้ง อีกทั้งยังได้ปฏิบัติตามระบบมาตรฐานทั้งระดับประเทศและระดับสากลต่างๆ ดังตาราง

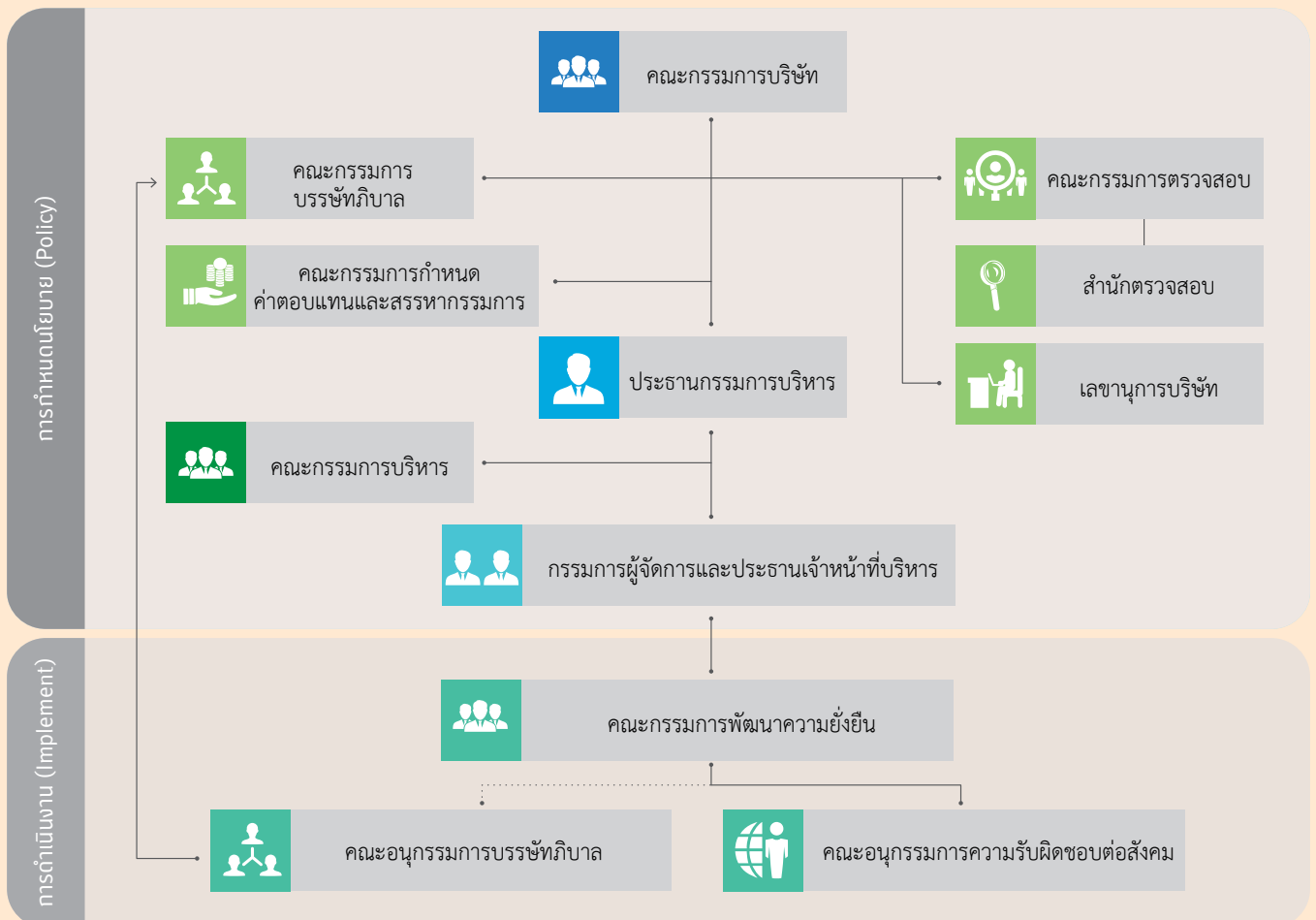
การดำเนินงานตามระบบมาตรฐานของ ซีพี ออลล์

ประเภทการรับรอง	กฎหมาย/ ระเบียบ/ ข้อบังคับสำคัญ	
1 การรับรองด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> ✓ มาตรฐาน CPSS ✓ OHSAS 18001 ✓ GMP CODEX ✓ ISO/IEC17025 	
2 การรับรองหรือการจดทะเบียนเพื่อขออนุญาตดำเนินการ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในอาณาเขต OHSAS 18001 ✓ ใบอนุญาตต่างๆ ✓ พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ✓ พระราชบัญญัติอาหารและยา ✓ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2552 ✓ พระราชบัญญัติผังเมือง พ.ศ. 2518 ✓ ใบอนุญาตจำหน่ายอาหาร สะสมอาหารเทศบัญญัติ 	
3 การรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ISO 14001 ✓ ISO 22301 (BCM)/ BS25999 ✓ ISO 26000 (CSR) ✓ ISO 50001 (การจัดการพลังงาน) 	
4 การรับรองด้านสิ่งแวดล้อม การเงิน และผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> ✓ พระราชบัญญัติสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 (น้ำเสีย) ✓ พระราชบัญญัติตลาดหลักทรัพย์ ✓ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ✓ พระราชบัญญัติสินค้าและบริการ พ.ศ. 2522 ✓ พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 ✓ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 	

แนวทางการดำเนินงาน การพัฒนาความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์

ตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจกว่า 29 ปี ภายใต้เครื่องหมายการค้า 7-Eleven บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะให้องค์กรและสังคมเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกัน ภายใต้วิสัยทัศน์ “เราให้ความสะดวกกับทุกชุมชน” และพันธกิจที่ “มุ่งสร้างความผูกพัน

กับลูกค้าด้วยสินค้าและบริการ ที่เปี่ยมด้วยนวัตกรรม พร้อมทั้งสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับชุมชนและสังคม” ดังนั้นเพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามวิสัยทัศน์และพันธกิจ บริษัทจึงได้กำหนดโครงสร้างการพัฒนาความยั่งยืน ดังภาพ



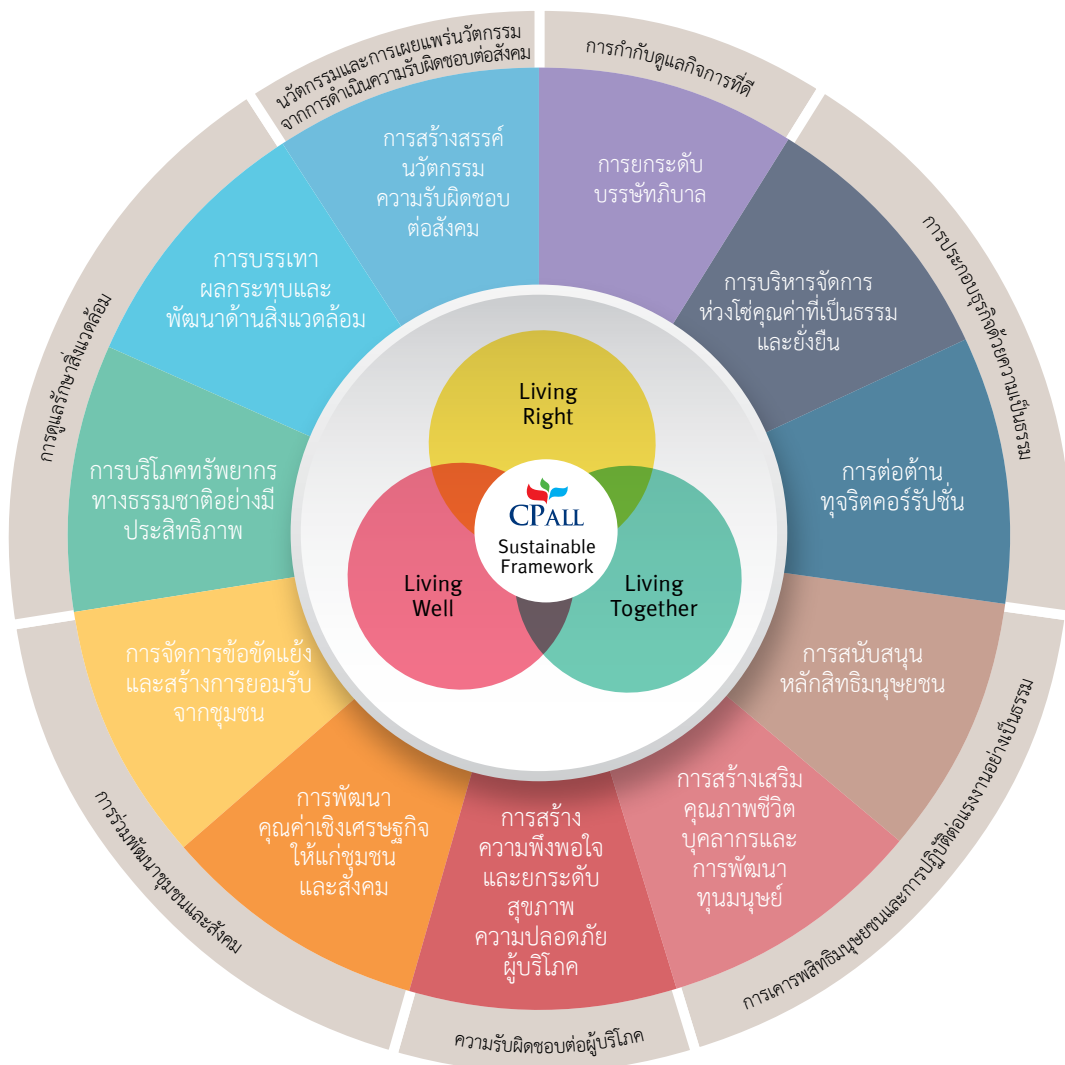


โดยบริษัทได้แบ่งการทำงานด้านความยั่งยืนตามโครงสร้างการพัฒนาความยั่งยืน ออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนการกำหนดนโยบายและส่วนการดำเนินงาน โดยมีคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน เป็นหัวใจหลักในการขับเคลื่อนและผลักดันนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนให้สามารถปฏิบัติได้จริงในทุกกระบวนการทุกหน่วยงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น เพื่อให้ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเป็นไปตามเป้าประสงค์ คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนจึงได้กำหนดกรอบความยั่งยืนที่ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักการจากคู่มือ “เข้มทิศธุรกิจ เพื่อสังคม”

และประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ ซึ่งครอบคลุมทั้งในส่วนของเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ เพื่อให้เป็นกรอบการดำเนินงานขององค์กรดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานตามกรอบความยั่งยืนของบริษัทยังอยู่ในระยะเริ่มต้น แต่บริษัทยังคงมุ่งมั่นในการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานทุกขั้นตอนให้มีความรับผิดชอบ และคำนึงถึงผลกระทบที่จะมีต่อสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มด้วยความเชื่อว่า “สังคมยั่งยืน องค์กรก็ยั่งยืน”

กรอบความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์ ภายใต้ 7 หลักการ 11 ประเด็น



เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ด้านการพัฒนาความยั่งยืน ปี พ.ศ. 2563

1. เป้าหมายด้านสังคม (Living Right)

- การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 100
- การประเมินด้านความยั่งยืน และการตรวจสอบย้อนกลับของคู่ค้าทางธุรกิจที่สำคัญ (Critical Tier 1) ร้อยละ 100
- การตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนและข้อปฏิบัติด้านแรงงานของบริษัทใน Critical Areas (Human Rights Due Diligence) ร้อยละ 100
- การเพิ่มมูลค่านวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการ รวมถึงนวัตกรรมเพื่อสังคมให้มากกว่าร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับปีฐาน พ.ศ. 2559

2. เป้าหมายด้านเศรษฐกิจ (Living Well)

- การส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิตให้แก่เกษตรกรผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง จำนวนทั้งสิ้น 10,000 ราย
- พนักงานที่ผ่านการอบรมพัฒนาความรู้และความเข้าใจด้านความยั่งยืนร้อยละ 100
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งเน้นด้านสุขภาพ โภชนาการ และสุขภาวะที่ดี ร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์ และการบริการทั้งหมด
- การสร้างโอกาสด้านการศึกษา และการพัฒนาทักษะที่จำเป็นแก่เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ จำนวน 100,000 คน

3. เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม (Living Together)

- การใช้น้ำลดลง ร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีฐาน พ.ศ. 2558
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง ร้อยละ 10 เทียบกับปีฐาน พ.ศ. 2558
- การประเมินการจัดหาจากแหล่งผลิตที่ไม่บุกรุกทำลายป่าไม้และทรัพยากรธรรมชาติ ร้อยละ 100 ของคู่ค้าทางธุรกิจที่สำคัญ (Critical Tier 1)



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

แนวทางการจัดทำรายงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี พ.ศ. 2559 (Sustainability Report) อ้างอิงตามกรอบการรายงาน Global Reporting Initiative ฉบับ G4 เป็นปีแรก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทราบถึงแนวทางการดำเนินงานขององค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม โดยรายงานฉบับนี้จะครอบคลุมการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2559 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2559 ซึ่งมีการรายงานเฉพาะธุรกิจร้านค้า 7-Eleven และหน่วยธุรกิจย่อย อาทิ Book Smile, Kudsan และ eXta เท่านั้น โดยกำหนดให้เนื้อหา มีความสมบูรณ์สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ ('In accordance' Criteria) ในแบบหลัก (Core Option)

กระบวนการกำหนดเนื้อหารายงาน

ในการกำหนดเนื้อหารายงาน บริษัทได้ดำเนินการคัดเลือกและประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัท โดยมีกระบวนการตามหลักการรายงาน GRI ฉบับ G4 ที่ให้ความสำคัญในเรื่องบริบทความยั่งยืน สารัตถภาพ ความสมบูรณ์ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งมีกระบวนการในการคัดเลือกและประเมิน ดังภาพ



1. การระบุประเด็น (Identification)

บริษัทได้พิจารณาคัดเลือกเรื่องความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งในระดับสากล และภายในประเทศ ซึ่งครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อหารือร่วมกับตัวแทนผู้บริหารและหน่วยงานเพื่อคัดเลือกเรื่องที่เกี่ยวข้องเนื่องสอดคล้องตามหลักการ

2. การจัดลำดับความสำคัญ (Prioritization)

บริษัทได้นำประเด็นความยั่งยืนที่สอดคล้องกับเรื่องที่เกี่ยวข้องเนื่องมาพิจารณาร่วมกับตัวแทนผู้บริหารในการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อถ่วงน้ำหนักประเด็นที่มีนัยสำคัญผ่านการทดสอบสารัตถภาพ (Materiality Test) ซึ่งจะพิจารณาใน 2 มุมมอง คือ ด้านอิทธิพลต่อการประเมินและตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และด้านนัยสำคัญของผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของบริษัท

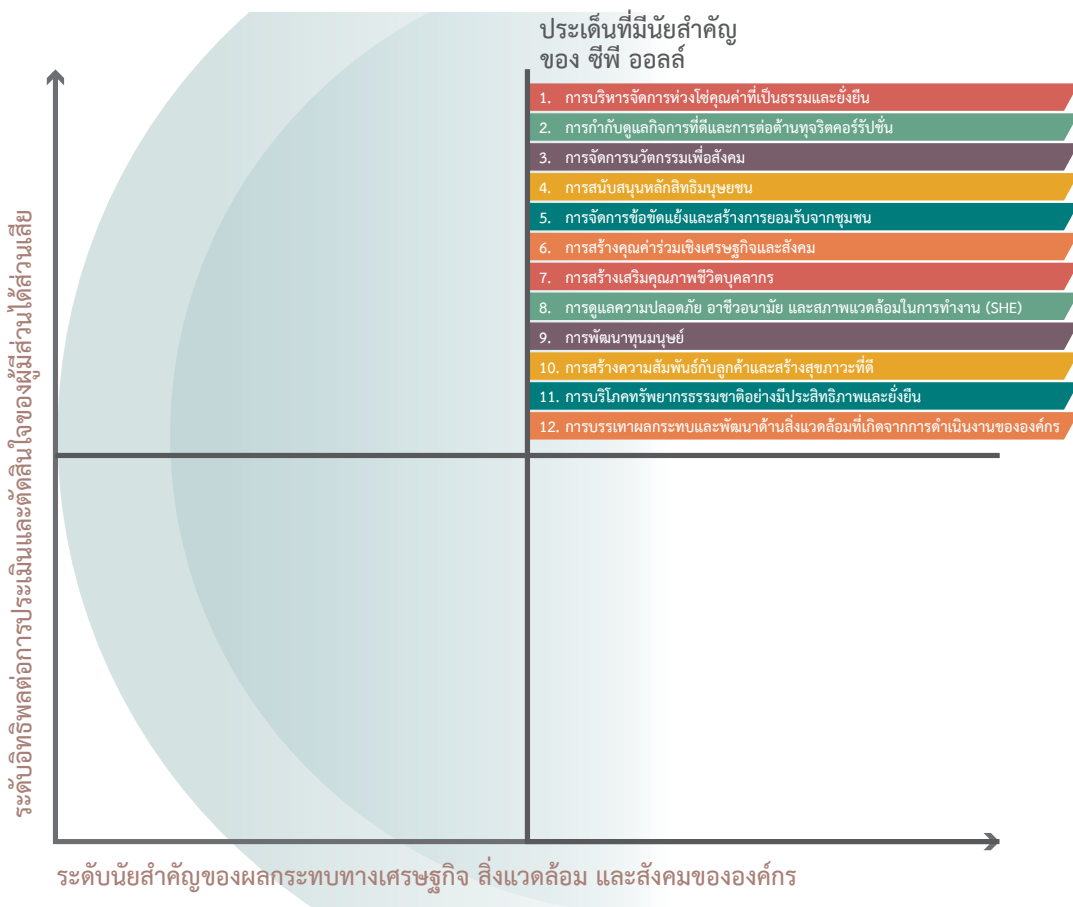
3. การทบทวนความถูกต้อง (Validation)

บริษัทได้ทบทวนประเด็นด้านความยั่งยืนบนหลักการความสมบูรณ์ โดยผู้บริหารระดับสูงได้พิจารณาเห็นชอบถึงประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ และพิจารณาถึงความครอบคลุมของประเด็นทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อีกทั้งเพื่อตรวจสอบว่าเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทอย่างแท้จริง

4. การทบทวนรายงาน (Review)

บริษัทได้กำหนดกระบวนการในการทบทวนรายงาน โดยการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกได้ร่วมเสนอความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะต่อแนวทางและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัท ทั้งในรูปแบบการสื่อสารทางเดียว และการสื่อสารสองทาง ซึ่งบริษัทจะนำผลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาการจัดทำรายงานในรอบการรายงานถัดไป

ประเด็นที่มีนัยสำคัญของ ซีพี ออลล์





ผลการประเมินสาระสำคัญ และขอบเขตของผลกระทบ

หัวข้อ	ประเด็นความยั่งยืนตามกรอบของ GRI	ขอบเขตของผลกระทบ											
		ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร										
			หน่วยงานกำกับดูแล	หน่วยงานภาครัฐ	ลูกค้า	แฟรนไชส์	ชุมชน	ลูกค้า	ขนส่ง	เจ้าห่วงโซ่อุปทาน/ผู้ให้เช่า	SMEs	ผู้รับเหมาก่อสร้าง	Outsource
การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่เป็นธรรมและยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> การประเมินผู้ส่งมอบต่อผลกระทบทางสังคม การประเมินด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ส่งมอบ พฤติกรรมที่กีดกันการแข่งขัน การประเมินผู้ส่งมอบในหัวข้อด้านสิทธิมนุษยชน 	✓			✓							✓	
การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	<ul style="list-style-type: none"> การต่อต้านทุจริต 	✓	✓	✓	✓								
การจัดการวินัยกรรมเพื่อสังคม		✓											
การสนับสนุนหลักสิทธิมนุษยชน	<ul style="list-style-type: none"> แรงงานเด็ก (สิทธิเด็ก) แรงงานเกณฑ์และแรงงานบังคับ กลไกการร้องทุกข์ด้านสิทธิมนุษยชน การไม่เลือกปฏิบัติ การประเมินด้านสิทธิมนุษยชน 	✓			✓	✓			✓		✓	✓	
การจัดการข้อขัดแย้งและสร้างการยอมรับจากชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> ชุมชนท้องถิ่น กลไกการร้องทุกข์ต่อผลกระทบทางสังคม การปฏิบัติตามกฎหมาย 	✓					✓						
การสร้างคุณค่าร่วมเชิงเศรษฐกิจและเชิงสังคม	<ul style="list-style-type: none"> บทบาทในตลาด ผลเชิงเศรษฐกิจ ผลกระทบทางอ้อมเชิงเศรษฐกิจ ข้อปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้าง 	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	
การพัฒนาทุนมนุษย์และการสร้างเสริมคุณภาพชีวิตบุคลากร	<ul style="list-style-type: none"> การฝึกอบรมและการให้ความรู้ แรงงาน / ฝ่ายบริหารสัมพันธ์ กลไกการร้องทุกข์ต่อข้อปฏิบัติด้านแรงงาน ความหลากหลายและโอกาสแห่งความเท่าเทียม การจ้างงาน 	✓			✓	✓				✓	✓	✓	

หัวข้อ	ประเด็นความยั่งยืนตามกรอบของ GRI	ขอบเขตของผลกระทบ												
		ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร											
			หน่วยงานกำกับดูแล	หน่วยงานภาครัฐ	ลูกค้า	แฟรนไชส์	ชุมชน	ลูกค้า	ขนส่ง	เจ้าของพื้นที่/ผู้ให้เช่า	SMEs	ผู้รับเหมาก่อสร้าง	Outsource	
การดูแลความปลอดภัย / อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน	<ul style="list-style-type: none"> อาชีวอนามัยและความปลอดภัย 	✓			✓	✓				✓		✓	✓	✓
การสร้างความผูกพันกับลูกค้าและการสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	<ul style="list-style-type: none"> สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและบริการ 	✓								✓				
การบริโภคทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> วัสดุ พลังงาน น้ำ 	✓												
การบรรเทาผลกระทบและพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กร	<ul style="list-style-type: none"> มลอากาศ น้ำทิ้ง ของเสีย การขนส่ง กลไกการร้องทุกซ์ด้านสิ่งแวดล้อม 	✓			✓					✓	✓	✓		

การรับรองความถูกต้องของข้อมูล

บริษัทได้มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้บริหารระดับสูง พิจารณา ตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของประเด็นที่มีนัยสำคัญ เพื่อให้ประเด็นที่ได้ครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามเนื่องด้วยรายงานแห่งความยั่งยืนประจำปี พ.ศ. 2559 เป็นการรายงานตามกรอบการรายงานสากล GRI ฉบับ G4 เป็นฉบับแรก บริษัทจึงได้รายงานเฉพาะขอบเขตผลกระทบภายในองค์กรเท่านั้น โดยจะขยายผลการเก็บข้อมูลไปยังประเด็นที่มีขอบเขตผลกระทบภายนอกองค์กรต่อไปในอนาคต

การสอบถามข้อมูล

หากท่านต้องการสอบถามข้อมูลหรือมีข้อสงสัยเกี่ยวกับรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ สามารถติดต่อได้ที่

สายงานพัฒนาความยั่งยืน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

สำนักงานใหญ่ เลขที่ 283 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

โทรศัพท์: 0 2648 2080 โทรสาร: 0 2679 0599

อีเมล: SDstrategyoffice@cpall.co.th

เว็บไซต์: www.cpall.co.th



การสานสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ซีพี ออลล์ ได้ให้ความสำคัญในการสานสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เนื่องด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ดังนั้น จึงได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ทั้งภายในและภายนอก ประกอบด้วย พนักงาน คู่ค้า แพรนไฮส์ ภาครัฐ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า เจ้าหนี้ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดให้มีช่องทางการสื่อสารสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรม เพื่อแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การร้องเรียน ตลอดจน

ความคาดหวังต่างๆ ที่มีต่อบริษัท ซึ่งบริษัทจะนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการปรับปรุง พัฒนา และกำหนดแนวทางตอบสนองต่อความคาดหวังต่อไป ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเกิดผลประโยชน์ร่วมกันอย่างยั่งยืน โดยสามารถสรุปรายละเอียดต่างๆ เช่น กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ช่องทางการสื่อสาร พร้อมแนวทางตอบสนองต่อความคาดหวัง ตามรายละเอียดดังตาราง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการสร้างการมีส่วนร่วมและความถี่	ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองต่อความคาดหวัง
พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> การสำรวจความพึงพอใจของพนักงานประจำปี การสำรวจความผูกพันของพนักงานประจำปี ช่องทางการสื่อสารระหว่างพนักงานกับผู้บริหารระดับสูง การสื่อสารผ่านการสัมมนา กิจกรรมพลังทีมประจำปีของสายร้านสาขา สำนักงาน และศูนย์กระจายสินค้า การเคาะระฆัง จำนวน 88 ครั้ง/ปี การพูดคุยผ่านการเยี่ยมเยือนพนักงานของสายร้านสาขา สำนักงาน และศูนย์กระจายสินค้า จำนวน 33 ครั้ง/ปี การใช้ 7Daily Net และ ระบบ Intranet (Lotus Note) การใช้ CP ALL Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> การมีผลตอบแทนและสวัสดิการที่ดี ความก้าวหน้าในอาชีพการงาน การได้รับการพัฒนาและฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง การมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและถูกหลักอาชีวอนามัย การได้รับการยอมรับและยกย่องชมเชย การประเมินผลที่เป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> การจัดทำระบบการจ่ายค่าตอบแทน ผลประโยชน์ และสวัสดิการพนักงานอย่างเหมาะสม อาทิ โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (Employee Joint Investment Program - EJIP) กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โครงการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย การจัดทำโครงสร้างตำแหน่งงานให้มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงานอย่างชัดเจน เพื่อให้พนักงานเติบโตตามความสามารถ การจัดโครงการเพื่อมุ่งสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ อาทิ โครงการปลาพุ่งใหญ่ โครงการ President Award โครงการ Chairman Award ฯลฯ การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมรายตำแหน่งโดยจัดให้มีการอบรมทั้งภายในและภายนอกบริษัท เพื่อพัฒนาทักษะและเสริมสร้างความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง การได้จัดตั้งคณะกรรมการด้านความปลอดภัย โดยดูแลและอบรมพนักงานเกี่ยวกับเหตุการณ์ฉุกเฉินต่างๆ รวมทั้งมีการวางระบบป้องกันภัยที่มีประสิทธิภาพ และการจัดทำแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยสำหรับพนักงานในส่วนงานศูนย์กระจายสินค้า เพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่เกิดจากการปฏิบัติงาน การออกประกาศชื่นชมพนักงานที่มีความขยัน ซื่อสัตย์ มุ่งปรับปรุงงานเพื่อสร้างความประทับใจของลูกค้าผ่านวารสาร 7-11 สัมพันธ์ สื่อออนไลน์ในองค์กร และโครงการเพชรชวน การพิจารณาผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่เป็นธรรม และไม่เลือกปฏิบัติ หรือใช้ความเป็นส่วนตัวกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง อีกทั้งมีช่องทางการสื่อสารเพื่อรับฟังความคิดเห็นระหว่างพนักงานกับผู้บริหาร ช่องทางรับเรื่องร้องเรียนกรณีไม่ได้รับความเป็นธรรม อาทิ การเคาะระฆัง เพื่อให้พนักงานมีหลักประกัน และมีความเชื่อมั่นต่อองค์กร

