

Member of  
**Dow Jones  
Sustainability Indices**

Powered by the S&P Global CSA



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

# รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2565



**GIVING AND SHARING OPPORTUNITIES**

ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน



## สารบัญ



### รู้จัก ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย

- 02 สารจากใจประธานกรรมการ
- 04 สารจากใจประธานกรรมการบริหาร
- 12 ถักทอห่วงโซ่คุณค่า ปราศรณาทุกกลุ่มมีความสุข
- 17 เส้นทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

### ยุทธศาสตร์ความยั่งยืน

- 23 ต่อยอดปณิธาน ยุทธศาสตร์สู่ความยั่งยืน
- 32 ใส่ใจทุกสาระสำคัญ เพื่อความยั่งยืนทุกมิติ



**ปรัชญาองค์กร**  
“เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้า  
ด้วยทีมงานที่มีความสุข”



**วิสัยทัศน์**  
“เราให้บริการความสะอาดกับทุกชุมชน”



**พันธกิจ**  
“สร้างความผูกพันกับลูกค้า  
ด้วยสินค้าและบริการที่เยี่ยมด้วย  
นวัตกรรมมุ่งสู่องค์กรคุณภาพ  
และมีความยั่งยืน”



- 040 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- 052 ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร
- 064 การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน
- 080 การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน
- 094 การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ
- 108 การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี
- 120 ธรรมชาติบาลและการต่อต้านการทุจริต
- 136 แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)
- 154 การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



- 166 การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
- 176 สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- 188 การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี
- 196 ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย
- 208 นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า
- 218 การพัฒนาทุนมนุษย์



## สารจากใจ ประธานกรรมการ



“เรายึดมั่นต่อยอดปณิธาน “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน” เพื่อเป็นองค์กรที่อยู่เคียงคู่สังคมไทย ด้วยกรอบการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม 7 Go Green กลยุทธ์ด้านสังคม 7 Go Together รวมถึงกลยุทธ์ด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ 7 Go Right พร้อมทั้งมุ่งสร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้กับลูกค้า ผมเชื่อมั่นว่าด้วยความร่วมมือร่วมใจ และความสามัคคีของเพื่อนพนักงานทุกคนจะสามารถทำให้องค์กรของเราเจริญก้าวหน้า เติบโตอย่างมั่นคง และสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างยั่งยืน”

**นายสุภกิต เจียรนนท์**  
ประธานกรรมการ  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ความท้าทายของประเด็นเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน มีความซับซ้อนเป็นอย่างมาก ซึ่งทุกประเด็นมีความเกี่ยวโยงและส่งผลกระทบต่อกันอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทตระหนักดีว่าเราไม่สามารถผลักดันประเด็นใดประเด็นหนึ่งเพียงมิติเดียวได้ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มุ่งมั่นพัฒนาและปรับแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ตอบสนองความท้าทายอย่างครอบคลุมในทุกประเด็นสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ความยั่งยืน ที่คำนึงถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในทุกกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสต่าง ๆ โดยคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพขั้นพื้นฐานเสมอมา เพื่อให้ทั้งบุคลากรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงสังคม ได้รับเสรีภาพ มีความมั่นคงปลอดภัย ได้รับการปฏิบัติต่อกันด้วยความเคารพและเท่าเทียม ได้รับการส่งมอบผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดี เข้าถึงโอกาสทางการศึกษาขั้นพื้นฐาน และมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

ทั้งนี้ เรายึดมั่นต่อยอดปณิธาน “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน” เพื่อเป็นองค์กรที่อยู่เคียงคู่สังคมไทย ด้วยกรอบการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม “7 Go Green” บริหารจัดการทรัพยากรพลังงาน การขนส่ง และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และกลยุทธ์ด้านสังคม “7 Go Together” ส่งมอบองค์ความรู้และทักษะการประกอบอาชีพสู่กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มเกษตรกร กลุ่มเปราะบาง ส่งเสริมการศึกษา พัฒนาเยาวชน สนับสนุนกิจกรรม พัฒนาคุณภาพชีวิตให้ความช่วยเหลือบรรเทาสาธารณภัยแก่สังคม ชุมชน รวมถึงกลยุทธ์ด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ “7 Go Right” การกำกับดูแลกิจการที่ดีตลอดห่วงโซ่คุณค่า ผ่านกระบวนการดำเนินงานที่โปร่งใสตรวจสอบได้ พร้อมทั้งมุ่งสร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้กับคู่ค้า

บริษัทได้วางเป้าหมายความยั่งยืนที่ชัดเจน และเป็นหนึ่งในผู้นำกลุ่มธุรกิจทั่วโลกที่ประกาศเป้าหมายความยั่งยืนมายาวนานกว่า 6 ปี บริษัทได้สร้างความตระหนักรู้ให้กับบุคลากรของเราอย่างต่อเนื่อง และสามารถบริหารจัดการธุรกิจให้มีความสมดุลอย่างยั่งยืนตลอดมาด้วยปณิธานที่มุ่งมั่น เราจึงเดินทางวางเป้าหมายยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป้าหมายที่จะร่วมแก้วิกฤต

โลกร้อน ด้วยการนำพาองค์กรสู่ Carbon Neutral และ Zero Waste ภายในปี 2573 และบรรลุเป้าหมาย Net Zero Emission ภายในปี 2593

เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายสำคัญนี้ บริษัทได้ปรับเปลี่ยนกระบวนการและขั้นตอนการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญทั้ง 15 ประเด็น โดยการพิจารณาและประเมินผลกระทบที่มีนัยสำคัญร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่า ครอบคลุมผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบ ควบคู่ไปกับการพิจารณาความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน อีกทั้งได้พัฒนานโยบาย การบริหารจัดการ แนวทางการปฏิบัติงาน และการติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ตลอดห่วงโซ่การผลิตและบริการในภาคธุรกิจ เช่น การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน พลังงานชีวมวล (Biomass) การลงทุนด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการสนับสนุนเกษตรกรเพื่อหาวิถีลดก๊าซเรือนกระจกในการเพาะปลูก เป็นต้น ซึ่งก็ถือเป็นโอกาสที่จะช่วยพลิกวิกฤตในการทำธุรกิจในยุคนี้

นอกจากนี้ บริษัทได้ยกมาตรฐานและแนวทางการจัดการความเสี่ยงจากขยะ เพื่อสนับสนุนกฎหมายส่งเสริมการลดขยะบรรจุภัณฑ์ของภาครัฐ อีกทั้งจัดทำแผนรองรับความเสี่ยงจากสถานการณ์น้ำท่วม (Flood Scenario & Preparation) สำหรับร้าน 7-Eleven เพื่อลดผลกระทบจากระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้นและการกัดกร่อนของน้ำกร่อย ตลอดจนส่งเสริมและเตรียมความพร้อมให้กับเอสเอ็มอี (SMEs) ประเภทอาหารสด รองรับการแข่งขันทางรางในภูมิภาค เพื่อช่วยเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในตลาดระดับภูมิภาคให้กับคู่ค้า

ในโอกาสนี้ผมขอขอบคุณเพื่อนพนักงานทุกคนที่ยึดมั่นในค่านิยมขององค์กรและได้ปฏิบัติตนให้เป็นตัวอย่างอันดีแก่สังคมในด้านต่าง ๆ ตลอดจนเพื่อนพนักงานทุกคนที่ช่วยเหลือผลักดันให้บริษัทของเราก้าวข้ามวิกฤตโควิด 19 ด้วยการนำเอานวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาขับเคลื่อนการทำงานเพื่อก้าวสู่ธุรกิจยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผมเชื่อมั่นว่าด้วยความร่วมมือร่วมใจและความสามัคคีของเพื่อนพนักงานทุกคน จะสามารถทำให้องค์กรของเราเจริญก้าวหน้า เติบโตอย่างมั่นคง และสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างยั่งยืน



## สารจากใจ ประธานกรรมการบริหาร



“เราให้ความสำคัญกับการดำเนินงานเพื่อช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน พร้อมทั้ง เราได้ดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนตามหลักสากล เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเท่าเทียมภายในองค์กร ตลอดจนดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี เชื่อสัตย์ โปร่งใส ยุติธรรม คำนึงถึงชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม สร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม บนพื้นฐานค่านิยม 3 ประโยชน์ : ตอบโจทย์ประเทศไทย ประชาชน และองค์กร”

**นายชกศักดิ์ ไชยรัมย์ศักดิ์**  
ประธานกรรมการบริหาร  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

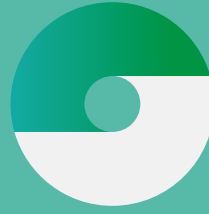
ปี 2565 ถือเป็นปีที่บริษัทต้องเผชิญความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นผลจากวิกฤตการณ์เศรษฐกิจ ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างประเทศมหาอำนาจ ตลอดจนแนวโน้มความสนใจของสังคมโลก ต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงรักษามาตรฐานในการดำเนินงาน ตามยุทธศาสตร์และเป้าหมายด้านความยั่งยืน และประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก โดยได้รับรางวัล “Leading ESG 2022” หรือ “แบรนด์ผู้นำด้าน ESG” จากการดำเนินงานด้านพัฒนาความยั่งยืน ที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งได้รับรางวัล Asian Excellence Awards ครั้งที่ 12 ประจำปี 2565 ทั้งสิ้น 5 รางวัล ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล ทั้งนี้ จากผลการดำเนินงานด้าน ESG ที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง บริษัทได้ผ่านการประเมินให้เป็นสมาชิก DJSI สำหรับอุตสาหกรรม Food & Staples Retailing สมาชิกกลุ่ม DJSI Emerging Markets ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 (2560-2565) และสมาชิกกลุ่ม DJSI World ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 (2561-2565) รวมถึงผ่านการประเมินให้เป็นสมาชิก FTSE4Good Index ในหมวด Food Retailer & Wholesalers ตลอดจนได้รับคะแนนระดับ A จากการประเมิน CDP ด้านบริหารจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และจากการประเมิน MSCI ด้านการดำเนินงานด้าน ESG ซึ่งถือเป็นเครื่องหมายยืนยันการเป็น “องค์กรแห่งความยั่งยืนระดับโลก” ที่บริษัทมุ่งดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในทุกมิติมาตลอดระยะเวลากว่า 35 ปี

จากความสำเร็จของการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรนั้น ทำให้เราเชื่อมั่นว่าธุรกิจจะสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน ด้วยวิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน “เป็นองค์กรที่อำนวยความสะดวกให้ชุมชน สังคม มีความกินดี อยู่ดี มีความสุข” ทั้งนี้ รางวัลและความสำเร็จที่บริษัทได้รับถือเป็นปัจจัยที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน ในการพิจารณา ลงทุนตามปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม การกำกับดูแลกิจการ ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินของบริษัท นำไปสู่ผลตอบแทนในระยะยาว

นอกจากนี้ เราให้ความสำคัญกับการดำเนินงานเพื่อช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการขยะพลาสติก การจัดการขยะอาหาร การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน และการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น พร้อมกันนี้ เราได้ดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนตามหลักสากล เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเท่าเทียมภายในองค์กร ตลอดจนดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี “ซื่อสัตย์ โปร่งใส ยุติธรรม คำนึงถึงชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม” สร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม บนพื้นฐานค่านิยม “3 ประโยชน์ : ตอบโจทย์ประเทศไทย ประชาชน และองค์กร”

# นวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม Sustainable Innovations

เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี โลกที่ยั่งยืน



ซีพี ออลล์ เป็นผู้นำในการรณรงค์ลดและเลิกใช้ถุงพลาสติกช่วยลดสู่การเลือกใช้และออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวคิดลด ทดแทน ใช้ซ้ำ ใช้ใหม่ ย่อยสลายได้ โดยคำนึงถึงทุกกระบวนการในวงจรของผลิตภัณฑ์ พร้อมจับมือกับลูกค้าใช้นวัตกรรมลดขยะพลาสติกในชีวิตประจำวัน ดูแลโลกให้น่าอยู่และดีขึ้นในทุก ๆ วัน





## นวัตกรรม สร้างวัฒนธรรม การอุปโภคบริโภค ที่รักษ์สิ่งแวดล้อม

ใช้แนวคิด Circular Economy and Eco-Design  
กับบรรจุภัณฑ์ให้ใช้งานได้ดี แต่ใช้พลาสติกน้อยลง



แทนที่ด้วยวัสดุที่สามารถปลูกทดแทนได้หรือ  
ใช้วัสดุจากธรรมชาติ รวมถึงใช้วัสดุที่สามารถ  
นำไปรีไซเคิลได้ (Recyclable material)

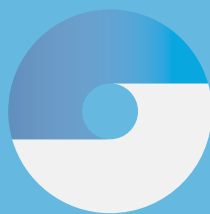
จิบกาแฟที่ ♻️ ผ่านฝายกดื่ม ไม่ต้องพึ่งหลอด



พนักงานสวมเสื้อที่ผลิตจากขวดพลาสติกรีไซเคิล

# นวัตกรรมด้านสังคม Alternative Innovations

มอบชีวิตที่มีทางเลือกมากกว่า



ซีพี ออลล์ เป็นสะพานเชื่อมต่อห่วงโซ่อุปทานตลอดสาย ให้องค์ความรู้ เทคโนโลยี ฝึกฝน นวัตกรรม ร่วมพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ สู่ตลาดอย่างหลากหลายและต่อเนื่อง ตอบสนองผู้บริโภค ให้เข้าถึงสินค้า กินดี อยู่ดี สุขภาพดี เกษตรกร และเอสเอ็มอี (SMEs) ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เติบโตอย่างยั่งยืน เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากให้ประเทศได้ไปต่อ



## นวัตกรรม สร้างโอกาส ให้ผู้ประกอบการยุค 4.0

วิเคราะห์ตลาด พัฒนาปรับปรุงสินค้า  
จากข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data)



ส่งเสริมเทคโนโลยีทางการเกษตร  
ยกระดับการผลิตที่ได้มาตรฐาน ยืดอายุสินค้า

เชื่อมเครือข่ายนวัตกรรม พัฒนาสินค้า  
เอสเอ็มอี (SMEs) เพิ่มมูลค่า ตรงความต้องการตลาด



เชื่อมโยงผู้ประกอบการสู่แพลตฟอร์มออนไลน์

# นวัตกรรมการให้บริการ Convenient Innovations

ตอบโจทย์ความสะดวกสบายในชีวิต



ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นตอบโจทย์ชีวิตวิถีใหม่ให้คนยุคดิจิทัลจับจ่ายความสะดวกครบครันได้ทุกที่  
ทุกเวลา ผ่านแพลตฟอร์ม ออลล์ ออนไลน์ (ALL Online) โดย 7-Eleven ที่เป็นเพื่อนรู้ใจในทุกช่องทาง  
สร้างความผูกพันบนโลกออนไลน์ออกนอกบ้านเมื่อไร ร้าน 7-Eleven ทุกสาขา  
ก็ยังคงขยายตัวต่อเนื่อง ยึดให้กันทุกวันกับมิตรแท้ที่อยู่เคียงข้างทุกชุมชนมาตลอด 35 ปี



## นวัตกรรม สร้างประสบการณ์ อิมเมจคกรูปแบบใหม่

สั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน (Application)  
ไม่ต้องออกไปนอกบ้าน



7Delivery บริการส่งสินค้าถึงที่  
ตอนนี้มีรถยนต์/รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าดีลิเวอรี่ด้วย

กดสั่งซื้ออาหารหรือเครื่องดื่มที่  
ตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine)



จ่ายผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet)  
ปลอดภัย ในสังคมไร้เงินสด



## ถักทอห่วงโซ่คุณค่า ปรารถนาทุกกลุ่มมีความสุข



**รายได้รวม 852,605 ล้านบาท**

**สัดส่วนรายได้**

- ธุรกิจร้านสะดวกซื้อและธุรกิจอื่น ๆ ร้อยละ **48**
- ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ร้อยละ **52**

**กำไรสุทธิ 13,272 ล้านบาท**

**ร้าน 7-Eleven 13,838 สาขา**

**makro ศูนย์จำหน่ายสินค้าเม็คโคร 162 สาขา**

**Lotus's ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส 2,600 สาขา**

**พนักงานรวมทั้งหมด 167,401 คน**

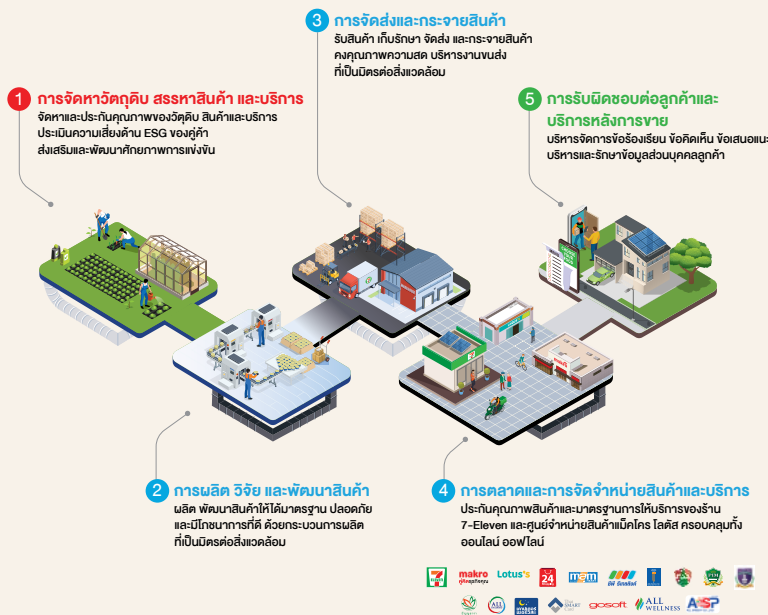


ตลอดระยะเวลากว่า 35 ปี บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ในฐานะผู้ดำเนินธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ภายใต้เครื่องหมายการค้า 7-Eleven และให้สิทธิแก่ผู้ค้าปลีกรายอื่นในการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย รวมถึงได้รับสิทธิในการดำเนินธุรกิจร้าน 7-Eleven ในประเทศกัมพูชาและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ภายใต้สัญญาแฟรนไชส์หลัก และลงทุนในธุรกิจสนับสนุนธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อ อาทิ ผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปและเบเกอรี่ ตัวแทนรับชำระเงินสดสินค้าและบริการ รวมถึงการลงทุนในธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความสะดวกสบายในการเลือกซื้อ ส่งมอบสินค้า และบริการ

ที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศไทย โดยเสนอช่องทางการให้บริการทั้งทางหน้าร้าน และในรูปแบบออนไลน์ รวมถึงช่องทาง ดิจิทัลด้วยพนักงานทั้งหมด 167,401 คน

นอกจากนี้ บริษัทยังเป็นเสมือนสะพานเชื่อมต่อห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำผ่านการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ อาทิ การสร้างโอกาสทางการขายให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในท้องถิ่น ช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการ และกลุ่มเปราะบาง รวมทั้งมอบโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชน

## ห่วงโซ่คุณค่าของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



ห่วงโซ่คุณค่า						
	1	2	3	4	5	
	จัดหา วัตถุดิบ สินค้า และบริการ	ผลิต วิจัยและ พัฒนา สินค้า	จัดส่งและ กระจาย สินค้า	จำหน่าย สินค้า และ บริการ	บริการ หลังการขาย	
ผู้มีส่วนได้เสียต่อห่วงโซ่คุณค่า	ผู้ค้า ผู้ส่งมอบ สินค้าหรือ บริการ และ เจ้าพนักงานการค้า	✓	✓	✓	✓	✓
	ภาครัฐ	✓	✓	✓	✓	✓
	ลูกค้า	✓	✓	✓	✓	✓
	สังคม ชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓
	ผู้นำทาง ความคิด			✓	✓	✓
	พนักงาน	✓	✓	✓	✓	✓
	พันธมิตร ธุรกิจ				✓	✓
	ผู้ถือหุ้นและ นักลงทุน				✓	✓
	ผู้กำกับ ทางการเงิน				✓	

ปัจจุบันโครงสร้างธุรกิจของบริษัทแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ 1) กลุ่มธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ 2) กลุ่มธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค และ 3) กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ดังนี้

### กลุ่มธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ



**เซเว่น อีเลฟเว่น และ เซเว่น ดิลิเวอรี**  
บริการสะดวกซื้อครบวงจรที่เสนอสินค้าและบริการทั้งในรูปแบบออนไลน์ ออนไลน์ และบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ด้วยสินค้าสดใหม่ หลากหลาย อาหาร ผัก ผลไม้พร้อมรับประทาน และเครื่องดื่มมากมาย รายละเอียดเพิ่มเติม [www.7eleven.co.th](http://www.7eleven.co.th)



**ออลล์ คาเฟ่**  
ให้บริการ เครื่องดื่ม กาแฟสด พร้อมเสิร์ฟ



**คัส**  
“คิด คือ คิดสิ่งดี ๆ สsss คือ สsss สร้างความอร่อย” เน้นการทำสด ออบสด ชงสด ด้วยวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ทีมงานที่มีทักษะเฉพาะ และบาริสต้ามืออาชีพ อีกทั้งยังสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งสไตล์คาเฟ่ในร้าน 7-Eleven



**เบลลีเน่ เบค แอนด์ บรู**  
“ความสูงพาราเมาพกัน” เบเกอร์รี่ คาเฟ่ระดับพรีเมียม โดดเด่นด้านเบเกอรี่อบสด อาหารและเครื่องดื่มระดับพรีเมียม ด้วยบรรยากาศสไตล์ยุโรปร่วมสมัย อบอุ่นเป็นกันเอง  
รายละเอียดเพิ่มเติม [www.bellinee.co.th](http://www.bellinee.co.th)



**ร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส**  
“ร้านยาเพื่อชุมชน” จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยา อาหารเสริมเวชสำอาง อุปกรณ์การแพทย์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยมีเภสัชกรเป็นผู้ให้คำปรึกษาและแนะนำ  
รายละเอียดเพิ่มเติม [www.exta.co.th](http://www.exta.co.th)



**บริษัท ทเวนตีโฟร์ ช้อปปิง จำกัด**

บริการ สั่ง จ่าย รับสินค้า และบริการผ่านช่องทางที่หลากหลายด้วยรูปแบบ O2O (Online to Offline) สนุกและสะดวกตลอด 24 ชั่วโมง ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่





**บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด**  
ครบเครื่องเรื่องอุปกรณ์ค้าปลีก บริการหลังการขายที่ให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง  
รายละเอียดเพิ่มเติม [www.cpretailink.co.th](http://www.cpretailink.co.th)



**บริษัท ออลล์ เวลเนส จำกัด**  
บริการด้านการดูแลสุขภาพด้วยนวัตกรรมดิจิทัล และสร้างความสะดวกในการดูแลสุขภาพให้แก่ชุมชน รวมถึงให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์



## กลุ่มธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค

**makro**  
คู่คิดธุรกิจคุณ

## บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ดำเนินธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก โดยแบ่งธุรกิจออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มธุรกิจค้าส่ง ประกอบด้วย ธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบซาร์ะเงินสดและบริการตนเอง มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีก ผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม และธุรกิจจัดเลี้ยง รวมถึงองค์กรของรัฐ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ และผู้ประกอบการอื่น ๆ และธุรกิจฟู้ดเซอร์วิส ประกอบธุรกิจนำเข้า ส่งออก และจำหน่ายสินค้าอาหารแช่แข็ง และแช่เย็น พร้อมบริการด้านจัดเก็บและจัดส่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและตะวันออกกลาง ด้วยระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” 2) กลุ่มธุรกิจค้าปลีก และ 3) กลุ่มธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า ซึ่งดำเนินงานภายใต้ชื่อ “โลตัส”

รายละเอียดเพิ่มเติม [www.siammakro.co.th](http://www.siammakro.co.th)



**Lotus's**

## บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด และบริษัทย่อย

ดำเนินธุรกิจค้าปลีกแบบอเนกประสงค์ ภายใต้แบรนด์ “โลตัส” (Lotus's) ด้วยความมุ่งมั่นในการจำหน่ายสินค้าคุณภาพสูงในราคาที่เอื้อถึง และช่วยให้ลูกค้า “รู้สึกดีดี ทุกวัน ที่โลตัส” ไม่ว่าจะใช้บริการผ่านช่องทางใด นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้นโยบาย “Vision 2030. Actions every day.” แผนกแผนงานความยั่งยืนในแผนงานธุรกิจ ครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG) ปัจจุบัน โลตัสให้บริการลูกค้ากว่า 10.8 ล้านครั้งต่อสัปดาห์ผ่านสาขาประมาณ 2,600 สาขาทั่วประเทศและแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันของลูกค้า ส่งมอบความสะดวกสบาย และประสบการณ์การช้อปปิ้งแบบไร้รอยต่อให้กับลูกค้า

รายละเอียดเพิ่มเติม [www.lotuss.com/th](http://www.lotuss.com/th)



## บริษัท โลตัส มินิ เซอร์วิส เซส จำกัด

ดำเนินงานโดยบริษัท โลตัส มินิ เซอร์วิส เซส จำกัด บริษัท โลตัส เจเนอรัล อินชัวร์นซ์ โบรคเกอร์ จำกัด และบริษัท โลตัส ไลฟ์ แอสซัวร์นซ์ โบรคเกอร์ จำกัด ภายใต้ชื่อ “โลตัส มินิ พลัส” ให้บริการด้านโบรคเกอร์ประกันภัยบัตรเครดิต และสินเชื่อ โดยเน้นความคุ้มค่า คุณภาพของสินค้า และบริการด้านการเงินและประกันภัยในแต่ละประเภทให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุด พร้อมส่งมอบประสบการณ์การบริการที่เป็นเลิศ ไม่ว่าจะใช้บริการผ่านช่องทางไหนก็ตาม

ปัจจุบันให้บริการด้านการเงินและนายหน้าประกันภัยผ่านเคาน์เตอร์โลตัส มินิ พลัส ทั้งหมด 219 สาขาทั่วประเทศไทย และมีบริการผ่านโทรศัพท์ที่หมายเลข 1712 นอกจากนี้ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า บริษัทได้ขยายช่องทางการให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์





## กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ



### บริการด้านการเงิน



#### บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด

ประกอบธุรกิจให้บริการรับชำระ: และตัวแทนจำหน่ายแบบครบวงจร ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ ทั้ง Daily life Service และ Financial Service ด้วยช่องทางที่เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายแบบเรียลไทม์ 24 ชั่วโมง ทั้งรูปแบบออฟไลน์ผ่านร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ และออนไลน์ผ่าน Counterservice Payment Gateway

รายละเอียดเพิ่มเติม [www.counterservice.co.th](http://www.counterservice.co.th)



#### บริษัท ไทยสมาร์ตการ์ด จำกัด

ประกอบธุรกิจบริการรับชำระ:เงินอิเล็กทรอนิกส์และให้บริการแก่ผู้รับบัตร โดยได้รับอนุญาตจากกระทรวงการคลัง และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ผ่านเกณฑ์มาตรฐานในระดับสากล PCI DSS และ EMV Co ถือเป็น ผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-Bank) รายแรกที่ได้รับอนุญาตให้เป็น Acquirer Electronic Data Capture (EDC) ที่ดำเนินกิจการบัตรเงินสดในรูปแบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Purse) และคูปองอิเล็กทรอนิกส์ (E-Coupon) ผ่านบัตรสมาร์ตการ์ด รวมถึงเครื่องมือทำการตลาดในรูปแบบ Loyalty Program และการบริหารระบบสมาชิกให้กับสมาชิกของ 7-Eleven

รายละเอียดเพิ่มเติม [www.thaismartcard.co.th](http://www.thaismartcard.co.th)



### บริการผลิตและจำหน่าย เบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง



#### บริษัท ซีพีแรม จำกัด



ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทาน จำหน่ายผ่านช่องทางร้าน 7-Eleven ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร และร้านค้าชั้นนำทั่วประเทศกว่า 20,000 แห่ง รวมถึงส่งออกไปยัง 18 ประเทศทั่วโลก โดยมีผลิตภัณฑ์และบริการในกลุ่มบริษัท ซีพีแรม เช่น แบรินด์เจดดราก้อน แบรินด์เลอแปง แบรินด์เคสึไทย แบรินด์เดลิคาเซีย แบรินด์ซีพีแรม แคทเทอร์ริ่ง และแบรินด์ วิจีฟอรัลฟ เป็นต้น

รายละเอียดเพิ่มเติม [www.cpram.co.th](http://www.cpram.co.th)



#### บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด

บริการปรึกษาและวิเคราะห์ทดสอบผลิตภัณฑ์ด้านอาหารให้กับธุรกิจและบริษัทอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางในการประสานงานร่วมมือด้านวิจัยพัฒนากับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน



### บริการด้านการศึกษา



#### บริษัท ศึกษาภิวัตน์ จำกัด

ดำเนินธุรกิจลงทุนด้านการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 สถาบันการศึกษา ดังนี้



#### โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)

โรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน เน้นการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning สไตล์ฟินแลนด์ โดดเด่นเรื่องการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การเรียนรู้ นอกจากนี้ยังได้รับรางวัล “Apple Distinguished School (ADS)” แห่งแรกของโรงเรียนมัธยมในประเทศไทย

รายละเอียดเพิ่มเติม [www.satit.pim.ac.th](http://www.satit.pim.ac.th)



#### วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัตน์

สถานศึกษาประเภทอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จัดการเรียนการสอนรูปแบบทวิภาคี เรียนทฤษฎีในสถานศึกษา เรียนภาคปฏิบัติในสถานประกอบการ เรียนรู้ด้วยการปฏิบัติจริง “Work-based Learning” มุ่งพัฒนาหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจ เพื่อสร้างโอกาสการเรียนรู้ให้กับเยาวชนทุกพื้นที่อย่างเท่าเทียม

รายละเอียดเพิ่มเติม [www.panyapiwat.ac.th](http://www.panyapiwat.ac.th)



#### สถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์ (พีไอเอ็ม)

สถาบันอุดมศึกษาที่เน้นเสริมสร้างประสบการณ์การทำงานให้นักศึกษาอย่างจริงจังและครบถ้วน โดยเน้นรูปแบบการเรียนทฤษฎีควบคู่กับการฝึกปฏิบัติตรงกับสาขาวิชาที่เรียน (Work-based Education) เพื่อสร้างบัณฑิตที่พร้อมทำงาน (Ready to Work) และมีคุณภาพสู่สังคม

รายละเอียดเพิ่มเติม [www.pim.ac.th](http://www.pim.ac.th)

**บริษัท ปัญญาราช จำกัด และ บริษัท ออลล์ ทรนนิ่ง จำกัด**

บริการด้านการฝึกอบรม การพัฒนาบุคลากร และสัมมนาแบบครบวงจร โดยออกแบบและพัฒนาการเรียนรู้อันตอบสนองกับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ด้วยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในธุรกิจค้าปลีก  
รายละเอียดเพิ่มเติม [www.panyatara.co.th](http://www.panyatara.co.th)

**บริการด้านสารสนเทศ****gosoft บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด**

บริการให้คำแนะนำ และพัฒนาซอฟต์แวร์ให้มีประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของกลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ  
รายละเอียดเพิ่มเติม [www.gosoft.co.th](http://www.gosoft.co.th)

**บริการด้านสื่อสารการตลาด****บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด**

ศูนย์รวมการบริการสื่อสารระดับมืออาชีพแบบ One Stop Service ให้บริการด้านการออกแบบโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี พร้อมทั้งให้บริการจัดอีเวนต์และกิจกรรมทางการตลาด สนับสนุนลูกค้าให้บรรลุถึงเป้าหมายทางธุรกิจ

**บริการด้านการบริหารโลจิสติกส์****บริษัท ออลล์ สปีดดี จำกัด**

ผู้ให้บริการรับ-ส่งพัสดุ และตัวแทนให้บริการจุดรับ-ส่งพัสดุ ผ่านร้าน 7-Eleven ไปยังปลายทางที่กำหนดหรือปลายทางร้าน 7-Eleven ทุกสาขาทั่วประเทศ เปิดให้บริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง โดยผ่านบริการ SPEED-D หรือผ่านบริการบริษัทขนส่งชั้นนำต่าง ๆ ในประเทศไทย ภายใต้ระบบการจัดการโลจิสติกส์ที่ได้มาตรฐาน และติดตามสถานะได้ตามเวลาจริง (Real Time)  
รายละเอียดเพิ่มเติม <https://www.7eleven.co.th/service/lifestyle/178-speed-d>

ทั้งนี้ รายละเอียดในหัวข้อดังต่อไปนี้สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทได้จากรายงานประจำปี 2565 ของบริษัท



การดำเนินธุรกิจของบริษัท



ขนาดขององค์กร



งบการเงิน

**ช่องทางการติดต่อ**

หากท่านต้องการสอบถามข้อมูลหรือมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้สามารถติดต่อได้ที่สำนักบริหารความยั่งยืนองค์กร สายงานพัฒนาความยั่งยืน

**บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)**

สำนักงานใหญ่ เลขที่ 313 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

☎ โทรศัพท: 0 2071 9764, 0 2071 9771, 0 2071 2913 โทรสาร: 0 2679 0580

✉ อีเมล: SDstrategyoffice@cpall.co.th

🌐 เว็บไซต์: [www.cpall.co.th](http://www.cpall.co.th)



## เส้นทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ตลอดระยะเวลา 35 ปี บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อความสะดวกและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชน สังคม และแต่ละย่างก้าวของความสำเร็จ บริษัทคำนึงถึงการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน elliคัลลัคที่สำคญคือ จิตใจที่มุ่งมั่น การลงมือทำอย่างต่อเนื่อง และเพื่อนร่วมอุดมการณ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ ประชาชน และบริษัท สามารถเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน ด้วยปณิธาน “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน”



### 2531-2560

- ก่อตั้งบริษัท ซี.พี.คอนวีเนียนสโตร์ จำกัด ภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven”
- เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด และเปิดร้านสาขาแรกที่ซอยพัฒนาพงษ์
- ประกาศนโยบาย “มุ่งสู่องค์กรคุณภาพทั้งถึงองค์กร” และวางรากฐานองค์กรคุณภาพ
- จัดระเบียบเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยบริษัท มหาชน จำกัด
- ประกาศนโยบาย “มุ่งสู่การพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ”
- จัดระเบียบในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ในระบบซื้อขาย “CP7-11”
- เข้าร่วมประเมินและได้รับรางวัลบริหารสุภาพเป็นเลิศ (TQC) (ปี 2547, 2557)
- จัดตั้ง บริษัท ศึกษาวิวัฒน์ จำกัด มอบโอกาสในการศึกษาเรียนรู้แก่เยาวชนในสังคม
- เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และเปลี่ยนชื่อย่อหลักทรัพย์ในระบบซื้อขายเป็น “CPALL”
- ประกาศนโยบาย “มุ่งสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม”
- นำมาทวงองค์กรก้าวสู่ความเป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมและคำนึงถึงการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า ภายใต้ยุทธศาสตร์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม “7 Go Green”
- เข้าซื้อกิจการ บริษัท สยามเน็คโคร จำกัด (มหาชน) ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้า ระบบสมาชิกแบบชำระเงินสดและบริการขนส่ง
- แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน
- เข้าร่วมเป็นสมาชิก The United Nation Global Compact : UNGC
- จัดตั้งหน่วยงานพัฒนาความยั่งยืน และเริ่มจัดทำรายงานด้านความยั่งยืน ตามกรอบการรายงานสากล (GRI)
- แต่งตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ความยั่งยืน กลุ่มธุรกิจการตลาด และการจัดจำหน่าย
- แต่งตั้งคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาล
- ประกาศนโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน และนโยบายย่อยที่เกี่ยวข้อง
- เข้าร่วมประเมินและได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มตลาดเกิดใหม่
- ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกของคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติทางอาเซียนในการต่อต้านการทุจริต
- มีการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนตามหลักการสิทธิมนุษยชนสากล

### 2562



- ได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดยได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกระดับโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 และเป็นสมาชิกกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 พร้อมทั้งเป็นผู้นำอุตสาหกรรม (Industry Leader)
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4GOOD จัดโดย FTSE Russell
- ได้รับการจัดอันดับระดับ B หรือเทียบเท่า Management Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจาก CDP
- ได้รับการจัดอันดับที่ BBB (ช่วงระดับ “AAA” to “CCC”) ในการประเมินความยั่งยืนจาก MSCI ESG Research
- เป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2
- ได้รับรางวัล SET Award ประเภทรางวัล Highly Commended
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2
- ลงนามบันทึกข้อตกลง “โครงการพัฒนาเมืองคาร์บอนต่ำ (Low Carbon City)” กับ UNDP

### 2561



- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ระดับโลก รวมถึงเป็นสมาชิกกลุ่มตลาดเกิดใหม่ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2
- ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในดัชนี FTSE4GOOD จัดโดย FTSE Russell
- เป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100
- ร่วมขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจไปสู่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- “สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (GCNT)”
- สื่อสารยธรรมและแนวปฏิบัติทางธุรกิจสู่ความยั่งยืนให้กับคู่ค้า
- จัดอบรมให้ความรู้แก่คู่ค้าเรื่องการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



### 2563

- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ทั้งในระดับโลก ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 และกลุ่มตลาดเกิดใหม่ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4GOOD กลุ่ม Food Retailers & Wholesalers ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดยมีคะแนนติดอันดับ 1 ใน 5 ของบริษัทชั้นนำทั่วโลก
- ได้รับการจัดอันดับระดับ A หรือเทียบเท่า Leadership Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจาก CDP
- ได้รับการจัดอันดับที่ BBB (ช่วงระดับ “AAA” to “CCC”) ในการประเมินความยั่งยืนจาก MSCI ESG Research

- เป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3
- กบวกรอบ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนดำเนินการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2564-2573
- จัดตั้งหน่วยงานบริหารกิจการระหว่าง
- ได้รับการรับรองต่ออายุสมาชิกจากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Thailand’s Private Sector Collective Action Coalition against Corruption : CAC) เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2563
- แต่งตั้งคณะทำงานโครงการปลูกต้นไม้ขึ้นเพื่อชุมชนยั่งยืน



### 2564

- ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 โดยได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกระดับโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 และเป็นสมาชิกกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 พร้อมทั้งเป็นผู้นำอุตสาหกรรม (Industry Leader)
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4GOOD กลุ่ม Food Retailers & Wholesalers ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยมีคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรมในทุกมิติ
- ได้รับการจัดอันดับระดับ B หรือเทียบเท่า Management Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยองค์กรประเมินความยั่งยืนที่มีมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลและเป็นที่นำเชื่อถือในระดับสากล CDP
- ได้รับการจัดอันดับที่ BBB (ช่วงระดับ “AAA” to “CCC”) ในการประเมินความยั่งยืนจาก MSCI ESG Research
- เป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4
- ได้รับรางวัล SET Award ประเภทรางวัล Highly Commended
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4
- ได้รับรางวัลโครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSB : Low Carbon and Sustainable Business) ในระดับยอดเยี่ยม
- จัดตั้งคณะกรรมการเอสเอ็มอี (SMEs) และคณะทำงานการขับเคลื่อนศูนย์ 7 สนับสนุนเอสเอ็มอี (SMEs)

### 2565



- ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 โดยได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกระดับโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 และเป็นสมาชิกกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4GOOD กลุ่ม Emerging และ FTSE4GOOD ASEAN 5 อุตสาหกรรม Food Retailers & Wholesalers ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5

- ได้รับการจัดอันดับระดับ A หรือเทียบเท่า Leadership Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยองค์กรประเมินความยั่งยืนที่มีมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลและเป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากล CDP
- ได้รับการจัดอันดับที่ A (ช่วงระดับ “AAA” to “CCC”) ในการประเมินความยั่งยืนจาก MSCI ESG Research
- เป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5

- ได้รับรางวัล SET Award ประเภทรางวัล Highly Commended ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5
- ได้รับรางวัลโครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSB : Low Carbon and Sustainable Business) ในระดับยอดเยี่ยม
- จัดตั้งคณะที่ปรึกษา คณะทำงานส่งเสริมสุขภาพโภชนาการ และสุขภาพที่ดี



# การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2565

## PEOPLE: การส่งเสริมคุณภาพชีวิตประชาชน



**42,349** ราย  
เกษตรกร ผู้ประกอบการ  
ขนาดกลาง ขนาดย่อม  
(SMEs) และผู้ประกอบการ  
รายย่อย ได้รับการส่งเสริม  
อาชีพและคุณภาพชีวิต

**11,846** ราย  
กลุ่มเปราะบาง ได้รับ  
การส่งเสริมอาชีพ  
และคุณภาพชีวิต

**63,263** ล้านบาท  
สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ



**1,447,873** ราย  
สามารถเข้าถึงอาหาร  
ที่ปลอดภัย มีคุณค่า  
ทางโภชนาการและเพียงพอ



**212,352** ราย  
เข้าถึงบริการสุขภาพ  
ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย  
และมีประสิทธิภาพ



**73,486** ราย  
เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่  
ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึง  
การศึกษาและพัฒนาทักษะ  
ที่จำเป็น

**30,765** กุญ  
สนับสนุนทุนการศึกษา  
ระดับอาชีวศึกษา  
และระดับอุดมศึกษา

**1,116** ล้านบาท  
มูลค่าการสนับสนุน  
ทุนการศึกษา



ร้อยละ **59.60**  
พนักงานหญิงต่อผู้บริหาร  
ทั้งหมด

ร้อยละ **36.84**  
พนักงานหญิงต่อผู้บริหาร  
ระดับสูงทั้งหมด

**30.29 : 30.03**  
ชั่งโมง ฝึกอบรมเฉลี่ยต่อคน  
ต่อปีของพนักงานหญิงและ  
พนักงานชาย

## PROSPERITY: การสร้างความเจริญก้าวหน้า



**446,950.71** กิโลจูล  
ปริมาณการใช้พลังงาน  
หมุนเวียน

ร้อยละ **3.34** สัดส่วน  
การใช้พลังงานหมุนเวียน  
จากการใช้พลังงานทั้งหมด



**45,275** ราย  
การจ้างงานท้องถิ่น  
ของกลุ่มซีพี ออลล์

**1,508** ราย  
การจ้างงานผู้พิการ



**8,423** ล้านบาท  
มูลค่านวัตกรรม

**565** ผลงานนวัตกรรม



**11,846** ราย  
กลุ่มเปราะบาง ได้รับการ  
ส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

**173** ล้านบาท  
มูลค่าการจ้างงานและ  
สนับสนุนการสร้างรายได้  
ของกลุ่มเปราะบาง



**2,726** ราย  
กลุ่มเปราะบาง  
หน่วยงานราชการ และชุมชน  
ได้รับการฝึกอบรม  
ฝึกซ้อมดับเพลิงขั้นต้น และ  
การอพยพหนีไฟ รวมถึง  
การบรรเทาสาธารณภัย  
ที่เกี่ยวข้องน้ำ

## PLANET: การอนุรักษ์โลก



**22.04** ลูกบาศก์เมตร  
ต่อล้านบาท ปริมาณน้ำ  
ที่นำมาใช้ต่อหน่วยรายได้

**18.79** ล้านลูกบาศก์เมตร  
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ทั้งหมด



**35,237.12** ตัน  
ลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์  
พลาสติก

**11,276.51** ตัน  
ลดปริมาณการสร้างขยะ  
โดยการนำบรรจุภัณฑ์พลาสติก  
กลับมาใช้ซ้ำ (Recycle &  
Circular Economy)

**3,763.01** ตัน  
บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่เป็นมิตร  
กับสิ่งแวดล้อม

**73.75 : 26.25**

สัดส่วนของเสียที่นำไปใช้  
ประโยชน์ต่อปริมาณของเสีย  
ทั้งหมด



**2.27** ตัน  
คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า  
ต่อล้านบาท ปริมาณการ  
ปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อ  
หน่วยรายได้

**59,587.24** ตัน  
คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า  
ปริมาณการปล่อยก๊าซ  
เรือนกระจกที่ลดได้จากการใช้  
พลังงานหมุนเวียน

**6** ผลิตภัณฑ์  
ขึ้นทะเบียนรับรองฉลากสินค้า  
คาร์บอน (Carbon Footprint  
Product Label)

**5** ผลิตภัณฑ์  
ขึ้นทะเบียนฉลากลดการปล่อย  
คาร์บอน (Carbon Footprint  
Reduction Label)



**301,000** ตัว  
ปล่อยลูกปลูกลงสู่ทะเล  
เพิ่มความหลากหลาย



**204,950** ตัน  
ปลูกต้นไม้ในพื้นที่อนุรักษ์

## PEACE: การสร้างสันติภาพ



กำหนดแนวทางปฏิบัติ  
ที่สอดคล้องกับบทบัญญัติ  
ที่กำหนดไว้ในกฎหมายไทย  
และกฎหมายต่างประเทศ  
ที่บริษัทดำเนินกิจการ รวมถึง  
หลักการชี้แนะว่าด้วยการ  
ดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน  
แห่งสหประชาชาติ (UN Guiding  
Principles on Business  
and Human Rights หรือ  
UNGPs)

ได้รับการรับรองเป็นสมาชิก  
แนวร่วมปฏิบัติของภาค  
เอกชนไทยในการต่อต้าน  
การทุจริต CAC (Collective  
Action Coalition Against  
Corruption)

ร่วมสนับสนุนให้ลูกค้าเข้าร่วม  
เป็นภาคีเครือข่าย CAC

## Partnership: การยกระดับความเป็นหุ้นส่วนเพื่อความร่วมมือ



เข้าร่วมเครือข่ายความ  
ร่วมมือขององค์กรระดับ  
ประเทศและระดับสากล  
เพื่อร่วมขับเคลื่อนเป้าหมาย  
การพัฒนาที่ยั่งยืน และ  
ส่งเสริมการบริหารจัดการ  
ประเด็นสำคัญด้านความ  
ยั่งยืนของบริษัท ผ่านการ  
แลกเปลี่ยนข้อมูล การเข้าร่วม  
แสดงความคิดเห็น การร่วม  
ยกระดับมาตรฐาน การร่วม  
วางแผน การร่วมขับเคลื่อน  
โครงการหรือกิจกรรม รวมถึง  
การร่วมประเมินผล อาทิ  
สมาคมเครือข่ายโกลบอล  
คอมแพคแห่งประเทศไทย  
ภาคีเครือข่ายกระทรวง  
ทรัพยากรธรรมชาติและ  
สิ่งแวดล้อม มูลนิธิริ้วข้าว  
มูลนิธิ VV Share Foundation  
และเครือข่ายอุดมศึกษา  
เครือข่ายอาชีวศึกษา  
ทั้งภาครัฐ และเอกชน รวมถึง  
แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชัน  
ของภาคเอกชนไทย





## ความก้าวหน้า การดำเนินงานสู่เป้าหมาย ความยั่งยืนปี 2573

บริษัทมุ่งเน้นดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายและแผนยุทธศาสตร์  
การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ระยะที่ 2 ปี 2564-2573 ที่กำหนดไว้ โดยสรุป  
ความก้าวหน้าของการดำเนินงานปี 2565 ได้ดังนี้

🏠 <b>สิ่งแวดล้อม : เซเวน โท กรีน (7 Go Green)</b>			
<p><b>การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</b></p> <p>มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> Carbon Neutral</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> ร้อยละ -7.1</p>	<p><b>การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน</b></p> <p>ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้งและลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบ</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> ร้อยละ 100</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> ร้อยละ 73.78</p>
<p><b>การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร</b></p> <p>ควบคุมการเติบโตการใช้พลังงานรวมสุทธิ (Final Energy) ให้ลดลงเปรียบเทียบกับกรณีปกติ (Business-as-usual, BAU)</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> ร้อยละ 25</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> ร้อยละ 3.67</p>	<p><b>การปกป้องพื้นที่ระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ</b></p> <p>ทุกพื้นที่การดำเนินการของบริษัท มีโครงการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ หรือองค์กรอิสระภายนอก</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> ร้อยละ 100</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> ร้อยละ 100</p>
<p><b>การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน</b></p> <p>บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัทสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> ร้อยละ 100</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> ร้อยละ 97.94</p>		
👥 <b>สังคม : เซเวน โท กูเก็ทเตอร์ (7 Go Together)</b>			
<p><b>การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ</b></p> <p>พัฒนาทักษะ ส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับเกษตรกร เอสเอ็มอี ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบาง</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> 250,000 ราย</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> 291,255 ราย</p>	<p><b>การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี</b></p> <p>เพิ่มสัดส่วนจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ที่มุ่งเน้นสุขภาพและโภชนาการที่ดี</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> ร้อยละ 25</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> ร้อยละ 26.50</p>
<p><b>สนับสนุนการศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต</b></p> <p>สนับสนุนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษา มีทักษะทางเทคนิคและอาชีพที่จำเป็น</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> 500,000 ราย</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> 358,482 ราย</p>	<p><b>การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสุขภาวะที่ดี</b></p> <p>สนับสนุนให้ผู้ที่ขาดแคลน กลุ่มคนยากจนและกลุ่มเปราะบาง เข้าถึงอาหาร น้ำ ที่ปลอดภัยและมีสุขภาวะที่ดี</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> 5,000,000 ราย</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> 2,338,951 ราย</p>
		<p><b>ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย</b></p> <p>ระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> ร้อยละ 80</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> ร้อยละ 83</p>
❤️ <b>ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ : เซเวน โท ไรท์ (7 Go Right)</b>			
<p><b>ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต</b></p> <p>ได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ โดยสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลหรือเทียบเท่า</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> ดีเลิศ</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> ดีเลิศ</p>	<p><b>นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า</b></p> <p>สัดส่วนรายได้จากนวัตกรรมสินค้า บริการ ธุรกิจใหม่ และกระบวนการ</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> ร้อยละ 20</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> ร้อยละ 10.40</p>
<p><b>เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล</b></p> <p>ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนตามแนวทางขององค์การสหประชาชาติ ทั้งในขอบเขตการดำเนินงานของบริษัทและคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> ร้อยละ 100</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> ร้อยละ 100</p>	<p><b>การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ</b></p> <p>คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Supplier) ที่มีความเสี่ยงสูง (High Risk Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้องถูกตรวจประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> ร้อยละ 100</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> ร้อยละ 100</p>
<p><b>การพัฒนาทุนมนุษย์</b></p> <p>ผู้นำและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ และกิจกรรมด้านความยั่งยืน</p>	<p><b>เป้าหมาย</b> ร้อยละ 100</p> <p><b>ผลการดำเนินงาน</b> ร้อยละ 100</p>		



## ผลสำเร็จที่ ซีพี ออลล์ ภาคภูมิใจ ปี 2565

Member of

### Dow Jones Sustainability Indices

Powered by the S&P Global CSA

**ซีพี ออลล์ ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ ปี 2565**

ในกลุ่มระดับโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 และกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 กลุ่มอุตสาหกรรม Food & Staples Retailing

### Sustainability Award Gold Class 2022

Gold Class 2022

S&P Global

**ซีพี ออลล์ ได้รับการจัดอันดับด้านความยั่งยืน**

(S&P Global Sustainability Awards) ระดับสูงสุด Gold Class ใน The Sustainability Yearbook 2022



**ซีพี ออลล์ ได้รับการจัดอันดับการประเมินความยั่งยืน ESG Ratings ที่ A (ช่วงระดับ AAA-CCC)**

กลุ่มอุตสาหกรรม Retail Food & Staples จาก MSCI (Morgan Stanley Capital International)



FTSE4Good

**ซีพี ออลล์ ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4Good Index**

กลุ่ม Emerging และ FTSE4Good ASEAN 5 อุตสาหกรรม Food Retailers & Wholesalers ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 (ดัชนี FTSE4Good Index จัดทำโดย FTSE Russell)



**รางวัล SET Awards ปี 2565**  
กลุ่ม Sustainability Excellence

ประเภท Highly Commended in Sustainability Awards ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร



**หลักทรัพย์ ESG100 ประจำปี 2565**

กลุ่มบริการ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 จากสถาบันไทยพัฒน์



**ซีพี ออลล์ ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน**

Thailand Sustainability Investment (THSI) ปี 2565 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



**รางวัลผู้นำด้าน ESG (Leading ESG Awards 2022)**

องค์กรที่เป็นผู้นำในการบริหารจัดการด้านพัฒนาความยั่งยืน และมีผลสำเร็จเป็นที่ประจักษ์แก่ชุมชนและสังคมมาอย่างต่อเนื่อง จาก Future Trends

**ด้านสิ่งแวดล้อม**



**ได้รับการจัดอันดับระดับ A หรือเทียบเท่า Leadership Level จาก CDP**  
 ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปี 2565 โดยองค์กรประเมินความยั่งยืนที่มีมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลและเป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากล CDP



**รางวัลโครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSB : Low Carbon and Sustainable Business) ปี 2565 ระดับยอดเยี่ยม**  
 จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)



**สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขต อีซี อาคาร SKY BRIGHT CENTER รับรางวัล ASEAN Energy Awards ปี 2565 รองชนะเลิศอันดับ 2**  
 ด้านอนุรักษ์พลังงาน อาคารที่ออกแบบตามภูมิอากาศร้อนชื้น (2<sup>nd</sup> Runner Up of the Tropical Building under Energy Efficient Building) จากศูนย์พลังงานอาเซียน (ASEAN Centre for Energy : ACE) เป็นองค์กรที่สร้างขึ้นเพื่อผลักดันประสิทธิภาพการใช้พลังงานในกลุ่มอาเซียน



**สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตอีซี อาคาร SKY BRIGHT CENTER รับรางวัล THAILAND ENERGY AWARDS ปี 2565 ระดับ “ดีเด่น”**  
 ด้านอนุรักษ์พลังงาน ประเภทอาคารที่ออกแบบตามภูมิอากาศร้อนชื้น (Tropical Building) จัดโดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พ.ว.)



**โลตัส รับรางวัลองค์กรดีเด่น ธุรกิจค้าปลีกแห่งความเป็นเลิศด้านเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแบบยั่งยืน ปี 2565**  
 จัดขึ้นโดยสมาคมหนังสือพิมพ์ส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย (สทท.)



**โลตัส รับโล่แห่งกำเนิดมลพิษที่ผ่านเกณฑ์ประเมินการบริหารจัดการน้ำเสีย ปี 2565 “ระดับทอง”**  
 แหล่งกำเนิดมลพิษที่ผ่านเกณฑ์การประเมินการบริหารจัดการน้ำเสีย จากกรมควบคุมมลพิษ (คพ.) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

**ด้านสังคม**



**ซีพี ออลล์ รับรางวัล “ซีเอสอาร์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย” (Best CSR Company) Asian Excellence Awards**  
 รางวัลที่ยกย่องความสำเร็จและความเป็นเลิศในการบริหารจัดการทั้งด้านการเงิน ความรับผิดชอบต่อสังคม แนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม จาก Corporate Governance Asia นิตยสารชั้นนำด้านเศรษฐกิจและการทำกับดูแลกิจการของฮ่องกง



**แม็คโคร รับรางวัลชนะเลิศ The 2022 Thailand WEPs Awards**  
 สาขาสถานที่ทำงานที่มีความเท่าเทียมทางเพศ จากองค์การเพื่อการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศและเพิ่มพลังของผู้หญิงแห่งสหประชาชาติ (UN Women)



**ซีพีแรม รับรางวัลองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ปี 2565 ระดับ “ดีเด่น”**  
 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ จากการประเมินสิทธิและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงยุติธรรม



#### แม็คโคร คว้ารางวัลด้านบุคลากร ปี 2565

- HR EXCELLENCE AWARDS THAILAND 2022 ในฐานะองค์กรที่ให้ความสำคัญและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน จัดโดยสถาบัน Human Resources Online ประเทศไทย สิงคโปร์
- บริษัทดีเด่นที่นำทำงานมากที่สุดในเอเชีย ปี 2565 หรือ “Best Companies to Work for in Asia 2022” จากเวที HR Asia ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จัดโดยนิตยสาร HR Asia นิตยสารชั้นนำ ด้านทรัพยากรบุคคลของภูมิภาคเอเชีย



#### ซีพีแรม คว้ารางวัล CSR-DIW Award 2022 “CSR-DIW to Achieve SDGs”

สะท้อนถึงองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และชุมชนที่อยู่อาศัยบริเวณโดยรอบให้เติบโตไปด้วยกัน ภายใต้สภาวะแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน จัดขึ้นโดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม



#### ซีพี ออลล์ คว้ารางวัล Best Employer Brand Awards ปี 2565

สุดยอดนายจ้างยอดเยี่ยม จากองค์กรระดับโลก World HRD Congress องค์กรอิสระไม่แสวงหากำไร ร่วมกับ Stars of the Industry Group



#### ซีพี ออลล์ คว้ารางวัล Thailand Corporate Excellence Awards ปี 2565

ความเป็นเลิศด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล จัดโดยสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) ร่วมกับสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



#### ซีพี ออลล์ คว้ารางวัลองค์กรต้นแบบความยั่งยืนในหลากหลายอุตสาหกรรม ปี 2565 ระดับ “ดีเด่น”

จัดโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ร่วมกับกระทรวงแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมการจัดหางาน กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย และสมาคมสภาคนพิการทุกประเภทแห่งประเทศไทย



#### ซีพี ออลล์ คว้ารางวัล องค์กรที่สนับสนุนงานด้านคนพิการดีเด่น ปี 2565 ระดับ “ดีเยี่ยม”

ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พ.ม.) จัดโดยกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ



#### โลตัส คว้ารางวัล Sustainability Initiative of the Year ปี 2565

สะท้อนความมุ่งมั่นในการช่วยเหลือเกษตรกรท้องถิ่นให้มีรายได้ที่เป็นธรรมและยั่งยืน จากเวทีระดับภูมิภาค Retail Asia Awards 2022 โดยนิตยสาร RETAIL ASIA สิงคโปร์



#### โลตัส คว้ารางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ และสวัสดิการแรงงาน ปี 2565

ต่อเนื่องเป็นปีที่ 16 จากกระทรวงแรงงาน สะท้อนความสำเร็จด้านการดูแลเพื่อนพนักงานและมีสวัสดิการที่ได้มาตรฐาน สนับสนุนให้เพื่อนพนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี สร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างโอกาสในการเติบโต



### ด้านการกำกับดูแลกิจการ



#### ซีพี ออลล์ ได้รับการจัดอันดับด้านการกำกับดูแลกิจการ ในระดับ “ดีเลิศ” ปี 2565

ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 จากโครงการสำรวจจรรยาบรรณการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน หรือ Corporate Governance Report of Thai Listed Companies โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย



#### ซีพี ออลล์ คว้ารางวัล CAC Change Agent Awards ปี 2565

ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 เป็นการประกาศเกียรติคุณบริษัทที่ผ่านการรับรองจาก CAC และมีการเชิญชวนลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการ SMEs เข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์กับ CAC มากกว่า 10 บริษัทใน 1 ปี





## ต่อยอดปณิธาน ยุทธศาสตร์สู่ความยั่งยืน



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ยึดมั่นในการพัฒนาและการบริหารจัดการทางด้านความยั่งยืนขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ยุทธศาสตร์ความยั่งยืนที่ครอบคลุม 3 มิติ ทั้งมิติทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมภิบาลและเศรษฐกิจ โดยคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพขั้นพื้นฐานตามหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) สิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) และกฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ ประกอบกับวิสัยทัศน์ขององค์กรในการมุ่งเป็นองค์กรที่อำนวยความสะดวกให้ชุมชน สังคม มีความกินดี อยู่ดี มีความสุข โดยกำหนดการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร 15 เป้าหมายให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainability Development Goals : SDGs) และข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติทั้ง 10 หลักการ (United

Nations Global Compact: UNGC) ทั้งยังมุ่งมั่นดำเนินงานตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมประกอบด้วย แนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติขององค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD Guidelines for Multinational Enterprises) หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Code: CG Code) มาตรฐานแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) และสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย อาทิ การสัมภาษณ์เชิงลึก กิจกรรมเพื่อรับทราบมุมมอง ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาลำดับประเด็นความสำคัญ การพัฒนานโยบาย และแนวทางการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน



ในปี 2565 บริษัทวิเคราะห์ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ครอบคลุมการประเมินผลกระทบของผู้มีส่วนได้เสีย ขอบเขตและระดับผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น และระดับความสามารถในการยืดหยุ่นผลกระทบ โดยมี 9 ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Material Topics) ได้แก่ 1. ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต 2. แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล) 3. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ 4. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 5. ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร 6. การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน 7. การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน 8. การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ 9. การเสริมสร้างสุขภาพ และสุขภาพที่ดี

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน 3 เสาหลัก ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม (Environment) เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืน สังคม (Social) เพื่อส่งเสริมและสร้างคุณค่าที่หลากหลายต่อสังคม ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ (Governance and Economic) เพื่อสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างเข้มแข็งด้วยการกำกับดูแลที่ดี เป็นธรรมและโปร่งใส รวมถึงเพิ่มคุณค่าให้บุคลากรในองค์กรร่วมบรรลุเป้าหมาย และสร้างการเติบโตไปพร้อมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างยั่งยืน

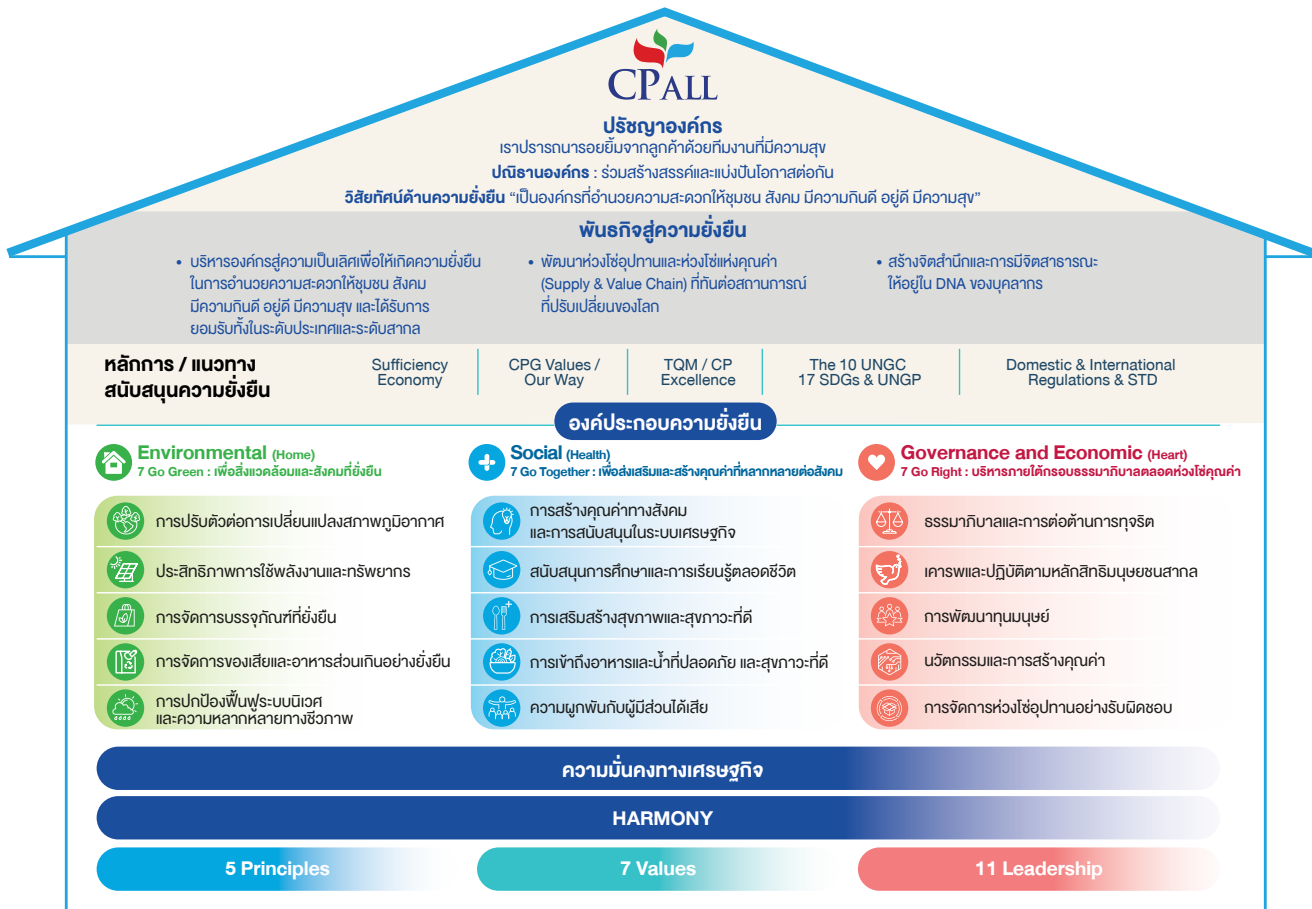
**อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่**

**นโยบายการกำกับดูแลกิจการและคู่มือจริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน**  
<https://www.cmall.co.th/investor/corporate-governance-overview>

**นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน**  
<https://www.cmall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf>

**นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน**  
<https://www.cmall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Safety-Health-and-Working-Environment-Policy-th.pdf>

**กรอบและกลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร**



## กรอบการดำเนินงานตามแผนพัฒนาเพื่อความยั่งยืนระยะยาว 2564–2573

บริษัทดำเนินการตามแผนพัฒนาเพื่อความยั่งยืนระยะยาว ครอบคลุมการดำเนินงานตั้งแต่ปี 2564–2573 ซึ่งพิจารณาจากเหตุการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มของโลก (Global Trend) ตลอดจนศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยได้ดำเนินการภายใต้กรอบการดำเนินงาน 3 เสาหลัก ดังนี้

**🏠 สิ่งแวดล้อม : เซเวน โท กรีน (7 Go Green) เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืน**

<p style="background-color: #4db6ac; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</p> <p>เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่ต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ และองค์กรชั้นนำระดับโลก</p>	<p style="background-color: #4db6ac; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร</p> <p>เป็นองค์กรที่มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน</p>	<p style="background-color: #4db6ac; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน</p> <p>เป็นองค์กรที่ลดปริมาณการใช้พลาสติกและบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุดโดยการจัดการภายใต้แนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)</p>	<p style="background-color: #4db6ac; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน</p> <p>เป็นองค์กรที่มุ่งลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้ง และลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงาน</p>	<p style="background-color: #4db6ac; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ</p> <p>เป็นองค์กรที่มีระบบการจัดการระบบนิเวศ เพื่อป้องกันรักษา ฟื้นฟูทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพ</p>
---	---	--	--	--

**+ สังคม : เซเวน โท ทุเกิดเตอร์ (7 Go Together) เพื่อส่งเสริมและสร้างคุณค่าที่หลากหลายต่อสังคม**

<p style="background-color: #4db6ac; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ</p> <p>เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับกลุ่มที่เปราะบางในสังคม</p>	<p style="background-color: #4db6ac; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต</p> <p>เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษา ความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการดำรงชีวิต</p>	<p style="background-color: #4db6ac; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี</p> <p>เป็นองค์กรที่ช่วยให้สุขภาพและสุขภาวะของคนในสังคมดีขึ้น</p>	<p style="background-color: #4db6ac; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสุขภาวะที่ดี</p> <p>เป็นองค์กรที่ช่วยให้คนในสังคมเข้าถึงอาหาร น้ำที่ปลอดภัย และมีสุขภาวะที่ดี</p>	<p style="background-color: #4db6ac; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย</p> <p>เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับจากทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และ/หรือระดับโลก (ตามความเหมาะสมของธุรกิจ)</p>
---	--	--	--	---

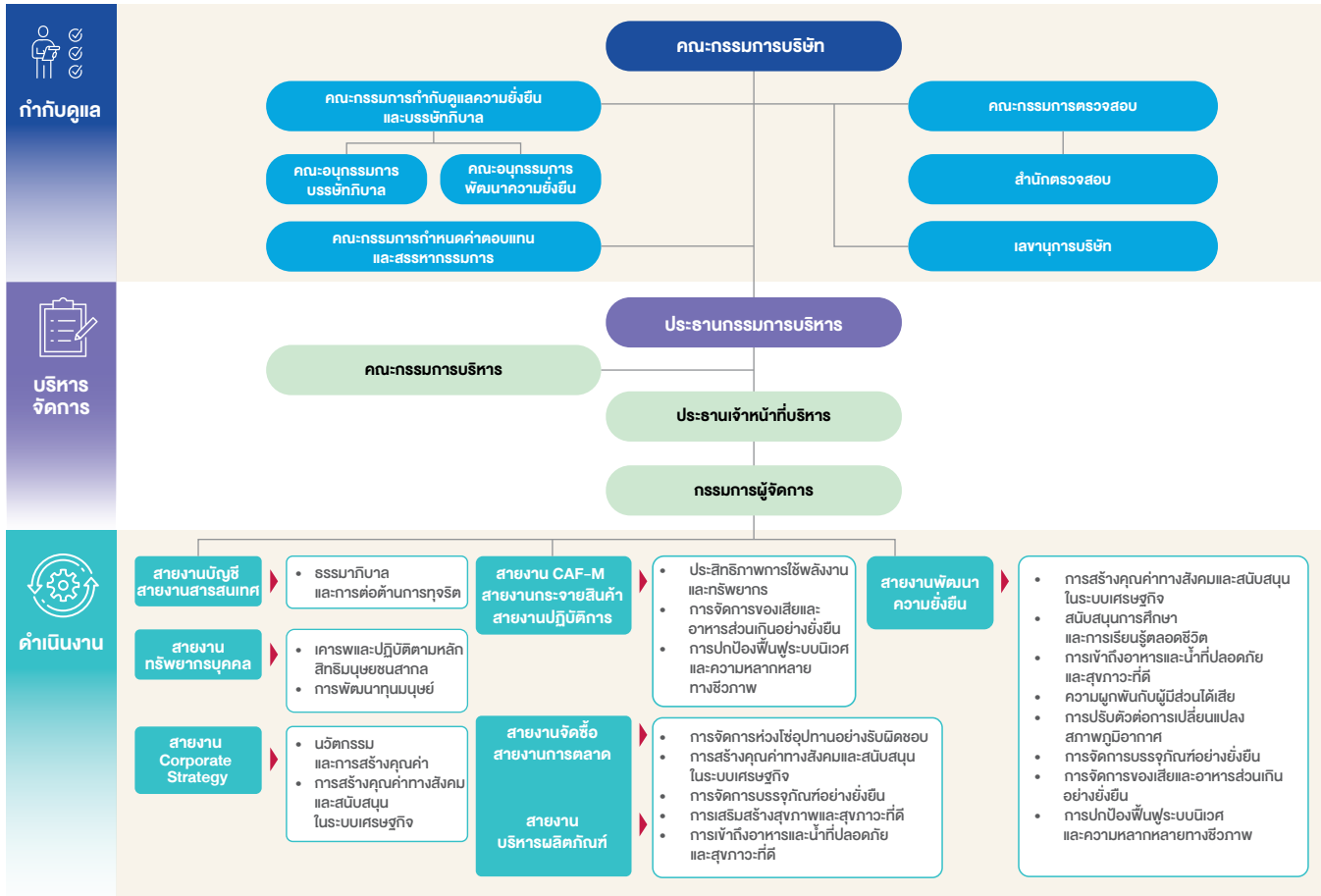
**❤️ ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ : เซเวน โท ไสร่ (7 Go Right) บริหารภายใต้กรอบธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่คุณค่าเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน**

<p style="background-color: #c0392b; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต</p> <p>เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับว่ามีการกำกับดูแลกิจการที่ดี และปราศจากทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล (ตามความเหมาะสมของธุรกิจ)</p>	<p style="background-color: #c0392b; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล</p> <p>เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชนจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม</p>	<p style="background-color: #c0392b; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">การพัฒนาชุมชน</p> <p>เป็นองค์กรที่เป็นผู้นำในการพัฒนาศักยภาพบุคคล ให้มีความรู้ และมีทักษะในการจัดการธุรกิจที่จำเป็นสำหรับอนาคตโดยคำนึงถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน</p>	<p style="background-color: #c0392b; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า</p> <p>เป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมใหม่ ๆ ทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์การบริหาร และขั้นตอนในการปฏิบัติงานของบริษัท เพื่อส่งเสริมผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง</p>	<p style="background-color: #c0392b; color: white; border-radius: 10px; padding: 5px; font-weight: bold;">การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ</p> <p>เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าทางธุรกิจและพันธมิตรในการจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืนและมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง</p>
---	---	---	--	--

บริษัทผนวกกลยุทธ์ความยั่งยืนเข้าเป็นหนึ่งในแผนกลยุทธ์ ปี 2564–2573 ขององค์กรภายใต้การขับเคลื่อนของคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจังให้เกิดประสิทธิภาพ พร้อมทั้งกำหนดแนวทางในการบูรณาการแนวปฏิบัติสากลทางด้านความยั่งยืนเข้าไปในกระบวนการทางธุรกิจทั้งในระดับองค์กร ห่วงโซ่คุณค่า และตลอดห่วงโซ่อุปทาน พร้อมทั้ง

มีการตรวจวัดเพื่อประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน และสร้างความตระหนักเรื่องการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนไปสู่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ ผ่านการปลูกฝังแนวคิด ค่านิยม อบรมให้ความรู้ และสร้างการมีส่วนร่วมทั่วทั้งองค์กรผ่านการดำเนินโครงการด้านความยั่งยืน

### โครงสร้างการพัฒนาความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์



### กลยุทธ์เพื่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร พร้อมทั้งพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสร้างการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งพนักงาน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานด้านความยั่งยืนครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ ภายใต้กลยุทธ์ ดังนี้



มิติด้านสิ่งแวดล้อม

7 Go Green (เขว่น โท กรีน)



มิติด้านสังคม

7 Go Together (เขว่น โท ทุเกิดเตอร์)



มิติด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

7 Go Right (เขว่น โท ไสร)

ได้รับความยอมรับในระดับประเทศและระดับโลก  
 ประเภทชาติ ประชาชน บริษัทเติบโตร่วมกับอย่างยั่งยืน

## กลยุทธ์ “เซเว่น โกรีน” (7 Go Green)

บริษัทมุ่งดำเนินงานและขยายธุรกิจบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริม ป้องกัน รักษา และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายใต้กรอบกลยุทธ์ “เซเว่น โกรีน” (7 Go Green) ที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ที่บริษัทฯ เข้าไปดำเนินงาน ตลอดจน

สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN SDGs) ครอบคลุมการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่มูลค่า รวมถึงร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินโครงการส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม ภายใต้ 4 แนวทางหลัก ได้แก่

การบริหารจัดการร้านที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store)	การขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistic)	การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Packaging)	การสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Living)
ร้าน 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้าที่มีการออกแบบอาคาร การก่อสร้าง และการใช้อุปกรณ์ รวมถึงระบบการจัดการพลังงาน และบรรยากาศที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	การขนส่งและส่งมอบสินค้าด้วยระบบพลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกระบวนการของ บริษัท (Private Brand) ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีการนำกลับมาใช้ใหม่ ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน	ปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม และส่งมอบความเป็นอยู่ที่ดีอย่างยั่งยืนให้กับชุมชน

ในปี 2565 บริษัทดำเนินโครงการด้านความยั่งยืนต่อเนื่องและโครงการด้านความยั่งยืนใหม่ ซึ่งโครงการที่มีผลการดำเนินงานสำคัญที่โดดเด่น อาทิ โครงการลดการใช้พลังงาน ส่งเสริมการใช้การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ชนิดติดตั้งบนหลังคา (Solar PV Rooftop) สำหรับร้าน 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้า และศูนย์กระจายสินค้า โครงการลดการใช้เชื้อเพลิงผ่านการจัดตั้งโครงการส่งเสริมการใช้รถไฟฟ้า (EV) ในกระบวนการขนส่งและส่งมอบสินค้า อีกทั้งโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular

Economy) ส่งเสริมการนำขยะพลาสติกกลับมาสร้างมูลค่าและมีประสิทธิภาพ เช่น โครงการเสิร์ฟพนักงานจากขวดพลาสติกรีไซเคิล โครงการกดยีบจากฟิล์มพันพาเลท (Shrink wraps) ศูนย์กระจายสินค้า โครงการพาลูกข่ายน้ำ ในร้าน 7-Eleven จากลิ้นเบรคเคสชำระ เป็นต้น รวมถึงโครงการสร้างความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อมโดยร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่มูลค่า เช่น คู่ค้า ผู้นำทางความคิด และภาครัฐ เป็นต้น

## ผลการดำเนินงาน ภายใต้กลยุทธ์ เซเว่น โกรีน (7 Go Green)



### การบริหารจัดการร้านที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store)

#### 🎯 การดำเนินงานตามกลยุทธ์

- โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานไฟฟ้า ในร้าน 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร โลตัส โรงงานซีพีแรม รวมถึงศูนย์กระจายสินค้า
- โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน
- โครงการปรับปรุงระบบทำความเย็นและใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

#### 📊 ผลการดำเนินงานปี 2565

- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ **84,623.87** เมกะวัตต์-ชั่วโมง
- ใช้พลังงานไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน **120,611.23** เมกะวัตต์-ชั่วโมง
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **119,974.21** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

### การขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistic)

#### 🎯 การดำเนินงานตามกลยุทธ์

- โครงการใช้รถไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) ในระบบการขนส่งและบริการส่งสินค้า
- โครงการติดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้า
- โครงการปรับเปลี่ยนขนาดรถขนส่ง ลดระยะทางและรอบการขนส่ง

#### 📊 ผลการดำเนินงานปี 2565

- จำนวนรถขนส่งไฟฟ้าในระบบขนส่งและส่งมอบสินค้า **1,013** คัน
- จำนวนสถานีชาร์จรถไฟฟ้า **24** สถานี
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **1,427.75** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



## การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Packaging)

## การดำเนินงานตามกลยุทธ์

- โครงการวิจัย ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Design)
- โครงการจัดการบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)
- โครงการลดใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic)
- โครงการนำบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภค กลับมาใช้ใหม่

## ผลการดำเนินงานปี 2565

- ลดการใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์พลาสติก และไม่ใช้พลาสติกจากการวิจัยและพัฒนา **1,814.51** ตัน
- ลดการใช้ถุงพลาสติกและพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง **24,695.81** ตัน
- บรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภคที่นำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled) **2,701.40** ตัน
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **258,777.08** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือเทียบเท่าการปลูกไม้ยืนต้น **6,018,071** ต้น

## การสร้างจิตสำนึก รักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Living)

## การดำเนินงานตามกลยุทธ์

- โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ
- โครงการ CPALL Food Waste Management
- โครงการกิ่งคิดแยก
- โครงการขยายผลต้นกล้าไร้ถัง
- โครงการปลูกป่า เพาะและอนุบาลกล้าไม้
- โครงการปลูกต้นไม้

## ผลการดำเนินงานปี 2565

- ลดขยะอาหารสู่การฝังกลบ **16,260.86** ตัน
- ส่งมอบอาหารส่วนเกินกว่า **1,181,780** มื้ออาหาร ให้กับ **224** ชุมชน
- ปลูกต้นไม้สะสม **347,800** ต้น
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **14,955.40** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

## กลยุทธ์ “เซเว่น โท ภูเก็ตเตอร์” (7 Go Together)

บริษัทดำเนินงานด้านสังคมตามนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ประกาศใช้ในปี 2560 มุ่งเน้นการดำเนินงานด้านการศึกษาและให้คุณค่าทางสังคมที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (UN SDGs) ภายใต้ 3 แนวทางหลัก ได้แก่

สร้างอนาคต ให้การเรียนรู้	สร้างทักษะ ให้ช่องทางจำหน่าย	สร้างสัมพันธภาพ ให้คุณภาพชีวิตที่ดี
ส่งเสริมการศึกษา พัฒนาเยาวชน และศิลปวัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ เอสเอ็มอี (SMEs)</li> <li>• ให้การสนับสนุนเกษตรกร</li> <li>• ให้การสนับสนุนกลุ่มประาบาง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สนับสนุนกิจกรรมคุณภาพชีวิตสังคม และชุมชน</li> <li>• ให้ความช่วยเหลือบรรเทาสาธารณภัยให้ชุมชน</li> </ul>

บริษัทมอบโอกาสทางการศึกษา ส่งต่อทักษะองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพและสร้างรายได้ให้ชุมชนผ่านการจัดตั้งสถาบันการศึกษาและมอบทุนการศึกษาให้เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส และกลุ่มประาบาง ร่วมผลักดันให้ทุกคนในสังคมสามารถเข้าถึงการศึกษาทุกระดับอย่างมีคุณภาพ พร้อมทั้งสร้างทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ สนับสนุนช่องทางจำหน่ายสินค้า

ที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมอาชีพและรายได้ภายในชุมชนให้แก่ เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (SMEs) และกลุ่มประาบาง ผ่านโครงการเพื่อนแท้ SMEs รวมถึงส่งเสริมความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตสังคมและชุมชนที่ดี เช่น การจัดตั้งศูนย์สุขภาพชุมชน การบรรเทาสาธารณภัย และกิจกรรมสร้างสัมพันธ์กับชุมชน เป็นต้น

## ผลการดำเนินงาน ภายใต้กลยุทธ์ เซเวน โท กูเก็ทเตอร์ (7 Go Together)



### สร้างอนาคต ให้การเรียนรู้

#### 🎯 การดำเนินงานตามกลยุทธ์

- โครงการสนับสนุนโอกาสทางการศึกษาที่มีคุณภาพผ่านสถาบันการศึกษา
  - วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT)
  - สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม)
  - โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)
- โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาให้เยาวชนเข้าทางการศึกษาที่มีคุณภาพทั้งในระบบและนอกระบบ
- โครงการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ยกกระดับการศึกษานอกโรงเรียนและชุมชน ภายใต้โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED
- โครงการส่งเสริมความรู้ทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต

#### 📊 ผลการดำเนินงานปี 2565

- สนับสนุนเยาวชนเข้าทางการศึกษาที่มีคุณภาพ **40,902** ราย
- สนับสนุนทุนการศึกษา **30,765** ทุน
- นักเรียน นักศึกษาที่จบการศึกษาเข้าทำงานกับบริษัท **3,816** ราย
- โรงเรียนประชารัฐที่ริเริ่มร่วมพัฒนา จำนวนสะสม **494** โรงเรียน เป็นมูลค่าสะสม **89.65** ล้านบาท
- เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ได้รับการพัฒนาทักษะที่จำเป็น **73,486** ราย

### สร้างทักษะ ให้ช่องทางจำหน่าย

#### 🎯 การดำเนินงานตามกลยุทธ์

- การเพิ่มช่องทางการจำหน่าย สร้างโอกาส สร้างอาชีพ สร้างรายได้
  - โครงการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เกษตรกรและรายย่อย (CPALL Market)
  - โครงการรับซื้อผลผลิตโดยตรงจากเกษตรกร (โนนเวาโมเดล)
  - โครงการสนับสนุนพื้นที่ ช่องทางขาย สร้างรายได้ให้กลุ่มประားบาง
- เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน อบรมและถ่ายทอดความรู้สำหรับ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อขยายโอกาสเติบโตทางธุรกิจและสร้างแบรนด์
  - โครงการศูนย์ 7 สนับสนุนเอสเอ็มอี
  - โครงการ “MAKRO HORECA ACADEMY (MHA) เพื่อนักคิดแบบครบวงจร สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
- เชื่อมความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานต่าง ๆ
  - โครงการจับคู่ธุรกิจ และโครงการจับคู่โมเดลธุรกิจ (Synergy and Business matching)

#### 📊 ผลการดำเนินงานปี 2565

- เกษตรกร **8,306** ราย มูลค่าการซื้อ **18,340** ล้านบาท
- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อย **34,043** ราย มูลค่าการซื้อ **44,749** ล้านบาท
- กลุ่มประားบาง **11,846** ราย มูลค่าการสนับสนุน **173** ล้านบาท
- เอสเอ็มอี (SMEs) ที่ได้รับการพัฒนาทักษะ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน **8,539** ราย

### สร้างสัมพันธภาพ ให้คุณภาพชีวิตที่ดี

#### 🎯 การดำเนินงานตามกลยุทธ์

- โปรแกรมส่งเสริมคุณภาพชีวิตสังคม และชุมชน
  - โครงการจิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน
  - โครงการร้านต้นแบบศูนย์สุขภาพชุมชน
  - โครงการต่อเนื่อง กินดี อยู่ดี มีสุข
  - โครงการตรวจคัดกรองสุขภาพ
- จัดตั้งโครงการและหน่วยงาน เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยและบรรเทาสาธารณภัย
  - โครงการคนไทยไม่ทิ้งกัน
  - โครงการอาหารดีให้พี่น้อง
  - โครงการสร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้ชุมชน
  - โครงการซีพีแรม เทียงจ้างคนไทย ห่วงใยไม่ห่าง

#### 📊 ผลการดำเนินงานปี 2565

- ชุมชนเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการและเพียงพอ **1,447,873** ราย
- กลุ่มประားบาง หน่วยงานราชการและชุมชน ได้รับการฝึกอบรม ฝึกซ้อมดับเพลิงขั้นต้น และการอพยพหนีไฟ **2,726** ราย
- ผู้ประสบภัยที่เข้าถึงอาหารและน้ำ **44,671** ราย
- มูลค่าการสนับสนุนชุมชนทั้งหมด **5.49** ล้านบาท



## กลยุทธ์ “เซเวน โท ไรท์” (7 Go Right)

การกำกับดูแลกิจการขององค์กรเป็นไปตามหลักบรรษัทภิบาลขององค์กร กฎหมาย และแนวปฏิบัติสากลที่เกี่ยวข้องอย่างเข้มข้น ภายใต้ 2 แนวทางหลัก ได้แก่

ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร
<ul style="list-style-type: none"> <li>สร้างแรงบันดาลใจในการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมให้กับพนักงาน</li> <li>เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล แนวปฏิบัติการใช้แรงงานและการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัย</li> <li>การบริหารความเสี่ยงขององค์กร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>สร้างการเปลี่ยนแปลง (Change agent) ให้ความรู้ สร้างความตระหนัก ส่งต่อแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้กับลูกค้า</li> </ul>

บริษัทมุ่งกำกับดูแลภายในองค์กร สร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงานดำเนินงานอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน พร้อมทั้งดำเนินงานด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง ผ่านกระบวนการทบทวนประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks) ที่มีโอกาสส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในช่วงระยะ 3-5 ปี เพื่อเตรียมความพร้อมและหาแนวทางตอบสนองได้อย่างทันท่วงที บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยง

จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัล และการบังคับใช้นโยบายระดับชาติด้านบรรษัทภิบาลที่อาจส่งผลกระทบต่อดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งดำเนินงานด้านการกำกับดูแลภายนอกองค์กร เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ครอบคลุมถึงคู่ค้าลำดับต่าง ๆ ให้มีความตระหนักถึงความเสี่ยงและดำเนินธุรกิจภายใต้การเตรียมความพร้อมและปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน

## ผลการดำเนินงาน ภายใต้กลยุทธ์ เซเวน โท ไรท์ (7 Go Right)



### ภายในองค์กร

#### 🎯 การดำเนินงานตามกลยุทธ์

- โครงการสื่อสาร และสร้างความตระหนักการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลให้แก่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ
- โครงการ Reward & Recognition
- โครงการบริหารและตรวจติดตามความเสี่ยง
- โครงการสร้างความตระหนักในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

#### 📊 ผลการดำเนินงานปี 2565

- พนักงานและคู่ค้า ได้รับการสื่อสารนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริต ผ่านคู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ร้อยละ **100**
- กระบวนการที่มีความเสี่ยงสูง มีแผนการจัดการความเสี่ยง ร้อยละ **100**
- ข้อร้องเรียนด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล **0** กรณี
- พนักงานทุกระดับได้รับการอบรม ทบทวน และผ่านการทดสอบหลักสูตรธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต การบริหารความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ร้อยละ **100**
- ระบบการบริหารงานบุคคลได้รับการรับรอง ISO 27701 มาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล

### ภายนอกองค์กร

#### 🎯 การดำเนินงานตามกลยุทธ์

- โครงการสื่อสาร และสร้างความตระหนักให้แก่คู่ค้า
- โครงการพัฒนาศักยภาพคู่ค้า “Responsible Supply Chain Management” ตามกรอบแนวทางความยั่งยืน
- โครงการส่งเสริมและสนับสนุนคู่ค้ากลุ่ม SMEs ในการเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย

#### 📊 ผลการดำเนินงานปี 2565

- คู่ค้าลำดับที่ 1 ได้รับการสื่อสารนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริต ผ่านคู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ร้อยละ **100**
- คู่ค้าลำดับที่ 1 ได้รับการประเมินความเสี่ยง สอดคล้องตามมาตรฐานความยั่งยืน (ESG) ร้อยละ **100**
- คู่ค้ากลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอีได้รับการสื่อสารและลงนามเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์ฯ จำนวน **38** ราย



## ผลสำเร็จที่ ซีพี ออลล์ ภาคภูมิใจ ประจำปี 2565

Member of  
**Dow Jones  
Sustainability Indices**  
Powered by the S&P Global CSA

บริษัทได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้นำในกลุ่มดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices) ในระดับโลก (DJSI World) ติดต่อกันเป็นปีที่ 5 และกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ติดต่อกันเป็นปีที่ 6 ในหมวดอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค (Food & Staples Retailing)

วันที่ 9 ธันวาคม 2565 ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ประกาศผลการประเมินด้านความยั่งยืนของบริษัทว่า มีการดำเนินงานอยู่ที่เปอร์เซ็นต์ไทล์ 99 ของหมวดอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ในการประเมินผลการดำเนินงานธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทชั้นนำระดับโลก (S&P Global Corporate Sustainability Assessment)



บริษัทได้รับการจัดอันดับในการประเมินความยั่งยืน ESG Ratings ที่ระดับ A (ช่วงระดับ “AAA” to “CCC”) จาก MSCI ESG Research



FTSE4Good

บริษัทได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในดัชนี FTSE4Good Emerging และ FTSE4Good ASEAN 5 ในกลุ่ม Food Retailers & Wholesalers ซึ่งจัดโดย FTSE Russell ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 จากการพิจารณาทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านธรรมาภิบาล



บริษัทได้รับการคัดเลือกให้เข้าเป็นสมาชิกในดัชนีหุ้นยั่งยืน Thailand Sustainability Investment (THSI) ต่อเนื่องกันเป็นปีที่ 5 โดยพิจารณาจากผลการดำเนินการในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งทำการคัดเลือกโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



บริษัทได้รับรางวัล SET AWARD 2022 กลุ่ม Sustainability Excellence รางวัล Highly Commended in Sustainability Awards เป็นรางวัลที่มอบให้กับบริษัทจดทะเบียนที่ดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน



บริษัทได้รับการจัดระดับ A หรือเทียบเท่า Leadership Level CDP ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปี 2565



บริษัทได้รับรางวัลยอดเยี่ยม ผลการประเมินและการจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSB : Low Carbon and Sustainable Business) โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก.)

## ใส่ใจทุกสาระสำคัญเพื่อความยั่งยืนทุกมิติ










บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) จัดทำรายงานความยั่งยืนต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลการดำเนินงาน ภายใต้นโยบายและกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนายั่งยืนขององค์กร ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ได้รับความครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจและเศรษฐกิจ

ซึ่งเป็นข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2565 ครอบคลุม 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ในปี 2565 บริษัทมีรายได้จากการดำเนินงานสุทธิ 852,605 ล้านบาท ทั้งนี้ สามารถดูรายละเอียดได้จากธุรกิจในกลุ่มบริษัท ซึ่งได้มีการเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปี 2565 หน้า 2

รายงานฉบับนี้ถูกกำหนดเนื้อหาตามกรอบการดำเนินงานขององค์กร ในภาพรวมและประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ภายใต้มุมมองและการประเมินผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

โดยมีกรอบในการจัดทำรายงานสอดคล้องกับแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนในระดับสากลฉบับปี 2565 (GRI Sustainability Reporting Standards 2021: GRI Standards 2021) และแนวทางการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมของกลุ่มธุรกิจอาหาร (The Food Processing Sector Supplement) พร้อมกันนี้ บริษัทมอบหมายให้หน่วยงานรับรองอิสระที่มีความน่าเชื่อถือ ได้แก่ บริษัท แอลอาร์คิวเอ (ประเทศไทย) จำกัด [LRQA (Thailand) Limited] เป็นผู้ให้ความเชื่อมั่นสำหรับการเปิดเผยข้อมูลของรายงานฉบับนี้

สำหรับปี 2565 ชุดข้อมูลที่ได้รับการทวนสอบประกอบด้วย GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 303-3, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3 (Purchased goods and services, Upstream transportation and distribution, Business travel), GRI 305-4, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5, GRI 403-9, GRI 403-10, FPSS FP6, FP7 และ GRI 405-2

กลุ่มธุรกิจค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ	กลุ่มธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก สินค้าอุปโภคบริโภค	กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ
 <p>บริการ ร้านสะดวกซื้อ</p>	  <p>บริการ ด้านค้าส่ง</p> <p>บริการ ด้านค้าปลีก</p>	      <p>บริการ ด้านการเงิน</p> <p>บริการผลิตและ จำหน่ายเบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง</p> <p>บริการ ด้านการศึกษา</p> <p>บริการ ด้านสารสนเทศ</p> <p>บริการ ด้านการบริหาร การตลาด</p> <p>บริการ ด้านการบริหาร โลจิสติกส์</p>

### กระบวนการกำหนดเนื้อหาในรายงาน

บริษัทจัดทำรายงาน โดยพิจารณาและประเมินผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มขององค์กร ครอบคลุมผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบ พร้อมทั้งพิจารณาประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญจากปัจจัยภายในของกิจกรรมการดำเนินงานธุรกิจ และปัจจัยภายนอกจากแนวโน้มโลกในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมไปถึงดัชนีด้านความยั่งยืนชั้นนำต่าง ๆ ของโลก เพื่อให้การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนขององค์กรตรงตามแนวทางการรายงานข้อมูล (Reporting principles) 8 แนวทาง ดังนี้

Global Reporting Initiative Standards (GRI)		
	<b>1. Accuracy</b>	ความถูกต้องของข้อมูลที่เปิดเผย
	<b>2. Balance</b>	ความสมดุลของผลการดำเนินงานทั้งเชิงบวกและเชิงลบ
	<b>3. Clarity</b>	ความชัดเจนเข้าใจง่ายต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
	<b>4. Comparability</b>	ข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบได้เพื่อแสดงถึงแนวโน้มของการดำเนินงาน
	<b>5. Completeness</b>	ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล
	<b>6. Sustainability context</b>	ความสมดุลของผลการดำเนินงานทั้งเชิงบวกและเชิงลบ
	<b>7. Timeliness</b>	ขอบเขตของเวลาในการรายงาน
	<b>8. Verifiability</b>	ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้

เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย ในปี 2565 บริษัทได้ปรับเปลี่ยนกระบวนการและขั้นตอนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

## การระบุและประเมินผลกระทบประเด็นความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง (Identify and assess impacts on an ongoing basis)



### 1. การเชื่อมโยงประเด็นความยั่งยืนกับกิจกรรมทางธุรกิจ (Understand the organization's context)

พิจารณากิจกรรมการดำเนินงานธุรกิจ เพื่อกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า พร้อมทั้งเชื่อมโยงประเด็นด้านความยั่งยืน ซึ่งครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมภิบาลและเศรษฐกิจ รวมทั้งประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน กับกิจกรรมการดำเนินงานธุรกิจ ผ่านการพิจารณาผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม



### 2. การระบุผลกระทบจากประเด็นความยั่งยืนที่เกิดขึ้นและแนวโน้มที่จะเกิด (Identify actual and potential impacts)

ระบุผลกระทบจากประเด็นความยั่งยืน ทั้งประเด็นที่เกิดขึ้นแล้วและมีแนวโน้มที่จะเกิด โดยกำหนดเป็นผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ พร้อมทั้งพิจารณาผลกระทบในประเด็นด้านความยั่งยืนต่าง ๆ ว่าเป็นผลกระทบในระยะสั้นหรือผลกระทบระยะยาว พร้อมทั้งกำหนดความสามารถในการฟื้นฟูและเยียวยา ซึ่งประเด็นความยั่งยืนที่ถูกระบุผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบจะถูกพิจารณาขึ้นต้นร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำการประเมินความรุนแรงและโอกาสในการเกิดผลกระทบของแต่ละประเด็นความยั่งยืนในขั้นตอนต่อไป



### 3. การประเมินผลกระทบประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ (Assess the significance of the impacts)

บริษัทนำประเด็นความยั่งยืนที่ได้รับการทบทวนขึ้นต้นจากผู้เชี่ยวชาญ และพิจารณาจัดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบจากแต่ละประเด็นความยั่งยืนในแต่ละห่วงโซ่คุณค่า เพื่อจัดทำแบบสอบถามให้เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินตามระดับความรุนแรง (Scale) ขอบเขต (Scope) และความสามารถในการเยียวยาหรือการฟื้นฟู (Remediability) รวมทั้งระดับโอกาสที่จะเกิดผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Likelihood) เพื่อประเมินและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นความยั่งยืน

## การพิจารณาประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญสำหรับจัดทำรายงานความยั่งยืน (Determine material topics for reporting)









### 4. การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและการตรวจสอบความถูกต้องเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Prioritize the most significant Impacts for reporting)




บริษัทนำผลการประเมินจากแบบสอบถามที่มีส่วนร่วมในการประเมินของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมาวิเคราะห์ เพื่อหาประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญต่อความคาดหวังและมีผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมทั้งนำประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียพิจารณาทบทวนความเชื่อมโยงและประเด็นสำคัญที่เหมาะสมต่อลักษณะการดำเนินงานขององค์กร ภายใต้กระบวนการทดสอบประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ (Material Testing) โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และความสามารถในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ (Retail) กลุ่มค้าส่งและค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค (Wholesale and Retail) และกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ (Related Business) โดยพิจารณาจากความเชื่อมโยงและแนวโน้มโลก ตลอดจนดัชนีความยั่งยืนชั้นนำของโลก เช่น ดัชนีความยั่งยืน ESG จาก Morgan Stanley Capital International (MSCI) ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices : DJSI) แนวโน้มของโลก (Global Trend) และคณะกรรมการว่าด้วยมาตรฐานทางบัญชีความยั่งยืน (Sustainability Accounting Standards Board : SASB) เป็นต้น

ผลจากการทบทวนการทดสอบประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ จะถูกนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหาร (Executive Committee : Ex.Com) ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูง เพื่อรับรองการจัดลำดับความสำคัญ ภายใต้การคำนึงระดับอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียควบคู่ไปกับระดับความสำคัญที่มีนัยต่อผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมภิบาลและเศรษฐกิจ รวมถึงสิทธิมนุษยชน



## การประเมินผลกระทบประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Assessing Impacts of material topics)

ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Material topics)	ผลกระทบ (Impacts)	เกิดขึ้นแล้ว/ มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (Actual/ potential)	เชิงลบ/ เชิงบวก (Negative/ positive)
 <b>1. ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต</b>	การกำกับดูแลกิจการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่โปร่งใส และไม่คำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม และสิทธิมนุษยชน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ลดความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อองค์กร และลดความสนใจของนักลงทุน ตลอดจนเพิ่มความเสี่ยงเกี่ยวกับประเด็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนและกฎหมาย	เกิดขึ้นแล้ว	เชิงลบ
 <b>2. แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)</b>	การปฏิบัติต่อบุคลากรภายในองค์กรอย่างไม่เท่าเทียม ไม่คำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชนและความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมที่ดีในสถานที่ทำงาน อาจนำไปสู่การหยุดชะงักในการดำเนินงานของบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิ กระบวนการผลิต การขนส่ง การบริการ รวมไปถึงก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน และประเด็นเกี่ยวกับการปฏิบัติด้านแรงงานได้	เกิดขึ้นแล้ว/ มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น	เชิงลบ
 <b>3. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ</b>	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างไม่มีประสิทธิภาพ และไม่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน อาจทำให้การส่งมอบสินค้าไปยังผู้บริโภคล่าช้าและไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากปัญหาในการคัดเลือกคู่ค้าและการส่งเสริมคู่ค้าที่ไม่มีศักยภาพ ตลอดจนเพิ่มความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง และความเสี่ยงในการเกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน อาทิ สิทธิในการใช้ชีวิต มีเสรีภาพ และมีความมั่นคงปลอดภัย ซึ่งอาจเป็นสาเหตุให้เกิดการหยุดชะงักของการดำเนินธุรกิจ และภาพลักษณ์ของบริษัท	เกิดขึ้นแล้ว/ มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น	เชิงลบ
 <b>4. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</b>	การดำเนินธุรกิจโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก อาจส่งผลกระทบต่อดำเนินชีวิต สุขภาพ และความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนใช้คุณค่า อาทิ ผลกระทบจากมลพิษทางอากาศต่อสุขภาพและความปลอดภัยของแรงงาน และชุมชนรอบข้างในระยะยาว รวมถึงผลกระทบจากภัยแล้ง และน้ำท่วมต่อคู่ค้าในการจัดหา รวมถึงส่งมอบสินค้าและวัตถุดิบ	เกิดขึ้นแล้ว/ มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น	เชิงลบ
 <b>5. ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร</b>	การบริหารจัดการพลังงานภายในองค์กรที่ไม่มีประสิทธิภาพ การขาดความพร้อมเพื่อรับมือมาตรการและนโยบายด้านพลังงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เป็นสาเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก และการบริหารจัดการน้ำที่ไม่มีศักยภาพ อาจส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ความสามารถในการผลิตลดลง รวมถึงเป็นสาเหตุให้เกิดการละเมิดสิทธิชุมชนในการกระจายหรือเข้าถึงทรัพยากรน้ำที่สะอาดบนพื้นที่โดยรอบการดำเนินธุรกิจของบริษัท	เกิดขึ้นแล้ว/ มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น	เชิงลบ
 <b>6. การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน</b>	การดำเนินธุรกิจด้านการจำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบค้าปลีกและค้าส่งโดยไม่คำนึงคุณสมบัติการย่อยสลายของวัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ นำไปสู่ปัญหาขยะพลาสติกถูกทิ้งและตกค้างอยู่ในสิ่งแวดล้อมเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ตลอดจนส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยด้านโภชนาการของมนุษย์ และก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพต่าง ๆ	เกิดขึ้นแล้ว	เชิงลบ

ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Material topics)	ผลกระทบ (Impacts)	เกิดขึ้นแล้ว/ มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (Actual/ potential)	เชิงลบ/ เชิงบวก (Negative/ positive)
 <p><b>7. การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน</b></p>	<p>การบริหารจัดการด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการจัดการขยะอาหารที่ไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้จำนวนขยะอาหารเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งส่งผลให้เกิดมลพิษทางน้ำและอากาศ ซึ่งกระทบต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ของชุมชนรอบข้าง</p>	<p>เกิดขึ้นแล้ว</p>	<p>เชิงลบ</p>
 <p><b>8. การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ</b></p>	<p>การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่ไม่ตระหนักถึงความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนในมิติสังคมและเศรษฐกิจ ทั้งในเชิงประเด็นของรายได้ ความสำเร็จทางการศึกษา การประกอบอาชีพ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งที่อยู่อาศัย อาจนำไปสู่การละเมิดคุณภาพชีวิตที่ตั้งของชุมชนโดยรอบ สร้างข้อกังขาและความขัดแย้งระหว่างชุมชนและองค์กร</p>	<p>เกิดขึ้นแล้ว/ มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น</p>	<p>เชิงลบ</p>
 <p><b>9. การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาพที่ดี</b></p>	<p>การบริหารจัดการตลอดกระบวนการสรรหาวัตถุดิบ การผลิต และการจัดจำหน่ายที่ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ อาจทำให้เกิดความเสี่ยงในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ไม่ปลอดภัยและไม่ได้มาตรฐานนั้น อาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในระยะยาว</p>	<p>เกิดขึ้นแล้ว</p>	<p>เชิงลบ</p>

## ผลการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญปี 2565

2565



Environmental  
(Home)

7 Go Green



Social  
(Health)

7 Go Together



Governance and Economic  
(Heart)

7 Go Right

**ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ**

- ♥ ธรรมชาติและการต่อต้านการทุจริต
- ♥ แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)
- ♥ การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

- 🏠 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- 🏠 ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร
- 🏠 การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน
- 🏠 การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน
- + การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ
- + การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาพที่ดี



## ขอบเขตประเด็น ความยั่งยืนที่สำคัญ (Material topics)

ประเด็น	กรอบ GRI ที่เกี่ยวข้อง	ขอบเขต								
		ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร							
		พนักงาน	พันธมิตรทางธุรกิจ	ลูกค้า ผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการ และเจ้าหน้าที่ทางการค้า	ภาครัฐ	ลูกค้า	สังคมและชุมชน	ผู้นำทางความคิด	ผู้ให้สิทธิใช้เครื่องหมายทางการค้า	ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต	2-9, 2-12, 2-23, 2-26, 102-12, 205-2, 418-1	✓	✓	✓	✓	✓				✓
แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)	2-30, 401-1, 401-2, 401-3, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10, 405-1, 405-2, 406-1, 407-1, 410-1, 411-1, 412-1, 412-2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	204-1, 308-1, 308-2, 414-1, 414-2		✓	✓						
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6, 305-7			✓	✓					
ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร	302-1, 302-2, 302-4, 302-5, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5			✓			✓			
การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	301-1, 301-2, 301-3	✓				✓	✓			
การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน	306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5			✓			✓			
การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ	204-1, 413-1, 413-2						✓			
การเสริมสร้างสุขภาพและสภาวะที่ดี	417-1, 417-2, 417-3, FP6, FP7					✓				

บริษัทดำเนินงานและรายงานผลในหัวข้อต่าง ๆ ตามน้ำหนักและความเกี่ยวข้อง ครอบคลุมทุกหน่วยธุรกิจดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)	ด้านสังคม (Social)	ด้านธรรมาภิบาล (Governance)
<b>กลุ่มธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ</b>			
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	✓	✓	✓
บริษัท ออลล์ เวลเนส จำกัด	✓	✓	✓
บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด	✓	✓	✓
บริษัท ทเวนตีไฟฟ์ ซอปปิง จำกัด	✓	✓	✓
<b>กลุ่มธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค</b>			
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)	✓	✓	✓
บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด	✓	✓	✓
<b>กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ</b>			
<b>บริการด้านการเงิน</b>			
บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด	✓	✓	✓
บริษัท ไทยสมาร์ตการ์ด จำกัด	✓	✓	✓
<b>บริการผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง</b>			
บริษัท ซีพีแรม จำกัด	✓	✓	✓
บริษัท ซีพี ฟู๊ดแล็บ จำกัด		✓	✓
<b>บริการด้านการศึกษา</b>			
บริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด	✓	✓	✓
วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์	✓	✓	✓
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม)	✓	✓	✓
โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)	✓	✓	✓
บริษัท ปัญญาธรรมา จำกัด	✓	✓	✓
บริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด	✓	✓	✓
<b>บริการด้านสารสนเทศ</b>			
บริษัท โทซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด	✓	✓	✓
<b>บริการด้านสื่อการตลาด</b>			
บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด	✓	✓	✓
<b>บริการด้านการบริหารโลจิสติกส์</b>			
บริษัท ออลล์ สปีดตี้ จำกัด		✓	✓

ทั้งนี้ ข้อมูลในเล่มรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ได้รับการทวนสอบโดยผู้ทวนสอบภายนอกผ่านกระบวนการคัดเลือกโดยคณะกรรมการบริหาร เพื่อให้แน่ใจได้ว่าหน่วยงานผู้ทวนสอบเป็นอิสระต่อการดำเนินงานธุรกิจขององค์กรมีคุณวุฒิ และมีความสามารถในการทวนสอบอ้างอิงตามมาตรฐานการทวนสอบ AA1000AS v3 ตามภาคผนวกของรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ โดยสามารถดูรายละเอียดการทวนสอบได้จากใบรับรองการทวนสอบที่หน้า 264-265



# ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (MATERIAL TOPICS)







# การปรับตัวต่อ การเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ



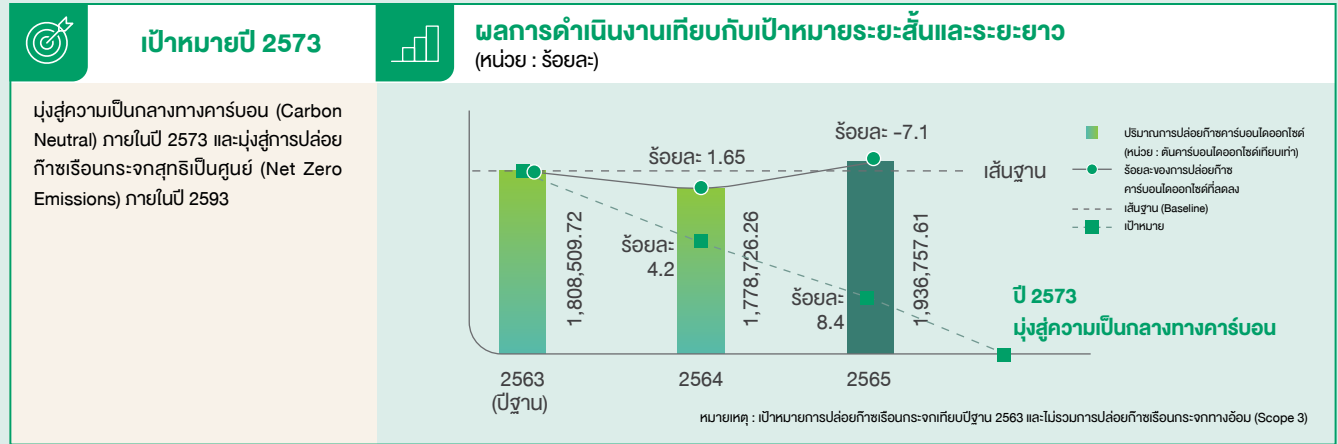
**คุณยุทธศักดิ์ ภูมิสุรกุล**  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

“ซีพี ออลล์ มุ่งดำเนินธุรกิจตามแนวทางพัฒนาอย่างยั่งยืน คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียในทุกมิติ ด้วยการนำหลัก BCG Model ที่มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน คือ 1) นำทรัพยากรมาใช้ให้คุ้มค่าโดยใช้เทคโนโลยีมาช่วย (B-Bioeconomy) 2) ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มีการนำทรัพยากรกลับมาใช้อย่างคุ้มค่า (C-Circular Economy) และ 3) สร้างนวัตกรรมและการจัดการสภาพสังคมให้กระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด มาใช้วางแผนการดำเนินธุรกิจ (G-Green Economy) ภายใต้กรอบกลยุทธ์ 7 Go Green โดยมีเครือข่ายพันธมิตรดำเนินโครงการร่วมกัน เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่จับต้องได้ และมีการขยายผลอย่างเป็นรูปธรรม”

**สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน**

	<b>SDG12</b> สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน 12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ		<b>SDG13</b> เร่งต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น 13.1 เสริมภูมิคุ้มกันและขีดความสามารถในการปรับตัวต่ออันตรายและภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศ
--	---	--	---





### ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2565

- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลด กักเก็บ และชดเชยได้**  
**387,741.45** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือเทียบเท่าการปลูกไม้ยืนต้น **9,017,243** ต้น
- ได้รับการจัดอันดับระดับ A หรือเทียบเท่า Leadership Level จาก CDP ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ซีพี ออลล์ ได้รับรางวัลระดับยอดเยี่ยม โครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (Low Carbon and Sustainable Business: LCSB)
- ไคตัส รับรางวัลองค์กรดีเด่น ธุรกิจค้าปลีกแห่งความเป็นเลิศด้านเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแบบยั่งยืน
- ได้รับการรับรอง ISO : 14064-1 ขอบเขตศูนย์กระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิบางบัวทอง
- ขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ โดยองค์กรบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

### การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565

- เข้าร่วมตั้งเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ขององค์กร ให้ผ่านกระบวนการตรวจสอบ (Validation) ตามแนวทางของเป้าหมายที่อิงหลักวิทยาศาสตร์ (Science Based Targets initiative: SBTi)
- เข้าร่วมโครงการ CDP ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ต่อเนื่องปีที่ 4
- เข้าร่วมโครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSB) ต่อเนื่องปีที่ 2
- ประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตามกรอบการรายงานของคณะกรรมการด้านการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures: TCFD)
- สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ค้าและลูกค้าในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
- ขึ้นขอการรับรอง ISO: 14064-1 ขอบเขตศูนย์กระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิบางบัวทอง

## ความเสี่ยงและโอกาส

การประชุมรัฐภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สมัยที่ 26 (Conference of Parties: COP26) ประเทศสกอตแลนด์ ปี 2564 มีเป้าหมายเพื่อลดการเพิ่มของอุณหภูมิโลกให้ไม่เกิน 2 องศาเซลเซียส ประเทศไทยถือเป็นประเทศลำดับต้น ๆ ของโลกที่มีความเสี่ยงสูงที่จะได้รับผลกระทบจากวิกฤตการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นภัยคุกคามต่อการเข้าถึงอาหาร น้ำสะอาด อากาศบริสุทธิ์ และความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศ ที่อาจนำไปสู่ความขัดแย้งรูปแบบต่าง ๆ โดยในปี 2565 มีการประชุมรัฐภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สมัยที่ 27 (COP27) ประเทศอียิปต์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างข้อตกลงร่วมกันในการบริหารจัดการจำนวนเงินที่มอบให้แก่ประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศโลก การจัดตั้งตลาดคาร์บอนเครดิต และการกำหนดปริมาณการลดการใช้พลังงานถ่านหินในแต่ละประเทศสมาชิก นอกจากนี้ แรงกดดันจากภาคเอกชนและองค์กรอิสระทำให้ภาครัฐจำเป็นต้อง

ต้องประกาศ “ภาวะฉุกเฉินสภาพภูมิอากาศ (Climate Emergency Declaration)” ที่ส่งผลให้ภาครัฐและอุตสาหกรรม ต้องเตรียมความพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลง และดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิโลกให้น้อยที่สุด ทั้งนี้ บริษัทได้ตระหนักถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอันเนื่องมาจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่ออาชีพ สุขภาพ และความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนห่วงโซ่อุปทาน อาทิ ผลกระทบจากมลพิษทางอากาศต่อสุขภาพและความปลอดภัยของแรงงาน และชุมชนรอบข้างในระยะยาว รวมถึงผลกระทบจากภัยแล้งและน้ำท่วมต่อลูกค้า โดยร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงนโยบายของประเทศในอนาคต โดยได้สนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานด้านการลดก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่องและเข้มข้นมากยิ่งขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน



## แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทกำหนดให้คณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนกำกับดูแลด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และทีมปฏิบัติงานเฉพาะ อาทิ ทีมเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน ทีมติดตั้งพลังงานแสงอาทิตย์ ทีมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และทีมปฏิบัติงานเกี่ยวกับการปลูกไม้ยืนต้นเพื่อชุมชน ซึ่งทำหน้าที่ในการบริหารด้านต่าง ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อเตรียมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภายใต้กลยุทธ์ “เซเวน โท กรีน (7 Go Green)” พร้อมทั้งกำหนดกรอบการดำเนินงานและแนวทางในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานที่สอดคล้องกับแนวทางของคณะทำงานเปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD) เพื่อมุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ภายในปี 2573 ตลอดจนบริษัทกำหนดให้เปิดเผยข้อมูลความมุ่งมั่นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net zero Commitment) ครอบคลุมเป้าหมาย

การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (Scope 3) อีกทั้งพิจารณาเข้าร่วมตั้งเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ขององค์กร ให้ผ่านกระบวนการตรวจสอบ (Validation) ตามแนวทางของเป้าหมายที่อิงหลักวิทยาศาสตร์ (Science Based Targets initiative: SBTi)

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งมั่นร่วมควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยโลกไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกตามข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) โดยจัดกิจกรรมเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่าง ๆ เช่น เพิ่มการใช้พลังงานทดแทนหรือพลังงานหมุนเวียน และลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เป็นต้น ตลอดจนสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการผลักดันการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### กรอบการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

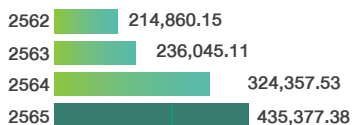


## สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

### ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) จำแนกตามขอบเขต

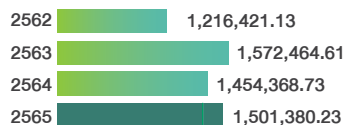
#### กลุ่ม ซีพี ออลล์

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1)



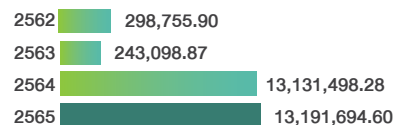
เป้าหมาย ปี 2565 ● 216,217.32

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2)



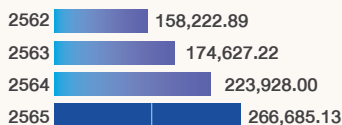
เป้าหมาย ปี 2565 ● 1,440,377.59

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 3)



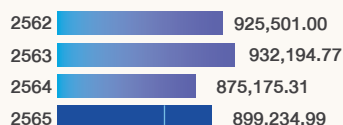
#### เฉพาะ ซีพี ออลล์

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1)



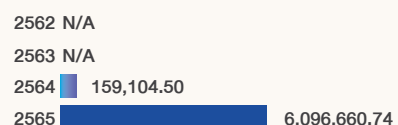
เป้าหมาย ปี 2565 ● 159,958.50

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2)



เป้าหมาย ปี 2565 ● 853,890.40

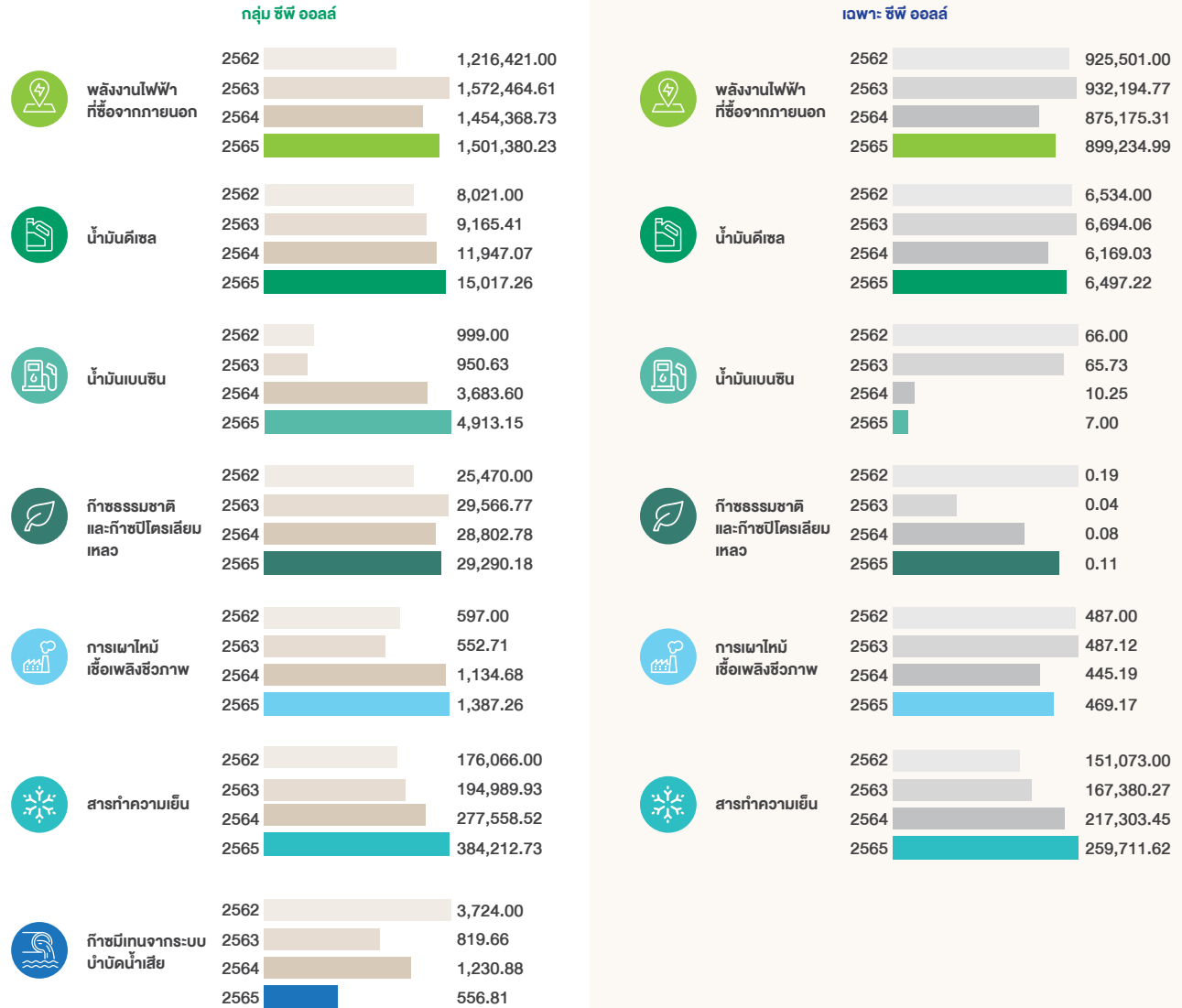
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 3)





### สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

#### ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) จำแนกตามแหล่งกำเนิด



#### ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) จำแนกตามการซื้อพลังงาน

##### การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 2)

##### Location-based: ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



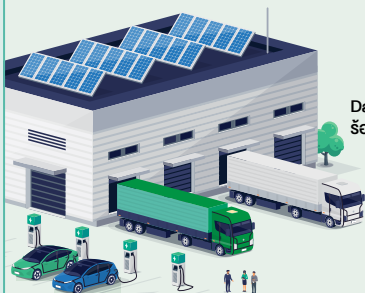
##### Market-Based: ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



##### Data Coverage (as % of Denominator) ร้อยละของรายได้



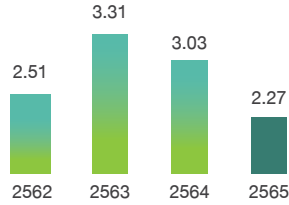
##### Data Coverage (as % of Denominator) ร้อยละของรายได้





## สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อหน่วยรายได้ (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท)

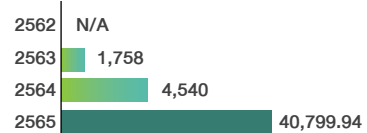


ปริมาณลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

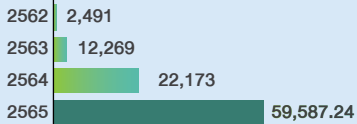
เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน



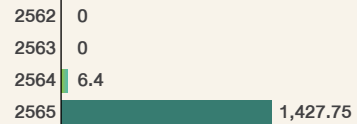
ปรับปรุงระบบทำความเย็นและการใช้สารทำความเย็น



การใช้พลังงานหมุนเวียน



การใช้ยานยนต์ไฟฟ้าในระบบการขนส่ง\*



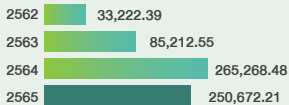
หมายเหตุ : การใช้พลังงานหมุนเวียน ประกอบด้วย การใช้พลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ การใช้พลังงานความร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ และการใช้พลังงานความร้อนใต้พิภพ

หมายเหตุ : ทดสอบการใช้รถขนส่งไฟฟ้าจำนวน 5 คัน และรถจักรยานไฟฟ้า จำนวน 1,004 คัน ในระยะเวลา 12 เดือน

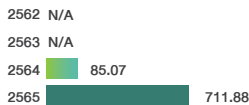


ปริมาณ "ลด กักเก็บ ขนขุย" การปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

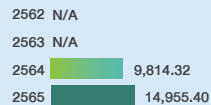
การลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง



การบริจาคอาหารส่วนเกิน



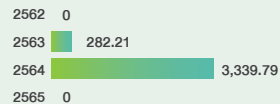
การปลูกต้นไม้

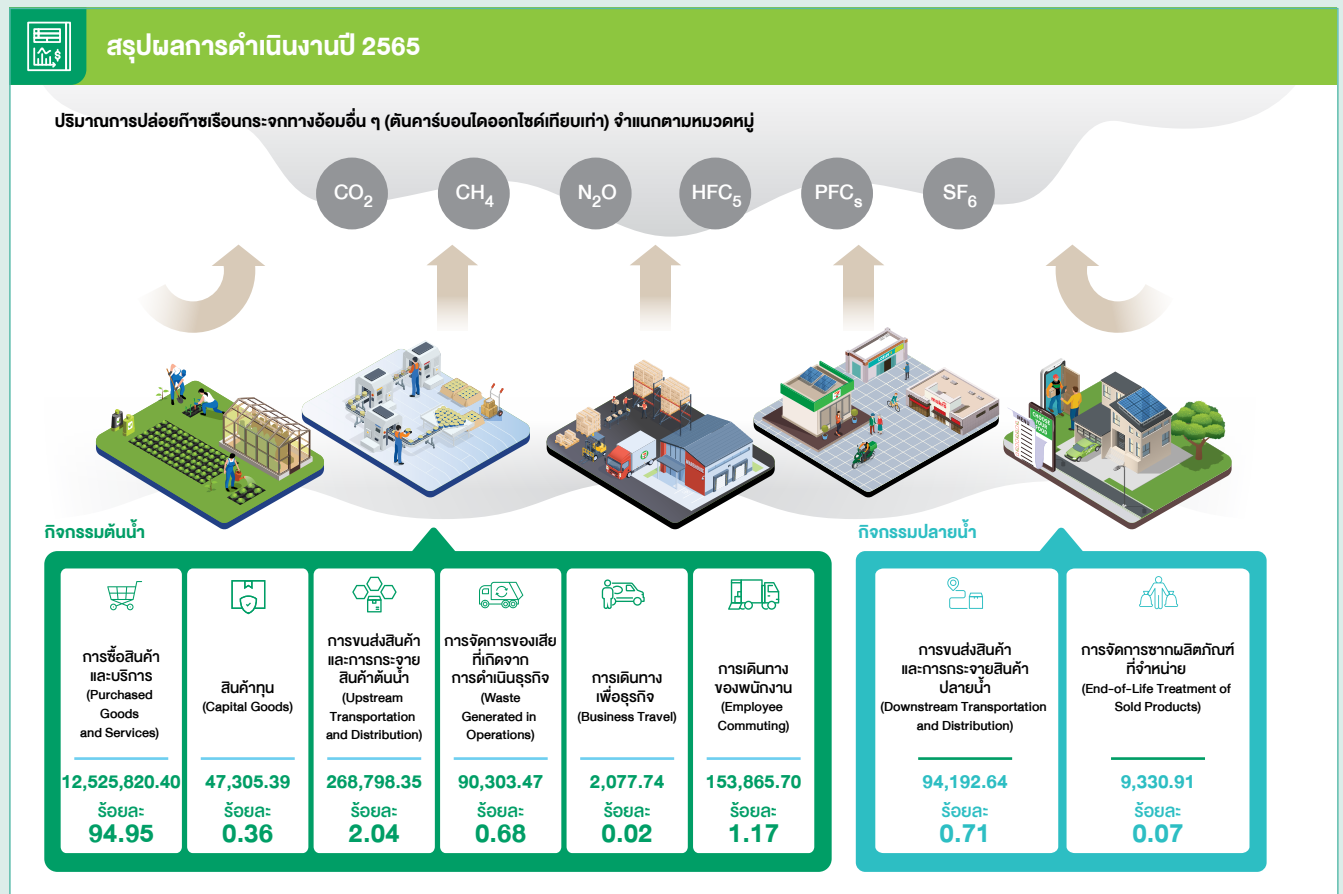


การชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



การขึ้นทะเบียนหน่วยลดก๊าซเรือนกระจก





### การประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทได้จัดตั้งคณะประเมินความเสี่ยงองค์กร เพื่อทำหน้าที่ประเมินปัจจัยความเสี่ยงและผลกระทบ รวมถึงโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่อาจเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท ทั้งนี้ แต่ละปัจจัยความเสี่ยงจะได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล เพื่อเปิดเผยข้อมูลการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ ตามกรอบการรายงานของคณะทำงานเปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosure: TCFD) ตลอดจนจัดทำแผนงานด้านความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ



### กรอบการรายงานของคณะทำงานเปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosure: TCFD)





ในปี 2565 บริษัทได้ระบุความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่สำคัญ รวมถึงมาตรการการรับมือโดยสังเขป ดังนี้

## ความเสี่ยงเชิงกายภาพ (Physical Risks)

ความเสี่ยง	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	
<p><b>น้ำท่วม</b></p> 	<p><b>⚠️ ผลกระทบต่อธุรกิจ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>การหยุดชะงักของกระบวนการผลิต</li> <li>การหยุดชะงักของการให้บริการลูกค้าร้าน 7-Eleven</li> <li>พนักงานที่ร้าน 7-Eleven ประสบภัยน้ำท่วม</li> <li>รายได้ลดลง เนื่องจากจำหน่ายสินค้าในร้าน 7-Eleven ได้น้อยลง</li> </ul> <p><b>4,383 ล้านบาท</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>สูญเสียโอกาสในการขาย เนื่องจากสินค้าขาดส่ง จากศูนย์กระจายสินค้า</li> <li>ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น <b>ร้อยละ 30</b> จากการป้องกันปัญหาน้ำท่วม</li> </ul>	<p><b>🔗 ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>การหยุดชะงักของการขนส่งสินค้าจากคู่ค้ามายังร้าน 7-Eleven</li> <li>ลูกค้าไม่สามารถเข้ามาเลือกซื้อสินค้าที่ร้าน 7-Eleven</li> <li>ชุมชนโดยรอบร้าน 7-Eleven ประสบภัยน้ำท่วม</li> </ul>
	<p><b>✅ มาตรการรองรับ</b></p> <p>บริษัทออกแบบโครงสร้างร้าน 7-Eleven ให้สามารถป้องกันความเสียหายจากน้ำท่วมภายใต้แนวคิด “ร้านสูบน้ำ” โดยพิจารณาการออกแบบ เช่น การกันน้ำเพิงสูง ออกแบบพื้น และประตูป้องกันแรงดันน้ำ ระบบท่อการติดตั้งปั๊มสูบน้ำ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หากเกิดเหตุน้ำท่วม บริษัทมีการกำหนดแผนรองรับ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>ก่อนเกิดเหตุ (การป้องกันและเตรียมความพร้อม)</b> <p>ติดตามสถานการณ์สภาพภูมิอากาศจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งประเมินความเสี่ยงสถานการณ์ เพื่อให้พนักงานร้านสาขาเตรียมความพร้อมเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ และสินค้าไปยังที่ปลอดภัย พร้อมทั้งเตรียมอุปกรณ์สำหรับกันน้ำเข้ามาภายในร้าน 7-Eleven ตลอดจนจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกแก่พนักงานร้านหากเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมฉับพลัน</p> </li> <li><b>ขณะเกิดเหตุ (การตอบสนองต่อเหตุการณ์)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>หากเกิดน้ำท่วมบริเวณรอบร้าน 7-Eleven จะต้องดำเนินการเฝ้าระวังน้ำเข้าร้าน พร้อมทั้งขนย้ายอุปกรณ์ และสินค้าไปยังพื้นที่ปลอดภัย ตลอดจนรายงานสถานการณ์ต่อศูนย์อำนวยความสะดวกเหตุน้ำท่วม</li> </ul> </li> <li><b>หลังเกิดเหตุ (แผนฟื้นฟูและเยียวยา)</b> <p>บริษัทดำเนินการตรวจเช็คอุปกรณ์ และปรับปรุง พื้นฟูร้าน 7-Eleven ที่ได้รับความเสียหาย พร้อมทั้งเยียวยาพนักงานผู้ได้รับผลกระทบ ตลอดจนจัดหาถุงยังชีพให้แก่ผู้ประสบภัย และให้การช่วยเหลือชุมชน</p> </li> </ul>	
<p><b>ภัยแล้ง / น้ำกร่อย</b></p> 	<p><b>⚠️ ผลกระทบต่อธุรกิจ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>การผลิตและคุณภาพของสินค้าลดลง</li> <li>ผลผลิตทางการเกษตรและวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ขาดแคลน</li> <li>ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ที่เกิดจากตะกอนเกาะ</li> </ul> <p><b>44 ล้านบาท</b></p>	<p><b>🔗 ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ผลผลิตทางการเกษตรและวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ของคู่ค้าลดลง</li> <li>ผู้บริโภคอาจเกิดโรคที่เกี่ยวข้องกับใส่จากการบริโภคสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน</li> </ul>
	<p><b>✅ มาตรการรองรับ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>สั่งซื้อถังน้ำสำรอง เพื่อใช้เก็บน้ำสำรองสำหรับใช้ในกระบวนการผลิต น้ำดื่มและน้ำใช้ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ หรือขาดแคลนน้ำมากกว่า 1 สัปดาห์</li> <li>สั่งซื้อน้ำใช้ เพื่อสำรองน้ำที่ใช้ในการผลิตเฉพาะเครื่องดื่ม ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบการขาดแคลนน้ำ หรือพบปัญหาคุณภาพน้ำ</li> <li>ติดตั้งระบบ Reverse Osmosis (RO) เพื่อปรับสภาพน้ำที่ไม่ได้คุณภาพ อาทิ ความเค็ม ความกระด้าง ให้กลับมาเป็นคุณภาพดี ในพื้นที่ที่มีน้ำเค็ม เช่น ชายทะเล หรือพื้นที่ที่ใช้น้ำบาดาลที่มีความกระด้างของน้ำสูง เป็นต้น</li> <li>ติดตั้งระบบ Air Water เพื่อดึงน้ำในอากาศมาพัฒนาเป็นน้ำดื่มคุณภาพ ใช้ในร้าน 7-Eleven ในพื้นที่ขาดแคลนน้ำดื่ม หรือพื้นที่ความชื้นสัมพัทธ์สูง</li> <li>ให้ความรู้ และคำแนะนำแก่เกษตรกร เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิต โดยเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญ เริ่มตั้งแต่การปรับปรุงผืนดินให้เหมาะกับการเพาะปลูก กระบวนการปลูก การตัดแต่ง การคัดเลือก การวางโรยเมล็ดที่เหมาะสม ตลอดจนสอนการใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยวางระบบเซนเซอร์ ควบคุมการใช้น้ำอัตโนมัติ การบันทึกข้อมูลออนไลน์ และการติดตามควบคุมผลผลิต</li> <li>จัดสรรน้ำที่ผ่านการบำบัดและมีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด กำหนด จากบ่อเก็บน้ำธรรมชาติของโรงงานให้เกษตรกรรอบโรงงาน เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิต</li> </ul>	



## ความเสี่ยงเชิงการเปลี่ยนแปลง (Transition Risks)

ความเสี่ยง	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	
<p><b>กฎระเบียบเรื่องพลาสติก</b></p> 	<p><b>⚠️ ผลกระทบต่อธุรกิจ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ค่าใช้จ่ายในการหาวัสดุทดแทนสูงขึ้นประมาณ <b>215 ล้านบาทต่อปี</b></li> <li>ส่งเสริมชื่อเสียงด้านการจัดการขยะ-พลาสติกและบริการที่ส่งเสริมการตลาดปล่อยก๊าซเรือนกระจก</li> </ul>	<p><b>🔗 ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้มีส่วนได้เสียให้ความเชื่อมั่นด้านการจัดการขยะ-พลาสติกของบริษัท</li> <li>ส่งเสริมลูกค้า ผู้บริโภค และชุมชนในการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ใหม่</li> </ul>
	<p><b>✅ มาตรการรองรับ</b></p> <p>บริษัทเตรียมความพร้อมและดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะ-พลาสติก ปี 2561-2573 โดยประยุกต์กรอบการดำเนินงานของ Extended Producer Responsibility (EPR) เพื่อขับเคลื่อนการลดมลพิษจากพลาสติกซึ่งเกิดจากการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท ตลอดจนมุ่งสู่การเป็นผู้นำในการลดใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ผ่านการดำเนินโครงการกลยุทธ์การบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์และขยะ-พลาสติกอย่างยั่งยืน ตลอดจนจัดกิจกรรมจิตอาสา อาทิ โครงการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีการผลิตและการออกแบบด้วยแนวคิด Eco-Design โครงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมการนำกลับมาใช้ใหม่ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โครงการเรียกคืนบรรจุภัณฑ์ (Take-Back) โครงการส่งเสริมผู้บริโภค ลด เลิกใช้พลาสติก และโครงการรีไซเคิล</p> <p>(อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บทกการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 64-79)</p>	
<p><b>การตลาด</b></p> 	<p><b>⚠️ ผลกระทบต่อธุรกิจ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>เกิดนวัตกรรมใหม่ที่เป็นผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ</li> <li>เจาะตลาดลูกค้ากลุ่มใหม่</li> <li>ช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจ สร้างรายได้และกำไรที่ส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว</li> <li>ส่งเสริมชื่อเสียงด้านบริการที่ส่งเสริมการตลาดปล่อยก๊าซเรือนกระจก</li> </ul>	<p><b>🔗 ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้มีส่วนได้เสียรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์บริษัทในเชิงบวก</li> <li>ส่งเสริมผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> </ul>
	<p><b>✅ มาตรการรองรับ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญต่อการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิตสินค้า ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบไปจนถึงกระบวนการผลิต การขนส่ง การนำไปใช้ และการกำจัดซาก</li> <li>ขอการรับรองขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (Thailand Greenhouse Gas Management Organization: TGO) เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภค</li> </ul>	
<p><b>ชื่อเสียง</b></p> 	<p><b>⚠️ ผลกระทบต่อธุรกิจ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ความต้องการสินค้าและบริการลดลงจากการรับรู้ภาพลักษณ์ของบริษัทในแง่ลบ</li> <li>ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียต่อผลิตภัณฑ์ บริการและแนวทางการดำเนินงาน อาจส่งผลต่อชื่อเสียงและมูลค่าของแบรนด์</li> </ul>	<p><b>🔗 ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้มีส่วนได้เสียรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์บริษัทในเชิงบวก</li> <li>ส่งเสริมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้บริโภค</li> </ul>
	<p><b>✅ มาตรการรองรับ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดนโยบาย และเป้าหมายการดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> <li>กำหนดกลยุทธ์ “เซเว่น โก กรีน (7 Go Green)” และโครงการเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม</li> <li>นำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมมาป็นใช้กับธุรกิจ</li> <li>จัดกิจกรรมการตลาดหรือสร้างแคมเปญเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง อาทิ แคมเปญ “รวมพลัง คนไทย เลิกใช้ถุงพลาสติก”</li> </ul>	



## กลยุทธ์เขว่น โท กรีน (7 Go Green)

กลยุทธ์ เขว่น โท กรีน (7 Go Green) มีจุดมุ่งหมายสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน สังคม และประเทศชาติ ผ่านการดำเนินงานที่หลากหลาย อาทิ การลดการใช้พลังงาน การขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคและชุมชน ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ลด เลิกการใช้ และคัดแยกบรรจุภัณฑ์พลาสติกภายหลังอุปโภคบริโภคแล้ว ซึ่งส่งผลให้

เกิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตลอดจนสร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่ชุมชน พร้อมทั้งสื่อสารผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมด้วยความโปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถตรวจสอบผลการดำเนินงานได้ภายใต้โครงการเปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่าน CDP โดยกลยุทธ์เขว่น โท กรีน มีแนวคิดริเริ่มที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมใน 4 แนวทาง ดังนี้



### 1. Green Store

การบริหารจัดการร้านที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



### 2. Green Logistic

การขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



### 3. Green Packaging

การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



### 4. Green Living

การปลูกจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม

## การบริหารจัดการร้านที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store)

บริษัทมุ่งจัดสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร รวมถึงการนำพลังงานกลับมาใช้ซ้ำตามหลักการหมุนเวียน ทั้งในเรื่องของการออกแบบอาคาร การก่อสร้าง และบริหารจัดการพลังงานให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนปรับปรุงระบบและอุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ครอบคลุมพื้นที่ดำเนินการร้าน 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ดและโรงงานผลิต ผ่านโครงการที่สนับสนุนกลยุทธ์ ดังนี้



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดการใช้พลังงาน  
**206,281.10** เมกะวัตต์-ชั่วโมง



ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้  
**120,439.68**  
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น  
**2,800,922** ต้น



1. การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการพลังงาน



2. เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน



3. ปรับปรุงระบบทำความเย็นและการใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



4. ปลูกจิตสำนึกปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงาน

### การขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistic)

พัฒนาศูนย์กระจายสินค้าสีเขียว ทั้งในการออกแบบ การขนส่ง และการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคผ่านโครงการสนับสนุนกลยุทธ์ ดังนี้

- 1. เพิ่มสัดส่วนรถไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) ในระบบการขนส่ง
- 2. ระบบการขนส่งสีเขียว ปรับเส้นทางปรับเปลี่ยนขนาดรถ



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

- ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **15.78** ล้านบาทต่อปี
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **1,427.75** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **33,203** ต้น



อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บทประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร หน้า 60

### การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Packaging)

วางแผนจัดการบรรจุภัณฑ์ครอบคลุมตั้งแต่การออกแบบ การใช้งาน และการจำหน่าย รวมไปถึงการทำจัดหรือหมุนเวียนนำมาใช้ใหม่ อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า เพิ่มยอดขายให้บริษัทและสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยมีแนวทางการดำเนินงาน 3 รูปแบบ ดังนี้



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

- ลดการใช้พลาสติก **35,237.12** ตัน
- ลดการใช้กระดาษ **1,200.71** ตัน
- ลดปริมาณการสร้างขยะจากการใช้สติ๊กเกอร์ หลอด และกระดาษหุ้มหลอด **480** ล้านชิ้น
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **391,736.36** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **9,110,147** ต้น

- 1. ลดการใช้พลาสติก ณ แหล่งกำเนิด พัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์แบบคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน และการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม สำหรับสินค้าในการควบคุมของบริษัท (Private Brand)
- 2. ลด และทดแทนการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ณ ขั้นตอนการบริโภค ส่งเสริมผู้บริโภคและพนักงาน ด้วยแนวคิด "ลดรับ ลดให้ = ลดใช้"
- 3. ลดขยะบรรจุภัณฑ์ทั้งพลาสติกและไม่ใช่พลาสติก สู่การฝังกลบ หลังการอุปโภคบริโภค สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา คิดแยก และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled)

อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 64-79

## การสร้างจิตสำนึก รักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Living)

ร่วมมือกับ ลูกค้า ชุมชน NGOs หน่วยงานภาครัฐ องค์กรระดับสากล และระดับท้องถิ่น ดำเนินโครงการที่หลากหลายเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีอย่างยั่งยืนให้กับชุมชน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



จุดคิดแยกขยะ  
จำนวน **12,247** จุด  
ทั่วประเทศ



ลดขยะอาหารสู่การฝังกลบ  
**16,260.86** ตันต่อปี



ส่งมอบอาหารส่วนเกินกว่า  
**1,181,779.73** มื้ออาหาร  
ให้กับ **244** ชุมชน



ปลูกต้นไม้สะสม **204,950** ต้น



ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้  
**711.88** ตันคาร์บอนไดออกไซด์  
เทียบเท่า หรือเทียบเท่าการปลูกไม้ยืนต้น  
**16,555** ต้น (คำนวณจากการ  
ส่งมอบอาหารส่วนเกินให้มูลนิธิ)



1. สร้างจิตสำนึก  
ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม  
การบริโภค



2. ลดอาหารส่วนเกิน  
อาหารสร้างบุญ



3. ลดขยะ- เพิ่มประโยชน์  
คิดแยกขยะ  
รวบรวมส่งต่อไปรีไซเคิล



4. เพิ่มพื้นที่สีเขียว  
ปกป้อง พื้นฟูระบบนิเวศ

อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บทการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน หน้า 80-92 บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 64-79 และบทการปกป้องพื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ หน้า 166-175

นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดกิจกรรมชดเชยคาร์บอน (Carbon Offsetting) เพื่อทำให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากองค์กรสุทธิเป็นศูนย์หรือที่เรียกว่า Carbon Neutral ผ่านการดำเนินงาน ดังนี้



โครงการพัฒนาและสรรหาผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม  
(ต่อเนื่อง)

บริษัท ซีพีแรม จำกัด และบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้ความสำคัญต่อการลดก๊าซเรือนกระจกตลอดกระบวนการผลิตสินค้าโดยดำเนินการประเมินการปล่อยและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากการผลิตผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การได้มาของวัตถุดิบ จนเข้าสู่กระบวนการผลิต การขนส่ง การนำไปใช้ และการกำจัดซาก พร้อมทั้งดำเนินการขอรับรองการขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) โดยในปี 2565 บริษัทดำเนินการขึ้นทะเบียนรับรองฉลากสินค้าคาร์บอน (Carbon footprint product label) จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ และดำเนินการขึ้นทะเบียนฉลากลดการปล่อยคาร์บอน (Carbon footprint reduction label) จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ สร้างยอดขายกว่า 844 ล้านบาท







## ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และทรัพยากร



คุณวิเชียร จังวิโรจน์

กรรมการผู้จัดการ (ร่วม)  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

“ซีพี ออลล์ มุ่งสร้างความยั่งยืน ด้วยการจัดสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร รวมถึงการจัดการด้านพลังงานให้มีประสิทธิภาพ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การออกแบบร้านค้า การปรับปรุงระบบและอุปกรณ์ และรณรงค์ส่งเสริมเชิงพฤติกรรมในการสร้างจิตสำนึกให้พนักงาน ร่วมอนุรักษ์พลังงาน พร้อมพัฒนานวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ในปี 2573 และให้เป็นศูนย์ (Net Zero) ในปี 2593”



### สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



**SDG6** สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัยสำหรับทุกคนและมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน

6.3 ยกระดับคุณภาพน้ำโดยลดมลพิษ จัดการกักขังและลดการปล่อยสารเคมีและวัสดุอันตราย ลดสัดส่วนน้ำเสียที่ไม่ผ่านกระบวนการลงครั้งหนึ่งและเพิ่มการนำกลับมาใช้ใหม่

6.4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในทุกภาคส่วนและสร้างหลักประกันว่าจะมีการใช้น้ำ และจัดหาน้ำที่ยั่งยืน เพื่อแก้ไขปัญหาคาขาดแคลนน้ำและลดจำนวนประชาชนที่ประสบความทุกข์จากการขาดแคลนน้ำ



**SDG7** สร้างหลักประกันให้ทุกคนสามารถเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ที่ยั่งยืนในราคาที่ยอมเยา

7.2 เพิ่มสัดส่วนของพลังงานทดแทนในการผสมผสานการใช้พลังงานของโลก

7.3 เพิ่มอัตราการปรับปรุง ประสิทธิภาพการใช้ พลังงานของโลกให้เพิ่มขึ้น



**SDG12** สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ



**SDG13** เร่งต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น

13.1 เสริมภูมิคุ้มกันและขีดความสามารถในการปรับตัวต่ออันตรายและภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศในทุกประเทศ



### ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สังคม ชุมชน



ลูกค้า ผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการ



สังคม ชุมชน


การจัดหาวัตถุดิบ  
สรรหาสินค้าและบริการ

การผลิต วิจัยและพัฒนาสินค้า

การจัดส่งและกระจายสินค้า

การตลาดและการจัดจำหน่าย  
สินค้าและบริการ

การรับมือคอบคอบลูกค้า  
และบริการหลังการขาย



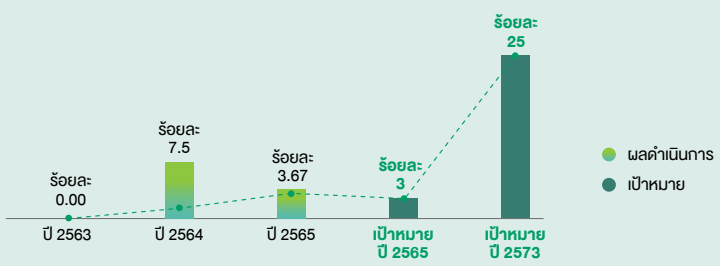
### เป้าหมายปี 2573

ควบคุมการเติบโตการใช้พลังงานรวมสุทธิ (Final Energy) ให้ลดลงเปรียบเทียบกับกรณีปกติ (Business-as-usual, BAU)

## ร้อยละ 25

### ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : ร้อยละ)



ปี	ร้อยละ
ปี 2563	ร้อยละ 0.00
ปี 2564	ร้อยละ 7.5
ปี 2565	ร้อยละ 3.67
เป้าหมายปี 2565	ร้อยละ 3
เป้าหมายปี 2573	ร้อยละ 25

● ผลดำเนินการ  
● เป้าหมาย

### ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2565

 <p>ลดการใช้พลังงานในกระบวนการขนส่งสินค้าและชีวิต-ชั่วโมง</p> <h2>209,491.33</h2>	 <p>ปริมาณพลังงานจากการใช้พลังงานหมุนเวียน</p> <h2>446,950.71</h2> <p>กิกะจูล เทียบเป็นร้อยละ <b>3.34</b> จากการใช้พลังงานทั้งหมด</p>	 <p>ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้</p> <h2>53,672.00</h2> <p>ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า จากการใช้พลังงานหมุนเวียน</p>	 <p>ความเข้มข้นการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้</p> <h2>22.04</h2> <p>ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท</p>	 <p>สัดส่วนการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำต่อปริมาณน้ำที่นำมาใช้ทั้งหมด</p> <h2>ร้อยละ 0.02</h2>	 <p>ประเมินความเสี่ยงด้านน้ำของพื้นที่ดำเนินการบริษัท และคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers)</p> <h2>ร้อยละ 100</h2>	 <p>สถาบันการจัดการปัญหามลพิษ วิทยาเขต อีซี อากาศ SKY BRIGHT CENTER รับรางวัล ASEAN Energy Awards ปี 2565 รองชนะเลิศอันดับ 2 และรับรางวัล THAILAND ENERGY AWARDS ปี 2565 ระดับดีเด่น</p>
--	--	---	--	---	--	---

### การดำเนินงานที่สำคัญปี 2565

 <p>โครงการใช้รถไฟฟ้า (EV) ในกระบวนการขนส่งสินค้าและให้บริการเดลิเวอรี่</p>	 <p>โครงการเนื่องการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ชนิดติดตั้งบนหลังคา (Solar PV Rooftop)</p>	 <p>โครงการอนุรักษ์น้ำ</p>	 <p>โครงการสร้างการมีส่วนร่วมกับคู่ค้าและพนักงานในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม</p>	 <p>โครงการต่อเนื่องประเมินความเสี่ยงด้านสภาวะขาดแคลนน้ำของพื้นที่ดำเนินการของบริษัท</p>	 <p>โครงการต่อเนื่องประเมินความเสี่ยงด้านสภาวะขาดแคลนน้ำของพื้นที่ดำเนินการของคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier)</p>
--	---	---	---	---	--

## ความเสี่ยงและโอกาส

พลังงานถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น พลังงานในเครื่องใช้ไฟฟ้า พลังงานในการคมนาคม พลังงานเพื่อการผลิตและการบริการ เป็นต้น ในปัจจุบันปริมาณความต้องการใช้พลังงานมีเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น และการขยายตัวของเศรษฐกิจ ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายด้านพลังงานมีราคาสูงขึ้น นอกจากนี้ การใช้พลังงานที่ใช้แล้วหมดไปยังเป็นสาเหตุของการเกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นภัยคุกคามต่อสิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะในด้านสุขภาพและการดำรงชีวิต อันมีสาเหตุมาจากการขาดแคลนอาหารและน้ำดื่มที่สะอาดอย่างไรก็ตาม บริษัทได้เตรียมพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยการพัฒนาเทคโนโลยีด้านพลังงานสะอาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการผลิตไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม พลังงานความร้อนใต้พิภพ พลังงานชีวมวล

เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการน้ำ ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตและการดำเนินธุรกิจ ขณะเดียวกันยังใช้เป็นแหล่งพลังงานหมุนเวียนที่สำคัญในอนาคต ดังนั้น บริษัทจึงมุ่งบริหารจัดการพลังงาน สนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียน เพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ และบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงการละเมิดสิทธิชุมชนในการกระจายหรือเข้าถึงทรัพยากรน้ำที่สะอาด รวมถึงความเสี่ยงจากการใช้น้ำจากแหล่งที่มีความเสี่ยงขาดแคลนน้ำ เพื่อป้องกันการขาดแคลนน้ำในชุมชนโดยรอบ ตลอดจนสนับสนุนโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำอนุรักษ์น้ำ และโครงการสนับสนุนที่ช่วยลดความรุนแรงของผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติและเศรษฐกิจ รวมถึงสิทธิมนุษยชน



## แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทดำเนินการจัดการพลังงานในระดับประเทศร่วมกับทุกภาคส่วนในสังคม ผ่านกลยุทธ์ “เซเวน โท กรีน (7 Go Green)” อย่างต่อเนื่อง โดยยกระดับการบริหารจัดการลดใช้พลังงานและการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงานตามมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 และดำเนินงานตามเป้าหมายเชิงรุกมากยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ บริษัทมุ่งสนับสนุนโครงการภายใต้กลยุทธ์ 7 Go Green อาทิ การบริหารจัดการร้านที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store) การดำเนินงานด้านการขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistic) การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Packaging) และการสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Living) พร้อมกันนี้ บริษัทดำเนินงานด้านการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่อุปทานควบคู่ไปกับการจัดการด้านพลังงาน โดยการจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการขาดแคลนทรัพยากรน้ำการเพิ่มสัดส่วนการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ และใช้ซ้ำ รวมถึงการส่งเสริมความตระหนักรู้เรื่องการใช้ร่างกายในองค์กรและชุมชนโดยรอบ

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ราคาน้ำมันดิบในปัจจุบัน ที่มีแนวโน้มผันผวนอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยต่างๆ อาทิ ความไม่มั่นคงของเสถียรภาพทางการเมือง ในหลายภูมิภาคทั่วโลก ความผันผวนของค่าเงิน และการเก็งกำไรของตลาดโลก ทำให้ภาพรวมราคาน้ำมันในประเทศไทยปรับเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตของผู้ประกอบการในประเทศไทย ดังนั้น บริษัทได้เพิ่มอัตราส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน และพัฒนาเทคโนโลยีด้านพลังงานสะอาด รวมถึงดำเนินงานด้านการอนุรักษ์พลังงาน และทรัพยากรธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเพิ่มขีดความสามารถการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาองค์กร



## สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

### พลังงานที่ใช้ทั้งหมด\* (กิกะจูล)

2563	9,359,865.15
2564	12,071,157.64
2565	13,379,991.59

### ปริมาณการใช้ทั้งหมด (กิกะจูล) จำแนกตามประเภท\*

พลังงานหมุนเวียน	47,897.78
พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	12,582,707.26
พลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	749,386.56

### ความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้\* (กิกะจูลต่อล้านบาท)

2563	22.60
2564	20.55
2565	15.69

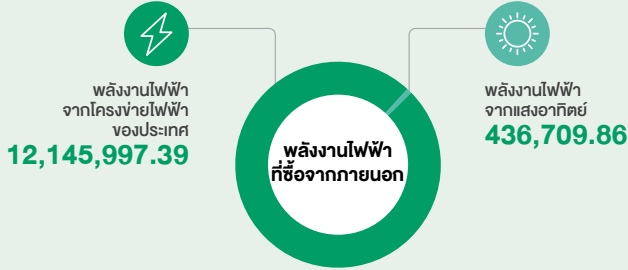
\*หมายเหตุ : ข้อมูลที่รายงานครอบคลุมผลการดำเนินการกลุ่ม ซีพี ออลล์



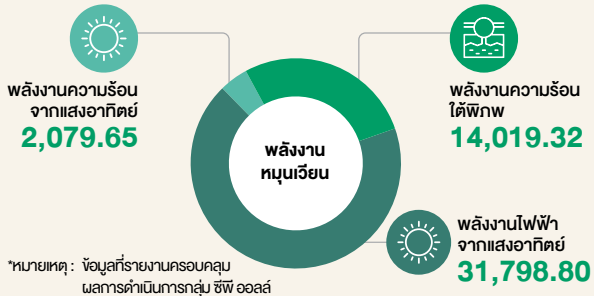


## สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

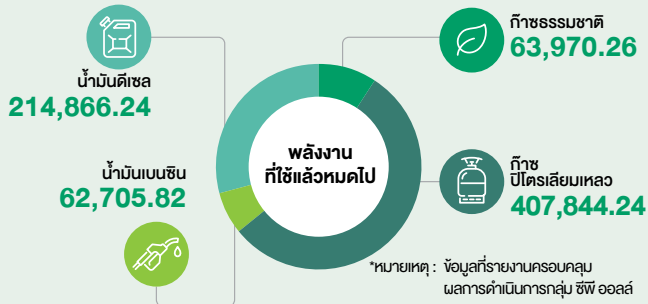
### ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก\* (กิกะจูล)



### ปริมาณพลังงานหมุนเวียน\* (กิกะจูล)

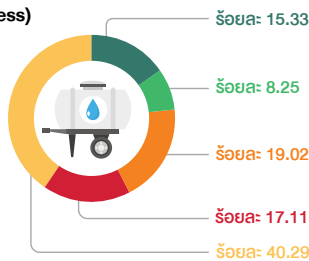


### ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป\* (กิกะจูล)

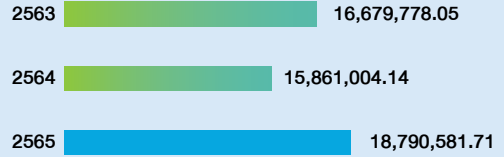


### สัดส่วนปริมาณการใช้จากแหล่งที่มีความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำ (Water Stress) พื้นที่ดำเนินการของบริษัท

- ระดับสูงมาก (Extremely High)
- ระดับสูง (High)
- ระดับปานกลางถึงสูง (Medium-High)
- ระดับต่ำถึงปานกลาง (Low-Medium)
- ระดับต่ำ (Low)



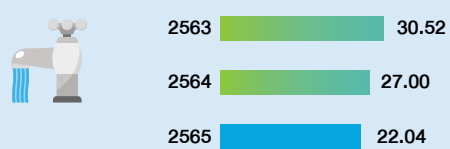
### ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด (ลูกบาศก์เมตร)



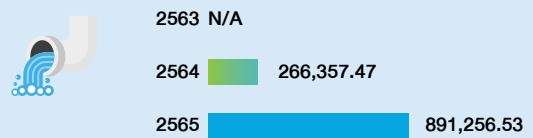
### ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด (ลูกบาศก์เมตร) จำแนกตามแหล่งที่มา



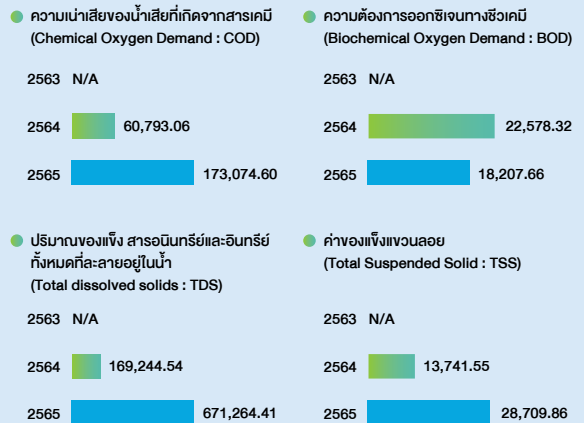
### ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ (ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท)



### ปริมาณน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด (ลูกบาศก์เมตร)



### คุณภาพน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด (กิโลกรัม)



หมายเหตุ : ปริมาณน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด เป็นค่าการตรวจวัดตามที่กฎหมายกำหนด และมีขอบเขตข้อมูลเฉพาะบริษัท ซีพีแรม จำกัด และ พื้นที่ดำเนินการศูนย์กระจายสินค้าบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



## ร้าน ศูนย์จำหน่าย ศูนย์กระจายสินค้า และโรงงานผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store)

บริษัทดำเนินงานด้านการจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม เซเวน โก กรีน (7 Go Green) มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งสามารถช่วยลดต้นทุนด้านพลังงาน และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจอีกด้วย ในปี 2565 มีโครงการที่สนับสนุนกลยุทธ์ Green Store ดังนี้



เพิ่มประสิทธิภาพ  
การจัดการพลังงาน



เพิ่มสัดส่วนการใช้  
พลังงานหมุนเวียน



ปรับปรุงระบบทำความเย็น  
และใช้สารทำความเย็น  
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม




ปลูกจิตสำนึก  
ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม  
ของพนักงาน



### โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการพลังงาน

โครงการหลัก	ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ		ผลดำเนินการปี 2565
1. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ไฟฟ้า	<p>เปลี่ยนหลอดไฟเป็นแอลอีดี (LED) ประสิทธิภาพสูง ทดแทนหลอดไฟชนิดเก่า ซึ่งให้ประโยชน์ด้านความทนทาน ปลอดภัย ไม่เป็นอันตราย อายุการใช้งานยาวนาน ให้แสงสว่างที่มีคุณภาพ และประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา</p> 	ร้าน 7-Eleven		<b>1,272</b> สาขา เปลี่ยนหลอดไฟให้แสงสว่าง ประสิทธิภาพสูง
				ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน <b>5.45</b> ล้านบาทต่อปี
				ลดการใช้ไฟฟ้า <b>95.16</b> กิโลวัตต์-ชั่วโมง ต่อสาขาต่อปี
				ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>590</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
		ศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven		<b>20</b> ศูนย์กระจายสินค้า เปลี่ยนหลอดไฟให้แสงสว่าง ประสิทธิภาพสูง
				ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน <b>25.5</b> ล้านบาทต่อปี
				ลดการใช้ไฟฟ้า <b>6,392,000</b> กิโลวัตต์-ชั่วโมง
				ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>2,972</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
		ศูนย์จำหน่ายสินค้า แม็คโคร		<b>17</b> สาขา เปลี่ยนหลอดไฟให้แสงสว่าง ประสิทธิภาพสูง
				ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานเทียบกับปี 2564 ได้ <b>17.87</b> ล้านบาท
				ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>4,365</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
		ศูนย์จำหน่ายสินค้า โลตัส		<b>112</b> สาขา เปลี่ยนหลอดไฟให้แสงสว่าง ประสิทธิภาพสูง
				ลดการใช้ไฟฟ้า <b>10,223,187</b> กิโลวัตต์-ชั่วโมง
				ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>5,418</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการหลัก	ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ		ผลดำเนินการปี 2565
	<p>ติดตั้งเครื่องปรับแรงดันอัตโนมัติ (AVR: Automatic Voltage Regulator) เพื่อปรับลดแรงดันไฟฟ้าจากแหล่งจ่ายการไฟฟ้าให้อยู่ในค่าที่เหมาะสมและคงที่ ซึ่งสามารถประหยัดพลังงานจากความสูญเสียทางไฟฟ้าที่ระดับแรงดันเกินความจำเป็น</p>	ศูนย์จำหน่ายสินค้า โลตัส และโลตัส โทพัส		<p><b>415</b> สาขา ติดตั้งเครื่องปรับแรงดันไฟฟ้าอัตโนมัติ</p> <p>ลดการใช้ไฟฟ้ารวม <b>7,600,725</b> กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี</p> <p>ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>4,028</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า</p>
	<p>ติดตั้งระบบจัดการพลังงาน (Building Energy Management System: BEMS) เป็นระบบการจัดการเปิด-ปิดเครื่องจักรหลักในอาคารเพื่อผลประหยัดสูงสุด ตรวจสอบความผิดปกติการใช้พลังงานจากมิเตอร์ไฟฟ้าและอุปกรณ์ตรวจจับ (Sensor), รวมถึงใช้เป็นฐานข้อมูลจัดเก็บค่าพลังงานสำหรับกรวิเคราะห์และประเมินการจัดการพลังงาน</p>	โลตัส โทพัส		<p><b>390</b> สาขา ติดตั้งระบบจัดการพลังงาน</p> <p>ลดการใช้ไฟฟ้ารวม <b>4,177,918</b> กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี</p> <p>ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>2,214</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า</p>
	<p>ออกแบบอาคารให้เป็นอาคารประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการใช้ระบบควบคุมอัตโนมัติ (Building Automation System: BAS) ควบคุมการบริหารการใช้พลังงาน เก็บข้อมูลประมวลผลการทำงานของระบบต่าง ๆ เพื่อการใช้พลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า</p>	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตอิมอี อาคาร SKY BRIGHT CENTER		<p>ใช้พลังงานไฟฟ้า <b>361,377</b> กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี</p>
<p><b>2. เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน อาทิ พลังงานแสงอาทิตย์ จากโซลาร์รูฟท็อป พลังงานความร้อนใต้พิภพ</b></p>	<p>ดำเนินการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป ที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคาซึ่งเป็นพลังงานสะอาด ช่วยลดภาวะโลกร้อน ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม</p> 	ร้าน 7-Eleven		<p><b>2,669</b> สาขา เพิ่มสัดส่วนพลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป</p> <p>ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป <b>23,702.24</b> เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี</p> <p>ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>10,547.50</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า</p>
ศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven		<p><b>19</b> สาขา เพิ่มสัดส่วนพลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป</p> <p>ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป <b>8,016</b> เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี</p> <p>ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>3,719</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า</p>		
ศูนย์จำหน่ายสินค้า แม็คโคร		<p><b>52</b> สาขา เพิ่มสัดส่วนพลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป</p> <p>ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป <b>39,502.18</b> เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี</p> <p>ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>19,747</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า</p>		
ศูนย์จำหน่ายสินค้า โลตัส และศูนย์กระจายสินค้า		<p><b>105</b> สาขา เพิ่มสัดส่วนพลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป</p> <p>ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป <b>42,297</b> เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี</p> <p>ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>22,417</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า</p>		
โรงงานผลิต ซีพีแรม		<p><b>7</b> สาขา เพิ่มสัดส่วนพลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป</p> <p>ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป <b>6,321.30</b> เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี</p> <p>ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>2,812.98</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า</p>		



โครงการหลัก	ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ		ผลดำเนินการปี 2565
	การนำพลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์ (Solar Water Tube) มาใช้ในกระบวนการผลิต น้ำร้อนอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า และก๊าซธรรมชาติที่ใช้ในกระบวนการผลิต เช่น ในกระบวนการต้มน้ำ และระบบทำน้ำร้อน	โรงงานผลิต ซีพีแรม (ลาดกระบัง)		ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ <b>420,000</b> กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
	การนำพลังงานความร้อนจากน้ำร้อนใต้ดินที่มี อุณหภูมิเฉลี่ย 50 องศาเซลเซียส ตามธรรมชาติ มาใช้ล้างอุปกรณ์ในกระบวนการผลิต ซึ่งสามารถ ใช้ทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้าในขั้นตอนของ การอุ่นน้ำได้	โรงงานผลิต ซีพีแรม (ลาดหลุมแก้ว)		ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ <b>352,510</b> กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
				ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>186.90</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
				ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ <b>352,510</b> กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
				ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>156.87</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
<b>3. ปรับปรุงระบบ ทำความเย็นและใช้ สารทำความเย็น ที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ติดตั้งเครื่องปรับอากาศเพดาน (air ceiling) โดยพัฒนาประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ที่ได้รับรองฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ระดับ 3 ดาว จาก กฟผ. ซึ่งเป็นระดับสูงสุดของระบบ อินเวอร์เตอร์ <b>2,052</b> สาขา</li> <li>ติดตั้งเครื่องปรับอากาศฝังฝ้า (air cassette) โดยพัฒนาประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ที่ได้รับรองฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ระดับ 3 ดาว จาก กฟผ. ซึ่งเป็นระดับสูงสุดของระบบ อินเวอร์เตอร์ <b>3,808</b> สาขา</li> <li>ปรับปรุงระบบทำความเย็นของตู้แช่เย็น (Open Showcase) ประสิทธิภาพสูง เป็นแบบ รวมศูนย์ 2 เครื่องต่อคอยล์ร้อน 1 เครื่อง <b>833</b> สาขา</li> <li>ใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม R32 <b>1,465</b> สาขา</li> <li>โครงการประหยัดพลังงานปรับค่าพารามิเตอร์ อุปกรณ์ให้เหมาะสมกับการจัดเก็บสินค้า ในสถานการณ์ปัจจุบัน (Set point reduction) <b>778</b> สาขา ร้าน 7-Eleven</li> </ol>	ร้าน 7-Eleven		ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน <b>174</b> ล้านบาทต่อปี
				ลดการใช้ไฟฟ้า <b>3,043.92</b> กิโลวัตต์-ชั่วโมง ต่อสาขาต่อปี
				ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>18,873</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
	เปลี่ยนเครื่องทำความเย็น (Chiller) ระบบปรับอากาศ ที่มีประสิทธิภาพสูงชนิด Variable Speed Drive	ศูนย์จำหน่ายสินค้า แม็คโคร		<b>3</b> สาขา เปลี่ยนเครื่องทำความเย็น (Chiller) ระบบปรับอากาศที่มีประสิทธิภาพสูงชนิด Variable Speed Drive
				ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>1,950</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
	บริหารจัดการระบบทำความเย็นและสารทำความเย็น ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของระบบตู้แช่อาหารสด			<b>49</b> สาขา บริหารจัดการระบบทำความเย็น และสารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ของระบบตู้แช่อาหารสด
				ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>4.09</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
	ใช้สารทำความเย็น Solstice N40 (R-448A) ซึ่งสาร ดังกล่าวจะช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และใช้พลังงานน้อยกว่าถึงร้อยละ 64 มีค่า GWP อยู่ที่ 1,273 ถือว่าเป็นสารทำความเย็นไม่ติดไฟที่มี ค่า GWP ต่ำสุดในปัจจุบัน	ศูนย์จำหน่ายสินค้า โลตัส และโลตัส โกเฟรช		<b>1,295</b> สาขา ใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อมในระบบตู้แช่อาหารสด
				ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>18,550</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
	เปลี่ยนเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน (AC split type fixed speed) เป็นเครื่องปรับอากาศ ประสิทธิภาพสูง VRF (Variable Refrigerant Flow, SEER = 18) ซึ่งระบบใหม่สามารถปรับลดการทำงานของเครื่องตามสภาวะไหลลดอุณหภูมิใช้งานจริง ในสาขา	ศูนย์จำหน่ายสินค้า โลตัส และโลตัส โกเฟรช		ซูเปอร์มาร์เกต <b>36</b> สาขา เปลี่ยนเครื่องปรับอากาศ VRF ประสิทธิภาพสูง
				ลดการใช้ไฟฟ้ารวม <b>2,684,246</b> กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
				ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>1,423</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการหลัก	ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ		ผลดำเนินการปี 2565
4. <b>ปลูกจิตสำนึก ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงาน</b>	โครงการ “Idea ดี มีรางวัล” ส่งเสริมให้พนักงานร้านและเจ้าของร้านสตรีบิซิเนสพาร์ทเนอร์ ส่งไอเดียการประหยัดพลังงานเข้าร่วมประกวด	ร้าน 7-Eleven	 	<b>2,554</b> จำนวนไอเดียที่พนักงานส่งเข้าร่วม สร้างมูลค่าประหยัดพลังงานรวมกว่า <b>61.52</b> ล้านบาทต่อปี
	รณรงค์ปลูกจิตสำนึกร่วมกับพนักงานโดยจัดทำโครงการประหยัดพลังงาน อาทิ สดระยะเวลาการเปิด-ปิดเครื่องปรับอากาศ วันละ 2 ชั่วโมง ปรับระยะห่างของดวงไฟทางเดิน และนำรูปแบบการทำงานแบบผสมผสาน (Hybrid Working) กำหนดให้วันปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่ นับรวมแล้วอย่างน้อย 3 วัน ต่อสัปดาห์ จากเดิม 5 วันต่อสัปดาห์ รวมถึงมีการประชุมผ่านระบบออนไลน์ เพื่อลดการเดินทางและประหยัดการใช้พลังงานภายในอาคารสำนักงาน	สำนักงาน แม็คโคร	 	ประหยัดการใช้พลังงานภายในอาคารสำนักงาน ลดการเดินทาง
	จัดกิจกรรมรณรงค์การสร้างความตระหนักเรื่องพลังงาน (Energy Awareness) อาทิ Energy Day การแข่งขันการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในระดับกลุ่มสาขา	ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส และโลตัส โกฟรช	 	จำนวนพนักงานระดับผู้จัดการสาขา Lotus's go fresh และช่างอาคารเข้าร่วมโครงการมากกว่า <b>1,600</b> ราย ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า <b>1,046,000</b> กิโลวัตต์-ชั่วโมง เปรียบเทียบก่อนเข้าร่วมโครงการลดลงร้อยละ <b>0.5-1.0</b>

โครงการทั้งหมดที่กล่าวมานอกจากส่งผลให้ความเข้มข้นของการใช้พลังงานลดลงแล้ว ยังส่งผลให้ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ลดลงด้วยเช่นกัน





## การขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistic)

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้สานต่อนโยบายเพื่อพัฒนาระบบการขนส่งและการกระจายสินค้าให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยดำเนินการจัดการพลังงานเพื่อลดการใช้เชื้อเพลิงในการขนส่งและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ภายใต้กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม เซเว่น โท กรีน (7 go green) ในปี 2565 มีโครงการที่สนับสนุนกลยุทธ์ Green Logistic ดังนี้

### โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

โครงการหลัก	ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ		ผลดำเนินการปี 2565
ส่งเสริมการใช้รถไฟฟ้า	ใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า (EV Bike) สำหรับส่งสินค้า บริการเซเว่นเดลิเวอรี่ (7Delivery) ใช้พลังงานไฟฟ้า ร้อยละ 100 ไม่ปล่อยมลพิษทางอากาศ ติดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้า (ต่อเนื่อง) พื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven	ร้าน 7-Eleven		ใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าทั้งหมด <b>1,004</b> คัน ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>1,027</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า สถานีชาร์จรถไฟฟ้า <b>24</b> สถานี
	โครงการทดลองรถบรรทุก 4 ล้อ ที่ใช้พลังงานไฟฟ้า อย่างเดียว หรือเรียกว่า EV (Electric Vehicle) สำหรับขนส่งสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าไปร้าน 7-Eleven พื้นที่ชลบุรี จำนวน 1,300 สาขา	ศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven คลังเบเกอรี่ และคลังแห่งชลบุรี		ใช้รถบรรทุก 4 ล้อ พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด <b>5</b> คัน ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>400.75</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
	เปลี่ยนรถบรรทุกขนส่งที่ใช้น้ำมันดีเซล มาเป็นรถไฟฟ้า (EV) ที่ใช้ระบบไฟฟ้าแบบเติมรูปแบบ นำร่องใช้ในการขนส่งกระจายสินค้าประเภทเบเกอรี่ ใน 21 เส้นทางของกรุงเทพฯ	ศูนย์จำหน่ายสินค้า โลตัส		ใช้รถบรรทุกไฟฟ้าทั้งหมด <b>4</b> คัน ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>24.7</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ส่งเสริมระบบการขนส่งสีเขียว	ปรับเปลี่ยนขนาดรถขนส่งจากรถบรรทุก 4 ล้อ ธรรมดา เป็น 4 ล้อจับไม้ ซึ่งสามารถบรรจุได้มากขึ้น ต่อเที่ยว ร้อยละ 30 รวมถึงนำไปโปรแกรมจัดเส้นทาง การขนส่ง เรียกว่า Territory Planner (TP) ใช้กำหนดเส้นทางขนส่ง เพื่อลดระยะทางขนส่ง ต่อเที่ยวและประหยัดเชื้อเพลิง	ศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven		ลดระยะทางการขนส่งได้ ร้อยละ <b>5-20</b>





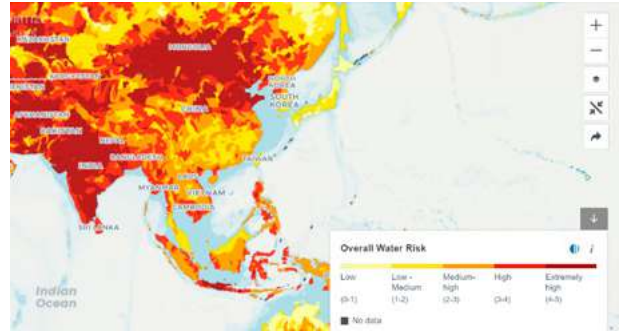
## การจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน

เนื่องจากน้ำเป็นทรัพยากรหลักที่สำคัญต่อสิ่งมีชีวิต และการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงมุ่งดำเนินการบริหารจัดการดูแลทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบจากการขาดแคลนน้ำ ผ่านโครงการดังนี้



### การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำ ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

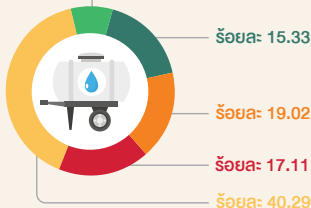
ระบบน้ำประปาทั่วประเทศ ถือเป็นแหล่งน้ำหลักที่บริษัทนำมาใช้ในงานทั่วไป เช่น ใช้ในงานซักล้าง งานดูแลความสะอาด และนำมาใช้ในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ ยังมีการใช้น้ำบาดาลในบางพื้นที่ที่มีการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซีพีแรม จำกัด และบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นการป้องกันและลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนน้ำในพื้นที่ชุมชนรอบข้าง ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัทได้ดำเนินการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการประเมินความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำ (Water Stress) ด้วยเครื่องมือ Aqueduct ของ World Resource Institute ครอบคลุมทุกพื้นที่การดำเนินธุรกิจ ซึ่งผลการประเมินความเสี่ยงพบว่า ร้อยละ 17.11 ของพื้นที่ดำเนินการอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับสูงมาก (Extremely High) และร้อยละ 19.02 ของพื้นที่ดำเนินการอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับสูง (High)



ทั้งนี้ บริษัทบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว โดยการจัดตั้งคณะทำงานด้านการบริหารจัดการน้ำ เพื่อกำหนดที่จัดทำแผนลดการใช้น้ำ พร้อมทั้งดำเนินโครงการที่หลากหลายเพื่อสนับสนุนการลดการใช้น้ำอย่างเหมาะสม

### สัดส่วนพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress)

- ระดับสูงมาก (Extremely High)
- ระดับสูง (High)
- ระดับปานกลางถึงสูง (Medium-High)
- ระดับต่ำถึงปานกลาง (Low-Medium)
- ระดับต่ำ (Low)



นอกจากนี้ บริษัทดำเนินการตรวจสอบประเมินความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำสำหรับคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers) จำนวน 119 ราย ด้วยเครื่องมือ Aqueduct ซึ่งผลการประเมินพบว่า คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 จำนวน 40 ราย ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำระดับสูงมากและระดับสูง พร้อมทั้งมีการติดตาม ประเมินความเสี่ยงสำหรับคู่ค้ากลุ่มดังกล่าวอยู่เป็นประจำ อีกทั้งบริษัทได้ร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อดำเนินงานลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำอย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามกฎหมาย อาทิ ร่วมมือกับหน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนลดความเสี่ยงด้านน้ำ การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น ตลอดจนฟื้นฟู และพัฒนาแหล่งน้ำในชุมชนเพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งกับชุมชน ในปัจจุบัน บริษัทได้รับความร่วมมือกับคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 ที่มีความเสี่ยงสูงด้านขาดแคลนน้ำแล้วร้อยละ 100 อีกทั้งดำเนินโครงการลดความเสี่ยงและผลกระทบด้านน้ำอย่างต่อเนื่อง





## โปรแกรมด้านการอนุรักษ์น้ำ

บริษัท ตระหนักในเรื่องการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างรู้คุณค่า และการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการจัดการน้ำเสียเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งสามารถช่วยลดการปล่อยน้ำเสียลงสู่พื้นที่สาธารณะผ่านโครงการที่หลากหลาย อาทิ



### โครงการนำน้ำทิ้งจากเครื่องปรับอากาศกลับมาใช้ใหม่ ศูนย์กระจายสินค้าสุวรรณภูมิ

ติดตั้งถังเก็บน้ำทิ้งเพื่อระบายน้ำจากท่อน้ำทิ้งในเครื่องปรับอากาศบริเวณ โรงอาหาร โดยน้ำทิ้งดังกล่าวจะถูกนำกลับมาใช้ประโยชน์ อาทิ รดน้ำต้นไม้ ซึ่งสามารถประหยัดการใช้น้ำได้กว่า 40.15 ลูกบาศก์เมตรต่อปี



### โครงการนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดมาใช้รดน้ำต้นไม้ ศูนย์กระจายสินค้าบางบัวทอง และศูนย์กระจายสินค้าบุรีรัมย์

นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดที่ได้มาตรฐานมาใช้ในระบบรดน้ำต้นไม้อัตโนมัติแบบสปริงเกอร์ ภายในศูนย์กระจายสินค้า สามารถลดการใช้น้ำบาดาลได้ 216 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน

### Zero Wastewater Discharge (ต่อเนื่อง)

ซีพีแรม ตระหนักในเรื่องการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างรู้คุณค่า และการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการดำเนินโครงการ ดังนี้



### โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ บริษัท ซีพีแรม จำกัด ลาดหลุมแก้ว

การนำน้ำจากแหล่งน้ำใต้ดินมาใช้แทนการใช้แหล่งน้ำผิวดิน เป็นการนำน้ำบาดาลที่สูบจากความลึกประมาณ 500 เมตร อุณหภูมิสูงถึง 50 องศาเซลเซียส มาใช้ชำระล้างอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อลดการใช้ไฟฟ้าเพื่ออุ่นน้ำ นอกจากนี้ ยังบำบัดน้ำที่สามารถบำบัดน้ำทิ้งและรีไซเคิลน้ำจากกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพดีกว่าน้ำทิ้งทั่วไป ตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างสมบูรณ์ เช่น การนำไปใช้เป็นน้ำดับ ในระบบระบายความร้อนหอผึ่งเย็น ใช้รดน้ำต้นไม้ และชำระล้างบริเวณพื้น เป็นต้น



ผลลัพธ์ ปี 2565



ลดการใช้น้ำประปาในกระบวนการผลิตลง **23,628** ลูกบาศก์เมตร



ลดการใช้ไฟฟ้าในระบบลง **352,510** กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี



นำน้ำทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์ **674,836** ลูกบาศก์เมตร



### โครงการปันน้ำใส่ให้ชาวนา

บริษัท ซีพีแรม จำกัด โรงงานลำพูน

บริษัทส่งเสริมการหมุนเวียนนำน้ำมาใช้ซ้ำ เพื่อใช้ในด้านกรอุปโภคของชุมชนที่ขาดแคลนน้ำในการทำนาให้สามารถทำนาออกฤดู (นาปรัง) ได้ โดยการขออนุญาตระบายน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิตที่ผ่านการบำบัดน้ำเสียซึ่งมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากโรงงานของประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมให้กับเกษตรกรที่มีพื้นที่ทำนาใกล้เคียงโรงงาน ช่วยลดการดึงน้ำจากแหล่งน้ำชุมชนได้กว่า 100,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี



### โครงการรักษาน้ำ รักษาคน

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

ติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อนำน้ำทิ้งกลับมาใช้ใหม่สำหรับรดน้ำต้นไม้ผ่านระบบอัตโนมัติ ภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า ซึ่งช่วยสานต่อความสำเร็จของโครงการเสริมศักยภาพในการบริหารจัดการน้ำ “รักษาน้ำ รักษาคน” อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2561 จนถึงปัจจุบัน สามารถลดปริมาณน้ำที่ดึงมาใช้ รวมทั้งประหยัดค่าใช้จ่ายอีกด้วย ในปี 2565 มีจำนวนศูนย์จำหน่ายสินค้าที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 72 สาขาลดการใช้น้ำประปาได้ 93,960-104,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี





**โครงการธนาคารน้ำใต้ดิน**  
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

บริษัทมุ่งสร้างความตระหนักถึงสภาวะขาดแคลนน้ำร่วมกับชุมชน โดยการน้อมนำแนวพระราชดำริของในหลวงรัชกาลที่ 9 ในการพัฒนาพื้นที่ อุดมน้ำให้แก่ชุมชนเพื่อบรรเทาผลกระทบจากสภาวะแห้งแล้ง บริษัทได้นำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้ว มากักเก็บไว้ใช้ยามจำเป็นและผันน้ำส่วนเกินไหลตามรางไปยังพื้นที่ที่จัดสรรลงสู่พื้นดิน เพื่อเติมเต็มความชุ่มชื้นจนนำไปสู่ประโยชน์สำหรับการเพาะปลูก โครงการดังกล่าวสามารถลดผลกระทบจากสภาวะขาดแคลนน้ำ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน โดยบริษัท ดำเนินโครงการนำร่องที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร สาขาไฮดรอส ตั้งแต่ปี 2563 และมีแผนที่จะขยายผลโครงการต้นแบบนี้ไปสู่สาขาอื่น ๆ ต่อไป

**ผลลัพธ์ ปี 2565**

- ปริมาณน้ำที่บำบัดได้กว่า **36** ลูกบาศก์เมตรต่อวัน และผันลงสู่ธนาคารน้ำใต้ดินกว่า **16** ลูกบาศก์เมตรต่อวัน
- ลดค่าใช้จ่ายได้กว่า **77,760** บาทต่อปี
- ลดเวลาในการใช้แรงงานคนสำหรับการรดน้ำคิดเป็น **720** ชั่วโมงต่อปี

**แบบเดิม**



**แบบใหม่**





## การจัดการ บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน



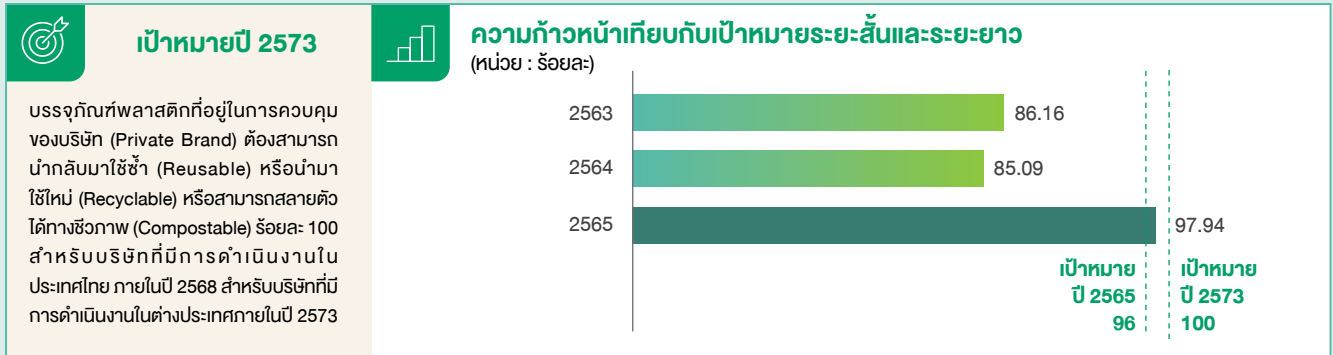
**คุณอินทิรา พกษัตริตนภา**  
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ สำนักพัฒนา  
และประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

“ซีพี ออลล์ มุ่งสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน สังคมและประเทศ มุ่งเน้นผลลัพธ์ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกผ่านกระบวนการจัดการบรรจุภัณฑ์และขยะบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Design) นอกจากนี้ การดูแลสิ่งแวดล้อมไม่สามารถทำได้เพียงหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง ดังนั้นในการทำงานเราจะสร้างความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น ชุมชน สังคม คู่ค้า ผู้บริโภค เพื่อมุ่งสู่การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน”

**สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน**

	<p><b>SDG8</b> ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่มีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน</p>		<p><b>SDG12</b> สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน</p> <p>12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ</p>
8.4	<p>พัฒนาความมีประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรของโลกในการบริโภคและการผลิต และพยายามที่จะตัดความเชื่อมโยงระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม</p>	12.5	<p>ลดการเกิดของเสียโดยให้มีการป้องกัน การลดปริมาณการใช้ซ้ำและการนำกลับมาใช้ใหม่</p>





### ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2565

<p>ใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reusable) นำมาใช้ใหม่ (Recyclable) หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ (Compostable)</p> <p><b>47,234.18</b> ตัน</p>	<p>ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled material/ Recycled content)</p> <p><b>2,284.50</b> ตัน</p>	<p>ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบที่ผ่านการรับรอง (Certified raw material) มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม</p> <p><b>3,217.40</b> ตัน</p>	<p><b>SAY NO TO PLASTIC</b></p> <p>ลดการใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์พลาสติก และไม่ใช้พลาสติกที่เกินความจำเป็น จากการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์</p> <p><b>1,814.51</b> ตัน</p>	<p><b>NO SINGLE USE PLASTIC</b></p> <p>ลดการใช้ถุงพลาสติกและพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single Use Plastic)</p> <p><b>24,695.81</b> ตัน</p>	<p>บรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภคที่บริษัทนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled)</p> <p><b>2,701.40</b> ตัน</p>
---	--	---	--	---	--

### การดำเนินงานที่สำคัญปี 2565

<p>โปรแกรมการวิจัย ออกแบบ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Design) สำหรับสินค้าในการควบคุมของบริษั (Private Brand) ร่วมกับคู่ค้า</p>	<p>โปรแกรมการจัดการบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) สำหรับสินค้าในการควบคุมของบริษั (Private Brand)</p>	<p>โปรแกรมยกเลิกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ยากต่อการรีไซเคิล</p>	<p><b>NO SINGLE USE PLASTIC</b></p> <p>โปรแกรมลดการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single Use Plastic)</p>	<p>โปรแกรมการเรียกกลับบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภค อาทิ โครงการถังคิดแยกขยะ โครงการ Recycling Station</p>	<p>โปรแกรมการนำบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภคกลับมาใช้ใหม่ อาทิ โครงการเสื่อพนักงานผลิตจากขวดพลาสติก โครงการเปลี่ยนขวดพลาสติกเปล่าให้เป็นประโยชน์</p>
---	--	---	---	--	--

## ความเสี่ยงและโอกาส

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ขยะบรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติกนั้น ถูกจัดเป็นหนึ่งในประเด็นผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่ทั่วโลกให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องด้วยคุณสมบัติของพลาสติกที่มีความแข็งแรง ทนทาน ผลิตได้ง่าย และต้นทุนต่ำ จึงทำให้ความต้องการใช้และปริมาณการผลิตพลาสติกเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสวนทางกับความสามารถในการบริหารจัดการขยะพลาสติกในปัจจุบัน โดยผลการศึกษาพบว่า อัตราการรีไซเคิลหรือการจัดการขยะพลาสติกอย่างถูกต้องนั้นค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา ทำให้ขยะพลาสติกถูกทิ้งและตกค้างอยู่ในสิ่งแวดล้อมเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ เช่น ปัญหาไมโครพลาสติกในแหล่งน้ำและในสัตว์น้ำ เป็นต้น อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยด้านโภชนาการของมนุษย์ และก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพต่าง ๆ นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ถูกผลิตขึ้นด้วยกระบวนการทางเคมี ซึ่งมีส่วนประกอบส่วนใหญ่ที่สังเคราะห์ขึ้น ไม่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังสามารถส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้มีส่วนได้เสียอีกกลุ่มพนักงานในร้านและศูนย์กระจายสินค้าและกลุ่มลูกค้า

ที่มีความใกล้ชิดและสัมผัสกับบรรจุภัณฑ์โดยตรง ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจด้านการจำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบค้าปลีกและค้าส่งนั้น ถือเป็นสาเหตุหลักที่ก่อให้เกิดปัญหาขยะพลาสติก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นในการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อห่อหุ้มผลิตภัณฑ์และคงไว้ซึ่งคุณภาพ บรรจุภัณฑ์บางประเภทไม่สามารถย่อยสลายหรือนำมาใช้ประโยชน์อื่นได้ รวมถึงอาจมีส่วนประกอบของวัสดุที่เป็นสารเคมีอันตรายอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ธุรกิจที่สามารถพัฒนานวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ให้สามารถรีไซเคิลหรือย่อยสลายทางธรรมชาติได้ง่าย ตลอดจนเป็นมิตรต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมจะเป็นส่วนสำคัญในการบรรเทาผลกระทบจากปัญหาขยะบรรจุภัณฑ์ และสามารถตอบโจทย์ความต้องการของตลาดสีเขียวที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มให้ความสำคัญมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การบริหารจัดการนวัตกรรมและกระบวนการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกในภาคอุตสาหกรรมจึงเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



### แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ติดตามกฎหมาย ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะ-บรรจุภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เท่ากันข้อบังคับและติดตามข้อกำหนดให้เป็นปัจจุบันที่อาจมีการห้ามใช้บรรจุภัณฑ์บางประเภทในการห่อหุ้มและขนส่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจโดยรวมของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทกำหนดนโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ เช่น การสร้าง การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างครบวงจร การออกแบบและการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ในผลิตภัณฑ์ควบคุมของบริษัท (Private Brand) ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเลือกใช้วัสดุทางเลือกที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (Compostable Materials) และการนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วมาใช้ซ้ำ เป็นต้น โดยกระบวนการดำเนินงานเหล่านี้ มีการเก็บข้อมูล ผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ อาทิ สัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก (ตัน)

ซึ่งจำแนกตามประเภท และปริมาณน้ำหนักที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ เพื่อให้บริษัทสามารถตรวจสอบ วิเคราะห์ และนำข้อมูลมาปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จากขยะ-บรรจุภัณฑ์ที่เกิดขึ้นจากองค์กรให้น้อยที่สุด พร้อมกันนี้ บริษัททบทวน ผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานด้านบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมสามารถตอบโจทย์ความต้องการลูกค้า ตลอดจนเป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทยังมีการติดตามและรวบรวมข้อมูลอย่างรอบด้าน อาทิ ผลประกอบการของบริษัท ผลกระทบที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และข่าวสารในระดับมหภาคทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และเป็นฐานข้อมูลสำหรับการกำหนดหรือทบทวนนโยบาย และแผนการดำเนินงานในอนาคต



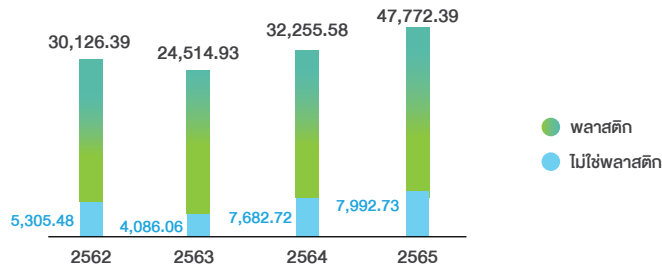
อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่  
นโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

[https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Packaging\\_Policy\\_TH\\_095\\_2563.pdf](https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Packaging_Policy_TH_095_2563.pdf)



### สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ทั้งหมด (ตัน)



### บรรจุภัณฑ์พลาสติก

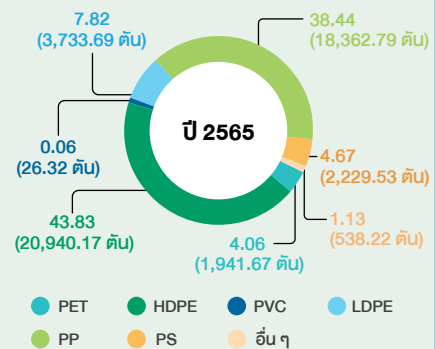
การใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกทั้งหมด (ตัน)



การใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเฉลี่ยต่อสาขา (ตัน)



สัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก (ร้อยละ) จำแนกตามประเภท



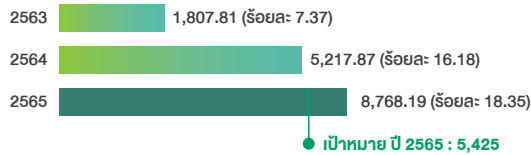


## สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

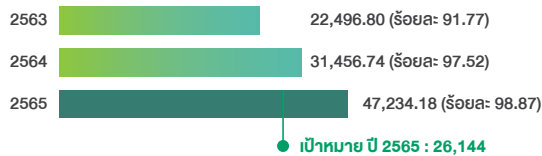


### การจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy)

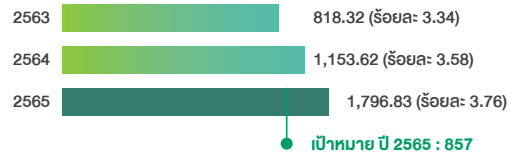
#### การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้ซ้ำได้ (Reusable) (ตัน)



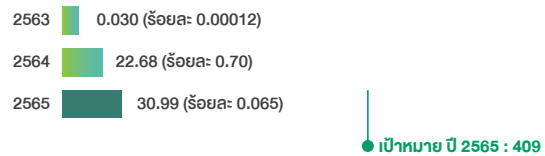
#### การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ (Recyclable) (ตัน)



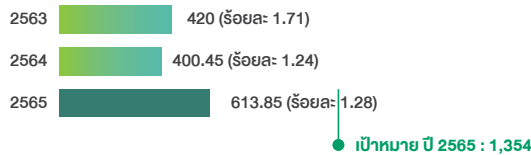
#### การใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled material/ Recycled content) (ตัน)



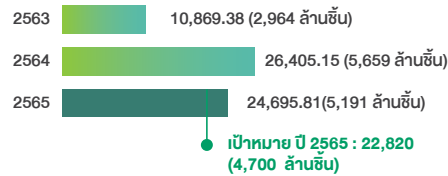
#### การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ (Compostable) (ตัน)



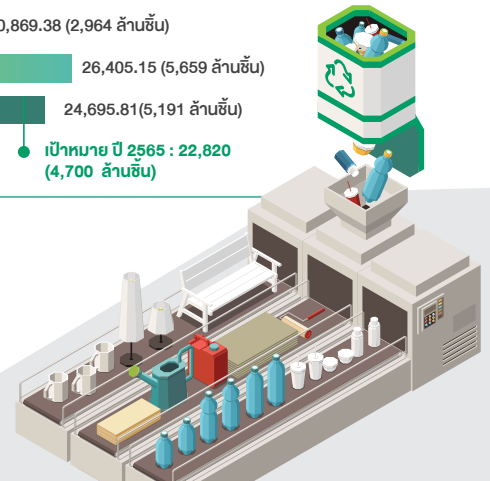
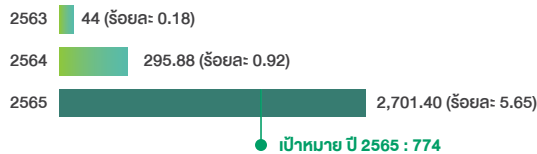
#### การลดใช้พลาสติกจากการออกแบบ พัฒนบรรจุภัณฑ์ (ตัน)



#### การลดใช้ถุงพลาสติกและพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (ตัน)



#### การนำบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภคกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) (ตัน)



### บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช่พลาสติก

การใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช่พลาสติก ปี 2565 จำแนกตามประเภท

ประเภท	ปริมาณน้ำหนักที่ใช้ทั้งหมด (ตัน)	นำมาใช้ใหม่ (Recycled) และ/หรือได้รับการรับรอง (Certified Material) (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2565 (ร้อยละ)
ไม้ กระดาษ	7,430.67	74.03	65
โลหะ (เหล็ก อะลูมิเนียม)	14.81	100	100
แก้ว	547.25	100	100

#### รายการบรรจุภัณฑ์ที่เรียกคืน (Reclaimed)



ขวดน้ำดื่มพลาสติก

1,350.58 ตัน



ลังกระดาษ

32,936.13 ตัน

\*แนวทางหรือวิธีการเก็บข้อมูล อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ โครงการ Recycling Station และถุงคืนชีพ หน้า 76 โครงการ "ขวดเปล่า ไม่สูญเปล่า" หน้า 78 และโครงการถังคัดแยกขยะ หน้า 76



## โปรแกรมการจัดการบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

บริษัทตั้งเป้าหมายลดปริมาณขยะพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ผ่านการส่งเสริมการบริหารจัดการขยะ โดยนำแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์พลาสติกของสินค้าในการควบคุมของ

บริษัท (Private Brand) สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reusable) นำมาใช้ใหม่ (Recycle) หรือสามารถสลายตัวตามธรรมชาติได้ (Compostable) ภายใต้แนวคิด “Reduce-Reuse-Recycle (3R)” โดยดำเนินการภายใต้ 3 มาตรการหลัก ดังนี้

1



### ลดการใช้พลาสติก ณ แห่งกำเนิด

กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และแนวทางตอบสนองการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2



### ลด และทดแทนการใช้พลาสติก ณ ขั้นตอนการบริโภค

ริเริ่มโครงการกลยุทธ์ในการลดการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) พร้อมทั้งริเริ่มแคมเปญเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของลูกค้า

3



### ลดขยะบรรจุภัณฑ์ ทั้งพลาสติก และไม่ใช้พลาสติกหลังการอุปโภคบริโภค

ริเริ่มโครงการกลยุทธ์ที่เกิดจากการนำพลาสติกหลังกระบวนการบริโภคมาใช้ใหม่ ตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ร่วมกับคู่ค้า NGOs ชุมชนภาครัฐ องค์กรระดับท้องถิ่น องค์กรระดับโลกเพื่อเป็นต้นแบบในการดำเนินการนำขยะพลาสติกหลังการบริโภคมาใช้ใหม่

ทั้งนี้ ในปี 2565 บริษัทดำเนินโครงการด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่หลากหลายตามมาตรการลดพลาสติกอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีการตรวจวัดและจัดเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานในทุกขั้นตอนอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ เช่น ปริมาณบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด ปริมาณการลดลงของขยะบรรจุภัณฑ์ ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดลง เป็นต้น โดยมีโครงการที่โดดเด่นในปี 2565 ดังนี้



## พัฒนาบรรจุภัณฑ์บนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Design) สำหรับสินค้าในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ลดการใช้พลาสติก ณ แห่งกำเนิด



### โครงการลดการใช้พลาสติกจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมมือกับคู่ค้าลดการใช้พลาสติกจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความหนาและรูปแบบที่เหมาะสมกับการใช้งานของกลุ่มถ้วยกับข้าว ถ้วยนมหวานทานเย็น และถาดสลัดอิมคุ้ม



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดปริมาณการใช้พลาสติก  
**48.46 ตัน**



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก  
**89.63** คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น  
**2,084 ต้น**

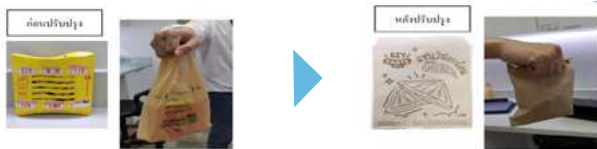
 **โครงการต่อเนื่อง พัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์ข้าวผัดปู**  
กล่องครึ่งอ้อม ภาค 1 หลุม

ลดปริมาณการใช้พลาสติกและใช้ฟิล์มปิดฝาภาค (Top Seal) แทนพลาสติกเคลือบฟ้านติดสติ๊กเกอร์



 **โครงการซองแซนด์วิชร้อนแบบถือได้**

ลดการใช้ถุงหิ้วชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single use) และลดการใช้กระดาษจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุแซนด์วิชร้อนหลังการอุ่นร้อน โดยเปลี่ยนรูปแบบจากกล่องกระดาษอาร์ตการ์ด (Art card) เป็นซองกระดาษกันไขมัน (Greaseproof) ชนิดบางที่ได้รับการรับรองจากองค์การ Program for the Endorsement of Forest Certification Scheme (PEFC)



 **โครงการภาคอ้อมคลุมเปลี่ยนพลาสติก (Sleeve) กระดาษเป็นแถบรัดพลาสติก (Banding plastic)**

ลดการใช้พลาสติกและกระดาษ จากการเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ภาคอ้อมคลุมสำหรับเมนูข้าวไก่กระเทียม เพราะไก่คั่ว ข้าวผัดหมู ข้าวไก่ทอด โดยการยกเลิกการใช้ฟิล์มหด (Shrink film) และเปลี่ยนจากพลาสติก (Sleeve) กระดาษเป็นแถบรัดพลาสติก (Banding Plastic)



 **ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

 **ลดปริมาณการใช้พลาสติก 114.94 ตัน**

 **ลดปริมาณการสร้างขยะจากการใช้สติ๊กเกอร์ 17.8 ล้านชิ้น**

 **ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก 212.57 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

 **เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น 4,944 ต้น**

 **ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

 **ลดปริมาณการใช้พลาสติก 190.81 ตัน**

 **ลดปริมาณการใช้กระดาษ 368.49 ตัน**

 **ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก 4,097.38 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

 **เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น 95,288 ต้น**

 **ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

 **ลดปริมาณการใช้พลาสติก 26.38 ตัน**

 **ลดปริมาณการใช้กระดาษ 274.34 ตัน**

 **ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1,035.79 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

 **เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น 24,088 ต้น**



## โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ภาค 2 หลุม

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ลดใช้พลาสติกและใช้ฟิล์มปิดฝาภาชนะพลาสติกเคลือบฟาบบนติดสติ๊กเกอร์



## โครงการต่อเนื่อง ฟิล์มปิดผนึกพิมพ์ลายสำหรับบรรจุภัณฑ์กลุ่มอาหารไทยเข้เย็น

บริษัท ซีพีแรม จำกัด พัฒนานวัตกรรมฟิล์มลามิเนตที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์กลุ่มอาหารไทยเข้เย็น สามารถพิมพ์ลายลงบนฟิล์มทดแทนการใช้สติ๊กเกอร์ ซึ่งจะเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยนำหลักการ 3Rs (Reduce Reuse and Recycle) มาเป็นแนวปฏิบัติ ลดปริมาณการใช้พลาสติกในทุกกระบวนการผลิต

ก่อนปรับปรุง



หลังปรับปรุง



## โครงการต่อเนื่อง พัฒนบรรจุภัณฑ์กล้วยหอมทองลดขนาดความหนาของถุงกล้วยหอมทอง



## ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดปริมาณการใช้พลาสติก  
**23.11** ตัน



ลดปริมาณการสร้างขยะ  
จากการใช้สติ๊กเกอร์ **3.99** ล้านชิ้น



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **42.74**  
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น  
**994** ต้น



## ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดปริมาณการใช้พลาสติก  
**15** ตัน



ลดปริมาณการสร้างขยะ  
จากการใช้สติ๊กเกอร์ **50** ล้านชิ้น



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **27.74**  
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น  
**645** ต้น

\*จากยอดขายเมนู ข้าวกะเพราหมูสับ ข้าวกะเพราไข่ดาว ข้าวพะเนียงหนู ไข่เจียว ข้าวผัดปู และผัดซีอิ๊วหนู



## ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดปริมาณการใช้พลาสติก  
**28.94** ตัน



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **53.52**  
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น  
**1,245** ต้น





**โครงการต่อเนื่อง พัฒนาฝ่ายคัมกเดกแทนการใช้หลอดพลาสติกใช้ในร้าน All Café ทุกสาขาทั่วประเทศ**



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



ลดปริมาณการใช้พลาสติก **123.50** ตัน



ลดปริมาณการสร้างขยะจากการใช้หลอดและกระดาษหุ้มหลอด **345** ล้านชิ้น



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **228.41** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **5,312** ต้น



**โครงการลดความหนาของบรรจุภัณฑ์ม้วนฟิล์มสำหรับสินค้าอุ่นร้อน**

บริษัท ซีพีแรม จำกัด พัฒนานวัตกรรมการผลิตม้วนฟิล์มที่ทันสมัยสามารถลดความหนาของบรรจุภัณฑ์ม้วนฟิล์มที่ใช้ในกลุ่มสินค้าอุ่นร้อนด้วยหม้ออบลม โดยความหนาของพลาสติกลดจาก 60 ไมครอนเหลือ 40 ไมครอน โดยน้ำหนักลดลงคิดเป็น 0.97 กรัมต่อชิ้น



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



ลดปริมาณการใช้พลาสติก **1.96** ตัน



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **1.65** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **38** ต้น



**โครงการทดแทนภาดพลาสติกด้วยบรรจุภัณฑ์กระดาษคาร์พ Food Grade**

บริษัท ซีพีแรม จำกัด พัฒนาบรรจุภัณฑ์กระดาษคาร์พที่ปราศจากสารเคมี หรือสิ่งปนเปื้อน มีความปลอดภัยสูง สามารถใช้เป็นภาชนะใส่อาหารได้อย่างปลอดภัยทดแทนการใช้ภาดพลาสติก ซึ่งสามารถลดการใช้พลาสติก 7.09 กรัมต่อชิ้น



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



ลดปริมาณการใช้พลาสติก **1.41** ตัน



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **1.87** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **43** ต้น



โครงการลดความหนาของแก้วกระดาษ เครื่องดื่มเย็น ใช้กับกลุ่มสินค้า Non All Café ได้แก่ เครื่องดื่มกัฟ (Gulp) เครื่องดื่มปั่นเป็นเกล็ดสโลปี (Slurpee) และเครื่องดื่มแบบกด (Jet Spray)



โครงการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์จากแหล่งที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน

- ซองกระดาษสำหรับนมปั่นที่เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล (Recycle) ได้ โดยเปลี่ยนวัสดุจากกระดาษเคลือบพอลิเอทิลีน (PE) เป็นกระดาษกันไขมัน (Greasproof) ที่ได้รับการรับรองจากองค์กร Program for the Endorsement of Forest Certification Scheme (PEFC)
- ซองแซนด์วิชชอบร้อนจากกระดาษที่ได้รับการรับรองจากองค์กร Program for the Endorsement of Forest Certification Scheme (PEFC)
- กัดแทนพลาสติกหุ้มหลอด ด้วยกระดาษที่ได้รับการรับรองจากองค์กร Forest Stewardship Council (FSC)
- กระดาษใบเสร็จร้าน 7-Eleven ได้รับการรับรองจากองค์กร Forest Stewardship Council (FSC)



โครงการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ (Compostable)

- แก้วรักษ์โลก ผลิตจากกระดาษเคลือบพอลิบิวทิลีนซัคซิเนต (Polybutylene Succinate: PBS) สำหรับเครื่องดื่มร้อน เย็น ในร้าน 7-Eleven สาขาพื้นที่เกาะ สถานศึกษา และสำนักงาน จำนวน 874 สาขา
- กัดแทนพลาสติกคอกาแฟ ด้วยไม้คอกาแฟสลายตัวได้ทางชีวภาพ
- ไม้เสียบลูกชิ้นสลายตัวได้ทางชีวภาพ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดปริมาณการใช้พลาสติก  
**120.24** ตัน



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **432.57**  
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น  
**10,060** ต้น



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **1,512.19**  
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น  
**35,167** ต้น



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **101.58**  
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น  
**2,362** ต้น

**โครงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Content Material)**

- วัสดุสิ้นเปลืองในร้าน 7-Eleven ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล อาทิ ถุงขยะ ถุงหิ้ว
- ถุงขยะที่ใช้ในสำนักงาน และศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- พาเลทวางน้ำที่ใช้ในร้าน 7-Eleven บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- ตะกร้าช้อปปิ้ง (Shopping) ที่ใช้ในร้าน 7-Eleven บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- กล่องกระดาษลูกฟูกผลิตจากกระดาษรีไซเคิล บริษัท ซีพีแรม จำกัด



**โครงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมการนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reusable)**

- ถ.ถูกแทนที่ได้รับการออกแบบให้มีความทนทานสามารถนำมาใช้ซ้ำได้



**โครงการยกเลิกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ยากต่อการรีไซเคิล ในสินค้าแบรนด์โลตัส (Lotus's Brand)**

โลตัสกำหนดเป้าหมายในการยกเลิกวัสดุที่ยากต่อการรีไซเคิล ในสินค้าแบรนด์โลตัส (own brand) ทั้งหมด ภายในปี 2573 เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในปี 2565 โลตัสสามารถยกเลิกบรรจุภัณฑ์ที่ยากต่อการรีไซเคิลทุกกลุ่มสินค้าแบรนด์ ได้ถึงร้อยละ 98.8 นอกจากนี้ โลตัสยังตระหนักถึงความสำคัญของการสนับสนุนพฤติกรรมผู้บริโภค ให้คิดแยกขยะ เพื่อให้ระบบปิดของบรรจุภัณฑ์ (Closed-Loop Packaging System) และการบริหารจัดการขยะจากบรรจุภัณฑ์นั้น เป็นไปอย่างครบวงจร รวมถึงยังมุ่งสร้างการตระหนักรู้และความเข้าใจ ให้แก่ชุมชน ส่งเสริมการรีไซเคิล ผ่านการขยายจุดรับขยะบรรจุภัณฑ์ สำหรับการรีไซเคิลที่สาขาทั่วประเทศ



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

- ลดปริมาณการใช้พลาสติก **1,796.83** ตัน
- ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **8,876.33** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **206,426** ต้น

**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

- ลดปริมาณการใช้พลาสติก **8,768.19** ตัน
- ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **127,014.20** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **2,953,819** ต้น

**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

- ลดวัสดุที่ยากต่อการรีไซเคิล **12.5** ตัน

**โลตัส ยกเลิกวัสดุที่ยากต่อการรีไซเคิล ในบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด\***

เดิมค่าจุฬาฯ ภายบรรจุภัณฑ์คือ 100% ภายในปี 2030

**REDESIGN**

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ 100% สำหรับผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์โลตัส ภายในปี 2030
- ลดการใช้พลาสติกในบรรจุภัณฑ์ โดยเปลี่ยนมาใช้วัสดุทางเลือกอื่น เช่น กระดาษ หรือ วัสดุรีไซเคิล

**REMOVE**

- ลดการใช้วัสดุที่ยากต่อการรีไซเคิล เช่น วัสดุที่ยากต่อการรีไซเคิล เช่น วัสดุที่ยากต่อการรีไซเคิล เช่น วัสดุที่ยากต่อการรีไซเคิล

**REUSE**

- ส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้

**RETRIEVE & RECYCLE/REPURPOSE**

- ส่งเสริมการนำบรรจุภัณฑ์ที่ยากต่อการรีไซเคิลไปรีไซเคิล หรือ นำกลับมาใช้ซ้ำ

**Lotus's**



### โครงการ “แหม็กโครซ์โลก (Say Hi to Bio Say No to Foam)”

บริษัทมีเป้าหมายหยุดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์โฟมแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งในศูนย์จำหน่ายสินค้าทุกสาขาทั่วประเทศ ซึ่งดำเนินโครงการครั้งแรกในปี 2562 โดยเริ่มจากสาขาที่อยู่ใกล้บริเวณแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ก่อนขยายให้ครอบคลุมทุกสาขา ควบคู่ไปกับการจัดสัมมนาให้ความรู้และจัดกิจกรรมรณรงค์อย่างต่อเนื่อง พร้อมส่งเสริมการขายในราคาประหยัดจนโครงการนี้ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านค้า ผู้บริโภคทั่วไป เห็นได้จากการเติบโตที่สูงขึ้นของกลุ่มบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ที่เติบโตขึ้นในปี 2565 ต่อยอดความสำเร็จด้วยการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ จัดกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ และมีผลิตภัณฑ์รักษ์โลกมากกว่า 530 รายการ ทำให้ได้ชื่อว่าเป็นศูนย์รวมบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ ปลุกกระแสเพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการร้านอาหารและลูกค้าทั่วไปหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ยอดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกเพิ่มขึ้น  
**1,542.33** ตัน หรือ ร้อยละ **14**



ร้อยละ **100** ของสาขาทั้งหมด  
ที่งดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ประเภทโฟม

NO SINGLE  
USE PLASTIC

ตลอดโครงการตั้งแต่ปี 2562  
สินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก  
สามารถลดขยะโฟมบรรจุอาหาร  
แบบใช้ครั้งเดียวทิ้งไปได้ **107** ล้านชิ้น



### ลดและทดแทนการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use plastic) ณ ขั้นตอนการบริโภค ส่งเสริมผู้บริโภคและพนักงาน ด้วยแนวคิด “ลดรับ ลดให้ = ลดใช้”



#### โครงการต่อเนื่อง รวมพลังคนไทย เลิกใช้ถุงพลาสติก

บริษัทเชิญชวนให้ลูกค้าพกพาถุงผ้ามาใช้บริการตามร้านสะดวกซื้ออย่างต่อเนื่อง เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก และรณรงค์ให้ใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ทุกการปฏิเสธไม่รับถุงพลาสติกของลูกค้า จะแปลงเป็นมูลค่าเพื่อการจัดซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์ รวมถึงสมทบทุนให้กับโรงพยาบาลนำไปใช้ประโยชน์ในการซื้อเครื่องมือที่จำเป็น นอกจากนี้ ยังส่งมอบครุภัณฑ์ทางการแพทย์ และสมทบทุนให้กับหน่วยงานราชการต่าง ๆ อาทิ มหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา โรงเรียน กลุ่มเปราะบาง และหน่วยงานอื่น ๆ ในปี 2565 มีการขยายผลเชิญชวนให้ลูกค้าปฏิเสธการรับช้อน ส้อม หลอด แก้ว และถุงพลาสติก อย่างต่อเนื่องภายใต้โครงการ “ลด และ ทดแทน” โดยมียอดการลดใช้ถุงพลาสติก 3,929.64 ล้านใบ และพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) ได้แก่ ช้อน ส้อม หลอด และแก้ว จำนวน 1,262 ล้านชิ้น



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

NO SINGLE  
USE PLASTIC

ลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก  
ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง  
**24,643.92** ตัน



