

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



รายงาน
การพัฒนา
อย่างยั่งยืน ปี 2566

Go together
ก้าวไปด้วยกัน
Giving and Sharing



มิตรภาพที่ไม่เคยจางหายไป 36 ปี
เพื่อนที่รู้ใจใกล้บ้าน...เป็นทุกอย่างอย่างเพื่อเธอ



ด้วยมิตรภาพที่ยั่งยืน
เป็นเพื่อนแท้ที่รู้ใจ
และเราจะก้าวไป
...ด้วยกัน...
มอบรอยยิ้มที่สดใส
ผนึกกำลังทำงานกับพันธมิตร
เพื่อก้าวไปสู่ความยั่งยืน



สารบัญ

รู้จัก ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย

- 04 สารจากใจประธานกรรมการ
- 06 สารจากใจประธานกรรมการบริหาร
- 10 ดักก่องห่วงโซ่คุณค่า ปราบณาทุกกลุ่มมีความสุข
- 15 เส้นทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

การดำเนินงาน ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (MATERIAL TOPICS)



- 042 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- 054 ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร
- 064 การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน
- 082 การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน
- 092 การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ
- 112 การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี
- 126 ธรรมชาติบาลและการต่อต้านการทุจริต
- 148 แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)
- 166 การพัฒนาทุนมนุษย์
- 176 การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ยุทธศาสตร์ความยั่งยืน

- 22 ต่อยอดปณิธาน ยุทธศาสตร์สู่ความยั่งยืน
- 32 ใส่ใจทุกสาระสำคัญ เพื่อความยั่งยืนทุกมิติ

การดำเนินงาน ประเด็นความยั่งยืนอื่น ๆ (NON - MATERIAL TOPICS)



- 189 การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
- 200 สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- 214 การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี
- 224 ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย
- 240 นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า

252 ภาคผนวก

คำจำกัดความ

"บริษัท" ที่กล่าวในข้อมูลบริษัทโดยสรุปนี้ หมายถึง บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (หรือคำย่อว่า "ซีพี ออลล์") และบริษัทย่อย



แบบ 56-1
one report ปี 2566



รายงาน
การพัฒนายั่งยืน
ปี 2566

สารจากใจ ประธานกรรมการ



เพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็นองค์กรที่อยู่เคียงข้างสังคมไทยอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิด “Sustainability for All” ผ่านการบูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืน 3 มิติ ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมภิบาลและเศรษฐกิจ เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจ

เศรษฐกิจไทยในภาพรวมปี 2566 ยังประสบกับความท้าทายรอบด้าน ทั้งจากอุปสงค์โลกและเศรษฐกิจจีนที่ฟื้นตัวช้า รวมถึงการชะลอตัวของการส่งออกและปริมาณนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจไทยในปี 2566 มาจากอุปสงค์ในประเทศและการบริโภคที่ยังขยายตัวดีอย่างต่อเนื่อง บริษัทได้เฝ้าติดตามปัจจัยวัฏจักรเศรษฐกิจและปัจจัยเชิงโครงสร้างอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ตระหนักถึงโอกาสและความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่ท้าทายในทุกประเด็นสำคัญ ภายใต้แนวคิด ความยั่งยืนทุกภาคส่วน (Sustainability for All) ที่สอดคล้องกับกรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ และหลักปรัชญาสามประโยชน์ของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อสร้างสรรค์ธุรกิจที่ยั่งยืน ทั้ง 3 มิติ อันประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมภิบาลและเศรษฐกิจ

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อความยั่งยืนระยะที่ 2 (2564-2573) ผ่าน 3 โครงการหลัก ซึ่งมีความก้าวหน้าในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในปี 2566 ทางด้านสิ่งแวดล้อม โครงการเซเว่น โท กรีน (7 Go Green) ไม่เพียงช่วยสร้างความร่วมมือกับลูกค้าในการ “ลด ละ เลิก” ใช้ถุงพลาสติกอย่างสม่ำเสมอ แต่ยังสร้างความตระหนักรู้และพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ในการขับเคลื่อนการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ การบริหารจัดการทรัพยากรพลังงาน ส่งเสริมการขนส่งและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อก้าวไปสู่การเป็นองค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจกตามเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนและลดขยะอาหารจากการดำเนินธุรกิจเป็นศูนย์ ภายในปี 2573 และบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593



ทางด้านการสร้างคุณภาพชีวิตและสุขภาวะที่ดีของสังคมชุมชน โครงการ เซเวน โท กูเก็ทเตอร์ (7 Go Together) ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงทักษะที่จำเป็นในการประกอบอาชีพ ได้มีส่วนช่วยลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ และขยายโอกาสให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย ได้จัดให้มีการมอบรางวัลเชิดชูผู้ประกอบการรายย่อยที่มีศักยภาพ เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาธุรกิจระดับคุณภาพสินค้าสู่มาตรฐานสากล และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต อีกทั้งบริษัทยังได้ร่วมมือกับผู้ประกอบการต่าง ๆ ปรับลดราคาสินค้าและบริการเพื่อช่วยลดภาระค่าครองชีพให้กับผู้บริโภคอีกด้วย ทางด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ โครงการเซเวน โท ไรท์ (7 Go Right) ได้ยกระดับกระบวนการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญต่าง ๆ การประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท (Financial Materiality) ครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Assessment) ผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับกลุ่มตัวแทนผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน และหน่วยงานความเสียหายในองค์กร และเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมสู่อนาคต บริษัทได้มีการกำหนดแผนบรรเทาผลกระทบจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) 3 เรื่อง ได้แก่ 1) การเตรียมรับมือกับเทคโนโลยีเอไอ (Generative AI) ในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ โดยการศึกษาพัฒนาและนำเทคโนโลยีเอไอมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ตอบสนองความต้องการและการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในยุคนี้

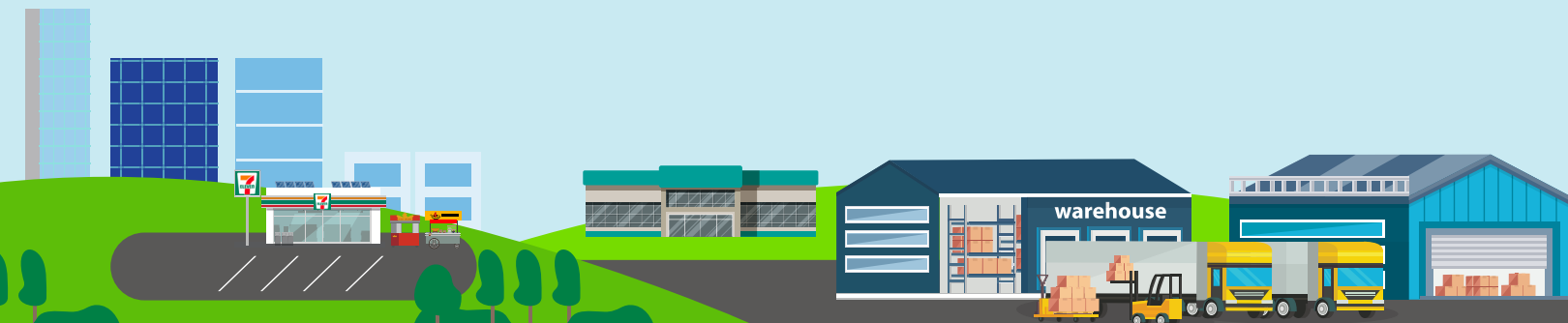
ปรับกระบวนการและลดขั้นตอนการทำงาน เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงจุดมากขึ้น รักษาความเป็นผู้นำทางธุรกิจสะดวกซื้อ 2) การเตรียมรับมือสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ด้วยการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ และบริการที่เข้าถึงทุกช่วงวัย เพื่อตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิต ดึงดูดกลุ่มผู้สูงอายุมาใช้บริการที่ร้านมากขึ้น และสร้างโอกาสการเติบโตของธุรกิจ 3) การเตรียมรับมือแนวปฏิบัติการค้าลดขยะบรรจุภัณฑ์จากภาครัฐ ด้วยการลดปริมาณขยะพลาสติกจากบรรจุภัณฑ์ที่นำไปฝังกลบอีกด้วย

ในท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วนี้ ความเชื่อมั่นในค่านิยมองค์กร ความกตัญญูรู้คุณคน และศรัทธาในการสร้างคุณค่าตอบแทนคุณประเทศชาติและสังคมชุมชน อันเป็นรากฐานของวัฒนธรรมที่ดีงามของเรา ซึ่งนำพาให้เราสามารถก้าวข้ามวิกฤตในทุกครั้งมีความสำคัญยิ่ง อีกทั้งยังเป็นพลังขับเคลื่อนการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนได้ในทุกมิติ

ในโอกาสนี้ ผมขอชื่นชมเพื่อนพนักงานทุกคนที่ยึดมั่นในค่านิยมขององค์กร มีความกตัญญูรู้คุณคน ปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างอันดีแก่สังคมในด้านต่าง ๆ และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาองค์กรของเราให้ก้าวข้ามทุกวิกฤต ผมเชื่อมั่นว่าด้วยความสามัคคีและความร่วมมือร่วมใจของเพื่อนพนักงานทุกคน องค์กรของเราจะเติบโตอย่างมั่นคงและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างยั่งยืน



นายสุภกิต เจียรนวนนท์
ประธานกรรมการ
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



สารจากใจ ประธานกรรมการบริหาร



เรามุ่งมั่นพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้าน
นวัตกรรมให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน
เพราะเราเชื่อว่า นวัตกรรมจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม
สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและลูกค้าว่าจะได้รับ
สินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน ตลอดจน
สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นำไปสู่การ
สร้างการเติบโตในระยะยาว พร้อมทั้งนี้ เรายัง
เดินหน้าดำเนินงานด้านการส่งเสริมสิ่งแวดล้อม
เพิ่มพื้นที่สีเขียว สร้างสมดุลในระบบนิเวศ
ส่งเสริมสิทธิมนุษยชน ภายใต้การกำกับดูแล
กิจการที่ดี เพื่อการเติบโตขององค์กรควบคู่ไปกับ
สังคมอย่างยั่งยืน

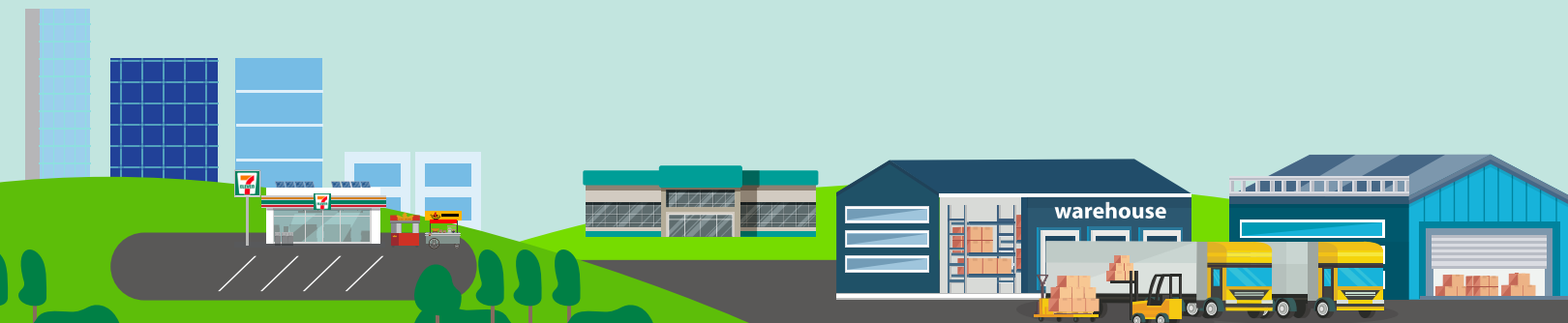


ปี 2566 ถือเป็นอีกช่วงเวลาแห่งความท้าทายที่บริษัทต้องเผชิญหน้ากับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก เนื่องจากวิกฤตการณ์พลังงานที่เป็นผลมาจากความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างประเทศมหาอำนาจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพของประชากรทั่วโลก อย่างไรก็ตาม จากการทำงานด้านความยั่งยืนอย่างเข้มข้น บริษัทประสบความสำเร็จในการรักษามาตรฐานการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และเป้าหมายด้านความยั่งยืน โดยได้รับรางวัล “Sustainability Excellence” ประเภท “Highly Commended in Sustainability Awards” ซึ่งเป็นเครื่องหมายแสดงถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล พร้อมทั้งนี้ จากความพยายามในการพัฒนาผลการดำเนินงานด้าน ESG อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ บริษัทได้ผ่านการประเมินโดย S&P CSA ให้เป็นสมาชิก DJSI สำหรับอุตสาหกรรมกลุ่ม Food & Staples Retailing สมาชิกกลุ่ม DJSI Emerging Markets ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 (2560-2566) และสมาชิกกลุ่ม World Markets ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 (2561-2566) รวมถึงผ่านการประเมิน MSCI ด้านการดำเนินงาน ESG ระดับ A และผ่านการประเมิน FTSE4Good Index ในกลุ่ม Food Retailers & Wholesalers ตลอดจนได้รับคะแนนระดับ A- จากการประเมิน CDP ด้านการ

บริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยความสำเร็จของการดำเนินงานด้านความยั่งยืน จะช่วยเป็นแรงผลักดันให้เราเดินหน้าพัฒนาอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ เรามุ่งมั่นพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพราะเราเชื่อว่านวัตกรรมจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าและลูกค้าว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน ตลอดจนสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นำไปสู่การสร้างการเติบโตในระยะยาว พร้อมทั้งนี้ เรายังเดินหน้าดำเนินงานด้านการส่งเสริมสิ่งแวดล้อม อาทิ การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน การจัดการขยะพลาสติก และการจัดการบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านนโยบาย “Green Living” เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว สร้างสมดุลในระบบนิเวศ ตลอดจนส่งเสริมสิทธิมนุษยชนตามหลักสากล ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการองค์กรภายใต้การทำกับดูแลกิจการที่ดี ตามค่านิยม 3 ประโยชน์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่มุ่งสร้างประโยชน์ต่อประเทศชาติ ประชาชน และองค์กร เพื่อการเติบโตขององค์กรควบคู่ไปกับสังคมอย่างยั่งยืน

นายก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์
ประธานกรรมการบริหาร
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



เป็น “ประตู” สู่นาคคที่สดใส

ซีพี ออลล์ ให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาส สร้างคุณค่าให้กับท้องถิ่น ตามปณิธานองค์กร “GIVING AND SHARING” โดยให้ความรู้ ให้ช่องทางการขาย และให้การเชื่อมโยง สนับสนุนเกษตรกร และผู้ประกอบการ เอสเอ็มอี (SMEs) คนตัวเล็ก ๆ ในชุมชนให้กล้าฟันใหญ่ แล้วไปให้ถึงเป้าหมายที่ตั้งใจ



เป็น “โอกาส” ที่แบ่งปันให้กันและกัน

ซีพี ออลล์ เคียงข้างชุมชนและสังคมไทยไม่ว่ายามสุขหรือยามทุกข์ ห่วงใย ใส่ใจดูแลคนในสังคม เหมือนคนในครอบครัวเดียวกัน หัวใจของการแบ่งปันและการส่งมอบน้ำใจไม่มีที่สิ้นสุด สร้างรอยยิ้มแห่งความสุขระบายนทั่วทุกพื้นที่



เป็น “ความหวัง” พืักกษโลกยังยืน

ซีพี ออลล์ ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ และให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในหลากหลายมิติ ตามนโยบาย เช่น โท กรีน (7 Go Green) นำนวัตกรรมมาช่วยลดภาวะโลกร้อน ปกป้องดูแลโลกให้น่าอยู่มากขึ้น







ถักทอห่วงโซ่คุณค่า ปรารถนาทุกกลุ่มมีความสุข



รายได้รวม **921,187 ล้านบาท**

สัดส่วนรายได้

- ธุรกิจร้านสะดวกซื้อและธุรกิจอื่น ๆ

ร้อยละ 50

- ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค

ร้อยละ 50

กำไรสุทธิ **18,482 ล้านบาท**

จำนวนสาขา



ร้าน 7-Eleven

14,545 สาขา



ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร

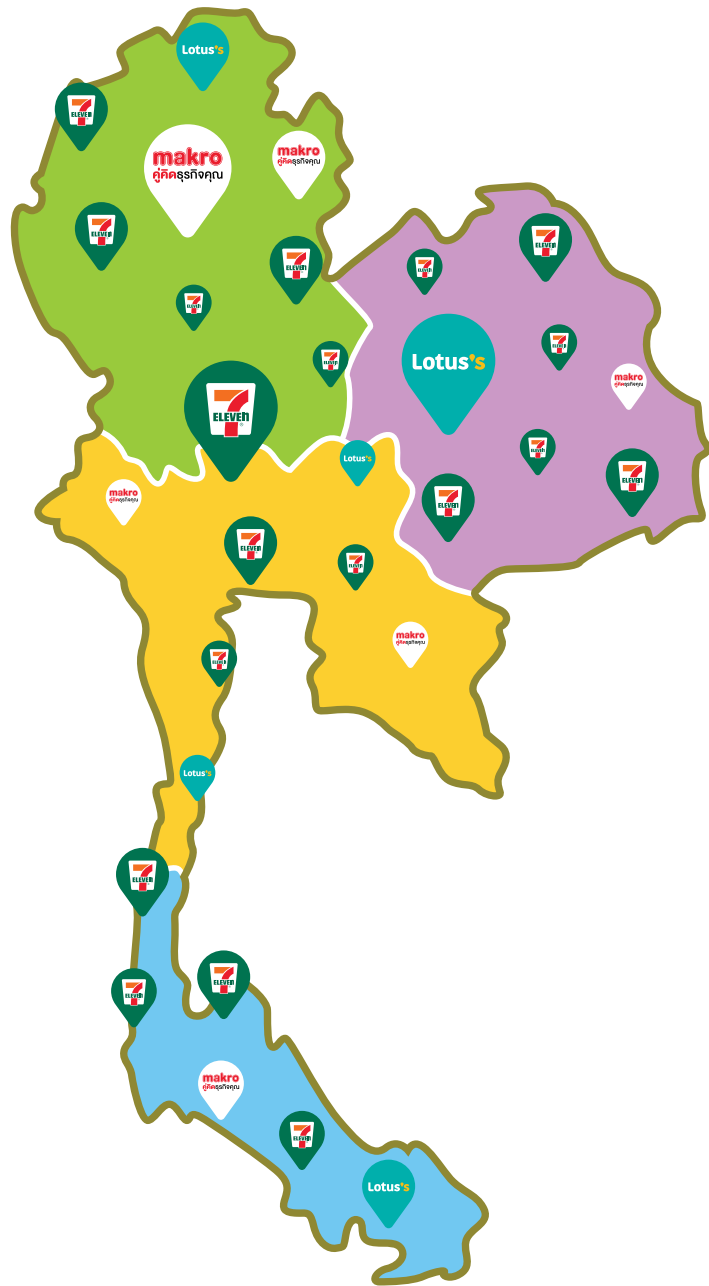
160 สาขา



ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส

2,454 สาขา

พนักงานรวมทั้งหมด **181,108 คน**



นับเป็นระยะเวลากว่า 36 ปีที่บริษัทซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ในฐานะผู้ดำเนินธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้เครื่องหมายการค้า 7-Eleven และให้สิทธิในการดำเนินธุรกิจร้าน 7-Eleven ในประเทศกัมพูชาและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ภายใต้สัญญาแฟรนไชส์หลัก และลงทุนในธุรกิจสนับสนุนธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อ อาทิ ผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปและเบเกอรี่ ตัวแทนรับชำระเงินค่าสินค้าและบริการ รวมทั้งการลงทุนในธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ทั้งนี้ บริษัทมุ่งดำเนินงานเพื่อสร้างความสะดวกสบายในการเลือกสินค้าและบริการ พร้อมทั้งยกระดับ

การส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศไทย โดยเสนอช่องทางบริการให้บริการทั้งทางหน้าร้าน และร้านค้าออนไลน์ รวมถึงช่องทางบริการจัดส่งถึงที่

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งดำเนินงานเพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานตลอดทั้งสายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน สร้างอาชีพให้กับเกษตรกร สร้างโอกาสทางการขายให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย ส่งเสริมผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการ และกลุ่มเปราะบาง ตลอดจนการให้โอกาสทางการศึกษา

ห่วงโซ่คุณค่าของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

1 การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ

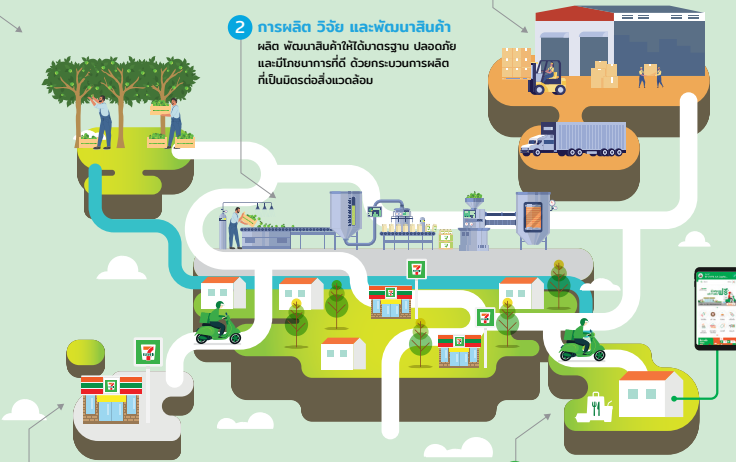
จัดหาและประเมินคุณภาพของวัตถุดิบ สินค้าและบริการ ประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ของผู้ค้า ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน

2 การผลิต วิจัย และพัฒนาสินค้า

ผลิต พัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และมีโภชนาการที่ดี ด้วยกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3 การจัดส่งและกระจายสินค้า

รับสินค้า เก็บรักษา จัดส่ง และกระจายสินค้า ลดคุณภาพความสด บริหารงานขนส่ง ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



4 การตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ

ปรับคุณภาพสินค้าและบริการฐานการให้บริการของร้าน 7-Eleven และศูนย์จำหน่ายสินค้าเน็ตโรดส์ ครอบคลุมทั้งออนไลน์ ออฟไลน์

5 การรับฟังข้อต่อลูกค้าและบริการหลังการขาย

บริการจัดการข้อร้องเรียน ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ บริการและรักษาข้อมูลส่วนบุคคลลูกค้า

ห่วงโซ่คุณค่า

	1	2	3	4	5
	จัดหา วัตถุดิบ สินค้า และ บริการ	ผลิต วิจัยและ พัฒนา สินค้า	จัดส่ง และ กระจาย สินค้า	จำหน่าย สินค้า และ บริการ	บริการ หลัง การ ขาย
ผู้ค้า ผู้ส่งมอบ สินค้าหรือ บริการ และ เจ้าของ ทางการค้า	✓	✓	✓	✓	✓
ภาครัฐ	✓	✓	✓	✓	✓
ลูกค้า	✓	✓	✓	✓	✓
สังคม ชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้นำ ทางความคิด			✓	✓	✓
พนักงาน	✓	✓	✓	✓	✓
พันธมิตร ธุรกิจ				✓	✓
ผู้ถือหุ้นและ นักลงทุน				✓	✓
ผู้ให้สิทธิ์ ทางการค้า				✓	

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

24 กลุ่มธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ



เซเว่น อีเลฟเว่น และ เซเว่น ดิลิเวอรี

บริการสะดวกซื้อครบวงจรที่เสนอสินค้าและบริการทั้งในรูปแบบออฟไลน์ ออนไลน์ และ บริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ด้วยสินค้าสดใหม่ หลากหลาย อาหาร ผัก ผลไม้ พร้อมรับประทาน และเครื่องดื่มมากมาย

รายละเอียดเพิ่มเติม www.7eleven.co.th



เบลลีนี เบค แอนด์ บรู

เบเกอร์รี่เจ้าสัว สโตร์คาเฟ่ ที่ให้บริการเบเกอร์รี่อบสด อาหาร ของหวาน และเครื่องดื่มที่เสิร์ฟจากบาร์ิสต้ามืออาชีพด้วยบรรยากาศสบาย ๆ สโตร์ยุโรปร่วมสมัย (Contemporary European) บริการอบอุ่นประทับใจ จากทีมงานที่ยิ้มแย้มแจ่มใสลิ้มรสความอร่อย เป็นจุดที่มาเติมความสุขได้ในทุกวัน ภายใต้สโลแกน “ความสุขนำพาเราพบกัน” “Happiness Brings Us Together”

รายละเอียดเพิ่มเติม www.bellinee.co.th



ร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส

“ร้านยาเพื่อชุมชน” จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยา อาหารเสริม เวชสำอาง อุปกรณ์การแพทย์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยมีเภสัชกรเป็นผู้ให้คำปรึกษาและแนะนำ

รายละเอียดเพิ่มเติม www.exta.co.th



บริษัท ทเวนตีโฟร์ ช้อปปิง จำกัด

ให้บริการด้านการส่งมอบสินค้าและช่องทางการขายสินค้าทั้งออนไลน์ และในหน้าร้าน 7-Eleven เพิ่มความสะดวกสบายในการช้อปปิ้งให้กับผู้บริโภคยุคใหม่ “ช้อปสนุก ทุกสิ่ง สะดวกจริง 24 ชั่วโมง”

รายละเอียดเพิ่มเติม www.24shopping.co.th



ออลล์ คาเฟ่

ให้บริการ เครื่องดื่ม กาแฟสด พร้อมเสิร์ฟ



คัสดัส

ภายใต้สโลแกน “THE CHOSEN RECIPE” คัดสิ่งดีดี สรรสร้างความสะดวก นุ่มเบเกอร์รี่อบสด และเครื่องดื่มซดในร้าน 7-Eleven มุ่งเสิร์ฟความสดใหม่ โดยเบเกอร์รี่อบสดใหม่แบบวันต่อวัน และเชิงเครื่องดื่มสดโดยได้คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และทีมงานที่มีทักษะเฉพาะ เพื่อส่งมอบสินค้าที่ทำสดใหม่ทุกวัน อร่อยทุกครั้งที่คุณ อีกทั้งยังสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งสโตร์คาเฟ่ ในร้าน 7-Eleven



บริษัท ออลล์ เวลเนส จำกัด

บริการด้านการดูแลสุขภาพด้วยนวัตกรรมดิจิทัล และสร้างความสะดวกในการดูแลสุขภาพให้แก่ชุมชน รวมถึงให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์



บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด

ครบเครื่องเรื่องอุปกรณ์ค้าปลีก บริการหลังการขายที่ให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง

รายละเอียดเพิ่มเติม www.cpretailink.co.th



กลุ่มธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค

CPA XTRA

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ดำเนินธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกโดยแบ่งธุรกิจออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มธุรกิจค้าส่ง ประกอบด้วย ธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสดและบริการตนเองมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีก ผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม และธุรกิจจัดเลี้ยง รวมถึงองค์กรของรัฐ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ และผู้ประกอบธุรกิจ อื่น ๆ และธุรกิจฟูดเซอร์วิส ประกอบธุรกิจนำเข้า ส่งออก และจำหน่ายสินค้าอาหารแช่แข็ง และแช่เย็น พร้อมบริการด้านจัดเก็บและจัดส่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและตะวันออกกลาง ด้วยระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” 2) กลุ่มธุรกิจค้าปลีก และ 3) กลุ่มธุรกิจบริหารพื้นที่เช่า ในศูนย์การค้าซึ่งดำเนินงานภายใต้ชื่อ “โลตัส”



รายละเอียดเพิ่มเติม www.cpxtra.com



Lotus's

บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด และบริษัทย่อย

ดำเนินธุรกิจค้าปลีกแบบอเนกนิเชนแนล ภายใต้แบรนด์ (Lotus's) ด้วยความมุ่งมั่นในการจำหน่ายสินค้าคุณภาพสูงในราคาที่เอื้อมถึง และช่วยให้ลูกค้า “รู้สึกดีดี ทุกวัน ที่โลตัส” ไม่ว่าจะใช้บริการผ่านสาขาหรือช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้นโยบาย “Vision 2030. Actions every day.” พวกเราแผนงานด้านความยั่งยืนในทุกมิติของการดำเนินธุรกิจ มุ่งเน้นการสร้างความยั่งยืนจากการดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG) เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ภายในปี พ.ศ. 2573

ปัจจุบัน โลตัส ให้บริการลูกค้ากว่า 10.8 ล้านครั้งต่อสัปดาห์ ผ่าน 2,454 สาขาทั่วประเทศ และแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันของลูกค้า มอบความสะดวกสบายและประสบการณ์การช้อปปิ้งแบบไร้รอยต่อให้กับลูกค้า

รายละเอียดเพิ่มเติม www.lotuss.com/th

Lotus's

Me-Style

ALIV

Cute & Carp

คุ้มคำ

momento

NaxNax

Prestigio



Lotus's
MONEY PLUS

บริษัท โลตัส มินิ เซอร์วิส เซส จำกัด

ดำเนินงานโดยบริษัท โลตัส มินิ เซอร์วิส เซส จำกัด บริษัท โลตัส เจเนอรัล อินชัวร์นซ์ โบรคเกอร์ จำกัด และบริษัท โลตัสไลฟ์ แอสซัวร์นซ์ โบรคเกอร์ จำกัด ภายใต้ชื่อ “โลตัส มินิ พลัส” ให้บริการด้านโบรคเกอร์ประกันภัย บัตรเครดิต และสินเชื่อ โดยเน้นความคุ้มค่า คุณภาพของสินค้า และประกันในแต่ละประเภท ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมส่งมอบประสบการณ์การบริการที่เป็นมิตรในทุกช่องทางการบริการ

ปัจจุบันบริษัทให้บริการด้านการเงินและนายหน้าประกันภัยผ่านเคาน์เตอร์โลตัส มินิ พลัส ทั้งหมด 219 สาขา ทั่วประเทศไทย และมีบริการผ่านโทรศัพท์ หมายเลข 1712 นอกจากนี้ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า บริษัทได้ขยายช่องทางการให้บริการ ลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ อีกด้วย





กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ



บริการด้านการเงิน



บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด

ต้นแบบและผู้ให้บริการธุรกิจตัวแทนรับชำระเงินแบบครบวงจร ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ ทั้ง Daily life Service และ Financial Service ด้วยช่องทางที่เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายแบบเรียลไทม์ 24 ชั่วโมง ทั้งรูปแบบออฟไลน์ที่ร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ และช่องทางดิจิทัลผ่านเว็บไซต์ หรือ LINE @counterservice บริหารจัดการด้วยแพลตฟอร์มออนไลน์ Counterservice Payment Gateway พร้อมรูปแบบการรับชำระเงินที่หลากหลายครบถ้วน อีกทั้งเป็นผู้ช่วยด้านการเงินให้กับผู้ประกอบการร้านค้าทุกรูปแบบ

รายละเอียดเพิ่มเติม www.counterservice.co.th



บริษัท ไทยสมาร์ตการ์ด จำกัด

ประกอบธุรกิจบริการรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์และให้บริการแก่ผู้รับบัตร โดยได้รับอนุญาตจากกระทรวงการคลัง และอยู่ภายใต้การทำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ผ่านเกณฑ์มาตรฐานในระดับสากล PCI DSS และ EMV Co ถือเป็นผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (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



บริการผลิตและจำหน่าย เบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง



บริษัท ซีพีแรม จำกัด

ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทาน จำหน่ายผ่านช่องทางร้าน 7-Eleven ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร และร้านค้าชั้นนำทั่วประเทศกว่า 20,000 แห่ง รวมถึงส่งออกไปยัง 14 ประเทศทั่วโลก โดยมีผลิตภัณฑ์และบริการในกลุ่มบริษัท ซีพีแรม เช่น แบนด์เลอแปง แบนด์เจดราทอน แบนด์ วีจีฟอว์เลฟ แบนด์เดลีไทย แบนด์เดลีกาเซีย แบนด์โอแมรมบิง แบนด์เลอเซอร์ัน และแบนด์ครีเอเตอร์ เป็นต้น

รายละเอียดเพิ่มเติม www.cpram.co.th



บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด

บริการปรึกษาและวิเคราะห์ทดสอบผลิตภัณฑ์และออกแบบทางวิศวกรรมด้านอาหารให้กลุ่มธุรกิจเครื่องใช้ และบริษัทอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางในการประสานงานร่วมมือด้านวิจัยพัฒนากับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งเป้าไปที่อุตสาหกรรมอาหาร



บริการด้านการศึกษา



บริษัท ศึกษาภิวัตน์ จำกัด

โรงเรียนสาริตสถานจัดการศึกษา ปัญญาภิวัตน์ (สาริตพิโอเอ็ม)

โรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน เน้นการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning สไลด์ฟิ้นแลนด์ โดเด่นเรื่องการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมการเรียนรู้ออกจากนี้ยังได้รับรางวัล “Apple Distinguished School (ADS)” แห่งแรกของโรงเรียนมัธยมในประเทศไทย

รายละเอียดเพิ่มเติม <https://satit.pim.ac.th/>



วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัตน์

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

รายละเอียดเพิ่มเติม www.panyapiwat.ac.th



สถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์ (พิโอเอ็ม)

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

รายละเอียดเพิ่มเติม www.pim.ac.th



บริษัท ปญญาราร่า จำกัด และ บริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด

บริการด้านการฝึกอบรมการพัฒนาบุคลากร และสัมมนาแบบครบวงจร Learning Design & Solution โดยออกแบบ Learning & Solution ตามความต้องการของลูกค้า กับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ด้วยวิทยากรมืออาชีพ ที่มีประสบการณ์โปรแกรมการพัฒนา In House & Public Training รวมถึง Hybrid Learning & Meeting

รายละเอียดเพิ่มเติม www.panyatara.co.th



บริการด้านสารสนเทศ

gosoft บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริการให้คำแนะนํา และพัฒนาซอฟต์แวร์ให้มีประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของกลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ

รายละเอียดเพิ่มเติม www.gosoft.co.th



บริการด้านสื่อสารการตลาด



บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด

องค์กรผู้เชี่ยวชาญในการวางกลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์การตลาด การสื่อสารการตลาด และการสร้างและบริหารประสบการณ์ลูกค้าในแต่ละช่องทางและจุดสัมผัส รวมถึงให้บริการ จัดทำแผนธุรกิจ ออกแบบและจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เช่น การออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดทำดิจิทัลคอนเทนต์ การออกแบบแคมเปญทางการตลาด และการจัดอีเวนต์ เป็นต้น

ตลอดจนให้บริการ การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและข้อมูลทางธุรกิจเชิงลึก การศึกษาพฤติกรรมลูกค้า กำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง ผ่านกระบวนการ เครื่องมือและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อสนับสนุนลูกค้า ให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจและเติบโตอย่างยั่งยืน



บริการด้านการบริหารโลจิสติกส์



บริษัท ออลล์ สปีดดี จำกัด

ผู้ให้บริการรับ-ส่งพัสดุ และเป็นตัวแทนให้บริการ จุดรับ-ส่ง พักส่ง ผ่านหน้าร้าน 7-Eleven ไปยังปลายทางร้าน 7-Eleven ทุกสาขาทั่วประเทศ (To Store) หรือปลายทาง ที่ลูกค้ากำหนด (To Home) เปิดให้บริการทุกวัน 24 ชั่วโมง ในแบรนด์ SPEED-D หรือผ่านบริการของแบรนด์ขนส่งชั้นนำต่าง ๆ ในประเทศไทย ภายใต้ระบบการจัดการโลจิสติกส์ที่ได้มาตรฐาน และติดตามสถานะพัสดุได้ตามเวลาจริง (Real Time)

รายละเอียดเพิ่มเติม <https://www.7eleven.co.th/service/lifestyle/178-speed-d>

ทั้งนี้ รายละเอียดในหัวข้อดังต่อไปนี้สามารถศึกษา รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทได้จากรายงานประจำปี 2566 ของบริษัท



การดำเนินธุรกิจของบริษัท



ขนาดขององค์กร



งบการเงิน

ช่องทางการติดต่อ

หากท่านต้องการสอบถามข้อมูลหรือมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้สามารถติดต่อได้ที่สำนักบริหารความยั่งยืนองค์กร สายงานพัฒนาความยั่งยืน

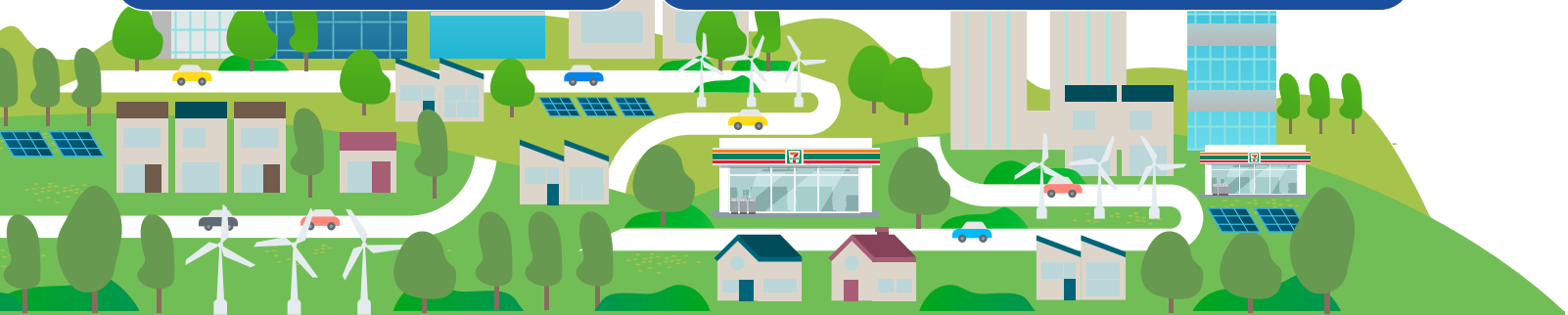
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

สำนักงานใหญ่ เลขที่ 313 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

โทรศัพท์: 0 2071 9764, 0 2071 9771, 0 2071 2913 โทรสาร: 0 2679 0580

อีเมล: SDstrategyoffice@cpall.co.th

เว็บไซต์: www.cpall.co.th





เส้นทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ตลอดระยะเวลา 36 ปี บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อความสะดวกและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชน สังคม แต่ละย่างก้าวของความสำเร็จ บริษัทคำนึงถึงการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศและการพัฒนาอย่างยั่งยืน เลิศล้ำที่สำคัญคือ จิตใจที่มุ่งมั่น การลงมือทำอย่างต่อเนื่อง และเพื่อนร่วมอุดมการณ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ ประชาชน และบริษัท สามารถเดินโตร่วมกันอย่างยั่งยืน ด้วยปณิธาน “Giving and Sharing”

2531-2560

- ก่อตั้งบริษัท ซี.พี.คอนเวเนียนส์ จำกัด ภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven”
- เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด และเปิดร้านสาขาแรกที่ย่อยพัฒนาพงษ์
- ประกาศนโยบาย “มุ่งส่งเสริมคุณภาพทั้งท้องถิ่น” และวางรากฐานองค์กรคุณภาพ
- จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยบริษัท มหาชน จำกัด
- ประกาศนโยบาย “มุ่งสู่การพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ”
- จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ในระบบซื้อขาย “CP7-11”
- เข้าร่วมประเมินและได้รับรางวัลบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC) (ปี 2547, 2557)
- จัดตั้ง บริษัท ศึกษาวิจัย จำกัด มอบโอกาสในการศึกษาเรียนรู้แก่เยาวชนในสังคม
- เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และเปลี่ยนชื่อย่อหลักทรัพย์ในระบบซื้อขายเป็น “CPALL”
- ประกาศนโยบาย “มุ่งส่งเสริมแห่งนวัตกรรม”
- มุ่งนำพาทิศทางการก้าวสู่ความเป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมอย่างโปร่งใสและคำนึงถึงการรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้ยุทธศาสตร์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม “7 Go Green”

- เข้าซื้อกิจการบริษัท สยามเบ็คโคล จำกัด (มหาชน) ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าระบบซักล้างระบบอัตโนมัติและบริการตนเอง
- แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร
- เข้าร่วมในสมาชิก The United Nation Global Compact: UNGC
- จัดตั้งหน่วยงานพัฒนาความยั่งยืน และเริ่มจัดทำรายงานด้านความยั่งยืนตามกรอบการรายงานสากล (GRI)
- แต่งตั้งคณะกรรมการงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ความยั่งยืน กลุ่มธุรกิจตลาดค้าปลีกและการจัดจำหน่าย
- แต่งตั้งคณะกรรมการและคณะกรรมการบรรษัทภิบาล
- ประกาศนโยบายเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และนโยบายย่อยที่เกี่ยวข้อง
- เข้าร่วมประเมินและได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มตลาดเกิดใหม่
- ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกของคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต
- มีการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนตามหลักการสิทธิมนุษยชนสากล



2561

- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ระดับโลก ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2
- ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนี FTSE4GOOD จัดโดย FTSE Russell
- เป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100
- ร่วมขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน “สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (GCNT)”
- สื่อสารจริยธรรมและแนวปฏิบัติทางธุรกิจสู่ความยั่งยืนให้กับคู่ค้า
- จัดอบรมให้ความรู้กับคู่ค้าเรื่องการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



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 โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าค่าอุตสาหกรรมในทุกมิติ
- ได้รับการจัดอันดับระดับ B หรือเทียบเท่า Management Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยองค์กรประเมินความยั่งยืนที่มีมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลและเป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากล CDP
- ได้รับการจัดอันดับที่ BBB (ช่วงระดับ “AAA” to “CCC”) ในการประเมินความยั่งยืนจาก MSCI ESG Research
- เป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4
- ได้รับรางวัล SET Award ประเภท Highly Commended
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4
- ได้รับรางวัลโครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSi) ในระดับโดดเด่น
- จัดตั้งคณะกรรมการเอสเอ็มอี (SMEs) และคณะทำงานขับเคลื่อนศูนย์ 7 สนับสนุนเอสเอ็มอี (SMEs)



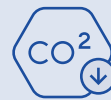
2563

- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 ทั้งในระดับโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 และกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4GOOD กลุ่ม Food Retailers & Wholesalers ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดยมีคะแนนดัชนีอันดับสูงสุด 1 ใน 5 ของบริษัทชั้นนำทั่วโลก
- ได้รับการจัดอันดับระดับ A- หรือเทียบเท่า Leadership Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จาก CDP
- ได้รับการจัดอันดับที่ BBB (ช่วงระดับ “AAA” to “CCC”) ในการประเมินความยั่งยืนจาก MSCI ESG Research
- เป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3
- ผนวกกรอบเป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนดำเนินการพัฒนาความยั่งยืนปี 2564-2573
- จัดตั้งหน่วยงานบริหารก๊าซเรือนกระจก
- ได้รับการรับรองต่ออายุสมาชิกจากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2563
- แต่งตั้งคณะทำงานโครงการปลูกต้นไม้ยืนต้นเพื่อชุมชนยั่งยืน



2562

- ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (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 ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จาก CDP
- ได้รับการจัดอันดับที่ BBB (ช่วงระดับ “AAA” to “CCC”) ในการประเมินความยั่งยืนจาก MSCI ESG Research
- เป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2
- ได้รับรางวัล SET Award ประเภท Highly Commended
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2
- ลงนามบันทึกข้อตกลง “โครงการพัฒนาเมืองคาร์บอนต่ำ (Low Carbon City)” กับ UNDP



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 ประเภท Highly Commended
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5
- ได้รับรางวัลโครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSB : Low Carbon and Sustainable Business) ในระดับยอดเยี่ยม
- จัดตั้งคณะที่ปรึกษา และคณะทำงานส่งเสริมสุขภาพโภชนาการ และสุขภาพที่ดี



2566

- ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 โดยได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกระดับโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 และเป็นสมาชิกกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4GOOD กลุ่ม Emerging และ FTSE4Good ASEAN 5 อุตสาหกรรม Food Retailers & Wholesalers ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6
- ได้รับการจัดอันดับระดับ A- หรือเทียบเท่า Leadership Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยองค์กรประเมินความยั่งยืนที่มีมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลและเป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากล CDP
- ได้รับการจัดอันดับที่ A (ช่วงระดับ “AAA” to “CCC”) ในการประเมินความยั่งยืนจาก MSCI ESG Research

- ได้รับการจัดอันดับดัชนีหุ้นยั่งยืน SET ESG Rating ปี 2566 กลุ่มบริการ ในระดับ AAA
- ได้รับรางวัล SET Awards ประเภท Highly Commended
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6
- ได้รับการรับรองต่ออายุสมาชิกจากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต ครั้งที่ 2 ซึ่งมีผลต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี 2566 - 2569
- จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนที่นำทางรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ





การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2566

People

การส่งเสริมคุณภาพชีวิตประชาชน



1 **211,016 ราย**
 เภยตรกร ผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการรายย่อย ได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

9,691 ราย
 กลุ่มเปราะบาง ได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

86,966 ล้านบาท
 สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

2 **2,503,387 ราย**
 สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการและเพียงพอ

3 **257,361 ราย**
 เข้าถึงบริการสุขภาพที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ

4 **54,243 ราย**
 เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาและพัฒนาทักษะที่จำเป็น

28,520 คน
 สนับสนุนทุนการศึกษา ระดับอาชีวศึกษา และระดับอุดมศึกษา

1,394 ล้านบาท
 มูลค่าการสนับสนุนทุนการศึกษา

6 **ร้อยละ 60.27**
 ผู้บริหารหญิงต่อผู้บริหารทั้งหมด

ร้อยละ 45.54
 ผู้บริหารหญิงต่อผู้บริหารระดับสูงทั้งหมด

33.74 : 35.18
 ชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปีของพนักงานหญิงและพนักงานชาย

Prosperity

การสร้างความเจริญก้าวหน้า



7 **1,216,251.55 กิโลวัตต์**
 ปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน

ร้อยละ 8.48
 การใช้พลังงานหมุนเวียนเทียบกับปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด

8 **65,528 ราย**
 การจ้างแรงงานท้องถิ่นของกลุ่ม ซีพี ออลล์

2,871 ราย
 การจ้างงานผู้พิการ

9 **9,259 ล้านบาท**
 มูลค่านวัตกรรม

148 ผลงานนวัตกรรม

10 **9,691 ราย**
 กลุ่มเปราะบาง ได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

265 ล้านบาท
 มูลค่าการจ้างงานและสนับสนุนการสร้างรายได้ของกลุ่มเปราะบาง

11 **6,685 ราย**
 กลุ่มเปราะบาง หน่วยงานราชการ และชุมชน ได้รับการฝึกอบรมฝึกซ้อมดับเพลิงขั้นต้น และการอพยพหนีไฟ รวมถึงการบรรเทาสาธารณภัยที่เกี่ยวกับน้ำ

Planet

การอนุรักษ์โลก



6 **8.07 ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท**
 ปริมาณการนำน้ำสุกกลับมาใช้ต่อหน่วยรายได้

21 ล้านลูกบาศก์เมตร
 ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด

12 **993.77 ตัน**
 การลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ในบรรจุภัณฑ์

12,139.95 ตัน
 ลดปริมาณการสร้างขยะจากการนำกลับมาใช้ใหม่และนำมาใช้ซ้ำ

2,416.60 ตัน
 บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล

64 : 36
 ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์ต่อปริมาณของเสียที่ไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์

13 **2.19 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท**
 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อหน่วยรายได้

117,267.82 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการใช้พลังงานหมุนเวียน

6 ผลิตภัณฑ์
 ขึ้นทะเบียนรับรองฉลากสินค้าคาร์บอน (Carbon Footprint Product Label)

2 ผลิตภัณฑ์
 ขึ้นทะเบียนฉลากลดการปล่อยคาร์บอน (Carbon Footprint Reduction Label)

14 **200,000 ตัว**
 ปล่อยมูลปลูกลงสู่ทะเลเพิ่มความหลากหลาย

15 **288,563 ตัน**
 ปลูกต้นไม้พื้นฟูระบบนิเวศ

Peace

การสร้างสันติภาพ



16 กำหนดแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับบทบัญญัติที่กำหนดไว้ในกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศที่บริษัทดำเนินกิจการ รวมถึงหลักการชี้แนะว่าด้วยการดำเนินงานธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights หรือ UNGP)

ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติต่อความหลากหลายในภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต CAC (Collective Action Coalition Against Corruption)

ร่วมสนับสนุนให้คู่ค้าเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่าย CAC

Partnership

การยกระดับความเป็นหุ้นส่วนเพื่อความร่วมมือ



17 เข้าร่วมเครือข่ายความร่วมมือขององค์กรระดับประเทศและระดับสากลเพื่อร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และการส่งเสริมการบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัท ผ่านการแลกเปลี่ยนข้อมูล การร่วมแสดงความคิดเห็น การร่วมยกระดับมาตรฐาน การร่วมวางแผน การร่วมขับเคลื่อนโครงการหรือกิจกรรม รวมถึงการร่วมประเมินผล อาทิ สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย ภาคีเครือข่ายกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มูลนิธิรักอาหาร มูลนิธิ VV Share Foundation และเครือข่ายอุดมศึกษา เครือข่ายอาชีวศึกษา กิ่งภาครัฐ และเอกชน รวมถึงแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย

ความก้าวหน้า การดำเนินงานสู่เป้าหมาย ความยั่งยืนปี 2573

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายและแผนยุทธศาสตร์
การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ระยะที่ 2 ปี 2564-2573 ที่กำหนดไว้
โดยสรุปความก้าวหน้าของการดำเนินงานปี 2566 ได้ดังนี้

สิ่งแวดล้อม : เซเวน โท กรีน (7 Go Green)



การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral)
ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์
ภายในปี 2593

เป้าหมาย
**CARBON
NEUTRAL**

ผลการดำเนินงาน
2.02
ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์
เทียบเท่า

การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัทสามารถ
นำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้
ทางชีวภาพ

เป้าหมาย
ร้อยละ **100**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ **97.74**

การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน

ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้งและ
ลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่ต้องนำไปสู่
การฝังกลบ

เป้าหมาย
ร้อยละ **100**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ **65.60**

ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร

ควบคุมการเติบโตการใช้พลังงานรวมสุทธิ (Final Energy)
ให้ลดลงเปรียบเทียบกับกรณีปกติ (Business as usual: BAU)

เป้าหมาย
ร้อยละ **25**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ **2.53**

การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

ทุกพื้นที่การดำเนินงานของบริษัท มีโครงการความร่วมมือกับ
ผู้มีส่วนได้เสียในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ หรือองค์กรอิสระ
ภายนอก

เป้าหมาย
ร้อยละ **100**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ **100**

สังคม : เซเวน โท ทูเก็ทเธอร์ (7 Go Together)



การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุน ในระบบเศรษฐกิจ

พัฒนาทักษะ ส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับเกษตรกร
เอสเอ็มอี ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบาง

เป้าหมาย
250,000
ราย
ผลการดำเนินงาน
544,335
ราย

การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสุขภาวะที่ดี

สนับสนุนให้ผู้ที่ขาดแคลน กลุ่มคนยากจนและกลุ่มเปราะบาง
เข้าถึงอาหาร น้ำ ที่ปลอดภัยและมีสุขภาวะที่ดี

เป้าหมาย
5,000,000
ราย
ผลการดำเนินงาน
4,842,338
ราย

สนับสนุนการศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต

สนับสนุนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึง
การศึกษา มีทักษะทางเทคนิคและอาชีพที่จำเป็น

เป้าหมาย
500,000
ราย
ผลการดำเนินงาน
442,130
ราย

ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

ระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย

เป้าหมาย
ร้อยละ **80**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ **85**

การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

เพิ่มสัดส่วนจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการใหม่
ที่มุ่งเน้นสุขภาพและโภชนาการที่ดี

เป้าหมาย
ร้อยละ **25**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ **27.2**

ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ : เซเวน โท ไรท์ (7 Go Right)



ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต

ได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ
โดยสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลหรือเทียบเท่า

เป้าหมาย
ดีเลิศ
ผลการดำเนินงาน
ดีเลิศ

การพัฒนาทุนมนุษย์

ผู้นำและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้
และกิจกรรมด้านความยั่งยืน

เป้าหมาย
ร้อยละ **100**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ **100**

เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล

ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนตามแนวทางขององค์การ
สหประชาชาติ ทั้งในขอบเขตการดำเนินงานของบริษัทและผู้ค้า
ที่มีความเสี่ยงสูง

เป้าหมาย
ร้อยละ **100**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ **100**

นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า

สัดส่วนรายได้จากนวัตกรรมสินค้า บริการ ธุรกิจใหม่
และกระบวนการ

เป้าหมาย
ร้อยละ **20**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ **10.77**

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Supplier) ที่มีนัยสำคัญ
(Significant Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้องถูกตรวจสอบ
ประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment)
และเกิดการพัฒนาปรับปรุง

เป้าหมาย
ร้อยละ **100**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ **100**



รางวัลและความภาคภูมิใจ ปี 2566

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

ซีพี ออลล์ ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ ปี 2566

ระดับโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 และกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

CP ALL Public Company Limited
Food & Staples Retailing

Sustainability Yearbook Member
S&P Global Corporate Sustainability Assessment (CSA) Score 2023

S&P Global CSA Score 2023: 89/100
Score Date: February 7, 2024
The S&P Global Corporate Sustainability Assessment (CSA) Score is the S&P Global ESG Score without the inclusion of any weighting approaches. Exclusions and scores are volatility specific and varied according to company criteria. Learn more at <https://www.spglobal.com/esg/csa/yearbookmember>



ซีพี ออลล์ ได้รับการจัดอันดับด้านความยั่งยืน

(S&P Global Sustainability Awards) ระดับสูงสุด Gold Class ใน The Sustainability Yearbook 2023



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 6 (ดัชนี FTSE4Good Index จัดทำโดย FTSE Russell)



ซีพี ออลล์ ได้รับการจัดอันดับดัชนีหุ้นยั่งยืน SET ESG Rating ปี 2566 ระดับ AAA

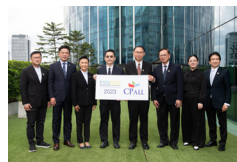
ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



SET AWARDS 2023

รางวัล SET Awards ปี 2566 กลุ่ม Sustainability Excellence

ประเภท Highly Commended in Sustainability Awards ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร



หลักทรัพย์ ESG100 ประจำปี 2566

กลุ่มบริการ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 จากสถาบันไทยพัฒน์

ด้านสิ่งแวดล้อม



ได้รับการจัดอันดับระดับ A- หรือเทียบเท่า Leadership Level

ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปี 2566 โดยองค์กรประเมินความยั่งยืนที่มีมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลและเป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากล CDP



ซีพี ออลล์ อาคาร THE TARA ได้รับรางวัล ASEAN Energy Awards 2023 และ รางวัล Thailand Energy Award 2023