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการสร้างการมีส่วนร่วมและความดี	ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองต่อความคาดหวัง
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าทุก 2 ปี การจัดตั้งศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ โทร. 0 2711 7771 การประชุม Strategy Partner รายละ 2 ครั้ง/ปี การติดต่อผ่าน Call Center จำนวน 7 ครั้ง/ปี การประชุมแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านการพัฒนาสินค้าและระบบ Supply Chain กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องทุกเดือน 	<ul style="list-style-type: none"> การเติบโตของผลการดำเนินงานตามเป้าหมาย (Healthy Business : Growth & Profit) การเติบโตของธุรกิจ การเติบโตของยอดขายและผลตอบแทนที่คุ้มค่า การสร้างโอกาสในการขยายธุรกิจใหม่และดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน การได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรมตามหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> การประมูล การทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต หรือ E-Auction เพื่อให้มีการเสนอราคา หรือเจรจาต่อรองราคาให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การสานสัมพันธ์ภาพ การพัฒนา และการเสริมสร้างศักยภาพลูกค้า ผ่านการแบ่งปันความรู้ด้านนวัตกรรม ซึ่งกินและกิน อาทิ การพัฒนาระบบการผลิตสินค้า การอบรมเรื่องมาตรฐานการผลิต การมีระเบียบการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และเท่าเทียมกัน โดยไม่ใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวเข้ามาตัดสิน อีกทั้งมีนโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า และมีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนหรือข้อกังวลจากลูกค้าเพื่อการแก้ปัญหาที่ตรงจุด
แฟรนไชส์	<ul style="list-style-type: none"> Franchise Mall Website การสำรวจความผูกพันของแฟรนไชส์ซีต่อบริษัท 1 ครั้ง/ปี การร้องเรียนผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียนจำนวน 120 ครั้ง/ปี กิจกรรมยกระดับศักยภาพการบริหารร้าน 8 ครั้ง/ปี กิจกรรมสานสัมพันธ์ระหว่างแฟรนไชส์ซีกับบริษัท 8 ครั้ง/ปี กิจกรรม Franchisee Knowledge Sharing (แฟรนไชส์ซีที่มีผลงานการบริหารร้านดี) 7 ครั้ง/ปี งานประชุมแฟรนไชส์ซีประจำปี 10 ครั้ง/ปี สัมมนาด้านการบริหารบุคลากร 4 ครั้ง/ปี กิจกรรมต่อสัญญาการบริหารร้านฯ แบบกลุ่ม 2 ครั้ง/ปี กิจกรรมสำหรับทายาทแฟรนไชส์ซี 4 ครั้ง/ปี วารสารแฟรนไชส์ เดือนละ 4,500 ฉบับ 	<ul style="list-style-type: none"> การได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือการบริหารจัดการที่ดีและมีมาตรฐาน การได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรมตามหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมธุรกิจ ผลตอบแทนที่เหมาะสมเป็นธรรม มีความมั่นคงทางธุรกิจ ขยายธุรกิจและดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาและฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> การสนับสนุนแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในร้านสาขา และองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่เพื่อใช้ปรับปรุงการดำเนินงานของร้านสาขา นโยบายการดูแลและสนับสนุนร้านแฟรนไชส์ที่เป็นธรรม และมีช่องทางในการรับฟังเสียงและข้อเสนอแนะ การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ มีความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และพัฒนานวัตกรรมต่างๆ เพื่อลดต้นทุนการผลิต นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนด้านการศึกษาอย่างต่อเนื่อง และจัดอบรมเพื่อให้ความรู้ในการสร้างระบบแฟรนไชส์ รวมทั้งมีนโยบาย Best Practice & Knowledge Sharing ที่เกี่ยวข้อง การแบ่งปันสารสนเทศและข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับเสียงของลูกค้าและชุมชน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า



ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการสร้างการมีส่วนร่วมและความถี่	ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองต่อความคาดหวัง
ภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> การสนับสนุนความร่วมมือและความช่วยเหลือในโครงการต่างๆ ของหน่วยงานราชการอย่างสม่ำเสมอ จำนวน 644 ครั้ง/ปี การสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐ โดยติดต่อประสานงานอย่างเปิดเผย จำนวน 8 ครั้ง/ปี 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามหลักธรรมาภิบาลและปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด การป้องกันการทุจริต การปฏิบัติตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเคร่งครัด การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินกิจการภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมาย กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ หรือระเบียบต่างๆ อย่างเคร่งครัดและถูกต้อง การไม่ล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือสิทธิบัตร โดยออกเป็นคำสั่งให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตาม พร้อมกำหนดบทลงโทษหากฝ่าฝืนหรือละเลย
ผู้ถือหุ้น	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี รายงานประจำปี SEC Filings 	<ul style="list-style-type: none"> ผลกำไรและผลตอบแทนที่คุ้มค่า การขยายธุรกิจและดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ภาพลักษณ์ที่ดี การได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรมตามหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยยึดหลักธรรมาภิบาล ผลการดำเนินงานที่ดี มีความเจริญเติบโตอย่างมั่นคง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว การให้ความสำคัญกับผู้ถือหุ้นโดยยึดหลักความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้น การรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น โดยจัดให้มีมาตรการป้องกันการรั่วไหลข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ส่วนตนของกรรมการหรือผู้บริหาร
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> การติดต่อผ่าน Call Center จำนวน 46,434 ครั้ง/ปี การติดต่อผ่านสาขา จำนวน 38 ครั้ง/ปี การติดต่อผ่านทางไปรษณีย์ จำนวน 2 ครั้ง/ปี การติดต่อผ่าน Website และ Social Media จำนวน 915 ครั้ง/ปี 	<ul style="list-style-type: none"> การสื่อสารข้อมูลด้านการตลาดที่ถูกต้อง สินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย ตอบสนองต่อความต้องการ อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของสินค้า การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียม 	<ul style="list-style-type: none"> การเปิดเผยข้อมูลต่อลูกค้าอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และมีการควบคุมดูแลมาตรฐานสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ การมุ่งมั่นพัฒนา ปรับปรุงสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ นโยบายเกี่ยวกับการปฏิบัติที่เป็นธรรมและรับผิดชอบต่อลูกค้าอย่างชัดเจน โดยระบุในคู่มือจริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงานของบริษัท

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ช่องทางการสร้างการมีส่วนร่วมและความถี่	ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองต่อความคาดหวัง
ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> • การติดต่อผ่าน Website และ Social Media • บอร์ด ป้ายประกาศข่าวสาร ความเคลื่อนไหวตามร้านสาขา จำนวน 40 ครั้ง/ปี 	<ul style="list-style-type: none"> • การดำเนินธุรกิจบนหลักคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์เป็นธรรม • การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมลดภาวะโลกร้อน • การส่งเสริมการศึกษา พัฒนาเยาวชน พัฒนาชุมชนและสังคม • การยกระดับคุณภาพชีวิต ศาสนา และความเป็นอยู่ของประชาชน • การช่วยเหลือเมื่อประสบภัยพิบัติ 	<ul style="list-style-type: none"> • การกำหนดกลยุทธ์องค์กร 7 Go Green เพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เน้นการอนุรักษ์ธรรมชาติจากการลดการใช้พลังงาน และลดการตัดต้นไม้ โดยถ่ายถอดสู่การปฏิบัติจากระบบบริหารร้าน และการให้บริการลูกค้า • นโยบายสนับสนุนด้านการศึกษาสำหรับเยาวชนในด้านภาษาไทย ทักษะทางปัญญา การศึกษาผ่านระบบตรง โดยการจัดตั้งศูนย์การเรียน วิทยาลัย PAT และสถาบัน PIM • การให้ความช่วยเหลือชุมชนรอบๆ สาขา ทั้งในยามปกติและยามประสบภัย อาทิ การอบรมดับเพลิงและซ้อมหนีไฟในชุมชน ในเขตกรุงเทพฯ รวมทั้งการเป็นเครือข่ายรับบริจาคเงินช่วยเหลือจากประชาชนทั่วประเทศยามเกิดภัยพิบัติ และบริการระบบขนส่งขององค์กรซึ่งนำอาหารเครื่องดื่มไปส่งในพื้นที่ประสบภัย
เจ้าหนี้	การร้องเรียนผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียน จำนวน 5 ราย/ปี	<ul style="list-style-type: none"> • การรักษาและปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด • การรายงานสถานะทางการเงินอย่างถูกต้อง โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ 	<ul style="list-style-type: none"> • การรักษาและปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด • การควบคุมการชำระหนี้คืน เงินกู้ และดอกเบี้ย แต่เจ้าหนี้เงินกู้ยืมทุกประเภทให้ครบถ้วนตามกำหนดเวลา และปฏิบัติตามเงื่อนไขการกู้ยืม • การบริหารงานเพื่อให้เจ้าหนี้มั่นใจในสถานะทางการเงินและความสามารถในการชำระหนี้ที่ดีของบริษัท



การกำกับดูแลกิจการที่ดี

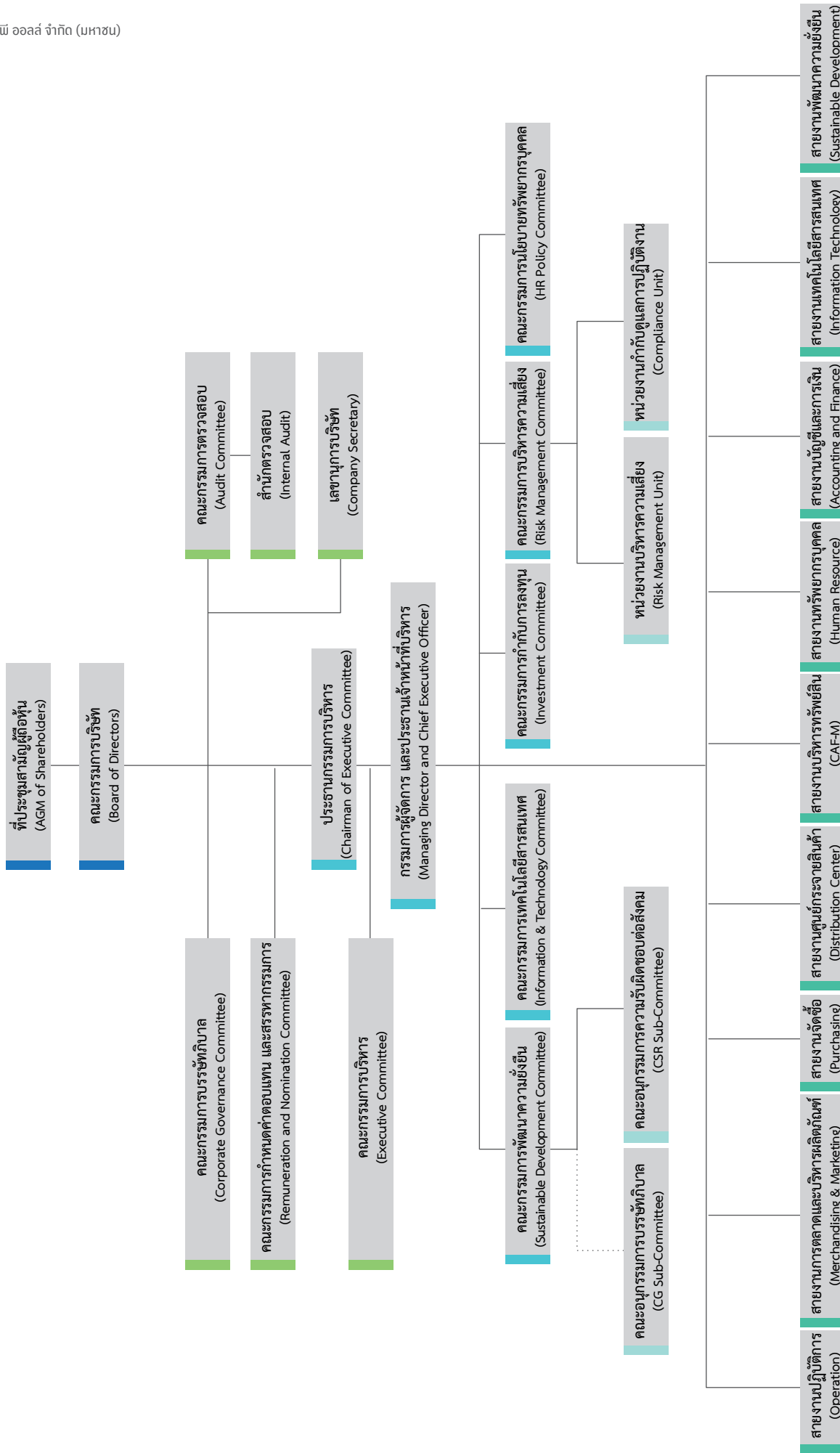
บริษัทดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความโปร่งใส เป็นธรรม และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ภายใต้แนวปฏิบัติด้านจริยธรรมทางธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยบริษัทได้จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการและมีการทบทวน ปรับปรุงแก้ไขให้ทันสมัยต่อเหตุการณ์ รวมทั้งได้มาตรฐานตามหลักสากลอย่างสม่ำเสมอ เนื้อหาครอบคลุมสิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน การบริหารความเสี่ยง การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน การควบคุมและตรวจสอบภายใน ตลอดจนการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

นอกจากนั้น บริษัทได้จัดทำคู่มือจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Business Ethics and Code of Conduct) โดยได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริษัท ภาควิชา คณะอนุกรรมการบริษัท ภาควิชา และคณะทำงาน เพื่อผลักดันการดำเนินงานและการทำงานของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานให้เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการและคู่มือจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จัดอบรม วรรณคดี และประเมินติดตามผลการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งกำหนดให้บุคลากรทุกระดับลงนามรับทราบและยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

อีกทั้งบริษัทได้กำหนดนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวปฏิบัติสำหรับการต่อต้านการทุจริต แนวปฏิบัติในการบริจาคเพื่อการกุศล แนวปฏิบัติในการให้เงินสนับสนุน แนวปฏิบัติในการให้หรือรับของขวัญ ของชำร่วย และการรับรอง เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงาน และเป็นการป้องกันความเสี่ยงในการกระทำการอันนำไปสู่การทุจริต โดยบริษัทได้มีการประเมินระบบการบริหารความเสี่ยงด้านการทุจริต และสร้างความตระหนักรู้ให้แก่บุคลากร โดยได้จัดอบรมให้แก่พนักงานใหม่ และอบรมประจำปี มีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตทั้งภายในและภายนอกบริษัท พร้อมทั้งเปิดช่องทางแจ้งเบาะแสการทุจริต ตลอดจนการรายงานผลการปฏิบัติงานในเรื่องการต่อต้านการทุจริตต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้การจัดการในกรณีทุจริตเป็นไปอย่างทันท่วงที

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บริษัทจึงได้กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย ดังภาพ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ





บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ ของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการ	บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ
คณะกรรมการบริษัท	<ul style="list-style-type: none"> • กำกับดูแลกิจการให้เป็นไปตามเป้าหมายและแนวทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัท และเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการ และนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันของบริษัท • ปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัท มติคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีจริยธรรมที่ดี ระมัดระวัง รอบคอบ และมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอ
คณะกรรมการบริษัท	<ul style="list-style-type: none"> • กำกับดูแลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน ให้เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และสอบทานการประเมินผลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบาย • สอบทานการประเมินผลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบาย • ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้เป็นปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง โดยอ้างอิงแนวปฏิบัติสากล กฎหมาย และระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่ทำหน้าที่กำกับดูแลบริษัท • มีคณะอนุกรรมการบริษัทเป็นผู้ช่วยในการดำเนินงานและกำกับดูแลด้านบริษัท ตลอดจนติดตามงานประเมินผล และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท
คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ	<ul style="list-style-type: none"> • พิจารณาหลักเกณฑ์ในการจ่ายและรูปแบบค่าตอบแทนของกรรมการและผู้บริหารระดับสูง • พิจารณาหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหา และทำการคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท
คณะกรรมการตรวจสอบ	<ul style="list-style-type: none"> • สอบทานให้บริษัทมีการรายงานทางการเงินอย่างถูกต้องและเพียงพอ มีระบบควบคุมภายในและระบบตรวจสอบภายในที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยครอบคลุมถึงการดำเนินงานตามมาตรการการต่อต้านการทุจริตและนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง • สอบทานให้บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง • มีสำนักงานตรวจสอบ หน่วยงานบริหารความเสี่ยง และหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติงาน เป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงาน ประเมินผล ตรวจสอบ ติดตาม และรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ

การดำเนินงาน ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานด้านสังคม : Living Right

1. การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่เป็นธรรมและยั่งยืน

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาระบบการบริหารห่วงโซ่คุณค่าให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และแนวปฏิบัติต่างๆ ที่เป็นกรอบการดำเนินงานครอบคลุมตั้งแต่

กระบวนการสรรหาและคัดเลือก การพัฒนา การติดตามประเมินผล ตลอดจนการสร้าง ความผูกพันกับคู่ค้า ดังภาพ

ระบบการบริหารห่วงโซ่คุณค่าของ ซีพี ออลล์



ในปี พ.ศ. 2559 บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์การบริหารพันธมิตรทางธุรกิจยั่งยืน (Sustainable Partnership Management) ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าที่เป็นธรรมและยั่งยืน โดยเริ่มจากกระบวนการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ มีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม อีกทั้งบริษัทได้จัดอบรมเกี่ยวกับหลักเกณฑ์การเป็นคู่ค้าทางธุรกิจ การประกอบกิจการตามหลักธรรมาภิบาล รวมทั้งหลักสิทธิมนุษยชน เพื่อให้คู่ค้ามีความรู้ ความเข้าใจในแนวปฏิบัติมากยิ่งขึ้น

บริษัทมีแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถของคู่ค้าอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม อาทิ กำหนดแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้า การสานสัมพันธ์กับคู่ค้า (Partnership Engagement) โดยการจัดงานสานเสวนา การวางแผนธุรกิจร่วมกัน (Joint Business Planning) การแบ่งปันองค์ความรู้ในด้านต่างๆ ร่วมกัน (Knowledge Sharing) เช่น นวัตกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านกระบวนการ การผลิต การจัดจำหน่าย การเยี่ยมชมโรงงานผลิต และศูนย์กระจายสินค้า เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานร่วมกัน เป็นต้น



แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถของคู่ค้า

ลำดับ	โปรแกรม / โครงการ	กิจกรรม
1	สร้างความตระหนักรู้ และกำกับดูแลให้ปฏิบัติตามกฎหมาย พระราชบัญญัติ และระเบียบปฏิบัติต่างๆ	การจัดสัมมนาคู่ค้า
		การตรวจประเมินคู่ค้า
2	พัฒนาขีดความสามารถด้านการพัฒนาสินค้าที่เสริมสร้างสุขภาวะ และบรรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	การตรวจเยี่ยมโรงงานหรือแหล่งผลิต
		การออกแบบบรรจุภัณฑ์
		โครงการประหยัดพลังงาน
		การเชื่อมโยงระบบข้อมูลสารสนเทศ
3	ยกระดับมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม	การจัดทำข้อกำหนดจรรยาบรรณทางธุรกิจสำหรับคู่ค้า
4	แบ่งปันข้อมูลข่าวสารและร่วมพัฒนาองค์ความรู้	ข้อมูลวิจัยตลาด
		การร่วมพัฒนางานด้านห่วงโซ่อุปทาน

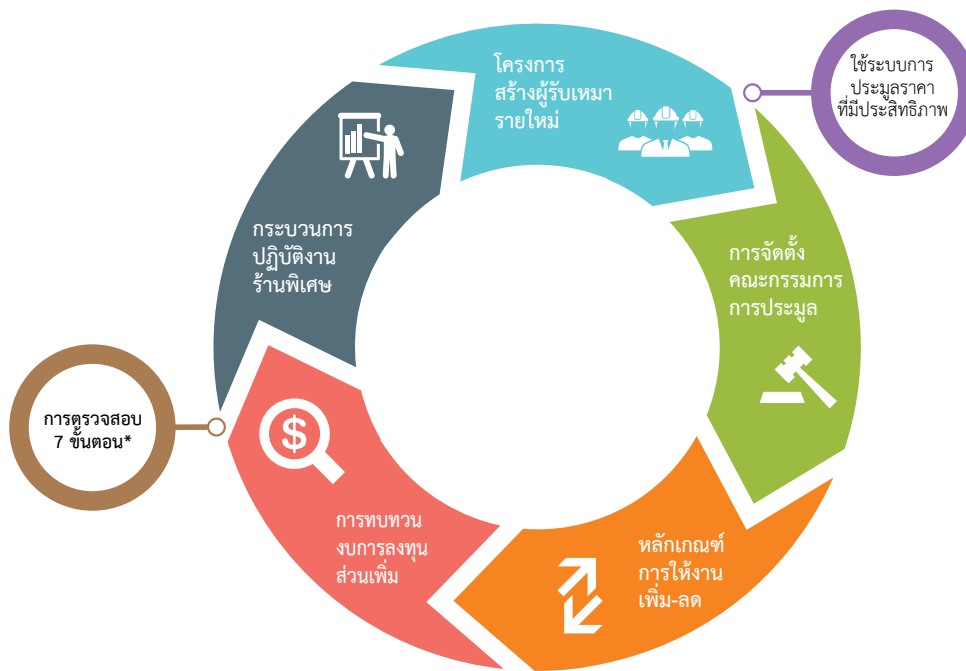
เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าได้ปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่บริษัทกำหนดไว้ จึงมีระบบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้า เพื่อยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนเพิ่ม ศักยภาพเพื่อรองรับความท้าทายทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ตลอดระยะเวลากว่า 29 ปี บริษัทมุ่งมั่นในการสร้างความผูกพันกับคู่ค้า ผ่านนโยบายและแนวทางปฏิบัติในการดูแลคู่ค้า เสมือนพันธมิตรทางธุรกิจ นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้งศูนย์คู่ค้าสัมพันธ์เพื่อรับเรื่องร้องเรียน อีกทั้งบริษัทยังได้ดำเนินการสำรวจ ความพึงพอใจของคู่ค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อขจัดข้อขัดแย้ง ข้อ กังวล ตลอดจนการหาแนวทางป้องกัน และแก้ไขปัญหาร่วมกัน

เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น รวมถึงมีการมอบรางวัล “SMEs ไทยยั่งยืน” เพื่อส่งเสริมและเชิดชูเกียรติคู่ค้าที่มี ผลงานเป็นเลิศ

ตัวอย่างการบริหารห่วงโซ่คุณค่าที่เป็นธรรมและยั่งยืน ได้แก่ โครงการพนักกำลังสร้างผู้รับเหมายั่งยืน (Total Contractors Collaboration for Sustainability Program) ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนา ศักยภาพของผู้รับเหมาก่อสร้างในรูปแบบการทำงานร่วมกัน รวมทั้งสร้างระบบบริหารผู้รับเหมายั่งยืน ซึ่งสามารถแสดง รายละเอียดได้ ดังภาพ

การบริหารงานผู้รับเหมาอย่างยั่งยืน



1.1 ผลการดำเนินงานด้านการบริหารห่วงโซ่คุณค่า

ในปี พ.ศ. 2559 บริษัทได้ดำเนินงานตามนโยบาย และแนวปฏิบัติด้านการบริหารห่วงโซ่คุณค่า โดยบริษัทได้มีการจัดงานสานเสวนาร่วมกับคู่ค้าปีละครั้ง มีคู่ค้าเชิงกลยุทธ์ (Strategic Supplier) เข้าร่วมการสานเสวนาจำนวนทั้งหมด 12 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 100 จากจำนวนคู่ค้าเชิงกลยุทธ์ทั้งหมดของบริษัท

อีกทั้งได้มีการสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันโดยรวมของคู่ค้าประเภทผู้รับเหมาจำนวนทั้งสิ้น 37 บริษัท ด้วยวิธีการสำรวจแบบ Classroom Survey ซึ่งแบ่งเป็นผู้รับเหมางานก่อสร้างจำนวน 19 บริษัท ผู้รับเหมางานไฟฟ้าจำนวน 6 บริษัท และผู้รับเหมางานอุปกรณ์จำนวน 12 บริษัท โดยบริษัทได้สำรวจภาพรวมความพึงพอใจในเรื่องระบบการประมูลราคา ระบบการก่อสร้างและตรวจรับมอบงาน ระบบการจ่ายเงิน คืนเงิน ระบบรับประกันหลังก่อสร้าง และการสำรวจความผูกพันที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการทำงาน (Functional Factor) อาทิ การปฏิบัติอย่าง

เป็นธรรม ความรับผิดชอบของคู่ค้าที่ดี การร่วมกันแก้ไขปัญหา การมีส่วนร่วมในการพัฒนาและเติบโตไปด้วยกัน และปัจจัยด้านจิตใจ (Emotional Factor) อาทิ ความภูมิใจที่ได้รับความไว้วางใจจากบริษัท และความรู้สึกอุ่นใจและมั่นคงที่ได้ร่วมงานกับบริษัท ซึ่งผลการสำรวจพบว่า ในปี พ.ศ. 2559 คู่ค้ามีความพึงพอใจโดยรวมร้อยละ 90 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 67 ในปี พ.ศ. 2558 และคู่ค้ามีความผูกพันโดยรวมร้อยละ 90 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 80 ในปี พ.ศ. 2558 เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันบริษัทกำลังดำเนินการวางแผนงานที่จะผลักดัน และสร้างความตระหนักด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และกฎหมายที่ครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และหลักสิทธิมนุษยชนไปยังคู่ค้า โดยการนำกรอบแนวคิด และแนวปฏิบัติจากมาตรฐานสากลต่างๆ มาปรับใช้ ซึ่งคาดว่าจะมีการดำเนินงานที่เป็นระบบแบบแผนมากขึ้นในอนาคต



2. การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทตระหนักดีว่าการทุจริตคอร์รัปชันเป็นภัยสังคมที่ก่อให้เกิดผลกระทบในแง่ความยั่งยืนของบริษัท และอาจส่งผลกระทบต่อประเทศชาติในระยะยาว ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงได้ลงนามแสดงเจตนารมณ์เข้าร่วมเป็นหนึ่งในแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition - CAC) ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2557 และยื่นแบบประเมินตนเองเกี่ยวกับการต่อต้านการคอร์รัปชันแก่คณะกรรมการ CAC เพื่อวัตถุประสงค์ในการเข้าสู่กระบวนการรับรองการเป็นสมาชิก (Certification Process) เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2559 ตลอดจนกำหนดนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อเป็นกรอบแนวทางการปฏิบัติงานแก่บุคลากรทุกระดับ รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

2.1 นโยบายการต่อต้านการคอร์รัปชัน

2.1.1 บริษัทมีนโยบายที่จะต่อต้านการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม โดยสนับสนุนและส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับเห็นความสำคัญ และมีจิตสำนึกในการต่อต้านการคอร์รัปชัน

2.1.2 บุคลากรทุกคนของบริษัทจะไม่ข้องเกี่ยวกับการคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ ทั้งในทางตรงและทางอ้อม โดยบุคลากรทุกคนของบริษัทต้องไม่ให้ เสนอให้ สัญญา ดำเนินการ เรียกร้อง หรือยอมรับการคอร์รัปชัน เพื่อประโยชน์ต่อองค์กร ตนเอง หรือผู้อื่น (เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก เป็นต้น) ทั้งที่เกี่ยวข้องกับเจ้าหน้าที่ของรัฐและระหว่างหน่วยงานในภาคเอกชน ที่อาจพิจารณาได้ว่าเป็นการคอร์รัปชัน และจะต้องปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการคอร์รัปชันของประเทศไทยและในทุกประเทศที่บริษัทดำเนินกิจการ

2.1.3 บุคลากรทุกคนของบริษัทต้องแสดงถึงความมุ่งมั่นในการต่อต้านการคอร์รัปชัน ตลอดจนต้องร่วมกันสร้างค่านิยมและสร้างความตระหนักในการดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และปราศจากการคอร์รัปชันให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กร

2.1.4 ผู้บริหารต้องจัดทำแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานดังต่อไปนี้

- การประเมินความเสี่ยงด้านการคอร์รัปชัน และออกแบบระบบการควบคุมภายในที่คำนึงถึงความเสี่ยงด้านการคอร์รัปชัน โดยเฉพาะในกระบวนการตลาดและการขาย การจัดซื้อและการจัดทำสัญญา

การทรัพยากรบุคคล การจัดเก็บและบันทึกข้อมูล การเบิกค่าใช้จ่ายบางประเภทที่มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดคอร์รัปชัน (เช่น การเบิกจ่ายการบริจาคม การสนับสนุน การเลี้ยงรับรอง หรือการให้ของขวัญ เป็นต้น) ตลอดจนกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อหน่วยงานราชการต่างๆ

- การจัดทำมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานถือปฏิบัติ อันเป็นการป้องกันความเสี่ยงด้านการคอร์รัปชันจากการดำเนินงาน ตลอดจนการจัดทำข้อกำหนดในการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันให้แก่บุคคลภายนอกรับทราบ
- การกำหนดขั้นตอนการสื่อสาร ตลอดจนดำเนินการสื่อสารถึงนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการคอร์รัปชันให้แก่บุคลากรของบริษัท ตลอดจนบุคคลภายนอกรับทราบอย่างสม่ำเสมอ
- การกำหนดให้มีการตรวจสอบกระบวนการดำเนินงานภายใน เพื่อให้มั่นใจถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการควบคุมภายในที่บริษัทได้ออกแบบและปฏิบัติ ตลอดจนการกำหนดขั้นตอนการรายงานผลการตรวจสอบตามนโยบายและแนวปฏิบัติของการต่อต้านการคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ และขั้นตอนการรายงานประเด็นที่พบอย่างเร่งด่วนต่อผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการบริษัท
- การกำหนดช่องทางที่ปลอดภัยในการแจ้งเบาะแส ตลอดจนช่องทางการขอคำแนะนำ ในกรณีที่เกิดการคอร์รัปชัน

2.1.5 บุคลากรของบริษัทต้องไม่ละเลยหรือเพิกเฉยที่จะแจ้งการกระทำที่เข้าข่ายการคอร์รัปชันผ่านช่องทางที่บริษัทกำหนด โดยบริษัทจะให้ความคุ้มครองต่อผู้ที่แจ้งการกระทำดังกล่าว

2.1.6 บริษัทจะให้ความสำคัญและเป็นธรรมและให้ความคุ้มครองแก่บุคลากรของบริษัทที่ปฏิเสธการกระทำคอร์รัปชัน โดยจะไม่ลดตำแหน่ง ลงโทษ หรือให้ผลทางลบต่อพนักงานที่ปฏิเสธการคอร์รัปชัน แม้ว่าการกระทำนั้นจะทำให้บริษัทสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ

2.2 แนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริต

บริษัทได้จัดทำแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริต เพื่อให้บุคลากรของบริษัทใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในการดำเนินงานตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และสามารถดำเนินธุรกิจได้ตามความมุ่งมั่นที่กำหนดไว้ โดยมีแนวปฏิบัติที่สำคัญ ดังนี้

- แนวปฏิบัติสำหรับการต่อต้านการทุจริต ที่ได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริต โดยบริษัทได้ทำการสื่อสารและกำหนดขั้นตอนการสื่อสารนโยบายแนวปฏิบัติให้แก่บุคลากรของบริษัทและบุคคลภายนอก เพื่อให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบของบริษัทอย่างเคร่งครัด
- แนวปฏิบัติในการบริจาคเพื่อการกุศลและแนวปฏิบัติในการให้เงินสนับสนุน โดยได้กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติของการบริจาคเพื่อการกุศลหรือการให้เงินสนับสนุน ให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทที่ต้องการให้การบริจาคเพื่อการกุศลหรือการให้เงินสนับสนุนเป็นไปด้วยความโปร่งใส ปราศจากผลประโยชน์อื่นใดแอบแฝง
- แนวปฏิบัติในการให้หรือรับของขวัญ ของชำร่วย และการรับรอง โดยได้กำหนดข้อปฏิบัติและหลักเกณฑ์ในการให้หรือรับของขวัญและของชำร่วย ตลอดจนคำรับรองต่างๆ ซึ่งบริษัทได้กำหนดว่าของขวัญหรือของชำร่วยชนิดใดที่บริษัทไม่สามารถรับได้ อาทิ เงินสดหรือสิ่งเทียบเท่าเงินสด เช่น เช็ค บัตรกำนัล ทองรูปพรรณ อสังหาริมทรัพย์ อีกทั้งยังได้กำหนดให้มีการรายงานการรับของขวัญและของชำร่วยที่มีมูลค่าเกิน 3,000 บาท โดยหน่วยงานกลาง (HR Governance) จะต้องรายงานการจัดการของขวัญและของชำร่วยต่อคณะกรรมการบริษัททุกไตรมาส เพื่อให้การให้หรือรับของขวัญและของชำร่วยเป็นไปด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้

จากแนวปฏิบัติดังกล่าว เพื่อให้คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และบุคลากรทุกระดับ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน รวมทั้งได้กำหนดมาตรการป้องกัน ตรวจสอบ และตอบสนองต่อการทุจริตในบริษัท โดยบริษัทจะไม่เพิกเฉยต่อการกระทำใดๆ ที่อาจนำไปสู่การทุจริต แม้ว่าการกระทำนั้นจะเป็นการเอื้อประโยชน์แก่บริษัทก็ตาม

2.3 การประเมินความเสี่ยงทุจริต

บริษัทกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริต ประจำปี เพื่อทบทวนความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับการดำเนินงานของบริษัท และเพื่อให้มั่นใจว่าความเสี่ยงด้านการทุจริตได้ถูกระบุและจัดการอย่างเหมาะสม โดยหน่วยงานบริหารความเสี่ยงของบริษัทได้จัดให้ทุกหน่วยงานของบริษัท (ร้อยละ 100) มีการประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริต และสรุปประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญต่างๆ โดยบริษัทได้กำหนดระเบียบปฏิบัติงานเพื่อควบคุมและป้องกันความเสี่ยงด้านการคอร์รัปชันได้แก่ ระเบียบกระบวนการคัดเลือกบริหารสินค้าและบริการ ระเบียบปฏิบัติและบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการประเมินในการคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้าง

2.4 การสื่อสารและฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการต่อต้านการทุจริต

บริษัทได้มีแนวทางในการสื่อสาร และการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต เพื่อให้บุคลากรได้มีความเข้าใจ และเล็งเห็นความสำคัญของการปฏิบัติตามระเบียบของบริษัท ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดการทุจริต โดยได้กำหนดหลักเกณฑ์และขั้นตอนการสื่อสาร ดังนี้

- จัดทำแผนการสื่อสารนโยบายและมาตรการต่อต้านการทุจริตประจำปีอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร โดยแผนการสื่อสารต้องครอบคลุมถึงการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- กำหนดช่องทางสื่อสาร อาทิ จดหมายข่าวภายในบริษัท แผ่นป้ายโฆษณา แผ่นพับ หรือการจัดอบรมให้เหมาะสมกับผู้รับทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- กำหนดความถี่ในการสื่อสารของแต่ละช่องทาง
- กำหนดเนื้อหาการสื่อสารให้ครอบคลุมถึงมาตรการต่อต้านการทุจริต นโยบาย แนวปฏิบัติ ระเบียบปฏิบัติงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความคาดหวังของบริษัทต่อการดำเนินงานตามนโยบาย แนวปฏิบัติ ระเบียบงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การให้ความเป็นธรรมและคุ้มครองบุคลากรของบริษัทที่ปฏิเสธการกระทำที่เข้าข่ายการทุจริต หรือแจ้งเรื่องการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับบริษัท และบทลงโทษหากบุคลากรของบริษัทไม่ปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว



- ดำเนินการสื่อสารตามแผนการสื่อสารที่ได้รับการอนุมัติประจำปี

อีกทั้งบริษัทได้กำหนดให้มีการสื่อสารและการจัดอบรมเกี่ยวกับนโยบาย หลักเกณฑ์ ข้อกำหนดเป็นประจำทุกปี ให้แก่บุคลากรทุกระดับ และครอบคลุมทุกสายงาน ซึ่งจัดโดยศูนย์ Center of Development และสำนักบริหารการสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร ตลอดจนมีแผนการสื่อสารและการอบรม เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารและจัดอบรมนโยบายฯ และแนวปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

โดยในปี พ.ศ. 2559 บริษัทสื่อสารแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตให้กับบุคลากรทั้งหมดของบริษัท จำนวนทั้งสิ้น 49,273 คน เพื่อสร้างความตระหนักเรื่องการต่อต้านการทุจริต โดยจัดอบรมให้กับพนักงานในระดับผู้จัดการทั่วไปจนถึงผู้บริหารระดับสูง รุ่นที่ 1 จำนวนทั้งสิ้น 126 คน และบุคลากรในระดับอื่นๆ ซึ่งสามารถจำแนกรายละเอียดของผู้เข้าอบรมได้ ดังตาราง

การอบรมเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตของ ซีพี ออลล์

หลักสูตรฝึกอบรม	ระดับปฏิบัติการ		ผู้บริหารระดับกลาง		ผู้บริหารระดับสูง	
	ผู้เข้าอบรม (คน)	ร้อยละ	ผู้เข้าอบรม (คน)	ร้อยละ	ผู้เข้าอบรม (คน)	ร้อยละ
จริยธรรมทางธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (เฉพาะสายสำนักงาน)	-	-	47	100	-	-
งานบุคคลและจริยธรรมสำหรับหัวหน้างาน (เฉพาะสายสำนักงาน)	338	100	-	-	-	-
บทบาทของผู้นำและพฤติกรรมที่เหมาะสมในด้านจริยธรรม (เฉพาะสายสำนักงาน)	77	100	5	100	-	-
Good Corporate Governance & CSR (เฉพาะสายสำนักงาน)	-	-	140	100	-	-
ธรรมาภิบาลและจริยธรรมทางธุรกิจ (เฉพาะสายร้าน และสายกระจายสินค้า)	255	100	-	-	-	-
การวางมาตรฐานการต่อต้านคอร์รัปชัน	-	-	51	70	73	82
การวางระบบ Anti-Corruption ในองค์กร	2	100	43	100	9	100
จริยธรรมทางธุรกิจและการป้องกันการทุจริต	263	100	41	100	7	100
แนวทางปฏิบัติการป้องกันการทุจริต	87	100	19	100	4	100

นอกจากการจัดอบรมให้กับพนักงานแล้ว ทีมสื่อสารได้มีการสื่อสารนโยบายฯ และแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องผ่านทางเว็บไซต์บริษัท ซึ่งเป็นช่องทางสาธารณะให้กับบุคคลภายนอก มีการแจ้งผ่านอีเมลให้พนักงานภายในบริษัทและบริษัทในกลุ่ม รวมถึงได้จัดทำสื่อโปสเตอร์ต่างๆ เพื่อติดประกาศทุกพื้นที่ ทั้งพื้นที่สำนักงานและจะขยายไปถึงศูนย์กระจายสินค้าและร้านสาขาทั้งหมด โดยมุ่งหวังให้พนักงานทุกคนรับทราบและนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินงานอย่างเคร่งครัด

2.5 การผลักดันเรื่องการต่อต้านการทุจริตสู่ห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทให้ความสำคัญกับคู่ค้าทางธุรกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากคู่ค้าเป็นห่วงโซ่สำคัญที่จะทำให้บริษัทสามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพไปสู่ผู้บริโภค ดังนั้น บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายด้านการสรรหาสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน ตลอดจนแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าเพื่อช่วยในการพัฒนาศักยภาพ ยกกระดับความสามารถทางการแข่งขัน และเสริมสร้างการเติบโตไปด้วยกันในระยะยาว

โดยแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานในแต่ละด้าน อาทิ ด้านสินค้าและบริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านการดำเนินงาน โดยกำหนดให้คู่ค้าทางธุรกิจจะต้องผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ สามารถตรวจสอบย้อนกลับไปได้จนถึงแหล่งกำเนิดตามมาตรฐานด้านการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของกระบวนการผลิตและส่งมอบแก่บริษัท ตลอดจนการปฏิบัติตามกฎหมายสากลด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติตามข้อบังคับและกฎหมายสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับประเทศและท้องถิ่น จะต้องไม่ดำเนินธุรกิจโดยละเมิดเรื่องดังกล่าว

โดยคู่ค้าทางธุรกิจจะต้องลงนามในแบบฟอร์มยืนยันการรับทราบแนวปฏิบัติ ในการดำเนินธุรกิจตามข้อปฏิบัติของบริษัทอย่างเคร่งครัด

อีกทั้งในส่วนงานที่มีการติดต่อกับคู่ค้าโดยตรง เช่น ส่วนงานจัดซื้อ บริษัทได้กำหนดให้จัดทำจดหมายแจ้งให้คู่ค้าทราบถึงเจตนารมณ์อันแน่วแน่ของบริษัทที่จะปฏิบัติตามนโยบายฯ และแนวปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การห้ามบุคลากรของบริษัทดำเนินการใดๆ ในนามของบริษัท รับเงิน ผลประโยชน์ หรือสิ่งของจากผู้เกี่ยวข้องทางธุรกิจกับบริษัทที่แสดงให้เห็นถึงการกระทำอันส่อทุจริต ซึ่งส่งผลให้เกิดความเสียหายแก่บริษัท และได้ขอความร่วมมือกับคู่ค้า เพื่อร่วมกันปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน โดยจะมีการขยายการดำเนินการดังกล่าวให้ครอบคลุมถึงหน่วยงานที่มีหน้าที่ติดต่อกับคู่ค้า ผู้รับเหมา ผู้ให้บริการ คู่สัญญาต่างๆ หรือบุคคลที่มีธุรกรรมทางธุรกิจกับบริษัท

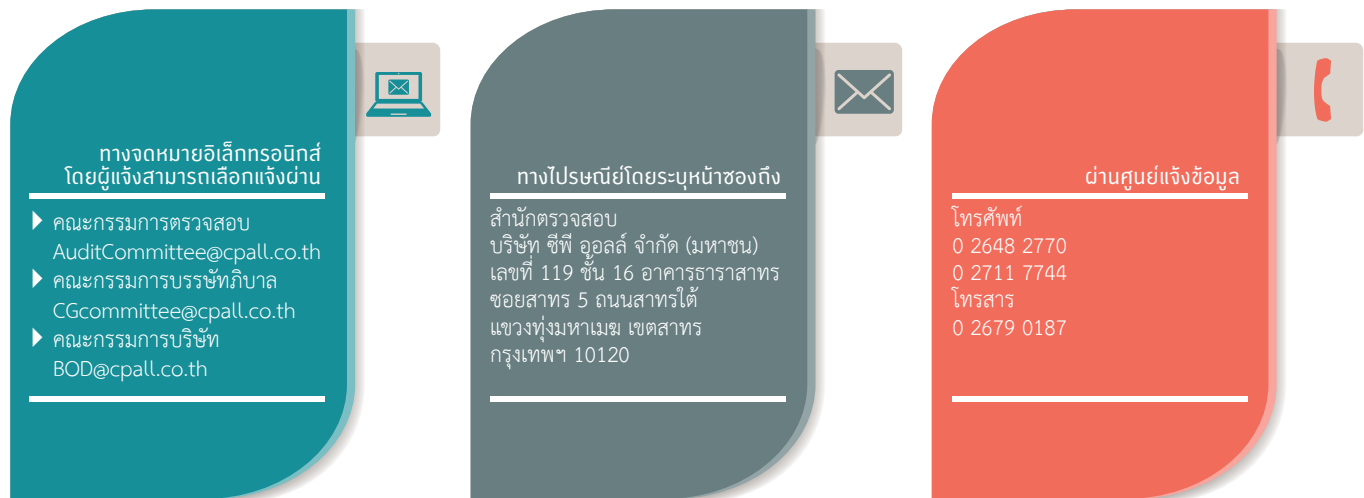
บริษัทได้มีการจัดทำแนวทางปฏิบัติเรื่องการจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการคัดเลือกสินค้า (Product Selection) ซึ่งได้กำหนดไว้ในประกาศเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) โดยกำหนดให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร หรือเจ้าหน้าที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการคัดเลือกสินค้า ปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

สำหรับการสื่อสารไปยังคู่ค้าทางธุรกิจในเรื่องการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน อาทิ เรื่องการรับเงิน ผลประโยชน์ หรือสิ่งของจากผู้เกี่ยวข้องทางธุรกิจ ที่อาจทำให้เข้าใจได้ว่าผู้รับมีใจเอนเอียง หรือมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจเป็นพิเศษกับผู้ให้





2.6 การแจ้งเบาะแส



ช่องทางการแจ้งเบาะแสการทุจริต

หลังจากได้รับแจ้งเบาะแส สำนักตรวจสอบจะดำเนินการตรวจสอบเบื้องต้น หากมีมูลจะตั้งคณะกรรมการสอบสวนหาข้อเท็จจริงเพื่อดำเนินการ และเสนอทางเลือกในการลงโทษ โดยคณะกรรมการสอบสวนหาข้อเท็จจริงต้องสรุปกรณีการทุจริตต่อคณะอนุกรรมการบริษัทภิบาล เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทภิบาลเป็นประจำทุกไตรมาส

ภายหลังการเกิดกรณีทุจริต และเข้าสู่กระบวนการสอบสวนหาข้อเท็จจริง เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดกรณีการทุจริตประเภทเดิมเกิดขึ้นได้ บริษัทจึงได้กำหนดมาตรการตอบสนองต่อการกระทำดังกล่าว โดยกำหนดให้มีการลงโทษที่เข้มงวดและเด็ดขาด ซึ่งหากเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย บริษัทจะดำเนินคดีทั้งทางแพ่งและอาญาจนถึงที่สุด และคณะกรรมการสอบสวนหาข้อเท็จจริงร่วมกับผู้บริหารของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมพิจารณาหามาตรการแก้ไข พร้อมกำหนดระยะเวลาการปฏิบัติอย่างชัดเจนเสนอต่อผู้บริหารของบริษัท

3 การสร้างสรรค์นวัตกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

3.1 นโยบายการจัดการนวัตกรรม

บริษัทได้ผลักดันการสร้างนวัตกรรมให้เป็นหัวใจหลักในการขับเคลื่อนองค์กรเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมในอนาคต โดยได้กำหนดรูปแบบการดำเนินงาน หรือ CP ALL Innovation Model โดยเริ่มจากการส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovation Culture) ให้เกิดขึ้นในองค์กร อีกทั้งเพื่อกระตุ้นให้บุคลากรได้คิดนอกกรอบ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างสรรค์องค์ความรู้ และนวัตกรรม

ใหม่ๆ ทั้งในรูปแบบของการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ (Product Innovation) การสร้างสรรค์บริการรูปแบบใหม่ (Service Innovation) การสร้างสรรค์กระบวนการรูปแบบใหม่ (Process Innovation) และการสร้างสรรค์ธุรกิจรูปแบบใหม่ (Business Model Innovation) ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดดังภาพ

CP ALL Innovation Model





บริษัทได้จำแนกลักษณะของนวัตกรรมไว้ 2 แบบ คือ นวัตกรรมแบบปิดและนวัตกรรมแบบเปิด ซึ่งสามารถอธิบายลักษณะได้ดังนี้

นวัตกรรมแบบปิด (Closed Innovation) ซึ่งเป็น นวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาจากบุคลากรภายในองค์กร อาทิ

- โครงการ President Award จากบริษัทในกลุ่มของ ซีพี ออลล์ ซึ่งมีความคล่องตัวจากขนาดธุรกิจที่เล็กกว่าทำให้เกิดการค้นพบกระบวนการทำงานใหม่ สินค้าและบริการใหม่ และรูปแบบในการทำธุรกิจใหม่ ที่มีคุณค่าและสามารถนำไปใช้งานได้จริง
- โครงการปลาฝูงใหญ่ เป็นการคิดค้นนวัตกรรมจากความต้องการของลูกค้าหรือการต่อยอดความสำเร็จจากเวทีต่างๆ ของบริษัทไปขยายผลกับร้านสาขาทั่วประเทศ เนื่องจากร้านสาขาทั่วประเทศมีความใกล้ชิดกับลูกค้า ซึ่งจะเข้าใจความต้องการของลูกค้าและตลาดที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
- โครงการ Process Excellence Award จากบุคลากรของบริษัทที่ได้คิดค้นนวัตกรรมด้านกระบวนการ เช่น การปรับปรุงขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนให้ง่ายขึ้นและสั้นลง การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเข้ามาช่วยในเรื่องคุณภาพและความรวดเร็วในการทำงาน ทำให้บริษัทสามารถลดขั้นตอนและเวลาที่ต้องใช้ในการทำงาน ส่งผลให้องค์กรสามารถลดค่าใช้จ่าย และสร้างมูลค่าเพิ่มได้เป็นจำนวนมาก

โดยในปี พ.ศ. 2559 มีผลงานที่เกิดจากการพัฒนานวัตกรรมภายในบริษัท ที่มีความโดดเด่น และสามารถนำไปใช้ออกแบบร้าน 7-Eleven ให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น อาทิ นวัตกรรมเสาสมอวก ซึ่งเป็นอุปกรณ์ป้องกันยานพาหนะพุ่งชนร้าน ได้รับอนุสิทธิบัตรในวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 ส่งผลให้ลูกค้าและพนักงานร้าน 7-Eleven มีความมั่นใจในความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

นวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) เกิดจากแนวคิดของบริษัทที่ต้องการเปิดโอกาสให้มีการนำความรู้และนวัตกรรมที่คิดค้นโดยบุคลากรภายนอก เพื่อมาทดลองและขยายผลกับกลุ่ม ซีพี ออลล์ ด้วยการสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยน และทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่สำคัญของประเทศอันนำไปสู่การเกิดผลงานด้านนวัตกรรมใหม่ๆ โดยมีการดำเนินการที่สำคัญดังนี้

- โครงการประกวด “สุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Awards” ในรูปแบบของ Open Innovation Platform ซึ่งช่วยให้ผู้ชนะการประกวดมีโอกาสต่อยอดทางธุรกิจร่วมกับบริษัท โดยใช้แนวทางในการทำงานร่วมกันของ 11 องค์กร ที่เรียกว่า “Thailand Synergy เพื่อ SMEs ไทย” ภายใต้โครงการความร่วมมือขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับประเทศ ระหว่างบริษัทกับองค์กรภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชนอีก 10 องค์กร ดังภาพ

หน่วยงานภายนอกที่ร่วมโครงการ “Thailand Synergy เพื่อ SMEs ไทย”



เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในคณะกรรมการพิจารณา คัดเลือก ตัดสิน พร้อมให้คำแนะนำในการปรับปรุง และพัฒนากระบวนการ ที่สำคัญตลอดห่วงโซ่อุปทานที่ทำให้เกิดนวัตกรรม (Innovation Life Cycle) นอกจากนี้ ยังเป็นการช่วยเหลือ สนับสนุนให้วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หรือ วิสาหกิจที่ขับเคลื่อน ด้วยนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprise : IDE) สามารถ พัฒนาต่อยอดผลงานนวัตกรรมให้สูงขึ้นในระดับประเทศต่อไป โดยผ่านกระบวนการในการคัดเลือก ดังภาพ

โดยบริษัทจะสนับสนุนผลงานที่ได้รับรางวัล ให้มีโอกา สในการต่อยอดทางธุรกิจร่วมกับบริษัท และองค์กรในเครือข่าย ความร่วมมือ รวมถึงสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ อาทิ การออกบูธและการเจรจาธุรกิจจากคู่ความร่วมมือ การเผยแพร่ ผ่านรายการโทรทัศน์ เว็บไซต์ 7 Innovations Awards เป็นต้น ตลอดจนการร่วมสนับสนุนโครงการความร่วมมือขับเคลื่อน นวัตกรรมสำหรับประเทศร่วมกับองค์กรอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง

กระบวนการคัดเลือกและตัดสินรางวัล



3.2 ผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรม

ในปี พ.ศ. 2559 บริษัทได้ดำเนินการจัดการโครงการเพื่อสนับสนุนการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มาจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียด ดังตาราง

ผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรม

รายละเอียดโครงการ	คนทำงาน (คน)	นวัตกรรมภายในองค์กร (คน)	งบประมาณรวมการจัดงาน (บาท)
โครงการนวัตกรรมแบบปิด			
โครงการ ปลาพุ่งใหญ่ (The Big Fish)	30	104	2,041,521.00
โครงการ President Award	17	317	2,217,900.00
โครงการ Process Excellence Award	6	323	2,006,053.00
รวม	53	744	6,265,474.00
โครงการนวัตกรรมแบบเปิด			
7 Innovation Awards	11	-	6,915,284.00
รวมโครงการทั้งหมด	64	744	13,180,758.00

มูลค่าที่เกิดจากนวัตกรรมแบบเปิด

รายละเอียดโครงการ	โครงการปลาพุ่งใหญ่ (The Big Fish)	โครงการ President Award	โครงการ Process Excellence Award
จำนวนโครงการที่ได้รับรางวัล (โครงการ)	10	20	32
ผลตอบแทนที่เป็นตัวเงิน (ล้านบาท/ปี)	438.00	130.00	280.00
ผลตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน (ล้านบาท/ปี)	100.00	23.00	130.00
การลดเวลาการทำงาน (นาที/วัน)	70.2	-	-
รวมมูลค่า (ล้านบาท/ปี)	538.00	153.00	410.00
รวมมูลค่าทุกโครงการ (ล้านบาท/ปี)	1,101		

หมายเหตุ : สถานะข้อมูลโครงการ President Award และโครงการ Process Excellence Award ล่าสุดปี 2559 : รอการตรวจสอบตัวเลขจากทางบัญชี

มูลค่าที่เกิดจากนวัตกรรมแบบเปิด

รายละเอียดโครงการ	โครงการ 7 Innovation Awards
จำนวนโครงการที่ได้รับรางวัล (โครงการ)	23
มูลค่าทางเศรษฐกิจ (ยอดการค้าขาย) (ล้านบาท/ปี)	2,865.00 **

** หมายเหตุ : ผลตอบแทนที่เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ (ยอดการค้าขาย) คำนวณจากข้อมูลจากการสุ่มสินค้ากลุ่มนวัตกรรม ที่ได้รับรางวัล 7 Innovation Awards และจัดจำหน่ายอยู่ในร้าน 7-Eleven จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์

ทั้งนี้ สามารถคำนวณผลตอบแทนที่เป็นมูลค่าเพิ่ม ที่เกิดจากยอดขายของสินค้าหลังจากที่ได้รับรางวัล มีการเติบโตมากกว่าค่าเฉลี่ยของสินค้ากลุ่มเดียวกัน ซึ่งเป็นประโยชน์กับ ซีพี ออลล์ ให้ได้กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากยอดขายส่วนเพิ่มซึ่งสามารถคำนวณเป็นกำไรขั้นต้นที่บริษัทจะได้เพิ่มขึ้นถึง 153 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การดำเนินงานและการพัฒนานวัตกรรมขององค์กรสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างผลตอบแทนทางการเงินให้แก่องค์กร และผลตอบแทนที่จะเกิดกับสังคมในระยะยาวอย่างยั่งยืน บริษัทจึงมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนา Open Innovation Platform ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และจัดการประกวด 7 Innovation Awards เป็นประจำทุกปี เพื่อให้ผู้ประกอบการที่มีผลงานในเชิงนวัตกรรมได้มีโอกาสในการเผยแพร่ผลงานและพัฒนาศักยภาพ เพื่อให้ SMEs ไทยมีคุณภาพก้าวไกลในระดับโลกเคียงคู่ไปกับบริษัทและประเทศชาติสืบไป

4. การสนับสนุนหลักสิทธิมนุษยชน

บริษัทมีความเชื่อมั่นอย่างยิ่งว่าคนทุกคนล้วนมีศักยภาพในตนเอง ควรได้รับโอกาสและการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมโดยไม่แบ่งแยกเพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา รวมทั้งลักษณะทางกายภาพของร่างกาย บริษัทจึงได้ดำเนินธุรกิจโดยยึดถือหลักการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมมาโดยตลอด โดยการเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนบริษัท ไม่ว่าจะบุคคลนั้นจะเป็นผู้พิการหรือไม่ก็ตาม บริษัทพร้อมที่จะให้โอกาสและผลักดัน เพื่อให้บุคคลกลุ่มนี้ได้เห็นคุณค่าในตนเอง สามารถช่วยเหลือตนเองและครอบครัวได้อีกทั้งเพื่อพิสูจน์ให้สังคมเห็นว่าผู้พิการสามารถทำงาน และดำรงชีวิตได้เหมือนคนปกติทั่วไป ขอเพียงการให้โอกาสจากสังคม

โดยบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการโครงการเพื่อคนพิการขึ้นในปี พ.ศ. 2556 ซึ่งเป็นไปตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 ว่าด้วยเรื่องการกำหนดจำนวนคนพิการที่นายจ้างหรือเจ้าของสถานประกอบการและหน่วยงานของรัฐรับเข้าทำงาน และจำนวนเงินที่นายจ้างหรือเจ้าของสถานประกอบการต้องนำส่งเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2554 และระเบียบคณะกรรมการส่งเสริมและ

พัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการให้สัมปทาน จัดสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการ จัดจ้างเหมาะสมงานฝึกงาน หรือให้การช่วยเหลืออื่นใดแก่คนพิการหรือผู้ดูแลคนพิการ พ.ศ. 2552 เพื่อกำหนดนโยบาย ตลอดจนแนวทางการดำเนินงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือผู้พิการ อาทิ การจ้างงานผู้พิการสำหรับบุคคลทั่วไป

การจัดสรรสวัสดิการแก่ผู้พิการที่ได้รับการจ้างงาน ตลอดจนการจัดสรรงบประมาณสำหรับโครงการเพื่อผู้พิการ ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการเรื่อยมาจวบจนปัจจุบัน

โดยในปี พ.ศ. 2559 บริษัทได้จัดสรรงบประมาณในการจ่ายค่าจ้างผู้พิการทั้งสิ้น 46,018,500 บาท สำหรับการจ้างงานผู้พิการจำนวนทั้งสิ้น 594 คน ต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด 57,008 คน ซึ่งมากกว่าจำนวนที่กฎหมายกำหนด และมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2558 ที่ได้รับการจ้างงานทั้งสิ้น 518 คน และ 539 คน หรือเพิ่มเป็นร้อยละ 14.67 และร้อยละ 10.20 ตามลำดับ โดยผู้พิการที่ได้รับการว่าจ้างจะมีบทบาทหน้าที่ซึ่งแตกต่างกันตามความเหมาะสม เช่น

- ประชาสัมพันธ์สินค้า Catalog on Shelf ตามที่บริษัทจัดให้
- รับงานเอกสารไปป้อนข้อมูลผ่านระบบคอมพิวเตอร์ และส่งไฟล์งานกลับบริษัท
- รายงานการเยี่ยม การใช้บริการที่ร้าน 7-Eleven ตามโอกาสด้วยแบบฟอร์มที่บริษัทจัดให้
- งานตรวจเอกสารการทำงานของคู่ค้าที่เข้าทำงานที่ร้าน 7-Eleven โดยหน่วยงาน Corporate Asset and Facilities Management (CAF-M) จัดส่งข้อมูลให้ทางออนไลน์ เมื่อตรวจสอบจบจะรายงานผลการตรวจผ่านอีเมลกลับมายังหน่วยงาน CAF-M

จากนโยบายและแนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือผู้พิการ เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่า บริษัทได้ให้ความสำคัญ และมีความมุ่งมั่น ทুমเท ที่จะสนับสนุนผู้พิการ ด้วยการหยิบยื่นโอกาสในการทำงาน เพื่อสร้างโอกาสในการมีคุณภาพชีวิตที่ดี โอกาสในการมีจุดยืนในสังคม และบริษัทจะยืนหยัดสร้างโอกาสให้แก่ผู้พิการต่อไป



5. การจัดการข้อขัดแย้งและสร้างการยอมรับจากชุมชน

ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการอยู่ร่วมกับชุมชนเสมอ ดังนั้น บริษัทจึงให้ความสำคัญในทุกกระบวนการของการดำเนินงาน ตั้งแต่การเลือกพื้นที่ การก่อสร้าง ตลอดจนการเปิดให้บริการ เพื่อให้ชุมชนรอบๆ ร้านสาขา ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการให้บริการ อาทิ การสร้างความสะดวกในการดำรงชีวิต การยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยให้ชุมชน อย่างไรก็ตาม บริษัทยังมีแนวปฏิบัติอื่นๆ ที่จะช่วยเพิ่มระดับความเชื่อมั่นให้แก่ชุมชน ดังนี้

5.1 การสร้างสัมพันธ์กับชุมชนก่อนและหลังการสร้างศูนย์กระจายสินค้า

บริษัทคำนึงถึงผลกระทบต่างๆ ต่อชุมชนใกล้เคียงอันเกิดจากการสร้างศูนย์กระจายสินค้า จึงมีนโยบายกำหนดไว้ทั้งก่อนและหลังการสร้างศูนย์กระจายสินค้า ได้แก่

- จัดทำประชาพิจารณ์โดยหน่วยงานราชการ หรือองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ตามขั้นตอนทางกฎหมาย กล่าวคือ เมื่อเริ่มดำเนินการสายงานที่เกี่ยวข้องจะยื่นขออนุญาตจากหน่วยงานราชการ หรือ อบต. เพื่อให้ นำประกาศการก่อสร้างมาติด หากไม่มีการโต้แย้งหรือคัดค้านจากชุมชน หน่วยงานราชการจึงออกใบอนุญาตให้ก่อสร้าง
- หากเป็นศูนย์กระจายสินค้าที่จัดทะเบียนเป็นโรงงานจะมีแผนที่แสดงการใช้ที่ดินในระยะ 50 เมตร รอบๆ ศูนย์กระจายสินค้า เพื่อให้มั่นใจว่าโรงงานไม่อยู่ใกล้แหล่งชุมชนจนเกินไป
- กลุ่มหรือผู้แทนจากศูนย์กระจายสินค้าจะเข้าร่วมกิจกรรม ประเพณีชุมชน กิจกรรมรณรงค์ต่างๆ ของภาครัฐ ตลอดจนการวางแผนชุมชนระดับหมู่บ้าน/ตำบล ตามที่มีหนังสือแจ้งมา ทั้งนี้ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างศูนย์กระจายสินค้ากับชุมชน และสื่อสารให้ชุมชนทราบถึงงานกิจกรรมต่างๆ และเชิญสมาชิกชุมชนให้มาร่วมกิจกรรมของศูนย์กระจายสินค้า
- มีกลไกการรับเรื่องร้องเรียนจากชุมชนรอบศูนย์กระจายสินค้าผ่านช่องทางผู้รับข้อร้องเรียน และการส่งหนังสือร้องเรียนไปยัง อบต.

5.2 การส่งเสริมสนับสนุนสิทธิการคุ้มครองผู้บริโภค

บริษัทได้ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) โดยได้ให้สัญญาความร่วมมือเมื่อปี พ.ศ. 2544 เพื่อดำเนินนโยบายให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคว่าด้วยการรับเรื่องร้องทุกข์ ณ ร้าน 7-Eleven ทุกสาขา ซึ่งบริษัทได้อำนวยความสะดวกด้านการร้องเรียนของผู้บริโภคมาตลอดระยะเวลา 15 ปี อีกทั้งบริษัทยังคงมุ่งมั่นที่จะดำเนินการเช่นนี้ต่อไป

5.3 โครงการฝึกอบรมการดับเพลิงขั้นต้น และโครงการฝึกซ้อมดับเพลิงและหนีไฟสำหรับชุมชน

บริษัทเล็งเห็นว่าเหตุเพลิงไหม้เป็นภาวะการณ์ที่ควบคุมได้ยาก และสร้างความเสียหายแก่ชุมชนเป็นอย่างมาก ส่วนหนึ่งเกิดจากความเข้าใจที่ไม่เพียงพอเกี่ยวกับการป้องกันและระงับเหตุการณ์อัคคีภัย ดังนั้น การให้ความรู้และทักษะแก่ประชาชนในชุมชนจึงเป็นกระบวนการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ ทั้งยังเป็นการสร้างความยั่งยืนให้แก่ชุมชนจากการที่ประชาชนสามารถรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยตัวเอง

ในการนี้ บริษัทได้จัดทำ “โครงการฝึกอบรมการดับเพลิงขั้นต้น” และ “โครงการฝึกซ้อมดับเพลิงและหนีไฟ” ขึ้นที่ชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศ โดยปัจจุบันได้ดำเนินการเสร็จสิ้นไปแล้ว 55 ชุมชน เฉพาะในปี พ.ศ. 2559 ดำเนินการทั้งสิ้น 4 ชุมชน แบ่งเป็น “โครงการฝึกอบรมการดับเพลิงขั้นต้น” จำนวน 3 ชุมชน ได้แก่ สำนักงานเขตดินแดง สำนักงานเขตพญาไท และสำนักงานเขตจอมทอง และ “โครงการฝึกซ้อมดับเพลิงและหนีไฟ” จำนวน 1 ชุมชน ได้แก่ โรงเรียนโสตศึกษา ทุ่งมหาเมฆ

5.4 การใช้ข้อมูลจาก CCTV ช่วยการดำเนินงานของตำรวจ

บริษัทได้กำหนดให้ร้าน 7-Eleven ติดตั้งกล้องวงจรปิดที่ได้มาตรฐาน จำนวน 8 ตัวต่อสาขา และนโยบายดังกล่าวก็ดำเนินต่อเนื่องมาจนถึงช่วงสิ้นปี พ.ศ. 2559 โดยมีร้าน 7-Eleven ที่ดำเนินการทั้งสิ้น 9,600 สาขา หรือคิดเป็นร้อยละ 100 และมีส่วนช่วยสนับสนุนหลักฐานในการดำเนินคดีกว่า 417 คดี

5.5 การส่งเสริมด้านการศึกษา

บริษัทให้ความสำคัญกับการศึกษาของเยาวชนไทย โดยก่อตั้งสถานศึกษาสำหรับการเรียนการสอนในรูปแบบภาคทฤษฎีควบคู่กับการปฏิบัติ (Work Based Learning) ประกอบด้วย วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ รวมทั้งได้ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการจัดการเรียนการสอน 142 สถานศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมแก่เยาวชนให้เข้าใจถึงชีวิตของการทำงาน

ถัดมาในปี พ.ศ. 2558 บริษัทได้ลงนามร่วมกับสมาคมพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไทย และกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ดำเนินโครงการ “ทุนสานฝันเพื่อลูกหลานโซ่ห่วย” โดยการมอบทุนการศึกษาให้แก่ลูกหลานผู้ค้ารายย่อย ร้านโซ่ห่วย และพนักงานร้านโซ่ห่วย ให้มีโอกาสเข้าศึกษาด้านธุรกิจค้าปลีกที่วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์และศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ จำนวน 20 แห่งทั่วประเทศ เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาธุรกิจของตนเองให้มีความยั่งยืน และปี พ.ศ. 2559 บริษัทได้เตรียมงบประมาณ 135 ล้านบาทโดยประมาณ เพื่อมอบเป็นทุนการศึกษาให้แก่เยาวชนไทย ตามนโยบายการศึกษาพัฒนาเยาวชนซึ่งเป็นนโยบายหลักของบริษัทด้วย

5.6 กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR after Process) ปี พ.ศ. 2559

ในกระบวนการสร้างการยอมรับจากชุมชน บริษัทได้จัดทำกิจกรรมเพื่อสังคมในลักษณะเสริมสร้างความเข้มแข็งและความสามัคคีของคนในชุมชน ก่อให้เกิดคุณประโยชน์ในวงกว้าง โดยกิจกรรมต่างๆ ที่จัดทำมีเป้าหมายจะเกิดขึ้นครอบคลุมทุกชุมชนที่มีศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทตั้งอยู่ ตัวอย่างกิจกรรมในปี พ.ศ. 2559 เช่น

- โครงการ TO BE NUMBER ONE เป็นโครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกระแสนิยมและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตใจในกลุ่มเยาวชน ชุมชน และสังคม มีให้ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด โดยชมรม TO BE NUMBER ONE ของบริษัทที่กระจายอยู่ทุกภูมิภาค เป็นแกนนำหลักในการดำเนินโครงการ อาทิ การจัดอบรมให้แก่เยาวชนกว่า 10,000 คนทั่วประเทศ

- โครงการปลูกป่าชายเลนและปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำ จัดทำขึ้นเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2559 เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยมีเป้าหมายหลักคือการฟื้นฟูป่าชายเลนให้อุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งอาศัยของสัตว์และเป็นแหล่งอาหารสำหรับชุมชน
- โครงการโรงเรียนรักการอ่าน เป็นโครงการที่บริษัทร่วมกับสำนักงานการศึกษา เทศบาลนครราชสีมา จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่คณะครูจากโรงเรียนในสังกัดเทศบาลนครราชสีมา ระหว่างวันที่ 1-3 กันยายน พ.ศ. 2559 ภายในงานได้เชิญวิทยากรที่มีชื่อเสียง เช่น คุณชมัยภร แสงกระจ่าง ศิลปินแห่งชาติสาขาวรรณศิลป์ และ รศ.กุลวรา ชูพงษ์ไพโรจน์ นักเล่าการ์ตูนชื่อดัง ฯลฯ มาเป็นผู้บรรยายเกี่ยวกับการจัดห้องสมุดในโรงเรียน ซึ่งโครงการดังกล่าวมีผู้รับเข้าอบรมไม่ต่ำกว่า 100 คน
- โครงการ Youth Day 10th ZInsight : มหกรรมรวมพลเยาวชนทำดี โดยบริษัทได้ดำเนินงานร่วมกับเครือข่ายเยาวชนพัฒนาศักยภาพ และกรมกิจการเด็กและเยาวชน กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จัดขึ้นเมื่อวันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2559 โดยเปิดโอกาสให้นิสิตนักศึกษาจาก 8 สถาบัน และนักเรียนกว่า 100 โรงเรียนทั่วประเทศ เข้ามาจัดกิจกรรมเพื่อส่วนรวม อาทิ การแสดงศิลปวัฒนธรรม การรณรงค์การใช้ถุงผ้า การพิมพ์หนังสือเพื่อนำไปแปลเป็นอักษรเบรลล์ และการปลูกต้นไม้ เป็นต้น
- การแข่งขันหมากล้อมอาชีวศึกษา ครั้งที่ 15 โดย ซีพี ออลล์ เป็นผู้สนับสนุนร่วมกับวิทยาลัยเทคนิคลำพูน จัดขึ้นเมื่อวันที่ 24-25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์กีฬาหมากล้อมให้เป็นที่รู้จักในสถานศึกษามากยิ่งขึ้น อีกทั้งสนับสนุนให้เยาวชนไทยได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ในทางที่เหมาะสม



การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ : Living Well

1. การพัฒนาคุณค่าเชิงเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนและสังคม

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างผลประกอบการที่ดี เพื่อสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสม เป็นธรรมแก่ผู้ถือหุ้น ขณะเดียวกัน บริษัทยังคำนึงถึงการเติบโตของกลุ่มลูกค้าทางธุรกิจตั้งแต่ ลูกค้าขนาดใหญ่ กลาง และเล็ก ที่ร่วมกันสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจมาด้วยกัน บริษัทจึงได้กำหนดกรอบการดำเนินงานให้มีความยืดหยุ่น เหมาะสม และสามารถแก้ไขสถานการณ์ในกรณีที่เกิดปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความมั่นคงทั้งบริษัทและลูกค้ารายสำคัญโดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

1.1 การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

บริษัทได้กำหนดนโยบายการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management) โดยใช้แนวทางตามมาตรฐานอุตสาหกรรม มอก. 22301 มาเป็นกรอบในการดำเนินงาน ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ส่วนหลัก ดังนี้

- การบริหารความเสี่ยง ก่อนเกิดเหตุ รวมทั้งความเสี่ยงด้านความปลอดภัย
- การบริหารเหตุวิกฤติ ระหว่างเกิดเหตุ รวมทั้งการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ
- การฟื้นฟูความเสียหาย หลังเกิดเหตุ ให้ธุรกิจกลับมาเข้าสู่สภาวะปกติโดยเร็วที่สุด

บริษัทจึงได้จัดทำแนวปฏิบัติเพื่อให้การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจดำเนินไปอย่างเป็นระบบ ในกรณีเมื่อเกิดสภาวะฉุกเฉิน อาทิ ภัยพิบัติจากธรรมชาติ เหตุการณ์จลาจล ฯลฯ อีกทั้งบริษัทได้มีการจัดเตรียมแผนและฝึกซ้อมบุคลากรตามแผนเผชิญเหตุองค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรับมือเหตุการณ์วิกฤติได้อย่างทันท่วงที รวมทั้งได้จัดตั้งทีมประเมินวิกฤติทำหน้าที่เตือนภัย เพื่อให้ศูนย์บริหารเหตุวิกฤติประเมินสถานการณ์และสั่งการไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สามารถเตรียมการรับมือได้อย่างเหมาะสม ทันเวลา โดยมีกระบวนการ ดังภาพ

กระบวนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ



ขั้นตอนการซ้อมแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ



เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินได้อย่างต่อเนื่อง บริษัทฯจึงได้มีการวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจ (Business Impact Analysis : BIA) จากรายการความเสี่ยงที่สำคัญ และนำมากำหนดเป็นแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan : BCP) ระดับองค์กร อาทิ แผนสินค้ากลยุทธ์หลักทดแทน แผนศูนย์กระจายสินค้าสำรอง แผนรองรับระบบสารสนเทศหยุดชะงัก เป็นต้น รวมทั้งได้ดำเนินงานทดสอบประสิทธิภาพและประสิทธิผลของแผนต่างๆ เป็นประจำทุกปี

โดยในปี พ.ศ. 2559 หน่วยงานบริหารความเสี่ยงและฉุกเฉิน ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้จัดการซ้อมแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจที่สำคัญ ได้แก่

1. แผนรองรับระบบสารสนเทศหยุดชะงัก โดยการจำลองสถานการณ์กรณีที่ศูนย์สารสนเทศหลักหยุดชะงักเนื่องจากเกิดอัคคีภัย จึงจำเป็นต้องใช้ศูนย์สารสนเทศสำรองทำงานทดแทน เพื่อให้ข้อมูลและระบบสารสนเทศที่สำคัญต่อการให้บริการลูกค้าทั่วประเทศ สามารถกลับมาใช้งานได้ตามแผนและระยะเวลาที่กำหนด โดยมีผู้ร่วมฝึกซ้อมและสังเกตการณ์จากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกว่า 30 คน

2. แผน BCP : แผนสถานที่สำนักงานสำรอง มีการจำลองสถานการณ์กรณีที่สำนักงานพื้นที่สีลมไม่สามารถใช้งานได้เนื่องจากเกิดเหตุจลาจล จึงจำเป็นต้องสื่อสารและประกาศย้ายพนักงาน BCM Team ไปทำงานยังสถานที่สำรองธาราพาร์ค เพื่อให้ระบบการทำงานให้บริการลูกค้าสำคัญทำงานได้อย่างต่อเนื่องตามแผนและระยะเวลาที่กำหนด โดยมีผู้ร่วมฝึกซ้อมและสังเกตการณ์จากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกว่า 96 คน

สำหรับผลการฝึกซ้อมทางคณะทำงานได้ปรับปรุงประสิทธิภาพของแผนการทำงานร่วมกันของทุกฝ่าย ทำให้สามารถลดเวลาการย้าย BCM Team ไปทำงานได้เร็วขึ้นอีกชั่วโมง นอกจากนี้ บริษัทฯยังได้กำหนดมาตรการเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งมีรายละเอียดดังตาราง



ตัวอย่างมาตรการเตรียมความพร้อมภาวะฉุกเฉินของ ซีพี ออลล์

ปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญ	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	มาตรการป้องกัน	มาตรการจัดการ	มาตรการฟื้นฟู	ผู้รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด
น้ำท่วม	ศูนย์กระจายสินค้า	<ol style="list-style-type: none"> ติดตามและประเมินสถานการณ์ แผนย้ายสิ่งของชั้นที่สูง ออกแบบอาคารไม่ให้ น้ำเข้าอาคาร ยกระดับถนนเส้นทางเข้า-ออกให้สูงกว่าระดับน้ำท่วม 	<ol style="list-style-type: none"> แผนกันน้ำด้วยกระสอบทราย/ กำแพงกันน้ำ แผนสูบน้ำออก แผนระบบไฟสำรอง แผนใช้เส้นทางสำรอง แผนย้ายไปปฏิบัติงานที่ศูนย์ทำงานสำรอง แผนการส่งสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิต 	<ol style="list-style-type: none"> แผนฟื้นฟูเยียวยานักงาน แผนฟื้นฟูอุปกรณ์เครื่องมือและสถานที่ทำงาน แผนฟื้นฟูระบบการขนส่งสินค้าไปยังร้านสาขา 	<ul style="list-style-type: none"> คณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงานพื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า คณะกรรมการจัดการเหตุวิกฤติ BCM Team 	การย้ายไปทำงานในศูนย์กระจายสินค้าสำรองภายในเวลาที่กำหนด (Recovery Time Objective)
	ร้านสาขา	<ol style="list-style-type: none"> ติดตามและประเมินสถานการณ์ แผนย้ายสิ่งของชั้นที่สูง ออกแบบร้านไม่ให้ น้ำเข้า ยกระดับร้านให้สูงกว่าระดับน้ำท่วม 	<ol style="list-style-type: none"> ตัดกระแสไฟฟ้าภายในเมื่อน้ำเข้าร้าน จัดเก็บอุปกรณ์ เอกสารที่สำคัญในที่ปลอดภัย การสูบน้ำออกจากร้าน ดูแลความปลอดภัยทีมงานและลูกค้า แผนการทำงานในกรณีไฟฟ้าดับ แผนโอนย้ายสินค้าไปร้านสาขาอื่น แผนปิดร้าน และอพยพไปยังร้านใกล้เคียง 	<ol style="list-style-type: none"> แผนฟื้นฟูเยียวยานักงาน แผนฟื้นฟูอุปกรณ์เครื่องมือและสถานที่ทำงานร้านสาขา แผนจัดเตรียมสินค้าใหม่ทดแทนที่เสียหาย 	<ul style="list-style-type: none"> คณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงานพื้นที่ร้านสาขา คณะกรรมการจัดการเหตุวิกฤติ BCM Team 	การซ่อมร้านให้กลับมาทำงานปกติภายในเวลาที่กำหนด (Recovery Time Objective)
ไฟไหม้	สำนักงาน	<ol style="list-style-type: none"> ออกแบบอาคารและควบคุมการใช้ อุปกรณ์ให้รองรับการป้องกันการเกิดไฟไหม้ ตรวจสอบและกำจัดจุดเสี่ยงภัยภายในอาคาร ติดตั้งสัญญาณเตือนภัยไฟไหม้ 	<ol style="list-style-type: none"> แผนการระงับไฟไหม้และอพยพพนักงานออกจากอาคาร แผนการอบรมและฝึกซ้อมบุคลากรที่เกี่ยวข้องตามแผน แผนการประสานขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐและพื้นที่ใกล้เคียง แผนย้ายไปปฏิบัติงานที่ศูนย์ทำงานสำรอง 	<ol style="list-style-type: none"> แผนฟื้นฟูเยียวยานักงาน แผนฟื้นฟูซ่อมแซมระบบสนับสนุนการทำงานและสถานที่ทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> คณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงานพื้นที่สำนักงาน คณะกรรมการจัดการเหตุวิกฤติ BCM Team 	การย้ายไปทำงานในสถานทำงานสำรองภายในเวลาที่กำหนด RTO
	ศูนย์กระจายสินค้า	<ol style="list-style-type: none"> ออกแบบอาคารและควบคุมการใช้ อุปกรณ์ให้รองรับการป้องกันการเกิดไฟไหม้ ตรวจสอบและกำจัดจุดเสี่ยงภัยภายในอาคาร ติดตั้งสัญญาณเตือนภัยไฟไหม้ 	<ol style="list-style-type: none"> แผนการระงับไฟไหม้และอพยพพนักงานออกจากอาคาร แผนการอบรมและฝึกซ้อมบุคลากรที่เกี่ยวข้องตามแผน แผนการประสานขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐและพื้นที่ใกล้เคียง 	<ol style="list-style-type: none"> แผนฟื้นฟูเยียวยานักงาน แผนฟื้นฟูอุปกรณ์เครื่องมือและสถานที่ทำงาน แผนฟื้นฟูระบบการขนส่งสินค้าไปยังร้านสาขา 	<ul style="list-style-type: none"> คณะกรรมการความปลอดภัยในการทำงานพื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า คณะกรรมการจัดการเหตุวิกฤติ BCM Team 	การย้ายไปทำงานในสถานทำงานสำรองภายในเวลาที่กำหนด RTO