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก  
**250,612.47**  
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น  
**5,828,197** ต้น





### โครงการบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก

ร้าน 7-Eleven รณรงค์ลดแจกถุงขนาดเล็ยกว้นของร้อน และเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ในสาขาที่ตั้งอยู่บนเกาะ หรือตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวนกว่า 1,000 สาขา



### โครงการ Green Coffee Shop

ร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Coffee Shop) เป็นโครงการความร่วมมือของบริษัทกับผู้ประกอบการ สร้างการมีส่วนร่วมช่วยลดขยะพลาสติก ตั้งแต่ขั้นตอนการคิดแยกขยะภายในร้านกาแฟ เพื่อสนับสนุนให้ร้านสามารถส่งขยะกลับไปสู่กระบวนการรีไซเคิล หรือนำมาใช้ซ้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดปริมาณขยะ รวมทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้มีการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์หรือวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมประกาศเจตนารมณ์กับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในการลดขยะมูลฝอยประเภทแก้วพลาสติกและหลอดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง สำหรับร้านกาแฟและเบเกอรี่เข้าส์ ในกลุ่ม บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ทั้งหมด 4 แบนด์ ได้แก่

- ALL café (ออลล์ คาเฟ่) นำบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้อย่างทั่วกระดาชมาใช้ภายในร้านค้า เพื่อการลดการใช้พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง เช่น ฝาสำหรับยกดื่มแทนหลอดพลาสติก ที่คนกาแฟแบบไม้ ถุงพลาสติกรีไซเคิลที่มีความทนทานสามารถใช้ซ้ำได้ เป็นต้น
- Kudsan Bakery & Coffee (กิดสรร เบเกอรี่แอนด์คอฟฟี่) นำบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ ร้อยละ 100 ทั้งในแบบใส่เครื่องดื่มร้อนและแบบใส่เครื่องดื่มเย็นมาใช้ภายในร้านค้า เช่น แก้วกระดาษ ชองกระดาษสำหรับใส่เบเกอรี่ การใช้หลอดกระดาษแทนหลอดพลาสติก การใช้ที่คนกาแฟแบบไม้แทนพลาสติก เป็นต้น

- Bellinee's Bake & Brew (เบลลีเน่ เบค แอนด์ บรู) มีบริการถุงหิ้วกระดาษ ถุงกระดาษใส่ขนม แก้วกระดาษสำหรับเครื่องดื่มร้อน ฝาฝ้ายีนส์เบลลีเน่ที่มีดีไซน์สวยงามและสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้
- กาแฟวงลอน มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น แก้วโปกซ์พ กระดาษกั้นชูที่สามารถย่อยสลายได้ รวมถึงของตกแต่งภายในร้านค้าที่ผลิตจากวัสดุโปกซ์ ที่มีส่วนผสมของไม้สำหรับและกาแฟ เป็นต้น





## สร้างความร่วมมือกับพันธมิตร ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา คัดแยก และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled) ลดขยะบรรจุภัณฑ์ ทั้งพลาสติกและไม่ใช่พลาสติกหลังการอุปโภคบริโภคสู่การฝังกลบ



### โครงการ “ถึงคิดแยกขยะ”

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จัดให้มีโครงการ “ถึงคิดแยกขยะ” รณรงค์ให้คนไทยช่วยกันคัดแยกขยะพลาสติก ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อย่างยั่งยืน ในปี 2565 บริษัทวางถึงคิดแยกขยะบริเวณด้านหน้าร้าน 7-Eleven จำนวน 12,247 สาขาทั่วประเทศ พร้อมทั้งประสานความร่วมมือกับ 7 มหาวิทยาลัย และเพจลุงซาเล้งกับขยะที่หายไป ซึ่งเป็นการระดมไอเดียจากคนรุ่นใหม่ พลิกดันโครงการนวัตกรรม นำไปสู่การรณรงค์ให้เกิดการแยกขยะที่ถูกต้อง เป็นการต่อยอดสู่โครงการ “ถึงขยะอัจฉริยะ” (Circular Bin) สำหรับใช้บนแอปพลิเคชัน “กรีนทูเก็ต” (Green2Get) ผ่านการเปลี่ยนถึงขยะหน้าร้าน 7-Eleven เป็นถึงขยะอัจฉริยะ (Circular Bin) กว่า 60 แห่ง



ใน 7 มหาวิทยาลัยพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล เมื่อผู้ใช้สแกนบาร์โค้ดสินค้าใด ๆ บริเวณหน้าถึงขยะ แอปพลิเคชันจะบอกวิธีการคัดแยกขยะ พร้อมแนะนำถึงขยะที่ควรทิ้งให้ถูกต้อง ซึ่งจะช่วยให้ขยะพลาสติกเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อย่างมีประสิทธิภาพ



### โครงการ Recycling Station และถุงคืนชีพ

โลตัสมีบทบาทอย่างต่อเนื่องในการรณรงค์และสนับสนุนให้ลูกค้าและผู้บริโภคนำบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช้แล้วเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล โดยใช้ประโยชน์จากการมีสาขาครอบคลุมในหลายพื้นที่และสามารถเข้าถึงชุมชนเป็นจุดแข็งในการสร้างช่องทางการรับกลับวัตถุดิบเพื่อการรีไซเคิล โดยจัดตั้งจุดรับบรรจุภัณฑ์รีไซเคิล (Recycling Station) เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลูกค้าสามารถนำบรรจุภัณฑ์รีไซเคิลประเภทต่าง ๆ มาวางไว้ตามจุดรับที่บริษัทจัดไว้ให้ บรรจุภัณฑ์เหล่านี้จะถูกเก็บเข้ามาอยู่ในระบบและสามารถนำไปรีไซเคิลหรือนำกลับมาใช้ซ้ำได้ โดยมีจุดรับขยะบรรจุภัณฑ์สำหรับแต่ละประเภท ได้แก่

- 1 จุดรับกล่องกระดาษ** โลตัสติดตั้งจุดรับกล่องกระดาษจากลูกค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตทุกสาขา และกล่องกระดาษจากการดำเนินงานในธุรกิจของโลตัสเอง ปัจจุบันรวมได้ทั้งสิ้นกว่า 32,936.13 ตัน โดยส่วนหนึ่งได้ร่วมมือกับ SCGP ในการนำกล่องและลังกระดาษไปผลิตเป็นเตียงสนามกระดาษ มอบให้กับโรงพยาบาลสนามทั่วประเทศ จำนวน 3,500 เตียง เพื่อช่วยผู้ป่วยติดเตียงไวรัสโควิด 19 (Boxes to Beds)
- 2 จุดรับพลาสติกสะอาด** โดยร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ ผ่านโครงการ “มือวิเศษ X วัน” และ โครงการส่งพลาสติกกลับบ้าน ปัจจุบัน สามารถเก็บบรรจุภัณฑ์พลาสติก 2.264 ตัน กลับเข้าสู่ระบบเพื่อนำไปรีไซเคิลเป็นถุงพลาสติกแบบหนาใช้ซ้ำ เป็นต้น
- 3 จุดรับขวดน้ำพลาสติกใส (PET)** จากเครื่อง Reverse Vending Machine ซึ่งจะเป็นการแลกเปลี่ยนจากขวดพลาสติกใสเป็นโลตัสคอยน์ หรือไข่ จากโครงการ v. ขวดแลก v. ไข่ ซึ่งโลตัสคอยน์สามารถนำไปแลกเปลี่ยนเป็นส่วนลดและสิทธิพิเศษต่าง ๆ ได้ ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการจนถึงปัจจุบันสามารถเก็บขวดพลาสติกกว่า 684,861 ใบ กลับเข้าสู่ระบบเพื่อนำไปรีไซเคิลอย่างถูกวิธีและได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมา อาทิ โครงการถุงผ้ารักษ์โลก หรือ เสื้อรักษ์โลก เป็นต้น

- 4 โครงการได้กล่องแยกแกล้ง ปี 2** เป็นโครงการความร่วมมือระหว่าง Lotus และ Coca Cola และ Trash Lucky เพื่อเป็นจุดรับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วกลับเข้าสู่ระบบเพื่อนำไปรีไซเคิล ซึ่งเป็นการรณรงค์และสร้างความตระหนักรู้ให้ประชาชนได้แยกขยะในครัวเรือนตามประเภทที่กำหนด (พลาสติก แก้ว กระดาษ โลหะ) เพื่อนำไปลุ้นรับของรางวัลมากมาย ซึ่งทุกสาขาที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 6 สาขา สามารถเก็บบรรจุภัณฑ์เข้าสู่ระบบได้ จำนวน 1,711 กิโลกรัม ในระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เริ่มโครงการ คือ เดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2565

นอกจากนี้ โลตัส ยกเลิกการแจกถุงพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งตามนโยบายของภาครัฐอย่างเคร่งครัด ตั้งแต่ ปี 2563 และได้พัฒนา “ถุงคืนชีพ” ถุงพลาสติกแบบใช้ซ้ำได้หลายครั้ง ผลิตจากวัสดุรีไซเคิลจำหน่ายให้สำหรับลูกค้าที่มีความจำเป็นเท่านั้น โดยลูกค้าสามารถนำมาแลกเปลี่ยนได้ฟรีหากใบเก่าชำรุด ถุงคืนชีพที่ชำรุดทั้งหมดจะถูกนำไปรีไซเคิลเป็นถุงคืนชีพใบใหม่ เพื่อลดการใช้พลาสติก



#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดปริมาณการใช้พลาสติกจากโครงการถุงคืนชีพ **9,088 ตัน**



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **363.52 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

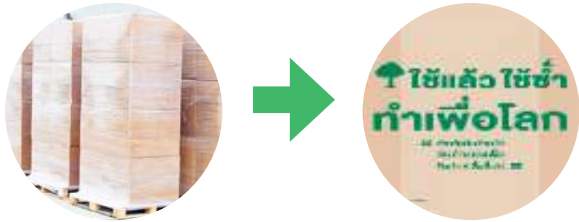


เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **8,454 ต้น**



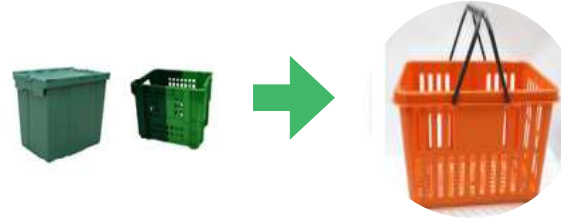
**โครงการ “ถุงหูหิ้วร้าน 7-Eleven” จากฟิล์มพันพลาเลก ศูนย์กระจายสินค้า**

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับคู่ค้าธุรกิจ นำขยะพลาสติกจากฟิล์มพันพลาเลกของศูนย์กระจายสินค้าทั่วประเทศ มารีไซเคิลผลิตเป็นถุงหูหิ้วสำหรับใช้ในร้าน 7-Eleven ความหนา 37 ไมครอน ซึ่งมีคุณสมบัติทนทานสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้



**โครงการ ตะกร้าช้อปปิ้งในร้าน 7-Eleven จากลังเบรคเคส ขำรุคศูนย์กระจายสินค้า**

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) นำลังเบรคเคสที่ชำรุดมาดัดแปลงและรีไซเคิลเป็นตะกร้าสำหรับใช้ช้อปปิ้งในร้าน 7-Eleven เพื่อเป็นการลดขยะภายในร้าน และเป็นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด



**โครงการ “เสื้อพนักงาน” จากขวดพลาสติก**

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) นำขวดพลาสติกมารีไซเคิลเป็นเสื้อเครื่องแบบของพนักงานร้าน 7-Eleven โดยใช้ขวดพลาสติกรีไซเคิลขนาด 1.5 ลิตร จำนวน 4 ขวด ต่อการผลิตเสื้อพนักงาน 1 ตัว และผลิตเสื้อไปไลของพนักงานศูนย์กระจายสินค้า โดยใช้ขวดพลาสติกขนาด 1.5 ลิตร จำนวน 8 ขวด ต่อการผลิตเสื้อพนักงาน 1 ตัว รวมถึงผลิตเสื้อไปใส่สำหรับพนักงานสายสำนักงาน โดยใช้ขวดพลาสติกรีไซเคิลขนาด 0.6 ลิตร จำนวน 12 ขวด ต่อเสื้อ 1 ตัว ปัจจุบันสามารถผลิตเสื้อพนักงานกว่า 755,790 ตัว และสามารถลดปริมาณขวดพลาสติกเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลไปแล้วกว่า 3,330,308 ขวด



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



ลดปริมาณขยะพลาสติกสู่การฝังกลบ **761.05** ตัน



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **1,121.29** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **26,077** ต้น



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



ลดปริมาณขยะลังเบรคเคส **57.52** ตัน



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **174.26** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **4,052** ต้น



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



ลดปริมาณขยะพลาสติกสู่การฝังกลบ **103.62** ตัน



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก **120.31** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **2,798** ต้น



### โครงการ เพิ่มมูลค่าการจัดการขยะพลาสติกที่ปนเปื้อน ในโรงงาน

บริษัท ซีพีแรม จำกัด นำขยะพลาสติกที่ปนเปื้อนจากกระบวนการผลิตภายในโรงงาน ส่งให้กับบริษัทภายนอกนำไปแปรรูปเป็นขยะเชื้อเพลิง (Refuse Derived Fuel : RDF) ซึ่งเป็นเชื้อเพลิงชีวภาพที่ผลิตมาจากขยะ และมีความร้อนจำเพาะสูง นับว่าเป็นแหล่งพลังงานที่เป็นพลังงานสะอาด



คัดแยก/รวบรวม



อัดก้อน RDF



เตาเผา ชยะชนิด moving grate



ผลิตกระแสไฟฟ้าพลังงานสะอาด



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดปริมาณขยะพลาสติก  
**1,128.29** ตัน



### โครงการ "ขวดเปล่า ไม่สูญเปล่า"

การเริ่มต้นแยกขยะขวดเปล่าพลาสติกสามารถสร้างประโยชน์ได้หลายมิติ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) จึงรวบรวมขวดน้ำพลาสติกใส (PET) เพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงช่วยลดใช้ทรัพยากรโลก ทำนุบำรุงศาสนาสร้างอาชีพ และช่วยสนับสนุนทางสาธารณสุขอีกด้วย

#### การดำเนินงาน

บริษัทเชิญชวนพนักงานร่วมกันนำขวด PET มาหย่อนในจุดรับขวดที่สำนักงานใหญ่ หรือศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร



บริษัทร่วมมือกับวัดจากแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ รวบรวมขวด PET ที่ใช้งานแล้ว จากศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าบริเวณใกล้เคียงกับวัดจากแดง เพื่อนำไปแปรรูปเป็นจิ๋วพระ โบนะที่สาขาที่อยู่ห่างไกลจะรวมขวดน้ำ PET ทาย และนำเงินที่ได้บริจาคให้กับวัดจากแดง



#### ผลลัพธ์ ปี 2565



ขวดน้ำพลาสติกใสที่รวบรวมได้กว่า  
**2.4** ล้านขวด



สามารถแปรรูปให้กลายเป็นเสื้อพนักงานได้  
**120,000** ตัว



เทียบเท่ากับการลดปริมาณปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจำนวน  
**73.92** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



ขวดน้ำดื่ม PET ที่รับบริจาคให้วัดจากแดงกว่า  
**2.32** ล้านขวด (38.76 ตัน)



จำนวนเงินที่บริจาคให้วัดจากแดงกว่า  
**126,636** บาท



เทียบเท่ากับการลดปริมาณปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจำนวน  
**111.82** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



การดำเนินงาน	ผลลัพธ์ ปี 2565
<p>บริษัทร่วมมือกับบริษัทอินโดรามา เวนเจอร์ส จำกัด (มหาชน) นำขวด PET มาแปรรูปเป็นชุด PPE คุณภาพสูง โดยเปิดจุดรับบริจาค นำร่องที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ด 6 สาขา ประกอบด้วย สาขานครปฐม สาขาศาลายา สาขาเพชรเกษม สาขาบางบอน สาขาเจริญสุขนิคมวงศ์ และสาขาแจ้งวัฒนะ</p> 	<p> ขวดน้ำพลาสติกใสที่รับบริจาคกว่า <b>285,659</b> ขวด (4.86 ตัน)</p> <p> เกี่ยวเท่ากับการลดปริมาณปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจำนวน <b>4.86</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า</p>








 **โครงการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์นวัตกรรม**

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่สำหรับบรรจุสินค้าแซนด์วิชอบร้อนเพื่อลดการใช้ถุงพลาสติกหุ้ม โดยโครงการมีการกำหนดแผนและระยะเวลาในการดำเนินการทั้งหมด 4 เฟส คือ 1) ออกแบบทดลองในสเกล Lap 2) ทดลองใช้งานในร้าน 7-Eleven จำนวน 110 สาขา 3) ทดลองขยายผลใช้งานในร้าน 7-Eleven ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (BE) ประมาณ 6,000 สาขา และ 4) ขยายผลการใช้งานในร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ โดยในปัจจุบัน โครงการดำเนินการอยู่ในเฟสที่ 4 โดยแนวคิดในการพัฒนาจำเป็นต้องครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่

- 1 ด้านสินค้า ต้องมีคุณลักษณะและคุณภาพเหมือนเดิม
- 2 ด้านลูกค้าทั้งลูกค้าภายใน (Operation) และลูกค้าภายนอก (Consumer) ต้องยอมรับการใช้งาน
- 3 ด้านสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่ต้องสามารถรีไซเคิล (Recycle) ได้และเป็นวัสดุที่ได้รับการรับรองว่ามาจากแหล่งป่าปลูกทดแทน (Sustainably-Managed Renewable Resources)
- 4 ด้านเศรษฐศาสตร์ ต้องไม่กระทบกับต้นทุนโดยรวมของสินค้า ทำให้บริษัทยังคงจำหน่ายสินค้าในราคาเดิมที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ และไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุน-ผลกำไรของบริษัท

โดยการทดลองการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้ากลุ่มแซนด์วิชอบร้อนนั้นมีรายละเอียดดังนี้

- ครั้งที่ 1 ออกแบบให้กล่องกระดาษบรรจุแซนด์วิชอบร้อนนั้นมีหูหิ้ว สามารถถือได้โดยไม่ต้องใช้ถุงพลาสติกซ้อนอีกชั้น โดยผลตอบรับจากลูกค้าคือถือไม่สะดวก กังวลเรื่องของความสะอาดและการปนเปื้อนได้ง่ายจากการไม่มีถุงหุ้ม
- ครั้งที่ 2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นรูปแบบของซองกระดาษ ซึ่งมีคุณสมบัติระบายความชื้นที่เหมาะสมจึงไม่จำเป็นต้องเจาะรูเพื่อระบายอากาศและความชื้นตัวของสามารถพับถือได้ โดยผลตอบรับจากลูกค้าคือ อยู่ในระดับที่พึงพอใจ ซึ่งในความพยายามครั้งที่ 2 นี้ นวัตกรรมของบรรจุภัณฑ์ที่คิดค้นขึ้น สามารถตอบโจทย์แนวคิดการพัฒนาได้ครอบคลุมทั้ง 4 ด้านในข้างต้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ
 <b>คุณภาพของสินค้าหลังการส่งมอบดีกว่าหรือเทียบเท่าการใช้บรรจุภัณฑ์แบบเดิม</b>
 <b>สามารถปกป้องสินค้าจากการปนเปื้อนจากสภาวะภายนอก</b>
 <b>งบประมาณที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนาจำนวน 200,000 บาท</b>
 <b>ลดปริมาณการใช้พลาสติกจากถุงหุ้มชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single use) ได้ราว 190.81 ตันต่อปี</b>
 <b>ลดการใช้กระดาษจากการเปลี่ยนชนิดของกระดาษ ประมาณ 368.49 ตันต่อปี</b>
 <b>ใช้กระดาษที่ได้รับการรับรองว่ามาจากแหล่งป่าปลูกทดแทน (Sustainably-managed renewable resources) และสามารถเข้าสู่กระบวนการ Recycle ได้</b>
 <b>ไม่กระทบต่อต้นทุนโดยรวมของสินค้า</b>





# การจัดการของเสีย และอาหารส่วนเกิน อย่างยั่งยืน

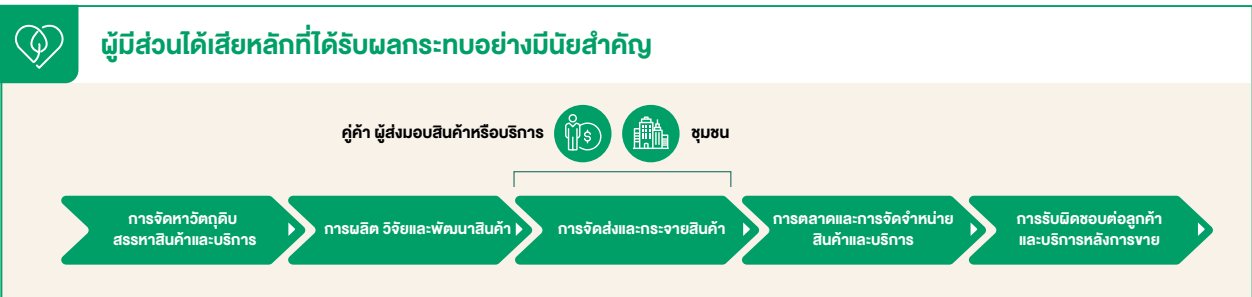


**คุณยุทธศักดิ์ ภูมิสุรกุล**  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

“สิ่งสำคัญที่สุดในการแก้ปัญหาในระดับชาติ คือการสร้างความร่วมมือ ร่วมใจ และรวมพลังกันแก้ปัญหา เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซีพี ออลล์และเครือข่ายพันธมิตรประสบความสำเร็จในการพัฒนาโมเดลจัดการขยะครบวงจรตั้งแต่ต้นทาง จึงนับเป็นการรวมพลังครั้งสำคัญ เพื่อบรรเทาผลกระทบสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน”

### สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

<p><b>SDG3</b> สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย</p> <p>3.9 ลดจำนวนการตายและการป่วยจากสารเคมีอันตราย และจากการปนเปื้อนและมลพิษทางอากาศ น้ำ และดิน ให้ลดลงอย่างมาก</p>	<p><b>SDG11</b> ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิคุ้มกันและยั่งยืน</p> <p>11.6 ลดผลกระทบทางลบของเมืองต่อสิ่งแวดล้อมต่อหัวประชากร โดยรวมถึงการให้ความสนใจเป็นพิเศษต่อคุณภาพอากาศและการจัดการของเสียของเทศบาลและอื่น ๆ</p>
<p><b>SDG6</b> สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัยสำหรับทุกคน และมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน</p> <p>6.3 ยุกระดับคุณภาพน้ำโดยลดมลพิษ จัดการทั้งขยะและลดการปล่อยสารเคมีและวัสดุอันตราย</p>	<p><b>SDG12</b> สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน</p> <p>12.3 ลดขยะอาหารในระดับค้าปลีกและผู้บริโภค และลดการสูญเสียอาหารจากกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน</p> <p>12.4 การจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตกลงกันแล้ว และลดการปลดปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดิน อย่างมีนัยสำคัญ เพื่อจะลดผลกระทบทางลบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม</p> <p>12.5 ลดการผลิตของเสียโดยการป้องกัน การลด การแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำมาใช้ซ้ำ</p>





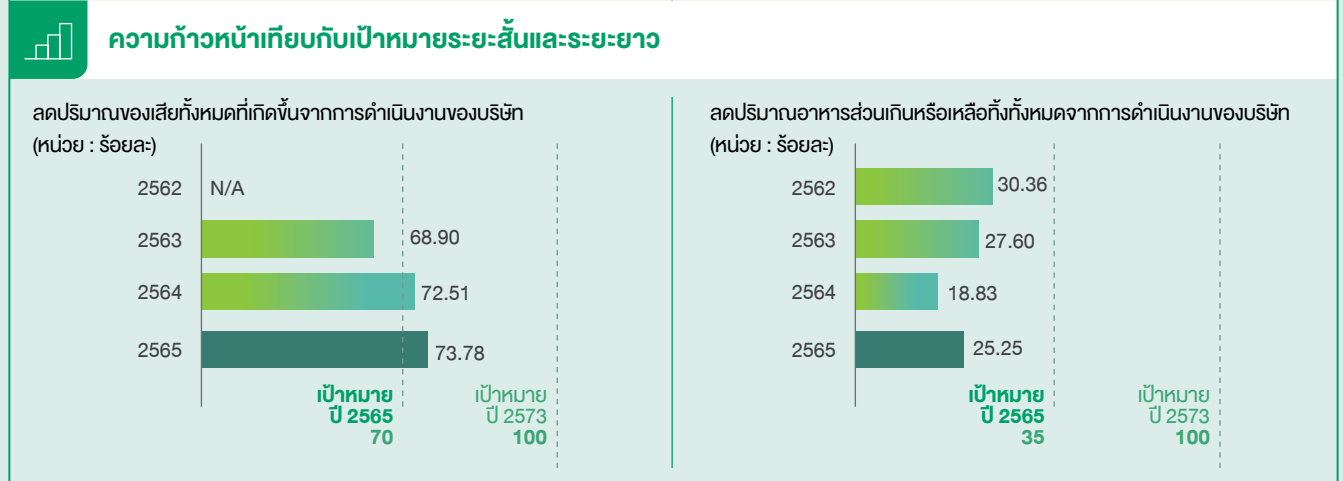
### เป้าหมายปี 2573

ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้งและลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบ


**ร้อยละ 100**

ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรือเหลือทิ้งของบริษัทที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบ

**ร้อยละ 35**



### ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2565



ปริมาณของเสียทั้งหมดที่นำกลับไปใช้ประโยชน์  
ได้ร้อยละ **73.76** จากปริมาณของเสียทั้งหมด



ปริมาณอาหารส่วนเกินหรือเหลือทิ้งทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจที่นำไปใช้ประโยชน์ในวัตถุประสงค์อื่น (Alternative Purpost) ได้ร้อยละ **25.25** (16,260.86 ตัน)

### การดำเนินงานที่สำคัญปี 2565



โครงการลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ (OA Ordering) ลดปริมาณอาหารตัดจ่ายได้ **7,293.17** ตัน



โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ ส่งมอบอาหารกว่า **281.38** ตัน ให้กับ **244** ชุมชน



โครงการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต ลดปริมาณการสูญเสียอาหารในกระบวนการผลิต **9,848.36** ตันต่อปี



โครงการต้นกล้าไร้ถังขยะผล **503** โรงเรียน



## ความเสี่ยงและโอกาส

องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations: FAO) และโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme: UNEP) พบว่าราวร้อยละ 31 ของอาหารที่ผลิตได้ทั้งหมดทั่วโลกกลายเป็นขยะอาหาร หรือคิดเป็นน้ำหนักกว่า 1 พันล้านตัน โดยแบ่งเป็นขยะอาหารที่เกิดขึ้นในกระบวนการเก็บเกี่ยวร้อยละ 14 โดยสามารถคิดเป็นมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจได้ราว 400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และขยะอาหารที่เกิดขึ้นในกระบวนการค้าปลีกและการบริโภคอีกราวร้อยละ 17 นอกจากนี้ขยะอาหารดังกล่าว มีสัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกราวร้อยละ 8-10 ของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลก ด้วยปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สูง จึงทำให้ขยะอาหารเป็นส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดการปล่อยปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่สูง และส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนการเกษตรและการปศุสัตว์ กระบวนการบริหารจัดการขยะอาหารที่ไม่มีประสิทธิภาพ ยังส่งผลให้เกิดมลพิษทางน้ำและอากาศ อาทิ น้ำชะมูลฝอย (Leachate) ก๊าซไข่เน่า และก๊าซมีเทน รวมถึงยังอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ของชุมชนได้อีกด้วย

ดังนั้น การดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในรูปแบบร้านค้าปลีกและส่ง จึงเป็นภาคส่วนสำคัญในการช่วยลดปัญหาขยะอาหารที่เกิดขึ้นจากการผลิตอาหารที่มากเกินไป รวมถึงการสูญเสียอาหารในขั้นตอนการขนส่ง การจัดจำหน่าย และการจัดเก็บอาหาร ซึ่งจะช่วยบรรเทาปัญหาขยะอาหารที่ทำลายระบบนิเวศโดยรอบโรงงาน หรือรอบร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ อันนำไปสู่สุขภาพที่ดีของชุมชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงด้วย อย่างไรก็ตามของเสียจากการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ถ้าหากอุตสาหกรรมการผลิตอาหาร และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีการบริหารจัดการที่เหมาะสม สามารถนำของเสียมาใช้เป็นวัตถุดิบทางเลือกอื่น ๆ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจ ทดแทนทรัพยากรได้ จะเป็นแนวทางการแก้ปัญหาขยะอาหารได้อย่างยั่งยืน



## แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการของเสียและขยะอาหารอย่างยั่งยืน บริษัทได้กำหนดนโยบายการจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร โดยมีเป้าหมายลดการจัดการของเสียด้วยวิธีฝังกลบให้เป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill) ภายในปี 2573 อีกทั้งบริษัทมุ่งมั่นเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนภาคสังคม ผ่านการดำเนินงานขององค์กรและร่วมบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติเป้าหมายที่ 12 ว่าด้วยบริโภคและผลิตอย่างมีความรับผิดชอบ โดยบริษัทดำเนินการบริหารจัดการขยะอย่างครอบคลุม จัดทำฐานข้อมูลและจำแนกตามกิจกรรมทางธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ทั้งขั้นตอนการผลิต การขนส่งกระจายสินค้า การจัดจำหน่าย ตลอดจนถึงมือผู้บริโภค เพื่อรวบรวมข้อมูลของเสียและขยะอาหาร (Food Waste) ผ่านการดำเนินงานที่เข้มงวดและระบบตรวจวัดที่แม่นยำให้บริษัทสามารถประเมินปริมาณทรัพยากรที่ถูกใช้ และปริมาณขยะที่เกิดขึ้นได้ทั้งภายในและภายนอก รวมถึงสามารถวิเคราะห์สัดส่วน องค์ประกอบ และประเภทของเสียและขยะอาหาร อันนำไปสู่

การกำหนดกลยุทธ์และมาตรการลดการสูญเสียตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมมือกับคู่ค้าจัดการประเด็นของเสียและขยะอาหารอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความเสี่ยงด้านมลพิษทางอากาศและมลพิษทางน้ำที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของชุมชนใกล้เคียง ทั้งนี้ บริษัทมีการดำเนินการจัดการรอบคลุมขยะทุกประเภท อาทิ อาหารส่วนเกิน (Food Surplus) อาหารสูญเสีย (Food Loss) ขยะอาหาร (Food Waste) และของเสียประเภทอื่น ๆ โดยนำแนวทางขององค์การอาหารและเกษตรมาประยุกต์ใช้ โดยมีหลักการ “1P3Rs” คือ 1) การป้องกัน (Prevention) 2) การลดใช้ (Reduction) เพิ่มประโยชน์ 3) การนำมาผลิตเพื่อใช้ซ้ำ (Reuse) และ 4) การนำมาใช้ใหม่ (Recycling) ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อลดความเสี่ยงการใช้ทรัพยากรเกินจำเป็นในกระบวนการผลิต รวมถึงช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และลดค่าการจัดการของเสียอีกด้วย



### อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

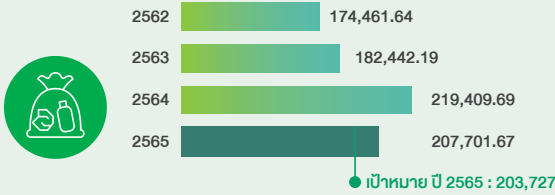
นโยบายการจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

<https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Food-Loss-Waste-TH-2564.pdf>



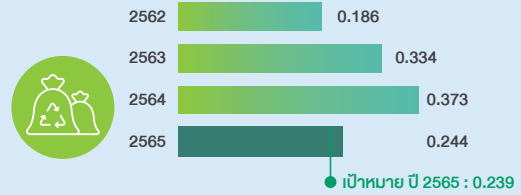
## สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

### ปริมาณของเสียทั้งหมด (ตัน)



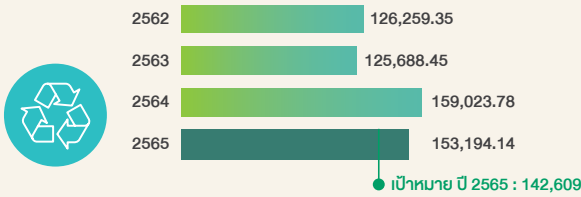
หมายเหตุ : รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

### ปริมาณของเสียทั้งหมดต่อรายได้ (ตันต่อล้านบาท)



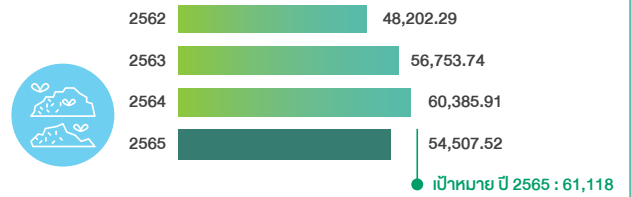
หมายเหตุ : รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

### ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์ (ตัน)



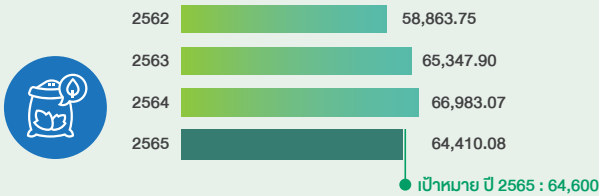
หมายเหตุ : รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

### ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัด (ตัน) ด้วยวิธีการฝังกลบ



หมายเหตุ : รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

### ปริมาณสูญเสียอาหาร (Food Loss) และขยะอาหาร (Food Waste) ทั้งหมด (ตัน)

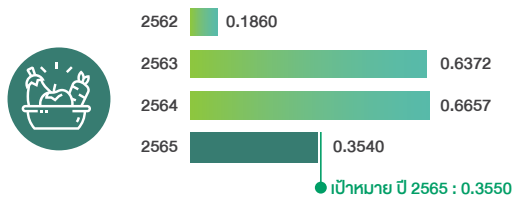


หมายเหตุ : รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

### ปริมาณสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมด (ตัน) จำแนกตามกิจกรรมธุรกิจหรือวงจรชีวิต (Lifecycle Stage)



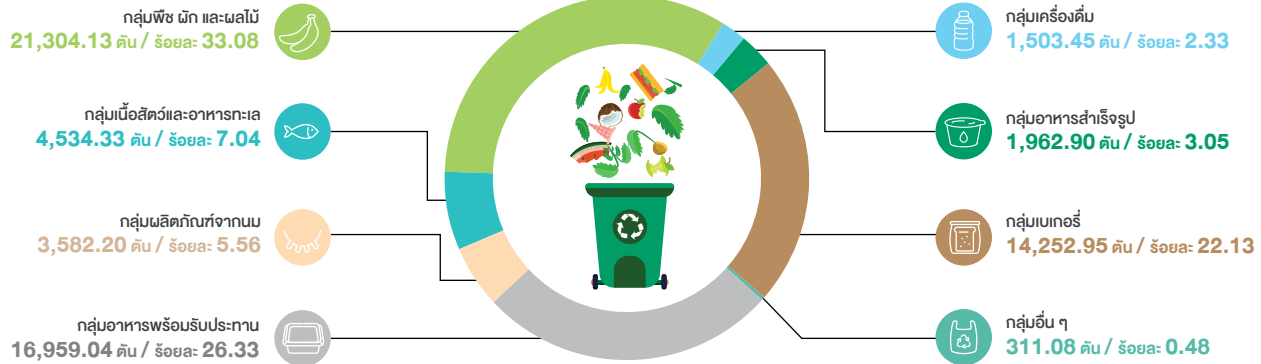
### ความเข้มข้นของการสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมดเปรียบเทียบกับยอดขายสินค้ากลุ่มอาหาร



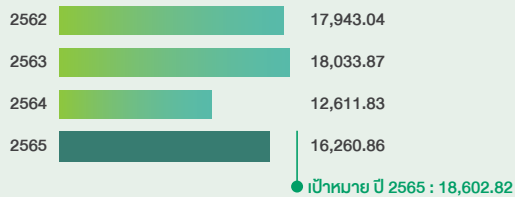


## สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

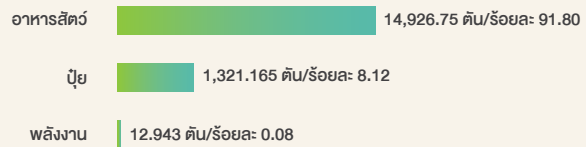
## สัดส่วนของการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร จำแนกตามหมวดอาหาร (Food Category)



## ปริมาณขยะอาหารที่นำกลับไม่ใช่ประโยชน์ (ตัน)



## ปริมาณขยะอาหารที่นำกลับไม่ใช่ประโยชน์ (ตัน) จำแนกตามวิธีกำจัด (Destination)



## ประเภทโครงการ

## ชื่อโครงการ



โครงการลดปริมาณสูญเสียอาหาร (Food Loss) ขยะอาหาร (Food Waste) และของเสีย (Waste)

- โครงการยกระดับการจัดการฐานข้อมูลอ้างอิงตามมาตรฐานสากล



โครงการลดปริมาณการสูญเสียอาหาร (Food Loss) ขยะอาหาร (Food Waste) และของเสีย (Waste)

- โครงการลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ OA Ordering
- โครงการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต
- โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ ชุมชน (วัด) กรมอุทยาน
- โครงการกินได้ไม่ทิ้งกัน



โครงการลดปริมาณการสูญเสียอาหาร (Food Loss) ขยะอาหาร (Food waste) และของเสีย (Waste) กลับมาใช้ใหม่

- โครงการเปลี่ยนขยะ เป็นประโยชน์
- โครงการ ZERO Waste to Landfill
- โครงการบริหารจัดการขยะและวัสดุคืบเหลือใช้



## ลดการสูญเสียอาหาร (Food Loss) และจัดการขยะอาหาร (Food Waste)

บริษัทนำแนวทางการบริหารจัดการอาหารเพื่อลดปริมาณขยะอาหารขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (The Food and Agriculture Organization of United Nation: FAO) ร่วมกับ โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme: UNEP) มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ผ่านการดำเนินโครงการต่าง ๆ ในปี 2565 ดังนี้

**มาตรการป้องกัน (Prevention) ไม่ให้เกิดขยะอาหาร และของเสียตั้งแต่ต้นทาง**

**โครงการลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ (OA: Ordering & Assortment)**

บริษัทใช้อุปกรณ์หน้าจอสำหรับสั่งสินค้า (GOT: Graphic Ordering Terminal) ในการประมวล วิเคราะห์ข้อมูลยอดขายสินค้าย้อนหลังที่ขายดี และยังคงเหลือเพื่อช่วยให้พนักงานร้าน 7-Eleven สามารถตรวจสอบยอดบริหารจัดการ รวมถึงแก้ไขยอดสั่งสินค้าให้เหมาะสมได้ตามสถานการณ์การจัดสินค้าไปรษณีย์ในช่วงพิเศษสำหรับสินค้ากลุ่มอาหาร พร้อมรับประทาน อาทิ เบเกอรี่ ข้าวกล่อง และแซนด์วิชอบร้อน โดยในปี 2565 บริษัทสามารถลดปริมาณการสูญเสียจากการตัดจ่ายได้ร้อยละ 2.66 คิดเป็นมูลค่า 687.27 ล้านบาท



**โครงการลดของเสียในกระบวนการผลิต ภายใต้โครงการหลัก Zero Waste to Landfill**

ซีพีแรม ให้ความสำคัญในการพัฒนากระบวนการและอุปกรณ์ในกระบวนการผลิต เพื่อช่วยลดการสูญเสียอาหาร และลดการใช้วัตถุดิบ

ในปี 2565 ได้ดำเนินการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ใช้วัตถุดิบได้คุ้มค่ามากยิ่งขึ้น เช่น ลดปริมาณการสูญเสียจากการตัดแต่งวัตถุดิบ ลดการสูญเสียด้วยเครื่องตัดแต่งด้วยพลังงานอัลตราโซนิก (Ultrasonic) และการพัฒนาเครื่องจักรเพื่อลดปริมาณการสูญเสียจากสินค้าล้นพ้น เป็นต้น

**มาตรการลดใช้ (Reduction) เพิ่มประโยชน์**

**โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ**

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมมือกับมูลนิธิต่าง ๆ ในการส่งมอบอาหารส่วนเกินที่เกิดจากอาหารที่ทางร้าน 7-Eleven ส่งมาเกินความต้องการของลูกค้า โดยนำอาหารส่วนเกินมอบให้กับชุมชน องค์กรเพื่อสังคม องค์กรการกุศล และผู้ยากไร้ โดยทางบริษัทได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพอาหารอย่างรอบคอบ อาทิ ความสมบูรณ์ของสภาพอาหาร ยังดูสดใหม่ คุณภาพยังดี และสามารถบริโภคได้ ตลอดจนมีการรับรองด้วยตราสัญลักษณ์ อย. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) พร้อมระบุวันหมดอายุบนสินค้าอย่างชัดเจน โดยอาหารที่ส่งมอบให้ได้แก่

นมบิง แซนด์วิช นม ผัก อาหารกึ่งสำเร็จรูป ผลไม้ และอาหารปรุงสุกอื่น ๆ ในปี 2565 บริษัทได้ส่งมอบอาหารส่วนเกินจากร้าน 7-Eleven ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต ชลบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี รวม 219 สาขา ให้กับมูลนิธิสโกลาสส์ ออฟ ซีพีทีแอนด์ (SOS Thailand) มูลนิธิ VV Share และมูลนิธิเซนต์มาร์ติน เพื่อส่งมอบอาหารให้กับชุมชนและกลุ่มเปราะบาง



	<b>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ</b>
	ส่งมอบอาหารส่วนเกินกว่า <b>281.38</b> ตัน <b>1,181,780</b> มื้ออาหารให้กับ <b>244</b> ชุมชน
	ลดขยะอาหารสู่การฝังกลบ <b>281.38</b> ตัน
	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก <b>711.88</b> ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

นอกจากนี้ บริษัทนำอาหารตัดจ่ายที่ร้าน 7-Eleven บริจาคให้แก่วัดจากแดง ภายใต้โครงการ อาหาร สร้างบุญ (Food to Merit) โดยทางวัดจะนำเข้าเครื่องแปรรูปจากขยะอาหารกลายเป็นแก๊สหุงต้ม น้ำหมักชีวภาพ ปุ๋ยชีวภาพ สามารถนำกลับไปใช้ประโยชน์ด้านการเกษตร



## 🍴 โครงการกินได้ไม่ทิ้งกัน (Food Waste Reduction Programmed)

ในฐานะซูเปอร์มาร์เก็ตที่จำหน่ายสินค้าประเภทอาหาร โลตัส เล็งเห็นความสำคัญและตระหนักถึงปัญหาของขยะอาหาร จึงได้ริเริ่มโครงการ “กินได้ไม่ทิ้งกัน” เพื่อบริจาคอาหารส่วนเกินจากสาขา ภายใต้เป้าหมายในการลดปริมาณขยะอาหารสู่หลุมฝังกลบเป็นศูนย์ภายในปี 2573 โดยการบริหารจัดการลดปริมาณขยะอาหารภายในองค์กรอย่างรอบด้าน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ผ่านการนำอาหารที่จำหน่ายไม่หมดมาใช้ให้เกิดประโยชน์ อาทิ โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินให้กับสวนสัตว์ โครงการทำปุ๋ยชีวภาพจากเศษอาหาร โดยร่วมมือกับองค์กรภายนอกหลายภาคส่วน ได้แก่ 1) ร่วมมือกับ SOS และ VV Share ส่มอบอาหารส่วนเกินที่ยังคุณภาพดี สามารถรับประทานได้ให้แก่ผู้ยากไร้ ซึ่งดำเนินโครงการนำร่องจากโลตัสสาขาใหญ่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล และขยายโครงการไปในอีกหลายสาขาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2560 2) ร่วมมือกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช องค์การสวนสัตว์แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ และองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ในการลดปริมาณขยะอาหารให้เป็นศูนย์ โดยนำอาหารที่จำหน่ายไม่หมดแต่ยังสามารถรับประทานได้ของโลตัส ส่งต่อไปยังหน่วยงานหรือองค์กรไม่แสวงกำไร เช่น มีนิจูริบิวรี สถานีเพาะเลี้ยงสัตว์จัพากรณ เป็นต้น

เพื่อนำไปแจกจ่าย แบ่งปันให้กับผู้ยากไร้ รวมถึงนำไปเป็นอาหารสัตว์ 3) ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในการนำอาหารส่วนเกินที่ไม่สามารถรับประทานได้ อาทิ ผัก ผลไม้ และอาหารสดประเภทอื่น ๆ ที่เก็บรวบรวมมาจากโลตัสจำนวน 47 สาขา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริจาคให้กับเกษตรกรในเครือข่ายของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการเพาะเลี้ยงแมลงโปรตีน (Black Soldier Fly: BSF) ซึ่งเป็นแมลงที่ปลอดภัยต่อพืชและชุมชน ไม่เป็นพาหะนำโรค นอกจากนี้ยังได้ปุ๋ยซึ่งมาจากมูลของแมลงและหนอนอีกกว่า 2,200 กิโลกรัม ซึ่งสามารถนำไปผลิตเป็นปุ๋ยหมักชุมชนได้ ผ่านเครื่องย่อยขยะอาหาร



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



**ลดปริมาณขยะอาหารสู่การฝังกลบ 39.75 ตันต่อปี**



**ผลิตปุ๋ยหมักชุมชนจากมูลหนอน 8.6 ตัน ในปี 2565**



## มาตรการการนำมาผลิตเพื่อใช้ซ้ำ (Reuse)



### โครงการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดกระบัง) ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการสูญเสียในกระบวนการผลิต และการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบส่วนเกินโดยการนำวัตถุดิบส่วนเกินเหล่านั้นมาเพิ่มมูลค่าเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งจะช่วยลดการเกิดความสูญเสียผ่านทางอาหาร ตัวอย่างของการดำเนินการเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่เกี่ยวเนื่องจากขบถนมเนย และพัฒนาผลิตภัณฑ์บรูว์เบอรี่สุขภาพ เป็นต้น



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



**ลดปริมาณการสูญเสียอาหาร ในกระบวนการผลิต 9,848.36 ตันต่อปี**



**ค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะอาหาร 0 บาทต่อปี**



**เพิ่มมูลค่าสินค้า สร้างยอดขาย 105.10 ล้านบาทต่อปี**







**มาตรการการนำมาใช้ใหม่ (Recycling) ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)**



**โครงการต่อเนื่อง CP ALL Food Waste Management**

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จับคู่เชื่อมโยงนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมภายใต้กลยุทธ์ 7 Go Green (เซเว่น โท กรีน) โดยโครงการ “CPALL Food Waste Management” เป็นอีกหนึ่งโครงการที่มุ่งเน้นการนำขยะและของเสียมาใช้ซ้ำ (Reuse) ให้เกิดประโยชน์โดยดำเนินการบริหารจัดการสินค้าใกล้หมดอายุในร้าน 7-Eleven บนเกาะ-สมุยและเกาะ-พะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผ่านการแยกขยะอาหารออกจากบรรจุภัณฑ์และส่งมอบให้กับเกษตรกรเพื่อนำไปเป็นอาหารเลี้ยงสัตว์หรือนำไปเป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตปุ๋ยหมัก โดยในปี 2565 มีปริมาณขยะอาหารและบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่รวบรวมได้จากร้าน 7-Eleven 68 ตันต่อปี พร้อมกันนี้ บริษัทได้ร่วมมือกับภาคีเครือข่ายกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม องค์กรภาคประชาสังคม และ

หน่วยงานในพื้นที่เกาะ-สมุยและเกาะ-พะงัน จัดกิจกรรมเก็บขยะบริเวณชายหาด ตลอดจนการรณรงค์ลดและคัดแยกขยะเพื่อการใช้ซ้ำและรีไซเคิล โดยได้ร่วมมือกับองค์กรภาคประชาสังคม ชุมชน และโรงเรียนในการออกแบบและสร้างศูนย์การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมและนิเวศชุมชน ซึ่งผลิตจากขยะพลาสติกและขวดแก้ว โดยดำเนินการนำร่องในพื้นที่โรงเรียนบ้านบ่อผุด โดยความร่วมมือจากภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมในการศึกษาค้นคว้านวัตกรรมการนำพลาสติกมาใช้ซ้ำ ที่เชื่อมโยงกับหลักสูตรการเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน และเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนและนักท่องเที่ยว



**โครงการ ZERO Waste to Landfill**

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดกระบัง) บริหารจัดการขยะและวัสดุเหลือใช้ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต ตามแนวทางการบริหารจัดการของเสีย 3Rs (Reduce Reuse Recycle) แบบผสมผสานอย่างมีประสิทธิภาพจากการให้ความรู้และสร้างความตระหนักผ่านหลักสูตรอบรมพนักงานใหม่และพนักงานทั่วไปเป็นประจำทุกปี ผลการดำเนินงานโครงการพบว่าของเสียที่เกิดขึ้นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ร้อยละ 100 โดยของเสียดังกล่าวแบ่งตามประเภทได้ ดังนี้

**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

**กำจัดขยะด้วยกระบวนการฝังกลบเป็นศูนย์**

**สร้างรายได้จากขยะและวัสดุเหลือใช้เฉลี่ย 76.37 ล้านบาทต่อปี**



เศษขนมปัง

คิดเป็นร้อยละ **73.09**



ผลิตอาหารสัตว์



ขยะอาหาร

คิดเป็นร้อยละ **0.67**



ผลิตอาหารสัตว์



ขยะกลุ่มกากตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสีย

คิดเป็นร้อยละ **18.85**



ผลิตปุ๋ยชีวภาพและสารปรับปรุงดิน



ขยะพลาสติก

คิดเป็นร้อยละ **1.45**



หลอมเป็นเม็ดพลาสติก



ขยะขวดแก้ว ขวดพลาสติก

คิดเป็นร้อยละ **0.21**



ผ่านกระบวนการรีไซเคิล



ขยะอันตราย

คิดเป็นร้อยละ **0.09**



ใช้เป็นวัตถุดิบในโรงปูน



ขยะทั่วไป

คิดเป็นร้อยละ **5.64**



เป็นเชื้อเพลิง RDF ในการผลิตกระแสไฟฟ้าได้



## โครงการ “เปลี่ยนขยะ เป็นประโยชน์ (น้ำหมักชีวภาพ EM)”

บริษัทได้นำขยะอาหารในศูนย์จำหน่ายสินค้า ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่สามารถจัดจำหน่ายได้แล้ว จำพวกผักและผลไม้ มาทำเป็นน้ำหมักชีวภาพ (EM) เพื่อใช้ทำความสะอาดคราบไขมันภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า โดยโครงการดังกล่าวเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปัจจุบัน และในปี 2565 นี้ บริษัทร่วมสนับสนุนโครงการ “กรุงเทพฯเมืองน่าอยู่” ซึ่งมีศูนย์จำหน่ายสินค้าจำนวน 26 สาขา ส่งมอบน้ำหมักชีวภาพที่เกิดจากขยะอาหารดังกล่าวให้กับสำนักงานเขต 20 แห่งในสังกัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้สำนักงานเขตนำไปใช้บำบัดน้ำเสียตามคูคลองต่าง ๆ รวมถึงนำไปฉีดพ่นเป็นสารบำรุงต้นไม้ หรือใช้เป็นสารไล่แมลง



ผลการดำเนินงาน ปี 2565

บริจคน้ำหมักชีวภาพ (EM) ให้ กทม. **4,898** ลิตรขยะอาหารที่ลดลงจากการนำมาทำน้ำหมักชีวภาพ (EM) ให้ กทม. เป็นจำนวน **4.90** ตัน

## โครงการ “Zero Food Waste to Landfill (นำไปแปรรูปเป็นอาหารสัตว์ Feed Animals)”

บริษัทลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางอาหารเพื่อสัตว์ป่า ร่วมกับกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ด้วยการทำผัก ผลไม้ หรือผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป เบเกอรี่ ที่ยังรับประทานได้แต่ไม่สามารถจำหน่ายได้ จากศูนย์จำหน่ายสินค้า 17 สาขา ใน 14 จังหวัด ส่งไปยังศูนย์ช่วยเหลือสัตว์ป่าจำนวน 27 แห่ง ที่อยู่ภายใต้การดูแลของกรมอุทยานฯ เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระงบประมาณประจำปีด้านอาหารและสวัสดิภาพของสัตว์ป่าที่ได้รับผลกระทบจากการขาดรายได้เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง อีกทั้งยังช่วยบริหารจัดการขยะอาหารของบริษัทอีกด้วย



ผลการดำเนินงาน ปี 2565

ปี 2565 ส่งมอบอาหารสัตว์ทั้งหมด **725.90** ตัน และตั้งเป้าหมายปีต่อ ๆ ไปเพื่อมุ่งลดปริมาณขยะอาหารสู่หลุมฝังกลบเป็นปีละ **22,000** ตันส่งมอบขยะอาหารให้เป็นอาหารสัตว์ป่าแก่ศูนย์ช่วยเหลือสัตว์ป่าจำนวน **27** แห่งลดขยะอาหารไปสู่หลุมฝังกลบ **725.90** ตันต่อปี

บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (โลตัส) มุ่งลดและขับเคลื่อนการนำขยะอาหารจากการดำเนินการกลับมาใช้ใหม่ ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย ดังนี้

 **โครงการ “อาหารบีนสุย (ZERO Food Waste)”**

โลตัสเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเพิ่มขึ้นของปริมาณขยะอาหารที่ยังรับประทานได้ หรือ ‘อาหารส่วนเกิน’ จึงร่วมกับภาคีเครือข่ายกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช องค์การสวนสัตว์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ นำผักและผลไม้ที่จำหน่ายไม่หมดแต่ยังสามารถรับประทานได้ของ

โลตัสส่งต่อให้กับสวนสัตว์ภายใต้ความรับผิดชอบขององค์การสวนสัตว์แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ และสถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า เป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด ลดปริมาณขยะและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ด้วยแนวคิด “ชีวิตวิถีใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม”



**ผลการดำเนินงาน ปี 2565**



**บริจาคอาหารผ่านโครงการอาหารบีนสุยให้กับสวนสัตว์ และสถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า 11 แห่ง**



**ลดปริมาณขยะอาหารสู่หลุมฝังกลบผ่านโครงการอาหารบีนสุย 40 ตัน**



**การวัด วิเคราะห์ และจัดทำฐานข้อมูล**



**โครงการยกระดับการจัดการฐานข้อมูลอ้างอิงตามมาตรฐานสากล**

บริษัทวัดผล และวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประกอบของขยะอาหารจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่



กลุ่มพืช ผัก และผลไม้



กลุ่มเนื้อสัตว์ และอาหารทะเล



กลุ่มผลิตภัณฑ์จากนม



กลุ่มอาหารพร้อมรับประทาน



กลุ่มเครื่องดื่ม



กลุ่มอาหารสำเร็จรูป



กลุ่มเบเกอรี่

ในปี 2565 บริษัทมีปริมาณขยะอาหารทั้งหมด 64,410.08 ตัน โดยกลุ่มขยะอาหารประเภทกลุ่มพืช ผักและผลไม้ มีปริมาณสูงที่สุดจำนวน 21,304.13 ตัน คิดเป็นร้อยละ 33.08 ของปริมาณขยะอาหารปี 2565 (สามารถดูข้อมูลสัดส่วนปริมาณขยะอาหารแต่ละกลุ่มได้ที่สรุปผลการดำเนินงานปี 2565)



## สานความร่วมมือกับชุมชน และคู่ค้าในการจัดการขยะและของเสีย



### โครงการต่อเนื่องต้นกล้าไร้ถัง

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ โรงเรียนภายใต้มูลนิธิ สานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์ อีดี (CONNEXT ED) ที่สนับสนุน โดยบริษัท ดำเนินโครงการต้นกล้าไร้ถัง ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 มุ่งเน้นการบริหารจัดการขยะเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ผ่านการปลูกฝังจิตสำนึก ให้แก่เยาวชน ให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการมีส่วนร่วมในการคิดแยกขยะ ตั้งแต่ต้นทางในหน่วยที่เล็กที่สุดของชุมชน โดยวิถีของต้นกล้าไร้ถังคือ “การไม่มีถังขยะ” หรือมีขยะเหลือทิ้งน้อยที่สุดผ่านการคัดแยก วัสดุย่อยสลาย วัสดุรีไซเคิล ออกจากขยะทั่วไป จนเหลือสิ่งที่ใช้ไม่ได้แล้วจริง ๆ จึงจะเรียกว่าขยะ โดยการสร้างความร่วมมือกับพ่อค้า แม่ค้า ในโรงเรียนยกเลิกการขายสินค้าที่จะสร้างขยะ เช่น หลอด จาน กระดาษ แก้วน้ำ แบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เป็นต้น พัฒนาและบูรณาการหลักสูตร ให้เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะ นำสิ่งที่คณมองว่าเป็นขยะกลับมาใช้ใหม่ รีไซเคิล มาจัดการเป็นวัสดุอินทรีย์ สามารถสร้างรายได้กลับสู่โรงเรียนและชุมชน โดยในปี 2565 บริษัทลงนามหนังสือบันทึกข้อตกลงระหว่างองค์กร วิทยภาคีเครือข่ายโรงเรียนต้นกล้าไร้ถัง รุ่นที่ 3 รวมกว่า 503 แห่ง เข้าร่วม เป็นสมาชิกภาคีในฐานะโรงเรียนไร้ถังสังกัด กทม. และมีแผนขยายผลการ ดำเนินการในปี 2566 ครบทุกโรงเรียนภายใต้มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์ อีดี (CONNEXT ED) ที่สนับสนุนโดยบริษัท รวมถึงยกระดับ “ต้นกล้าไร้ถัง” สู่ “ชุมชนไร้ถัง” เพื่อบริหารจัดการขยะของชุมชน

โดยในปี 2565 ที่ผ่านมา โครงการ “ต้นกล้าไร้ถัง” มีความก้าวหน้าในการดำเนินงานอย่างมาก โดยมีการอบรมให้ความรู้ พร้อมทั้งปลูกจิตสำนึก ในการคิดแยกขยะให้กับโรงเรียนและชุมชนบริเวณใกล้เคียงทั่วประเทศ อย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการอบรมแล้ว บริษัทยังให้ความช่วยเหลือ การจัดการขยะอย่างรอบด้าน ผ่านกิจกรรมหลากหลาย อาทิ การติดตั้ง ระบบธนาคารขยะให้กับชุมชนเพื่อบันทึกข้อมูลและจัดจำหน่ายวัสดุ รีไซเคิล พร้อมทั้งพัฒนาแอปพลิเคชัน “คุ่มค่า” (KoomKah) ซึ่งเป็น “ธนาคารขยะ” ในระบบดิจิทัล ที่จะอำนวยความสะดวกในการติดตามและ บันทึกข้อมูลอย่างทั่วถึง รวมถึงการส่งเสริมและติดตั้งตู้รีไซเคิลซึ่งสามารถ รีไซเคิลวัสดุประเภทกล่องนม UHT ขวดพลาสติก กระป๋องอะลูมิเนียม

และถุงพลาสติกได้ เพื่อสนับสนุนการคัดแยกขยะและหมุนเวียนเปลี่ยนเป็น ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการดำเนินงานได้ขยายผลไป ทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ดังนี้

- โรงเรียนเสียบคลองลาดพร้าวจำนวน 10 แห่ง
- โรงเรียนวัดนาคู (จินตศึกษาคาร) อำเภอพิบูลย์รักษ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT)
- โรงเรียนในโครงการสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี
- โรงเรียนทุกโรงเรียนใน 5 เขตพื้นที่การศึกษา จากจังหวัดกาฬสินธุ์ และจังหวัดขอนแก่น
- โรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร
- โรงเรียนในสังกัดเทศบาลนครภูเก็ต
- โรงเรียนในสังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาภูเก็ต

พร้อมทั้งต่อยอด “ภาคีเครือข่ายต้นกล้าไร้ถัง” สู่ภาคีเครือข่ายด้านการจัดการขยะที่แข็งแกร่งที่สุดในประเทศไทย สร้างระบบนิเวศการจัดการขยะ ครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำ รวบรวมผู้เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม ผู้ให้ความรู้ กลุ่มผู้คัดแยกขยะ กลุ่มผู้รับจัดส่งวัสดุและบันทึกข้อมูลผ่านเว็บ แอปพลิเคชัน “คุ่มค่า” กลุ่มผู้รีไซเคิล กลุ่มผู้รวบรวมจัดเก็บ กลุ่มเจ้าของ ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ พร้อมพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ สีสียิว (Green Learning Network) โดยตั้งเป้าหมายวิทยภาคีเครือข่าย สู่โรงเรียน CONNEX ED 5,567 แห่งทั่วประเทศ ร่วมกันลดปริมาณขยะ อย่างยั่งยืนทุกพื้นที่ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ



#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดปริมาณขยะเหลือใช้ได้ ร้อยละ **60**



ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **161** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



สถาบันศึกษาและชุมชนเข้าร่วมโครงการ จำนวน **594** แห่งทั่วประเทศ



**โครงการต่อเนื่องใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์**

บริษัทได้เปิดช่องการรับใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษีอย่างย่อ และใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน 7-Eleven ถือเป็นการริเริ่มการดำเนินการเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของบริษัทรองรับวิถีชีวิตดิจิทัลและอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า โดยโครงการนี้ได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่ 26 พฤศจิกายน 2563 จนถึงปัจจุบัน



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



ลดใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษีอย่างย่อไปได้ทั้งสิ้น **504,076,497** รายการ



ใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบ **4,706,331** รายการ



ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **3,401.74** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่ากับการปลูกไม้สักอายุ 5 ปี จำนวน **9,428.32** ต้น



**สร้างการรับรู้ และรณรงค์ให้ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมารีไซเคิล**



**โครงการสร้างความตระหนักเรื่องขยะอาหาร (Food Waste)**

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินโครงการสร้างความตระหนักถึงปัญหาขยะอาหารผ่านเพจเฟซบุ๊ก “สังคมไทยไร้ Food Waste” และสร้างกลุ่ม “กินหมดจนไร้ Food Waste” เพื่อเป็นช่องทางส่งเสริมความรู้ด้านการ

จัดการและลดปริมาณขยะอาหาร ปัจจุบันมีผู้กดติดตามเพจเฟซบุ๊กกว่า 28,096 ราย และมีสมาชิกในกลุ่มกว่า 1,046 ราย



นอกจากนี้ ยังดำเนินการจัดกิจกรรม “CPRAM FOOD STATION” ในตอนพิเศษ “ดีต่อเรา ดีต่อโลก มีที่ไหน คำตอบคือ.. VG for Love ใจ” ซึ่งเป็นสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (workshop) สร้างแรงบันดาลใจ และเรียนรู้วิธีการในการรังสรรค์อาหารเมนูสุดพิเศษ ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นแพลนต์เบส (Plant-Based) อย่าง VG for Love โดยกิจกรรมนี้ มุ่งเน้นการสร้างความตระหนักในการลด Food Waste หรือลดความสูญเสียผ่านทางอาหาร เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม ยกระดับสู่ความมั่นคงทางอาหาร และความยั่งยืนทางอาหารอย่างแท้จริง





### กิจกรรม รักษ์พะงัน 24 ชั่วโมง

วันที่ 5 มิถุนายน ของทุกปี เป็นวันสิ่งแวดล้อมโลก มีขึ้นเพื่อให้ทุกภาคส่วนทั่วโลก เกิดความตื่นตัวและตระหนักรู้ถึงวิกฤตการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม และเนื่องในโอกาสวันสิ่งแวดล้อมนี้ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จึงดำเนินการจัดกิจกรรม “รักษ์พะงัน 24 ชั่วโมง” ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม เพื่อจัดการขยะในเกาะพะงัน โดยสมาชิกชมรมจิตอาสาฯ ซีพี ออลล์ ลงพื้นที่พายเรือคายัคเก็บขยะบนผิวน้ำ และเก็บขยะบริเวณชายหาดเกาะเต่าใน พร้อมช่วยกันคัดแยกขยะ เพื่อนำไป

เข้ากระบวนการจัดการที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์สูงสุด ในส่วนขยะที่ไม่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ จะดำเนินการจัดการต่ออย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ตัวแทนทีมจิตอาสาฯ ซีพี ออลล์ ร่วมกับทีมนักดำน้ำอาสาจากหลากหลายกลุ่ม ร่วมดำน้ำเก็บขยะใต้ทะเล พร้อมแยกปะการังและสัตว์น้ำขนาดเล็ก ออกจากขยะประเภทอุปกรณ์การประมง และปล่อยกลับคืนสู่ธรรมชาติ







# การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุน ในระบบเศรษฐกิจ

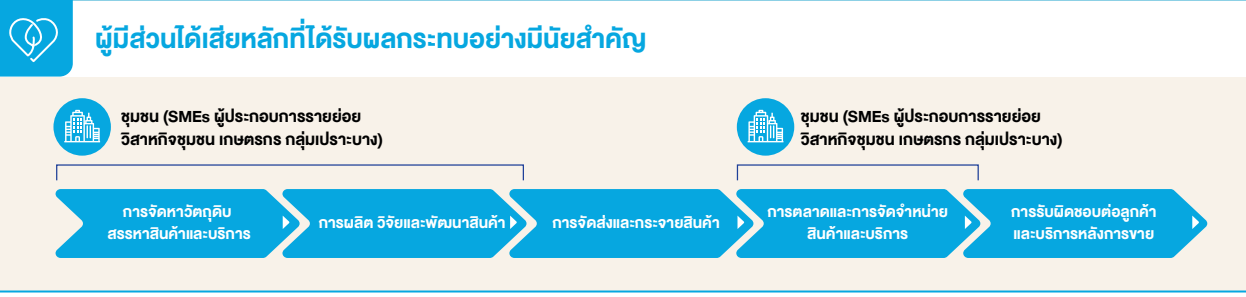


**คุณยุทธศักดิ์ ภูมิสุรกุล**  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

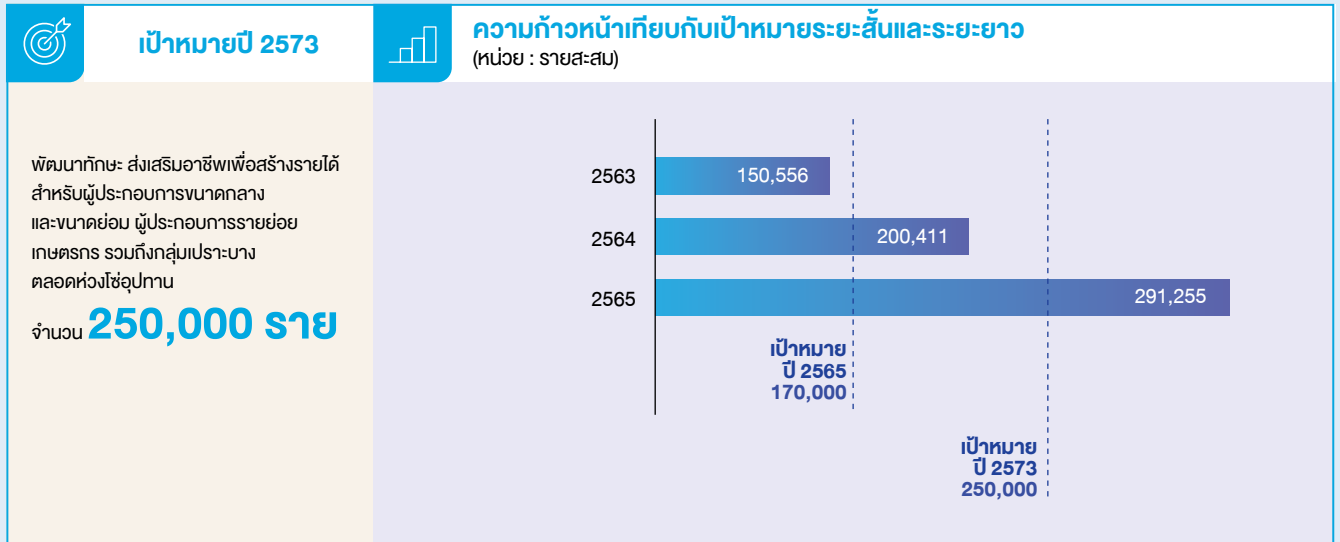
“ซีพี ออลล์ มุ่งดำเนินธุรกิจด้วยความตระหนักถึงความสำคัญของสังคม ชุมชน ที่เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ ผ่านการสนับสนุนและสร้างคุณค่าที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง และจริงจัง พร้อมเป็นกองหนุนแห่งโอกาสให้กับเอสเอ็มอี (SMEs) กลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย ในชุมชน ยกกระดับสินค้าชุมชนสู่ระดับประเทศ ให้สามารถเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน”

### สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน













<p><b>SDG1</b> <b>ขจัดความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่</b></p>	<p>1.2 ลดสัดส่วนชาย หญิง และเด็กในทุกช่วงวัย ที่อยู่ภายใต้ความยากจนในทุกระดับ</p> <p>1.3 ดำเนินการให้เป็นผลตามระบบและมาตรการคุ้มครองทางสังคมที่เหมาะสม และให้ครอบคลุมถึงกลุ่มที่ยากจนและเปราะบาง</p>	<p><b>SDG8</b> <b>ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่ มีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน</b></p>	<p>8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม ส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อยขนาดเล็กและขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านการเข้าถึงบริการทางการเงิน</p>
<p><b>SDG2</b> <b>ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน</b></p>	<p>2.3 เพิ่มผลิตภาพทางการเกษตรและรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก โดยเฉพาะผู้หญิง คนพื้นเมือง เกษตรกรแบบครอบครัว คนเลี้ยงปศุสัตว์ ชาวประมง โดยรวมถึงการเข้าถึงที่ดิน ทรัพยากร และปัจจัยนำเข้าในการผลิต ความรู้ บริการทางการเงิน ตลาด และโอกาสสำหรับการเพิ่มมูลค่าและการจ้างงาน งานนอกฟาร์ม อย่างปลอดภัยและเท่าเทียม</p>	<p><b>SDG10</b> <b>ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ</b></p>	<p>10.1 ให้บรรลุอย่างต่อเนื่องและคงการเติบโตของรายได้ในกลุ่มประชากรที่ยากจนที่สุด</p>
<p>2.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืน และดำเนินการตามแนวปฏิบัติทางการเกษตร ที่มีภูมิคุ้มกันที่จะเพิ่มผลิตภาพและการผลิต ซึ่งจะช่วยรักษาระบบนิเวศ เสริมขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภาวะอากาศรุนแรง ภัยแล้ง อุทกภัยและภัยพิบัติอื่น ๆ และจะช่วยพัฒนาที่ดินและคุณภาพดินอย่างต่อเนื่อง</p>	<p><b>SDG11</b> <b>ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิคุ้มกันและยั่งยืน</b></p>	<p>11.5 ลดจำนวนการตายและจำนวนคนที่ได้รับผลกระทบและลดการสูญเสียโดยตรงทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณ์ทั้งหมดรวมภายในประเทศของโลกที่เกิดจากภัยพิบัติ ซึ่งรวมถึงภัยพิบัติที่เกี่ยวข้องกับน้ำ โดยมุ่งเป้าปกป้องคนจนและคนที่อยู่ในสถานการณ์ที่เปราะบาง</p>	










### ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2565

 <p><b>34,043</b> ราย เอสเอ็มอี (SMEs) ที่ได้รับการพัฒนาทักษะทางอาชีพ สร้างงานเพิ่มรายได้</p>	 <p><b>8,306</b> ราย เกษตรกรในห่วงโซ่อุปทาน ที่ได้รับการพัฒนาทักษะทางอาชีพ สร้างงานเพิ่มรายได้</p>	 <p><b>11,846</b> ราย กลุ่มเปราะบางที่ได้รับการพัฒนาทักษะทางอาชีพ สร้างงานเพิ่มรายได้</p>	 <p><b>45,275</b> ราย (ร้อยละ 49.76) จ้างงานแรงงานท้องถิ่น</p>	 <p><b>54,024</b> ราย สร้างงานชุมชน</p>	 <p><b>643</b> ราย จ้างงานผู้สูงอายุท้องถิ่น</p>
 <p><b>44,749</b> ล้านบาท มูลค่าการรับซื้อผลิตภัณฑ์จากเอสเอ็มอี (SMEs)</p>	 <p><b>14,888</b> ล้านบาท มูลค่าการรับซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน และผลิตภัณฑ์ OTOP</p>	 <p><b>30,765</b> กุณ ทุนการศึกษาที่มอบให้กับเยาวชนและผู้ด้อยโอกาสในชุมชน</p>	 <p>รับรางวัลซอสอาร์ยอเดียมแห่งเอเชีย (Best CSR Company)</p>	 <p>รับรางวัล Sustainability Initiative of the Year จาก Retail Asia Awards 2022</p>	 <p>รับรางวัลบริษัทที่มีผลงาน CSR เป็นเลิศ และบริษัทที่สนับสนุนโครงการ “พม.ห่วงใย สู้ภัยโควิด 19” จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์</p>

### การดำเนินงานที่สำคัญปี 2565

 <p>จัดตั้งศูนย์ 7 สนับสนุนเอสเอ็มอี ทำหน้าที่ให้บริการคำปรึกษาให้ความรู้เพิ่มศักยภาพ พัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต ให้โอกาสช่องทางขาย สนับสนุนการเติบโตสู่ตลาดโมเดิร์นเทรดอย่างมั่นคง</p>	 <p>ดำเนินการโครงการความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตร อาทิ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) เป็นโครงการเตรียมผู้ประกอบการหลังสถานการณ์โควิด 19 เพื่อให้ปรับตัวพร้อมรับวิถีปฏิบัติใหม่ของลูกค้า</p>	 <p>จัดกิจกรรมศึกษาดูงานด้านการพัฒนานวัตกรรมและบริการเทคโนโลยี ณ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยให้กับกลุ่มเอสเอ็มอี (SMEs) โดยศูนย์ 7 สนับสนุนเอสเอ็มอี ภายใต้โครงการ SME Biz up</p>
--	---	--



## ความเสี่ยงและโอกาส

ภาวะวิกฤตทางสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันได้สร้างความท้าทายให้กับทุกกลุ่มอุตสาหกรรมทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมโยงทางสังคมอย่างมีนัย โดยเฉพาะประชาชนกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเปราะบาง ทั้งอัตราความยากจนของประชาชน อีกทั้งการลดลงของรายได้ครัวเรือน รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงอุปกรณ์ทางการแพทย์ การรักษาพยาบาลขั้นพื้นฐาน และการจัดสรรวัคซีนป้องกันโรคที่เข้าถึงได้ยาก ดังนั้น ภาครัฐและเอกชนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสนับสนุนให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างเท่าเทียม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ สนับสนุนการยกระดับคุณภาพชีวิต และมอบความเป็นอยู่ที่ดีให้กับภาคประชาสังคม

สถานะความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนในมิติสังคมและเศรษฐกิจ (Socioeconomic Status) ทั้งในเชิงประเด็นของรายได้ ความสำเร็จทางการศึกษา ประเภทอาชีพ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งที่อยู่อาศัย เป็นอีกหนึ่งความสำคัญที่ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทตระหนักถึงกิจกรรมทางธุรกิจนั้น มีความเสี่ยงส่งผลกระทบต่อชุมชน อาจนำไปสู่การละเมิดคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชน โดยรอบ สร้างข้อกังขาและความขัดแย้งระหว่างชุมชนและองค์กร เพื่อป้องกันและลดผลกระทบดังกล่าว บริษัทมุ่งดำเนินการสนับสนุนชุมชนอย่างยั่งยืนผ่านการส่งเสริมองค์ความรู้ใหม่ ๆ ให้กับเจ้าหน้าที่ประจำในการประกอบอาชีพ ช่องทางในการสร้างรายได้ที่หลากหลาย ตลอดจนการบริหารจัดการพื้นที่และสิ่งแวดล้อมที่ดีให้กับชุมชน ครอบคลุมทั้งกลุ่มเกษตรกร กลุ่มเอสเอ็มอี (SMEs) รวมถึงกลุ่มเปราะบาง นอกจากนี้เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมในระยะยาว ยังสามารถสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจไปพร้อมกันอีกด้วย



## แนวทางการดำเนินงาน

ด้วยปณิธาน “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน” บริษัทมุ่งสร้างคุณค่าให้กับเอสเอ็มอี (SMEs) เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบางทางสังคม ตามกลยุทธ์ 3 ให้ “ให้ช่องทางการขาย ให้ความรู้ การพัฒนา และให้การเชื่อมโยง” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน โดยบริษัทดำเนินงานภายใต้นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แนวทางปฏิบัติเป้าหมาย ตัวชี้วัด และจับเคสเลื่อนการดำเนินงานลดผลกระทบเชิงลบ และก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวกทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งพัฒนาระบบบริหารและสนับสนุนเอสเอ็มอี (SMEs) แบบบูรณาการตลอดวงจรของการเป็นผู้ประกอบการ (SME Journey Line) อาทิ การจัดตั้งศูนย์ 7 สนับสนุนเอสเอ็มอี การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านการจัดซื้อจัดหาช่องทางการขาย การสนับสนุนพื้นที่ฟรี กิจกรรมส่งเสริมกระตุ้นยอดขายและสร้างการรับรู้ การสัมมนาถ่ายทอดความรู้ การเจรจาจับคู่ธุรกิจ การส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ นอกจากนี้ บริษัทสร้างคุณค่าให้กับชุมชนผ่านการจ้างงานชุมชน การสนับสนุนกิจกรรมบรรเทาทุกข์ให้กับชุมชน ตลอดจนการรับเรื่องร้องเรียนตามช่องทางที่องค์กรกำหนด เพื่อสร้างความสัมพันธ์ สดความขัดแย้ง และสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรกับชุมชนกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มเยาวชนผู้ด้อยโอกาส ผู้ประกอบการรายย่อย เกษตรกร และกลุ่มเปราะบาง ทำให้ชุมชนเข้มแข็งและพัฒนาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ บริษัทมีกระบวนการติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานสามารถสร้างคุณค่าทางสังคมและสนับสนุนระบบเศรษฐกิจได้อย่างแท้จริง สามารถบรรลุเป้าหมายประจำปีและมุ่งมั่นดำเนินงานเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายปี 2573 ได้พร้อมทั้งสามารถเป็นฐานข้อมูลสำหรับการพัฒนานโยบายบริษัท และแผนการดำเนินงานในอนาคต



### อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

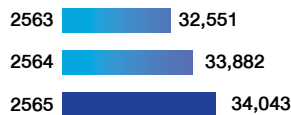
- เรื่อง “การประเมินผลกระทบต่อชุมชนเชิงสังคม” ในบท “แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย”
- เรื่อง “การประเมินผลกระทบต่อชุมชนเชิงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ” ในบท “การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ”
- เรื่อง “การประเมินประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน” ในบท “ใส่ใจทุกสาระสำคัญ เพื่อความยั่งยืนทุกมิติ”



## สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

### การส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ (ราย)

#### จำนวนเอสเอ็มอี (SMEs) (ราย)



หมายเหตุ : กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ครอบคลุมสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรชุมชน สินค้าชุมชน และสินค้า OTOP

#### จำแนกตามกลุ่ม (ราย)

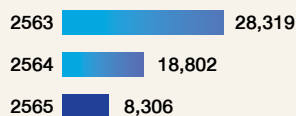


#### มูลค่าการรับซื้อ (ล้านบาท)



**44,749**

#### จำนวนเกษตรกร (ราย)



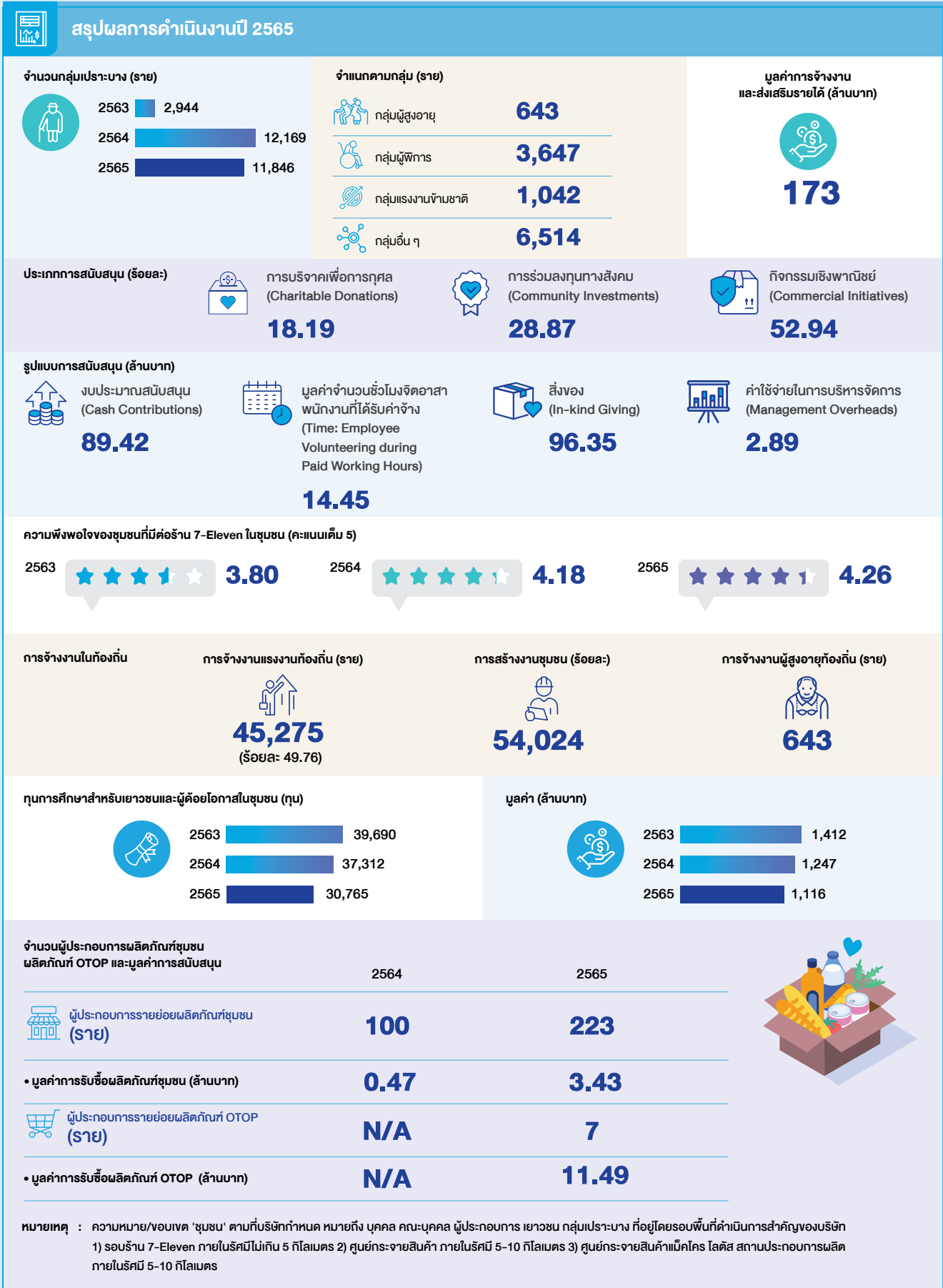
#### จำแนกตามกลุ่ม (ราย)



#### มูลค่าการรับซื้อ (ล้านบาท)



**18,340**



**หมายเหตุ :** ความหมาย/ขอบเขต 'ชุมชน' ตามที่บริษัทกำหนด หมายถึง บุคคล คณะบุคคล ผู้ประกอบการ เยาวชน กลุ่มเป้าหมาย ที่อยู่โดยรอบพื้นที่ดำเนินการสำคัญของบริษัท

1) รอบร้าน 7-Eleven ภายในรัศมีไม่เกิน 5 กิโลเมตร 2) ศูนย์กระจายสินค้า ภายในรัศมี 5-10 กิโลเมตร 3) ศูนย์กระจายสินค้าแม็คโคร ไลตส์ สถานประกอบการผลิต ภายในรัศมี 5-10 กิโลเมตร



## 1. พัฒนากิจกรรม ส่งเสริมอาชีพ เพิ่มรายได้ ตามกลยุทธ์ 3 ให้

**1.1 “ให้ช่องทางการขาย”** เพิ่มโอกาสการขาย ขยายโอกาสการเติบโตทางธุรกิจและสร้างแบรนด์ให้กับเอสเอ็มอี (SMEs) ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน เกษตรกร รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ผ่านช่องทางการขายที่มีศักยภาพทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ 7Delivery รวมถึงช่องทางอื่น ๆ เช่น พื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven และ CP ALL Market เป็นต้น โดยในปี 2565 บริษัทดำเนินการให้ช่องทางการขายกับเอสเอ็มอี (SMEs) ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน รวมถึงเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง ผ่านโครงการหลัก ดังนี้



### โครงการสรรหา SME และวิสาหกิจชุมชน ที่มีศักยภาพเข้าสู่ช่องทางจำหน่าย แบบออฟไลน์และออนไลน์ร้าน 7-Eleven

บริษัทร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ดำเนินโครงการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพให้เข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด ผ่านกิจกรรมการจับคู่ธุรกิจ สัมมนาออนไลน์ด้านการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ อาทิ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ การสร้างและออกแบบบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและวิสาหกิจนำเสนอผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้าน 7-Eleven ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ตลอดจนเพื่อเป็นการทดสอบความต้องการตลาดและขยายฐานผู้บริโภค



### โครงการ “เอสเอ็มอี เสน่ห์ร้าน (SME Shelf Theme)”

บริษัทสนับสนุนสินค้าเอสเอ็มอี (SMEs) ช่วยสร้างโอกาสในการขาย รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ผ่านการจัดเรียงสินค้าและจัดทำชั้นวางสินค้าพิเศษ (SME Shelf) สำหรับร้าน 7-Eleven ขนาดใหญ่ จำนวน 5,446 สาขาทั่วประเทศ หรือจัดทำป้ายแสดงสินค้าเอสเอ็มอี (SMEs) สำหรับร้าน 7-Eleven ขนาดกลางและขนาดเล็ก เพื่อเพิ่มความสะดวกในการมองเห็น การเข้าถึง รวมถึงติดป้ายที่อยู่เหนือชั้นวางสินค้า (Head Shelf) “ร่วมสนับสนุนสินค้า SMEs” โดย 7-Eleven เพื่อประชาสัมพันธ์และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ในปี 2565 มีผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการ จำนวนกว่า 100 รายการ จากผู้ประกอบการกว่า 100 ราย



### โครงการ “ส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เกษตรกรและรายย่อย” (CP ALL Market)

บริษัทสนับสนุนสินค้าและผลิตภัณฑ์จากเกษตรกรและชุมชนสร้างโอกาสในการขาย เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ผ่านการดำเนินการ 1) สนับสนุนช่องทางการขายทั้งภายในและภายนอกของบริษัท ในช่องทางออฟไลน์ อาทิ การออกบูธ การให้พื้นที่หน้าร้าน การส่งขายในตลาดโมเดิร์นเทรด (Local Product) ช่องทางออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ ไลน์ ดิจิทัล เฟซบุ๊ก ของ CP ALL Market สำหรับพนักงานกลุ่ม ซีพี ออลล์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ และบุคคลภายนอก 2) ช่วยจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ อบรม สรรพคุณของผลิตภัณฑ์เพื่อกระตุ้นการขาย 3) สนับสนุนการเข้าถึงช่องทางการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ช่วยลดต้นทุนการขนส่ง 4) สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และให้ความรู้ เพื่อยกระดับจากผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ผลิตภัณฑ์ที่ได้ตามมาตรฐานสากล เตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด



ผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน  
ที่เข้าร่วมโครงการ (ราย)

1,295



ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทส่งเสริม  
ช่องทางการขาย ทั้งรูปแบบออนไลน์  
และออฟไลน์ (รายการ)

9,098



มูลค่าการรับซื้อ (ล้านบาท)

18,874



ผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน  
ที่เข้าร่วมโครงการ (ราย)

191



ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทส่งเสริม  
ช่องทางการขาย ทั้งรูปแบบออนไลน์  
และออฟไลน์ (รายการ)

406



มูลค่าการรับซื้อ (ล้านบาท)

0.51



## โครงการ “แม็คโคร เคียงข้างเกษตรกรไทย” สนับสนุนเกษตรกรและผลผลิตจากกลุ่มเกษตรกร

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สนับสนุนสินค้าและผลิตผลทางการเกษตรจากกลุ่มเกษตรกรในท้องถิ่น และผู้ประกอบการรายย่อยในแต่ละพื้นที่ ภายใต้โครงการแม็คโคร เคียงข้างเกษตรกรไทย ซึ่งดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง พร้อมการพัฒนาศึกษาภาพของคู่ค้าให้สามารถยกระดับการผลิตที่ได้มาตรฐาน และมีรายได้ที่มั่นคงยั่งยืน และเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยด้านอาหาร

### ผลผลิตทางการเกษตร

### แนวทางการสนับสนุน



#### เนื้อสัตว์ชนิดต่าง ๆ

- สนับสนุนเนื้อสัตว์และสินค้าโปรตีนทางเลือก เช่น แผลง ผลิตกันท์จากพืช จากเกษตรกรรายย่อย ปริมาณกว่า **1,571** ตัน
- ยอดสนับสนุน **190** ล้านบาท



#### เนื้อไก่ ไก่โต และนม

- รับซื้อเนื้อและไข่ไก่ออร์แกนิก กว่า **10** ตัน ยอดสนับสนุน **1** ล้านบาท
- รับซื้อนม กว่า **1,292** ตัน ยอดสนับสนุน **91** ล้านบาท



#### ผลไม้ฤดูกาล เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ลำไย สองทอง มะม่วง และอื่น ๆ

- จัดเทศกาล “ผลไม้ไทย คุณภาพดี ส่งตรงจากสวน” เพื่อกระตุ้นการบริโภค รับซื้อผลไม้มากว่า **38,400** ตัน
- สนับสนุนลำไยจากเกษตรกรรายย่อยกว่า **650** ราย รับซื้อลำไยกว่า **1,000** ตัน
- ยอดเงินรับซื้อผลไม้มากว่า **5.28** ล้านบาท



#### ผัก และผักพื้นบ้าน

- รับซื้อจิงจากวิสาหกิจชุมชนกว่า **647** ราย ปริมาณกว่า **200** ตัน
- จัดเทศกาล “ผักพื้นบ้าน” ยอดขาย **15.60** ล้านบาท
- รับซื้อผักกว่า **17,775** ตัน ยอดเงินสนับสนุน **415** ล้านบาท



#### สัตว์น้ำ และอาหารทะเล

- รับซื้อสัตว์น้ำ และอาหารทะเลกว่า **1,584** ตัน
- ยอดสนับสนุน **142** ล้านบาท



สนับสนุนเกษตรกรตลอดทั้งปี **651** ราย จำนวนเงิน **7,889** ล้านบาท



สนับสนุนการจัดซื้อจากคู่ค้า ร้อยละ **3.7**

 **โครงการรับซื้อผลผลิตโดยตรงจากเกษตรกร (โนนเงวาโมเดล)**

โครงการรับซื้อผลผลิตโดยตรงจากเกษตรกร (Direct Sourcing) เป็นโครงการที่สร้างรายได้ที่เป็นธรรมและมั่นคงให้แก่เกษตรกร อีกทั้งยังยกระดับมาตรฐานการเพาะปลูกพืช ผ่านความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ อาทิ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายให้กลุ่มเกษตรกรสามารถบริหารจัดการการเพาะปลูกได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความเข้มแข็ง มีอำนาจในการต่อรอง ด้วยการสนับสนุนให้เกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงรวมตัวกันตามนโยบายเกษตรแปลงใหญ่ของภาครัฐ ในปี 2561 กลุ่มเกษตรกรบ้านโนนเงวา ตำบลคอนหัน อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น ได้รวมตัวกันภายใต้โนนเงวาโมเดล ใช้หลักการตลาดนำการผลิต มีผู้จัดการฟาร์มของโลตัส ทำงานอย่างใกล้ชิดกับเกษตรกรและหน่วยงานภาครัฐ ในการยกระดับมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเกษตร มีการวางแผนการเพาะปลูกและการรับซื้อล่วงหน้าตามนโยบายการตลาดนำการผลิต รวมไปถึงการสนับสนุนโอกาสในการส่งสินค้าเกษตรภายในเครือข่าย โลตัส อีกด้วย ในปัจจุบันโลตัส มีแปลงปลูกผักในรูปแบบ Farm Model 4 แห่งหลัก ในทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย สร้างอาชีพรายได้ที่เป็นธรรม และมั่นคง ให้กับเกษตรกรกว่า 1,700 ครัวเรือน การทำงานโดยการอย่างใกล้ชิดกับกลุ่มเกษตรกรในรูปแบบ Farm Model ทำให้สามารถควบคุมและกำกับดูแลมาตรฐานด้านความปลอดภัยและคุณภาพสินค้า ครอบคลุมแหล่งที่มา ส่งต่อผักสดคุณภาพสูงให้ลูกค้าได้

ปัจจุบันโลตัสรับซื้อผัก 23 ชนิด จากเกษตรกรบ้านโนนเงวากว่า 105 ครัวเรือน ครอบคลุมพื้นที่กว่า 300 ไร่ ในปริมาณกว่า 120 ตันต่อปี สร้างรายได้เสริมต่อครัวเรือน 5,000 บาท



จำนวนเกษตรกรทุกภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการ (ราย)

**876**



ปริมาณการรับซื้อผลผลิตทางการเกษตร (ตัน)

**825,381**



มูลค่าการรับซื้อ (ล้านบาท)

**39.6**



**โครงการ ซีพี ออลล์ เปิดพื้นที่สร้างโอกาส (Giving Space)**

บริษัทจัดสรรพื้นที่ให้แก่องค์กรคนพิการที่มีศักยภาพใช้พื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven จำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากกลุ่มคนพิการโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ภายใต้โครงการ “ซีพี ออลล์ เปิดพื้นที่สร้างโอกาส” มาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ปัจจุบันขยายขอบเขตเพิ่มการสนับสนุนพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้แก่ศูนย์ส่งเสริมทักษะชีวิตบุคคลออทิสติกจังหวัดชลบุรี ชมรมพัฒนาอาชีพคนพิการ อำเภอน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ชมรมเพื่อคนพิการทางสติปัญญา จังหวัดนนทบุรี และชมรมบูรณาการอย่างยั่งยืน ตำบลปากโทก จังหวัดพิษณุโลก





**โครงการ ซีพี ออลล์ จากความห่วงใยสู่การให้โอกาส  
(Giving Ambassadors : from “Care” to “Share” Season II)**

บริษัทส่งเสริมการสร้างอาชีพและรายได้ที่ยั่งยืน ร่วมกับศิลปินนักร้องและองค์กรผู้พิการต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ซึ่งร่วมกันพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตัดเย็บโดยกลุ่มผู้พิการให้มีรูปลักษณ์ที่ทันสมัยและน่าสนใจ นำมาสู่อุดจําหน่ายที่เติบโต โครงการใน Season II ได้ส่งมอบผ้าแคนวาส ลายแคแรกเตอร์ “BLOODY BUNNY” แก่สมาคมคนพิการ จังหวัดอ่างทอง เพื่อนำไปตัดเย็บกระเป๋าผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากเจ้าของลิขสิทธิ์แคแรกเตอร์ บริษัท กูสปอดคอมมิวนิเคชั่น จำกัด ช่วยออกแบบแคแรกเตอร์ไปผลิตเป็นลายบนผ้าแคนวาส เพื่อนำไปเย็บกระเป๋าผ้า รายได้จากการจำหน่ายกระเป๋าทั้งหมดโดยไม่หักค่าใช้จ่าย 327,861 บาท มอบแก่สมาคมคนพิการ จังหวัดอ่างทอง



**1.2 “ให้ความรู้ การพัฒนา”** เพื่อสนับสนุนให้เอสเอ็มอี (SMEs) ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน รวมถึงเกษตรกร สามารถเข้าถึงองค์ความรู้ที่สำคัญและจำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ อาทิ การพัฒนาคุณภาพสินค้าและการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ การตลาด การจัดการต้นทุน ความรู้เฉพาะทางตามประเภทธุรกิจ ช่วยเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน ภายใต้กลยุทธ์ “ให้ความรู้ การพัฒนา” ผ่านการดำเนินงานจัดสัมมนาประจำปี ถ่ายทอดความรู้ (know-how) และการให้คำปรึกษาแนะนำ ด้วยโปรแกรมการพัฒนาที่เหมาะสม สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการตลอดวงจรของการเป็นผู้ประกอบการ (SMEs Journey Line)



**โปรแกรมให้ความรู้ พัฒนาศักยภาพตามวงจรของการเป็นผู้ประกอบการ**

**เพื่อนใหม่  
(ผู้ประกอบการทั่วไป)**

- ระบบการตรวจประเมินผู้ประกอบการ (SME Health Check) ที่สามารถทำให้อุ้ค่ากลุ่มเพื่อนใหม่กลายเป็นคู่ค้าธุรกิจได้ในอนาคต
- ระบบจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ภายใต้อาานข้อมูลองผู้ประกอบการ (SME Business Portal & Database)



**เพื่อนสนิก  
(ผู้ประกอบการที่เป็นคู่ค้าธุรกิจแล้ว)**

- ส่งเสริมการเตรียมตัวเข้าสู่โมเดิร์นเทรด หรือการตลาดค้าปลีกแบบใหม่ที่เปิดรับสินค้าใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ
- ส่งเสริมการพัฒนาศกยภาพหลากหลายด้าน เช่น ยกระดับคุณภาพสินค้าและการผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐาน การออกแบบ พัฒนาสินค้าให้ตอบสนององความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้า และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์



**เพื่อนแท้  
(ผู้ประกอบการคู่ค้าธุรกิจที่มีการเติบโตและมีความพร้อมสูง)**

- ส่งเสริมการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอให้กับคู่ค้าองบริษัทที่มีอัตราการเติบโตสูง
- ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการและชุมชนที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ (Capacity Building & Community) ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ศูนย์ความรู้ SME การสัมมนาวิชาการ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน SME คลับเฮาส์



โดยในปี 2565 บริษัทดำเนินการพัฒนาศักยภาพเอสเอ็มอี (SMEs) ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน รวมถึงเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง ดังนี้



### โครงการศูนย์ 7 สนับสนุน SME

บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของเกษตรกรและผู้ประกอบการมาโดยตลอด โครงการ “ศูนย์ 7 สนับสนุน SME” ภายใต้การขับเคลื่อนของ ซีพี ออลล์ ได้สนับสนุนโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการที่หลากหลาย อาทิ สัมมนาให้ความรู้ การยกระดับคุณภาพสินค้าเกษตร โครงการ SME เสน่ห์ภาคทั่วประเทศ ส่งเสริมการนำสินค้าในท้องถิ่นมาวางจำหน่ายที่ร้าน 7-Eleven ขยายช่องทางการตลาด ซึ่งสามารถสร้างรายได้ที่มั่นคงให้กับผู้ประกอบการให้เติบโตอย่างยั่งยืน

โดยในปี 2565 โครงการ “ศูนย์ 7 สนับสนุน SME” พร้อมด้วยสำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ (PDQA) ร่วมกับฝ่ายพัฒนาความยั่งยืนภาครัฐ เครือเจริญโภคภัณฑ์ จังหวัดน่าน ลงพื้นที่เยี่ยมชมกลุ่มผู้ผลิตสินค้าแปรรูปทางการเกษตร และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเยี่ยมชมแหล่งวัตถุดิบ รวมถึงสถานที่ผลิตสินค้า ตลอดจนแนะนำและแลกเปลี่ยนประสบการณ์รวมถึงมุมมองในการดำเนินงาน พร้อมรับฟังปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสินค้าและแก้ปัญหาร่วมกัน ซึ่งการสนับสนุนการพัฒนาภูมิวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

**ด้านคน**  
องค์ความรู้หรือหลักสูตรการพัฒนา  
ในกระบวนการผลิต

**ด้านโครงสร้าง  
ธุรกิจ**  
ยกระดับมาตรฐาน  
คุณภาพสินค้าชุมชนสู่  
ผู้ประกอบการ

**ด้าน  
เทคโนโลยี**  
เชื่อมเครือข่ายหน่วยงาน  
ในเครือข่ายวิทยาลัย  
ที่มีความพร้อมของ  
เครื่องมือ/อุปกรณ์  
สนับสนุน

**ด้านสินค้า  
และ  
ช่องทางการขาย**  
สนับสนุนสินค้ากลุ่มอื่น ๆ  
ที่ขึ้นชื่อ สู่ช่องทางการ  
ขายใหม่ ๆ



## โปรแกรมส่งเสริม พัฒนาศักยภาพและให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (SMEs)



### 1. โครงการ Business Accelerator

บริษัทร่วมมือกับหอการค้าไทย สภาหอการค้าไทย เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ ขยายสู่ช่องทางโมเดิร์นเทรด ผ่านระบบประชุมทางไกล (VDO Conference) โดยมีผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทในกลุ่มธุรกิจ โมเดิร์นเทรดต่าง ๆ มาให้คำแนะนำ ส่งมอบองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ ตลอดระยะเวลา 4 เดือน ตลอดจนเข้าร่วมกิจกรรมนำเสนอความคิดเพื่อนำมาผู้ลงทุน (Pitching) เพื่อชักจูงการนำเสนอสินค้าเสมือนจริงกับโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ ถือเป็นโครงการที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกผู้ประกอบการ สร้างโอกาสในการขยายตลาด โดยรุ่นที่ 1 มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 40 ราย และ 80 ราย ในรุ่นที่ 2 รวมถึงการขยายเครือข่ายพันธมิตรผู้มีส่วนร่วมแบ่งปันและต่อยอดทางความคิดธุรกิจที่เพิ่มขึ้น



### 2. โครงการพี่ช่วยน้อง ปีที่ 6 (Big Brother Season 6)

โครงการพี่เลี้ยงทางธุรกิจร่วมกับหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย พร้อมหน่วยงานพี่เลี้ยง 22 หน่วยงาน สนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ผ่าน 2 รูปแบบ ดังนี้

- 1) การดูแลแบบรวม (50-60 ราย) เช่น การประชุมกับผู้บริหาร เยี่ยมพื้นที่ปฏิบัติการ ห้องเรียนด้านการเงิน และการสร้างแรงบันดาลใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ เป็นต้น
- 2) การดูแลแบบเข้มข้น (เฉพาะผู้ประกอบการที่ผ่านคัดเลือก 4 ราย) ลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริง ประเมินหาโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ

โครงการ Big Brother Season 6 ได้รวบรวมผลลัพธ์จากบริษัทที่เข้าร่วมโครงการ “บริษัทน้องเลี้ยง” ทั้งหมด 53 บริษัท ที่เข้าร่วมกิจกรรม พบว่าผู้ประกอบการ 47 ราย (ร้อยละ 88.67) มีผลลัพธ์ที่ดีขึ้นจากการเข้าร่วมโครงการ ซึ่งสามารถประเมินเป็นมูลค่าของรายได้และกำไรที่เพิ่มขึ้น จากค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนที่ลดลง ซึ่งสามารถคิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมทั้งสิ้น 400 ล้านบาท





### 3. โครงการให้คำปรึกษาเอสเอ็มอี (SMEs Service Solution Center)

บริษัทเปิดให้ให้ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตสินค้าเข้าซักถามข้อสงสัยและปรึกษาเกี่ยวกับกระบวนการผลิต เงินทุน และองค์ความรู้ในการพัฒนาธุรกิจ ในปี 2565 ให้คำปรึกษาแก่เอสเอ็มอี (SMEs) ผ่านโครงการ SME DBank โครงการ SME Biz Up โครงการ DIPROM และโครงการ SME Service Solution Center รวม 58 ราย

นอกจากนี้ บริษัทให้บริการเชื่อมโยงทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก เพื่อให้เอสเอ็มอี (SMEs) เข้าถึงสิทธิประโยชน์ที่เป็นการสนับสนุนธุรกิจภายใต้การดำเนินการของศูนย์ 7 สนับสนุน SME อาทิ โครงการอุดหนุนจากทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) โปรแกรมสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation and technology assistance program: ITAP) ภายใต้สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) รวมถึงส่วนลดค่าบริการพิเศษจากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) CP ALL Food Tech All Now และพีไอเอ็ม (PIM) Food Academy เป็นต้น



### “MAKRO HORECA ACADEMY (MHA) เพื่อผู้คิดแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร”

ภายใต้พันธกิจหลักของโครงการ MHA ที่ประกอบไปด้วย การเป็นผู้คิดธุรกิจอาหาร สร้างความเติบโต ให้ความรู้ และสร้างผู้ประกอบการรายใหม่สู่กลุ่มธุรกิจ HORECA บริษัทจึงจัดทำแหล่งรวบรวมความรู้ด้านการบริหารจัดการและทักษะการประกอบอาหาร ผ่านระบบออฟไลน์และออนไลน์โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ครอบคลุมทุกขั้นตอนตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ ไปจนถึงการบริหารจัดการเรื่องการเงิน รวมไปถึงเทคนิคด้านการตลาดและโฆษณา ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถ



#### ช่องทางการรับชม



### 7 บริการ

1. บริการให้คำปรึกษาเบื้องต้นแก่ผู้ประกอบการที่ต้องการเสนอสินค้า
2. วิเคราะห์ทดสอบคุณสมบัติและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ อาทิ ส่วนผสม การทำสูตรอาหาร การประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัส การตรวจเชื้อในอาหาร
3. การปรับปรุงกระบวนการผลิต
4. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ การตลาดและประชาสัมพันธ์แนะนำการใช้สื่อที่เหมาะสมกับช่องทางขาย
5. จับคู่กับผู้ผลิตสินค้า
6. จัดหาแหล่งเงินทุน ให้คำปรึกษาด้านการเขียนแผนธุรกิจ จับคู่กับแหล่งเงินทุน
7. จัดอบรมและสัมมนาสมาชิก

เรียนรู้ได้ทุกที่และทุกเวลา ตัวอย่างหลักสูตร ได้แก่ เป็นร้านดัง ยอดขายปัง สไลด์ ดีก็ตอก และ หลักสูตรถ้วยเต๋วยเรือ (สูตรโบราณ) เป็นต้น ตลอดจนการจัดกิจกรรมร่วมกับคู่ค้าธุรกิจแบรนด์ชั้นนำ มอบสิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการมืออาชีพที่เป็นสมาชิก MHA โดยสนับสนุนสินค้าในราคาสมาชิก รวมไปถึงมอบอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจอาหารจากการสะสมยอดสั่งซื้อ ซึ่งเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการ



### พลัสพี 2565



สมาชิกผู้ประกอบการ HORECA ที่เข้าร่วมโครงการกว่า **130,000** คน มียอดขายเฉลี่ยเติบโตร้อยละ **24** จากปี 2564



ยอดผู้ติดตาม (Followers) สะสมในเฟซบุ๊ก (Facebook) กว่า **119,000** ราย



ผู้รับชมวิดีโอ (VDO) ทุกช่องทาง มียอดสะสมกว่า **5,000,000** ครั้ง



มียอดการเข้าเรียนหลักสูตรออนไลน์ (online) **690,000** ครั้ง



### “การจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการและบรรยายพิเศษ”

บริษัทจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับบรรยายพิเศษให้แก่เจ้าทรงร้านอาหาร ที่เป็นสมาชิกของบริษัท ยกตัวอย่าง หลักสูตรซูชิเงินล้าน ซึ่งมีเชฟบุญศรี สุวรรณภาพ เชฟอาหารญี่ปุ่น (Japanese Chef) จากสมาคมเชฟประเทศไทย มาร่วมบรรยายความรู้พื้นฐานของเมซูซูชิ วิธีการปรุงซูชิ ยอดนิยมหลากหลายรูปแบบ พร้อมแจกตารางต้นกุนและแนะนำราคาขาย และหลักสูตรแม่โคร สร้างอาชีพ สตรีกฟู๊ดหลักร้อย ผู้มีอาชีพหลักล้าน โดยจับมือกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และสมาคมเชฟประเทศไทย จัดอบรมเทคนิคการคำนวณต้นทุน การเลือกวัตถุดิบเพิ่มเติม รวมไปถึงเทคนิคการเพิ่มมูลค่าให้เมนูอาหาร แก่ผู้ที่สนใจเรียนรู้หลักการบริหารและเมนูในร้านอาหารยอดนิยม ยกตัวอย่างเช่น ร้านส้มตำ, ร้านยำ, ร้านข้าวหน้าไก่ย่าง หมูย่าง, ร้านก๋วยเตี๋ยวน้ำใส เป็นต้น รวมถึงหลักสูตรการบริหารจัดการร้านทุกระดับ อาทิ หลักสูตร “Street Food Go Beyond สตรีกฟู๊ดหลักร้อย ผู้มีอาชีพหลักล้าน” และ “SMART Restaurant หลักสูตรการบริหารจัดการร้าน New Chapter” เพื่อยกระดับการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพและกำไรสูงสุด



**ผลลัพธ์ ปี 2565**



**ผู้เข้าร่วมหลักสูตรอบรมกว่า 1,200 ราย**



### โครงการความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตร

บริษัทดำเนินการโครงการความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตร อาทิ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) เป็นโครงการเตรียมผู้ประกอบการ หลังสถานการณ์โควิด 19 เพื่อให้ปรับตัวพร้อมรับวิถีปฏิบัติใหม่ของผู้บริโภค ผ่านการเสริมความรู้ 7 วันอย่างเข้มข้นกว่า 100 ทักษะ และผู้ประกอบการที่ได้รับคัดเลือกจำนวน 20 ทักษะ จะเข้าสู่โปรแกรมการรับคำปรึกษา

เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน อาทิ บรรจุกินที่ ปรับสูตรนวัตกรรมอาหาร เป็นต้น เมื่อจบหลักสูตร ทั้ง 20 ทักษะจะได้ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา เพื่อไปปรับและต่อยอดของธุรกิจได้จริง รวมเป็นมูลค่าของโครงการ 800,000 บาท



### โครงการยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตร

ซีพี ออลล์ ร่วมกับบริษัทในเครือและสถาบันการศึกษา จัดสัมมนาออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตรโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ภายในงานมีผู้เชี่ยวชาญร่วมให้ความรู้ในประเด็นที่หลากหลาย อาทิ

- การเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพผลผลิตด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ จากสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
- การจัดการห่วงโซ่ความเย็นของผักและผลไม้สด นวัตกรรมการเก็บรักษาคุณภาพของผักผลไม้สด จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- การแบ่งปันประสบการณ์จากเกษตรกรรุ่นใหม่ Young Smart Farmer เจ้าองสวนทุเรียนลุงแกละ อำเภोजันทร จังหวัตรเยอง มาแนะนำเทคนิคการปลูกทุเรียน การนำเทคโนโลยี เครื่องมือและเครื่องยนต์ เครื่องจักรมาช่วยผ่อนแรง และแบ่งเบาภาระภายในสวนทุเรียน ซึ่งนอกจากลดระยะเวลา ยังสามารถควบคุมระยะเวลาการเพาะปลูกและคาดการณ์ผลผลิตได้อีกด้วย

- การยกระดับด้านคุณภาพกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าเกษตร โดยส่วนงาน Agricultural Product ของ ซีพี ออลล์ ร่วมชี้แจงภาพรวมและกลยุทธ์ รวมถึงอธิบายเกี่ยวกับ CP ALL iTrace Blockchain System โดยความรู้ในประเด็นต่าง ๆ สามารถสร้างองค์ความรู้ทางด้านการเกษตรอย่างครบวงจร ช่วยให้ผู้ประกอบการและเกษตรกรสามารถปรับใช้และวางแผนการปลูก การผลิต และการขนส่ง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและการเติบโตของกลุ่มผู้ประกอบการ



จำนวนเกษตรกรและผู้ประกอบการที่เข้าร่วมในปี 2565 (ราย)

**250**



มูลค่าการสนับสนุนโครงการ (บาท)

**30,000**



**โครงการ Oh! Veggies**

“ไร่พอฝัน” เป็นหนึ่งในฟาร์มผักสลัดออร์แกนิกที่ส่งผลผลิตให้กับ Oh! Veggies ผลิตกันที่ผักสลัดออร์แกนิกและผลไม้พร้อมรับประทาน ที่วางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven ช่วงแรกเจ้าของฟาร์มผักสลัด ไร่พอฝัน พบอุปสรรคหลากหลายด้าน เช่น ปัญหาด้านปริมาณผลผลิตและคุณภาพสินค้า และมีโอกาสได้ร่วมปรึกษาและปรับแก้ปัญหากับเจ้าของแบรนด์ Oh! Veggies ตลอดจนถึงของ 7-Eleven จนกระทั่งสามารถพัฒนาสินค้าตามมาตรฐานสากล รวมถึงระบบการจัดการด้านการผลิตไปจนถึงการจัดการด้านการตลาด รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่ตรง

กลุ่มเป้าหมาย ปัจจุบันไร่พอฝัน สามารถเก็บเกี่ยวผักสลัด เพื่อส่งให้กับ Oh! Veggies ได้ 700-1,200 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ สร้างรายได้ เกิดการจ้างงานชาวบ้านในชุมชนกว่าแสนบาทต่อเดือน สร้างยอดขายปี 2565 ที่สูงถึง 300 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ประมาณร้อยละ 10 ต่อปี โดยล่าสุดได้ร่วมศึกษาวิธีการที่จะยืดอายุสินค้าให้นานขึ้น เพื่อกระจายสินค้าได้หลายสาขามากขึ้นใน 6,000-8,000 สาขาทั่วกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



**โครงการ “ผักสลัดอินทรีย์” จากต้นน้ำสู่มือผู้บริโภค**

บริษัทร่วมกับ บริษัท พลังผัก จำกัด เอสเอ็มอี (SMEs) ผู้รวบรวมและเป็นผู้ผลิตสินค้าสลัดผักอินทรีย์ 1 รายการ (สลัดมิซ) และสลัดผักที่ใช้ผักอินทรีย์เป็นส่วนประกอบในการผลิต (ปาร์ตี้สลัด) โดยมีการลงพื้นที่เยี่ยมชมแปลงเพื่อร่วมกันส่งเสริมและพัฒนาให้ความรู้กับเกษตรกรและเกษตรกรรายย่อย เพื่อรับซื้อผลผลิตนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตและต่อยอดนำผลผลิตจากผักสลัดพัฒนาเป็นสินค้าใหม่ พร้อมทั้งขยายแปลงปลูกผักออร์แกนิก ในเครือข่ายเกษตรกร ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรแม่กลางหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มเกษตรกรรักขาน้ำ อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก และกลุ่มเกษตรกรพอเพียง อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ รวมพื้นที่ประมาณ 200 ไร่ ซึ่งเป็นการพัฒนาระบบควบคุมคุณภาพผักสลัด (กรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค กรีนคอส เรดโครอล บัตเตอร์เฮด) จากต้นน้ำสู่ปลายน้ำ ส่งผลให้เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการไม่ต้องหาตลาดในการขายผลผลิตเอง และมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มเป็น

20,000-25,000 บาทต่อเดือนต่อครัวเรือน (เทียบกับรายได้เฉลี่ยจากการเพาะปลูกพืชไร่นิดติမ် หรือการว่างเว้นจากการเพาะปลูก 1,600-2,000 บาทต่อเดือนต่อครัวเรือน) เพิ่มแหล่งปลูกและผลผลิตผักสลัดอินทรีย์ในประเทศให้มากขึ้น



**1.3 “ให้การเชื่อมโยง”** โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการในการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบสำคัญ แหล่งเงินทุน นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถขยายธุรกิจไปยังตลาดโลกได้ ผ่านการดำเนินการในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การจับคู่ธุรกิจ (Business Matching)



**โครงการจับคู่ธุรกิจ และโครงการจับคู่โมเดลธุรกิจ (Synergy and Business matching)**

สนับสนุนเอสเอ็มอี (SMEs) ในการต่อยอดการทำธุรกิจ สร้างโอกาสโดยการให้คำแนะนำ ในปี 2565 ที่ผ่านมานอกจากการให้โอกาสผ่านโครงการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ที่มีสินค้าเข้าร่วมในการจับคู่ธุรกิจกว่า 2,000 รายการ ยังมีการส่งเสริมผ่านการจับคู่โมเดลธุรกิจให้กับเอสเอ็มอี (SMEs) เพื่อช่วยเหลือ ส่งเสริมเอสเอ็มอี (SMEs) ให้มีโอกาสเติบโต และยกระดับสินค้าจากระดับจังหวัดสู่ระดับประเทศ คิดเลือกเอสเอ็มอี (SMEs) ที่มีความมุ่งมั่นต้องการพัฒนาสินค้าของตนเข้าร่วมโครงการ โดยสนับสนุนการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยของกระบวนการผลิต มาตรฐานโรงงาน พัฒนาสูตรสินค้าให้มีอายุวางขาย

ยาวนานขึ้น รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสนับสนุนการกระจายสินค้าผ่านร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ อาทิ การจับคู่ธุรกิจ ระหว่างบอทเทอเร่ บริษัท เอ็นเอสแอล ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) และ 7-Eleven ดำเนินการร่วมพัฒนาสูตรเฉพาะที่อร่อย มีคุณภาพและได้มาตรฐานผลิตเป็นสินค้าตราบนกบเทอเร่รูปแบบใหม่ด้วยโรงงานผลิตของเอ็นเอสแอลที่เพียงพร้อมด้วยมาตรฐานหลายแหล่งผลิต พร้อมทั้งให้เอ็นเอสแอลเป็นพาร์ทเนอร์นำเสนอสินค้ากับทาง 7-Eleven เพื่อส่งต่อสินค้าบอทเทอเร่สดตราบนกบเทอเร่ถึงมือลูกค้าผ่านทางร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ สามารถก้าวข้ามจากผลิตกันที่ระดับจังหวัดไปสู่ระดับประเทศ



## 2. ยืนหยัดเคียงข้างชุมชนและสังคมไทย เสมือนเพื่อนที่ห่วงใย ใกล้ ๆ คุณ

บริษัทส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนผ่านการพัฒนาชุมชน สร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ สนับสนุนการมอบโอกาส เข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน รวมถึงการบรรเทาสาธารณภัยและลดความสูญเสีย รวมถึงการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีโดยการส่งต่อความรู้ทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคตให้กับกลุ่มเปราะบาง ซึ่งได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดช่องว่างและความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่มีมากขึ้น ซึ่งถือเป็นหนึ่งการดำเนินงานตามปณิธาน “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน” ภายใต้กลยุทธ์การดำเนินโครงการต่าง ๆ ดังนี้



### โครงการ “จิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน”

ด้วยหัวใจที่พร้อมให้บริการเพื่อชุมชน ตามปณิธาน “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน” ร้าน 7-Eleven ร่วมส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนด้วยหลัก 3 ประโยชน์รับฟังและวิเคราะห์ความต้องการของชุมชนรอบร้านในพื้นที่รัศมีไม่เกิน 5 กิโลเมตร และตอบสนองความต้องการผ่านกิจกรรมหลัก 6 ด้าน ประกอบด้วย ร่วมสนับสนุนกิจกรรม วันสำคัญต่าง ๆ ของชุมชน กิจกรรมส่งเสริมการแบ่งปันและสร้างความสะดวกให้ชุมชน อาทิ ตลาดนัดชุมชน ศูนย์รวมสุขภาพดีของชุมชน เป็นสะพานบุญรองรับบริจาคเพื่อส่งต่อธารน้ำใจให้ผู้ด้อยโอกาสในชุมชน สร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ให้กับไรเดอร์ (Rider) ชุมชน กิจกรรมด้านส่งเสริมและพัฒนาเยาวชน อาทิ สนับสนุนอุปกรณ์การเรียนการสอน มอบทุนการศึกษา ปรับปรุงสภาพแวดล้อมโรงเรียน กิจกรรมด้านสาธารณะประโยชน์โดยพนักงานร้าน 7-Eleven และพนักงานจิตสาธารณะของซีพี ออลล์ กิจกรรมด้านส่งเสริมศาสนาซึ่งเป็นศูนย์กลางยึดเหนี่ยวจิตใจของชุมชน และกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของชุมชน อาทิ การปลูกต้นไม้ การจัดการขยะชุมชน ซึ่งแนวทางดังกล่าวครอบคลุมถึงพื้นที่ดำเนินการที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ ศูนย์กระจายสินค้า ศูนย์จำหน่ายแม่ไก่โคร ไคตส์ โรงงานผลิตอาหาร ซีพีแรม ด้วยเช่นกัน



จำนวนพนักงาน  
ที่เข้าร่วมโครงการ (ราย)

12,706



จำนวนชั่วโมงรวม  
จิตอาสา (ชั่วโมง)

115,578



จำนวนคนในชุมชน  
เข้าร่วมโครงการ (ราย)

71,655



งบประมาณสนับสนุนจิตอาสา  
(ล้านบาท)

6.80

นอกจากนี้ บริษัทร่วมส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนผ่านโครงการ “คนไทยไม่ทิ้งกัน” ที่ดำเนินการสนับสนุนภารกิจในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ให้กับองค์กร หน่วยงานราชการ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เป็นปีที่ 3 รวมถึงโครงการจิตสาธารณะต่าง ๆ เพื่อส่งมอบความห่วงใยและร่วมบรรเทาทุกข์ให้กับชุมชน



**โปรแกรมสร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้กับชุมชน**

- โครงการส่งกำลังใจให้ “My Hero” ในการช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของหน่วยงานกู้ภัยและกู้ชีพ มอบอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ที่จำเป็นสำหรับช่วยเหลือประชาชนให้กับหน่วยงานกู้ภัยและกู้ชีพ อาทิ อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล เพื่อสนับสนุนการทำงานของหน่วยงานกู้ภัย กู้ชีพ ที่มีอุปกรณ์ไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติหน้าที่ในการใช้ดูแลความปลอดภัยให้กับชุมชน



- จัดตั้งหน่วยงานกู้ภัยเข้าร่วมระงับเหตุภัยพิบัติต่าง ๆ อาทิ ไฟไหม้ น้ำท่วม ช่วยเหลือกู้ภัยที่ประสบเหตุได้รับบาดเจ็บหรือเสียชีวิต รวมถึงช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากเหตุภัยพิบัติต่าง ๆ พร้อมทั้งมีกองเรือเจ็ทสกีอำนวยความสะดวกประชาชนในเหตุการณ์น้ำท่วม



**โครงการ A Better Life (สร้างชีวิตเพื่อสังคม)**

หน่วยงานคิดสรรและเบลลีเน่ พรีเมียมคาเฟ่ ร่วมมือกับ กรมพินิจคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรมลงนาม MOU สร้างร้านต้นแบบ (Role Model) เป็นร้านสวัสดิการส่งเสริมและพัฒนาทักษะสำหรับเป็นที่ฝึกฝนด้านวิชาชีพให้แก่เยาวชนกรมพินิจที่เข้าร่วมโครงการ โดยเปิดร้าน Bellinee's รูปแบบ Grab & Go ในกระทรวงยุติธรรม ซึ่งเป็นสถานที่จริงก่อนออกไปดำเนินชีวิตภายนอก โดยในปี พ.ศ. 2565 ได้จัดโครงการพัฒนากิจกรรมให้เยาวชนอย่างต่อเนื่องถึง 3 รุ่น รวมเป็นจำนวนเยาวชนที่ผ่านโครงการอบรมทั้งหมด 9 ราย โดยมีเยาวชน จำนวน 4 ราย ได้เข้ามา



**โครงการ CPRAM We Care ใส่ใจห่วงใยชุมชน**

ซีพีแรม ส่งมอบความเป็นอยู่ที่ดี โดยส่งมอบถุงยังชีพ ให้กับกลุ่มเปราะบาง ผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มผู้มีรายได้น้อย ในเขตชุมชนที่อยู่บริเวณโดยรอบโรงงาน ตลอดจนจัดกิจกรรม จิตสาธารณะ พัฒนาและทำนุบำรุงบริเวณศาสนสถานพร้อมทั้งเลี้ยงอาหารกลางวันแก่นักเรียน และชุมชนโดยรอบต่อเนื่องเป็นปีที่ 3



- ให้ความรู้เรื่องดับเพลิงขั้นต้น และฝึกซ้อมอพยพหนีไฟให้กับชุมชนกลุ่มเปราะบาง หน่วยงานราชการ รวมถึงทีมกู้ภัย กู้ชีพ
- มอบอาหารและน้ำดื่มให้กับผู้พวยพหรือผู้ประสบภัย รวมถึงทีมกู้ภัย กู้ชีพ
- มอบเงินช่วยเหลือให้กับทีมกู้ภัย กู้ชีพที่ได้รับบาดเจ็บในกรณีเข้าเผชิญเหตุ
- มอบทุนการศึกษาให้กับบุตร ธิดาของทีมกู้ภัย กู้ชีพที่เสียชีวิตจนเรียนจบมหาวิทยาลัย

	ผู้ได้รับการฝึกอบรม (ราย)	<b>2,726</b>
	หน่วยงานกู้ภัย กู้ชีพที่ได้รับการสนับสนุนอุปกรณ์ (ราย)	<b>340</b>
	ผู้ประสบภัยที่เข้าถึงอาหารและน้ำ (ราย)	<b>44,671</b>
	งบประมาณสนับสนุน (ล้านบาท)	<b>1.32</b>

บรรจุเป็นพนักงานปฏิบัติที่ร้านเบลลีเน่และร้านคิดสรร เป็นการต่อยอดอย่างยั่งยืน และลดการกระทำผิดซ้ำอย่างต่อเนื่อง



	กลุ่มเปราะบางในชุมชนที่ได้รับการบริจาค (ราย)	<b>87</b>
	พนักงานเข้าร่วมโครงการ (ราย)	<b>62</b>
	งบประมาณในการสนับสนุน (บาท)	<b>50,000</b>



## การเสริมสร้างสุขภาพ และสุขภาวะที่ดี



“การเสริมสุขภาพมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ความต้องการของผู้บริโภค ไม่ใช่เพียงแค่ต้องการความอิม อร์รอย ปลอดภัยเท่านั้น แต่ยังต้องการอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน เพื่อสุขภาวะที่ดีที่สำคัญต้องไม่ทำหลายสิ่งแหวดล้อม และนี่ก็คือหัวใจสำคัญ ที่ ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นตลอดมา ในการส่งมอบสินค้าและบริการที่ปลอดภัย พร้อมทั้งดีต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภค ชุมชนและสังคมไทย ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ”

**คุณเพ็ญน้อย อุบลวัฒนา**  
รองกรรมการผู้จัดการ  
รองสายงานบริหารผลิตภัณฑ์  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



### สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



**SDG2** ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการและส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

2.1 ยุติความหิวโหยและสร้างหลักประกันให้ทุกคนโดยเฉพาะที่ยากจนและอยู่ในภาวะเปราะบางอันรวมถึงทารก ได้เข้าถึงอาหาร ที่ปลอดภัย มีโภชนาการ



**SDG3** สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ารวมถึงการป้องกัน ความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุข จำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้



**SDG12** สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

12.4 บรรลุเรื่องการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิด ตลอดจนวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตกลงกันแล้ว และลดการปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดิน อย่างมีนัยสำคัญ เพื่อจะลดผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด



### ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ลูกค้า

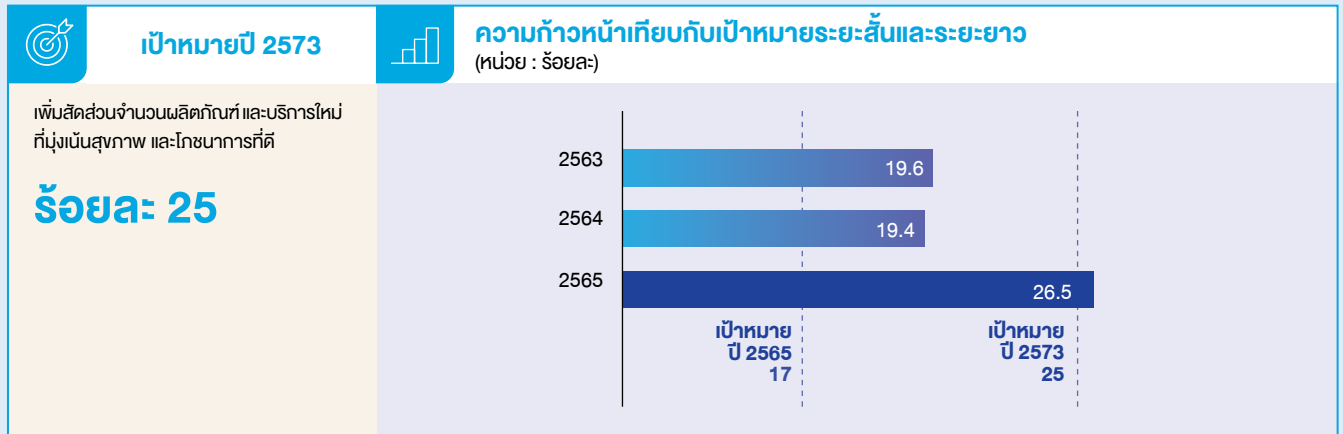
การจัดหาวัตถุดิบ  
สรรหาสินค้าและบริการ


การผลิต วิจัยและพัฒนาสินค้า

การจัดส่งและกระจายสินค้า


การตลาดและการจัดจำหน่าย  
สินค้าและบริการ

การรับมือต่อลูกค้า  
และบริการหลังการขาย







**ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2565**




**1,936** รายการผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) ที่มุ่งเน้นสุขภาพ และสุขภาพะที่ดี




ร้อยละ **20.32** ยอดขายผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสุขภาพ




ร้อยละ **0.05** ยอดขายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก




การเรียกคืนสินค้าที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค **61** กรณี




**การดำเนินงานที่สำคัญปี 2565**



โครงการต่อเนื่อง "กินดี อยู่ดี มีสุข"




ต่อยอดร้าน 7-Eleven ให้เป็น "ศูนย์สุขภาพดีของชุมชน" ผ่านร้านยาเอ็กซ์ต้าพลัส (eXta Plus)



โครงการหวานน้อยสั่งได้

**Lotus's**

โครงการอาหารเพื่อสุขภาพแบรนด์โลตัส



โครงการตรวจคัดกรองสุขภาพโรคมะเร็งเต้านม และเบาหวาน



## ความเสี่ยงและโอกาส

สิทธิในการมีสุขภาพที่ดีเป็นหนึ่งในสิทธิขั้นพื้นฐานที่บริษัทให้ความสำคัญตลอดกระบวนการสรรหาวัตถุดิบ การผลิต และการจัดจำหน่าย การตระหนักถึงความเสี่ยงในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ไม่ปลอดภัย และไม่ได้มาตรฐาน อาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในระยะยาว เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัย และได้มาตรฐาน บริษัทมุ่งสนับสนุนองค์ความรู้ด้านโภชนาการที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาพะที่ดี พร้อมพัฒนาวิจัยผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ นอกจากนี้ บริษัทคำนึงถึงการปฏิบัติงานในภาวะที่มีความเสี่ยงด้านสุขภาพของพนักงานจากการเข้าถึงโภชนาการไม่เพียงพอ การสนับสนุนกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพะที่ดี ด้านร่างกายและจิตใจระหว่างปฏิบัติงานเป็นหนึ่งในประเด็นที่องค์กรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

ภาวะความเสี่ยงด้านสุขภาพที่สูงขึ้นในปัจจุบัน การให้ความสำคัญด้านสุขภาพด้วยการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมด้านสุขภาพะที่ดีนั้น ได้รับความนิยมและมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น บริษัทยกระดับขีดความสามารถงานวิจัยผลิตภัณฑ์อาหารจำเพาะผู้บริโภค อาทิ ผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำหน้าที่เฉพาะเจาะจงในการส่งเสริมสุขภาพด้านต่าง ๆ (Functional Food) ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีสารอาหารที่จำเป็นและเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิต สุขภาพ และพันธุกรรมในแต่ละบุคคล (Personalized Foods) รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารกลุ่มต่าง ๆ อาทิ อาหารกลุ่มลดสารปรุงแต่ง สารกันบูด ลดปริมาณน้ำตาล ลดปริมาณน้ำมันปาล์มไม่แต่งสีและไม่มีไขมัน เพิ่มผลิตภัณฑ์อาหารโปรตีนทางเลือก และเพิ่มผลิตภัณฑ์ซูเปอร์ฟู้ด อาหารที่อุดมไปด้วยคุณประโยชน์ต่าง ๆ ให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงไปของพฤติกรรมและลดความเสี่ยงด้านสุขภาพของผู้บริโภคได้ รวมถึงส่งมอบบริการเพื่อการเข้าถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนและสังคม



## แนวทางการดำเนินงาน

ด้วยปณิธาน “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน” ภายใต้กลยุทธ์ด้านสังคม “7 Go Together” ผ่าน 7 การกิจการให้ โดย 1 ในการกิจหลักคือ “ให้การสนับสนุน ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของสังคมและชุมชน” ซึ่งรวมถึงการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการที่เพียงพอโดยบริษัทกำหนดให้มีนโยบายด้านสุขภาพและโภชนาการ เพื่อควบคุมคุณภาพทางโภชนาการและตรงตามมาตรฐานความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์อาหารอย่างครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ตลอดจนส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภค อาทิ ข้อมูลกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานของประเทศ ผ่านการแสดงรายละเอียดบนฉลากผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ควบคู่กับการจัดกิจกรรมที่สนับสนุนสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ เช่น พนักงาน ชุมชน เป็นต้น ให้สามารถเข้าใจถึงความเสี่ยงด้านสุขภาพ และโรคภัยต่าง ๆ ที่เกิดจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน และไม่ถูกหลักโภชนาการ อีกทั้งยังเป็นการสร้างพฤติกรรมในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพที่ดีอีกด้วย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องที่บริษัทดำเนินการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงสนับสนุนการร่วมวิจัยระหว่างหน่วยงานภายในกลุ่มบริษัท อาทิ บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด สำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนวิจัยร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากองค์กรภายนอก อาทิ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมแห่งชาติ (สอทน.) และสถาบันโภชนาการมหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อค้นคว้านวัตกรรมด้านอาหารและการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ โดยมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ทั้งการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์ที่ลดการใช้ปุ๋ย

หรือสารเคมีในการเร่งผลผลิตทางการเกษตร ตลอดจนส่งเสริมกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมประกอบจากธรรมชาติ และส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ผลิตภัณฑ์พัฒนาพร้อม (Private Brands) ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภายนอกหรือมาตรฐานสากล นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมและขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ที่มุ่งลดปริมาณน้ำตาล ลดปริมาณไขมัน ลดปริมาณโซเดียม และลดปริมาณสารปรุงแต่ง เช่น สารกันบูด สีผสมอาหาร สารทดแทนความหวาน และสารเติมแต่งต้านจุลชีพ (Antibiotics) เป็นต้น รวมถึงส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ เช่น วิตามินเอ ซิงค์ ไอโอดีน ไฟเบอร์ ธาตุเหล็ก เป็นต้น พร้อมทั้งการคิดสรรวัตคุณคุณภาพจากแหล่งที่มาอย่างมีความรับผิดชอบ ได้รับการรับรอง และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของการดัดแปลงพันธุกรรม (Genetically Modified Organisms: GMOs)

นอกจากนี้บริษัทกำหนดให้มีกระบวนการติดตามและกบวณผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานด้านการเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาพที่ดีขององค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวได้ พร้อมทั้งสามารถเป็นฐานข้อมูลสำหรับการพัฒนานโยบายบริษัท แผนการดำเนินงาน และแผนงานวิจัยต่าง ๆ ในอนาคต โดยในปี 2565 บริษัทได้แต่งตั้งคณะที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อให้คำปรึกษาและสนับสนุนข้อมูลแนวโน้มของตลาดและผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและอนาคต ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม การเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างบริษัทและภาครัฐเพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่านโครงการวิจัยของบริษัท



อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

นโยบายด้านสุขภาพและโภชนาการ

<https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/03/Health-and-Nutrition-Policy-th.pdf>







## สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

XXX



### สัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มพัฒนาร่วม (Private Brand) (ร้อยละ)

สัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์  
กลุ่มพัฒนาร่วม (Private Brand)



ยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มพัฒนาร่วม  
(Private Brand) แยกตามประเภท



### ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นคุณภาพและสุขภาพที่ดี กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด ที่วางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven เฉพาะผลิตภัณฑ์พัฒนาร่วม (Private Brand)

ผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ไบโอบีทรานส์ ไซเดียม และน้ำคาล



ผลิตภัณฑ์กลุ่มปรับปรุงเพิ่ม  
คุณค่าทางโภชนาการ

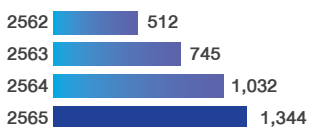


ผลิตภัณฑ์กลุ่มปรับปรุงสูตรจากเดิม  
(ใช้ส่วนประกอบทดแทน)

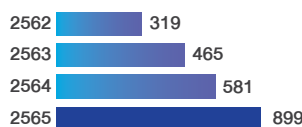


### ผลิตภัณฑ์ทั่วโลกบริโภค เพื่อสุขภาพและสุขภาพที่ดี กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมดที่วางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven

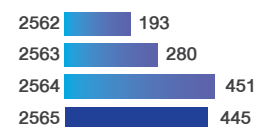
ผลิตภัณฑ์ทั้งหมด (Total Product)  
ที่มุ่งเน้นสุขภาพและสุขภาพที่ดี (รายการ : SKUs)



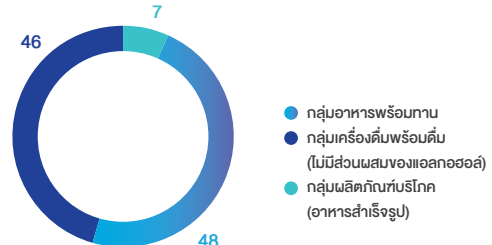
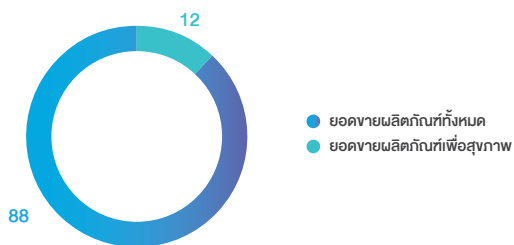
ผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน (Existing Product)  
ที่มุ่งเน้นสุขภาพและสุขภาพที่ดี (รายการ : SKUs)



ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product)  
ที่มุ่งเน้นสุขภาพและสุขภาพที่ดี (รายการ : SKUs)



### สัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขภาพและสุขภาพที่ดี กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมดที่วางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven (ร้อยละ)



### การแสดงผลการดำเนินงานบนผลิตภัณฑ์



แสดงผลการดำเนินงานที่เป็นไปตามมาตรฐานสากลบนผลิตภัณฑ์ ร้อยละ: **100**

แสดงผลการดำเนินงานแบบจิตตอ (Guideline Daily Amounts : GDA) ภาคสมัครใจ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มพร้อมทาน ร้อยละ: **34.09**

## หลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

บริษัทมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีโดยอาศัยหลักเกณฑ์มาตรฐานทางด้านอาหาร อ้างอิงตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขและมาตรฐานอื่น ๆ

ที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดหลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1	สินค้าอาหารที่ผ่านการรับรองหรือผ่านหลักเกณฑ์ของ “ทางเลือกสุขภาพ” หรือ Thai Healthier Logo ที่ให้การรับรองโดยสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล
2	อาหารที่มีการเพิ่มหรือลดหรือปราศจากสารอาหารตามที่กฎหมายหรือมาตรฐานที่ยอมรับ เช่น ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541
3	ผักและผลไม้สด หรืออาหารที่คงสภาพสารอาหารที่เป็นประโยชน์ทางธรรมชาติ หรือผ่านการแปรรูปน้อยหรืออาหารที่รับประทานแล้วได้โภชนาการครบถ้วน และพลังงานที่เหมาะสมใน 1 มื้อ
4	อาหารทางการแพทย์ Functional Food หรือ Food Supplement ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 238) พ.ศ. 2544 และตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 293) พ.ศ. 2548

<p><b>1) ข้าวคลุกแกงเขียวหวาน และอกไก่ (ตรา เซฟแคร์ส)</b> ผลิตภัณฑ์ไขมันต่ำ แคลอรีต่ำ เป็นแหล่งของโปรตีน</p> 	<p><b>คุณสมบัติ:</b> อาหารจานเดียวที่แคลอรีต่ำ มาพร้อมความอร่อยของซอสแกงเขียวหวานเข้มข้น กลมกล่อม รสเผ็ดกำลังดี ผักกับข้าวสวยหอมมะลิกลิ่นหอมของเครื่องแกงเขียวหวาน เสิร์ฟคู่กับอกไก่เนื้อนุ่มไร้หนังไร้มัน ไขมันต่ำ เป็นแหล่งของโปรตีน และข้าวโพดอ่อน สูตรเฉพาะของเซฟแคร์ส ร้านวังหิ้งห้อย มีชลิน สตาร์ 2 ดาว และร้านอาหารรางวัล “บีบี กูร์มอนด์” (BIB Gourmand) จากมีชลินโกลด์ ประสบการณ์ด้านอาหารไทยกว่า 20 ปี อิ่มอร่อย พร้อมอิมมูนูย์ กำไรทุกกล่องคืนสังคม ร้อยละ 100</p> <p><b>วันที่วางจำหน่าย :</b> 13 ตุลาคม 2565</p> <p><b>จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย :</b> ทั่วประเทศ</p>
<p><b>2) ผักกรีนคอสอินทรีย์</b> ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก</p> 	<p><b>คุณสมบัติ:</b> ผักสลัดกรีนคอสออร์แกนิก สด สะอาด เต็มใบ ให้น้ำสัมผัสกรอบ สามารถทานเป็นผักสด หรือทานคู่กับเมนูจานโปรด เช่น ยำ ส้มตำ หมูย่าง กุ้งอร่อย</p> <p><b>วันที่วางจำหน่าย :</b> 20 มกราคม 2565</p> <p><b>จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย :</b> ทุกสาขาในเขตกรุงเทพฯ</p>
<p><b>3) สลัดโรลปูอัดพร้อมน้ำสลัดซีอิ๊วญี่ปุ่นสไปซี่</b></p> 	<p><b>คุณสมบัติ:</b> สลัดโรลปูอัดพร้อมทาน ขนาดชิ้นพอดีคำ แป้งเหนียวนุ่ม ผักสลัดสด สะอาด แครอท และแตงกวา สัมผัสกรุบกรอบ ชิ้นปูอัดเต็มคำ มาพร้อมน้ำสลัดซีอิ๊วญี่ปุ่นสไปซี่ หอมกลิ่นซีอิ๊ว อร่อย เคี้ยวเพลิน</p> <p><b>วันที่วางจำหน่าย :</b> 10 กุมภาพันธ์ 2565</p> <p><b>จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย :</b> 5,000 สาขา</p>

<p><b>4) ชามะนาวเย็น ออลส์ คาเฟ่ (ขนาด 16 ออนซ์ และ 22 ออนซ์)</b> ผลิตกันที่ปรับปรุงคุณค่าทางโภชนาการ</p> 	<p><b>คุณสมบัติ:</b> สดชื่น เปี้ยวหวานลงตัว สูตรเฉพาะจากออลส์ คาเฟ่ พร้อมรับคุณค่าจากวิตามินซีในทุกแก้ว</p> <p><b>วันที่วางจำหน่าย :</b> ตุลาคม 2565</p> <p><b>จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย :</b> ทั่วประเทศ</p>
<p><b>5) นมสดพาสเจอร์ไรซ์ เมจิไอโปรตีน 350 มิลลิกรัม กลิ่นกล้วย</b> ผลิตกันที่ปรับปรุงคุณค่าทางโภชนาการ ผลิตกันที่ลดปริมาณน้ำตาล โยบีน หรือโซเดียม สัญลักษณ์ "ทางเลือกสุขภาพ"</p> 	<p><b>คุณสมบัติ:</b> สูตรไม่เติมน้ำตาลทราย โปรตีนสูงถึง 27 กรัม มี BCAA กรดอะมิโนจำเป็นต่อร่างกายที่ช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อ โยบีนต่ำและให้พลังงานเพียง 160 กิโลแคลอรี วิตามินบี 3 บี 6 บี 12</p> <p><b>วันที่วางจำหน่าย :</b> 9 มิถุนายน 2565</p> <p><b>จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย :</b> ทั่วประเทศ</p>
<p><b>6) โทฟูซังไอโปรตีน รสมอลต์ 350 มิลลิกรัม</b></p> 	<p><b>คุณสมบัติ:</b> สูตรไม่เติมน้ำตาลทราย โปรตีนสูงถึง 27 กรัม โปรตีนจากพืช (Plant-Based Protein) ไม่ใส่น้ำตาล ไม่ผสมน้ำมัน ไม่ผสมนมผง ไม่ผสมเวย์ ไม่มีแลคโตส ไม่มีคอเลสเตอรอล ไม่มีสารเคมี ไม่ใส่วัตถุกันเสีย</p> <p><b>วันที่วางจำหน่าย :</b> 8 กันยายน 2565</p> <p><b>จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย :</b> ทั่วประเทศ</p>
<p><b>7) เอชเอ็นดีโล่ ออเรนจ์ เบลนด์</b> ผลิตกันที่ลดปริมาณน้ำตาล โยบีน หรือโซเดียม สัญลักษณ์ "ทางเลือกสุขภาพ"</p> 	<p><b>คุณสมบัติ:</b> จากส้ม 3 สายพันธุ์ (แทงเจอร์อิน/วาเลนเซีย/แมนดาริน) รสชาติ อร่อย สดชื่น มีวิตามินสูง ให้พลังงาน 60 กิโลแคลอรีต่อแก้ว ผ่านเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ และได้รับรองเครื่องหมายฮาลาล</p> <p><b>วันที่วางจำหน่าย :</b> 15 ธันวาคม 2565</p> <p><b>จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย :</b> ทั่วประเทศ</p>



## สร้างการรับรู้ สนับสนุนการบริโภคผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพ

บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ให้สามารถตอบสนองต่อโภชนาการทางด้านอาหารที่เหมาะสมตามช่วงวัย ตั้งแต่วัยเด็กเล็กอายุ 18 เดือน จนถึงผู้สูงอายุ รวมถึงผู้ที่ต้องการโภชนาการเฉพาะเจาะจงหรือผู้ป่วย บริษัทร่วมกับหลากหลายหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านอาหาร อาทิ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมแห่งชาติ (สวก.) สถาบันโภชนาการมหาวิทยาลัยมหิดล และบริษัท ซีพี ฟู๊ดแล็บ จำกัด ร่วมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ รวมถึงตรวจวิเคราะห์สารอาหารและโภชนาการอาหารในผลิตภัณฑ์ให้กับหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กร เช่น วิเคราะห์ปริมาณโซเดียม วิเคราะห์ปริมาณน้ำตาล วิเคราะห์ปริมาณไขมัน และวิเคราะห์ปริมาณไขมันทรานส์ เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทจัดให้มีการแสดงฉลากโภชนาการบนผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน โดยมีการแสดงรายละเอียดส่วนประกอบสำคัญ วิธีการใช้อย่างปลอดภัย และวิธีการเก็บรักษา เพื่อแสดงความชัดเจนของผลิตภัณฑ์ ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคทราบคุณค่าทางโภชนาการและสามารถหลีกเลี่ยงสารอาหารที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพได้ รวมถึงการแสดงฉลากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งแวดลอม เช่น Carbon Footprint, Animal Welfare เป็นต้น ตลอดจนส่งเสริมให้ลูกค้าจัดทำฉลากโภชนาการแบบจีดีเอ (Guideline Daily Amounts: GDA) เพื่อแสดงค่าพลังงาน ไขมัน น้ำตาล และโซเดียม โดยในปี 2565 ได้ดำเนินการครอบคลุมทุกกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมรับประทานตามกฎหมายหรือข้อบังคับ จำนวนร้อยละ 100 และแนวปฏิบัติอื่น ๆ ที่บริษัทยึดปฏิบัติ จำนวนร้อยละ 34.09

### ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ที่แสดงฉลากโภชนาการ และผลิตภัณฑ์ที่ติดฉลากแสดงค่าพลังงาน ไขมัน น้ำตาล และโซเดียมแบบจีดีเอ



ทั้งนี้ บริษัทได้มีการติดตามและตรวจสอบการแสดงฉลากผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารด้านการตลาดที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด กฎหมายหรือข้อบังคับพื้นฐาน และข้อบังคับหรือแนวปฏิบัติอื่น ๆ ที่บริษัทยึดปฏิบัติ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่แสดงรายละเอียดส่วนประกอบสำคัญ วิธีการใช้หรือคำแนะนำที่ไม่ชัดเจน ซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค โดยในปี 2565 บริษัทไม่ได้รับการรายงานหรือไม่มีกรณีเกี่ยวกับการแสดงรายละเอียดส่วนประกอบสำคัญ วิธีการใช้หรือคำแนะนำที่ไม่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการสื่อสารด้านการตลาดที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด กฎหมายหรือข้อบังคับพื้นฐาน และข้อบังคับหรือแนวปฏิบัติอื่น ๆ ที่บริษัทยึดปฏิบัติ

## การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ดัดแปลงพันธุกรรม (Genetically Modified Organisms: GMOs)

บริษัทมุ่งจัดหาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ให้ความสำคัญในกระบวนการคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งที่มาอย่างมีความรับผิดชอบครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุปทาน มีนโยบายเกี่ยวกับจีเอ็มโอ (GMOs) ที่ชัดเจน และสอดคล้องกับข้อปฏิบัติทางกฎหมาย รวมถึงระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจีเอ็มโอ ที่ประกาศใช้ในประเทศ ตลอดจนส่งเสริมลูกค้าในการคัดสรรผลิตภัณฑ์ ผ่านการตอบแบบสอบถามและการรับรองสำหรับผลิตภัณฑ์ดัดแปลงพันธุกรรมกลุ่มเสี่ยงที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนี้ บริษัทสนับสนุนการแสดงข้อมูลฉลากผลิตภัณฑ์ที่แสดงรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ดัดแปลงพันธุกรรม เพื่อสร้างความมั่นใจ ความปลอดภัย และการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานนำเชื่อถือในทุกผลิตภัณฑ์ที่ส่งถึงผู้บริโภค



### อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

นโยบายเกี่ยวกับจีเอ็มโอ (Genetically Modified Organisms: GMOs)

[https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/GMO\\_Policy\\_TH\\_096\\_2563.pdf](https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/GMO_Policy_TH_096_2563.pdf)



## โปรแกรมด้านการเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

ในปี 2565 บริษัทดำเนินงานด้านการเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่เพียงพอ ดังนี้



### โครงการเชิงกลยุทธ์

ภายใต้กลยุทธ์ “Product Place People Channel และ Technology” บริษัทดำเนินโครงการเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่องผ่านโครงการย่อย ดังนี้



### โครงการ กินดี อยู่ดี มีสุข

บริษัทดำเนินโครงการ “กินดี อยู่ดี มีสุข” สร้างการเข้าถึงสินค้าเพื่อสุขภาพ ให้แก่ลูกค้าทุกกลุ่ม ครอบคลุมทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ควบคู่ไปกับการสร้างการรับรู้ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ในปี 2565 ย้ายผลโครงการไปยังร้าน 7-Eleven จำนวน 6,930 สาขา ไปยังทำเลศักยภาพต่าง ๆ โดยร้าน 7-Eleven ที่เข้าร่วมโครงการมียอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหาร และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพรวมทั้งสิ้น 73,114 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน

ร้อยละ 36.5 ของยอดขายร้านที่เข้าร่วมโครงการ โดยในปี 2566 บริษัท มีแผนงานบรรจุวิธีปฏิบัติของโครงการที่ผ่านการทดสอบแล้วไปสู่ระเบียบ การปฏิบัติงานของกระบวนการสรรหาและจัดเรียงสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพ พร้อมทั้งถ่ายทอดแนวปฏิบัติดังกล่าวไปยังร้าน 7-Eleven ทุกสาขาทั่วประเทศ





### โครงการเก่าแก่ "ศูนย์สุขภาพดีของชุมชน" สร้างร้านต้นแบบศูนย์สุขภาพชุมชน

บริษัทต่อยอดโครงการ “กินดี อยู่ดี มีสุข” ขยายผลสู่การค้าปลีก โครงการ “ศูนย์สุขภาพดีของชุมชน” โดยขยายขอบเขตการเข้าถึง บริการและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสำหรับชุมชนได้สะดวกยิ่งขึ้นผ่าน ร้าน 7-Eleven พร้อมทั้งพัฒนาเภสัชกรร้านยาเอ็กซ์ต้า พลัส (eXta plus) และพนักงานร้าน 7-Eleven ให้เป็นที่ปรึกษาด้านสุขภาพ (Wellness Advisor) ของชุมชน รวมถึงพัฒนาระบบการทำงานร่วมกับ แอปพลิเคชัน All Pharma See สำหรับบริการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพ กับเภสัชกร และประเมินข้อมูลเชิงลึก เพื่อตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าและการเข้าถึงสุขภาพที่ดีของชุมชน



### โครงการหวานน้อยสั่งได้

ซีพี ออลล์ ร่วมกับธุรกิจออลล์ คาเฟ่ (All Cafe) คัดสรร (Kudson) เบลลีเน่ เบค แอนด์ บรู (Bellinee's Bake & Brew) และภาคีเครือข่ายเอกชน “จับเคื่อนนโยบายหวานน้อยสั่งได้ เฟส 2” ร่วมกับกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข เพื่อร่วมบูรณาการระหว่างองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน มุ่งหวังให้ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการบริโภคเครื่องดื่ม หวานน้อย อย่างน้อยร้อยละ 50 โดยร่วมให้บริการเครื่องดื่มเมนู หวานน้อยเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้าที่ใส่ใจในเรื่องสุขภาพ ลดโอกาส เสี่ยงต่อการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs : non-communicable diseases) ที่เกิดจากนิสัยหรือพฤติกรรมการดำเนินชีวิต อาทิ โรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคความดัน โรคหัวใจ โรคหลอดเลือดหัวใจ และฟันผุ



### โครงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สำหรับผู้บริโภค ที่ห่วงใยสุขภาพ

ซีพีแรม มุ่งมั่นวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมาตอบสนอง ความต้องการกลุ่มผู้บริโภคห่วงใยสุขภาพ ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่ออกมา วางตลาดแล้ว คือ อาหารพร้อมรับประทานภายใต้ตราสินค้า VG for Love อาหารกลุ่มใหม่สำหรับผู้บริโภคที่มีการบริโภคพืชเป็นหลัก Plant

Based Diet ภายใต้แนวคิดพัฒนาสู่ความยั่งยืน ซึ่งเป็นทิศทางเดียวกับ CPRAM ” มาในรูปแบบ 4 ความรัก คือ รักสุขภาพ รักชีวิตสัตว์ รักสิ่งแวดล้อม และรักโลก โดยแบ่งอาหาร 5 ประเภท ครอบคลุมความต้องการ ได้แก่



หมายเลข 1 อาหารเจ



หมายเลข 2 อาหารวีแกน



หมายเลข 3 อาหารมังสวิรัตกับนม



หมายเลข 4 อาหารมังสวิรัตกับไข่



หมายเลข 5 อาหารมังสวิรัตกับนมและไข่





### โครงการอาหารเพื่อสุขภาพ แบนด์โลดิส

โลดิส มุ่งมั่นส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ดี เยี่ยมไปด้วยคุณภาพ และมีคุณค่าทางโภชนาการตอบใจผู้บริโภคทุกช่วงวัย โดยมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์เดิมให้ดีต่อสุขภาพ ลดหวาน มัน เค็ม หรือเพิ่มสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย โดยคงรสชาติ ความอร่อย เพื่อให้ผู้บริโภคทุกคนสามารถซื้อสินค้าที่ดีต่อสุขภาพ ในราคาที่เข้าถึงได้ในทุกช่องทางทางการขาย ผลิตภัณฑ์อาหารแบนด์โลดิส ทั้งหมดจะผ่านการควบคุมและตรวจสอบด้านคุณภาพ ตรวจสอบวิเคราะห์

คุณค่าทางโภชนาการ สินค้าหลายรายการของเราได้รับการรับรองสัญลักษณ์ “ทางเลือกสุขภาพ” โลดิสร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญ สร้างการรับรู้ของผู้บริโภค ทั้งในเรื่องข้อมูลที่เป็นประโยชน์บนฉลากผลิตภัณฑ์ ความรู้เรื่องสุขภาพและสุขภาพที่ดีผ่านทุกช่องทางการสื่อสารและกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่ดีต่อสุขภาพได้ง่ายขึ้น

สร้างแนวคิด “อร่อย สุขภาพดี ทุกวัน ที่โลดิส”	สร้างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	สร้างการรับรู้ สื่อสารทุกช่องทาง
<p>สร้างผลิตภัณฑ์ ตอบใจผู้บริโภค สุขภาพ คงความอร่อย ราคาเข้าถึง</p> <p>ลดหวาน มัน เค็ม ใช้น้ำตาลทางเลือก ไฟเบอร์</p> <p>รับรองสัญลักษณ์ “ทางเลือกสุขภาพ” โดยสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล และสถาบันอาหาร</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ออกแบบสูตรตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ</li> <li>คัดเลือกวัตถุดิบเสริมด้านสุขภาพ</li> <li>ตรวจวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ</li> <li>ได้รับการรับรองสัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ</li> <li>ได้รับการยอมรับจากผลการทดสอบผู้บริโภค</li> <li>ควบคุมคุณภาพกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน</li> <li>ตรวจสอบคุณภาพสินค้า</li> <li>ประเมินคุณภาพโดยผู้บริโภคหลังจำหน่าย</li> </ul>	<p>มีรางวัลกว่า 10 รางวัลในระดับ</p> <p>หนังสือได้ตีพิมพ์ 2,000 สาขาทั่วประเทศ</p> <p>โลดิส สิ่งของใหม่</p> <p>จัดของบนชั้นค้า</p> <p>สื่อสารที่ดูง่ายบนชั้นค้า</p>

โลดิส มุ่งมั่นพัฒนาและผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพต่อเนื่อง ตัวอย่างสินค้าแบรนด์โลดิส (Own brand) ที่พัฒนาตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ ที่ได้รับการตอบรับที่ดีต่อเนื่องจากผู้บริโภคทั้งในด้านคุณภาพ รสชาติ และคุณค่าทางโภชนาการ อาทิ กลุ่มนมบิงโพลวิต และไอศกรีม

**นมบิงโพลวิต ตราโลดิส**

- ✓ มี **อินบูลิบ** เป็นพรีไบโอติก
- ✓ ได้รับรอง **สัญลักษณ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ**

<http://healthheritage.com>

**กลุ่ม Dairy**

- ✓ ไอศกรีม 9 สรสชาติ
- ✓ ได้รับรองเครื่องหมาย **ทางเลือกเพื่อสุขภาพ**
- ✓ 0% โยบีน
- ✓ 0% โคลเลสเตอรอล

<http://healthheritage.com>

**กลุ่ม Sorbet**

- ✓ ไอศกรีม 3 สรสชาติ
- ✓ ใช้น้ำตาลไอโซมอลทูลอส
- ✓ ได้รับรองเครื่องหมาย **ทางเลือกเพื่อสุขภาพ**
- ✓ 0% โยบีน
- ✓ 0% โคลเลสเตอรอล

**0% โยบีน โคลเลสเตอรอล**

<http://healthheritage.com>

ในปี 2563-2565 บริษัทเพิ่มตัวเลือกสินค้าเพื่อสุขภาพ ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และปรับปรุงสูตรสินค้าสำหรับไอศกรีมกลุ่มซอร์เบท และสินค้าขนมหวานแช่แข็งโดยใช้น้ำตาลไอโซมอลทูลอส รวมถึงไม่แต่งกลิ่น และสีสังเคราะห์ในปี 2565 สินค้าแบรนด์โลดิสได้ผ่านการรับรองสัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ จำนวน 17 ผลิตภัณฑ์ใน 2 กลุ่มประเภทสินค้า นอกจากนี้

โลดิสยกเลิกการใช้ไขมันที่ผ่านกระบวนการเติมไฮโดรเจนบางส่วนซึ่งเป็นแหล่งหลักของไขมันทรานส์ ในผลิตภัณฑ์อาหารแบนด์โลดิสทุกชนิด รวมถึงริเริ่มโครงการรับซื้อผลผลิตตรงจากเกษตรกร ทำให้มั่นใจในคุณภาพความปลอดภัยของอาหารสดที่จำหน่ายแก่ลูกค้าตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำอีกด้วย



### โครงการตรวจคัดกรองสุขภาพ

โลตัส ส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพพื้นฐานของประชาชน สนับสนุนให้คนไทยมีสุขภาพและสภาวะที่ดี จากการรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณภาพและความปลอดภัย เข้าถึงการให้บริการและความรู้ด้านสุขภาพผ่านสาขาและแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงสนับสนุนการออกกำลังกาย และการตรวจสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ

- บริการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมฟรีด้วยเครื่องแมมโมแกรม (Mammogram) เคลื่อนที่ โดยร่วมมือกับมูลนิธิกาญจนบารมี และสำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร ให้บริการ “ตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมด้วยเครื่องแมมโมแกรมเคลื่อนที่” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 แก่สตรีที่มีความเสี่ยงและขาดโอกาส สามารถตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมโดยเครื่องแมมโมแกรมจากผู้เชี่ยวชาญ นอกจากนี้ยังมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมด้วยตนเอง สำหรับประชาชนที่ไม่อยู่ในกลุ่มเสี่ยง โดยตั้งแต่เริ่มโครงการดังกล่าว มีผู้เข้ารับการ คัดกรองแล้วกว่า 3,319 ราย นอกจากนี้ โลตัส จัดแคมเปญพิเศษ ให้ลูกค้าสามารถมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส โดยแบรนด์เสื้อผ้า MeStyle นำรายได้ส่วนหนึ่งจากการจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าสตรีและชุดชั้นในสตรี ตลอดเดือนตุลาคม บริจาคให้กับสถาบันมะเร็งแห่งชาติ เพื่อจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส จำนวน 200,000 บาท
- บริการตรวจคัดกรองเบาหวานเบื้องต้นฟรีให้ประชาชน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 โดยมีบริการตรวจวัดระดับน้ำตาล บริการตรวจร่างกายเบื้องต้น และแจกมะพร้าวเพื่อสุขภาพจากเกษตรกร เพื่อสนับสนุนการมีสุขภาพดีของคนไทย และส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพพื้นฐานของประชาชน



## ใส่ใจคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบจนถึงมือผู้บริโภค



### ซีพี ออลล์ ดำเนินงานด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้ามีคุณภาพ ถูกสุขลักษณะ ปลอดภัย บริษัทได้กำหนดมาตรฐานในการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเพาะปลูก ผลิต รับสินค้า การจัดและกระจายสินค้า รวมถึงการจำหน่ายและให้บริการที่ร้าน 7-Eleven ดังนี้

#### 1. ใส่ใจความปลอดภัยด้านอาหารตั้งแต่เพาะปลูก






หน่วยงานประกันคุณภาพของ ซีพี ออลล์ ดำเนินการให้ความรู้ และวิธีการจัดการที่จะลดปัญหาสิ่งแปลกปลอมให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (SMEs) ในการควบคุมคุณภาพ การจัดการสิ่งแปลกปลอม และวิธีลดสิ่งแปลกปลอมของวัตถุดิบก่อนนำมาใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายในร้าน 7-Eleven โดยในปี 2565 ร่วมกับผู้ผลิตสินค้าผักโคมอบชีส กำหนดมาตรการคัดแยกสิ่งแปลกปลอมออกจากวัตถุดิบก่อนนำมาผลิต และริเริ่มหาพื้นที่ในการเพาะปลูกผักโคมอบชีสในประเทศ ส่งเสริมการเพาะปลูกผักโคมอบชีสที่คัดสรรเฉพาะสำหรับผลิตผักโคมอบชีสที่รสชาติและคุณภาพดีรวมถึงการให้คำแนะนำในทุกขั้นตอนการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยวผลผลิตผักโคมอบชีสให้มีคุณภาพ ปลอดภัย





<p><b>2. ควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหารตลอดกระบวนการจัดส่งจัดจำหน่าย</b></p> 	<p><b>หน่วยงานตรวจสอบคุณภาพ ศูนย์กระจายสินค้า</b> พนักงานตรวจสอบคุณภาพ ทำการตรวจสอบคุณภาพและการจัดเรียงสินค้าในระหว่างการส่งมอบสินค้า กรณีสินค้าควบคุมอุณหภูมิ จะทำการตรวจสอบอุณหภูมิภายในห้องเย็น รวมถึงควบคุมคุณภาพและอุณหภูมิของรถขนส่งให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ หากไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้จะพิจารณาไม่ส่งมอบสินค้าให้ร้าน 7-Eleven ในปี 2565 มีสินค้าที่ชำรุดเสียหายระหว่างการรับ จัดและกระจายสินค้า ร้อยละ 0.02</p>  
<p><b>3. ควบคุมคุณภาพสร้างความปลอดภัยมั่นใจในทุกการบริการ</b></p> 	<p><b>หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI)</b> ตรวจสอบการจัดการด้านบริการและคุณภาพสินค้า โดยกำหนดให้มีการตรวจสอบเป็นประจำทุกเดือน ในปี 2565 บริษัทยกระดับมาตรฐานการตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI) ตามนโยบาย SAVEQC และเพิ่มความเข้มข้นสัดส่วนคะแนนในส่วนที่สำคัญกระทบกับลูกค้า เพื่อให้ร้านสาขาเกิดความตระหนักในการรักษามาตรฐานร้าน บริการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ โดยมีคะแนนมาตรฐานของร้าน เท่ากับ ร้อยละ 93.94</p> <p><b>หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้า (QA)</b> กำหนดมาตรฐานการปรับปรุงคุณภาพสินค้า การบริการ จัดการคุณภาพ โดยสุ่มเข้าตรวจสอบมาตรฐาน พิจารณาจากประเด็นการร้องเรียนในช่วงที่ผ่านมา รวมถึงการสุ่มตรวจสอบคุณภาพสินค้า การไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือฉลากแบบเชิงรุก หากตรวจพบสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานจะดำเนินการเรียกคืน โดยในปี 2565 มีการเรียกคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ จำนวนทั้งหมด 113 ครั้ง 164 รายการ ซึ่งมีการเรียกคืนสินค้าจากข้อร้องเรียนของลูกค้าทั้งหมด 65 ครั้ง 86 รายการ</p>

**แม็คโคร ดำเนินงานด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน**

<p><b>1. ต้นน้ำ: ความปลอดภัยด้านอาหารตั้งแต่เพาะปลูก (Food safety from farm)</b></p> 	<p>เพื่อยกระดับสินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับมาตรฐานแบรนด์ MQP (Makro Quality Pro) และ Selected ซึ่งเป็นมาตรฐานที่อยู่ในระบบบริหารจัดการด้านความปลอดภัยของบริษัท โดยสินค้าภายใต้แบรนด์ดังกล่าวจะถูกคัดเลือกจากสวนหรือฟาร์มที่ได้รับมาตรฐาน Good Agriculture Practice (GAP) พร้อมกับตรวจสอบสินค้าทุกขั้นตอนการผลิต รวมไปถึงคุณภาพในด้านต่าง ๆ เช่น ขนาด ความหวาน เป็นต้น ดังนั้น บริษัทจึงจัดทำ Makro Initiative Accreditation (MIA) หรือแนวทางการผลิตสินค้าเกษตรให้เป็นไปตามมาตรฐานของแม็คโคร เข้ามาใช้งานกับกลุ่มเกษตรกรและคู่ค้า โดยสามารถทำการประเมินตนเองทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งช่วยเพิ่มความรู้ด้านการผลิตและส่งมอบสินค้าที่มีมาตรฐานให้กับผู้บริโภค จากผลดำเนินงานดังกล่าว ปัจจุบันมีเกษตรกรและคู่ค้าได้รับมาตรฐานแบรนด์ MQP และ Selected แล้วกว่า 350 ราย (ร้อยละ 100)</p>
<p><b>2. กลางน้ำ: ควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหารตลอดกระบวนการจัดจำหน่าย (Control food safety along the process)</b></p> 	<p>ดังนั้นระบบ MIA จึงถูกพัฒนาต่อยอดเพื่อใช้ประเมินภายในศูนย์กระจายสินค้าและศูนย์จำหน่ายสินค้าของบริษัท เพื่อเตรียมความพร้อมการรองรับมาตรฐาน</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) มาตรฐานการผลิตอาหาร (Good Hygiene Practice: GHP)</li> <li>2) มาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (Codex) ขององค์การอาหารและเกษตร และองค์การอนามัยโลก</li> <li>3) มาตรฐานการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (Hazard Analysis and Critical Control Point: HACCP)</li> <li>4) มาตรฐานระบบการจัดการอาหารปลอดภัย (ISO 22000:2018)</li> </ol>
<p><b>3. ปลายน้ำ: สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ (Product traceability)</b></p> 	<p>นอกจากการผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานของกลุ่มเกษตรกรและคู่ค้าที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับสินค้ามีคุณภาพแล้ว บริษัทได้นำระบบที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบและข้อมูลด้านโภชนาการของสินค้า หรือ Makro i-Trace มาใช้อย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบัน ฐานข้อมูลในระบบ Makro i-Trace ครอบคลุมสินค้ากลุ่มอาหารสด และกลุ่มเบเกอรี่ รวม 8,173 รายการ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100 ของสินค้าอาหารภายใต้แบรนด์ aro นอกจากนี้บริษัทยังได้ขยายการประยุกต์ใช้ระบบ Makro i-Trace ไปที่สาขาในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาอีกด้วย</p>  



## ธรรมาภิบาล และการต่อต้าน การทุจริต




**คุณลาวัลย์ เตียงหงษากุล**  
รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส  
สายงานทรัพยากรบุคคล  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

**“ข้อสัตย์ โปร่งใส ยุติธรรม คำนึงถึงชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม คือ ค่านิยมหลักในการปฏิบัติตนอย่างถูกต้อง มีคุณธรรม ของชาว ซีพี ออลล์ พร้อมส่งมอบสินค้าและบริการด้วยความห่วงใย ด้วยหัวใจการบริการของเรา เพื่อทำให้ ซีพี ออลล์ เป็นองค์กรธรรมาภิบาลที่อยู่คู่สังคมไทยตลอดไป”**



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px; margin-right: 10px; border-radius: 10px;">  </div> <div> <p><b>SDG12</b> สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน</p> <p>12.6 สนับสนุนให้บริษัท โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติและบริษัทขนาดใหญ่ รับแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนไปใช้ และผนวกข้อมูลด้านความยั่งยืนลงในวงจรการรายงานของบริษัทเหล่านั้น</p> </div> </div>	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px; margin-right: 10px; border-radius: 10px;">  </div> <div> <p><b>SDG16</b> ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบ และครอบคลุมในทุกระดับ</p> <p>16.3 ส่งเสริมนิติธรรมทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ และสร้างหลักประกันว่าจะมีการเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมแก่ทุกคน</p> <p>16.5 ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ</p> <p>16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วม และมีความเป็นตัวแทนที่ดี ในทุกระดับการตัดสินใจ</p> </div> </div>
---	--



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ลูกค้า ผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการ และเจ้าหน้าที่ทางการค้า



พันธมิตรธุรกิจ พนักงาน ภาครัฐ



ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน



การจัดหาวัตถุดิบ  
สรรหาสินค้าและบริการ



การผลิต วิจัยและพัฒนาสินค้า




การจัดส่งและกระจายสินค้า




การตลาดและการจัดจำหน่าย  
สินค้าและบริการ



การรับผิดชอบต่อลูกค้า  
และบริการหลังการขาย



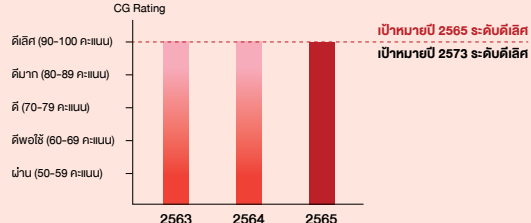
### เป้าหมายปี 2573



### ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : คะแนน)

ได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Rating) ในระดับ ดีเลิศ (Excellence) โดยสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลหรือเทียบเท่า



CG Rating

ปี	คะแนน	ระดับ
2563	~85	ดีเลิศ (90-100 คะแนน)
2564	~85	ดีเลิศ (90-100 คะแนน)
2565	~85	ดีเลิศ (90-100 คะแนน)

เป้าหมายปี 2565 ระดับดีเลิศ  
เป้าหมายปี 2573 ระดับดีเลิศ



### ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2565



ได้รับการประเมินระดับดีเลิศ (Excellence) หรือ ระดับ 5 ดาว จากการเปิดเผยรายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4



ผลการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการอยู่ในระดับดีเยี่ยม การประเมินรายบุคคลอยู่ในระดับดีเยี่ยม



ยกระดับคุณภาพสมาชิก CAC เป็น Change Agent ขยายเครือข่ายธุรกิจไปยังบริษัทลูกค้ากลุ่ม SMEs โดยการสนับสนุนให้บริษัทลูกค้าเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย เข้าร่วมเป็นสมาชิก CAC ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2



ได้รับการรับรอง ISO 27701 มาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ส่วนขยายจาก ISO/IEC 27001 มาตรฐานจัดการความปลอดภัยของข้อมูล) จากระบบการบริหารงานบุคคล



ร้อยละ **100** ของพนักงานทุกระดับ ได้รับการอบรม (Training) ทบทวน (Refresh Training) และผ่านการทดสอบหลักสูตรธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริต การพัฒนาความยั่งยืน การบริหารความเสี่ยง ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความปลอดภัยทางไซเบอร์



ร้อยละ **100** ของลูกค้าลำดับที่ 1 และสโตร์พาร์ตเนอร์ (ผู้ได้รับสิทธิในการบริหารร้าน 7-Eleven) ได้รับการสื่อสารคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับลูกค้า



ได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือการจัดการความปลอดภัยไซเบอร์ (Cyber Security Rating) จากบริษัทภายนอก (BITSIGHT) ที่ระดับ Advanced



### การดำเนินงานที่สำคัญปี 2565



ปรับปรุง แก้ไขจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน หมวดแห่งเงินทางการค้าเพื่อให้เกิดความชัดเจนและเห็นผลในทางปฏิบัติ รวมถึงจัดทำแนวปฏิบัติและนโยบายทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้า



ส่งเสริม ให้ความรู้ และสนับสนุน SMEs ประกาศเจตนารมณ์ เข้าร่วมเป็นสมาชิก CAC



จัดอบรมหลักสูตรธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริต และความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ให้แก่พนักงานทุกระดับ ผ่านระบบ E-Learning



จัดอบรมให้ความรู้ เครื่องหมายฮาลาลให้กับผู้ปฏิบัติงานในร้าน 7-Eleven ทั้งหมด 2 ระดับ ได้แก่ ระดับผู้จัดการร้านในพื้นที่ภาคเหนือและภาคใต้ รวมจำนวนทั้งปี 3,859 สาขา และระดับผู้ช่วยผู้จัดการร้านในพื้นที่ภาคกลางและภาคใต้ รวมจำนวนทั้งปี 1,683 สาขา



ยกระดับการสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับทางการค้า ตามสายวิชาชีพ จัดทำรายการตรวจสอบ ให้กับหน่วยงานบริหารทรัพยากรบุคคล หน่วยงานปฏิบัติการ หน่วยงานบริหารทรัพย์สิน และสิ่งอำนวยความสะดวกขององค์กร รวมถึงหน่วยงานพัฒนาความยั่งยืน



สร้างความแข็งแกร่งให้กับระบบความปลอดภัยของข้อมูล ขยายผลนำ ISO 27001 และ ISO 27701 มาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ไปประยุกต์ใช้กับ 24Shopping ในขอบเขตการซื้อขายสินค้าผ่าน 24Shopping และระบบการบริหารงานบุคคล



การจำลองสถานการณ์การโจมตีจากภัยคุกคามไซเบอร์ (Cyber Drills) 4 ครั้งต่อปี และทดสอบแผนตอบสนองเหตุการณ์ละเมิดความปลอดภัยไซเบอร์และข้อมูลรั่วไหล 2 ครั้งต่อปี



## ความเสี่ยงและโอกาส

การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจและสร้างความเชื่อมั่น พร้อมกันนี้ การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ปราศจากการทุจริต คำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม และสิทธิมนุษยชน จะช่วยยกระดับความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อองค์กรและดึงดูดความสนใจของนักลงทุน รวมทั้งเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน นอกจากนี้ การจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นต่อองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

ภายใต้กฎหมายและการกำกับดูแลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควบคู่กับการสื่อสารและสร้างความเข้าใจให้แก่พนักงานทุกระดับให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง จะช่วยลดความเสี่ยงเกี่ยวกับประเด็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน และกฎหมาย ซึ่งปัจจุบันการบูรณาการด้านความยั่งยืนและการกำกับดูแลกิจการเป็นประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ และถือเป็นความท้าทายขององค์กรในการเตรียมความพร้อมและดำเนินธุรกิจเพื่อที่จะก้าวไปสู่การเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนต่อไป



## แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทกำหนดให้มีคณะกรรมการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนและบรรษัทภิบาลขององค์กร ทำหน้าที่กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายความยั่งยืน นโยบายด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน กำหนดจริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน รวมถึงทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับหลักบรรษัทภิบาลของหน่วยงานกำกับดูแลตามกฎหมายและแนวปฏิบัติสากลอย่างเหมาะสม บริษัทจัดให้มีการอบรมหลักสูตรธรรมมาภิบาลและการต่อต้านทุจริตให้แก่พนักงานทุกระดับ พร้อมทั้งจัดทดสอบความรู้หลังจากจบการอบรม เพื่อสร้างความตระหนักและส่งเสริมความรู้ความเข้าใจต่อการดำเนินงานที่ดีตามหลักธรรมมาภิบาล อีกทั้งสนับสนุนการสร้างจิตสำนึกที่ดีเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส ตลอดจนขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

นอกจากนี้ บริษัทดำเนินธุรกิจตามแนวทางการปฏิบัติงานตามกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยยึดหลักจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Business Ethics

and Code of Conduct) ซึ่งเป็นแนวทางในการดำเนินงานและปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ยึดหลักนิติธรรม มีความโปร่งใส ตั้งมั่นในความยุติธรรมและคุณธรรม ให้มีความสำคัญต่อลูกค้า มีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน ไม่เกี่ยวข้องกับการเรียกรับหรือจ่ายสินบน ไม่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการล่อลวงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือสิทธิบัตรของผู้อื่น



### สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

#### นโยบายกำกับดูแลกิจการ

[https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/03/CG-policy-Thai\\_23Jul2019.pdf](https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/03/CG-policy-Thai_23Jul2019.pdf)

#### นโยบายการต่อต้านการคอร์รัปชัน

[https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/CP-ALL-Anti-Corruption-Policy\\_080116\\_1.pdf](https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/CP-ALL-Anti-Corruption-Policy_080116_1.pdf)

#### นโยบายความยั่งยืน

<https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Sustainable-Development-Policy-and-Goals-2564-2573-th-08-06-2564.pdf>

### หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

- |   |   |
|---|---|
| <p><b>1</b> ตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบในฐานะผู้นำที่สร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน</p> <p><b>2</b> กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายหลักของกิจการที่เปลี่ยนไปเพื่อความยั่งยืน</p> <p><b>3</b> เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ</p> <p><b>4</b> สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูงและการบริหารบุคลากร</p> | <p><b>5</b> เสริมสร้างวัฒนธรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ</p> <p><b>6</b> ดูแลให้ระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม</p> <p><b>7</b> รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล</p> <p><b>8</b> สนับสนุน การมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น</p> |
|---|---|



### ESG Issue That May Impact Investment Performance

#### 1. สิ่งแวดล้อม

- การจัดการทรัพยากร
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- อนุรักษ์ด้านสิ่งแวดล้อม
- การบรรเทาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

#### 2. สังคม

- สิทธิมนุษยชน
- สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน
- การตรวจสอบห่วงโซ่อุปทาน

#### 3. ธรรมาภิบาล

- ค่าตอบแทนผู้บริหาร
- สิทธิของผู้ถือหุ้น
- ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ
- ภาษี

### นโยบายการกำกับดูแลกิจการของ ซีพี ออลล์





### สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

#### องค์ประกอบคณะกรรมการบริษัท



กรรมการที่เป็นผู้บริหาร  
**5** คน



กรรมการอิสระ:  
**6** คน



กรรมการที่ไม่ได้มีส่วนร่วม  
ในการบริหาร  
**5** คน

เพศชาย



**15** คน

เพศหญิง



**1** คน

#### ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง



ระยะเวลาดำรงตำแหน่งเฉลี่ย  
**16.9** ปี

#### การอบรมและสื่อสารด้านธรรมาภิบาลและต่อต้านการทุจริต พนักงาน ซีพี ออลล์

##### พนักงาน ซีพี ออลล์



ได้รับการสื่อสาร  
**75,918** คน  
ร้อยละ **100**



ลงนามรับทราบ  
**75,918** คน  
ร้อยละ **100**



ได้รับการฝึกอบรม  
**75,918** คน  
ร้อยละ **100**

##### พนักงาน บริษัทย่อย



ได้รับการสื่อสาร  
**91,483** คน  
ร้อยละ **100**



ลงนามรับทราบ  
**91,483** คน  
ร้อยละ **100**



ได้รับการฝึกอบรม  
**91,483** คน  
ร้อยละ **100**

##### คู่ค้าลำดับที่ 1



ได้รับการสื่อสาร  
**1,985** ราย  
ร้อยละ **100**



ลงนามรับทราบ  
**1,985** ราย  
ร้อยละ **100**



ได้รับการฝึกอบรม  
**1,655** ราย  
ร้อยละ **83.38**

#### สร้างวัฒนธรรมการทำงานให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ



หน่วยงานที่มีความเสี่ยงด้านกฎหมาย  
และการทุจริตได้รับการประเมินความเสี่ยง  
ร้อยละ **100**



หน่วยงานที่มีความเสี่ยงมีมาตรการ  
การจัดการความเสี่ยง  
ร้อยละ **100**

#### การทุจริตคอร์รัปชัน

##### การรายงานทุจริตที่ตรวจพบ (กรณี)

2562 **388**

2563 **409**

2564 **434**

2565 **701**



รายงานทุจริตที่ตรวจพบ **701**



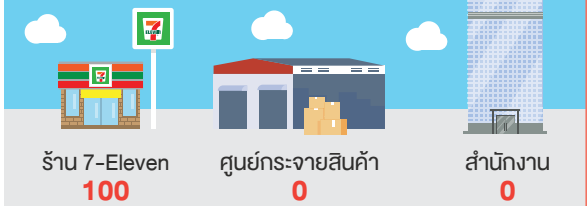
ตรวจสอบแล้วพบว่าทุจริตจริง **701**



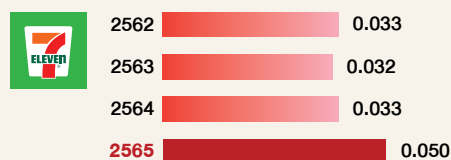
ดำเนินการแก้ไข **701**

ปี 2565

#### สัดส่วนพื้นที่ดำเนินการที่เกิดการทุจริต (ร้อยละ)



#### อัตราการเกิดการทุจริตร้าน 7-Eleven เฉลี่ยต่อร้านต่อปี (ร้อยละ)



#### ข้อร้องเรียนการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลที่ผ่านการพิสูจน์แล้วว่าผิดจริง (กรณี)






## โครงสร้างคณะกรรมการบริษัท

บริษัทกำหนดให้มีคณะกรรมการบริษัทจำนวน 16 ราย ประกอบด้วยกรรมการที่เป็นผู้บริหารจำนวน 5 ราย กรรมการที่เป็นอิสระจำนวน 6 ราย และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารจำนวน 5 ราย นอกจากนี้ บริษัทมอบอำนาจในการดำเนินงาน โดยแบ่งแยกอำนาจดำเนินงานระหว่างประธานกรรมการ (Chairman) และประธานกรรมการบริหาร (Chairman of Executive Committee : CEC) ไว้อย่างชัดเจนและไม่เป็นบุคคลเดียวกัน รวมถึงได้มีการเปิดเผยข้อมูล

ความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้านของคณะกรรมการบริษัทเพื่อแสดงถึงความเชี่ยวชาญ ทักษะ และประสบการณ์ ตลอดจนคุณสมบัติที่เหมาะสมในตำแหน่งกรรมการบริษัท สอดคล้องตามมาตรฐานการจำแนกอุตสาหกรรมระดับโลก (Global Industry Classification Standard: GICS) กลุ่มสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต (Consumer Staples) เพื่อการดำเนินงานตอบสนองต่อกลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัท ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ

 **อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่**  
 การจัดโครงสร้างการบริหารงานด้านงานกำกับดูแลโดยคณะกรรมการบริษัท  
<https://www.cpall.co.th/sustain/economic-dimension/corporate-governance>  
 เมทริกซ์ความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านของคณะกรรมการบริษัท (Board Skills Matrix)  
<https://www.cpall.co.th/sustain/economic-dimension/corporate-governance>  
 ประสบการณ์ตาม GICS Level 1 classification ของกรรมการอิสระ และกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร  
<https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/CP-ALL-Board-Industry-Experience.pdf>

## การกำกับดูแลกิจการที่ดี

### โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2565 (ต่อเนื่อง)

บริษัทเข้ารับการประเมินการเปิดเผยรายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2565 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD) โดยมีหลักเกณฑ์การประเมินใน 5 หมวด ได้แก่ 1) สิทธิของของผู้ถือหุ้น 2) การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน 3) การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย 4) การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และ 5) ความรับผิดชอบของ

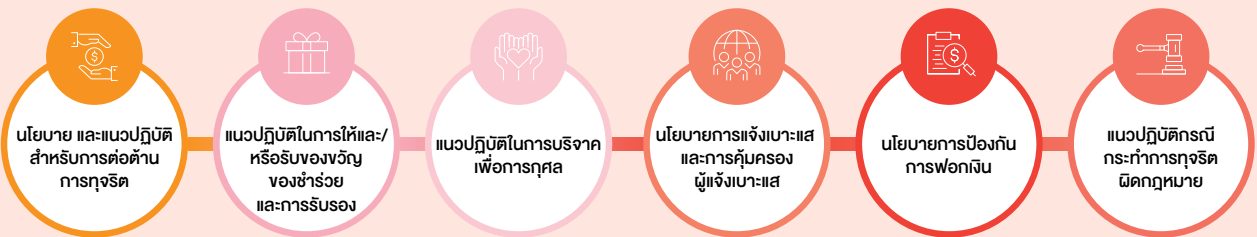


คณะกรรมการ โดยบริษัทได้รับผลการประเมินในระดับดีเลิศ (Excellence 5) หรือ 5 ดาว และมีคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยของบริษัทในกลุ่ม SET 100 Index และ SET 50 Index ในทุกหมวด นอกจากนี้ บริษัทได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในกลุ่มที่มีคะแนนสูงสุด (Top Quartile) ของบริษัทที่มีมูลค่าทางการตลาด (Market Capitalization) ขนาด 10,000 ล้านบาทขึ้นไปอีกด้วย


## จริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

เพื่อบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ปี 2565 บริษัทมีการทบทวนและจัดทำคู่มือจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน สำหรับบุคลากรทุกระดับในองค์กรตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงพนักงาน

ตลอดจนสำหรับลูกค้าและผู้รับเหมา เพื่อยึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต รวมถึงการไม่เกี่ยวข้องกับการทุจริต ตลอดจนไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน โดยบริษัทกำหนดแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการทุจริต ดังนี้



โดยในปี 2565 พนักงานของ ซีพี ออลล์ บริษัทย่อย สโตร์บิซิเนสพาร์ทเนอร์ และลูกค้าได้รับการสื่อสารนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันผ่านคู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานครบร้อยละ 100

 **สามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่**  
 คู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน สำหรับพนักงาน  
[https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/03/CPALL\\_Integrity\\_200563.pdf](https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/03/CPALL_Integrity_200563.pdf)  
 คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจและแนวทางปฏิบัติ สำหรับลูกค้า  
<https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Supplier-Code-of-Conduct-th.pdf>

## สร้างวัฒนธรรมการทำงานให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ

บริษัทจัดตั้งหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย ทำการสืบค้นประกาศกฎหมายใหม่เป็นประจำทุกวัน พร้อมทั้งติดตามร่างกฎหมายใหม่ที่ผ่านมาตมการประชุมคณะรัฐมนตรีเป็นรายสัปดาห์ และดำเนินการสื่อสารและให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายใหม่กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกเดือน ในปี 2565 จัดอบรมให้ความรู้เรื่องเครื่องหมายการค้าอาลาสา กับพนักงานที่ปฏิบัติงานในร้าน 7-Eleven ทั้งหมด 2 ระดับ ได้แก่ ระดับผู้จัดการร้านในพื้นที่ภาคเหนือและภาคใต้ รวมจำนวน 3,859 สาขา และระดับผู้ช่วยผู้จัดการร้านในพื้นที่

ภาคกลางและภาคใต้ รวมจำนวน 1,683 สาขา นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ในการสร้างกลไกการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ผ่านการให้คำปรึกษาและความเห็นทางกฎหมายกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การประเมินขั้นตอนที่มีความเสี่ยง การจัดทำรายการตรวจสอบตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับให้กับหน่วยงานที่มีความเสี่ยงสูง ในปี 2565 ไม่พบกรณีการละเมิดกฎหมาย ปัจจุบันบริษัทอยู่ระหว่างการพัฒนาระบบ IT สำหรับใช้ ในการคัดกรองกฎหมาย (Compliance Universe) ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

## การสื่อสารให้ความรู้และสร้างกิจกรรมรณรงค์ สร้างความตระหนัก

บริษัทได้ดำเนินการสื่อสารและสร้างความตระหนักในเรื่องการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลอย่างต่อเนื่อง ให้แก่ผู้บริหารและพนักงานทั้งสายสำนักงานและสายปฏิบัติการ รวมถึงบริษัทในกลุ่ม ซีพี ออลล์ เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจตามค่านิยมบริษัท “ซื่อสัตย์ โปร่งใส ยุติธรรม คำนึงถึงชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม” โดยสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เชิงรุกแก่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ อาทิ

- การทบทวนความรู้และสอบประเมินผลการเรียนรู้ CG Quiz ให้กับพนักงานทุกระดับ
- ไปสโตร์ในสำนักงานและร้าน 7-Eleven
- วิดีโอสื่อสารและอบรม “พร้อมเป็นที่พึ่ง เคียงข้างสังคมและชุมชน”
- เพลงเฟชบุ๊ก “คน ซีพี ออลล์”
- ข้อมูลประชาสัมพันธ์ทางอีเมล และแอปพลิเคชัน LINE
- โครงการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ด้านธรรมาภิบาล Mister & Miss Good Governance เพื่อเป็นตัวแทนขับเคลื่อนด้านธรรมาภิบาลขององค์กร โดยมีตัวแทน Mister & Miss Good Governance จากแต่ละหน่วยงานเข้าร่วม จำนวน 142 ราย ในปีนี้ศูนย์ HR Shared Services ร่วมจัดงานประชุมตัวแทน Mister & Miss Good Governance รุ่นที่ 2 ในหัวข้อ “CP ALL CG TALK 2022 ปลูกพลังผู้นำรุ่นใหม่ หัวใจธรรมาภิบาล” และหัวข้อ “นโยบายการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ” เพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการมีธรรมาภิบาลเริ่มตั้งแต่ภายในองค์กร และสร้างแรงบันดาลใจสู่ผู้นำรุ่นใหม่ เพื่อร่วมกันสร้างความเปลี่ยนแปลง ให้เกิดการมีธรรมาภิบาลในสังคมสีขาวที่ปลอดภัย การทุจริต



โดยในปี 2565 มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานจำนวน 118,190 รายทั่วประเทศ นอกจากนี้ บริษัทได้มีการประเมินการรับรู้และความเข้าใจด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันของพนักงานทุกระดับของกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ พบว่าร้อยละ 100 ของพนักงานรับรู้และเข้าใจ

นอกจากนี้ บริษัทร่วมสนับสนุนสมาคมผู้สื่อข่าวต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) จัดพิธีมอบรางวัล ANTI-CORRUPTION AWARDS 2022 ยกย่องเชิดชูบุคคลตัวอย่าง หน่วยงาน และองค์กรที่ยึดมั่นดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล มีจริยธรรมในการทำงาน และมีความซื่อสัตย์สุจริต รวมถึงสนับสนุนสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสาร ผลักดันการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในเชิงสร้างสรรค์



## การบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน และการบริหารจัดการกรณีทุจริต




บริษัทกำหนดนโยบายการแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส (Whistleblowing Policy) พร้อมกำหนดช่องทางแจ้งข้อมูลหรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตหรือพฤติกรรมที่ผิดจริยธรรมภายในองค์กร ผ่านช่องทางการรับข้อร้องเรียนที่หลากหลาย ดังนี้

<b>ช่องทาง การแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียน</b>  	 <b>หมายเลขโทรศัพท์</b> 02 826 7744	ผู้รับเรื่อง Call Service
	 <b>หมายเลขโทรศัพท์</b> 02 071 2770 / 02 071 8623	ผู้รับเรื่อง สำนักตรวจสอบ
	 <b>ไปรษณีย์เจ้าหน้าที่ของถึง</b> สำนักตรวจสอบ (แจ้งเบาะแสารทุจริต) บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เลขที่ 119 ชั้น 16 อาคารธาราสารท ซอยสาทร 5 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120	ผู้รับเรื่อง สำนักตรวจสอบ
	 <b>จดหมายอิเล็กทรอนิกส์</b> AuditCommittee@cpall.co.th CGcommittee@cpall.co.th BOD@cpall.co.th	ผู้รับเรื่อง : 1. คณะกรรมการตรวจสอบ 2. คณะกรรมการบรรษัทภิบาล 3. คณะกรรมการบริษัท
	 <b>สื่อออนไลน์บริษัท</b> www.cpall.co.th/whistleblowing www.facebook.com/CPALL7 (Inbox)	ผู้รับเรื่อง สำนักตรวจสอบ สำนักบริหารการสื่อสารองค์กร

โดยกระบวนการจัดการเกี่ยวกับข้อมูลหรือข้อร้องเรียนถูกกำหนดให้เฉพาะผู้ที่จะต้องสอบสวนประเด็นที่ร้องเรียนเท่านั้นที่จะเข้าถึงข้อมูลได้ เมื่อบริษัทได้รับแจ้งเหตุทุจริต หรือเบาะแสารทุจริต ผ่านช่องทางต่าง ๆ สำนักตรวจสอบและหน่วยงานทรัพยากรบุคคลจะดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงเบื้องต้นด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม หากมีข้อมูลจะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อสอบสวนหาข้อเท็จจริงหากตรวจสอบพบว่ามีการกระทำผิดจริงจะพิจารณาลงโทษผู้กระทำผิดตามมาตรฐานของบริษัทที่กำหนดไว้ และรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัท โดยมีมาตรฐานบรรเทาความเสียหายที่เหมาะสม



และเป็นธรรมแก่บุคคลที่ได้รับความเสียหายจากการแจ้งข้อมูล นอกจากนี้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเหตุซ้ำ บริษัทดำเนินการทบทวนมาตรฐานการหรือออกมาตรการเพิ่มเติมบูรณาการในกระบวนการทำงานและสื่อสารให้ผู้เกี่ยวข้องทราบเพื่อนำไปปฏิบัติ เพื่อป้องกันการเกิดเหตุซ้ำต่อไป ในปี 2565 บริษัทได้รับรายงานการทุจริตที่ตรวจสอบพบว่าผิดจริง จำนวน 701 กรณี และมีจำนวน 695 กรณี ที่ส่งผลกระทบต่อบริษัท คิดเป็นมูลค่าความเสียหายทั้งสิ้น 31 ล้านบาท โดยข้อร้องเรียนทั้งหมดได้รับการพิจารณาแล้วเสร็จทั้งหมดโดยไม่มีเรื่องค้าง

### การรายงานทุจริตที่ตรวจพบ จำนวนตามประเภทและการดำเนินการตามมาตรฐาน ปี 2565

ประเภทการทุจริต (กรณี)	2562	2563	2564	ปี 2565				
				จำนวนเรื่อง (กรณี)	จำนวนการดำเนินการตามมาตรฐาน			
					ตักเตือนด้วยวาจา	ตักเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร	พักงาน	เลิกจ้าง
 ความขัดแย้งทางผลประโยชน์	1	0	0	0	0	0	0	0
 การทุจริตในรายงาน (การปลอมแปลงเอกสาร การทำข้อมูลเท็จ)	4	5	7	120	0	6	0	114
 การฉ้อโกง	383	404	427	581	0	0	0	581

## ตัวอย่างการดำเนินการแก้ไข รวมถึงมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำ

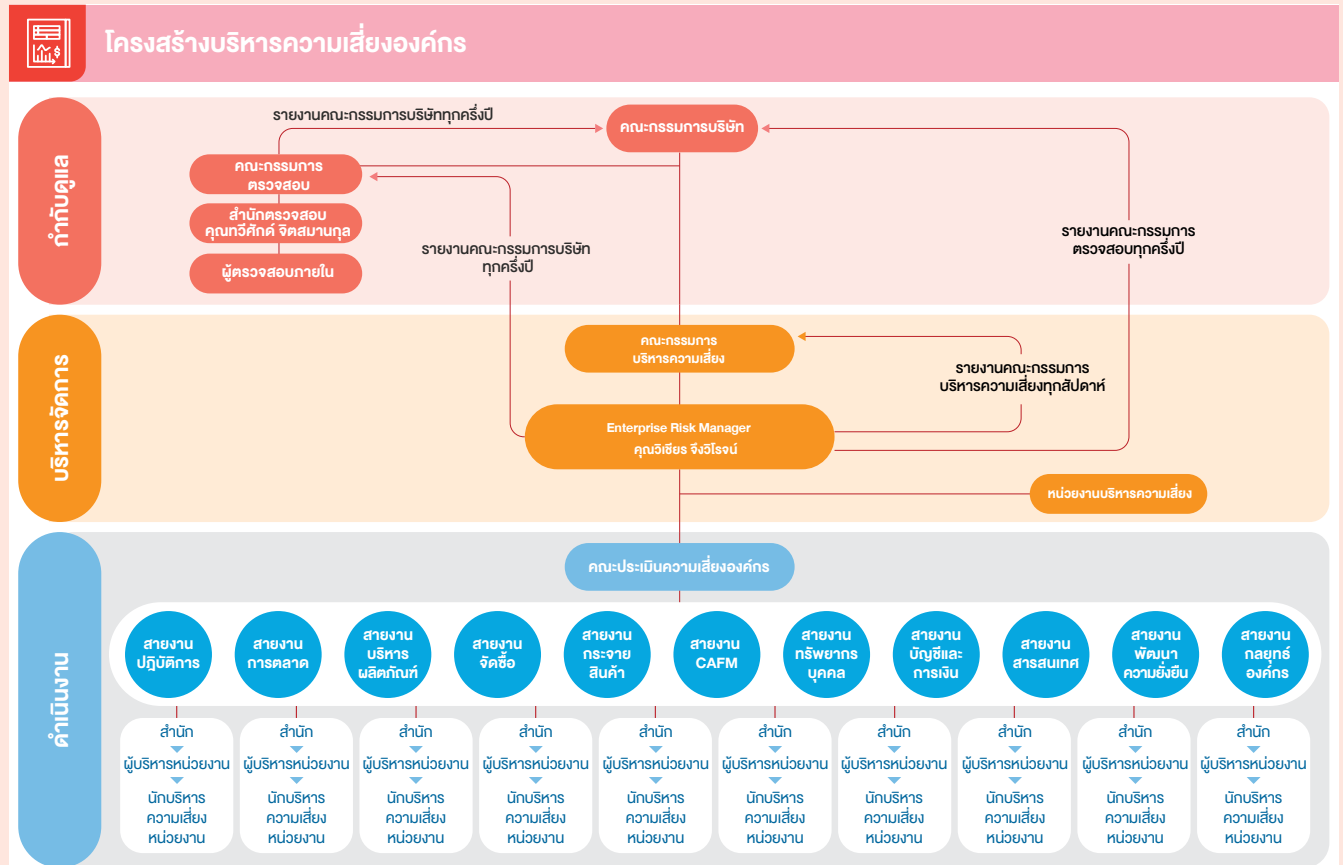
กรณีทุจริต ประเภทการยกยอกทรัพย์ พื้นที่สาขางานปฏิบัติการร้าน 7-Eleven

กำกับดูแลให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดอย่างถูกต้อง	สื่อสาร และสร้างความตระหนักให้กับพนักงานร้าน 7-Eleven	กลไกการติดตาม ตรวจสอบ
<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดเป้าหมายลดการทุจริตของสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven</li> <li>แต่งตั้งคณะทำงานป้องกันการทุจริตสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven</li> <li>ทบทวนระเบียบและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการขายสินค้าของร้านสาขา</li> <li>ปรับปรุงมาตรฐานการทำงานของร้าน 7-Eleven เช่น การทำธุรกรรมทางการเงินของพนักงาน</li> <li>ปรับปรุงมาตรฐานการตรวจสอบระบบร้านคุณภาพ เช่น การตรวจสอบเงินสดของ Field Consultant การเข้าเครื่องคิดเงิน การทำธุรกรรมการเงินส่วนตัวของพนักงาน การตรวจสอบและตรวจนับเงินสดกันที่เมื่อถึงร้าน เป็นต้น</li> <li>ติดตามผลการทุจริตในที่ประชุมผู้บริหารระดับสูงเป็นประจำทุกเดือน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>สื่อสารเกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ผ่านการประชุมของสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven แต่ละพื้นที่ทุกไตรมาส รวมถึงผ่านสื่อโปสเตอร์ “น้องจีจี้บอก”</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>สื่อสาร เน้นย้ำให้พนักงานทุกระดับปฏิบัติตามนโยบายฯ และแนวปฏิบัติอย่างเคร่งครัด</li> <li>จัดอบรม ให้ความรู้ตัวแทนสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven ผ่านโครงการ Mister &amp; Miss Good Governance</li> <li>เน้นย้ำให้ผู้จัดการร้านต้องบันทึกข้อมูลพนักงานเข้าระบบให้เป็นปัจจุบัน</li> <li>ประชุมสร้างภูมิคุ้มกันกับกักตักชีวิตเพื่อปลูกฝังทัศนคติในการใช้ชีวิตและการทำงานของพนักงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้บังคับบัญชาติดตาม/สอบทานการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>พัฒนาระบบแจ้งเตือนการทำธุรกรรมผ่านแบงก์กึ่งเอเจนต์ (Alert Banking Agent) เพื่อคัดแยกประเภทการทำธุรกรรม บันทึกข้อมูลรายการที่ผิดปกติ และรายการต้องสงสัยที่รับชำระผ่านช่องทางเคาน์เตอร์เซอร์วิส ซึ่งสามารถตรวจพบสิ่งผิดปกติและป้องกันการสูญเสียได้รวดเร็วขึ้น</li> <li>มีระบบตรวจสอบและ Lock โฉนดให้พนักงานทำรายการ Banking Agent ในสาขาที่ตนเองปฏิบัติงาน</li> <li>พัฒนาระบบแจ้งเตือน (Alert) การขายทุกช่องทาง (Offline/Delivery/All Online) ผ่านเว็บไซต์ “Buddy” เพื่อตรวจติดตามและปิดงานการขายของร้านสาขาที่มีรายการผิดปกติ</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>ติดตามการปฏิบัติงานผ่านกล้อง CCTV ในรูปแบบออนไลน์</li> <li>การตรวจสอบระบบร้านคุณภาพโดยหน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ</li> <li>เพิ่มมาตรการดำเนินการเมื่อพบว่ามีการขายไม่เป็นไปตามกฎระเบียบฯ</li> <li>ตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้องของสินค้าร้านสาขา โดยทีมบัญชีตรวจนับสินค้าร้านสาขา (Audit)</li> <li>พัฒนาระบบให้มีการควบคุมและตรวจติดตามการส่งสินค้าเพื่อป้องกันไม่ให้นำสินค้ามาขายผิดระเบียบ</li> </ul>

## การบริหารจัดการความเสี่ยง

การบริหารจัดการความเสี่ยงถือเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยระบุความเสี่ยงและปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อองค์กร โดยการบริหารและการกำหนดมาตรการลดความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมาย พร้อมทั้งสร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งนี้ บริษัทตระหนักถึงความเสียหายหลากหลายรูปแบบซึ่งส่งผลกระทบต่อองค์กรเป็นวงกว้าง พร้อมทั้งกำหนดให้มีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงขององค์กร โดยมีหน่วยงานบริหารความเสี่ยงและหน่วยงานกำกับดูแล ทำหน้าที่

ร่วมเป็นคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดีและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร นอกจากนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงยังทำหน้าที่รายงานผลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยง และนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทปีละ 2 ครั้ง เพื่อสอบทานผลการดำเนินงานของกระบวนการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดผลกระทบจากความเสียหายที่ครอบคลุมยิ่งขึ้น



ทั้งนี้ เพื่อบรรลุเป้าหมายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทกำหนดแนวทางและกรอบในการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต รวมถึงจัดทำแผนควบคุมความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานและเป้าหมายขององค์กรอย่างเหมาะสม



บริษัทกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี พร้อมทั้งระบุกลุ่มความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- 1 กลุ่มความเสี่ยงทั่วไปที่สามารถเกิดขึ้นได้ในการดำเนินงาน
- 2 กลุ่มความเสี่ยงด้านความยั่งยืน หรือความเสี่ยงที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเงิน
- 3 กลุ่มความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks)

เพื่อเป็นการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการบริหารความเสี่ยง และสามารถรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างทันถ่วงที พร้อมทั้งสนับสนุนการขับเคลื่อนกลยุทธ์องค์กร บริษัทจึงจัดอบรมให้ความรู้เรื่องมาตรการลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ โดยมีผู้ประสานงานด้านความเสี่ยง (Risk Champion) ทำหน้าที่ให้ความรู้ทุกไตรมาส รวมถึงกำหนดกลไกการควบคุมและการตรวจติดตามความเสี่ยง ดังนี้



### กลไกการควบคุมภายในและตรวจติดตามความเสี่ยง

#### สิทธิของผู้ถือหุ้น

- ดำเนินการโดย Risk Champion
- ความเสี่ยงที่มีการประเมิน ได้แก่
  - 1) การปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
  - 2) การปฏิบัติตามมาตรฐานกระบวนการ กฎหมาย กฎระเบียบบริษัท สำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19
  - 3) การร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้เสีย

#### คัดเลือกกระบวนการที่มีความเสี่ยงสูง

- ปี 2565 มีกระบวนการที่มีความเสี่ยงสูง จำนวน 61 กระบวนการ จากการประเมินทั้งหมด จำนวน 231 กระบวนการครอบคลุมกระบวนการของสายงานการตลาด สายงานการบริหารผลิตภัณฑ์ สายงานจัดซื้อ และสายงานกระจายสินค้า

#### กำหนดมาตรการควบคุมความเสี่ยง

- ปี 2565 กระบวนการที่มีความเสี่ยงสูง มีการกำหนดมาตรการควบคุมทั้งหมด 25 มาตรการ
- มีการสื่อสารมาตรการควบคุมความเสี่ยงให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบร่วมกับ Risk Champion

#### ผู้ตรวจสอบประเมินมาตรการควบคุมโดยผู้ตรวจสอบ

ผู้ตรวจสอบประกอบด้วยหน่วยงานบริหารความเสี่ยง หน่วยงาน Corporate Process Simplification และหน่วยงานตรวจสอบ


#### ทบทวน Internal Process Risk & Control ทุกไตรมาส

ทบทวนโดยผู้ประสานงานด้านความเสี่ยง (Risk Champion) ร่วมกับหน่วยงานเจ้าของกระบวนการ (Process Owner)

### ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks)

บริษัทมุ่งเน้นยกระดับมาตรการและแนวทางในการจัดการ เพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงอย่างทันถ่วงที โดยยกทวนประเด็นและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี เพื่อวิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

ในปี 2565 บริษัทรวบรวมประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ จำนวน 3 ประเด็น พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลกระทบจากความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และกำหนดมาตรการและแนวทางจัดการเบื้องต้น ดังนี้



### 1. ความเสี่ยงจากการบังคับใช้กฎหมายที่ส่งเสริมการลดขยะบรรจุภัณฑ์จากภาครัฐ

ซีพี ออลล์ ดำเนินธุรกิจหลักค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ ธุรกิจค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการ และธุรกิจผลิตอาหาร โดยมีพื้นที่ดำเนินการหลักอยู่ในประเทศไทย ซึ่งถูกกำหนดให้ขยายขอบเขตการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งภายใต้แนวทางการจัดการขยะพลาสติกของประเทศไทย (Thai Plastic Roadmap 2018-2030) ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบและโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในการนำขยะกลับมาใช้ใหม่และหมุนเวียน หนึ่งในเครื่องมือที่ถูกนำมาศึกษาเพื่อประกอบการกำหนดนโยบาย คือ หลักการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต (Extended Producer Responsibility : EPR) หรือหลักการ “ความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้นของผู้ผลิต” ที่ผู้ผลิตจะต้องมีความรับผิดชอบต่อวงจร

ตั้งแต่การออกแบบ กระจายสินค้า การรับคืน การเก็บรวบรวม การใช้ซ้ำ การนำกลับมาใช้ใหม่ และการบำบัดขยะบรรจุภัณฑ์หลังกระบวนการบริโภค กล่าวคือความรับผิดชอบในการจัดการซากผลิตภัณฑ์ (ขยะ) ของตัวเอง โดยหลักการนี้ถูกใช้กันอย่างแพร่หลายในยุโรป อเมริกาเหนือ แอฟริกาใต้ รวมถึงบางประเทศในเอเชีย และมีแนวโน้มที่จะถูกบังคับใช้เป็นกฎหมายในประเทศไทยภายใน 3-5 ปีข้างหน้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจของซีพี ออลล์ ที่ต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในเรื่องการจัดการเตรียมระบบ รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมตลอดห่วงโซ่อุปทานที่ต้องสร้างความร่วมมือร่วมกับคู่ค้าอย่างเข้มแข็งยิ่งขึ้น



**ผลกระทบต่อธุรกิจ**

ซีพี ออลล์ มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้าน 7-Eleven เฉลี่ยวันละ 12 ล้านราย มีรายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการในปี 2565 จำนวน 829,099 ล้านบาท ในแต่ละปีบริษัทมีปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเฉลี่ย 47,772.39 ตันต่อปี การผลิตสินค้ามีการดำเนินงานตามกฎหมายหลักการขยายความรับผิดชอบ (Extended Producer Responsibility : EPR) ส่งผลกระทบต่อ ซีพี ออลล์ ในการปรับเปลี่ยนนโยบาย กลยุทธ์ และกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนไปจากเดิมที่เป็นการออกแบบชิ้นส่วนต่างๆ เพื่อประกอบรวมกันเป็นชิ้นได้ง่าย (Design for Assembly) เริ่มหันมาเป็นการเลือกใช้ หรือออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาแยกชิ้นส่วนได้ง่าย (Design for Disassembly) เพื่อที่จะได้แยกวัสดุที่ต่างกันให้นำมารีไซเคิลหรือการลงทุนในกระบวนการใช้ซ้ำ การรีไซเคิลขยะบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงมุมมองต่อระบบนิเวศ



**มาตรการและแนวทางการจัดการ**

ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นลดปริมาณขยะพลาสติกจากบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเข้ากระบวนการฝังกลบให้น้อยที่สุด พร้อมแสดงจุดยืนการเป็นผู้นำทำให้การจัดการบรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ของ ซีพี ออลล์ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ด้วยมาตรการและแนวทางการจัดการ ดังนี้

- ประกาศนโยบาย และกำหนดเป้าหมายร้อยละ 100 ของบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ในกระบวนการของบริษัท ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในประเทศไทย ภายในปี 2568 สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในต่างประเทศ ภายในปี 2573 รวมถึงกำหนดเป้าหมายลดปริมาณขยะบรรจุภัณฑ์ที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบเป็นศูนย์ ภายในปี 2573
- จัดตั้งคณะทำงานจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนเพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของหลักการดังกล่าวที่อาจกลายเป็นข้อกำหนดในอนาคตอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งกำหนดกลยุทธ์ และจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมของ ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย รวมถึงตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ พร้อมทั้งขับเคลื่อนโครงการให้บรรลุเป้าหมายและรายงานความคืบหน้าต่อคณะอนุกรรมการความยั่งยืนองค์กรอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

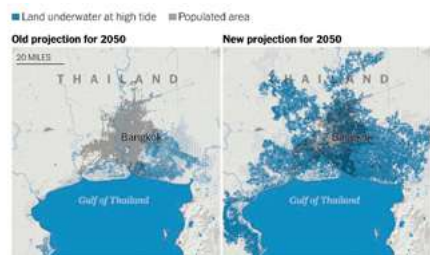
ของการผลิตและการบริโภคในรูปแบบใหม่ กล่าวคือเปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจแบบเส้นตรง (Linear Economy) ที่ผลิตกันที่ทุกผลิตจากผู้ผลิตส่งต่อไปให้ผู้บริโภค ก่อนที่จะถูกทิ้งไปยังเทศบาล มาเป็นระบบเศรษฐกิจแบบหมุนเวียน (Circular Economy) ที่ให้วัสดุและพลังงานถูกหมุนเวียนย้อนกลับมาสู่ผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่ายอีกครั้ง ซึ่งต้องอาศัยระบบการกระจายสินค้าและนวัตกรรมใหม่ ๆ ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการของ ซีพี ออลล์ จากการสร้างระบบหรือการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้น (คิดเป็นค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูงขึ้น เฉลี่ยกว่า 215 ล้านบาท ใน 3-5 ปีข้างหน้า) รวมถึงค่าใช้จ่ายจากการจ่ายค่าธรรมเนียมการจัดการขยะให้กับองค์กรกลาง นอกจากนี้ยังสามารถส่งผลกระทบต่อบริษัทในด้านชื่อเสียงได้ หากไม่มีการเตรียมความพร้อมรับมือตลอดห่วงโซ่อุปทานที่ดี

- ดำเนินการระบบการนำกลับ (Take-back System) ของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้ว เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycling) หรือนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) ตามความเหมาะสม รวมถึงการพัฒนากระบวนการรีไซเคิลขยะบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ร่วมมือกับหน่วยงานของภาครัฐ องค์กรไม่แสวงผลกำไร (NGOs) สถาบันการศึกษา ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ เพื่อลดการใช้พลาสติกโดยรวม การเพิ่มอัตราการใช้ซ้ำ การนำมาใช้ใหม่ของวัสดุพลาสติก สำหรับบรรจุภัณฑ์ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) ตามความจำเป็น
- สื่อสารและสร้างความตระหนักรู้ และกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนให้แก่พนักงาน คู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ ผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้ และส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร

**2. ความเสี่ยงของระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้นและภัยแล้งของน้ำจืดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ**

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลให้ระดับน้ำทะเลเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สาเหตุจากอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกที่สูงขึ้นทำให้อุณหภูมิเฉลี่ยของน้ำในมหาสมุทรเพิ่มขึ้น จนทำให้น้ำแข็งในขั้วโลกละลายอย่างรวดเร็ว อีกทั้งทำให้น้ำในมหาสมุทรที่ทำหน้าที่ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกกักเก็บความร้อนเพิ่มขึ้น จนทำให้ปริมาณของน้ำขยายตัวส่งผลให้ระดับน้ำทะเลสูงขึ้น ส่งผลให้พื้นที่ลุ่มน้ำและพื้นที่ต่ำเสี่ยงต่อภาวะน้ำท่วม และส่งผลต่อแหล่งน้ำจืดในธรรมชาติ (เช่น น้ำใต้ดิน น้ำผิวดิน เป็นต้น) ซึ่งจะถูกน้ำเค็มเข้ามาแทนที่มากขึ้น ทำให้คุณภาพของน้ำจืดที่ใช้อุปโภคบริโภค และเพื่อการดำเนินธุรกิจต่ำลง โดยการแทนที่ของน้ำเค็มจากน้ำทะเลหนุนสูงกับทั้งปริมาณการปล่อยน้ำจืดที่น้อยลงอันเป็นผลมาจากภัยแล้ง จะส่งผลให้การแทนที่ของน้ำเค็มในแหล่งน้ำจืดธรรมชาติทวีความรุนแรงมากขึ้น สร้างผลกระทบต่อ

โดยตรงต่อสิ่งมีชีวิตทุกชนิดในระบบนิเวศ การเติบโตทางเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนส่งผลกระทบต่อโอกาสในการขายสินค้ากลุ่มที่ต้องใช้คุณภาพน้ำที่ดี ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการจัดหาแหล่งน้ำและค่าความเสียหาย ค่าซ่อมบำรุงที่เกิดขึ้นต่อเครื่องมือภายในร้าน