ด้านอนุรักษ์พลังงาน ประเภทอาคารสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์พลังงาน (Building-New and Existing Building)



แม็คโคร รับรางวัลมาตรฐานความยั่งยืนด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2566

พร้อมประกาศนียบัตรมาตรฐานความยั่งยืนด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม (Global Sustainable Energy and Environment: GSEE)

ด้านสังคม



ซีพีแรม รับรางวัลดีเด่นองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ปี 2566

ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ จากการมีสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน จากกระทรวงยุติธรรม



แม็คโคร รับรางวัลระดับสากล "HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2023"

จากนิตยสาร HR Asia สื่อชั้นนำด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ได้รับการยอมรับในภูมิภาคเอเชีย โดยแม็คโครรับรางวัลบริษัทที่น่าทำงานด้วยที่สุดในเอเชียต่อเนื่องเป็นปีที่ 4



ซีพีแรม 7 สาขาทั่วประเทศ รับรางวัลเกียรติยศ CSR-DIW to COVID-19 Relief และ CSR-DIW Continuous

โครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน พันฟูและยกระดับเศรษฐกิจและสังคม และโครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน จัดขึ้นโดย กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม



แม็คโคร รับรางวัลจาก HR Excellence Awards 2023

จัดโดยสถาบัน Human Resources Online ประเทศสิงคโปร์ โดยได้รับรางวัลระดับบรอนซ์ สาขา Excellence in Women Empowerment Strategy และรางวัลบรอนซ์ สำหรับ HR Manager of the Year

ด้านสังคม



**ซีพี ออลล์ คว้ารางวัล
องค์กรที่สนับสนุนงาน
ด้านคนพิการ
ดีเด่น ประจำปี 2566
ในระดับดีเยี่ยม**

ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) โดยกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ



**โลตัส คว้ารางวัล
ระดับสาขา HR
Asia Best
Companies to
Work for in
Asia 2023**

โดยนิตยสาร HR Asia ของบริษัท Business Media International (BMI) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 สะท้อนความมุ่งมั่นของโลตัสในการเป็นผู้นำองค์กรที่เป็นเลิศด้านการดูแลเพื่อนพนักงาน



**กลุ่มธุรกิจค้าส่ง
คว้ารางวัล “องค์กร
ที่ส่งเสริมการจ้างงาน
คนพิการ”**

ในงานวันคนพิการสากล ประจำปี 2566 ผ่านโครงการแม่ใจใครสร้างงาน สร้างอาชีพ พร้อมส่งเสริมอาชีพคนพิการทั่วประเทศ



**โลตัส ติดหนึ่งใน
50 อันดับบริษัทใน
พื้นที่คนรุ่นใหม่
อยากร่วมงานด้วย
มากที่สุดในปี
2023**

(Top 50 Companies in Thailand 2023) จาก WorkVenture ที่ปรึกษาและผู้แนะนำด้านการสร้างแบรนด์นายจ้างให้แก่องค์กรชั้นนำในไทย สะท้อนในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพและตอบโจทย์คนรุ่นใหม่



**โลตัส
คว้ารางวัลดีเด่น
องค์กรที่ส่งเสริม
การจ้างงาน
คนพิการ**

ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จากกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สะท้อนถึงการดำเนินธุรกิจสนับสนุนการสร้างงาน สร้างอาชีพทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับคนในชุมชน และส่งเสริมคนกลุ่มเปราะบางในสังคม



**โลตัส รับโล่
ประกาศเกียรติคุณ
“องค์กรที่
สนับสนุนการ
ดำเนินงานด้านผู้
สูงอายุ”**

จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สะท้อนการเป็นองค์กรที่ทำความคุณประโยชน์ เป็นแบบอย่างที่ดีในสังคม รวมถึงมีส่วนร่วมสนับสนุนพัฒนาด้านผู้สูงอายุและครอบครัว



**โลตัส คว้ารางวัล
ระดับสาขา Top
Employer 2023
in Thailand**

นายจ้างดีเด่นประจำปีประเทศไทย จาก Top Employers Institute ประเทศเนเธอร์แลนด์ สะท้อนการเป็นแบรนด์นายจ้างที่ได้รับการยอมรับทั้งในประเทศไทยและเวทีนานาชาติ



**โลตัส
ศูนย์กระจายสินค้า
จังหวัดขอนแก่น
ได้รับ 2 รางวัล**

สถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2566 และ รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน สำนักแรงงานสัมพันธ์ ประจำปี 2566

ด้านการกำกับดูแลกิจการ



ซีพี ออลล์ ได้รับการจัดอันดับด้านการกำกับดูแลกิจการในระดับ ดีเลิศ หรือ 5 ดาว ปี 2566

จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน หรือ Corporate Governance Report of Thai Listed Companies โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย



แม็คโคร คว้ารางวัล GC Powerlist: Southeast Asia Teams 2023

จาก The Legal 500 สถาบันจัดอันดับและผู้นำด้านการสื่อสาร ให้ข้อมูลทางด้านกฎหมายระดับโลก เพื่อยกย่องการดำเนินงานด้านกฎหมายขององค์กร โดยมีการคัดสรรจากบริษัทชั้นนำในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กว่า 800 บริษัท



ซีพี ออลล์ คว้ารางวัล CAC Change Agent Awards ปี 2566

ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 เป็นการประกาศเกียรติคุณบริษัทที่ผ่านการรับรองจาก CAC และมีการเชิญชวนคู่ค้าที่เป็นผู้ประกอบการ SME เข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์กับ CAC มากกว่า 10 บริษัทใน 1 ปี



โลตัส รับประกาศนียบัตรรับรองการต่ออายุเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย หรือ CAC

สะท้อนผลความสำเร็จของโลตัสในการเป็นองค์กรต้นแบบที่ประกาศนโยบายและดำเนินการต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ มีการกำกับดูแลกิจการที่โปร่งใส มีระบบการตรวจสอบควบคุม และสนับสนุนบริษัทคู่ค้าให้มีแนวทางปฏิบัติเพื่อป้องกันการทุจริต



ซีพี ออลล์ คว้ารางวัลส่งเสริมธรรมาภิบาล ปี 2566

ในงานมอบรางวัล ANTI-CORRUPTION AWARDS 2023 จัดโดย สมาคมผู้สื่อข่าวต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย)



ต่อยอดปณิธานยุทธศาสตร์สู่ความยั่งยืน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มุ่งยกระดับขีดความสามารถในการจัดการทางด้านความยั่งยืนองค์กรอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ยุทธศาสตร์ความยั่งยืนที่ครอบคลุม 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และวิสัยทัศน์องค์กรในการมุ่งเป็นองค์กรที่อำนวยความสะดวกให้ชุมชน สังคม มีความกินดี อยู่ดี มีความสุข พร้อมทั้งคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพขั้นพื้นฐาน ตามหลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) สิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) รวมทั้งกฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ

พร้อมกันนี้ บริษัทได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร 15 เป้าหมายให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainability Development Goals: SDGs) และข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติทั้ง 10 หลักการ (United Nations Global Compact: UNGC) ตลอดจนมุ่งดำเนินงานตามมาตรฐานแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) แนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติขององค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD Guideline for Multinational Enterprise) หลักการดูแลกำกับกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Code: CG Code) รวมถึงมีกระบวนการติดตามสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) และจัดช่องทางรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน จากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่หลากหลาย พร้อมทั้งจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่ได้รับ เพื่อนำมาใช้พัฒนานโยบายและกรอบการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย ควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน

ในปี 2566 บริษัทประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality Assessment) โดยพิจารณาผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality) และพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท (Financial Materiality) ครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน แบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Assessment) ผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับกลุ่มตัวแทนผู้มีส่วนได้เสีย และหน่วยงานความเสี่ยงภายในองค์กร โดยมี 10 ประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ ได้แก่ 1) การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 2) การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร 3) การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน 4) การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน 5) การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ 6) การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี 7) ธรรมชาติบาและ การต่อต้านการทุจริต 8) การใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย 9) การพัฒนาทุนมนุษย์ และ 10) การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

บริษัทกำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน 3 เสาหลัก ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม (Environment) เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สังคม (Social) เพื่อส่งเสริมและสร้างคุณค่าต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน โดยไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน ธรรมชาติบาและเศรษฐกิจ (Governance and Economic) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจ ผ่านการทำกับดุกและที่เป็นธรรม พร้อมทั้งดูแลและพัฒนาศักยภาพบุคลากรในองค์กรให้ร่วมเติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างยั่งยืน



อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- ➔ [เรื่อง นโยบายการกำกับดูแลกิจการและคู่มือจริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน](#)
- [เรื่อง นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน](#)
- [เรื่อง นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน](#)

กรอบและกลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร



ปรัชญาองค์กร

เราปรารถนาอยู่ยืมจากลูกค้าด้วยทีมงานที่มีความสุข

ปณิธานองค์กร : "GIVING & SHARING"

วิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน "เป็นองค์กรที่ช่วยเหลือความสะดวกให้ชุมชน สังคม มีความกินดี อยู่ดี มีความสุข"

พันธกิจสู่ความยั่งยืน

บริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ในการอำนวยความสะดวกให้ชุมชน สังคม มีความกินดี อยู่ดี มีความสุข และได้รับการยอมรับ ทั้งในระดับประเทศ และระดับโลก

พัฒนาห่วงโซ่อุปทาน และห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Supply & Value Chain) ที่ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของโลก

สร้างจิตสำนึก และการมีจิตสาธารณะ ให้อยู่ใน DNA ของบุคลากร

**หลักการ / แนวทาง
สนับสนุนความยั่งยืน**

Sufficiency
Economy

CPG Values /
Our Way

TQM / CP
Excellence

The 10 UNGC
17 SDGs & UNGP

Domestic & International
Regulations & STD

องค์ประกอบความยั่งยืน

Environmental (Home)

7 Go Green : เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืน

- การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร
- การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน
- การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน
- การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

Social (Health)

7 Go Together : เพื่อส่งเสริมและสร้างคุณค่าที่หลากหลายต่อสังคม

- การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ
- สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี
- การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสุขภาวะที่ดี
- ความผูกพันกับชุมชนได้เสีย

Governance and Economic (Heart)

7 Go Right : บริหารภายใต้กรอบธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่อุปทาน

- ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต
- เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล
- การพัฒนาทุนมนุษย์
- นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า
- การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

HARMONY

5 Principles

7 Values

11 Leadership

กรอบการดำเนินงาน ตามแผนพัฒนาเพื่อความยั่งยืนระยะยาว 2564-2573

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนพัฒนาความยั่งยืนระยะยาว ครอบคลุมการดำเนินงานตั้งแต่ปี 2564-2573 โดยพิจารณาจากเหตุการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มของโลก (Global Trend) ตลอดจนศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ภายใต้กรอบการดำเนินงาน 3 เสาหลัก ดังนี้



สิ่งแวดล้อม: เซเวน โก กรีน (7 Go Green) เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืน

<p>การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</p> <p>เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่ต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ และองค์กรชั้นนำระดับโลก</p>	<p>ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร</p> <p>เป็นองค์กรที่มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน</p>	<p>การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน</p> <p>เป็นองค์กรที่ลดปริมาณการใช้พลาสติกและบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด โดยการจัดการภายใต้แนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน</p>	<p>การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน</p> <p>เป็นองค์กรที่มุ่งลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้ง และลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงาน</p>	<p>การปกป้องพื้นที่ระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ</p> <p>เป็นองค์กรที่มีระบบจัดการระบบนิเวศ เพื่อป้องกัน รักษา พื้นที่ทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพ</p>
---	--	--	--	--

สังคม: เซเวน โก ทูเก็ทเธอร์ (7 Go Together) เพื่อส่งเสริมและสร้างคุณค่าที่หลากหลายต่อสังคม



<p>การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ</p> <p>เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับกลุ่มที่เปราะบางในสังคม</p>	<p>สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต</p> <p>เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษา ความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการดำรงชีวิต</p>	<p>การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี</p> <p>เป็นองค์กรที่ช่วยให้สุขภาพและสุขภาวะของคนในสังคมดีขึ้น</p>	<p>การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี</p> <p>เป็นองค์กรที่ช่วยให้คนในสังคมเข้าถึงอาหาร น้ำที่ปลอดภัย และมีสุขภาวะที่ดี</p>	<p>ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย</p> <p>เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับจากทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และหรือระดับโลก (ตามความเหมาะสมของธุรกิจ)</p>
---	--	--	---	---

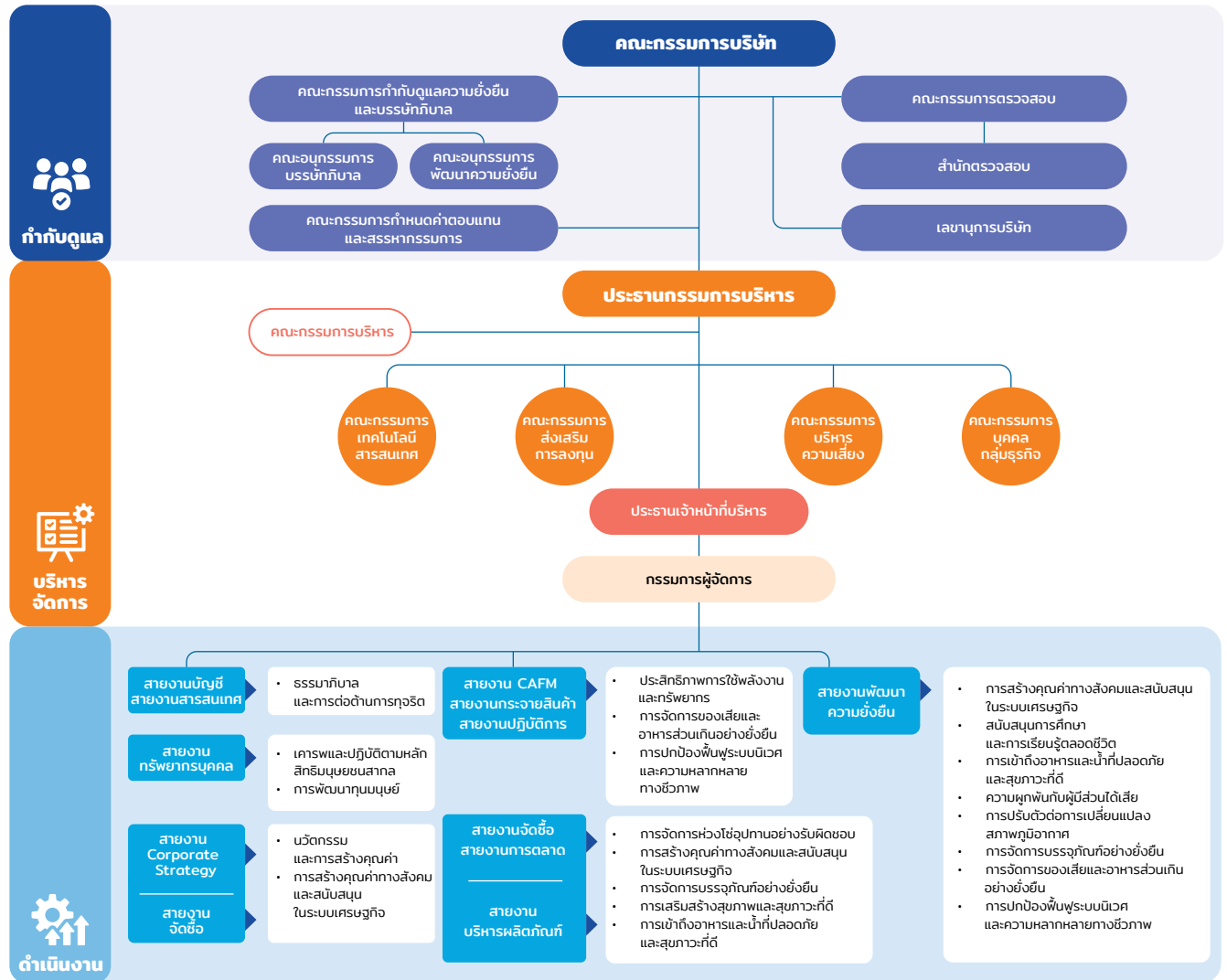
ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ: เซเวน โก ไรท์ (7 Go Right) เพื่อสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างเข้มแข็งด้วยการบริหารงานภายใต้กรอบธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่คุณค่า



<p>ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต</p> <p>เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับว่ามี การกำกับดูแลกิจการที่ดี และปราศจากทุจริตทั้งในระดับประเทศและระดับสากล (ตามความเหมาะสมของธุรกิจ)</p>	<p>แนวปฏิบัติการใช้แรงงานและอาชีวอนามัยและความปลอดภัย</p> <p>เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชนจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม</p>	<p>การพัฒนาทุนมนุษย์</p> <p>เป็นองค์กรที่เป็นผู้นำในการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ให้มีความรู้และมีทักษะในการจัดการธุรกิจที่จำเป็นสำหรับอนาคตโดยคำนึงถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน</p>	<p>นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า</p> <p>เป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมใหม่ ๆ ทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์บริการ และการขั้นตอนในการปฏิบัติงานของบริษัท เพื่อส่งเสริมผลกระทบในเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง</p>	<p>การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ</p> <p>เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าทางธุรกิจและพันธมิตรในการจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง</p>
---	---	---	---	---

ทั้งนี้ บริษัทผนวกกลยุทธ์ความยั่งยืนเข้าเป็นหนึ่งในแผนกลยุทธ์ ปี 2564-2573 ขององค์กร ภายใต้การกำกับดูแลโดยคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน รวมถึงบูรณาการแนวปฏิบัติสากลทางด้านความยั่งยืนเข้าไปในกระบวนการทางธุรกิจทั้งในระดับองค์กร และตลอดห่วงโซ่คุณค่า พร้อมทั้งประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน และสร้างการรับรู้เรื่องการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนไปสู่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ ผ่านการจัดโครงการอบรม ให้ความรู้ และสร้างการมีส่วนร่วมด้านความยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร

โครงสร้างการพัฒนาความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์



กลยุทธ์เพื่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทมุ่งดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร พร้อมทั้งพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสร้างการสื่อสารกับพนักงาน คู่ค้าทางธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อสามารถบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ครอบคลุม มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้



มิติด้านสิ่งแวดล้อม

7 Go Green (เซเว่น โท กรีน)



มิติด้านสังคม

7 Go Together (เซเว่น โท ทุเกิดเตอร์)



มิติด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

7 Go Right (เซเว่น โท ไสรท์)

ประเทศไทย ประชาชน บริษัทเติบโตร่วมกับอย่างยั่งยืน


ได้รับการยอมรับในระดับประเทศและระดับโลก

การสร้างพันธมิตรด้านความยั่งยืน

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเข้าถึงผู้มีส่วนได้เสีย

กลยุทธ์ “เซเว่น โท กรีน” (7 Go Green)


บริษัทมุ่งประกอบธุรกิจบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านการส่งเสริม ป้องกัน รักษา และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายใต้กรอบกลยุทธ์ “เซเว่น โท กรีน (7 Go Green)” ที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ ตลอดจนแนวปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินโครงการส่งเสริมสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ภายใต้ 4 แนวทางหลัก ได้แก่

 การบริหารจัดการร้าน ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store)	 การขนส่งและการกระจายสินค้า ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistics)	 การจัดการบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Packaging)	 การสร้างจิตสำนึก รักสิ่งแวดล้อม (Green Living)
ร้าน 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้า ที่มีการออกแบบอาคารก่อสร้าง ใช้อุปกรณ์ และมีระบบการจัดการพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	การขนส่งและส่งมอบสินค้า ด้วยระบบพลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการนำกลับมาใช้ใหม่ ใช้ซ้ำ ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน	ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสร้างการมีส่วนร่วมกับสังคมและชุมชนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ในปี 2566 บริษัทดำเนินโครงการด้านความยั่งยืนต่อเนื่องและโครงการด้านความยั่งยืนใหม่ โดยโครงการที่มีผลการดำเนินงานสำคัญที่โดดเด่น อาทิ โครงการลดการใช้เชื้อเพลิงผ่านการจัดตั้งโครงการส่งเสริมการใช้รถใช้ไฟฟ้า (EV) ในกระบวนการขนส่งและส่งมอบสินค้า โครงการลดการใช้พลังงาน ส่งเสริมการใช้การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ชนิดติดตั้งบนหลังคา (Solar PV Rooftop) สำหรับร้าน 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้า และศูนย์กระจายสินค้า และโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) สนับสนุนการนำขยะพลาสติกกลับมาสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น โครงการเสื่อพนักงานจากขวดพลาสติกรีไซเคิล โครงการถุงยืมจากฟิล์มพันพาเลท (Shrink wraps) ศูนย์กระจายสินค้า โครงการพาเลทวางน้ำในร้าน 7-Eleven จากลังเบรคเคสชำรุด เป็นต้น ตลอดจนโครงการสร้างความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่มูลค่า เช่น คู่ค้า ผู้นำทางความคิด และภาครัฐ เป็นต้น



ผลการดำเนินงาน ภายใต้กลยุทธ์ เซเว่น โท กรีน (7 Go Green)

 การบริหารจัดการร้านที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store)	ผลการดำเนินงานปี 2566
การดำเนินงานตามกลยุทธ์ <ul style="list-style-type: none"> โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานไฟฟ้า ในร้าน 7-Eleven, ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร โลตัส และ โรงงานผลิต ซีพีแรม โครงการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคา และพลังงานหมุนเวียนอื่น ๆ จากพลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์ พลังงานความร้อนจากน้ำร้อนใต้ดิน โครงการติดตั้งเครื่องปรับแรงดันอัตโนมัติ (Automatic Voltage Regulator: AVR) โครงการติดตั้งระบบการจัดการพลังงาน (Building Energy Management System: BEMS) โครงการปรับปรุงระบบทำความเย็น และใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ลดการใช้พลังงานไฟฟ้ารวม 204,193.82 เมกะวัตต์-ชั่วโมง ใช้พลังงานไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน 334,362.47 เมกะวัตต์-ชั่วโมง ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 238,041.88 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



การขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistics)

การดำเนินงานตามกลยุทธ์	ผลการดำเนินงานปี 2566
<ul style="list-style-type: none"> โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานไฟฟ้า โครงการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคา โครงการรถจักรยานยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV Bike) ในระบบบริการส่งสินค้าเดลิเวอรี่ โครงการรถบรรทุก 4 ล้อ พลังงานไฟฟ้าเต็มรูปแบบ (Electric Vehicle: EV) ในระบบการขนส่งสินค้า โครงการติดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้า โครงการปรับเปลี่ยนขนาดรถขนส่ง และใช้โปรแกรมจัดการเส้นทางการขนส่ง Territory Planner (TP) 	<ul style="list-style-type: none"> ลดการใช้พลังงานไฟฟ้ารวม 15,530.89 เมกะวัตต์-ชั่วโมง ใช้พลังงานไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน 8,358.61 เมกะวัตต์-ชั่วโมง จำนวนรถจักรยานยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV Bike) 1,749 คัน จำนวนรถบรรทุก 4 ล้อ พลังงานไฟฟ้าเต็มรูปแบบ 14 คัน จำนวนสถานีชาร์จรถไฟฟ้า 22 สถานี ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 109,443.67 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging)

การดำเนินงานตามกลยุทธ์	ผลการดำเนินงานปี 2566
<ul style="list-style-type: none"> โปรแกรมการวิจัย ออกแบบ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Design) โปรแกรมลดการใช้พลาสติก ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) โปรแกรมนำบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภคกลับมาใช้ใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin plastic) จากโครงการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่อาหาร ร้อยละ 1.84 ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin plastic) จากโครงการผลิตบรรจุภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Material) ร้อยละ 4.48 ลดปริมาณการใช้พลาสติกจากการบริโภคชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use plastic) ร้อยละ 45.93 บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled Post-consumer Packaging) ร้อยละ 6.17 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 390,668.57 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือเทียบเท่าการปลูกไม้ยืนต้น 9,085,316 ต้น






การสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Living)

การดำเนินงานตามกลยุทธ์	ผลการดำเนินงานปี 2566
<ul style="list-style-type: none"> โครงการต่อเนื่อง บริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ โครงการต่อเนื่อง ตันกล้าไร้ถั่ว โครงการรักษาน้ำ 24 ชั่วโมง โครงการต่อเนื่อง ปลูกป่า ปลูกอนาคต 	<ul style="list-style-type: none"> ลดขยะอาหารสู่การฝังกลบ 511.84 ตัน ส่งมอบอาหารส่วนเกินกว่า 2,149,712 มื้ออาหาร ให้กับ 520 ชุมชน ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1,294.95 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า คัดแยกขยะได้ 32.49 ตัน นำขยะพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ 12,520.28 ตัน ปลูกต้นไม้สะสม 722,024 ต้น (จากโครงการลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทั้งทางบกและทางน้ำ)

กลยุทธ์ “เซเว่น โท ภูเก็ตเตอร์” (7 Go Together)



บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านสังคมตามนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ประกาศใช้ในปี 2560 ซึ่งเน้นการสนับสนุนด้านการศึกษา และสร้างคุณค่าแก่สังคม รวมทั้งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก (UN SDGs) ภายใต้ 3 แนวทางร่วมสร้างสรรค์ ได้แก่

 สร้างอนาคต ให้การเรียนรู้	 สร้างทักษะ ให้ช่องทางจำหน่าย	 สร้างสัมพันธ์ภาพให้คุณภาพชีวิตที่ดี
<p>ส่งเสริมการศึกษา พัฒนาเยาวชน และ ศิลปวัฒนธรรม</p>	<ul style="list-style-type: none"> ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ผู้ประกอบการรายย่อย วิชาชีพชุมชน ให้การสนับสนุนเกษตรกร ให้การสนับสนุนกลุ่มเปราะบาง 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนกิจกรรมคุณภาพชีวิตสังคม และ ชุมชน ให้ความช่วยเหลือบรรเทาสาธารณภัยให้ ชุมชน

บริษัทสนับสนุนโอกาสทางการศึกษา พร้อมทั้งยกระดับทักษะและความรู้ที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพและสร้างรายได้แก่ชุมชน ผ่านการจัดตั้ง สถาบันการศึกษาและมอบทุนการศึกษาให้เยาวชนผู้ด้อยโอกาส รวมทั้งกลุ่มเปราะบาง ตลอดจนร่วมสนับสนุนให้คนในสังคมสามารถเข้าถึงการศึกษาทุกระดับอย่างมีคุณภาพ อีกทั้งสร้างทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ และสนับสนุนช่องทางจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย เพื่อส่งเสริมอาชีพและรายได้ภายในชุมชนให้แก่ ผู้ประกอบการ SMEs วิชาชีพชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย เกษตรกร และกลุ่มเปราะบาง ผ่านโครงการ ศูนย์ 7 สนับสนุน SME, โครงการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการวิชาชีพชุมชน เกษตรกรและรายย่อย (ALL SME MARKET PLACE) รวมถึง ส่งเสริมความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ชุมชนและสังคม เช่น การจัดตั้งศูนย์สุขภาพชุมชน การบรรเทาสาธารณภัย และกิจกรรม จิตสาธารณะร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน เป็นต้น



ผลการดำเนินงาน ภายใต้กลยุทธ์ เซเว่น โท ภูเก็ตเตอร์ (7 Go Together)

 สร้างอนาคต ให้การเรียนรู้	 สร้างอนาคต ให้การเรียนรู้
<p>การดำเนินงานตามกลยุทธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> โครงการสร้างโอกาสการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพทั้งในระบบและนอกระบบ สำหรับเยาวชนและผู้ด้อยโอกาส โครงการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ยกกระดับการศึกษานอกโรงเรียน และชุมชน ภายใต้โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED โครงการส่งเสริมความรู้ทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต 	<p>ผลการดำเนินงานปี 2566</p> <ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนเยาวชนเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ 82,763 ราย สนับสนุนทุนการศึกษา 28,520 ทุน นักเรียน นักศึกษาที่จบการศึกษาเข้าทำงานกับบริษัท 3,280 ราย โรงเรียนประชารัฐที่บริษัทร่วมพัฒนา จำนวนสะสม 563 โรงเรียน เป็นมูลค่าสะสม 99.19 ล้านบาท



สร้างทักษะ ให้ช่องทางการจำหน่าย

การดำเนินงานตามกลยุทธ์	ผลการดำเนินงานปี 2566
<ul style="list-style-type: none"> โครงการอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้ เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการ SMEs วิศวกิจชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อขยายโอกาสการเติบโตทางธุรกิจ โครงการการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย สร้างโอกาส สร้างอาชีพ สร้างรายได้ โครงการสนับสนุนผลผลิตทางการเกษตรจากกลุ่มเกษตรกร โครงการสนับสนุนพื้นที่ ช่องทางขาย สร้างรายได้ให้กลุ่มเปราะบาง เชื่อมโยง สร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ SMEs กับ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> เกษตรกร 13,154 ราย มูลค่าการซื้อขาย 11,791 ล้านบาท ผู้ประกอบการ SMEs วิศวกิจชุมชน รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อย 197,862 ราย มูลค่าการซื้อขาย 74,911 ล้านบาท กลุ่มเปราะบาง 9,691 ราย มูลค่าการสนับสนุน 265 ล้านบาท



สร้างสัมพันธภาพ ให้คุณภาพชีวิตที่ดี

การดำเนินงานตามกลยุทธ์	ผลการดำเนินงานปี 2566
<ul style="list-style-type: none"> โครงการสนับสนุนการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยสำหรับชุมชน และกลุ่มเปราะบาง โครงการศูนย์สุขภาพดีของชุมชน โครงการสร้างสัมพันธและบรรเทาสาธารณภัยให้ชุมชน โครงการจิตอาสาธนะ 	<ul style="list-style-type: none"> ชุมชนเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการและเพียงพอ 2,503,387 ราย กลุ่มเปราะบางหน่วยงานราชการและชุมชน ได้รับการฝึกอบรม ฝึกซ้อมดับเพลิงขั้นต้น และการอพยพหนีไฟ 6,685 ราย ผู้ประสบภัยที่เข้าถึงอาหารและน้ำ 51,625 ราย มูลค่าการสนับสนุนชุมชนทั้งหมด 23.29 ล้านบาท

กลยุทธ์ “เซเว่น โท ไสท์” (7 Go Right)

บริษัทมุ่งดำเนินธุรกิจภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามหลักบรรษัทภิบาลขององค์กร กฎหมาย และแนวปฏิบัติสากลที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ 2 แนวทางหลัก ได้แก่



ภายในองค์กร

- สร้างแรงบันดาลใจในการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมให้กับพนักงาน
- เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- การบริหารความเสี่ยงขององค์กร



ภายนอกองค์กร (Change agent)

- สร้างการเปลี่ยนแปลงและสร้างการตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้กับคู่ค้า

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้นโยบายการกำกับดูแลที่ดีขององค์กร และสนับสนุนให้พนักงานดำเนินงานอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน รวมถึงบริหารจัดการความเสี่ยงผ่านกระบวนการทบทวนประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks) ได้แก่ ความเสี่ยงจากความเร็วของเทคโนโลยี Generative AI ในธุรกิจ e-Commerce ความเสี่ยงจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยสมบูรณ์ กระบวนการไม่มีสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงอายุ และการบังคับใช้นโยบายระดับชาติด้านบรรษัทภิบาล ที่มีโอกาสส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในช่วงระยะ 3-5 ปี เพื่อเตรียมความพร้อมและหาแนวทางตอบสนองได้อย่างทันทั่วทั้ง ทั้งนี้ บริษัทได้มีการทบทวนประเด็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่าง ๆ เพื่อกำหนดประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ โดยบริษัทจะดำเนินการกำหนดมาตรการและแผนการรองรับความเสี่ยงดังกล่าวต่อไป นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งดำเนินงานด้านการกำกับดูแลภายนอกองค์กร ครอบคลุมถึงคู่ค้าลำดับต่าง ๆ เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิด ตลอดจนเตรียมความพร้อมและปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน



ผลการดำเนินงาน ภายใต้กลยุทธ์ เซเวน โก ไรท์ (7 Go Right)



ภายในองค์กร

การดำเนินงานตามกลยุทธ์

- โครงการสื่อสาร และสร้างความตระหนักการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล ให้แก่ ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ
- โครงการตรวจสอบประเมินการบริหารความเสี่ยงองค์กรโดยรวม และระบบการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทภายนอก (Third-party)
- โครงการสร้างความตระหนักในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- โครงการค้นหาช่องโหว่ และประเมินความปลอดภัยข้อมูลและไซเบอร์ของทุกระบบ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยบริษัทภายนอก

ผลการดำเนินงานปี 2566

- ได้รับการประเมินระดับดีเลิศ (Excellence) หรือระดับ 5 ดาว โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5
- พนักงานและคู่ค้า ได้รับการสื่อสาร อบรม ให้ความรู้นโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตผ่านคู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน **ร้อยละ 100**
- กระบวนการที่มีความเสี่ยงสูง มีมาตรการควบคุม **ร้อยละ 100**
- ข้อร้องเรียนด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล **0 กรณี**
- ได้รับการรับรอง **ISO 27701** มาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ส่วนขยายจาก ISO/IEC 27001 มาตรฐานจัดการความปลอดภัยของข้อมูล) ในขอบเขตการซื้อขายสินค้าผ่าน 24Shopping และระบบการบริหารงานบุคคล



ภายนอกองค์กร (Change agent)

การดำเนินงานตามกลยุทธ์

- โครงการประเมินความเสี่ยงและพัฒนาศักยภาพคู่ค้า "Responsible Supply Chain Management" ตามกรอบแนวทางความยั่งยืน
- โครงการส่งเสริมและสนับสนุนคู่ค้ากลุ่ม SMEs ในการเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย

ผลการดำเนินงานปี 2566

- คู่ค้าลำดับที่ 1 ได้รับการสื่อสารนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตผ่านคู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน **ร้อยละ 100**
- คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ (Significant Supplier) ได้รับการประเมินความเสี่ยงสอดคล้องตามมาตรฐานความยั่งยืน (ESG) **ร้อยละ 100**
- คู่ค้ากลุ่ม SMEs ได้รับการสื่อสารและลงนามเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์ฯ จำนวน **32 ราย**



ผลสำเร็จที่ ซีพี ออลล์ ภาคภูมิใจ ประจำปี 2566

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

บริษัทได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในกลุ่มดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices) ในระดับโลก (DJSI World) ติดต่อกันเป็นปีที่ 6 และกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ติดต่อกันเป็นปีที่ 7 ในหมวดอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภค บริโภค (Food & Staples Retailing)

นอกจากนี้ ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ประกาศผลการประเมินด้านความยั่งยืนของบริษัทว่ามีการดำเนินงานอยู่ที่เปอร์เซ็นต์ไทล์ 99 ของหมวดอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภค บริโภค ในการประเมินผลการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทชั้นนำระดับโลก (S&P Global Corporate Sustainability Assessment: S&P CSA)



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



FTSE4Good

บริษัทได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในดัชนี FTSE4Good Index ในกลุ่ม Food Retailers & Wholesalers ซึ่งจัดโดย FTSE Russell ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 โดยพิจารณา ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านธรรมาภิบาล



บริษัทได้รับการคัดเลือกเป็นหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings 2023 กลุ่มบริการ (Services) ในระดับ AAA โดยพิจารณาจากผลการดำเนินการในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งทำการประเมินและคัดเลือกโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



บริษัทได้รับรางวัล SET AWARD 2023 ในกลุ่มรางวัล Sustainability Excellence ประเภท Highly Commended in Sustainability Awards เป็นรางวัลที่มอบให้กับบริษัทจดทะเบียนที่ดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน



บริษัทได้รับคะแนนระดับ A- หรือเทียบเท่า Leadership Level จากการประเมิน Carbon Disclosure Project (CDP) ด้านการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศการกำกับดูแลกิจการที่ดี คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน



ใส่ใจทุกสาระสำคัญเพื่อความยั่งยืนทุกมิติ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) จัดทำรายงานความยั่งยืนต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลการดำเนินงาน ภายใต้นโยบายและกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนายั่งยืนขององค์กร ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้รับทราบ ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาลขององค์กร

โดยเป็นข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2566 ครอบคลุม 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ในปี 2566 บริษัทมีรายได้จากการดำเนินงานสุทธิ 921,187 ล้านบาท ทั้งนี้ สามารถดูรายละเอียดได้จากธุรกิจในกลุ่มบริษัท ซึ่งได้มีการเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปี 2566 หน้า 2

เนื้อหาของรายงานฉบับนี้นำเสนอพื้นฐานการดำเนินงานขององค์กรในภาพรวมและประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ภายใต้มุมมองและการประเมินผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งรอบในการจัดทำรายงานสอดคล้องกับแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนในระดับสากล ฉบับปี 2565 (GRI Sustainability Reporting Standards 2021: GRI Standards

2021) และแนวทางการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมของกลุ่มธุรกิจอาหาร (The Food Processing Sector Supplement) พร้อมกันนี้ บริษัทขอขอบพระคุณให้หน่วยงานรับรองอิสระที่มีความน่าเชื่อถือ ได้แก่ บริษัท แอลอาร์คิวเอ (ประเทศไทย) จำกัด (LRQA (Thailand) Limited) เป็นผู้ให้ความเชื่อมั่นสำหรับการเปิดเผยข้อมูลของรายงานฉบับนี้

สำหรับปี 2566 ชุดข้อมูลที่ได้รับการทวนสอบประกอบด้วย GRI 2-26, GRI 2-27, GRI 3-1, GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3 Other indirect (scope 3) GHG emissions (Purchased goods and services, Capital goods, Fuel and energy related activities, Upstream transport & distributions, Waste generated in operations, Business travel, Downstream transport & distributions, Use of sold products and End-of-life treatment of sold product only), GRI 305-4, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5, GRI 308-1, GRI 308-2, GRI 403-9, GRI 403-10, FPSS FP6, FP7, GRI 405-2, GRI 414-1, GRI 414-2

กลุ่มธุรกิจค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ



บริการ
ร้านสะดวกซื้อ

กลุ่มธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก สินค้าอุปโภคบริโภค



บริการ
ด้านค้าส่ง

บริการ
ด้านค้าปลีก

กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ



บริการ
ด้านการเงิน

บริการผลิตและ
จำหน่ายเบเกอรี่
อาหารพร้อมรับประทาน
อาหารแช่แข็ง

บริการ
ด้านการศึกษา

บริการ
ด้านสารสนเทศ

บริการ
ด้านสื่อสาร
การตลาด

บริการ
ด้านการบริหาร
โลจิสติกส์

กระบวนการกำหนดเนื้อหาในรายงาน




บริษัทจัดทำรายงาน โดยพิจารณาจากผลการประเมินผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มขององค์กร ครอบคลุมผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบ รวมถึงประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ และปัจจัยภายนอกจากแนวโน้มโลกในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมทั้งดัชนีด้านความยั่งยืนชั้นนำของโลกต่าง ๆ อาทิ การประเมินดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices: DJSI) คณะกรรมการว่าด้วยมาตรฐานทางบัญชีความยั่งยืน (Sustainability Accounting Standards Board: SASB) การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (The Securities and Exchange Commission: SEC) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เพื่อให้การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนขององค์กรเป็นไปตามแนวทางการรายงานข้อมูล (Reporting Principles) 8 แนวทาง ดังนี้

- 1 ความถูกต้องของข้อมูลที่เปิดเผย (Accuracy)
- 2 ความสมดุลของผลการดำเนินงานทั้งเชิงบวกและเชิงลบ (Balance)
- 3 ความชัดเจนเข้าใจง่ายต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม (Clarity)
- 4 ข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบได้เพื่อแสดงถึงแนวโน้มของการดำเนินงาน (Comparability)
- 5 ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล (Completeness)
- 6 ความสมดุลของผลการดำเนินงานทั้งเชิงบวกและเชิงลบ (Sustainability Context)
- 7 ขอบเขตของเวลาในการรายงาน (Timeliness)
- 8 ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability)


ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Material Topics)

บริษัทมีกระบวนการและขั้นตอนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality Assessment) ที่พิจารณาผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

การระบุและประเมินผลกระทบประเด็นความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

 <p>1 การเชื่อมโยงประเด็นความยั่งยืนกับกิจกรรมทางธุรกิจ</p>	<p>พิจารณากิจกรรมการดำเนินธุรกิจ เพื่อกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า พร้อมทั้งเชื่อมโยงประเด็นด้านความยั่งยืน ซึ่งครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ รวมทั้งประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน กับกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ ผ่านการพิจารณาผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม</p>
 <p>2 การระบุผลกระทบจากประเด็นความยั่งยืนที่เกิดขึ้นและแนวโน้มที่จะเกิด</p>	<p>ระบุบริบทและผลกระทบจากประเด็นด้านความยั่งยืน (Sustainability Context and Impact) ทั้งประเด็นที่เกิดขึ้นแล้ว และมีแนวโน้มที่จะเกิด (Actual & Potential Impact) ผ่านการวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality) ที่ครอบคลุมประเด็นทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อหาผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ (Positive & Negative Impact) พร้อมพิจารณาผลกระทบระยะสั้นและระยะยาว (Short Term & Long Term Impact) รวมทั้งประเมินความสามารถในการฟื้นฟูและเยียวยา (Irreversible & Reversible Impact) โดยประเด็นด้านความยั่งยืนถูกพิจารณาจากลักษณะการดำเนินธุรกิจและบริบทขององค์กร</p>
 <p>3 การประเมินผลกระทบประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ</p>	<p>บริษัทนำประเด็นด้านความยั่งยืนที่ได้รับการระบุผลกระทบต่าง ๆ พิจารณาร่วมกับลักษณะการดำเนินธุรกิจและบริบทขององค์กร เข้าสู่กระบวนการประเมินผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality) ผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับกลุ่มตัวแทนผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 8 กลุ่ม โดยใช้เกณฑ์การประเมินระดับความรุนแรง (Scale) ขอบเขต (Scope) และความสามารถในการเยียวยาหรือการฟื้นฟู (Reversibility) รวมทั้งระดับโอกาสที่จะเกิดผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Likelihood) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืน</p>

การพิจารณาประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญสำหรับจัดทำรายงานความยั่งยืน

 <p>4 การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและการตรวจสอบความถูกต้องเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>บริษัทนำผลการประเมินผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality) จากการประชุมเชิงปฏิบัติการมาวิเคราะห์เพื่อหาประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญตามลำดับ พร้อมทั้งนำประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญดังกล่าวมาพิจารณาทบทวน เพื่อหาความเชื่อมโยงและความเหมาะสมต่อบริบทและลักษณะการดำเนินธุรกิจขององค์กร ผ่านกระบวนการทดสอบประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ (Material Testing) โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และความสามารถเฉพาะกลุ่มธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง (Retail) กลุ่มธุรกิจค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง (Wholesale) 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</p> <p>ผลจากระบวนการทดสอบประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ จะถูกนำเสนอต่อตัวแทนผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการบริษัท (Board of Directors) เพื่อรับรองการจัดลำดับความสำคัญ ภายใต้การคำนึงระดับอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียควบคู่ไปกับระดับความสำคัญที่มีนัยต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงสิทธิมนุษยชน</p>
---	--

ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญประเด็นด้านความยั่งยืน (Expert Testing Interview)



ประเด็นภาวะวิกฤติทางสภาพภูมิอากาศ (Climate Crisis) เป็นประเด็นที่สำคัญในปัจจุบัน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ร้อนขึ้นสามารถส่งผลกระทบต่อวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ส่งผลถึงประเด็นการบริหารจัดการวัตถุดิบ (Raw Materials) การกำกับดูแลเรื่องสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบ (Product Traceability)

คุณณัฐณริทร์ อีสริยมะธา
ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเกษตร อาหารและค้าปลีก



ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญด้านความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์ ที่สืบเนื่องจากเครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP GROUP) มียุทธศาสตร์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) มีการตั้งเป้าหมาย “มุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions)” ในส่วนของ ซีพี ออลล์ ที่เป็นผู้ค้าปลีก (Retailer) มีการดำเนินงานในส่วนของการผลิตและกระจายสินค้า การบริหารจัดการร้านค้า และการบริการลูกค้า เพราะฉะนั้น**ประเด็นการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และประเด็นการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน** เป็น 2 ประเด็นที่สำคัญต่อ ซีพี ออลล์ ซึ่งมองว่าการกำกับดูแลและควบคุมประสิทธิภาพในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (GHG Scope 3) เป็นประเด็นที่ควรตระหนักถึงมากที่สุด อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงในการดำเนินงานที่ส่งผลให้ไม่สามารถบรรลุเป้าหมาย

จากการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์ การทํางานในช่วงปี 2567-2568 ควรมีการปรับตัวในการกำหนดขอบเขต กลยุทธ์ทางธุรกิจและการบริหารจัดการเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืน เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ชัดเจน มีการดำเนินงานด้านพลังงานสะอาด

อย่างต่อเนื่อง เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงขององค์กรและทางอ้อม (GHG Scope 1 - 2) รวมถึงการดำเนินงานร่วมกับผู้ผลิตและคู่ค้าในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอื่น ๆ (GHG Scope 3) อาทิ การกำหนดเกณฑ์คัดเลือกเพื่อการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ (Low Carbon Products) ควบคู่ไปกับการร่วมมือเพื่อหลีกเลี่ยงการสร้างขยะ (Waste Avoidance) เช่น การลดของเสียและอาหารส่วนเกิน การจัดการบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

นอกจากนี้ การคำนึงถึง**การจัดการขยะบรรจุภัณฑ์** ให้เหลือศูนย์ทั้งในกระบวนการการผลิต และการจัดการคลังสินค้ายังเป็นประเด็นสำคัญที่บริษัทควรให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้น โดยการส่งเสริมให้ผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดขยะจากบรรจุภัณฑ์และจากอาหารส่วนเกิน พร้อมทั้งบริษัทมีพนักงานจำนวนมากในการดูแลร้านค้าและจัดการคลังสินค้า จึงเล็งเห็นว่าบริษัทควรมี**การพัฒนาคุณมนุษย์** เกี่ยวกับทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital literacy) ให้พนักงานมีทั้งทักษะทางสังคม มีคุณธรรม จริยธรรม (Soft Skill) และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานโดยตรง (Hard Skill) เช่น การใช้เทคโนโลยี การจัดการระบบการเงิน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจหลักในการจัดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ อาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งบริษัทส่งเสริม **การสร้างคุณค่าทางสังคม** โดยสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มเกษตรกร เช่น การเปิดพื้นที่ให้ชุมชนสามารถ นำสินค้าทางการเกษตรหรือสินค้าชุมชนมาจำหน่ายในบริเวณ พื้นที่ศูนย์การค้า เป็นต้น เพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้า ก่อตั้ง และสร้างรายได้ให้กับชุมชน

สำหรับประเด็นความเสี่ยงที่สามารถส่งผลกระทบต่อทางธุรกิจ เมื่อการบริหารจัดการของบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงมุ่งสู่ การลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม อื่น ๆ (GHG Scope 3) อาทิ **การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน** การพิจารณา คัดเลือกคู่ค้า (Supplier Screening) ที่ดำเนินงาน อย่างยั่งยืนตามเกณฑ์ ESG กรณีคู่ค้าที่ไม่ผ่านเกณฑ์ อาจนำมาซึ่งการยกเลิกสัญญา บริษัทควรเตรียมแนวทางการลดผลกระทบต่อ เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดข้อขัดแย้ง และกระแสสังคมเชิงลบต่อธุรกิจ

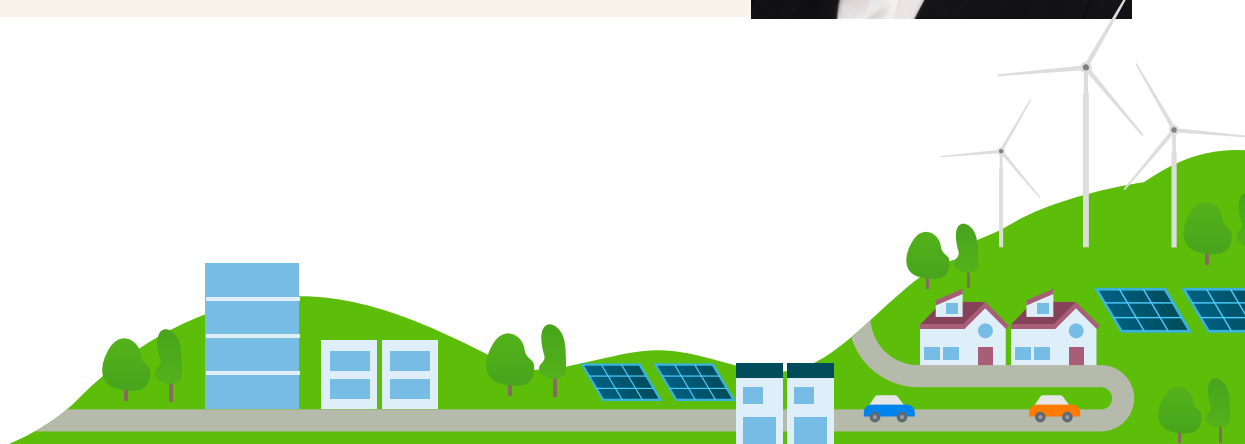
อย่างไรก็ดี บริษัทมีศักยภาพในการสร้างโอกาสทางธุรกิจผ่าน **การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน** สามารถ พัฒนารูปแบบการบริการและความร่วมมือกับพันธมิตร ทางธุรกิจ คู่ค้า เพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม อาทิ ร้านค้าแบบเติม (Refill Station) ให้ลูกค้านำภาชนะ มาใส่ผลิตภัณฑ์และชำระตามน้ำหนัก เป็นการส่งเสริมธุรกิจ ในการลดต้นทุนวัสดุบรรจุภัณฑ์และค่าใช้จ่ายเพื่อกำจัดขยะ และสนับสนุนการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยด้วย อีกทั้ง การดำเนินงานใน**การสร้างคุณค่าทางสังคม** การจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร สร้างความ หลากหลายของประเภทสินค้า สร้างแรงจูงใจให้ลูกค้า มาใช้บริการร้านค้าหรือศูนย์การค้า (Retail Foot Traffic) เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจและสังคม สุดท้ายนี้ **การพัฒนา ทุนมนุษย์**ยังเป็นโอกาสในการเพิ่มคุณค่าขององค์กรสู่ การเป็นผู้นำด้านการกำกับดูแลผ่านการจัดการทรัพยากรบุคคล ที่ดี ทำให้เกิดการผลักดันตลาดแรงงานที่มีทักษะการบริหาร จัดการการเงิน (Cash Management) การใช้เครื่องมือ เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) และการบริหารจัดการข้อมูล อย่างมีความรับผิดชอบ (Information Security) มีศักยภาพ ในการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ เช่น สถาบัน คุณวุฒิวิชาชีพ (Thailand Professional Qualification Institute: TPQI) เป็นต้น

จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น ผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้บริษัท พิจารณาจัดลำดับความสำคัญในการประเมินประเด็น ความยั่งยืนที่สำคัญตามดัชนีที่เป็นที่ยอมรับ เช่น ดัชนี FTSE4Good เป็นต้น ”

คุณธัญพร ตรีชิตถายาวุส

ผู้อำนวยการสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย



ผลลัพธ์จากการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Assessing Impacts of Material Topics)

<p>ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Material Topics)</p>	<p>ผลกระทบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม และการขับเคลื่อนคุณค่าทางธุรกิจ (Impacts on Society/Environment and Business Value Drivers)</p>
<p></p> <p>การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</p>	<p>การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการสนับสนุนเทคโนโลยีควบคู่ไปกับกลยุทธ์เศรษฐกิจหมุนเวียนของบริษัท สามารถลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ตอบสนองความคาดหวังของสังคมที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลให้เพิ่มโอกาสทางธุรกิจกับพันธมิตรทางธุรกิจที่ดำเนินการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุน และสร้างความร่วมมือกับภาครัฐ</p> <p>การไม่รับรู้ถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดจากกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทอาจทำให้ต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้นจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ในความผันผวนของราคาวัตถุดิบซึ่งนำไปสู่การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงต้นทุนการดำเนินการที่สูงขึ้นจากการที่ธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อาทิ ค่าธรรมเนียม ภาษีคาร์บอน ค่าดำเนินการจากการป้องกันเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้</p> <p>นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต สุขภาพ และความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน อาทิ ผลกระทบจากมลพิษทางอากาศต่อสุขภาพและความปลอดภัยของแรงงาน และชุมชนรอบข้างในระยะยาว รวมถึงผลกระทบจากภัยแล้งและน้ำท่วมต่อคู่ค้าในการจัดหา รวมถึงส่งมอบสินค้าและวัตถุดิบ</p>
<p></p> <p>ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร</p>	<p>การบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาเทคโนโลยีด้านพลังงานสะอาด พลังงานหมุนเวียน ช่วยลดความรุนแรงจากผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพิ่มโอกาสทางธุรกิจและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน</p> <p>ทั้งนี้ การบริหารจัดการพลังงานที่ไม่มีประสิทธิภาพอาจส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ความสามารถในการผลิตและการทำกำไรลดลง รวมถึงเป็นสาเหตุให้เกิดการละเมิดสิทธิชุมชนในการกระจายหรือเข้าถึงทรัพยากรน้ำที่สะอาดบนพื้นที่โดยรอบการดำเนินธุรกิจของบริษัท</p>
<p></p> <p>การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน</p>	<p>การดำเนินธุรกิจด้านการจำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบค้าปลีกและค้าส่งที่คำนึงถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การลดการใช้ การนำกลับคืน (Take-back Systems) และการนำรีไซเคิลอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดการจัดการขยะพลาสติกได้อย่างเหมาะสมในองค์กร สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ช่วยลดต้นทุนการผลิต รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและนอกองค์กร</p> <p>ทั้งนี้ การไม่คำนึงถึงคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำรีไซเคิลได้ การย่อยสลายของวัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์นำไปสู่ปัญหาขยะพลาสติกถูกทิ้งและตกค้างอยู่ในสิ่งแวดล้อมจำนวนมาก ส่งผลกระทบต่อความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ตลอดจนส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยด้านโภชนาการของมนุษย์ และก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพต่าง ๆ รวมถึงส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการดำเนินการ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร</p>
<p></p> <p>การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน</p>	<p>การบริหารจัดการด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการจัดการขยะอาหารที่มีประสิทธิภาพ ช่วยลดปัญหาขยะอาหารที่เกิดขึ้นจากการผลิตอาหารที่มากเกินความจำเป็น รวมถึงการสูญเสียอาหารในขั้นตอนขนส่ง การจัดจำหน่าย และการจัดเก็บอาหาร รวมถึงการบริหารจัดการที่สามารถนำของเสียมาใช้เป็นวัตถุดิบทางเลือกอื่น ๆ เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ช่วยบรรเทาปัญหาขยะอาหาร รวมถึงลดต้นทุนการดำเนินงานของบริษัท</p> <p>ทั้งนี้ การบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพส่งผลให้จำนวนขยะอาหารเพิ่มขึ้น เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งกระทบต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ของชุมชนรอบข้าง นอกจากนี้ ยังส่งผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทในการจัดการขยะสูงขึ้น</p>
<p></p> <p>การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี</p>	<p>การบริหารจัดการตลอดกระบวนการสรรหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดจำหน่าย การตระหนักถึงความเสี่ยงในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ปลอดภัย และได้มาตรฐาน ส่งผลต่อการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัย และได้มาตรฐาน รวมถึงการส่งมอบบริการที่เข้าถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนสังคม</p> <p>ทั้งนี้ การไม่ตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค อาจทำให้เกิดความเสี่ยงในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในระยะยาวจากโรคที่เกิดจากพฤติกรรมในการดำเนินชีวิต (Non-communicable Diseases: NCDs) นอกจากนี้ ยังอาจส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายมูลค่าความเสียหายจากการถูกฟ้องร้อง รวมถึงชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรอีกด้วย</p>
<p></p> <p>การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ</p>	<p>การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สนับสนุนการสร้างงาน มอบความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชน ส่งผลให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน ได้รับการยอมรับจากชุมชนที่บริษัทเข้าไปดำเนินกิจกรรม นอกจากนี้ ภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการสนับสนุนให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างเท่าเทียม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ สนับสนุนการยกระดับคุณภาพชีวิตและมอบความเป็นอยู่ที่ดีให้กับภาคประชาสังคม</p> <p>หากบริษัทดำเนินกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน อาจนำไปสู่การละเมิดคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชนโดยรอบ รวมถึงเกิดความขัดแย้งระหว่างชุมชนและองค์กร อาจส่งผลกระทบต่ออำนาจนิติในการดำเนินธุรกิจ (License to Operate) และภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท</p>

ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Material Topics)	ผลกระทบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม และการขับเคลื่อนคุณค่าทางธุรกิจ (Impacts on Society/Environment and Business Value Drivers)
 <p>ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต</p>	<p>การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจและสร้างความเชื่อมั่น ดึงดูดความสนใจของนักลงทุน ตลอดจนเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยสร้างคุณค่าให้กิจการ</p> <p>บริษัทมีการกำกับดูแลกิจการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่โปร่งใส และไม่คำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม และสิทธิมนุษยชน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ลดความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อองค์กร และลดความสนใจของนักลงทุน ตลอดจนเพิ่มความเสี่ยงเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนและกฎหมาย</p>
 <p>แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน และ อาชีวอนามัยและความปลอดภัย</p>	<p>การจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัยที่มีประสิทธิภาพอาจลดจำนวนอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เพิ่มขีดความสามารถของบริษัท และเพิ่มความมั่นใจของพนักงานและผู้ค้าทางธุรกิจในการดำเนินงานของบริษัท</p> <p>ในขณะที่การจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย ที่ไม่ได้ออกทำให้สูญเสียชีวิตและทรัพย์สินซึ่งนำไปสู่การหยุดชะงักในกระบวนการผลิต ส่งผลต่อต้นทุนแรงงานเนื่องจากผลผลิตที่ลดลง นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อขวัญกำลังใจของพนักงาน เพิ่มค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจากค่าปรับ รวมถึงส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท</p> <p>นอกจากนี้ ยังอาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้าน 7-Eleven</p>
 <p>การพัฒนาทุนมนุษย์</p>	<p>การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล สร้างทักษะที่สำคัญ สร้างความเข้าใจในเทคโนโลยีและดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงาน รวมถึงการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร สามารถเพิ่มทักษะที่สำคัญ เพิ่มขีดความสามารถของบุคคลในทุกตำแหน่ง ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ และความสามารถของธุรกิจในการตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของตลาด</p> <p>กระบวนการพัฒนาบุคลากรที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่เท่าเทียม และเลือกปฏิบัติ ก่อให้เกิดความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิมนุษยชนของพนักงาน เช่น การที่พนักงานผู้หญิงได้รับค่าจ้างต่ำกว่าผู้ชาย เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและการเติบโตขององค์กร รวมถึงความเชื่อมั่นของพนักงานและพันธมิตรทางธุรกิจที่มีต่อองค์กรลดลง</p>
 <p>การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ</p>	<p>การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน สามารถลดความเสี่ยงด้านต้นทุน ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง ความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิมนุษยชน สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ค้าทางธุรกิจในการดำเนินงานของบริษัท เพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไร</p> <p>การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ไม่มีประสิทธิภาพและไม่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน เกิดความเสี่ยงในการหยุดชะงักของธุรกิจ ทำให้การผลิตสินค้าไม่ได้คุณภาพ การส่งมอบสินค้าไปยังผู้บริโภคเกิดความล่าช้า ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของต้นทุนในการผลิตและการขนส่ง รวมถึงส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท อาจทำให้เกิดต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมที่สูงขึ้นจากความคาดหวังของสังคมและนักลงทุน</p>

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ปี 2566



สิ่งแวดล้อม: เขว่น โท กรีน

- การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร
- การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน
- การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน



สังคม: เขว่น โท กูเกิดเตอร์

- การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ
- การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี



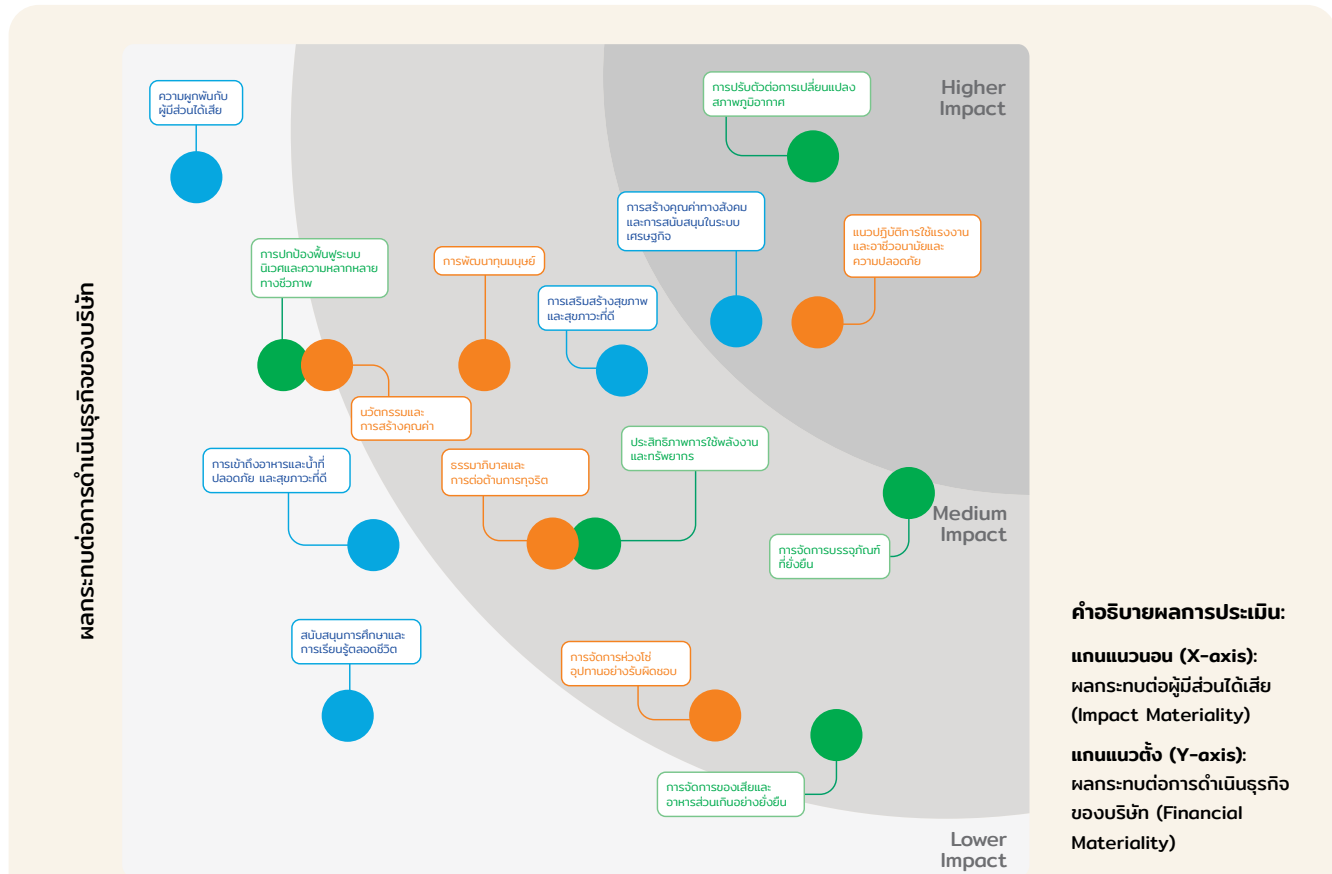
ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ: เขว่น โท ไรท์

- ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต
- แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน และ อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- การพัฒนาทุนมนุษย์
- การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

การประเมินประเด็นความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Assessment)

นอกจากกระบวนการประเมินผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality) ที่ทำให้ได้มาซึ่งประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Material Topics) ปี 2566 แล้ว บริษัทได้มีการประเมินประเด็นความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Assessment) ร่วมกับหน่วยงานบริหารความเสี่ยง โดยมีการประเมินผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality) และการประเมินความเสี่ยงและโอกาสในการดำเนินธุรกิจ (Financial Materiality) ควบคู่กันเพื่อพิจารณาที่ผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการคำนึงถึงปัจจัยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่กระทบต่อผลประโยชน์ของบริษัท เพื่อนำผลการประเมินดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ พัฒนากลยุทธ์และการทำงานของบริษัทต่อไป

ผลการประเมินประเด็นความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Matrix)



คำอธิบายผลการประเมิน:

แกนแนวนอน (X-axis):
ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality)

แกนแนวตั้ง (Y-axis):
ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท (Financial Materiality)

ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย

มิติด้านความยั่งยืน	ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ
<ul style="list-style-type: none"> ● มิติด้านสิ่งแวดล้อม ● มิติด้านสังคม ● มิติด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ 	<p>Lower Impact พิจารณาการปฏิบัติงาน (Areas to monitor): ประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัทจำเป็นต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติของบริษัท โดยไม่มีการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ</p> <p>Medium Impact ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers): ประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัทควรประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ เพื่อการพัฒนาและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจในอนาคต</p> <p>Higher Impact สร้างความแตกต่างเชิงกลยุทธ์ (Differentiators): ประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัทควรมุ่งเน้นและเร่งการดำเนินงานให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด โดยสอดคล้องกับเป้าประสงค์ขององค์กรและกลยุทธ์ทางธุรกิจ</p>



ขอบเขตประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

ประเด็น	กรอบ GRI ที่เกี่ยวข้อง	ขอบเขต								
		ภายในองค์กร พนักงาน	ภายนอกองค์กร							
			พันธมิตรทางธุรกิจ	ลูกค้า ผู้ส่งมอบสินค้า หรือบริการ และเจ้าหน้าที่ทางการค้า	ภาครัฐ	ลูกค้า	สังคมและชุมชน	ผู้นำทางความคิด	ผู้ให้สิทธิใช้เครื่องหมายทางการค้า	ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
บรรษัทภิบาลและการต่อต้านการทุจริต	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,	●	●	●	●	●	●	●	●	●
การพัฒนาชุมชน	404-2, 404-3	●	●							
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			●	●					
ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และทรัพยากร	302-1, 302-2, 302-4, 302-5, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5			●				●		
การจัดการบรรพบุรุษที่ยั่งยืน	301-1, 301-2, 301-3	●					●	●		
การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน	306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5			●				●		
การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ	204-1, 413-1, 413-2							●		
การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	417-1, 417-2, 417-3, FP6, FP7						●			

บริษัทดำเนินงานและรายงานผลในหัวข้อต่าง ๆ ตามน้ำหนักและความเกี่ยวข้อง ครอบคลุมทุกหน่วยธุรกิจดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ด้านสิ่งแวดล้อม	ด้านสังคม	ด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ
กลุ่มธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ			
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	●	●	●
บริษัท ออลล์ เวลเนส จำกัด	●	●	●
บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด	●	●	●
บริษัท เทเวนตีโฟร์ ซ้อปบิง จำกัด	●	●	●
กลุ่มธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค			
บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน)	●	●	●
บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด	●	●	●
กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ			
บริการด้านการเงิน			
บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด	●	●	●
บริษัท ไทยสมาร์ตการ์ด จำกัด	●	●	●
บริการผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง			
บริษัท ซีพีแรม จำกัด	●	●	●
บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด	●	●	●
บริการด้านการศึกษา			
บริษัท ศึกษากวีวัฒน์ จำกัด	●	●	●
วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์	●	●	●
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม)	●	●	●
โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)	●	●	●
บริษัท ปัญญาธรรมา จำกัด	●	●	●
บริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด	●	●	●
บริการด้านสารสนเทศ			
บริษัท โทซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด	●	●	●
บริการด้านสื่อการตลาด			
บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ก จำกัด	●	●	●
บริการด้านการบริหารโลจิสติกส์			
บริษัท ออลล์ สปีดดี จำกัด		●	●

ทั้งนี้ ข้อมูลในเล่มรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ ได้รับการทวนสอบโดยผู้ทวนสอบภายนอกผ่านกระบวนการคัดเลือกโดยคณะกรรมการบริหาร เพื่อให้แน่ใจได้ว่าหน่วยงานผู้ทวนสอบเป็นอิสระต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร มีคุณวุฒิ และมีความสามารถในการทวนสอบอ้างอิงตามมาตรฐานการทวนสอบ AA1000AS v3 ตามภาคผนวกของรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ โดยสามารถดูรายละเอียดการทวนสอบได้จากในรับรองการทวนสอบที่หน้า 292-293



การดำเนินงาน ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ

(Material Topics)



การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร



การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน



การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน



การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ



การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี



ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต



แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
(เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)



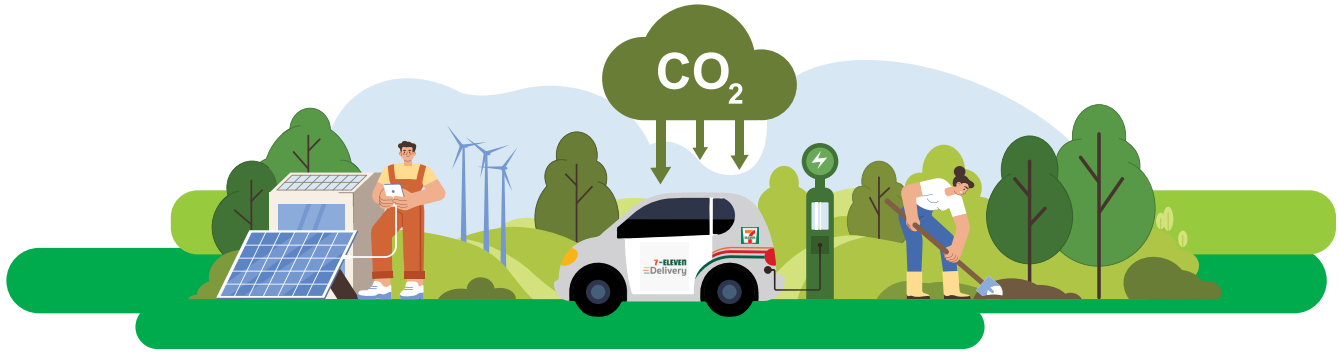
การพัฒนาทุนมนุษย์



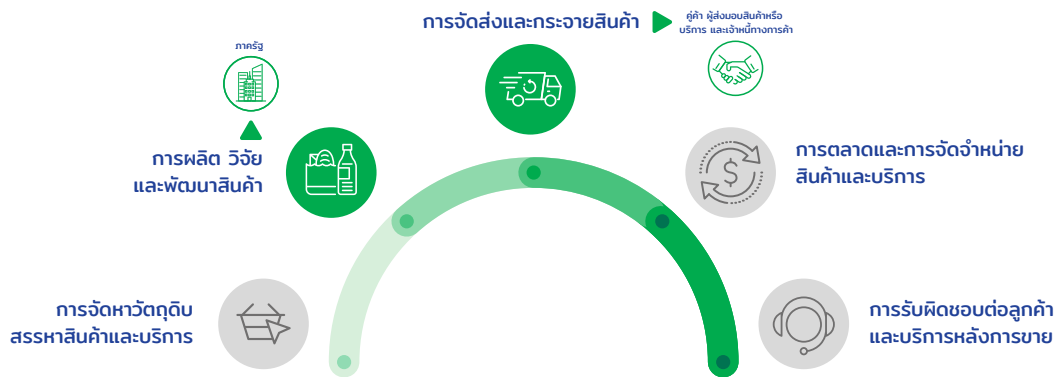
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



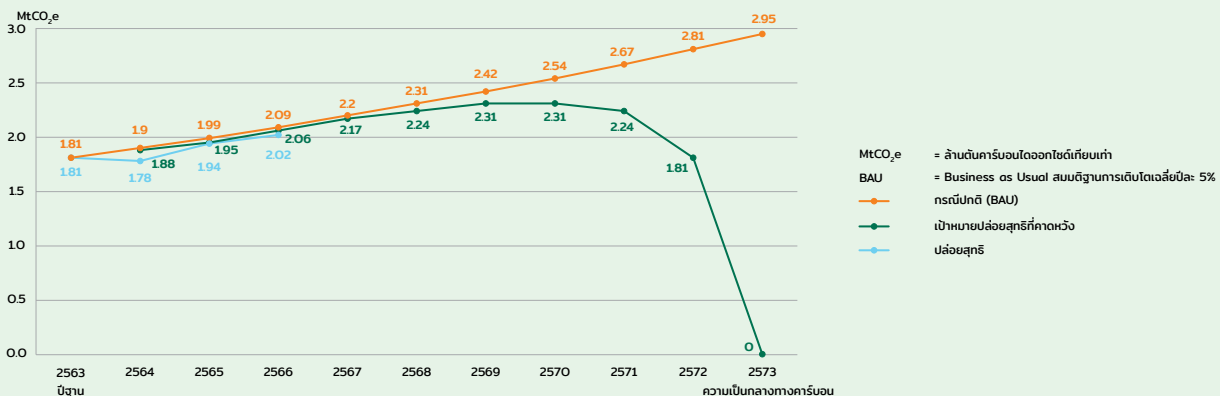
สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- 12** ผลิตและบริโภคอย่างรับผิดชอบ: บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
- 13** รับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ: เสริมภูมิคุ้มกันและขีดความสามารถในการปรับตัวต่ออันตรายและภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศ

เป้าหมาย ปี 2573

มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2593

ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



ได้รับการจัดอันดับระดับ A- หรือเทียบเท่า Leadership Level จาก CDP ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ




ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้
311,724.35
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าจากการดำเนินโครงการกลยุทธ์




ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ดูดกลับจากการปลูกต้นไม้
31,047.04
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือเทียบเท่าการปลูกไม้ยืนต้น **722,024** ต้นจากการดำเนินโครงการกลยุทธ์


การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566




จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนที่น้ำทางรองรับการมุ่งสู่ Carbon Neutral ปี 2030




พิจารณาเข้าร่วมตั้งเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ขององค์กร ให้ผ่านกระบวนการตรวจสอบ (Validation) ตามแนวทางของเป้าหมายที่อิงหลักวิทยาศาสตร์ (Science Based Targets initiative: SBTi)



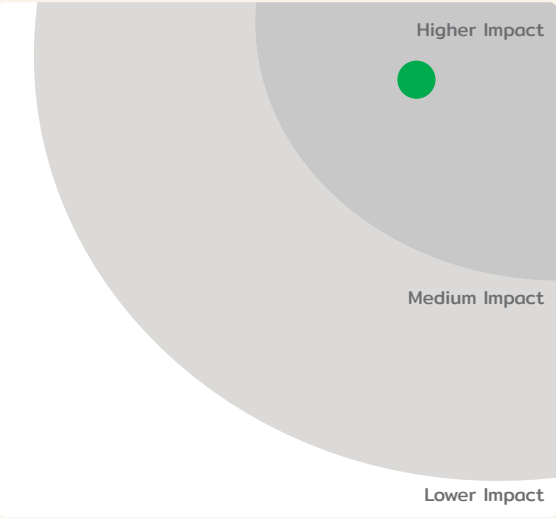
เข้าร่วมโครงการ CDP ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5



ประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตามกรอบการรายงานของคณะทำงานด้านการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD)



สร้างการมีส่วนร่วมกับคู่ค้าและลูกค้าในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ พัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ



Financial Materiality

Impact Materiality

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Matrix) ประเด็นการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

มิติด้านความยั่งยืน

- มิติด้านสิ่งแวดล้อม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

	Higher Impact	
<ul style="list-style-type: none"> ● มิติด้านสิ่งแวดล้อม 	Higher Impact	สร้างความแตกต่างเชิงกลยุทธ์ (Differentiators): ประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัทควรมุ่งเน้นและเร่งการดำเนินงานให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด โดยสอดคล้องกับเป้าประสงค์ขององค์กรและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ความเสี่ยงและโอกาส

การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สมัยที่ 27 (Conference of Parties: COP27) ปี 2565 ได้เน้นย้ำเป้าหมายสำคัญเพื่อควบคุมหรือลดอุณหภูมิของโลกไม่ให้เกิน 2 องศาเซลเซียส อีกทั้งในที่ประชุมยังมีข้อกังวลว่าแม้แต่อุณหภูมิที่เพิ่มขึ้น 1.5 องศาเซลเซียส ก็เพียงพอที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และความเป็นอยู่ของมนุษย์ในระยะยาว ประเทศไทยต้องเป็นประเทศที่มีความเสี่ยงสูงที่จะได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นภัยคุกคามต่อการเข้าถึงอาหาร

น้ำสะอาด และอากาศบริสุทธิ์ ตลอดจนความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศ อีกทั้งความเสี่ยงเชิงการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงเชิงกายภาพ เช่น ภาวะภัยแล้งที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งส่งผลต่อภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น การใช้พลังงานอย่างไม่มีประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต และการกระจายสินค้า เป็นต้น โดยบริษัทได้ดำเนินโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สนับสนุนการดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เตรียมพร้อมรับมือความเสี่ยง และพัฒนานโยบายด้านความยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมอบหมายให้คณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนกำกับดูแลด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และทีมปฏิบัติงานเฉพาะด้าน เช่น ทีมเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน ทีมติดตั้งพลังงานแสงอาทิตย์ ทีมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ทำหน้าที่บริหารงานที่เกี่ยวข้องกับการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภายใต้กลยุทธ์ “เซเว่น โท กรีน (7 Go Green)” ซึ่งมุ่งเน้นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมาย มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ภายในปี 2593

การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (Scope 3) อีกทั้งบริษัทได้พิจารณาตั้งเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ของ

องค์กร ให้ผ่านกระบวนการตรวจสอบ (Validation) ตามแนวทางของเป้าหมายที่อิงหลักวิทยาศาสตร์ (Science Based Targets initiative: SBTi) นอกจากนี้ บริษัทกำหนดกรอบการดำเนินงานและแนวทางในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนใช้อุปทาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของคณะทำงานเปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosure: TCFD) อีกด้วย

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ร่วมสนับสนุนการควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยโลกไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส ผ่านกิจกรรม เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน เพิ่มสัดส่วนพลังงานทดแทนหรือพลังงานหมุนเวียน การใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่แบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ปรับเปลี่ยนวัสดุบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า เป็นต้น ตลอดจนสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้เสียและทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการผลักดันการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

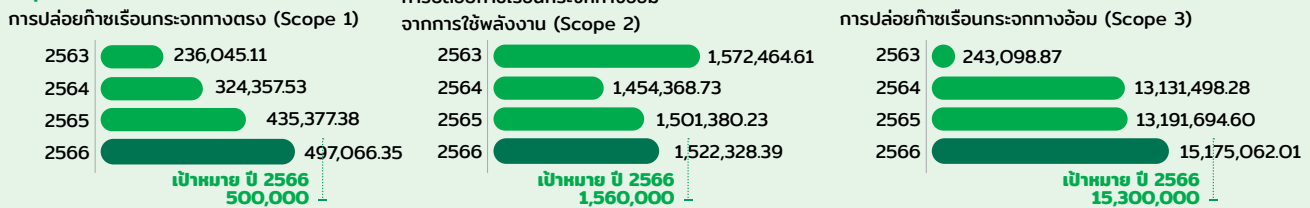
กรอบการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

<p>1 การแสดงเจตจำนง ในการลดผลกระทบต่อทั้งปฏิกิริยาตามกฎหมาย ข้อบังคับ และสอดคล้องเป้าหมายสากล SDGs</p>	<p>4 การดำเนินการ ผ่านโครงการต่าง ๆ ภายใต้กลยุทธ์ “เซเว่น โท กรีน (7 Go Green)” ทั้ง 4 ด้าน</p>
<p>2 การประเมินความเสี่ยงและโอกาส โดยผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ทั้งในระดับ Top-down และ Bottom-up Management โดยใช้กรอบการประเมิน TCFD</p>	<p>5 การประเมินและติดตามวัดผล ติดตามความคืบหน้าเทียบเป้าหมาย รวมถึงวิเคราะห์ แนวทางปรับปรุงผลดำเนินการโดยคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนทุกไตรมาส</p>
<p>3 การกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และกลยุทธ์ ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมีการบริหารความเสี่ยงของห่วงโซ่คุณค่าของการดำเนินธุรกิจ</p>	<p>6 สื่อสารผู้มีส่วนได้เสีย ถึงกลยุทธ์การดำเนินการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียและความคืบหน้า</p>

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

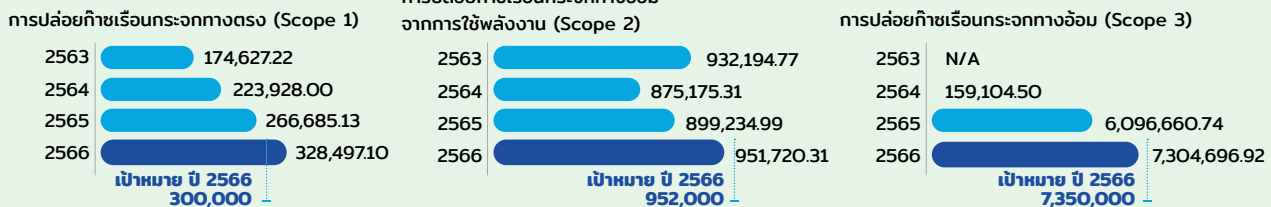
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) จำแนกตามขอบเขต

กลุ่ม ซีพี ออลล์



หมายเหตุ: ครอบคลุมธุรกิจค้าส่ง-แม่ค้า และค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค-Target

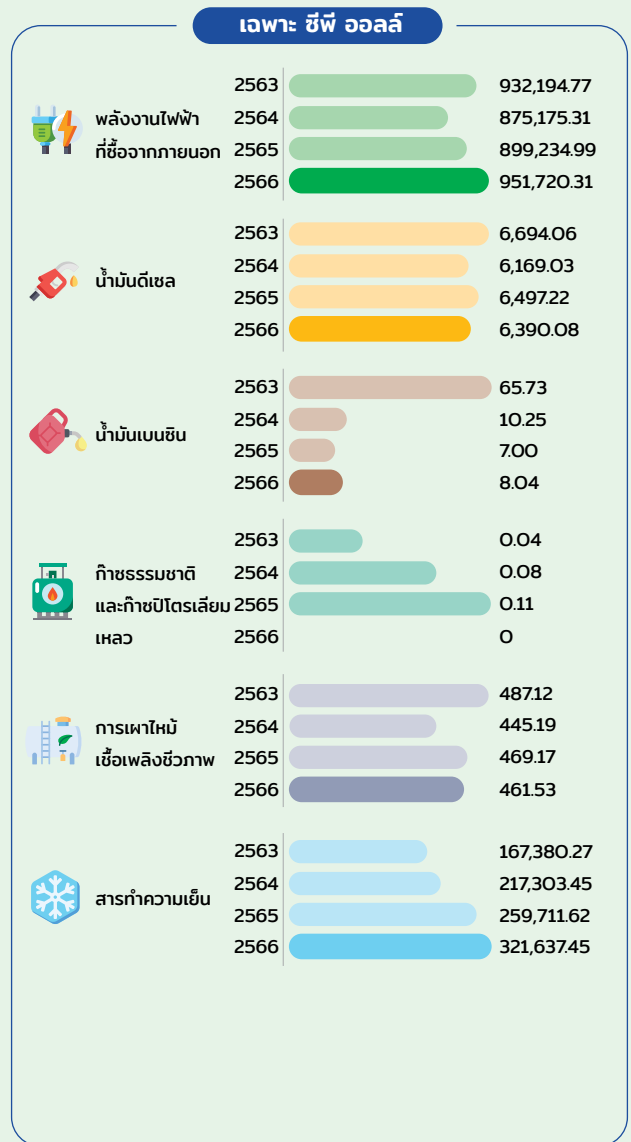
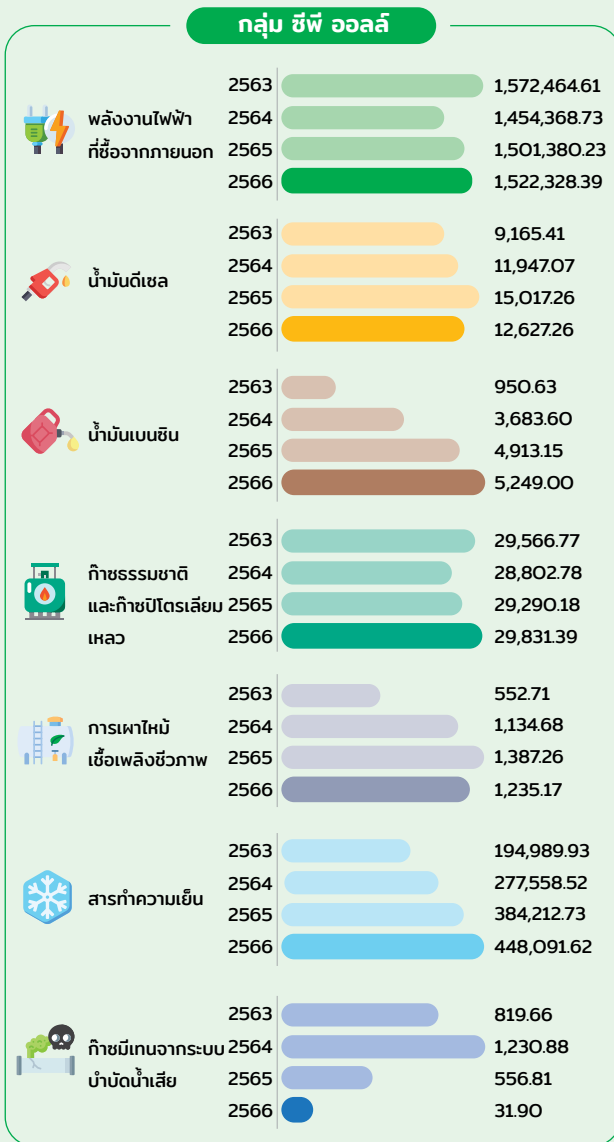
เฉพาะ ซีพี ออลล์



หมายเหตุ: ขอบเขตของข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เฉพาะธุรกิจร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ครอบคลุมกิจกรรมของ ร้าน 7-Eleven, ศูนย์กระจายสินค้าและสำนักงาน

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) จำแนกตามแหล่งกำเนิด



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) จำแนกตามการซื้อพลังงาน การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 2)

Location-based:

ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เป้าหมาย ปี 2566 1,630,000.00

Data Coverage (as % of Denominator)

ร้อยละของรายได้



Market-based:

ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



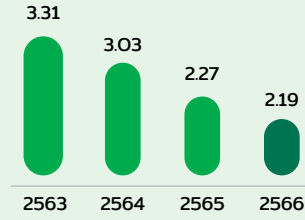
เป้าหมาย ปี 2566 1,560,000.00

Data Coverage (as % of Denominator):

ร้อยละของรายได้

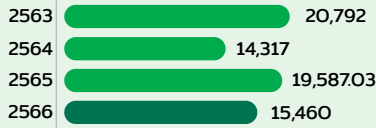


ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อหน่วยรายได้ (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท)

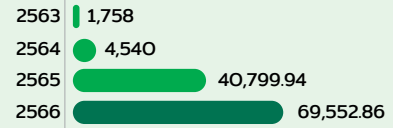


ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

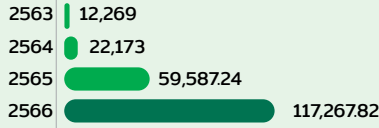
เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน



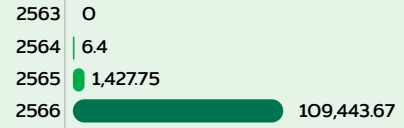
ปรับปรุงระบบทำความเย็นและใช้สารทำความเย็นเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



การใช้พลังงานหมุนเวียน



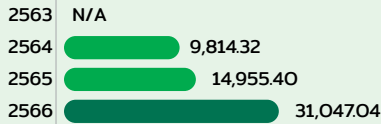
การใช้อยานยนต์ไฟฟ้าในระบบขนส่ง



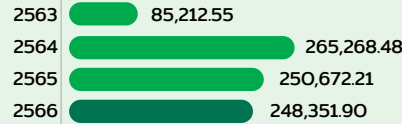
หมายเหตุ: การใช้พลังงานหมุนเวียน ประกอบด้วย การใช้พลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ การใช้พลังงานความร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ และการใช้พลังงานความร้อนใต้พิภพ

ปริมาณการดูดกลับ ลด และชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

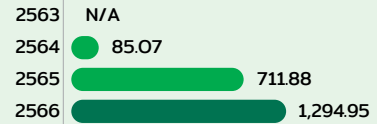
การดูดกลับจากการปลูกต้นไม้



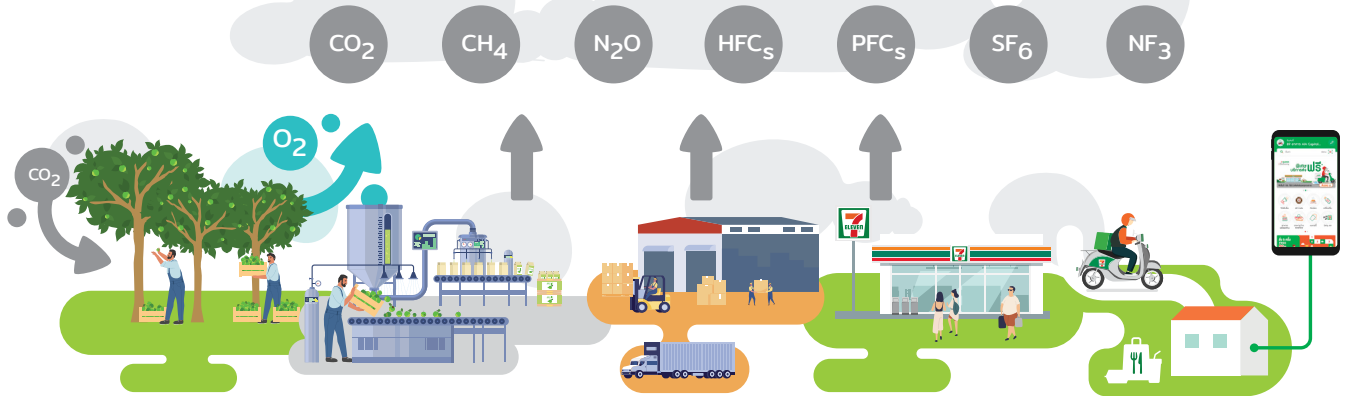
การลดจากกิจกรรมการลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง



การลดจากการบริจาคอาหารส่วนเกิน



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) จำแนกตามหมวดหมู่



กิจกรรมต้นน้ำ						
การซื้อสินค้าและบริการ	สินค้าทุน	การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าต้นน้ำ	กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน	การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ	การเดินทางเพื่อธุรกิจ	การเดินทางของพนักงาน
13,964,445.28	36,591.80	205,168.47	345,694.47	99,349.12	1,355.88	400,005.84
ร้อยละ 91.95	ร้อยละ 0.24	ร้อยละ 1.35	ร้อยละ 2.28	ร้อยละ 0.65	ร้อยละ 0.01	ร้อยละ 2.63

กิจกรรมปลายน้ำ		
การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าปลายน้ำ	การใช้งานของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย	การจัดการซากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย
81,390.99	41,060.17	11,141.53
ร้อยละ 0.54	ร้อยละ 0.27	ร้อยละ 0.07

ระบบการจัดการสำหรับกิจกรรมการลือบบีและการเข้าร่วมสมาชิกสมาคมการค้า และการมีส่วนร่วมในนโยบายสาธารณะ: ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เพื่อให้เป็นไปตามกรอบการดำเนินงานการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศขององค์กร บริษัทเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network: TCNN) เพื่อขับเคลื่อนและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนระหว่าง ภาคเอกชน ภาครัฐ และส่วนท้องถิ่น ก่อตั้งโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization)) ซึ่งมีพันธกิจในการส่งเสริมโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อขับเคลื่อนสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ สอดคล้องกับ เป้าหมายความตกลงปารีส หรือ Paris Agreement โดยมีเป้าหมายการพัฒนา ดังนี้

- ส่งเสริมและสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ ด้านแนวทางการศึกษา ความเป็นไปได้ในการดำเนินการและการประกาศเป้าหมาย ความเป็นกลางทางคาร์บอนในระดับองค์กร
- ส่งเสริมกิจกรรมและโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สร้างคุณค่าจากคาร์บอนเครดิตในระดับประเทศ
- สนับสนุนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เงินทุน และประโยชน์ต่าง ๆ

ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาให้ความร่วมมือและคำแนะนำด้านการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศขององค์กรได้ โดยเดือนมกราคม พ.ศ. 2566 เครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย ได้จัด

การประชุมสมาชิกและอนุกรรมการครั้งแรก เพื่อหารือกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานของเครือข่าย รวมถึงการสนับสนุนนโยบายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอกการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งในการประชุมครั้งนั้นบริษัทได้ร่วมเสนอข้อคิดเห็นและให้ความสนใจในหัวข้อต่าง ๆ อีกทั้งสนับสนุนกิจกรรมจากสมาคมอย่างต่อเนื่อง

บริษัทและผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลนโยบายความยั่งยืนของบริษัทจะติดตามการขับเคลื่อนตามพันธกิจของเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บริษัทรับทราบความเคลื่อนไหว รวมถึงมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและขับเคลื่อนวาระด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับประเทศ รวมถึงปรับเปลี่ยนนโยบายขององค์กรให้สอดคล้องกับนโยบายระดับประเทศ

นอกจากนี้ บริษัทยังเข้าร่วมเป็นหนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้งสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (GCNT) มุ่งบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืน รวมถึงเป้าหมายการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ โดยบริษัทร่วมกับสมาคมผลิตภัณฑ์ความมั่งคั่งของภาคเอกชนและภาคประชาสังคม รวมถึงร่วมแลกเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติที่ดีในการมุ่งสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์อีกด้วย

การประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทมุ่งมั่นในการรับมือความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่อาจเกิดขึ้น โดยกำหนดให้มีคณะประเมินความเสี่ยงองค์กร ทำหน้าที่ประเมินปัจจัยความเสี่ยงและผลกระทบ รวมถึงโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ผลประเมินจะได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล ทั้งนี้ บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ ตามกรอบการรายงานของคณะทำงานเปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosure: TCFD) ตลอดจนจัดทำแผนงานด้านความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ

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




ในปี 2566 บริษัทได้ระบุความเสี่ยงและโอกาส ทั้งในเชิงกายภาพ (Physical Risks) และเชิงการเปลี่ยนแปลง (Transition Risks) ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่สำคัญ รวมถึงมาตรการการรับมือโดยสังเขป ดังนี้

ความเสี่ยงเชิงกายภาพ (Physical Risks)

ความเสี่ยง	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	
 <p>น้ำท่วม</p>	<p>ผลกระทบต่อธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> การหยุดชะงักของกระบวนการผลิตและการให้บริการลูกค้าร้าน 7-Eleven พนักงานที่ร้าน 7-Eleven ประสบภัยน้ำท่วม รายได้ลดลง เนื่องจากจำหน่ายสินค้าในร้าน 7-Eleven ได้น้อยลง 2,177 ล้านบาท สูญเสียโอกาสในการขาย เนื่องจากสินค้าขาดส่งจากศูนย์กระจายสินค้า ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 จากการป้องกันปัญหาน้ำท่วม 	<p>ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> การหยุดชะงักของการขนส่งสินค้าจากคู่ค้ามายังร้าน 7-Eleven ลูกค้าไม่สามารถเข้ามาเลือกซื้อสินค้าที่ 7-Eleven ชุมชนโดยรอบร้าน 7-Eleven ประสบภัยน้ำท่วม
	<p>มาตรการรองรับ</p> <ul style="list-style-type: none"> ขณะเกิดเหตุ (การตอบสนองต่อเหตุการณ์) <ul style="list-style-type: none"> หากเกิดน้ำท่วมบริเวณรอบร้าน 7-Eleven จะต้องดำเนินการเฝ้าระวังน้ำท่วมเข้ามาภายในร้าน พร้อมทั้งขนย้ายอุปกรณ์และสินค้าไปยังพื้นที่ปลอดภัย ตลอดจนรายงานสถานการณ์ต่อศูนย์อำนวยการเผชิญเหตุน้ำท่วม หากเกิดเหตุน้ำท่วมเข้ามาภายในร้าน 7-Eleven จะต้องดำเนินการเปิดเครื่องสูบน้ำเพื่อระบายน้ำออกนอกร้าน และเตรียมอพยพพนักงานไปยังจุดอพยพที่จัดหาอย่างปลอดภัย หากเกิดน้ำท่วมสูงเกิน 30 เซนติเมตร หรือน้ำท่วมฉับพลันภายในร้าน 7-Eleven จะต้องอพยพพนักงานไปยังจุดรวมพลที่กำหนด และจัดการปฐมพยาบาลสำหรับพนักงานที่ได้รับบาดเจ็บ ตลอดจนสนับสนุนอาหาร เครื่องดื่ม และจุดพักพิงชั่วคราวสำหรับพนักงานได้รับผลกระทบ หลังเกิดเหตุ (แผนฟื้นฟูและเยียวยา) <ul style="list-style-type: none"> บริษัทดำเนินการตรวจเช็คอุปกรณ์ และปรับปรุง พื้นที่ร้าน 7-Eleven ที่ได้รับความเสียหาย พร้อมทั้งเยียวยาพนักงานผู้ได้รับผลกระทบ ตลอดจนจัดหาถุงยังชีพให้แก่ผู้ประสบภัยและให้การช่วยเหลือชุมชนโดยรอบ 	

ความเสี่ยง	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	
 <p>ภัยแล้ง/น้ำกร่อย</p>	<p>ผลกระทบต่องูรูกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> การผลิตและคุณภาพของสินค้าลดลง ผลผลิตทางการเกษตรและวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ขาดแคลน ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ที่เกิดจากตะกรันเกาะ 13 ล้านบาท 	<p>ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> ผลผลิตทางการเกษตรและวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ของคู่ค้าลดลง สินค้าจากคู่ค้าไม่ได้คุณภาพและมาตรฐาน ผู้บริโภคอาจเกิดโรคเกี่ยวกับลำไส้จากการบริโภคสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน
	มาตรการรองรับ	
	<ul style="list-style-type: none"> สั่งซื้อถังน้ำสำรอง เพื่อใช้เก็บน้ำสำรองสำหรับใช้ในกระบวนการผลิตน้ำดื่มและน้ำใช้ ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ หรือขาดแคลนน้ำมากกว่า 1 สัปดาห์ สั่งซื้อน้ำใช้ เพื่อสำรองน้ำที่ใช้ในการผลิตเฉพาะเครื่องดื่ม ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบการขาดแคลนน้ำ หรือพบปัญหาคุณภาพน้ำ ติดตั้งระบบ Reverse Osmosis (RO) ในพื้นที่ที่มีน้ำเค็ม เช่น ชายทะเล หรือพื้นที่ที่ใช้น้ำบาดาลที่มีความกระด้างของน้ำสูง เพื่อปรับสภาพน้ำที่ไม่ได้คุณภาพ อาทิ ความเค็ม ความกระด้าง ให้กลับมามีคุณภาพดี ติดตั้งระบบ Air Water เพื่อดึงน้ำในอากาศมาพัฒนาเป็นน้ำที่มีคุณภาพใช้ในร้าน 7-Eleven ในพื้นที่ที่ขาดแคลนน้ำดิบ หรือพื้นที่ที่มีความชื้นสัมพัทธ์สูง 	<ul style="list-style-type: none"> ให้ความรู้และคำแนะนำแก่เกษตรกรเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิต โดยเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญ เริ่มตั้งแต่การปรับปรุงดิน ให้เหมาะกับการเพาะปลูก การดูแลการตัดแต่ง การตัดแยก การวางโรงเรือนที่เหมาะสม ตลอดจนสอนการใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยวางระบบเซนเซอร์ (Sensor) ควบคุมการใช้น้ำอัตโนมัติ การบันทึกข้อมูลออนไลน์ (Online) และการติดตามควบคุมผลผลิต จัดสรรน้ำที่ผ่านการบำบัดและมีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด จากบ่อเก็บน้ำธรรมชาติของโรงงาน ให้กับเกษตรกรรอบโรงงาน เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิต

ความเสี่ยงเชิงการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risks)

ความเสี่ยง	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	
 <p>กฎระเบียบเรื่องพลาสติก</p>	<p>ผลกระทบต่องูรูกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> ความเสี่ยง: ค่าใช้จ่ายในการหาวัสดุทดแทนสูงขึ้น ประมาณ 538 ล้านบาท โอกาส: ส่งเสริมชื่อเสียงด้านการจัดการขยะพลาสติกและบริการที่ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 	<p>ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> โอกาส: ผู้มีส่วนได้เสียให้ความเชื่อมั่นด้านการจัดการขยะพลาสติกของบริษัท โอกาส: ส่งเสริมคู่ค้า ผู้บริโภค และชุมชนในการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ใหม่
	มาตรการรองรับ	
	<p>บริษัทได้เตรียมความพร้อมและดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ (Roadmap) ด้านการจัดการขยะพลาสติกเริ่มตั้งแต่ปี 2561-2573 โดยประยุกต์ใช้กรอบการดำเนินงานของ Extended Producer Responsibility (EPR) เพื่อขับเคลื่อนการลดมลพิษที่เกิดจากพลาสติก ตลอดจนมุ่งสู่การเป็นผู้นำในการลดใช้ถุงพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) ผ่านการดำเนินโครงการกลยุทธ์การบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์และขยะพลาสติกที่ยั่งยืนตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ อาทิ โครงการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีการผลิตและการออกแบบด้วยแนวคิด Eco-design โครงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมการนำกลับมาใช้ใหม่ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โครงการเรียกคืนบรรจุภัณฑ์ (Take-back) โครงการส่งเสริมผู้บริโภค ลด ใช้พลาสติก และโครงการรีไซเคิล</p> <p>(อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน (หน้า 64-81))</p>	

ความเสี่ยง

ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า



การตลาด

ผลกระทบต่อธุรกิจ

- ความเสี่ยง: ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- โอกาส: เกิดนวัตกรรมใหม่ที่เป็นผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ
- เจาะตลาดลูกค้ากลุ่มใหม่
- โอกาส: ช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจ สร้างรายได้และกำไรที่ส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว
- โอกาส: ส่งเสริมชื่อเสียงด้านบริการที่ส่งเสริมการตลาดปล่อยก๊าซเรือนกระจก



ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า

- โอกาส: ผู้มีส่วนได้เสียรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์บริษัทในเชิงบวก
- โอกาส: ส่งเสริมผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

มาตรการรองรับ

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญต่อการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิตสินค้า ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ ไปจนถึงกระบวนการผลิต การขนส่ง การนำไปใช้ และการกำจัดซาก
- ขอกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำของคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization): TGO) เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภค

ความเสี่ยง

ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า



ชื่อเสียง

ผลกระทบต่อธุรกิจ

- ความเสี่ยง: ความต้องการสินค้าและบริการลดลงจากการรับรู้ภาพลักษณ์ของบริษัทในแง่ลบ
- ความเสี่ยง: ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียต่อผลิตภัณฑ์ บริการและแนวทางการดำเนินธุรกิจ อาจส่งผลต่อชื่อเสียงและมูลค่าของแบรนด์



ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า

- โอกาส: ผู้มีส่วนได้เสียรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์บริษัทในเชิงบวก
- โอกาส: ส่งเสริมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้บริโภค

มาตรการรองรับ

- กำหนดนโยบายและเป้าหมายการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- กำหนดกลยุทธ์ “เซเวน โท กรีน (7 Go Green)” และโครงการเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม
- นำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมหรือ Green Marketing มาปรับใช้กับธุรกิจ
- จัดกิจกรรมการตลาดหรือสร้างแคมเปญเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง อาทิ แคมเปญ “แค่ไม่รับ = ปลุกต้นไม้”



กลยุทธ์ เซเว่น โท กรีน (7 Go Green)

กลยุทธ์ เซเว่น โท กรีน (7 Go Green) มีเป้าหมายเพื่อให้ชุมชน สังคม และ ประเทศชาติ มีความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ผ่านการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น การลดการใช้พลังงาน เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน ปรับเปลี่ยนการขนส่ง การกระจายสินค้า และการใช้บรรจุภัณฑ์ ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น รวมถึงการร่วมมือกับผู้บริหาร และชุมชน สร้างจิตสำนึกการอุปโภคบริโภคอย่างยั่งยืน ผ่านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ลด เลิกการใช้ และคัดแยกบรรจุภัณฑ์พลาสติก ส่งผลให้เกิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ชุมชนมีความตระหนักรู้

ด้านสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์ดังกล่าวครอบคลุมร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า ศูนย์จำหน่ายแม่โคร โลตัส และโรงงานผลิต อีกทั้งสื่อสารผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมด้วยความโปร่งใส ไปยังผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง และสามารถตรวจสอบผลการดำเนินงานได้ ผ่านโครงการเปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่าน CDP โดยกลยุทธ์ เซเว่น โท กรีน มี 4 แนวทางริเริ่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้



การบริหารจัดการร้านอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store)

บริษัทมุ่งเป้าบรรลุความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน รวมถึงบูรณาการการใช้พลังงานหมุนเวียนในการออกแบบ การก่อสร้างอาคาร ปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบและอุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ครอบคลุมพื้นที่ดำเนินการร้าน 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โคร โลตัส และโรงงานผลิต ผ่านการดำเนินงาน 4 รูปแบบ ดังนี้



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดการใช้พลังงาน **204,193.82 เมกะวัตต์-ชั่วโมง**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **202,668.31 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **4,713,217 ต้น**



1. เพิ่มประสิทธิภาพ
การจัดการพลังงาน



2. เพิ่มสัดส่วน
การใช้พลังงานหมุนเวียน



3. ปรับปรุงระบบทำความเย็น
และการใช้สารทำความเย็น
ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



4. ปลูกจิตสำนึก ปรับเปลี่ยน
พฤติกรรมของพนักงาน

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ บทประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร หน้า 54-63

การดำเนินงานด้านการขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistics)

บริษัทมุ่งพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าสีเขียว ทั้งในด้านการออกแบบ การปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบและอุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ ในอาคาร ศูนย์กระจายสินค้า การขนส่งและกระจายสินค้าไปยังร้าน 7-Eleven และผู้บริโภคร โดยผ่านการดำเนินงาน 3 รูปแบบ ดังนี้



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดการใช้พลังงาน

15,530.89 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **109,443.67 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **2,545,202 ต้น**



1. เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการพลังงาน



2. เพิ่มสัดส่วนรถไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) ในระบบการขนส่ง และส่งมอบสินค้า 7Delivery



3. ส่งเสริมระบบการขนส่งสีเขียว

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ บทประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร หน้า 54-63

การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging)

แผนการจัดการบรรจุภัณฑ์ของบริษัทครอบคลุมตั้งแต่การออกแบบ การใช้งาน และการจำหน่ายไปยังผู้บริโภค รวมถึงการกำจัดหรือหมุนเวียนนำมาใช้ใหม่ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า และสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติลดห่วงโซ่อุปทาน โดยใช้แนวทางการดำเนินงาน 3 รูปแบบ ดังนี้



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) จากโครงการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร

ร้อยละ 1.84 (993.77 ตัน)

ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Material) **ร้อยละ 4.48 (2,416.60 ตัน)**

ลดปริมาณการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) **ร้อยละ 45.93 (24,784.90 ตัน)**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการลดใช้พลาสติกรวม **390,668.57**

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เก็บกลับไปรีไซเคิล (Recycling Rate)

ร้อยละ 0.16 (88.82 ตัน)

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled Post-consumer Packaging)

ร้อยละ 6.17 (3,327.82 ตัน)



1. ลดการใช้พลาสติก ณ แหล่งกำเนิด



2. ลดและทดแทนการใช้พลาสติก ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ณ ขั้นตอนการบริโภค



3. ลดขยะบรรจุภัณฑ์ทั้งพลาสติกและไม่ใช้พลาสติก หลังการบริโภค

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 64-81

การสร้างจิตสำนึก รักสิ่งแวดล้อม (Green Living)

สร้างความร่วมมือกับลูกค้า ชุมชน NGOs หน่วยงานภาครัฐ องค์กรระดับสากลและท้องถิ่น ดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ และจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน ส่งผลให้ชุมชนได้รับความเป็นอยู่ที่ดีและยั่งยืน โดยมีรูปแบบโครงการ 4 รูปแบบ ดังนี้



1. สร้างจิตสำนึกปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมารชิโก



2. ลดอาหารส่วนเกินอาหารสร้างบุญ



3. ลดขยะ เพิ่มประโยชน์ คัดแยกขยะ รวบรวมส่งต่อไปรีไซเคิล



4. เพิ่มพื้นที่สีเขียว ปกป้อง พันธุ์ระบบนิเวศ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