2. การสร้างเสริมคุณภาพชีวิตบุคลากรและการพัฒนา ทุนมนุษย์



บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากร เนื่องจากบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนบริษัทและรองรับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต บริษัทจึงมุ่งมั่นเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี และพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร ผ่านนโยบายการดำเนินงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นไปตามแผนกลยุทธ์ของบริษัท ตั้งแต่การสรรหา การพัฒนา และการรักษา ดังนี้

2.1 การวางแผนอัตรากำลังบุคลากร (กระบวนการสรรหา)

บริษัทจัดทำ Workforce Scenario Planning เพื่อเป็นแผนบริหารอัตรากำลังคนทั้งระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งมีความยืดหยุ่นสอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ และอัตราการเข้า-ออกของพนักงาน (Turnover Rate) โดยจัดทำแผนบริหารอัตรากำลังคนให้สอดคล้องตามเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และความต้องการของสายงาน ผ่านกระบวนการ

การกำหนดเป้าหมายอัตรากำลังบุคลากร (Workforce Planning) บริษัทได้จัดทำแผนการสรรหาเป็นรายเดือนและรายไตรมาส ซึ่งจะวางแผนการสรรหาตามลักษณะงาน ได้แก่

สายสำนักงาน (พนักงานประจำสำนักงานใหญ่) สายปฏิบัติการ (พนักงานร้านสาขา และพนักงานศูนย์กระจายสินค้า) โดยมีการกำหนดอัตรากำลังคนตามความท้าทายเชิงกลยุทธ์ ทิศทางเป้าหมาย ให้สอดคล้องกับแผนการขยายธุรกิจ และความต้องการของหน่วยงานต้นสังกัด อ้างอิงจากแผนสำรวจอัตรากำลังคนในแต่ละปี โดยผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบุคคลกลาง และอนุมัติโดยคณะเจ้าหน้าที่บริหาร

การสรรหาบุคลากรในการกำหนดช่องทางการสรรหาบริษัทได้กำหนดกลยุทธ์การสรรหาเชิงรุก (Proactive Recruitment) โดยเน้นความครอบคลุม “ทุกช่องทาง ทุกโอกาส ทุกสถานการณ์” เพื่อรองรับความต้องการของสายงานต้นสังกัด และผู้สมัครงานทั้งในรูปแบบพนักงานประจำ พนักงานปฏิบัติการ และนักศึกษาฝึกงาน ผ่านช่องทางที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ อาทิ สื่อออนไลน์ การสมัครผ่านร้านสาขาทั่วประเทศ โครงการช่วยเพื่อนหางานโดยให้พนักงานแนะนำคนรู้จัก การสรรหาโดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลในแต่ละพื้นที่ ตลอดจนช่องทางสรรหาอื่นๆ อาทิ งานนัดพบแรงงานสร้างเครือข่ายการสรรหา การสัมภาษณ์งานตามแหล่งชุมชน เป็นต้น



นอกจากช่องทางการสรรหาข้างต้น บริษัทยังมีนโยบายขยายโอกาสด้านการจ้างงานไปยังกลุ่มพื้นที่ที่มีความเสี่ยง หรือความท้าทายด้านอัตราค่าจ้างคน โดยอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง และที่พัก พร้อมทั้งจ่ายค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ตามความเหมาะสม อีกทั้งบริษัทยังได้ทบทวนความสำเร็จของแผนการสรรหาและประเมินประสิทธิผลของช่องทางการสรรหาเป็นประจำทุกเดือน ซึ่งสามารถวัดผลสำเร็จของการสรรหาบุคลากรด้วยการนำจำนวนบุคลากรที่สรรหาได้มาเปรียบเทียบกับความต้องการ (Fulfillment Rate) เพื่อให้มีความเหมาะสม สอดรับ

กับความต้องการของสายงาน และสถานการณ์ทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

จากกระบวนการสรรหาและการกำหนดแผนอัตราค่าจ้างคนที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้บริษัทมีระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ซึ่งช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ

ในปี พ.ศ. 2559 บริษัทมีบุคลากรจำนวน 55,710 คน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยสามารถจำแนกรายละเอียดของพนักงานได้ดังตาราง

จำนวนพนักงานทั้งหมด

รายละเอียดพนักงาน	2557		2558		2559	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานจำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง						
พนักงานประจำ (คน)	12,493	27,230	13,282	29,811	14,621	34,603
พนักงานรายวัน (คน)	814	407	803	407	771	405
Part Time Special* (คน)	1,442	3,924	1,561	4,239	1,549	3,761
จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับปฏิบัติงาน						
ผู้บริหารระดับสูง (คน)	493	443	506	461	479	487
ผู้บริหารระดับกลาง (คน)	2,151	5,019	2,298	5,405	2,390	5,772
ระดับปฏิบัติการ (คน)	12,105	26,099	12,842	28,591	14,072	32,510
จำนวนพนักงานจำแนกตามอายุ						
อายุ < 30	12,546	27,945	13,102	30,016	10,457	24,969
อายุ 30 - 50	2,057	3,534	2,388	4,343	6,344	13,691
อายุ > 50	146	82	156	98	140	109
จำนวนพนักงานทั้งหมด (คน)	14,749	31,561	15,646	34,457	16,941	38,769
	46,310		50,103		55,710	

หมายเหตุ * พนักงาน Part Time Special คือ พนักงานร้านที่ทำงาน 3 กะ ที่ยังไม่พร้อมจะทำงานเป็นรายเดือน

จากข้อมูลจำนวนพนักงานดังกล่าวสามารถจำแนกจำนวนและอัตราส่วนระหว่างพนักงานเข้าใหม่ และพนักงานที่พ้นสภาพ โดยจำแนกตามเพศ ช่วงอายุ และพื้นที่การให้บริการ ได้ดังตาราง

จำนวนพนักงานเข้าใหม่และพนักงานพ้นสภาพ

รายละเอียดพนักงาน	2557		2558		2559	
	เข้าใหม่	พ้นสภาพ	เข้าใหม่	พ้นสภาพ	เข้าใหม่	พ้นสภาพ
จำนวนของพนักงานจำแนกตามเพศ						
เพศชาย (คน)	12,317	8,457	13,602	8,946	14,327	9,358
ร้อยละ	26.60	18.26	27.15	17.86	25.72	16.80
เพศหญิง (คน)	28,366	18,066	32,987	20,025	35,505	20,552
ร้อยละ	61.25	39.01	65.84	39.97	63.73	36.89
จำนวนของพนักงานจำแนกตามช่วงอายุ						
อายุไม่เกิน 30 ปี	36,307	23,003	41,977	25,213	44,317	25,874
ร้อยละ	78.40	49.67	83.78	50.32	79.55	46.44
อายุระหว่าง 30 – 50 ปี	4,371	3,514	4,608	3,756	5,510	4,030
ร้อยละ	9.44	7.59	9.20	7.50	9.89	7.23
อายุมากกว่า 50 ปี	5	6	4	2	5	6
ร้อยละ	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
จำนวนของพนักงานจำแนกตามพื้นที่						
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	18,898	12,896	18,732	13,031	19,716	13,239
ร้อยละ	40.81	27.85	37.39	26.01	35.39	23.76
ต่างจังหวัด	21,785	13,627	27,857	15,940	30,116	16,671
ร้อยละ	47.04	29.43	55.60	31.81	54.06	29.92
รวมจำนวนพนักงานทั้งหมด	40,683	26,523	46,589	28,971	49,832	29,910
อัตราส่วนพนักงานเข้าใหม่ : พ้นสภาพ	1.53	1.00	1.61	1.00	1.67	1.00



2.2 การพัฒนาทุนมนุษย์

บริษัทมีความเชื่อมั่นอย่างยิ่งว่าบุคลากรที่มีคุณภาพเป็นหัวใจสำคัญของบริษัท ดังนั้น บริษัทจึงปลูกฝังพนักงานให้เป็นที่คนเก่งและคนดี ตามวัฒนธรรมองค์กร “วัฒนธรรม Harmony” โดยพัฒนาและออกแบบหลักสูตรการฝึกอบรมที่เสริมสร้างคุณธรรมให้กับพนักงาน เช่น หลักสูตรมารยาท จริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน รวมทั้งหลักสูตรที่เสริมสร้างด้านความสามารถที่สอดคล้องกับสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ (Functional Competency) ตามที่กำหนดไว้ในแผนการพัฒนาบุคลากรประจำปี เพื่อให้บุคลากรทุกระดับชั้นและทุกสายงานมีโอกาสพัฒนาทักษะความสามารถของตนเอง ซึ่งสามารถจำแนกหลักสูตรการฝึกอบรมได้เป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

2.2.1 จำแนกหลักสูตรตามลักษณะงาน ได้แก่

- ระดับปฏิบัติการสายร้าน เป็นหลักสูตรการฝึกอบรมมาตรฐานพนักงานระดับต่างๆ อาทิ มาตรฐานพนักงานร้าน มาตรฐานผู้ช่วยผู้จัดการร้าน มาตรฐานผู้จัดการร้าน มาตรฐานผู้ช่วยผู้จัดการเขต และมาตรฐานผู้จัดการเขต เป็นต้น
- ระดับปฏิบัติการสายสำนักงาน เป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถและภาวะผู้นำให้กับพนักงาน อาทิ หลักสูตรพื้นฐานการเรียนรู้องค์กร ทักษะการสื่อสารและประสานงาน Service Excellent แนวคิดการปรับปรุงคุณภาพงาน สติกับการพัฒนาตนเอง และการเตรียมพื้นฐานระดับหัวหน้า เป็นต้น

- ระดับปฏิบัติการสายกระจายสินค้า เป็นหลักสูตรที่เน้นการบริหารจัดการคลังสินค้าเพื่อประสิทธิภาพด้านการกระจายสินค้า อาทิ หลักสูตรการเรียนรู้คลังสินค้าเบื้องต้น การเพิ่มผลผลิตขั้นพื้นฐาน ความรู้คลังสินค้าสำหรับหัวหน้าเทคนิคการสอนงาน OJT (On The Job Training) และมาตรฐานหัวหน้าหน่วย เป็นต้น

2.2.2 จำแนกหลักสูตรตามประเภทกลุ่มงาน ซึ่งจะเป็นหลักสูตรเฉพาะเพื่อพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถแก่พนักงานในกลุ่มงานนั้นๆ ให้มีความเชี่ยวชาญเพิ่มขึ้น อาทิ กลุ่มงานพัฒนาและประกันคุณภาพ มีหลักสูตรการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม การคำนวณและการเขียนตารางโภชนาการ กลุ่มงานบัญชี มีหลักสูตรการทำงานบัญชี กลุ่มงานก่อสร้างร้าน มีหลักสูตรเกี่ยวกับมาตรฐานการออกแบบ ก่อสร้าง และการตรวจรับมอบงาน เป็นต้น

อีกทั้งในปี พ.ศ. 2559 บริษัทได้กำหนดแผนการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร โดยกำหนดหลักสูตรฝึกอบรมที่เน้นมาตรฐานด้านการพัฒนาองค์กร ด้านธุรกิจเสริม ด้านวิชาชีพและการจัดการ จำนวนทั้งสิ้น 210 หลักสูตร ให้แก่บุคลากรในสายสำนักงาน สายกระจายสินค้า สายปฏิบัติการจำนวนทั้งสิ้น 96,363 คน โดยสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตาราง

จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ย

จำนวนชั่วโมงอบรมจำแนกตามระดับงาน	2557		2558		2559	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนชั่วโมงอบรมจำแนกตามระดับงาน (ชั่วโมงเฉลี่ย/คน/ปี)						
พนักงานระดับปฏิบัติการ	18.6	17.3	29.3	29.3	46.21	44.93
ผู้บริหารระดับกลาง	20.9	15.9	46.3	46.5	76.70	74.29
ผู้บริหารระดับสูง	10.1	10.5	54.9	46.4	92.79	81.67
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ย (ชั่วโมง/คน/ปี)	18.66	17.27	29.95	29.54	47.28	45.37

หลังจากพนักงานได้ผ่านการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ แล้ว จะได้รับการประเมินผลทักษะความรู้ที่ได้รับทุกไตรมาส ผ่านการดำเนินงานทั่วไป เช่น การประเมินผลการปฏิบัติงาน และผลการพัฒนารายบุคคล เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพการทำงาน และแนวทางการพัฒนาอาชีพของตนเอง

ทั้งนี้ บริษัทมีแนวทางในการประเมินผลคุณภาพหลักสูตร หลังการฝึกอบรม ร้อยละ 100 เมื่อเทียบกับพนักงานทั้งหมด

2.3 การดูแล รักษาบุคลากร (กระบวนการรักษาพนักงาน)

บริษัทมีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการรักษาอัตรากำลังคน อาทิ นโยบายการสร้างโอกาสความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน นโยบายด้านสวัสดิการและผลประโยชน์พนักงาน การพัฒนาช่องทางการสื่อสารและกลไกการรับเรื่องร้องเรียน อีกทั้งบริษัทยังมีคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการสวัสดิการ สภาพแวดล้อมในการทำงาน การสร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทและพนักงาน ตลอดจนการสร้างระบอบประชาธิปไตยขั้นพื้นฐานโดยเน้นการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับงาน อันจะส่งผลให้บริษัทมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมตามลักษณะงาน สามารถยกระดับความสมดุลของชีวิตการทำงาน (Work Life Balance) ตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่พนักงาน ตลอดจนประสิทธิภาพด้านอัตรากำลังคนของบริษัทที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งแนวทางการดำเนินงาน มีดังนี้

2.3.1 การสร้างโอกาสและความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน

บริษัทมีนโยบายการวางแผนสืบทอดตำแหน่งผู้นำ เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานที่มีความสามารถและมีศักยภาพได้มีความก้าวหน้าในอาชีพ และเป็นแรงจูงใจในการทำงานให้บริษัทต่อไป โดยการคัดเลือกผู้สืบทอดตำแหน่งผู้นำจากพนักงานที่มีศักยภาพสูง (Talent) จากการประเมินคุณลักษณะ 3 ด้าน คือ 1. ด้านความประพฤติปฏิบัติ เช่น จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ 2. ด้านการเป็นผู้นำ เช่น การสร้างทีมงาน และความคิดสร้างสรรค์ และ 3. ด้านความสามารถในการบริหารงาน โดยจะได้รับการวางแผน

ความก้าวหน้าเพื่อพัฒนาไปสู่การสืบทอดตำแหน่งผู้นำ อาทิ โครงการ Senior Leadership Program (SLP) สำหรับผู้นำระดับสูง Leadership Development Program (LDP) สำหรับผู้บริหารระดับสูง และโครงการพัฒนาผู้นำกลุ่มไพลินในระดับบังคับบัญชา โครงการพัฒนาผู้นำกลุ่มเพทาย ระดับหัวหน้างาน เป็นต้น

2.3.2 สวัสดิการและผลประโยชน์พนักงาน

บริษัทได้กำหนดแนวทางการจัดการสวัสดิการ และผลประโยชน์ของพนักงาน มุ่งเน้นความครอบคลุมและความเหมาะสมตามระดับตำแหน่งงาน โดยบริษัทจะมีการประเมินผลการปฏิบัติงานทุกไตรมาส ทั้งในระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการ ผลที่ได้จากการประเมินจะนำไปใช้พิจารณาการปรับค่าจ้างและโบนัสต่อไป

ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการสร้างแรงจูงใจหลากหลายรูปแบบ อาทิ การมอบรางวัล Golden Ant แก่กลุ่ม Ant Mission ที่มีผลงานดีเด่น การมอบรางวัล Process Excellence Award แก่หน่วยงานที่สามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ง่าย การมอบเกียรติบัตรแก่พนักงานที่ทำหน้าที่ด้วยความทุ่มเทเพื่อเป็นแบบอย่างแก่พนักงานทั่วไปตามโครงการเพชรเชว่น ตลอดจนมีการมอบเงินพิเศษเป็นแรงจูงใจให้กับผู้จัดการร้าน กรณีที่ร้าน 7-Eleven มีผลการตรวจสอบมาตรฐานดีเยี่ยม

บริษัทมีนโยบายให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของบริษัทเพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อบริษัท และมุ่งมั่นที่จะเติบโตไปพร้อมกับบริษัท จึงมีโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (Employee Joint Investment Program – EJIP)

ในส่วนการจัดการสวัสดิการให้แก่บุคลากร บริษัทมีสวัสดิการตามที่กฎหมายกำหนด เช่น การลาพักผ่อน การลาภิก และสวัสดิการเพิ่มเติม โดยสามารถจำแนกได้ตามประเภท ดังตาราง



สวัสดิการพนักงาน

สวัสดิการแบ่งตามประเภท	พนักงานรายเดือน	พนักงานรายวัน
สวัสดิการด้านสุขภาพ		
ค่ารักษาพยาบาล (พนักงาน)	✓	✓
ค่ารักษาพยาบาล (ครอบครัวพนักงาน)	✓	✓
ค่าห้องและค่าอาหารพนักงาน (IPD)	✓	✓
ค่าห้องและค่าอาหาร ครอบครัวพนักงาน (IPD)	✓	✓
ของเยี่ยมพนักงานกรณีเจ็บป่วย (IPD)	✓	✓
สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ		
เงินกู้ฉุกเฉิน	✓	-
โครงการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย	✓	-
เงินช่วยเหลือค่าเช่าบ้านพัก	✓	-
เงินช่วยเหลือกรณีปฏิบัติงานประจำสำนักงานมณฑล (เบี้ยกินดาร์)	✓	-
เบี้ยเลี้ยงเดินทางไปต่างประเทศ	✓	✓
<ul style="list-style-type: none"> • กรณีเดินทางในกรุงเทพฯ และปริมณฑล 	✓	-
<ul style="list-style-type: none"> • กรณีปฏิบัติงานนอกเขตงานปกติ (ค่าเดินทาง ที่พัก เบี้ยเลี้ยง) 	✓	✓
สวัสดิการด้านความมั่นคงของชีวิต		
เงินช่วยเหลือกรณีมรณกรรมพนักงานและครอบครัวพนักงาน	✓	✓
เงินช่วยเหลือประกันอุบัติเหตุและประกันชีวิตสำหรับพนักงาน		
<ul style="list-style-type: none"> • เนื่องจากอุบัติเหตุ 	✓	✓
<ul style="list-style-type: none"> • ไม่ได้เกิดเนื่องจากอุบัติเหตุ 	✓	-
การหยุดลาเมื่อเลี้ยงดูบุตร	✓	-
เงินช่วยเหลือ กรณีพนักงานสร้างวีรกรรม (เสียชีวิต ทุพพลภาพ)	✓	✓
เงินช่วยเหลือประสภภัยพิบัติ	✓	✓
โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP)	✓	-
กองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับพนักงาน	✓	-
กองทุนประกันสังคม	✓	✓
กองทุนทดแทน	✓	✓

บริษัทได้กำหนดสวัสดิการพิเศษอื่นๆ ให้แก่พนักงาน เพื่อสร้างความมั่นคงในชีวิต และสร้างความสมดุลของชีวิตการทำงาน โดยให้ความสำคัญกับพนักงานช่วงวัยเกษียณอายุ พนักงานในพื้นที่เสี่ยงภัย และลูกจ้างปฏิบัติงานร้าน 7-Eleven ด้วยการกำหนดสวัสดิการต่างๆ รองรับ ดังนี้

- โครงการแพนไซส์พนักงาน เป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้บุคลากรทั้งปัจจุบันและเกษียณอายุ มีกิจการเป็นของตนเอง โดยได้รับสิทธิพิเศษในการผ่อนชำระเงินลงทุนโดยไม่มีดอกเบี้ย ซึ่งในปี พ.ศ. 2559 มีพนักงานที่เป็นเจ้าของกิจการร้านสาขา จำนวนทั้งสิ้น 984 ราย และมีจำนวนร้านสาขาจำนวนทั้งสิ้น 1,146 สาขา
- สวัสดิการรถรับ-ส่ง และค่าเดินทาง สำหรับพนักงานในพื้นที่เสี่ยงภัย และพื้นที่ทุรกันดาร เช่น พื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ พื้นที่บนเกาะและบนภูเขา
- โครงการช่วยเหลือลูกจ้างในทางกฎหมาย เป็นโครงการช่วยเหลือพนักงานปฏิบัติการร้านสาขารวมถึงครอบครัวที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมทางกฎหมายจากการดำเนินคดี

หรือถูกดำเนินคดีทุกรูปแบบ อาทิ การให้คำแนะนำด้านกฎหมาย การอำนวยความสะดวก การช่วยเหลือเต็มรูปแบบ ในชั้นศาล ซึ่งในปี พ.ศ. 2559 บริษัทได้ให้ความช่วยเหลือพนักงานจำนวนทั้งสิ้น 83 ราย และญาติของพนักงานจำนวนทั้งสิ้น 13 ราย มีจำนวนคดีทั้งสิ้น 96 คดี แบ่งเป็นคดีที่ดำเนินการแล้วเสร็จ จำนวน 70 คดี และอยู่ระหว่างดำเนินการ 26 คดี

- สิทธิลางานเพื่อเลี้ยงดูบุตร โดยบุคลากรมีอัตราการกลับมาทำงานหลังระยะเวลาการลาหยุดสิ้นสุดลงแล้ว (Return to Work Rate) แบ่งตามเพศ เป็นเพศหญิงร้อยละ 82.86 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 0.05 ส่วนเพศชายไม่มีการใช้สิทธิ และอัตราการคงอยู่ของพนักงานที่กลับมาหลังจากระยะเวลาการลาหยุดสิ้นสุดลงแล้ว (Retention Rate) แบ่งตามเพศ เป็นเพศหญิงร้อยละ 99.42 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 0.98 และเพศชายไม่มีการใช้สิทธิ รายละเอียดดังตาราง

การใช้สิทธิลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร

กรณีของการลา	2557		2558		2559	
	เพศชาย	เพศหญิง	เพศชาย	เพศหญิง	เพศชาย	เพศหญิง
จำนวนพนักงานที่มีสิทธิลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร	0	31,561	0	34,457	0	38,769
จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร	0	2,282	0	1,828	0	2,086
จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรแล้วกลับมาทำงาน	0	1,985	0	1,514	0	1,819
จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากสิ้นสุดระยะเวลาการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร และยังทำงานต่อหลังจากนั้นไป 1 ปี	0	1,952	0	1,495	0	1,812
อัตราการกลับมาทำงานของพนักงานที่กลับมาหลังจากระยะเวลาการลาหยุดสิ้นสุดลงแล้ว (Return to Work Rate) (ร้อยละ)	0	86.98	0	82.82	0	87.20
อัตราการคงอยู่ของพนักงานที่กลับมาหลังจากระยะเวลาการลาหยุดสิ้นสุดลงแล้ว (Retention Rate) (ร้อยละ)	0	98.34	0	98.45	0	99.62

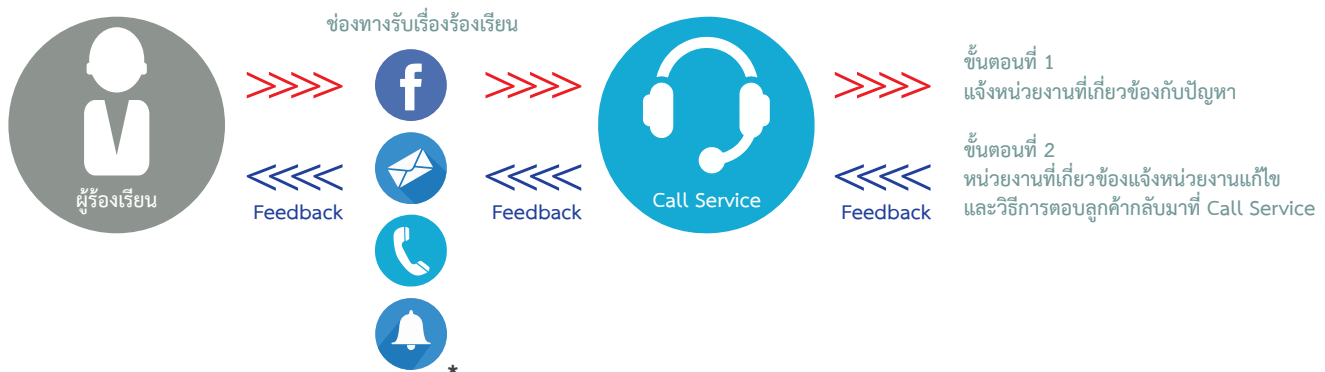


2.4 การพัฒนาช่องทางและกลไกการรับเรื่องร้องเรียน

บริษัทมีมาตรการและกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาของบุคลากร โดยได้กำหนด

ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนจำนวนทั้งสิ้น 4 ช่องทาง คือ Facebook, E-mail, Call Center และการเคาะระฆัง ซึ่งมีกระบวนการในการรับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหา ดังภาพ

กลไกรับเรื่องร้องเรียนด้านบุคลากร



หมายเหตุ * เคาะระฆัง คือ สายด่วนรับเรื่องร้องเรียนของบุคลากรตลอด 24 ชั่วโมง

3. การดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทได้กำหนดมาตรการในการยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยในสถานที่ปฏิบัติงานทั้งภายในบริเวณอาคารสำนักงาน ศูนย์กระจายสินค้า ตลอดจนร้าน 7-Eleven เพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้ปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่ดี ส่งผลให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี และเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ดังนั้นบริษัทจึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นเพื่อกำหนด ทบทวนนโยบาย และกลยุทธ์ ตลอดจนตรวจสอบและติดตามการปฏิบัติงานตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดลอมของหน่วยงานในกำกับและบุคลากร เพื่อให้การดำเนินงานด้านความปลอดภัยฯ ของบริษัทสอดคล้องตามหลักกฎหมาย และมาตรฐานสากล โดยมีแนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดลอม ดังนี้

3.1 โครงสร้างการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดลอม

บริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดลอม จำนวน 3 คณะทำงาน ประกอบด้วย ตัวแทนฝ่ายนายจ้าง (ผู้บริหารระดับกลางและระดับสูง) และตัวแทนฝ่ายลูกจ้าง (พนักงานระดับปฏิบัติการ) เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายดำเนินงาน ด้านความปลอดภัยฯ โดยมีบทบาทหน้าที่ สัดส่วนการมีส่วนร่วมของผู้บริหารระดับสูง และพนักงานระดับปฏิบัติการ ดังตาราง

โครงสร้างการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม

คณะทำงาน	บทบาทหน้าที่	ระดับพนักงานที่เข้าเป็นตัวแทน หรือมีส่วนร่วม	
		ตัวแทนนายจ้าง (ร้อยละ)	ตัวแทนลูกจ้าง (ร้อยละ)
คณะกรรมการนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดทบทวนนโยบายและกลยุทธ์ด้านความปลอดภัยฯ ของกลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย ส่งเสริม สนับสนุนบริษัทในกลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย ให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยฯ ทบทวนและติดตามรายงานผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยฯ แก่คณะผู้บริหารระดับสูง 	100	0
คณะอนุกรรมการนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> กำหนด ทบทวนนโยบายด้านความปลอดภัยฯ กำหนดแผนงาน เป้าหมาย และมาตรการให้สอดคล้องกับคณะกรรมการนโยบาย ผลักดัน ส่งเสริม ให้หน่วยงานภายใต้การดูแลได้ปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด 	100	0
คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> นำนโยบายด้านความปลอดภัยฯ มาบังคับใช้ภายใต้เขตพื้นที่รับผิดชอบ ทั้งสำนักงาน ศูนย์กระจายสินค้า และพื้นที่สำนักปฏิบัติการ 	50	50

3.2 แนวทางการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม

คณะกรรมการนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมของบริษัท ได้นำนโยบาย SHE (Safety, Health and Environment) และแนวปฏิบัติตามมาตรฐานสากล มาเป็นกรอบ

ในการดำเนินงานด้านความปลอดภัยฯ โดยได้ปรับปรุงนโยบายให้มีความเหมาะสมกับแนวทางการดำเนินงานของบริษัท และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน สนับสนุนการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังภาพ

การดำเนินงานของคณะกรรมการนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม





3.2.1 การดำเนินงานตามมาตรฐานการบริหารความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (SHE)

บริษัทได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานตามมาตรฐานการบริหารความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (SHE) โดยยึดแนวปฏิบัติตามมาตรฐานสากล อาทิ มาตรฐานการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (OHSAS 18001) มาตรฐานระบบจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาตรฐานระบบจัดการพลังงาน (ISO 50001) และได้นำมาตรฐานดังกล่าวมาประยุกต์เพื่อใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐาน GLPs (Good Logistics Practices) สำหรับการยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยฯ ในศูนย์กระจายสินค้าของบริษัท โดยจะมีการประชุมติดตามผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) และคณะกรรมการความปลอดภัยฯ เป็นรายเดือนและรายไตรมาส เพื่อประเมินผลและปรับปรุงการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย SHE

นอกจากนี้ บริษัทได้ออกแบบสภาพแวดล้อมการทำงานโดยคำนึงหลักความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ทั้งในรูปแบบของกระบวนการ อุปกรณ์ และสิ่งก่อสร้าง เพื่อให้บุคลากรได้รับความปลอดภัยสูงสุดในขณะปฏิบัติหน้าที่ ดังนี้

- การจัดทำคู่มือมาตรฐานสำนักงานด้านความปลอดภัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ จัดซื้อ ติดตั้งอุปกรณ์ และระบบรักษาความปลอดภัย ให้เป็นไปตามมาตรฐานของสมาคมวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย
- นวัตกรรมเสาสมอบก คือ อุปกรณ์ป้องกันยานพาหนะพุ่งชนร้านสาขาแบบ Stand Alone เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้แก่พนักงาน และลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยในปี พ.ศ. 2559 ได้ติดตั้งเสาสมอบกให้แก่ร้านสาขาจำนวนทั้งสิ้น 783 สาขา

จำนวนและอัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน ในรอบปี พ.ศ. 2559



หมายเหตุ * หน่วยเป็นจำนวนคนต่อชั่วโมงการทำงาน 200,000 ชั่วโมง

- การออกแบบโครงสร้างอาคารศูนย์กระจายสินค้า โดยคำนึงหลักอาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม อาทิ การวางระบบบำบัดน้ำเสีย โดยผ่านการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากวิศวกรผู้เชี่ยวชาญ

อีกทั้งในปี พ.ศ. 2559 บริษัทได้ทำการประเมินผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัย โดยวิเคราะห์จากสถิติการเกิดอุบัติเหตุของบุคลากร เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงแผนการดำเนินงานในอนาคต

3.2.2 การเฝ้าระวังโรคจากการทำงาน

บริษัทได้ประเมินความเสี่ยงในการเกิดโรคจากการทำงานของพนักงานทุกสายงาน เพื่อหาแนวทางและมาตรการป้องกันในการลดอัตราความเสี่ยงหรือลดอัตราการเกิดโรค อีกทั้งได้กำหนดแนวทางการรักษาให้เหมาะสมกับประเภทของโรค ทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติตนได้ในแนวทางที่ถูกต้อง และยังคงทำงานได้อย่างมีความสุขต่อไป ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ ดังตาราง

ลักษณะของโรคที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน และแนวทางการดูแล รักษา

ประเภทพนักงาน	ชนิดของโรค	แนวทางการดูแล / รักษา
พนักงานสำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> • Office Syndrome 	<ul style="list-style-type: none"> • โครงการรักษาสุขภาพด้วยการออกกำลังกายเป็นเวลา 12 สัปดาห์ • การศึกษาระบบการยศาสตร์ (Ergonomics) โดยมุ่งเน้นการจัดแนวโน้มการบาดเจ็บเนื่องจากการทำงานในอิริยาบถซ้ำๆ • ประเมินสภาพแวดล้อมการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน ที่อาจมีความเสี่ยงและทำการแก้ไขก่อนที่อาการบาดเจ็บจะเกิดขึ้นกับบุคลากร
พนักงานปฏิบัติการร้านค้า	<ul style="list-style-type: none"> • โรคระบบทางเดินหายใจและระบบประสาท (ใช้หวัด ปวดศีรษะ) • โรคทางโครงร่าง กระดูกและกล้ามเนื้อ (ปวดเมื่อย) 	<ul style="list-style-type: none"> • รณรงค์ส่งเสริมสุขภาพทั้งในรูปแบบป้องกันและแก้ไขผ่านสื่อสารประชาสัมพันธ์ และการประชุมสัปดาห์ละ 1 ครั้ง และบันทึกลงฐานเดือนละ 1 ครั้ง
พนักงานศูนย์กระจายสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> • โรคระบบทางเดินหายใจและระบบประสาท (ใช้หวัด ปวดศีรษะ) • โรคทางโครงร่าง กระดูกและกล้ามเนื้อ (ปวดเมื่อย) 	<ul style="list-style-type: none"> • โครงการ 1000 ATTENDANCE อาทิ โครงการเสียงตามสายสุขภาพ โครงการ Health Promotion Care โครงการไตรมาส โครงการออกกำลังกายก่อนปฏิบัติงาน โครงการ Health Monitoring • รณรงค์สื่อประชาสัมพันธ์ด้านสุขภาพอนามัย

อีกทั้งบริษัทได้กำหนดมาตรการเชิงรุกเพื่อป้องกันการเกิดโรคสำหรับพนักงานศูนย์กระจายสินค้า ในปี พ.ศ. 2559 มีศูนย์กระจายสินค้าจำนวน 7 แห่ง เป็นศูนย์นำร่องโครงการสุขภาพ Work Life Balance DC โดยจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแล

สุขภาพ อาทิ กิจกรรมเสริมสร้างสุขภาพ โครงการลด ละ เลิก บุหรี่ โครงการลดน้ำหนักเพื่อสุขภาพ การอบรมคุณแม่่มือใหม่ ซึ่งบุคลากรร้อยละ 96.33 มีความพึงพอใจในกิจกรรมที่บริษัทจัดให้



3.3 เป้าหมายการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในอนาคต

รายละเอียดตัวชี้วัด	เป้าหมาย (ปี) (ร้อยละ)		
	2559	2560	2561
เป้าหมายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน (Safety & Occupational)			
อุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิต	0	0	0
อัตราการเกิดการเกิดอุบัติเหตุ และการเจ็บป่วย (IFR)	ลดลง ร้อยละ 50 ภายใน 3 ปี		
อัตราการรุนแรงจากอุบัติเหตุ และการเจ็บป่วย (ISR)	ลดลง ร้อยละ 50 ภายใน 3 ปี		
ความสอดคล้องของสภาพแวดล้อมการทำงานที่กฎหมายกำหนด	100	100	100
เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)			
การควบคุมการปล่อยของเสียออกสู่สิ่งแวดล้อมตามกฎหมาย และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง	100	100	100

นอกจากเป้าหมายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ดังกล่าว ในปี พ.ศ. 2560 บริษัทได้กำหนดแผนการดำเนินงานด้านความปลอดภัยฯ โดยการนำระบบ Behavior Based Safety มาใช้เพื่อลดความเสี่ยงด้านพฤติกรรมที่ไม่ปลอดภัย อันส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุระหว่างปฏิบัติงาน รวมทั้งการฝึกอบรมหลักสูตรให้แก่พนักงาน อาทิ การขับขี่ปลอดภัยสำหรับพนักงานที่ขับรถจักรยานยนต์ โดยมีเป้าหมายการฝึกอบรมร้อยละ 100 และจะพัฒนาระบบติดตามระยะยาว เพื่อประเมินผลการอบรมของผู้ที่ผ่านการอบรมแล้ว

4. การสร้างความพึงพอใจและยกระดับสุขภาพความปลอดภัยผู้บริโภค

บริษัทมุ่งมั่นสร้างสรรค์ความพึงพอใจแก่ลูกค้า บนพื้นฐานการสร้างสรรค์คุณค่าในเรื่องคุณภาพ การบริการ ตลอดจนการแสดงความรับผิดชอบทุกกระบวนการแก่ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการสรรหาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสุขภาพของผู้บริโภค การคัดกรองและตรวจสอบสินค้าเพื่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค ตลอดจนการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคทุกกลุ่ม โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานต่างๆ ดังนี้

4.1 การยกระดับผลิตภัณฑ์ในด้านสุขภาพและโภชนาการ

จากกระแสความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญในเรื่องสุขภาพและโภชนาการ ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในสถานะที่ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มีการแข่งขันสูง ถือเป็นความท้าทายของบริษัทในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นทางเลือกด้านสุขภาพแก่ผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด

ในฐานะผู้นำในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ บริษัทได้มุ่งมั่นทำงานร่วมกับคู่ค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและโภชนาการ โดยการวางแผนพัฒนาสินค้า บรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการแบ่งปันความรู้ การให้คำแนะนำเชิงคุณภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ผลิตภัณฑ์กลุ่มผลไม้สดพร้อมทาน (กล้วยหอม ฝรั่ง แอปเปิ้ล ฯลฯ) ภายใต้ชื่อตราสินค้า “7-fresh” ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน เช่น ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอร์รี่อกไก่ ภายใต้ชื่อตราสินค้า “EZYGO” รวมทั้งการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทานของคู่ค้า (กลุ่มไข่ อกไก่นุ่ม) ภายใต้ชื่อสินค้า “CP Balance” รวมทั้งการสร้างสรรค์พัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีราคาเหมาะสมและดีต่อสุขภาพ เช่น กลุ่มสลัดพร้อมทานในรูปแบบถ้วย

สำหรับแผนงานในปี พ.ศ. 2560 ผลผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและโภชนาการจะได้รับการส่งเสริมและเพิ่มจำนวนรายการสินค้าใหม่มากขึ้น ขนาดของหน่วยบริโภคที่เหมาะสม รวมทั้งการสร้างการรับรู้ข้อมูลโภชนาการ โดยแสดงข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ สื่อภายในร้าน กิจกรรมทางการตลาด และการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมสาขาที่มีอยู่ทั่วประเทศ เพื่อเป้าหมายสำคัญที่จะส่งมอบสินค้าที่ดี มีคุณค่าต่อสุขภาพและโภชนาการให้กับลูกค้าทุกกลุ่ม

4.2 การดูแลสุขภาพความปลอดภัยของผู้บริโภค

ในฐานะที่เป็นผู้ให้บริการสินค้าและบริการจากคู่ค้า (Suppliers) ที่หลากหลาย บนพื้นฐานของความปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ บริษัทจึงมีกระบวนการในการสนับสนุนคู่ค้าโดยการยกระดับมาตรฐานสากลด้านความปลอดภัยของสินค้า ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐาน GMP, HACCP และ ISO 22000 โดยบริษัทมีระบบประเมินคู่ค้า เพื่อคัดเลือกและประเมินคุณภาพสถานที่ผลิตของ

ซัพพลายเออร์ที่มีการนำมาตราฐาน GMP มาปรับใช้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าและบริการมีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอตลอดเวลา และปลอดภัยต่อผู้บริโภค รวมถึงระบบการตรวจติดตามคู่ค้า โดยการเฝ้าติดตามข้อบกพร่องที่พบในแต่ละครั้ง หรือติดตามผลการแก้ไขปัญหาคุณภาพสินค้าที่เกิดขึ้น รวมถึงช่วงระยะเวลาในการติดตามให้เป็นไปตามแผนการตรวจติดตามมาตรฐานสถานที่ผลิต กระบวนการขนส่ง และคุณภาพของสินค้า ตลอดจนการยกระดับมาตรฐานของคู่ค้าบางรายที่เป็น Strategic Partner ให้มีมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้ามากยิ่งขึ้น เช่น การนำมาตรฐานข้อกำหนดของ HACCP หรือ ISO 22000 มาปรับใช้ในโรงงานของคู่ค้า

ในปี พ.ศ. 2559 สัดส่วนคู่ค้าที่ได้มาตรฐาน GMP, HACCP, ISO 22000 เมื่อเทียบกับคู่ค้าทั้งหมด โดยแบ่งประเภทเป็นคู่ค้าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ดังนี้

สัดส่วนคู่ค้าที่ได้รับมาตรฐาน

ประเภทคู่ค้า	ร้อยละของคู่ค้าที่ได้รับมาตรฐาน		
	มาตรฐาน GMP	มาตรฐาน HACCP	มาตรฐาน ISO22000
คู่ค้าขนาดใหญ่	100	100	100
คู่ค้าขนาดกลาง	100	60	0
คู่ค้าขนาดเล็ก	100	10	0

แม้ว่าคู่ค้าขนาดกลางและขนาดเล็ก จะยังไม่สามารถบรรลุมาตรฐานด้านความปลอดภัย HACCP และ ISO 22000 ได้ครบทุกราย แต่บริษัทมีแผนงานในการพัฒนาระดับกลุ่มคู่ค้าขนาดเล็กและขนาดกลาง ให้มีความพร้อมต่อการนำมาตราฐานความปลอดภัยต่างๆ มาปรับใช้ให้มากที่สุด ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับคู่ค้า เช่น การจัดประชุมมาตรฐานคุณภาพสินค้าประเภทอาหารให้กับคู่ค้า พร้อมทั้งแบ่งปันความรู้ต่างๆ ร่วมกัน และสรุปผลการดำเนินงานของแต่ละรายในรอบปีที่ผ่านมา หรือจะมีการจัดสัมมนาให้ความรู้ด้านการปรับปรุงมาตรฐานการผลิต มาตรฐานฮาลาล (Halal) แก่คู่ค้าขนาดกลางและขนาดเล็ก เป็นต้น

ในกระบวนการตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าแต่ละรายได้รักษามาตรฐานตามเกณฑ์ คู่ค้าแต่ละประเภทจะถูกกำหนดความถี่ในการเข้าตรวจสอบที่โรงงานของคู่ค้า ตามระดับความเสี่ยงของสินค้าและมาตรฐานการผลิต เพื่อตรวจติดตามมาตรฐาน สถานที่ผลิต กระบวนการขนส่ง และคุณภาพของสินค้า โดยความถี่ที่เข้าตรวจสอบโรงงานคู่ค้าอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับปัญหาคุณภาพสินค้า ระดับคุณภาพ และคะแนนในการตรวจประเมิน

4.3 การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

ภายใต้ปรัชญาของบริษัท “เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้า ด้วยทีมงานที่มีความสุข” เรามุ่งมั่นสร้างสรรค์ในการให้บริการที่สะดวกสำหรับลูกค้าทุกกลุ่ม และสร้างความพึงพอใจสูงสุด โดยได้นำหลักการ SAVEQC ที่ได้จากการเรียนรู้เสียงของลูกค้าในธุรกิจร้านสะดวกซื้อจากบริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์ 7-Eleven ซึ่งได้ทำการวิจัยลูกค้ามาอย่างยาวนาน จนสรุปได้ว่าคุณค่าของลูกค้าในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อประกอบด้วยปัจจัยหลักคือ Service, Assortment, Value, Environment และ Quality โดยเรียกรวมว่า SAVEQ เมื่อบริษัทนำปัจจัยเหล่านี้มาใช้พัฒนาการบริการลูกค้าที่ร้าน และเรียนรู้จากเสียงของลูกค้าพบว่าในประเทศไทย ลูกค้าให้ความสำคัญกับความสะอาดเป็นอย่างมาก จึงแยกปัจจัยความสะอาด (Cleanliness) ออกจาก Environment และใช้เป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้า จึงเรียกรวมปัจจัยทั้งหมดว่า SAVEQC



หลักการ SAVEQC

ปัจจัยหลัก	ความหมาย	รายละเอียด
Service	การบริการของพนักงาน	อริยาศีลดีและสุภาพ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ บริการของเคสเซอร์มีประสิทธิภาพ
	ความสะดวก	ทำเลที่ตั้งสะดวก ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น ชำระค่าสาธารณูปโภค 24 ชั่วโมง
Assortment	สินค้า	ความหลากหลายของประเภทสินค้า มีสินค้าวางเต็มบนชั้นวาง มีสินค้าตรงตามความต้องการ
Value	ราคาสินค้า	ราคาสินค้าเหมาะสม (ในแง่ความคุ้มค่า)
Environment	สภาพของร้าน	การจัดพื้นที่ภายในร้านและสภาพหน้าร้านที่ดี
Quality	คุณภาพ	คุณภาพ ความสดใหม่ รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม
Cleanliness	ความสะอาด	ความสะอาดภายในร้านและอุปกรณ์

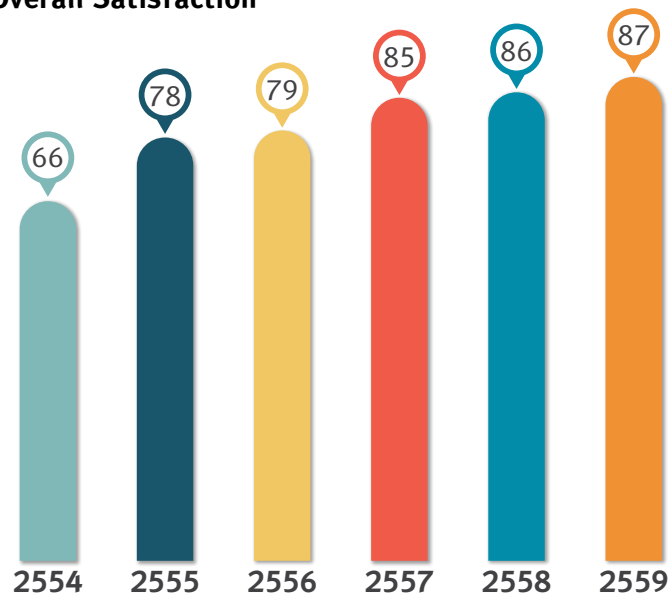
หลักการ SAVEQC ได้รับการหยิบยกมาเป็นมาตรฐานในการทำงานที่ร้าน การจัดอบรมพนักงาน และการตรวจสอบมาตรฐานทุกเดือน โดยมีการใช้กระบวนการจัดประเภท (Assortment) และทีมค้าขายสินค้า (Team Merchandising) เพื่อสรรหาสินค้าใหม่หมุนเวียนในร้านมากกว่า 1,200 รายการต่อปี เพื่อให้มั่นใจว่าจะมีสินค้าที่ทำให้ลูกค้าพอใจ ตลอดจนการจัดให้ร้าน 7-Eleven มีผลิตภัณฑ์พร้อมให้บริการอย่างครบวงจร เช่น Counter Service, 24 Shopping, eXta, Book Smile, All Cafe, Kudson เป็นต้น

สำหรับอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า รวมทั้งปรับปรุงสภาพร้านอย่างสม่ำเสมอ ตามกำหนดเวลาที่ชัดเจนเพื่อให้ร้าน 7-Eleven ได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง

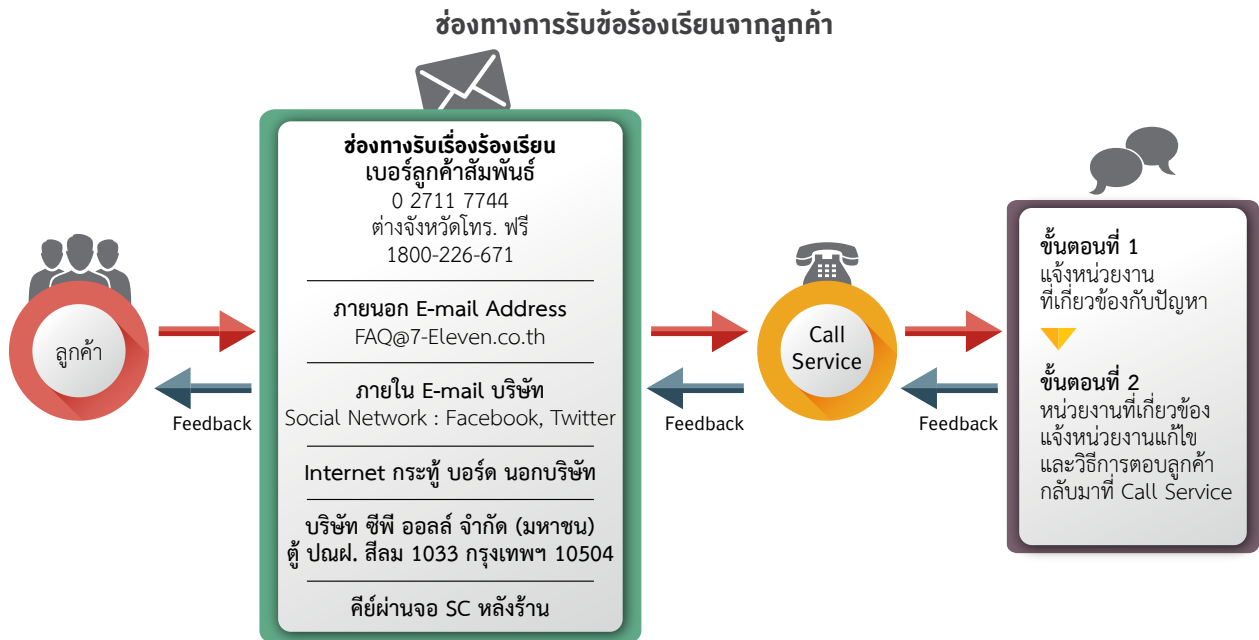
นอกจากนี้ บริษัทยังได้กำหนดเกณฑ์ประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในมิติของ SAVEQC โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของบริษัทและบริษัทอื่นๆ ซึ่งใช้วิธีสัมภาษณ์ในรูปแบบ Exit Interview ร้อยละ 100 ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า ในปี 2559 โดยสามารถสรุปภาพรวมผลความพึงพอใจรวมในทุกด้าน ดังนี้

ผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ปี พ.ศ. 2559

Overall Satisfaction



4.5 กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้า



สำหรับช่องทางที่ลูกค้าสามารถร้องเรียนได้นั้นมีหลากหลาย อาทิ อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ จดหมาย และร้าน 7-Eleven เป็นต้น โดยจะมีหน่วยงาน Call Service เป็นหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียนตลอด 24 ชั่วโมง และแจ้งทราบไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อดำเนินการแก้ไข และพัฒนาปรับปรุงบริการให้ดียิ่งขึ้น