### ผลกระทบต่อธุรกิจ

จากการคาดการณ์ระดับน้ำทะเลในอนาคตของประเทศไทย โดยคำนวณความเป็นไปได้จากภาพถ่ายดาวเทียม แสดงให้เห็นว่าภายใน 3-5 ปีข้างหน้า พื้นที่กรุงเทพมหานครมากกว่าร้อยละ 96 ซึ่งครอบคลุมพื้นที่กว่า 1,512 ตารางกิโลเมตร จะถูกน้ำท่วมหากเกิดอุทกภัย ส่งผลให้เกิดความเสียหายทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในพื้นที่ลุ่มน้ำครอบคลุมพื้นที่ 9 จังหวัด อาทิ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ นครบุรี ปทุมธานี สระบุรี นครปฐม สมุทรสาคร ฉะเชิงเทรา และปราจีนบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อธุรกิจ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของร้าน 7-Eleven สูง รวมกว่า 6,336 สาขา มีโอกาสเกิดการหยุดชะงักในการดำเนินธุรกิจ มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการซ่อมบำรุงร้านหลังจากน้ำท่วม ค่าใช้จ่ายในการจัดหาอุปกรณ์หรือเครื่องมือในการรักษาคุณภาพของน้ำประปาที่ใช้การประกอบธุรกิจพร้อมกันนี้ ยังส่งผลต่อคุณภาพของสินค้า และผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องเตรียมหรือให้บริการภายในร้านสาขาที่ต้องหยุดจำหน่ายในช่วงผลกระทบจากระดับน้ำทะเลที่หนุนสูงขึ้น ทำให้แหล่งน้ำจัดซึ่งใช้เป็นประจำถูกแทนที่ด้วยน้ำเค็ม ส่งผลกระทบโดยตรงต่อ ซีพี ออลล์ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้



### มาตรการและแนวทางการจัดการ

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศถือเป็นหนึ่งในปัจจัยความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ บริษัทกำหนดให้มีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อกำหนดนโยบายและกำกับดูแลแผนการบริหารความเสี่ยงอย่างครอบคลุม รวมทั้ง กำหนดให้มีการทบทวนแนวทางการบริหารความเสี่ยงอย่างรอบด้านปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้ง บริษัทกำหนดให้มีการจัดทำแผนรองรับความเสี่ยงจากสถานการณ์น้ำท่วม (Flood Scenario & Preparation) สำหรับร้าน 7-Eleven โดยศึกษาความสอดคล้องกับสถิติข้อมูลการเกิดภัยทางธรรมชาติร่วมกับข้อมูลการประเมินความเสี่ยงของหน่วยงานภาครัฐ อาทิ ระบบฐานข้อมูลความเสี่ยงซึ่งพื้นที่จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อใช้ประกอบการประเมินความเสี่ยงของร้านสาขาในแต่ละพื้นที่ จัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ และแผนการฟื้นฟู

- การสูญเสียโอกาสในการขายสินค้ากลุ่มที่ต้องใช้คุณภาพน้ำที่ดื่มได้แก่ เครื่องดื่มชงสด All Café เครื่องดื่มแบบกด 7-Select และเครื่องดื่มปั่นเป็นเกล็ดสเลอปี (Slurpee)
- การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการจัดหาวัสดุอะไหล่เพื่อใช้ในการอุปโภค ซึ่งสามารถคิดเป็นมูลค่าอยู่ในช่วง 1,000-1,500 ล้านบาท ในกรณีที่ไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการได้เป็นเวลา 7 วัน
- มูลค่าความเสียหายหลังการเคลมประกันภัย คิดเป็นมูลค่ากว่า 2,644 ล้านบาท โดยประเมินจากสถิติค่าความรับผิดชอบส่วนแรก (Deductible) จากการเคลมประกันภัยและมูลค่าเบี้ยประกันภัย

หลังเกิดสถานการณ์ ตลอดจนกำหนดให้มีการรายงานผลกระทบเรื่องระดับน้ำทะเลสูงขึ้น ที่ส่งผลให้เกิดน้ำท่วมและน้ำทะเลหนุนจนเกิดการแทนที่ของน้ำเค็ม ต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อร่วมหารือกำหนดทิศทางและหามาตรการบรรเทาวิกฤตที่เกิดขึ้น อาทิ

- การเปลี่ยนเครื่องกรองน้ำคุณภาพสูงที่สามารถกรองความเค็มได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ทบทวนและปรับปรุงเงื่อนไขการเลือกที่ตั้งร้านสาขา โดยพิจารณาผลกระทบระดับน้ำทะเลเพิ่มขึ้น
- กำหนดให้มีโครงการร้านสูบน้ำ เพื่อเตรียมความพร้อมร้านสาขารับมือกับสถานการณ์น้ำท่วม ที่เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบร้านสาขาให้มีความสามารถในการเคลื่อนย้ายเพื่อสามารถดำเนินการในพื้นที่อื่นได้ระหว่างเกิดเหตุ รวมถึงกำหนดแผนฟื้นฟูร้านสาขาหลังสถานการณ์น้ำท่วม



### 3. ความเสี่ยงในการรักษาคุณภาพของคู่ค้าอาหารสดในห่วงโซ่อุปทานของบริษัท หลังการเชื่อมต่อระบบขนส่งทางรางระดับภูมิภาค

ภายใต้การขยายระบบการขนส่งสินค้าและการโดยสารไปยังภูมิภาคต่าง ๆ หรือเป็นที่รู้จักในโครงการ “Belt and Road Initiative, BRI” ปี 2564 ที่ผ่านมาได้เปิดรถไฟสายสาทรณรัฐประชาชนจีน และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (The China-Laos Railway) ช่วงโตนเล-นครเวียงจันทน์ 32 สถานี ประกอบด้วยสถานีขนส่งสินค้า 22 สถานี และสถานีโดยสาร 10 สถานี จะช่วยขยายขอบเขตทางการค้าและการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคได้มากยิ่งขึ้น ด้วยปัจจัยด้านเวลาที่ใช้ในการขนส่งที่ลดลงอย่างมาก โดยใช้ระยะเวลาในการเดินทางเพียง

7-9 ชั่วโมง และการขนส่งสินค้าเพียง 10-12 ชั่วโมง ส่งผลให้สินค้าจะถูกส่งเข้าสู่ไทยภายใน 48 ชั่วโมง ซึ่งถือว่าเร็วกว่าวิธีการขนส่งสินค้าแบบดั้งเดิมเป็นอย่างมาก (เดิมการขนส่งทางรถไฟใช้เวลา 4-6 วัน ทางเรือ 12-17 วัน และทางเครื่องบิน 1-2 วัน) จากสถานการณ์นี้ส่งผลให้กลุ่มสินค้าอาหารสด (Fresh Product) จะสามารถกระจายเข้าสู่ตลาดประเทศไทยได้มากขึ้น และขนส่งได้รวดเร็ว เมื่อการเชื่อมต่อกับระบบการขนส่งทางรางภายในประเทศเสร็จสิ้นในปี 2571



**ผลกระทบต่อธุรกิจ**

การรักษาคุณภาพของคู่ค้าอาหารสดในห่วงโซ่อุปทานของบริษัท หลังการเชื่อมต่อระบบขนส่งทางรางระดับภูมิภาค ถือเป็นประเด็นที่สร้างทั้งโอกาสและความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจในเวลาเดียวกัน ซึ่งในแง่ของความท้าทายสามารถระบุได้ 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. ความท้าทายในการควบคุมคุณภาพสินค้าอาหารสดให้เป็นไปตามระดับสากลตลอดการขนส่งสินค้ารวมทั้งการเปลี่ยนถ่ายสินค้า (Transshipment) เนื่องจากความแตกต่างของมาตรฐานในการผลิตสินค้าของแต่ละประเทศและมาตรฐานการตรวจวัดสิ่งปนเปื้อนเป็นหนึ่งในความเสี่ยงระดับต้นที่จะเชื่อมโยงระบบการขนส่งทั่วภูมิภาค ไม่ว่าจะเป็นการนำเข้าสินค้า หรือการส่งออกสินค้า ผลกระทบมีความเสี่ยงในการสูญเสียชื่อเสียง และรวมไปถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการรับคืนสินค้าที่ไม่สอดคล้องกับมาตรฐานท้องถิ่น

2. ความสามารถในการแข่งขันของคู่ค้าภายในประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเกษตรกรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับผู้ผลิตระดับภูมิภาค เป็นประเด็นความเสี่ยงที่เห็นได้ชัดเจน เนื่องจากความแตกต่างของขนาดการผลิต การกระจายกำลัง การผลิตส่วนเกิน ส่งผลไปยังต้นทุนการผลิต คู่ค้าขนาดเล็กที่ไม่สามารถปรับตัวหรือแข่งขันในเวทีระดับภูมิภาคได้จะล้มหายออกจากตลาด ส่งผลให้ความเข้มแข็งและความหลากหลายของห่วงโซ่อุปทานลดลง ซึ่งการประเมินผลกระทบต่อกลุ่มสินค้าอาหารสดของกลุ่มค้าปลีกจำนวนกว่า 234 SKUs มูลค่ามากกว่า 850 ล้านบาทต่อปี หรือสามารถส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานประมาณ 14,285 ล้านบาท



**มาตรการและแนวทางการจัดการ**

บริษัทเร่งดำเนินการส่งเสริมความแข็งแกร่งของคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานผ่านมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้คู่ค้ากลุ่มเอสเอ็มอี (SMEs) สามารถปรับตัวเตรียมความพร้อมในการคว้าโอกาสในการขายและแข่งขันในระดับภูมิภาคผ่านแนวทางการส่งเสริม ดังนี้

- ส่งเสริมให้ผู้ผลิตพัฒนาเพิ่มคุณค่าของสินค้าและการสร้างเอกลักษณ์ความแตกต่าง หรือความสามารถในการนำเสนอคุณค่าของสินค้า เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับสินค้าในเวทีภูมิภาค
- รับซื้อสินค้าโดยตรงจากเกษตรกร รวมถึงพัฒนาการผลิต โดยแป็คโคร และโลติส บริษัทในกลุ่ม ซีพี ออลล์

- ส่งเสริมการรับรองคุณภาพให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ตั้งแต่แปลงปลูก จนถึงการค้าปลีกและบรรจุ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการต้นทุนในการผลิต และสร้างการยอมรับในด้านการประกันคุณภาพของสินค้า
- ส่งเสริมการทำตลาดและช่องทางการขายพร้อมทั้งรับซื้อสินค้า และการส่งมอบช่องทางการขายสินค้าให้กับผู้ผลิตกลุ่มเอสเอ็มอี (SMEs) เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนและสามารถมีทุนในการพัฒนาต่อยอด



**โครงการค้นหาภัยมืด (ต่อเนื่อง)**

บริษัทดำเนินโครงการค้นหาภัยมืด (Black Swan) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความตระหนักด้านความเสี่ยงให้แก่บุคลากรในองค์กร และสนับสนุนให้ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการค้นหาค่าความเสี่ยงซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินงานและเป้าหมายขององค์กร ผ่านกิจกรรมการส่งเสริมประเด็นความเสี่ยงเข้าประกวดผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยประเด็นความเสี่ยงที่แบ่งเป็น 6 หมวดหมู่ ดังนี้

<p><b>1</b></p> <p>การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง</p>	<p><b>2</b></p> <p>กระบวนการทำงาน</p>	<p><b>3</b></p> <p>สินค้าและบริการ</p>	<p><b>4</b></p> <p>การว่าจ้างหน่วยงานภายนอก</p>	<p><b>5</b></p> <p>ความยั่งยืนองค์กร</p>	<p><b>6</b></p> <p>กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริษัทในกลุ่ม</p>
--	---------------------------------------	--	---	--	---

โดยประเด็นความเสี่ยงที่ได้รับรางวัลจะถูกนำมาพิจารณาในการออกมาตรการรองรับและจัดการให้เหมาะสม เพื่อพัฒนาไปสู่การปฏิบัติจริงอย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2565 มีประเด็นที่พนักงานส่งเข้าประกวดทั้งสิ้นกว่า 4,490 ประเด็นความเสี่ยง โดย 5 อันดับความเสี่ยงที่มีผู้ส่งผลงานเข้าร่วมสูงสุด ได้แก่ 1. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องเนื่องมาจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 2. ภัยจากการใช้ ระบบ IT เช่น อีเมลหลอกลวง โซเชียลมีเดีย ไวรัสคอมพิวเตอร์ คอลเซ็นเตอร์ เอสเอ็มเอส 3. ข้อมูลสำคัญรั่วไหล/สูญหาย 4. Compliance Risk ด้านกฎหมาย 5. ความปลอดภัยในการทำงาน

พัฒนาและปรับปรุงระบบบริหารความเสี่ยงทุกพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ครอบคลุมกว่า 70 หน่วยงาน ในทุกไตรมาส รวมทั้งเปิดบริการให้คำแนะนำผ่านระบบออนไลน์ และแลกเปลี่ยนความรู้ ตลอดจนตัวอย่างที่ดีเพื่อยกระดับขีดความสามารถการบริหารความเสี่ยงผ่านโครงการ Risk Score Clinic ทุกสัปดาห์ สำหรับหน่วยงานที่มีผลการดำเนินงานที่ดีต่อเนื่องจะมีการประกาศเชิดชูโดย Chief Risk Officer และประธานกรรมการบริหาร นอกจากนี้ บริษัทได้จัดสัมมนาผู้บริหารความเสี่ยงประจำหน่วยงาน (Risk Champion) อย่างต่อเนื่องทุกไตรมาสเพื่อยกระดับความรู้ ความสามารถของนักบริหารความเสี่ยงให้ทันต่อสถานการณ์ ความเสี่ยง กลยุทธ์ด้านความเสี่ยง การดำเนินงาน การเงิน กฎหมาย ความยั่งยืน และธรรมาภิบาล โดยมีผู้เข้าร่วมกว่า 700 ราย

ทั้งนี้ บริษัทได้จัดให้มีการประเมิน Risk Score เพื่อวัดความสามารถในการบริหารความเสี่ยงของหน่วยงานรวมทั้งให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำไป



**โครงการอบรมการบริหารความเสี่ยงและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจสำหรับ Risk Champion (ต่อเนื่อง)**

หน่วยงานบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ร่วมกับ บริษัท ปัญญาสาร จำกัด และ บริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด จัดอบรมการบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจสำหรับ Risk Champion ประจำปี 2565 ในรูปแบบออนไลน์ โดยมี Risk Champion ในกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ กว่า 120 ราย เข้าร่วมและแบ่งปันความรู้ โดยโครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อฝึกทักษะและสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับ

Risk Champion ใหม่ ศึกษาแนวทางการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ และเพิ่มความสามารถการตรวจประเมินการบริหารความเสี่ยงของหน่วยงาน ตามเกณฑ์ Risk Score นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมโครงการยังทำแบบทดสอบหลังการฝึกอบรมเพื่อทบทวนความเข้าใจ และให้เกิดความตระหนักในการค้นหาความเสี่ยงและแนวทางป้องกัน เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจโดยไม่หยุดชะงัก



**โครงการส่งเสริมและสนับสนุนคู่ค้ากลุ่ม SMEs ในการเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Private Sector Collective Action Against Corruption : CAC สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (CAC SMEs Certification) ต่อเนื่อง)**

ซีพี ออลล์ ได้จัดอบรมโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC SMEs) ประจำปี 2565 ให้กับคู่ค้า ผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 40 ราย ในรูปแบบออนไลน์ ตามวิถี New Normal โดยมีวัตถุประสงค์ส่งเสริมให้ผู้บริหาร และพนักงาน รวมถึงคู่ค้า ดำเนินกิจการโดยยึดหลักธรรมาภิบาลขององค์กร เพื่อสร้างค่านิยมในการดำเนินงานด้วยหลัก สุจริต โปร่งใส ปราศจากการคอร์รัปชัน รวมถึงยกระดับสถานะการเป็นสมาชิก CAC ของบริษัท ผู้ระดับ Change Agent ทั้งนี้มีคู่ค้าได้รับการสื่อสารและลงนามเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 90



**การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูล**

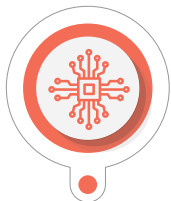
บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูล จึงดำเนินการทบทวนนโยบายการรักษาความปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้มีความสอดคล้องกับแนวปฏิบัติมาตรฐานสากลด้านระบบบริหารจัดการ

ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO 27001) พร้อมทั้งได้นำกรอบการทำงานด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์สากล (NIST Cybersecurity Framework) มาปฏิบัติในเชิงเทคนิคทั้งระบบ รวมถึงมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลผ่านโครงการ ดังนี้

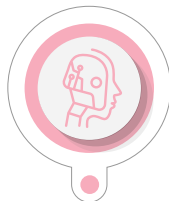


**โครงการสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) (ต่อเนื่อง)**

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจจากระบบออฟไลน์สู่ระบบออนไลน์ ส่งผลให้บริษัทต้องเผชิญความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์เกือบตลอดเวลา บริษัทจึงได้กำหนดการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ทั้งด้านบุคลากร กระบวนการ และเทคโนโลยี



งานกำกับและส่งเสริมจริยธรรมไซเบอร์  
Cyber Ethics



งานควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยไซเบอร์  
Cyber Assurance



งานปฏิบัติการ เฝ้าระวังและแก้ไขไซเบอร์  
Cyber Operation

โดยในปี 2565 บริษัทได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือการจัดการความปลอดภัยไซเบอร์จากองค์กรภายนอก (BITSIGHT Security Rating Service) สะท้อนถึงความรับผิดชอบของการบริหารและการจัดการข้อมูลความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์องค์กรโดยมีการจัดการด้านความปลอดภัยที่ดีขึ้นตามลำดับ รวมถึงได้มีการดำเนินการ ดังนี้

- ทบทวนนโยบายให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO 27001) และด้านการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISO 27701)



- สื่อสารเกี่ยวกับนโยบายสำคัญด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่ใกล้ตัว และต้องระวัง รวมถึงแนวปฏิบัติ ข้อแนะนำเพื่อการใช้งานอย่างถูกต้อง และปลอดภัยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์บริษัท อีเมล CP ALL Connect, Cyber Security Portal เป็นต้น



- ส่งเสริม ให้ความรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ให้กับนักเรียน นักศึกษา ทั้งของวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) และสถาบัน การจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) มีความเข้าใจ ก่อนเข้าร่วมปฏิบัติงาน ในบริษัท

**โครงการต่อเนื่องสร้างความตระหนักในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล**

การสร้างความตระหนักด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่พนักงาน ทุกระดับถือเป็นหนึ่งกลยุทธ์และแผนงานที่สำคัญของบริษัท ที่มุ่งลด ความเสี่ยงที่อาจเกิดกับองค์กร โดยในปี 2565 บริษัทได้ดำเนินงานเพื่อ ยกระดับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล ดังนี้

- ประกาศใช้กระบวนการทำงานที่มีความสอดคล้องกับกฎหมาย PDPA
- เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย PDPA สำหรับพนักงานทุกระดับ พร้อมทั้งปรับปรุงกระบวนการทำงานที่มีกิจกรรมข้อมูลส่วนบุคคล ให้สอดคล้องกับกฎหมาย PDPA
- จัดกิจกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้กับพนักงานทุกระดับ เช่น การฝึกอบรม การจัดสัมมนา พร้อมสอบวัดระดับความรู้สำหรับ พนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรม การจัด Workshop หรือ Webinar เพื่อให้ ความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับ PDPA ต่อพนักงานใน ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย รวมถึงคู่ค้าและพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลส่วนบุคคล
- เผยแพร่ และส่งเสริม PDPA Mindsets ให้แก่พนักงาน ประกอบด้วย 1) เคารพความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น (Respect) 2) ซื่อสัตย์ โปร่งใส (Transparency) และ 3) รับผิดชอบในการกระทำ (Accountability) ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น โปสเตอร์ เว็บไซต์บริษัท อีเมล PDPA Portal, CP ALL Connect เป็นต้น
- ยขยายผลของการรับรองมาตรฐานสากลระบบการจัดการความ ปลอดภัยของข้อมูล ISO 27001 และมาตรฐานการจัดการข้อมูล ส่วนบุคคล ISO 27701 จากข้อมูลลูกค้าออลส์เมมเบอร์ (All Member) ไปยังข้อมูลพนักงานของระบบงานบริหารทรัพยากรบุคคล (HR)
- ยขยายผลการนำ ISO 27001 และ ISO 27701 ไปประยุกต์ใช้กับ 24 Shopping ในขอบเขต "การซื้อขายสินค้า ผ่าน 24Shopping"
- พัฒนาและนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการดำเนิน ธุรกิจ ภายใต้มาตรการด้านความมั่นคงปลอดภัย ที่คงไว้ซึ่งการรักษา ความลับ (Confidentiality) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Integrity) และ ความพร้อมใช้งาน (Availability) ของสารสนเทศทั้งหมด

- ทำการทดสอบการรับมือจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Security Drills Test) สำหรับพนักงานทุกระดับบนสถานการณ์เสมือนจริง เพื่อสร้างความเข้าใจและการตอบสนองที่ถูกต้องดำเนินการทุกไตรมาส
- ทำการซ้อมทั้งระดับปฏิบัติการและระดับบริหารต่อการตอบสนอง เหตุการณ์ละเมิดความปลอดภัยไซเบอร์และข้อมูลรั่วไหล (Data Breach & Cyber Security Incident Response Workshop) ตามแผนที่กำหนดบนสถานการณ์เสมือนจริง เพื่อสร้างความเข้าใจ ในการตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งนำผลลัพธ์ ที่ได้จากการซ้อมมาทำการปรับปรุงปีละ 2 ครั้ง
- ประเมินมาตรการความมั่นคงปลอดภัยปีละ 1 ครั้ง และดำเนินการ ติดตั้งเทคโนโลยีระบบความปลอดภัยตามแผนงาน (Cyber Security Roadmap) เพื่อคงไว้ซึ่งการรักษาความลับ (Confidentiality) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Integrity) และความพร้อมใช้งาน (Availability) ของสารสนเทศทั้งหมด
- ส่งเสริม และร่วมสร้างความตระหนักรู้ และการใช้ข้อมูลร่วมกัน อย่างปลอดภัยกับคู่ค้า (Partner) ที่ใช้และเชื่อมต่อระบบไอทีของบริษัท และการลงนามรับทราบเพื่อปฏิบัติตามขั้นตอนความปลอดภัยก่อนเริ่ม ปฏิบัติงาน

**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

**ร้อยละ 100** กิจกรรมที่มีข้อมูล ส่วนบุคคลสอดคล้องตามพระราชบัญญัติ คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

**ร้อยละ 100** พนักงานผ่านการอบรม และทดสอบความรู้ ความเข้าใจ แนวปฏิบัติ PDPA

**ร้อยละ 100** การตอบสนองของการ ใช้สิทธิ์ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ตามเวลาที่กำหนด

**การร้องเรียนที่ร้ายแรง 0 ครั้ง**

**การรั่วไหลละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล 0 ครั้ง**

- สร้างความตระหนักให้กับคู่ค้าสำคัญที่ใช้และเชื่อมต่อกับระบบ IT บริษัท On Boarding พร้อมทั้งมีการลงนามรับทราบ



\*PDPA คือ Personal Data Protection Act, B.E. 2019 หรือพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562







# แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัย และความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)



**คุณฉาวันย์ เตียงหงษากุล**  
รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส  
สายงานทรัพยากรบุคคล  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

“ตลอด 35 ปี ซีพี ออลล์ ดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล ความสำเร็จของเราเกิดจาก “คน” จำนวนมากที่มาอยู่ร่วมกัน เราตระหนักถึงสิทธิที่ติดตัวมาแต่กำเนิดของมนุษย์ และตระหนักดีว่ามนุษย์มีศักดิ์ศรีและมีความเท่าเทียมกัน จึงยึดมั่นในการปฏิบัติต่อกันด้วยความเคารพในสิทธิที่ทุกคนพึงมี อย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งสิ่งนี้ได้กำหนดอยู่ในวัฒนธรรมองค์กรที่เราถือปฏิบัติเสมอมาและปลูกฝังอยู่ในหัวใจของเราทุกคน ซึ่งจะส่งผลต่อการปฏิบัติที่ทำให้ทุกคนมีความสุข แสดงศักยภาพในการทำงานได้อย่างเต็มที่ ตามปรัชญาองค์กรที่ว่า **เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้า ด้วยทีมงานที่มีความสุข**”

### สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

	<b>SDG3</b> สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย	8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคงสำหรับผู้ทำงานทุกคน รวมถึงผู้ทำงานต่างดาว โดยเฉพาะหญิงต่างดาว และผู้ทำงานเสี่ยงอันตราย
	3.4 ลดการตายก่อนวัยอันควรจากโรคไม่ติดต่อ ผ่านทางารป้องกัน การรักษา สนับสนุน สุขภาพจิต และความเป็นอยู่ที่ดี 3.6 ลดจำนวนการตายและบาดเจ็บจากอุบัติเหตุทางถนน	<b>SDG10</b> ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ 10.3 สร้างหลักประกันว่าจะมีโอกาสที่เท่าเทียมและลดความไม่เสมอภาคของผลลัพธ์ รวมถึงโดยการจัดกฎหมาย นโยบาย และแนวปฏิบัติที่เลือกปฏิบัติ และส่งเสริมการออกกฎหมาย นโยบาย และการกระทำที่เหมาะสม
	<b>SDG5</b> บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศและให้อำนาจของผู้หญิงและเด็กหญิงทุกคน 5.1 ยุติการเลือกปฏิบัติทุกรูปแบบที่มีต่อผู้หญิงและเด็กหญิงในทุกที่	<b>SDG16</b> ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 16.3 ส่งเสริมนิติธรรมทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ และสร้างหลักประกันว่าจะมีการเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมแก่ทุกคน
	<b>SDG8</b> ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน 8.5 บรรลุการจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพและการมีงานที่สมควรสำหรับหญิงและชายทุกคนรวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพพลภาพ และให้มีการจ่ายที่เท่าเทียมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน	

### ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

 คู่ค้า, ผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการ, พนักงาน, ลูกค้า, ชุมชน, ผู้นำทางความคิด, พันธมิตรธุรกิจ, ภาครัฐ, ผู้ให้สิทธิใช้เครื่องหมายทางการค้า, ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน

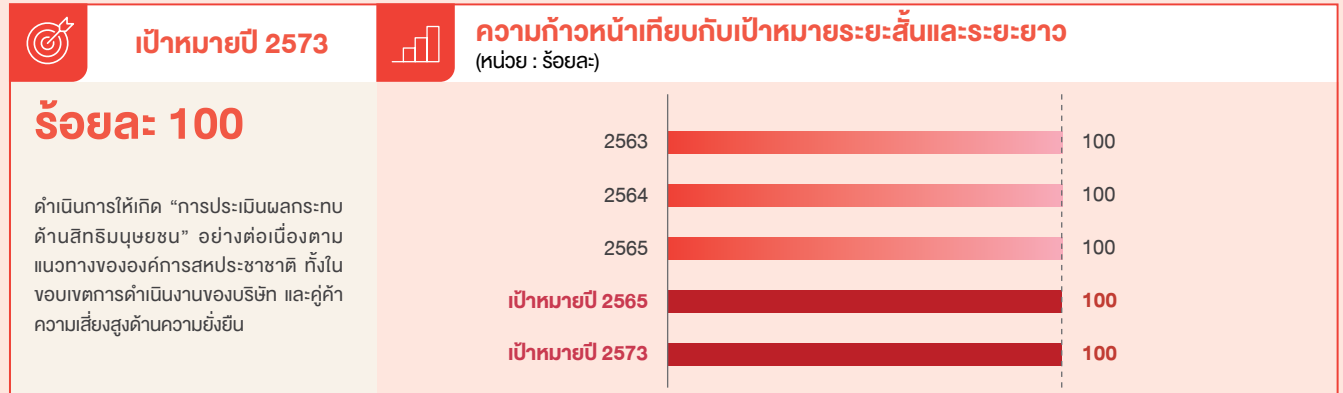
การจัดหาวัตถุดิบ  
สหราชอาณาจักรและบริการ

การผลิต วิจัยและพัฒนาสินค้า

การจัดส่งและกระจายสินค้า

การตลาดและการจัดจำหน่าย  
สินค้าและบริการ

การรับมือข้อต่อลูกค้า  
และบริการหลังการขาย



**ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2565**

- ซีพีแรม รับรางวัล**  
ในฐานะองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2565 ในระดับดีเด่น ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ จากกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม
- แม็คโคร รับรางวัลชนะเลิศ**  
สาขาสถานที่ทำงานที่มีความเท่าเทียมทางเพศ “UN Women 2022 Thailand WEPs Awards”
- ร้อยละ 100**  
ของพนักงานทุกระดับ กลุ่ม ซีพี ออลล์ ได้รับการให้ความรู้และสอบผ่านการวัดผลความรู้ ความเข้าใจหลักสูตร “สิทธิมนุษยชน”
- ร้อยละ 100**  
ของสตรีพาร์ทเนอร์รายใหม่ (พันธมิตรทางธุรกิจ) ได้รับการให้ความรู้เรื่องสิทธิมนุษยชน
- ร้อยละ 100**  
ของคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ได้รับการให้ความรู้ และเป็นความเชี่ยวชาญด้านสิทธิมนุษยชน
- ร้อยละ 100**  
ของพื้นที่เป้าหมายได้รับการรับรองมาตรฐานสากล เพื่อการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO 45001: 2018

**การดำเนินงานที่สำคัญปี 2565**

- ดำเนินการทบทวนการประเมินสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) ประจำปี 2565 (ทบทวนทุก ๆ 3 ปี) ขอบเขตการทบทวนครอบคลุมทุกพื้นที่ ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจบริษัทย่อย และกิจการร่วมค้า
- ติดตาม ตรวจสอบ การดำเนินงานตามแผนของมาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของประเด็นที่เสี่ยงสูง
- ตัวอย่างเจตนาบนมิติด้านการเคารพและการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากลแก่พนักงาน ทุกระดับของกลุ่ม ซีพี ออลล์ โดยผู้บริหารระดับสูงมีส่วนร่วมสื่อสารและเป็นแบบอย่างที่ดี
- ขยายขอบเขตการสร้าง ความตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชนไปยัง สตรีพาร์ทเนอร์ และคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1
- เข้าร่วมการประเมินองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ปี 2565 โดยบริษัท ซีพีแรม จำกัด
- จัดกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานต่อเนื่อง

**ความเสี่ยงและโอกาส**

การเติบโตของธุรกิจจำเป็นต้องอาศัยแรงงานเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ ทั้งกิจกรรมทางธุรกิจทางตรงและทางอ้อม อาทิ กระบวนการผลิต การขนส่ง การบริการ โดยกิจกรรมทางธุรกิจเหล่านี้ มีความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน และประเด็นเกี่ยวกับการปฏิบัติด้านแรงงานได้ ทั้งนี้การปฏิบัติที่เท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมที่ดีในสถานที่ทำงาน และการได้รับการส่งเสริมด้านสุขภาพที่ดีสำหรับพนักงาน และคู่ค้า จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องกระทำเป็นต้องให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสามารถให้องค์กรเข้าใจความเสี่ยงในระยะสั้นและในระยะยาวได้ ปัจจุบันสิทธิมนุษยชนเป็นมิติความยั่งยืนทางสังคมที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ เป็นหลักการสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ

ดังนั้น บริษัทจึงมุ่งมั่นและเตรียมพร้อมลดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ผ่านการทบทวนและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งกำหนดแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับหลักการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนอย่างครอบคลุม ตามหลักการสากลและกฎหมายของประเทศ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินธุรกิจขององค์กรกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่อุปทาน



## แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทดำเนินงานภายใต้นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของการดำเนินธุรกิจ รวมถึงคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องตามหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization: ILO) และกฎหมายแรงงานของแต่ละ

ประเทศที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ เช่น การใช้แรงงานเด็ก การใช้แรงงานบังคับ การเลือกปฏิบัติและการคุกคามทางเพศ เป็นต้น

ในปี 2565 บริษัทมีการทบทวนนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานให้ครั้งครัดและครอบคลุมมากขึ้น ประกอบด้วยประเด็นหลัก ดังนี้

เพิ่มเติมหลักการให้สอดคล้องตามแนวทางสากลยิ่งขึ้น	ขยายขอบเขตการบังคับใช้นโยบาย	พัฒนาการบริหารจัดการให้มีกระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและแนวปฏิบัติการใช้แรงงาน	ระบุแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน
<ul style="list-style-type: none"> <li>ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (Ten Principles of the United Nations Global Compact)</li> <li>อนุสัญญาองค์การแรงงานระหว่างประเทศ (The International Labor Organization's Fundamental Conventions)</li> <li>มาตรฐานจรรยาบรรณทางธุรกิจ: การแก้ปัญหาการเลือกปฏิบัติต่อกลุ่ม LGBTI : (Tackling Discrimination against Lesbian, Gay, Bi, Trans, &amp; Intersex People Standard of Conduct for Business : OHCHR)</li> </ul>	<p>ครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมากขึ้น ได้แก่ คู่ค้า ผู้จัดหา ผู้รับเหมา พันธมิตรทางธุรกิจ กิจการร่วมค้า (Joint Venture) รวมถึงกิจการควบรวมและกิจการเข้าซื้อ (Mergers and Acquisition)</p>	<p>เช่น การเลือกปฏิบัติ การให้ค่าตอบแทนเท่าเทียม เป็นต้น พร้อมสนับสนุนกระบวนการให้พนักงานมีสิทธิในการสมาคม เจจาร่วมต่อรอง และเสนอแนะสวัสดิการผ่านคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัท</p>	<p>การเคารพสิทธิและเสรีภาพ และการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน ชุมชน รวมถึงกลุ่มเปราะบาง เช่น กลุ่มเพศทางเลือก (LGBTQI+) ผู้พิการ หญิงตั้งครรภ์ ผู้สูงอายุ ชนกลุ่มน้อย ชนพื้นเมืองที่อยู่ในชุมชน เป็นต้น</p>

ทั้งนี้ บริษัทมีกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญ ผลกระทบ และความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุก 3 ปี ในทุกพื้นที่ดำเนินการกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และครอบคลุมการวิเคราะห์กระบวนการ

(Full time equivalent: FTE) โดยเฉพาะหน่วยงานที่มีความเสี่ยง พร้อมกำหนดมาตรการป้องกันและการลดผลกระทบของประเด็นที่เสี่ยงสูงแบบบูรณาการผ่านกระบวนการด้านสิทธิมนุษยชน ดังนี้



การประเมินสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence : HRDD)




การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment)



การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กร (Human Rights Impact Assessment : HRIA)

จากการทบทวนนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม บริษัทได้สร้างความตระหนักรู้ด้านการเคารพและการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากลแก่พนักงานทุกระดับ พันธมิตรทางธุรกิจ และคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ผ่านหลากหลายโครงการ พร้อมทั้งผลักดันความเท่าเทียมค่าครองชีพและปัจจัยการจ้างงาน ตามนโยบายและหลักการด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ มีการพิจารณาเงินเดือนและสวัสดิการสำหรับพนักงานและพันธมิตรทางธุรกิจ (สโตร์พาร์ตเนอร์) ให้ได้รับค่าตอบแทนอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม โดยบริษัทมีเป้าหมายครอบคลุมพนักงานทั้งหมด ร้อยละ 100 ภายในปี 2568

พร้อมแผนขยายการประเมินไปยังคู่ค้าและผู้รับเหมาในอนาคต ตลอดจนการยกระดับด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัย โดยมีการประเมินประเด็นความเสี่ยงครอบคลุมทุกพื้นที่การดำเนินการของบริษัท นำมาสู่การจัดทำโครงการเพื่อลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตลอดจนส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่พนักงานและครอบครัว ผ่านสวัสดิการต่างๆ เช่น การทำงานแบบยืดหยุ่น การสนับสนุนการศึกษาของบุตรหลานพนักงาน การช่วยเหลือพนักงานด้านการรักษาสุขภาพ เป็นต้น

 **อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่**

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน  
<https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf>

นโยบายและหลักการด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์  
<https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Compensation-and-Benefits-Policy-TH.pdf>



สรุปผลการดำเนินงานปี 2565



การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Assessment)

พื้นที่ดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท



ของ FTEs ได้รับการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน



ของ FTEs มีความเสี่ยงสูงที่สำคัญด้านสิทธิมนุษยชน



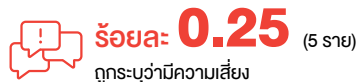
ของ FTEs ที่ถูกระบุว่ามีความเสี่ยงมีมาตรการบรรเทาผลกระทบและดำเนินการแก้ไข

ประเด็นความเสี่ยงสูงที่สำคัญ

ความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงาน ร้าน 7-Eleven และ 24shopping

- 1 ประเด็นอุบัติเหตุระหว่างปฏิบัติงาน ได้แก่ อุบัติเหตุจากการจัดส่งสินค้า สิ้นหรือตกจากบันได สิ่งของหรือสินค้าตกจากที่สูง อุบัติเหตุจากรถยกฟงชั่น มีดบาด
- 2 ประเด็นอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล (PPE) ไม่เหมาะสม เช่น รองเท้านิรภัย ชุดคลุมปฏิบัติงาน ห้องควบคุมอุณหภูมิ เป็นต้น

คู่ค้าลำดับที่ 1 ของบริษัท



การเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านการเคารพและการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล

การฝึกอบรม



พนักงานได้รับการฝึกอบรม



สตรีพาร์ตเนอร์ (พันธมิตรทางธุรกิจ) ได้รับการฝึกอบรม



คู่ค้าลำดับที่ 1 ของบริษัทได้รับการฝึกอบรม

ข้อร้องเรียนการละเมิดสิทธิมนุษยชน



การละเมิดสิทธิมนุษยชน 0 กรณี



การเลือกปฏิบัติ 0 กรณี



การล่วงละเมิดหรือคุกคามทางเพศ 0 กรณี



การละเมิดสิทธิชนเผ่าพื้นเมือง 0 กรณี

มาตรการบรรเทาผลกระทบและดำเนินการแก้ไข

ในกรณีที่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) รับรองว่าจะมีการดำเนินการแก้ไขอย่างเหมาะสม โดยมีกระบวนการติดตาม ตรวจสอบ และรายงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทยังมีการพิจารณาการเยียวยาในทุกรูปแบบ เพื่อให้มั่นใจว่าบุคคล อาทิ ผู้ถือครองสิทธิ์ที่ได้รับผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน ได้รับการเยียวยาอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการชดเชยและการเยียวยารูปแบบอื่น ๆ ที่จะปรับปรุงผลของความเสียหายที่เกิดขึ้นให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมหรือดีขึ้น เช่น การแสดงความขอโทษ การชดเชยความเสียหาย การฟื้นฟูสมรรถภาพ การชดเชยในรูปแบบของตัวเงินหรือไม่ใช้ตัวเงิน เป็นต้น การลงโทษ และการป้องกันอันตราย เช่น คำสั่งห้ามหรือการรับประกันไม่ให้เกิดกรณีซ้ำ เป็นต้น



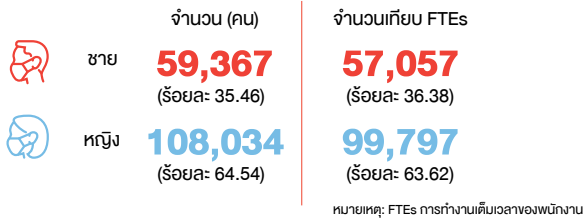


## สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

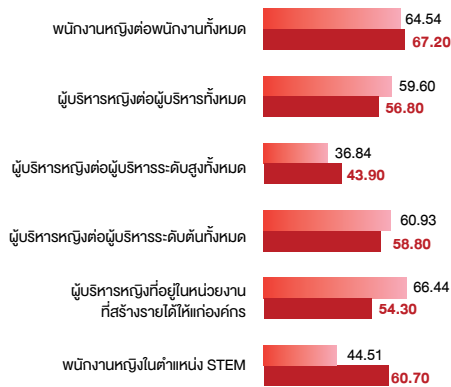


### การส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียม และความหลากหลายของบุคลากร

#### ความหลากหลายทางเพศ (Gender Diversity)



#### การส่งเสริมขีดความสามารถของพนักงานหญิงในองค์กร

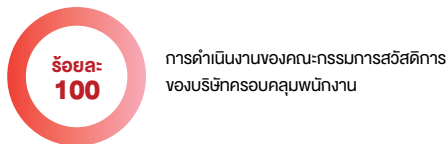


● ผลการดำเนินงาน ปี 2565 (ร้อยละ) ● เป้าหมายปี 2568 (ร้อยละ)

#### การจ้างงานผู้พิการ



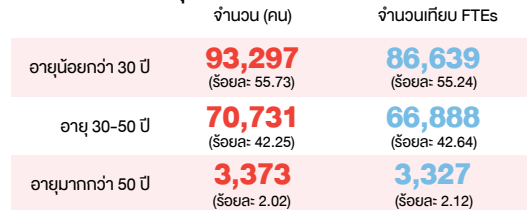
#### เสรีภาพในการสมาคม



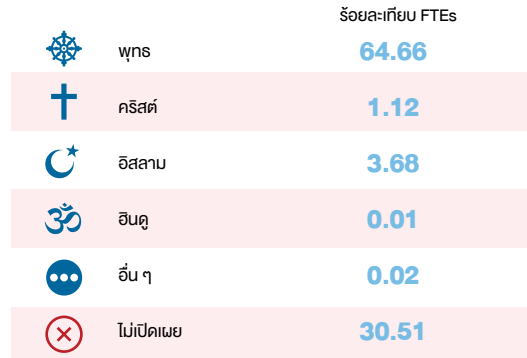
#### ความหลากหลายทางสัญชาติ



#### ความหลากหลายทางอายุ



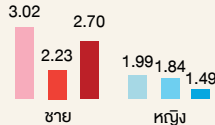
#### ความหลากหลายทางศาสนา



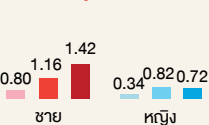
#### การดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

หน่วย : กรณี ต่อ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

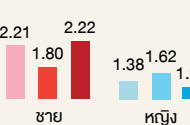
##### อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมดของพนักงาน



##### อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมดของผู้รับเหมา



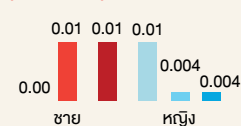
##### อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR) ของพนักงาน



##### อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR) ของผู้รับเหมา



##### อัตราการบาดเจ็บรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต) ของพนักงาน



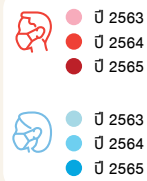
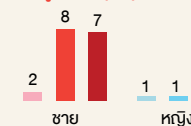
##### อัตราการบาดเจ็บรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต) ของผู้รับเหมา



##### จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงานของพนักงาน (ราย)



##### จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงานของผู้รับเหมา (ราย)





**อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่**

- ข้อมูล “การจ้างงานใหม่และการลาออก”
- ข้อมูล “การบาดเจ็บจากการทำงาน”
- ข้อมูล “การเจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงาน”
- ข้อมูล “ความหลากหลายของพนักงาน”
- ข้อมูล “สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงาน” ใน “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2565 ข้อมูลด้านบุคลากร, ภาคผนวก”

**กระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process)**

บริษัทกำหนดให้มีกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพเป็นประจำทุก 3 ปี ซึ่งบริษัทมีการตรวจสอบในปี 2565 เพื่อระบุประเด็นสำคัญและผู้ถือครองสิทธิ์ที่ได้รับผลกระทบครอบคลุมทุกพื้นที่ดำเนินการ และทุกกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท รวมถึงลูกค้า ผู้จัดหา ผู้รับเหมา กิจการร่วมค้า (Joint Venture) และกิจการควบรวมและกิจการเข้าซื้อ (Mergers and Acquisition) บริษัทพิจารณาประเด็นสิทธิมนุษยชนสำคัญที่มีโอกาสเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การใช้แรงงานบังคับ การค้ามนุษย์ การใช้แรงงานเด็ก สิทธิและเสรีภาพในการสมาคม สิทธิในการรวมตัวและเจรจาต่อรอง การให้ค่าตอบแทนที่เท่าเทียม การเลือกปฏิบัติ และ

การคุกคามทั้งที่เกี่ยวกับทางเพศและรูปแบบอื่น ๆ รวมถึงความมั่นคงปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และสิทธิลูกค้า โดยครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียที่มีความเสี่ยงอาจถูกละเมิดสิทธิมนุษยชน ได้แก่ พนักงาน ชุมชนและคนในท้องถิ่น คู่ค้า ผู้จัดหา ผู้รับเหมา ลูกค้าและผู้บริโภค รวมถึงกลุ่มเปราะบางที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้หญิง เด็ก ชนพื้นเมือง แรงงานต่างด้าว แรงงานที่จ้างผ่านบุคคลที่สาม ผู้พิการ ผู้สูงอายุ เพศทางเลือก (LGBTQI+) ผ่านการรับฟังประเด็นจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทไม่ก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน



## การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risks Assessment)

บริษัทมีการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนแบบบูรณาการ บริษัทจัดทำ การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment: HRRRA) เป็นประจำทุกปี เพื่อประเมินความเสี่ยงต่อการถูกละเมิดสิทธิมนุษยชน ตลอดห่วงโซ่อุปทาน จากการระบุประเด็นสำคัญและผู้ถือครองสิทธิ์ที่ได้รับ ผลกระทบ ภายใต้กระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน อย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence HRDD) ครอบคลุม 3 กลุ่ม ธุรกิจหลัก โดยคิดเป็นร้อยละ 100 ของพื้นที่ดำเนินธุรกิจ และคิดเป็นร้อยละ 100 ของกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย 4 กิจกรรม ได้แก่ การจัดซื้อ การผลิต และการจำหน่าย การตลาดและการขาย ลูกค้าและบริการ

ในปี 2565 บริษัทมีการทบทวนและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ทั้งประเด็นความเสี่ยงเดิม ประเด็นความเสี่ยงในปัจจุบัน และความเสี่ยงที่มี แนวโน้มจะเกิดขึ้นในอนาคต ครอบคลุมสิทธิของพนักงาน คู่ค้าและผู้รับเหมา สิทธิชุมชน และสิทธิลูกค้าหรือผู้บริโภค ตลอดจนครอบคลุมประเด็นด้าน สภาพการทำงาน (Working Condition) ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

(Occupational Safety and Health) ด้านการเลือกปฏิบัติและการคุกคาม (Discrimination and Harassment) ด้านการใช้แรงงานผิดกฎหมาย (Illegal of Labor Used) ด้านมาตรฐานการครองชีพ (Standard of Living) และด้าน ข้อมูลและความเป็นส่วนตัว (Data Privacy) พบประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิ มนุษยชนที่สำคัญ (Salient Human Rights Issues) ในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven และ 24shopping ได้แก่ 1) ประเด็นอุบัติเหตุระหว่าง การปฏิบัติงาน 2) ประเด็นอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล (PPE) ไม่เหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในคู่ค้าลำดับที่ 1 ทั้งหมดครอบคลุมคู่ค้าจำนวน 1,985 ราย ประเด็นการตรวจสอบสภาพแวดล้อม ในการปฏิบัติงาน ประเด็นการจัดอบรมด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ประเด็นการตรวจสอบสภาพอุปกรณ์ในการทำงาน และอุปกรณ์เกี่ยวกับ การระงับเหตุ รวมถึงการชกซ้อมหนีไฟ เป็นต้น ซึ่งบริษัทได้สนับสนุนให้คู่ค้าที่ ตรวจสอบประเด็นความเสี่ยงจัดทำแนวทางการป้องกันและแก้ไขสำหรับประเด็น ด้านสิทธิมนุษยชนที่เกิดขึ้นอย่างครบถ้วนครอบคลุมคู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีความเสี่ยงสูงทั้งหมด

การปฏิบัติของพนักงาน (Employee Practices)	แนวทางปฏิบัติของชุมชน (Community Practices)	แนวทางปฏิบัติของลูกค้า (Customer Practices)	แนวปฏิบัติของคู่ค้าและผู้รับเหมา (Supplier and Contractor Practices)
สภาพการทำงาน (Working Condition)	สุขภาพและความปลอดภัย (Health and Safety)	สุขภาพและความปลอดภัย (Health and Safety)	สภาพการทำงาน (Working Condition)
สุขภาพและความปลอดภัย (Health and Safety)	มาตรฐานการครองชีพ (Standard of Living)	การเลือกปฏิบัติ (Discrimination)	สุขภาพและความปลอดภัย (Health and Safety)
การเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด (Discrimination and Harassment)		ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Data Privacy)	การเลือกปฏิบัติ (Discrimination)
การใช้แรงงานผิดกฎหมาย (Illegal of Labor used)			การใช้แรงงานผิดกฎหมาย (Illegal of Labor used)
เสรีภาพในการสมาคมและสิทธิ เพื่อการเจรจาต่อรองร่วมกัน (Freedom of Association and Right to Collective Bargaining)			

ในกรณีที่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน บริษัทมีกระบวนการติดตาม ตรวจสอบ และรายงานอย่างต่อเนื่องภายใต้มาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิทธิ มนุษยชนของประเด็นที่เสี่ยงสูงแบบบูรณาการ เพื่อให้มั่นใจว่าจะมีการดำเนินการแก้ไขอย่างเหมาะสม รวมถึงผู้ถือครองสิทธิ์ที่ได้รับผลกระทบจากกรณีการ ละเมิดสิทธิมนุษยชนจะได้รับการเยียวยาอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการชดเชย

และการเยียวยารูปแบบอื่น ๆ ที่จะปรับปรุงผลของความเสียหายที่เกิดขึ้นให้อยู่ ในสภาพที่เหมาะสมหรือดีขึ้น เช่น การแสดงความขอโทษ การชดเชยความเสียหาย การฟื้นฟูสมรรถภาพ การชดเชยในรูปแบบของตัวเงินหรือไม่ใช่ตัวเงิน เป็นต้น การลงโทษ และการป้องกันอันตราย เช่น คำสั่งห้าม หรือการรับประกัน ไม่ให้เกิดกรณีซ้ำ เป็นต้น

## การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment)

ภายหลังจากกระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน บริษัทประเมิน ผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของผู้ที่ได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง ผ่านการเก็บข้อมูล การสำรวจ และสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ถือครองสิทธิ์ โดยประเมินผลกระทบครอบคลุมทุกพื้นที่ที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงใน 3 กลุ่ม ธุรกิจหลัก 1) กลุ่มธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ 2) กลุ่มธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก สินค้าอุปโภคบริโภค และ 3) กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ครอบคลุมบริการ ด้านการเงิน

ด้านการผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทานและอาหารแช่แข็ง ด้านการศึกษา ด้านสารสนเทศ ด้านสื่อสารการตลาด และด้านการบริหาร โลจิสติกส์ หากพบผลกระทบจะดำเนินการยกระดับมาตรการบรรเทา ผลกระทบ พร้อมทั้งสร้างความตระหนักให้กับพนักงานผ่านกิจกรรมรณรงค์ อาทิ ผู้บริหารระดับสูงส่งสารถึงพนักงานทั้งองค์กร เพื่อสื่อสารการปฏิบัติ ต่อต้นด้วยความเคารพสิทธิมนุษยชน



## มาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของประเด็นที่เสี่ยงสูงแบบบูรณาการ

ภายใต้ขอบเขตความรับผิดชอบของบริษัท สโตร์พาร์ตเนอร์ (พันธมิตรทางธุรกิจ)

ผู้ถือครองสิทธิ์	ประเด็นที่มีความเสี่ยงสูง	มาตรการป้องกันและลดผลกระทบ	การบูรณาการมาตรการ
พนักงาน ร้าน 7-Eleven และ 24shopping	<p>ความปลอดภัยและสุขภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ประเด็นอุบัติเหตุระหว่างปฏิบัติงาน ได้แก่ อุบัติเหตุจากการจัดส่งสินค้า ลื่นหรือตกจากบันได สิ่งของหรือสินค้า ตกจากที่สูง อุบัติเหตุจากรถยกพุ่งชน มีดบาด</li> <li>ประเด็นอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล (PPE) ไม่เหมาะสม เช่น รองเท้านิรภัย ชุดคลุมปฏิบัติงานห้องควบคุมอุณหภูมิ เป็นต้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>คู่มือความปลอดภัย</li> <li>ดำเนินการวิเคราะห์ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน</li> <li>ใบรับรอง ISO 45001/มอก.18001</li> <li>อบรมด้านชีวอนามัยและความปลอดภัยสำหรับพนักงาน</li> <li>อบรมการจับตัวอย่างปลอดภัยบนท้องถนนสำหรับพนักงาน</li> <li>จัดหาอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล และเครื่องทุ่นแรงสำหรับพนักงาน</li> <li>ตรวจสอบอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคลประจำเดือน โดยคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (OHS&amp;E) และตรวจสอบทุกครั้งก่อนใช้งาน โดยผู้จัดการสายงาน</li> <li>จัดหาชุดคลุมปฏิบัติงานที่มีความหนาและวิตามินบำรุงร่างกาย สำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานในห้องควบคุมอุณหภูมิ มีช่วงเวลาให้พนักงานปรับอุณหภูมิร่างกายก่อนออกจากพื้นที่ปฏิบัติงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>นโยบายองค์กร (เช่น นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน นโยบายสิทธิมนุษยชน เป็นต้น)</li> <li>กฎระเบียบสำหรับสถานที่ปฏิบัติงาน</li> <li>คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน</li> <li>ประกาศเป้าหมายการดำเนินงานความปลอดภัยยาวนานต์</li> <li>มาตรฐานการปฏิบัติงาน</li> </ul>

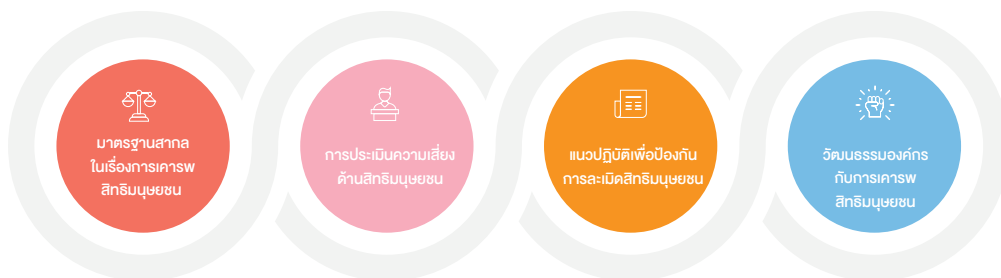
### การสร้างความตระหนักด้านสิทธิมนุษยชน



#### การอบรมหลักสูตร “สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ”

เพื่อสร้างความตระหนักและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนอย่างถูกต้อง รวมถึงป้องกันการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนภายใน และภายนอกองค์กร บริษัทดำเนินโครงการจัดอบรมหลักสูตร “สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ”

สำหรับพนักงานระดับบริหารขึ้นไปของกลุ่มซีพี ออลล์ โดยหลักสูตรมีเนื้อหาครอบคลุมด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ ได้แก่



ในปี 2565 มีผู้เข้ารับการอบรม จำนวน 167,401 ราย พร้อมทั้งมีแผนขยายขอบเขตการสร้างความตระหนัก และความเข้าใจให้แก่พนักงานทุกระดับทุกพื้นที่ รวมถึง คู่ค้า และสโตร์พาร์ตเนอร์ (พันธมิตรทางธุรกิจ) ผ่านระบบออนไลน์ ภายในปี 2568



## การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทยึดมั่นในการเคารพสิทธิแรงงานของพนักงาน และการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม ให้เป็นไปตามกฎหมายและนโยบายต่าง ๆ ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานไทยและสากล ผ่านการสร้างความเหมาะสมด้านการจ้างงาน

ค่าจ้าง ชั่วโมงการทำงาน วันหยุด และสวัสดิการ รวมถึงสถานที่ปฏิบัติงานที่มีความปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดี ทั้งนี้ บริษัทส่งเสริมสวัสดิการสำหรับพนักงาน อาทิ

สวัสดิการ	สิทธิตามกฎหมายกำหนด	สิทธิที่บริษัทมอบให้พนักงาน
จำนวนวันลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรสำหรับพนักงานหญิง	98 วัน	120 วัน
วันหยุดนักขัตฤกษ์ (Holiday)	ไม่น้อยกว่าปีละ 13 วัน	14-18 วัน
วันหยุดพักผ่อนประจำปี	ไม่น้อยกว่าปีละ 6 วัน	6-15 วัน
วันลาภิก	3 วัน	3-7 วัน
วันลาเพื่อดูแลบุตรที่คลอดใหม่ สำหรับพนักงานชาย โดยได้รับค่าจ้าง	0 วัน	5 วัน
วันลาภิกบางส่วนตัว เพื่อสร้างสมดุลในชีวิตการทำงาน และชีวิตส่วนตัว อาทิ บำเพ็ญประโยชน์ให้กับชุมชน หรือสังคมตามความสนใจของพนักงาน ดูแลบุคคลในครอบครัวที่เจ็บป่วย หรือมีภาวะทางด้านร่างกายและจิตใจ ลาเนื่องในวันคล้ายวันเกิดของตนเอง	-	7 วัน ลาโดยได้รับค่าจ้าง และไม่นับรวมวันหยุดที่คั่นกลางระหว่างการลา
ทางเลือกการทำงานแบบพาร์ทไทม์ (Part-time working options) สำหรับพนักงานประจำ สายสำนักงานระดับเจ้าหน้าที่ และบังคับบัญชา	-	เฉพาะวันหยุดของพนักงาน (ขั้นต่ำวันละ 4 ชม.)

พร้อมกันนี้ บริษัทจัดสรรสวัสดิการที่หลากหลายแก่พนักงาน และให้การสนับสนุนครอบคลุมทุกพื้นที่สำคัญของบริษัท เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ที่ดีระหว่างการทำงานร่วมกับบริษัท เช่น สวัสดิการเงินกู้ฉุกเฉินจากสถาบันการเงินด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ เงินช่วยเหลือค่าเช่าบ้านพัก เงินช่วยเหลือกรณีปฏิบัติงานประจำสำนักงานต่างจังหวัด (เบี้ยกินดาร์) เป็นต้น ตลอดจนสวัสดิการด้านความมั่นคงของชีวิต อาทิ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันชีวิตจากโรครและอุบัติเหตุ และประกันสุขภาพกลุ่มภาคสมัครใจที่ให้ความคุ้มครองพนักงานรวมถึงครอบครัวพนักงาน สวัสดิการเงินยืมฉุกเฉินสำหรับพนักงานและครอบครัว และเงินช่วยเหลือกรณีประสบภัยพิบัติต่างๆ รวมถึงบริการ

ศูนย์สุขภาพ (CPALL Health Care Center) และศูนย์ออกกำลังกายสำหรับพนักงาน (The Tara fitness Club) ฝึกสอนโดยผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา พร้อมทั้งมีโครงการ Exercise My Way บริการตรวจวัดสุขภาพโดยเภสัชกรด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีของพนักงาน

หมายเหตุ: พื้นที่สำคัญในการดำเนินการให้การสนับสนุน ครอบคลุมพนักงานที่ปฏิบัติงานในพื้นที่สำนักงาน พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า และพื้นที่ปฏิบัติการร้าน 7-Eleven



### อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

ข้อมูล “การลาคลอด และเลี้ยงดูบุตร”

- จำนวนพนักงานทั้งหมดที่มีสิทธิ์ลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร จำแนกตามเพศ
- อัตราการกลับเข้าทำงานและอัตราคงอยู่ของพนักงานที่ลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร จำแนกตามเพศ ใน “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2565 ข้อมูลด้านบุคลากร, ภาคผนวก”

## เสรีภาพในการสมาคม

บริษัทให้เสรีภาพในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นและข้อกังวล ผ่านช่องทางการรับฟังความคิดเห็นของบริษัทที่หลากหลาย เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ศูนย์แจ้งข้อมูล สื่อออนไลน์ของบริษัท เคาะระฆัง ระบบ Voice of Employee เป็นต้น รวมถึงผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ (คสส.) ที่จัดตั้งตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ปัจจุบันมีพนักงานตัวแทนคณะกรรมการสวัสดิการ จำนวน 2,108 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด โดยมีการประชุมหารือร่วมกันทุกไตรมาส ในปี 2565 มีประเด็นข้อเสนอนะที่ได้รับการอนุมัติดำเนินการเพิ่มเติม ดังนี้

## การส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียม และความหลากหลายของบุคลากร

บริษัทมุ่งเน้นปฏิบัติกับพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม เคารพในความหลากหลายและความแตกต่างของบุคลากรบนพื้นฐานที่ไม่แบ่งแยกทางเชื้อชาติ ศาสนา เพศ สีสัน ภาษา อายุ รวมถึงผู้พิการ บริษัทส่งเสริมและพิจารณาพนักงานทุกคนให้ได้รับการจ้างงาน ได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ และการเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างเท่าเทียม ตลอดจนเปิดโอกาสในการสร้างอาชีพผ่านการจัดจ้างบุคคลทุกสภาพให้เป็นพนักงานอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทและเครือเจริญโภคภัณฑ์ร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ ยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อต่อยอดและผลักดันสิทธิของพนักงานอย่างต่อเนื่อง ในปี 2565 มีการจัดอบรมและสัมมนาในประเด็นที่สอดคล้องกับกระแสสังคมโลกในหัวข้อ “ความสำคัญของภาคธุรกิจต่อการส่งเสริมสิทธิของกลุ่มหลากหลายทางเพศ LGBTI+” เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและดำเนินการส่งเสริมความเท่าเทียม และความหลากหลายอย่างเป็นระบบ สนับสนุนทุกภาคส่วนและหน่วยงานลดความเหลื่อมล้ำและสร้างโอกาสอย่างแท้จริง พร้อมทั้งสนับสนุนให้บุคลากรทุกกลุ่มแสดงศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ ทั้งภายใน ภายนอกองค์กร เพื่อขยายวงกว้างไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการที่เหมาะสม ผ่านการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มคนในสังคม ไม่ก่อให้เกิดการเลือกปฏิบัติ และการคุกคามทุกรูปแบบในการดำเนินงานทางภาคธุรกิจ

สวัสดิการแจกข้าวฟรีให้กับพนักงานเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนเรื่องค่าครองชีพ การจ่ายค่าจ้างพนักงานหญิงที่ลาคลอด บริษัทจ่ายให้ 50 วัน จากเดิม 45 วัน (มากกว่ากฎหมายกำหนด) พนักงานชายสามารถลาเพื่อดูแลบุตรที่เกิดใหม่ได้ 5 วัน ปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานต่าง ๆ เช่น เพิ่มความสว่างและติดตั้งจราจรเพื่อความชัดเจนบริเวณด้านหน้าโรงงาน มีการสำรวจกล้องวงจรปิดเพื่อความปลอดภัย เพื่อดำเนินการติดตั้งจุดกล้องให้เพียงพอ เป็นต้น

## ค่าครองชีพ

บุคลากรเป็นหัวใจสำคัญและเป็นผู้ขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เราจึงใส่ใจและให้ความสำคัญกับพนักงานเป็นอันดับแรก ด้วยเหตุนี้พนักงานของเราจะได้รับการดูแลที่เหมาะสม มีสวัสดิการ บรรยากาศในการทำงานที่ดี การสอนงาน รางวัลต่าง ๆ อีกทั้งสถานที่ทำงานที่ปลอดภัย และยังคงมั่นใจว่าพนักงานทุกคนได้รับค่าจ้างที่เป็นธรรม บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายและหลักการด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ มีการพิจารณาเงินเดือนและสวัสดิการสำหรับพนักงานและพันธมิตรทางธุรกิจ (สตรีพาร์ทเนอร์) ในแต่ละพื้นที่อย่างสม่ำเสมอให้เป็นธรรมอย่างเท่าเทียม เป็นไปตามกฎหมาย และเป็นค่าตอบแทนที่สามารถเทียบเคียงในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันได้ โดยบริษัทจ่ายค่าจ้างสูงกว่าค่าจ้างขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนมีเงินสนับสนุนและค่าตอบแทนที่เหมาะสม พร้อมทั้งเงินช่วยเหลือเพิ่มเติม อาทิ ค่าทำงานนอกเวลา ค่าเดินทาง เบี้ยพิเศษ ค่าเช่าบ้าน ค่าอาหาร เบี้ยยืม เพื่อให้พนักงานได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมที่สุดในการดำรงชีพ ทั้งนี้ เพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและแข่งขันได้ บริษัทได้ดำเนินการประเมินค่าจ้างประจำปี โดยเข้าร่วมการสำรวจค่าจ้างและสวัสดิการกับ 2 บริษัทที่ปรึกษาชั้นนำระดับโลก ได้แก่ Korn Ferry Hay Group และ Mercer อีกทั้งยังกำหนดให้มีการประเมินผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงของค่าครองชีพและปัจจัยการจ้างงานในแต่ละด้านของการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทมีเป้าหมายครอบคลุมพนักงานทั้งหมดร้อยละ 100 ภายในปี 2568 พร้อมแผนขยายเป้าหมายการประเมินไปยังผู้ค้าและผู้รับเหมาที่สำคัญลำดับที่ 1 ในอนาคต



## ยกระดับอาชีวอนามัย สร้างความปลอดภัยในการทำงาน

บริษัทดำเนินการขับเคลื่อนสิทธิด้านความมั่นคงปลอดภัยควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ คุณภาพชีวิต สภาพแวดล้อมที่ดี และความปลอดภัยในระหว่างปฏิบัติงานของพนักงาน รวมถึงผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัท โดยบริหารจัดการพื้นที่ปฏิบัติงานและสภาพแวดล้อมให้มีความปลอดภัยตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด เพื่อก้าวสู่องค์กรที่ปราศจากอุบัติเหตุภายในปี 2573 บริษัทกำหนดคณะกรรมการตรวจประเมินประสิทธิภาพการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ทำหน้าที่กำหนดนโยบายแนวทางการดำเนินงาน และแผนการพัฒนาระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย พร้อมทั้งดำเนินโครงการตรวจประเมินประสิทธิภาพการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ร่วมกับสำนักกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์เครื่องเจริญโภคภัณฑ์ (CCO) เพื่อป้องกันอุบัติเหตุร้ายแรงและลดผลกระทบที่เกิดขึ้น รวมถึงจัดให้มีการสัมมนาเชิงปฏิบัติการคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) เป็นประจำทุกปี ตลอดจนยกระดับการจัดการให้เทียบเคียงระดับสากล เพื่อไม่ส่งผลกระทบต่อ

สิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร พนักงานได้รับการดูแลให้มีสภาพการทำงานที่ปลอดภัย และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวทางการลดอุบัติเหตุ

นอกจากนี้ บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานรายงานอุบัติเหตุที่เกิดขึ้น รวมถึงรายงานกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูงผ่านช่องทางต่างๆ พร้อมทั้งกำหนดขั้นตอนการสืบสวนอุบัติเหตุโดยมีคณะกรรมการสอบสวนอุบัติเหตุเป็นผู้สอบสวนและวิเคราะห์อุบัติเหตุ รวมถึงกำหนดแนวทางการแก้ไขที่เหมาะสม จากการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของพนักงานและผู้รับเหมาพบกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูงทั้งหมด 5 กิจกรรม ประกอบด้วย การส่งสินค้าดีลิเวอรี (Rider Delivery) การทำงานของผู้รับเหมาขนส่งสินค้า การทำงานของผู้รับเหมาซ่อมสร้าง การจับรถโฟล์คลิฟท์ การทำงานเกี่ยวกับเครื่องจักร ในปี 2565 มีอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิตจากกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง โดยมีผลการสอบสวนสรุปได้ดังนี้

กิจกรรมความเสี่ยงสูง	(สาเหตุ) สภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัย	(สาเหตุ) การกระทำที่ไม่ปลอดภัย	แนวทางแก้ไข/ป้องกัน
การส่งสินค้าดีลิเวอรี (Rider Delivery)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ถนนมีแสงสว่างไม่เพียงพอ</li> <li>ไม่มีสัญญาณจราจรบริเวณทาง 3 แยก</li> <li>สภาพแวดล้อมกลางวันมีแดดแรง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>จับჭกรจักรยานยนต์ใช้ความเร็วเกินกำหนด (50 กิโลเมตรต่อชั่วโมง)</li> <li>ไม่ชะลอความเร็วรถบริเวณทางแยก, ทางโค้ง, ออกจากซอย</li> <li>ไม่ล็อคสายรัดคางหมวกกันน็อก/ใช้หมวกกันน็อกไม่เต็มใบ</li> <li>สภาพร่างกายไม่พร้อมปฏิบัติงาน</li> </ul>	<p>ปฏิบัติตามมาตรการ 7 ต้อง 11 ห้าม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(ต้อง)สวมหมวกกันน็อก และล็อคสายรัดคาง</li> <li>(ต้อง)เตรียมร่างกายให้พร้อมต่อการจับ</li> <li>(ต้อง)ศึกษาเส้นทางจราจร และสภาพอากาศ</li> <li>(ห้าม)จับรถเร็วเกิน 50 กิโลเมตรต่อชั่วโมง</li> <li>(ห้าม)จับรถเร็วเมื่อจับผ่านทางแยก, ทางโค้ง</li> <li>(ห้าม)จับรถใกล้จุดบอดรถหรือตามหลังกระชั้นชิด</li> </ul>
การทำงานของผู้รับเหมาขนส่งสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>ถนนมีแสงสว่างไม่เพียงพอ</li> <li>สภาพถนนเป็นทางลาดชัน, ทางโค้ง, รุขรณะ, มีการซ่อมก่อสร้างถนน</li> <li>สภาพแวดล้อมมีฝนตกทำให้ถนนลื่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ใช้ความเร็วไม่เหมาะสมในเขตชุมชน</li> <li>ไม่ชะลอความเร็วรถ บริเวณทางโค้ง, ลาดชัน, แสงสว่างน้อย</li> <li>ไม่รัดเข็มขัดนิรภัย (ผู้ขับขี่/ผู้ร่วมโดยสาร)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>รถบังคับการจับที่ปลอดภัย (ใช้ความเร็วต่ำ/เหมาะสม ช่วงลาดชัน ทางโค้ง, เขตชุมชน และวิสัยทัศน์ถนนไม่ปลอดภัย (ฝนตก, แสงสว่างไม่เพียงพอ)</li> <li>ผู้ขับขี่ / ผู้ร่วมโดยสาร ต้องรัดเข็มขัดนิรภัย</li> <li>ประเมินความเสี่ยงเส้นทางวิ่ง</li> </ul>
การทำงานเกี่ยวกับเครื่องจักร	<ul style="list-style-type: none"> <li>ไม่มี Safety cover guard ที่ฝาหลังของเครื่องจักร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>พนักงานไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนการซ่อมบำรุง โดยไม่มีการตัดแยกพลังงานก่อนการซ่อมบำรุง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ทำการติดตั้ง Safety cover guard ที่เครื่องจักร</li> <li>ให้ความรู้และกำหนดใช้ lock out-tag out</li> <li>อบรมขั้นตอนการซ่อมบำรุงอย่างปลอดภัย</li> </ul>



### อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน

<https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Safety-Health-and-Working-Environment-Policy-th.pdf>

## แผนการพัฒนาระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ปี 2562-2566

บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัยในพื้นที่ปฏิบัติงานของพนักงาน ครอบคลุมไปถึงผู้รับเหมาที่อยู่ภายใต้การดูแลของ บริษัทให้มีมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากลโดยจัดอบรมให้ความรู้ประเมินช่องว่าง (Gap) ของระบบปัจจุบันเทียบกับ ISO 45001: 2018 พร้อมทั้งจัดทำแผนยกระดับพิจารณาคัดเลือกพื้นที่ที่มีความพร้อมเพื่อยื่นขอรับการรับรอง ตรวจสอบประเมินโดยผู้ตรวจสอบภายนอก (Third Party) และเตรียมพร้อมก่อนรับการตรวจจริง รวมถึงตรวจประเมินประจำปี (Surveillance Audit) เพื่อรักษาระบบ ซึ่งในปี 2565 บริษัทได้รับการรับรอง ISO 45001: 2018

เพิ่ม 8 พื้นที่ คือ ซีพีแรม ลำพูน ซีพีแรม สุราษฎร์ธานี ศูนย์กระจายสินค้า DC สุวรรณภูมิ ศูนย์กระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิ (CDC) สุวรรณภูมิ ศูนย์กระจายสินค้าภูมิภาค (RDC) มหาชัย ศูนย์กระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิ (CDC) มหาชัย ศูนย์กระจายสินค้าภูมิภาค (RDC) หาดใหญ่ ศูนย์กระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิ (CDC) หาดใหญ่ ส่งผลให้พื้นที่เป้าหมายของบริษัทพื้นที่สายโรงงานซีพีแรม ได้รับการรับรองครอบคลุม ร้อยละ 100 โดยในปี 2566 มีแผนขยาย จำนวน 5 พื้นที่

### แผนยกระดับมาตรฐานการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Health and Safety : OHS) ฐานมาตรฐานสากล ISO 45001: 2018

#### 2562 (Phase 1)

- อบรมให้ความรู้
- นำมาตรฐาน ISO 45001:2018 ประยุกต์ใช้ในทุกพื้นที่
- วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap) ระบบปัจจุบันเทียบกับ ISO 45001:2018
- จัดทำแผนยกระดับรายพื้นที่
- คัดเลือกพื้นที่เป้าหมาย (ระยะที่ 1)

#### 2563

- ขอการรับรอง **7 พื้นที่**
- Pre-Audit โดยหน่วยงานภายนอก

#### 2564

- ขอการรับรอง**เพิ่ม 3 พื้นที่**
- Pre-Audit โดยหน่วยงานภายนอก
- ตรวจประจำปี (Surveillance Audit) Maintain Certification ISO 45001:2018 **7 พื้นที่**
- ตรวจสอบติดตามโดยผู้ตรวจประเมินภายใน (Internal Audit)

#### 2565 (Phase 2)

- คัดเลือกพื้นที่เป้าหมาย (ระยะที่ 2)
- ขอการรับรอง**เพิ่ม 8 พื้นที่**
- Pre-Audit โดยหน่วยงานภายนอก
- ตรวจประจำปี (Surveillance Audit) Maintain Certification ISO 45001:2018 **7 พื้นที่**
- ตรวจสอบติดตามโดยผู้ตรวจประเมินภายใน (Internal Audit)
- ต่ออายุใบรับรอง **10 พื้นที่**

#### 2566

- ขอการรับรอง**เพิ่ม 5 พื้นที่**
- Pre-Audit โดยหน่วยงานภายนอก
- ตรวจประจำปี (Surveillance Audit) Maintain Certification ISO 45001:2018
- ตรวจสอบติดตามโดยผู้ตรวจประเมินภายใน (Internal Audit)

## นโยบาย เป้าหมาย และการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

ภายใต้นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน บริษัทมีการตั้งเป้าหมายตั้งแต่ปี 2565 ถึงปี 2573 โดยมุ่งเน้นสู่การดำเนินงานที่ปลอดภัยและไม่พบจำนวนและอัตราผู้เสียชีวิตอันเนื่องมาจากการทำงานของพนักงานและผู้รับเหมาทั้งหมด และจำนวนอัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงานของพนักงานและผู้รับเหมา (Lost Time Injury Rate: LTIFR) มีแนวโน้มลดลงร้อยละ 40 และเป็นศูนย์ ในปี 2573 ซึ่งบริษัทมีการดำเนินการประเมินความเสี่ยง 4 ขั้นตอนหลัก โดยการระบุสิ่งที่อาจก่อให้เกิดอันตรายในสถานที่ปฏิบัติงาน ได้แก่ 1) ระบุกิจกรรม พื้นที่ และลักษณะงาน 2) ชี้บ่งอันตราย 3) ประเมินความเสี่ยง และ 4) จัดทำทะเบียนความเสี่ยง รวมถึงการจัดลำดับความสำคัญและบูรณาการแผนปฏิบัติการกับเป้าหมายเชิงปริมาณ เพื่อกำหนดมาตรการการจัดการความเสี่ยง พร้อมนำเสนอให้คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) พิจารณาอนุมัติโครงการและดำเนินแผนงานประจำปีและประจำปี รวมถึงเปิดโอกาสให้นักงานรายงานอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นหรือมีความเสี่ยงสูงผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อลด ควบคุมและป้องกันอุบัติเหตุใด ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น

## การบูรณาการการดำเนินการเพื่อเตรียมพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน

บริษัทมีการบูรณาการการดำเนินการ เพื่อเตรียมความพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน



**อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่**  
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

<https://www.cpall.co.th/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety>

ในปี 2565 บริษัทดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่พนักงานในองค์กร ผ่าน 3 โปรแกรมหลัก ดังนี้



## 1. โปรแกรมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานและครอบครัวพนักงาน



### โครงการจัดรูปแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น (Flexible Work Arrangement)

บริษัทส่งเสริมการสร้างความสะดวกให้กับพนักงานระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว (Work-life Balance) โดยพนักงานประจำสำนักงานสามารถ

เลือกเวลาการทำงานให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของตนเองได้ ตามช่วงเวลาของบริษัทกำหนด ได้แก่



ช่วงเวลา

07.30-17.00 น.

08.00-17.30 น.

08.30-18.00 น.

09.00-18.30 น.

09.30-19.00 น.

นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบาย และแนวทางให้พนักงานสามารถเลือกทำงาน ณ สถานที่ใดก็ได้ (Work from Anywhere) รวมไปถึงให้พนักงานสามารถทำงานที่บ้านได้ (Work from Home) จำนวนสูงสุด 3 วันต่อสัปดาห์ โดยต้องปฏิบัติตามหลัก D M H T T เครื่องครัด เพื่อลดความเสี่ยงจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 พร้อมทั้ง บริษัทสนับสนุนระบบการทำงานต่าง ๆ เพื่อรองรับการทำงานแบบเลือกทำงาน ณ สถานที่ใดก็ได้

เพื่อให้พนักงานสามารถติดต่อสื่อสารและเข้าถึงระบบในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ระบบการประชุมออนไลน์ (Webex, BlueJeans, Microsoft Team, Zoom) ระบบการสื่อสารผ่าน CPALL Connect และ True Virtual Connect เป็นต้น รวมถึงสนับสนุนให้พนักงานใช้โน้ตบุ๊กที่มีโปรแกรมของบริษัทแทนคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (Desktop Computer)



### โครงการ บ้านนี้มีรัก สวัสดิการเพื่อบุตรหลานพนักงาน

บริษัทมองเห็นถึงความสำคัญและคุณค่าทั้งพนักงานและครอบครัวของพนักงาน นอกจากเป็นการสนับสนุนความสัมพันธ์ที่ดี ความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยในครอบครัว ลดปัญหาและความวิตกกังวลของพนักงานแล้ว

ยังเป็นการสร้างเครือข่ายและความผูกพันที่ดีต่อองค์กร โดยมุ่งสนับสนุนสวัสดิการสำหรับคุณภาพชีวิตที่ดีของครอบครัวพนักงานผ่าน 3 องค์ประกอบหลัก ดังนี้



สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับรองรับบุตรหลานของพนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี

เพื่อลดความเสี่ยงจากอันตรายจากอุบัติเหตุของเด็ก และเยาวชนในพื้นที่การปฏิบัติงานของบริษัท



กิจกรรมการเรียนรู้เพิ่มเติมสำหรับบุตรหลานของพนักงานและผู้บริหาร

เพื่อแบ่งเบาภาระของผู้ปกครอง สร้างประสบการณ์การเรียนรู้และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ อาทิ

- กิจกรรม “SPIM Active Learning Science” เรียนรู้วิทยาศาสตร์ใกล้ตัว ผ่าน 2 กิจกรรมการทดลองออนไลน์กับคุณครูชีววิทยาระดับประเทศ พร้อมอุปกรณ์การทดลองส่งตรงถึงบ้านแบบไม่มีค่าใช้จ่าย
- กิจกรรมการอบรมหลักสูตร “หุ่นยนต์และโค้ดดิ้ง”



ชมรมหนังสือเล่มแรกสำหรับเด็กเล็ก

- โครงการหนังสือเล่มแรก (Bookstart): กลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่ตั้งครรภ์จนถึง 3 ปี ส่งเสริมให้พ่อแม่อ่านหนังสือให้ลูกฟังทุกวัน อย่างน้อยวันละ 10-15 นาที เพื่อปลูกฝังให้เด็กรักการอ่าน และเสริมสร้างสายสัมพันธ์ครอบครัว
- โครงการพ่ออ่านบ้านอุ่น: กลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่ตั้งครรภ์จนถึง 3 ปี ส่งเสริมให้พ่อแม่มีส่วนร่วมในการเลี้ยงลูกด้วยตนเองมากขึ้น ผ่านการอ่านหนังสือให้ลูกฟัง อย่างน้อยวันละ 10-15 นาที
- โครงการสมรรถนะเด็กปฐมวัยในการพัฒนาตามวัย: กลุ่มเป้าหมาย 3-6 ปี ส่งเสริมและแนะแนวทางสำหรับพ่อแม่ในการสนับสนุนให้เด็กทำกิจกรรม และกิจวัตรจนเป็นนิสัยกระตุ้นเกิดสมรรถนะตามวัย
- โครงการเสริมทักษะชีวิต: กลุ่มเป้าหมาย ไม่จำกัดอายุ ส่งเสริมและแนะแนวทางสำหรับพ่อแม่ในการเลี้ยงลูกให้เหมาะสมกับวัย พร้อมค้นหาบุคลิกภาพเฉพาะตัวของลูก ตามแนวทาง “เลี้ยงลูกให้ถูกทาง”



**โครงการ “มูมมแม่”**

บริษัทมีสวัสดิการสำหรับพนักงานหญิงในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นคุณแม่ ตั้งแต่ระยะตั้งครรภ์ คลอดบุตร จนถึงการเลี้ยงดูบุตรให้เติบโต ดังนี้

- จัดอบรมให้ความรู้เรื่องนมแม่สำหรับคุณแม่ตั้งครรภ์
- กิจกรรมโภชนาการที่ดีสำหรับคุณแม่ตั้งครรภ์
- กิจกรรมเยี่ยมคุณแม่หลังคลอด เพื่อสร้างขวัญกำลังใจ และความสัมพันธ์อันดี
- จัดสถานที่ให้คุณแม่สำหรับให้นมบุตร ภายในพื้นที่ปฏิบัติงานศูนย์กระจายสินค้า ซีพี ออลล์



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



**ลดอัตราการลาออกของพนักงานหญิงหลังจากคลอดบุตร**



**ก่อเกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้าง และลูกจ้าง**



**ความพึงพอใจของพนักงาน ร้อยละ 98**



**โครงการ Health for ALL**

บริษัทตระหนักถึงสิทธิด้านสุขภาพของพนักงาน จึงสนับสนุนให้พนักงานมีกิจกรรมสุขภาพ สร้างความตื่นตัวในการออกกำลังกาย ลดความเสี่ยงจากโรคต่าง ๆ เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน เป็นต้น ปัจจุบันมีพนักงานเข้าร่วมโครงการ 3,425 ราย

- บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินกิจกรรม “รักสุขภาพ” ต่อเนื่องกว่า 3 ปี ให้แก่พนักงาน พร้อมจัดให้มีการวัดผลสมรรถภาพร่างกายทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ค่าระดับน้ำตาลในเลือด การเผาผลาญโดยการออกกำลังกาย การลดลงของน้ำหนัก สัดส่วนไขมันในร่างกาย และระยะเวลาเดินและวิ่ง ปัจจุบันมีพนักงานเข้าร่วมโครงการ 105 ราย สะสมกว่า 294 ราย

- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินกิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ Fit & Firm for Fun รูปแบบ Virtual เชิญชวนพนักงานออกกำลังกาย และวัดผลจากการเผาผลาญแคลอรีส่งมาร่วมรับของรางวัล กิจกรรมออกกำลังกายตามกรุ๊ปเลือด โดยการส่งภาพถ่ายขณะออกกำลังกายพร้อมระบุเหตุผลที่เลือกการออกกำลังกายนั้น ๆ
- จัดตั้งกลุ่มคนสุขภาพดี ร่วมสร้างสังคมสุขภาพดีให้สมาชิกได้พูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ ร่วมกิจกรรมสุขภาพ และเข้าถึงข้อมูลสุขภาพต่าง ๆ










## 2. โปรแกรมลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย



### โครงการส่งเสริมความปลอดภัยในการขับขี่ สำหรับพนักงานร้าน 7-Eleven

บริษัทมีมาตรการให้พนักงานจัดส่งสินค้า (Rider) ทุกคนปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด อาทิ สวมหมวกกันน็อก มีใบขับขี่มี พ.ร.บ. มี

ประกันภาคสมัครใจ ผ่านการอบรมขับขี่ปลอดภัย โดยบริษัทมีการทบทวนและสื่อสารด้านความปลอดภัยในการขับขี่ในขณะปฏิบัติงาน ดังนี้

 <p>1. ปรับปรุงมาตรการความปลอดภัยในการใช้ยานยนต์</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 ข้อควรปฏิบัติ และ 11 ข้อห้ามปฏิบัติของพนักงาน สำหรับร้าน 7-Eleven</li> <li>• การตรวจสอบความพร้อมของยานยนต์</li> <li>• ข้อร้องเรียน บกบาทผู้เกี่ยวข้อง และบทลงโทษ</li> </ul>
 <p>2. สร้างวัฒนธรรมการขับขี่ปลอดภัย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• อบรมให้ความรู้เรื่อง “ขับขี่ปลอดภัย”</li> <li>• การสื่อสารเชิงรุกด้วยสื่อรณรงค์ที่เข้าใจง่ายสำหรับพนักงานร้าน 7-Eleven ทั้งประเทศ อาทิ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Books) คลิปวิดีโอ ไปสต่อร์ 7 ต้อง 11 ห้าม และการวัดผลการรับรู้ข่าวสารของพนักงานเป็นรายสัปดาห์</li> </ul>
 <p>3. สนับสนุนอุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลขณะขับขี่ สำหรับพนักงานจัดส่งสินค้า (Rider) อาทิ เสื้อพนักงานติดแถบสะท้อนแสง ชุดจับมือถือจักรยานยนต์</li> </ul>
 <p>4. เพิ่มความเข้มข้นมาตรการกำกับดูแล และตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงานจัดส่งสินค้า (Rider)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• กำหนดมาตรการความปลอดภัยในการใช้ยานยนต์ สำหรับร้าน 7-Eleven</li> <li>• จัดทำทะเบียนพนักงานจัดส่งสินค้า</li> <li>• ตรวจสอบข้อมูลพนักงานจัดส่งสินค้า และวัดผลการรับรู้ข้อมูล “ขับขี่ปลอดภัย”</li> <li>• พนักงานจัดส่งสินค้าตรวจสอบความพร้อมก่อนขับขี่ด้วยตนเองและโดยหัวหน้างาน ตามหัวข้อในแบบบันทึกข้อมูล ขับขี่ปลอดภัย</li> <li>• สุ่มตรวจสอบพฤติกรรมกรรมการขับขี่ที่ไม่ปลอดภัย พร้อมหลักฐานการขับขี่จากกล้อง CCTV โดยหน่วยงานประกันคุณภาพมาตรฐานร้านทุกเดือน</li> <li>• รายงานอุบัติเหตุผ่านระบบ Call Center ภายใน 15 นาที และไต่สวนอุบัติเหตุภายใน 5 วัน</li> <li>• ติดตั้ง Application Last Mile สำหรับตรวจสอบพฤติกรรมกรรมการขับขี่ของพนักงานจัดส่งสินค้า รวมถึงแจ้งเตือนล่วงหน้า 30 วัน ก่อนใบขับขี่ ภาชีรกรจักรยานยนต์ และพ.ร.บ. หมคอาัย</li> </ul>
 <p>5. ทดลองใช้รถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้า</p>	<p>จำกัดความเร็วไม่เกิน 55 กิโลเมตรต่อชั่วโมงเพื่อควบคุมความเร็ว ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ อีกทั้งยังช่วยลดมลพิษให้กับชุมชน ปัจจุบันอยู่ระหว่างการทดลองใช้ในร้าน 7-Eleven จำนวน 1,104 สาขา</p>

ที่ผ่านมาบริษัทได้มีการติดตามรายงานการเกิดอุบัติเหตุ โดยในปี 2565 บริษัทจึงมีการดำเนินการระหว่างสำนักปฏิบัติการ 4-BS (สุภูมิวิภ 79) ร่วมมือกับศูนย์ฝึกขับขี่ฮอนด้า โดยมีอาจารย์ผู้ฝึกสอน ผู้เชี่ยวชาญด้านการขับขี่ปลอดภัย จัดอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติบนสนามฝึกที่เป็นมาตรฐาน บริษัทตั้งเป้าให้พนักงานทุกคนทั่วประเทศได้รับการอบรมตามมาตรฐาน และสามารถช่วยกันลดสถิติอุบัติเหตุให้เป็นศูนย์ได้





 **โครงการฝึกอบรมการเรียนรู้ด้านความปลอดภัย (Safety DOJO) สำหรับพนักงานในสายการผลิต**

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ส่งเสริมสร้างความเข้าใจและจิตสำนึก สร้างความตระหนักถึงพฤติกรรมความปลอดภัยให้กับพนักงานทุกคนเพื่อลดความเสี่ยงด้านอุบัติเหตุในการทำงาน สร้างเครื่องจำลองอุบัติเหตุในทุกสาขาภูมิภาค เพื่อใช้สำหรับการฝึกอบรม เช่น สถานการณ์แต่งตัวและการใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล และสถานการณ์อันตรายจากลิ้นลิ้ม เป็นต้น โครงการนี้เป็นโครงการสนับสนุนเป้าหมายลดอุบัติเหตุจากการทำงานเป็นศูนย์ ภายในปี 2573 โดยเป็นการจัดสถานที่ฝึกอบรมให้เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านความปลอดภัยอย่างสมบูรณ์ มีสถานีจำลองแสดงความเสี่ยงการเกิดอุบัติเหตุจากสถานการณ์ต่าง ๆ

 **โครงการฝึกอบรมพนักงานรักษาความปลอดภัย**

ซีพี ออลล์ ระบุให้บริษัทรักษาความปลอดภัยต้องดำเนินการฝึกอบรมความรู้ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน อาทิ นโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับด้านสิทธิมนุษยชน ได้แก่ ความมั่นคงปลอดภัยเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของทุกคน ไม่ใช่ความรุนแรงกับผู้อื่นแม้เป็นผู้กระทำผิด เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไม่มีสิทธิ์จับกุมผู้ใดยกเว้นผู้กระทำผิดซึ่งหน้า และผู้ถูกกล่าวหาที่มีสิทธิ์ที่จะได้รับการสันนิษฐานว่าบริสุทธิ์จนกว่าจะพิสูจน์ได้ว่ามีความผิดตามกฎหมาย ให้แก่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทุกคนก่อนเข้าปฏิบัติงาน โดยในปี 2565 ไม่มีข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชนเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของบริษัท



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



**อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยดงานจากการทำงานลดลงร้อยละ 0.22**



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



**พนักงานรักษาความปลอดภัยสัญญาจ้างจากบริษัทภายนอกได้รับการฝึกอบรม ร้อยละ 100**





## โปรแกรมลดความเสี่ยงด้านการสาธารณสุข และการจัดการความเครียด



### โครงการยืดเหยียดลดโรค

โครงการยืดเหยียดลดโรคในรูปแบบออนไลน์ ดำเนินงานต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านกายภาพบำบัด และแพทย์แผนไทยของ eXta Health & Wellness มาให้ความรู้ทางด้านสุขภาพเกี่ยวกับโรคออฟฟิศซินโดรม (Office Syndrome) แก่ผู้บริหารและพนักงาน พร้อมคำแนะนำเรื่องท่าทางการทำงานที่ถูกต้องเพื่อป้องกันอาการปวดกล้ามเนื้อ ในปี 2565 มีพนักงานและผู้บริหารเข้าร่วมจำนวน 82 ราย



### โครงการศูนย์สุขภาพ CPALL Health Care Center

บริษัทดำเนินโครงการศูนย์สุขภาพ Health Care Center สำหรับดูแลสุขภาพของพนักงานต่อเนื่อง ผ่านการร่วมมือจากบุคลากรทางการแพทย์ ทั้งทีมแพทย์ พยาบาล และนักกายภาพบำบัด จาก โรงพยาบาลรามารินทร์ โดยมีการดูแลผ่านบริการ 5 ด้านหลัก ดังนี้ 1) ตรวจรักษาโรคทั่วไป 2) ตรวจรักษาโรคเฉพาะทาง อาทิ โรคกระดูก โรคผิวหนัง โรคตา-หู-คอ-จมูก 3) กายภาพบำบัด (ตามดุลยพินิจของแพทย์) 4) เต็มสังเกตอาการหรือพักฟื้น และ 5) ให้บริการช่วยเหลือกรณีเจ็บป่วยฉุกเฉินหรือวิกฤต

นอกจากนี้ ยังมีสวัสดิการอื่น ๆ อาทิ ใบสั่งยาสำหรับพนักงานที่มีใบสั่งยาหรือใบรับรองแพทย์โดยพนักงานไม่ต้องสำรองจ่าย และสามารถเลือกรับยาได้จากที่บ้านหรือที่ทำงาน ส่งเสริมการเข้าถึงวัคซีนตามสิทธิให้กับพนักงานทุกระดับ และจัดหาวัคซีนป้องกันโรคต่าง ๆ เพิ่มเติมให้พนักงานให้บริการบำบัดฟื้นฟูอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อตึง ขาอ่อนแรง ปวดหลัง หรือมีอาการออฟฟิศซินโดรม พร้อมทั้งให้บริการคำปรึกษาและดูแลสุขภาพ โดยนักกายภาพบำบัดผู้เชี่ยวชาญ ในปี 2565 มีพนักงานและผู้บริหารเข้าร่วมโครงการ จำนวน 7,924 ราย



### โครงการยกระดับการพัฒนาดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Health & Well-Being)

บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาแบบองค์รวม จึงได้ริเริ่มดำเนินโครงการในลักษณะการปรับปรุงกระบวนการข้ามสายงาน (Cross Functional Process Improvement) ผ่านโครงการ “ยกระดับการพัฒนาดูแลสุขภาพแบบองค์รวม” (Holistic Health & Well-Being) เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีให้แก่พนักงานในการดำเนินชีวิตอย่างสมดุลครบทุกมิติ และปลูกฝังทัศนคติให้กับพนักงานในการดูแล พัฒนาชีวิต และจัดการภาวะความเครียด ผ่านกิจกรรมต่างๆ ปี 2565 ได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อปลูกฝังทัศนคติในการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำเนินชีวิต และแนะนำเทคนิคการดูแลสุขภาพด้วยหลากหลายวิธี เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยมีการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติ (workshop) เช่น กิจกรรมจัดกิจกรรม “กอดจุดกระตุ้นพลังงานชีวิต” ซึ่งเน้นเทคนิคการกอดจุด นวดหน้าและศีรษะ เพื่อเสริมสร้างความผ่อนคลาย และลดความตึงเครียดให้กับสมองและจิตใจ รวมถึงการสอนวิธีการทำน้ำจลินทรียโปโรไบโอติกส์ ซึ่งมีประโยชน์ต่อร่างกาย

กิจกรรม “มหัศจรรย์แห่งชีวิต & มหัศจรรย์แห่งความสุข (ALL Oneness & Miracle of Life) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะบำบัด ซึ่งเป็นการปลูกฝังทัศนคติในการสร้างความสุขในชีวิตให้กับพนักงานด้วยหลักการ ikigai และเทคนิคสื่อน้ำบำบัด (Art Therapy) เพื่อให้พนักงานได้ทราบถึงวิธีการในการเสริมสร้างความสุขในชีวิตประจำวัน รวมถึงการบำบัดภาวะซึมเศร้าด้วยศิลปะ

นอกจากนี้ยังจัดกิจกรรม “ดนตรีเพื่อสุขภาพ-กาย & ใจ (Sound Healing)” เพื่อลดความเครียดและเพิ่มการไหลเวียนของเลือดซึ่งช่วยในการนอนหลับได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีคุณหมอผู้เชี่ยวชาญด้านคลื่นเสียงบำบัด และนักคลื่นเสียงบำบัด มาร่วมแนะนำและให้คำปรึกษา รวมถึงใช้กระบวนการบำบัดด้วยพลังงาน (Reiki Healing) และการรักษาด้วยคริสตัล (Crystal Singing Bowl & Therapy) และขันทิเบตบำบัด (Tibetan Bowl Sound Healing) เพื่อบำบัดร่างกายและจิตใจในระดับลึกด้วยคลื่นพลังงานของเสียง มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 40 ราย







# การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



**คุณกัทิสส รุณส**

ที่ปรึกษาอาวุโสคณะเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

“ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล โดยให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้วยความโปร่งใสเป็นธรรมและมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ภายใต้แนวปฏิบัติด้านจริยธรรมทางธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งส่งเสริมการต่อต้านคอร์รัปชันตลอดห่วงโซ่อุปทานให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งหวังให้ลูกค้ามีระบบการควบคุมภายในองค์กรที่ดี มีความโปร่งใส ลดการทุจริต มีการปฏิบัติตามระเบียบ และกฎหมายอย่างถูกต้อง ควบคู่ไปกับการคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม เพราะบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าหากผู้นำหลักการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบตามแนวทางความยั่งยืนมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ก็จะทำให้ธุรกิจของคู่ค้าเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกับธุรกิจของ ซีพี ออลล์”



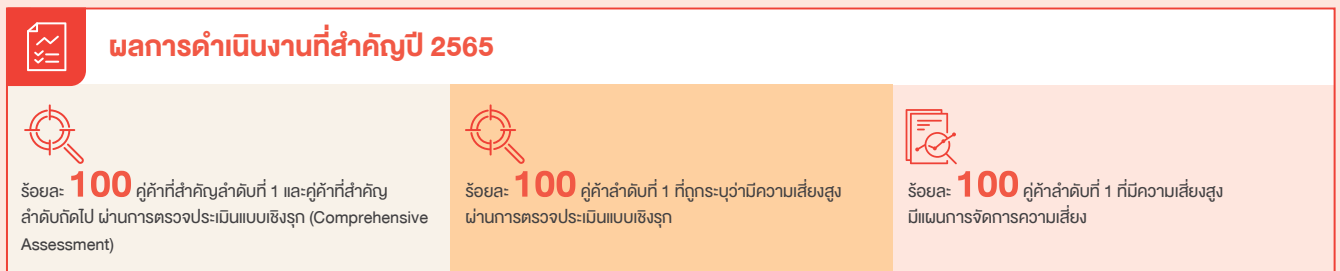
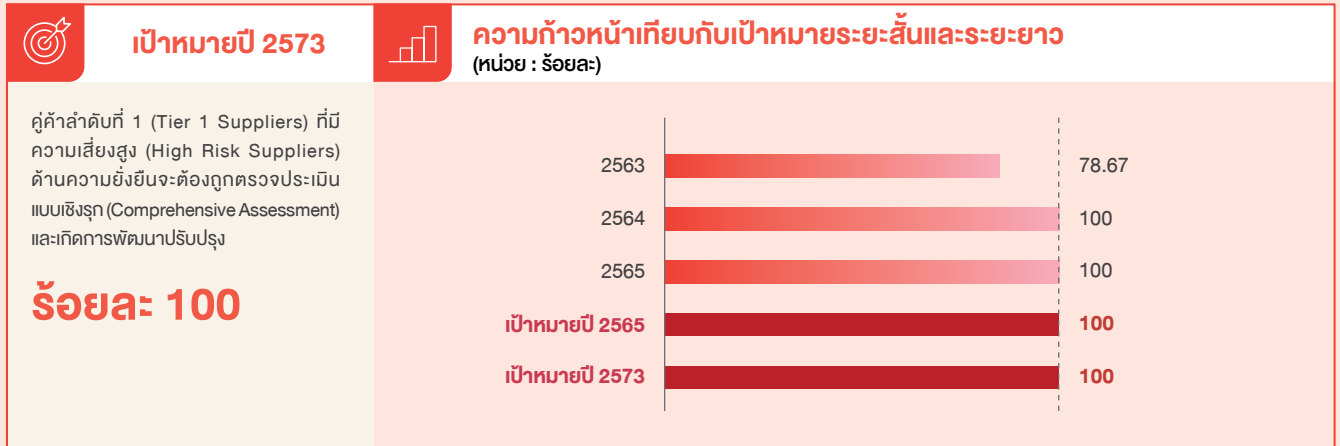
### สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

<div style="margin-bottom: 10px;">  <p><b>SDG4</b> สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต</p> <p>4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดีและการเป็นผู้ประกอบการ</p> </div>	<div style="margin-bottom: 10px;">  <p><b>SDG8</b> ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่มีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน</p> <p>8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านการเข้าถึงบริการทางการเงิน</p> </div>
<div>  <p><b>SDG12</b> สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน</p> <p>12.7 ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างภาคสาธารณะที่ยั่งยืน ตามนโยบาย และการให้ลำดับความสำคัญของประเทศ</p> </div>	



### ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

 <p><b>คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการ และเจ้าหน้าที่ทางการค้า</b></p>	 <p><b>คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการและเจ้าหน้าที่ทางการค้า</b></p>	 <p><b>พันธมิตรธุรกิจ</b></p>
<div style="background-color: red; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;">การจัดการควบคุมสรรหาสินค้าและบริการ</div>	<div style="background-color: red; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;">การผลิต วิจัยและพัฒนาสินค้า</div>	<div style="background-color: red; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;">การจัดส่งและกระจายสินค้า</div>
<div style="background-color: red; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;">การตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ</div>	<div style="background-color: red; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;">การรับมือขอต่อลูกค้าและบริการหลังการขาย</div>	



## ความเสี่ยงและโอกาส

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยพัฒนากระบวนการส่งมอบสินค้าไปสู่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการคัดสรรคู่ค้าที่มีคุณภาพ การส่งเสริมศักยภาพของคู่ค้า ไปจนถึงการสร้างความผูกพันกับคู่ค้า โดยการเพิ่มกระบวนการบูรณาการด้านความยั่งยืนในการบริหารห่วงโซ่อุปทาน จะสามารถช่วยลดความเสี่ยงด้านต้นทุน ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง และความเสี่ยงในการเกิดการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน อาทิ สิทธิในการได้สภาพที่ทำงานที่เหมาะสม สิทธิในการใช้ชีวิต มีเสรีภาพ และมีความมั่นคงปลอดภัย ซึ่งอาจเป็นสาเหตุให้เกิดการหยุดชะงักของการดำเนินธุรกิจ และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ที่ดี

ของบริษัท รวมถึงผู้มีส่วนได้เสีย ปัจจุบันองค์กรทุกภาคส่วนต่างมุ่งยกระดับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้เกิดประสิทธิภาพ พร้อมทั้งบูรณาการแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งนี้ บริษัทได้สนับสนุนการดำเนินงานและส่งเสริมศักยภาพคู่ค้าทุกกลุ่มให้เติบโตไปพร้อมกัน โดยคำนึงถึงประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม บรรษัทภิบาล และสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ลดความเสี่ยงในการดำเนินงานและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนสร้างการเปลี่ยนแปลง เสริมสร้างความแข็งแกร่งของคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

## แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มุ่งดำเนินงานบริหารห่วงโซ่อุปทานให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ด้วยความโปร่งใส เป็นธรรมาภิบาลคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มภายใต้นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน ตามคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติของคู่ค้าที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าลำดับที่ 1 รวมไปถึงคู่ค้าลำดับอื่นในห่วงโซ่อุปทานครอบคลุมประเด็นสำคัญ อาทิ มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการของคู่ค้า แรงงานเด็ก สิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานสภาพการทำงาน การจ่ายค่าตอบแทน อาชีวอนามัยและความปลอดภัยจริยธรรมธุรกิจ รวมถึงการส่งเสริมให้คู่ค้ามีนโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืนพร้อมกันนี้ บริษัทได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงคู่ค้าครอบคลุมคู่ค้า ทุกกลุ่ม

อาทิ คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ซึ่งหมายถึง คู่ค้าที่มีมูลค่ายอดซื้อสูง คู่ค้าที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ คู่ค้าที่มีจำนวนน้อยราย หรือไม่สามารถทดแทนได้ รวมถึงคู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีมูลค่ายอดซื้อน้อยถึงปานกลาง รวมถึงพัฒนาเครื่องมือการประเมินความเสี่ยงคู่ค้าให้มีความเหมาะสมกับบริบททางธุรกิจของคู่ค้าแต่ละกลุ่มเพื่อการพัฒนาศักยภาพ และยกระดับผลการดำเนินการด้านความยั่งยืนที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้องค์กรสามารถลดความเสี่ยงด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทานได้ อีกทั้งส่งเสริมการสร้างคุณภาพชีวิตและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของคู่ค้ากับชุมชนและสังคม ตลอดจนมีส่วนร่วมบรรเทาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ภายใต้นโยบายและเป้าหมายการดำเนินงานด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน



### อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจ

<https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Sourcing-Policy-30-6-63.pdf>



## สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

### การระบุประเภทของลูกค้า

คู่ค้าลำดับที่ 1  **1,985** ราย

คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1\*  **119** ราย

คู่ค้าที่สำคัญลำดับถัดไป  **17** ราย

หมายเหตุ \* หลักเกณฑ์พิจารณาคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1

1. คู่ค้าที่มีมูลค่ายอดซื้อสูง (High-volume suppliers) ตามเกณฑ์ที่บริษัทระบุ
2. คู่ค้าที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ (Critical component suppliers) ซึ่งมีผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน
3. คู่ค้าที่มีจำนวนน้อยราย หรือไม่สามารถทดแทนได้ (Non-substitutable suppliers)

### สัดส่วนและมูลค่าการซื้อ

ร้อยละ **96.85**

สัดส่วนมูลค่าการซื้อภายในประเทศ

ร้อยละ **80.22**

สัดส่วนมูลค่าการซื้อจากคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1

 **44,749** ล้านบาท

มูลค่าการซื้อจาก SMEs\*

### การมีส่วนร่วมของคู่ค้าลำดับที่ 1 (ร้อยละ)

ร้อยละ **100**

ได้รับการสื่อสารจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

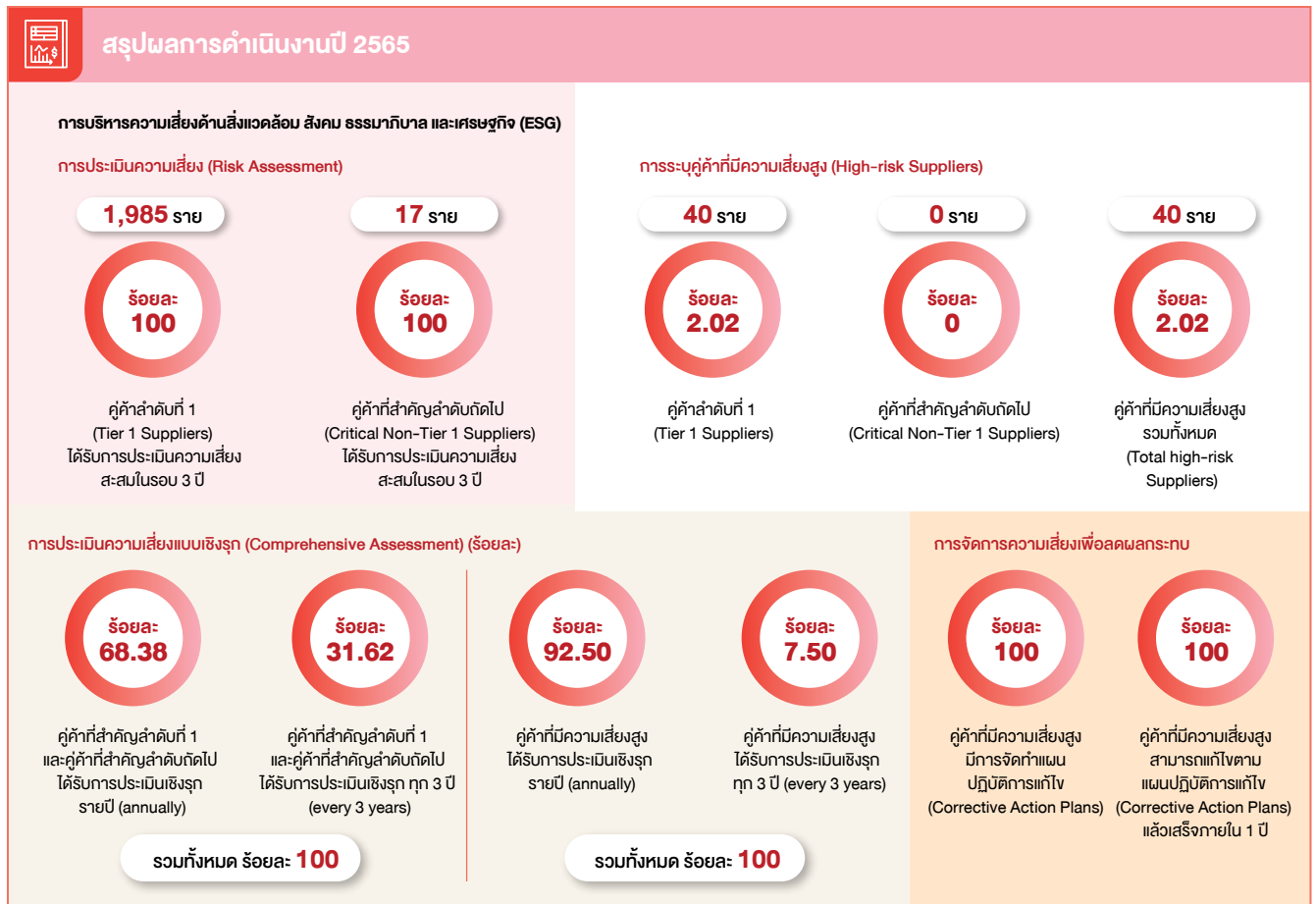
ร้อยละ **100**

ลงนามรับทราบจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

ร้อยละ **83.38**

ได้รับการอบรมให้ความรู้ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

\* มูลค่าการซื้อจาก SMEs ครอบคลุมผลิตภัณฑ์การเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ OTOP



### กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

- 1 การจัดหา การจัดซื้อ การทำสัญญา การจัดการจัดซื้อจัดจ้างอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ บริการ และการก่อสร้างตามข้อกำหนดที่ทันเวลาในระดับบริการสูงสุด (คุณภาพสินค้า ต้นทุน บริการหลังการขาย จัดส่ง)
- 2 การจัดการอุปสงค์และซัพพลายเชนแบบบูรณาการ (บนการสร้างสมดุลของปริมาณการใช้ข้อมูลและสะท้อนถึงการจัดการต้นคุณและอุปทาน)
- 3 พัฒนา ร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ และอุปกรณ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ร่วมกับพันธมิตร/ซัพพลายเออร์ เพิ่มความหลากหลายและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
- 4 เสริมสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์และการจัดการหุ้นส่วนทางธุรกิจที่ยั่งยืน

### จริยธรรมและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

บริษัทได้สนับสนุนคู่ค้าให้ปฏิบัติตามคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า ครอบคลุมคู่ค้าลำดับที่ 1 และลำดับถัดไปที่สำคัญ ตลอดห่วงโซ่อุปทานในทุกธุรกิจ ผ่านแนวปฏิบัติ 16 แนวปฏิบัติ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้จากคู่มือจริยธรรมบรรณธุรกิจและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Suppliers' Code of Conduct and Guideline)

โดยในรอบ 3 ปี บริษัทได้ดำเนินการสื่อสารคู่มือจริยธรรมบรรณธุรกิจและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าไปยังคู่ค้าลำดับที่ 1 จำนวน 1,985 รายและในปี 2565 บริษัทสื่อสารคู่มือจริยธรรมบรรณธุรกิจและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าไปยังคู่ค้าลำดับที่ 1 รายใหม่จำนวน 185 ราย คิดเป็น ร้อยละ 100



**อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่**  
**คู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า**  
<https://www.cpass.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Supplier-Code-of-Conduct-th.pdf>

**จริยธรรมบรรณธุรกิจและ  
 แนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า**  
 Supplier Code of Conduct and Guideline  
 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)  
 CP ALL Public Company Limited

## กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน



### กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

บูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืน ลดความเสี่ยง ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

สร้างคุณค่าร่วมพัฒนา ส่งเสริมเอสเอ็มอี (SMEs)

1



สื่อสารความคาดหวัง สรรหา และคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ โดยผนวกหลักเกณฑ์ด้านความยั่งยืน

2



ให้ความรู้และบริหารความเสี่ยง คู่ค้าด้านความยั่งยืน

3



ส่งเสริมและสนับสนุน การพัฒนาศักยภาพ

4



สร้างความผูกพัน และรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว



## 1. สื่อสารความคาดหวัง สรรหา และคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ

บริษัทมุ่งบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบและมีประสิทธิภาพ และไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง โดยบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้าไปในการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ทุกขั้นตอน พร้อมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพและคุณสมบัติในการคัดเลือกคู่ค้า รายใหม่ ครอบคลุมประเด็นสำคัญ ดังนี้ คุณสมบัติและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการผลิต และการบริหารต้นทุนที่เหมาะสม ความสามารถในการส่งมอบและ

ผลการประเมินด้าน ESG ตลอดจนสื่อสารให้คู่ค้ารับทราบความคาดหวังขององค์กร พร้อมทั้งลงนามรับทราบคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

ในปี 2565 มีคู่ค้ารายใหม่ 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ได้รับการพิจารณาคัดเลือกโดยหลักเกณฑ์ที่บูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนครอบคลุมมิติ เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและสิทธิมนุษยชน



## 2. บริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้า

บริษัทประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนในกลุ่มคู่ค้าลำดับที่ 1 ทั้งหมด ครอบคลุมคู่ค้ารายเดิม (Existing Suppliers) และคู่ค้ารายใหม่ (New Suppliers) โดยร่วมมือกับหน่วยงานจัดซื้อและหน่วยงานประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน ทำหน้าที่รับผิดชอบในการประเมินความเสี่ยง เพื่อดันหาความเสี่ยงเบื้องต้นตามอุตสาหกรรมของคู่ค้าด้วยเครื่องมือ

Risk-Based Due Diligence โดยบริษัทพัฒนาเครื่องมือและเกณฑ์การประเมิน ความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีความเหมาะสมกับขนาดมูลค่าธุรกิจที่มีร่วมกัน ยอดซื้อคู่ค้า โดยประเมินจากประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม ดังนี้



**สิ่งแวดล้อม (Environmental: E)**

- การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน
- การจัดการขยะอย่างยั่งยืน
- การจัดการหัตถุภัณฑ์อย่างยั่งยืน
- การปกป้องพื้นฟูระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ



**สังคม (Social: S)**

- สิทธิมนุษยชนและการใช้แรงงาน
- อาชวนาภัยและความปลอดภัย



**การกำกับดูแลกิจการ (Governance: G)**

- การเสริมสร้างคุณภาพและสูงภาวะที่ดี (คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์)

หากผลการประเมินความเสี่ยงเบื้องต้นพบว่าคู่ค้ารายใดมีความเสี่ยง บริษัทจะดำเนินการส่งแบบประเมินตนเองออนไลน์ให้กับคู่ค้า (Suppliers Self-Assessment Questionnaires: SAQ) เพื่อแสดงหลักฐานและมาตรการจัดการความเสี่ยง กรณีคู่ค้าไม่สามารถแสดงหลักฐานและ

มาตรการในการจัดการความเสี่ยงได้ บริษัทจะดำเนินการเข้าตรวจประเมินคู่ค้าแบบเชิงรุกเพื่อดันหาความเสี่ยงที่แท้จริง พร้อมทั้งจัดให้มีการอบรมให้ความรู้ และให้คำแนะนำ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับคู่ค้าสามารถนำไปจัดทำแผนและมาตรการลดความเสี่ยงพร้อมทั้งดำเนินการตามแผน



นอกจากนี้ สำหรับคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 บริษัทจะดำเนินการเข้าตรวจสอบประเมินแบบเชิงรุกในทุกรายเพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีการดำเนินธุรกิจตามแนวทางความยั่งยืนสอดคล้องกับความคาดหวังของบริษัท

นัยสำคัญ 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ การจัดการสิ่งแวดล้อม การจัดการแรงงาน และสิทธิมนุษยชน ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย และการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ

ในปี 2565 บริษัทดำเนินการประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) คู่ค้าลำดับที่ 1 จำนวน 1,985 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 การตรวจประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment) สำหรับคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier1 Supplier) จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 และคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง (High Risk Supplier) จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 จากการตรวจประเมินเชิงรุกพบประเด็นความเสี่ยงที่มี

นอกจากนี้ บริษัทส่งเสริมคู่ค้าให้มีการจัดทำมาตรการจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของตนเอง ซึ่งร้อยละ 100 ของคู่ค้าที่พบประเด็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญหรือที่เรียกว่า Potential Finding จากการตรวจประเมินแบบเชิงรุก มีการกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงที่สามารถแก้ไขตามแผนปฏิบัติงาน (Corrective Action Plans) ให้แล้วเสร็จภายใน 1 ปี ดังนี้

ประเด็นที่พบจากการตรวจประเมินด้านความยั่งยืน (ESG)	
ประเด็นความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง
<b>มิติด้านสิ่งแวดล้อม</b>	
<b>การจัดการสิ่งแวดล้อม</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดการสิ่งปฏิกูลตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม</li> <li>- การประเมินผลกระทบ และตรวจประเมินคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายกำหนด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แจ้งขึ้นทะเบียนต่อกระทรวงอุตสาหกรรม และจัดทำใบอนุญาตต่าง ๆ ตามประกาศของกระทรวงอุตสาหกรรม (สก 1,2,3)</li> <li>- จัดทำแบบประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและกำหนดมาตรการการแก้ไข</li> </ul>
<b>มิติด้านสังคม</b>	
<b>การจัดการแรงงาน และสิทธิมนุษยชน</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การตรวจสอบสภาพพนักงานตามปัจจัยเสี่ยง</li> <li>- คู่มือ Code of Conduct</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดทำคู่มือการตรวจสอบสภาพตามปัจจัยเสี่ยง และดำเนินการตรวจสอบสภาพพนักงาน</li> <li>- จัดทำคู่มือ Code of Conduct และสื่อสารให้พนักงานทราบ</li> </ul>
<b>ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดอบรม "อบรมดับเพลิง ซ้อมหนีไฟ และสารเคมีรั่วไหล" ให้กับพนักงาน</li> <li>- คู่มือความปลอดภัย และจัดอบรม "ด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน" ให้กับพนักงาน</li> <li>- การตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน</li> <li>- การตรวจสอบสภาพอุปกรณ์ในการทำงาน และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการระงับเหตุ รวมถึงการทำป้ายบ่งชี้ต่าง ๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดทำแผนการอบรมประจำปี และทำสรุปรายงานการจัดอบรม</li> <li>- จัดทำคู่มือความปลอดภัย และจัดทำแผนการอบรมให้กับพนักงาน</li> <li>- จัดทำแผนการตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานประจำปี โดยหน่วยงานที่ได้รับการรับรอง</li> <li>- วิเคราะห์ผลการตรวจสอบ และปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามข้อกำหนด</li> <li>- จัดทำแผนการตรวจสอบสภาพอุปกรณ์ทั้งอุปกรณ์การทำงานและระงับเหตุ พร้อมทำป้ายบ่งชี้</li> </ul>
<b>มิติด้านบรรษัทภิบาล</b>	
<b>การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน</li> <li>- คู่มือแรงงาน</li> <li>- สัญญาจ้างงาน</li> <li>- การใช้สารเคมีอันตราย</li> <li>- การติดตั้งดับเพลิง</li> <li>- การขึ้นทะเบียน บุคลากร หรือหน่วยงานด้านความปลอดภัยในระดับบริหาร หัวหน้างาน เป็นต้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แต่งตั้งผู้รับผิดชอบ</li> <li>- จัดทำทะเบียนกฎหมาย และติดตามการเปลี่ยนแปลงข้อกฎหมายต่าง ๆ</li> <li>- จัดทำคู่มือแรงงาน และสื่อสารให้พนักงานรับทราบ</li> <li>- จัดทำสัญญาจ้างงาน ให้เป็นลายลักษณ์อักษร ด้วยภาษาที่พนักงานเข้าใจ</li> <li>- จัดทำบัญชีรายชื่อสารเคมีอันตรายและรายละเอียดข้อมูลความปลอดภัยของสารเคมีอันตราย (สอ.1) แจ้งต่อหน่วยงานราชการ</li> <li>- ติดตั้งดับเพลิงตามกฎหมายกำหนด</li> <li>- แต่งตั้งบุคลากรในระดับต่าง ๆ และส่งไปอบรม พร้อมทั้งแจ้งขึ้นทะเบียนต่อสำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน</li> </ul>

ทั้งนี้ บริษัทได้ดำเนินการติดตามความคืบหน้าในการปรับปรุงแก้ไขความเสี่ยงของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมุ่งส่งเสริมและพัฒนาและศึกษาภาพของคู่ค้าในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างการเติบโตของคู่ค้าไปพร้อมกับองค์กรอย่างยั่งยืน



### 3. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพ

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คู่ค้าสามารถนำองค์ความรู้และทักษะไปต่อยอดสร้างอาชีพ สร้างรายได้ที่ยั่งยืนผ่าน 3 แนวทางการพัฒนาคุณภาพคู่ค้า ดังนี้

- **Joint Business Plan:** จัดทำแผนธุรกิจร่วมกับคู่ค้าเชิงกลยุทธ์
- **Project & Initiatives:** การแบ่งปันองค์ความรู้ให้แก่คู่ค้าผ่านโครงการสนับสนุนต่าง ๆ
- **Implementation & Evaluation:** จัดฝึกอบรมหลักสูตรด้านความยั่งยืน

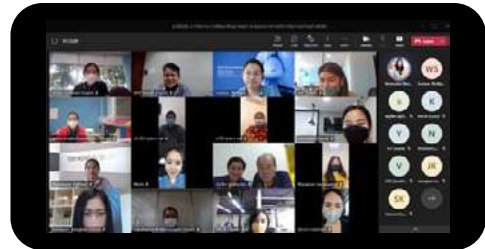


#### โครงการต่อเนื่องพัฒนาคุณภาพสำหรับคู่ค้า

บริษัทดำเนินโครงการพัฒนาคุณภาพสำหรับคู่ค้ากลุ่มผู้รับเหมาต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับคู่ค้าก่อนเริ่มปฏิบัติงานและสร้างความตระหนักเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน โดยจัดปฐมนิเทศให้แก่ผู้รับเหมารายใหม่ในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ พร้อมทั้งจัดอบรมหลักสูตรความปลอดภัยในการทำงานสำหรับผู้รับเหมา กลุ่มผู้รับเหมางานก่อสร้าง งานไฟฟ้า งานซ่อม งานเฉพาะทาง และกลุ่มผู้รับเหมาขนส่ง ในปี 2565 มีผู้รับเหมาที่เข้าร่วมการอบรมทั้งหมด 14 ราย

ในปี 2565 บริษัทดำเนินโครงการที่หลากหลาย เพื่อสร้างองค์ความรู้และยกระดับคุณภาพด้านความยั่งยืนของคู่ค้า โดยมีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดอบรมโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ประจำปี 2565 ให้กับคู่ค้า ผู้ประกอบการ (SMEs) จำนวน 38 ราย ในรูปแบบออนไลน์ ตามวิถี New Normal เพื่อสร้างค่านิยมในการดำเนินงานด้วยหลัก สุจริต โปร่งใส ปราศจากการคอร์รัปชัน รวมถึงจัดอบรมให้ความรู้กับคู่ค้ารายใหม่เกี่ยวกับจรรยาบรรณและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าในรูปแบบออนไลน์ โดยมีขอบเขตของเนื้อหาครอบคลุมด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและแนวปฏิบัติของสากลด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ การจัดการพลังงาน การจัดการของเสีย ด้านสังคม อาทิ แนวปฏิบัติด้านแรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย และด้านการกำกับดูแลกิจการ อาทิ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 71 ราย



#### โครงการ 7-Eleven เคียงข้างเกษตรกรไทย (ต่อเนื่อง)

บริษัทดำเนินโครงการ 7-Eleven เคียงข้างเกษตรกรไทยต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกร และเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าเกษตรได้ดียิ่งขึ้น ผ่านนวัตกรรมด้านวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวมาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้ากล้วยหอมทอง และขยายผลการดำเนินงานไปสู่กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ผักสด ผลไม้สดตามฤดูกาล ผักสด ผลไม้ตัดแต่ง และผักพร้อมปรุง พร้อมทั้งส่งเสริมให้

โรงงานผลิตได้มาตรฐานการผลิตที่ดี (Good Manufacturing Practice: GMP) ตลอดจนร่วมพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและตอบสนองต่อความต้องการผู้บริโภครูปแบบใหม่ที่มีความต้องการสินค้าและบริการที่ดูแลสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

**CPALL +**

- มีทำเนียบเพื่อนเกษตรกรขององค์กรอย่างยั่งยืน ตามหลักการที่ดีในการสื่อสาร
- มีความเป็นกลางต่อรายรับไม่ขายสินค้าในวัสดุ

**ภาคีการจัดการวัชพืช นวัตกรรมและเทคโนโลยี**

- โครงการพัฒนาพืช
- เทคโนโลยี For Bubble and Pesticide Coating
- เทคโนโลยีการตัดหญ้า
- โครงการกำจัดวัชพืช
- เทคโนโลยีการตัดหญ้า
- โครงการกำจัดวัชพืช
- เทคโนโลยีการตัดหญ้า

**เพิ่มยอดขาย สร้างคุณภาพ ความสำเร็จร่วมกันสู่ความปลอดภัย**

4 วัน 5 วัน

**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

- เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ 1,962 ราย**
- พื้นที่เพาะปลูก 80,979 ไร่**
- เพิ่มความหลากหลายให้กับสินค้าที่จำหน่ายในร้าน 7-Eleven จำนวน 284 รายการ**



#### 4. สร้างความผูกพันและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทมุ่งสานสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ผ่านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ วางแผน และร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนจัดให้มีการประชุมลูกค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะต่าง ๆ ระหว่างลูกค้ากับองค์กร

#### กรณีศึกษาลูกค้า และซีพี ออลล์ เติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

##### ซินซู เยลลี่ บุก 0 แคล

7-Eleven ร่วมกับ ชาร์ต-ปัทมพร ปรีชาวุฒิมิดช และ กานต์-อรรณกร รัตนารมย์ ผู้ประกอบการ SMEs รุ่นใหม่ คิดค้น เยลลี่ บุก 0 แคล เจ้าแรก ของประเทศไทย เพื่อตอบโจทยกลุ่มลูกค้าที่รักษาสุขภาพแต่ชอบทาน ของหวาน โดยใช้บุกเป็นส่วนผสมในเยลลี่ เพื่อเพิ่มคุณประโยชน์ และ ช่วยให้อิ่ม สิ้นค้าได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากการที่มียอดขาย สูงถึง 140 ล้านบาท ในปี 2564 ทั้งนี้ ฤกษ์สำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจ ประสบความสำเร็จ คือ การสร้างพันธมิตร โดย 7-Eleven ถือเป็น พันธมิตรคนสำคัญที่สอนและให้ความรู้ตั้งแต่เริ่มต้น แบบฉบับหนึ่งใหม่ ตั้งแต่การบริหารจัดการสต็อกสินค้า การบริหารจัดการต้นทุนการผลิต การพัฒนาสินค้า นอกจากนี้ การดูแลสต็อกสินค้าถือเป็นอีกหนึ่ง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางแผนการสั่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ซึ่งสามารถ ช่วยคุมต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการสร้างจุดขายที่ชัดเจน จะช่วยโฟกัสกลุ่มเป้าหมายได้ นำไปสู่การวางแผนการตลาดที่ตรงกลุ่ม





##### บริษัท ทรูปเปิ้ล เฟรช จำกัด

หนึ่งในผู้ประกอบการ SMEs ที่เห็นช่องทางการเติบโตของตลาดผลไม้ ในประเทศ และเริ่มจำหน่ายผลไม้พร้อมรับประทานให้กับร้าน 7-Eleven ต้องการขยายธุรกิจแต่พบอุปสรรคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผลไม้สด โดยระยะเวลาอาจทำให้ผลไม้สูญเสียคุณภาพและคุณประโยชน์ก่อน การบริโภค ทีมผู้เชี่ยวชาญของทีม 7-Eleven ได้ให้คำปรึกษาด้าน การพัฒนาคุณภาพสินค้า การตลาด ตลอดจนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถลดขั้นตอนและช่วงเวลาในการส่งมอบผลไม้สด ช่วยให้ผู้บริโภค ได้รับสินค้าที่สดใหม่และมีคุณภาพ จนได้มาเป็นผลไม้สดแพ็คเกจสำเร็จ ที่สวยงาม พร้อมทาน สะอาด ปลอดภัย เหมาะกับการบริโภคในชีวิต ประจำวัน ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ อาทิ ขนุน ส้มโอมะละกอ ฝรั่งพร้อมพริกเกลือ แก้วมังกร ส้มสายน้ำผึ้งปกอกเปลือกพร้อมทานสามารถจำหน่ายผ่านร้าน 7-Eleven กว่า 8,000 สาขา ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล มากกว่า 10,000 แพ็คต่อวัน



## การบูรณาการความยั่งยืน (ESG) ในกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทบูรณาการความยั่งยืน (ESG) เข้าในกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้





วัตถุประสงค์หลัก	วัตถุประสงค์การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เชื่อมโยงกับ ESG	กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เชื่อมโยงกับ ESG
<p>เพิ่มขีดความสามารถของ SMEs</p> 	<p>การเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพการบริหารห่วงโซ่อุปทาน อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเงินการขนส่ง ตลอดจนด้านความยั่งยืน ฯลฯ ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (SDG) ข้อที่ 8.2 และสอดคล้องกับกลยุทธ์การบริหารห่วงโซ่อุปทานของ ซีพี ออลล์ ที่มุ่งสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ และให้ความช่วยเหลือคู่ค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมุ่งหวังผลลัพธ์คือการสร้างผลกระทบเชิงบวกทางด้านเศรษฐกิจ ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคม ชุมชน</p>	<p>สร้างคุณค่าร่วม “พัฒนาส่งเสริม SMEs” ซีพี ออลล์ มุ่งเน้นในการยกระดับศักยภาพ คู่ค้าโดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยการให้การอบรมการให้คำปรึกษาและคำแนะนำ การตรวจสอบมาตรฐาน การบริหารต้นทุน รวมถึงการร่วมคิดค้นนวัตกรรม เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงาน การรักษาสีเขียว และความเป็นมิตรต่อสังคม ชุมชน</p>
<p>ลดปริมาณขยะพลาสติกจากการใช้บรรจุภัณฑ์</p> 	<p>ลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์จากคู่ค้าในกระบวนการจัดการขยะ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายเศรษฐกิจหมุนเวียนของ ซีพี ออลล์ โดยแนวคิดนี้เพื่อตอบรับกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก ข้อที่ 12.6 และกรอบการทำงานด้านความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์ ในการ “ปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ” ผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเลือกใช้วัสดุ ซึ่งโครงการที่เกี่ยวข้องนั้นได้ถูกจัดให้เป็นส่วนหนึ่งภายใต้กลยุทธ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (7-Go Green) ซีพี ออลล์ ยังได้ร่วมมือกับคู่ค้าด้านบรรจุภัณฑ์ ในการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งลดจำนวนขยะพลาสติก โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นมิตรต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม เป็นโครงการภายใต้แผนการพัฒนามปี พ.ศ. 2564-2573 โดยบริษัทได้ดำเนินโครงการนี้ โดยยึดหลัก 3R (Reduce-Reuse-Recycle) เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและลดของเสียหลังการใช้งานบรรจุภัณฑ์ ซีพี ออลล์ ได้ประสานงานร่วมกับคู่ค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อลดปริมาณขยะจากพลาสติก</p>	<p>7 Go Green “บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” จากกระแสทั่วโลกที่รณรงค์ลดการใช้พลาสติกในบรรจุภัณฑ์ ซีพี ออลล์ จึงได้ตั้งเป้าหมาย ESG ขึ้น หนึ่งในกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของ ซีพี ออลล์ คือการสนับสนุนให้คู่ค้า ได้บูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืนในการดำเนินงานต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และการเลือกใช้วัสดุ โดยได้มีโครงการร่วมกันระหว่างคู่ค้าด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น การพัฒนา กระบวนการที่ลดปริมาณการใช้วัสดุ</p>

นอกจากนี้ บริษัทได้นำเกณฑ์ด้านความยั่งยืนมาประยุกต์ใช้ในการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้ารายเดิมและรายใหม่ที่เป็นผู้ผลิตสินค้าที่ใช้ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand: PB) โดยคู่ค้ามีหน้าที่ประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนผ่านระบบการประเมินตนเองสำหรับคู่ค้า (Suppliers Self-Assessment Questionnaires: SAQ) และคู่ค้าที่ผ่านการคัดเลือกจะต้องมีผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนผ่านเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ทั้งนี้ บริษัทมีการกำหนดเกณฑ์การดำเนินงานด้านความยั่งยืน ได้แก่ ด้านมาตรฐานสินค้าและการผลิต การจ้างแรงงานและสวัสดิการ และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม



## ดัชนีวัดความสำเร็จการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทได้กำหนดดัชนีวัดความสำเร็จการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยในปี 2565 มีดัชนีวัดความสำเร็จ เป้าหมาย และมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

ลำดับ	ดัชนีวัดความสำเร็จ (KPI) ห่วงโซ่อุปทาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงานย้อนหลัง 3 ปี
<p>ดัชนีวัดความสำเร็จ ข้อที่ 1</p> <p><b>1</b></p>	<p>ลูกค้าลำดับที่ 1 ที่มีความเสี่ยงสูง (High-Risk Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้องถูกตรวจประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง</p> 	<p>ร้อยละ 100 ของลูกค้าลำดับที่ 1 ที่มีความเสี่ยงสูง (High-Risk Suppliers) ด้านความยั่งยืน ถูกตรวจประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง ภายในปี 2573</p>	<p><b>ผลลัพธ์</b></p> <p>เป้าหมายในปี 2565 และปี 2573 <b>100</b></p> <p>อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บทการจัดการห่วงโซ่อุปทาน หน้า 154-163</p>
<p>ดัชนีวัดความสำเร็จ ข้อที่ 2</p> <p><b>2</b></p>	<p>การเติบโตของยอดซื้อ SME (Procurement Spent)</p> 	<p>ยอดซื้อสินค้าจาก เอสเอ็มอี (SMEs) เติบโต ร้อยละ 10 ภายในปี 2568 (เทียบปีฐาน 2563)</p>	<p><b>ผลลัพธ์</b></p> <p>เป้าหมายในปี 2565 และปี 2568 ร้อยละ <b>10</b></p> <p>อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บทการสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ หน้า 94-107</p>
<p>ดัชนีวัดความสำเร็จ ข้อที่ 3</p> <p><b>3</b></p>	<p>ระดับความผูกพันของคู่ค้า (Supplier Engagement)</p> 	<p>ร้อยละ 90 ระดับความผูกพันของคู่ค้า ภายในปี 2573</p>	<p><b>ผลลัพธ์</b></p> <p>เป้าหมายปี 2565 ร้อยละ <b>85</b> ปี 2573 ร้อยละ <b>90</b></p> <p>อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บทการจัดการห่วงโซ่อุปทาน หน้า 154-163 และในบทความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย หน้า 196-207</p>
<p>ดัชนีวัดความสำเร็จ ข้อที่ 4</p> <p><b>4</b></p>	<p>บรรจุกินพลาสติกที่อยู่ใน การควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือ สามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ</p> 	<p>ร้อยละ 100 ของบรรจุกินที่ พลาสติกที่อยู่ในการควบคุม ของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัว ได้ทางชีวภาพ สำหรับบริษัทที่มี การดำเนินงานในประเทศไทย ภายในปี 2568 สำหรับบริษัท ที่มีการดำเนินงานในต่างประเทศ ภายในปี 2573</p>	<p><b>ผลลัพธ์</b></p> <p>เป้าหมายปี 2565 ร้อยละ <b>96</b> ปี 2573 ร้อยละ <b>100</b></p> <p>อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บทการจัดการบรรจุกินที่ยั่งยืน หน้า 64-79</p>



# ประเด็นความยั่งยืน

(NON-MATERIAL TOPICS)

**การเข้าถึงอาหารและน้ำ  
ที่ปลอดภัย  
และสุขภาวะที่ดี**



**สนับสนุนการศึกษา  
และการเรียนรู้  
ตลอดชีวิต**



**นวัตกรรม  
และการสร้างคุณค่า**



**การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศ  
และความหลากหลาย  
ทางชีวภาพ**



**การพัฒนา  
ชุมชน**



# การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ



**สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน**

<p><b>SDG 6</b> สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัย สำหรับทุกคน และมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน</p> <p>6.6 ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำรวมถึงภูเขา ป่าไม้ พื้นที่ชุ่มน้ำ แม่น้ำ ชั้นหินอุ้มน้ำ และทะเลสาบ</p>	<p><b>SDG 15</b> ปกป้อง ฟื้นฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน จัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน ต่อสู้การกลายสภาพเป็นทะเลทราย หยุดการเสื่อมโทรมของที่ดินและฟื้นฟูสภาพกลับมาใหม่ และหยุดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ</p> <p>15.1 สร้างหลักประกันว่าจะมีการอนุรักษ์ การฟื้นฟูและการใช้ระบบนิเวศบนบกและในน้ำจัดในแผ่นดิน รวมทั้งบริการทางระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ป่าไม้พื้นที่ชุ่มน้ำ ภูเขา และเขตแห้งแล้ง โดยเป็นไปตามข้อบังคับภายใต้ความตกลงระหว่างประเทศ</p>
<p><b>SDG 14</b> อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเล และทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน</p> <p>14.1 ป้องกันและลดมลพิษทางทะเลทุกประเภทโดยเฉพาะจากกิจกรรมบนแผ่นดิน รวมถึงขยะทะเลและมลพิษของสารอาหาร</p>	

**ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ**

ชุมชน (SMEs ผู้ประกอบการรายย่อย  
วิสาหกิจชุมชน เกษตรกร กลุ่มประมง)

**เป้าหมายปี 2573**

**ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว**  
(หน่วย : ร้อยละ)




ทุกพื้นที่การดำเนินการของธุรกิจ มีโครงการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ หรือองค์กรอิสระภายนอกเพื่อช่วยสนับสนุนการลดผลกระทบเชิงลบต่อระบบนิเวศหรือความหลากหลายทางชีวภาพ

2563	59.32
2564	87.18
2565	100
เป้าหมายปี 2565	100
เป้าหมายปี 2573	100





**ร้อยละ 100**



### ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2565

 <p>จัดการความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ในพื้นที่เสี่ยงร้อยละ <b>100</b></p>	 <p>ปลูกต้นไม้สะสม <b>347,800</b> ต้น</p>	 <p>ปล่อยพันธุ์ลูกปูน้ำ กลับคืนสู่ทะเลไทย <b>301,000</b> ตัว</p>
---	--	---

### การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2565


 <p>โครงการปลูกป่า เพาะและอนุบาลกล้าไม้</p>	 <p>โครงการ WE GROW for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน</p>	 <p>โครงการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Next Gen New World)</p>	 <p>โครงการ CPRAM Green Life #ปลูกเพื่อโลกยั่งยืน</p>	 <p>โครงการปูน้ำยั่งยืน คู่ทะเลไทย</p>
--	--	--	---	---

### ความเสี่ยงและโอกาส





เนื่องจากภาวะวิกฤตด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดการสูญเสียความสมดุลของระบบนิเวศ รวมถึงส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ ดังนั้น เพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ อุตสาหกรรมธุรกิจทั่วโลกเริ่มให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจภายใต้ข้อกำหนดและมาตรการเพื่อการปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพของโลก ทั้งนี้ บริษัทตระหนักถึงผลกระทบของวิกฤตการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งอาจนำไปสู่การสูญเสียแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ การสูญเสียพื้นที่ทำเกษตรกรรม รวมถึงทำให้เกิดปัญหาด้านคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรและคนในชุมชน ตลอดจนส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานเนื่องจากจำนวนและคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตรที่ลดลง ซึ่งเป็นผลจากระบบนิเวศที่ไม่มั่นคง และการลดลงของความหลากหลายทางชีวภาพในดินและป่าไม้ รวมถึงการสูญเสียความหลากหลายทางพันธุกรรมทั้งในพืชและปศุสัตว์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทมุ่งสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจ และภาคส่วนอื่น ๆ ในการร่วมปกป้องและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพของระบบนิเวศทางบก และทางน้ำ ผ่านการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศตลอดห่วงโซ่อุปทาน

### แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทดำเนินงานภายใต้นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพ และทรัพยากรธรรมชาติ ครอบคลุมพื้นที่และการดำเนินงานของบริษัท ร่วมกับคู่ค้าทางธุรกิจลำดับที่ 1 รวมถึงคู่ค้าทางธุรกิจอื่นในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อหลีกเลี่ยงกิจกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (No Net Loss: NNL) พร้อมแนวทางสร้างผลกระทบเชิงบวกสุทธิ (Net Positive Impact: NPI) เพิ่มความอุดมสมบูรณ์และคืนสมดุลให้กับระบบนิเวศ โดยบริษัทใช้เครื่องมือความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Assessment Tool: IBAT) ในการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพเบื้องต้น เพื่อให้มั่นใจว่าพื้นที่ปฏิบัติงานและพื้นที่ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจไม่ตั้งอยู่บนพื้นที่คุ้มครองตามนิยามและข้อกำหนดขององค์การระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ (The International Union for Conservation of Nature: IUCN) และไม่ตั้งอยู่บนพื้นที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกตามประกาศของ UNESCO นอกจากนี้ บริษัทกำหนดแนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) ตลอดจนร่วมมือกับพันธมิตรดำเนินโครงการด้านการฟื้นฟู อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ในระบบนิเวศทั้งทางบก และทางน้ำ เพื่อรักษาความหลากหลายทางชีวภาพให้มีความอุดมสมบูรณ์

 **อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่**  
นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพ และทรัพยากรธรรมชาติ  
<https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Biodiversity-Policy-TH-2564.pdf>

### สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

การเพิ่มพื้นที่ปลูกต้นไม้ช่วยกักเก็บคาร์บอน	พื้นที่ (ไร่)	จำนวนต้นไม้ (ต้น)
ประเภทโครงการ		
 ปลูกต้นไม้ในพื้นที่บริษัท	68	18,893
 ร่วมกับพันธมิตรสนับสนุนต้นกล้าไม้ให้พนักงานนำไปปลูก	72	14,390
 ปลูกต้นไม้ ปลูกอาชีพ	178	35,535
 ร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ อาทิ ชุมชน มูลนิธิ ภาครัฐ องค์กรท้องถิ่น	5,174	278,982



## การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

นอกจากเคารพและปฏิบัติตามข้อกำหนด และปฏิบัติตามกฎหมาย ท้องถิ่นด้านการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ท้องถิ่น บริษัทยังให้ความสำคัญกับประเมินความเสี่ยงและผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงประเด็นความเสี่ยงและผลกระทบเชิงระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ภายใต้นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพ และทรัพยากรธรรมชาติขององค์กร โดยครอบคลุมพื้นที่การดำเนินงานกิจกรรมทางธุรกิจ ได้แก่ โรงงานผลิต ศูนย์กระจายสินค้า และพื้นที่การจำหน่ายสินค้า ร้อยละ 100 รวมไปถึงพื้นที่การดำเนินกิจกรรม

ทางธุรกิจของคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ร้อยละ 100 ผ่านการประยุกต์นำเทคโนโลยีสารสนเทศรวมกับฐานข้อมูลความหลากหลายทางชีวภาพ มาใช้ในการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศ เพื่อจัดทำแผนป้องกันผลกระทบต่อระบบนิเวศทางบก และทางน้ำ รวมถึงแนวทางการพัฒนา ร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดพื้นที่การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทและคู่ค้า ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ และไม่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตคุ้มครองใด ๆ

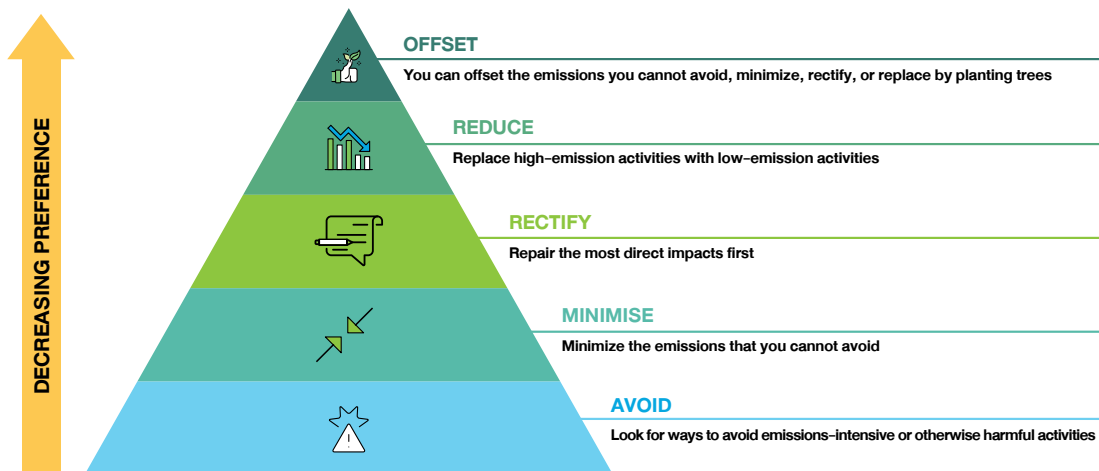
### ขั้นตอนการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบความหลากหลายทางชีวภาพ



## แนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy)

จากการระบอบการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ในด้านการรุกรานของศัตรูพืช การลดลงของสายพันธุ์พืชและสัตว์ การย้ายถิ่นฐาน และการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศวิทยา ตลอดจนกำหนดแนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) เพื่อลดความเสี่ยงและหลีกเลี่ยงความรุนแรง

ด้านความหลากหลายทางชีวภาพทั้งทางตรง และทางอ้อม ซึ่งครอบคลุมการลด การบรรเทา ไปจนถึงการชดเชย นอกจากนี้ บริษัทเคารพและปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายท้องถิ่นทางด้านการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ท้องถิ่นอย่างเคร่งครัด เพื่อไม่ให้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพจากการดำเนินธุรกิจ





## ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางบก

เพื่อขับเคลื่อนสนับสนุนการปลูกต้นไม้เพื่อชุมชนและสังคมร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทได้จัดตั้งคณะทำงานปลูกไม้อื่นต้นเพื่อชุมชนที่ยั่งยืน ดำเนินงานด้านฟื้นฟูป่าไม้ และติดตามโครงการภายใต้กรอบการดำเนินการทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

เป้าหมายในการปลูกต้นไม้  
จำนวน **1,000,000** ต้น  
ภายในปี 2568



ในปี 2565 บริษัทดำเนินโครงการและกิจกรรมร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อฟื้นฟูระบบนิเวศและปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งทางบกและทางน้ำ โดยมีโครงการเชิงกลยุทธ์ที่โดดเด่น ดังนี้



## โปรแกรมปลูกต้นไม้ในพื้นที่บริษัท

บริษัทร่วมกับพนักงานดำเนินโครงการปลูกต้นไม้ในพื้นที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว สร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และฟื้นฟูระบบนิเวศให้ดียิ่งขึ้น ปัจจุบันมีการปลูกต้นไม้สะสมมากกว่า 18,893 ต้น

### พื้นที่ดำเนินการ



**5,575** ต้น

พื้นที่ร้าน 7-Eleven  
ศูนย์กระจายสินค้า  
และสำนักงาน



**6,107** ต้น

พื้นที่สถาบันการศึกษา  
ในกลุ่ม ซีพี ออลล์



**5,211** ต้น

พื้นที่ศูนย์จำหน่ายสินค้า  
สยามเน็คโคส โลตัส  
และอาคารสำนักงานทั่วประเทศ



**2,000** ต้น

พื้นที่ภายในความรับผิดชอบ  
ซีพีแรม

บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพในชุมชนรอบข้างพื้นที่ดำเนินการ ผ่านการดำเนินกิจกรรมเพื่อรักษาและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศร่วมกับคู่ค้า และกลุ่มพันธมิตรธุรกิจ ภายใต้

ความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนชุมชนท้องถิ่น เพื่อลดความสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพที่เป็นผลมาจากการดำเนินธุรกิจ และเพื่อรักษาระบบนิเวศให้มีความสมบูรณ์ต่อไป โดยในปี 2565 บริษัทมีโปรแกรมร่วมกับกลุ่มพันธมิตรที่หลากหลาย ดังนี้



### โปรแกรมความร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางบก



#### โครงการ “WE GROW for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน”

บริษัทจัดสรรพันธุ์กล้าไม้ให้พนักงานนำกลับไปปลูกที่พักอาศัย และสนับสนุนกิจกรรม “อวดต้นไม้ของเรา” ให้พนักงานร่วมปลูกไม้ยืนต้นและบันทึกการปลูกต้นไม้ผ่านแอปพลิเคชัน We Grow เพื่อคำนวณการลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ดำเนินโครงการต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ในปี 2565 บริษัท แจกจ่ายพันธุ์กล้าไม้ 14,390 ต้น ให้กับพนักงาน 7,195 ราย



### โปรแกรมความร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางน้ำ



#### โครงการปลูกป่าชายเลน

ศูนย์กระจายสินค้าสุราษฎร์ธานี อนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศชายฝั่งในบริเวณพื้นที่ป่าชายเลน ซึ่งเป็นแหล่งเพาะพันธุ์อนุบาลและที่อยู่อาศัยของสัตว์ทะเล เป็นประจำทุกปี ในปี 2565 โครงการได้ปลูกพันธุ์กล้าไม้ 200 ต้น รวมถึง ปล่อยพันธุ์ปูม้าสู่ทะเล จำนวน 1,000 ตัว เพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูพันธุ์สัตว์น้ำ รวมไปถึงการเก็บขยะบริเวณพื้นที่ชายหาดเพื่อปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม ร่วมกับเทศบาลตำบลพุมเรียง และกลุ่มชาวบ้าน ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี



#### โครงการ ปูม้ายั่งยืน คู่ทะเลไทย

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ร่วมกับศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงชายฝั่งเขต 3 (สุราษฎร์ธานี) และบริษัท วิริยะเครป โปรดักส์ ดำเนินโครงการปูม้ายั่งยืนเพื่อทะเลไทยต่อเนื่องเป็นปีที่ 11 ส่งเสริมแนวคิดการอนุรักษ์พันธุ์ปูม้าในพื้นที่อำเภอไทยและอินทามัน ในพื้นที่บริเวณชายฝั่งจังหวัดสุราษฎร์ธานี และเป็นกรณีศึกษาให้กับโครงการอื่น ๆ ในเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหาร และลดผลกระทบต่อกิจกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศผ่านการดำเนินการเพาะพันธุ์และปล่อยลูกพันธุ์ปูม้าคืนระยะ Young Crab คืนสู่ทะเล ในปี 2565 โครงการได้ปล่อยลูกปูม้าในธรรมชาติกว่า 300,000 ตัว คิดเป็นจำนวนสะสม 1,000,000 ตัว





## โปรแกรมปลูกต้นไม้ ปลูกอาชีพ





### โครงการ “ไผ่พอเพียง...สู่อนาคตที่ยั่งยืน (Bamboo Project)”

ไผ่เป็นพืชท้องถิ่นที่ปัจจุบันกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมาก ส่งผลให้เกิดภาวะขาดแคลนและต้องนำเข้าจากต่างประเทศ บริษัทได้ดำเนินโครงการ “ไผ่พอเพียง...สู่อนาคตที่ยั่งยืน” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้ให้แก่โรงเรียนในการเพิ่มจำนวนไผ่และนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อมฟื้นฟูสภาพดิน รวมถึงช่วยในด้านการดูดซับก๊าซเรือนกระจก ภายใต้ภาคีไผ่ยั่งยืน โดยบริษัทดำเนินการร่วมกับโรงเรียนในโครงการ “สานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED” ของบริษัท ผ่านการให้ความรู้เรื่องประโยชน์ของไผ่ การเพาะพันธุ์ การปลูก การดูแลรักษา การจัดสรรทรัพยากรน้ำและดิน การใช้ประโยชน์จากไผ่ การแปรรูปผ่านรูปแบบการสัมมนาออนไลน์ ตลอดจนสนับสนุนพันธุ์กล้าไผ่ให้แก่โรงเรียนภาคีเครือข่าย รวมถึงจัดหาโอกาส และช่องทางทางการตลาด



### โครงการ “โรงเรียนป่าไม้ (Forestry School Concept)”

ภายใต้เป้าหมายของบริษัทในการส่งเสริมการปลูกต้นไม้ให้ได้ 30,000 ต้นต่อปี บริษัทได้ดำเนินการต่อยอดจากโครงการ “ไผ่พอเพียง...สู่อนาคตที่ยั่งยืน” ส่งต่อองค์ความรู้ให้กับโรงเรียน โดยบูรณาการความรู้ด้านการปลูกไผ่ ในเนื้อหาหลักสูตรสาระต่าง ๆ ตามหลักสูตรแกนกลาง ประกอบไปด้วย 7 หัวข้อ ดังนี้

-  เรียนรู้การเพาะพันธุ์กล้าไม้
-  รู้จักต้นไม้ชนิดประเภท
-  การอนุบาลดูแลรักษากล้าไม้
-  การปลูก
-  การดูแลรักษาและใช้ประโยชน์
-  การรายงานผล การเก็บข้อมูลการเจริญเติบโต
-  การรณรงค์การปลูกและดูแลรักษาป่าไม้



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ  
**74** โรงเรียน



ผู้เข้าร่วมโครงการรวม  
**37,296** ราย  
(นักเรียน **7,400** ราย  
ครู **296** ราย  
และคนในชุมชน **29,600** ราย)



สนับสนุนพันธุ์กล้าไผ่ **1,500** ต้น



มูลค่าสนับสนุน **111,300** บาท



กักเก็บคาร์บอนได้  
**14.25** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ  
**2** โรงเรียน



ผู้เข้าร่วมโครงการรวม **1,040** ราย  
(นักเรียน **231** ราย ครู **29** ราย  
และคนในชุมชน **780** ราย)



กักเก็บคาร์บอนได้  
**285** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



## โปรแกรมร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ



### โครงการ ปาล์้อมวัด

บริษัทได้ดำเนินโครงการ “ปาล์้อมวัด” ภายใต้นโยบาย เซเวน โท กรีน ส่งมอบพันธุ์กล้าไม้ให้กับวัดและชุมชน เพื่อฟื้นฟูและคืนความสมบูรณ์ให้กับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ มุ่งส่งเสริมการปลูกป่าทดแทน เพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับชุมชน และสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน รวมถึงบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีคุณค่า ในปี 2565 บริษัทได้ขยายผลส่งต่อพันธุ์กล้าไม้พร้อมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องให้ 120 ชุมชน 4 จังหวัด ได้แก่ สุรินทร์, บุรีรัมย์, ศรีสะเกษ และสกลนคร จำนวน 68,900 ต้น



### โครงการ สระน้ำไร่นา ประชาธิปไตย เกษตรอินทรีย์ วิถีสุรินทร์ 4.0

บริษัทดำเนินการเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับชุมชน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยส่งมอบพันธุ์กล้าไม้ เพื่อฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ และปลูกป่าทดแทนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ในปี 2565 มีการขยายพื้นที่มากขึ้นเป็นจำนวนทั้งหมด 17 อำเภอ



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ส่งมอบพันธุ์กล้าไม้ **68,900** ต้น



ชุมชนเข้าร่วมโครงการ **6,000** ราย



วัดเข้าร่วมโครงการ **120** วัด



มูลค่าสนับสนุน **1,388,400** บาท



กักเก็บคาร์บอนได้ **655.50**  
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ส่งมอบพันธุ์กล้าไม้ **31,100** ต้น



ชุมชนเข้าร่วมโครงการ **76** ชุมชน



มูลค่าสนับสนุน **620,000** บาท



กักเก็บคาร์บอนได้ **294.50**  
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า





### โปรแกรมร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ



#### โครงการ ชุมชนต้นน้ำปลูกป่า

บริษัทร่วมกับกลุ่มชุมชน และภาคต้นน้ำ ภายใต้การขับเคลื่อนของบริษัท ปลูกฝังการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับเด็กนักเรียน นักศึกษา และชุมชน ผ่านการสร้างพื้นที่สีเขียวจากคนภายในชุมชนเพื่อชุมชน เน้นสร้างอาชีพ สร้างการหมุนเวียนรายได้ สร้างองค์ความรู้ โดยสนับสนุนตั้งแต่กระบวนการ “ต้นน้ำ” หรือแหล่งเพาะกล้าไม้ ด้วยการสนับสนุนงบประมาณ สร้างโรงเรียนเพาะพันธุ์ โรงเรียนอนุบาลกล้าไม้ และงบประมาณเพาะกล้าไม้ ดูแลรักษา

ในปี 2565 ชุมชนโนนนารายณ์ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ ร่วมเป็นแกนนำเครือข่ายขับเคลื่อนโครงการ นอกจากนี้กล้าไม้จากแหล่งเพาะภายในโครงการ “ปลูกป่า” จะถูกส่งต่อผ่านโครงการป่าล้อมวัด เพื่อไปปลูกที่บ้าน วัด โรงเรียน ชุมชน รวมถึงโครงการ “WE GROW for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน” ให้นักเรียนร่วมปลูกไม้ยืนต้นต่อไป



#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



เพาะพันธุ์กล้าไม้ **100,000** ต้น



ผู้เข้าร่วมโครงการ รวม **191** ราย (นักศึกษาอาจารย์ บุคลากร **31** ราย ครู นักเรียน **111** ราย และคนในชุมชน **50** ราย)



ครอบคลุมพื้นที่ **500** ไร่



กักเก็บคาร์บอนได้ **950** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



#### โครงการ “ปลูกป่า ปลูกอนาคต”

โครงการดำเนินการต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 สนับสนุนพันธุ์กล้าไม้เพื่อบ้าน วัด และชุมชน พร้อมส่งมอบกล้าไม้ 68,900 ต้น ให้กับวัดในพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ สุรินทร์ บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และสกลนคร ในปี 2565 ศูนย์กระจายสินค้า RDC บุรีรัมย์ ได้นำคณะทำงานลงพื้นที่ ส่งมอบต้นกล้าไม้ 400 ต้น และให้ความรู้การเพาะเมล็ด พร้อมร่วมปลูกต้นไม้ร่วมกับคณะครูและนักเรียน โรงเรียนมหัศจรรย์วิทยา จังหวัดสุรินทร์



#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ส่งมอบกล้าไม้ **68,900** ต้น



ปลูกต้นไม้ **849** ต้น



กักเก็บคาร์บอนได้ **36.51** ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

อีกทั้งศูนย์กระจายสินค้าขอนแก่น ได้ร่วมกับผู้นำท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ ได้จัดกิจกรรมมอบต้นกล้าไม้ และปลูกต้นไม้ จำนวน 150 ต้น บริเวณสวนสาธารณะประโยชน์ (โนนจาน) อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น และมอบต้นกล้าไม้และปลูกต้นไม้ร่วมกับ ซีพีแรม และศูนย์กระจายสินค้าโลตัส ขอนแก่น จำนวน 200 ต้น บริเวณสวนสาธารณะหนองบัวดีหมี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น



พร้อมกันนี้ ศูนย์กระจายสินค้าคลังเย็นภูเก็ท ได้จัดกิจกรรมปลูกต้นไม้ จำนวน 99 ต้น ในพื้นที่ศูนย์เรียนรู้ป่าชุมชนห้วยน้ำท้อ ตำบลราไวย์ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต



## โปรแกรมร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ



### โครงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Next Gen New World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 16

โลตัส ร่วมกับมูลนิธิพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จัดฝึกอบรม ให้ความรู้แก่เยาวชนจิตอาสาในรูปแบบการสัมผัสประสบการณ์โดยตรง เพื่อปลูกจิตสำนึกการหวงแหนและเป็นแนวร่วมในการอนุรักษ์ผืนป่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พันธุ์พืชและสัตว์ป่า ที่มีคุณค่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติให้ยังคงความสมบูรณ์ โดยในปี 2565 นำเยาวชนนักเรียนระดับมัธยมปลายจากโรงเรียนเขาใหญ่พิทยาคม จำนวน 200 ราย ที่อยู่รอบแนวเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เข้าร่วม ณ ค่ายเยาวชนสุรัสวดี อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พร้อมทั้งนำคณะผู้บริหารและพนักงานโลตัสร่วมปลูกป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกเจ็ดสาวน้อย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา และอำเภอมวกเหล็ก อำเภอม่วง จังหวัดสระบุรี พื้นที่อุทยานแห่งชาติไทรโยค และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสลักพระ จังหวัดกาญจนบุรี และมอบเงินบริจาคเพื่อสนับสนุนโครงการจำนวน 2 ล้านบาท ปัจจุบันได้ทำการปลูกต้นไม้ในโครงการไปแล้ว 47,700 ต้น บนพื้นที่กว่า 368,000 ตารางเมตร หรือกว่า 230 ไร่



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



เยาวชน เข้าร่วมอบรม **1,200** ราย



ปลูกต้นไม้ **47,700** ต้น  
ครอบคลุมพื้นที่ **230** ไร่



กักเก็บคาร์บอนได้  
**2,051.10** ตันคาร์บอนไดออกไซด์  
เทียบเท่า



### โครงการ CPRAM Green Life #ปลูกเพื่อโลกยั่งยืน

ภายใต้เป้าหมายความยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ รวมถึงกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซีพีแรม ดำเนินโครงการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานท้องถิ่น โดยโครงการได้ดำเนินงานส่งมอบกล้าไม้ยืนต้นให้กับพนักงาน ชุมชน และผู้ที่สนใจทั่วประเทศ นำกล้าไม้ไปปลูกยังพื้นที่อาศัย และพื้นที่สาธารณะในชุมชนตามภูมิสำเนา เพื่อช่วยกระจายพื้นที่สีเขียว พืชฟูล และรักษาสมดุลของระบบนิเวศ และเพิ่มปริมาณต้นไม้ในการดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ ปัจจุบันได้ทำการปลูกต้นไม้ในโครงการไปแล้ว 15,160 ต้น บนพื้นที่กว่า 100,000 ตารางเมตร หรือกว่า 70 ไร่ โดยในปี 2565 ซีพีแรม มีการขยายโครงการและกิจกรรมในหลายพื้นที่ ดังนี้



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ส่งมอบพันธุ์กล้าไม้ **76,750** ต้น















กักเก็บคาร์บอนได้  
**3,300.25** ตันคาร์บอนไดออกไซด์  
เทียบเท่า





โปรแกรมร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ

พื้นที่ดำเนินงาน	หน่วยงานที่ร่วมมือ		รายละเอียดกิจกรรม
พื้นที่บ้านทุ่งดินดำ จังหวัดสุพรรณบุรี	<ul style="list-style-type: none"> <li>หน่วยงานราชการในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี เช่น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และ กรมป่าไม้ เป็นต้น</li> <li>ชุมชน</li> <li>บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)</li> </ul>		ดำเนินโครงการ “CPRAM GREEN LIFE” #ปลูกเพื่อโลกยั่งยืน ปลูกต้นไม้ <b>5,200</b> ต้น บนพื้นที่ <b>35,000</b> ตารางเมตร (26 ไร่)
พื้นที่สวนป่าคลองตะเคียน จังหวัดชลบุรี	<ul style="list-style-type: none"> <li>ซีพีแรม ลาดกระบัง</li> <li>ภาคีเครือข่ายฟื้นฟูพื้นที่สีเขียว สำนักส่งเสริมการปลูกป่า กรมป่าไม้</li> <li>องค์การบริหารส่วนตำบลบ่อทอง จังหวัดชลบุรี</li> </ul>	 	ดำเนินโครงการ CPRAM Forest best for life ภายใต้โครงการ “CPRAM GREEN LIFE #ปลูกเพื่อโลกยั่งยืน” ปลูกต้นไม้ <b>4,000</b> ต้น บนพื้นที่กว่า <b>32,000</b> ตารางเมตร (20 ไร่)
พื้นที่จังหวัดลำพูน	<ul style="list-style-type: none"> <li>ซีพีแรม ลำพูน</li> </ul>	 	ดำเนินโครงการ “CPRAM Green Life #ปลูกเพื่อโลกยั่งยืน” ดำเนินการปลูกต้นไม้เป็นแนวรั้วธรรมชาติรอบโรงงาน จำนวน <b>200</b> ต้น บนพื้นที่กว่า <b>1,600</b> ตารางเมตร
พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำตาปี จังหวัดสุราษฎร์ธานี	<ul style="list-style-type: none"> <li>ซีพีแรม สุราษฎร์ธานี</li> <li>อุตสาหกรรมจังหวัดสุราษฎร์ธานี</li> <li>หน่วยงานราชการ ในพื้นที่อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี</li> </ul>	 	ร่วมกิจกรรมจิตอาสา “รักแม่ น้ำ ลุ่มน้ำตาปี” ปล่อยพันธุ์ปลาในแม่น้ำตาปี และปลูกต้นไม้ในพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำตาปี
อ่าวทุ่งโปรง กองพันลาดตระเวน จังหวัดชลบุรี	<ul style="list-style-type: none"> <li>ซีพีแรม ชลบุรี</li> <li>กองพลนาวิกโยธิน</li> <li>พันธมิตรทางสังคม คู่ค้าและผู้ส่งมอบ</li> </ul>	 	ดำเนินโครงการ CPRAM GREEN LIFE #ปลูกเพื่อโลกยั่งยืน ปลูกต้นไม้ทางกว่า <b>700</b> ต้น ณ อ่าวทุ่งโปรง กองพันลาดตระเวน สัตหีบ
พื้นที่ ซีพีแรม 7 แห่งทั่วประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ซีพีแรม 7 แห่งทั่วประเทศ</li> <li>กรมป่าไม้</li> <li>ศูนย์เพาะชำกล้าไม้ทั่วประเทศ</li> </ul>	 	ดำเนินโครงการ CPRAM GREEN LIFE #แสนกล้าสู่แสนต้น ในปี 2565 แจกต้นกล้าไม้ให้กับพนักงานและประชาชน จำนวน <b>13,150</b> ต้น สะสมรวม <b>76,750</b> ต้น





# สนับสนุนการศึกษา และการเรียนรู้ ตลอดชีวิต



## สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



**SDG 1** **ขจัดความยากจนทุกรูปแบบในทุกพื้นที่**  
 1.4 สร้างหลักประกันว่าชายและหญิงทุกคน โดยเฉพาะคนยากจน และกลุ่มผู้เปราะบาง มีสิทธิเท่าเทียมในการเข้าถึงทรัพยากร ทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการเข้าถึงการบริการขั้นพื้นฐาน การถือกรรมสิทธิ์ และใช้ประโยชน์ที่ดินและทรัพย์สิน

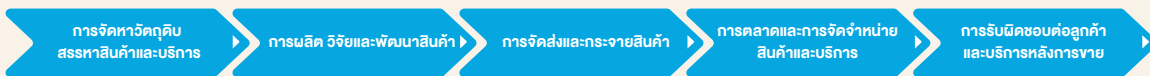


**SDG 4** **สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ ตลอดชีวิต**  
 4.3 ให้ชายและหญิงทุกคนเข้าถึงการศึกษาระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา อุดมศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัยที่มีราคาที่สามารถจ่ายได้ และมีคุณภาพ  
 4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะ ทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดีและการเป็นผู้ประกอบการ



## ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

ชุมชน (เด็ก เยาวชน กลุ่มเปราะบาง) พนักงาน



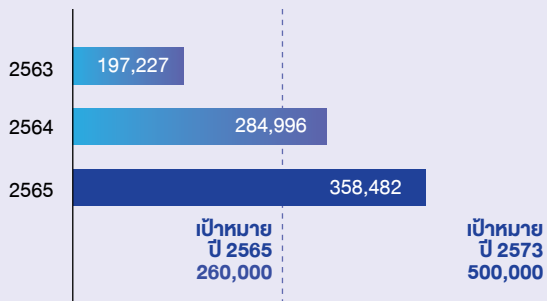
## เป้าหมายปี 2573

สนับสนุนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ ให้มีทักษะทางเทคนิคและอาชีพที่จำเป็นต่อการทำงาน รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต

จำนวน **500,000 ราย**








## ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว (หน่วย : รายสะสม)



### ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2565

 <p>สนับสนุน และส่งมอบโอกาสทางการศึกษา ให้กับโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน และสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา</p> <p><b>180</b> โรงเรียน โรงเรียน CONNEXT ED <b>494</b> โรงเรียน</p>	 <p>สนับสนุนทุนการศึกษา สร้างโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ</p> <p><b>30,765</b> ทุน</p>	 <p>มูลค่าการสนับสนุนทุนการศึกษา</p> <p><b>1,116</b> ล้านบาท</p>	 <p>สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ให้กับพนักงาน</p> <p><b>937</b> ราย มูลค่า <b>40</b> ล้านบาท</p>	 <p>เด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ได้รับการพัฒนาทักษะอาชีพ</p> <p><b>73,486</b> ราย</p>
---	---	---	--	--

### การดำเนินงานที่สำคัญปี 2565

 <p>โครงการต่อเนื่อง คัดคนดีสู่สังคม</p>	 <p>โครงการเครือข่ายสร้างสุข สู่ปลายด้านจวน สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาของกลุ่มเปราะบาง</p>	 <p>โครงการพีไอเอ็ม (PIM) ส่งรอยยิ้มสู่ยอดดอย สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาของกลุ่มชาติพันธุ์</p>	 <p>โครงการต่อเนื่องพัฒนาโรงเรียน CONNEXT ED เพิ่มอีก <b>111</b> แห่งทั่วประเทศ</p>	 <p>โครงการ Creative AI Club มีการจัดกิจกรรม Creative AI Club Hackathon ครั้งที่ 8</p>
---	---	---	---	---

### ความเสี่ยงและโอกาส

บริษัทตระหนักถึงความท้าทายของธุรกิจตั้งอยู่บนโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม ทั้งปัจจัยในการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐาน และการเตรียมพร้อมรับมือสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะช่วงภาวะวิกฤตจากโรคระบาดที่ผ่านมา ตลาดแรงงานมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ความสามารถในการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง และความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี ล้วนเป็นความต้องการในทุกภาคธุรกิจอย่างมาก เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง และความสามารถในการล้มและลุก (Resilience) ในภาวะวิกฤตอย่างยั่งยืนนั้น บริษัทมุ่งสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้แก่พนักงาน รวมถึงการเปิดโอกาสทางสังคมให้แก่ชุมชน เด็ก และเยาวชน รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ได้เข้าถึงการศึกษาขั้นพื้นฐานและการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างเท่าเทียมทั้งในระบบและนอกระบบผ่านโครงการทางการศึกษา เพื่อส่งต่อความรู้และส่งเสริมทักษะที่สำคัญในการประกอบอาชีพสำหรับปัจจุบันและอนาคต

### แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งผลักดันการศึกษาและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ภายใต้เส้นทางการพัฒนาเยาวชนสู่มืออาชีพอย่างยั่งยืนตั้งแต่ปี 2538 โดยสนับสนุนให้พนักงานของบริษัท รวมถึงชุมชน เด็ก เยาวชน กลุ่มเปราะบาง ได้มีทักษะใหม่ มีชุดความคิดที่ดี มีความสามารถในการเผชิญหน้ากับสิ่งท้าทายใหม่ ๆ บริษัทร่วมมือกับหน่วยงานหลายภาคส่วนจัดตั้งสถาบันการศึกษา เพื่อส่งมอบองค์ความรู้ทั้งจากในห้องเรียนและจากการปฏิบัติงานจริง มีการพัฒนา รูปแบบการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ การปรับพื้นที่สถานศึกษาตามมาตรฐานด้านความปลอดภัย พร้อมทั้งมอบทุนการศึกษา บริษัทเล็งเห็นแล้วว่าการศึกษามีคุณภาพจะสามารถสร้างโอกาสทางอาชีพ สร้างรายได้ และคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น ให้บุคลากรของบริษัท รวมถึงชุมชน และคนในสังคม จึงมีการดำเนินงานและการสนับสนุนโครงการด้านการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตมาโดยตลอด

### อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

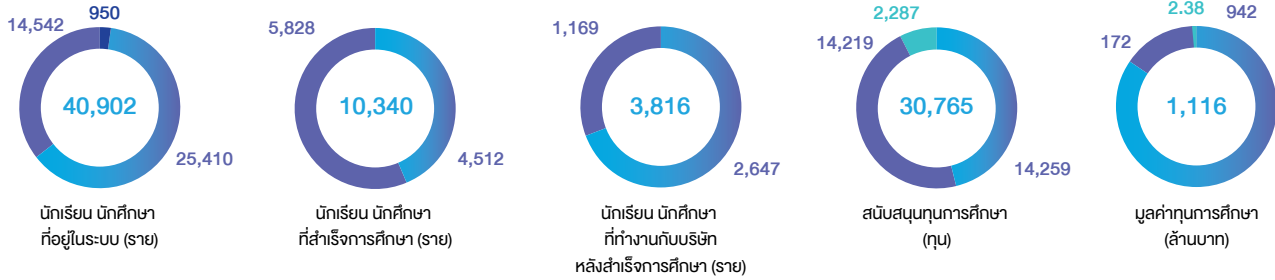
- เรื่อง “การสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้แก่พนักงาน” ในบท “การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง”



### สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

#### ส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ

● มัธยมศึกษา ● อุดมศึกษา ● อาชีวศึกษา ● อื่น ๆ



#### พัฒนากิจกรรมอาสาสมัครที่จำเป็นในการประกอบอาชีพ



เด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ กลุ่มเปราะบาง  
ที่ได้รับการพัฒนากิจกรรมอาสาสมัคร  
**73,486** ราย

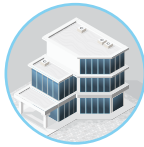


ร้อยละ **36.91** ของนักศึกษาจาก  
วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT)  
และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM)  
สาขาวิชาชีพธุรกิจค้าปลีก ได้รับโอกาส  
เข้าร่วมทำงานกับบริษัท

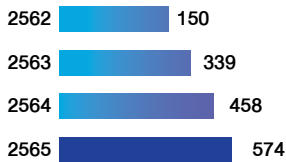


นักศึกษา **6** ราย ในกลุ่มของ  
สถาบันปัญญาภิวัฒน์ ได้รับโอกาสพิเศษ  
ในการเข้าร่วมเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven  
ประเภทร่วมลงทุน  
(Store Business Partner : SBP)

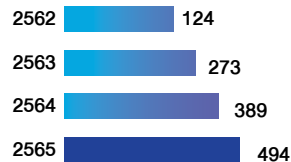
#### สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต ภายใต้โครงการ “สานอนาคตการศึกษา (CONNEXT ED)”



##### โรงเรียน CONNEX ED ที่บริษัทร่วมดูแล (จำนวนสะสม)



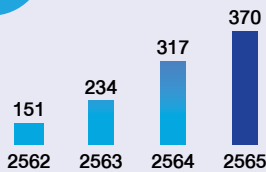
##### โรงเรียนภาครัฐที่บริษัทร่วมพัฒนา (จำนวนสะสม)



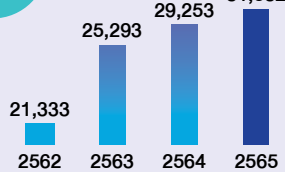
#### จิตอาสาเพื่อการพัฒนา (School Partner Volunteers)



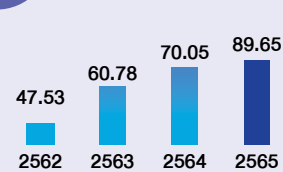
##### จำนวนจิตอาสา (รายสะสม)



##### ชั่วโมงจิตอาสาเพื่อการพัฒนา การศึกษาที่ยั่งยืน (ชั่วโมงสะสม)



##### งบประมาณสนับสนุนในการพัฒนาโรงเรียน (ล้านบาทสะสม)





## โปรแกรมส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ

เป็นเวลากว่า 15 ปีที่บริษัทดำเนินงานด้านการศึกษาเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดตั้งสถาบันการศึกษา และมีการขยายขอบเขตอย่างครอบคลุม รวมถึงก่อตั้งสถาบันที่เปิดโอกาสให้เยาวชนสามารถเข้าถึงการศึกษาได้ผ่านระบบออนไลน์ (VDO Conference) ได้แก่

- 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) เปิดโอกาสทางการศึกษาระดับอาชีวศึกษา
- 2 สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ที่มอบโอกาสต่อยอดทางการศึกษาให้แก่เยาวชนในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก
- 3 โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม) ครอบคลุมระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย
- 4 ศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ การศึกษาผ่านระบบออนไลน์ (VDO Conference) กว่า 20 แห่งทั่วประเทศ

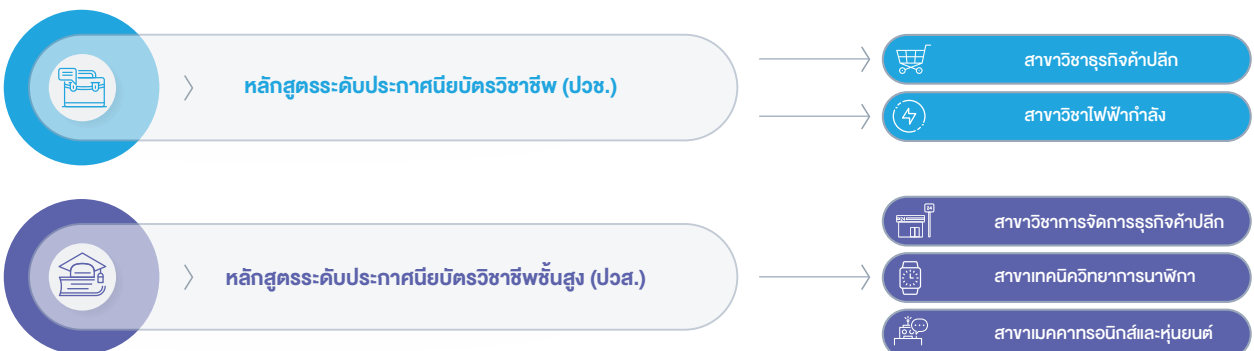
นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ โดยมอบโอกาสทางการศึกษาเป็นทุนสนับสนุนนักเรียนไทย ตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาถึงระดับอุดมศึกษาเป็นประจำทุกปี โดยในปี 2565 มีการสนับสนุนสถาบันการศึกษาและการมอบทุนการศึกษา ดังนี้



### 1.1 วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT)

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) เปิดโอกาสทางการศึกษา ด้านวิชาชีพในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สำหรับนักเรียนที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยมุ่งเน้นให้ความรู้แบบครบวงจร ทั้งความรู้ภาคทฤษฎี ตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการ ควบคู่กับการปฏิบัติจริง

(Work-based Learning) ผู้เรียนสามารถเข้าฝึกงานแบบมีค่าตอบแทน ที่ร้าน 7-Eleven นอกจากนี้จะได้รับโอกาสในการฝึกทักษะ สะสมประสบการณ์ตรงในสายอาชีพ ยังเป็นการสร้างรายได้เสริม ตามสโลแกน “เรียนฟรี มีงานทำ ฝึกอาชีพ มีรายได้ระหว่างเรียน” ซึ่งมีหลักสูตรการเรียนการสอนทั้งหมด ดังนี้





บริษัทได้จัดตั้งและยังคงดำเนินงานศูนย์การเรียนรู้ปัญญาวิวัฒน์ที่กระจายตามพื้นที่ชุมชนต่าง ๆ รวม 20 ศูนย์ รวมถึงการลงนามร่วมมือกับสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน และสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กว่า 180 แห่ง ในการเปิดสอนหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก ปัจจุบันมีจำนวนนักเรียนในระบบกว่า 12,000 ราย พร้อมทั้งจัดทำกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานองค์กร ดังนี้



### โครงการบริการวิชาการวิชาชีพ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 18

นักเรียน นักศึกษา สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก และสาขาไฟฟ้ากำลัง ดำเนินกิจกรรมจิตอาสา บริการวิชาการ และวิชาชีพด้านธุรกิจค้าปลีกและด้านไฟฟ้าแก่ชุมชนและสังคมในจังหวัดนนทบุรี โดยบูรณาการความรู้และประสบการณ์ของผู้เรียนในการเผยแพร่ความรู้ผ่านกิจกรรม ดังนี้



สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก



#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ผู้เรียน **1,300** ราย ที่เข้าร่วมโครงการ



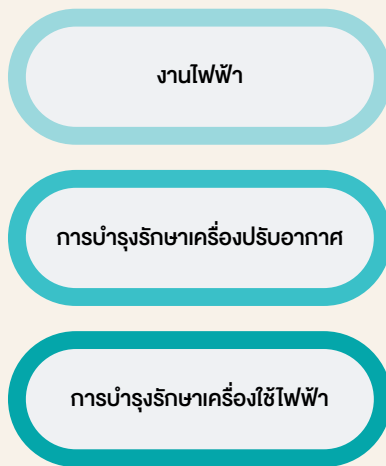
ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจไม่ต่ำกว่าร้อยละ **85**



สร้างอาชีพ สร้างธุรกิจให้คนในชุมชน



สาขาไฟฟ้ากำลัง



#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



**120** ราย ที่เข้าร่วมโครงการและรับบริการวิชาการวิชาชีพ



ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจไม่ต่ำกว่าร้อยละ **86**



เพิ่มทักษะสำหรับประกอบอาชีพให้นักเรียนของโครงการ



สร้างความรู้เพื่อการประกอบอาชีพและช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านการบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้าให้ชุมชน



ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุที่อาจเกิด และการใช้ไฟฟ้าเกินความจำเป็นจากการขาดการบำรุงรักษาและความรู้พื้นฐานในงานไฟฟ้า



### โครงการคืนคนดีสู่สังคม ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4

ซีพี ออลล์ วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ ร่วมกับกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรม มอบโอกาสให้กับเด็กและเยาวชนทั่วประเทศที่กระทำผิด โดยการสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อการแก้ไข บำบัดฟื้นฟูให้โอกาสด้านการศึกษา ได้ศึกษาต่อที่สถาบัน ในหลักสูตรธุรกิจค้าปลีก และหลักสูตรการจัดการธุรกิจค้าปลีก ในรูปแบบทวิภาคี โดยเรียนภาคทฤษฎีที่สถานศึกษา สลับกับการฝึกอาชีพที่ร้าน 7-Eleven เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 3 เดือน พร้อมได้รับรายได้ระหว่างเรียนและเป็นหลักประกันการมีงานทำหลังจากสำเร็จการศึกษาฝึกอบรมอาชีพ ตลอดจนสร้างโอกาสในการเข้าถึงการมีงานทำ อบรมการฝึกอาชีพด้านกาแฟ โดยศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพกาแฟปัญญาภิวัฒน์ (P-CoT) ร่วมกับหน่วยงานคิดสรรและเบลลี พรีเมียมคาเฟ่ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) อบรมให้ความรู้เรื่องการทำกาแฟ ประกอบด้วย 3 หัวข้อย่อย ได้แก่ การเป็นบาริสต้า การทำเบเกอรี่ และการบริหารจัดการร้าน พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการจัดแข่งขันบาริสต้า ภายใต้โครงการ “ส่งเสริมและพัฒนาทักษะเด็กและเยาวชน

ด้านวิชาชีพ” นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนอุปกรณ์และเครื่องคอมพิวเตอร์ให้กับศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดลาดหลุมแก้ว และศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดจังหวัดปัตตานี เพื่อให้ผู้กระทำผิดนั้นสามารถกลับคืนสู่สังคมได้อย่างภาคภูมิใจและดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุข



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



เด็กและเยาวชนเข้าร่วมโครงการ 83 ราย



มอบทุนการศึกษา 83 ทุน



มูลค่าการสนับสนุน 4.2 ล้านบาท



### โครงการ Business for Young Program

เพื่อส่งเสริมและสร้างความเข้าใจให้กับเยาวชนในการเลือกเรียนและเข้าทำงานในสายอาชีพทางด้านธุรกิจค้าปลีก ของศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ทั้ง 20 แห่ง สำหรับเป็นทางเลือกในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียน โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเล่นปนเรียน (Learn and Play) และจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ฐานการเรียนรู้เกี่ยวกับสายอาชีพด้านธุรกิจค้าปลีก 5 หัวข้อ ได้แก่ ฐานที่ 1: มาตรฐานการให้บริการ ฐานที่ 2 : บุคลิกภาพกับการให้บริการ ฐานที่ 3 : การบัญชีเบื้องต้น ฐานที่ 4 : การจัดแสดงสินค้า หรือการจัดเรียงสินค้า ฐานที่ 5 : การออกแบบโลโก้และผลิตภัณฑ์ รวมถึงการศึกษาดูงานร้านค้าปลีก และมีการจัดรูปแบบออนไลน์เพื่อสร้างความเข้าใจ และสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการศึกษาต่อในสายอาชีพ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับสายอาชีพด้านธุรกิจค้าปลีกมากขึ้น ปี 2565 มีนักเรียนและเยาวชนเข้าร่วมจำนวน 3,922 ราย มีสถานศึกษาเข้าร่วม จำนวน 58 แห่ง





## 1.2 สถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์ (พีไอเอ็ม : PIM)

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์ (PIM) สถาบันสำหรับนักเรียนที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีวศึกษา หรือเทียบเท่า เพื่อส่งมอบโอกาสศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี และสามารถต่อยอดไปยังปริญญาโท ปริญญาเอก ผ่านระบบการเรียนการสอนที่เรียกว่า Work-based Education (WBE) ภายใต้ 3 จุดแข็ง ในการเชื่อมโยงความรู้ทางทฤษฎีเข้ากับภาคปฏิบัติแก่นักศึกษา ดังนี้



ความรู้เชิงวิชาการจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ และกรณีศึกษาจากผู้ปฏิบัติงานจริงในองค์กร ผ่านความร่วมมือที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ภายในประเทศและต่างประเทศ



ประสบการณ์การทำงานโดยตรงจากบริษัทในเครือและพันธมิตรทางธุรกิจ สอดประสานไปกับการเป็น Corporate University หรือมหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจไปพร้อมกับการเป็น Network University



การพัฒนาองค์ความรู้ของอาจารย์และนักศึกษา โดยใช้โจทย์จริงในองค์กรพร้อมนำไปใช้ในทางปฏิบัติได้โดยตรง กลับมาสู่การเรียนการสอนในห้องเรียน และอาจเกิดเป็นผลงานนวัตกรรม





**โครงการเครือข่ายสร้างสุข สู่ปลายด้ามขวาน**  
ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3

ซีพี ออลล์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ร่วมกับศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างโอกาสที่เท่าเทียม มอบทุนการศึกษาในระดับอุดมศึกษาแก่เยาวชนในพื้นที่เสี่ยงภัยจากเหตุการณ์ความรุนแรงสูง 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ สนับสนุนค่าครองชีพ และค่าที่พักระหว่างเรียน 4,500 บาทต่อเดือน และมีรายได้ระหว่างฝึกงาน 9,000 บาทต่อเดือน ภายใต้มาตรการช่วยลดความกังวลของนักศึกษา ผ่านกิจกรรมรุ่นพี่ดูแลรุ่นน้องช่วยดูแลความเป็นอยู่ระหว่างเรียนและระหว่างฝึกงาน รวมถึงจัดให้มีอาจารย์ที่ปรึกษาดูแลอย่างใกล้ชิด อีกทั้งยังสามารถเลือกเรียนได้ที่สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ หรือหน่วยการเรียนทางไกลจังหวัดสงขลา หรือมหาวิทยาลัยเครือข่ายความร่วมมือของ ซีพี ออลล์ รวมถึงส่งเสริมให้นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา กลับไปประกอบอาชีพในพื้นที่บ้านเกิดของตนเอง ทำให้เกิดการจ้างงาน และเกิดการหมุนเวียนของเศรษฐกิจพื้นที่ ยกกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตให้กับชุมชน



**โครงการ พีโอเอ็ม (PIM) ส่งรอยยิ้มสู่ยอดคอย**  
ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5

ซีพี ออลล์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค: NECTEC) และบริษัท ชัยอสมิโนสไตร์ จำกัด ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างโอกาสที่เท่าเทียม พัฒนาศักยภาพของเยาวชนในพื้นที่มอบทุนการศึกษาในระดับอุดมศึกษาแก่เยาวชนกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน จัดกิจกรรมการเรียนการสอนในระบบรูปแบบการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงมุ่งเน้นสร้างทักษะ (Work-based Education: WBE) ด้านนวัตกรรม การนำผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีเอกลักษณ์มาปรับปรุงพัฒนา เพื่อยกระดับสร้างรายได้ให้กับชุมชนด้วยระบบการศึกษาทางไกล (Distance Learning) และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน (Teacher-Student Relationship)



**กองทุนเพื่อชีวิตแห่งการเรียนรู้**

การจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) จัดตั้ง “กองทุนเพื่อชีวิตแห่งการเรียนรู้” หรือ PIM SMART ครบรอบ 10 ปี โดยสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งเป็นทุนที่ไม่มีข้อผูกมัดใดๆ ปัจจุบันมีบันทึกจากกองทุน ทั้งหมด 9 รุ่น จำนวนบันทึกตรงรวม 444 ราย ช่วยเหลือนักศึกษาแล้ว 1,699 ทุน มูลค่า 36.7 ล้านบาท



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



มอบทุนการศึกษา **2,270 ทุน** มูลค่า **224.73** ล้านบาท



นักศึกษาในโครงการสำเร็จการศึกษาแล้ว **10** รุ่น จำนวน **510** ราย



นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำ ร้อยละ **100**



นักศึกษามีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย **18,000-20,000** บาท



สร้างผู้ประกอบการชุมชน **34** ราย



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



มอบทุนการศึกษา **258 ทุน** มูลค่า **25.54** ล้านบาท



นักศึกษาในโครงการสำเร็จการศึกษาแล้ว **5** รุ่น จำนวน **136** ราย



นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำ ร้อยละ **100**



นักศึกษามีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย **14,000** บาท สูงกว่ารายได้เฉลี่ยของประชากรจังหวัดแม่ฮ่องสอน ร้อยละ **62.58**



สร้างผู้ประกอบการชุมชน **21** ราย



### 1.3 โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)

บริษัท จัดตั้งโรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม) เพื่อสนับสนุนการศึกษาแก่เยาวชนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ผ่านการเรียนรู้แบบ Active learning เน้นความสนใจและศักยภาพของผู้เรียนเป็นหลัก ส่งเสริมการเรียนรู้ตามความต้องการและความถนัดเฉพาะทางของผู้เรียน ซึ่งการเรียนเป็นภาษาอังกฤษใน 3 รายวิชาหลัก

ได้แก่ คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และภาษาอังกฤษ และมีการสอนภาษาจีนเพิ่มเติมเป็นภาษาที่สาม พร้อมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมต่อการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพในรูปแบบ Digital Class Room ตลอดจนการปลูกฝังคุณธรรม ความรับผิดชอบ และความมีวินัย ให้เยาวชนเป็นทั้งคนเก่งและคนดีในสังคม ปัจจุบันมีนักเรียนกว่า 950 ราย



### 1.4 การมอบโอกาสทางการศึกษา

บริษัท ส่งเสริมการศึกษาพัฒนาเยาวชน ภายใต้กลยุทธ์ด้านสังคม “7 Go Together” สนับสนุนทุนการศึกษาให้กับนักเรียนไทยระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ระดับอาชีวศึกษา (ปวช. และ ปวส.) และระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรีขึ้นไป) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 14 โดยในปี 2565 ได้สนับสนุนทุนการศึกษาไปแล้วทั้งสิ้น 28,478 ทุน คิดเป็นมูลค่า 1,114 ล้านบาท และมีผู้สำเร็จการศึกษาทุกหลักสูตรทั้งสิ้น 10,340 ราย

นอกจากนี้ ยังมีทุนให้แก่นักศึกษาในกลุ่มของสถาบันปัญญาภิวัฒน์ เพื่อเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทและเข้าทำงานกับบริษัท โดยผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับอาชีวศึกษาสามารถเข้าทำงานในตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการ และผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษาสามารถเข้าทำงานในตำแหน่งผู้จัดการในร้าน 7-Eleven ได้ทันที อีกทั้งยังมีโอกาสพิเศษในการเข้าร่วมเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven ประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner: SBP) ซึ่งในปีการศึกษานี้มีจำนวนบัณฑิตที่จบการศึกษาเข้าร่วมงานกับบริษัท จำนวน 3,816 ราย



## โปรแกรมสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)

การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เป็นอีกหนึ่งการดำเนินงานของบริษัทที่ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านสถาบันการศึกษา นอกเหนือจากองค์ความรู้พื้นฐาน บริษัทมุ่งผลักดันความสามารถและความสนใจเฉพาะทาง รวมถึงเติมเต็มทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต ให้เยาวชน ชุมชน และบุคลากรของบริษัทสามารถตอบสนองต่อความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ โดยในปี 2565 มีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้



### โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED เฟส 4

โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED ดำเนินการภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ 5 ด้าน ผนวกกับกรอบความยั่งยืนในการสร้างโรงเรียนที่พึ่งพาตนเองได้ ให้โรงเรียนและชุมชนมีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ให้โรงเรียนและโครงการของโรงเรียนเดินหน้าต่อไปได้ สามารถสร้างรายได้ในระยะยาว มีการบูรณาการความรู้ 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ตามหลักสูตรแกนกลางสู่หลักสูตรสถานศึกษาหรือหลักสูตรท้องถิ่น โดยในปีการศึกษา 2565 บริษัทยังดำเนินโครงการต่อเนื่องในเฟส 4 ร่วมพัฒนาโรงเรียนเพิ่มเติมอีก 111 โรงเรียน สนับสนุนงบประมาณ องค์ความรู้ อุปกรณ์การศึกษา วัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็น พร้อมทั้งส่งบุคลากรของบริษัทที่ผ่านการพัฒนากิจกรรมและมีจิตสำนึกเข้าไปเป็นผู้นำรุ่นใหม่ (School Partner) เพื่อเป็นคู่มือช่วยเหลือโรงเรียน

ที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาและแก้ไขปัญหาในบริษัทที่แตกต่างกัน ผ่านการดำเนินโครงการย่อยต่างๆ ในด้านวิชาชีพ ด้านเกษตรกรรม ด้านวิชาการ ด้านศิลปวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อมกว่า 105 โครงการ ซึ่งบริษัทได้บูรณาการองค์ความรู้ดังกล่าว เพื่อยกระดับเนื้อหาการเรียนการสอนแก่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนให้เหมาะสมกับครูและนักเรียน พร้อมขยายผลโมเดลความสำเร็จของโรงเรียนต้นแบบสู่โรงเรียนอื่น ๆ ในปี 2565 บริษัทยังคงพยายามต่อยอดให้โรงเรียนที่ดำเนินโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือ Best Practice สามารถพัฒนาขึ้นมาจนเป็นโรงเรียนต้นแบบหรือ School Model ใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ 1. ด้านไอซีทีและวิชาการ 2. ด้านวิชาชีพ 3. ด้านการเกษตรและ 4. ด้านสิ่งแวดล้อม มีโรงเรียนต้นแบบที่เป็นโมเดลในการส่งมอบโอกาสดี ๆ ให้แก่โรงเรียนต่าง ๆ อาทิ

ด้านไอซีทีและวิชาการ		
<p><b>โครงการ</b> “ห้องปฏิบัติการปัญญาประดิษฐ์ (AI Lab)” โรงเรียนบ้านหนองแสง โคกน้อย จังหวัดขอนแก่น</p>	<p>การพัฒนาหลักสูตรด้านเทคโนโลยีวิทยาการสมัยใหม่ทั้งหุ่นยนต์หรือ Robotics, AI (Artificial Intelligence Lab) และ IoT (Internet of Things) อย่างง่าย นำมาสู่การสร้างสรรค์ผลงาน อาทิ เครื่องจ่ายเจลล้างมืออัตโนมัติ ราวตากผ้าอัตโนมัติ ทีวี-อัจฉริยะ เป็นผลงานที่สามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน</p>	
ด้านอาชีพ		
<p><b>โครงการ</b> “ร้านกาแฟสร้างอาชีพ” โรงเรียนโสตศึกษา จังหวัดนนทบุรี และ โรงเรียนบ้านนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์</p>	<p>นำทักษะที่จำเป็นสำหรับนักเรียน ในยุคการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 อย่าง 3R 8C มาใช้ในการสร้างร้านกาแฟ เด็ก ๆ จะได้ลงมือปฏิบัติจริง จนนำมาสู่การสร้างอาชีพของตนเองและชุมชน</p>	
<p><b>โครงการ</b> “ท่องโลกกล้วย” โรงเรียนวัดชมพูประดิษฐ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช</p>	<p>ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้สามารถเลี้ยงชีพคนในชุมชน และกลายเป็นมรดกส่งต่อไปยังลูกหลานนำการแปรรูปปาล์มกล้วย มาบูรณาการเข้ากับกลุ่มสาระการเรียนรู้ทั้ง 8 กลุ่มสาระ ร่วมกับปราชญ์ชาวบ้านและคนในชุมชนร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์จากปาล์มกล้วยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่า อาทิ เชือกกล้วยหูหิ้วกล้วยกาแฟ ถาดใส่อาหารทำจากใบตอง กระถางต้นไม้จากโยกกล้วย พร้อมเสริมทักษะการคำนวณต้นทุนผลผลิต การคิดราคาจำหน่าย การใช้สื่อออนไลน์ในการขายสินค้า สร้างอาชีพและรายได้กลับคืนสู่ชุมชน</p>	
ด้านเกษตร		
<p><b>โครงการ</b> “โคกหนองนาโมเดล” โรงเรียนบ้านวังดินสอง จังหวัดปราจีนบุรี</p>	<p>บูรณาการชีวิตจากท้องนาสู่ห้องเรียน บนพื้นฐานของการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ เพื่อนำมาสู่ความยั่งยืน ภายใต้ทฤษฎีบันได 9 ขั้น พัฒนาจากขั้นพื้นฐาน (พอกิน พอใช้ พออยู่ พอมีพอกิน) สู่ขั้นก้าวหน้า (ทำบุญ ให้อาหาร เก็บไว้เผื่อขาด ค้ำจุน เครื่องนุ่งห่ม) เด็ก ๆ จะได้เรียนรู้หลักการการทำเกษตร รูปแบบใหม่ที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในห้องเรียน แต่เป็นการเรียนรู้ที่สามารถต่อยอดสู่ความยั่งยืน</p>	
<p><b>โครงการ</b> “ศูนย์การเรียนรู้ ข้าวหอมมะลิ นักสวนครัว” ภายใต้ ความคิด Smart Farmer โรงเรียนบ้านโคกมะเมียน จังหวัดสุรินทร์</p>	<p>นำเนื้อหา Smart Farmer เข้าไปสอดแทรกในการเรียนการสอนทุกรายวิชา ให้นักเรียนและคนในชุมชนมีความเข้าใจภาคเกษตรกรรมในทุกมิติ ทั้งด้านการบริหารจัดการ ด้านธุรกิจ และด้านเทคโนโลยี และเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้ภาคเกษตรกรรมของไทยในอนาคต พร้อมทั้งสร้างผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิให้นักเรียนและชุมชนมีรายได้</p>	
ด้านสิ่งแวดล้อม		
<p><b>โครงการ</b> “ต้นกล้าไร้ถัง” โรงเรียนอนุบาลกับสะเท จังหวัดประจวบคีรีขันธ์</p>	<p>ปลูกฝังเด็ก เยาวชน พ่อแม่แม่ค้าในโรงเรียน ให้ร่วมกัน ลด ละ เลิก ใช้สิ่งของที่สามารถกลายเป็นขยะและใช้ครั้งเดียวทิ้ง เช่น แก้วน้ำพลาสติก หลอด จานกระดาษ จนสามารถลดปริมาณขยะจาก 15 ตันต่อเดือน เหลือเพียง 2 กิโลกรัมต่อเดือน พร้อมทั้งมีการบูรณาการการจัดการขยะเข้าสู่หลักสูตรการเรียนการสอน และให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในการจัดการ ด้วยความคิดแยกขยะออกจากขยะสามารถหมุนเวียนรายได้กลับสู่โรงเรียน มีการต่อยอดเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน</p>	



## ด้านสิ่งแวดล้อม

โครงการ  
“หูหิ้วถ้วยกาแฟ เส้นกนก  
สายใยรักทั่วโลก”  
โรงเรียนวัดประดู่หอม  
(สุพรรณบุรี)  
จังหวัดพิจิตร

นำวิชพีชที่ขึ้นตามธรรมชาติในท้องถิ่นอย่าง “ต้นกก” และพีชเศรษฐกิจอย่าง “กระจุต” มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งของในท้องถิ่นต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างรายได้กลับคืนสู่ชุมชน อาทิ หลักสูตร “หูหิ้วถ้วยกาแฟ เส้นกนกสายใยรักทั่วโลก” นำเทคนิคฝีมือด้านหัตถกรรมมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสายหูหิ้วถ้วยกาแฟ โดยบริษัทสนับสนุนงบประมาณในโครงการ พร้อมทั้งสนับสนุนผลิตภัณฑ์มาใช้กับ ออลล์ คาเฟ่ (All Cafe) ในร้าน 7-Eleven สาขาในพื้นที่ท้องถิ่น ซึ่งอยู่ในระยะทดลองและพิจารณาขยายผลไปยังร้าน 7-Eleven ที่มีบริการกาแฟและเครื่องดื่มจากออลล์ คาเฟ่ (All Cafe) ในเขตพื้นที่อื่น



## ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



สนับสนุนงบประมาณพัฒนาโรงเรียน CONNEXT ED  
สะสมจนถึงเฟส 4 จำนวน 494 โรงเรียน



มูลค่าการสนับสนุนงบประมาณพัฒนาโรงเรียน  
CONNEXT ED 89.65 ล้านบาท



จำนวนเด็ก เยาวชน และครูที่ได้รับการพัฒนาทักษะอาชีพ  
131,630 ราย



ส่งเสริมให้นักเรียน ครู และชุมชน เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต

- หลักสูตรท้องถิ่น 25 หลักสูตร และเกิดศูนย์การเรียนรู้ชุมชน 25 ศูนย์
- สร้างโรงเรียนต้นแบบ หรือ School Model จำนวน 16 โรงเรียน
- โรงเรียนที่ดำเนินโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือ Best Practice จำนวน 25 โรงเรียน
- โรงเรียนในโครงการร่วมพัฒนา หรือ Partnership School จำนวน 9 โรงเรียน



สร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชน



## Creative AI Camp IIa: Creative AI Club

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมเยาวชนในทุกมิติ การเพิ่มพูนทักษะความรู้ต่าง ๆ ทั้งทางด้านเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ด้านธุรกิจ และด้านปรัชญาความคิด รวมถึงการสร้างเวทีให้เยาวชนได้แสดงศักยภาพของตนในการสร้างสรรค์ผลงานด้าน AI เพื่อเป็นก้าวแรกที่สำคัญในการสร้างทรัพยากรมนุษย์อย่างยั่งยืน ผ่านโครงการ Creative AI Camp (CAI Camp) และ Creative AI Club (CAI Club) โดยมี 3 วัตถุประสงค์ ดังนี้



## New Learning Space

สร้างพื้นที่การเรียนรู้ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก  
สำหรับต่อยอดด้าน AI



## New Creative Community

สร้างชุมชนเพื่อแบ่งปันความรู้ สร้างสรรค์  
ผลงานด้าน AI และสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์  
ของเยาวชนที่จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ในวันข้างหน้า






## New Innovations &amp; Solutions

สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ คิด และพัฒนาวิธีการ  
แก้ไขปัญหาแนวทางใหม่ ๆ ด้วยความรู้ AI  
โดยสมาชิกในคลับ




CAI Camp เป็นโครงการที่จัดขึ้นต่อเนื่องทุกปี เพื่อให้ความรู้ไปพร้อม ๆ กับการเพิ่มพูนทักษะที่เยาวชนสามารถนำไปพัฒนา AI ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการส่งเสริมให้เกิดวิจรรณญาณในการใช้ AI


อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งในปีที่ 5 นี้ CAI Camp มาในธีม Anytime, Anywhere with AI และมีหลายผลงานที่โดดเด่น เป็นที่น่าจับตามอง อาทิ



	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลงาน “AI Ensure Worker Safety at Construction Site” ซึ่งเป็นการนำ AI มาผสมผสานการทำงานกับกล้อง CCTV ช่วยตรวจจับสถานการณ์เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุของคนทำงานในไซต์ก่อสร้าง</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลงาน “AI Solving Traffic Jam” ซึ่งได้นำ AI มาช่วยในการควบคุมสัญญาณไฟจราจร</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลงาน “Parking Occupancy Detection” ระบบการประมวลผลด้วยภาพ (Image Processing) มาผสมผสานกับกล้อง CCTV ใช้ตรวจจับพฤติกรรมจอดรถ</li> </ul>

สำหรับโครงการ CAI Club ได้มีการนำโปรเจกต์จากโครงการ CAI Camp มาขยายผล พัฒนาต่อยอด และนำไปใช้จริง เช่น โปรเจกต์ DOCJuice ซึ่งเป็นการนำ AI มาตรวจสอบเอกสาร และนำข้อความเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้อง ไปใช้งานร่วมกับระบบอื่นต่อ เป็นต้น และในปี 2565 ที่ผ่านมา CAI Club ได้จัดกิจกรรม CAI Talk (AI-GO) ทางออนไลน์ในทุกคืนวันอังคาร กิจกรรม CAI Go Tournament สนับสนุนการแข่งขันโกะเพื่อวัตถุประสงค์และสร้างความสัมพันธ์ให้แก่เยาวชน รวมถึงสนับสนุนการจัดกิจกรรม Creative AI Club Hackathon ขึ้นเป็นครั้งแรก เพื่อเป็นเวทีให้เยาวชนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับอุดมศึกษา ปีที่ 1 จากทั่วประเทศ ได้ร่วมกันสร้างสรรค์ไอเดีย ภายใต้แนวคิด AI For Youth ส่งเสริมสร้างสรรค์ผลงานที่ “คิดโดยเยาวชน ทำโดยเยาวชน เพื่อเยาวชน”

โดยดำเนินการร่วมกับการสนับสนุนจากพันธมิตรทั้งภาคเอกชน ภาครัฐ สถาบันอุดมศึกษา และศิษย์เก่าจากโครงการ CAI Camp ซึ่งผลของการจัดงานทำให้เราตระหนักถึงปัญหา (Pain Point) ที่เป็นของเยาวชนอย่างแท้จริงในยุคปัจจุบัน และหลากหลายปัญหาที่ผู้ใหญ่คาดไม่ถึง ว่าเยาวชนจะมองเห็นเป็นปัญหา เช่น ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการเรียนออนไลน์ ปัญหาการแต่งกาย ปัญหาสิวในวัยรุ่น ปัญหาการเลือกอาชีพ และคนที่เรียนในอนาคต และที่สำคัญคือการได้แสดงออกทางความคิดอย่างสร้างสรรค์ของเยาวชนในการนำ AI มาแก้ปัญหาเหล่านั้น คณะกรรมการได้ร่วมพิจารณาแนวทางที่น่าเสนอ รวมถึงความเป็นไปได้ในการนำมาประยุกต์ใช้ได้จริง ทั้งทางเทคนิคและต้นทุนการดำเนินการ โดยมีไอเดียที่น่าสนใจ เป็นอย่างมาก อาทิ

	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลงาน “เคียงเครียด” แอปพลิเคชันที่ใช้ AI ช่วยดูแลสุขภาพจิตเยาวชน Mental Therapy</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลงาน “Vio-Protego” แอปพลิเคชันที่ใช้ AI ทำงานควบคู่กับกล้องวงจรปิด เพื่อตรวจจับปัญหาความรุนแรงในห้องเรียน</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลงาน “Ling Jak Jak” LINE-Bot ที่ใช้ AI ช่วยตรวจสอบและให้คำแนะนำแก่ผู้ป่วยโรคฝีดาษลิง</li> </ul>

 **ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

-  เยาวชนเข้าร่วมโครงการและได้รับการพัฒนาทักษะ-สะสม จำนวน **202** ราย
-  มูลค่าการสนับสนุนงบประมาณกิจกรรมสะสม **4.7** ล้านบาท



## การเข้าถึงอาหารและน้ำ ที่ปลอดภัย และสุขภาพที่ดี



### สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



**SDG 2 ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการและส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน**

2.1 ยุติความหิวโหยและสร้างหลักประกันให้ทุกคนโดยเฉพาะที่ยากจนและอยู่ในภาวะเปราะบาง อันรวมถึงทารก ได้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการและเพียงพอ



**SDG 3 สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดี และส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย**

3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ารวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้



**SDG 11 ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิคุ้มกันและยั่งยืน**

11.5 ลดจำนวนการตายและจำนวนคนที่ได้รับผลกระทบและลดการสูญเสียโดยตรงทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของโลกที่เกิดจากภัยพิบัติ ซึ่งรวมถึงภัยพิบัติที่เกี่ยวข้องกับน้ำโดยมุ่งเป้าปกป้องคนจนและคนที่อยู่ในสถานการณ์ที่เปราะบาง



**SDG 12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและบริโภคที่ยั่งยืน**

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืน และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

12.4 บรรลุเรื่องการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตกลงกันแล้ว และลดการปลดปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดินอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อจะลดผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด



**SDG 17 การมีส่วนร่วมในเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน**

17.14 ยกระดับความสอดคล้องเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



### ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ชุมชน (กลุ่มเปราะบาง  
ครอบครัวผู้ขาดแคลน  
ผู้ยากจน)

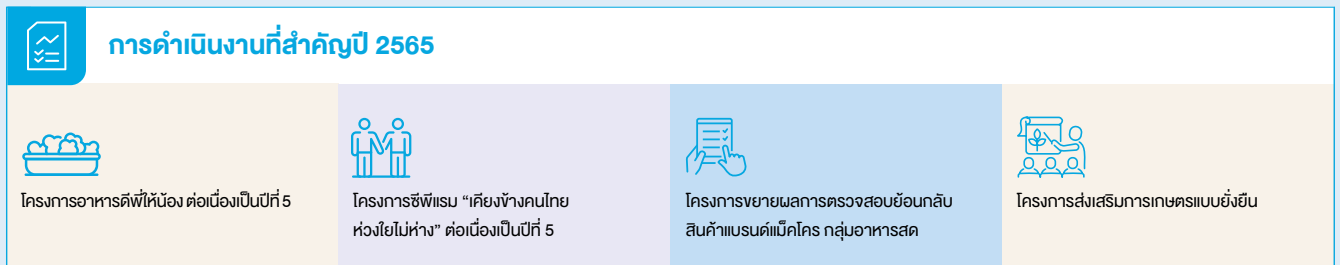
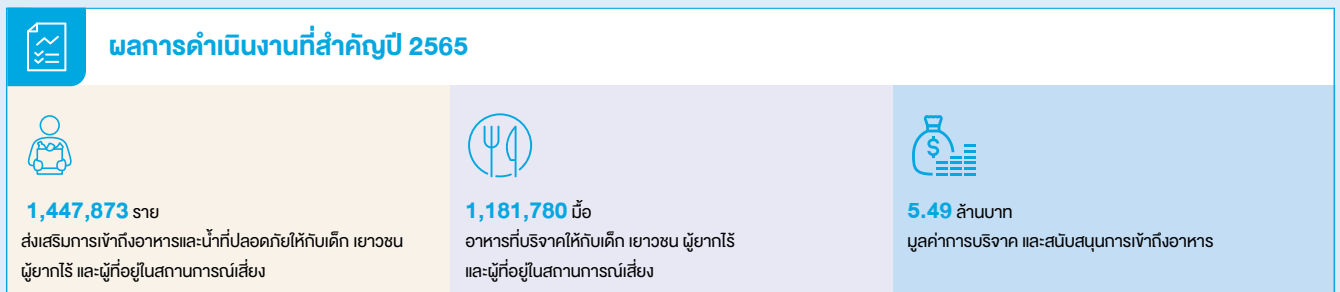
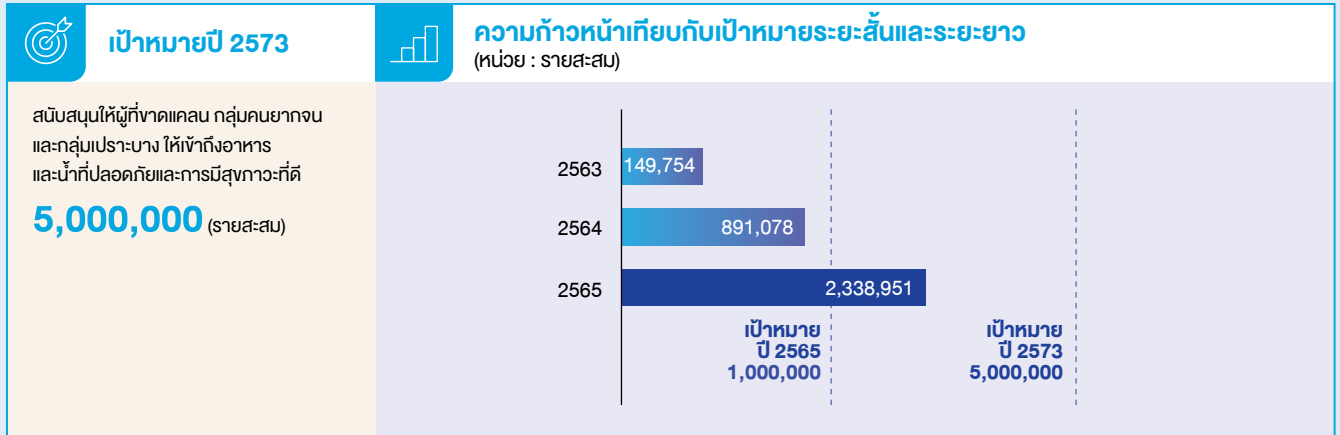
การจัดหาวัตถุดิบ  
สรรหาสินค้าและบริการ

การผลิต วิจัยและพัฒนาสินค้า

การจัดส่งและกระจายสินค้า

การตลาดและการจัดจำหน่าย  
สินค้าและบริการ

การรับมือข้อบกพร่อง  
และปัญหาหลังการขาย



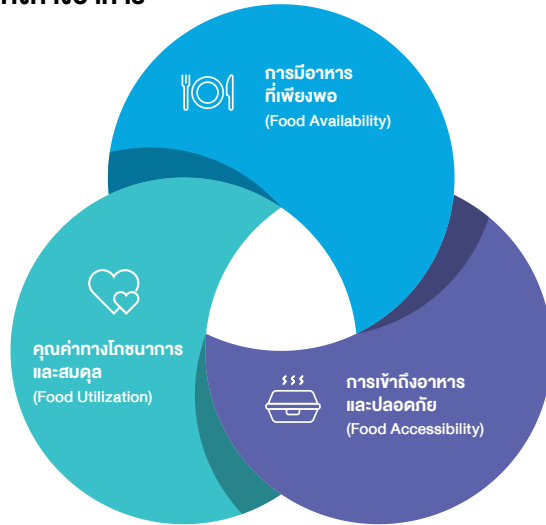
### ความเสี่ยงและโอกาส


















บริษัทตระหนักถึงความมั่นคงทางอาหารในช่วงวิกฤตการณ์ทางอาหาร ซึ่งมีแนวโน้มทวีความรุนแรงขึ้นทั่วโลก จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ชะลอการฟื้นตัวของระบบอาหาร โดยส่งผลให้เกิดข้อจำกัดด้านการขนส่งที่เพิ่มขึ้น ปริมาณในการผลิตผลผลิตทางการเกษตรที่น้อยลง และส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงราคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่สูงขึ้น ตลอดจนทำให้เกิดภาวะทุพโภชนาการในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และกลุ่มเปราะบาง ซึ่งอาจนำไปสู่การละเมิดสิทธิในอาหาร เช่น การกักตุนอาหาร และการจำกัดสิทธิในการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย เป็นต้น ดังนั้น การดำเนินธุรกิจภายใต้วิกฤตจึงต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคการเกษตรเป็นแรงผลักดัน เพื่อลดผลกระทบจากการขาดความมั่นคงทางอาหารที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนยกระดับภาคการเกษตรให้มีผลผลิตและมีความปลอดภัยอย่างยั่งยืน

### แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสุขภาวะที่ดี ภายใต้การประเมินระดับความมั่นคงทางอาหารจากองค์การอนามัยโลก ที่กำหนดให้มี 3 มิติ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหาร ผ่านการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่มีคุณภาพแก่ชุมชน รวมถึงกลุ่มผู้ยากไร้ และกลุ่มเปราะบาง โดยมีการบริหารจัดการและตรวจสอบกระบวนการตลอดห่วงโซ่คุณค่า ภายใต้นโยบายด้านการจัดหาย่างยั่งยืนที่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้ผลิตเองและคู่ค้าสำคัญต่าง ๆ ส่งเสริมกระบวนการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร พร้อมมีเครื่องหมายทางการค้าของบริษัทที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับเพื่อหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้เป็นการสร้างความตระหนักในการเลือกซื้อวัตถุดิบให้แก่ผู้บริโภค ยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของบริษัทในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมความมั่นคงตลอดกระบวนการผลิตและจำหน่ายให้แก่เกษตรกรผู้ผลิต และผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