จุดคัดแยกขยะทุกสาขาทั่วประเทศ

ลดขยะอาหารสู่การฝังกลบ **511.84 ตันต่อปี**

ส่งมอบอาหารส่วนเกิน **2,149,712 มื้ออาหาร** ให้กับ **520 ชุมชน**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

1,294.95 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ปลูกต้นไม้สะสม **722,024 ต้น**

จากโครงการลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทั้งทางบกและทางน้ำ

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ บทการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน หน้า 82-91 บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 64-81 และบทการปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ หน้า 189-199

โครงการต่อเนื่อง พัฒนาและสรรหาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ

บริษัท ซีพีแรม จำกัด และ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญต่อการลดก๊าซเรือนกระจกตลอดกระบวนการผลิตสินค้า โดยดำเนินการประเมินการปล่อยและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากการผลิตผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การได้มาของวัตถุดิบ จนเข้าสู่กระบวนการผลิต การขนส่ง การนำไปใช้ และการกำจัดซาก พร้อมทั้งดำเนินการขอรับรองการขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

โดยในปี 2566 บริษัทดำเนินการขึ้นทะเบียนรับรองฉลากสินค้าคาร์บอน (Carbon Footprint Product Label) จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ขนมจีบกุ้ง ขนมจีบปู ข้าวผัดคะน้าปลาเค็ม ข้าวผัดผัดหน่อไม้ไก่ ข้าวกะเพราหมู และข้าวกะเพราหมูสัริตี้ และดำเนินการขึ้นทะเบียนฉลากลดการปล่อยคาร์บอน (Carbon Footprint Reduction Label) จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ขนมจีบปู และข้าวกะเพราหมู สร้างยอดขายกว่า 304 ล้านบาท

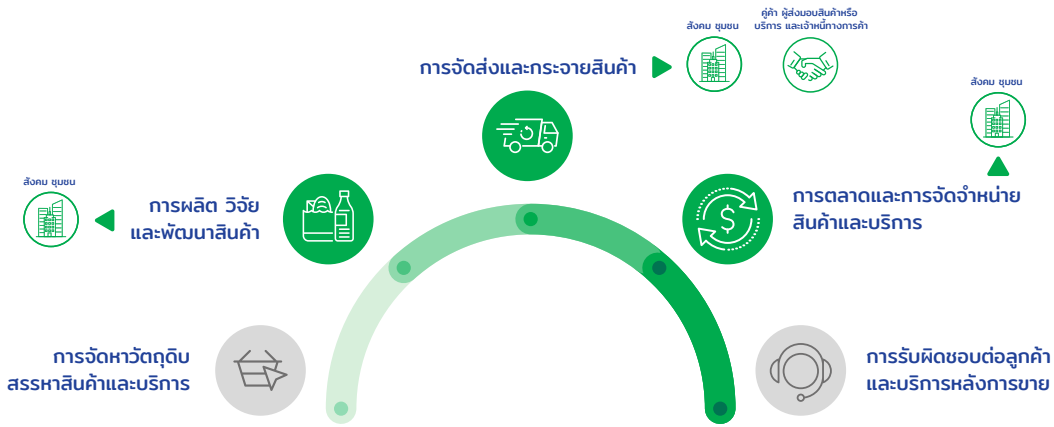




ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- 

6.3 ยกระดับคุณภาพน้ำโดยลดมลพิษ ขจัดสารเคมีและวัสดุอันตราย ลดสัดส่วนน้ำเสียที่ไม่ผ่านกระบวนการลงครั้งหนึ่งและเพิ่มการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่
- 

6.4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในทุกภาคส่วนและสร้างหลักประกันว่าจะมีการใช้น้ำ และจัดหาน้ำที่ยั่งยืน เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำและลดจำนวนประชาชนที่ประสบความทุกข์จากการขาดแคลนน้ำ
- 

7.2 เพิ่มสัดส่วนของพลังงานทดแทนในการผสมผสานการใช้พลังงานของโลก

7.3 เพิ่มอัตราการปรับปรุง ประสิทธิภาพการใช้พลังงานของโลกให้เพิ่มขึ้น
- 

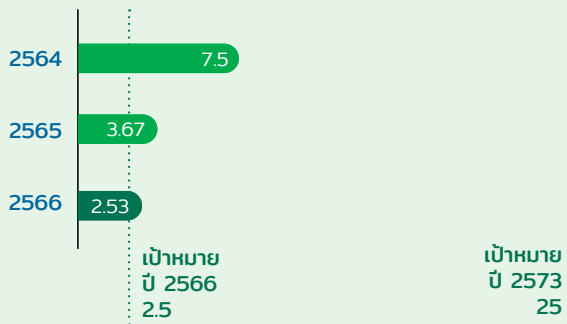
12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
- 

13.1 เสริมภูมิคุ้มกันและขีดความสามารถในการปรับตัวต่ออันตรายและภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศในทุกประเทศ


เป้าหมาย ปี 2573

ควบคุมการเติบโตการใช้พลังงานรวมสุทธิ (Final Energy) ให้ลดลงเปรียบเทียบกับกรณีปกติ (Business as Usual: BAU)
ร้อยละ 25

ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: ร้อยละ)

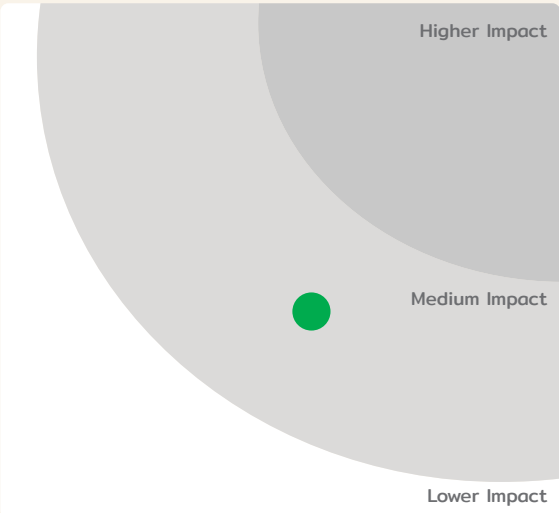


ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

 <p>ลดการใช้พลังงาน 218,847.71 เมกะวัตต์-ชั่วโมง</p>	 <p>ปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียนเปรียบเทียบกับ การใช้พลังงานทั้งหมด ร้อยละ 8.48 (1,216,251.55 กิกะจูล)</p>	 <p>ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ 311,724.35 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า จากการดำเนินโครงการกลยุทธ์</p>
 <p>ความเข้มข้นการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ 8.07 ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท</p>	 <p>การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำต่อปริมาณน้ำ ที่นำมาใช้ทั้งหมด ร้อยละ 0.04</p>	 <p>ประเมินความเสี่ยงพื้นที่ที่มี "ความเครียดน้ำ" ของ บริษัทและคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 กลุ่มสินค้าเกษตร ร้อยละ 100</p>

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

 <p>โครงการใช้รถไฟฟ้า (EV) ในกระบวนการขนส่งสินค้าและ ส่งมอบสินค้าแบบเดลิเวอรี่</p>	 <p>โครงการต่อเนื่องการผลิต ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ชนิดติดตั้งบนหลังคา (Solar PV Rooftop)</p>	 <p>โครงการอนุรักษ์น้ำ</p>	 <p>โครงการสร้างการมีส่วนร่วม กับคู่ค้าและพนักงานในการลด ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม</p>	 <p>โครงการต่อเนื่องประเมิน ความเสี่ยงพื้นที่ที่มี "ความเครียดน้ำ" ของบริษัท และคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 กลุ่มสินค้าเกษตร</p>
---	---	---	--	--



Impact Materiality

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ "ทวิสารัตถภาพ" (Double Materiality Matrix) ประเด็นประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร

มิติด้านความยั่งยืน

- มิติด้านสิ่งแวดล้อม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ

Medium Impact	ประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการ (Enablers): ประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัท ควรประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการ เพื่อการพัฒนาและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ ในอนาคต
----------------------	---

ความเสี่ยงและโอกาส

วิกฤตพลังงานจากความขัดแย้งระหว่างรัสเซีย-ยูเครน เป็นหนึ่งในสาเหตุความผันผวนของพลังงาน และภาวะขาดแคลนพลังงานในตลาดโลก จากวิกฤตดังกล่าวส่งผลให้แนวโน้มการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพเปลี่ยนไป ทั่วโลกได้ประกาศแผนลดการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล และเร่งการเปลี่ยนผ่านการใช้พลังงานไปสู่พลังงานสะอาดและพลังงานหมุนเวียน การเปลี่ยนแปลงแนวโน้มการใช้พลังงานดังกล่าวสอดคล้องกับแนวทางการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับโลก อีกทั้งอุณหภูมิโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดสภาวะขาดแคลนทรัพยากรน้ำ ภัยแล้ง ซึ่งคุกคามต่อสิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะในด้านสุขภาพและการดำรงชีวิตจากภาวะขาดแคลนอาหารและน้ำที่สะอาด

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เตรียมพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยดำเนินการตามนโยบายการบริหารจัดการพลังงานอย่างยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง มุ่งมั่นพัฒนาพลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม พลังงานความร้อนใต้พิภพ พลังงานชีวมวล รวมไปถึงการใช้รถยนต์ขนส่งพลังงานไฟฟ้า เป็นต้น อีกทั้งบริษัทยังให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการน้ำซึ่งเป็นการทรัพยากรสำคัญต่อการดำรงชีวิตและการดำเนินธุรกิจ และสามารถเป็นแหล่งพลังงานหมุนเวียนที่สำคัญในอนาคต

บริษัทมุ่งเพิ่มสัดส่วนและพัฒนาพลังงานหมุนเวียน เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ และบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงการละเมิดสิทธิชุมชน ในการเข้าถึงน้ำที่สะอาด ตลอดจนสนับสนุนโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำอนุรักษ์น้ำ ควบคู่ไปกับการตั้งเป้าหมายการลดการใช้พลังงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างต่อเนื่อง เพื่อติดตามผลการใช้พลังงานและลดความรุนแรงของผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาล และเศรษฐกิจ รวมไปถึงสิทธิมนุษยชน

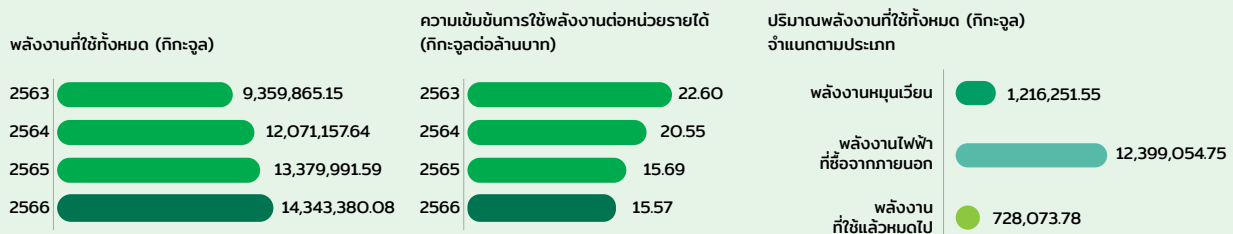
แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทดำเนินงานตามเป้าหมายเชิงรุกภายใต้กลยุทธ์ “เซเว่น โท กรีน (7 Go Green)” อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยกระดับการบริหารจัดการลดการใช้พลังงาน (ISO 14001) และดำเนินโครงการภายใต้กลยุทธ์ 7 Go Green ได้แก่ การบริหารจัดการร้านที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store) การขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistics) การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging) และการปลูกจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Living)

นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินงานด้านการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน โดยจัดการความเสี่ยงด้านการขาดแคลนทรัพยากรน้ำ การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ และใช้ชีวมวลรวมกับการส่งเสริมให้พนักงานและชุมชนโดยรอบตระหนักถึงการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังประเมินความเสี่ยงด้านน้ำของกลุ่มลูกค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1) โดยติดตามและจัดทำแผนที่ความเสี่ยงพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำ (Water Stress) และวิเคราะห์สัดส่วนสินค้าเกษตรกรรมของกลุ่มลูกค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1) ที่มาจากพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำ (Water Stress) เพื่อประเมินและดำเนินการลดผลกระทบจากความเสี่ยงด้านการจัดการน้ำและการจัดหาสินค้าเกษตรกรรมจากลูกค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1)

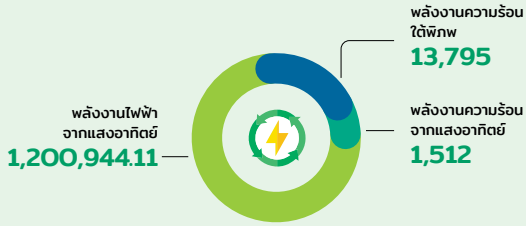
อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ผันผวนของราคาพลังงาน ภาวะขาดแคลนพลังงานในตลาดโลก และความไม่มั่นคงของเสถียรภาพทางการเมืองระดับโลก ทำให้ภาพรวมราคาพลังงานในประเทศไทยปรับเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อดัชนีทุนและผลตอบแทนการผลิตของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น บริษัทได้ลดการใช้พลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน เพิ่มอัตราส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน พัฒนาเทคโนโลยีด้านพลังงานสะอาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและเพิ่มขีดความสามารถการดำเนินธุรกิจ ควบคู่ไปกับการพัฒนาองค์กรให้ยั่งยืนต่อไป

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566



สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

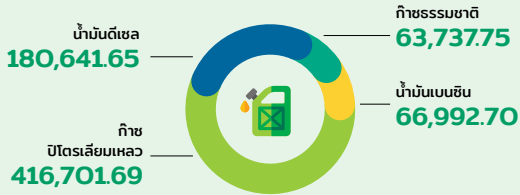
ปริมาณพลังงานหมุนเวียน (กิกะจูล) จำแนกตามประเภท



ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก (กิกะจูล) จำแนกตามแหล่งที่มา



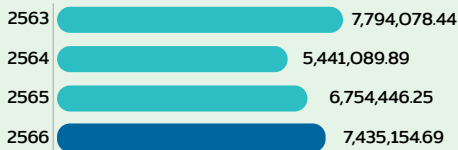
ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป (กิกะจูล)



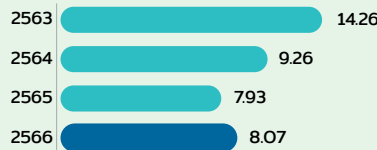
ความครอบคลุมของการรายงานข้อมูลปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด (ร้อยละ*)



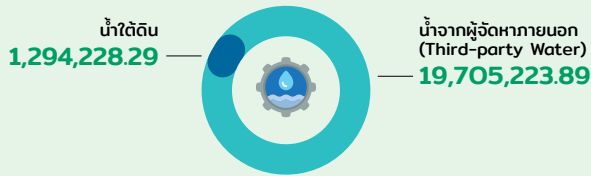
ปริมาณการใช้น้ำสุกรี (ลูกบาศก์เมตร)



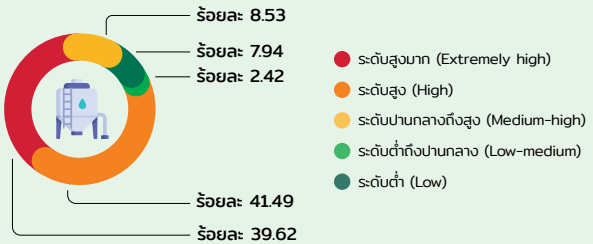
ความเข้มข้นการใช้น้ำสุกรีต่อหน่วยรายได้ (ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท)



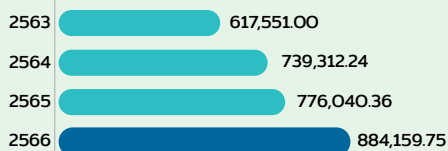
ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด (ลูกบาศก์เมตร) จำแนกตามแหล่งที่มา



ปริมาณการใช้น้ำของบริษัในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำ (Water Stress)

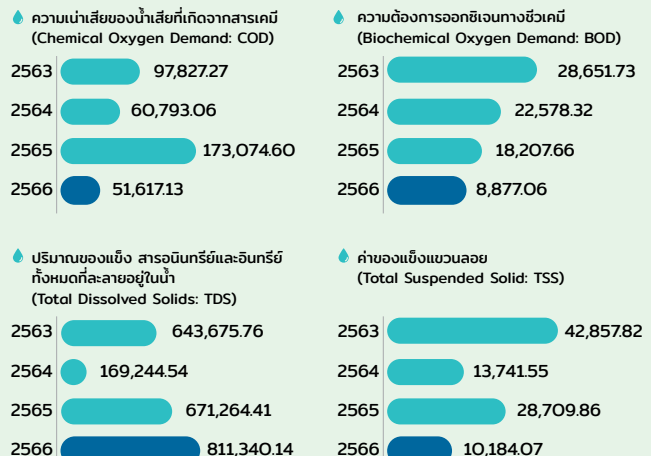


ปริมาณน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด* (ลูกบาศก์เมตร)



หมายเหตุ: ปริมาณน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด* เป็นการตรวจวัดตามที่กฎหมายกำหนดและมีขอบเขตข้อมูลเฉพาะบริษัท ซีพีแรม จำกัด

คุณภาพน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด (กิโลกรัม)



หมายเหตุ: ปริมาณน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด* เป็นการตรวจวัดตามที่กฎหมายกำหนดและมีขอบเขตข้อมูลเฉพาะบริษัท ซีพีแรม จำกัด

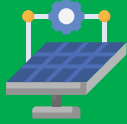


การบริหารจัดการร้านที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store)

บริษัทดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม เซเว่น โท กรีน (7 Go Green) ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่าอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ตลอดจนการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน ส่งผลให้บริษัทสามารถลดต้นทุนด้านพลังงาน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ โดยโครงการที่สนับสนุนกลยุทธ์ Green Store ในปี 2566 แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบการดำเนินงาน ดังนี้



เพิ่มประสิทธิภาพ
การจัดการพลังงาน



เพิ่มสัดส่วนการใช้
พลังงานหมุนเวียน



ปรับปรุงระบบทำความเย็น
และใช้สารทำความเย็น
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ปลูกจิตสำนึก
ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม
ของพนักงาน

ภาพรวมการดำเนินงาน

พื้นที่ดำเนินการ

ผลการดำเนินการ ปี 2566

เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการพลังงาน

ทดแทนหลอดไฟชนิดเก่าเป็นหลอดไฟแอลอีดี (LED) ซึ่งมีประสิทธิภาพสูง ทนทาน ปลอดภัย อายุการใช้งานยาวนาน ประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา

พัฒนาอุปกรณ์ไมโครเวฟเป็นระบบ Inverter 2, เครื่อง 713

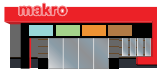
ทดแทนหลอดไฟชนิดเก่าเป็นหลอดไฟแอลอีดี (LED)

ใช้เครื่องปรับแรงดันอัตโนมัติ (Automatic Voltage Regulator: AVR) เพื่อปรับลดแรงดันไฟฟ้าจากแหล่งจ่ายไฟฟ้าให้อยู่ในค่าที่เหมาะสมและคงที่ ทำให้สามารถประหยัดพลังงานจากความเสี่ยงทางไฟฟ้าที่ระดับแรงดันเกินความจำเป็น

ร้าน 7-Eleven



ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร



ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส



ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส และ
โลตัส โทเฟรส



เปลี่ยนหลอดไฟแอลอีดี (LED) **1,196 สาขา**
ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **2.59 ล้านบาทต่อปี**
ลดการใช้ไฟฟ้า **457 เมกะวัตต์-ชั่วโมง**
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
228 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ลดการใช้ไฟฟ้า **3,880 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี**
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
1,715 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ลดการใช้พลังงาน **2,328 เมกะวัตต์-ชั่วโมง**
จากโครงการลดปริมาณการใช้พลังงาน
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **1,163 ตัน**
คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เปลี่ยนหลอดไฟแอลอีดี (LED) **46 สาขา**
ลดการใช้ไฟฟ้ารวม **2,163 เมกะวัตต์-ชั่วโมง**
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
1,146 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ติดตั้งเครื่องปรับแรงดันไฟฟ้าอัตโนมัติ **598 สาขา**
ลดการใช้ไฟฟ้ารวม **15,458 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี**
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
8,193 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ภาพรวมการดำเนินงาน

ติดตั้งระบบจัดการพลังงาน (Building Energy Management System: BEMS) เป็นระบบการจัดการเปิด-ปิดเครื่องจักรหลักในอาคาร เพื่อประหยัดและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน พร้อมทั้งตรวจสอบความผิดปกติการใช้พลังงานจากมิเตอร์ไฟฟ้าย่อยและอุปกรณ์ตรวจจับ (Sensor) รวมถึงจัดเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และประเมินการจัดการพลังงานของอาคาร

ใช้ระบบควบคุมอัตโนมัติ (Building Automation System: BAS) ในอาคาร ควบคุมการบริหารการใช้พลังงาน เก็บข้อมูล และประเมินผลการทำงานของระบบไฟฟ้าให้ใช้พลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พื้นที่ดำเนินการ




ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส และ โลตัส ไทเพรส



สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตอีอีซี อาคาร SKY BRIGHT CENTER



ผลการดำเนินการ ปี 2566

-  ติดตั้งระบบจัดการพลังงาน **446 สาขา**
-  ลดการใช้ไฟฟ้ารวม **5,689 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี**
-  ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **3,015 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**




 ใช้พลังงานไฟฟ้า **587 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี**

เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคา




ร้าน 7-Eleven



-  ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป **2,671 สาขา**
-  ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป **62,944 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี**
-  ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **27,821 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**




ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร



-  ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป **115 สาขา**
-  ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป **39,502 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี**
-  ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **37,046 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**




ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส และ ศูนย์กระจายสินค้า



-  ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป **138 สาขา** (ไฮเปอร์มาร์เก็ต 3 สาขา และมีซูเปอร์มาร์เก็ต 135 สาขา)
-  ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป **8,185 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี**
-  ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **4,338 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

โรงงานผลิต ซีพีแรม



-  ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป **7 สาขา**
-  ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป **7,360 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี**
-  ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **3,678.97 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

- เครื่องทำน้ำร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell Heater)
- เทคโนโลยีทำน้ำแสงอาทิตย์ (Solar Tube) ภายในอาคารสำนักงานใหญ่

ศูนย์จำหน่ายสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า และ สำนักงานใหญ่แม็คโคร






-  ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **44,165 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

พลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์ (Solar Water Tube) เพื่อใช้ในกระบวนการต้มน้ำและระบบทำน้ำร้อน

โรงงานผลิต ซีพีแรม (ลาดกระบัง)



-  ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า **90 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี**
-  ลดการใช้ก๊าซธรรมชาติได้ **1,608 ล้านบีทียู (MMBtu) ต่อปี**
-  ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **45 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

ภาพรวมการดำเนินงาน

นำพลังงานความร้อนจากน้ำร้อนใต้ดินมาใช้ล้างอุปกรณ์ในกระบวนการผลิต ซึ่งสามารถใช้ทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้าในขั้นตอนการอุ่นน้ำได้

พื้นที่ดำเนินการ

โรงงานผลิต ซีพีแรม (ลาดหลุมแก้ว)



ผลการดำเนินการ ปี 2566

ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า **346.88 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **173.41 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

ปรับปรุงระบบทำความเย็นและใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- ติดตั้งเครื่องปรับอากาศแขวน (Air Ceiling) ที่ได้รับรองฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ระดับ 3 ดาว จาก กฟผ. และใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม R32 จำนวน 2,474 เครื่อง
- ติดตั้งเครื่องปรับอากาศฝังฝ้า (Air Cassette) ที่ได้รับรองฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ระดับ 3 ดาว จาก กฟผ. และใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม R32 จำนวน 4,318 เครื่อง
- ปรับปรุงระบบทำความเย็นของตู้แช่เย็น (Open Showcase) เป็นแบบรวมศูนย์ 2 เครื่องต่อคอยล์ร้อน 1 เครื่อง และปรับปรุงความเป็นฉนวนของอุปกรณ์ 5,400 ระบบ (System)
- โครงการประหยัดพลังงาน ปรับค่าพารามิเตอร์อุปกรณ์ให้เหมาะสมกับการจัดเก็บสินค้าในสถานการณ์ปัจจุบัน (Set Point Reduction) 10,771 เครื่อง

ร้าน 7-Eleven



ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **301.79 ล้านบาทต่อปี**

ลดการใช้ไฟฟ้า **53,320 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **23,567 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

ใช้สารทำความเย็นคาร์บอนต่ำ ใช้สารทำความเย็นที่มีค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ เช่น R290, R-448A

ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร



ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **41,549.06 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

เปลี่ยนเครื่องปรับอากาศแบบ แยกส่วน (AC Split Type Fixed Speed) เป็นเครื่องปรับอากาศประสิทธิภาพสูง (Variable Refrigerant Flow: VRF, SEER = 18) ลดการทำงานของเครื่องตามสภาวะโหลดอุณหภูมิ

ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส และ โลตัส โทเพรส



ซูเปอร์มาร์เก็ต **39 สาขา** เปลี่ยนเครื่องปรับอากาศ VRF ประสิทธิภาพสูง

ลดการใช้ไฟฟ้ารวม **3,334.58 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **1,767 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

ใช้สารทำความเย็น Solstice N40 (R-448A) ใช้พลังงานน้อยกว่าถึงร้อยละ 64 มีค่า GWP อยู่ที่ 1,273 และไม่ติดไฟ มีค่า GWP ต่ำสุด

597 สาขา

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **2,669.80 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

ปลูกจิตสำนึก ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงาน

จัดฝึกอบรมเรื่อง “แนวทางการประหยัดพลังงานร้าน 7-Eleven” สำหรับพนักงานที่เตรียมปรับขึ้นตำแหน่งผู้จัดการเขต

ร้าน 7-Eleven



พนักงานที่ผ่านการอบรมจำนวน **45 ราย**

จัดกิจกรรมรณรงค์การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในระดับกลุ่มสาขา เพื่อกระตุ้นพนักงานให้เกิดการตระหนักถึงการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส และ โลตัส โทเพรส






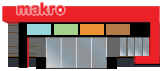


จำนวนพนักงานระดับผู้จัดการสาขาโลตัส โทเพรส และ ช่างอาคารเข้าร่วมโครงการมากกว่า **2,600 ราย**

ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า **877 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี** เปรียบเทียบก่อนเข้าร่วมโครงการ โดยลดลง **ร้อยละ 0.5**



การขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistics)

ในปี 2566 บริษัทดำเนินงานการขนส่งและการกระจายสินค้าภายใต้กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม เซเวน โก กรีน (7 Go Green) เพื่อพัฒนาระบบขนส่งให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การดำเนินการหลัก คือ การจัดการพลังงานและลดการใช้เชื้อเพลิงในการจัดการ การขนส่งเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยมีโครงการที่สนับสนุนกลยุทธ์ ดังนี้

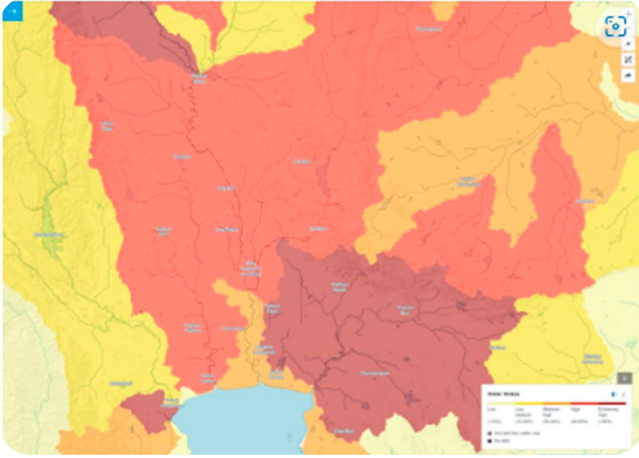
ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลการดำเนินการ ปี 2566
เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการพลังงาน		
<p>ทดแทนหลอดไฟชนิดเก่าเป็นหลอดไฟแอลอีดี (LED)</p>	<p>อาคารศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven</p> 	<ul style="list-style-type: none"> เปลี่ยนเป็นหลอดไฟแอลอีดี (LED) 20 ศูนย์กระจายสินค้า ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน 28 ล้านบาทต่อปี ลดการใช้ไฟฟ้า 7,172 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 3,443 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน		
<p>ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคา</p>	<p>อาคารศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป 20 ศูนย์กระจายสินค้า ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป 8,359 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 3,694 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
เพิ่มสัดส่วนการใช้รถบรรทุก EV สำหรับการขนส่ง และรถจักรยานยนต์ EV สำหรับส่งมอบสินค้าแบบเดลิเวอรี่		
<p>โครงการทดลองรถบรรทุก 4 ล้อ พลังงานไฟฟ้าเต็มรูปแบบ (EV: Electric Vehicle) สำหรับขนส่งสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังร้าน 7-Eleven ขยายเพิ่มในพื้นที่จังหวัดบางบัวทอง จำนวน 120 สาขา</p>	<p>ศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven คลังบางบัวทอง</p> 	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนรถบรรทุก 4 ล้อ พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด 14 คัน ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 20,653.74 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
<p>ปรับเปลี่ยนเป็นรถยกชนิดไฟฟ้า (Forklift) ขนส่งสินค้าด้วยพลังงานไฟฟ้าและไฮโดรเจน</p>	<p>ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 80,632.93 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
<p>ใช้รถจักรยานยนต์พลังงานไฟฟ้า แบบ 2 ล้อ และ 4 ล้อ ร้อยละ 100 (EV Bike) สำหรับส่งสินค้าบริการเซเวนเดลิเวอรี่ (7Delivery) ติดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้า (ต่อเนื่อง) บริเวณพื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven</p>	<p>ร้าน 7-Eleven</p> 	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าทั้งหมด 1,749 คัน ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1,020 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า สถานีชาร์จรถไฟฟ้า 22 สถานี
ส่งเสริมระบบการขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		
<p>ขยายผลการปรับเปลี่ยนขนาดรถขนส่งทุกศูนย์กระจายสินค้าให้บรรจุได้มากขึ้นต่อเที่ยว จากรถบรรทุก 4 ล้อ เป็นรถบรรทุกขนาดจัมโบ้ ซึ่งสามารถบรรจุได้มากขึ้นร้อยละ 30 ต่อเที่ยว</p> <p> รวมไปถึงใช้โปรแกรมจัดเส้นทางขนส่งให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดระยะทางขนส่งต่อเที่ยวและประหยัดเชื้อเพลิง เรียกว่า Territory Planner (TP)</p>	<p>ศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ลดระยะทางการขนส่งได้ ร้อยละ 33.4



การจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน

บริษัทบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบจากการขาดแคลนน้ำ อีกทั้งส่งเสริมการดำรงอยู่ของระบบนิเวศ ตลอดจนติดตามความเสี่ยงด้านการจัดการน้ำของคู่ค้าที่สำคัญอย่างเป็นระบบ เช่น การติดตามแหล่งที่มา และปริมาณสินค้าเกษตรกรรมจากคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1) ที่อยู่ในพื้นที่ที่มี "ความเครียดน้ำ" (Water Stress) เป็นต้น

การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำลดห่วงโซ่อุปทาน



บริษัทใช้น้ำประปาเป็นหลักในการดำเนินธุรกิจทั่วประเทศ อาทิ ใช้ในกระบวนการผลิต งานซักล้าง งานดูแลความสะอาด นอกจากนี้ ยังมีการใช้น้ำบาดาลในบางพื้นที่ที่มีการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซีพีแรม จำกัดและบริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนน้ำในพื้นที่ชุมชนรอบข้าง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทได้ดำเนินการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการประเมินความเสี่ยงพื้นที่ที่มี "ความเครียดน้ำ" (Water Stress) ด้วยเครื่องมือ Aqueduct ของ World Resource Institute ครอบคลุมทุกพื้นที่การดำเนินธุรกิจ จากผลการประเมินความเสี่ยงพบว่าร้อยละ 39.62 ของพื้นที่ดำเนินการบริษัท อยู่ในพื้นที่ ที่มีความเสี่ยงระดับสูงมาก (Extremely High)

บริษัทเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมอบหมายคณะทำงานด้านการบริหารจัดการน้ำเพื่อทำหน้าที่จัดทำแผนลดการใช้น้ำ พร้อมทั้งดำเนินโครงการต่าง ๆ ในพื้นที่ดำเนินธุรกิจทั่วประเทศ เพื่อสนับสนุนการลดการใช้น้ำอย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงพื้นที่ที่มี "ความเครียดน้ำ" สำหรับคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1) จำนวน 115 ราย ด้วยเครื่องมือ Aqueduct ซึ่งเป็นการประเมินความเสี่ยงแบบเจาะจงพื้นที่ จากผลการประเมินพบว่า คู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1) จำนวน 34 ราย ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มี "ความเครียดน้ำ" ระดับสูงมาก

พร้อมทั้งมีการติดตามและประเมินความเสี่ยงสำหรับคู่ค้ากลุ่มดังกล่าวอยู่เป็นประจำ เช่น ติดตามแหล่งที่มาของสินค้าเกษตรกรรมในพื้นที่ขาดแคลนน้ำ เป็นต้น อีกทั้งบริษัทได้ร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อดำเนินงานลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำและระบบนิเวศอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามกฎหมาย โดยร่วมมือกับหน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนลดความเสี่ยงด้านน้ำ ตลอดจนฟื้นฟู และพัฒนาแหล่งน้ำในพื้นที่ชุมชนเพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งกับชุมชนในปัจจุบัน บริษัทได้รับความร่วมมือกับคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 ที่มีความเสี่ยงสูงด้าน "ความเครียดน้ำ" ดำเนินการลดความเสี่ยงและผลกระทบด้านน้ำอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 100

สินค้าเกษตรกรรมจากคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1) ในพื้นที่ที่มี "ความเครียดน้ำ" (Agricultural Commodities from Water-stressed Areas)

 น้ำมันปาล์ม (Palm Oil)	ร้อยละ: 0.00
 ข้าว (Rice)	ร้อยละ: 46.21
 น้ำตาล (Sugar)	ร้อยละ: 10.82



โปรแกรมด้านการอนุรักษ์น้ำ

บริษัทนำแนวปฏิบัติด้านการจัดการน้ำที่ยั่งยืนมาใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เช่น การบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดการหมุนเวียนน้ำเสียให้กลับมาใช้ใหม่ได้ เป็นต้น ซึ่งสามารถลดการปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะและธรรมชาติผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

โครงการนำน้ำทิ้งจากเครื่องปรับอากาศกลับมาใช้ใหม่ ศูนย์กระจายสินค้าสุวรรณภูมิ

ติดตั้งถังเก็บน้ำทิ้งจากเครื่องปรับอากาศบริเวณโรงอาหาร เพื่อนำน้ำทิ้งหมุนเวียนไปใช้ประโยชน์ เช่น รดน้ำต้นไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถประหยัดการใช้น้ำได้มากกว่า 36 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ บริษัท ซีพีแรม จำกัด โรงงานลาดหลุมแก้ว

นำน้ำใต้ดินซึ่งมีอุณหภูมิสูงตามธรรมชาติมาใช้ชำระล้างอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อลดการใช้ไฟฟ้าเพื่ออุ่นน้ำ นอกจากนี้ ยังบำบัดน้ำจากกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพดีกว่าน้ำทิ้งทั่วไปตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างสมบูรณ์ เช่น การนำไปใช้เป็นน้ำดับ ในระบบระบายความร้อนหอผึ่งเย็น ใช้รดน้ำต้นไม้และชำระล้างบริเวณพื้นลดการใช้น้ำประปาในกระบวนการผลิตลง 1,090,902 ลูกบาศก์เมตร ลดการใช้ไฟฟ้าในระบบลง 346,880 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี และสามารถนำน้ำทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์ 674,835 ลูกบาศก์เมตร

โครงการรักษาน้ำ รักษาคัด บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน)



ติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อนำน้ำทิ้งกลับมาใช้ใหม่สำหรับรดน้ำต้นไม้ผ่านระบบอัตโนมัติภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า ซึ่งช่วยสานต่อความสำเร็จของโครงการเสริมศักยภาพในการบริหารจัดการน้ำ “รักษาน้ำ รักษาคัด” อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2561 ถึงปัจจุบัน จำนวนศูนย์จำหน่ายสินค้าที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 72 สาขา สามารถลดปริมาณน้ำประปาที่ดึงมาใช้ 93,960-104,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี รวมถึงช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

โครงการนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดมาใช้รดน้ำต้นไม้ ศูนย์กระจายสินค้าบางบัวทอง และศูนย์กระจายสินค้าบุรีรัมย์

นำน้ำเสียที่ผ่านกระบวนการบำบัดที่ได้มาตรฐานมาใช้ประโยชน์ เช่น ใช้ในระบบรดน้ำต้นไม้อัตโนมัติแบบสปริงเกอร์ ภายในศูนย์กระจายสินค้า เป็นต้น ซึ่งสามารถลดการใช้น้ำบาดาลได้ 150 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน

โครงการนำน้ำจากบึงที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ใหม่ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตฉีชี อาคาร SKY BRIGHT CENTER โรงอาหาร อาคาร MEP

นำน้ำจากบึงที่ผ่านกระบวนการบำบัดที่ได้มาตรฐานมาใช้ประโยชน์ เช่น ใช้ในชักโครก ปัสสาวะ และรดน้ำต้นไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถลดการใช้น้ำประปาได้ 8.6 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน

โครงการป็นน้ำใสให้ชาวบนา บริษัท ซีพีแรม จำกัด โรงงานลำพูน

บริษัทได้ขออนุญาตระบายน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิตที่ผ่านการบำบัดตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากโรงงาน ตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมให้กับเกษตรกรที่มีพื้นที่ทำนาใกล้เคียง เพื่อให้เกษตรกรโดยรอบได้ใช้น้ำทำนา และสามารถทำนาออกฤดูได้ ทั้งนี้ โครงการสามารถลดการดึงน้ำจากแหล่งน้ำชุมชนได้กว่า 100,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรมากกว่า 120,500 บาท ต่อคนต่อปี

โครงการรณาคมน้ำใต้ดิน บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน)



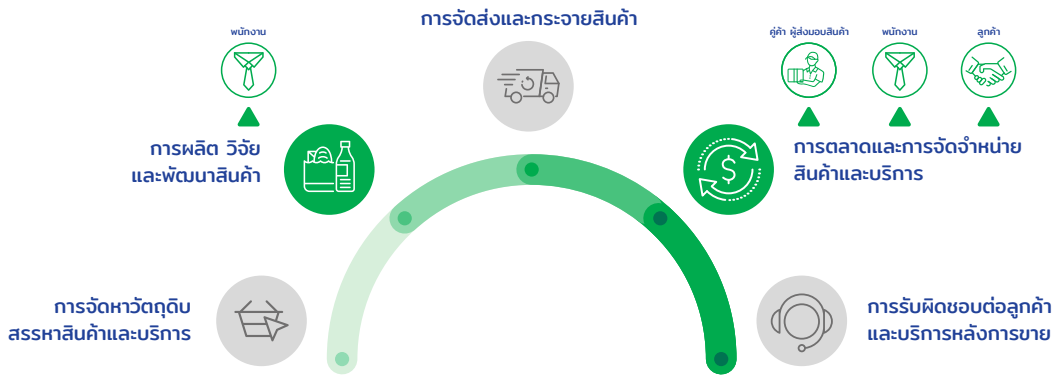
บริษัทนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมากักเก็บไว้ใช้ยามจำเป็นและผันน้ำส่วนเกินไปยังพื้นที่ที่จัดสรรลงสู่พื้นดิน เพื่อลดการใช้น้ำและใช้ประโยชน์สำหรับการเพาะปลูก โดยโครงการสามารถลดผลกระทบจากสภาวะขาดแคลนน้ำ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน โดยบริษัทมีแผนที่จะขยายผลโครงการต้นแบบนี้ไปสู่สาขาอื่น ๆ ในอนาคตต่อไป ในปี 2566 ปริมาณน้ำที่บำบัดได้กว่า 36 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน และผันลงสู่รณาคมน้ำใต้ดินกว่า 16 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน ลดค่าใช้จ่ายได้กว่า 77,760 บาทต่อปี และลดเวลาในการใช้แรงงานคนสำหรับการรดน้ำคิดเป็น 720 ชั่วโมงต่อปี



การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



8.4 พัฒนาความมีประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรของโลกในการบริโภคและการผลิต และพยายามที่จะตัดความเชื่อมโยงระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม



12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
12.5 ลดการผลิตของเสียโดยการป้องกัน การลด การแปรรูป เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำมาใช้ซ้ำ

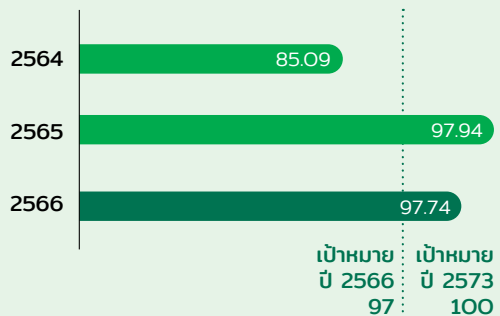
เป้าหมาย ปี 2573

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ

ร้อยละ 100

สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในประเทศไทย ภายในปี 2568 สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในต่างประเทศ ภายในปี 2573

ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: ร้อยละ)

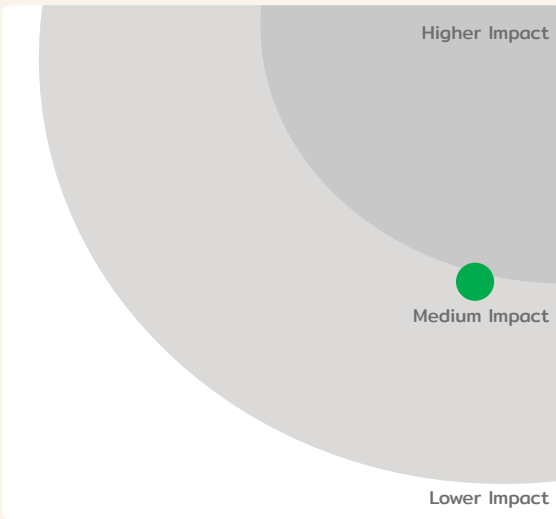


ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

 <p>ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) จากโครงการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร</p> <p>ร้อยละ 1.84 (993.77 ตัน)</p> <p>ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Material)</p> <p>ร้อยละ 4.48 (2,416.60 ตัน)</p>	 <p>ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการผลิตพลาสติกรวม</p> <p>390,668.57 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า</p>	 <p>ปริมาณบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เก็บกลับไปรีไซเคิล (Recycling Rate)</p> <p>ร้อยละ 0.16 (88.82 ตัน)</p> <p>บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled Post-consumer Packaging)</p> <p>ร้อยละ 6.17 (3,327.82 ตัน)</p>
--	---	---

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

 <p>โปรแกรมการวิจัย ออกแบบ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco-design) สำหรับสินค้าในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ร่วมกับคู่ค้า</p>	 <p>โปรแกรมยกเลิกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการรีไซเคิล</p>	 <p>โปรแกรมลดการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic)</p>	 <p>โปรแกรมการเรียกกลับบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภค</p>	 <p>โปรแกรมการนำบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภคกลับมาใช้ใหม่</p>
--	--	---	---	---



Financial Materiality

Higher Impact

Medium Impact

Lower Impact

Impact Materiality

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “กวีสารัตถภาพ” (Double Materiality Matrix) ประเด็นการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

มิติด้านความยั่งยืน	ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ
<ul style="list-style-type: none"> ● มิติด้านสิ่งแวดล้อม 	<p>Medium Impact ประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการ (Enablers): ประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัท ควรประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการ เพื่อการพัฒนา และปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจในอนาคต</p>

ความเสี่ยงและโอกาส

บรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มสินค้าอุปโภคและบริโภคเกินความจำเป็น (Over Packaging) เพื่อรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ป้องกันผลิตภัณฑ์ชำรุดในกระบวนการขนส่ง ส่งเสริมทางด้านการตลาดและสร้างความสะดวกในการจัดจำหน่าย ล้วนเป็นแหล่งกำเนิดขยะจำนวนมาก โดยเฉพาะขยะบรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติก และยังเพิ่มปริมาณสูงชันอย่างต่อเนื่องจากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และบริการขนส่งในปัจจุบัน ซึ่งผลกระทบคาดว่าขยะพลาสติกถูกทิ้งและตกค้างอยู่ในสิ่งแวดล้อม สร้างมลภาวะทั้งทางบกทางน้ำ และทางอากาศ ทำให้ความสมดุลของระบบนิเวศลดลง อีกทั้งยังก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์ ด้วยเหตุนี้ประเด็นบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนเป็นหนึ่งในเกณฑ์ของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อหรือสนับสนุนผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นประเด็นที่สำคัญและสร้างความท้าทายให้แก่ทุกกลุ่มอุตสาหกรรมทั่วโลก โดยเฉพาะธุรกิจด้านการจำหน่ายสินค้ารูปแบบค้าปลีกและค้าส่ง ที่หน่วยงานกลุ่มวิจัยและพัฒนาของบริษัทต้องมีการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ที่คิดค้นนวัตกรรมและวัสดุทางเลือก ตั้งแต่กระบวนการออกแบบ การผลิต และการจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพ สามารถดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่สอดคล้องกันและกันตลอดห่วงโซ่คุณค่า และมั่นใจว่าบรรจุภัณฑ์ทางเลือก (Alternative Packaging Solutions) จะไม่ก่อให้เกิดปัญหาในประเด็นอื่นตามมา เช่น บรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่รีไซเคิลได้ดีแต่มิ่มีน้ำหนักมาก ส่งผลต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการขนส่งเพิ่มขึ้นหรือบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่มีน้ำหนักเบา ลดการใช้ทรัพยากรและต้นทุน แต่มีความยุ่งยากในกระบวนการรีไซเคิล รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องภายใต้การบริหารต้นทุนที่เหมาะสมร่วมกับคู่ค้า เป็นต้น เพื่อส่งต่อบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัย คงไว้ซึ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ไม่สร้างผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานในกระบวนการผลิต ตลอดจนลูกค้าที่มีความใกล้ชิดและสัมผัสกับบรรจุภัณฑ์โดยตรง

ดังนั้น การบริหารจัดการนวัตกรรมและกระบวนการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ดีจึงเป็นแรงผลักดันที่สำคัญ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดจำหน่ายสินค้าและผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทติดตามกฎหมาย ข้อบังคับ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์ อาทิ การห้ามใช้บรรจุภัณฑ์บางประเภทในการห่อหุ้มและขนส่งผลิตภัณฑ์ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างครบวงจร พร้อมรับมือกับความท้าทาย มุ่งสู่การเป็นองค์กรชั้นนำผ่านการกำหนดนโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน มีแนวทางการดำเนินงานครอบคลุมด้านการออกแบบและการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ในผลิตภัณฑ์ควบคุมของบริษัท (Private Brand) ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วมาใช้ซ้ำ (Reusable Packaging) บรรจุภัณฑ์ที่นำไปรีไซเคิลได้ (Recyclable Packaging) การเลือกใช้วัสดุทางเลือกที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (Compostable Material Packaging) และบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Material Packaging) รวมถึงเป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ เป็นต้น

บริษัทให้ความสำคัญกับกระบวนการเก็บข้อมูล ตรวจสอบการปฏิบัติงาน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เป็นฐานข้อมูล สำหรับทบทวนนโยบาย กำหนดแผนการดำเนินงานในอนาคต เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการดำเนินงานด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์ของบริษัทมีประสิทธิภาพ ลดการเกิดขยะบรรจุภัณฑ์ให้ได้น้อยที่สุด ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดสีเขียวได้ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล





อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [นโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน](#)

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566





การลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ในบรรจุภัณฑ์

การลดใช้พลาสติกจากการออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ (หน่วย: ตัน)

2563		420 (ร้อยละ 171)
2564		400.45 (ร้อยละ 124)
2565		613.85 (ร้อยละ 128)
2566		993.77 (ร้อยละ 184)

เป้าหมาย ปี 2566: 541

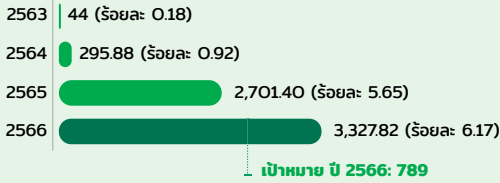
การลดปริมาณพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (หน่วย: ตัน)

2563		10,869.38 (2,964 ล้านชิ้น)
2564		26,405.15 (5,659 ล้านชิ้น)
2565		24,695.81 (5,191 ล้านชิ้น)
2566		24,784.90 (5,163 ล้านชิ้น)

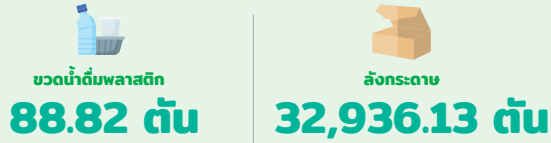
เป้าหมาย ปี 2566: 22,820
(4,700 ล้านชิ้น)

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

การนำบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภคกลับมาใช้ใหม่ (หน่วย: ตัน)



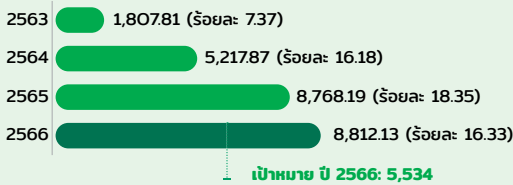
รายการบรรจุภัณฑ์ที่เรียกคืน (หน่วย: ตัน)



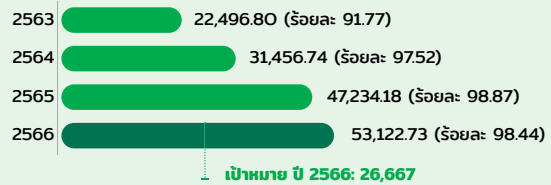
*แนวทางหรือวิธีการเก็บข้อมูล อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ โครงการ Recycling Station และจุดคืนชีพ หน้า 75-76 โครงการ "รักษ์โลก-ขวดเปล่าไม่ให้สูญเปล่า" หน้า 80-81

การใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

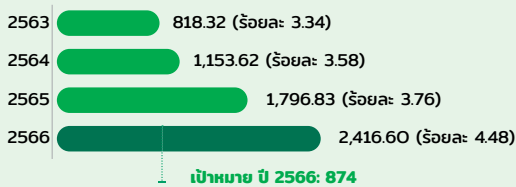
ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำมาใช้ซ้ำได้ (หน่วย: ตัน)



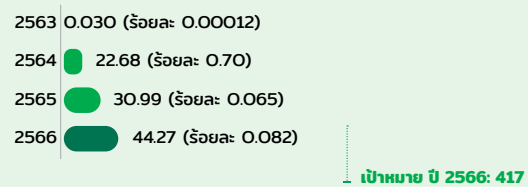
ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่รีไซเคิลได้ (หน่วย: ตัน)



ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (หน่วย: ตัน)

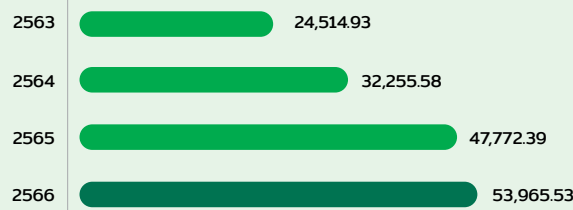


ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ (หน่วย: ตัน)

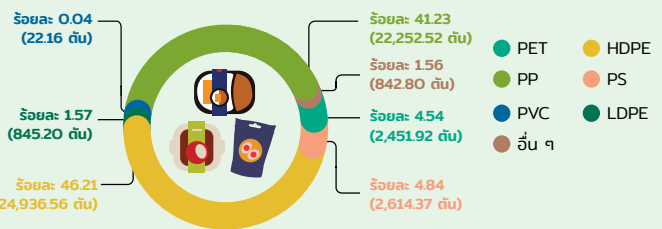


การใช้บรรจุภัณฑ์

ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกรวมทั้งหมด (หน่วย: ตัน)



ร้อยละของการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก จำแนกตามประเภท



ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเฉลี่ยต่อสาขา (หน่วย: ตัน)



ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช่พลาสติก


ประเภท	ปริมาณน้ำหนักที่ใช้ทั้งหมด (ตัน)	นำมาใช้ใหม่ และ/หรือ ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)	เป้าหมาย ปี 2566 (ร้อยละ)
ไม้ กระดาษ	6,816.72	65	65
โลหะ (เหล็ก อะลูมิเนียม)	750	100	100
แก้ว	277.36	100	100

โครงการที่สำคัญปี 2566

แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

บริษัทมีการบริหารจัดการขยะตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มุ่งลดปริมาณขยะพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเข้ากระบวนการฝังกลบให้น้อยที่สุด บรรจุภัณฑ์พลาสติกของสินค้าที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) จึงมีการบริหารจัดการให้สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reusable) นำมาใช้ใหม่ (Recycle) หรือสามารถสลายตัวตามธรรมชาติได้ (Compostable) โดยดำเนินการภายใต้ 3 มาตรการหลัก “Reduce-Reuse-Recycle (3R)” ดังนี้


1



ลดการใช้พลาสติก ณ แหล่งกำเนิด

ประกาศใช้นโยบาย “บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน” กำหนดทิศทางกรอบการดำเนินงาน กลยุทธ์แผนงานและตัววัดส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน ศึกษาบรรจุภัณฑ์ทางเลือกใหม่ รวมถึงส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม


2



ลดและทดแทนการใช้พลาสติก ณ ขั้นตอนการบริโภค

ริเริ่มโครงการกลยุทธ์ลดการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use) พร้อมทั้งริเริ่มแคมเปญเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของลูกค้า สิ่งคม ชุมนวม

3



จัดการขยะบรรจุภัณฑ์ ภายหลังการบริโภค

ริเริ่มโครงการกลยุทธ์นำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ ตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยการสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเปิดเผยข้อมูลปริมาณและชนิดของพลาสติกที่ใช้ การลดการใช้ การนำกลับมาใช้ใหม่ การใช้ซ้ำ และการกำจัดพลาสติก ผ่านรายงานความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอทุกปี

บริษัทมีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบตามมาตรการด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน โดยมีการตรวจวัดและจัดเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานในทุกชั้นตอนอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ เช่น ปริมาณการลดลงของบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ปริมาณการลดลงของขยะบรรจุภัณฑ์แยกตามประเภท ปริมาณการลดลงของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น ผ่านการดำเนินโครงการต่าง ๆ ในปี 2566 ดังนี้



1. การลดการใช้พลาสติก ณ แหล่งกำเนิด

การออกแบบ วิจัย และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco-design) ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) จากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) สำหรับสินค้าในการควบคุมของบริษัท (Private Brand)

โครงการต่อเนื่อง ลดความหนาของพลาสติก

ร่วมกับคู่ค้าออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความหนาที่เหมาะสมกับการใช้งาน