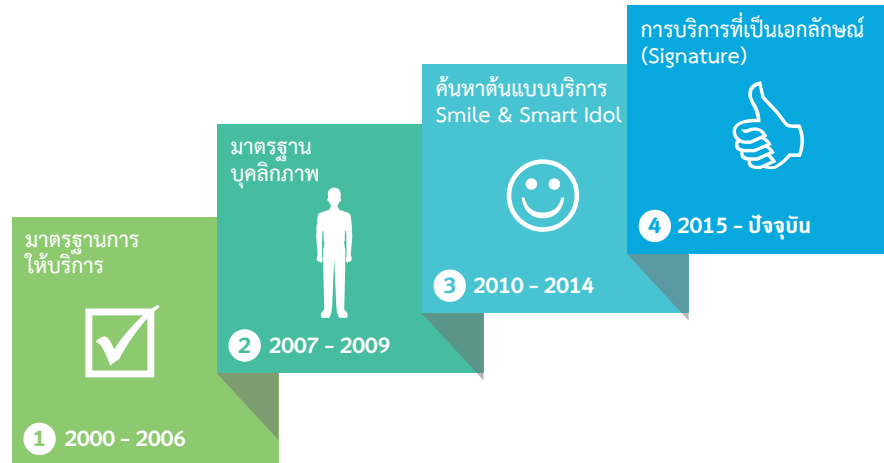
สำหรับปี พ.ศ. 2559 ข้อร้องเรียนที่ถูกแจ้งมามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เรื่องการแลกสินค้าจากแสดมป์ เรื่องพฤติกรรมของพนักงาน และกระบวนการ ตลอดจนคุณภาพสินค้า โดยบริษัทได้วางแนวทางสำหรับการแก้ไขปัญหาที่กล่าวมา ดังตาราง

แนวทางการแก้ปัญหาจากข้อร้องเรียน

ประเด็นปัญหาร้องเรียน	แนวทางการแก้ไข
การแลกสินค้าจากแสดมป์	<ul style="list-style-type: none"> เน้นย้ำให้ร้านสาขาศึกษาขั้นตอนการทำงานให้เข้าใจ ปฏิบัติตามคู่มือการทำงาน ตรวจสอบคุณภาพสินค้าฟรีเมียม หากชำรุดให้ส่งคืนทันที
พฤติกรรมของพนักงาน และกระบวนการ (การแสดงพฤติกรรม / มารยาทที่ไม่ดี สินค้าไม่ครบ คิดเงินผิดพลาด)	<ul style="list-style-type: none"> การแบ่งปันข้อมูลเรื่อง Friendly Service การพัฒนาปรับปรุงการบริการ โดยอิงตามหลัก 5 หัวใจการบริการ
คุณภาพสินค้า (สินค้าเสื่อมเสียก่อนหมดอายุ สินค้าชำรุด สินค้ามีสิ่งแปลกปลอม)	<ul style="list-style-type: none"> การตรวจสอบคุณภาพสินค้า ตั้งแต่การผลิตจนถึงส่งมอบให้ลูกค้า กำหนดมาตรฐานการตรวจสอบ และปรับปรุงซัพพลายเออร์



เส้นทางการให้บริการ



นอกจากนี้ บริษัทยังตระหนักและให้ความสำคัญต่อการยกระดับการบริการอย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่การสร้างมาตรฐานการให้บริการ มาตรฐานบุคลิกภาพ การค้นหาต้นแบบบริการ ตลอดจนการบริการที่เป็นเอกลักษณ์

ภายใต้การบริการจากใจที่เป็นเอกลักษณ์ (Signature Service) ทั่วทั้งบริษัท เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าสู่การบริการที่เป็นเลิศ บริษัทพยายามสร้างสรรค์เรื่อง 5 หัวใจการบริการ ซึ่งถือเป็นการสร้างวัฒนธรรมด้านการบริการจากร้านสู่ลูกค้า โดยลูกค้าจะได้สินค้าตามความต้องการ มีคุณภาพ ถูกต้องรวดเร็ว ด้วยบริการอันอบอุ่นและเป็นมิตรของพนักงานร้าน ดังภาพ

ในเบื้องต้นบริษัทได้มีการขับเคลื่อนแนวคิด 5 หัวใจบริการ จำนวน 250 สาขา พบว่าลูกค้ามีความผูกพันและได้รับประสบการณ์ที่ดีมากขึ้น สะท้อนได้จากความพึงพอใจของลูกค้าเป็นร้อยละ 92.2 และความพึงพอใจของพนักงานร้อยละ 96 นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2559 จนถึงไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2560 ในการยกระดับการบริการด้วย 5 หัวใจบริการสู่ 2,800 ร้านสาขาทั่วประเทศ

แนวคิด 5 หัวใจบริการ



การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม : Living Together

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรสู่การเป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ “7 go Green” เมื่อปี พ.ศ. 2554 ประกอบด้วยนโยบายการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม ครอบคลุมประเด็นที่สำคัญตามกรอบความยั่งยืนของบริษัทในทุกกิจกรรม อันจะนำไปสู่การบริโภคทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน รวมถึงการบรรเทาผลกระทบและพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัท

ยุทธศาสตร์ “7 go Green” ขับเคลื่อนไปพร้อมกับ “ปณิธานสีเขียว” ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญที่บริษัทได้ผลักดัน เพื่อสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับชุมชนและสังคม โครงการต่างๆ ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้รับการถ่ายทอดสู่ร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ เกิดเป็นกระบวนการสื่อสารและการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อความร่วมมือและความเป็นมิตรระหว่างบริษัทกับชุมชน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังภาพ

1. Green Stores

บริษัทมีความประสงค์จะพัฒนาร้าน 7-Eleven ให้เป็นร้านสะดวกซื้อที่มีส่วนในการรักษาสิ่งแวดล้อม จึงได้จัดทำโครงการต่างๆ ดังนี้

1.1 ร้านประหยัดพลังงานต้นแบบ

บริษัทมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี ทำให้มีปริมาณการใช้ไฟฟ้าเพิ่มสูงขึ้นในลักษณะแปรผันตาม บริษัทตระหนักถึงผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม จึงได้นำ “เกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อม” หรือ “เกณฑ์อาคารสีเขียว” ของสถาบันอาคารเขียวไทย มาเป็นกรอบแนวทางในการออกแบบ

ยุทธศาสตร์ “7 go Green”





ร้าน 7-Eleven สาขาธาราสแควร์ ซึ่งเป็นร้านสะดวกซื้อต้นแบบประหยัดพลังงานแห่งแรกของประเทศไทย โดยร้าน 7-Eleven สาขาธาราสแควร์ มีองค์ประกอบที่มุ่งสู่การเป็นร้านประหยัดพลังงาน 7 ประการ ได้แก่

1. การสนับสนุนการลดการใช้รถยนต์ส่วนตัว และปลูกไม้ยืนต้น 1 ต้น ต่อพื้นที่เปิดโล่ง 100 ตารางเมตร



2. การติดตั้งระบบสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำทั้งในส่วนห้องน้ำสำหรับผู้ใช้บริการและห้องน้ำพนักงานเพื่อลดปริมาณการใช้น้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติ



4. การบริหารจัดการขยะจากกระบวนการก่อสร้างซึ่งช่วยลดปริมาณขยะก่อสร้างที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง อาทิ การคัดแยกวัสดุหรือประเภทขยะในพื้นที่ก่อสร้าง การแยกวัสดุที่ร้าน 7-Eleven รวมถึงการขายขยะเพื่อนำไปรีไซเคิล



5. การส่งเสริมสภาพแวดล้อมภายในร้านให้ดียิ่งขึ้น เช่น ระบบหมุนเวียนอากาศ ระบบแสงสว่าง เพื่อให้ลูกค้าและพนักงานได้รับความสดชื่นภายในร้าน

3. การใช้วัสดุอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน อาทิ



กระจก Insulation Pair Glass เป็นกระจก 2 ชั้นที่บรรจุก๊าซเฉื่อยไว้ตรงกึ่งกลาง ช่วยป้องกันความร้อนได้มากกว่ากระจกทั่วไปร้อยละ 28



ผนังคอนกรีตมวลเบา ลดการส่งผ่านความร้อนและประหยัดพลังงานได้ร้อยละ 30



ฝ้า Insulation Ceiling สามารถรองและควบคุมความเย็นในพื้นที่ขายสินค้า ลดการใช้พลังงานภายในร้านได้ร้อยละ 25



การติดตั้งหลอดไฟ LED ทั้งร้าน ซึ่งประหยัดไฟกว่าหลอดฟลูออเรสเซนต์ทั่วไป ร้อยละ 30



การใช้แผง Solar Cell แบบ Poly Crystalline ผลิตกระแสไฟฟ้าทดแทนถึง 13,750 KWh ต่อปี



การใช้ Solar Heater ในระบบเครื่องทำน้ำร้อน ช่วยลดการใช้ไฟฟ้าได้ 1,095 KWh ต่อปี



เครื่องปรับอากาศ ระบบ Inverter สามารถประหยัดการใช้ไฟฟ้าร้อยละ 30



ช่องรับแสงธรรมชาติ (Skylight) ทดแทนการใช้แสงสว่างจากหลอดฟลูออเรสเซนต์ 20 หลอด

- 6.



การป้องกันมลพิษในบริเวณก่อสร้างโดยล้อมรั้วรอบบริเวณก่อสร้างเพื่อกันฝุ่นและลดการเกิดเสียงรบกวนให้กับชุมชนรอบข้าง ซึ่งดำเนินการตั้งแต่การเข้างานก่อสร้างจนกระทั่งส่งมอบร้าน 7-Eleven

- 7.



การสร้างสรรค์ทางพลังงานและสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี เช่น Eco Open Space หรือพื้นที่เปิดโล่งเชิงนิเวศ

1.2 โครงการการใช้หลอดไฟ LED

บริษัทมุ่งมั่นลดการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง จึงขยายผลโครงการประหยัดพลังงานต่างๆ ให้เกิดขึ้นจริงอย่างเป็นรูปธรรม โดยได้นำนโยบายการเปลี่ยนหลอดไฟภายในร้าน 7-Eleven เป็นหลอด LED ขยายผลไปยังร้านก่อสร้างใหม่ และร้านปรับปรุงใหม่ (Renovate) ทั่วประเทศ

ในปี พ.ศ. 2559 ร้าน 7-Eleven ได้ดำเนินการเปลี่ยนหลอดไฟภายในร้านเป็นหลอดไฟ LED แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

- การเปลี่ยนหลอดไฟในตู้แช่เย็นขนาดใหญ่ (Cold Storage) เป็น LED สามารถลดพลังงานไฟฟ้าได้ 2.88 kWh/สาขา/เดือน หรือ 9.5 บาท/สาขา/เดือน (ลดการใช้พลังงานในปี 2559 จำนวน 74,030.11 หน่วย)
- การเปลี่ยนหลอดไฟประตูตู้แช่เย็นขนาดใหญ่ (Cold Storage) เป็น LED สามารถลดพลังงานไฟฟ้าได้ 264.96 kWh/สาขา/เดือน หรือ 863 บาท/สาขา/เดือน (ลดการใช้พลังงานปี 2559 จำนวน 7.63 ล้านหน่วย)

- การเปลี่ยนบัลลาสต์ Electronic เป็น LED สามารถลดพลังงานไฟฟ้าได้ 831.6 kWh/สาขา/เดือน หรือ 2,844.28 บาท/สาขา/เดือน (ลดการใช้พลังงานปี 2559 จำนวน 21.82 ล้านหน่วย)

การดำเนินงานทั้ง 3 ส่วน สามารถลดการใช้พลังงานได้กว่า 29.52 ล้านหน่วยต่อปี โดยในปัจจุบันมีร้านสาขาที่ดำเนินการแล้วทั้งสิ้น 5,317 สาขา

1.3 โครงการ Open Showcase รวมศูนย์

บริษัทพบว่าตู้ให้ความเย็นแบบไร้บานประตู (Open Showcase) แต่เดิมนั้นใช้ Digital Scroll Compressor แบบแยกเครื่อง ทำให้สิ้นเปลืองพลังงานไฟฟ้าที่ต้องจ่ายไปเลี้ยง Condensing Unit เพื่อเป็นการประหยัดพลังงาน บริษัทจึงได้เปลี่ยนมาใช้ Digital Scroll Compressor แบบรวมศูนย์ ซึ่งมีลักษณะเป็นเครื่องขยายเชื่อมโยงไปยัง Condensing Unit เพียงเครื่องเดียว



7-Eleven สาขาธาราแสดควร์ ร้านต้นแบบของการประหยัดพลังงาน

1.4 โครงการเครื่องปรับอากาศระบบ Inverter

บริษัทมีนโยบายประหยัดพลังงานไฟฟ้าด้วยการปรับเปลี่ยนระบบเครื่องปรับอากาศภายในร้าน 7-Eleven โดยติดตั้งเครื่องปรับอากาศระบบ Inverter แทนเครื่องปรับอากาศรุ่นเดิม ซึ่งจะสามารถประหยัดพลังงานและมีส่วนช่วยลดการเกิดภาวะเรือนกระจกจากการลดการใช้สารทำความเย็นประเภท CFC

ปริมาณการใช้พลังงานที่ลดลงจากแต่ละโครงการในปี พ.ศ. 2559

โครงการ	ปริมาณการใช้พลังงานที่ลดลง (kWh)	ร้อยละที่ลดลงจากเดิม	จำนวนสาขาที่ขยายผล
โครงการการใช้หลอดไฟ LED	29,524,063.00	59	5,317
โครงการ Open Showcase รวมศูนย์	2,747,266.92	8	1,057
โครงการเครื่องปรับอากาศ Inverter	14,595,877.64	34	1,537

1.5 โครงการพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop)

จากความสำเร็จของการติดตั้งแผงโซลาร์ เซลล์ ที่ร้าน 7-Eleven สาขาธาราสแควร์ ซึ่งเป็นร้านประหยัดพลังงานต้นแบบ บริษัทจึงได้สานต่อแนวคิดเรื่องการประหยัดพลังงานด้วยการทดลองติดตั้งแผงโซลาร์ เซลล์ ที่สาขาธาราพัฒนาการ และมีแผนขยายผลไปยังสาขาลองลำเจียก 13 สาขานวมินทร์ 111 สาขาลาดปลาเค้า 63 และสาขาเสรีไทย 41 ในปี พ.ศ. 2560 โดยคาดการณ์ว่าจะสามารถลดการใช้พลังงานได้ 12,298.20 kwh ต่อเดือน

รายละเอียดการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในปี พ.ศ. 2559

สาขา	การติดตั้ง Solar Cell		พลังงานที่ร้าน 7-Eleven ต้องการใช้ต่อเดือน (kWh ต่อเดือน)	พลังงานที่ Solar Cell ผลิตได้ เมื่อเทียบกับพลังงานที่ร้าน 7-Eleven ต้องการ (ร้อยละ)
	กำลังติดตั้ง (kKp)	พลังงานที่ Solar Cell ผลิตได้ (kWh ต่อเดือน)		
ธาราสแควร์	10.00	1,200.00	29,368.50	4.09
ธาราพัฒนาการ	20.00	2,100.00	15,152.00	13.86

รายละเอียดการคาดการณ์การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในปี พ.ศ. 2560

สาขา	การติดตั้ง Solar Cell		พลังงานที่ร้าน 7-Eleven ต้องการใช้ต่อเดือน (kWh ต่อเดือน)	พลังงานที่ Solar Cell ผลิตได้ เมื่อเทียบกับพลังงานที่ร้าน 7-Eleven ต้องการ (ร้อยละ)
	กำลังติดตั้ง (kKp)	พลังงานที่ Solar Cell ผลิตได้ (kWh ต่อเดือน)		
คลองลำเจียก 13	10.20	1,224.00	17,337.75	7.06
นวมินทร์ 111	20.40	2,448.00	15,010.50	16.31
ลาดปลาเค้า 63	23.99	2,878.20	21,198.92	13.58
เสรีไทย 41	20.40	2,448.00	13,588.00	18.02

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าและปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ ซีพี ออลล์ โดยแยกแยะย้อนหลัง 5 ปี

ปี พ.ศ.	จำนวนสาขา (ไม่รวม Sub Area)	จำนวนยูนิตไฟฟ้าที่ใช้ (หน่วย)	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 2 (KgCO ₂ eq)
2555	6,304	993,335,629.69	605,239,399.18
2556	6,841	1,061,967,548.97	647,056,827.59
2557	7,486	1,174,473,255.79	715,606,554.75
2558	8,165	1,273,316,288.51	775,831,614.59
2559	8,850	1,462,370,953	886,016,876.66

1.6 โครงการการใช้จุลินทรีย์บำบัดบ่อตกไขมัน ลดการตกไขมันของพนักงาน

บริษัทเล็งเห็นว่าการตกไขมันจากบ่อตกไขมันเป็นกระบวนการหนึ่งที่จะลดปริมาณของเสียที่ร้าน 7-Eleven ปล่อยสู่สิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม การตกไขมันได้ส่งผลกระทบต่อความสุขในการทำงานของพนักงาน เนื่องจากเป็นการดำเนินงานที่มีผลต่อสุขภาพอนามัย

ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงได้พัฒนาการใช้จุลินทรีย์ผงในการบรรเทาปัญหาไขมันในบ่อตกไขมัน ควบคู่กับถังเติมและหมักจุลินทรีย์อัตโนมัติ โดยดำเนินการร่วมกับผู้เชี่ยวชาญภายนอก ซึ่งก่อให้เกิดผลลัพธ์ด้านการลดกระบวนการทำงาน จากการตกไขมันในบ่อตก 8 ครั้งต่อเดือน เหลือเพียง 1 ครั้งทุก 2 เดือน ตลอดจนพนักงานมีสุขภาพอนามัยที่ดีขึ้น

2. Green Logistics

บริษัทได้พัฒนาระบบโลจิสติกส์ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุด โดยริเริ่มโครงการด้านสิ่งแวดล้อมผ่านศูนย์กระจายสินค้าในลักษณะสาขาต้นแบบ ประกอบด้วยโครงการต่างๆ อาทิ

2.1 โครงการระบบทำน้ำอุ่นล้างล้าง

บริษัทประสบความสำเร็จในการใช้ระบบการถ่ายเทความร้อนจากสารทำความเย็นมาสู่น้ำสำหรับทำความสะอาด (Heat Exchange System) ซึ่งสามารถผลิตน้ำที่มีอุณหภูมิอุ่นพอเหมาะแก่การนำไปล้างล้างใส่สินค้า ทำให้ลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าลงได้ 824,116 kWh ต่อปี คิดเป็นค่าใช้จ่ายที่ลดได้ 3.2 ล้านบาทต่อปี และยังสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลง 412 ตันต่อปี

โครงการระบบทำน้ำอุ่นล้างล้างยังได้รับการต่อยอดพัฒนาสู่โครงการระบบ Recycle นำน้ำล้างล้างกลับมาใช้ใหม่ โดยทดลองดำเนินการที่ศูนย์กระจายสินค้า สุวรรณภูมิ (CDC) กล่าวคือ ได้มีการสร้างเครื่องกรองน้ำระบบ Ultra Filter ที่สามารถกรองน้ำได้สูงสุด 0.05 ไมครอน พร้อมใช้แสง UV ฆ่าเชื้อโรค น้ำล้างล้างที่กรองผ่านอุปกรณ์ดังกล่าวจะมีคุณภาพระดับเดียวกับน้ำประปาสามารถนำกลับไปใช้ใหม่ได้อีกครั้ง ทำให้ศูนย์กระจายสินค้าลดปริมาณการใช้น้ำได้ 8 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน

2.2 โครงการปรับเปลี่ยนหลอดไฟเพื่อการประหยัดพลังงาน

นอกจากการปรับเปลี่ยนหลอดไฟ LED ในร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้าได้ดำเนินการเปลี่ยนหลอดไฟเช่นเดียวกัน โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

- การเปลี่ยนจากหลอด High Pressure Sodium เป็นหลอดฟลูออเรสเซนต์ T8 และหลอดฟลูออเรสเซนต์ T5 สามารถลดพลังงานไฟฟ้าได้ 322,917 kWh ต่อเดือน การปรับเปลี่ยนดังกล่าวทำให้สามารถลดการใช้ไฟฟ้าลงได้ 3,875,000 kWh ต่อปี คิดเป็นค่าใช้จ่ายที่ลดได้ 15.5 ล้านบาทต่อปี และยังสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลง 1,938 ตันต่อปี
- ทางด้านศูนย์กระจายสินค้าภูมิภาคชลบุรี (RDC) ก็ได้ทำการเปลี่ยนหลอดฟลูออเรสเซนต์มาใช้โคม Smart LED ที่สามารถควบคุมปริมาณแสงได้คล่องตัวกว่า ส่งผลให้ลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าลง 318,000 kWh ต่อปี หรือลดลงร้อยละ 85 คิดเป็นค่าใช้จ่ายที่ลดได้ 1.2 ล้านบาทต่อปี และสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลง 159 ตันต่อปี



2.3 โครงการลดมลภาวะจากการขนส่งสินค้า

บริษัทคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขภาพอนามัยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งได้รับผลกระทบจากมลภาวะของท่อไอเสียรถยนต์ จึงได้จัดทำโครงการ “ลดมลภาวะภายใน DC และที่ร้านสาขาที่ให้บริการขนส่ง” เริ่มดำเนินการที่ศูนย์กระจายสินค้ามหาชัย (DC) โดยกำหนดมาตรการให้ดับเครื่องยนต์ทุกครั้งขณะลำเลียงสินค้า พร้อมทั้งมีการตรวจสอบค่ามลพิษจากยานพาหนะทำให้ศูนย์กระจายสินค้ามหาชัยไม่ได้รับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับมลภาวะ

3. Green Packaging

3.1 โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ภายใต้แนวคิด

Environmental Friendly Packaging

บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวคิด Environmental Friendly Packaging ประกอบด้วย แผนการดำเนินงานระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว (พ.ศ. 2559 - 2565) แบ่งออกเป็น 5 ประเด็น ได้แก่

แผนระยะสั้น

- 3.1.1 Reduce คือ การลดหรือยกเลิกการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม
- 3.1.2 Reuse คือ การสนับสนุนการใช้ซ้ำ เพื่อลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้นเมื่อใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์เสร็จสิ้น เช่น การนำกล่องเก็บความเย็นกลับมาใช้ซ้ำ แทนการใช้ถุงเมื่อซื้อสินค้าประเภทแช่แข็ง
- 3.1.3 Recycle คือ การนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วเข้าสู่กระบวนการแปรรูปและกลับมาใช้ใหม่ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์พลาสติกซึ่งเป็นสิ่งที่ย่อยสลายยาก

แผนระยะกลาง

3.1.4 Biodegradable คือ การใช้วัสดุที่ง่ายต่อการย่อยสลายในการสร้างบรรจุภัณฑ์ ทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในปริมาณน้อย เช่น การใช้พลาสติกที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ

แผนระยะยาว

3.1.5 Renewable Resources คือ การศึกษาและแสวงหาพลาสติกที่ผลิตจากวัสดุทดแทนจากธรรมชาติ ที่มีคุณสมบัติของพลาสติกเหมือนหรือเทียบเท่ากับพลาสติกที่ผลิตจากฟอสซิล (ปิโตรเลียม) เช่น Bio PE และ Bio PP ซึ่งผลิตจากวัตถุดิบที่สามารถปลูกทดแทนได้ โดยจะส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม รวมทั้งลดการใช้ปิโตรเลียมจากฟอสซิลที่กำลังจะหมดลง

ในปี พ.ศ. 2559 บริษัทได้ดำเนินโครงการในประเด็นด้าน Reduce จำนวนทั้งสิ้น 3 โครงการ ดังต่อไปนี้

- การเปลี่ยนวัสดุของฉลากครอบขวด (Shrink Sleeve) ของกลุ่มน้ำดื่มฉลากเขียวตรา 7-Select ขนาด 350 มิลลิลิตร 500 มิลลิลิตร และ 1,500 มิลลิลิตร จาก PVC (Polyvinyl Chloride) เป็น OPP (Oriented Polypropylene) โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559
- การหลีกเลี่ยงการใช้ PVC สำหรับผลิตภัณฑ์พัฒนาใหม่ โดยใช้วัสดุทดแทนที่มีคุณสมบัติทัดเทียมหรือดีกว่า (เริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559)
- การลดปริมาณการใช้กระดาษสำหรับแก้วกระดาษที่รองรับสินค้าเย็น (เริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558) โดยคาดการณ์ว่าในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2560 จะสามารถเปลี่ยนมาใช้กระดาษประเภทดังกล่าวได้ทั้งหมด

ปริมาณการใช้กระดาษสำหรับแก้วกระดาษในปี พ.ศ. 2559

ขนาด	GSM.	จำนวนชิ้นที่ได้ (รวม Scrap 5%)	ปริมาณการใช้ กระดาษ ต่อเดือน (ชิ้น)	ปริมาณการใช้ กระดาษ ต่อเดือน (ตัน)	ปริมาณ กระดาษที่ลด ต่อเดือน (ตัน)	ปริมาณ กระดาษที่ลด ต่อเดือน (ร้อยละ)	ปริมาณ กระดาษที่ลด ต่อปี (ตัน)
10 oz.	190	155,790.59	1,200,000.00	7.70	0.64	8	7.67
	210	143,857.70	1,200,000.00	8.34			
12 oz.	190	136,998.46	1,800,000.00	13.14	1.09	8	13.08
	210	126,504.96	1,800,000.00	14.23			
16 oz.	230	101,010.10	3,500,000.00	34.65	3.50	9	42.00
	250	91,743.12	3,500,000.00	38.15			
22 oz.	250	71,942.45	3,100,000.00	43.09	4.65	10	55.80
	280	64,935.06	3,100,000.00	47.74			

ส่วนประเด็นด้าน Reuse, Recycle, Renewable, Resources และ Biodegradable บริษัทมีโครงการที่อยู่ระหว่างดำเนินการหรืออยู่ในแผนดำเนินงาน และคาดว่าจะเริ่มต้นดำเนินโครงการในอนาคต

4. Green Living

4.1. โครงการรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติก - คิดถึง คิดถูก

บริษัทให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการลดปริมาณการใช้พลาสติกซึ่งเป็นวัสดุที่ยากต่อการทำลาย

อีกทั้งเป็นปัญหาระดับประเทศ บริษัทจึงได้รณรงค์เรื่องดังกล่าวด้วยการกระตุ้นผู้บริโภคใน 2 ประเด็นสำคัญ คือ “คิดก่อนใช้ถุงพลาสติก” และ “ปฏิเสธการรับถุงพลาสติก” โดยมีกลุ่มเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ เด็กและเยาวชน เนื่องจากเป็นผู้บริโภคในช่วงวัยที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ง่าย และสามารถถ่ายทอดข้อมูลไปสู่สังคมได้ในวงกว้าง

โครงการดังกล่าวเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ซึ่งในปัจจุบันดำเนินการแล้ว 5 ระยะ แต่ละระยะมีขอบเขตการดำเนินงาน ดังตาราง