## แนวทางการดำเนินงานด้านความมั่นคงทางอาหาร



สรุปผลการดำเนินงานปี 2565					
<b>การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย</b>  ส่งเสริมกลุ่มผู้ยากไร้และกลุ่มประชากรเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย  <b>1,447,873</b> ราย		 มูลค่าการบริจาค และการสนับสนุนการเข้าถึงอาหาร <b>5.49</b> ล้านบาท		 การเรียกคืนสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค <b>ร้อยละ 0.40</b>	
การรับรองมาตรฐานสากลด้านการผลิตอย่างยั่งยืน และด้านคุณภาพ และความปลอดภัยอาหาร ในปี 2565					
	รายการมาตรฐาน	สินค้าที่ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)	ปริมาณการซื้อเทียบกับการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)		
 ปาล์ม	RSPO	<b>30.65</b>	<b>15.25</b>		
 ถั่วเหลือง	RTRS	<b>45.28</b>	<b>3.94</b>		
 น้ำตาล	BONSUCRO	<b>36.54</b>	<b>23.97</b>		
 โกโก้	Utz Certified Core Code of Conduct, Fairtrade Standard for Cocoa, Rainforest Alliance, FSS C22000, ISO2451: 2017, GAP	<b>4.81</b>	<b>3.00</b>		
 กาแฟ	Utz Certified Core Code of Conduct, Rainforest Alliance, GAP	<b>33.83</b>	<b>7.91</b>		
 ธัญพืช	GAP	<b>0.76</b>	<b>29.65</b>		
 สินค้าอื่น ๆ	GAP, Q Organic	<b>18.09</b>	<b>16.27</b>		
ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์					
ผลิตภัณฑ์จากสัตว์	รายการมาตรฐาน	สินค้าที่ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)	ปริมาณการซื้อเทียบกับการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)		
 ผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ	ASC, BAP, BRC, GAP	<b>39.42</b>	<b>12.98</b>		
 ผลิตภัณฑ์จากโค	BBFAW, GAP	<b>27.71</b>	<b>1.85</b>		
 ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ปีก	GAP, GHP	<b>42.95</b>	<b>12.54</b>		
 ผลิตภัณฑ์จากสุกร	BBFAW, Livestock OK, GAP	<b>84.94</b>	<b>36.98</b>		
 ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ปีก	BBFAW, Livestock OK, BRC, GAP	<b>97.62</b>	<b>27.79</b>		
 ผลิตภัณฑ์ประมง	MSC, BRC, GAP	<b>63.38</b>	<b>7.87</b>		



บริษัทมีการดำเนินงานด้านความมั่นคงทางอาหาร ตามนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน โดยมีการจัดทำโครงการและสนับสนุนกิจกรรมผ่าน 3 โปรแกรมหลัก ได้แก่

- 1 **การเข้าถึงอาหาร** ที่ปลอดภัยและมีประโยชน์ งดปัญหาความอดอยากและขาดสารอาหาร
- 2 **การเกษตรยั่งยืน** ยกระดับกระบวนการผลิตอาหารที่รักษาทรัพยากรธรรมชาติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 3 **คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์** ยกระดับมาตรฐานการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัยแก่ผู้บริโภค

## 1. โปรแกรมเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีประโยชน์



### โครงการซีพีแรม “เคียงข้างคนไทย ห่วงใยไม่ห่าง”

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ยินดีดำเนินธุรกิจเคียงข้างสังคมไทยอย่างเกื้อกูลในทุกสถานการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้น ซีพีแรม จะเร่งลงพื้นที่ช่วยเหลือบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ประสบภัยในภาวะวิกฤต รวมถึงผู้ได้รับผลกระทบที่ยากลำบากต่อการเข้าถึงอาหาร และน้ำดื่มที่สะอาด ปลอดภัย โดยการจัดตั้งครัวกลางในพื้นที่ประสบวิกฤตภัย เพื่อส่งมอบอาหารพร้อมรับประทาน และน้ำดื่ม โดยคำนึงถึงคุณภาพของอาหาร ให้ถึงมือผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยเร็วที่สุด ซึ่งนอกจากจะมีรสชาติอร่อยแล้ว อาหารต้องปลอดภัย ให้คุณค่าทางโภชนาการ และถูกสุขลักษณะ ผ่านโครงการซีพีแรม เคียงข้างคนไทย “ห่วงใยไม่ห่าง” โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้ที่ขาดแคลน ยากจน และกลุ่มคนเปราะบาง 6 กลุ่ม ได้แก่ เด็ก ผู้พิการ ผู้สูงอายุ ผู้ประสบภัย ผู้มีรายได้น้อย และผู้ที่มีความลำบากหรือจัดสนในการเข้าถึงอาหาร อีกทั้งซีพีแรมยังส่งมอบอาหารและน้ำที่ปลอดภัยให้แก่ชุมชนและสังคมอีกด้วย



จำนวนผู้ที่เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย  
**65,946** ราย



มูลค่าการสนับสนุนโครงการ  
**1.87** ล้านบาท



### โครงการอาหารดีพิ่ให้น้อง ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5

หนึ่งในความมุ่งมั่นของโลตัส คือการส่งเสริมให้คนไทยมีสุขภาพดีผ่านการรับประทานอาหารที่ดี ปลอดภัย และคุณภาพสูง โครงการอาหารดีพิ่ให้น้องสนับสนุนอาหารกลางวัน รวมถึงสนับสนุนงบประมาณจัดซื้อวัตถุดิบคุณภาพสูงสำหรับปรุงอาหารกลางวันให้กับนักเรียนในโรงเรียนที่ขาดแคลนใน 77 จังหวัดทั่วประเทศ ให้สามารถเข้าถึงอาหารดี มีประโยชน์ ปลอดภัย และถูกต้องตามหลักโภชนาการ สนับสนุนการเติบโตอย่างมีสุขภาพที่ดีและมีพัฒนาการที่เหมาะสมตามวัย เอื้อต่อการเรียนรู้ อย่างมีประสิทธิภาพ ปี 2565 จัดกิจกรรมพิเศษ “การเดินทางของอาหารดีพิ่ให้น้อง” เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้านโภชนาการ โดยพานักเรียนจากโรงเรียนชุมชนวัดไก่อีตี้ย จังหวัดปทุมธานี เข้าชมกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ เพื่อเรียนรู้ที่มาของอาหารคุณภาพ ตั้งแต่ขั้นตอนการรับซื้อผลผลิตที่รับตรงจากเกษตรกร และเยี่ยมชมกระบวนการทำงานที่โรงคัดและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาคู พร้อมชมการจัดการอาหารสดที่โลตัส สาขาปทุมธานี และได้ความรู้เกี่ยวกับการเลือกอาหารสดที่เป็นสินค้าที่ดี มีคุณภาพและปลอดภัย



จำนวนผู้ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงอาหาร  
**8,255** ราย



มูลค่าการสนับสนุน  
**1.82** ล้านบาท





## 2. โปรแกรมการเกษตรยั่งยืน

## 1. โปรแกรมการส่งเสริมลดการใช้น้ำ (Programs to reduce water consumption)

1.1 การเกษตรแบบไม่ไถพรวน  
(No-till/conservation  
agriculture in rained areas)

โครงการปลูกกล้วย โดยใช้ต้นตอเก่า ไม่รื้อตอเก่าทำให้ลดการไถพรวนลงได้ปีละครั้ง หรือ 2 ปีครั้ง



**กลุ่มเป้าหมาย:**  
เกษตรกรที่ปลูกกล้วยแบบไร่



**ผลลัพธ์:**  
ลดต้นทุนการผลิต ลงได้ร้อยละ 20 ของต้นทุนการผลิต

1.2 การจัดการและเทคโนโลยี  
(Management and  
technology)

โครงการพลาสติกคลุมแปลงกล้วย การใช้พลาสติกคลุมดินเพื่อเก็บกักความชื้น และลดการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืช และสารเคมีกำจัดแมลง



**กลุ่มเป้าหมาย:**  
เกษตรกรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



**ผลลัพธ์:**  
ลดการใช้น้ำได้ ร้อยละ 50 ของปริมาณน้ำที่ใช้ปกติ  
ลดการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืชได้ ร้อยละ 50  
และลดการใช้สารเคมีลงได้ ร้อยละ 30



## 2. โปรแกรมลดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม (Programs to reduce environmental pollution)

2.1 การผลิตสินค้าเกษตร  
อินทรีย์  
(Production of organic  
products)

โครงการผักเกษตรอินทรีย์ เริ่มต้นส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในผลผลิตกลุ่มผักสลัด และมีจำหน่ายเป็น ผักสลัดพร้อมทาน 1 ผลิตภัณฑ์



**กลุ่มเป้าหมาย:**  
สินค้ากลุ่มผักสลัด



**ผลลัพธ์ :**  
ลดการใช้สารเคมีทางการเกษตรได้ ร้อยละ 100  
อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บทการสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ หน้า 105

2.2 การใช้สารกำจัดศัตรูพืช  
แบบ “ฉลาด”  
(Use of "smart" pesticides)

โครงการติดกับดักแมลงที่แปลงปลูกพืชต่อแปลงชนิดนั้น ๆ เพื่อที่จะได้ทราบว่าแมลงอะไรบ้างเข้ามา ในแปลงปลูก จะได้เลือกใช้สารเคมีที่จำเพาะต่อแมลงชนิดนั้น ๆ



**กลุ่มเป้าหมาย:**  
สินค้ากลุ่มผัก



**ผลลัพธ์:**  
ลดการใช้สารเคมีลงได้ มากกว่าร้อยละ 30

**2.3 ระบบการผลิตแบบปิด**  
(Enclosed production systems: aquaculture)



โครงการฟาร์มปลาชีวภาพสู่ความยั่งยืน มุ่งพัฒนากระบวนการผลิต โดยส่งเสริมให้คู่ค้าเพาะเลี้ยงปลาตก และปลาในในระบบปิดแบบเบ็ดเสร็จ ที่สามารถควบคุมคุณภาพ ความสะอาดปลอดภัย ตลอดจนสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอน นอกจากนี้ ยังเป็นการควบคุมปัจจัยในการผลิต ลดปัญหาการผลิต ไม่เพียงพอกจากวิกฤตทางน้ำ ลดการปล่อยน้ำเสียในน้ำสาธารณะ ตลอดจนส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่เกษตรกร ชุมชน และสังคม



**กลุ่มเป้าหมาย:**  
เกษตรกรเพาะเลี้ยงปลาตกและปลาใน

**3. โปรแกรมเพื่อปกป้องสุขภาพของดิน (Programs to protect soil health)**

**3.1 ความถี่และความเข้มของการไถพรวน**  
(Low frequency and intensity of tillage)



โครงการปลูกกล้วย โดยใช้ต้นตอเก่า ไม่รื้อตอเก่าทำให้ลดการไถพรวนลงได้ปีละครั้ง หรือ 2 ปีครั้ง



**กลุ่มเป้าหมาย:**  
เกษตรกรที่ปลูกกล้วยแบบไร่



**ผลลัพธ์:**  
ลดต้นทุนการผลิตเรื่องการไถพรวนลงได้ ร้อยละ 20 ของต้นทุนการผลิต



**4. โปรแกรมป้องกันการทำลายระบบนิเวศ (Programs to prevent the destruction of ecosystems)**

**4.1 การรับรองการผลิตที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า**  
(Certifications that ensure deforestation-free production)



โครงการตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ เป็นระบบที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ผ่านทาง QR Code ที่แสดงอยู่บนฉลากสินค้าได้ โดยเริ่มจากผลิตภัณฑ์ (Own Brand) กลุ่มอาหารสด และมีการขยายฐานข้อมูลสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Makro iTrace ให้มีความครอบคลุมมากขึ้น



**กลุ่มเป้าหมาย:**  
กลุ่มคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier1 Supplier) กลุ่มอาหารสด  
กลุ่มคู่ค้าลำดับถัดไป (Non-Tier1 Supplier) กลุ่มอาหารสด



**ผลลัพธ์:**  
จำนวนสินค้าที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ 8,173 รายการ คิดเป็น ร้อยละ 100 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดภายใต้สัญลักษณ์ทางการค้าของสยามแม็คโคร

**4.2 การรับรองการผลิตที่ยั่งยืน**  
MSC, ASC (MSC or ASC certifications which ensure sustainable production)



โครงการสินค้าที่ได้รับการรับรอง Marine Stewardship Council (MSC) และ Aquaculture Stewardship Council (ASC) เป็นการจัดหาสินค้าอาหารทะเลชั้นเลิศจากแหล่งที่มีคุณภาพและมาตรฐานการทำประมง บริษัทจัดหาสินค้าอาหารทะเลคุณภาพชั้นเลิศและได้มาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืน โดยสินค้าภายใต้แบรนด์ Ocean Gems จากบริษัท Indoguna Lordly ในเครือสยามแม็คโคร ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืน (MSC) และด้านการบริหารจัดการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ (ASC) ซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางจากผู้เชี่ยวชาญระดับโลก ในฐานะเกณฑ์ที่ดีที่สุดสำหรับมาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืน และรับผิดชอบ บริษัทได้ตั้งเป้าหมายขอรับการรับรองสินค้าอาหารทะเลไปทุกประเภทที่จัดจำหน่าย



**ผลลัพธ์**  
ในปี 2565 สินค้าอาหารทะเลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน MSC และ ASC ทั้งสิ้น 42 ผลิตภัณฑ์ ยอดขายสินค้าอาหารทะเลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน MSC และ ASC เพิ่มขึ้นร้อยละ 55

## 5. โปรแกรมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Programs to reduce GHG emissions)

### 5.1 การลดระยะทางการขนส่ง (Reduced transport distances through)



โครงการสร้างแหล่งรับซื้อสินค้าเกษตรที่แหล่งผลิต และส่งเสริมให้ปลูกพืชรอบ ๆ แหล่งรับซื้อ รวมทั้งส่งสินค้าที่คลังสินค้าที่ใกล้ที่สุด



**กลุ่มเป้าหมาย:**  
เกษตรกร และโรงแพค



**ผลลัพธ์:**  
สร้างแหล่งรับซื้อในชุมชนจากคู่ค้ากว่า 1,700 ราย กระจายทั่วภูมิภาคของประเทศไทย

### 5.2 การขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ในร้านขายปลีก (Local products offerings in retail)



โครงการสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากชุมชน (Local Products) มาจำหน่ายที่ร้าน 7-Eleven โดยผ่านกระบวนการคัดเลือกแบบพิเศษ ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงภายในจังหวัด ผลิตภัณฑ์ที่มี อย. และผลิตภัณฑ์ที่มีบาร์โค้ด
- คัดเลือกร้าน 7-Eleven 5 สาขา เพื่อทดลองขาย
- จัดเรียงผลิตภัณฑ์ในร้าน 7-Eleven พร้อมทั้งติดสื่อประชาสัมพันธ์ให้สวยงาม
- ติดตามยอดขายจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- กรณีผ่านเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด บริษัทจะขยายผลการจำหน่ายไปยังร้าน 7-Eleven ในระดับจังหวัด ภูมิภาค และทั่วประเทศต่อไปตามลำดับ



**กลุ่มเป้าหมาย:**  
วิสาหกิจชุมชน เอสเอ็มอี (SMEs)



**ผลลัพธ์:**  
สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนกว่า 107 รายการ  
ได้รับการขยายผลไปยัง 29 ชุมชน  
จัดจำหน่ายใน 273 สาขา



โครงการรับซื้อและกระจายผลิตภัณฑ์ชุมชน (Local product) มาจำหน่ายที่โลตัส โดยเป็นช่องทางการกระจายสินค้าจาก 200 ชุมชนทั่วประเทศ ผ่านร้านค้าของโลตัส และแพลตฟอร์มออนไลน์



**กลุ่มเป้าหมาย:**  
วิสาหกิจชุมชน เอสเอ็มอี (SMEs)



**ผลลัพธ์:**  
สนับสนุนสินค้าเอสเอ็มอี (SMEs) ที่ไม่รวมเสื้อผ้า รวม 25,891 รายการ จำหน่ายใน 2,279 สาขา





### 3. โปรแกรมคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

บริษัทมุ่งยกระดับมาตรฐานการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการภายในร้าน 7-Eleven ที่ถูกสูงลักษณะและปลอดภัยแก่ผู้บริโภค นอกจากการจัดอบรมหลักสูตรอาหารปลอดภัยให้แก่พนักงาน ให้พนักงานสามารถมอบประสบการณ์ที่ดีและปลอดภัยให้กับลูกค้า บริษัทยังมีระบบการบริหารจัดการความปลอดภัยอาหารขององค์กร



#### การคิดสรรวัตตุดีตามมาตรฐานระดับสากล

บริษัท ซีพีแรม จำกัด กำหนดแนวทางการคิดสรรวัตตุดี โดยมีการควบคุมการผลิตสินค้าอย่างเข้มงวด และพัฒนาระบบการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนได้รับการรับรองความปลอดภัยในกระบวนการผลิตด้วยมาตรฐานระดับสากล เช่น มาตรฐาน BRC มาตรฐาน HACCP และมาตรฐาน GMP เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้บริโภคจะได้รับสินค้าที่ปลอดภัยและเชื่อถือได้



#### การดำเนินงานด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้ามีคุณภาพ ถูกสูงลักษณะปลอดภัย บริษัทได้กำหนดมาตรฐานในการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเพาะปลูก ผลิต รับผิดชอบ การจัดและกระจายสินค้า รวมถึงการจำหน่ายและให้บริการที่ร้าน 7-Eleven และศูนย์จำหน่ายสินค้า แม็คโคร และโลตัส

อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บทการเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี หน้า 118-119



#### การจัดการสวัสดิภาพสัตว์

บริษัทให้ความสำคัญในการคิดสรรวัตตุดีจากคู่ค้าที่ใส่ใจในด้านสวัสดิภาพสัตว์ ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารอย่างยั่งยืน โดยให้การสนับสนุน บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นคู่ค้าหลักในการกำหนดให้มั่นนโยบายและแนวทางการบริหารจัดการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการจัดการสวัสดิภาพสัตว์

พร้อมทั้งการรับรองผลิตภัณฑ์ที่ได้จากสัตว์ จากสถาบันและองค์กรชั้นนำระดับสากล อาทิ การจัดอันดับการจัดการสวัสดิภาพสัตว์เลี้ยงในฟาร์ม (Business Benchmark on Farm Animal Welfare: BBAFW) เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ด้วยความรับผิดชอบและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค



อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

นโยบายด้านสวัสดิภาพสัตว์

[https://www.cpfworldwide.com/en/sustainability/policy/animal\\_welfare\\_policy.pdf](https://www.cpfworldwide.com/en/sustainability/policy/animal_welfare_policy.pdf)

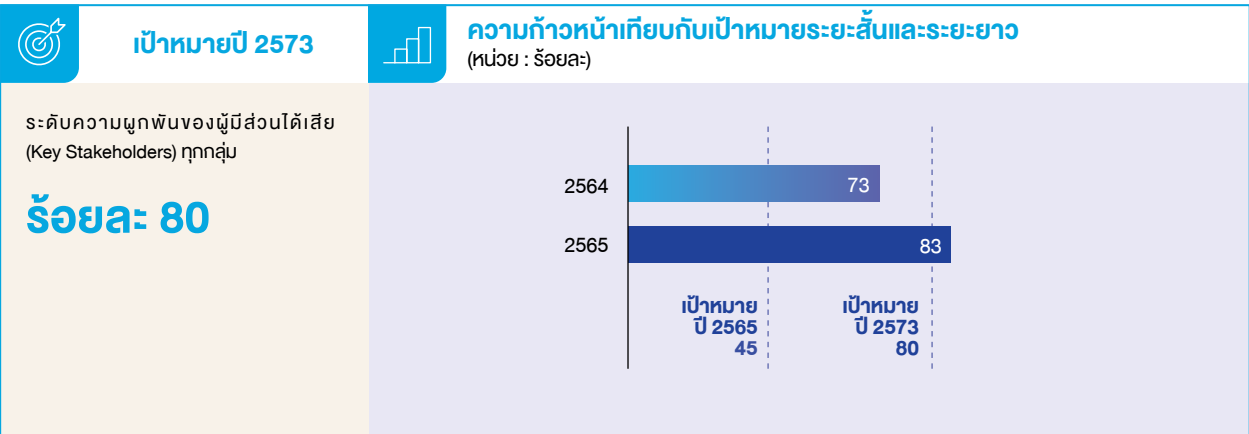
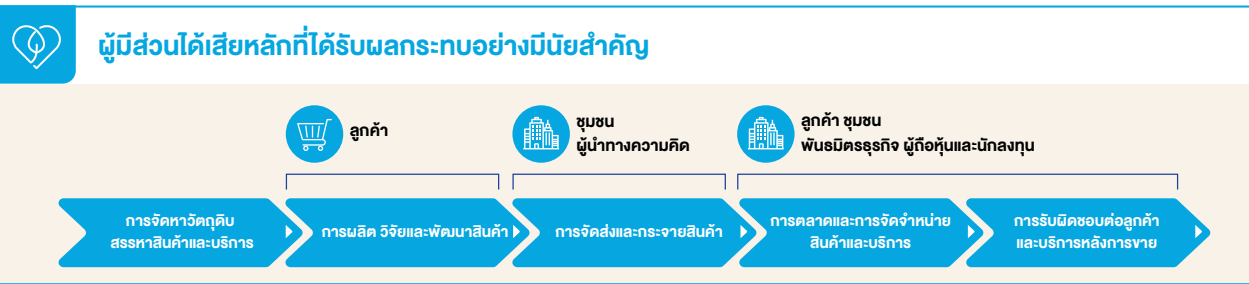




# ความผูกพันกับ ผู้มีส่วนได้เสีย

**สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน**

	<p><b>SDG 8</b> ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่ มีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน</p> <p>8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย และมั่นคงสำหรับผู้ทำงานทุกคนรวมถึงผู้ทำงานต่างดาว โดยเฉพาะหญิงต่างดาวและผู้ทำงานเสี่ยงอันตราย</p>		<p><b>SDG 16</b> ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรมและสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบและครอบคลุมในทุกระดับ</p> <p>16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วมและมีความเป็นตัวแทนที่ดีในทุกระดับ การตัดสินใจ</p> <p>16.10 สร้างหลักประกันว่าสาธารณชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีการปกป้องเสรีภาพพื้นฐานโดยเป็นไปตามกฎหมายภายในประเทศและความตกลงระหว่างประเทศ</p>
--	--	--	--



### ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2565




บริษัท ซีพีแรม จำกัด ได้รับรององค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2565 ในระดับดีเด่น เป็นปีที่ 2 ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ โดยกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม จากการที่มีความโดดเด่นในการดำเนินงานที่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัลระดับภูมิภาค “Best Local Currency Bond Deal of The Year” และ “Most Innovative Deal of The Year” จาก Alpha Southeast Asia 2022 ซึ่งเป็นนิตยสารชั้นนำด้านการลงทุน สถาบัน การธนาคารและตลาดทุนของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

### การดำเนินงานที่สำคัญปี 2565



ยกระดับการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

### ความเสี่ยงและโอกาส

การดำเนินธุรกิจที่ขาดความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียนั้น นอกจากจะส่งผลเสียต่อความสัมพันธ์ที่ดีและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย ยังสามารถนำไปสู่สถานะชะลอตัวของธุรกิจและความสามารถในการบรรลุเป้าหมายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร อาทิ นักลงทุนขาดความสนใจและความเชื่อมั่นในการลงทุน เกิดการเคลื่อนย้ายหรือเปลี่ยนแปลงเงินลงทุน ความขัดแย้งและรณรงค์หรือคัดค้านการดำเนินธุรกิจจากชุมชน รวมถึงการลาออกของพนักงานจากความรู้สึกไม่ปลอดภัยและไม่ผูกพันกับองค์กร ดังนั้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านการสร้างความโปร่งใสในการกำกับดูแล การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่เข้าถึงได้ง่าย และถูกต้อง รวมถึงการพิจารณาแผนดำเนินงานที่คำนึงข้อเสนอและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ตามหลักสิทธิมนุษยชนเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้รับอิสรภาพด้านการแสดงออกทางความคิด และการได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม นับเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจที่สำคัญ ช่วยผลักดันให้องค์กรสมดุล และสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

### แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทเคารพสิทธิและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรม โดยดำเนินการตามกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย ตามกรอบมาตรฐาน AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) ภายใต้หลักการสำคัญ คือ การประเมินประเด็นสำคัญ (Materiality) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Inclusivity) และการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย (Responsiveness) เพื่อรับทราบมุมมอง ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรทั้งภาวะปกติและภาวะวิกฤต ผ่านการสัมภาษณ์ ช่องทางรับข้อเสนอแนะ และช่องทางการรับข้อร้องเรียนจากการจัดหาขององค์กรที่หลากหลายครอบคลุมประเด็นความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ได้แก่ มิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถวางแผนการตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเป็นแนวทางในการจัดทำรายงานความยั่งยืนอย่างเหมาะสม โดยแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเป็น 9 กลุ่มหลัก ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ชุมชนและสังคม พนักงานและครอบครัวพนักงาน ผู้นำทางความคิด พันธมิตรทางธุรกิจ ภาครัฐ ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ผู้ให้สิทธิใช้เครื่องหมายทางการค้า

## สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

### การมีส่วนร่วมกับสมาคม หน่วยงานภาครัฐ

**ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง**

บริษัทเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับทุกภาคส่วน เพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสำหรับอุตสาหกรรมในประเทศ โดยสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินโครงการ รวมถึงสนับสนุนให้ผู้ทรงคุณวุฒิของบริษัททำหน้าที่ให้คำปรึกษาสมาคมต่าง ๆ โดยมีสมาคม ดังนี้

 <p>หอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย</p> <p><b>8,078,791</b> บาท</p>	 <p>สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย</p> <p><b>1,124,159</b> บาท</p>	 <p>กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม</p> <p><b>300,000</b> บาท</p>	 <p>สมาคมผู้ค้าปลีกไทย</p> <p><b>159,051</b> บาท</p>
--	---	--	---







**การดำเนินงานเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย**

บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มร่วมแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการของบริษัทผ่านช่องทางต่าง ๆ พร้อมทั้งนำข้อคิดเห็นและประเด็นสำคัญมาพิจารณา เพื่อปรับปรุงการดำเนินการของบริษัทให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 9 กลุ่ม ดังตาราง



**1. ลูกค้า**

ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>การรับฟังความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น                             <ul style="list-style-type: none"> <li>ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 7-Eleven (Call Center) โทร 0 2826 7744, 0 2711 7744</li> <li>เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์</li> <li>ร้าน 7-Eleven</li> </ul> </li> <li>สำรวจความคิดเห็น และสัมภาษณ์ลูกค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>สื่อสารและให้ข้อมูลเกี่ยวกับโภชนาการ การใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการแสดงความหลากหลายและแสดงความก้าวหน้า โภชนา โภชนา และโซเดียมแบบจีดีเอ (GDA)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน                             <ul style="list-style-type: none"> <li>ความปลอดภัยและสุขภาพของลูกค้าจากการใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท รวมถึงการใช้บริการภายในร้าน และศูนย์จำหน่ายสินค้า</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ตรวจสอบมาตรฐานร้าน ศูนย์จำหน่ายสินค้าและพื้นที่ปฏิบัติงาน</li> <li>พัฒนาคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่น และสากล</li> <li>เรียกคืนผลิตภัณฑ์ กรณีตรวจพบสินค้าไม่ได้มาตรฐาน</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>นวัตกรรมและมาตรฐานการให้บริการ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Service การบริการของพนักงาน ความใส่ใจ กระตือรือร้นในการบริการ ใส่ใจให้ความช่วยเหลือ</li> <li>Assortment คัดเลือกสินค้าให้ตรงกับความต้องการลูกค้าแต่ละกลุ่ม</li> <li>Value สื่อ โปรมโชน เสนอประโยชน์และให้ความคุ้มค่า</li> <li>Environment สภาพของร้าน</li> <li>Quality คุณภาพ สดใหม่</li> <li>Cleanliness ความสะอาด</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเข้าถึงสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่ง่ายยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาช่องทางจำหน่ายจากออฟไลน์สู่ออนไลน์ โดยมีระบบขนส่ง และช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย</li> <li>โครงการ Signature service และ Greeting Service</li> <li>พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานและปลอดภัย</li> <li>สร้างบรรยากาศที่ดีภายในร้าน</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งผลต่อสุขภาพ โภชนาการของผู้บริโภคและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการกินดี อยู่ดี มีสุข</li> <li>โครงการศูนย์สุขภาพดีชุมชน</li> <li>โครงการ VG for Love</li> <li>โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และลดภาวะโลกร้อน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการลดและทดแทน</li> <li>โครงการกักตุนและกักเก็บ</li> </ul>



## 2. คู่ค้า ครอบคลุมผู้ส่งมอบสินค้า หรือบริการ และเจ้าหน้าที่ทางการค้า

ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<p><b>คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้า หรือบริการ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจความพึงพอใจคู่ค้าทางธุรกิจ ปีละครั้ง</li> <li>การจัดประชุมสัมมนาและการแถลงทิศทางนโยบายขององค์กร</li> <li>การเยี่ยมเยียนคู่ค้า พร้อมรับฟังความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียน</li> <li>โครงการร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม</li> <li>การประเมินผลงาน การให้คำปรึกษา และการพัฒนาศักยภาพ</li> <li>การจัดสัมมนาแบ่งปันความรู้กับคู่ค้า ทุกกลุ่ม ในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน</li> <li>ศูนย์คู่ค้าสัมพันธ์ โทร 0 2826 7771</li> <li>ดำเนินงานด้าน Joint Business Plan ร่วมกับคู่ค้ารายสำคัญเป็นประจำทุกปี เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การดำเนินงานธุรกิจอย่างโปร่งใส ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันและมีการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ (ESG)</li> <li>ส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร เอสเอ็มอี (SMEs) และผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยกระดับผลิตภัณฑ์คุณภาพและสร้างความแตกต่าง</li> <li>การส่งเสริมให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภครุ่นใหม่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน และแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าทางธุรกิจ พร้อมคณะกรรมการคัดเลือกสินค้า ส่งเสริมให้คู่ค้าทางธุรกิจตระหนักถึงเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม</li> <li>สื่อสารแนวทางและหลักปฏิบัติทางด้านธรรมาภิบาล และจริยธรรมธุรกิจให้กับคู่ค้าทุกกลุ่ม</li> <li>โครงการส่งเสริม ให้ความรู้ และสนับสนุนคู่ค้าในกลุ่มเอสเอ็มอี (SMEs) ร่วมประกาศเจตนารมณ์ในการต่อต้านทุจริตกับสถาบันแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย</li> <li>พัฒนาข้อกำหนดการตรวจประเมิน คู่ค้าตามนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนรวมทั้งจริยธรรม และแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้า</li> </ul> <p><b>ให้ช่องทางการขาย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและรายย่อย “ตลาดนัดชุมชน (CP All market)”</li> <li>โครงการรับซื้อผลผลิตโดยตรงจากเกษตรกร</li> <li>โครงการสินค้าชุมชน</li> </ul> <p><b>ให้ความรู้ การพัฒนา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการโดยศูนย์ 7 สนับสนุนเอสเอ็มอี</li> <li>โครงการยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตร</li> </ul> <p><b>ให้การเชื่อมโยง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการจับคู่ธุรกิจ และโครงการจับคู่โมเดลธุรกิจ</li> </ul>
<p><b>เจ้าหน้าที่ทางการค้า:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมหารือร่วม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การชำระเงินตรงตามเวลาและครบถ้วน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนและยกระดับมาตรฐานของคู่ค้า เพื่อร่วมรักษาสิ่งแวดล้อม ป้องกันการเกิดมลภาวะต่าง ๆ และลดผลกระทบที่จะเกิดกับชุมชน</li> <li>โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน</li> <li>โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน</li> <li>โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้รถไฟฟ้าในระบบการขนส่ง</li> </ul>



### 3. สังคม ชุมชน

ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>การรับฟังความคิดเห็นและข้อกังวล ผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 7-Eleven (Call Center) โทร 0 2826 7744</li> <li>เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์</li> <li>ร้าน 7-Eleven</li> <li>ผู้รับความคิดเห็นหน้าองค์การบริหารส่วนตำบล ศูนย์กระจายสินค้า</li> </ul> </li> <li>การสำรวจความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ปีละครั้ง</li> <li>การลงพื้นที่เพื่อเยี่ยมเยียนชุมชนของศูนย์กระจายสินค้าทุกไตรมาส</li> <li>กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ตามพื้นที่ ชุมชนโดยรอบโรงงาน ร้าน 7-Eleven ตามช่วงเทศกาล หรืองานประจำปีของชุมชน</li> <li>ป้ายประกาศ สื่อประชาสัมพันธ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเคารพต่อสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ในประเด็นการใช้แรงงาน ความปลอดภัยและสุขภาพของลูกจ้าง</li> <li>การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำให้กับชุมชนและสังคม</li> <li>พัฒนา ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ผู้บริโภค และคนในชุมชน สังคม มีสุขภาพโภชนาการ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น</li> <li>การสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาของผู้ด้อยโอกาส พัฒนากิจกรรมทางอาชีพ</li> <li>ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อสภาพความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การจ้างงานท้องถิ่น และผู้รับเหมาท้องถิ่น</li> <li>การตรวจสอบมาตรฐานร้าน และเรียกคืนสินค้ากรณีตรวจพบสินค้าไม่ได้มาตรฐาน</li> <li>พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพ มีความปลอดภัยตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่น และสากล</li> <li>โครงการ “คนไทย ไม่ทิ้งกัน”</li> <li>โครงการซีพี ออลล์ จากความห่วงใยสู่การให้โอกาส</li> <li>โครงการจิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน</li> <li>โปรแกรมสร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้กับชุมชน</li> <li>โครงการ A Better Life (สร้างชีวิตเพื่อสังคม)</li> <li>โครงการ “กินดี อยู่ดี มีสุข”</li> <li>โครงการศูนย์สุขภาพดีชุมชน</li> <li>โครงการตรวจคัดกรองสุขภาพโรคมะเร็งเต้านม และเบาหวาน</li> <li>โครงการให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียนดีผู้ด้อยโอกาส</li> <li>โครงการสานอนาคตการศึกษา Connxt ED</li> <li>โครงการมอบทุนการศึกษาให้กับเยาวชนได้เข้าศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT), สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM)</li> <li>โครงการการจัดการของเสีย อาทิ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการต้นกล้าไร้ถัง</li> <li>โครงการ Food waste Management</li> </ul> </li> <li>โครงการปลูกป่า เพาะและอนุบาลกล้าไม้</li> </ul>



#### 4. พนักงานและครอบครัวพนักงาน

ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) อาทิ การสัมมนาพนักงานในระดับต่าง ๆ ได้แก่ พลัสทีม Get Together, การเยี่ยมร้านสาขา สำนักงาน และศูนย์กระจายสินค้า ฯลฯ</li> <li>การสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) ระบบ Intranet วารสารภายใน การแจ้งข่าวประจำวันผ่านช่องทางดิจิทัล ได้แก่ CPALL Connect</li> <li>การรับความคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียน ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น               <ul style="list-style-type: none"> <li>ช่องทางการเคาะระฆัง 621 ครั้ง</li> <li>ช่องทางการรับเรื่องราวร้องทุกข์ เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ไปรษณีย์ ศูนย์แจ้งข้อมูล สื่อออนไลน์ของบริษัท เป็นต้น</li> </ul> </li> <li>การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันประจำปี</li> <li>การสำรวจความสุขของพนักงานระดับผู้จัดการร้าน</li> <li>การมีส่วนร่วมผ่านเวทีการนำเสนอผลงานนวัตกรรม การประกวด การระดม และประเมินความเสี่ยง</li> <li>การดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัทครอบคลุมพนักงานร้อยละ 100</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน</li> <li>การพัฒนาศักยภาพและความก้าวหน้าในงาน</li> <li>การมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี และปลอดภัย รวมถึงการส่งเสริมสุขภาพ จัดการความเครียด เนื่องจากการทำงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ด้านธรรมาภิบาล Mister &amp; Miss Good Governance</li> <li>โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัท จดทะเบียนไทยประจำปี 2565</li> <li>โครงการสื่อสารให้ความรู้และสร้างกิจกรรมรณรงค์ สร้างความตระหนัก</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การมีส่วนร่วม พัฒนานวัตกรรมเพื่อลูกค้า สังคม และปรับปรุงองค์กรให้มีความคล่องตัวและทันต่อสถานการณ์โลก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>นำหลักสิทธิมนุษยชนใช้เป็นแนวปฏิบัติต่อพนักงาน ส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียม และความหลากหลาย</li> <li>ปรับปรุงระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน (ALL Perform)</li> <li>เตรียมความพร้อมและพัฒนาผู้นำ รวมถึงอบรมให้ความรู้ ทักษะที่เหมาะสมและตรงตามความสนใจ</li> <li>การพัฒนาและรักษาพนักงานที่มีศักยภาพและเป็นคนดีอย่างต่อเนื่อง อาทิ               <ul style="list-style-type: none"> <li>โปรแกรมการเพิ่มผลผลิต (Productivity Improvement Program)</li> <li>การพัฒนาพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูง (Talent Management)</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การมีส่วนร่วม พัฒนานวัตกรรมเพื่อลูกค้า สังคม และปรับปรุงองค์กรให้มีความคล่องตัวและทันต่อสถานการณ์โลก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยง</li> <li>จัดเตรียมสถานประกอบการและพื้นที่ปฏิบัติงาน ตามมาตรฐานแรงงาน พร้อมผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี</li> <li>จัดรูปแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น</li> <li>โครงการส่งเสริมความปลอดภัยในการจับขึ้นสำหรับพนักงานส่งสินค้า</li> <li>โครงการยกระดับการพัฒนาดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Health &amp; Well-being)</li> <li>ศูนย์สุขภาพ CPALL Health Care Center</li> <li>โครงการยึดเหยียดลดโรค</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การมีส่วนร่วมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ Online to Offline (O2O)</li> <li>พัฒนานวัตกรรมบริการ</li> <li>โครงการประกวดนวัตกรรม</li> <li>โปรแกรมการเพิ่มผลผลิต</li> <li>การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร</li> <li>การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลปรับปรุงกระบวนการทำงาน เช่น O2O, IT Platform, ปัญญาประดิษฐ์ (AI)</li> <li>โครงการเลื่อนพนักงานจากขวดพลาสติก</li> <li>โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า โรงงาน</li> <li>โครงการ “WE GROW for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน”</li> <li>โครงการ Food Waste Management เกาะสมุย เกาะพะงัน</li> <li>โครงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะ</li> </ul>



5. ผู้นำทางความคิด ครอบคลุมสื่อมวลชน องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs)

ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนอง ของบริษัท
<p>องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) และองค์กรภาคประชาสังคม (CSOs)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>รับฟังและแลกเปลี่ยนมุมมองผ่านเวทีการประชุม หรือและทำงานร่วมกัน ตลอดจนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ</li> <li>สนับสนุนกิจกรรม หรือโครงการขององค์กร ในประเด็นที่สอดคล้องตามกรอบการแบ่งปันและสร้างสรรคโอกาส และเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัท</li> <li>การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ผ่านการเข้าพบ หรือแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล</li> </ul> <p><b>สื่อมวลชน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสื่อมวลชน เช่น งานครบรอบ สนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) การจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพสื่อ</li> <li>การมอบทุนการศึกษาวิชาชีพสายสื่อมวลชน หลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM)</li> <li>โครงการส่งเสริมกิจกรรมสื่อประจำปี                         <ul style="list-style-type: none"> <li>รางวัลข่าวดีจกัลยอุดมแห่งปี</li> <li>รางวัลคนดีประเทศไทย สาขาสื่อมวลชน สร้างสรรคสังคม</li> <li>รางวัล “Anti-Corruption Awards” ส่งเสริมการต่อต้านคอร์รัปชัน</li> </ul> </li> <li>การให้สัมภาษณ์ การให้ข้อมูลกับสื่อมวลชน</li> <li>โครงการ Co Project with Media/Influencer เช่น ร่วมกันสื่อช่วยเหลือชุมชน และสังคม ในช่วงเวลาที่เกิดอุทกภัยในพื้นที่ต่าง ๆ</li> <li>นำคน-สื่อมวลชน ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ลงพื้นที่เยี่ยมชมการดำเนินงานธุรกิจของธุรกิจเอสเอ็มอี และเกษตรกร รวมถึงร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคม</li> <li>การเรียนรู้ผ่านทางโซเชียลมีเดีย</li> <li>การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม</li> <li>การแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการจัดสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคลากรสื่อสารร่วมกัน สนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมสื่อออนไลน์คนรุ่นใหม่ เช่น โครงการ Junior Webmaster Camp ของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาทักษะการผลิต และส่งเสริมโอกาสทางเศรษฐกิจในกลุ่มเกษตรกรรายย่อย และวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ</li> <li>ความรับผิดชอบและมีส่วนร่วมด้านการจัดการขยะ และสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญและยั่งยืน</li> <li>การส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการศึกษากลุ่มประชากรต่าง ๆ</li> <li>การสนับสนุนความร่วมมือภาคประชาสังคม และภาคธุรกิจเพื่อความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคมให้การสนับสนุน การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรเพื่อการผลิตและการกระจายสินค้าที่สอดคล้องกับความจำเป็น</li> <li>สนับสนุนการกระจายผลผลิตและผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้แก่เกษตรกร และกลุ่มประชากรต่าง ๆ เช่น โครงการแบ่งปันพื้นที่ขายของหน้าร้าน 7-Eleven</li> <li>ร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคมและชุมชนดำเนินโครงการด้านการจัดการขยะครบวงจรในพื้นที่นำร่อง</li> <li>ร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคม ศึกษาแนวทางการจัดการกากเก็บคาร์บอนในเกษตรอินทรีย์ เพื่อส่งเสริมบทบาทของเกษตรกรในการรับมือกับภาวะโลกร้อนสนับสนุนเวทีการแลกเปลี่ยนข้อมูล และการจัดทำแผนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเครือข่ายภาคประชาสังคมในระดับจังหวัด</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสร้างความเข้าใจและประเด็นปัญหาจากชุมชน และภาคประชาสังคม ผ่านการสื่อสารให้ข้อมูลที่ถูกต้อง การแก้ปัญหาจากจริงและกันเอง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเปิดรับข้อสงสัย ร้องเรียน ข้อเสนอแนะโดยตรงจากองค์กรภาคประชาสังคม เพื่อการชี้แจงข้อมูลหรือแก้ปัญหาที่ท้วงทักก่อนการขยายผลสู่กลุ่ม</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การดูแลและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตใช้พลังงานและการนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ที่ร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า โรงงาน</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>เคารพต่อสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติตามอย่างเป็นธรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การส่งเสริมให้สถานประกอบการดำเนินงานตามมาตรฐานแรงงาน พร้อมทั้งผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี</li> <li>การนำหลักสิทธิมนุษยชนใช้เป็นแนวปฏิบัติต่อพนักงาน ส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียม และความหลากหลาย</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>บรรจุกฎเกณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>จัดการบรรจุกฎเกณฑ์พลาสติกให้สามารถ หมุนเวียนเอากลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประกาศใช้นโยบายด้านบรรจุกฎเกณฑ์ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การพิจารณาขั้นตอนการออกแบบ และการเลือกใช้บรรจุกฎเกณฑ์ พร้อมคำนึงถึงทุกกระบวนการในวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ภายใต้กลยุทธ์เช่น 3R กรีน</li> <li>โปรแกรมการพัฒนาบรรจุกฎเกณฑ์ที่ยั่งยืน ผ่านแนวคิด “ลด และทดแทน” การใช้วัสดุบรรจุกฎเกณฑ์</li> <li>โครงการร่วมกับ เพจอีจัน จัดโครงการ “อีจัน x Green Road x เซเวนอีเลฟเว่น สร้างถนนพลาสติก รัชชโยชน์”</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด</li> <li>การให้ความเท่าเทียมของผู้ถือหุ้น และรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสร้างความเข้าใจและลดข้อขัดแย้งกับพื้นที่ชุมชนผ่านโซเชียลมีเดีย เพื่อการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสื่อสารให้ข้อมูลที่ถูกต้องผ่านสื่อทุกช่องทาง ทั้งโซเชียลมีเดีย สื่อมวลชน สื่อออนไลน์ และช่องทางออนไลน์ขององค์กรและพนักงาน</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>คุณภาพของผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การคิดสรรและพัฒนาค่าเพื่อสุขภาพ</li> </ul>



ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
	<ul style="list-style-type: none"> <li>นวัตกรรมเพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระสินค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การพัฒนาสู่การค้าออนไลน์ โดยมีระบบขนส่งที่หลากหลาย ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย และการเข้าถึงสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่ง่ายขึ้น</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การปรับปรุงและทบทวนภาพลักษณ์ที่ดีมาสู่องค์กร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสื่อสารผ่านสื่อทุกช่องทางทั้งโซเชียลมีเดีย สื่อมวลชน สื่อออนไลน์ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การบริการที่ดี และมีคุณภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีการปรับปรุง พัฒนาการบริการอยู่ตลอดเวลา</li> </ul>



## 6. พันธมิตรทางธุรกิจ ครอบคลุมผู้ให้เข้าสถานที่ สโตร์พาร์ตเนอร์ และผู้รับสิทธิ์ช่วงอาณาเขต

ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<p>ผู้ให้เข้าสถานที่:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ช่องทางการสื่อสารและรับเรื่องร้องเรียน เช่น               <ul style="list-style-type: none"> <li>การให้ข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียน ผ่านหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียน Call Center 1,054 ครั้ง</li> </ul> </li> <li>การสำรวจความพึงพอใจประจำปี</li> <li>การประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทาง SMS อีเมล</li> <li>เยี่ยมชมเจ้าของสถานที่อย่างน้อยไตรมาสละครั้ง</li> <li>ส่ง SMS อวยพรเนื่องในโอกาสต่าง ๆ และมอบของขวัญช่วงเทศกาลปีใหม่</li> <li>สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ</li> <li>ส่ง SMS แจ้งเรื่องค่าเช่าล่วงหน้า</li> <li>ส่ง SMS แจ้งวันที่จะได้รับเงินค่าเช่าที่คืนและสิ่งปลูกสร้าง</li> <li>มีการเชื่อมแอปพลิเคชัน 7-Eleven เพื่อให้บริการลูกค้าในแต่ละโครงการอสังหาริมทรัพย์ (Delivery &amp; All Online)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การค้าเป็นธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่องตามหลักธรรมาภิบาล</li> <li>การได้รับความร่วมมือและแก้ไขปัญหาดัง ๆ อย่างรวดเร็ว</li> <li>การประชาสัมพันธ์และชี้แจงข่าวสารนโยบายบริษัท</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีระบบดูแล ติดตาม และแก้ปัญหาข้อร้องเรียน</li> <li>ยกระดับการสำรวจความพึงพอใจของเจ้าของสถานที่ที่มีต่อบริษัท</li> <li>เยี่ยมชมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเจ้าของสถานที่อย่างน้อยไตรมาสละหนึ่งครั้ง</li> <li>ประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทาง SMS และอีเมล</li> <li>สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของเจ้าของสถานที่ กลุ่มทำเลพิเศษ/คู่ค้ากลยุทธ์</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ได้รับค่าเช่าตรงเวลา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีระบบการจ่ายค่าเช่าภายในเวลาที่กำหนด</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การดูแลสถานที่เช่าให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยทั้งระหว่างอายุสัญญาเช่าและหลังจากเลิกสัญญา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีมาตรการดูแลสถานที่เช่า และสภาพแวดล้อมบริเวณสถานที่เช่า</li> </ul>
<p>สโตร์พาร์ตเนอร์:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจความผูกพันประจำปี</li> <li>ช่องทางการสื่อสารและรับเรื่องร้องเรียน เช่น               <ul style="list-style-type: none"> <li>การให้ข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียนผ่าน Call Center 501 ครั้ง</li> <li>การสำรวจความพึงพอใจผ่านเว็บไซต์รายไตรมาส</li> </ul> </li> <li>วารสาร (รายเดือน)</li> <li>ช่องทางเว็บไซต์ SBP MALL</li> <li>ช่องทาง CPALL Connect</li> <li>การประชุม สัมมนา และกิจกรรม</li> <li>งานประกาศนโยบายและทิศทางของบริษัทไปถึง สโตร์บิซเนสพาร์ตเนอร์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การปฏิบัติที่เป็นธรรมตามหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมธุรกิจ</li> <li>การส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน และการบริหารจัดการธุรกิจ</li> <li>การประชาสัมพันธ์ ชี้แจงข่าวสารและนโยบายของบริษัท</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสื่อสารแนวทางและหลักปฏิบัติทางด้านธรรมาภิบาล และจริยธรรมธุรกิจ</li> <li>การส่งเสริม ดูแล ฝึกอบรมผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อเพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการ</li> <li>การบริหารจัดการต้นทุนสินค้าและการดำเนินการ</li> <li>การพัฒนาความหลากหลายของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด</li> <li>การแบ่งปันสารสนเทศ และข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ความมั่นคงทางธุรกิจ ขยายธุรกิจและดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง</li> <li>การพัฒนานวัตกรรมเพื่อลูกค้าและสังคม และปรับปรุงองค์กรให้มีความคล่องตัวและทันต่อสถานการณ์โลก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสนับสนุนสโตร์พาร์ตเนอร์ให้มีผู้สืบทอดทางธุรกิจ เพื่อความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน</li> <li>การพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ Online to Offline (O2O)</li> <li>โครงการเทคโนโลยีการส่งสินค้าในร้าน 7-Eleven</li> </ul>

ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนอง ของบริษัท
	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนา ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ ผู้บริโภค และคนในสังคม มีสุขภาพ โภชนาการ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการ “กินดี อยู่ดี มีสุข”</li> <li>โครงการศูนย์สุขภาพดีชุมชน</li> <li>โครงการ VG for Love</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และลดภาวะโลกร้อน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โปรแกรมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ่านแนวคิด “ลด และทดแทน” การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์</li> <li>ลดใช้พลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic)</li> <li>โครงการ “ถึงคิดแยกขยะ”</li> </ul>



**7. ภาครัฐ ครอบคลุมทั้งหน่วยงานระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น**

ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนอง ของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงาน ภาครัฐ ผ่านการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU)</li> <li>การสนับสนุนโครงการ/กิจกรรม ความร่วมมือและการช่วยเหลือต่าง ๆ กับหน่วยงานภาครัฐ</li> <li>การเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการในโครงการภาครัฐ ร่วมแสดงความคิดเห็น และสร้างสัมพันธภาพที่ดี อย่างเปิดเผย</li> <li>การติดต่อประสานงานขอรับบริการภาครัฐ และการรับการตรวจเยี่ยมกิจการ</li> <li>การมีส่วนร่วมในการพัฒนาและใช้ประโยชน์จาก วิทยาศาสตร์ ร่วมกับคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม แห่งชาติ ผ่านโครงการ “ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่ เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ศึกษา สร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎหมาย และ ระเบียบปฏิบัติที่มีความจำเพาะกับพื้นที่หรือ กฎหมายท้องถิ่น พร้อมทั้งนำมาประยุกต์ใช้ ให้มีความสอดคล้องกับการประกอบธุรกิจ</li> <li>ปฏิบัติตามกฎหมายหรือระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมกับคู่ค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดนโยบายการทำธุรกรรมระหว่างกันและ ป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างชัดเจน</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเป็นตัวอย่างแก่ภาครัฐในการแสดงออกถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>นำเสนอมุมมองผ่านสมาคม การรวมกลุ่มทาง การค้าต่าง ๆ</li> <li>สนับสนุนการตรวจประเมินเบื้องต้นของภาครัฐและ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มการพัฒนาความยั่งยืน</li> <li>โครงการฝึกอบรมดับเพลิงขั้นต้นและฝึกซ้อมหนีไฟ รวมถึงบรรเทาสาธารณภัย (HERO)</li> <li>โครงการคนไทยไม่ทิ้งกัน</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนา ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ ผู้บริโภค และคนในสังคม มีสุขภาพ โภชนาการ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการพัฒนา และคิดสรรสินค้าเพื่อสุขภาพที่มี การเพิ่ม หรือลด หรือปราศจากสารอาหารตามที่ กฎหมายหรือมาตรฐานที่ยอมรับ</li> <li>การแสดงผลลูกค้าทางโภชนาการ (GDA)</li> <li>โครงการศูนย์สุขภาพดีชุมชน</li> <li>โครงการ “หวานน้อยสั่งได้”</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร และ ผู้ประกอบการ (SMEs) รวมถึงช่วยสร้างคุณภาพ ชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำให้กับชุมชนและสังคม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการช่วยเหลือเกษตรกรนำสินค้ามาจำหน่าย ในร้าน 7-Eleven</li> <li>โครงการ “Farm Outlet” (ขอพื้นที่วางสินค้าเกษตร ชุมชน)</li> <li>โครงการส่งเสริมและสนับสนุน SME</li> <li>โครงการ Big Brother Season 5</li> </ul>

ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการ “Eco-design”</li> <li>โครงการ “ลดรับ ลดให้ ลดใช้พลาสติก”</li> <li>โครงการ “Green Coffee Shop”</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนสามารถหมุนเวียนเอากลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการ Take-back บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วของบริษัท</li> <li>โครงการลดขยะ เพิ่มประโยชน์ ตั้งจุดรองรับคัดแยกขยะ รวบรวม ส่งต่อไปรีไซเคิล อีพีซีเอส อากิ ถึงคัดแยกขยะ ต้นกล้าไร้ดิน สุโรงเรียน และชุมชนไร้ถัง</li> </ul>

 8. ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน

ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>บรรยายสรุปผลการดำเนินงานต่อนักวิเคราะห์ และนักลงทุนสถาบัน (Analysis Meeting) ทุกไตรมาส</li> <li>บรรยายสรุปผลการดำเนินงานต่อนักลงทุนต่างประเทศ (Global Investor Conference) ทุกไตรมาส</li> <li>บรรยายสรุปผลการดำเนินงานร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย “SET Opportunity Day” ต่อนักลงทุนทั่วไป ทุกไตรมาส</li> <li>รายงานคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ทุกไตรมาส</li> <li>ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี</li> <li>งบการเงิน</li> <li>แบบ 56-1 One Report รายงานประจำปี</li> <li>รายงานความยั่งยืน</li> <li>หนังสือชี้ชวน เอกสาร สื่อนิตยสาร</li> <li>สื่อสารข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล โทรสาร และจดหมาย</li> <li>กิจกรรมโรดโชว์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ</li> <li>การลงพื้นที่เยี่ยมชมร้านค้า โรงงานและคลังสินค้าของบริษัท</li> <li>การประเมินโดยหน่วยงานอิสระจากภายนอก เพื่อแสดงว่าบริษัทเป็นหลักทรัพย์ที่มีคุณภาพ มีคุณค่าและมีความยั่งยืนทั้งในระดับชาติ และระดับโลก เช่น IOD, สถาบันส่งเสริมผู้ลงทุนไทย, SET, DJSI, FTSE Russell</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลการดำเนินงานและการเติบโตของธุรกิจในเวลาที่เหมาะสม</li> <li>ความโปร่งใสในการดำเนินงาน การเปิดเผยข้อมูลภาพลักษณ์ และการยอมรับจากสังคม</li> <li>การกำกับดูแลกิจการที่ดี และคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย (Minority Shareholders)</li> <li>การได้รับการประเมินการกำกับดูแลในระดับดีเลิศ โดย IOD และสถาบันส่งเสริมผู้ลงทุนไทย</li> <li>การได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกชั้นนำของประเทศ และของโลก เช่น รายชื่อหุ้นยั่งยืน, DJSI, FTSE4 Good Index เป็นต้น</li> <li>หลักทรัพย์ของบริษัทอยู่ในความต้องการของตลาด มีการซื้อขายในตลาดรอง อีกทั้งมูลค่าหลักทรัพย์ในตลาดรองสะท้อนถึงราคายุติธรรมเป็นอย่งน้อย</li> <li>การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาล (ESG)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>บริหารจัดการธุรกิจให้เติบโต ลดความเสี่ยง และเพิ่มความโปร่งใส</li> <li>รับฟังความคิดเห็นจากผู้ถือหุ้นและนักลงทุน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาในการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานของบริษัท</li> <li>กำหนดนโยบายการทำรายการระหว่างกันและป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างชัดเจน</li> <li>กำหนดนโยบายการทำกับดูแลกิจการ และการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด</li> <li>ให้ความเท่าเทียมของผู้ถือหุ้น และรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน</li> <li>ยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล</li> <li>ปรับปรุงแก้ไขกฎบัตร นโยบายแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการทุจริต ความยั่งยืน สิ่งแวดล้อม และสังคม ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล</li> <li>จัดตั้งหน่วยงานลงทุนสัมพันธ์ทำหน้าที่รับผิดชอบการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุนและนักวิเคราะห์ทั้งไทยและต่างประเทศ มีการเขียนบทวิเคราะห์ เพื่อให้หลักทรัพย์ของบริษัทอยู่ในความต้องการของตลาดเสมอ</li> <li>กำหนดกรอบแนวทาง เป้าหมาย ตัวชี้วัด และโครงการกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน</li> </ul>



ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนอง ของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>• การให้ข้อมูลต่อ Credit Rating Agency เพื่อประเมินอันดับความน่าเชื่อถือให้หุ้นกู้ของบริษัท</li> <li>• การให้ข้อมูลต่อหน่วยงานทางด้านสถิติและเศรษฐกิจของรัฐ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การสื่อสารการดำเนินงานอย่างโปร่งใส</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จัดการประชุม “CP ALL: Analysts’ Meeting” ผ่านระบบ VDO CONFERENCE เพื่อรายงานผลประกอบการของบริษัทและบริษัทในกลุ่ม ซีพี ออลล์ ให้กับนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ และนักลงทุน</li> <li>• จัดประชุมผู้ถือหุ้นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Meeting) ตามกฎหมายว่าด้วยการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และประกาศที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจำกัดจำนวนกรรมการ ผู้บริหารและผู้จัดประชุม ณ สถานที่ทำการถ่ายทอดสด</li> </ul>



9. ผู้ให้สิทธิ์ใช้เครื่องหมายการค้า

ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบการมีส่วนร่วม	ตัวอย่างความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนอง ของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ประชุมหารือเมื่อได้รับการร้องขอ</li> <li>• สิ่งพิมพ์ จดหมาย สื่อสารสนเทศ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง โดยเคร่งครัด</li> <li>• สร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้าผ่านสินค้าและบริการ รวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดีในด้านต่าง ๆ ตามความคาดหวังหรือเหนือความคาดหวังของลูกค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาเบื้องต้นหน่วยงานต้นสังกัดรับผิดชอบดูแลบริหารจัดการ ให้เป็นไปอย่างถูกต้อง โดยมีฝ่ายกฎหมายกำกับดูแล</li> <li>• จ่ายชำระค่าสิทธิตรงตามระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา</li> <li>• คัดเลือกสินค้าและบริการที่ดี มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้ามาจำหน่ายในร้าน ด้วยบริการที่ดีและเป็นมิตร</li> <li>• สร้างภาพลักษณ์ รักษาชื่อเสียงทางเครื่องหมายการค้าให้ได้อย่างต่อเนื่อง</li> <li>• สร้างสัมพันธ์ทางธุรกิจอันดี สนับสนุนกิจกรรม และการให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ รวมถึงการแลกเปลี่ยน Best Practice ระหว่างผู้รับสิทธิ์ทางการค้าและเจ้าของสิทธิ์ทางการค้าในการประชุมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นหรือทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์</li> </ul>





## นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า



### สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



**SDG1 ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่**

1.2 ลดสัดส่วนชาย หญิง และเด็กในทุกช่วงวัย ที่อยู่ภายใต้ความยากจนในทุกมิติ ตามนิยามของแต่ละประเทศให้ลดลงอย่างน้อยครึ่งหนึ่ง



**SDG3 สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดี และส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย**

3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า รวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่ต้องมีคุณภาพและเข้าถึงยา และวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้



**SDG8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน**

8.2 บรรลุการมีผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้นผ่านการทำให้หลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้นในภาคส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และใช้แรงงานเข้มข้น

8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านการเข้าถึงบริการทางการเงิน

8.5 บรรลุการจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพพลภาพ และให้มีการจ่ายที่เท่าเทียมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน



### ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ลูกค้า ผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการ และเจ้าหน้าที่ทางการค้า



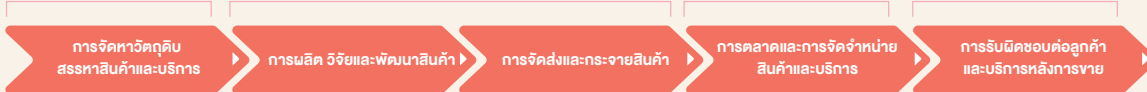
พนักงาน

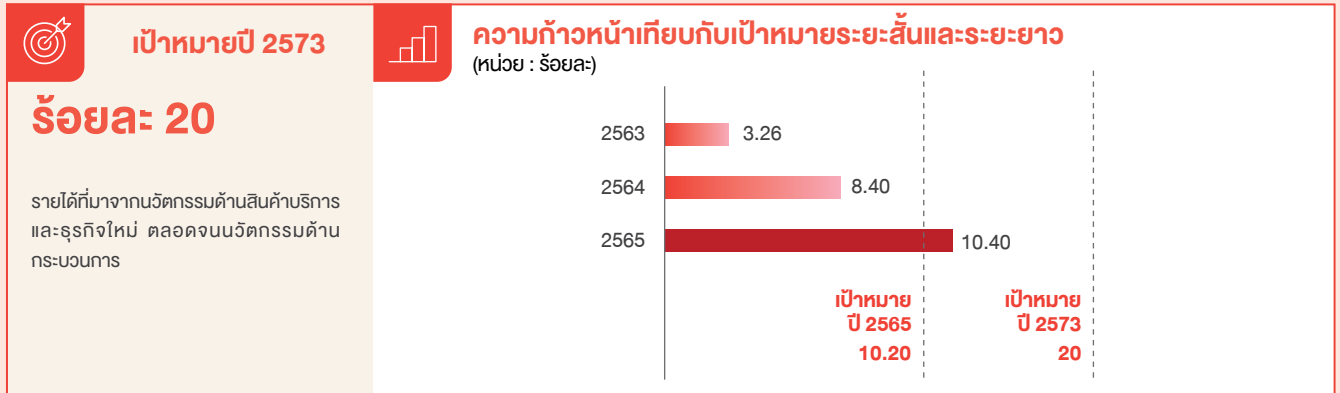



ชุมชน พนักงานพันธมิตรธุรกิจ




พนักงาน









### ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2565




มูลค่านวัตกรรมจากผลิตภัณฑ์ บริการ และการปรับปรุงกระบวนการ **8,423** ล้านบาท




ผลงานนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด **565** ผลงาน




ผลงานนวัตกรรมพัฒนาเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ **556** ผลงาน




### การดำเนินงานที่สำคัญปี 2565




การขยายผลของโครงการนวัตกรรม ปี 2565



การพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจจากออนไลน์ไปสู่ออฟไลน์ (Online to Offline: O2O)



การพัฒนาแอปพลิเคชัน “ALL Pharma See” สำหรับคนรักสุขภาพ



ร่วมมือกับภาคการศึกษาเพื่อสร้างนวัตกรรมเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อม

## ความเสี่ยงและโอกาส

เนื่องด้วยปัจจุบันโลกของเราได้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว ส่งผลให้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจ และการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค โดยเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เกิดธุรกิจแบบออนไลน์ ซึ่งสร้างผลกระทบต่อมูลค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการรูปแบบเดิมที่มีอยู่ และอาจนำไปสู่สภาวะ “Digital Disruption” หรือการหยุดชะงักเนื่องจากนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ดังนั้น ภาคธุรกิจจำเป็นต้องกำหนดแนวทางเพื่อพัฒนาคุณลักษณะขององค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในสังคมยุคโลกาภิวัตน์ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางธุรกิจในตลาด

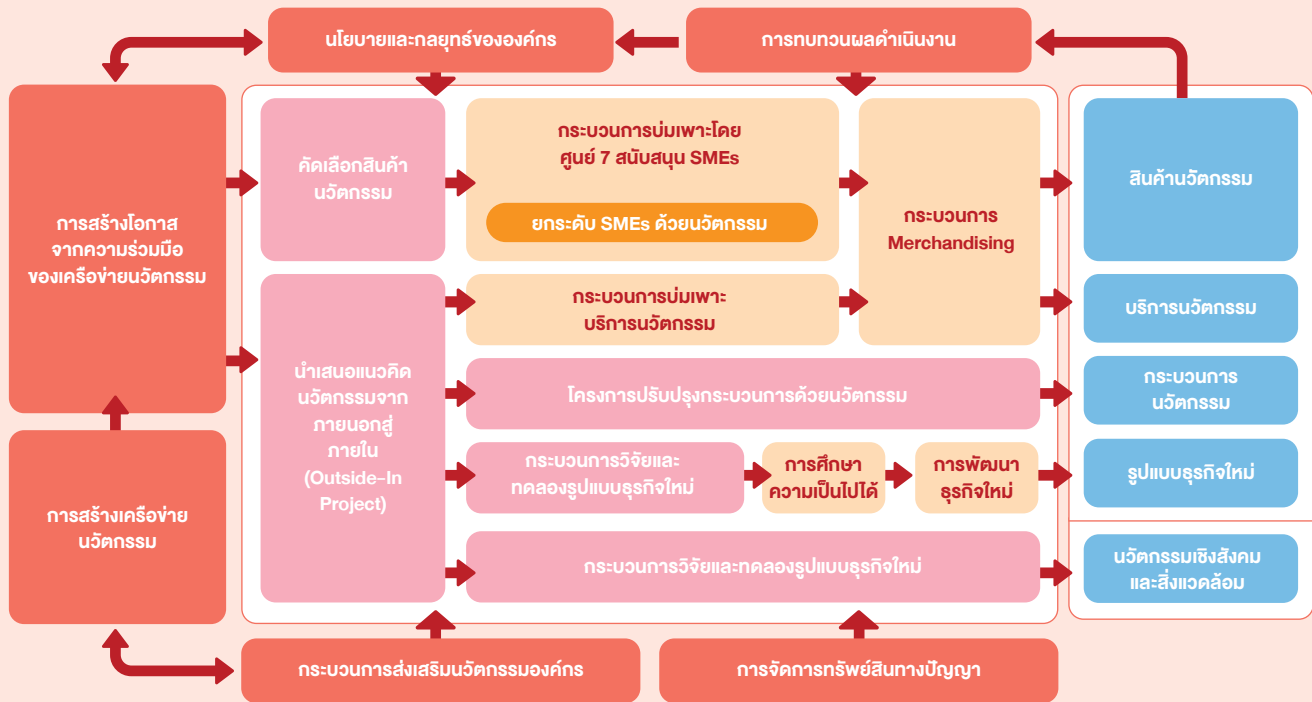
การค้าอย่างเสรี ทั้งนี้ บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนานวัตกรรม ซึ่งเปรียบเสมือนฟันเฟืองสำคัญที่ช่วยเพิ่มคุณค่า และคุณภาพให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อส่งเสริมสิทธิของผู้บริโภคในการมีสุขภาพที่ดี รวมถึงสิทธิในการเข้าถึงมาตรฐานการครองชีพที่เหมาะสม เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และการบริการสาธารณะ ที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตที่ดี ผ่านการพัฒนาและส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ ทั้งนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมด้านกระบวนการผลิต ตลอดจนการนำนวัตกรรมมาช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน รวมถึงสร้างคุณค่าให้กับสังคม

## แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทส่งเสริมการคิดค้นนวัตกรรมที่ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจให้เติบโต และสามารถแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจ สร้างความคล่องตัว และมีความพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจ ผ่านการส่งเสริมงานวิจัย

และเทคโนโลยีที่หลากหลาย เพื่อยกระดับการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์กรไปสู่การเป็นผู้นำในด้านการบริหารจัดการนวัตกรรมแห่งอนาคต โดยกำหนดกรอบ และแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

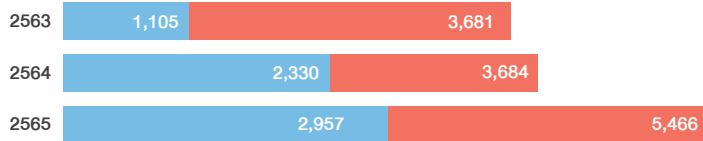
กรอบแนวคิดการจัดการนวัตกรรมของ ซีพี ออลล์



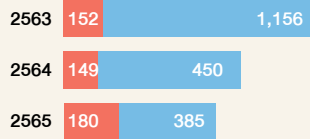
สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

มูลค่านวัตกรรม (หน่วย : ล้านบาท)

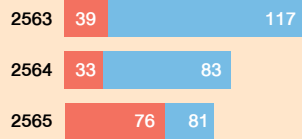
● นวัตกรรมแบบเปิด ● นวัตกรรมแบบปิด



ผลงานที่ส่งเข้าประกวด (หน่วย : ผลงาน)



ผลงานที่ได้รับรางวัล (หน่วย : ผลงาน)



ผลงานวิจัยและพัฒนา (หน่วย : ผลงาน)



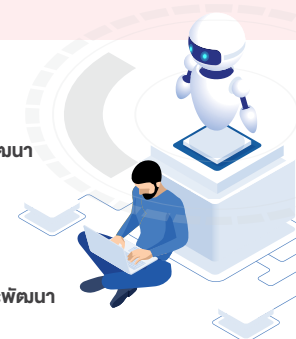
ประเภท	2563	2564	2565
จำนวนนวัตกรรม (รายสะสม)	4,979	9,158	12,520
จำนวนสิทธิบัตรสะสม	11	15	16
จำนวนอนุสิทธิบัตรสะสม	5	8	10



**385** ราย  
บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา



**45.65** ล้านบาท  
งบประมาณด้านวิจัยและพัฒนา





## ศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรม (Innovation Research and Development)

บริษัทสนับสนุนให้มีการพัฒนางานวิจัย และเทคโนโลยีนวัตกรรมด้านอาหาร ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้า พร้อมทั้งจับเคสอื่น

องค์กรให้เติบโต และสร้างประโยชน์แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยปัจจุบันบริษัทมีศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้งหมด 2 แห่ง ได้แก่



### ศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้านอาหาร บริษัท ซีพี ฟู๊ดแล็บ จำกัด

บริษัท ซีพี ฟู๊ดแล็บ จำกัด มีบทบาทสำคัญในการทำงานวิจัยนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีอาหาร เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น โดยนำประเด็นปัญหา รวมถึงความท้าทายมาเป็นโจทย์งานวิจัยพื้นฐานและงานวิจัยประยุกต์ เพื่อส่งต่อให้ทีมพัฒนาสินค้าใหม่ (New Product Development: NPD) ปัจจุบัน ซีพี ฟู๊ดแล็บ เป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการวิจัย และพัฒนา รวมถึงเป็นศูนย์กลางการทดสอบเพื่อรองรับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารให้กับ ซีพี ออลล์ และเครื่องจักรโกกกันท์ รวมถึงบริษัทอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ อาทิ

- การวิจัย และพัฒนาอาหารสำเร็จรูปที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่วงวัย (Food For Age Group) เพื่อสร้างเสริมสุขภาพทางโภชนาการที่ดีสำหรับคนแต่ละกลุ่ม
- การวิจัย และพัฒนาน้ำมันใบกะเพราเพื่อเป็นสารออกฤทธิ์ในผลิตภัณฑ์สเปรย์สำหรับบรรเทาอาการอักเสบในช่องปากและลำคอ Phase II



### สำนักพัฒนาและประกันคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างนวัตกรรม และการจัดการทางด้านอาหาร รวมถึงการจัดการทางด้านอาหารให้ปลอดภัย และได้คุณภาพตรงตามสุขอนามัยและสุขภาวะที่ดี ภายใต้กรอบความสมดุลของห่วงโซ่อาหารและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้บริการ และคำปรึกษาด้านวิชาการที่เป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานในการพัฒนา และสร้างให้เกิดความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการ โดยทำหน้าที่หลัก ดังนี้

- คิดค้นวัตถุดิบเฉพาะ และพัฒนาสูตรอาหาร ตลอดจนพัฒนากระบวนการผลิตในระดับอุตสาหกรรม โดยครอบคลุมกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ภายใต้แบรนด์ของบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และถูกต้องตามหลักโภชนาการและอนามัยของอาหาร
- พัฒนาระบบวงจรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยคำนึงถึงทุกกระบวนการในวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ต้นจนจบ (Product Life Cycle) เพื่อป้องกันและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการจัดการขยะอย่างถูกต้องเหมาะสม และเกิดมูลค่าสูงสุด
- วางระบบ และมาตรฐานทางด้านประกันคุณภาพ ตลอดห่วงโซ่อาหาร ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงมือผู้บริโภค เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย และได้ตามมาตรฐาน



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



**8** บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา



**8** ผลงานวิจัยและพัฒนา



**16** ล้านบาท งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา

ภายใต้ความร่วมมือระหว่างศูนย์เชี่ยวชาญนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ร่วมกับ ซีพีแรม และ ซีพี ฟู๊ดแล็บ ในการทำวิจัย ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับกะเพราโดยนำมาใช้เป็นสมุนไพรสำหรับบรรเทาอาการอักเสบในช่องปากและลำคอ และนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบสเปรย์ในอนาคต และยังเป็นการช่วยเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



**63** บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา



**548** ผลงานวิจัยและพัฒนา (SKU)



**12.7** ล้านบาท งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา

- จัดตั้งศูนย์ Food Technology Service ซึ่งให้บริการทางด้านการให้ความรู้ เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิต การบริการวิเคราะห์และการประเมินทางด้านต่าง ๆ อาทิ ทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Evaluation) และประเมินผลิตภัณฑ์ทางด้านประสาทสัมผัสตามหลักวิชาการสากล สร้างความมั่นใจในการวางจำหน่ายสินค้าใหม่ในร้าน 7-Eleven ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งศูนย์ปฏิบัติการทดสอบวิเคราะห์เชื้อจุลินทรีย์ และเคมีบางชนิดในผลิตภัณฑ์อาหาร น้ำ รวมถึงสารตกค้างต่าง ๆ ในผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

ทั้งนี้สำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ ยังมีบริการด้านการพัฒนาสินค้าและวัตถุดิบ การให้คำปรึกษา และการแก้ไขปัญหาของผลิตภัณฑ์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการต่าง ๆ



## ต่อยอดสินค้านวัตกรรม เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายและเพื่อเพิ่มมูลค่า และส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจ บริษัทร่วมส่งเสริม และยกระดับความสามารถของ SMEs

พัฒนานวัตกรรม และสรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ในปี 2565 มีผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่โดดเด่น ดังนี้



### เกสดีฟิต กะทิธัญพืชเพื่อสุขภาพ

บริษัทได้ร่วมมือกับบริษัท ฟอร์แคร์ จำกัด คิดค้นนวัตกรรมกะทิธัญพืชที่พัฒนาจากน้ำมันรำข้าว ซึ่งมีปริมาณไขมันอิ่มตัวต่ำกว่ากะทิมะพร้าวถึง 4 เท่า มีวิตามินอีสูง และไม่มีไขมันทรานส์ เป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้บริโภคที่ต้องการควบคุมไขมันในอาหาร โดยคงรสชาติความอร่อย รวมถึงรูปสกรีนสีที่ใกล้เคียงกะทิจากมะพร้าว ได้รับการรับรองภายใต้โครงการ “อาหารไทย หัวใจดี” จากมูลนิธิหัวใจแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผู้ที่มีความเสี่ยงจากโรคหัวใจ และหลอดเลือดสามารถรับประทานได้ ปัจจุบันวางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven 4,800 สาขาทั่วประเทศ สร้างยอดขายมากกว่า 14 ล้านบาทต่อปี



### หน่อไม้ในน้ำใบย่านาง ตราแม่บ้าน


บริษัทได้ร่วมมือกับบริษัท อาร์แอนด์ดี ฟู้ดส์ โปรดักส์ จำกัด คิดค้นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หน่อไม้ในน้ำใบย่านางสำเร็จรูป ดึกของพร้อมทานที่ยังคงรสชาติหน่อไม้สดจากธรรมชาติ มีรสชาติดี โดยเมื่อต้มกับใบย่านาง ซึ่งเป็นสมุนไพรไทยที่มีสรรพคุณมากมาย จะช่วยให้หน่อไม้หอม สามารถลดการอักเสบจากปิวรีน ช่วยลดกรดยูริกได้ มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตโดยใช้วิธีสเตอริไรส์ ทำให้สามารถเก็บในอุณหภูมิห้องโดยไม่ต้องแช่เย็นได้นาน 1 ปี รวมถึงการตัดหน่อไม้ให้เป็นชิ้นพอดีคำ ทำให้สะดวกในการรับประทาน ปัจจุบันวางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven 1,000 สาขาทั่วประเทศ สร้างยอดขายมากกว่า 6 ล้านบาทต่อปี





### นวัตกรรมหน้ากากผ้า เส้นใยนวัตกรรม โดย เพอร์มา (Perma) (ต่อเนื่อง)


บริษัทได้ร่วมมือกับ บริษัท เพอร์มา คอร์ปอเรชั่น จำกัด พัฒนานวัตกรรมเส้นใยสังเคราะห์จากนาโนซิงค์ออกไซด์ เพื่อผลิตเครื่องนุ่งห่ม และสิ่งทอทางการแพทย์ เช่น หน้ากากผ้า ปลอกหมอน ผ้าปูเตียงผู้ป่วย ชุดชั้นใน ชุดแพทย์ และชุดผู้ป่วย เป็นต้น โดยนาโนซิงค์ออกไซด์มีคุณสมบัติช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย ซึ่งเป็นสาเหตุของกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ โรคภูมิแพ้ และโรคที่เกี่ยวข้องทางเดินหายใจ การติดเชื้อที่บาดแผล และบริเวณผิวหนัง พร้อมทั้งมีความคงทน สามารถซักทำความสะอาดได้มากกว่า 150 ครั้ง ปัจจุบันหน้ากากผ้ามีวางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven และแพลตฟอร์มออนไลน์ 24shopping



 **ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

 **เพิ่มยอดขาย 22 ล้านบาทต่อปี**

 **ยกระดับเครื่องนุ่งห่มไทย**

 **ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**



## สร้างนวัตกรรมบริการ เพื่อส่งมอบประสบการณ์ความสะดวกแก่ผู้บริโภคด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation)

ปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และบริการผ่านช่องทางสมาร์ตโฟนมากยิ่งขึ้น ภาคธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่จะเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน และการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ และบริการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น รวมทั้งส่งเสริมการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกที่จำเป็นต้องเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ให้มีความหลากหลาย



### การพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ Online to Offline (O2O)

บริษัทพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ เพื่อยกระดับการสร้างประสบการณ์แบบไร้รอยต่อให้กับลูกค้า เชื่อมโยงสินค้าและไปรษณีย์ที่หลากหลาย ตอบโจทย์ลูกค้าทุกระดับจากช่องทางออนไลน์ ได้แก่ ร้าน 7-Eleven ไปสู่การจำหน่ายในช่องทางออนไลน์ ภายใต้แพลตฟอร์ม “ออลส์ออนไลน์ (ALL Online)” ทางใกล้บ้านบนเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน 7-Eleven บนโทรศัพท์มือถือ ภายใต้แนวคิด

- สะดวกซื้อ เลือกสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางที่หลากหลายทั้งออฟไลน์ ออนไลน์และดีลิเวอรี่
- สะดวกจ่าย เลือกชำระค่าสินค้าได้ทั้งในรูปแบบเงินสด และไม่ใช้เงินสด (Cashless)



### โครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผ่านช่องทางการขายแบบ O2O

บริษัท ทเวนตีไฟว์ ซ้อปปี้ง จำกัด ดำเนินธุรกิจ O2O บริหารการขายช่องทางออนไลน์และออกไลน์ผ่านเว็บไซต์ (Website) แอปพลิเคชัน (Application) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Social Commerce คอลเซ็นเตอร์ (Call Center) และช่องทางใหม่ ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าที่หลากหลายสามารถสั่ง จ่าย และรับสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ที่ร้าน 7-Eleven หรือออรับที่บ้าน ผ่านระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพกระจายทุกพื้นที่ นอกจากนี้ ยังสนับสนุน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้สามารถจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการตลาดแบบผสมผสานแบบ O2O โดยสามารถส่งสินค้าเกษตรผ่านช่องทางออนไลน์ โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อ รับวันถัดไป หรือสั่งจองล่วงหน้า (Pre order) ผ่านแพลตฟอร์ม O2O โดยลูกค้าสามารถมารับที่ร้านสาขา หรือส่งถึงบ้าน อาทิ ทุเรียน ส้มสายน้ำผึ้ง ส้มโอบทิมสยาม เมล่อน ่อโวคาโด และผลไม้อื่น ๆ ตามฤดูกาล รวมถึงต้นไม้มงคล กล้วยไม้ เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่สังคมอย่างทั่วถึง



### นวัตกรรมบริการทางการเงินใกล้ชุมชน

ให้บริการธุรกรรมทางการเงิน ทั้งฝาก-ถอนเงินสด และยืนยันตัวตนเพื่อเปิดบัญชีผ่านระบบออนไลน์ เพื่อตอบโจทยลูกค้าที่ไม่มีบัญชีธนาคาร และไม่สะดวกใช้บัญชีธนาคาร หรือต้องการรับเงินสดโดยตรง เช่น คนต่างจังหวัดมาทำงานในเมืองแล้วต้องส่งเงินกลับบ้าน หรือพ่อแม่ส่งเงินให้ลูกที่เข้ามาเรียนหนังสือในเมือง หรือส่งเงินเพื่อชำระหนี้เป็นครั้งคราว เป็นต้น ปัจจุบัน บริษัท เคาน์เตอร์ เซอร์วิส จำกัด ในกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์

มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย จะช่วยยกระดับการดำเนินงานธุรกิจให้มีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในสังคมยุคโลกาภิวัตน์ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยในปี 2565 มีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

- สะดวกรับ เลือกรูปแบบการรับสินค้าตามความต้องการ โดยลูกค้าสามารถสั่งสินค้าล่วงหน้า และเลือกมารับสินค้าได้ด้วยตนเองที่ร้าน 7-Eleven หรือรับบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านผ่านบริการ 7 Delivery พร้อมกันนี้ บริษัทได้ยกระดับการให้บริการออนไลน์แก่ลูกค้า โดยการพัฒนาระบบสมาชิก “ออลส์ เมมเบอร์ (All Member)” ผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อใช้เป็นช่องทางสื่อสาร และประเมินความพอใจของลูกค้า พร้อมทั้งให้สิทธิประโยชน์พิเศษแก่สมาชิก ปัจจุบันมีสมาชิกในระบบกว่า 16.67 ล้านราย โดยผลการประเมินความพอใจของลูกค้าสามารถนำมาใช้วางแผน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการสำหรับลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



สินค้าทางการเกษตรตามฤดูกาล **179** รายการ



เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ **19** ราย



เพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร **225,000** บาทต่อราย

มีบริการ “โอนปั๊ป รับปั๊ป” ซึ่งเป็นบริการโอนเงินภายในประเทศทั่วไทย โดยไม่ต้องใช้บัญชีธนาคาร ใช้เพียงบัตรประชาชนตัวจริงในการส่งเงิน และรับเงินเท่านั้น โดยฝั่งผู้รับเงินสามารถเข้าไปรับเงินสดที่ร้าน 7-Eleven กว่า 12,500 สาขาทั่วประเทศได้ทันที ตลอด 24 ชั่วโมง โดยทำรายการได้สูงสุดครั้งละไม่เกิน 10,000 บาท และไม่เกิน 50,000 บาทต่อคนต่อวัน



**การพัฒนาต่อเนื่องแอปพลิเคชัน “ALL Pharma See” สำหรับคนรักสุขภาพ**

ร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส ในกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ ได้พัฒนาแอปพลิเคชัน “ALL Pharma See” อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คนรักสุขภาพสามารถเข้าถึงบริการด้านสุขภาพ “ง่ายและใกล้ตัว” โดยให้บริการคำปรึกษาเรื่องสุขภาพและ

การใช้จ่ายจากเภสัชกรกว่า 300 ราย โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ผ่านช่องทางแชนแนลออนไลน์ รวมทั้งบริการให้ความรู้สุขภาพ ค้นหาร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส ในบริเวณใกล้เคียง



**ใช้นวัตกรรมเพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน**

นอกจากนี้บริษัทพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงานธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามายกระดับการทำงานให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพิ่มความคล่องตัวในกระบวนการ

ทำงานสำหรับพนักงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในปี 2565 มีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้



**พัฒนาระบบการรับสินค้า (All Receive) ร้าน 7-Eleven (ต่อเนื่อง) โครงการ Integrate Receiving @ Store**

เพื่อให้ลูกค้าที่ใช้บริการเซเว่นดีลิเวอรี่ (7Delivery) เห็นสินค้าที่ต้องการได้ทันที รวมถึงแก้ไขปัญหาการส่งสินค้าจากซัพพลายเออร์สู่ร้าน 7-Eleven ให้สามารถปรับปรุงจำนวนสินค้าจากระบบได้แบบเวลาจริง (Real Time) ลดปัญหาการบันทึกสินค้าผิดพลาดและใช้เวลานาน บริษัทได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการรับสินค้าจากการตรวจรับสินค้าโดยพนักงาน เป็นการสแกนรับสินค้าโดยใช้ Personal Digital Assistant (PDA) ของพนักงานแต่ละคน ซึ่งระบบจะส่งต่อข้อมูลไปยังระบบเก็บข้อมูลรายการสินค้าโดยอัตโนมัติ ปัจจุบันเทคโนโลยีดังกล่าวได้ถูกนำไปใช้ในร้าน 7-Eleven ทุกสาขาทั่วประเทศ



**พัฒนาระบบการตรวจนับสินค้าที่ร้าน 7-Eleven โครงการตรวจนับรูปแบบ Sampling Count**

เพื่อลดเวลาในวันตรวจนับของร้านสาขา ร้านจะได้นำเวลาดังกล่าวมาบริการลูกค้า ไม่ให้สูญเสียโอกาสในการขาย บริษัทพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าที่มีผลขาดสูงของแต่ละสาขา โดยใช้หลักการพาเรโต เพื่อชี้เป้ากลุ่มสินค้าที่ต้องตรวจนับ ปัจจุบันเทคโนโลยีดังกล่าวได้ถูกนำไปใช้ในร้าน 7-Eleven ทุกสาขาทั่วประเทศ



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



ลดเวลาการรับสินค้าที่ร้าน **66** นาทีต่อร้านต่อวัน



ลดจำนวนพนักงานในขั้นตอนตรวจนับสินค้าจาก **2** ราย เหลือ **1** รายต่อร้าน



ลดการใช้กระดาษเอกสาร **39** ล้านแผ่น เป็นมูลค่ารวม **14** ล้านบาทต่อปี



**ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**



ลดเวลาการตรวจนับสินค้าที่ร้าน **11** วันทำงาน ต่อสาขาต่อปี



ลดต้นทุนในการตรวจนับ **57** ล้านบาทต่อปี



เพิ่มยอดขาย **387** ล้านบาท



## ร่วมมือกับภาคการศึกษาเพื่อสร้างนวัตกรรม เชิงสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทร่วมกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) และ ออลส์ เวเลนส์ ธุรกิจในกลุ่มบริษัท พัฒนาหุ่นยนต์ส่งของ (Outdoor Delivery Robot) นำหุ่นยนต์ซึ่งใช้พลังงานแบตเตอรี่ไฟฟ้าร้อยละ 100 โดยใช้ระบบนำทางอัตโนมัติปัญญาประดิษฐ์ (AI: Artificial Intelligence) ไร้คนขับ เข้ามาช่วย ให้เกิดการขนส่งที่ไม่ก่อมลภาวะ ไม่ส่งเสียงดัง สร้าง พลังงานสะอาด ช่วยแบ่งเบาภาระการทำงาน ของพนักงานร้าน 7-Eleven ในช่วงที่มีปริมาณ การสั่งซื้อสินค้าเข้ามาพร้อมกันจำนวนมาก รวมถึง ช่วยการขนส่งในเวลากลางคืน ตอบโจทย์การเป็น ร้านที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง สำหรับการพัฒนา ในเฟสแรกหุ่นยนต์สามารถรับส่งของได้ครั้งละ 2 ออร์เดอร์ อีกทั้งช่วยเพิ่มความปลอดภัย แก่ผู้บริโภคและพนักงาน โดยทดลองวิ่งจริงในพื้นที่

ภายใต้การกำกับดูแลโดยเฉพาะ (Sandbox) บริเวณพื้นที่อาคารของพีไอเอ็ม (PIM) และพื้นที่ ธาราพาร์ค เพื่อให้แน่ใจว่าการวิ่งส่งของแต่ละครั้ง มีความแม่นยำบนถนน และสิ่งกีดขวางหลากหลาย รูปแบบ ปัจจุบันอยู่ระหว่างการดำเนินการพัฒนา ในเฟสที่ 2 จะพิจารณาการออกแบบหุ่นยนต์ ให้มีหลายขนาดมากขึ้น พร้อมตอบโจทย์การรับ-ส่ง สินค้าให้เหมาะกับแต่ละพื้นที่ โดยมีเป้าหมายขยาย ผลสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ (New S-Curve) สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ที่ตอบโจทย์โลกอนาคต โดยมองโอกาสการนำหุ่นยนต์ส่งของ (Outdoor Delivery Robot) เข้าไปช่วยตอบโจทย์การส่งของ ให้แก่บริษัทหรือร้านค้าอื่น ๆ ใกล้เคียง 7-Eleven ไปยัง ผู้บริโภคด้วย

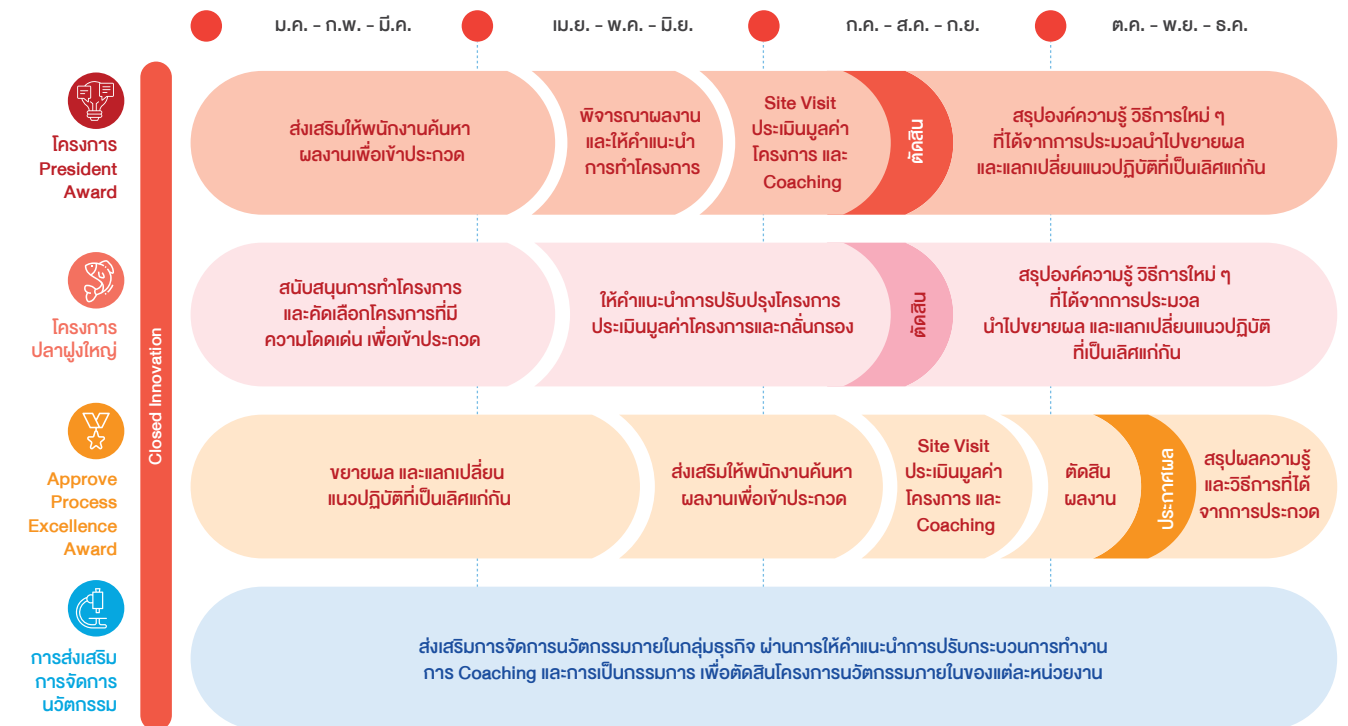


## สร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม (Innovation Culture)

บริษัทจัดอบรมให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ รวมถึง สร้างบรรยากาศให้พนักงานได้เกิดแนวคิด สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ รวมถึงส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม ผ่านเวทีการประกวดโครงการนวัตกรรมภายใน ของกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ เพื่อเชิดชูเกียรติให้กับ โครงการที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีในด้านเศรษฐกิจ

สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงส่งเสริมให้มีการ จัดการความรู้ภายในกลุ่ม โดยนำนวัตกรรมใหม่ ไปขยายผล และแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ แก่กัน พร้อมทั้งส่งเสริมการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง กระบวนการทำงาน เพื่อลดภาระงานที่ไม่จำเป็น ทำให้องค์กรเกิดความคล่องตัว และพนักงาน

สามารถสร้างสรรค์งาน และนวัตกรรมที่มีคุณค่า ให้แก่บริษัท ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และเพื่อให้เกิดวัฒนธรรม นวัตกรรมที่ผู้บริหาร และพนักงานได้มีส่วนร่วม ในการส่งมอบคุณค่าแก่ประเทศชาติ ประชาชน และ องค์กร





## นวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation)

บริษัทได้ให้ความร่วมมือด้านนวัตกรรมกับองค์กรภายนอก ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน 11 องค์กรระดับประเทศ ภายใต้ “โครงการความร่วมมือขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับประเทศไทย Synergy เพื่อ SMEs ไทย” โดยสนับสนุนผลงานวิจัย และสิ่งประดิษฐ์ของแต่ละองค์กร รวมถึงของผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) เพื่อมอบโอกาสและเพิ่มช่องทาง



### โครงการธัญญาโสม ข้าวหอมยั่งยืน บริษัท ธัญญาโสม วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด

เป็นรูปแบบการส่งเสริมธุรกิจต้นแบบเพื่อสังคม ในการแปรรูปข้าวกล้องหอมมะลิออร์แกนิกมาเป็นข้าวต้มพร้อมรับประทาน มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ด้วยการรวมกลุ่มชาวนาเกษตรอินทรีย์ปลูกข้าวกล้องหอมมะลิ 105 ตามมาตรฐานสากล ให้มีความหอมที่เป็นเอกลักษณ์ได้มากที่สุด ผ่านการเก็บเกี่ยว และแปรรูปข้าวในสุภาวะที่เหมาะสม ทั้งการบ่ม การสีและจัดเก็บข้าว ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้กลุ่มชาวนาเกษตรอินทรีย์ 380 ครัวเรือน ในจังหวัดสุรินทร์ และบุรีรัมย์ สามารถสร้างรายได้ให้กลุ่มชาวนาเกษตรอินทรีย์ เป็นเงินกว่า 18 ล้านบาท



การตลาด พร้อมทั้งแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และนำแนวปฏิบัติมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อต่อยอดงานวิจัยนวัตกรรมรูปแบบใหม่ที่สร้างคุณค่าแก่องค์กร และสังคมต่อไป ในปี 2565 มีโครงการด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมที่โดดเด่น ดังนี้



### โครงการระบบบำบัดน้ำเสียด้วยเทคโนโลยีจอร์ไฟฟ้าชีวภาพ บริษัท อินโน กรีน เทคโนโลยี จำกัด

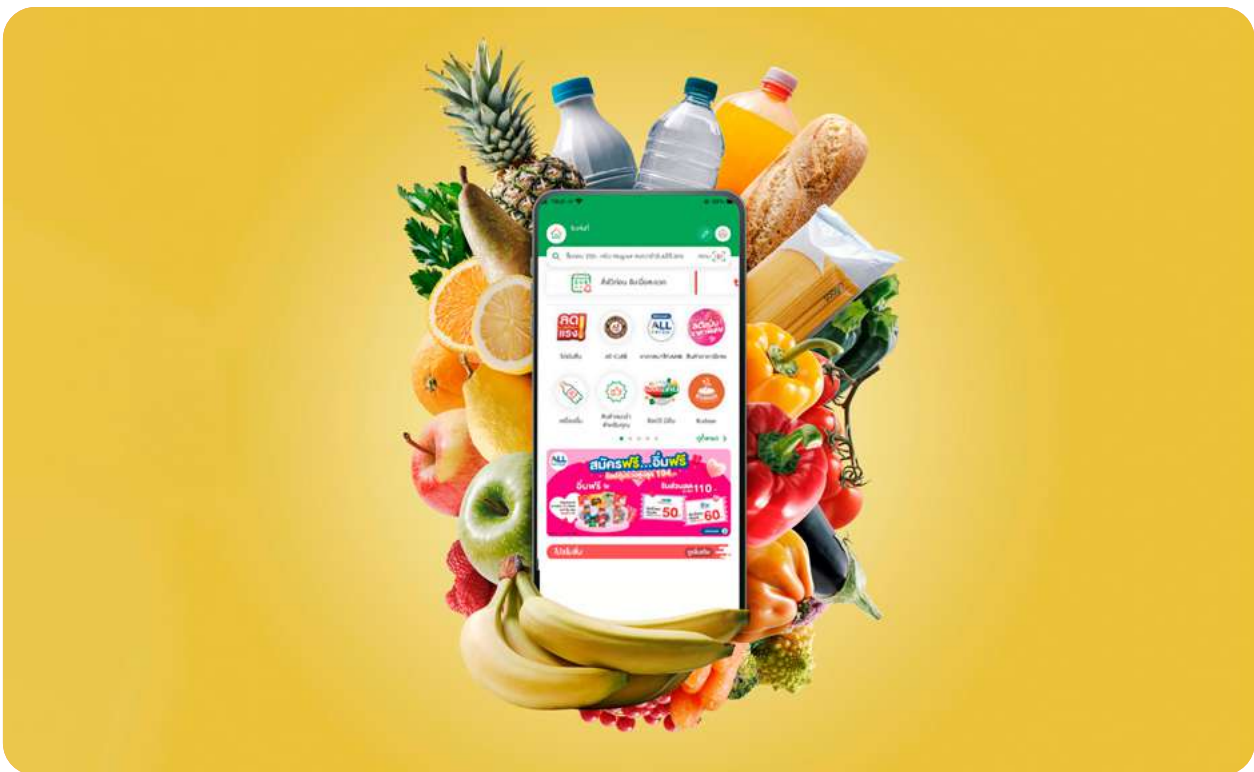
ระบบบำบัดน้ำเสียด้วยจอร์ไฟฟ้าชีวภาพ ประยุกต์มาจากเทคโนโลยีทางชีวเคมีไฟฟ้าของเซลล์เชื้อเพลิงจุลินทรีย์ที่มีประสิทธิภาพสูง ช่วยประหยัดพลังงาน ปลอดภัย ไม่มีกากตะกอนต่ำ ใช้พื้นที่น้อย ใช้งานง่าย น้ำใส ไร้กลิ่น สามารถบำบัดน้ำเสียได้ทั้งสารอินทรีย์และสารอนินทรีย์ในระบบเดียว ไม่เกิดแก๊สมีเทนและแก๊สไฮโดรเจนซัลไฟด์ เพิ่มคาร์บอนเครดิต





**การพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ Online to Offline (O2O)**

โลตัสพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ช้อปปิ้งและเปิดตัวแอปพลิเคชัน Lotus's SMART App ที่รวมออนไลน์ช้อปปิ้งและรีเวิร์ด โปรแกรมใหม่ อยู่ในที่เดียว เชื่อมต่อการซื้อสินค้าแบบ Omni-Channel ทั้งออฟไลน์ และออนไลน์เข้าด้วยกันอย่างไร้รอยต่อ เสริมความแข็งแกร่งให้กับ ธุรกิจ O2O ของโลตัสโดยใช้สาขาที่มีมากกว่า 2,600 แห่งทั่วประเทศ เป็น fulfillment center สำหรับจัดส่งสินค้าในช่องทางออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อส่งมอบประสบการณ์ การช้อปปิ้งที่ SMART โดย Lotus's SMART App เป็นแอปพลิเคชันที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งานของลูกค้าและนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์และประมวลผล big data เพื่อสร้างคู่มือส่วนตัว โปรโมชั่น สิทธิพิเศษ เสนอแนะสินค้าที่ตรงใจลูกค้าแต่ละคน ตามความต้องการที่แตกต่างกันสำหรับรีเวิร์ดโปรแกรมใหม่ My Lotus's (มายโลตัส) พัฒนาการออกแบบให้ลูกค้ามีประสบการณ์การใช้งาน ทั้งการสะสมและการแลกง่ายขึ้น ทันใจขึ้น คุ่มขึ้น และตรงใจขึ้นกว่าเดิม โดยไม่มีการส่งสแตกเมนต์และคู่มือไปยังบ้านของลูกค้า ช่วยลดการใช้ทรัพยากรกระดาษได้ร้อยละ 100 รวมถึงเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย





## การพัฒนาทุนมนุษย์



### สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



**SDG 4** สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็นรวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดีและการเป็นผู้ประกอบการ



**SDG 5** บรรลุความเท่าเทียมระหว่างเพศ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่มสตรีและเด็กหญิง

5.5 สร้างหลักประกันว่าผู้หญิงจะมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพและมีโอกาสที่เท่าเทียมในการเป็นผู้นำในทุกระดับของการตัดสินใจ



**SDG 8** ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่มีผลิตภาพและการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

8.2 บรรลุการมีผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้นผ่านการทำให้หลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้นในภาคส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้แรงงานเข้มข้น



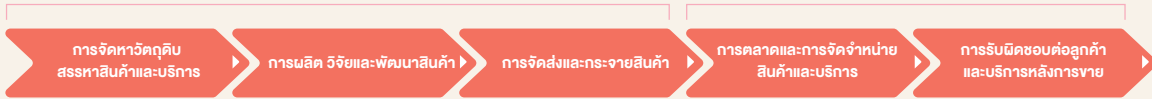
### ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



พนักงาน



พนักงาน พันธมิตรธุรกิจ



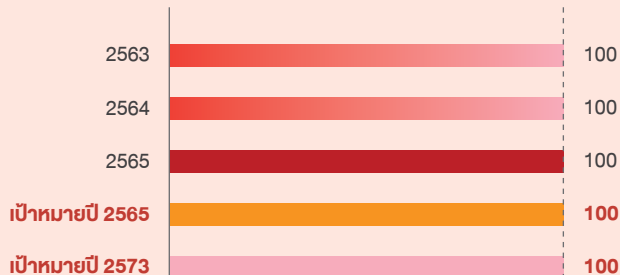
### เป้าหมายปี 2573



### ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว (หน่วย : ร้อยละ)

ผู้นำและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้และกิจกรรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี






**ร้อยละ 100**



### ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2565

 <p><b>ร้อยละ 100</b> ของพนักงานระดับบังคับบัญชา เจ้าหน้าที่ พนักงาน ผู้จัดการร้านและพนักงานร้าน เข้าร่วมการเรียนรู้หลักสูตรออนไลน์ และผ่านการทดสอบ หัวข้อ “การพัฒนาองค์กรเพื่อความยั่งยืน (Corporate Sustainability)”</p>	 <p><b>ร้อยละ 100</b> ของพนักงานทุกระดับ ครอบคลุมคู่ค้าธุรกิจ ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner) และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิ ช่วงอาณาเขต (Sub Area) ผ่านการเรียนรู้ และสอบวัดความรู้ออนไลน์ หัวข้อ “กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล”</p>	 <p><b>ร้อยละ 100</b> ของพนักงานระดับบังคับบัญชา และระดับบริหารขึ้นไป ผ่านการเรียนรู้ และสอบวัดความรู้ออนไลน์ หัวข้อ “สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ”</p>	 <p><b>ร้อยละ 100</b> ของพนักงานทุกระดับ ครอบคลุมพนักงานของ คู่ค้าธุรกิจ ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner) และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิ ช่วงอาณาเขต (Sub Area) ผ่านการพัฒนาให้ Digital Mindset &amp; Digital Literacy</p>
---	---	--	--

### การดำเนินงานที่สำคัญปี 2565

 <p>การเรียนรู้และสอบวัดความรู้ ออนไลน์ หัวข้อ “กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล” ให้กับคู่ค้าธุรกิจ ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner) และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (Sub Area)</p>	 <p>การเรียนรู้และสอบวัดความรู้ ออนไลน์ หัวข้อ “สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ” ให้กับพนักงานระดับบังคับบัญชาและระดับบริหารขึ้นไป</p>	 <p>การเรียนรู้และสอบวัดความรู้ ออนไลน์ หัวข้อ “ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์” ให้กับพนักงานระดับบังคับบัญชาและระดับบริหารขึ้นไป</p>	 <p>การพัฒนาทักษะเป้าหมายยุคดิจิทัล ให้กับพนักงานร้าน เพื่อตอบกลยุทธ์ O2O และ 7Delivery</p>	 <p>การยกระดับทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากร ระดับ Intermediate และ Advanced สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ขับเคลื่อนกลยุทธ์องค์กร</p>
---	--	--	---	---

## ความเสี่ยงและโอกาส

บุคลากรภายในองค์กรถือเป็นทรัพยากรพื้นฐานที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ความยั่งยืนขององค์กร ดังนั้น การส่งเสริมความเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ ในการพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคลถือเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากรในทุกตำแหน่ง ภายใต้อาณัติของพันธกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านการพัฒนาทักษะความรู้ที่จำเป็น และการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีในยุคที่ดิจิทัลแพลตฟอร์ม

เข้ามามีบทบาทมากขึ้น นอกจากนี้ การเตรียมแผนพัฒนาศักยภาพ ตลอดจนการจัดทำเครื่องมือวิเคราะห์ศักยภาพและความต้องการบุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรในการวิเคราะห์ทักษะที่จำเป็นของพนักงาน รวมถึงการพัฒนาพนักงานแบบองค์รวม (Holistic Development) และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร ตลอดจนสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้พนักงาน เพื่อให้องค์กรมีความพร้อมและเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

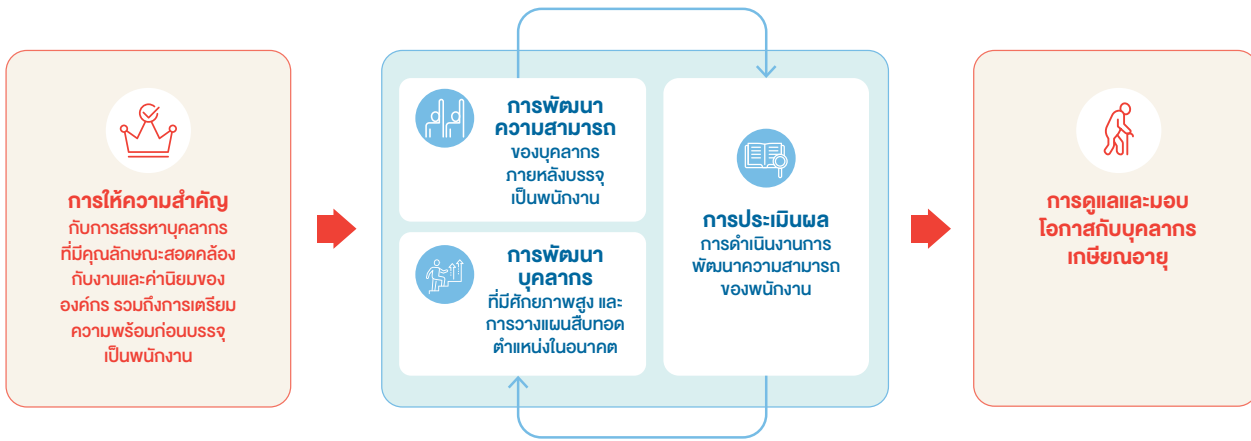
## แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกระดับ ภายใต้อาณัติของกลยุทธ์การพัฒนากุมนุมมนุษย์ ผ่านโปรแกรมส่งเสริมทักษะที่หลากหลาย อาทิ ทักษะด้านภาวะผู้นำในแต่ละระดับ ทักษะด้านวิชาชีพเรียนรู้วิธีการทำงานแบบใหม่ (Uplift Skill) ทักษะด้านความยั่งยืนขององค์กร ทักษะด้านกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) ทักษะด้านดิจิทัล (Digital Literacy) ตลอดจนทักษะด้านการปรับปรุงกระบวนการทำงานแบบ Automation เพื่อให้พนักงานทุกระดับภายในองค์กรได้พัฒนาทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน ซึ่งครอบคลุมไปถึงพนักงานของกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner) และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (Sub Area) เพื่อเตรียมความพร้อมให้พนักงานสามารถปรับตัวได้ทันกับที่หากเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินหรือสภาวะวิกฤต รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