ถุงกล้วยหอมทอง	สินค้าแช่แข็ง ถาด 2 หลุม 7-Fresh	ถาดสลัดอีม์คัม	ถาดอาหาร (Food Place)
			
<p>ซีพี ออลล์ ลดความหนาพลาสติกจาก 30 ไมครอน เหลือ 25 ไมครอน รวม 29.85 ตัน</p>	<p>ซีพี ออลล์ พัฒนาเม็ดพลาสติก และลดความหนาพลาสติก จาก 0.92 มิลลิเมตร เหลือ 0.82 มิลลิเมตร รวม 34.07 ตัน</p>	<p>ซีพี ออลล์ ลดความหนาพลาสติกจาก 0.5 มิลลิเมตร เหลือ 0.4 มิลลิเมตร รวม 7740 ตัน</p>	<p>ซีพี ออลล์ ลดความหนาพลาสติกจาก 0.6 มิลลิเมตร เหลือ 0.5 มิลลิเมตร รวม 16.54 ตัน</p>
สติ๊กเกอร์สำหรับสินค้าแช่แข็ง	ม้วนฟิล์มสินค้าอุ่นร้อน	★ ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ	
		<p>ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) 164.14 ตัน</p> <p>ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 301.96 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า</p> <p>เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น 7,022 ต้น</p>	
<p>ซีพี ออลล์ ลดความหนาสติ๊กเกอร์สำหรับสินค้าแช่แข็ง จาก 90 ไมครอน เหลือ 80 ไมครอน รวม 5.39 ตัน</p>	<p>ซีพีแรม ลดความหนาพลาสติกจาก 60 ไมครอน เหลือ 40 ไมครอน</p>		

โครงการต่อเนื่อง ยกเลิกหรือทดแทนการใช้สติกเกอร์

อาหารไทยแช่เย็น*



ซีพีแรม พัฒนานวัตกรรมฟิล์มลามิเนต ฟิล์มปิดผนึกพิมพ์ลายที่สามารถพิมพ์ลายลงบนฟิล์มทดแทนการใช้สติกเกอร์

*ผลิตภัณฑ์ข้าวกระเพาะ หมูสับ ข้าวกระเพาะ ไข่ดาว ข้าวพะแนงหมู ไช้เจียว ข้าวผัดปู ผัดซีอิ้วหมู

ถ้วยข้าวสวย



ซีพี ออลล์ พัฒนาถ้วยข้าวสวย พิมพ์ลายด้านข้างทดแทนการใช้สติกเกอร์ รวม **33.73 ตัน**



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้พลาสติก **54.25 ตัน**
ลดปริมาณการใช้สติกเกอร์ **110 ล้านชิ้น**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **100.33 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **2,333 ต้น**

โครงการต่อเนื่อง ร่วมมือกับคู่ค้าปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์

กล่องครึ่งอ้อม ถาด 1 หลุม



ซีพี ออลล์ ใช้ฟิล์มปิดฝาถาด (Top Seal) แทนฝาพลาสติกที่ติดสติกเกอร์ด้านบน ลดการใช้พลาสติก รวม **93.88 ตัน**

ถาด 2 หลุม Top Seal



ซีพี ออลล์ ออกแบบใหม่ ใช้ฟิล์มปิดฝาถาด (Top Seal) แทนฝาพลาสติกที่ติดสติกเกอร์ด้านบน ลดการใช้พลาสติก **5.78 กรัมต่อชิ้น** รวม **21.85 ตัน**

ซองกระดาษขนมอบปังปัง



ซีพี ออลล์ ลดการใช้กระดาษเคลือบ PE เป็นกระดาษ Grease Proof ลดการใช้พลาสติก **11.61 ตัน**

ถ้วยกับข้าว 21 ออนซ์



ซีพี ออลล์ เปลี่ยนสูตรพลาสติกในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ลดใช้พลาสติก **2.70 กรัมต่อชิ้น** รวม **25.99 ตัน**

ถ้วยขนมอบทานเย็น



ซีพี ออลล์ ออกแบบ Design ใหม่ ลดน้ำหนักพลาสติก **0.70 กรัมต่อชิ้น** รวม **2.24 ตัน**

แก้วน้ำแข็ง 22 ออนซ์



ซีพี ออลล์ เปลี่ยนกระบวนการผลิตจาก Injection เป็น Thermoform และเปลี่ยนวัสดุ จาก PP เป็น PET ลดการใช้พลาสติก **7.50 กรัมต่อชิ้น** รวม **107.30 ตัน**

ช้อนสั้น New Design



ซีพี ออลล์ ออกแบบ Design ใหม่ ลดน้ำหนักพลาสติก **0.28 กรัมต่อชิ้น** รวม **57.41 ตัน**

ถาดพลาสติก



ซีพีแรมพัฒนาบรรจุภัณฑ์กระดาษคาร์พท์ที่ปราศจากสารเคมีหรือสิ่งปนเปื้อน มีความปลอดภัยสูง สามารถใช้เป็นภาชนะใส่อาหารได้อย่างปลอดภัย ทดแทนการใช้ถาดพลาสติก ลดการใช้พลาสติก **7.09 กรัมต่อชิ้น**

ถาดใส่เนื้อสัตว์เรอโรโบฟอร์ม



โด้ส ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ใช้พลาสติกน้อยลง และใช้วัสดุที่ง่ายต่อการรีไซเคิล ลดการใช้พลาสติกกว่า **400 ตันต่อปี**



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) **731.36 ตัน**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **626.29 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **14,565 ต้น**

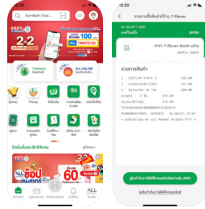
โครงการต่อเนื่อง ลดการใช้กระดาษ

แก้วกระดาษ



ซีพี ออลล์ ลดแถมกระดาษเครื่องดื่ม เย็น กลุ่มสินค้า Non All Café ได้แก่ เครื่องดื่มกัฟ (Gulp) เครื่องดื่มปั่น เป็นเกล็ดสเลอปี (Slurpee) และ เครื่องดื่มแบบกด (Jet Spray) รวม **132.63 ตัน**

ใบเสร็จสินค้า



ซีพี ออลล์ เปลี่ยนใบเสร็จกระดาษ เป็นสลิปอิเล็กทรอนิกส์

กล่องแซนด์วิชขบร้อน



ซีพี ออลล์ เปลี่ยนจากกระดาษ Artcard เป็นกระดาษ Greaseproof รวม **763.40 ตัน**

★ ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้กระดาษ
1,647.88 ตัน

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

7,006.96 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น
162,953 ต้น

โครงการต่อเนื่อง เลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์จากแหล่งที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน

ซองกระดาษขนมปังบิง



ซีพี ออลล์ ใช้กระดาษ Greaseproof ที่ได้รับการรับรองจากองค์กร Program for the Endorsement of Forest Certification Scheme (PEFC) รวม **58.07 ตัน**

ซองแซนด์วิชขบร้อน



ซีพี ออลล์ ใช้กระดาษ Greaseproof ที่ได้รับการรับรองจากองค์กร Program for the Endorsement of Forest Certification Scheme (PEFC) รวม **374.62 ตัน**

ซองกระดาษหุ้มหลอด



ซีพี ออลล์ ใช้กระดาษที่ได้รับการรับรองจากองค์กร Forest Stewardship Council (FSC) รวม **326.51 ตัน**

กระดาษใบเสร็จร้าน 7-Eleven



ซีพี ออลล์ เลือกใช้กระดาษที่มาจากแหล่งป่าปลูกทดแทน ที่ได้รับการตรวจสอบและรับรองจากองค์กร Forest Stewardship Council (FSC)

กระดาษรองหลังสติ๊กเกอร์



ซีพีแรม เลือกใช้กระดาษที่มาจากแหล่งป่าปลูกทดแทน ที่ได้รับการตรวจสอบและรับรองจากองค์กร Forest Stewardship Council (FSC)

★ ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ใช้กระดาษจากแหล่งที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน
2,235.69 ตัน

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **1,050.77 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **24,437 ต้น**

โครงการต่อเนื่อง เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้ซ้ำ (Reusable Packaging)

ถุงก้นทาน



ซีพี ออลล์ ออกแบบให้มีความทนทาน สามารถนำมาใช้ซ้ำได้

กล่องลูกฟูกที่ใช้ในโรงงาน



ซีพีแรม นำกล่องลูกฟูกที่ใช้ในโรงงานกลับมาใช้ซ้ำ

ถุงคืนชีพ



โลตัสออกแบบถุงพลาสติกแบบใช้ซ้ำได้หลายครั้ง

★ ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้พลาสติก **17,900.13 ตัน**

ลดการใช้กระดาษได้ **213.40 ตัน**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **129,955.46 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **3,022,220 ต้น**

โครงการต่อเนื่อง วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ (Compostable Packaging)

แก้วรักษ์โลก



ซีพี ออลล์ เลือกใช้กระดาษเคลือบพอลิบิวทิลีนซัคซิเนต (Polybutylene Succinate: PBS) สำหรับเครื่องดื่มร้อน เย็น ในร้าน 7-Eleven สาขาพื้นที่เกาะ สถานศึกษา และสำนักงาน จำนวน 1,200 สาขา
รวม **303.43 ตัน**

ตะเกียบไม้



ซีพี ออลล์ เลือกใช้ตะเกียบไม้สลายตัวได้ทางชีวภาพ
รวม **12.47 ตัน**

ไม้คนกานแพ



ซีพี ออลล์ ทดแทนพลาสติกคนกานแพด้วยไม้คนกานแพสลายตัวได้ทางชีวภาพ
รวม **1.48 ตัน**

ไม้เสียบลูกชิ้น



ซีพี ออลล์ เลือกใช้ไม้เสียบลูกชิ้นสลายตัวได้ทางชีวภาพ
รวม **330.37 ตัน**

★ ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ใช้วัสดุที่สามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ **647.75 ตัน**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **137.51 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **3,198 ต้น**

โครงการต่อเนื่อง บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Material)

ถุงหูหิ้วที่ใช้ในร้าน 7-Eleven



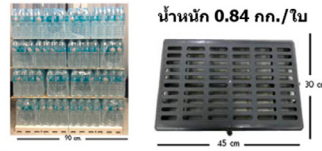
มีวัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 30

ถุงขยะที่ใช้ในสำนักงาน และศูนย์กระจายสินค้า



มีวัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 100

พาเลทวางน้ำในร้าน 7-Eleven



มีวัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 100

กล่องกระดาษลูกฟูก ซีพีแรม



มีวัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 90-100

★ ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ **2,483.48 ตัน**

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **296,465 ต้น**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **12,747.99 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

โครงการยกเลิกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ยากต่อการรีไซเคิลในสินค้าแบรนด์โลตัส (Lotus's Brand)

โลตัสกำหนดเป้าหมายในการยกเลิกวัสดุที่ยากต่อการรีไซเคิล ในสินค้าแบรนด์โลตัส (Own Brand) ทั้งหมด ภายในปี พ.ศ. 2573 เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในปี พ.ศ. 2566 โลตัสสามารถลดการใช้บรรจุภัณฑ์ ที่ผลิตจากเม็ดพลาสติกใหม่ได้ถึง 35.7 ตัน นอกจากนี้ โลตัสยังตระหนักถึงความสำคัญของการสนับสนุนพฤติกรรมผู้บริโภคให้คิดแยกขยะ เพื่อให้ระบบปิดของบรรจุภัณฑ์ (Closed-loop Packaging System) และการบริหารจัดการขยะจากบรรจุภัณฑ์นั้น เป็นไปอย่างครบวงจร รวมถึงยังมุ่งสร้างการตระหนักรู้และความเข้าใจให้แก่ชุมชน ส่งเสริมการรีไซเคิล ผ่านการขยายจุดรับขยะบรรจุภัณฑ์ สำหรับการรีไซเคิลที่สาขาทั่วประเทศ





2. ลดและทดแทนการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ณ ชั้นตอนการบริโภค

บริษัทส่งเสริมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคและพนักงาน ด้วยแนวคิด “ลดรับ ลดให้ = ลดใช้”

โครงการ “ลด และ ทดแทน” พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic)

บริษัทเชิญชวนให้ลูกค้าที่ใช้บริการร้าน 7-Eleven ปฏิเสธการรับช้อน ส้อม หลอด แก้ว และถุงพลาสติก รวมถึงพกพาถุงผ้าส่วนตัวมาใช้บริการ เพื่อลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกและรณรงค์ให้ใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ในปี 2566 มียอดการลดใช้พลาสติก 3,887 ล้านใบ และพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) ได้แก่ ช้อน ส้อม หลอด และแก้ว จำนวน 1,282 ล้านชิ้น



นอกจากนี้ บริษัทจัดแคมเปญ “แค่ไม่รับ = ปลุกต้นไม้” สนับสนุนการลดใช้พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) เมื่อลูกค้าปฏิเสธการรับถุงพลาสติก ช้อน ส้อม และหลอด ตอนซื้อสินค้าอาหารและเครื่องดื่มจากร้าน 7-Eleven ก็จะสามารถแลกรับหยดน้ำเพื่อโปรดน้าดันไม้ให้เจริญเติบโต ใน 7APP เมื่อลูกค้าสะสมหยดน้ำครบตามที่กำหนดสู่ชั้น “ออกผล” จะสามารถส่งต้นไม้จริง ๆ เข้าโครงการ “ปลูกป่า ปลูกอนาคต” เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับประเทศไทย โดยในปี 2566 สามารถสะสมหยดน้ำจากการลดใช้พลาสติก ส่งมอบต้นไม้เข้าโครงการ “ปลูกป่า ปลูกอนาคต” ได้ 843,983 ต้น



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง **24,784.90 ตัน**

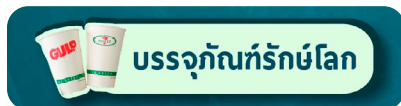
ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **248,351.90 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **5,775,626 ต้น**



โครงการต่อเนื่อง บรรจุภัณฑ์ที่รักชียโลก

ร้าน 7-Eleven รณรงค์งดแจกถุงขนาดเล็กลงมาของร้อน และเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ในสาขาที่ตั้งอยู่บนเกาะ หรือตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวนกว่า 1,200 สาขา



หลอดหุ้มกระดาษ



แก้วกระดาษเคลือบ PBS



ไม้คนกาแฟ/หลอด PLA



ถุงกระดาษ



ฝายกดื่ม

โครงการต่อเนื่อง ร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Coffee Shop)

ร้านกาแฟและเบเกอรี่เข้าสี ในกลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ยังคงดำเนินการลดขยะมูลฝอยประเภทแก้วพลาสติกและหลอดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ตามที่ได้ร่วมประกาศกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บริษัทร่วมมือกับผู้ประกอบการลดขยะพลาสติกอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้ร้านกาแฟคัดแยกขยะ

ภายในร้าน และสามารถส่งขยะกลับไปสู่กระบวนการรีไซเคิล หรือนำมาใช้ซ้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้เป็นการลดปริมาณขยะ ยังเป็นการส่งเสริมให้ใช้บรรจุภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ หรือเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ของ 3 แบรินด์ ได้แก่



ALL café
(ออลล์ คาเฟ่)

- บรรจุภัณฑ์ที่แก้วกระดาษ ที่สามารถย่อยสลายได้ ร้อยละ 66
- การใช้ฝาหยดดื่มแทนหลอดดื่มพลาสติก
- ถุงพลาสติกรีไซเคิลที่มีความทนทานสามารถใช้ซ้ำได้



Kudsan Bakery & Coffee
(คัตสส เบเกอรี่แอนด์คอฟฟี่)

- บรรจุภัณฑ์ที่แก้วกระดาษ ที่สามารถย่อยสลายได้
- การใช้ซองกระดาษสำหรับใส่เบเกอรี่
- การใช้หลอดกระดาษ แทนหลอดพลาสติก
- การใช้ที่คั้นกาแฟแบบไม้แทนพลาสติก



Bellinee's Bake & Brew
(เบลลีนี่ เบค แอนด์ บรู)

- บริการบรรจุภัณฑ์ถุงหิ้วกระดาษ ถุงกระดาษใส่ขนม แก้วกระดาษสำหรับเครื่องดื่มร้อน สามารถย่อยสลายได้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- จำหน่ายและโปรโมชันกระป๋องน้ำดื่มบีบีเบลลีนี่ สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้

โครงการ “แม็คโครรักโลก ขวนใช้ผลิตภัณฑ์ที่รักสิ่งแวดล้อม (Say Hi to Bio, Say No to Foam)”

แม็คโครร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจในการผลิตและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้จากวัสดุธรรมชาติ เพื่อทดแทนการใช้โฟมและพลาสติกที่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือ Bio Base ซึ่งผลิตจากเชื้อพืชธรรมชาติ เช่น ชานอ้อย เชื้อไฟ เชื้อไมบรียูล่า เป็นต้น ปลอดภัยไร้สารพิษ ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และย่อยสลายสู่ธรรมชาติได้อย่างสมบูรณ์ จำนวนมากกว่า 40 รายการ อาทิ จาน ชาม ถ้วย แก้ว กล่อง ฯลฯ โดยมีเป้าหมายหยุดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์โฟมแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งในศูนย์จำหน่ายสินค้าทุกสาขาทั่วประเทศ ทำให้ได้ชื่อว่าเป็นศูนย์รวมบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ ปลูกกระแสเพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการร้านอาหารและลูกค้าทั่วไปหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลาย นอกจากนี้ยังมีบรรจุภัณฑ์ที่รักโลกประเภทต่าง ๆ เป็นทางเลือกมากกว่า 530 รายการ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ยอดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ที่รักโลกเพิ่มขึ้น

1,542.33 ตัน หรือ **ร้อยละ 14**

สาขาทั้งหมดที่งดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ประเภทโฟม

ร้อยละ 100

สินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์ที่รักโลกสามารถลดขยะโฟม

บรรจุอาหารแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง **107 ล้านชิ้น**





3. ลดขยะบรรจุภัณฑ์ ทั้งพลาสติกและไม่ใช่พลาสติกหลังการบริโภค

บริษัทสร้างความร่วมมือกับพันธมิตร ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา คัดแยกขยะ เก็บบรรจุภัณฑ์พลาสติกกลับไปรีไซเคิล (Recycling Rate) และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled Post-consumer Packaging)

โปรแกรมการเก็บบรรจุภัณฑ์พลาสติกกลับไปรีไซเคิล

โครงการต่อเนื่อง Recycling Station และถุงคืนชีพ



โลตัสมีบทบาทอย่างต่อเนื่องในการรณรงค์และสนับสนุนให้ลูกค้าและผู้บริโภคตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุด ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การแยกขยะเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล สร้างระบบกลไกจัดการขยะแบบครบวงจร โดยใช้ประโยชน์จากการมีสาขาครอบคลุมในหลายพื้นที่และสามารถเข้าถึงชุมชน เป็นจุดแข็งในการสร้างช่องทางการรับกลับขวดพลาสติกบรรจุภัณฑ์เพื่อการรีไซเคิล ผ่านการขยายเครือข่ายพันธมิตรเทเลและรีไซเคิล โดยจัดตั้งจุดรับ บรรจุภัณฑ์รีไซเคิล (Recycling Station) เพื่อรวบรวมให้เข้ามาอยู่ในระบบและสามารถนำไปรีไซเคิลหรือนำกลับมาใช้ซ้ำได้

- **จุดรับถุงเปล่าดาวนี่** ร่วมกับดาวนี่ ตั้งจุดรับถุงเปล่าดาวนี่ที่ใช้แล้วในโลตัส 62 สาขาทั่วประเทศ เพื่อนำไปรีไซเคิลเป็นวัสดุก่อสร้างห้องน้ำในโรงเรียนจังหวัดฉะเชิงเทรา 3 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนวัดสองคลอง โรงเรียนคลองขวาง และโรงเรียนสภัด 80 โดยมีเป้าหมายนำขยะบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด 3,633 กิโลกรัม มาใช้ในการรีไซเคิล
- **จุดรับขวดพลาสติก** ร่วมกับการ์นิเย่ (Garnier) และ CirPias Zero Waste Hero ตั้งจุดรับขวด Micellar ที่ใช้แล้วหรือขวดน้ำพลาสติกไปส่งคืนที่จุดรีไซเคิลที่โลตัส 10 สาขา โดยขยะที่รวบรวมมาจะถูกนำไปจัดการโดย CirPias เพื่อรีไซเคิลและนำไปพัฒนาต่อในรูปแบบของผ้า และวัสดุในการผลิตเครื่องใช้ต่าง ๆ
- **จุดรับวัสดุรีไซเคิล ขวดพลาสติก PET** ร่วมกับกลุ่มธุรกิจโคคา-โคล่า ในประเทศไทยขยายผลโครงการ “โคกชวนแยกแลกลุ้นโชคกับ Trash Lucky” เป็นปีที่ 3 ในปี พ.ศ. 2566 เพิ่มจุดรับวัสดุรีไซเคิลขวดพลาสติก PET 64 จุดทั่วประเทศ และภูเก็ต 5 จุด รวมถึงมีการเพิ่มถังรีไซเคิลอัจฉริยะ (Smart Bin) ที่ผู้บริโภคสามารถหย่อนวัสดุรีไซเคิลได้สะดวกมากยิ่งขึ้น พร้อมรู้น้ำหนักและแต้มสะสมของตนได้ทันที โดยขวดพลาสติก PET ทั้งหมดจะนำไปรีไซเคิลเป็นเม็ดพลาสติกที่สามารถผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดปลอดภัยอีกครั้ง ส่วนกระป๋องอะลูมิเนียมจะนำไปสนับสนุนมูลนิธิขาเทียมในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี และบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ ในปี 2566 สามารถเก็บบรรจุภัณฑ์ที่เข้าระบบได้ จำนวน 1,711 กิโลกรัม
- **จุดรับขวดแชมพูพลาสติกและแชมพูถุงเติม** ร่วมกับ P&G พร้อมด้วยพันธมิตรในโครงการ “Upcycling Plastic House เพื่อความยั่งยืนและเท่าเทียม” ได้แก่ พิกี้ โทมอล เคมีคอล แอสสิริ และมูลนิธิที่อยู่อาศัยประเทศไทย โดยโลตัสเป็นศูนย์กลางระหว่างผู้ประกอบการและชุมชนเป็นจุดรับบริจาครวบรวมขวดแชมพูพลาสติกและแชมพูถุงเติมจากผลิตภัณฑ์ของ P&G รวมทั้งพลาสติกอื่น ๆ ในสาขาของโลตัส 35 แห่ง เพื่อนำพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ผ่าน “YOU เทิร์น แพลตฟอร์ม” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างบ้านจากวัสดุรีไซเคิล ส่งมอบบ้านที่สร้างจากวัสดุรีไซเคิล ให้สมาคมส่งเสริมสถานภาพสตรีในพระอุปถัมภ์ ภายใต้กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) เพื่อเป็นที่อยู่อาศัยสำหรับกลุ่มเปราะบางในสังคม
- **จุดรับกล่องกระดาษ** โลตัสติดตั้งจุดรับกล่องกระดาษจากลูกค้า ในไฮเปอร์มาร์เก็ตทุกสาขา และกล่องกระดาษจากการดำเนินงานในธุรกิจของโลตัสเอง ปัจจุบันรวมได้ทั้งสิ้นกว่า 32,936.13 ตัน



โปรแกรม
การเก็บบรรจุภัณฑ์
พลาสติกกลับไป
รีไซเคิล



โครงการต่อเนื่อง “ตั้งคิดแยกขยะ”



- **จุดรับพลาสติกสะอาด** โดยร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ ผ่านโครงการ “มือวิเศษ X วอน” และโครงการส่งพลาสติกกลับบ้าน ปัจจุบันสามารถเก็บบรรจุภัณฑ์พลาสติก 2,264 ตัน กลับเข้าระบบเพื่อนำไปรีไซเคิลเป็นถุงพลาสติกแบบหนาใช้ซ้ำ เป็นต้น
- **จุดรับขวดน้ำพลาสติกใส (PET)** จากเครื่อง Reverse Vending Machine ซึ่งจะเป็นการแลกเปลี่ยนจากขวดพลาสติกใสเป็น โลตัสคอยน์ หรือไข่ จากโครงการ ข. ขวดแลก ข. ไข่ ซึ่งโลตัสคอยน์สามารถนำไปแลกเปลี่ยนส่วนลดและสิทธิพิเศษต่าง ๆ ได้ ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการจนถึงปัจจุบันสามารถเก็บขวดพลาสติกกว่า 684,861 ใบ กลับเข้าระบบเพื่อนำไปรีไซเคิลอย่างถูกวิธีและได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมา อาทิ โครงการถุงผ้ารักโลก หรือเสื้อรักโลก เป็นต้น



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

สามารถรวบรวมขยะบรรจุภัณฑ์เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล อับไซเคิล

ขวดพลาสติกและกระป๋องอะลูมิเนียมได้แล้วเกือบ **3 ล้านขวด**

พลาสติกยืดกว่า **1.5 ล้านกิโลกรัม**

กล่องและลังกระดาษกว่า **157 ล้านกิโลกรัม**

นอกจากนี้ โลกสีเขียวการแจกถุงพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ตามนโยบายของภาครัฐอย่างเคร่งครัด ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2563 และได้พัฒนา “ถุงคืนชีพ” ถุงพลาสติกแบบใช้ซ้ำได้หลายครั้ง ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล จำหน่ายให้สำหรับลูกค้าที่มีความจำเป็นเท่านั้น โดยลูกค้าสามารถนำมาแลกเปลี่ยนใหม่ได้ฟรีหากใบเก่าชำรุด ถุงคืนชีพที่ชำรุดทั้งหมดจะถูกนำไปรีไซเคิลเป็นถุงคืนชีพใบใหม่เพื่อลดการใช้พลาสติก



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้พลาสติกจากโครงการถุงคืนชีพ

9,088 ตัน

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

363.52 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **8,454 ต้น**

บริษัทนครงค์ให้คนไทยช่วยกันคัดแยกขยะพลาสติก เพื่อให้ขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติกเข้าสู่ระบบบริหารจัดการตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยมีการตั้ง “ตั้งคิดแยกขยะ” บริเวณด้านหน้าร้าน 7-Eleven ในปี 2566 บริษัทตั้ง “ตั้งคิดแยกขยะ” หน้าร้าน 7-Eleven ครอบคลุมสาขาทั่วประเทศ



โปรแกรมการนำ
บรรจุภัณฑ์
หลังการอุปโภค
บริโภคกลับมา
ใช้ใหม่

โครงการต่อเนื่อง “ถุงหูหิ้วร้าน 7-Eleven” จากฟิล์มพันพาเลทศูนย์กระจายสินค้า



โครงการต่อเนื่อง ตะกร้าขอปึงร้าน 7-Eleven จากลังเบรคเคส



บริษัทร่วมกับคู่ค้าธุรกิจ นำขยะพลาสติกจากฟิล์มพันพาเลทของศูนย์กระจาย
สินค้าทั่วประเทศ มารีไซเคิลผลิตเป็นถุงหูหิ้วสำหรับใช้ในร้าน 7-Eleven
ความหนา 37 ไมครอน ซึ่งมีคุณสมบัติทนทานสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณขยะพลาสติก **801.64 ตัน**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

4,430.74 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **103,041 ต้น**

บริษัทนำลังเบรคเคสที่ชำรุดจากศูนย์กระจายสินค้ามาแปรรูปผ่านกระบวนการ
รีไซเคิล นำมาเป็นตะกร้าขอปึงบริการลูกค้าในร้าน 7-Eleven เพื่อเป็น
การลดขยะจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ และเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่
ให้คุ้มค่าที่สุดยิ่งขึ้น



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

55.47 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **1,290 ต้น**



โปรแกรมการนำ
บรรจุภัณฑ์
หลังการอุปโภค
บริโภคกลับมา
ใช้ใหม่

โครงการต่อเนื่อง “เสื้อพนักงาน” จากขวดพลาสติก

บริษัทมีการนำขวดพลาสติกมารีไซเคิลเป็นเสื้อเครื่องแบบให้กับพนักงานร้าน 7-Eleven เสื้อโปโลของพนักงานศูนย์กระจายสินค้า และเสื้อโปโลสำหรับพนักงานสายสำนักงาน

ขวดพลาสติก
รีไซเคิล
1.5 ลิตร

จำนวน
4 ขวด

=

เสื้อพนักงานร้าน
7-Eleven 1 ตัว

ขวดพลาสติก
รีไซเคิล
1.5 ลิตร

จำนวน
8 ขวด

=

เสื้อโปโลของพนักงาน
ศูนย์กระจายสินค้า 1 ตัว

ขวดพลาสติก
รีไซเคิล
0.6 ลิตร

จำนวน
12 ขวด

=

เสื้อโปโลสำหรับพนักงาน
สายสำนักงาน 1 ตัว



ในปี 2566 บริษัทสามารถผลิตเสื้อพนักงานกว่า 728,111 ตัว และสามารถลดปริมาณขวดพลาสติกเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลไปแล้วกว่า 3,088,620 ขวด บริษัทยังได้ขยายผลการดำเนินงานไปยัง บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) ภายใต้โครงการ “Makro รักโลก-ขวดเปล่าไม่ให้สูญเปล่า” ในการนำขวดพลาสติกมารีไซเคิลเป็นเสื้อพนักงานอีกด้วย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณขยะพลาสติกสู่การฝังกลบ **97.18 ตันต่อปี**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

112.83 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **2,624 ต้น**



โครงการ รักษ์เกาะ 24 ชั่วโมง-อิฐรักษ์โลก จากพลาสติกกำพร้าบนเกาะ



โปรแกรมการนำ
บรรจุภัณฑ์
หลังการอุปโภค
บริโภคกลับมา
ใช้ใหม่

ซีพี ออลล์ ร่วมกับภาคีเครือข่ายโรงเรียนในโครงการของมูลนิธิสานอนาคต การศึกษาคอนเน็กซ์ อีดี (CONNEXT ED) ภายใต้การดูแลของซีพี ออลล์-ชุมชน- องค์กรไร้ถัง ทั้งภาครัฐและเอกชน ต่อยอดโครงการ “ต้นกล้าไร้ถัง” เปลี่ยนขยะ พลาสติกบนเกาะสู่ “อิฐรักษ์โลก” โดยตั้งเป้าหมายลดปริมาณขยะบนเกาะเฉลี่ย ร้อยละ 50 พร้อมสร้างรายได้กลับคืนสู่ชุมชนบนเกาะ ผ่าน 3 หลักการ คือ

- **ขยายเครือข่าย:** จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม มอบองค์ความรู้ด้านการรีユス (Reuse) รีไซเคิล (Recycle) และอัพไซเคิล (Upcycle) ให้กับชุมชนบนเกาะ
- **ลด:** ชุมชนลดใช้ถุงพลาสติก ลดใช้โฟมหันมาใช้ใบตองทดแทน และร้าน 7-Eleven 22 สาขาบนเกาะพงัน ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ECO-packaging) เช่น เปลี่ยนแก้วเครื่องดื่ม All Café จากแก้ว พลาสติกเป็นแก้วกระดาษที่สามารถย่อยสลายตามธรรมชาติได้ เปลี่ยน ไม้ซุงกาแพจากพลาสติกเป็นไม้ที่ทำจากต้นไฟเพื่อลดการใช้วัสดุประเภท ใช้ครั้งเดียวทิ้ง ลดการใช้หลอดโดยการเปลี่ยนฟายกดื่ม และลดการใช้ ถุงพลาสติกโดยใช้หู้วกาแพจากเส้นกถ เสื้อพนักงานทำมาจากขวด พลาสติก PET เป็นต้น
- **แยก:** เพื่อให้เกิดพฤติกรรมในการคัดแยกวัสดุรีไซเคิล วัสดุย่อยสลาย แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อใช้งานเชิงพาณิชย์ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยได้ดำเนินการคัดแยกพลาสติกกำพร้า อาทิ อลากขวดน้ำ ถุงขนม เปลือกลูกอม นำมาตัดเป็นชิ้นเล็ก ๆ และผสมกับ ปูนซีเมนต์และวัสดุอื่น ๆ ผลิตเป็นอิฐรักษ์โลกที่มีส่วนผสมเป็นพลาสติก ร้อยละ 40 และมีคุณสมบัติแข็งแรงทนทาน ยืดหยุ่นดี ราคาถูกกว่าอิฐ ก่อทั่วไป นำมาใช้ปูลานที่ฟากเนกประสงค์รักษ์โลก นอกจากนี้ อิฐรักษ์โลก ยังสามารถสร้างรายได้ให้กับโรงเรียนและชุมชนอีกด้วย

ปี 2566 บริษัทนำร่องดำเนินการโมเดล “Green Living” รักษ์เกาะ 24 ชั่วโมง บนพื้นที่เกาะพงัน ใน 3 เทศบาล ได้แก่ เทศบาลตำบลเกาะพะงัน, เทศบาลตำบล เพชรพะงัน เทศบาลตำบลบ้านใต้ และบนพื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี พร้อมทั้งมีแผนขยายผลการดำเนินการไปยัง 11 เกาะ ใน 8 จังหวัด ภายใน ปี 2573



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

นำพลาสติกกำพร้ากลับมาใช้ใหม่ **5 ตัน**

ส่งมอบลานกีฬาเนกประสงค์จากอิฐรักษ์โลก

1 ลานกีฬา

สนับสนุนงบประมาณในการจัดทำอิฐรักษ์โลก

223,828 บาท

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

5.15 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **120 ต้น**

ลดต้นทุนในการสร้างลานกีฬาให้กับโรงเรียนกว่า **ร้อยละ 60**



โปรแกรมการนำ
บรรจุภัณฑ์
หลังการอุปโภค
บริโภคกลับมา
ใช้ใหม่

โครงการต่อเนื่อง เพิ่มมูลค่าการจัดการขยะ พลาสติกที่ปนเปื้อนในโรงงาน

คัดแยก/ รวบรวม



อัดก้อน RDF



เตาเผา ขยะชนิด
Moving Grate



ผลิตกระแสไฟฟ้าพลังงานสะอาด



บริษัท ซีพีแรม จำกัด นำขยะพลาสติกที่ปนเปื้อนจากกระบวนการผลิตภายในโรงงาน ส่งให้กับบริษัทภายนอกนำไปแปรรูปเป็นขยะเชื้อเพลิง (Refuse Derived Fuel: RDF) ซึ่งเป็นเชื้อเพลิงชีวภาพที่ผลิตมาจากขยะ และมีค่าความร้อนจำเพาะสูง นับว่าเป็นแหล่งพลังงานที่เป็นพลังงานสะอาดที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ปริมาณขยะพลาสติกที่นำไปใช้ประโยชน์ **1,128 ตัน**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **14,671.06 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

โครงการต่อเนื่อง รักษ์โลก-ขวดเปล่า ไม่เหลือขยะ



การเริ่มต้นแยกขยะขวดเปล่าพลาสติกสามารถสร้างประโยชน์ได้หลายมิติ บริษัท ซีพี แอ็กซีตรา จำกัด (มหาชน) จึงรวบรวมขวด PET เพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงช่วยลดใช้ทรัพยากรโลก ทำนุบำรุงศาสนา สร้างอาชีพ และช่วยสนับสนุนทางสาธารณสุขอีกด้วย



โดยร่วมกับพนักงานแม็คโคร รับบริจาคขวดพลาสติก PET จากพนักงาน มาย่อยในจุดรับขวดที่สำนักงานใหญ่หรือศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร

ผลลัพธ์

- ขวดน้ำพลาสติกใสที่รวบรวมได้กว่า 2.4 ล้านขวด
- สามารถแปรรูปเป็นเสื้อพนักงานได้ 120,000 ตัว
- เทียบเท่ากับการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจำนวน 73.92 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



ร่วมกับ บริษัท อินโดรามา เวนเจอร์ส จำกัด (มหาชน) นำขวด PET ขนาด 600 มิลลิลิตร รีไซเคิลเป็นเส้นใยผลิตชุด PPE คุณภาพสูง (18 ขวด ผลิตชุด PPE ได้ 1 ชุด) รวมถึงนำไปสนับสนุนการจัดทำเสื้อกีฬาจากเส้นใยรีไซเคิลมอบให้เด็กในชุมชนโดยรอบสาขา โดยเปิดจุดรับบริจาคขวดพลาสติกจากลูกค้าและประชาชนที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร 5 สาขา ประกอบด้วย สาขา นครปฐม สาขา ศาสาธา สาขา เพชรเกษม สาขา บางบอน และ สาขา ราษฎร์นวกวงศ์

ผลลัพธ์

- ขวดน้ำพลาสติกใสที่รับบริจาคกว่า 285,659 ขวด
- เทียบเท่ากับการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจำนวน 4.86 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



โปรแกรมการนำ บรรจุภัณฑ์ หลังการอุปโภค บริโภคกลับมา ใช้ใหม่



ร่วมมือกับวัดจากแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ รวบรวมขวด PET ที่ใช้งานแล้ว จากศูนย์จำหน่ายสินค้าบริเวณใกล้เคียงกับวัดจากแดง เพื่อนำไปแปรรูปเป็นจิ๋วรพระ ในขณะที่สาขาที่อยู่ห่างไกลจะรวมขวดน้ำ PET ขายเป็นเงินที่ได้บริจาคให้กับวัดจากแดง

ผลลัพธ์

- ขวดน้ำดื่ม PET ที่รับบริจาคให้วัดจากแดงกว่า 2.32 ล้านขวด (38.76 ตัน)
- จำนวนเงินที่บริจาคให้วัดจากแดง 126,636 บาท
- เทียบเท่ากับการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจำนวน 111.82 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ตัวอย่างโครงการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่นวัตกรรม

บริษัทพัฒนาบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่สำหรับของใส่สินค้าแช่แข็งหรือร้อน เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติกหุ้ม โดยโครงการมีการกำหนดแผนและระยะเวลาในการดำเนินการทั้งหมด 4 เฟส ปัจจุบันโครงการดำเนินการอยู่ในเฟสที่ 4 ได้เริ่มใช้งานและขยายทั่วประเทศ โดยแนวคิดในการพัฒนาจำเป็นต้องครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่



ด้านสินค้า ต้องมีคุณลักษณะและคุณภาพเหมือนเดิม



ด้านลูกค้าทั้งลูกค้าภายใน (Operation) และลูกค้าภายนอก (Consumer) ต้องยอมรับการใช้งาน



ด้านสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่ต้องสามารถ Recycle ได้ และเป็นวัสดุที่ได้รับการรับรองว่ามาจากแหล่งป่าปลูกทดแทน (Sustainably-managed Renewable Resources)



ด้านเศรษฐศาสตร์ ต้องไม่กระทบกับต้นทุนโดยรวมของสินค้า ทำให้บริษัทยังคงจำหน่ายสินค้าในราคาเดิมที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ และไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุน-ผลกำไรของบริษัท

โดยได้ดำเนินการทดลองภายใต้ปัจจัยสำคัญคือ คงคุณภาพของสินค้า ปลอดภัย ลูกค้าสะดวกใช้ และไม่กระทบต่อต้นทุนโดยรวมของสินค้า ริเริ่มพัฒนาของกระดาษกันไขมัน (Greaseproof) ที่มีคุณสมบัติและรูปแบบที่เหมาะสมในการใช้งาน ลูกค้าสามารถถือกลับได้โดยไม่ต้องใส่ในถุงอุ่นร้อน เพื่อทดแทนการใช้กล่องกระดาษอาร์ตการ์ด (Art Card) ซึ่งเป็นกล่องที่ใช้กระดาษหนา และมีช่องเจาะระบายความชื้น ส่งผลให้ต้องใส่กล่องบรรจุแช่แข็งหรือร้อนในถุงอุ่นร้อนอีกชั้นก่อนส่งมอบให้ลูกค้า



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

คุณภาพของสินค้าหลังการส่งมอบดีกว่าหรือเทียบเท่าการใช้บรรจุภัณฑ์แบบเดิม

สามารถปกป้องสินค้าจากการปนเปื้อนจากสภาวะภายนอก

ลดปริมาณการใช้พลาสติกจากถุงหุ้มชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) **408.96 ตันต่อปี**

ลดการใช้กระดาษจากการเปลี่ยนชนิดของกระดาษ ประมาณ **763.40 ตันต่อปี**

ใช้กระดาษที่ได้รับการรับรองว่ามาจากแหล่งป่าปลูกทดแทน (Sustainably-managed Renewable Resources)

และสามารถเข้าสู่กระบวนการ Recycle ได้

งบประมาณที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนาจำนวน **50,370 บาท**

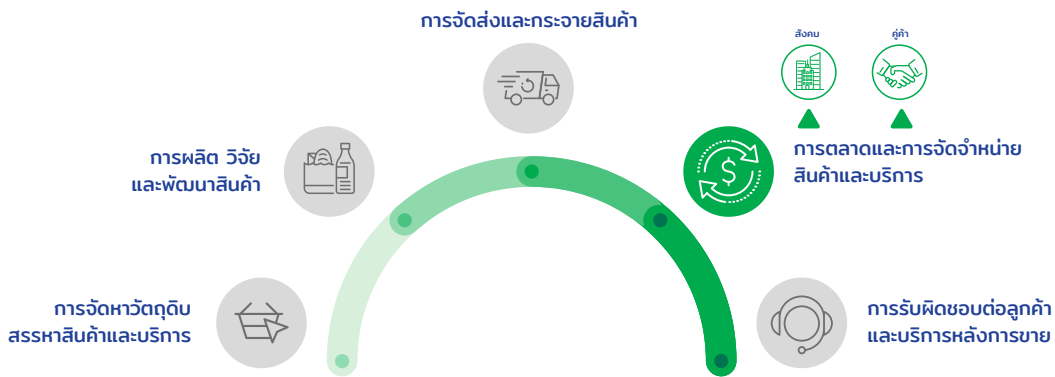
ไม่กระทบต่อต้นทุนโดยรวมของสินค้า



การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



3.9 ลดจำนวนการตายและการเจ็บป่วยจากสารเคมีอันตราย และจากการปนเปื้อนและมลพิษทางอากาศ น้ำ และดิน ให้ลดลงอย่างมาก



6.3 ยกระดับคุณภาพน้ำ โดยลดมลพิษ ขจัดสารพิษ และลดการปล่อยสารเคมีและวัสดุอันตราย



11.6 ลดผลกระทบทางลบของเมืองต่อสิ่งแวดล้อมต่อหัวประชากร



12.3 ลดขยะเศษอาหารในการค้าปลีกและผู้บริโภค และลดการสูญเสียอาหารจากกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน

12.4 การจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้น ด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

12.5 ลดการผลิตของเสียโดยการป้องกัน การลด การแปรรูป เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำมาใช้ซ้ำ

เป้าหมาย ปี 2573

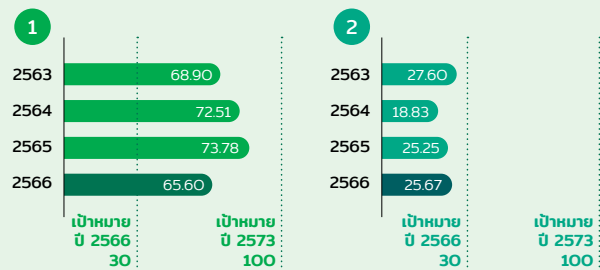
- 1 ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้งและลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบ

ร้อยละ **100**

- 2 ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้งที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบ

ร้อยละ **100**

ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



ปริมาณของเสียที่นำกลับไปใช้ประโยชน์

ร้อยละ 63.83

จากปริมาณของเสียทั้งหมด



ปริมาณอาหารส่วนเกินหรือเหลือทิ้งทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ และนำไปใช้ประโยชน์ในวัตถุประสงค์อื่น (Alternative Purpose)

ร้อยละ 25.67

จากปริมาณของเสียทั้งหมด



595 โรงเรียน **89** ผู้ประกอบการ

60 ชุมชนเครือข่าย และ **2** สำนักงาน

ร่วมโครงการ

“ต้นกล้าไร้ถัง”

คัดแยกขยะส่งเข้าสู่กระบวนการจัดการที่เหมาะสมได้

32.49 ตัน

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



โครงการลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ (OA Ordering) ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรือเหลือทิ้งได้

7,371 ตัน



โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่าน

มูลนิธิ **511.84** ตัน

ให้กับ **520** ชุมชน



โครงการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต ลดปริมาณการสูญเสียอาหารในกระบวนการผลิต

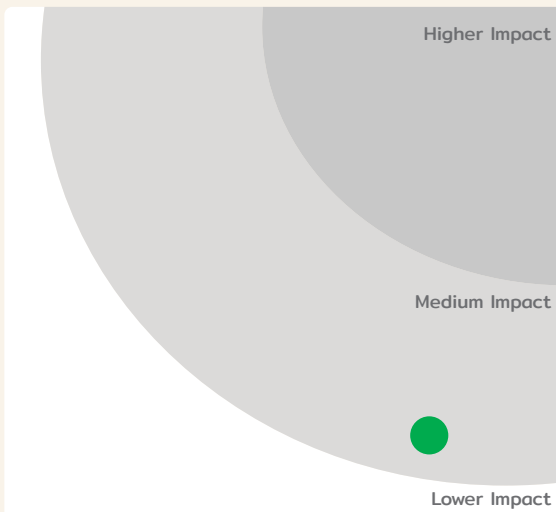
6,650 ตันต่อปี



โครงการต่อเนื่อง ต้นกล้าไร้ถัง ขยายผลไปยังโรงเรียน ชุมชนเครือข่าย ผู้ประกอบการ และสำนักงาน

746 หน่วยงาน

Financial Materiality



Impact Materiality

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Matrix)

ประเด็นการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน

มิติด้านความยั่งยืน

● มิติด้านสิ่งแวดล้อม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

Medium Impact

ประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการ (Enablers): ประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัท ควรประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการ เพื่อการพัฒนา และปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ ในอนาคต

ความเสี่ยงและโอกาส

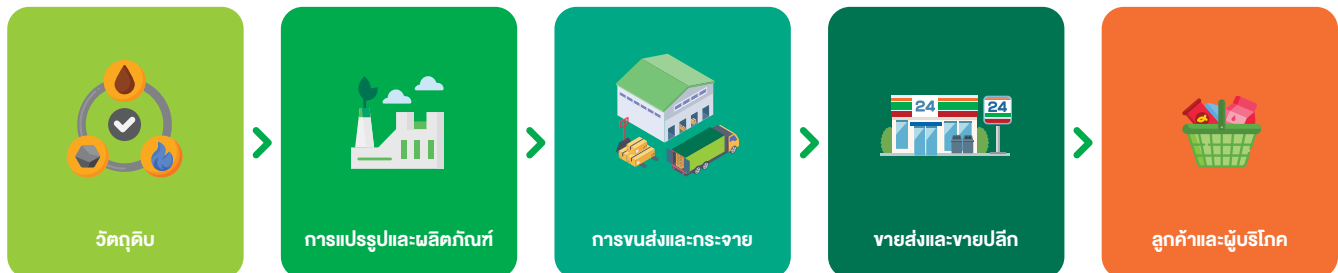
สถาบันทรัพยากรโลก (World Resources Institute) พบว่าการเพิ่มขึ้นของประชากรและการเติบโตของเศรษฐกิจในอนาคต ทำให้ความต้องการวัตถุดิบจากรัฐพืชและสัตว์เพื่อใช้เป็นอาหารของมนุษย์เพิ่มขึ้น ซึ่งใช้ทรัพยากรที่มากในกระบวนการผลิต เช่น การปลูกสัตว์ที่เพิ่มขึ้น การทำลายป่าเพื่อใช้ประโยชน์ทางการเกษตร เป็นต้น นอกจากนี้ การใช้ทรัพยากรที่มากยังสร้างขยะอาหารระหว่างห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่กระบวนการเก็บเกี่ยวไปจนถึงผู้บริโภค ทำให้ขยะอาหารเป็นส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารและค้าปลีก (Food and Staples Retailing) ที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณมาก ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติ และส่งผลให้เกิดมลพิษทางน้ำและอากาศ เช่น น้ำชะมูลฝอย (Leachate) ก๊าซไข่เน่า และก๊าซมีเทน เป็นต้น อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ของชุมชนในระยะยาว

บริษัทจึงดำเนินธุรกิจที่ระมัดระวังการจัดการขยะอาหาร และมีนโยบายลดปัญหาขยะอาหารที่เกิดขึ้นจากการผลิตอาหารที่มากเกินไป รวมถึงการสูญเสียอาหารในขั้นตอนการขนส่ง การจัดจำหน่าย และการจัดเก็บอาหาร ซึ่งช่วยบรรเทาปัญหาขยะอาหารที่ทำลายระบบนิเวศ โดยรอบพื้นที่การดำเนินงานของบริษัท นำไปสู่สุขภาพที่ดีของชุมชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง อีกทั้งยังบริหารจัดการของเสียมาใช้เป็นวัตถุดิบทางเลือกอื่น ๆ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจ และเป็นแนวทางการแก้ปัญหาขยะอาหารได้อย่างยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียและขยะอาหารอย่างยั่งยืน เพื่อลดความเสี่ยงของปัญหาด้านมลพิษทางอากาศ มลพิษทางน้ำ รวมไปถึงมลพิษในดิน ที่อาจกระทบต่อสุขภาพของชุมชนใกล้เคียง โดยบริษัท มีนโยบายการจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร มีเป้าหมายในการลดการจัดการของเสียด้วยวิธีฝังกลบให้เป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill) ภายในปี 2573 และร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 12 ผ่านการดำเนินโครงการร่วมกับคู่ค้าในการบริหารจัดการอาหารส่วนเกิน (Food Surplus) การสูญเสียอาหาร (Food Loss) และขยะอาหาร (Food Waste) รวมถึงของเสียประเภทอื่น ๆ ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ โดยนำแนวทาง “1P3Rs” ขององค์การอาหารและเกษตรฯ มาประยุกต์ใช้ คือ 1) การป้องกัน (Prevention) 2) การลดใช้ (Reduction) เพิ่มประโยชน์ 3) การนำวัสดุไปใช้ซ้ำ (Reuse) และ 4) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycling) เพื่อลดความเสี่ยงการใช้ทรัพยากรเกินจำเป็นในกระบวนการผลิต

บริษัทบริหารจัดการขยะอย่างครอบคลุม โดยจัดทำฐานข้อมูลซึ่งจำแนกตามกิจกรรมทางธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การขนส่งและกระจายสินค้า การจัดจำหน่าย ตลอดจนถึงมือผู้บริโภค เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลของเสียและขยะอาหาร รวมไปถึงประเมินปริมาณทรัพยากรที่ถูกใช้และปริมาณขยะที่เกิดขึ้นได้ทั้งภายในและภายนอกบริษัท อีกทั้งยังสามารถวิเคราะห์สัดส่วน องค์ประกอบ และประเภทของเสียและขยะอาหาร นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์และมาตรการลดการสูญเสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน



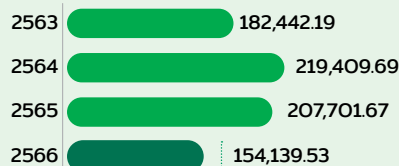
อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

→ [นโยบายการจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร](#)

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566



ปริมาณของเสียทั้งหมด (ตัน)

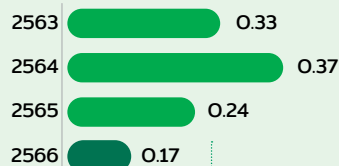


เป้าหมาย ปี 2566: 169,000

หมายเหตุ: รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย



ปริมาณของเสียทั้งหมดต่อรายได้ (ตันต่อล้านบาท)



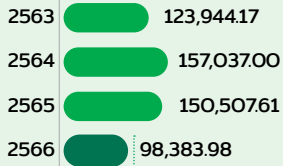
เป้าหมาย ปี 2566: 0.27

หมายเหตุ: รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566



ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์ (ตัน)

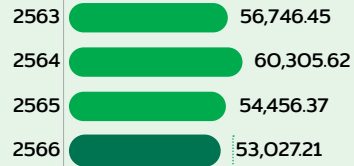


เป้าหมาย ปี 2566: 110,000

หมายเหตุ: รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย



ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัด (ตัน) ด้วยวิธีการฝังกลบ



เป้าหมาย ปี 2566: 59,000

หมายเหตุ: รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย



ความครอบคลุมของข้อมูล ปริมาณการกำจัดของเสีย (ร้อยละของข้อมูล)

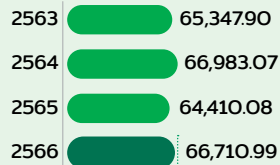


เป้าหมาย ปี 2566: 100

หมายเหตุ: รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย



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

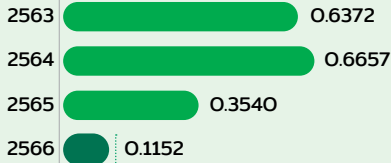


เป้าหมาย ปี 2566: 66,850

หมายเหตุ: รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

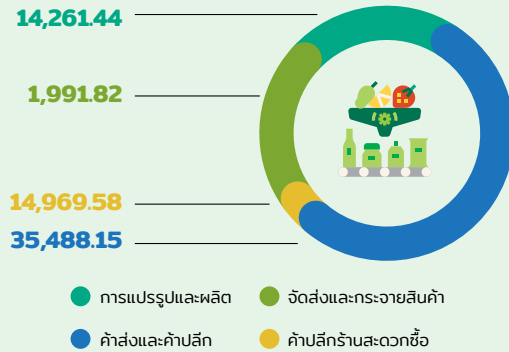


ความเข้มข้นของการสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมด เปรียบเทียบกับยอดขายสินค้ากลุ่มอาหาร



เป้าหมาย ปี 2566: 0.12

ปริมาณสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมด (ตัน) จำแนกตามกิจกรรมธุรกิจหรือวงจรชีวิต (Lifecycle Stage)



การสูญเสียอาหารและขยะอาหาร จำแนกตามหมวดอาหาร (Food Category)

กลุ่มพืช ผัก และผลไม้
22,504.43 ตัน | ร้อยละ: 33.73

กลุ่มเนื้อสัตว์และอาหารทะเล
5,870.18 ตัน | ร้อยละ: 8.80

กลุ่มผลิตภัณฑ์จากนม
813.20 ตัน | ร้อยละ: 1.22

กลุ่มอาหารพร้อมรับประทาน
19,919.74 ตัน | ร้อยละ: 29.86

กลุ่มเครื่องดื่ม
1,425.32 ตัน | ร้อยละ: 2.14

กลุ่มอาหารสำเร็จรูป
1,962.99 ตัน | ร้อยละ: 2.94

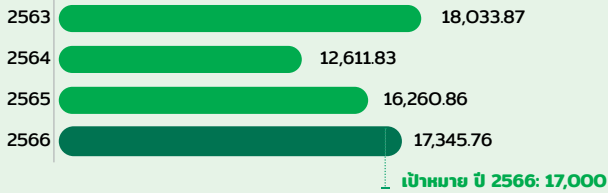
กลุ่มเบเกอรี่
13,506.50 ตัน | ร้อยละ: 20.25