ขั้นตอนการดำเนินงาน 5 ระยะ ของโครงการคิดถึง คิดถูก



บริษัทมีความตั้งใจจะสร้างโครงการดังกล่าวให้เป็นค่านิยมใหม่ของสังคม จึงมีการปรับและพัฒนารูปแบบกิจกรรมการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันได้สร้างเครือข่ายขยายจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนไปสู่ระดับชุมชนหรือสังคม อาทิ เครือข่ายโรงเรียนภาคีต่างๆ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เช่น กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (สส.) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) มูลนิธิโลกสีเขียว

ในปี พ.ศ. 2559 บริษัทได้ดำเนินงานร่วมกับมหาวิทยาลัยมหิดล จัดทำโครงการนำร่อง “โครงการลดใช้ถุงพลาสติกในสถานศึกษา” โดยเน้นลดการใช้และการนำถุงพลาสติกกลับมาใช้ใหม่ ในร้าน 7-Eleven ที่ร่วมโครงการ ซึ่งสามารถลดการใช้ถุงพลาสติกได้ประมาณ 1,073,800 ใบ และการร่วมมือกับเครือข่ายเยาวชน

พัฒนาศักยภาพ (Youth for Next Step) ซึ่งมุ่งเน้นแนวคิด “เก่ง ดี มีจิตอาสา” ส่งผลให้ได้รับรางวัล “กลุ่มเด็กเยาวชนดีเด่นแห่งชาติ” และรางวัลประกาศเกียรติคุณ “องค์กรที่มีผลดำเนินงานดีเด่น 10 องค์กร จาก 10 ประเทศอาเซียน” ณ ประเทศเวียดนาม นอกจากนี้ บริษัทยังร่วมมือกับเครือข่ายเยาวชนไทยลดใช้ถุงพลาสติกในพื้นที่ 17 จังหวัด 33 โรงเรียน โดยร่วมกันสร้างการรับรู้ในโรงเรียนต่างๆ กว่า 50 แห่ง มีนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมกว่า 60,854 คน

สำหรับการขยายผลต่อยอดโครงการไปสู่ความยั่งยืนในอนาคต บริษัทได้วางแผนเพิ่มช่องทางการสื่อสารไปสู่สังคมออนไลน์ โซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อเน้นย้ำให้สังคมตระหนักถึงความสำคัญของการลดใช้ถุงพลาสติกอย่างจริงจัง

การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของหน่วยงานสนับสนุนธุรกิจ

ร้านยา เอ็กซ์ต้า (eXta)

เอ็กซ์ต้า (eXta) เป็นหน่วยงานสนับสนุนธุรกิจของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่อำนวยความสะดวกแก่ชุมชนด้วยสินค้าและบริการด้านสุขภาพที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นยา อาหารเสริม เวชสำอาง ฯลฯ โดยมีเภสัชกรมืออาชีพเป็นผู้ให้คำปรึกษาและพร้อมให้บริการ ทั้งนี้ รูปแบบของร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส มีทั้งร้านยากันห้องอย่างเป็นทางการในบริเวณร้าน 7-Eleven และรูปแบบร้าน Stand Alone ซึ่งมีสินค้าสุขภาพให้บริการอย่างครบครัน ภายใต้เป้าหมาย “ร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส นำสุขภาพที่ดีสู่ชุมชน” ที่ผ่านมามีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สำคัญ ดังนี้

1. ระบบควบคุมการขายยาอันตรายผ่านเครื่องเก็บเงิน

ร้านยาเป็นหน่วยบริการสุขภาพที่ใกล้ชิดกับชุมชน ประเทศไทยมีร้านยากว่า 15,000 ร้านทั่วประเทศ ในปี พ.ศ. 2557 ที่ผ่านมา กระทรวงสาธารณสุขได้ผ่านกฎกระทรวงเรื่องความ

เข้มงวดในการส่งมอบยาอันตรายในร้านยาต้องผ่านการควบคุมของเภสัชกรเท่านั้น โดยมีบทลงโทษที่รุนแรงในการระงับการต่อใบอนุญาตหากมีการฝ่าฝืน

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาร้านยา เอ็กซ์ต้า ที่มีอยู่กว่า 130 สาขา เพื่อนำสุขภาพที่ดีสู่ชุมชน จึงได้เข้าร่วมโครงการร้านยาคุณภาพของสภาเภสัชกรรม ซึ่งหนึ่งในมาตรฐานที่กำหนดคือการให้คำแนะนำและขายยาอันตรายโดยเภสัชกร มีการปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด และมีการจัดหมวดหมู่ของสินค้ากลุ่มยาอันตรายให้อยู่ในพื้นที่ที่มีการควบคุม

นอกจากนี้ ยังเพิ่มการควบคุมด้วยระบบรหัสผ่านของเภสัชกรในกรณีที่มีการขายยาอันตรายผ่านเครื่องเก็บเงินโดยเภสัชกร เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพและปลอดภัย รวมถึงมีการปฏิบัติตามระเบียบของภาครัฐ เพื่อลดความเสี่ยงในการถูกระงับการต่อใบอนุญาตซึ่งก่อให้เกิดผลเสียหายต่อบริษัท ขณะเดียวกันก็สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร

ตัวอย่างการควบคุมผ่านระบบรหัสผ่าน กรณีการขายยาอันตรายผ่านเครื่องเก็บเงิน



1 2 3 4

ใส่ Pass Code



ทำการขาย



2. โครงการ “ร้านยาคุณภาพ”

หน่วยงาน เอ็กซ์ต้า ได้เข้าร่วมโครงการ “ร้านยาคุณภาพ” ของสภาเภสัชกรรม เพื่อยกระดับร้านยาให้มีคุณภาพ และเป็นไปตามหลักปฏิบัติที่ดีในการให้บริการทางเภสัชกรรมตามมาตรฐานสากล นอกจากนี้ ร้านยาคุณภาพจะต้องมีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยมีการปฏิบัติที่เป็นไปตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ มีบริการที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพให้กับชุมชนที่ร้านยาตั้งอยู่ ทั้งนี้ ร้านยาคุณภาพที่ผ่านการรับรองจากสภาเภสัชกรรม จะให้บริการที่ดี มีคุณภาพภายใต้มาตรฐาน 5 ด้าน คือ

- ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งสนับสนุนบริการ
- ด้านการบริหารจัดการเพื่อคุณภาพ
- ด้านการบริการเภสัชกรรมที่ดี
- ด้านการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และจริยธรรมจรรยาบรรณทางวิชาชีพ
- ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชนและสังคม

บริษัทมีเป้าหมายในการพัฒนาร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส ทุกสาขา ให้ได้รับการรับรองเป็นร้านยาคุณภาพ 100% โดยปัจจุบันบริษัทมีร้านยาคุณภาพ จำนวน 101 สาขา และมีร้านที่อยู่ระหว่างรอประกาศรับรองฯ อีก 13 สาขา สำหรับร้านที่เหลือกำลังอยู่ระหว่างการปรับปรุงร้าน และรอยื่นเพื่อขอรับรองคุณภาพในลำดับต่อไป

3. โครงการร่วมมือกับสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) และสมาคมเภสัชกรรมชุมชนในการคัดกรองผู้ป่วย

เพื่อให้ร้านยาคุณภาพได้มีส่วนร่วมในการส่งเสริมและป้องกันโรค รวมทั้งลดความเสี่ยงในการเกิดโรคเรื้อรัง อาทิ เบาหวาน ความดันโลหิตสูง เป็นต้น โดยให้บริการคัดกรองและให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และติดตามผลการส่งต่อผู้มีความเสี่ยงเข้าสู่ระบบการรักษา ทางสมาคมเภสัชกรรมชุมชนจึงร่วมกับสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ จัดให้มีโครงการดังกล่าว โดยมีตัวแทนจากร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส เข้าร่วมโครงการอย่างต่อเนื่อง มาตลอด 3 ปี ได้แก่

- โครงการการบริการงานส่งเสริมสุขภาพในร้านยาคุณภาพ ปี พ.ศ. 2557 - 2558
- โครงการพัฒนาระบบการดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรังต่อเนื่อง โดยร้านยาคุณภาพเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2559

โดยผลการดำเนินงานตลอด 3 ปีที่ผ่านมา ร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส ที่ร่วมโครงการได้ให้บริการสุขภาพตามโครงการข้างต้น จำนวนรวมมากกว่า 5,000 กรณี

บุ๊คสไมล์ (Book Smile)

บุ๊คสไมล์ (Book Smile) เป็นหน่วยงานสนับสนุนธุรกิจของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่จำหน่ายหนังสือ สื่อสาระความรู้และความบันเทิง ทั้งในรูปแบบเครือข่ายและธุรกรรม E-commerce โดยมุ่งเน้นการเป็นศูนย์รวมแห่งความรู้ความหลากหลายของหนังสือ นิตยสาร เครื่องเขียน สื่อความรู้ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ แบบพิมพ์ และสื่อสาระความบันเทิงต่างๆ ภายใต้สโลแกน “สนุก รู้ คู่บันเทิง” ที่ผ่านมามีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สำคัญ ดังนี้

1. โครงการ Book Smile Give

เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการบริจาคหนังสือ อุปกรณ์การศึกษา และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทเครื่องพิมพ์ให้แก่หน่วยงาน สถานศึกษา หรือศาสนสถานที่ยากแคลน บุ๊คสไมล์จึงจัดทำโครงการ Book Smile Give และประชาสัมพันธ์โครงการเป็นระยะเวลาประมาณ 2 - 3 เดือน ในแต่ละรอบการบริจาค ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณาที่ติดในร้าน 7-Eleven ร้าน Stand Alone และอาคาร CP Tower รวมถึงแถบโฆษณา (Banner) ที่ปรากฏตามเว็บไซต์ www.weareCP.com, www.booksmile.co.th และเพจ Book Smile Give

โดยในปี พ.ศ. 2559 ได้มีการบริจาคหนังสือและเครื่องเขียนผ่านบูธของร้าน Stand Alone จำนวน 59 ครั้ง ให้กับนักเรียนจำนวน 7,066 คน และสามเณร จำนวน 370 รูป รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 28,156 ชิ้น

2. โครงการ หนังสือดี ราคาถูก

ที่ผ่านมา ธุรกิจประเภทสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในภาวะวิกฤติ เนื่องจากสื่อประเภทอื่นๆ ที่เข้ามาทดแทน อาทิ สื่อดิจิทัล เป็นต้น ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก บุ๊คส์ไมล์จึงร่วมกับสำนักพิมพ์ต่างๆ มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 จัดทำโครงการ หนังสือดี ราคาถูก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการสร้างความแตกต่าง และสร้างโอกาสในการอยู่รอดของอุตสาหกรรมดังกล่าว รวมทั้ง

ต้องการให้สื่อประเภทหนังสือเข้าถึงลูกค้าในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดโครงการรักการอ่านของภาครัฐ ตลอดจนการเป็นร้านหนังสือชุมชนของบุ๊คส์ไมล์

โดยในช่วงปี พ.ศ. 2557 - 2559 มีสัดส่วนการตีพิมพ์หนังสือ และยอดจำหน่าย ดังตาราง

ยอดจำหน่ายหนังสือในโครงการ หนังสือดี ราคาถูก ระหว่างปี พ.ศ. 2557 - 2559

ปี	ยอดจำหน่าย (เล่ม)					ยอดจำหน่าย (บาท)
	บทความเกี่ยวกับราชวงศ์	บันเทิงคดี	ศาสนา	จิตวิทยา	การ์ตูนความรู้	
2557	270,384	1,388,803	420,028	246,464	125,896	85,918,352
2558	68,365	724,875	497,312	32,436	189,974	51,204,933
2559	-	658,711	197,340	17,456	185,394	32,726,270
รวม	338,749	2,772,389	1,114,680	296,356	501,264	169,849,555

จากการดำเนินโครงการปรากฏชัดว่า นอกจากหน่วยงานบุ๊คส์ไมล์จะได้รับประโยชน์ในเชิงมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้านสำนักพิมพ์ขนาดเล็กและนักเขียนเจ้าของผลงานยังสามารถประกอบธุรกิจของตน และมีโอกาสที่จะเติบโตร่วมกันต่อไปในอนาคต

ร้านคัตสรร (Kudsan) และร้านเบลลีนี เบค แอนด์ บรู (Bellinee's Bake & Brew)

ร้านคัตสรร (Kudsan) และร้านเบลลีนี (Bellinee's) เป็นหน่วยงานสนับสนุนธุรกิจของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) โดยจัดจำหน่ายเบเกอรี่อบสด เครื่องดื่มประเภทกาแฟสด และบริการชุดอาหารว่าง (Snack Box) ทั้งนี้ ร้านคัตสรรจะดำเนินธุรกิจร่วมกับร้าน 7-Eleven เน้นกลุ่มลูกค้าร้านสะดวกซื้อ หรือลูกค้าระดับฐานรายได้ปานกลาง ส่วนร้านเบลลีนีเป็นร้านแบบ Stand Alone เน้นกลุ่มลูกค้าระดับฐานรายได้สูง โดยในปี พ.ศ. 2559 มีร้านคัตสรรที่เปิดดำเนินการจำนวนทั้งสิ้น 364 สาขา ซึ่งมีแนวโน้มที่จะขยายสาขาเพิ่มขึ้นในอนาคตตามสัดส่วนของการเปิดร้าน 7-Eleven ขณะที่ร้านเบลลีนีเปิดดำเนินการจำนวนทั้งสิ้น 20 สาขา ที่ผ่านมามีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สำคัญ ดังนี้

1. โครงการรากแก้วอาชีพ Barista

เพื่อยกระดับทักษะ ความสามารถ และสร้างความมั่นคงในอาชีพให้แก่บุคลากร ทางหน่วยงานจึงได้จัดสรรงบประมาณจำนวน 400,000 บาท เพื่อจัดโครงการอบรม พัฒนาทักษะ สร้างความชำนาญให้แก่บุคลากร ในด้านมาตรฐานและคุณภาพในการบริการ อาทิ หลักสูตรด้านมาตรฐาน หลักสูตรสร้างทักษะเสริมความชำนาญ รวมถึงการจัดเวทีให้นักงานแสดงความสามารถ ส่งผลให้ในปี พ.ศ. 2559 ร้านคัตสรรและร้านเบลลีนีมียอดขายเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.90

2. โครงการ CSR หน่วยงานคัตสรร และเบลลีนี ปรึเมียม คาเฟ่ ร่วมเติมฝันปิ่นรักเพื่อเยาวชนในถิ่นทุรกันดาร

ทางหน่วยงานได้ร่วมกันสร้างรั้วโรงเรียน ห้องสมุด พร้อมทั้งมอบทุนการศึกษา ทุนอาหารกลางวัน ตลอดจนบริจาคเสื้อผ้า ของเล่น และขนมแก่เด็กนักเรียนโรงเรียนผิฝ่วน อำเภอค้อวัง จังหวัดยโสธร รวมถึงสอนเด็กวาดภาพจากสีน้ำและสีน้ำกาแฟ ซึ่งโครงการดังกล่าวนี้มีส่วนในการพัฒนาโรงเรียนขนาดเล็ก ในท้องถิ่นให้เป็นแหล่งพัฒนาความรู้และทักษะการดำเนินชีวิต สำหรับเด็กและเยาวชนอย่างยิ่ง



รางวัลแห่งความสำเร็จ และการเข้าร่วมภาคีสมาชิก

รางวัลแห่งความสำเร็จด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ประจำปี พ.ศ. 2559

- ศูนย์กระจายสินค้า CDC สุวรรณภูมิ ได้รับรางวัลชนะเลิศ “ASEAN Energy Awards” ด้านการบริหารจัดการพลังงานดีเด่น ประเภทโรงงานควบคุมขนาดกลางและขนาดเล็ก จากเวทีพลังงานอาเซียน ณ ประเทศเมียนมา
- ได้รับรางวัล “องค์กรดีเด่นด้าน CSR ประจำปี พ.ศ. 2559” จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
- ได้รับรางวัล “ประกาศเกียรติคุณองค์กรปลอดโฟม 100%” จากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
- ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณ “ผู้เผยแพร่หนังสืออิเล็กทรอนิกส์สถานิติบัญญัติแห่งชาติ” จากสภานิติบัญญัติแห่งชาติ
- ได้รับโล่ตราสัญลักษณ์ “อาคารประหยัดพลังงานระดับที่ 1” ในกลุ่มอาคารร้านค้าสะดวกซื้อ จากการไฟฟ้านครหลวง
- ศูนย์กระจายสินค้า ได้รับรางวัล “สถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี พ.ศ. 2559” ระดับทอง จำนวน 8 ศูนย์ และรางวัลระดับเพชร จำนวน 4 ศูนย์ จากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
- ได้รับเกียรติบัตร “ร้านยาคุณภาพ” จากสภาเภสัชกรรม จำนวน 88 สาขา

การเข้าเป็นภาคีสมาชิกในหน่วยงานหรือสมาคมของ ซีพี ออลล์

การเข้าเป็นภาคีสมาชิกในหน่วยงานหรือสมาคม

ลำดับ	รายชื่อสมาคม	รายละเอียดการเข้าร่วม		
		ประเภทการเข้าร่วม		ลักษณะการมีส่วนร่วม
		คณะกรรมการ	สมาชิก	
การเข้าร่วมภาคีสมาชิกเชิงธุรกิจ				
1	สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA)		✓	
2	ECR Thailand (Efficient Consumer Response)		✓	
3	สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย		✓	
4	สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	✓		
5	สมาคมค้าปลีกแห่งประเทศไทย	✓		
6	สมาคมการค้าปลีกและเอสเอ็มอีทุนไทย	✓		นายกสมาคมการค้าปลีกและเอสเอ็มอีทุนไทย
7	สมาคมพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกทุนไทย	✓		
8	สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (PMAT)	✓		

ลำดับ	รายชื่อสมาคม	รายละเอียดการเข้าร่วม		
		ประเภทการเข้าร่วม		ลักษณะการมีส่วนร่วม
		คณะกรรมการ	สมาชิก	
9	มูลนิธิส่งเสริมที่ควเอ็มในประเทศไทย	✓		ที่ปรึกษาคณะกรรมการจัดการประชุม Thailand Quality Conference & The 17 th Symposium on Best Practices in Thailand ประจำปี พ.ศ. 2559
10	สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย	✓		
การเข้าร่วมภาคีสมาชิกเชิงสังคม				
1	มูลนิธิเพื่อนพึ่ง (ภา) ยามยาก		✓	
2	สมาชิคนิติบัณฑิตยสภา		✓	
3	สมาคมเศรษฐศาสตร์เกษตรแห่งประเทศไทย	✓		กรรมการกลางสมาคมเศรษฐศาสตร์เกษตรแห่งประเทศไทย
4	คณะอนุกรรมการบริหารพนักงานราชการ คณะที่ 2 ด้านการสรรหาและการประเมินผลการปฏิบัติงาน	✓		ประธานคณะอนุกรรมการบริหารพนักงานราชการ
5	คณะอนุกรรมการวิสามัญเกี่ยวกับการสร้างและพัฒนาคุณภาพกำลังคนภาครัฐ คณะที่ 2 ด้านการพัฒนาคุณภาพกำลังคน	✓		อนุกรรมการวิสามัญเกี่ยวกับการสร้างและพัฒนาคุณภาพกำลังคนภาครัฐ
6	คณะกรรมการบริหารพนักงานราชการ	✓		กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านแรงงานสัมพันธ์
7	คณะกรรมการกำลังคนด้านสุขภาพแห่งชาติ	✓		กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
8	คณะกรรมการพัฒนาข้อเสนอการพัฒนาระบบทรัพยากรบุคคลขององค์การเภสัชกรรม	✓		กรรมการ
9	คณะกรรมการบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	✓		กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
10	คณะกรรมการกำหนดทิศทาง โครงการเครือข่ายพัฒนาศึกษาผู้นำการสร้างสุขภาวะ (คสน.)	✓		กรรมการ
11	คณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ	✓		อนุกรรมการพัฒนาระบบราชการเกี่ยวกับการยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพการให้บริการของภาครัฐ
12	สมาคมนิสิตเก่ารัฐศาสตร์จุฬา	✓		

ลำดับ	รายชื่อสมาคม	รายละเอียดการเข้าร่วม		
		ประเภทการเข้าร่วม		ลักษณะการมีส่วนร่วม
		คณะกรรมการ	สมาชิก	
13	สมาคมจิตวิทยาความมั่นคงแห่งประเทศไทย	✓		
14	สมาคมอนุรักษ์ไก่แจ้แห่งประเทศไทย	✓		
15	สมาคมนักวิ่งเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย	✓		
16	สมาคมชาวภูเก็ท	✓		นายกสมาคมชาวภูเก็ท
17	สถาบันหีสากล สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	✓		รองประธาน สถาบันหีสากล สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
18	สมาคมชาวปักษ์ใต้ในพระบรมราชูปถัมภ์	✓		อุปนายกสมาคมชาวปักษ์ใต้ ในพระบรมราชูปถัมภ์
19	สมาคมเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	✓		
20	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	✓		กรรมการส่งเสริมกิจการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
21	กรมการศาสนา	✓		กรรมการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ กรมการศาสนา
22	สมาคมกีฬาหมากล้อมแห่งประเทศไทย	✓		เลขาธิการสมาคมกีฬาหมากล้อม แห่งประเทศไทย
23	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	✓		กรรมการพัฒนาหลักสูตร MBA อาจารย์อาสาสมัคร

การแสดงผลตามกรอบการรายงานสากล GRI ฉบับ G4 เชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ของสหประชาชาติ

G4 GENERAL STANDARD DISCLOSURES OVERVIEW

General Standard Disclosures	Page Number	Omissions	Direct Answer	External Assurance	SDG Mapping
Strategy and Analysis					
G4-1	2-3				
Organizational Profile					
G4-3	4				
G4-4	5				
G4-5	15				
G4-6	5		ดำเนินการใน ประเทศไทยเท่านั้น		
G4-7	4				
G4-8	5				
G4-9	5				
G4-10	5, 42				Goal 8 • Employment
G4-11	-		ไม่มีสหภาพแรงงาน		
G4-12	6				
G4-13	-		ไม่มีการเปลี่ยนแปลง ที่มีนัยสำคัญ		
G4-14	10, 11, 58				
G4-15	8				
G4-16	70-72				
Identified Material Aspects and Boundaries					
G4-17	4				
G4-18	13				
G4-19	13-15				
G4-20	14-15				
G4-21	14-15				
G4-22	-		ไม่มีการ Restatement		
G4-23	-		รายงานตามกรอบ GRI ฉบับ G4 เป็นฉบับแรก		

General Standard Disclosures	Page Number	Omissions	Direct Answer	External Assurance	SDG Mapping
Stakeholder Engagement					
G4-24	16-19				
G4-25	16				
G4-26	16-19				
G4-27	16-19				
REPORT PROFILE					
G4-28	12				
G4-29	12		ปี 2558		
G4-30	12				
G4-31	15				
G4-32	12, 73-X				
G4-33	-		ไม่มี External Assurance		
Governance					
G4-34	20-22				
Ethics and Integrity					
G4-56	7, 8				Goal 16 • Ethical and lawful behavior
Economic					
Economic Performance					
G4-DMA	5, 38				
G4-EC1	6				Goal 2, 5, 7, 9 • Infrastructure investments Goal 8 • Economic Performance Goal 9 • Research and Development
G4-EC2	38-40				Goal 13 • Risks and opportunities due to climate change

General Standard Disclosures	Page Number	Omissions	Direct Answer	External Assurance	SDG Mapping
Indirect Economic Impacts					
G4-DMA	23-25				
G4-EC8	68, 32-34, 23-25				Goal 1 <ul style="list-style-type: none"> • Availability of products and services for those on low incomes • Economic development in areas of high poverty Goal 2 <ul style="list-style-type: none"> • Changing the productivity of organizations, sectors, or the whole economy Goal 3 <ul style="list-style-type: none"> • Access to Medicine Goal 8 <ul style="list-style-type: none"> • Changing the productivity of organizations, sectors, or the whole economy • Indirect impact on job creation • Jobs supported in the supply chain Goal 10, 17 <ul style="list-style-type: none"> • Economic development in areas of high poverty • Foreign direct investment
Procurement Practices					
G4-DMA	23-25				Goal 1, 5, 8 <ul style="list-style-type: none"> • Economic inclusion

General Standard Disclosures	Page Number	Omissions	Direct Answer	External Assurance	SDG Mapping
Environment					
Materials					
G4-DMA	63-65				
G4-EN1	64				Goal 8, 12 • Materials efficiency/ recycling
Energy					
G4-DMA	58				
G4-EN6	60-63				Goal 7, 8, 12, 13 • Energy efficiency
G4-EN7	59				
Emission					
G4-DMA	58-65				
G4-EN19	62				Goal 13 • GHG emissions Goal 14 • Ocean acidification Goal 15 • Forest degradation
Effluents and Waste					
G4-DMA	64-65				
Environmental Grievance Mechanisms					
G4-DMA	48				
Social					
Labor Practices and Decent Work					
Employment					
G4-DMA	41-42				
G4-LA1	43				Goal 5 • Gender equality Goal 8 • Employment • Youth Employment
G4-LA2	46				Goal 8 • Earnings, wages and benefits
G4-LA3	47				Goal 5, 8 • Parental leave

General Standard Disclosures	Page Number	Omissions	Direct Answer	External Assurance	SDG Mapping
Occupational Health and Safety					
G4-DMA	48-49				
G4-LA5	49				Goal 8 • Occupational health and safety
G4-LA6	51-52				Goal 3, 8 • Occupational health and safety
G4-LA7	51-52				
Training and Education					
G4-DMA	44				
G4-LA9	44				Goal 4 • Employee training and education • Gender equality Goal 8 • Employee training and education
G4-LA10	44-45				Goal 8 • Employee training and education
G4-LA11	45				Goal 5 • Gender Equality Goal 8 • Employee training and education
Society					
Anti-corruption					
G4-DMA	26-27				
G4-S03	27				Goal 16 • Anti-corruption
G4-S04	28				
Grievance Mechanisms for Impacts on Society					
G4-DMA	48				



General Standard Disclosures	Page Number	Omissions	Direct Answer	External Assurance	SDG Mapping
Product Responsibility					
Customer Health and Safety					
G4-DMA	53-54, 66				
G4-PR1	53-54,66				
Product and Service Labeling					
G4-DMA	54-55				
G4-PR5	55				
Innovation					
G4-DMA	31-34				



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
283 อาคารสิบุญเรือง 1 ถนนสีลม แขวงสีลม
เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
โทร. 0 2677 9000
โทรสาร 0 2679 0050