บริษัทมุ่งพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ผ่านวิธีการและช่องทางที่หลากหลาย ทั้งแบบออนไลน์ และ ออฟไลน์ เช่น การฝึกอบรมเสมือนจริง (Virtual Training) การศึกษาแบบออนไลน์ (e-Learning) การฝึกปฏิบัติงานไปพร้อมการทำงานจริง (On Job Training: OJT) การเรียนรู้แบบข้ามสายงาน (Cross Functional) ในรูปแบบโครงการ (Project Based) และการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติและทำงานจริง (Action Learning) ที่มีผู้บริหาร หรือผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษาคอยให้คำแนะนำ เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังได้พัฒนาหลักสูตรการอบรมให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจมากขึ้น เพื่อให้พนักงานทุกคน รวมถึงพนักงานของพันธมิตรทางธุรกิจ ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner) และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (Sub Area) สามารถพัฒนาทักษะที่จำเป็นและศักยภาพได้เต็มประสิทธิภาพ ส่งผลให้การดำเนินงานธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ผ่านการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลขององค์กร ภายใต้อาณัติของแผนกลยุทธ์ฯ คนมีความสุข ตลอดช่วงชีวิตที่ทำงานอยู่กับองค์กร



### กรอบการดำเนินงานพัฒนาทักษะและโอกาสทางอาชีพของบุคลากรอย่างยั่งยืน



### สรุปผลการดำเนินงานปี 2565

#### ชั่วโมงเฉลี่ยต่อปีของการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน (ชั่วโมงต่อคนต่อปี)

##### จำแนกตามอายุ

อายุน้อยกว่า 30 ปี	29.74	32.03
อายุ 30-50 ปี	33.71	39.24
อายุมากกว่า 50 ปี	35.31	35.79

##### จำแนกตามระดับตำแหน่ง

ผู้บริหารระดับสูง	74.06	76.62
ผู้บริหาร	46.17	47.06
ผู้บริหารระดับต้น	82.35	84.89
เจ้าหน้าที่	41.24	48.58

##### จำแนกตามเพศ

เพศชาย	30.03	31.25
เพศหญิง	30.29	32.79

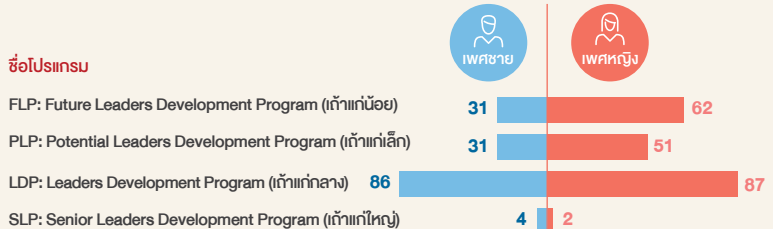
##### จำแนกตามสัญชาติ

ไทย	30.57	32.77
กัมพูชา	11.12	9.92
เมียนมาร์	11.33	10.11
อินเดีย	4.51	4.51
ออสเตรเลีย	46.83	46.83
เกาหลี	9.00	9.00
อื่น ๆ	25.67	25.67

● ชั่วโมงเฉลี่ยต่อคนต่อปี

● ชั่วโมงเฉลี่ยต่อ FTE

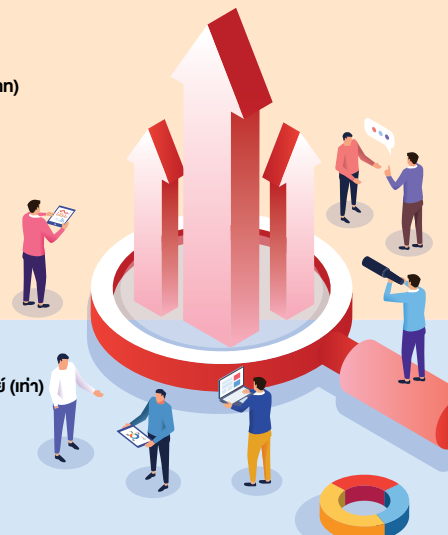
#### จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมอบรมการพัฒนาผู้นำ ตามแนวทาง Action Learning (ราย)

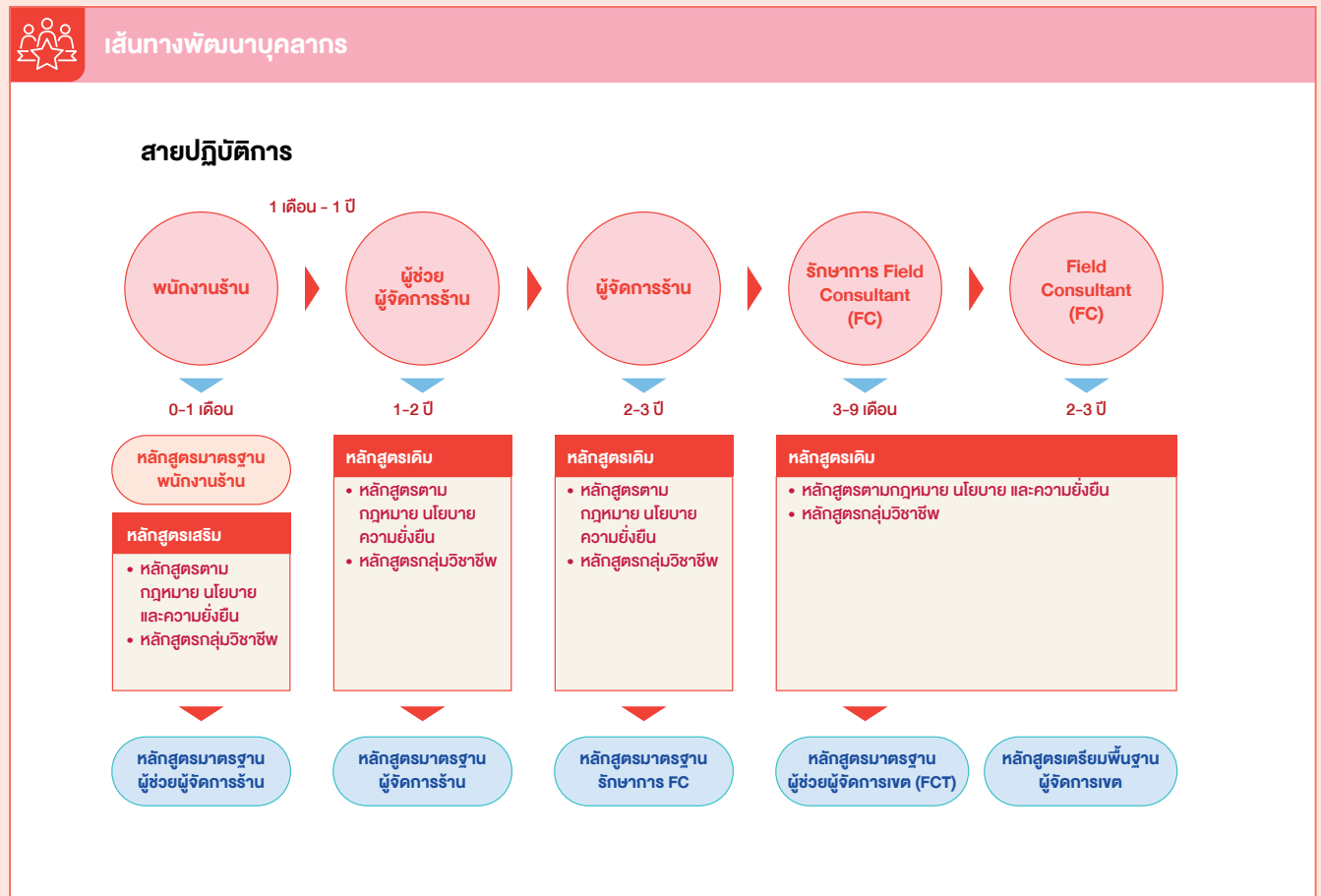
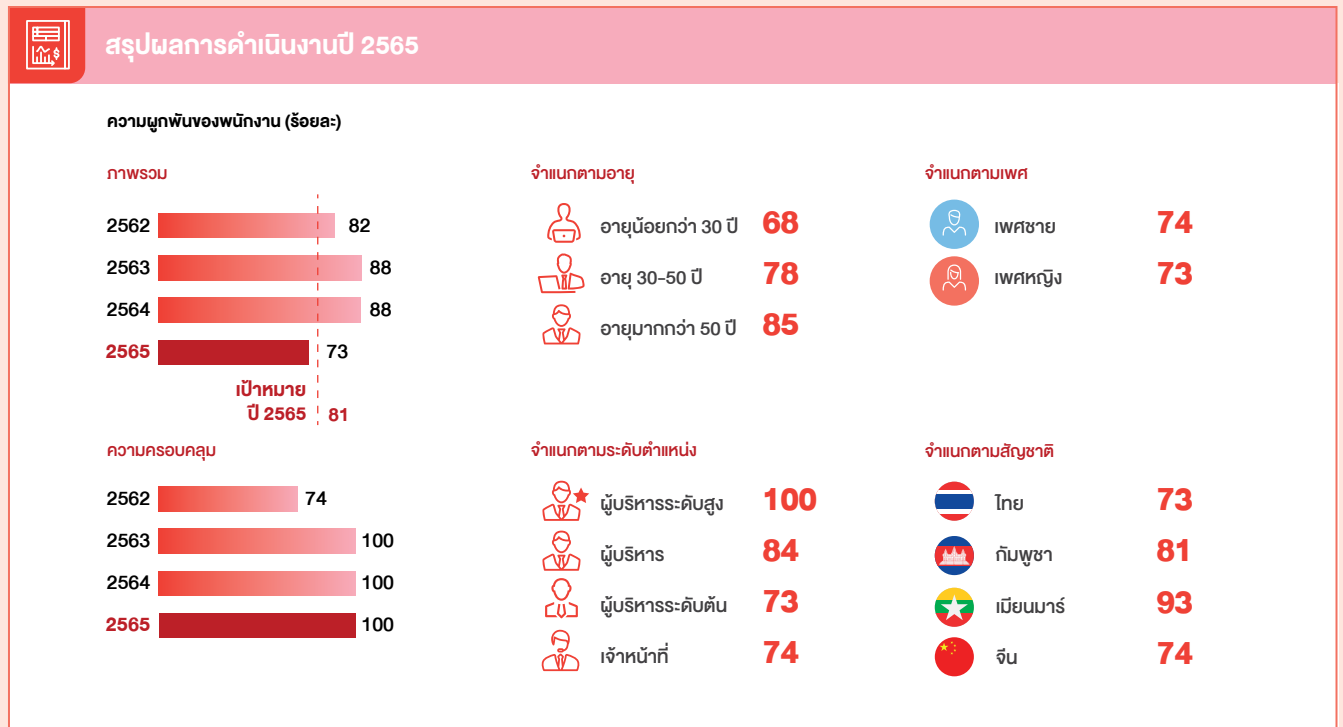


#### ค่าใช้จ่ายสำหรับการฝึกอบรมเฉลี่ยต่อ FTE (บาท)



#### ผลตอบแทนจากการลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ (เท่า)

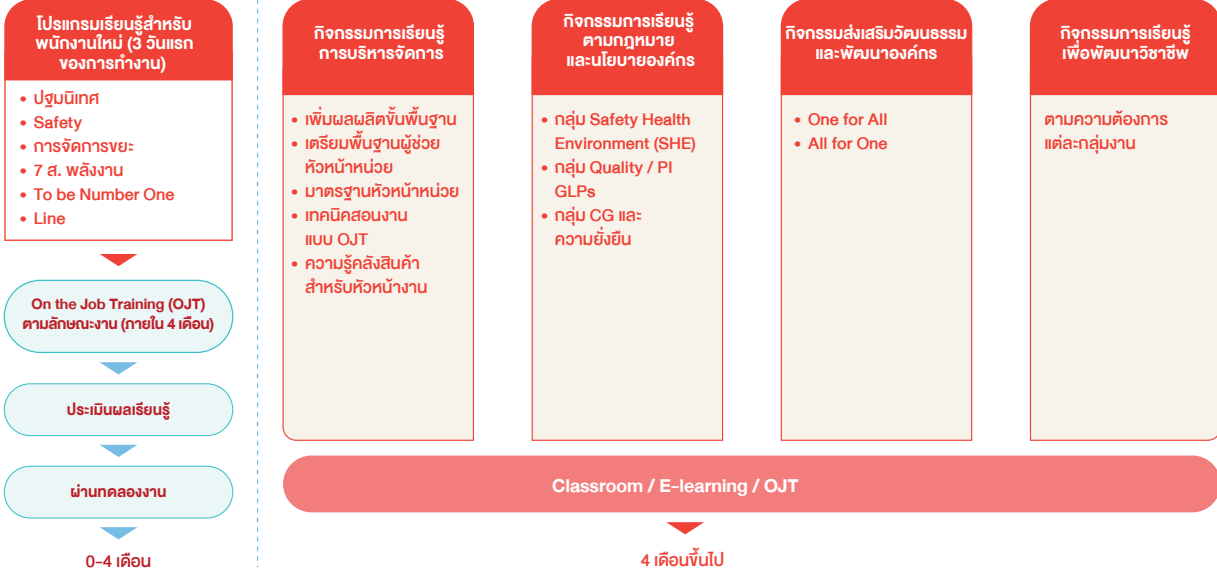













## เส้นทางพัฒนาบุคลากร

### สายกระจายสินค้า



### สายสำนักงาน

	 <b>หลักสูตรสำหรับพนักงานใหม่</b>	 <b>หลักสูตรกลุ่มวิชาชีพ (Job Family)</b>	 <b>หลักสูตรเตรียมความพร้อมแต่ละระดับ</b>	 <b>หลักสูตรสำหรับผู้ที่ได้ปรับตำแหน่งข้ามระดับ PC</b>	 <b>หลักสูตร Leadership Development</b>	 <b>หลักสูตรพัฒนา Talent Pool</b>	 <b>CPLI</b>
<b>ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการขึ้นไป</b>	↑ พื้นฐานการเรียนรู้องค์กร (On-Boarding Program) ↓	↑ โปรแกรมพัฒนาตามกลุ่มวิชาชีพทุกสายงาน ↓	• Individual Development	• New Leader On-Boarding Program (สำหรับผู้จัดการทั่วไปปรับขึ้นผู้ช่วยกรรมการ)	• Leadership for Executive	เลือกกลุ่มเป้าหมาย	เลือกกลุ่มเป้าหมาย
<b>ผู้จัดการทั่วไป</b>			• Individual Development	• New Leader On-Boarding Program (สำหรับฝ่ายปรับขึ้นผู้จัดการทั่วไป)	• Leadership for Management level	• โปรแกรมพัฒนา Talent ระดับผู้จัดการทั่วไปหรือเทียบเท่า	• Senior Leaders Development Program: SLP (ตำแหน่งใหญ่)
<b>ฝ่าย</b>			• Advanced Management (3A)	• New Leader On-Boarding Program (สำหรับแผนกปรับขึ้นฝ่าย)	• Spiritual Intelligence	• โปรแกรมพัฒนา Talent ระดับฝ่ายหรือเทียบเท่า	• Leaders Development Program: LDP (ตำแหน่งกลาง)
<b>แผนก</b>			• เตรียมพื้นฐานระดับบริหาร (4A)	• New Leader On-Boarding Program (สำหรับเจ้าหน้าที่ปรับขึ้นแผนก)	• Mindfulness	• โปรแกรมพัฒนา Talent ระดับแผนกหรือเทียบเท่า	• Potential Leaders Development Program: PLP (ตำแหน่งเล็ก)
<b>เจ้าหน้าที่พนักงาน</b>			• เตรียมพื้นฐานระดับหัวหน้างาน (5A)		• Awakening		• Future Leaders Development Program: FLP (ตำแหน่งน้อย)

**หลักสูตรตามกฎหมาย นโยบายองค์กร และความยั่งยืน**





### การพัฒนาทักษะทางวิชาชีพ ส่งเสริมการเรียนรู้วิธีการทำงานแบบใหม่

บริษัทสนับสนุนให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับได้เรียนรู้วิธีการทำงานแบบใหม่ ผ่านโครงการอบรมให้ความรู้ที่หลากหลาย อีกทั้งสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดการปรับปรุง ยกระดับ

การทำงาน เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยในปี 2565 มีการดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้



#### โปรแกรมการเพิ่มผลผลิต (Productivity Improvement Program) (ต่อเนื่อง)

บริษัทได้นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาคุณภาพของผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งมอบคุณค่าที่ดีแก่ลูกค้า และลดต้นทุนในการบริหารจัดการขององค์กรผ่านการปลูกฝังแนวคิด ทักษะคิด และกระบวนการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง (Active Learning) พนักงานที่ร่วมโครงการได้ฝึกวิเคราะห์ ค้นหาโอกาสปรับปรุงการทำงาน สังเคราะห์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และลงมือปฏิบัติในทีมหรือสายงานอื่น (Cross Functional Team) เพื่อยกระดับการทำงานให้มีประสิทธิภาพ อีกทั้งเพื่อให้เกิดวัฒนธรรมการคิดปรับปรุงงานแบบอัตโนมัติ (Autonomous) ภายใต้มาตรการ “4 เพิ่ม 1 ควบคุม” และลด ละ เลิก การทำงานที่ไม่เกิดคุณค่า



#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



จำนวนผู้เข้าร่วม **13,243** ราย



เพิ่มรายได้ **263** ล้านบาทต่อปี



ลดต้นทุน **460** ล้านบาทต่อปี



ลดเวลาการทำงาน **2,478,000** ชั่วโมงต่อปี



โดยมีผู้บริหารระดับสูงทำหน้าที่ช่วยให้คำแนะนำและเทคนิคต่าง ๆ รวมถึงติดตามความคืบหน้าและผลลัพธ์ของโครงการ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ และต่อยอดร่วมกันระหว่างดำเนินโครงการ



#### โปรแกรมการพัฒนาทักษะการให้บริการของพนักงานร้าน 7-Eleven สู่อีคอมเมิร์ซ “เก่าแก่ขายเป็น” อย่างต่อเนื่อง ผ่านการอบรมการใช้เครื่องมือเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัล รวมถึงการบริการส่งมอบสินค้าถึงมือลูกค้า 7Delivery ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองกลยุทธ์ O2O และ 7Delivery โดยการอบรม “เก่าแก่ขายเป็น” ประกอบด้วยทักษะที่สำคัญ ดังนี้

บริษัทมุ่งยกระดับพัฒนาทักษะการให้บริการของพนักงานร้าน 7-Eleven สู่อีคอมเมิร์ซ “เก่าแก่ขายเป็น” อย่างต่อเนื่อง ผ่านการอบรมการใช้เครื่องมือเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัล รวมถึงการบริการส่งมอบสินค้าถึงมือลูกค้า 7Delivery ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองกลยุทธ์ O2O และ 7Delivery โดยการอบรม “เก่าแก่ขายเป็น” ประกอบด้วยทักษะที่สำคัญ ดังนี้



#### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



จำนวนผู้เข้าร่วม **192,962** ราย



สร้างยอดขายจากช่องทาง O2O เฉลี่ย **39,663** ล้านบาท (รวมยอดขายจาก 7Delivery All Online และ @24Shopping)



## การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง (Talent Management)

การพัฒนาศักยภาพบุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการดำเนินงานธุรกิจขององค์กรให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง บริษัทจัดให้มีกระบวนการประเมินศักยภาพโดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ เช่น เครื่องมือทางด้านจิตวิทยา การประเมินโดยบุคคลรอบข้างแบบ 360 องศา เพื่อใช้เป็นข้อมูล

ประกอบสำหรับจัดทำแผนพัฒนาเฉพาะบุคคล (Individual Development Plan: IDP) รวมถึงออกแบบโครงการพัฒนาเฉพาะกลุ่มโดยใช้โมเดลการเรียนรู้และพัฒนา 70:20:10 สร้างจุดแข็ง เพื่อการเติบโตในอาชีพ



### เรียนรู้ผ่านการลงมือทำจริง

ตามหลักสูตรพัฒนากลุ่ม Talent Pool และหลักสูตรจากสถาบันผู้นำซีพี (CP Leadership Institute : CPLI) 4 ประเภท แยกตามระดับ ดังนี้

 <p><b>ผู้นำอาวุโส</b> (Senior Leaders Development Program)</p> <p>มุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนา กลุ่มซีพี ออลล์ และเครือเจริญโภคภัณฑ์</p>	 <p><b>ผู้นำระดับกลาง</b> (Leaders Development Program)</p> <p>พัฒนาผู้นำระดับปฏิบัติการ เน้นการปฏิรูประบบการทำงาน</p>	 <p><b>ผู้นำระดับต้น</b> (Potential Leaders Development Program)</p> <p>พัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ เน้นการพัฒนาธุรกิจ</p>	 <p><b>ผู้นำระดับต้น</b> (Future Leaders Development Program)</p> <p>สำหรับพนักงานรุ่นใหม่</p>
--	---	--	---



### พัฒนาจากบุคลากรรอบข้างในบทบาทต่าง ๆ

 <p>ผู้บริหารระดับสูง</p>	 <p>ผู้บังคับบัญชาโดยตรง</p>	 <p>พี่เลี้ยง</p>	 <p>เพื่อนร่วมงาน</p>	 <p>ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง</p>
--	---	--	--	---

ในปีที่ผ่านมานอกจากการสอนโดยตรงจากผู้บังคับบัญชาแล้ว ผู้บริหารระดับสูงยังได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสอนผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ บทความ และวิดีโอ



### เรียนรู้และพัฒนาผ่านกระบวนการอบรม

บริษัทสนับสนุนการเรียนรู้ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนปรับปรุงรูปแบบการเรียนรู้ให้เป็นแบบเสมือนจริง (Virtual Training) รวมถึงการศึกษาด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์



## การพัฒนาบุคลากรให้พร้อมเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลแพลตฟอร์ม



### โครงการพัฒนานักงานให้มี Digital Mindset & Digital Literacy (ต่อเนื่อง)

บริษัทดำเนินการพัฒนานักงานให้มีความสามารถด้าน Digital Literacy อย่างต่อเนื่อง โดยยกระดับการพัฒนากิจการดิจิทัล สู่ระดับ Intermediate ด้วยหลักสูตร “ความรู้พื้นฐานดิจิทัล” (Digital Foundation) สำหรับพนักงานสายสำนักงาน และหลักสูตร “สร้างความประทับใจให้ลูกค้า ด้วยเสน่ห์บริการ O2O” ทั้งระดับผู้จัดการร้าน และระดับ FC ให้มีความพร้อมในทักษะด้านดิจิทัลที่จำเป็นต่อการดำเนินงานธุรกิจ อีกทั้งยังยกระดับทักษะดิจิทัล สู่ระดับ Advanced สำหรับพนักงานในกลุ่มวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยหลักสูตร “Data Analytics Upskilling for Business Strategy” เรียนรู้การใช้ Advanced Excel เพื่อจัดเตรียมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักสถิติ และสร้าง Visualization เพื่อช่วยในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ Data Driven Organization นอกจากนี้ ยังได้พัฒนากิจการด้านการปรับปรุงกระบวนการทำงานแบบ Automation ด้วยหลักสูตร “การปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วย Power App & Power Automate” เพื่อให้พนักงานเกิดแนวคิดและมีทักษะในการปรับปรุงงานโดยใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีผ่านการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง (Action Learning)



### ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



จำนวนผู้เข้าร่วมอบรม **12,035** ราย



ร้อยละ **100** ผ่านการวัดประเมินผล



จำนวนโครงการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วยเครื่องมือดิจิทัล **43** โครงการ



จำนวนโครงการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วยเครื่องมือดิจิทัลที่สามารถนำไปปฏิบัติจริง **43** โครงการ



## การพัฒนาบุคลากรด้านความยั่งยืน

เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน บริษัทจำเป็นต้องพัฒนาองค์กร โดยให้ความรู้แก่พนักงานในทุกระดับ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเผชิญกับความท้าทายที่อาจนำมาซึ่งความเสี่ยงและโอกาส ในปี 2565 บริษัทได้ดำเนินการผ่านโครงการสำคัญ ดังนี้



### โครงการสร้างความตระหนักด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (ร้อยละ)



พนักงานที่เข้าร่วมอบรม

ร้อยละ **100**



พนักงานที่ผ่านการทดสอบวัดความรู้

ร้อยละ **100**



### โครงการสร้างความตระหนักด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อเนื่อง)

เพื่อสนับสนุนให้พนักงานทุกระดับในองค์กร ตลอดจนพนักงานของคู่ค้า ธุรกิจ ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner) และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (Sub Area) มีความตระหนักในเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทได้จัดให้มีการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ที่ประกอบด้วยหลักสูตรแนวทางการปฏิบัติ และความเสี่ยงเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พร้อมทั้งกำหนดให้มีการวัดผลการอบรมโดยการสอบวัดความรู้ ความเข้าใจแนวปฏิบัติด้านคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



พนักงานที่เข้าร่วมเรียนรู้

ร้อยละ **100**



พนักงานที่ผ่านการทดสอบวัดความรู้

ร้อยละ **100**



### โครงการสร้างความตระหนัก ด้านสิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ (ต่อเนื่อง)

บริษัทได้ให้ความสำคัญต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนและความเท่าเทียมภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2565 บริษัทกำหนดให้มีการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ และมีการวัดผลโดยการสอบวัดความรู้ ความเข้าใจแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ



พนักงานที่เข้าร่วมเรียนรู้

ร้อยละ **100**



พนักงานที่ผ่านการทดสอบวัดความรู้

ร้อยละ **100**



### โครงการพัฒนาพนักงานแบบองค์รวม (Holistic Health & Well-being)



เพื่อสนับสนุนให้พนักงานทุกระดับในองค์กร มีความตระหนักรู้ และให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาชีวิตแบบองค์รวม (Holistic Life) รวมถึงทัศนคติในการเสริมสร้างสุขภาพกาย ใจ ให้สมดุล ตลอดช่วงชีวิตที่ทำงานอยู่กับองค์กร ผ่านกรอบแนวคิด CPALL Holistic Development Model ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาเพื่อให้พนักงานมีความตระหนักรู้ และเสริมสร้างความสมดุลในชีวิตของตนเองแบบองค์รวม เช่น สุขภาวะด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านจิตวิญญาณ ด้านการเงิน และด้านการสร้างอาชีพ โดยในปี 2565 บริษัทได้เริ่มทดลองจัดโครงการยกระดับการพัฒนาคูแลสุขภาพองค์รวม (PI Cross Functional) รวมถึงกิจกรรมและหลักสูตร อาทิ หลักสูตร Rebalance Your Life หลักสูตรสร้างงาน สร้างอาชีพ หลักสูตรด้านสุขภาพทางการเงิน เพื่อให้ความรู้และเสริมสร้างทักษะชีวิตให้กับพนักงาน ตลอดจนสามารถดูแล จัดการชีวิตในแต่ละมิติแบบองค์รวมได้อย่างสมดุลมากยิ่งขึ้น

ซึ่งส่งผลต่อขวัญกำลังใจ และแรงจูงใจในการทำงาน นอกจากนี้ บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญในการดูแล และเตรียมความพร้อมล่วงหน้าให้กับพนักงานก่อนเกษียณอายุ ผ่านหลักสูตรการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นสำหรับพนักงานในแต่ละช่วงวัย เพื่อให้มั่นใจว่า พนักงานได้รับการปลูกฝังทัศนคติในการเตรียมความพร้อมก่อนที่จะเกษียณไปจากองค์กร ตลอดจนสามารถปรับตัว ปรับใจ ใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข เป็นปกติสุข เมื่อเกษียณออกจากองค์กร



## การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Type of Performance Appraisal)

บริษัทกำหนดเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ เป็นระบบ และอยู่ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน เพื่อให้การประเมินผลสำเร็จขององค์กรแบบภาพรวมเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สามารถนำไปปรับปรุงรูปแบบการบริหารงานของพนักงานในทุกระดับเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร รวมถึงใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารและให้ข้อเสนอแนะ (Feedback) ระหว่างกันได้แบบ 360 องศา ทั้งภายในทีม ข้ามทีมและข้ามหน่วยงาน ซึ่งช่วยให้พนักงานได้พัฒนาตนเองได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ระบบ ALL Perform (SAP Success Factors) โดยในปี 2565 มีพนักงานได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีผ่านรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

 ประเภทการประเมิน	 ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการประเมิน
การยึดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการทำงาน (Management by objectives)	<b>ร้อยละ 96</b>
การประเมินผลการปฏิบัติงานหลายมิติ (Multidimensional performance appraisal)	<b>ร้อยละ 60</b>
การจัดอันดับเปรียบเทียบ (Formal comparative ranking)	<b>ร้อยละ 71</b>

ในปี 2565 บริษัทมีการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน ภายใต้ระบบ ALL Perform Plus โดยการรวบรวมการประเมินที่มีอยู่หลากหลายรูปแบบ ให้มาอยู่บนระบบเดียวกัน

## การประเมินความผูกพันของพนักงาน

บริษัทสร้างการรับรู้และตอบสนองต่อความคาดหวังของพนักงาน ผ่านการสำรวจความความรู้สึกและมุมมองของพนักงานที่มีต่อภารกิจขององค์กร จาก 6 คำถามที่สะท้อนถึงพฤติกรรมของพนักงานใน 3 ด้าน 1) SAY: พูดถึงบริษัทในแง่ดี 2) STAY: พฤติกรรมและความตั้งใจที่จะอยู่ทำงานที่องค์กรต่อไป หรือต้องคิดหนักมากที่จะออกจากองค์กร 3) STRIVE: พฤติกรรมที่พนักงานมีความมุ่งมั่นอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงาน หรือทำผลงานให้ดีกว่าตามหน้าที่ปกติ

บริษัทดำเนินการสำรวจความคาดหวังของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2565 ดำเนินการสำรวจความผูกพันของพนักงานด้วยระบบ Kincentric eX-Pulse Platform ของบริษัท คินเซนทริก (ประเทศไทย) จำกัด และนำผลลัพธ์มาเปรียบเทียบกันในช่วงเวลาที่ต่างกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็ปัจจุบันและทันเหตุการณ์มาวิเคราะห์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์และทบทวนแนวทาง มาตรการยกระดับความผูกพันและการมีส่วนร่วมของพนักงาน ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

### แนวทางยกระดับความผูกพันของพนักงาน



โดยสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริหารระดับสายงานในการดำเนินการ เพื่อยกระดับความผูกพันของพนักงาน ดังนี้

- 1** มอบหมายผู้บริหารที่มีความเข้าใจและสามารถสื่อสารสร้างพลังให้กับผู้บริหารท่านอื่น ๆ ร่วมสร้างความรู้ความผูกพันด้วยกิจกรรมที่เหมาะสม
- 2** ติดตามความคืบหน้าตามแผนการสร้างความรู้ความผูกพันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้คำแนะนำในการยกระดับความผูกพัน
- 3** สร้างบรรยากาศให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนปฏิบัติต่อกันตามวัฒนธรรมองค์กร Harmony (5-7-11) อันส่งผลต่อความสุขและความสำเร็จในการทำงานร่วมกัน

## โครงการ แผนหลังเกษียณอายุพนักงาน

เพื่อช่วยเหลือพนักงานในกรณีการเลิกจ้าง หรือสนับสนุนการจ้างงานต่อเนื่อง หลังจากบุคลากรของบริษัทมีการเกษียณอายุ โดยได้ให้ผลประโยชน์ทางด้านการเงินและสวัสดิการค่ารักษาพยาบาล จัดตั้งชมรมผู้เกษียณอายุ รวมทั้งมีทางเลือกให้กับพนักงานได้สามารถเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven หรือได้รับการว่าจ้างต่อในฐานะที่ปรึกษาของบริษัทในปี 2565 มีพนักงานหลังเกษียณอายุได้รับการว่าจ้างต่อในฐานะที่ปรึกษา จำนวน 7 ราย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ผู้เข้าร่วมโครงการจำนวน **193** ราย  
คิดเป็นร้อยละ **100** ของจำนวน  
ผู้เกษียณอายุ



ผู้ได้รับการจ้างงานต่อเนื่อง **106** ราย  
คิดเป็นร้อยละ **54.92** ของจำนวน  
ผู้เกษียณอายุ





## ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2565

### ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2562	2563	2564	2565
302-1 (e) 2016	ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด	กิกะจูล	9,149,268.02	12,355,033.26	12,071,157.64	13,379,991.59
	ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	กิกะจูล	544,162.86	619,592.84	604,641.25	749,386.56
	การเผาไหม้อยู่กับที่	กิกะจูล	414,339.03	487,881.85	475,090.43	491,169.23
	• น้ำมันเตา	กิกะจูล	0	0	0	0
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	7,980.44	12,144.97	14,859.53	23,390.43
	• น้ำมันเบนซิน	กิกะจูล	0	0	0	11.33
	• ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิกะจูล	348,141.34	412,204.24	398,890.92	403,799.36
	• ก๊าซธรรมชาติ	กิกะจูล	58,217.25	63,532.65	61,339.98	63,968.11
	การเผาไหม้ที่มีการเคลื่อนที่	กิกะจูล	129,823.82	131,710.99	129,550.82	258,217.33
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	114,460.20	117,073.99	115,181.47	191,475.81
	• น้ำมันเบนซิน	กิกะจูล	15,363.62	14,636.19	10,804.60	62,694.48
	• ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิกะจูล	0	0	3,563.22	4,044.88
	• ก๊าซธรรมชาติ	กิกะจูล	0.0032	0.82	1.53	2.15
302-1 (b) 2016	ปริมาณพลังงานหมุนเวียน	กิกะจูล	15,102.14	16,195.78	13,442.01	47,897.78
	• พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	N/A	N/A	N/A	31,798.80
	• พลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	2,798.50	1,796.64	1,796.60	2,079.65
	• พลังงานความร้อนใต้พิภพ	กิกะจูล	12,303.64	14,399.14	11,645.41	14,019.32
302-1 (c) 2016	ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	กิกะจูล	8,590,003.02	11,719,244.63	11,453,074.38	12,582,707.26
	• พลังงานไฟฟ้าจากโครงข่ายไฟฟ้าของประเทศ	กิกะจูล	8,578,506.85	11,631,273.12	11,283,895.36	12,145,997.39
	• พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	11,496.18	87,971.51	169,179.02	436,709.86
302-3 (a) 2016	ความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้	กิกะจูลต่อล้านบาท	16.02	22.60	20.55	15.69
303-3 (a) 2018	ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	9.35	16.68	15.86	18.79
	• น้ำใต้ดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	1.35	1.48	1.39	1.40
	• น้ำจากผู้จัดหาภายนอก (Third-Party Water)	ล้านลูกบาศก์เมตร	8.00	15.20	14.47	17.39
	- น้ำประปาจากผิวดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	15.06	14.26	17.23
	- น้ำประปากรอบน้ำบาดาล	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	0.14	0.21	0.16

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2562	2563	2564	2565
303-3 (b) 2018	ปริมาณการนำน้ำจากแหล่งขาดแคลนน้ำมาใช้ทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	3.67	4.87	4.58	8.52
	• น้ำใต้ดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	1.29	1.32	1.23	1.27
	• น้ำจากผู้จัดหาภายนอก (Third-Party Water)	ล้านลูกบาศก์เมตร	2.38	3.55	3.35	7.24
	- น้ำประปาจากผิวดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	3.48	3.23	7.14
	- น้ำประปากรอบบ่อ	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	0.07	0.12	0.10
303-3 (b) 2018	ปริมาณน้ำสะอาดที่ถูกนำมาใช้ทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	9.35	16.66	15.83	18.79
	• น้ำสะอาด ( $\leq 1,000$ mg/L Total Dissolved Solids)	ล้านลูกบาศก์เมตร	9.35	16.66	15.83	18.79
	น้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.51	0.75	0.41	0.39
	ความเข้มข้นการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้	ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท	16.38	30.52	27.00	22.04
303-4(b) 2018	ปริมาณน้ำเสียที่ถูกบำบัดและปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมผ่านผิวดิน ( $TDS \leq 1,000$ mg/L)	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	10.42	11.41
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	5.83	0.57
		กิโลกรัม	N/A	N/A	60,793.06	6,546.79
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	2.17	0.03
		กิโลกรัม	N/A	N/A	22,578.32	356.91
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	16.24	7.62
		กิโลกรัม	N/A	N/A	169,244.54	86,887.51
303-4(b) 2018	ปริมาณน้ำเสียที่ถูกบำบัดและปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมผ่านผิวดิน ( $TDS > 1,000$ mg/L)	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	N/A	11,569.00
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	N/A	0
		กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	0
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	N/A	0
		กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	0
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	N/A	0
		กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	0



มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2562	2563	2564	2565
<b>303-4(b) 2018</b>	<b>ปริมาณน้ำเสียที่ถูบบำบัด และปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมส่งบุคคลที่ 3 บำบัดต่อ (TDS ≤ 1,000 mg/L)</b>	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	N/A	<b>0.25</b>
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	N/A	50.76
		กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	12,622.52
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	N/A	10.13
		กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	2,519.93
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	N/A	577.20
		กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	143,541.21
<b>303-4(b) 2018</b>	<b>ปริมาณน้ำเสียที่ถูบบำบัด และปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมส่งบุคคลที่ 3 บำบัดต่อ (TDS &gt; 1,000 mg/L)</b>	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	<b>N/A</b>	<b>0.36</b>
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	N/A	422.85
		กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	153,905.29
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	N/A	42.12
		กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	15,330.82
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	N/A	1,211.18
		กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	440,835.69
<b>305-2 (a) 2016</b>	<b>ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทั้งหมด</b>	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	<b>1,431,281.28</b>	<b>1,808,509.72</b>	<b>1,778,726.26</b>	<b>1,936,757.61</b>
<b>305-1 (a) 2016</b>	<b>ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางตรง (Scope 1)</b>	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	<b>214,860.15</b>	<b>236,045.11</b>	<b>324,357.53</b>	<b>435,377.38</b>
	• ก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากการรั่วไหลและอื่น ๆ (Fugitive Emissions)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	176,066.41	194,989.93	277,558.52	384,212.73
	• ก๊าซมีเทนจากระบบบำบัดน้ำเสีย	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	3,724.42	819.66	1,230.88	556.81
	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงอยู่กับที่	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	25,468.24	30,428.86	29,598.88	30,645.31
	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่มีการเคลื่อนที่	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	9,021.92	9,253.95	14,834.57	18,575.28
<b>305-1 (c) 2016</b>	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ (Biogenic)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	579.15	552.71	1,134.68	1,387.26



มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2562	2563	2564	2565
305-2 (a) 2016	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,216,421.13	1,572,464.61	1,454,368.73	1,501,380.23
	• พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,216,421.13	1,572,464.61	1,454,368.73	1,501,380.23
	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการใช้พลังงานทดแทน	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	2,491.45	11,851.72	31,149.16	53,982.19
305-4 (a) 2016	ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อหน่วยรายได้	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท	2.51	3.31	3.03	2.27
305-3 (a) 2016	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (Scope 3)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	208,627.65	243,098.87	13,131,498.28	13,191,694.60
	• การซื้อสินค้าและบริการ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	12,824,060.79	12,525,820.40
	• สินค้าทุน	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	47,305.39
	• การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าต้นน้ำ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	90,128.25	141,122.76	197,321.23	268,798.35
	• การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินงานธุรกิจ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	192,510.20	90,956.37	99,866.65	90,303.47
	• การเดินทางเพื่อธุรกิจ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	2,588.75	793.62	141.14	2,077.74
	• การเดินทางของพนักงาน	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	153,865.70
	• การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าปลายน้ำ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	94,192.64
	• การจัดการซากผลิตภัณฑ์จำหน่าย (กล้วยหอมทอง)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	13,528.70	10,226.12	10,108.25	9,330.91
	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	33,222.39	85,212.55	265,268.48	250,615.62
สัดส่วนของร้านในพื้นที่ตั้งเสี่ยงต่ออุทกภัย ที่ได้รับการออกแบบและปรับปรุงให้สามารถรองรับความเสี่ยง	ร้อยละ	N/A	N/A	52	52	
306-3 (a) 2020	ปริมาณของเสียทั้งหมด	ตัน	174,461.64	182,442.19	219,409.69	207,701.67
306-4 (a) 2020	ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์ทั้งหมด	ตัน	126,259.35	125,688.45	159,023.78	153,194.14
306-4 (b) 2020	ปริมาณของเสียอันตราย	ตัน	18.35	59.40	48.26	205.18
	• นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	17.89	45.83	24.81	186.31
	• นำไปเป็นเชื้อเพลิงผสม	ตัน	0.46	13.57	23.45	18.86
306-4 (c) 2020	ปริมาณของเสียไม่อันตราย	ตัน	126,241.00	125,629.04	158,975.52	152,988.97



มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2562	2563	2564	2565
	• ใช้จ่าย	ตัน	N/A	90.28	82.33	367.64
	• นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	119,780.06	117,194.78	149,385.17	139,798.98
	• ปุ๋ยหมัก	ตัน	6,460.94	6,613.28	7,254.84	10,058.43
	• นำไปเป็นเชื้อเพลิงผสม	ตัน	N/A	1,730.71	1,963.33	2,667.67
	• อื่นๆ (เสียสัตว์)	ตัน	0	0	289.86	96.25
<b>306-5 (a) 2020</b>	<b>ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัดทั้งหมด</b>	ตัน	<b>48,202.29</b>	<b>56,753.74</b>	<b>60,385.91</b>	<b>54,507.52</b>
<b>306-5 (b) 2020</b>	<b>ปริมาณของเสียอันตราย</b>	ตัน	<b>25.84</b>	<b>12.74</b>	<b>83.28</b>	<b>214.04</b>
	• เมาทำลาย	ตัน	20.20	7.29	74.89	14.25
	• ผังกลบ	ตัน	5.64	5.45	8.39	199.80
<b>306-5 (c) 2020</b>	<b>ปริมาณของเสียไม่อันตราย</b>	ตัน	<b>48,176.45</b>	<b>56,741.00</b>	<b>60,302.64</b>	<b>54,293.48</b>
	• เมาทำลาย	ตัน	1,778.93	0	5.41	36.91
	• ผังกลบ	ตัน	46,397.52	56,741.00	60,297.23	54,256.57
	<b>ร้อยละปริมาณของเสียที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ต่อปริมาณของเสียทั้งหมด</b>	ร้อยละ	<b>72</b>	<b>68.89</b>	<b>72.47</b>	<b>73.75</b>
<b>306-3 (a) 2020</b>	<b>ปริมาณขยะอาหารทั้งหมด</b>	ตัน	<b>58,864</b>	<b>65,347.90</b>	<b>66,983.07</b>	<b>64,410.08</b>
	• พืช ผัก และผลไม้	ตัน	N/A	7,764	19,899.06	21,304.13
	• เนื้อสัตว์และอาหารทะเล	ตัน	N/A	6,408	3,766.27	4,534.33
	• ผลิตภัณฑ์จากนม	ตัน	N/A	2,381	2,315.32	3,582.20
	• อาหารพร้อมรับประทาน	ตัน	N/A	22,106	18,041.47	16,959.04
	• เครื่องดื่ม	ตัน	N/A	1,794.25	1,265.83	1,503.45
	• อาหารสำเร็จรูป	ตัน	N/A	1,076.70	655.59	1,962.90
	• เบเกอรี่	ตัน	N/A	15,235.46	12,593.43	14,252.95
	• อื่น ๆ	ตัน	N/A	8,582.51	8,446.11	311.08

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2562	2563	2564	2565
<b>306-4 (a) 2020</b>	<b>ปริมาณขยะอาหารที่นำไปใช้ประโยชน์ทั้งหมด</b>	ตัน	<b>17,943</b>	<b>18,033.87</b>	<b>12,611.83</b>	<b>16,260.86</b>
	• นำส่งไปรีไซเคิลต่อ (Reduce)	ตัน	N/A	0	0	0
	• นำไปเป็นอาหารสัตว์ (Reuse)	ตัน	N/A	17,476.17	12,014.58	14,926.75
	• นำกลับไปใช้ใหม่ ทำปุ๋ย, ก๊าซชีวภาพ (Recycle)	ตัน	N/A	59.91	508.76	1,321.16
	• นำไปผลิตเป็นพลังงาน (Energy Recovery)	ตัน	N/A	497.80	88.49	12.94
<b>306-5 (a) 2020</b>	<b>ปริมาณขยะอาหารที่นำไปกำจัดทั้งหมด</b>	ตัน	<b>40,921</b>	<b>47,314.02</b>	<b>54,371.24</b>	<b>48,149.21</b>
	• ผึ่งกลาบ	ตัน	N/A	47,314.02	54,371.24	48,149.21
	<b>การป้องกันก่อนเกิดเป็นอาหารส่วนเกิน</b>	ตัน	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>21,314.71</b>	<b>31,230.11</b>
	• กำหนดมาตรฐานการสั่งและการทิ้ง	ตัน	N/A	N/A	5,079.31	7,293.17
	• กำพละกัดกับที่ใหม่	ตัน	N/A	N/A	1,969.00	9,848.36
	• ผลิตอาหารสัตว์	ตัน	N/A	N/A	14,225.00	13,740.13
	• บริโภคต่อ (Reduce)	ตัน	0	0	41.40	348.45

การวิเคราะห์และแจกแจงข้อมูลปริมาณขยะอาหาร มาตรฐาน GRI ชุดข้อมูลย่อยที่ถูกรวมอยู่ในข้อมูลของเสียที่ปรากฏข้างต้นแล้ว

หมายเหตุ

- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารรถเก็บข้อมูลได้ (Not available)
- ปริมาณพลังงานที่ใช้ในหน่วยจูล คำนวณจากปริมาณการใช้เชื้อเพลิงคูณกับค่าความร้อนของเชื้อเพลิงแต่ละประเภท อ้างอิงกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.)
- ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด เท่ากับผลรวมของปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ปริมาณพลังงานหมุนเวียน และปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก
- ความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ เท่ากับสัดส่วนปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมดต่อรายได้หน่วยล้านบาท
- ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด เท่ากับผลรวมปริมาณการใช้น้ำใต้ดิน และปริมาณการใช้น้ำจากผู้จัดหาภายนอก ได้แก่ การประปานครหลวง การประปาส่วนภูมิภาค และผู้ให้เช่าพื้นที่
- ปริมาณการนำน้ำจากแหล่งขาดแคลนน้ำมาใช้ทั้งหมด ถูกวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas (Aqueduct Global Maps 3.0) ของสถาบันทรัพยากรโลก (WRI)
- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก คำนวณจากปริมาณกิจกรรมที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจก คูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก อ้างอิง IPCC 5th Assessment Report องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และรายงานให้อยู่ในรูปก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ตามมาตรฐานในการคำนวณ การจัดการ และการรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG Protocol) สำหรับการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1, 2 และ 3
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางตรงทั้งหมด ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการบำบัดน้ำเสีย การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่มีการเคลื่อนที่ การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่ยูกับที่ และการรั่วไหลของสารทำความเย็น
- ดำเนินการปรับปีฐานของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นปี 2563 เพื่อเป็นการดำเนินการตามเป้าหมายความยั่งยืนระยะที่ 2
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน เท่ากับปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอกคูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก อ้างอิงสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.)
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ ครอบคลุมกิจกรรมการซื้อสินค้าและบริการ สินค้าทุน การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าต้นน้ำ การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ การเดินทางเพื่อธุรกิจ การเดินทางของพนักงาน การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าปลายน้ำ การจัดการซากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย (กล้วยหอมทอง)
- เนื่องจากภายหลังสถานการณ์โควิดคลี่คลายเป็นปกติ ทำให้การดำเนินธุรกิจกลับมาเป็นปกติ ส่งผลให้ปริมาณการใช้พลังงานที่เผาไหม้แบบเคลื่อนที่ และปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ เพิ่มขึ้น
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการใช้พลังงานหมุนเวียน ครอบคลุมการใช้พลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานความร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ และพลังงานความร้อนใต้พิภพ
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก คำนวณจากปริมาณลดใช้ถุงพลาสติกในร้าน 7-Eleven คูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ เท่ากับสัดส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อมจากการใช้พลังงานต่อรายได้หน่วยล้านบาท
- ปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย รายงานตามกรอบการรายงานความยั่งยืน GRI Standard version 2020 โดยปี 2562 - 2563 เพิ่มปริมาณสินค้าตัดจ่ายและทรัพย์สินตัดจ่าย (Write-off) ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และจำนวนปี 2561
- ปริมาณของเสียทั้งหมดครอบคลุมถึงปริมาณขยะอาหาร
- ปริมาณขยะอันตรายฝังกลบ ปี 2565 มีจำนวนสูงขึ้นเนื่องจากเกิดไฟไหม้บริเวณคลังสินค้ามหาชัยของบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)
- ขอบเขตข้อมูลปริมาณและคุณลักษณะของน้ำเสียที่ถูกบำบัดแล้วครอบคลุม โรงงานอาหารซีพีแรม ลาดกระบัง ลาดหลุมแก้ว และชลบุรี

# ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2565

## ข้อมูลด้านบุคลากร

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
<b>2 ข้อมูลบุคลากร (Workforce)</b>														
2-7	จำนวนพนักงาน (Employee)	คน	30,670	62,641	93,311	34,585	67,642	102,227	54,820	99,613	154,433	59,367	108,034	167,401
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	51,558	90,465	142,023	57,057	99,797	156,854
<b>2-7a จำนวนพนักงานจำแนกตามภูมิภาค (by based location)</b>														
• ประเทศไทย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	57,493	106,117	163,610	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	54,792	97,482	152,274	
• กัมพูชา	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	629	623	1,252	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	762	757	1,519	
• มาเลเซีย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	0	1	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	0	1	
• อื่น ๆ	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,244	1,294	2,538	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,501	1,558	3,059	
<b>2-7b จำนวนพนักงานจำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง (by employment contract)</b>														
• พนักงานประจำ (Permanent employee)	คน	30,670	62,641	93,311	34,585	67,642	102,227	54,820	99,613	154,433	58,561	107,086	165,647	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	56,253	98,859	155,112	
• พนักงานชั่วคราว (Temporarily employee)	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	806	948	1,754	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	803	938	1,741	
<b>405-1 จำนวนพนักงานจำแนกตามความหลากหลายของพนักงาน (diversity of employees)</b>														
<b>จำแนกตามระดับ (by management level)</b>														
• ผู้บริหารระดับสูง	คน	41	21	62	32	24	56	95	57	152	96	56	152	
• ผู้บริหาร	คน	937	1,218	2,155	1,259	1,591	2,850	1,614	1,946	3,560	1,656	2,173	3,829	
• ผู้บริหารระดับต้น	คน							2,897	4,456	7,353	3,218	5,018	8,236	
• เจ้าหน้าที่	คน	29,692	61,402	91,094	33,294	66,027	99,321	50,214	93,154	143,368	54,397	100,787	155,184	
<b>จำแนกตามสัญชาติ (by nationality)</b>														
• ไทย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	53,304	98,069	151,373	57,490	106,119	163,609	
• กัมพูชา	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	730	629	623	1,252	
• เมียนมาร์	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,227	1,171	1,282	2,453	
• อินเดีย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2	35	3	38	
• ออสเตรเลีย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	2	1	3	
• เกาหลี	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	1	0	1	
• อื่น ๆ	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	96	39	6	45	

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำแนกตามอายุ (by age)														
• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	16,875	35,700	52,575	18,218	37,306	55,524	30,024	54,906	84,930	33,149	60,148	93,297	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	31,655	54,984	86,639	
• อายุ 30-50 ปี	คน	13,224	25,907	39,131	15,717	29,203	44,920	23,680	42,953	66,633	24,932	45,799	70,731	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	24,138	42,750	66,888	
• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	571	1,034	1,605	650	1,133	1,783	1,116	1,754	2,870	1,286	2,087	3,373	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,264	2,063	3,327	
จำแนกตามศาสนา (by religion)														
• พุทธ	คน	N/A	N/A	87,989	N/A	N/A	96,180	33,566	63,637	97,203	38,349	72,836	111,185	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	36,199	65,224	101,422	
• คริสต์	คน	N/A	N/A	532	N/A	N/A	599	278	356	634	298	403	701	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	279	362	641	
• อิสลาม	คน	N/A	N/A	4,725	N/A	N/A	4,882	1,505	3,348	4,853	1,933	4,466	6,399	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,823	3,950	5,773	
• ฮินดู	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	3	8	6	3	9	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	3	9	
• อื่น ๆ	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	22	40	62	14	21	35	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	13	18	30	
• ไม่เปิดเผย	คน	N/A	N/A	65	N/A	N/A	566	19,444	32,229	51,673	18,767	30,305	49,072	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	18,737	30,241	48,978	
2-8a	จำนวนคนงาน (workers)	คน	17,489	12,094	29,583	32,325	56,928	89,253	19,563	32,146	51,709	2,467	1,361	3,828
401-1	การจ้างงาน													
	จำนวนการจ้างงานใหม่	คน	16,827	30,911	47,738	13,767	26,586	40,353	33,670	58,673	92,343	36,230	63,223	99,453
	อัตราการจ้างงานใหม่	ร้อยละ	38.84			21.07			59.79			59.41		
จำแนกตามอายุ (by age)														
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	38,852			33,119			27,102	45,360	72,462	30,217	50,945	81,162
	• อายุ 30-50 ปี	คน	8,772			7,134			6,510	13,155	19,665	5,924	12,166	18,090
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	114			100			58	158	216	89	112	201
จำแนกตามสัญชาติ (by nationality)														
	• ไทย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	32,843	58,054	90,897	35,511	62,537	98,048
	• กัมพูชา	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	60	68	128	438	373	811
	• เมียนมาร์	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	752	548	1,300	236	307	543
	• อินเดีย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	0	1	30	3	33
	• ออสเตรเลีย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	1	0	1



มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	• เทาหลี	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2	0	2	1	0	1
	• อื่น ๆ	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	12	3	15	13	3	16
401-1	การลาออก													
	จำนวนพนักงานลาออกทั้งหมด	คน	14,902	24,019	38,921	12,022	23,086	35,108	28,774	52,148	80,922	36,743	61,456	98,199
	อัตราการลาออก	ร้อยละ	31.67			18.34			52.40			58.66		
	จำแนกตามอายุ (by age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	N/A	N/A	30,012	N/A	N/A	26,996	22,826	40,197	63,023	28,849	46,631	75,480
	• อายุ 30-50 ปี	คน	N/A	N/A	8,753	N/A	N/A	7,871	5,827	11,730	17,557	7,687	14,525	22,212
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	N/A	N/A	156	N/A	N/A	241	121	221	342	207	300	507
	จำแนกตามสัญชาติ (by nationality)													
	• ไทย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	28,437	51,804	80,241	36,349	61,112	97,461
	• กัมพูชา	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	131	157	288	177	168	345
	• พม่า	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	205	186	391	206	174	380
	• อินเดีย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	3	0	3
	• ออสเตรเลีย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	0	1	0	0	0
	• เทาหลี	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0
	• อื่น ๆ	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	1	8	2	10
401-1	การลาออกโดยความสมัครใจ (Voluntary Turnover)													
	จำนวนพนักงานลาออกโดยความสมัครใจทั้งหมด	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	26,340	48,587	74,927	31,669	55,312	86,981
	อัตราการลาออกโดยความสมัครใจ	ร้อยละ	38.08			32.90			48.52			51.96		
	จำแนกตามอายุ (by age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	20,950	37,589	58,539	25,060	42,439	67,499
	• อายุ 30-50 ปี	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5,317	10,849	16,166	6,452	12,670	19,122
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	73	149	222	157	203	360
	จำแนกตามสัญชาติ (by nationality)													
	• ไทย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	26,005	48,243	74,248	31,277	54,969	86,246
	• กัมพูชา	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	130	157	287	177	168	345
	• เมียนมาร์	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	204	186	390	204	173	377
	• อินเดีย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	3	0	3
	• ออสเตรเลีย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	0	1	0	0	0
	• เทาหลี	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0
	• อื่น ๆ	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	1	1	8	2	10

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
401-3	การลาคลอด และเลี้ยงดูบุตร													
401-3a	• จำนวนพนักงานที่มีสิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตรในปีที่รายงานข้อมูล	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	50,705	107,073	157,778
401-3b	• จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตรในปีที่รายงานข้อมูล	คน	N/A	N/A	2,959	N/A	N/A	3,592	556	4,598	5,154	785	4,546	5,331
401-3c	• จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังใช้สิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตร	คน	N/A	N/A	2,615	N/A	N/A	3,225	518	4,374	4,892	773	3,977	4,750
401-3d	• จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังใช้สิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตร และยังคงทำงานอยู่กับบริษัทต่อไปอีกจนครบ 12 เดือน	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,485	2,485	597	3,368	3,965
401-3e	• อัตราการรักษาพนักงานที่ลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรในปีที่รายงานข้อมูล	ร้อยละ	88.37			89.78			10.05	84.87	94.92	14.50	74.60	89.10
ข้อตกลงการเจรจาต่อรอง														
	• พนักงานตัวแทนเข้าร่วมคณะกรรมการสวัสดิการ	ร้อยละ	100			100			100			100		
404-1	การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน (training and education)													
	• จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมและการพัฒนาเฉลี่ย	ชั่วโมง/คน/ปี	20.51	23.84	22.18	17.35	20.47	18.91	18.25	21.96	20.11	30.03	30.29	30.20
	• จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมและการพัฒนาเฉลี่ย	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	31.25	32.79	32.23
จำแนกตามอายุ (by age)														
• อายุน้อยกว่า 30 ปี	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	29.29	29.99	29.74
	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	30.68	32.81	32.03
• อายุ 30-50 ปี	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	33.33	33.97	33.71
	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	34.35	39.71	39.24
• อายุมากกว่า 50 ปี	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	35.37	35.27	35.31
	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	35.99	35.67	35.79



มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำแนกตามสัญชาติ (by nationality)														
• ไทย	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	30.60	30.56	30.57
	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	32.03	33.19	32.77
• กัมพูชา	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	11.15	11.09	11.12
	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	9.78	10.05	9.92
• เมียนมาร์	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	10.98	11.64	11.33
	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	9.64	10.55	10.11
• อินเดีย	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.13	9.00	4.51
	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.13	9.00	4.51
• ออสเตรเลีย	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	68.50	3.50	46.83
	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	68.50	3.50	46.83
• เกาหลี	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	9.00	0.00	9.00
	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	9.00	0.00	9.00
• อื่น ๆ	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	25.67	0.00	25.67
	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	25.67	0.00	25.67
จำแนกตามลักษณะการทำงาน (by function)														
• ปฏิบัติการ (ฝ่ายผลิต ฝ้ายขายที่ร้านสาขา ศูนย์จำหน่าย)	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	27.35	26.83	26.93
	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	28.44	28.18	28.22
• ขนส่ง และกระจายสินค้า	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	8.05	6.81	7.57
	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	8.08	7.02	7.69
• สำนักงาน	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	87.54	76.70	80.36
	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	87.86	77.49	80.95



405-2 สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงาน (เพศหญิง : เพศชาย)		
จำแนกตามระดับ	ปี 2564	ปี 2565
• ผู้บริหารระดับสูง (เฉพาะเงินเดือน)	0.96	0.94
• ผู้บริหารระดับสูง (เงินเดือนและค่าตอบแทนอื่น ๆ)	1.10	0.96
• ผู้บริหาร (เฉพาะเงินเดือน)	0.99	0.92
• ผู้บริหาร (เงินเดือนและค่าตอบแทนอื่น ๆ)	0.99	0.90
• เจ้าหน้าที่ (เงินเดือนและค่าตอบแทนอื่น ๆ)	0.97	0.97

หมายเหตุ

- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- ปี 2565 ขยายขอบเขตการรายงานข้อมูลพนักงาน กลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ โดยเริ่มรายงานข้อมูลพนักงาน ของบริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด ตั้งแต่ ปี 2564



## ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2565 ข้อมูลด้านการดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

มาตรฐาน GRI	ข้อมูล	หน่วย	2562		2563		2564		2565	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
<b>พนักงาน</b>										
403-9 (a) (2018)	• จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงาน	ราย	0		2		5		0	
			0	0	2	0	2	3	0	0
	• อัตราผู้เสียชีวิต	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0		0.008		0.013		0	
			0	0	0.02	0	0.013	0.013	0	0
	• จำนวนผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	ราย	0		1		3		2	
			0	0	0	1	2	1	1	1
	• อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0		0.004		0.01		0.01	
			0	0	0	0.01	0.01	0.004	0.01	0.004
	• จำนวนผู้บาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	ราย	272		539		771		720	
			170	102	252	287	351	420	366	354
	• อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	1.22		2.14		2.00		1.93	
			2.27	0.69	3.02	1.99	2.23	1.84	2.70	1.49
	• อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR)	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.71		1.66		1.69		1.65	
			1.28	0.43	2.21	1.38	1.80	1.62	2.22	1.29
	• จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม	ชั่วโมง	222,630,585		251,718,321		386,155,115		372,331,111	
			74,829,447	147,801,138	83,430,837	168,287,484	157,467,972	228,687,144	135,490,551	236,840,560



หมายเหตุ

- 1) ประเภทของการบาดเจ็บเกี่ยวเนื่องจากอุบัติเหตุ กรณีของการบาดเจ็บรุนแรงสูง ของพนักงาน และ ผู้รับเหมาปี 2565 ประกอบด้วย
  - พนักงาน จำนวน 2 เคส ประเภท ทุพพลภาพ (สูญเสียอวัยวะ แขน ขา )
  - ผู้รับเหมา จำนวน 1 เคส ประเภท ทุพพลภาพ (สูญเสียอวัยวะ แขน ขา )
- 2) ปี 2565 ขยายขอบเขตการรายงานข้อมูลพนักงาน ครอบคลุมบริษัทย่อย ดังนี้
  - บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด เริ่มรายงานข้อมูล ตั้งแต่ ปี 2564 เป็นต้นไป
  - บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ขยายขอบเขตครอบคลุม พื้นที่สายการศึกษา และ บริษัท ซีพีแรม จำกัด รายงานครอบคลุมทุกพื้นที่
- 3) ปี 2565 ขยายขอบเขตการรายงานข้อมูลกลุ่มผู้รับเหมา ดังนี้
  - บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) รายงานข้อมูลของผู้รับเหมาหลักสินค้าภายในศูนย์กระจายสินค้า
  - บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด รายงานข้อมูลของผู้รับเหมางานก่อสร้าง ผู้รับเหมาจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility Management) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (รปภ.) แม่บ้าน พนักงานแนะนำสินค้าที่สาขา (PC) พนักงานร้านอาหารสำหรับพนักงาน พนักงานร้านค้า และพนักงานขนส่งสินค้า
  - บริษัท ซีพีแรม จำกัด รายงานข้อมูลของผู้รับเหมาจำหน่ายอาหารในโรงงาน พยาบาล และผู้ส่งสินค้า

- 4) สูตรการคำนวณข้อมูลความปลอดภัย ปี 2565 ดังนี้
  - อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต) = จำนวนราย (กรณี) ของผู้ปฏิบัติงาน ที่บาดเจ็บจากอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่ส่งผลให้ได้รับบาดเจ็บ โดยที่ผู้ปฏิบัติงาน ไม่สามารถฟื้นตัวสู่สถานะก่อนการเกิดบาดเจ็บภายใน 6 เดือน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
  - อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด = จำนวนราย (กรณี) ของผู้ปฏิบัติงานที่บาดเจ็บจากอุบัติเหตุ จากการดำเนินงาน (นับรวมตั้งแต่ ได้รับการรักษามากกว่าปฐมพยาบาล หรือ ถูกจำกัดการทำงาน หรือ ถูกโอนย้ายไปปฏิบัติงานในหน้าที่อื่นชั่วคราว แต่ไม่หยุดงาน, หยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป, หยุดงานตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป, ทุพพลภาพ จนถึงเสียชีวิต) (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
  - อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการดำเนินงาน = จำนวน (กรณี) ของการบาดเจ็บจนถึงขั้นหยุดงาน อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุจากการดำเนินงาน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
  - อัตราการเจ็บป่วยจากการดำเนินงานทั้งหมด = จำนวนราย (กรณี) ที่เจ็บป่วยจากการดำเนินงานจำนวน ชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวน ชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)



## ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2565

### ข้อมูลด้านสุขภาพและสภาวะที่ดี

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2562	2563	2564	2565
<b>ข้อมูลด้านสุขภาพและสภาวะที่ดี</b>						
G4 - FP6	<b>ยอดขายสินค้าที่มีการปรับลดโซเดียม โซเดียมทรานส์ ไขมันอิ่มตัว และน้ำตาล</b>	ร้อยละ	<b>3.12</b>	<b>1.32</b>	<b>2.33</b>	<b>28.00</b>
	• กลุ่มอาหารพร้อมทาน		3.12	0.15	1.88	22.58
	• กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		0.00	1.16	0.46	4.13
	• กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)		0.00	0.00	0.00	1.30
G4 - FP7	<b>ยอดขายสินค้าที่มีการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ</b>	ร้อยละ	<b>0.00</b>	<b>6.93</b>	<b>1.09</b>	<b>3.73</b>
	• กลุ่มอาหารพร้อมทาน		0.00	1.01	1.05	1.77
	• กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		0.00	5.92	0.05	1.93
	• กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)		0.00	0.00	0.00	0.04
	<b>ยอดขายสินค้าที่มีการปรับปรุงสูตร</b>	ร้อยละ	<b>5.66</b>	<b>7.55</b>	<b>0.75</b>	<b>0.21</b>
	• กลุ่มอาหารพร้อมทาน		3.80	2.21	0.75	0.21
	• กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		1.86	5.33	0.00	0.00
• กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)	0.00	0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ

- ข้อมูลที่รายงานครอบคลุมเฉพาะผลิตภัณฑ์พัฒนาพร้อม (Private Brand : PB) ที่จำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ ของ ซีพี ออลล์ เท่านั้น
- ข้อมูลที่นำมารายงานนับเฉพาะสินค้าที่ผ่านหลักเกณฑ์หรือได้รับการรับรองสัญลักษณ์ทางโภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ” และหรืออาหารที่มีการเพิ่ม หรือลด หรือปราศจากสารอาหารตามที่กฎหมายหรือ มาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศหรือสากล อาทิ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับ 182) พ.ศ.2541



## GRI Content Index

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
<b>General Standard Disclosure</b>							
<b>GRI 2: General Disclosures 2021</b>							
<b>Organization and its reporting practices</b>							
	2-1	Organization details	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	12	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.		
			Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	32			
	2-2	Entities included in the organization's sustainability reporting	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	32-37			
			Annual Report	197-360			
	2-3	Reporting period, frequency and contact point	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	16			
			Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	32			
	2-4	Restatements of information	Annual Report	There was no significant change from the previous reporting period			
	2-5	External assurance	About This Report	32-37			
			Appendix	228-241			
	<b>Activities and workers</b>						
	2-6	Activities, value chain and other business relationships	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	13	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.		
			Annual Report	73			
	2-7	Employees	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	12			
			Appendix	234			
	2-8	Workers who are not employees	Appendix	234			
	<b>Governance</b>						
	2-9	Governance structure and composition	Corporate Governance and Anti-Corruption	124-125	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.		
	2-10	Nomination and selection of the highest governance body	Annual Report	139-141			
	2-11	Chair of the highest governance body	Annual Report	12-13 133			
	2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	Corporate Governance and Anti-Corruption	124-125			
Annual Report			129-133				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
	2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	Annual Report	132	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.		
	2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	Corporate Governance and Anti-Corruption	124-125			
		Annual Report	137-139				
	2-15	Conflicts of interest	Annual Report	169-170			
	2-16	Communication of critical concerns	Corporate Governance and Anti-Corruption	124-125			
	2-17	Collective knowledge of the highest governance body	Corporate Governance and Anti-Corruption	124-125			
	2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	Annual Report	162-165			
	2-19	Remuneration policies	Annual Report	166-168			
	2-20	Process to determine remuneration	Annual Report	149-150			
	2-21	Annual total compensation ratio	Annual Report	166-168			
<b>Strategy, policies and practices</b>							
	2-22	Statement on sustainable development strategy	Message from Chairman	2-5	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.		
	2-23	Policy commitments	Corporate Governance and Anti-Corruption	120-135			
	2-24	Embedding policy commitments	Message from Chairman	2-5			
	2-25	Processes to remediate negative impacts	Corporate Governance and Anti-Corruption	127			
	2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	Corporate Governance and Anti-Corruption	127			
	2-27	Compliance with laws and regulations	Corporate Governance and Anti-Corruption	123			
	2-28	Membership associations	Stakeholder Engagement	197-198			
<b>Stakeholder engagement</b>							
	2-29	Approach to stakeholder engagement	Stakeholder Engagement	196-207	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.		
	2-30	Collective bargaining agreements	Stakeholder Engagement	196-207			
			Occupational Health and Safety & Labor Practices	145			
			Appendix	237			



GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
<b>Material topics</b>							
GRI 3: Material Topics 2021	3-1	Process to determine material topics	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	32-37			
	3-2	List of material topics	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	32-37			
<b>Climate Resilience</b>							
<b>Management Approach 2021</b>							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Climate Resilience	40-45			
<b>Emissions</b>							
GRI 305: Emissions 2016	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	Climate Resilience	42			
			Appendix	230			×
	305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	Climate Resilience	42-44			
			Appendix	231			×
	305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	Climate Resilience	42, 45			
			Appendix	231			×
305-4	GHG emissions intensity	Climate Resilience	44				
		Appendix	231			×	
305-5	Reduction of GHG emissions	Climate Resilience	44				
<b>Efficient use of resources and Energy</b>							
<b>Management Approach 2021</b>							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Efficient use of resources and Energy	52-55			
<b>Energy</b>							
GRI 302: Energy 2016	302-1	Energy consumption within the organization	Efficient use of resources and Energy	56-60			
			Appendix	228			×
	302-3	Energy intensity	Efficient use of resources and Energy	54			
			Appendix	228			×
	302-4	Reduction of energy consumption	Energy Efficiency	44			
302-5	Reductions in energy requirements of products and services	Energy Efficiency	50				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
<b>Water and effluents</b>							
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-1	Interactions with water as a shared resource	Efficient use of resources and Energy	61			
	303-2	Management of water discharge-related impacts	Efficient use of resources and Energy	61-63			
	303-3	Water withdrawal	Efficient use of resources and Energy	55			
			Appendix	228-229			
	303-4	Water discharge	Efficient use of resources and Energy	55			
			Appendix	228-229			
303-5	Water consumption	Efficient use of resources and Energy	55				
		Appendix	228-229				
<b>Sustainable Packaging Management</b>							
<b>Management Approach 2021</b>							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Sustainable Packaging Management	64-67			
<b>Materials</b>							
GRI 301: Materials 2016	301-1	Materials used by weight or volume	Sustainable Packaging Management	66-67			
	301-2	Recycled input materials used	Sustainable Packaging Management	66-67			
	301-3	Reclaimed products and their packaging materials	Sustainable Packaging Management	55			
<b>Sustainable Waste and Surplus Food Management</b>							
<b>Management Approach 2021</b>							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Sustainable Waste and Surplus Food Management	80-84			
<b>Waste</b>							
GRI 306: Waste 2020	306-1	Waste generation and significant waste-related impacts	Sustainable Waste and Surplus Food Management	82			
	306-2	Management of significant waste-related impacts	Sustainable Waste and Surplus Food Management	82			
	306-3	Waste generated	Sustainable Waste and Surplus Food Management	83-84			
			Appendix	231			
	306-4	Waste diverted from disposal	Sustainable Waste and Surplus Food Management	83-84			
			Appendix	231-232			
306-5	Waste directed to disposal	Sustainable Waste and Surplus Food Management	83-84				
		Appendix	232				X

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
<b>Social Impact &amp; Economic Contribution</b>							
<b>Management Approach 2021</b>							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Social Impact & Economic Contribution	94-97			
<b>Procurement practices</b>							
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1	Proportion of spending on local suppliers	Social Impact & Economic Contribution	97			
<b>Local communities</b>							
GRI 413: Local Communities 2016	413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	Social Impact & Economic Contribution	96			
	413-2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	Social Impact & Economic Contribution	96			
<b>Health and Well Being</b>							
<b>Management Approach 2021</b>							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Good Health & Well-being	108-111			
<b>Marketing and labeling</b>							
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1	Requirements for product and service information and labeling	Good Health & Well-being	114			
	417-2	Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	Good Health & Well-being	114			
	417-3	Incidents of non-compliance concerning marketing communications	Good Health & Well-being	114			
<b>GRI Sector Disclosure: Food Processing Sector</b>							
GRI Sector Disclosure: Food Processing Sector	FP6	Percentage of Total Sales Volume of Consumer Products, by Product Category, that are Lowered in Saturated Fat, Trans Fats, Sodium and Added Sugars	Good Health & Well-being	111			
			Appendix	241			✘
	FP7	Percentage of total sales volume of consumer products, by product category, that contain increased nutritious ingredients like fiber, vitamins, minerals, phytochemicals or functional food additives	Good Health & Well-being	111			
			Appendix	241			✘
<b>Corporate Governance and Anti-Corruption</b>							
<b>Management Approach 2021</b>							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Corporate Governance and Anti-Corruption	120-123			



GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
<b>Economic performance</b>							
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1	Direct economic value generated and distributed	Annual Report	2-3, 83			
	201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	Annual Report	66-67			
<b>Anti-corruption</b>							
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1	Operations assessed for risks related to corruption	Corporate Governance and Anti-Corruption	130			
	205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	Corporate Governance and Anti-Corruption	126			
	205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	Corporate Governance and Anti-Corruption	123,127			
<b>Anti-competitive behavior</b>							
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016	206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	Trade-Competition Policy	<a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf</a>			
<b>Tax</b>							
GRI 207: Tax 2019	207-1	Approach to tax	Tax Strategy and Tax Policies	<a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf</a>			
	207-2	Tax governance, control, and risk management	Tax Strategy and Tax Policies	<a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf</a>			
	207-3	Stakeholder engagement and management of concerns related to tax	Tax Strategy and Tax Policies	<a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf</a>			
	207-4	Country-by-country reporting	Tax Strategy and Tax Policies	<a href="https://www.cpall.co.th/en/sustain/economicdimension/taxstrategy-andtax-policies">https://www.cpall.co.th/en/sustain/economicdimension/taxstrategy-andtax-policies</a>			
<b>Public policy</b>							
GRI 415: Public Policy 2016	415-1	Political contributions	Financial Statements	<a href="https://www.cpall.co.th/en/investor/financial-info/financial-statements">https://www.cpall.co.th/en/investor/financial-info/financial-statements</a>			



GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
<b>Customer privacy</b>							
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	Corporate Governance and Anti-Corruption	123, 135			
<b>Occupational Health and Safety &amp; Labor Practices</b>							
<b>Management Approach 2021</b>							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Occupational Health and Safety & Labor Practices	136-140			
<b>Employment</b>							
GRI 401: Employment 2016	401-3	Parental leave	Occupational Health and Safety & Labor Practices	144			
			Appendix	237			
<b>Labor/management relations</b>							
GRI 402: Labor/ Management Relations 2016	402-1	Minimum notice periods regarding operational changes	Occupational Health and Safety & Labor Practices	141-144			
<b>Diversity and equal opportunity</b>							
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1	Diversity of governance bodies and employees	Occupational Health and Safety & Labor Practices	140			
			Appendix	234-235			
	405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	Appendix	239			×
<b>Non-discrimination</b>							
GRI 406: Non-discrimination 2016	406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	Occupational Health and Safety & Labor Practices	139			
<b>Freedom of association and collective bargaining</b>							
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining 2016	407-1	Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	Supplier Code of Conduct and Guideline	<a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf</a>			
<b>Child labor</b>							
GRI 408: Child Labor 2016	408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	Supplier Code of Conduct and Guideline	<a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf</a>			
<b>Forced or compulsory labor</b>							
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	Supplier Code of Conduct and Guideline	<a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf</a>			

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance	
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation		
<b>Security practices</b>								
GRI 410: Security Practices 2016	410-1	Security personnel trained in human rights policies or procedures	Occupational Health and Safety & Labor Practices	151				
<b>Rights of indigenous peoples</b>								
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016	411-1	Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	Occupational Health and Safety & Labor Practices	139				
<b>Occupational health and safety</b>								
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1	Occupational health and safety management system	Occupational Health and Safety & Labor Practices	146-147				
	403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	Occupational Health and Safety & Labor Practices	146				
	403-3	Occupational health services	Occupational Health and Safety & Labor Practices	150-151				
	403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	Occupational Health and Safety & Labor Practices	147				
	403-5	Worker training on occupational health and safety	Occupational Health and Safety & Labor Practices	150-151				
	403-6	Promotion of worker health	Occupational Health and Safety & Labor Practices	149				
	403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	Occupational Health and Safety & Labor Practices	146				
	403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	Occupational Health and Safety & Labor Practices	151				
	403-9	Work-related injuries	Appendix	239-240				✘
	403-10	Work-related ill health	Appendix	240				✘
<b>Responsible Supply Chain</b>								
<b>Management Approach 2021</b>								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Responsible Supply Chain	154-157				
<b>Supplier environmental assessment</b>								
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	Responsible Supply Chain	158				
	308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	Responsible Supply Chain	158-159				












GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
<b>Supplier social assessment</b>							
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1	New suppliers that were screened using social criteria	Responsible Supply Chain	158			
	414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	Responsible Supply Chain	158-159			
<b>Non-Material topics</b>							
<b>Ecosystem and Biodiversity Protection</b>							
<b>Management Approach 2021</b>							
	3-3	Management of material topics	Ecosystem and Biodiversity Protection	166-167			
<b>Biodiversity</b>							
GRI 304: Biodiversity 2016	304-1	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	Ecosystem & Biodiversity Protection	167-169			
	304-2	Significant impacts of activities, products and services on biodiversity	Ecosystem & Biodiversity Protection	168-169			
	304-3	Habitats protected or restored	Ecosystem & Biodiversity Protection	167-169			
<b>Education and Lifelong Learning</b>							
<b>Management Approach 2021</b>							
	3-3	Management of material topics	Education & Lifelong Learning	176-178			
<b>Training and education</b>							
GRI 404: Training and Education 2016	404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Education & Lifelong Learning	184			
<b>Food and Water Security and Access to Well Being</b>							
<b>Management Approach 2021</b>							
	3-3	Management of material topics	Food and Water Security and Access to Well Being	188-190			
<b>Customer health and safety</b>							
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1	Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	Food and Water Security and Access to Well Being	189			
			Supplier Code of Conduct and Guideline	<a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf</a>			
	416-2	Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	Food and Water Security and Access to Well Being	190			

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
<b>Innovation and Value Creation</b>							
<b>Management Approach 2021</b>							
	3-3	Management of material topics	Innovation and Value Creation	208-210			
<b>Indirect economic impacts</b>							
GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016	203-1	Infrastructure investments and services supported	Innovation and Value Creation	208-217			
	203-2	Significant indirect economic impacts	Innovation and Value Creation	208-217			
<b>Leadership &amp; Human Capital Development</b>							
<b>Management Approach 2021</b>							
	3-3	Management of material topics	Leadership and Human Capital Development	218-221			
<b>Employment</b>							
GRI 401: Employment 2016	401-1	New employee hires and employee turnover	Appendix	235-236			
	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	Our Workforce	<a href="https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel">https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel</a>			
<b>Training and education</b>							
GRI 404: Training and Education 2016	404-1	Average hours of training per year per employee	Leadership & Human Capital Development	220			
			Appendix	237-238			
	404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Leadership & Human Capital Development	221-222			
	404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	Leadership & Human Capital Development	226			



# United Nations Sustainability Development Goals

Goal	Description	Chapter
	End poverty in all its forms everywhere	<ul style="list-style-type: none"> <li>Social Impact and Economic Contribution</li> <li>Education and Lifelong Learning</li> <li>Innovation and Value Creation</li> </ul>
	End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture	<ul style="list-style-type: none"> <li>Social Impact and Economic Contribution</li> <li>Good Health &amp; Well-being</li> <li>Food and Water Security &amp; Access to Well-being</li> </ul>
	Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sustainable Waste and Surplus Food Management</li> <li>Good Health &amp; Well-being</li> <li>Occupational Health and Safety &amp; Labor Practices (Human Rights)</li> <li>Food and Water Security &amp; Access to Well-being</li> <li>Innovation and Value Creation</li> </ul>
	Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all	<ul style="list-style-type: none"> <li>Responsible Supply Chain</li> <li>Education and Lifelong Learning</li> <li>Leadership and Human Capital Development</li> </ul>
	Achieve gender equality and empower all women and girls	<ul style="list-style-type: none"> <li>Occupational Health and Safety &amp; Labor Practices (Human Rights)</li> <li>Leadership and Human Capital Development</li> </ul>
	Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all	<ul style="list-style-type: none"> <li>Efficient use of resources and Energy</li> <li>Sustainable Waste and Surplus Food Management</li> <li>Ecosystem &amp; Biodiversity Protection</li> </ul>
	Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all	<ul style="list-style-type: none"> <li>Efficient use of resources and Energy</li> </ul>
	Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sustainable Packaging Management</li> <li>Social Impact and Economic Contribution</li> <li>Occupational Health and Safety &amp; Labor Practices (Human Rights)</li> <li>Responsible Supply Chain</li> <li>Stakeholders Engagement</li> <li>Innovation and Value Creation</li> <li>Leadership and Human Capital Development</li> </ul>

Goal	Description	Chapter
	Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation	-
	Reduce inequality within and among countries	<ul style="list-style-type: none"> <li>Social Impact and Economic Contribution</li> <li>Occupational Health and Safety &amp; Labor Practices (Human Rights)</li> </ul>
	Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sustainable Waste and Surplus Food Management</li> <li>Social Impact and Economic Contribution</li> <li>Food and Water Security &amp; Access to Well-being</li> </ul>
	Ensure sustainable consumption and production patterns	<ul style="list-style-type: none"> <li>Climate Resilience</li> <li>Efficient use of resources and Energy</li> <li>Sustainable Packaging Management</li> <li>Sustainable Waste and Surplus Food Management</li> <li>Good Health &amp; Well-being</li> <li>Occupational Health and Safety &amp; Labor Practices (Human Rights)</li> <li>Responsible Supply Chain</li> <li>Food and Water Security &amp; Access to Well-being</li> </ul>
	Take urgent action to combat climate change and its impacts	<ul style="list-style-type: none"> <li>Climate Resilience</li> <li>Efficient use of resources and Energy</li> </ul>
	Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ecosystem &amp; Biodiversity Protection</li> </ul>
	Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ecosystem &amp; Biodiversity Protection</li> </ul>
	Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels	<ul style="list-style-type: none"> <li>Occupational Health and Safety &amp; Labor Practices (Human Rights)</li> <li>Corporate Governance and Anti-Corruption</li> <li>Stakeholders Engagement</li> </ul>
	Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development	<ul style="list-style-type: none"> <li>Food and Water Security &amp; Access to Well-being</li> </ul>



## UNGC Advanced Level

UNGC Advanced Level Checklist	Comment/Reference	
<p><b>Implementing the Ten Principles into Strategies &amp; Operations</b></p>	<p>Criterion 1: The COP describes mainstreaming into corporate functions and business units</p>	
	<p>Indicate which of the following best practices are described in your COP:</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfil this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	<p>(P.23-31)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Place responsibility for execution of sustainability strategy in relevant corporate functions (procurement, government affairs, human resources, legal, etc.) ensuring no function conflicts with company’s sustainability commitments and objectives</li> </ul>	<p>(P.24)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Align strategies, goals and incentive structures of all business units and subsidiaries with corporate sustainability strategy</li> </ul>	<p>(P.23-31)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assign responsibility for corporate sustainability implementation to an individual or group within each business unit and subsidiary</li> </ul>	<p>(P.24)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Design corporate sustainability strategy to leverage synergies between and among issue areas and to deal adequately with trade-offs</li> </ul>	<p>(P.23-31)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ensure that different corporate functions coordinate closely to maximize performance and avoid unintended negative impacts</li> </ul>	<p>(P.24)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	<p>-</p>
	<p>Criterion 2: The COP describes value chain implementation</p>	
	<p>Indicate which of the following best practices are described in your COP:</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	<p>(P. 40-51) (P.120-135) (P.136-153) (P.154-165) (P.196-207)</p> <p><a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Sustainable-Development-Policy-and-Goals-2564-2573-th-08-06-2564.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Sustainable-Development-Policy-and-Goals-2564-2573-th-08-06-2564.pdf</a></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analyze each segment of the value chain carefully, both upstream and downstream, when mapping risks, opportunities and impacts</li> </ul>	<p>(P.40-51) (P.136-153) (P.154-165)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Communicate policies and expectations to suppliers and other relevant business partners</li> </ul>	<p>(P.120-135) (P.154-165) (P.196-207)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implement monitoring and assurance mechanisms (e.g. audits/ screenings) for compliance within the company’s sphere of influence</li> </ul>	<p>(P.136-153) (P.154-165)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Undertake awareness-raising, training and other types of capacity building with suppliers and other business partner</li> </ul>	<p>(P.120-135) (P.136-153) (P.154-165)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	<p>-</p>



## UNGC Advanced Level Checklist

## Comment/Reference

## Criterion 3: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of human rights

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

Robust Human Rights Management Policies & Procedures	<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.23-31) (P.136-153)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Commitment to comply with all applicable laws and respect internationally recognized human rights, wherever the company operates (e.g., the Universal Declaration of Human Rights, Guiding Principles on Human Rights)</li> </ul>	(P.136-153)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integrated or stand-alone statement of policy expressing commitment to respect and support human rights approved at the most senior level of the company</li> </ul>	(P.23-31) (P.136-153)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Statement of policy stipulating human rights expectations of personnel, business partners and other parties directly linked to operations, products or services</li> </ul>	(P.136-153)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Statement of policy publicly available and communicated internally and externally to all personnel, business partners and other relevant parties</li> </ul>	(P.136-153)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-

## Criterion 4: The COP describes effective management systems to integrate the human rights principles

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.23-31) (P.136-153)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Process to ensure that internationally recognized human rights are respected</li> </ul>	(P.136-153)
<ul style="list-style-type: none"> <li>On-going due diligence process that includes an assessment of actual and potential human rights impacts</li> </ul>	(P.136-153)
<ul style="list-style-type: none"> <li>The Guiding Principles suggest that the assessment:</li> </ul>	<a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Internal awareness-raising and training on human rights for management and employees</li> </ul>	(P.136-153)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Operational-level grievance mechanisms for those potentially impacted by the company's activities</li> </ul>	(P.94-107) (P.120-135) (P.196-207)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Allocation of responsibilities and accountability for addressing human rights impacts</li> </ul>	(P.136-153)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Internal decision-making, budget and oversight for effective responses to human rights impacts</li> </ul>	(P.23-31)



UNGC Advanced Level Checklist	Comment/Reference
<ul style="list-style-type: none"> <li>Processes to provide for or cooperate in the remediation of adverse human rights impacts that the company has caused or contributed to</li> </ul>	(P.136-153)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Process and programs in place to support human rights through: core business; strategic philanthropic/social investment; public policy engagement/advocacy; partnerships and/or other forms of collective action</li> </ul>	(P.136-153)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-
<p><b>Criterion 5: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of human rights integration</b></p>	
<p>Indicate which of the following best practices are described in your COP:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.136-153)
<ul style="list-style-type: none"> <li>System to monitor the effectiveness of human rights policies and implementation with quantitative and qualitative metrics, including in the supply chain</li> </ul>	(P.136-153) (P.154-165)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitoring drawn from internal and external feedback, including affected stakeholders</li> </ul>	(P.136-153)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Process to deal with incidents the company has caused or contributed to for internal and external stakeholders</li> </ul>	(P.136-153)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Outcomes of integration of the human rights principles</li> </ul>	(P.136-153)
<p>Suggested GRI Indicators: HR2 Percentage of significant suppliers, contractors, and other business partners that have undergone human rights screening, and actions taken. HR10 Percentage and total number of operations that have been subject to human rights reviews and/or impact assessments.)</p>	(P.136-153)
<p>(a) Be of a form and frequency that reflect an enterprise’s human rights impacts and that are accessible to its intended audiences;</p>	(P.136-153)
<p>(b) Provide information that is sufficient to evaluate the adequacy of an enterprise’s response to the particular human rights impact involved;</p>	(P.136-153)
<p>(c) In turn not pose risks to affected stakeholders, personnel or to legitimate requirements of commercial confidentiality.</p>	(P.136-153)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Outcomes of remediation processes of adverse human rights impacts (Suggested GRI Indicator: HR11 Number of grievances related to human rights filed, addressed and resolved through formal grievance mechanisms.)</li> </ul>	(P.136-153)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-



## UNGC Advanced Level Checklist

## Comment/Reference

Criterion 6: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of labour

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

<b>Robust Labour Management Policies &amp; Procedures</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.136-153) <a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reference to principles of relevant international labour standards (ILO Conventions) and other normative international instruments in company policies</li> </ul>	(P.136-153) <a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf</a> <a href="https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/human-rights">https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/human-rights</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reflection on the relevance of the labour principles for the company</li> </ul>	(P.136-153) <a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Written company policy to obey national labour law, respect principles of the relevant international labour standards in company operations worldwide , and engage in dialogue with representative organization of the workers (international, sectoral, national).</li> </ul>	(P.136-153) <a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inclusion of reference to the principles contained in the relevant international labour standards in contracts with suppliers and other relevant business partners</li> </ul>	(P.154-165)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Specific commitments and Human Resources policies, in line with national development priorities or decent work priorities in the country of operation Examples: Inclusion of vulnerable/ discriminated groups in the workforce (e.g., women, disabled, migrant, HIV/AIDS, older/younger workers); equal pay for work of equal value; contribution to national strategies to eliminate child/ forced labour, etc.</li> </ul>	(P.136-153)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participation and leadership in wider efforts by employers' organizations (international and national levels) to jointly address challenges related to labour standards in the countries of operation, possibly in a tripartite approach (business – trade union – government).</li> </ul>	(P.136-153)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Structural engagement with a global union, possibly via a Global Framework Agreement</li> </ul>	(P.136-153)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-

UNGC Advanced Level Checklist	Comment/Reference
<p>Criterion 7: The COP describes effective management systems to integrate the labour principles</p>	
<p>Indicate which of the following best practices are described in your COP:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	<p>(P.136-153)  <a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf</a></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Risk and impact assessments in the area of labour</li> </ul>	<p>(P.136-153)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Dialogue mechanism with trade unions to regularly discuss and review company progress in addressing labour standards</li> </ul>	<p>(P.136-153)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Allocation of responsibilities and accountability within the organization</li> </ul>	<p>(P.136-153)  <a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf</a></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Internal awareness-raising and training on the labour principles for management and employees</li> </ul>	<p>(P.136-153)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Active engagement with suppliers to address labour-related challenges</li> </ul>	<p>(P.54-165)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Grievance mechanisms, communication channels and other procedures (e.g., whistleblower mechanisms) available for workers to report concerns, make suggestions or seek advice, designed and operated in agreement with the representative organization of workers</li> </ul>	<p>(P.136-153)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	<p>-</p>
<p>Criterion 8: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of labour principles integration</p>	
<p>Indicate which of the following best practices are described in your COP:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	<p>(P.23-31)                      (P.136-153)                      (P.218-227)  <a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf</a></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>System to track and measure performance based on standardized performance metrics</li> </ul>	<p>(P.218-227)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Dialogues with the representative organization of workers to regularly review progress made and jointly identify priorities for the future</li> </ul>	<p>(P.218-227)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Audits or other steps to monitor and improve the working conditions of companies in the supply chain, in line with principles of international labour standards</li> </ul>	<p>(P.154-165)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Process to positively engage with the suppliers to address the challenges (i.e., partnership approach instead of corrective approach) through schemes to improve workplace practices</li> </ul>	<p>(P.154-165)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Outcomes of integration of the Labour principles</li> </ul>	<p>(P.136-153)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	<p>-</p>



## UNGC Advanced Level Checklist

## Comment/Reference

## Criterion 9: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of environmental stewardship

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

Robust Environmental Management Policies & Procedures	<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.23-31) (P.40-51) (P.52-63) (P.64-79) (P.80-93) (P.166-175) <a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reference to relevant international conventions and other international instruments (e.g. Rio Declaration on Environment and Development)</li> </ul>	(P.40-51)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reflection on the relevance of environmental stewardship for the company</li> </ul>	(P.40-51) (P.52-63) (P.64-79) (P.80-93) (P.166-175)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Written company policy on environmental stewardship</li> </ul>	(P.40-51) (P.166-175) <a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inclusion of minimum environmental standards in contracts with suppliers and other relevant business partners</li> </ul>	(P.154-165)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Specific commitments and goals for specified years</li> </ul>	(P.23-31) (P.40-51)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-

## Criterion 10: The COP describes effective management systems to integrate the environmental principles

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.40-51) <a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Environmental risk and impact assessments</li> </ul>	(P.40-51)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assessments of lifecycle impact of products, ensuring environmentally sound management policies</li> </ul>	-
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Allocation of responsibilities and accountability within the organization</li> </ul>	(P.23-31)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Internal awareness-raising and training on environmental stewardship for management and employees</li> </ul>	(P.40-51) (P.218-227)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grievance mechanisms, communication channels and other procedures (e.g. whistleblower mechanisms) for reporting concerns or seeking advice regarding environmental impacts</li> </ul>	(P.94-107) (P.196-207)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-

UNGC Advanced Level Checklist		Comment/Reference
<b>Criterion 11: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for environmental stewardship</b>		
Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.40-51) <a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>System to track and measure performance based on standardized performance metrics</li> </ul>	(P.40-51) <a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Leadership review of monitoring and improvement results</li> </ul>	(P.40-51)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Process to deal with incidents</li> </ul>	-
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Audits or other steps to monitor and improve the environmental performance of companies in the supply chain</li> </ul>	(P.154-165)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Outcomes of integration of the environmental principles</li> </ul>	(P.40-51) (P.52-63) (P.64-79) (P.80-93) (P.166-175)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-
<b>Criterion 12: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of anti-corruption</b>		
Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
<b>Robust Anti-Corruption Management Policies &amp; Procedures</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.23-31) (P.120-135) <a href="https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption">https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Publicly stated formal policy of zero-tolerance of corruption</li> </ul>	(P.120-135) <a href="https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption">https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Commitment to be in compliance with all relevant anti-corruption laws, including the implementation of procedures to know the law and monitor changes</li> </ul>	(P.120-135) <a href="https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption">https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Statement of support for international and regional legal frameworks, such as the UN Convention against Corruption</li> </ul>	<a href="https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption">https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Detailed policies for high-risk areas of corruption</li> </ul>	<a href="https://www.cpall.co.th/sustain/economic-dimension/anti-corruption">https://www.cpall.co.th/sustain/economic-dimension/anti-corruption</a> <a href="https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/03/CPALL_Integrity_200563.pdf">https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/03/CPALL_Integrity_200563.pdf</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Policy on anti-corruption regarding business partners</li> </ul>	(P.154-165) (P.218-227) <a href="https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption">https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption</a>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-



## UNGC Advanced Level Checklist

## Comment/Reference

## Criterion 13: The COP describes effective management systems to integrate the anti-corruption principle

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.23-31) (P.120-135) <a href="https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption">https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Support by the organization's leadership for anti-corruption</li> </ul>	(P.120-135)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Carrying out risk assessment of potential areas of corruption</li> </ul>	(P.120-135)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Human Resources procedures supporting the anti-corruption commitment or policy, including communication to and training for all employees</li> </ul>	(P.120-135)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Internal checks and balances to ensure consistency with the anti-corruption commitment</li> </ul>	(P.120-135)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Actions taken to encourage business partners to implement anti-corruption commitments</li> </ul>	(P.120-135)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Management responsibility and accountability for implementation of the anti-corruption commitment or policy</li> </ul>	<a href="https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption">https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Communications (whistleblowing) channels and follow-up mechanisms for reporting concerns or seeking advice</li> </ul>	(P.120-135) <a href="https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption">https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Internal accounting and auditing procedures related to anticorruption</li> </ul>	(P.120-135) <a href="https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption">https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-

## Criterion 14: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for the integration of anti-corruption

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.23-31) (P.120-135) <a href="https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption">https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Leadership review of monitoring and improvement results</li> </ul>	(P.120-135)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Process to deal with incidents</li> </ul>	(P.120-135)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Public legal cases regarding corruption</li> </ul>	(P.120-135)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Use of independent external assurance of anti-corruption programmes</li> </ul>	(P.120-135)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Outcomes of integration of the anti-corruption principle</li> </ul>	(P.120-135)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-

UNGC Advanced Level Checklist	Comment/Reference
<b>Criterion 15: The COP describes core business contributions to UN goals and issues</b>	
Indicate which of the following best practices are described in your COP:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.23-31)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Align core business strategy with one or more relevant UN goals/issues</li> </ul>	<a href="https://www.cpall.co.th/sustain/cpall-and-the-sustainable-development-goals">https://www.cpall.co.th/sustain/cpall-and-the-sustainable-development-goals</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Develop relevant products and services or design business models that contribute to UN goals/issues</li> </ul>	<a href="https://www.cpall.co.th/sustain/cpall-and-the-sustainable-development-goals">https://www.cpall.co.th/sustain/cpall-and-the-sustainable-development-goals</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Adopt and modify operating procedures to maximize contribution to UN goals/issues</li> </ul>	<a href="https://www.cpall.co.th/sustain/cpall-and-the-sustainable-development-goals">https://www.cpall.co.th/sustain/cpall-and-the-sustainable-development-goals</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-
<b>Criterion 16: The COP describes strategic social investments and philanthropy</b>	
Indicate which of the following best practices are described in your COP:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.23-31) (P.84-107) (P.176-187)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Pursue social investments and philanthropic contributions that tie in with the core competencies or operating context of the company as an integrated part of its sustainability strategy</li> </ul>	(P.23-31) (P.84-107) (P.176-187)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Coordinate efforts with other organizations and initiatives to amplify—and not negate or unnecessarily duplicate—the efforts of other contributors</li> </ul>	(P.84-107) (P.176-187)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Take responsibility for the intentional and unintentional effects of funding and have due regard for local customs, traditions, religions, and priorities of pertinent individuals and groups</li> </ul>	(P.84-107)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-
<b>Criterion 17: The COP describes advocacy and public policy engagement</b>	
Indicate which of the following best practices are described in your COP:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.23-31)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Publicly advocate the importance of action in relation to one or more UN goals/issues</li> </ul>	(P.40-51)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Commit company leaders to participate in key summits, conferences, and other important public policy interactions in relation to one or more UN goals/issues</li> </ul>	<a href="https://www.cpall.co.th/sustain/sustainability-framework">https://www.cpall.co.th/sustain/sustainability-framework</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-



## UNGC Advanced Level Checklist

## Comment/Reference

## Criterion 18: The COP describes partnerships and collective action

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>   | (P.23-31)<br>(P.94-107)<br>(P.154-165)<br>(P.176-187) |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Develop and implement partnership projects with public or private organizations (UN entities, government, NGOs, or other groups) on core business, social investments and/or advocacy</li> </ul>   | (P.94-103)<br>(P.176-187)<br>(P.196-207)              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Join industry peers, UN entities and/or other stakeholders in initiatives contributing to solving common challenges and dilemmas at the global and/or local levels with an emphasis on initiatives extending the company's positive impact on its value chain</li> </ul> | (P.154-165)   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>  | -   |

## Criterion 19: The COP describes CEO commitment and leadership

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

- |   |         |
|---|---------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul> | (P.2-5) |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>CEO publicly delivers explicit statements and demonstrates personal leadership on sustainability and commitment to the UN Global Compact</li> </ul>                                    | -       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>CEO promotes initiatives to enhance sustainability of the company's sector and leads development of industry standards</li> </ul>  | (P.2-5) |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>CEO leads executive management team in development of corporate sustainability strategy, defining goals and overseeing implementation</li> </ul>                                       | (P.2-5) |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Make sustainability criteria and UN Global Compact principles part of goals and incentive schemes for CEO and executive management team</li> </ul>                                     | -       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>  | -       |



UNGC Advanced Level Checklist	Comment/Reference
<b>Criterion 20: The COP describes Board adoption and oversight</b>	
Indicate which of the following best practices are described in your COP:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.120-135)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Board of Directors (or equivalent) assumes responsibility and oversight for long-term corporate sustainability strategy and performance</li> </ul>	(P.23-31) (P.120-135)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Board establishes, where permissible, a committee or assigns an individual board member with responsibility for corporate sustainability.</li> </ul>	(P.23-31)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Board (or committee), where permissible, approves formal reporting on corporate sustainability (Communication on Progress)</li> </ul>	(P.23-31)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-
<b>Criterion 21: The COP describes stakeholder engagement</b>	
Indicate which of the following best practices are described in your COP:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>	(P.23-31) (P.196-207)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Publicly recognize responsibility for the company’s impacts on internal and external stakeholders</li> </ul>	(P.2-5) (P.23-31) (P.196-207)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Define sustainability strategies, goals and policies in consultation with key stakeholders</li> </ul>	(P.23-31) (P.32-39)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Consult stakeholders in dealing with implementation dilemmas and challenges and invite them to take active part in reviewing performance</li> </ul>	(P.196-207)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Establish channels to engage with employees and other stakeholders to hear their ideas and address their concerns, and protect ‘whistle-blowers’</li> </ul>	(P.196-207)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>	-



# LRQA Independent Assurance Statement

## Relating to CP ALL Public Company Limited's Sustainability Report for the calendar year 2022

This Assurance Statement has been prepared for CP ALL Public Company Limited (CP ALL) in accordance with our contract but is intended for the readers of this Report.

### Terms of engagement

LRQA (Thailand) Ltd. was commissioned by CP ALL Public Company Limited (CP ALL) to provide independent assurance on its Sustainability Report 2022 "the report" against the assurance criteria below to a moderate level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier, using AccountAbility's AA1000AS v3<sup>1</sup>, where the scope was a Type 2 engagement.

Our assurance engagement covered CP ALL's subsidiaries in Thailand only, and specifically the following requirements:

- Evaluating CP ALL's adherence to AA1000 AccountAbility Principles (2018) of Inclusivity, Materiality, Responsiveness and Impact.
- Confirming that the report is in accordance with:
  - GRI Standards (2021)
  - GRI Food Processing sector disclosures
- Evaluating the reliability of data and information for only the selected indicators listed below: <sup>1</sup>
  - *Environmental:*  
GRI 302-1 Energy consumption within the organization, GRI 302-3 Energy intensity, GRI 303-3 Water withdrawal, GRI 305-1 Direct (scope 1) GHG emissions, GRI 305-2 Energy indirect (scope 2) GHG emissions, GRI 305-3 Other indirect (scope 3) GHG emissions (Purchased goods and services, Upstream transport & distribution and business travel only), GRI 305-4 GHG emissions intensity, GRI 306-3 Waste generated, GRI 306-4 Waste diverted from disposal and GRI 306-5 Waste directed to disposal and food waste/food loss.
  - *Social:*  
GRI 403-9 to 10 Work-related injuries and ill health, FPSS FP6 Percentage of total sales volume of consumer products, by product category, that are lowered in saturated fat, trans fats, sodium and added sugars, FPSS FP7 Percentage of total sales volume of consumer products, by product category, that contain increased fibre, vitamins, minerals, phytochemicals or functional food additives and GRI 405-2 gender pay gaps (average and median)

Our assurance engagement excluded the data and information of CP ALL's subsidiaries within Thailand where it has no operational control, all operations and activities outside of Thailand and suppliers and any third parties mentioned in the report.

LRQA's responsibility is only to CP ALL. LRQA disclaims any liability or responsibility to others as explained in the end footnote. CP ALL's responsibility is for collecting, aggregating, analysing and presenting all the data and information within the report and for maintaining effective internal controls over the systems from which the report is derived. Ultimately, the report has been approved by, and remains the responsibility of CP ALL.

### LRQA's Opinion

Based on LRQA's approach nothing has come to our attention that would cause us to believe that CP ALL has not, in all material respects:

- Met the requirements above
- Disclosed reliable performance data and information as no errors or omissions were detected
- Covered all the issues that are important to the stakeholders and readers of this report.

The opinion expressed is formed on the basis of a moderate level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier.

**Note:** The extent of evidence-gathering for a moderate assurance engagement is less than for a reasonable assurance engagement. Moderate assurance engagements focus on aggregated data rather than physically checking source data at sites. Consequently, the level of assurance obtained in a moderate assurance engagement is substantially lower than the assurance that would have been obtained had a reasonable assurance engagement been performed.

<sup>1</sup> GHG quantification is subject to inherent uncertainty.



### LRQA's approach

LRQA's assurance engagements are carried out in accordance with AA1000 AS v3. The following tasks though were undertaken as part of the evidence gathering process for this assurance engagement:

- Assessing CP ALL's approach to stakeholder engagement to confirm that issues raised by stakeholders were captured correctly. We did this by interviewing CP ALL's management who engage directly with stakeholder groups as well as reviewing documents and associated records.
- Reviewing CP ALL's process for identifying and determining material issues to confirm that the right issues were included in their report. We did this by benchmarking reports written by CP ALL and its peers to ensure that sector specific issues were included for comparability. We also tested the filters used in determining material issues to evaluate whether CP ALL makes informed business decisions that may create opportunities which contribute towards sustainable development.
- Auditing CP ALL's data management systems to confirm that there were no significant errors, omissions or mis-statements in the report. We did this by reviewing the effectiveness of data handling process, and systems, including those for internal verification. We also spoke with key people in various departments responsible for compiling the data and drafting the report.
- Visited CP ALL's operations as business representative (CPRAM –Chonburi, CP ALL Mahachai Distribution centre; Siam Makro – Ladpraw and On-nuch stores, Bang-na Distribution centre; Lotus – Seri Thai and Nakorn-Chaisri stores and Samkhok Distribution centre) to sample performance data and information for the selected specific standard disclosures to confirm its reliability.

### Observations

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

- Stakeholder inclusivity: We are not aware of any key stakeholder groups that have been excluded from CP ALL's stakeholder engagement process. CP ALL has addressed the key stakeholder group's opinion regarding their impacts.
- Materiality: We are not aware of any material issues concerning CP ALL's sustainability performance that have been excluded from the report. CP ALL has processes for identifying and determining material issues based on a set of unbiased criteria and qualitative impact valuation.
- Responsiveness: CP ALL has addressed the concerns of stakeholders in relation to impacts of food loss and food waste and transition plan for climate change. However, we believe that future reports should disclose safety practices and improvement in all CP ALL operations.
- Reliability: Data management systems are considered to be well defined, while the implementation of these systems varies across CP ALL's operational units.
- Impact: CP ALL has addressed impacts valuation of an agriculture products, food loss & food waste, climate change as well as Human right related.

### LRQA's standards, competence and independence

LRQA ensures the selection of appropriately qualified individuals based on their qualifications, training and experience. The outcome of all verification and certification assessments is then internally reviewed by senior management to ensure that the approach applied is rigorous and transparent.

This verification is the only works undertaken by LRQA for CP ALL and as such does not compromise our independence or impartiality.

Opart Charuratana  
Lead Verifier

Dated: 3 March 2023

On behalf of LRQA (Thailand) Ltd.  
No.9, G Tower Grand Rama 9, FL. 30, Room H14,  
Rama 9 Rd., HuayKwang, Bangkok, 10310, THAILAND

LRQA reference: BGK0000866

LRQA Group Limited, its affiliates and subsidiaries, including LRQA (Thailand) Limited, and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'LRQA'. LRQA assumes no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant LRQA entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract. The English version of this Assurance Statement is the only valid version. LRQA Group Limited assumes no responsibility for versions translated into other languages.

This Assurance Statement is only valid when published with the Report to which it refers. It may only be reproduced in its entirety.



รักษ์สิ่งแวดล้อม โดยใช้กระดาษโอเชียนกรีนการ์ด



ลดการใช้ไม้ใหม่  
13 ตัน

ดูดซับก๊าซ CO<sub>2</sub>  
1.06 ตัน

ลดการใช้พลังงานน้ำ  
3,005 ลิตร

ลดการใช้พลังงานไอน้ำ  
0.41 ตัน

ลดการใช้พลังงานทั้งหมด  
69 กิโลวัตต์-ชั่วโมง



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

313 อาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ ชั้น 24  
ถ.สีลม แขวงสีลม เขตบางรัก  
กรุงเทพฯ 10500



[www.cpall.co.th](http://www.cpall.co.th)



CPALL



หนังสือเล่มนี้ ใช้กระดาษทอผสมใยตา ปลอดภัย  
ไม่ระคายเคืองผิวหนัง ผลิตจากแหล่งผลิตที่คำนึงถึง  
ความยั่งยืน ใช้หมึกพิมพ์จากถั่วเหลือง  
จึงปลอดภัยต่อสุขภาพ และเป็นมิตร  
ต่อสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อย CO<sub>2</sub>  
เทียบเท่าการปิดไฟ 992 ดวง ในเวลา 1 วัน