กลุ่มอื่น ๆ
709.35 ตัน | ร้อยละ: 1.06

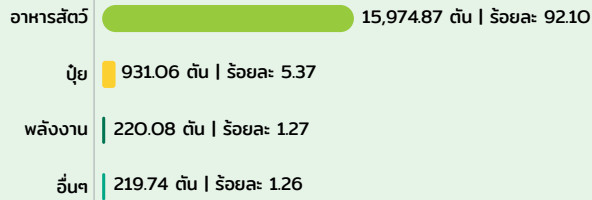


สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

ปริมาณขยะอาหารที่นำกลับไปใช้ประโยชน์ (ตัน)



ปริมาณขยะอาหารที่นำกลับไปใช้ประโยชน์ (ตัน) จำแนกตามวิธีกำจัด (Deslination)



ประเภทโครงการ



โครงการวัดปริมาณสูญเสียอาหาร
ขยะอาหาร และของเสีย



โครงการลดปริมาณการสูญเสียอาหาร
ขยะอาหาร และของเสีย



โครงการนำขยะอาหารและของเสียกลับมาใช้

ชื่อโครงการ

- โครงการยกระดับการจัดการฐานข้อมูลอ้างอิงตามมาตรฐานสากล

- โครงการลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ OA Ordering
- โครงการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต
- โครงการบริจาคอาหารส่วนเกิน

- โครงการ ZERO Waste to Landfill
- โครงการบริหารจัดการขยะและวัตถุดิบเหลือใช้

ลดการสูญเสียอาหาร (Food Loss) และการจัดการขยะอาหาร (Food Waste)

บริษัทนำแนวทางการบริหารจัดการอาหารเพื่อลดปริมาณขยะอาหารขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (The Food and Agriculture Organization of United Nation: FAO) ร่วมกับโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme: UNEP) มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ผ่านการดำเนินโครงการต่าง ๆ ในปี 2566 ดังนี้



มาตรการป้องกัน (Prevention) ไม่ให้เกิดขยะอาหารและของเสียตั้งแต่ต้นทาง

โครงการลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ (OA: Ordering & Assortment)

บริษัทวิเคราะห์ข้อมูลยอดขายสินค้าย้อนหลังกับสินค้าที่ขายดีและคงเหลือผ่านการใช้อุปกรณ์ “หน้าจอสำหรับสั่งสินค้า (GOT: Graphic Ordering Terminal)” เพื่อช่วยให้พนักงานร้าน 7-Eleven สามารถตรวจสอบยอดและบริหารจัดการ รวมถึงแก้ไขยอดสั่งสินค้าให้เหมาะสมได้ตามสถานการณ์ เช่น การจัดสินค้าโปรโมชันในช่วงพิเศษ เป็นต้น โดยในปี 2566 บริษัทสามารถลดปริมาณการสูญเสียจากการตัดจ่ายได้ร้อยละ 1.80 คิดเป็นมูลค่า 925 ล้านบาท

โครงการลดของเสียในกระบวนการผลิต ภายใต้โครงการหลัก Zero Waste to Landfill

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการและอุปกรณ์ในการผลิต เพื่อช่วยลดการใช้วัตถุดิบและลดการสูญเสียอาหาร ในปี 2566 ได้ดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตให้ใช้วัตถุดิบได้คุ้มค่ามากขึ้น เช่น ลดปริมาณการสูญเสียจากการตัดแต่งวัตถุดิบ โดยใช้เครื่องตัดแต่งด้วยพลังงานอัลตราโซนิก (Ultrasonic) และพัฒนาเครื่องจักรเพื่อลดปริมาณการสูญเสียจากสินค้าหล่นพื้น เป็นต้น



มาตรการลดการใช้ (Reduction) เพิ่มประโยชน์

โปรแกรมการบริหารจัดการอาหารส่วนเกิน

- **โครงการต่อเนื่อง Food to Merit** ซีพี ออลล์ ร่วมมือกับมูลนิธิต่าง ๆ ในการส่งมอบอาหารส่วนเกินจากร้าน 7-Eleven โดยนำอาหารส่วนเกินมอบให้ชุมชน องค์กรเพื่อสังคม องค์กรการกุศล และผู้ยากไร้ โดยทางบริษัทได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพอาหารก่อนส่งมอบอย่างรอบคอบ เช่น ความสมบูรณ์ของสภาพอาหาร ความสดใหม่ คุณภาพอาหารที่ดี ตลอดจนมีการรับรองด้วยตราสัญลักษณ์ อย. พร้อมระบุวันหมดอายุบนสินค้าอย่างชัดเจน เป็นต้น โดยอาหารที่ส่งมอบให้ชุมชน ได้แก่ ขนบึง แขนด้วซึบ นม ผัก อาหารกึ่งสำเร็จรูป ผลไม้ และอาหารปรุงสุก ในปี 2566 ส่งมอบอาหารส่วนเกินจากร้าน 7-Eleven รวม 344 สาขา ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต ชลบุรี สมุทรปราการ



ปทุมธานี เชียงใหม่ เชียงราย และนนทบุรี กว่า 511.84 ตัน ให้กับมูลนิธิต่าง ๆ เพื่อส่งมอบ 2,149,712 มื้ออาหาร ให้กับ 520 ชุมชน ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1,294.95 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

- **โครงการต่อเนื่อง กินได้ไม่ทิ้งกัน** โกลด์ร่วมกับมูลนิธิธอสโกลาร์ส ออฟ ชลส์ทีแชนซ์ (Scholars of Sustenance Foundation - SOS) ต่อยอด **โครงการกินได้ไม่ทิ้งกัน** บริจาคอาหารที่จำหน่ายไม่หมดแต่ยังมีคุณภาพดีและสามารถรับประทานได้ จากโลตัส โท เฟรช จังหวัดเชียงใหม่ และจากพันธมิตรองค์กรเอกชนอื่น ๆ รวมกว่า 40 บริษัท มอบให้กับนักศึกษาในหอพักมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ วิทยาเขตแม่ฮ่องสอน อย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการครองชีพของนักศึกษาและสนับสนุนวัตถุดิบในโรงประกอบอาหารของหอพักนักศึกษากว่า 200 กิโลกรัม รวมถึงส่งมอบอาหารที่จำหน่ายไม่หมดแต่ยังมีคุณภาพดีและสามารถรับประทานได้อย่างปลอดภัย จากโลตัส โท เฟรช (Lotus's go fresh) กว่า 350 สาขา ให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายรักษาความสะอาดในเขตการปกครองกรุงเทพฯ รวม 50 เขต กว่า 113 ตันต่อปี ปันความอิ่มท้อง

ลดภาระค่าใช้จ่าย ลดการเกิดขยะสู่หลุมฝังกลบ พร้อมสนับสนุนการแยกขยะโดยแยกขยะอาหารจากโลตัส โท เฟรช ให้เจ้าหน้าที่นำไปจัดการขยะอย่างถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป เช่น ทำปุ๋ยบำรุงต้นไม้ในพื้นที่สาธารณะ และมีแผนขยายผลไปยังจังหวัดอุดรธานี และขอนแก่น นอกจากนี้ ส่งต่อสัมโอบที่ความหวานยังไม่ได้มาตรฐานของโลตัส แต่ยังคงคุณภาพดี กว่า 25,000 ลูก ให้แก่ มูลนิธิรักษอาหาร (SOS Thailand) เกษตรกรเพาะเลี้ยงแมลงโปรตีน (BSF) และสถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าทั่วประเทศ สำหรับใช้ประโยชน์ต่อไปในด้านต่าง ๆ อาทิ แปรรูปเป็นเมนูอาหาร รวมถึงยังสามารถเป็นอาหารสัตว์ เพื่อช่วยลดต้นทุนอาหารเลี้ยงสัตว์ ลดปริมาณขยะอาหารสู่การฝังกลบ 30,000 ตันต่อปี



- **โครงการต่อเนื่อง เพาะเลี้ยงแมลงโปรตีน (Black Soldier Fly-BSF)** โกลด์ขยายความร่วมมือกับภาครัฐ ลงนามบันทึกข้อตกลงกับสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) หรือเบโด้ (BEDO) สังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ขยายผลการถ่ายทอดองค์ความรู้โครงการเพาะเลี้ยงแมลงโปรตีน ซึ่งถือเป็นแมลงเศรษฐกิจ ใช้ทดแทนอาหารสัตว์สำเร็จรูป สามารถช่วยเกษตรกรลดต้นทุนค่าอาหารเลี้ยงสัตว์ และร่วมบริจาคอาหารที่จำหน่ายไม่หมดจากสาขา เพื่อใช้เป็นอาหารเพาะเลี้ยงแมลงโปรตีน ให้กับเครือข่ายเกษตรกรเพิ่มใน 10 จังหวัด ได้แก่ อุดรธานี ร้อยเอ็ด มหาสารคาม ศรีสะเกษ อัญญา ปทุมธานี กาญจนบุรี จันทบุรี สุราษฎร์ธานี และเพชรบูรณ์ ซึ่งมีสาขาของโลตัสทั้งไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และมีซูเปอร์มาร์เก็ต ตั้งอยู่กว่า 400 สาขา ในปี 2566 ส่งมอบอาหารที่จำหน่ายไม่หมดกว่า 495 ตันต่อปี



- แม็คโครและโลตัส ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางอาหารเพื่อสัตว์ป่า ร่วมกับกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช นำผัก ผลไม้ หรือผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป เบเกอรี่ ที่จำหน่ายไม่หมดแต่ยังสามารถรับประทานได้ จากศูนย์จำหน่ายสินค้าส่งต่อไปยังศูนย์ช่วยเหลือสัตว์และสวนสัตว์ จำนวน 17 แห่ง ที่อยู่ภายใต้การดูแลของกรมอุทยานฯ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด ลดปริมาณขยะ ช่วยแบ่งเบาภาระงบประมาณประจำปีด้านอาหารและสวัสดิการของสัตว์ป่า ในปี 2566 ส่งมอบอาหารให้กับศูนย์ช่วยเหลือสัตว์และสวนสัตว์ทั้งหมด 1,428.32 ตัน



มาตรการการนำมาผลิตเพื่อใช้ซ้ำ (Reuse)

โครงการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดกระบัง) ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการของเสียที่แหล่งกำเนิดและการลดการสูญเสียในกระบวนการผลิตและการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบส่วนเกิน โดยการนำวัตถุดิบส่วนเกินเหล่านั้นมาเพิ่มมูลค่าเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งจะช่วยลดการเกิดของเสียปลายทางอาหาร ตัวอย่างของการดำเนินการเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมปังกระเทียมจากขอบขนมปัง และพัฒนาผลิตภัณฑ์บลูเบอร์รี่สพาย เป็นต้น



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการสูญเสียอาหารในกระบวนการผลิต

6,650 ตันต่อปี

ลดค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะอาหาร

เป็นศูนย์

เพิ่มมูลค่าสินค้า สร้างยอดขาย

2.90 ล้านบาทต่อปี



มาตรการการนำมาใช้ใหม่ (Recycling) ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

โครงการ ZERO Waste to Landfill

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินโครงการบริหารจัดการขยะและวัสดุเหลือใช้ที่เกิดจากกระบวนการผลิต ตามแนวทางการบริหารจัดการของเสีย 3Rs (Reduce Reuse Recycle) แบบผสมผสาน ผลการดำเนินงานโครงการพบว่าของเสียที่เกิดขึ้นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ร้อยละ 100 โดยของเสียดังกล่าวแบ่งตามประเภทได้ ดังนี้










ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

กำจัดขยะด้วยกระบวนการฝังกลบเป็นศูนย์

สร้างรายได้จากขยะและวัสดุเหลือใช้เฉลี่ย

72 ล้านบาทต่อปี

ประเภท	การจัดการ
 เศษขนมปัง ร้อยละ 73.09	ผลิตอาหารสัตว์
 ขยะอาหาร ร้อยละ 0.64	ผลิตอาหารสัตว์
 ขยะกลุ่มภาคตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสีย ร้อยละ 17.85	ผลิตปุ๋ยชีวภาพและสารปรับปรุงดิน
 ขยะพลาสติก ร้อยละ 1.45	หลอมเป็นเม็ดพลาสติก
 ขยะขวดแก้ว ขวดพลาสติก ร้อยละ 0.37	ผ่านกระบวนการรีไซเคิล
 ขยะอันตราย ร้อยละ 0.96	ใช้เป็นวัตถุดิบในโรงงาน
 ขยะทั่วไป ร้อยละ 5.64	เป็นเชื้อเพลิง RDF ในการผลิตกระแสไฟฟ้าได้

โครงการต่อเนื่อง “เปลี่ยนขยะ เป็นประโยชน์ (น้ำหมักชีวภาพ EM)”

แม็คโครนำขยะอาหารในศูนย์จำหน่ายสินค้า ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่สามารถจัดจำหน่ายและรับประทานได้แล้ว จำพวกผักและผลไม้ มาทำเป็นน้ำหมักชีวภาพ (EM) เพื่อใช้ทำความสะอาดคราบไขมันภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ในปี 2566 สามารถผลิตน้ำหมักชีวภาพหรือน้ำ EM ได้ประมาณ 1 ล้านลิตร จาก 150 สาขา ทั่วประเทศ เพื่อนำไปแจกจ่ายให้กับผู้ประกอบการร้านค้า หรือหน่วยงานที่สนใจนำไปใช้ในการบำบัดน้ำเสียและทำความสะอาด และสนับสนุนโครงการ “กรุงเทพฯเมืองน่าอยู่” ซึ่งมีศูนย์จำหน่ายสินค้าจำนวน 33 สาขา ส่งมอบน้ำหมักชีวภาพที่เกิดจากขยะอาหารดังกล่าวให้กับสำนักงานเขต 20 แห่ง ในสังกัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้สำนักงานเขตนำไปบำบัดน้ำเสียตามคลองต่าง ๆ รวมถึงนำไปฉีดพ่นเป็นสารบำรุงต้นไม้ หรือใช้เป็นสารไล่แมลง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ขยะอาหารที่ลดลงจากการนำมาทำน้ำหมักชีวภาพ (EM)

ให้ กกม. เป็นจำนวน **88.03 ตัน**



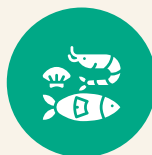
การวัด วิเคราะห์ และจัดทำฐานข้อมูล

โครงการยกระดับการจัดการฐานข้อมูลอ้างอิงตามมาตรฐานสากล

บริษัทวัดผลและวิเคราะห์ข้อมูลและส่วนประกอบของขยะอาหารจากกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่



กลุ่มพืช ผัก และผลไม้



กลุ่มเนื้อสัตว์ และอาหารทะเล



กลุ่มผลิตภัณฑ์จากนม



กลุ่มอาหาร พร้อมรับประทาน



กลุ่มเครื่องดื่ม



กลุ่มอาหารสำเร็จรูป



กลุ่มเบเกอรี่

ในปี 2566 บริษัทมีปริมาณขยะอาหารทั้งหมด 66,710.99 ตัน โดยกลุ่มขยะอาหารประเภทกลุ่มพืช ผัก และผลไม้ มีปริมาณสูงที่สุดจำนวน 22,504.43 ตัน คิดเป็นร้อยละ 33.73 ของปริมาณขยะอาหารปี 2566 (สามารถดูข้อมูลสัดส่วนปริมาณขยะอาหารแต่ละกลุ่มได้ที่สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566)



สานความร่วมมือกับชุมชนและคู่ค้าในการจัดการขยะและของเสีย

โครงการต่อเนื่อง ดันกล้าไร้ถัง

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับโรงเรียนภายใต้มูลนิธิ สานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี (CONNEXT ED) ที่สนับสนุนโดย บริษัท ดำเนินโครงการดันกล้าไร้ถัง ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 มุ่งเน้นการบริหารจัดการขยะเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ด้วยการมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะ โดยวิถีของดันกล้าไร้ถังคือ “การไม่มีถังขยะ” หรือนิยะเหลือน้อยที่สุดผ่านการคัดแยกวัสดุย่อยสลาย วัสดุรีไซเคิล โดยความร่วมมือกับพ่อค้า แม่ค้า ในโรงเรียน ยกเลิกการขายสินค้าที่จะสร้างขยะ เช่น หลอด กระดาษ แก้วน้ำพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เป็นต้น พัฒนาและบูรณาการหลักสูตรให้เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะ โดยในปี 2566 โครงการดันกล้าไร้ถังได้ดำเนินการมาถึงรุ่นที่ 4 มีโรงเรียนเข้าร่วมเพิ่มเติม 21 แห่ง ส่งผลให้มีโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการสะสมรวมทั้ง 4 รุ่น รวมกว่า 595 แห่ง เข้าร่วมเป็นสมาชิกภาคี ในฐานะโรงเรียนไร้ถังสังกัดกรุงเทพมหานคร รวมถึงขยายเครือข่ายไปยังชุมชนไร้ถัง 60 แห่ง ผู้ประกอบการ 89 แห่ง และอาคารสำนักงาน 2 แห่ง รวม 746 เครือข่าย โดยมีแผนขยายเครือข่าย ในปี 2567 เป็น 2,092 แห่ง ทั่วประเทศ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

คัดแยกขยะเพื่อเข้าสู่กระบวนการจัดการได้ **32.49 ตัน**

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **105.87 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ยืนต้นจำนวน **11,144 ต้น**



โครงการต่อเนื่อง ใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษี เต็มรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

บริษัทได้เปิดช่องการรับใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษีอย่างย่อ และใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน 7-Eleven



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษีอย่างย่อไปได้ทั้งสิ้น

580,839,371 รายการ

ลดใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบ

3,978,756 รายการ

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้

3,890.24 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ยืนต้นจำนวน **88,587 ต้น**

โครงการต่อเนื่อง e-Waste ให้อุณหภูมิที่ ดีต่อใจ ที่โลตัส

โลตัสร่วมกับทรู คอร์ปอเรชั่น ขยายจุดรับขยะอิเล็กทรอนิกส์ โลตัส 20 สาขาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล พร้อมเป็นตัวกลางเชื่อมต่อเข้าถึงคนในชุมชน สนับสนุนให้เกิดการแยกขยะอิเล็กทรอนิกส์อย่างถูกต้อง ถูกวิธี อาทิ รีไซเคิลโทรศัพท์มือถือที่ไม่ใช้แล้ว 1 เครื่องสามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 12.6 กิโลกรัม ลดการตัดต้นไม้ใหญ่ 5 ต้น เพื่อรวบรวมเข้าสู่ขั้นตอนรีไซเคิลจัดการของเสียขยะตามมาตรฐานสากล



โครงการ MeStyle Young Graphic Designer Contest Season 2

โลตัสร่วมกับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ เปิดโอกาสให้นิสิตนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาทั่วประเทศร่วมออกแบบกราฟิกเสื้อยืด ภายใต้แบรนด์โลตัส ในหัวข้อ อัตลักษณ์ไทยอย่างมีสไตล์ สะท้อนอัตลักษณ์ไทย 5 ภาค โดยสนับสนุนทักษะการทำงานออกแบบผ่านประสบการณ์ทำงานจริง และส่งเสริม Soft Power ผ่านการนำเสนอในมุมมองของนักออกแบบกราฟิกรุ่นใหม่ พร้อมผลิตจากวัสดุรีไซเคิลจากผ้าฝ้าย เศษผ้า และขวดพลาสติก โดยกระบวนการทอผ้าจากโรงงานที่ได้มาตรฐานส่งออก และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ย้อมผ้าโดยควบคุมปริมาณปลอดสารเคมี ที่เป็นอันตรายกับคนและสิ่งแวดล้อม และการย่อยสรีสารทำมะกัน

 **ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ**

นักศึกษาส่งผลงานเข้าร่วมประกวด รวม **488 ราย**

ใช้วัสดุรีไซเคิลในการผลิตเสื้อ รวม **9 ตัน**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **7.14 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ยืนต้นจำนวน **166 ต้น**



สร้างการรับรู้และรณรงค์ให้ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภค

โครงการต่อเนื่อง สร้างความตระหนักเรื่องขยะอาหาร (Food Waste)

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินโครงการสร้างความตระหนักถึงปัญหาขยะอาหารอย่างต่อเนื่อง ผ่านเพจเฟซบุ๊ก “สังคมไทยไร้ Food Waste” และสร้างกลุ่ม “กินหมดจนไร้ Food Waste” เพื่อเป็นช่องทางส่งเสริมความรู้ด้านการจัดการและลดปริมาณขยะอาหาร ปัจจุบันมีผู้กดติดตามเพจเฟซบุ๊กกว่า 28,813 ราย และมีสมาชิกกลุ่มกว่า 1,179 ราย ปี 2566 ดำเนินการจัดกิจกรรม “CPRAM FOOD STATION” มุ่งเน้นการสร้างความตระหนักในการลด Food Waste หรือลดความสูญเสียปลายทางอาหาร พร้อมให้ความรู้ด้านการบริโภคน้ำตาล ไขมัน และโซเดียมที่เหมาะสม เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม ยกระดับสู่ความมั่นคงทางอาหาร และความยั่งยืนทางอาหารอย่างแท้จริง

ถุงแยกขยะพลาสติก สนับสนุนประชาชนแยกขยะขับเคลื่อนสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

โลตัสพัฒนาสินค้าแบรนด์โลตัส บรรจุกฎที่ที่สามารถรีไซเคิลได้ ได้แก่ ถุงขยะแบรนด์โลตัสเกรด A ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัย ในราคาคู่ค้า และแยกประเภทขยะตามสี โดยออกแบบตามหลักการแยกขยะของกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ถุงสีเหลืองสำหรับขยะรีไซเคิล ถุงสีฟ้าสำหรับขยะทั่วไป และถุงสีเขียวสำหรับขยะอินทรีย์หรือขยะอาหาร ช่วยอำนวยความสะดวกให้ประชาชนสามารถแยกขยะได้ง่ายในครัวเรือน สำหรับส่งต่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปบริหารจัดการต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมเปิดพื้นที่เป็นจุดรับขยะหลากหลายประเภท เพื่อนำไปมอบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำขยะบรรจุกฎที่กลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล สร้างคุณค่าและประโยชน์คืนแก่สังคมต่อไป





การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

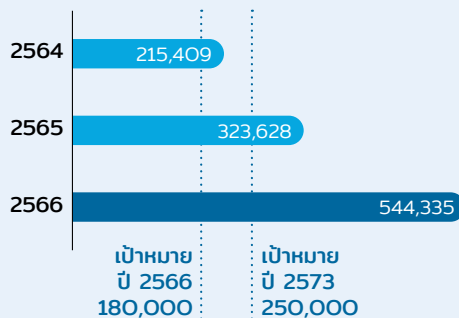
- 1** **คนและสังคม**
1.2 ลดสัดส่วนชาย เหยิง และเด็กในทุกช่วงวัย ที่อยู่ภายใต้ความยากจนในทุกมิติ
- 1.3 ดำเนินการให้เป็นผลตามระบบและมาตรการคุ้มครองทางสังคมที่เหมาะสม และให้ครอบคลุมถึงกลุ่มที่ยากจน และเปราะบาง
- 2** **ความสะอาด**
2.3 เพิ่มผลิตภาพทางการเกษตรและรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก โดยเฉพาะผู้หญิง คนพื้นเมือง เกษตรกรแบบครอบครัว คนเลี้ยงปศุสัตว์ชาวประมง โดยรวมถึงการเข้าถึงที่ดินทรัพยากร และปัจจัยนำเข้าในการผลิต ความรู้ บริการทางการเงิน ตลาด และโอกาสสำหรับการเพิ่มมูลค่าและการจ้างงาน
- 2.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืนและดำเนินการตามแนวปฏิบัติทางการเกษตรมีภูมิคุ้มกันที่จะเพิ่มผลิตภาพและการผลิต ซึ่งจะช่วยรักษาระบบนิเวศ เสริมขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภาวะอากาศรุนแรง ภัยแล้ง อุทกภัยและภัยพิบัติอื่น ๆ และจะช่วยพัฒนาที่ดินและคุณภาพดินอย่างต่อเนื่อง
- 8** **การเติบโตอย่างมีคุณภาพ**
8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสำเร็จ และนวัตกรรมและส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็กและขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านทาง การเข้าถึงบริการทางการเงิน
- 10** **ความเสมอภาค**
10.1 ให้บรรลุอย่างต่อเนื่องและคงการเติบโตของรายได้ในกลุ่มประชากรที่ยากจนที่สุด
- 11** **เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน**
11.5 ลดจำนวนการตายและจำนวนที่ได้รับผลกระทบและลดการสูญเสียโดยตรงทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณ์ที่มวลรวมภายในประเทศของโลกที่เกิดจากภัยพิบัติ ซึ่งรวมถึงภัยพิบัติที่เกี่ยวข้องกับน้ำโดยมุ่งเป้าปกป้องคนจนและคนที่อยู่ในสถานการณ์ที่เปราะบาง

เป้าหมาย ปี 2573

พัฒนาทักษะ ส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้ สำหรับ เกษตรกร ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่อุปทาน











250,000 ราย

ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: รายสะสม)



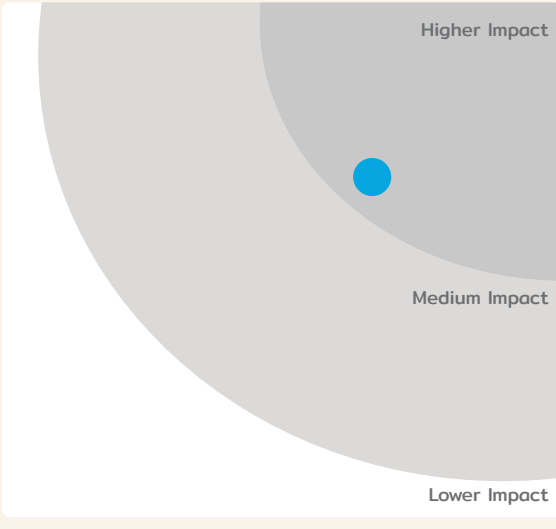
หมายเหตุ: ตั้งแต่ปี 2565 ข้อมูลที่รายงานครอบคลุมธุรกิจค้าปลีก แลกเปลี่ยนบริการพื้นที่เข้าในศูนย์การค้า ภายใต้ชื่อ "โลตัส"

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

 <p>197,862 ราย SMEs ที่ได้รับการพัฒนาทักษะทางอาชีพ สร้างงานเพิ่มรายได้</p>	 <p>13,154 ราย เกษตรกรในห่วงโซ่อุปทานที่ได้รับการพัฒนาทักษะทางอาชีพ สร้างงานเพิ่มรายได้</p>	 <p>9,691 ราย กลุ่มเปราะบางที่ได้รับการพัฒนาทักษะทางอาชีพ สร้างงานเพิ่มรายได้</p>	 <p>65,528 ราย (ร้อยละ 79.40) การจ้างงานแรงงานท้องถิ่น (เฉพาะพนักงานที่ปฏิบัติงานในร้าน 7-Eleven)</p>	 <p>1,995 ราย การจ้างงานผู้สูงอายุท้องถิ่น</p>
 <p>18,830 ล้านบาท มูลค่าการรับซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน</p>	 <p>28,520 คน มูลค่า 1,394 ล้านบาท ที่มอบให้กับเยาวชนและผู้ด้อยโอกาส</p>	 <p>35,869 ราย ชุมชนและหน่วยงานภาคประชาสังคมได้รับการช่วยเหลือบรรเทาสาธารณภัย เช่น เหตุภัยพิบัติทางธรรมชาติ การป้องกันและควบคุมโรคติดต่อ เป็นต้น</p>	 <p>ซีพี ออลล์ รับรางวัลองค์กรที่สนับสนุนงานด้านพิชการดีเด่น ประจำปี 2566 ในระดับดีเยี่ยมจากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.)</p>	 <p>ซีพีแรม รับรางวัลเกียรติยศ CSR-DIW to COVID-19 Relief และ CSR -DIW Continuous โครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน เพื่อเป้าหมายการฟื้นฟูและยกระดับเศรษฐกิจและสังคม (CSR-DIW to COVID-19 Relief) และโครงการส่งเสริมโรงงานอุตสาหกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน (CSR-DIW Continuous)</p>

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

 <p>ศูนย์ 7 สนับสนุนเอสเอ็มอี ดำเนินงานต่อเนื่อง ให้บริการคำปรึกษา ให้ความรู้ เพิ่มศักยภาพ พัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต ให้โอกาสช่องทางขาย สนับสนุนการเติบโตสู่ตลาด Modern Trade อย่างมั่นคง</p>	 <p>ดำเนินการโครงการความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตร ในการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพให้กับ SMEs ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เกษตรกร อาทิ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) หอการค้าไทย สภาหอการค้าไทย กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น</p>	 <p>ดำเนินการโครงการตลาดนัดชุมชน สนับสนุนช่องทางทางการขายทั้งภายในและภายนอกของบริษัท อาทิ โครงการ ALL SME MARKET PLACE ของ ซีพี ออลล์ โครงการตลาดนัดโฮมเวย์ของแม็คโคร โครงการตลาดนัดส่งเสริมอาชีพอิสระของโลตัส</p>	 <p>ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ ซีพี ออลล์ (ALL Food Tech) ช่วยเหลือผู้ประกอบการลดภาระค่าใช้จ่าย ด้วยการทดสอบผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน</p>
---	--	--	---



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Matrix)

การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ

มิติด้านความยั่งยืน	ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ
● มิติด้านสังคม	Higher Impact สร้างความแตกต่างเชิงกลยุทธ์ (Differentiators): ประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัทควรมุ่งเน้นและเร่งการดำเนินงานให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด โดยสอดคล้องกับเป้าประสงค์ขององค์กรและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ความเสี่ยงและโอกาส

ประชากรทั่วโลกต่างเผชิญการเปลี่ยนแปลงอย่างเฉียบพลันและซับซ้อน ทั้งนวัตกรรมทางธุรกิจ เทคโนโลยีการตลาดสมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติและสภาพภูมิอากาศ จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น การย้ายถิ่นฐาน รวมไปถึงคุณภาพและสุขภาพะ ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยเฉพาะประชากรกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเปราะบางไม่สามารถเข้าถึงโอกาสทางการศึกษา แหล่งทุน หรือปัจจัยในการประกอบอาชีพ สิ่งแวดล้อมของแหล่งที่อยู่อาศัยที่ดี รวมถึงการเข้าถึงบริการสุขภาพที่มีคุณภาพ ซึ่งระดับความเหลื่อมล้ำจะยิ่งมีแนวโน้มสูงขึ้น หากภาครัฐและอุตสาหกรรมดำเนินงานโดยไม่เคารพสิทธิขั้นพื้นฐานของชุมชนโดยรอบห่วงโซ่อุปทาน อาทิ ธุรกิจการจำหน่ายสินค้ารูปแบบค้าปลีกและค้าส่ง มีการวิเคราะห์และการตัดสินใจทางการตลาด (Market Analysis) โดยไม่ตระหนักถึงบริบทและผลกระทบเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การตัดราคาขายสินค้า การไม่ควบคุมมลพิษที่เกิดจากการผลิตหรือการขนส่ง เป็นต้น สามารถสร้างข้อกั้วลขัดแย้งระหว่างบริษัทกับธุรกิจขนาดเล็กหรือวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ ตลอดจนสูญเสียความเชื่อมั่น และความร่วมมือจากชุมชนอย่างยั่งยืน

บริษัทจึงมุ่งเป็นส่วนหนึ่งในการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม องค์กรจำเป็นต้องมี “การเปลี่ยนแปลงระดับรากฐาน (Transformative Change)” หรือการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้ควบคู่ไปกับการรับฟังความคิดเห็น ตระหนักถึงกิจกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อมีความเสี่ยงที่อาจจะเกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชน ซึ่งนอกจากเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่มีทักษะและภูมิปัญญาท้องถิ่นยังสามารถนำมาสู่โมเดลธุรกิจใหม่ ๆ ได้ บริษัทเชื่อมั่นว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจึงต้องอาศัยการขับเคลื่อนร่วมกัน ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคม เพื่อให้ทุกภาคส่วนสามารถเดินหน้าและรับมือกับทุกการเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกันในระยะยาว

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- ➔ [เรื่อง “การประเมินผลกระทบต่อชุมชนเชิงสังคม” ในบท “แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน และอาชีวอนามัยและความปลอดภัย”](#)
- [เรื่อง “การประเมินผลกระทบต่อชุมชนเชิงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ” ในบท “การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ”](#)
- [เรื่อง “การประเมินประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน” ในบท “ใส่ใจทุกสาระสำคัญ เพื่อความยั่งยืนทุกมิติ”](#)

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งสนับสนุนสถานะความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน ตามกลยุทธ์ 3 “ให้ช่องทางการขาย ให้ความรู้ การพัฒนา และ ให้การเชื่อมโยง” ภายใต้ “นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม” แนวทางปฏิบัติ เป้าหมายตัวชี้วัดของบริษัท ผ่านการสนับสนุนองค์ความรู้ทักษะที่จำเป็นในการประกอบอาชีพ ช่องทางในการสร้างรายได้ที่หลากหลาย ตลอดจนการบริหารจัดการพื้นที่และสิ่งแวดล้อมที่ดี ลดผลกระทบและความเสี่ยงเชิงลบครอบคลุมทั้งกลุ่มเกษตรกร กลุ่ม SMEs รวมถึงกลุ่มเปราะบางทางสังคม และก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวกกับชุมชนทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดตั้งศูนย์ 7 สนับสนุน SMEs การส่งเสริมระบบบริหารแบบบูรณาการตลอดวงจรของการเป็นผู้ประกอบการ (SME Journey Line) การสนับสนุนผลิตภัณฑ์เกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ่านการจัดซื้อ จัดหาช่องทางการขาย สนับสนุนพื้นที่ขาย ส่งเสริมกิจกรรมกระตุ้นยอดขาย สัมมนาถ่ายทอดความรู้ เป็นต้น

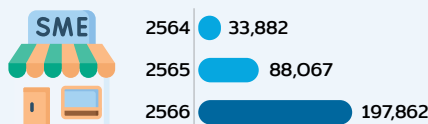
นอกจากนี้ บริษัทสนับสนุนการจ้างงานในท้องถิ่น พร้อมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบรรเทาทุกข์ ตลอดจนการรับฟังเสียงจากชุมชนผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียนขององค์กร เพื่อสร้างสัมพันธ์ ลดข้อกั้วลและสร้างคุณค่าร่วมกัน ให้มีความเข้มแข็งและสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างยั่งยืน

บริษัทสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีกระบวนการติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานด้านการสร้างคุณค่าทางสังคม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายระยะสั้นและสามารถบรรลุเป้าหมายระยะยาว ปี 2573 สามารถรวบรวมเป็นฐานข้อมูลสำหรับการพัฒนานโยบายบริษัท แผนการดำเนินงานในอนาคต เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจ สามารถสร้างคุณค่าทางสังคมและสนับสนุนระบบเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้อย่างแท้จริง

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

การส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้

จำนวน SMEs (ราย)



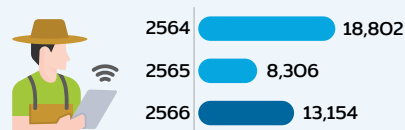
จำแนกตามกลุ่ม (ราย)



มูลค่าการรับซื้อ (ล้านบาท)

74,911

จำนวนเกษตรกร (ราย)



จำแนกตามกลุ่ม (ราย)

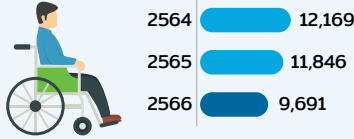


มูลค่าการรับซื้อ (ล้านบาท)

11,791

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

จำนวนกลุ่มเปราะบาง (ราย)



จำแนกตามกลุ่ม (ราย)



มูลค่าการจ้างงาน และส่งเสริมรายได้ (ล้านบาท)

265

ประเภทการสนับสนุน (ร้อยละ)



การบริจาคเพื่อการกุศล
(Charitable Donations)
15.85

การร่วมลงทุนทางสังคม
(Community Investments)
29.13

กิจกรรมเชิงพาณิชย์
(Commercial Initiatives)
55.02

รูปแบบการสนับสนุน (ล้านบาท)



งบประมาณสนับสนุน
(Cash Contributions)
92.67

มูลค่าจำนวนชั่วโมงจิตอาสา
พนักงานที่ได้รับค่าจ้าง
(Time: Employee
Volunteering during
Paid Working Hours)
20.01

สิ่งของ
(In-kind Giving)
102.12

ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ
(Management Overheads)
6.76

การจ้างงานในท้องถิ่น

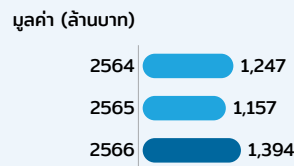
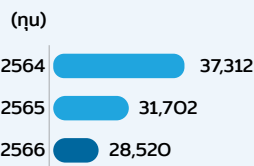


การจ้างงานแรงงาน
ท้องถิ่น (ราย)
65,528

การสร้างงานชุมชน (ราย)
65,560

การจ้างงานผู้สูงอายุ
ท้องถิ่น (ราย)
1,995

ทุนการศึกษาสำหรับเยาวชนและผู้ด้อยโอกาสในชุมชน



จำนวนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (Local Product) และมูลค่าการสนับสนุน



	2564	2565	2566
จำนวนผู้ประกอบการชุมชน (ราย)	100	230	376
มูลค่าการรับซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน/ วิสาหกิจชุมชน (ล้านบาท)	0.47	14.92	18,830

หมายเหตุ: ความหมาย/ขอบเขต 'ชุมชน' ตามที่บริษัทกำหนด หมายถึง บุคคล คณะบุคคล ผู้ประกอบการ เยาวชน กลุ่มเปราะบาง ที่อยู่โดยรอบพื้นที่ดำเนินการสำคัญของบริษัท
 1) ครอบร้าน 7-Eleven ภายในรัศมีไม่เกิน 5 กม.
 2) ศูนย์กระจายสินค้า ภายในรัศมี 5-10 กม.
 3) ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โคร ไอตัส สถานประกอบการผลิต ภายในรัศมี 5-10 กม.

โครงการที่สำคัญ ปี 2566



เพิ่มทักษะ ขยายโอกาส สร้างรายได้ แก่ SMEs วิสาหกิจชุมชน เกษตรกร และกลุ่มเปราะบาง

บริษัทดำเนินงานตามแผน "Giving and Sharing" เพื่อลดช่องว่างและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีมากขึ้น ผ่านการสนับสนุน SMEs เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และกลุ่มเปราะบางอย่างต่อเนื่อง ภายใต้กลยุทธ์ "ให้ช่องทางการขาย" "ให้ความรู้ การพัฒนา" และ "ให้การเชื่อมโยง" ตลอดจนการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน "ให้ความช่วยเหลือบรรเทาสาธารณภัย" แก่สังคมและชุมชน โดยในปี 2566 มีการดำเนินโครงการ ดังนี้

แนวคิดกลยุทธ์ "3 ให้"



"ให้ช่องทางการขาย"

- เพิ่มโอกาสการขาย ขยายโอกาสการเติบโตทางธุรกิจ และสร้างแบรนด์ให้กับ SMEs ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน เกษตรกร รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ผ่านช่องทางการขายที่มีศักยภาพทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ 7Delivery รวมถึงช่องทางอื่น ๆ เช่น พื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven และ ALL SME Market Place เป็นต้น
- ขยายโอกาสผ่านการทำ Business Matching ภายใต้ชื่อโครงการ Big Match เป็นความร่วมมือกับทางหอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย



"ให้ความรู้ การพัฒนา"

สนับสนุนให้ SMEs ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน รวมถึงเกษตรกร สามารถเข้าถึงองค์ความรู้ที่สำคัญและจำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ อาทิ การพัฒนาคุณภาพสินค้าและการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ การตลาด การจัดการต้นทุน ความรู้เฉพาะทางตามประเภทธุรกิจ ช่วยเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน ภายใต้กลยุทธ์ "ให้ความรู้ การพัฒนา" ผ่านการดำเนินงานจัดสัมมนาประจำปี ถ่ายทอดความรู้ (Know-how) และการให้คำปรึกษาแนะนำ ด้วยโปรแกรมการพัฒนาที่เหมาะสม สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการ ตลอดจนวงจรของการเป็นผู้ประกอบการ (SME Journey Line)



"ให้การเชื่อมโยง"

เชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการในการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบสำคัญ แหล่งเงินทุน นวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถขยายธุรกิจไปยังตลาดโลกได้ ผ่านการดำเนินการในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ความร่วมมือกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ All Food Tech ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ FoodInnoPolis กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Live Platform) SME D Bank ธนาคารกรุงเท



1. ให้ช่องทางการขาย: เพิ่มโอกาสการขาย ขยายโอกาสการเติบโต

โครงการต่อเนื่อง สรรหา SMEs และวิสาหกิจชุมชน ที่มีศักยภาพเข้าสู่ช่องทางจำหน่ายแบบออฟไลน์และออนไลน์ ร้าน 7-Eleven

ซีพี ออลล์ ร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ดำเนินโครงการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพให้เข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด ให้คำปรึกษาเชิงลึก และการจับคู่ธุรกิจ สัมมนาออนไลน์ด้านการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ อาทิ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ การสร้างและออกแบบบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในร้าน 7-Eleven ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

จำนวนผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ **20 ราย**

จำนวนผลิตภัณฑ์ที่บริษัทส่งเสริมช่องทางการขาย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ **25 รายการ**

รวมมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น **81.5 ล้านบาท**

บริษัท เอ็นเอสแอล ฟู้ดส์



บริษัท เอ็นเอสแอล ฟู้ดส์ เป็นพาร์ทเนอร์กับ ซีพี ออลล์ มายาวนาน บริษัทร่วมพัฒนาและผลิตสินค้าใหม่ ๆ ที่ไม่ได้เน้นเพียงแค่รสชาติที่อร่อยแต่เป็นผู้สร้างรสชาติแห่งความสุข จึงเป็นที่มาของการพัฒนาสินค้ากลุ่มขนมปังและแป้งพืชม่า จนมาสู่แบรนด์วีซิ่งสำเร็จรูปหรือแซนด์วิชอบร้อนซึ่งเป็นสินค้าหลัก (Signature) ของเอ็นเอสแอล ถือเป็นหนึ่งของผู้ขายหลักให้กับร้าน 7-Eleven ทำให้กิจการของ NSL เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว สร้างยอดขายแซนด์วิชอบร้อนได้มากกว่า 4,010 ล้านบาท เติบโตขึ้นกว่า 30 เท่า

บริษัท โทฟูซัง จำกัด



บริษัท โทฟูซัง จำกัด เปิดตัวธุรกิจด้วยนมถั่วเหลืองออร์แกนิก แบบสเตอริไลส์ ในขวดแก้วราคา 30 กว่าบาท เพื่อให้สอดคล้องกับฐานลูกค้าร้าน 7-Eleven "โทฟูซัง" จึงเปลี่ยนวัตถุดิบ มาใช้ถั่วเหลืองในประเทศ แต่ยังเป็นถั่วเหลืองคุณภาพสูง ช่วยลดต้นทุนในการผลิต ทำให้สามารถปรับราคาสินค้าที่ทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่ายขึ้น รวมถึงพัฒนาหลากหลายรสชาติ อาทิ รสออริจินัล รสหวานน้อย รสผสมเม็ดแมงลัก และรสผสมบุก-ธัญพืช และการพัฒนาสินค้านมถั่วเหลืองแบบพาสเจอร์ไรส์ หลาย Pack Size เจาะช่องทางการขายที่แตกต่างกัน สร้างการเติบโตอย่างก้าวกระโดดด้วยยอดขาย 850 ล้านบาท เติบโตขึ้นกว่า 77 เท่า โดยที่สัดส่วนยอดขายร้อยละ 40 จำหน่ายในร้าน 7-Eleven และร้อยละ 60 มาจากซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ

บริษัท สยามรุ่งเรืองฟู้ด แอนด์ เบเกอรี่ จำกัด



"ปังสยาม" สามารถยืนหยัดครองใจผู้บริโภคมาได้ถึง 50 ปี เพราะเรียนรู้ที่จะปรับตัวและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง แต่ยังสามารถคงไว้ซึ่งคุณภาพที่ชวนให้นึกถึงวัยเด็กได้อย่างสมบูรณ์ โดยสินค้าที่ถือเป็นไฮไลต์ของปี 2566 คือ เค้กโบราณ (เค้กถ้วยหน้าแยมส้ม) เป็นการพัฒนาเค้กโบราณที่เป็นที่นิยมแต่หากทานยาก ผลิตเป็น Mass Product ปรับรสชาติให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เนื้อเค้กนุ่ม ราดด้วยแยมส้มรสชาติหอมหวาน แต่งหน้าด้วยครีม ตามแบบฉบับของเค้กโบราณ เค้กไข่มุกสูตรโบราณ และเค้กชีฟพอนเนื้อนุ่ม หอมกลิ่นใบเตย

โครงการต่อเนื่อง "ส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เกษตรกรและรายย่อย" (ALL SME MARKET PLACE)

ซีพี ออลล์ สนับสนุนสินค้าและผลิตภัณฑ์จากเกษตรกรและชุมชน สร้างโอกาสในการขาย เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน โดยผ่านแพลตฟอร์ม ALL SME MARKET PLACE คือ โครงการ SAFETY NET เป็นพื้นที่พิเศษเพื่อ SMEs ไทย ที่เปิดโอกาสให้ช่องทางการจำหน่ายสินค้าแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร กลุ่ม SMEs กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มสถาบันการศึกษา โดยเป็นแหล่งรวมสินค้าของชุมชนต่าง ๆ ภายในประเทศ เพื่อเพิ่มการกระจายรายได้ในกลุ่มเศรษฐกิจฐานราก เช่น สินค้า OTOP สินค้า GI สินค้าประจำถิ่น สินค้าเกษตร เป็นต้น รวมถึงสนับสนุนส่งเสริมพัฒนาความรู้ผู้ประกอบการ โดยมุ่งยกระดับจากสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น สู่อุตสาหกรรมที่ได้มาตรฐานสากล เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดวงกว้างอย่างยั่งยืน ทั้งเป็นการส่งเสริมสินค้าชุมชนและสินค้าเกษตรให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ผ่านการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

จำนวนผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ **291 ราย**

จำนวนผลิตภัณฑ์ที่บริษัทส่งเสริมช่องทางการขาย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ **434 รายการ**

มูลค่าการรับซื้อ **1.03 ล้านบาท**

สนับสนุนช่องทางการขายทั้งภายในและภายนอกของบริษัท ผ่านช่องทางออฟไลน์ อาทิ การออกบูท การให้พื้นที่หน้าร้าน การส่งขายในตลาด Modern Trade (Local Product) และช่องทางออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน ไลน์ ดิจิทัล เพชฌกูช ของ ALL SME MARKET PLACE

สนับสนุนการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้และอธิบายสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นการขายและให้เป็นที่แพร่หลายมากขึ้น

สนับสนุนการเข้าถึงช่องทางการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนการขนส่ง

สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และให้ความรู้ เพื่อยกระดับจากผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ผลิตภัณฑ์ที่ได้ตามมาตรฐานสากล เตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด

โครงการต่อเนื่อง สนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในร้านโลตัส

โลตัสเป็นช่องทางการกระจายสินค้าวิสาหกิจชุมชน และ SMEs จาก 200 ชุมชนทั่วประเทศ ผ่านร้านสาขาของโลตัส และช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ในปี 2566 มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจำหน่ายในร้านสาขาโลตัส 25,891 ผลิตภัณฑ์ ใน 2,300 สาขา คิดเป็นมูลค่าการใช้จ่าย (Spending) กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (Local Product) ของโลตัส 18,800 ล้านบาท



โครงการต่อเนื่อง “แม่โคร เคียงข้างเกษตรกรไทย” สนับสนุนเกษตรกรและผลผลิตจากกลุ่มเกษตรกร

แม่โคร สนับสนุนสินค้าและผลิตผลทางการเกษตรจากกลุ่มเกษตรกร และผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่น พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า ยกระดับการผลิตอาหารที่ได้มาตรฐาน สินค้ามีคุณภาพและปลอดภัย ตลอดจนส่งเสริมการมีรายได้ที่มั่นคงยั่งยืน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

สนับสนุนเกษตรกรตลอดทั้งปี **46,734.19 ตัน**

ยอดสนับสนุน **2,937 ล้านบาท**

แนวทางการสนับสนุนผลผลิตทางการเกษตร



เนื้อสัตว์ชนิดต่าง ๆ

- สนับสนุนเนื้อสัตว์และสินค้าโปรตีนทางเลือกกว่า **571.16 ตัน** คิดเป็น **119 ล้านบาท**



แนวทางการสนับสนุนผลผลิตทางการเกษตร



เนื้อไก่ ไช้ไก่ และนม

- รับซื้อเนื้อไก่ ไช้ไก่ และนม กว่า **1,344.60 ตัน**
- ยอดสนับสนุน **98 ล้านบาท**



ผลไม้ตามฤดูกาล

- รับซื้อผลไม้ตามฤดูกาล กว่า **11,165.29 ตัน**
- ยอดเงินรับซื้อกว่า **652 ล้านบาท**



ผัก และผักพื้นบ้าน

- รับซื้อผักและผักพื้นบ้านกว่า **26,794.95 ตัน**
- ยอดเงินสนับสนุน **1,418 ล้านบาท**



สัตว์น้ำ และอาหารทะเล

- รับซื้อสัตว์น้ำ และอาหารทะเลกว่า **6,858.19 ตัน**
- ยอดสนับสนุน **650 ล้านบาท**



โครงการต่อเนื่อง สนับสนุนผลผลิตจากเกษตรกร ช่วงฤดูกาลผลไม้ออกสู่ตลาด

โลตัสช่วยเหลือเกษตรกรไทยลดปัญหาผลผลิตล้นตลาดหรือราคาตกต่ำ และสร้างรายได้ที่ยั่งยืน สนับสนุนนโยบายการบริหารจัดการผลไม้เชิงรุก ปี 2566 ของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ร่วมเป็นช่องทางกระจายผลไม้ตามฤดูกาลที่มีคุณภาพให้กับเกษตรกรชาวสวน ผ่านสาขาของโลตัสกว่า 2,300 แห่งทั่วประเทศ รวมถึงช่องทางออนไลน์



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

รับซื้อผลไม้ตามฤดูกาลกว่า **45,000 ตัน**

เพิ่มขึ้น **ร้อยละ 20**

เทียบกับ พ.ศ. 2565

ระบายผลไม้ตามฤดูกาลให้เกษตรกรชาวสวนมากกว่า **43,000 ราย**

สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรกว่า **1,000 ล้านบาท**

โครงการต่อเนื่อง รับซื้อผลผลิตโดยตรงจากเกษตรกร (โนนเขวาโมเดล)

โครงการรับซื้อผลผลิตโดยตรงจากเกษตรกร (Direct Sourcing) เป็นโครงการที่สร้างรายได้ที่เป็นธรรมและมั่นคงให้แก่เกษตรกร อีกทั้งยังยกระดับมาตรฐานการเพาะปลูกพืช ผ่านความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ อาทิ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายให้กลุ่มเกษตรกรสามารถบริหารจัดการการเพาะปลูกได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความเข้มแข็ง มีอำนาจในการต่อรอง ด้วยการสนับสนุนให้เกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงรวมตัวกันตามนโยบายเกษตรแปลงใหญ่ของภาครัฐ ในปี 2561 กลุ่มเกษตรกรบ้านโนนเขวา ตำบลดอนหัน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้รวมตัวกัน ภายใต้โนนเขวาโมเดล ใช้หลักการตลาดนำการผลิต มีผู้จัดการฟาร์มของโลตัสทำงานอย่างใกล้ชิดกับเกษตรกรและหน่วยงานภาครัฐ ในการยกระดับมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเกษตร มีการวางแผน

การเพาะปลูกและการรับซื้อล่วงหน้าตามนโยบายการตลาดนำการผลิต รวมไปถึงการสนับสนุนโอกาสในการส่งสินค้าเกษตรภายในเครือข่ายโลตัสอีกด้วย ในปัจจุบันโลตัสมีแปลงปลูกผักในรูปแบบ Farm Model 4 แห่งหลัก ในทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย สร้างอาชีพรายได้ที่เป็นธรรมและมั่นคง ให้กับเกษตรกรกว่า 1,700 ราย โดยการทำงานอย่างใกล้ชิดกับกลุ่มเกษตรกรในรูปแบบ Farm Model ทำให้สามารถควบคุมและกำกับดูแลมาตรฐานด้านความปลอดภัยและคุณภาพสินค้า กราบถึงแหล่งที่มา ส่งต่อผักสดคุณภาพสูงให้ลูกค้าได้

ปัจจุบันโลตัสรับซื้อผัก 25 ชนิด จากเกษตรกรบ้านโนนเขวากว่า 153 ราย ครอบคลุมพื้นที่กว่า 400 ไร่ ปริมาณรับซื้อกว่า 15 ตันต่อเดือน สร้างรายได้เสริมต่อครัวเรือน 0.78 ล้านบาทต่อเดือน



จำนวนเกษตรกรทุกภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการ (ราย)

1,700

ปริมาณการรับซื้อผลผลิตทางการเกษตร (ตันต่อปี)

1,100

มูลค่าการรับซื้อ (ล้านบาท)

53

โครงการหลวงรับซื้อผลผลิตต่อเนื่อง

โลตัส ขยายความร่วมมือมูลนิธิโครงการหลวง ต่อเนื่องกว่า 28 ปี ส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้เกษตรกรชาวเขา รวมถึงช่วยให้ลูกค้าและประชาชนเข้าถึงสินค้า ผักและผลไม้สดคุณภาพสูง ในราคาที่เอื้อมถึง

- รับซื้อผลผลิตจาก "ศูนย์พัฒนาโครงการหลวง แม่เหียะ แม่แฮ และ เลอตอ" ส่งจำหน่ายที่สาขาของโลตัสทั่วประเทศและช่องทางออนไลน์
- จำหน่ายสินค้าโครงการหลวงกว่า 70 รายการ ในโลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต 220 สาขา สร้างรายได้กว่า 100 ล้านบาท
- สนับสนุนระบบน้ำ มอบถังเก็บน้ำจำนวน 45 ถัง พร้อมระบบน้ำเพื่อการผลิต มูลค่ารวม 300,000 บาท

โครงการต่อเนื่อง ซีพี ออลล์ เปิดพื้นที่สร้างโอกาส Giving Space

ซีพี ออลล์ จัดสรรพื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven ให้แก่องค์กรคนพิการและกลุ่มเปราะบางที่มีศักยภาพ มีความพร้อม และมีผลิตภัณฑ์โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากกลุ่มคนพิการ ผู้ดูแลคนพิการ และกลุ่มเปราะบาง นำมาสู่การสร้างรายได้และการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน โดยในปี 2566 จัดสรรพื้นที่หน้าร้านให้กับองค์กรคนพิการและกลุ่มเปราะบางสะสมรวม 12 แห่ง และมีจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการสะสม 5,041 ราย



โครงการตลาดนัดส่งเสริมอาชีพอิสระ

โลตัสร่วมกับกรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน จัดกิจกรรมตลาดนัดส่งเสริมอาชีพอิสระ ณ โลตัส สาขาพญาไท จังหวัดชลบุรี สนับสนุนสร้างโอกาสการมีอาชีพ เสริมรายได้ จุดประกายความคิดในการประกอบอาชีพเพื่อขับเคลื่อนมาตรการส่งเสริมกลุ่มผู้รับงานไปทำที่บ้านได้มี ช่องทางการจำหน่ายสินค้า เพื่อช่วยสร้างรายได้ สามารถพึ่งพาตนเองและมีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยกิจกรรมดังกล่าว โลตัสได้สนับสนุนพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มผู้รับงานไปทำที่บ้าน 5 กลุ่ม คือ

1. บ้านคนพิเศษ วิชาชีพเพื่อสังคม BY ออทิสติก ชลบุรี
2. วิชาชีพชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และอายุวัฒนะ บ้านเนินแสนสุข
3. กลุ่มบ้านโป่งดินดำ
4. ศูนย์เทคโนโลยีการเกษตรนครพิการ (20 Rai Organic Farm)
5. กลุ่มสินค้าอุปโภค



โดยช่วยเหลือกลุ่มผู้รับงานไปทำที่บ้าน จำนวน 30 ราย มูลค่าการใช้จ่าย 5,000 บาท



2. ให้ความรู้ การพัฒนา: พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการที่เหมาะสม สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการ

วงจรของการเป็นผู้ประกอบการ (SMEs Journey Line)



โครงการต่อเนื่อง ศูนย์ 7 สนับสนุน SMEs

ซีพี ออลล์ ขับเคลื่อนโครงการศูนย์ 7 สนับสนุน SMEs มุ่งพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในหลากหลายด้าน เพื่อสร้างรายได้ที่มั่นคงให้กับผู้ประกอบการให้เติบโตอย่างยั่งยืน ดังนี้



โดยในปี 2566 โครงการศูนย์ 7 สนับสนุน SMEs พร้อมด้วยสำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ (PDQA) ร่วมกับฝ่ายพัฒนาความยั่งยืนภาครัฐ เครือเจริญโภคภัณฑ์ จังหวัดน่าน ลงพื้นที่เยี่ยมชมกลุ่มผู้ผลิตสินค้าแปรรูปทางการเกษตร และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเยี่ยมชมแหล่งวัตถุดิบ รวมถึงสถานที่ผลิตสินค้า ตลอดจนแนะนำและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ รวมถึงมุมมองในการดำเนินงาน พร้อมรับฟังปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสินค้าและแก้ไขปัญหาร่วมกัน ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถเข้ารับการสนับสนุนพัฒนาและเข้าร่วม รับคำปรึกษาจากศูนย์ฯ และศึกษาดูงานผ่านโครงการพัฒนา SMEs สู่ความยั่งยืน (เพาะต้นกล้า)



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

จำนวนเกษตรกรและผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุนตามโครงการ **30 ราย**

มูลค่าการสนับสนุน กว่า **200,000 บาท**

ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ ซีพี ออลล์ (ALL Food Tech)

เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพสินค้าของ SMEs ผ่านการรับรองคุณภาพ เพิ่มโอกาสในการขาย ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ ซีพี ออลล์ พร้อมเคียงข้างผู้ประกอบการด้วยบริการตรวจวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ ดำเนินงานภายใต้มาตรฐาน ISO/IEC 17025: 2017 ซึ่งเป็นมาตรฐานของห้องปฏิบัติการที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ภายใต้การบริหารงานของสำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซีพี ออลล์ โดยดำเนินการตามเกณฑ์ข้อกำหนด ดังนี้

- | | |
|--|--|
| 1. ความเป็นกลางและรักษาความลับของลูกค้า | 5. เครื่องมือที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน มีผลการสอบเทียบอย่างสม่ำเสมอ |
| 2. บุคลากรปฏิบัติงานอย่างเป็นกลาง และมีความสามารถและปฏิบัติงานตามระบบบริหาร | 6. การทดสอบความชำนาญอย่างสม่ำเสมอ |
| 3. มาตรฐานควบคุมและเฝ้าระวัง และมีการทบทวนแผนเป็นระยะเพื่อป้องกันอย่างเหมาะสม | 7. การควบคุมคุณภาพของผลการทดสอบ |
| 4. ทวนสอบความใช้ได้ของวิธี และเลือกใช้วิธีที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ตัวอย่าง | 8. การควบคุมผลการทดสอบและได้รับการอนุมัติก่อนออกผลทุกครั้ง |

ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ

ให้บริการทดสอบทางด้านจุลชีววิทยาและเคมี เช่น ตรวจสอบสารเคมีตกค้างในผลิตภัณฑ์



Food Ingredient Innovation Center (FIIC)

ศูนย์พัฒนาและให้คำปรึกษาด้านวัตถุดิบและสินค้าครบวงจร และให้คำปรึกษาด้านพัฒนาเมนูอาหาร



ศูนย์ที่ปรึกษาด้านพัฒนาสูตรอาหาร

โดยทีมงาน Chef ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการพัฒนาสูตรอาหารระดับภาคอุตสาหกรรม ทั้งสูตรเฉพาะ ทั้งอาหารไทยจีน และนานาชาติ



Sensory Evaluation Center

ให้บริการทดสอบทางประสาทสัมผัสสำหรับผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงให้บริการให้คำปรึกษาด้านต่างๆ ตามความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการผลิตทางด้าน GMP และความปลอดภัยอาหาร



รวมถึงบริการแนะนำด้านการศึกษาอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ (Shelf Life) และบริการปรึกษาด้านสุขอนามัยสถานประกอบการที่สำคัญมุ่งเน้นเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ โดยมีส่วนช่วยในการลดภาระค่าใช้จ่าย ด้วยการทดสอบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังมีบริการให้คำแนะนำทางด้านสุขลักษณะในสถานประกอบการ เพื่อสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย ได้มาตรฐาน ออกสู่ท้องตลาดได้อย่างมั่นใจ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความมั่นคงและธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน ในปี 2566 ผู้ประกอบการที่เข้าร่วม 114 ราย

การส่งเสริม พัฒนาศักยภาพและให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ SMEs

โครงการต่อเนื่อง Business Accelerator

บริษัทร่วมมือกับหอการค้าไทย สภาหอการค้าไทย เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ ขยายสู่ช่องทางโมเดิร์นเทรด ผ่านระบบประชุมทางไกล (VDO Conference) โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ ส่งมอบองค์ความรู้ จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลา 4 เดือน ตลอดจนกิจกรรมนำเสนอความคิดเพื่อนำมาผู้ลงทุน (Pitching) เพื่อชักชวนการนำเสนอสินค้าเสมือนจริงกับโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ ถือเป็นโครงการที่จะสร้างความเข้มแข็ง สร้างโอกาสในการขยายตลาด ขยายเครือข่ายพันธมิตรให้กับสมาชิกผู้ประกอบการ โดยรุ่นที่ 3 มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 60 ราย



โครงการต่อเนื่อง พี่ช่วยน้อง ปีที่ 7 (Big Brother Season 7)

โครงการพี่เลี้ยงทางธุรกิจร่วมกับหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย พร้อมหน่วยงานพี่เลี้ยง กว่า 22 หน่วยงาน สนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ผ่าน



การดูแลแบบรวม 54 ราย เช่น การประชุมกับผู้บริหาร เยี่ยมพื้นที่ปฏิบัติการ ห้องเรียนด้านการเงิน และการสร้างแรงบันดาลใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ เป็นต้น



การดูแลแบบเข้มข้น (เฉพาะผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือก 3 ราย) ลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริง ประเมินหาโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ

โครงการปีที่ 7 ได้รวบรวมผลลัพธ์จากบริษัทที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 54 บริษัท จากการเข้าร่วมโครงการพบว่าผู้ประกอบการ 39 ราย (ร้อยละ 72) สามารถประเมินเป็นมูลค่าของรายได้และกำไรที่เพิ่มขึ้นซึ่งสามารถคิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมทั้งสิ้น 961.72 ล้านบาท



โครงการต่อเนื่อง ให้คำปรึกษา SMEs (SMEs Service Solution Center)

โครงการเปิดให้ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตสินค้าเข้าช้กตามข้อสงสัยและปรึกษาเกี่ยวกับกระบวนการผลิต เงินทุน และองค์ความรู้ในการพัฒนาธุรกิจ ในปี 2566 ให้คำปรึกษาแก่ SMEs ผ่านโครงการ SME DBank โครงการ SME Biz Up โครงการ DIPROM และโครงการ SME Service Solution Center รวม 50 ราย

7 บริการ

1. บริการให้คำปรึกษาเบื้องต้นแก่ผู้ประกอบการที่ต้องการเสนอสินค้า
2. วิเคราะห์ทดสอบคุณสมบัติและมาตรฐานผลิตภัณฑ์
3. การปรับปรุงกระบวนการผลิต
4. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ การตลาดและประชาสัมพันธ์ แนะนำการใช้สื่อที่เหมาะสมกับช่องทางขาย
5. จับคู่กับผู้ผลิตสินค้า
6. จัดหาแหล่งเงินทุน ให้คำปรึกษาด้านการเขียนแผนธุรกิจ
7. จัดอบรมและสัมมนาสมาชิก

นอกจากนี้ บริษัทให้บริการเชื่อมโยงทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก เพื่อสนับสนุน SMEs อาทิ โครงการอุดหนุนจากทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) โปรแกรมสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation and Technology Assistance Program: ITAP) ภายใต้สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) รวมถึงส่วนลดค่าบริการพิเศษจากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) CPALL Food Tech All Now และพีไอเอ็ม (PIM) Food Academy เป็นต้น



โครงการต่อเนื่อง ตลาดนัดโชห่วย

แม้ใครให้ความสำคัญกับพันธกิจส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจค้าปลีก รายย่อยและ SMEs ในทุกด้าน โดยเฉพาะโชห่วยที่เป็นกำลังสำคัญของ เศรษฐกิจไทย ตลอดระยะเวลา 34 ปี เราได้พัฒนาให้ความรู้และสร้าง โชห่วยยุคใหม่ ผ่านโครงการมิตรแท้โชห่วย ซึ่งเราได้ทำงานร่วมกับ ร้านค้าปลีกรายย่อยหรือโชห่วยกว่า 500,000 ราย ทั่วประเทศ ในการ เป็นศูนย์กลางองค์ความรู้และเทคโนโลยี รวมทั้งเทคนิคการบริหารร้านค้า ให้พัฒนาขึ้นเป็น สมาร์ทโชห่วย ร้านจึงตอบโจทย์ความต้องการของ ผู้บริโภคยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ยังคงเน้นให้ความสำคัญ เป็นศูนย์กลาง ชุมชนไว้ได้ดังเดิม รวมถึงยังนำเสนอทางเลือกการจําร้านค้าปลีกแบบ สำเร็จรูปที่ง่าย มีประสิทธิภาพ และเพิ่มผลกำไร ผ่านโมเดลร้านค้าปลีก ชุมชน ร้านมิตรแท้โชห่วย โดยในปี 2566 การจัดงานตลาดนัดโชห่วย ภายใต้แนวคิด "มิตรแลนด์ ดินแดนสมาร์ทโชห่วย" โดยรวบรวม องค์ความรู้ที่จะให้โชห่วยประสบความสำเร็จได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ผ่านกลยุทธ์ 3 ส. ได้แก่



- **สมาร์ต** คือ พร้อมสนับสนุนผู้ประกอบการให้ดำเนินธุรกิจได้ฉลาดหรือทันสมัยขึ้น ให้คุณเป็นมืออาชีพด้วย “แม็คโครโปร” Super App ที่ช่วยโชห่วยให้ สั่ง ขาย คຸມในแอปเดียว พร้อมสิทธิพิเศษจากแม็คโครโปรพอดี
- **สร้างกำไร** สินค้าขายดีที่โชห่วย ต้องมีติดร้าน จากแบรนด์ชั้นนำกว่า 200 แบรนด์ ในราคาพิเศษที่พบได้เฉพาะในงาน
- **ใส่ใจทุกความสำเร็จ** เคล็ดลับการเปลี่ยนโชห่วยธรรมดา ให้เป็นโชห่วยสุดสมาร์ทด้วยเวิร์กช็อป เน้นเทคนิคสร้างกำไรและการพัฒนาร้านค้า

ในปี 2566 มีผู้ประกอบการ โชห่วยเข้าร่วมงาน 36,483 ราย

โครงการต่อเนื่อง MAKRO HORECA ACADEMY (MHA) เพื่อผู้คิดแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร

บริษัทสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย ภายใต้พันธกิจหลักของ โครงการ MHA เป็นเพื่อนคู่คิดผู้ประกอบการรายใหม่ และสร้าง การเติบโตในกลุ่มธุรกิจ HORECA-โรงแรม (Hotel) ร้านอาหาร (Restaurant) และธุรกิจจัดเลี้ยง (Catering) ผ่านการให้ความรู้ด้าน การบริหารจัดการและทักษะการประกอบอาหารอย่างมืออาชีพ ทั้งระบบ ออนไลน์และออนไลน์ รวมถึงอบรมหลักสูตรการทำอาหารครบคลุม ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การจัดเตรียมวัตถุดิบ ประงปรุงสูตร การบริหารการเงิน ตลอดจนเทคนิคการตลาดและการโฆษณา เพื่ออำนวยความสะดวกให้ ผู้เข้าร่วมสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา พร้อมมอบสิทธิประโยชน์ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

สมาชิกผู้ประกอบการ HORECA ที่เข้าร่วมโครงการกว่า
165,000 ราย

ยอดผู้ติดตาม (Followers) สะสมใน Facebook กว่า
121,000 ราย

ผู้รับชม VDO ทุกช่องทาง มียอดสะสมกว่า
16,000,000 ครั้ง

มียอดการเข้าเรียนหลักสูตร Online **700,000 ครั้ง**

ช่องทางการรับชม



Website: <https://makrohorecaacademy.com>



Facebook: <https://www.facebook.com/MakroHoReCaAcademy/>



YouTube: <https://www.youtube.com/@makrohorecaacademy>



Instagram: <https://www.instagram.com/makrohorecaacademy/>



X: <https://mobile.twitter.com/makromha>



Line: @makro-mha

โครงการยกระดับผู้ประกอบการ Lotus's SMART SME ติวเข้ม SME สู่เจ้าแก้งแพร่ไช้

โลตัสร่วมกับบริษัท พีเอ็มจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด ออกแบบหลักสูตรพิเศษ Lotus's SMART SME ติวเข้ม SMEs สู่เจ้าแก้งแพร่ไช้ เพื่อยกระดับความรู้ด้านการขยายธุรกิจแพร่ไช้ พร้อมสนับสนุนพื้นที่เช่าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยในโลตัสกว่า 2,300 สาขาทั่วประเทศ รวมถึงช่องทางออนไลน์ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด เปิดโอกาสให้เข้าร่วมกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) นอกจากนี้ ยังร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนสร้างเครือข่ายในการพัฒนาผู้ประกอบการแบบรอบด้าน สอดคล้องกับความมุ่งมั่นของโลตัสในการเป็นแพลตฟอร์มแห่งโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ SME ให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน



โครงการยกระดับมาตรฐานการผลิต กลุ่มสินค้าเกษตร

ซีพี ออลล์ จัดสัมมนาออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มสินค้าเกษตร เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิต ด้วยการให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

- การจัดการผลผลิตในสภาพอากาศแปรปรวน
- การสร้างแบรนด์ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์กลุ่มสินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน
- ต้นแบบการพัฒนากระบวนการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร
- การยกระดับด้านคุณภาพกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าเกษตร

โดยในปี 2566 จำนวนเกษตรกรและผู้ประกอบการที่เข้าร่วม จำนวน 200 ราย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ผู้ประกอบการผ่านการอบรมหลักสูตร Lotus's SMART SME ติวเข้ม SME สู่เจ้าแก้งแพร่ไช้ **46 ราย** รวม **23 กิจการ**

สนับสนุนพื้นที่เช่าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยในโลตัสกว่า **2,300 สาขาทั่วประเทศ**

โครงการ "เรียนรู้ คู่ชุมชน" ภายใต้กิจกรรมศึกษาดูงานด้านการเกษตร

บริษัท ซีพีแรม จำกัด โดยศูนย์วิชาการเกษตร ร่วมส่งเสริมความรู้และอาชีพให้กับกลุ่มเกษตรกรและชุมชน ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ลำพูน ขอนแก่น และสุราษฎร์ธานี โดยการสนับสนุนการศึกษาดูงานเกี่ยวกับจุดเรียนรู้ไม้เศรษฐกิจ การปลูกพืช 9 ระดับ สวนไม้ผล การเลี้ยงปลาคัสต์ว โรงตัดแต่ง-คัด-บรรจุ และโรงเพาะกล้า ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเป็นการเพิ่มองค์ความรู้ด้านการเพาะปลูก การจัดการสวน และการคัดบรรจุผลผลิตให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ซึ่งกลุ่มเกษตรกรสามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ และต่อยอดให้เหมาะสมในอนาคต โดยในปี 2566 มีผู้เข้าร่วมโครงการ จำนวน 97 ราย



โครงการปลูกรัก

บริษัท ซีพีแรม จำกัด โดยศูนย์วิชาการเกษตร ส่งมอบแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตร เพื่อใช้เป็นแหล่งการเรียนรู้วิชาการเกษตร เพิ่มพูนความรู้ และทักษะในการประกอบอาชีพให้กับชุมชน ภายใต้ โครงการปลูกรัก จากการถ่ายทอดความรู้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมปลูกผักปลอดภัย และกิจกรรมปลูกพืชไม้ใช้ดิน ในชุมชนพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ขอนแก่น ลำพูน และสุราษฎร์ธานี เพื่อส่งเสริมความรู้ด้านการเกษตร เพิ่มทักษะวิธีการปลูก โดยในปี 2566 มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 115 ราย



3. ให้การเชื่อมโยง

โครงการต่อเนื่อง จับคู่ธุรกิจ และโครงการจับคู่โมเดลธุรกิจ (Synergy and Business Matching)

โครงการมีการส่งเสริมการจับคู่โมเดลธุรกิจ (Business Matching) เพื่อช่วยเหลือ SMEs ให้มีโอกาสเติบโต และยกระดับสินค้าสู่ระดับประเทศ โดยคัดเลือก SMEs ที่มีความมุ่งมั่นต้องการพัฒนาสินค้าของตนเข้าร่วมโครงการ เพื่อพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยของกระบวนการผลิต มาตรฐานโรงงาน พัฒนาสูตรสินค้าให้มีอายุวางขายยาวนานขึ้น รวมถึงพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสนับสนุนการกระจายสินค้าผ่านร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ

ในปี 2566 บริษัทสนับสนุน SMEs ในการต่อยอดธุรกิจ สร้างโอกาสให้คำแนะนำ ให้โอกาสผ่านการจับคู่ธุรกิจ มีสินค้าเข้าร่วมในการจับคู่ธุรกิจกว่า 300 รายการ อาทิ การจับคู่ธุรกิจ ระหว่างวิสาหกิจบ้านดอนทอง จับมือ วิ ฟาร์ม และ 7-Eleven ดำเนินการร่วมพัฒนาสูตรเฉพาะที่อร่อย มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ผลิตเป็นสินค้าตรา วิ ฟาร์ม กล้วยหอมทองทอด สร้างธุรกิจเกื้อกูลสำหรับ SMEs ดันสินค้าโอท็อป 5 ดาว จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านดอนทอง บินกล้วยหอมทองทอดกรอบ เข้าตลาดขนมขบเคี้ยวท้องถิ่น



ยับยั้งเคียงข้างชุมชนและสังคมไทย เสมือน เพื่อนที่ห่วงใย ใกล้ ๆ คุณ

โครงการต่อเนื่อง “จิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน”

บริษัทสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยหลัก 3 ประโยชน์ รับฟัง และวิเคราะห์ความต้องการของชุมชนรอบร้านในพื้นที่รัศมีไม่เกิน 5 กิโลเมตร และตอบสนองความต้องการผ่านกิจกรรมหลัก 6 ด้าน ประกอบด้วย

- กิจกรรมสนับสนุนวันสำคัญต่าง ๆ ของชุมชน
- กิจกรรมส่งเสริมการแบ่งปันและสร้างความสะดวกให้ชุมชน อาทิ ตลาดนัดชุมชน ศูนย์รวมสุขภาพดีของชุมชน เป็นสะพานบุญร่วมรับบริจาคเพื่อส่งต่อธารน้ำใจให้ผู้ด้อยโอกาสในชุมชน สร้างอาชีพเพิ่มรายได้ให้กับไรเดอร์ (Rider) ชุมชน
- กิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาเยาวชน อาทิ สนับสนุนอุปกรณ์การเรียน การสอน มอบทุนการศึกษา ปรับปรุงสภาพแวดล้อมโรงเรียน
- กิจกรรมด้านสาธารณประโยชน์โดยพนักงานร้าน 7-Eleven และพนักงานจิตสาธารณะของ ซีพี ออลล์
- กิจกรรมด้านส่งเสริมศาสนาซึ่งเป็นศูนย์กลางยึดเหนี่ยวจิตใจของชุมชน

- กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของชุมชน อาทิ การปลูกต้นไม้ การจัดการขยะชุมชน ซึ่งแนวทางดังกล่าวครอบคลุมถึงพื้นที่ดำเนินการที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ ศูนย์กระจายสินค้า ศูนย์จำหน่ายแม่โขง โลตัส โรงงานผลิตอาหาร ซีพีแรม ด้วยเช่นกัน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมโครงการ **18,329 ราย**

จำนวนชั่วโมงรวมจิตอาสา **150,952 ชั่วโมง**

จำนวนคนในชุมชนเข้าร่วมโครงการ **151,955 ราย**

งบประมาณสนับสนุนจิตอาสา **4.13 ล้านบาท**



โครงการบุญนิธิแสดมปีเขว่นเพื่อสาธารณกุศลทุกภูมิภาค

ซีพี ออลล์ จัดแคมเปญ “แสดมปี 7-Eleven ป่วนสนุก BROWN & MINIONS” โดยแสดมปี 7-Eleven นอกจากนำมาใช้เป็นส่วนลดแทนเงินสดแลกสินค้าฟรีเมียมแล้ว สามารถนำไปทำบุญส่งต่อสิ่งดี ๆ ให้สังคมชุมชน ทำดีทำบุญ 24 ชั่วโมง ผ่าน “โครงการบุญนิธิแสดมปีเขว่นเพื่อสาธารณกุศลทุกภูมิภาค” จากการติดแสดมปีที่โปสเตอร์ในร้าน 7-Eleven หรือ บริจาค M-Stamp ผ่านทางแอปพลิเคชัน 7App เพื่อนำไปช่วยเหลือสาธารณกุศล 4 ด้าน ได้แก่

1. วัดและโรงเรียนในพื้นที่ทุรกันดาร
2. เด็กด้อยโอกาส
3. ครูและบุคลากรทางการศึกษา
4. สงเคราะห์สัตว์

โดยในปี 2566 ยอดบริจาคแสดมปีเพื่อสาธารณกุศล เป็นจำนวนเงินกว่า 6.01 ล้านบาท



โครงการต่อเนื่อง สร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้กับชุมชน



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



การเข้าร่วมระงับเหตุภัยพิบัติต่างๆ อาทิ ไฟไหม้ น้ำท่วม ช่วยเหลือผู้ประสบเหตุได้รับบาดเจ็บหรือเสียชีวิต รวมถึงช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากเหตุภัยพิบัติต่างๆ พร้อมทั้งมีกองเรือเจ็ตสกีอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในเหตุการณ์น้ำท่วม



ให้ความรู้เรื่องดับเพลิงขั้นต้น และฝึกซ้อมอพยพหนีไฟให้กับชุมชน กลุ่มเปราะบาง หน่วยงานราชการ รวมถึงทีมกู้ภัย กู้ชีพ



มอบอาหารและน้ำดื่มให้กับผู้อพยพหรือผู้ประสบภัย รวมถึงทีมกู้ชีพ กู้ภัย



มอบเงินช่วยเหลือให้กับทีมกู้ภัย กู้ชีพที่ได้รับบาดเจ็บในกรณีเข้าเผชิญเหตุ



มอบทุนการศึกษาให้กับบุตร ธิดาของทีมกู้ภัย กู้ชีพที่เสียชีวิตจนเรียนจบมหาวิทยาลัย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

จำนวนผู้ได้รับการฝึกอบรม **6,685 ราย**

หน่วยงานกู้ภัย กู้ชีพที่ได้รับการสนับสนุนอุปกรณ์ **30 หน่วยงาน** จำนวน **600 ราย**

จำนวนผู้ประสบภัยที่เข้าถึงอาหารและน้ำ **51,625 ราย**

งบประมาณสนับสนุน **1.79 ล้านบาท**



นอกจากนี้ บริษัท ซีพีแรม จำกัด บริษัทในกลุ่ม ซีพี ออลล์ ร่วมกับเทศบาลนครเจ้าพระยาสุรศักดิ์ และโรงเรียนบ้านหนองปรือ (ชลบุรี) จัดโครงการปฏิบัติการสร้างเสริมความปลอดภัยในโรงเรียน “CPRAM Safety to School” เพื่อสร้างความรู้ให้กับคณะครูและนักเรียน ในการดับเพลิงเบื้องต้น การป้องกันอัคคีภัย และการอพยพหนีไฟ เพื่อลดความเสี่ยงต่อการเกิดเหตุอัคคีภัยในโรงเรียน รวมถึงสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน จากการจัดบูรให้ความรู้ด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม โดยในปี 2566 มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 1,176 ราย



โครงการต่อเนื่อง Heart of Hearing เจื้อกัน ปันโอกาส

บริษัทดำเนินโครงการฝึกอบรมอาชีพและสนับสนุนทักษะการชงกาแฟให้แก่ นักเรียนผู้พิการทางการได้ยินในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อให้นักเรียนจากห้องเรียนกาแฟสามารถเพิ่มทางเลือกในการประกอบอาชีพในอนาคตอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 4

ในปี 2566 โครงการยังคงต่อยอดการจัดอบรมทั้งภาคทฤษฎี และปฏิบัติ หลักสูตรการชงกาแฟเบื้องต้นให้แก่นักเรียนและครูโรงเรียนโสตศึกษา จำนวนทั้งหมด 203 ราย และส่งเสริมการต่อยอดทักษะอย่างต่อเนื่อง โดยการจัดการแข่งขันโครงการ YOUNG BARISTA CAMP 2023 ให้กับผู้บกพร่องทางการได้ยิน โดยมีตัวแทนจากนักเรียนโรงเรียนโสตศึกษาที่เคยได้รับการอบรมจำนวน 4 โรงเรียน โรงเรียนละ 7 คน เข้าร่วมการแข่งขันดังกล่าว



โครงการต่อเนื่อง ก้าวที่พลาด สู่ออกาสายอาชีพ

เป็นการเปิดโลกอาชีพด้านกาแฟและเบเกอรี่ให้กับผู้ก้าวพลาดในชีวิต ที่ศูนย์สร้างโอกาสกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรม จำนวน 6 แห่ง เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนกลับเข้าสู่สังคม และโครงการ A Better Life สร้างชีวิตเพื่อสังคม ส่งน้องกลับบ้าน รับน้องร่วมงาน โดยการสร้างร้านต้นแบบเป็นศูนย์ฝึกเอกชน ได้แก่ ร้านเบลลี สาขากระทรวงยุติธรรม เพื่อฝึกอาชีพเยาวชนกรมพินิจต่อเนื่องเป็นรุ่นที่ 7 โดยในปี 2566 ได้จัดขึ้นทั้งหมด 3 รุ่น รุ่นละ 2 ราย และรับบรรจุเข้าทำงาน ณ ร้านสาขาของบริษัท และได้ขยายโอกาสไปยังร้านเบลลี สาขาเชียงใหม่ โดยจะรับเข้าฝึกงานจำนวน 2 ราย ในปี 2567



โครงการต่อเนื่อง CPRAM We Care ใส่ใจห่วงใยชุมชน

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดกระบัง) ส่งมอบความเป็นอยู่ที่ดี โดยส่งมอบถุงยังชีพให้กับกลุ่มเปราะบาง ผู้ด้อยโอกาส และกลุ่มผู้มีรายได้น้อยในเขตชุมชนที่อยู่บริเวณรอบโรงงาน ตลอดจนจัดกิจกรรม “จิตสาธารณะ” พัฒนาและทำนุบำรุงบริเวณศาสนสถาน พร้อมทั้งเลี้ยงอาหารกลางวันแก่นักเรียน และชุมชนโดยรอบ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

จำนวนกลุ่มเปราะบางในชุมชนที่ได้รับการบริจาค

167 ราย

จำนวนพนักงานเข้าร่วมโครงการ **147 ราย**

งบประมาณในการสนับสนุน **107,192 บาท**



โครงการต่อเนื่อง “เสริมอาชีพ สร้างรายได้สู่ชุมชน” ปี 4

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดกระบัง) เปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้กับชุมชน ผ่านโครงการ “เสริมอาชีพ สร้างรายได้สู่ชุมชน” ปีที่ 4 เพื่อให้ชุมชนโดยรอบนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จำนวน 7 ชุมชน มาร่วมจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนนำมาจำหน่าย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทางซีพีแรมสนับสนุน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้สู่ชุมชน ตลอดระยะเวลา 4 ปี ที่ผ่านมา ซีพีแรม ลาดกระบัง จัดโครงการนี้ขึ้นเพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้กับพนักงานในองค์กร พนักงานบริษัทข้างเคียง และประชาชนโดยรอบ ได้เลือกซื้อสินค้าจากชุมชน นอกจากนี้ ยังเป็นการช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน และบริษัทรอบข้าง ในปี 2566 มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 40 ราย สามารถสร้างรายได้แก่ชุมชนมากกว่า 49,300 บาท



โครงการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรกลุ่มเปราะบาง

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ขอนแก่น) ร่วมกับ เครือเจริญโภคภัณฑ์ และบริษัท ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จัดอบรมให้ความรู้ด้าน GMP และการจัดการวัตถุดิบทางการเกษตรก่อนส่งมอบ เช่น พริกชี้หูแดง หอมแดง กระเทียมไทย และต้นหอม ให้ได้มาตรฐาน GMP ให้กับกลุ่มคนเปราะบาง ณ สมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย (สาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง) ซึ่งวัตถุดิบทางการเกษตรดังกล่าวจะถูกนำ

ไปใช้ต่อในกระบวนการผลิตอาหารพร้อมรับประทานของ ซีพีแรม เช่น ข้าวกะเพราหมู ข้าวกะเพราไก่ไข่ดาว ข้าวเหนียวลาบหมู ปลาผัดพริกสด และเส้นใหญ่ผัดซีอิ๊วหมู ฯลฯ ที่จำหน่ายในร้าน 7-Eleven ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยในปี 2566 มีปริมาณการจัดซื้อวัตถุดิบ 134 ตัน รวมมูลค่าการจัดซื้อ 13.8 ล้านบาท

โครงการ สร้างงาน สร้างอาชีพ

แม็คโครมุ่งเน้นให้เกิดการจ้างแรงงาน ผ่านกลยุทธ์ในการสนับสนุน 3 ด้าน 1) จ้างงานผ่านทุกส่วนในธุรกิจของแม็คโคร 2) การสร้างงานให้กลุ่มเปราะบาง เช่น กลุ่มคนพิการและผู้ด้อยโอกาส 3) การสร้างรายได้เพิ่มให้เกษตรกร และ SMEs รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อยที่แม็คโคร

- ทหารกองประจำการใกล้ปลดประจำการ กองทัพเรือ: ที่มีความพร้อมและเข้าร่วมงานกับบริษัท 65 ราย มูลค่าการจ้างงาน 650,000 บาท และมีทหารกองประจำการเข้าร่วมพัฒนาความรู้ ทักษะทางอาชีพกว่า 510 ราย



- ผู้พิการ: แม็คโครร่วมกับกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ จัดอบรมหลักสูตรทำธุรกิจอาหารด้วยเงินลงทุนน้อย เมนูทำง่าย ขายคล่อง ส่งมอบโอกาสให้คนพิการ ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ โรงงานปีคนพิการสากล จังหวัดนทบุรี บ้านศรีวนาไล จังหวัดอุบลราชธานี ศูนย์หยาดฝน จังหวัดเชียงใหม่ และศูนย์พัฒนาคุณภาพและอาชีพคนพิการ จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั่วประเทศ มีอาชีพและรายได้ที่ยั่งยืน ผู้พิการเข้าร่วมอบรมหลักสูตร 200 ราย



โครงการ สร้างสุขวัยเก๋า

โลตัสร่วมกับกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จัดกิจกรรม "สร้างสุขวัยเก๋า" เพื่อขยายโอกาสให้ผู้สูงอายุทั่วประเทศได้รับการฝึกอาชีพ สร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว รวมไปถึงใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ปี 2566 จัดกิจกรรมจำนวน 5 ครั้ง ได้แก่ โลตัส สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อาคารกีฬาเวสน์ 5 ศูนย์เยาวชน (ไทย-ญี่ปุ่น) โลตัส สาขาพญาไท จังหวัดชลบุรี โลตัส สาขาหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โลตัส สาขานครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยภายในงานได้มีวิทยากรให้ความรู้ พร้อมทั้งกิจกรรมเวิร์กช็อปให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ อาทิ คอร์สเครื่องดื่มสุขภาพ และคอร์สอาหารสุขภาพ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

สนับสนุนกลุ่มผู้สูงอายุ จำนวน **300 ราย**

สร้างทักษะและฝึกอาชีพให้ผู้สูงอายุสามารถนำไปประกอบอาชีพได้

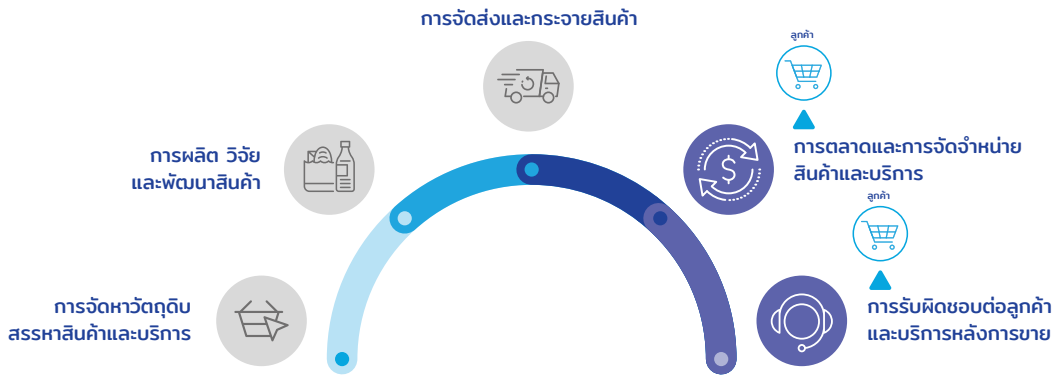
มูลค่าค่าใช้จ่าย **100,000 บาท**




การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี





ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- 

2.1 ยุติความหิวและสร้างหลักประกันให้ทุกคนโดยเฉพาะที่ยากจนและอยู่ในภาวะเปราะบาง อันรวมถึงการก ได้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการ เพียงพอตลอดทั้งปี
- 

3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ารวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัยมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้
- 

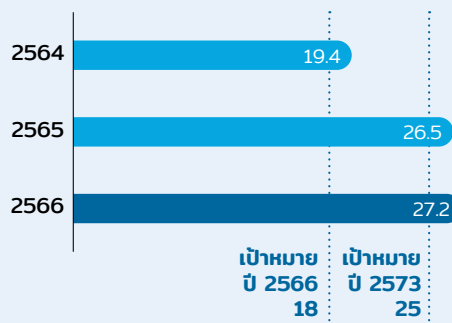
12.4 บรรลุเรื่องการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิด ตลอดจนวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตกลงกันแล้ว และลดการปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดิน อย่างมีนัยสำคัญ เพื่อจะลดผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด

เป้าหมาย ปี 2573

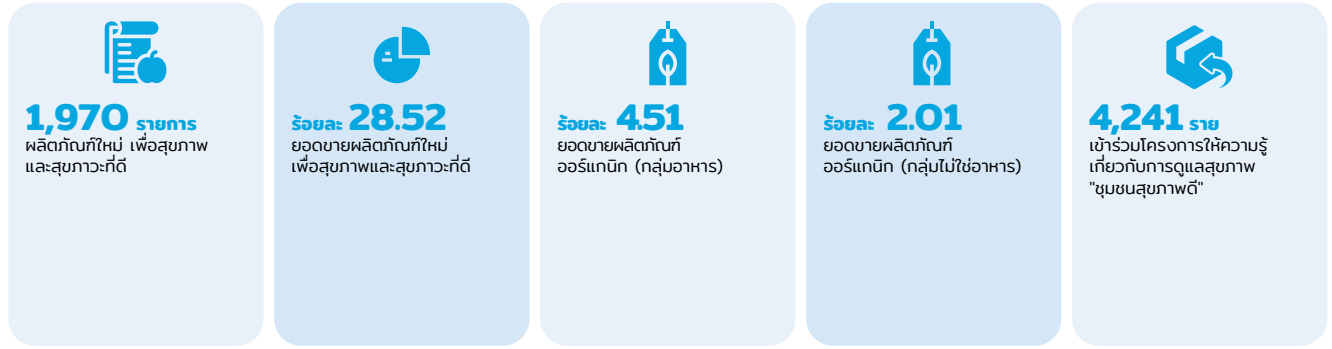
เพิ่มสัดส่วนจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่มุ่งเน้นสุขภาพ และโภชนาการที่ดี

ร้อยละ 25

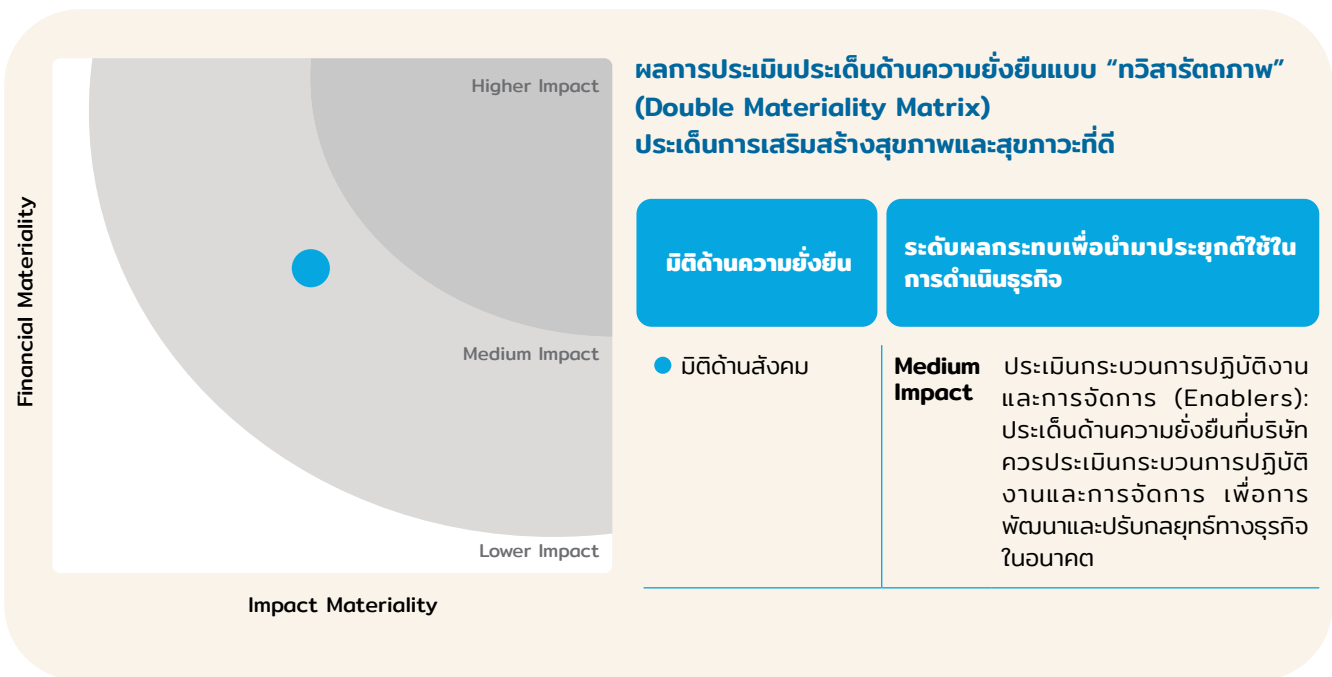
ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



ความเสี่ยงและโอกาส

ภาวะความเสี่ยงด้านสุขภาพที่สูงขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความคาดหวังในคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมด้านสุขภาพมากยิ่งขึ้น บริษัทให้ความสำคัญในกระบวนการสรรหาวัตถุดิบ การผลิต และการจัดจำหน่าย เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการอย่างเหมาะสม ลดการสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นการละเมิดสิทธิพื้นฐานในการมีสุขภาพที่ดี พร้อมทั้งสนับสนุนพฤติกรรมที่มีสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคผ่านการวิจัยผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ อาทิ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เพิ่มคุณค่าทางอาหาร (Functional Food) ผลิตภัณฑ์ที่มีสารอาหารที่เป็นเฉพาะบุคคล (Personalized Foods) อาหารกลุ่มลดสารปรุงแต่งสารกันบูด ลดปริมาณน้ำตาล ลดปริมาณน้ำมันปาล์ม ไม่แต่งสี และไม่ใช้ไขมัน พร้อมทั้งเพิ่มผลิตภัณฑ์อาหารโปรตีนทางเลือกและผลิตภัณฑ์ซูเปอร์ฟู้ด ตลอดจนการสนับสนุนกิจกรรมที่ช่วยสร้างเสริมสุขภาพกาย สร้างพฤติกรรมในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทดำเนินงาน “การให้คุณค่าชีวิตที่ดี” ตามกลยุทธ์ “เซเว่น โท กูเกิดเตอร์” ขององค์กร ภายใต้เป้าหมายสุขภาพและโภชนาการ เพื่อควบคุมการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณค่าทางโภชนาการและตรงตามมาตรฐานความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด พร้อมสร้างการเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภค ผ่านการแสดงรายละเอียดบนฉลากผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน อาทิ ข้อมูลกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานของประเทศ

นอกจากนี้ บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านการค้นคว้านวัตกรรมด้านอาหาร และการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนการร่วมวิจัยระหว่าง บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด และสำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ตลอดจนวิจัย

ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากองค์กรภายนอก อาทิ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) และภาควิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พร้อมกันนี้ บริษัทกำหนดเกณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่อยู่ใน การควบคุมของบริษัท (Private Brands) ให้ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภายนอกและมาตรฐานสากล

บริษัทมุ่งผลักดันและสนับสนุนกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ที่ลดปริมาณน้ำตาล ไขมัน โซเดียม และสารปรุงแต่ง เช่น สารกันบูด สีผสมอาหาร สารทดแทนความหวาน และสารเติมแต่งต้านจุลชีพ (Antibiotics) เป็นต้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ เช่น เพิ่มวิตามินเอ ซิงค์ ไอโอดีน ไฟเบอร์ ราดูลเหล็ก เป็นต้น นอกจากนี้กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม บริษัทยังส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก (Organic Products) และผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมประกอบจากรธรรมชาติ (Natural Based Ingredients) ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและเครื่องสำอาง และกลุ่มผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน เพื่อสร้างทางเลือกทางสุขภาพที่ดีและหลากหลายให้กลุ่มผู้บริโภค

บริษัทใส่ใจในการคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพจากแหล่งที่มาอย่างมีความรับผิดชอบต่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของการดัดแปลงพันธุกรรม (Genetically Modified Organisms: GMOs) ตลอดจนได้รับการรับรองและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ โดยบริษัทกำหนดให้มีกระบวนการติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการขับเคลื่อนด้านการเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาพที่ดีขององค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวได้ พร้อมทั้งรวบรวมฐานข้อมูลสำหรับการพัฒนานโยบาย แผนการดำเนินงาน และแผนงานวิจัยต่าง ๆ ของบริษัทในอนาคต

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

[นโยบายสุขภาพและโภชนาการ](#)

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

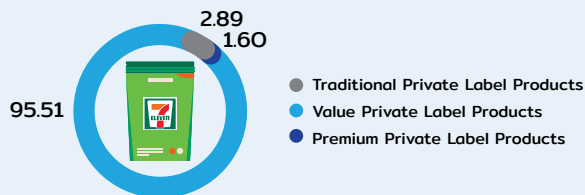
ผลิตภัณฑ์กลุ่มพัฒนาพร้อม (Private Brand)

ยอดขายรวม (ร้อยละ)



เป้าหมาย ปี 2566: 36.83

ยอดขายรวม จำแนกตามประเภท



รายการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสุขภาพที่ดี กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด

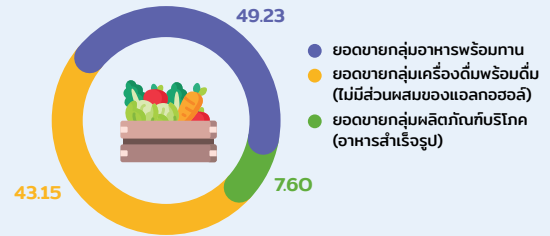
ผลิตภัณฑ์ทั้งหมด (Total Product) (หน่วย: SKUs)	ผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน (Existing Product) (หน่วย: SKUs)	ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) (หน่วย: SKUs)
2563 745	2563 465	2563 280
2564 1,032	2564 581	2564 451
2565 1,344	2565 899	2565 445
2566 1,565	2566 1,141	2566 424

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

ยอดขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด ต่อยอดขายรวมผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด (หน่วย: ร้อยละ)

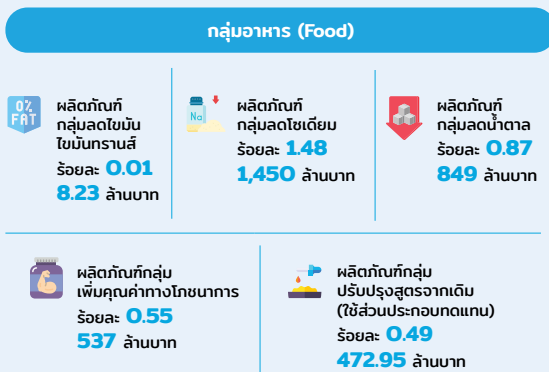


ยอดขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มจำแนกตามกลุ่ม (หน่วย: ร้อยละ)



หมายเหตุ: - ข้อมูลที่รายงานครอบคลุมผลิตภัณฑ์พัฒนาแบรนด์ (Private Brand: PB) และผลิตภัณฑ์ทั่วไป (National Brand: NB) ที่จำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ ของ ซีพี ออลล์ เท่านั้น
- ข้อมูลที่นำมารายงานนับตามเกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของบริษัท

ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี เฉพาะผลิตภัณฑ์พัฒนาแบรนด์เท่านั้น (Private Brand Only)



ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ทั้งหมด (Total Health)



หมายเหตุ 1. ข้อมูลที่รายงานครอบคลุมผลิตภัณฑ์พัฒนาแบรนด์ (Private Brand: PB) และผลิตภัณฑ์ชื่อแบรนด์ (National Brand) ที่จำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ ของ ซีพี ออลล์ เท่านั้น
2. ครอบคลุมกลุ่มอาหารพร้อมทาน เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป) อ้างอิงตามหลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม (Food)
3. ครอบคลุมกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำความสะอาดผิวหน้าและผิวกาย และผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน อ้างอิงตามหลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มไม่ใช่อาหาร (Non Food)

การแสดงผลจากโภชนาการบนผลิตภัณฑ์



แสดงผลจากโภชนาการที่เป็นไปตามมาตรฐานสากลบนผลิตภัณฑ์ **ร้อยละ 100**

แสดงผลจากโภชนาการแบบจีดีเอ (Guideline Daily Amounts: GDA) ภาคสมัครใจ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มพร้อมทาน **ร้อยละ 46**

หลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage)

บริษัทติดตามและอ้างอิงประกาศกระทรวงสาธารณสุข มาตรฐานทางโภชนาการกับสุขภาพที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดี พร้อมกำหนดหลักเกณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เข้าข่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1



สินค้าอาหารที่ผ่านการรับรอง หรือผ่านหลักเกณฑ์ของ “ทางเลือกสุขภาพ” หรือ Thai Healthier Logo ที่ให้การรับรอง โดยสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล

2



อาหารที่มีการเพิ่ม หรือลด หรือปราศจากสารอาหารตามที่กฎหมายหรือมาตรฐานที่ยอมรับ เช่น ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541

3



ผักและผลไม้สด หรืออาหารที่คงสภาพสารอาหารที่เป็นประโยชน์ทางธรรมชาติหรือผ่านการแปรรูปน้อยหรืออาหารที่รับประทานแล้วได้โภชนาการครบถ้วนและพลังงานที่เหมาะสมใน 1 มื้อ

4



อาหารทางการแพทย์ Functional Food หรือ Food Supplement ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 238) พ.ศ. 2544 และตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 293) พ.ศ. 2548



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage)

ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก

สลัดมิกซ์พร้อมทาน Easy Fresh



♥ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ:

ผักสลัดรวม 5 ชนิดพร้อมทาน ได้แก่ คอสมินทรีย์ กรีนโอ๊กอินทรีย์ เรดโอ๊กอินทรีย์ เรดคอรัลอินทรีย์ และบัตเตอร์เฮดอินทรีย์ สด กรอบ หวานธรรมชาติ มีวิตามิน และแร่ธาตุจากผักสด

📅 วันที่วางจำหน่าย: 15 ธันวาคม 2565

🏪 จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย: ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์ลดปริมาณน้ำตาล ไขมัน หรือโซเดียม

เปปทีน ดริงก์ดี 100 มล.



♥ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ:

เครื่องดื่มที่มีโปรตีนโมเลกุลเล็ก ออริจินัลชอยเปปไทด์ น้ำตาล 0% พร้อมวิตามินดี 300 IU และซิงค์ มีคุณสมบัติเสริมสร้างภูมิคุ้มกันร่างกาย เป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ และช่วยบำรุงสมองตื่นตัวพร้อมทำงานในทุกวัน

📅 วันที่วางจำหน่าย: 14 กันยายน 2566

🏪 จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย: ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์ลดสารปรุงแต่ง

ไข่ไก่สด Cage Free ตรายูพาร์ม แพ็ค 4 ฟอง



♥ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ:

คัดสรรแม่ไก่สายพันธุ์พิเศษ เลี้ยงดูธรรมชาติ 100% นอกกรง แม่ไก่กินอาหารรัฐพืชสดพิเศษที่คิดค้นโดยนักโภชนาการอาหารสัตว์ เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ปลอดภัย 100% ดีต่อสุขภาพ เป็นแหล่งโปรตีนที่สดและสะอาด ไข่ใจต่อสิ่งแวดล้อม

📅 วันที่วางจำหน่าย: 15 กันยายน 2566

🏪 จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย: กรุงเทพฯ และปริมณฑล นครนายก ฉะเชิงเทรา

ผลิตภัณฑ์กลุ่มส่วนประกอบหลักจากรธรรมชาติ

ถ้วยรวม 5 ชนิด พร้อมทาน ตรา KC



♥ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ:

ถ้วยรวม 5 ชนิด ประกอบด้วย ถั่วขาว ถั่วแดง ถั่วชิกพี ถั่วลายเสือ มีใยอาหาร ไบโบรินดี สารต้านอนุมูลอิสระ และโปรตีนที่ย่อยง่าย

📅 วันที่วางจำหน่าย: 27 เมษายน 2566

🏠 จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย: ทั่วประเทศ

หลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มไม่ใช่อาหาร (Non-food)

นอกจากผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม บริษัทยังมุ่งส่งเสริมการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มไม่ใช่อาหารเพื่อสุขภาพ ครอบคลุมกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าและผิวกาย และผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ซึ่งหลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มไม่ใช่อาหารเพื่อสุขภาพของบริษัท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์ลดสารปรุงแต่ง ผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมประกอบจากรธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มไม่ใช่อาหาร (Non-food)

ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและเครื่องสำอาง (Personal Products/Cosmetics)

ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก

ยาสีฟันสมุนไพรเดนตาแมก พืชมินต์ 11 กรัม



♥ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ:

ยาสีฟันที่มีการใช้เทคโนโลยีกักเก็บความหอมและความเย็นสดชื่นเป็นพิเศษด้วย Encapsulated Cool Mint Technology เพื่อให้ลมหายใจหอมสดชื่นยาวนาน มีส่วนผสม Premium Organic จาธรรมชาติที่ได้รับการรับรองจาก Ecocert และ Micro Silica ที่ช่วยขจัดคราบ ทำความสะอาดฟันได้อย่างอ่อนโยน พร้อมทั้งมี Max Fluoride 1500 ppm ป้องกันฟันผุอย่างมีประสิทธิภาพ และมีสารสกัดของใบชาเขียวและว่านหางจระเข้ ที่ได้เครื่องหมายรับรองการเป็นออร์แกนิก ช่วยบรรเทาและลดอาการเสียวฟัน

📅 วันที่วางจำหน่าย: 9 กันยายน 2566

🏠 จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย: ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์ลดสารปรุงแต่ง

สบู่เหลวดีนี่ออร์แกนิก ฟอรั่มนิวบอร์น 200 มล.



♥ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ:

สบู่เหลวที่ใช้ได้ทั้งอาบน้ำและสระผม เป็นสูตรอ่อนโยนเพื่อเด็กแรกเกิด มีส่วนผสมจากรธรรมชาติถึง 7 ชนิด สูตร ph Balance รักษาสมดุลผิวและผม ล้างออกง่าย แต่ไม่แห้งตึง มี Moisturizer ผิวจะนุ่ม ๆ นุ่มนวล สิ้น ผ่านการทดสอบ Hypoallergenic Tested กลิ่นหอมอ่อนโยน ตัดผิวปราศจากกลูเตน สารพาราเบน สารสบู่ สาร SLS ซิลิโคน และสีสังเคราะห์

📅 วันที่วางจำหน่าย: 28 กุมภาพันธ์ 2566

🏠 จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย: ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมประกอบจากรธรรมชาติ

แป้งเด็กจอห์นสันสกินแคร์นอสตาร์บลอสซึ่ม 200 กรัม



♥ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ:

ผ่านการทดสอบความปลอดภัย ผลิตภัณฑ์จากแป้งข้าวโพดธรรมชาติ 100% ฟูเดกรดช่วยดูดซับความชื้นได้ดีขึ้น 2 เท่า ไม่มีส่วนผสมของพาราเบน พาทาเลต สีย้อม และ 0% สารเคมีที่อาจก่อให้เกิดการระคายเคือง ลดโอกาสการเกิดผิวแพ้ง่าย (ผลทดสอบในห้องปฏิบัติการ Johnson & Johnson Consumer Inc. เดือนเมษายน 2560 ประเทศสหรัฐอเมริกา) ช่วยป้องกันผดผื่นอันอาจมีสาเหตุจากความอับชื้นได้ดียิ่งขึ้น พร้อมกลิ่นหอมสดชื่นอ่อน ๆ

📅 วันที่วางจำหน่าย: 3 สิงหาคม 2566

🏠 จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย: ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้าน (Household Products)

ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ขันไลต์เลมอน ทุงเต็ม 455 มล.



♥ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ:

น้ำยาล้างจานสูตรเข้มข้น ขจัดคราบฝังแน่น เร็วขึ้นถึง 10 เท่า ด้วยเอนไซม์สกัดจากรธรรมชาติ 100% และตัวบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกรีไซเคิล 100% ลดพลาสติกได้ถึง 2.56 ตันต่อปี

📅 วันที่วางจำหน่าย: 1 ธันวาคม 2563

🏪 จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย: ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมประกอบจากรธรรมชาติ

ปรับผ้านุ่มไอเย็นเนเจอร์ ไอเย็นบลูม 490 มล.



♥ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และ ประโยชน์ต่อสุขภาพ:

ไอเย็นเอ็กซ์เพิร์ทแคร์ ไลฟ์ เนเจอร์ กลิ่นไอเย็นบลูม ครั้งแรกของผลิตภัณฑ์ปรับผ้านุ่มสูตรเข้มข้นพิเศษที่สกัดจากส่วนผสมธรรมชาติ 100% ที่มาพร้อมกับนวัตกรรม ไลฟ์ เนเจอร์ ที่ออกแบบความหอมจากรธรรมชาติส่งตรงถึงมือคุณ คัดสรรพลังความหอมของดอก AQUA FLOWER* จากแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน ผสานแดดแรกของฤดูร้อน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่หอมที่สุด เป็นกลิ่นหอมเฉพาะที่ธรรมชาติเท่านั้นที่สร้างได้ เปิดประสบการณ์ความหอมสุดพิเศษหอม...นุ่มยาวนาน ดีที่สุดจากรธรรมชาติ สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติถึง 90% เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

📅 วันที่วางจำหน่าย: 9 กุมภาพันธ์ 2566

🏪 จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย: ทั่วประเทศ

การสร้างการรับรู้ สนับสนุนการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

บริษัทพัฒนาองค์ความรู้และวิจัยผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ร่วมกับหลากหลายหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านอาหาร อาทิ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) และ ภาควิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ตระจวิเคราะห์สารอาหารและโภชนาการอาหารให้กับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น ปริมาณโซเดียม ปริมาณน้ำตาล ปริมาณไขมัน และปริมาณไขมันทรานส์ เป็นต้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมตามช่วงวัย ตั้งแต่วัยเด็กเล็กอายุ 18 เดือน จนถึงผู้สูงอายุ รวมถึงเหมาะสมกับผู้ที่ต้องการโภชนาการเฉพาะเจาะจงหรือผู้ป่วย

ทั้งนี้ บริษัทระบุนโยบายละเอียดส่วนประกอบสำคัญ วิธีการใช้อย่างปลอดภัย และวิธีการเก็บรักษา เพื่อแสดงความชัดเจนผ่านการแสดงฉลากโภชนาการบนผลิตภัณฑ์ ให้เป็นไปตามข้อกำหนด กฎหมายหรือข้อบังคับพื้นฐาน และแนวปฏิบัติอื่น ๆ ตามมาตรฐาน ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคทราบถึงรายละเอียดและส่วนประกอบสำคัญ คุณค่าทางโภชนาการ และสามารถหลีกเลี่ยงอาหารที่อาจก่อให้เกิดอาการแพ้ หรือส่งผลต่อภาวะสุขภาพของผู้ที่มีโรคประจำตัว รวมถึงการแสดงฉลากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น Carbon Footprint, Animal Welfare เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทส่งเสริมให้ลูกค้าจัดทำฉลากโภชนาการแบบจีดีเอ (Guideline Daily Amounts: GDA) เพื่อแสดงค่าพลังงานต่อหน่วยบริโภค ไขมัน น้ำตาล และโซเดียม โดยในปี 2566 ได้ดำเนินการครอบคลุมทุกกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มพร้อมรับประทานตามกฎหมายหรือข้อบังคับ และแนวปฏิบัติอื่น ๆ ที่บริษัทยึดปฏิบัติร้อยละ 100 รวมถึงลูกค้าจัดทำฉลากโภชนาการแบบจีดีเอภาคสมัครใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 46



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มีการแสดงฉลากโภชนาการและค่าพลังงานแบบจีดีเอ (Guideline Daily Amounts: GDA)

ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage Products)

1) ขนมปังธัญพืช



♥ คุณสมบัตินี้ผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ:

คอเลสเตอรอลต่ำ เป็นแหล่งของโปรตีน ใยอาหารสูง

📅 วันที่วางจำหน่าย: 10 กรกฎาคม 2566

2) ข้าวไรซ์เบอร์รี่คั่วกลิ้งทูน่า



♥ คุณสมบัตินี้ผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ:

ไขมันต่ำ โคเลสเตอรอลต่ำ เป็นแหล่งของโปรตีน Eat Well

📅 วันที่วางจำหน่าย: 26 ตุลาคม 2566

3) ข้าวเหนียวญี่ปุ่นผัดพริกสดเอ



♥ คุณสมบัตินี้ผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ:

ไขมันอิ่มตัวต่ำ โคเลสเตอรอลต่ำ เป็นแหล่งของโปรตีน

📅 วันที่วางจำหน่าย: 6 กรกฎาคม 2566

บริษัทติดตามและตรวจสอบการแสดงผลฉลากผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของบริษัท ซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค โดยในปี 2566 บริษัทได้รับการรายงานจากหน่วยงานรัฐเกี่ยวกับการแสดงรายละเอียดส่วนประกอบสำคัญ วิธีการใช้หรือคำแนะนำที่ไม่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการสื่อสารด้านการตลาดที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด กฎหมายหรือข้อบังคับพื้นฐาน และข้อบังคับหรือแนวปฏิบัติอื่น ๆ ที่บริษัทยึดปฏิบัติ ทั้งหมด 8 เคส และมีการเรียกคืนสินค้าที่มีปัญหาด้านฉลาก (วันผลิตวันหมดอายุผิด ไม่มีวันผลิตวันหมดอายุ วันผลิตวันหมดอายุเลื่อนกลาง ไม่ชัดเจน) รวมทั้งหมด 57 ครั้ง

การจัดการด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

เพื่อสร้างความมั่นใจในการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ และเป็นไปตามมาตรฐาน บริษัทกำหนดมาตรฐานควบคุมคุณภาพ ตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูก การผลิต การรับสินค้า การจัดและกระจายสินค้า รวมถึงการจำหน่ายและให้บริการ

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายเกี่ยวกับจีเอ็มโอ (GMOs) ที่ชัดเจนและสอดคล้องกับข้อปฏิบัติทางกฎหมาย รวมถึงระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจีเอ็มโอที่ประกาศใช้ในประเทศ เพื่อจัดหาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค มีกระบวนการคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งที่มาอย่างมีความรับผิดชอบครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนส่งเสริมคู่ค้าในการคัดสรรผลิตภัณฑ์ผ่านการตอบแบบสอบถามและการรับรองผลิตภัณฑ์ที่ดัดแปลงพันธุกรรมกลุ่มเสี่ยงที่กฎหมายกำหนด พร้อมส่งเสริมการแสดงผลฉลากผลิตภัณฑ์ให้ระบุข้อมูลส่วนประกอบของวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ที่ดัดแปลงพันธุกรรม เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ชัดเจน

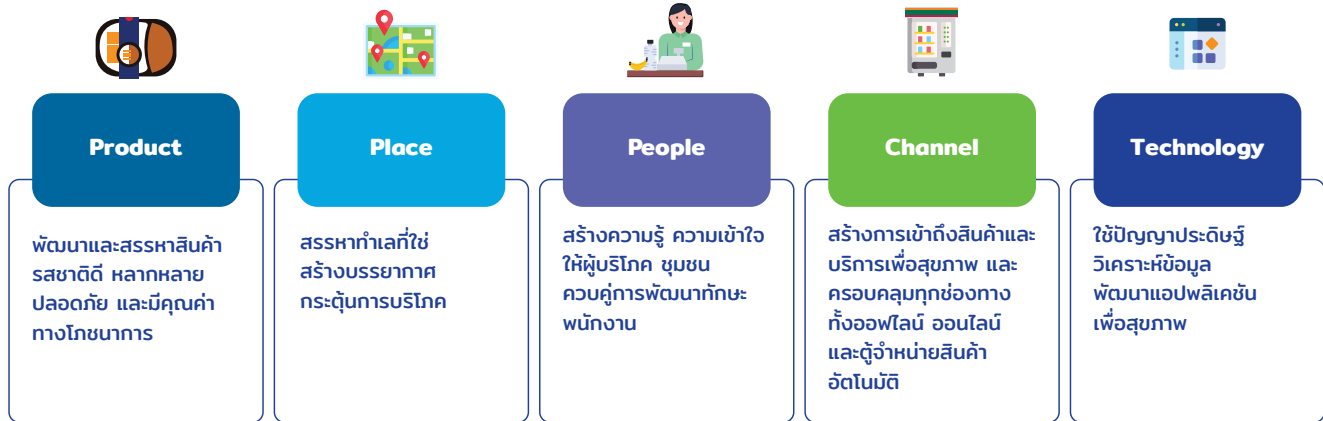
อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [นโยบายเกี่ยวกับจีเอ็มโอ \(Genetically Modified Organisms: GMOs\)](#)

โครงการที่สำคัญปี 2566

ในปี 2566 บริษัทดำเนินงานสร้างการรับรู้ สนับสนุนผลิตภัณฑ์ และเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย ควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการที่เพียงพอ เหมาะสม ภายใต้กลยุทธ์ "Product Place People Channel และ Technology" อย่างต่อเนื่องผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

กลยุทธ์ "Product Place People Channel และ Technology"



1. การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดี

โครงการผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ "Chef Cares Ready Meal"

ซีพี ออลล์ คัดสรรสินค้าอาหารที่ดีต่อสุขภาพคนไทย ให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารคุณภาพดีได้ง่าย "Chef Cares Ready Meal" ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน รังสรรค์โดยเชฟชั้นนำรางวัลระดับโลก อาทิ Asia's 50 Best Restaurants/ The World's 50 Best Restaurants โดยนำวัตถุดิบคุณภาพดีจากซีพีเอฟ ทั้งไก่เบญจา หมูคุดโรนุตะ มาประยุกต์เมนู Fine Dining ให้เป็นอาหารพร้อมทานที่อร่อยและสมบูรณ์ทางโภชนาการ ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีอาหารระดับโลก ไม่ใส่สารกันเสีย หรือผงชูรสเพิ่มเติม รวมถึงควบคุมปริมาณโซเดียมที่เหมาะสม ตามคำแนะนำจากกระทรวงสาธารณสุข ในปี 2566 มีผลิตภัณฑ์เชฟแคร์ส จำนวนร้าน 7-Eleven ถึง 11 รายการ สร้างรายได้กว่า 300 ล้านบาท โดยทำไรท์ทั้งหมดร้อยละ 100 เชฟแคร์สมอบคืนสู่สังคม เพื่อสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ภายใต้มูลนิธิ ทั้งการบริจาคอาหารพร้อมทานให้กับชุมชนด้วยโอกาส โครงการสานฝันปั้นเชฟ ที่มุ่งเน้นให้ทุนการศึกษาในการฝึกวิชาชีพเชฟสำหรับนักเรียนที่มีความต้องการแต่ยังขาดการสนับสนุนและคลังความรู้ออนไลน์



โครงการต่อเนื่อง “วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สำหรับผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ (VG For Love)”

ซีพีแรม มุ่งมั่น วิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมาตอบสนองความต้องการกลุ่มผู้บริโภคห่วงใยสุขภาพ ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่ออกมาวางตลาดแล้ว คือ อาหารพร้อมรับประทานภายใต้ตราสินค้า VG for Love อาหารกลุ่มใหม่สำหรับผู้บริโภคที่มีการบริโภคพืชเป็นหลัก Plant Based Diet ภายใต้แนวคิดพัฒนาสู่ความยั่งยืน ซึ่งเป็นทิศทางเดียวกับ CPRAM มาในรูปแบบ 4 ความรัก คือ รักสุขภาพ รักชีวิตสัตว์ รักสิ่งแวดล้อม และรักโลก โดยแบ่งอาหาร 5 ประเภท ครบตามความต้องการ ได้แก่



Vgan-J
อาหารเจ



Vgan
อาหารวีแกน



Lacto Veggie
อาหารมังสวิรัตกับนม



Ovo Veggie
อาหารมังสวิรัตกับไข่



Lacto-ovo Veggie
อาหารมังสวิรัตกับนมและไข่

ปัจจุบันมีสินค้า
Plant Based
25 รายการ
สร้างรายได้จากสินค้า
VG For Love กว่า
51 ล้านบาท



โครงการอาหารผู้สูงอายุ



ซีพีแรม มุ่งมั่นในการสร้างอาหารคุณภาพให้กับสังคมไทยและผู้บริโภคทุกคนได้มีสุขภาพที่ดี และมีความสุขที่ดี โดยได้พัฒนาอาหารสำหรับผู้สูงอายุ ที่เน้นให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพ ภายใต้ตราสินค้า “ครีเอเตอร์” เป็นอาหารที่คำนึงถึงปริมาณและประเภทของสารอาหารที่จำเป็น รวมไปถึงคุณสมบัติของอาหารหรือวัตถุดิบให้เหมาะสมกับการเคี้ยว ระบบการย่อยและดูดซึม สารอาหารตามวัยของผู้สูงอายุ และสำหรับผู้ที่ต้องการอาหารที่มีโปรตีนสูงที่ไม่ใช่ผู้สูงอายุ ก็สามารถเลือกทาน “ครีเอเตอร์” ได้ เพื่อให้ได้รับสารอาหารครบถ้วน “เคี้ยวง่าย ย่อยง่าย” เป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพ คุณค่าโภชนาการสูง รสชาติดี ตอบโจทย์สังคมผู้สูงอายุในประเทศไทย และทั่วโลกที่กำลังเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารสำหรับผู้สูงอายุ



♥ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ:

พลังงาน 105 กิโลแคลอรี โปรตีนสูง แคลเซียมสูง คอเลสเตอรอลต่ำ เป็นแหล่งของใยอาหาร เหล็ก และวิตามินบี 1 ไม่มีผงชูรส นุ่มเคี้ยวง่าย

📅 วันที่วางจำหน่าย: 28 กันยายน 2566

🏪 จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย: 18 สาขา



♥ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์และประโยชน์ต่อสุขภาพ:

พลังงาน 180 กิโลแคลอรี โปรตีนสูง ไขมันต่ำ คอเลสเตอรอลต่ำ ไม่มีผงชูรส นุ่มเคี้ยวง่าย

📅 วันที่วางจำหน่าย: 28 กันยายน 2566

🏪 จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย: 18 สาขา

โครงการต่อเนื่อง อาหารเพื่อสุขภาพ แบริดโลดัส

โลดัสมุ่งมั่นส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดี เปี่ยมไปด้วยคุณภาพ และมีคุณค่าทางโภชนาการตอบโจทย์ผู้บริโภคทุกช่วงวัย โดยมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงปรับสูตรผลิตภัณฑ์เดิมให้ดีต่อสุขภาพ ลดหวาน มัน เค็ม หรือเพิ่มสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย โดยคงรสชาติ ความอร่อย เพื่อให้ผู้บริโภคทุกคนสามารถซื้อสินค้าที่ดีต่อสุขภาพในราคาที่เข้าถึงได้ในทุกช่องทางทางการขาย ผลิตภัณฑ์อาหารแบริดโลดัสทั้งหมดจะผ่านการควบคุม และตรวจสอบด้านคุณภาพ ตรวจสอบวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ สินค้าหลายรายการของเราได้รับการรับรองสัญลักษณ์ “ทางเลือกสุขภาพ” โลดัสร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญ สร้างการรับรู้ของผู้บริโภค ทั้งในเรื่องข้อมูลที่ปรากฏบนฉลากผลิตภัณฑ์ ความรู้เรื่องสุขภาพและสุขภาวะที่ดีผ่านทุกช่องทาง การสื่อสาร และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่ดีต่อสุขภาพได้ง่ายขึ้น

1. สร้างแนวคิด “อร่อย สุขภาพดี ทุกวัน ที่โลดัส”

2. สร้างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

- ออกแบบสูตรตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ
- คัดเลือกวัตถุดิบเสริมด้านสุขภาพ
- ตรวจสอบวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ
- ได้รับการรับรองสัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ
- ได้รับการยอมรับจากผลการทดสอบผู้บริโภค
- ควบคุมคุณภาพกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน
- ตรวจสอบคุณภาพสินค้า
- ประเมินคุณภาพโดยผู้บริโภคหลังวางจำหน่าย

3. สร้างการรับรู้ สื่อสารทุกช่องทาง

โลดัสมุ่งมั่นพัฒนาและผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพต่อเนื่อง ตัวอย่างสินค้าแบริดโลดัส (Own Brand) ที่พัฒนาตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ ที่ได้รับกระแสการตอบรับที่ดีต่อเนื่องจากผู้บริโภคทั้งในด้านคุณภาพ รสชาติ และคุณค่าทางโภชนาการ อาทิ กลุ่มขนมปังโฮลวีต และไอศกรีม

ขนมปังโฮลวีต ตราโลดัส

- ✓ 0 ไขมันอิ่มตัว
- ✓ 0 ไขมันทรานส์
- ✓ 0 ไขมันอิ่มตัว
- ✓ 0 ไขมันทรานส์

นม Dairy

- ✓ ไขมันอิ่มตัว 9 กรัม
- ✓ ไขมันทรานส์ 0 กรัม
- ✓ 0% ไขมันอิ่มตัว
- ✓ 0% ไขมันทรานส์

นม Sorbet

- ✓ ไขมันอิ่มตัว 3 กรัม
- ✓ ไขมันทรานส์ 0 กรัม
- ✓ 0% ไขมันอิ่มตัว
- ✓ 0% ไขมันทรานส์

👤 2. สร้างการรับรู้ สนับสนุนการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

โครงการต่อเนื่อง เถ้าแก่ "ศูนย์สุขภาพดีของชุมชน"

บริษัทต่อยอดการบริการเพื่อความสะดวกของชุมชนในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ รวมถึงอาสาสมัครประจำบ้านผ่านร้าน 7-Eleven โดยสร้าง Health Master ในการให้ข้อมูลด้านสุขภาพโดยเภสัชกรร้านยาเอ็กซ์ต้า พลัส (eXta Plus) และพนักงานร้าน 7-Eleven พร้อมด้วยการบริการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพกับเภสัชกร All PharmaSee เพื่อสนับสนุนการบริโภคอาหารหลักโภชนาการและการใช้ยาอย่างปลอดภัยของคนในชุมชน



โครงการต่อเนื่อง CPRAM Junior Chef ปีที่ 15

ซีพีแรม 7 สาขาทั่วประเทศ ดำเนินการจัดโครงการ “CPRAM Junior Chef” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 15 ให้กับน้อง ๆ และผู้ปกครอง รวมถึงเพื่อนพนักงานซีพีแรม เป็นกิจกรรมที่ให้เด็กและเยาวชน ได้สร้างประสบการณ์ด้านอาหารที่มีประโยชน์ต่อการใช้ชีวิต ผนวกกับส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งส่งเสริมให้กล้าคิด กล้าแสดงออก พร้อมสอดแทรกความรู้ด้านความปลอดภัย ด้านคุณค่าทางโภชนาการ สุขกรรียภาพในการบริโภคอาหาร และการตระหนักถึงความสูญเสียปลายทางอาหาร หรือ Food Waste โดยในปี 2566 มีเด็กและเยาวชน เข้าร่วมกิจกรรม CPRAM Junior Chef จำนวนทั้งสิ้น 280 ราย จำนวนสะสมรวม 1,538 ราย



โครงการต่อเนื่อง “ดูแล ใส่ใจ ห่างไกลเบาหวาน”

โลตัสส่งเสริมการมีสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของประชาชน (Health & Well-being) สนับสนุนผู้บริโภคในการเข้าถึงบริการสุขภาพขั้นพื้นฐาน การรับรู้เรื่องการดูแลสุขภาพและการป้องกันกลุ่มโรคไม่ติดต่อ (NCDs) จากการรับประทานอาหารที่ดี โลตัสได้จัดตั้งจุดบริการหน่วยตรวจคัดกรองโรคเบาหวานเบื้องต้นให้แก่ประชาชนทั่วไป มีบริการตรวจวัดระดับน้ำตาลในเลือด บริการตรวจร่างกายเบื้องต้น อาทิ วัดความดันโลหิตดัชนีมวลกาย (BMI) พร้อมให้ความรู้เรื่องโรคเบาหวานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

จำนวนคนที่เข้าใช้บริการตรวจคัดกรองเบาหวาน **1,968 ราย**

พบกลุ่มเสี่ยงและให้คำแนะนำในการพบแพทย์เพิ่มเติม

จำนวน **359 ราย**

ให้ความรู้ประชาชนทั่วไปเรื่องการป้องกันกลุ่มโรคไม่ติดต่อ (NCDs)

จำนวน **2,000 ราย**

โครงการต่อเนื่อง ตรวจคัดกรองสุขภาพ

โลตัสร่วมกับพันธมิตรองค์กรและแบรนด์ดัง อาทิ สถาบันมะเร็งแห่งชาติ มูลนิธิกาญจนบารมี แอปพลิเคชันหมอดี และบริษัทซาบีน่า จัดกิจกรรมเดือนตุลาคม เนื่องในเดือนแห่งการรณรงค์ป้องกันมะเร็งเต้านม (Pink October) โดยในกิจกรรมมีการพูดคุยให้ความรู้และส่งเสริมกำลังใจให้แก่ผู้ป่วย กิจกรรมตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมโดยไม่มีค่าใช้จ่าย และกิจกรรมอาสาเย็บเต้านมเทียมเพื่อส่งมอบให้ผู้ป่วย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

จำนวนคนที่เข้าใช้บริการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านม **946 ราย**

ส่งมอบเต้านมเทียมจากจิตอาสาจำนวน **1,000 ชิ้น**

สนับสนุนรายได้จากการจำหน่ายสินค้าชุดชั้นในและเสื้อผ้าสตรี MeStyle ภายใต้แบรนด์โลตัส มูลค่า **200,000 บาท** มอบให้แก่สถาบันมะเร็งแห่งชาติ

โลตัส จัดแคมเปญ แอโรบิคหน้าโลตัส “Lotus’s Aerobic Dance Fit & Fun”

โลตัสมุ่งมั่นในการเป็น SMART Community Center ศูนย์รวมการใช้ชีวิตแบบสมารถของทุกคนในชุมชน พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายด้านความยั่งยืนในการส่งเสริมการมีสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของคนไทย จัดแคมเปญ “Lotus’s Aerobic Dance Fit & Fun” กิจกรรมเต้นแอโรบิคปรับโฉมกิจกรรมให้ทันสมัยและเข้ากับไลฟ์สไตล์ยุคใหม่ ตามเทรนด์ดูแลสุขภาพและออกกำลังกาย ด้วยเทรนเนอร์มืออาชีพ ทั้ง Bodyweight-cardio-Free Dance สอนฟรีทุกคลาส ทั้ง On Ground และ Online ในโลตัสสาขานำร่อง 10 แห่ง ในกรุงเทพฯ และแพลตฟอร์มออนไลน์บนติ๊กต็อก



โลตัสร่วมกับสำนักอนามัย เปิดพื้นที่หน่วยความร่วมมือบริการวัคซีนโควิด 19

โลตัสสร้างสรรค์สิ่งดีเพื่อชุมชน ร่วมกับสำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร เปิดหน่วยความร่วมมือบริการฉีดวัคซีนโควิด 19 แก่ประชาชน ตามความมุ่งมั่นของโลตัสด้านการสนับสนุนการมีสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของประชาชน (Health & Well-being) ที่โลตัส สาขาบินบุรี โดยเป็นจุดบริการฉีดวัคซีนเข็มกระตุ้นไฟเซอร์และโมเดอร์น่าแก่ประชาชนโดยไม่มีค่าใช้จ่าย สำหรับผู้มีอายุตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ตลอดเดือนมิถุนายน 2566



การจัดการด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ซีพี ออลล์ ใส่ใจคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบจนถึงมือผู้บริโภค

1. ต้นน้ำ: ใส่ใจความปลอดภัยด้านอาหารตั้งแต่เพาะปลูก
(Food Safety from Farm)

หน่วยงานประกันคุณภาพของ ซีพี ออลล์

ดำเนินการให้ความรู้ในการควบคุมคุณภาพและวิธีการจัดการที่จะลดปัญหาสิ่งแปลกปลอมของวัตถุดิบให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ก่อนการนำมาผลิตสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายในร้าน 7-Eleven

ปี 2566 ซีพี ออลล์ ร่วมกับผู้ผลิตสินค้า กำหนดมาตรการคัดแยกสิ่งแปลกปลอมออกจากวัตถุดิบก่อนนำมาผลิต เช่น การเข้าไปแนะนำและวางแผนพื้นที่เพาะปลูก การปลูกพืชหมุนเวียน เพื่อลดการสะสมโรคและแมลง แนะนำการเลือกใช้สารเคมีที่ถูกต้องและระยะเวลาที่เหมาะสมรวมทั้งการใช้เชื้อจุลินทรีย์ในการกำจัดสิ่งแปลกปลอม เป็นการลดการใช้สารเคมีลง การให้คำแนะนำเรื่องการเก็บเกี่ยวให้มีคุณภาพตามระยะเวลาที่สินค้าบริบูรณ์เพื่อที่จะได้ผลผลิตที่มีคุณภาพที่ดี

ซีพี ออลล์ ใส่ใจคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบจนถึงมือผู้บริโภค

2. กลางน้ำ: ควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหารตลอดกระบวนการจัดส่งจัดจำหน่าย

(Control Food Safety Along the Process)

หน่วยงานตรวจสอบคุณภาพ ศูนย์กระจายสินค้า

ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพและจัดเรียงสินค้าในระหว่างการส่งมอบสินค้า และในกรณีสินค้าควบคุมอุณหภูมิ จะทำการตรวจสอบอุณหภูมิในห้องเย็น รวมถึงควบคุมคุณภาพและอุณหภูมิของรถขนส่งให้ได้มาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมถึงตรวจสอบพิจารณาไม่ส่งมอบสินค้าที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานให้ร้านค้า 7-Eleven

3. ปลายน้ำ: ควบคุมคุณภาพสร้างความปลอดภัย มั่นใจในทุกการบริการ

(Product Traceability)

หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านค้าคุณภาพ (QSSI)

ตรวจสอบการจัดการด้านบริการและคุณภาพสินค้าตามนโยบาย SAVEQC รวมถึงพิจารณาการรักษามาตรฐานร้าน บริการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ โดยกำหนดให้มีการตรวจสอบเป็นประจำทุกเดือน

หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้า (QA)

กำหนดมาตรฐานการปรับปรุงคุณภาพสินค้า การบริการจัดการคุณภาพ การพิจารณาประเด็นการเรียกร้องในช่วงที่ผ่านมา รวมถึงการสุ่มเข้าตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้า การไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับผลิตภัณฑ์หรือฉลากแบบเชิงรุก พร้อมกับการดำเนินการเรียกคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

ปี 2566 มีการตรวจสอบสินค้าที่ชำรุดเสียหายระหว่างการรับ จัดและกระจายสินค้า ร้อยละ 0.02

ปี 2566 มีการตรวจสอบมาตรฐานร้าน ความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของลูกค้า โดยมีคะแนนมาตรฐานของร้านเฉลี่ยต่อสาขา ร้อยละ 93.16

ปี 2566 มีการเรียกคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ จำนวนทั้งหมด 115 ครั้ง 104 รายการ และมีการเรียกคืนสินค้าจากข้อร้องเรียนของลูกค้าทั้งหมด 35 ครั้ง 46 รายการ

แม็คโคร ใส่ใจคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบจนถึงมือผู้บริโภค

1. ต้นน้ำ: ยกระดับความปลอดภัยด้านอาหารตั้งแต่เพาะปลูก

(Food Safety from Farm)

ดำเนินการให้ความรู้ในการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบและการผลิตสินค้า โดย Makro Initiative Accreditation (MIA) หรือการกำหนดแนวทางการผลิตสินค้าเกษตรให้เป็นไปตามมาตรฐาน Good Agriculture Practice (GAP) และมาตรฐานของบริษัทภายใต้แบรนด์ MQP (Makro Quality Pro) โดยให้กลุ่มเกษตรกรและคู่ค้าสามารถทำการประเมินตนเองทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อตรวจสอบขั้นตอนการผลิต รวมไปถึงคุณภาพสินค้าในด้านต่าง ๆ เช่น ขนาด ความหวาน เป็นต้น

ปี 2566 เพิ่มความรู้ด้านการผลิตและส่งออกสินค้าที่มีมาตรฐานให้กับผู้บริโภค จากผลดำเนินงานดังกล่าว ปัจจุบันมีเกษตรกรและคู่ค้าได้รับมาตรฐานแบรนด์ MQP และ Selected แล้วกว่า 350 ราย (ร้อยละ 100)

2. กลางน้ำ: ควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหารตลอดกระบวนการจัดส่งจัดจำหน่าย

(Control Food Safety Along the Process)

ระบบ Makro Initiative Accreditation (MIA) ถูกพัฒนาต่อยอด ในการประเมินมาตรฐานสินค้า เพื่อเตรียมความพร้อมการขอรับรองมาตรฐานสินค้า ภายในศูนย์กระจายสินค้าและศูนย์จำหน่ายสินค้าของบริษัท อาทิ

- 1) มาตรฐานการผลิตอาหาร
- 2) มาตรฐานอาหารระหว่างประเทศขององค์การอาหารและเกษตร และองค์การอนามัยโลก
- 3) มาตรฐานการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร
- 4) มาตรฐานระบบการจัดการอาหารปลอดภัย

ปี 2566 มีการเตรียมความพร้อมการขอรับรองมาตรฐานสินค้าของบริษัท ผ่านระบบประเมิน Makro Initiative Accreditation (MIA)

3. ปลายน้ำ: ควบคุมคุณภาพสร้างความปลอดภัยมั่นใจในทุกการบริการ

(Product Traceability)

นำระบบ Makro i-Trace มาใช้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ และข้อมูลด้านโภชนาการของสินค้า รวมถึงสามารถเชื่อมโยงไปยังเมนูอาหารแนะนำได้ ครอบคลุมสินค้ากลุ่มผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล กลุ่มเบเกอรี่ และกลุ่มอาหารแปรรูป

ปี 2566 ฐานข้อมูลในระบบ Makro i-Trace ครอบคลุมสินค้ากลุ่มผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล กลุ่มเบเกอรี่ และกลุ่มอาหารแปรรูป กว่า 14,000 รายการ ซึ่งครอบคลุมร้อยละ 100 ของสินค้าอาหารภายใต้แบรนด์ aro

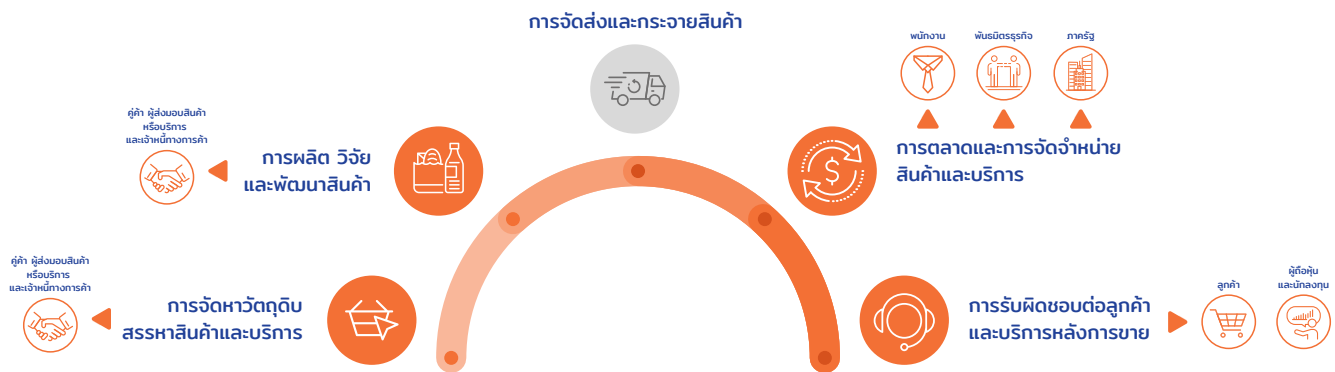
นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการประยุกต์ใช้ระบบ Makro i-Trace ไปที่สาขาในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ อีกด้วย



ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



12.6 สนับสนุนให้บริษัท โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติและบริษัทขนาดใหญ่ รับแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนไปใช้ และผนวกข้อมูลด้านความยั่งยืนลงในวงจรการรายงานของบริษัทเหล่านั้น



- 16.3 ส่งเสริมนิติธรรมทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ และสร้างหลักประกันว่าจะมีการเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมแก่ทุกคน
- 16.5 ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ
- 16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วม และมีความเป็นตัวแทนที่ดี ในทุกระดับการตัดสินใจ

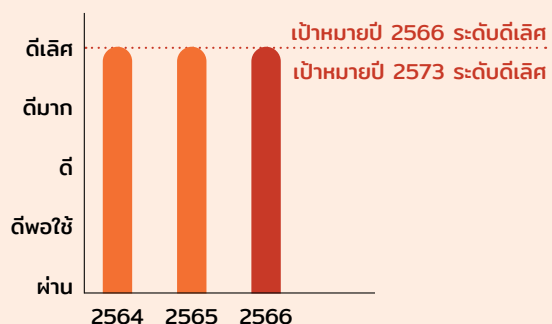
เป้าหมาย ปี 2573

ได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Rating) ในระดับ

ดีเลิศ (Excellence)

โดยสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล หรือเทียบเท่า

ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: ระดับ)

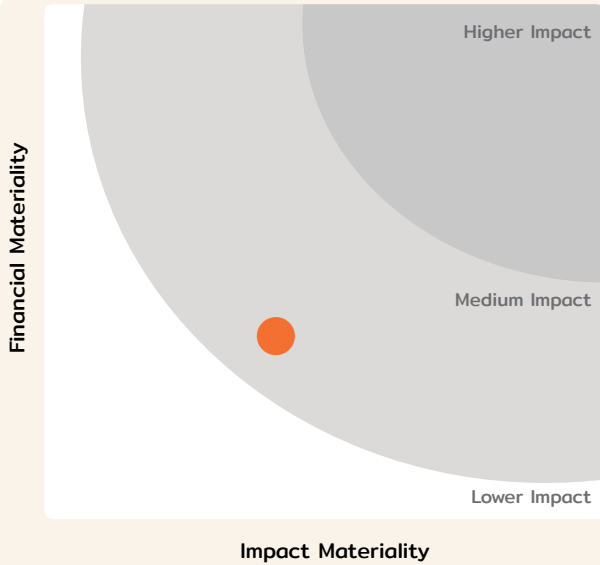


ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

 <p>ได้รับการประเมิน ระดับดีเลิศ (Excellence) หรือระดับ 5 ดาว จากการเปิดเผยรายงานการทำบัญชีการเงิน บริษัทจดทะเบียนโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5</p>	 <p>ได้รับคัดเลือกจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่อยู่ในบัญชียั่งยืน SET ESG Ratings และได้รับรางวัล SET Awards ในกลุ่มรางวัล Sustainability Excellent ประเภท Highly Commended in Sustainability Awards ของบริษัทที่มีมูลค่าทางการตลาดขนาด 100,000 ล้านบาทขึ้นไป ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3</p>	 <p>ผลการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการประเมิน ทั้งคณะอยู่ในระดับดีเยี่ยม การประเมินรายบุคคลอยู่ในระดับดีเยี่ยม</p>	 <p>รักษาสถานะคุณภาพสมาชิก CAC และเป็น Change Agent ขยายเครือข่ายธุรกิจ ไปยังบริษัทคู่ค้ากลุ่ม SMEs โดยการสนับสนุนให้บริษัทคู่ค้าเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย เข้าร่วมเป็นสมาชิก CAC ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3</p>	 <p>ได้รับรางวัล ANTI-CORRUPTION AWARDS 2023 รางวัลส่งเสริมการดำเนินงานคอร์รัปชัน และส่งเสริมธรรมาภิบาลประจำปี 2566 จัดโดยสมาคมผู้สื่อข่าวต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย)</p>
 <p>ร้อยละ 100 ของพนักงานปัจจุบันทุกระดับของ ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย ได้รับการอบรมหลักสูตรทบทวน (Refresh Training) และผ่านการวัดระดับความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริต รวมถึงการบริหารความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์</p>	 <p>ร้อยละ 100 ของคู่ค้าลำดับที่ 1 และผู้ร่วมธุรกิจร้าน 7-Eleven (Store Business Partner) ได้รับการสื่อสารและลงนามรับทราบคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า</p>	 <p>ได้รับการรับรอง ISO 27701 มาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ส่วนขยายจาก ISO/IEC 27001 มาตรฐานจัดการความปลอดภัยของข้อมูล) ในขอบเขตการซื้อขายสินค้าผ่าน 24Shopping และระบบการบริหารงานบุคคล</p>	 <p>ได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือการจัดการความปลอดภัยไซเบอร์ (Security Rating) จากบริษัทภายนอก ที่ระดับ Advanced</p>	 <p>ได้รับการประเมินจากโครงการวัดระดับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ สำหรับกลุ่มบริษัททะเบียน (Cybersecurity Resilience Survey 2023) ซึ่งจัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยผลประเมินอยู่ที่ระดับ 4 (Cybersecurity Level 4-Measured) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2</p>

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

 <p>ส่งเสริมให้ SMEs ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมเป็นสมาชิก CAC</p>	 <p>สนับสนุนและยกระดับการสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบ โดยการให้คำปรึกษา และการวางแผนสร้างระบบการกำกับดูแล การปฏิบัติตามกฎหมาย (Compliance Management System) เพื่อติดตามและตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ ของบริษัทให้ปฏิบัติตามกฎหมายได้อย่างถูกต้อง</p>	 <p>จัดอบรมหลักสูตรชุดความรู้ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริต รวมถึงการบริหารความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ พร้อมวัดระดับความรู้หลังจบการอบรมให้แก่พนักงานทุกระดับผ่านระบบ E-Learning</p>	 <p>จัดทำนโยบายกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย และกฎบัตรของฝ่ายกำกับดูแล การปฏิบัติตามกฎหมาย ปรับปรุงทะเบียนกฎหมายที่สำคัญของบริษัท รวมถึงพัฒนาระบบ IT ระบบการตรวจสอบและรายงานผล</p>	
 <p>ขยายขอบเขตการนำเอามาตรฐานการรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศ และระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISO 27001 และ ISO 27701) มาประยุกต์ใช้กับ 24Shopping ในขอบเขตการซื้อขายสินค้าผ่าน 24Shopping และระบบการบริหารงานบุคคลเพิ่มเติมจากงานส่วนระบบสมาชิก (ALL MEMBER) และการจัดการศูนย์คอมพิวเตอร์ ธาราพาร์ค (IT Data Center)</p>	 <p>จำลองเหตุการณ์ทดสอบพนักงานต่อการรับมือภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Phishing Test) 4 ครั้งต่อปี</p>	 <p>จำลองเหตุการณ์ทดสอบแผนตอบสนองเหตุการณ์ละเมิดความปลอดภัยไซเบอร์และข้อมูลรั่วไหล (Incident Response Plan) 2 ครั้งต่อปี</p>	 <p>เข้าร่วมโครงการวัดระดับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ สำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2566</p>	 <p>ทำการค้นหาช่องโหว่ และประเมินความปลอดภัยข้อมูล และไซเบอร์ของทุกระบบบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผ่านการทำโดยบริษัทภายนอก</p>



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Matrix) ประเด็นธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต

มิติด้านความยั่งยืน

- มิติด้านธรรมาภิบาล และเศรษฐกิจ

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน

Medium Impact

ประเมินกระบวนการปฏิบัติงาน และการจัดการ (Enablers): ประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัท ควรประเมินกระบวนการ ปฏิบัติงานและการจัดการ เพื่อการพัฒนาและปรับกลยุทธ์ ทางธุรกิจในอนาคต

ความเสี่ยงและโอกาส

การกำกับดูแลกิจการที่ดี ถือเป็นกลไกหลักที่ขับเคลื่อนบริษัทให้บรรลุ เป้าหมายและเจตนารมณ์ขององค์กรที่ต้องการส่งเสริมการดำเนิน ธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีปัจจัยสำคัญในการดำเนินงาน คือ คณะกรรมการ ซึ่งมีบทบาทในการควบคุมและติดตามการดำเนินงานของ องค์กรให้เป็นไปอย่างโปร่งใส ปราศจากการทุจริต คำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม และสิทธิมนุษยชน ควบคู่กับการบูรณาการด้านความยั่งยืน โดยประสิทธิภาพการทำงานของคณะกรรมการจะขึ้นอยู่กับความเป็น อิสระของสมาชิก รวมถึงความหลากหลายทั้งในแง่ของทักษะและ ภูมิหลัง นอกจากนี้ การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ผ่าน การกำกับดูแลกิจการที่ดี จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนิน ธุรกิจขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงช่วยยกระดับความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อองค์กรและดึงดูดความสนใจของนักลงทุน และเป็น แนวทางสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ ยั่งยืน พร้อมทั้งนี้ การพัฒนาระบบการจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ต่อองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายและการ กำกับดูแลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควบคู่กับการสื่อสารและสร้างความ เข้าใจให้แก่พนักงานทุกระดับให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่าง ถูกต้อง สามารถลดความเสี่ยงเกี่ยวกับการละเมิดกฎหมายและ สิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจได้

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล ขององค์กร ทำหน้าที่กำหนดและกบวณนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายความยั่งยืน นโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึง จริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน เพื่อให้สอดคล้องกับ หลักบรรษัทภิบาลของหน่วยงานกำกับดูแลตามกฎหมายและแนวปฏิบัติ สากล พร้อมทั้งจัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งมีเนื้อหา ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านธรรมาภิบาลและ การต่อต้านการทุจริต รวมถึงการบริหารความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูล ส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ พร้อมแบบทดสอบ ความรู้หลังจบการอบรม และมุ่งส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกที่ดีแก่ พนักงานทุกระดับ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในการดำเนินงานที่ดีตาม หลักธรรมาภิบาล และก้าวสู่การเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และโปร่งใส เป็นผู้นำด้านความยั่งยืนในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

นอกจากนี้ บริษัทดำเนินธุรกิจตามแนวทางการปฏิบัติงานตามกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจทั้งภายในประเทศและ ต่างประเทศ โดยยึดหลักจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Business Ethics and Code of Conduct) ซึ่งเป็นแนวทางในการ ดำเนินงานและปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ยึดหลักนิติธรรม มีความโปร่งใส ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง ไม่มีการ เรียกรับหรือจ่ายสินบน ไม่มีการขัดแย้งทางผลประโยชน์ และไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ของผู้อื่น รวมถึงคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และแสดงความรับผิดชอบ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- ➔ [นโยบายกำกับดูแลกิจการ](#)
- ➔ [นโยบายการต่อต้านการคอร์รัปชัน](#)
- ➔ [นโยบายความยั่งยืน](#)

หลักปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการ สำหรับคณะกรรมการบริษัท

- 1 ตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบในฐานะผู้นำที่สร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน
- 2 กำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายหลักของกิจการที่เปลี่ยนไปเพื่อความยั่งยืน
- 3 เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ
- 4 สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูงและการบริหารบุคลากร
- 5 เสริมสร้างนวัตกรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ
- 6 ดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม
- 7 รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล
- 8 สนับสนุน การมีส่วนร่วม และการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น



ประเด็นด้านความยั่งยืนที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานการลงทุน (ESG Issue that May Impact Investment Performance)

1. **สิ่งแวดล้อม**
 - การจัดการทรัพยากร
 - ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
 - ภูมิทัศน์ด้านสิ่งแวดล้อม
 - การบรรเทาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
2. **สังคม**
 - สิทธิมนุษยชน
 - สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน
 - การตรวจสอบห่วงโซ่อุปทาน
3. **ธรรมาภิบาล**
 - ค่าตอบแทนผู้บริหาร
 - สิทธิของผู้ถือหุ้น
 - ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
 - วัลย์ทัศน์

นโยบายการกำกับดูแลกิจการของ ซีพี ออลล์



สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

องค์ประกอบคณะกรรมการบริษัท

- กรรมการที่เป็นผู้บริหาร **5 ราย**
- กรรมการอิสระ **6 ราย**
- กรรมการที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการบริหาร **5 ราย**

- เพศชาย **15 ราย**
- เพศหญิง **1 ราย**

ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง

ระยะเวลาดำรงตำแหน่งเฉลี่ย **16 ปี**

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

การอบรมและสื่อสารด้านธรรมาภิบาลและต่อต้านการทุจริต พนักงาน ซีพี ออลล์

พนักงาน ซีพี ออลล์



ได้รับการสื่อสาร
87,490 ราย

ร้อยละ 100



ลงนามรับทราบ
87,490 ราย

ร้อยละ 100



ได้รับการฝึกอบรม
87,490 ราย

ร้อยละ 100

พนักงาน บริษัทย่อย



ได้รับการสื่อสาร
7,544 ราย

ร้อยละ 100



ลงนามรับทราบ
7,544 ราย

ร้อยละ 100



ได้รับการฝึกอบรม
7,544 ราย

ร้อยละ 100

คู่ค้าลำดับที่ 1



ได้รับการสื่อสาร
2,242 ราย

ร้อยละ 100



ลงนามรับทราบ
2,242 ราย

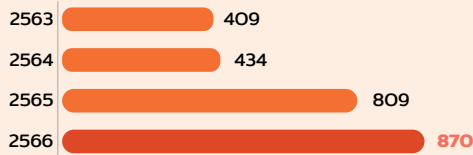
ร้อยละ 100



ได้รับการฝึกอบรม
2,242 ราย

ร้อยละ 100

จำนวนการทุจริต (กรณี)



จำนวนการทุจริต จำแนกตามพื้นที่ (ร้อยละ)



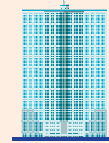
ร้าน 7-Eleven

98.7



ศูนย์กระจายสินค้า

0.00



สำนักงาน

0.01



บริษัทย่อย

0.92

อัตราการเกิดการทุจริตร้าน 7-Eleven เฉลี่ยต่อร้านต่อปี



ข้อร้องเรียนการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล
ที่ผ่านการพิสูจน์แล้วว่าผิดจริง (กรณี)



ข้อมูลลูกค้า

0



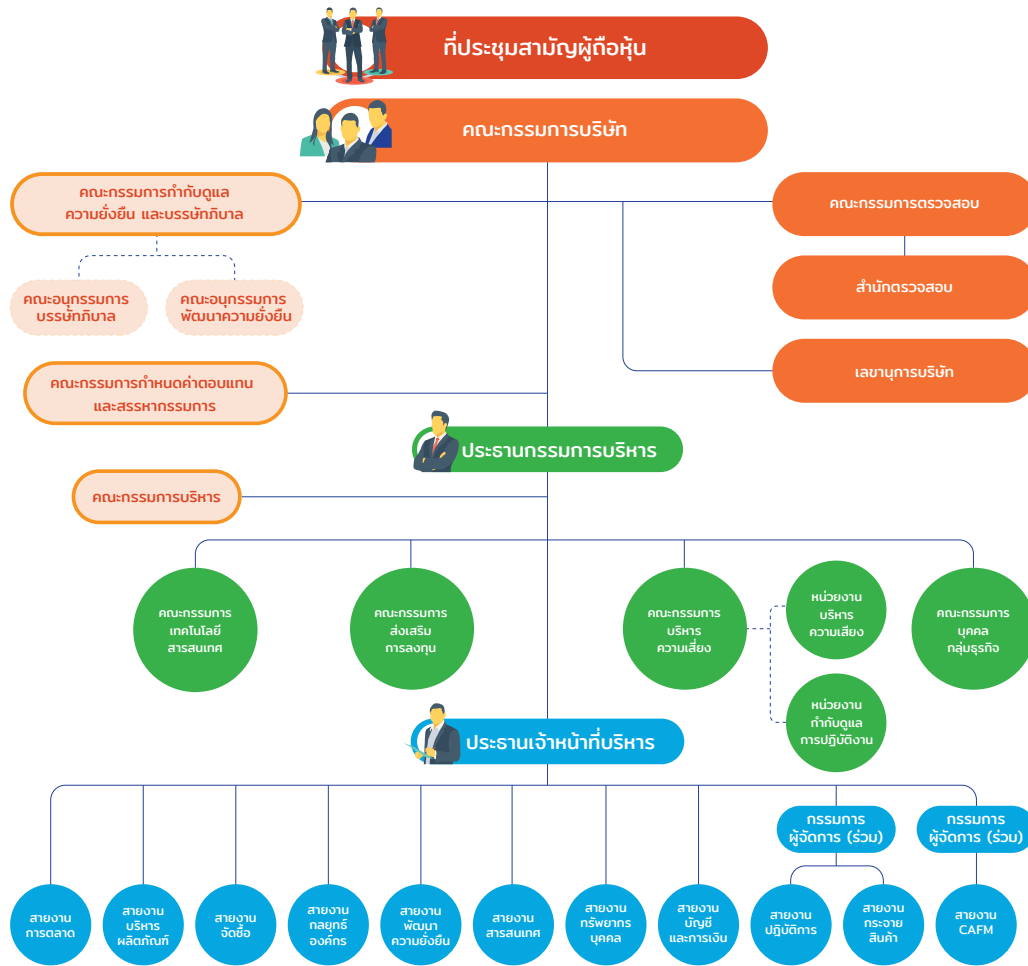
ข้อมูลคู่ค้า

0



หน่วยงานกำกับดูแล

0



คณะกรรมการชุดย่อย

บริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยดำเนินงานอย่างอิสระภายใต้ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่สำคัญประกอบด้วย

คณะกรรมการตรวจสอบ	คณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล	คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ
<ul style="list-style-type: none"> • สอบทานงบการเงิน • สอบทานการดำเนินงานให้ถูกต้องตามนโยบายระเบียบข้อบังคับ กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ และข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล • สอบทานให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี รวมถึงระบบตรวจสอบภายใน และระบบบริหารความเสี่ยงให้รัดกุม •หารือร่วมกับผู้สอบบัญชีในเรื่องเกี่ยวกับการเงินและการควบคุมภายใน • พิจารณารายการที่เกี่ยวข้องกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ • รายงานผลสรุปผลการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง และให้คำปรึกษาข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการบริษัท ปีละ 4 ครั้ง 	<ul style="list-style-type: none"> • จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการทุจริต นโยบายความยั่งยืน และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจริยธรรมธุรกิจ และข้อปฏิบัติในการทำงาน • ทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้องให้มีความต่อเนื่องและเป็นปัจจุบันอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง • กำกับดูแลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงานให้เป็นไปตามนโยบายที่เกี่ยวข้อง • สอบทานและประเมินผลการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับกรรมการและฝ่ายจัดการ • รายงานผลสรุปผลการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง และให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ต่อคณะกรรมการบริษัท ปีละ 2 ครั้ง 	<ul style="list-style-type: none"> • พิจารณาหลักเกณฑ์ในการจ่ายและรูปแบบค่าตอบแทนของคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง พร้อมทั้งเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท โดยคณะกรรมการบริษัทเป็นผู้อนุมัติค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง ส่วนค่าตอบแทนของคณะกรรมการ คณะกรรมการบริษัทนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้อนุมัติเป็นประจำทุกปี • ประเมินค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูงให้สอดคล้องกับผลปฏิบัติงาน • พิจารณาหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหาบุคคลที่เหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งคณะกรรมการบริษัท • คัดเลือกบุคคลตามกระบวนการสรรหาที่กำหนดไว้ รวมถึงบุคคลที่เสนอผู้ถือหุ้นรายย่อย • เสนอความเห็นต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้แต่งตั้งกรรมการ

โครงสร้างคณะกรรมการบริษัท

บริษัทกำหนดให้มีคณะกรรมการบริษัทจำนวน 16 ราย ประกอบด้วย กรรมการที่เป็นผู้บริหารจำนวน 5 ราย กรรมการที่เป็นอิสระจำนวน 6 ราย และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารจำนวน 5 ราย นอกจากนี้ บริษัท มอบอำนาจในการดำเนินงานโดยแบ่งแยกอำนาจการดำเนินงานระหว่างประธานกรรมการ (Chairman) และประธานกรรมการบริหาร (Chairman of Executive Committee: CEC) ไว้อย่างชัดเจนและ ไม่เป็นบุคคลเดียวกัน ทั้งนี้ บริษัทเปิดเผยข้อมูลความรู้ ความชำนาญ

เฉพาะด้านของคณะกรรมการบริษัทเพื่อแสดงถึงความเชี่ยวชาญ ทักษะ และประสบการณ์ ตลอดจนคุณสมบัติที่เหมาะสมในตำแหน่งกรรมการ บริษัทสอดคล้องตามมาตรฐานการจำแนกอุตสาหกรรมระดับโลก (Global Industry Classification Standard: GICS) กลุ่มสินค้า ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต (Consumer Staples) เพื่อการดำเนินงาน ตอบสนองต่อกลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัท ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสีย อย่างมีประสิทธิภาพ

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [การจัดโครงสร้างการบริหารงานด้านงานกำกับดูแลโดยคณะกรรมการบริษัท](#)
- [เมทริกซ์ความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านของคณะกรรมการบริษัท \(Board Skills Matrix\)](#)
- [ประสบการณ์ตาม GICS Level 1 classification ของกรรมการอิสระ และกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร](#)

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

โครงการต่อเนื่อง สำรองการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2566

บริษัทได้รับการประเมินการเปิดเผยรายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2566 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD) โดยมีหลักเกณฑ์การประเมินใน 4 หมวด ได้แก่ 1. สิทธิของของผู้ถือหุ้น และการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน 2. การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย และการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน 3. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และ 4. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ โดยบริษัทได้รับผลการประเมินในระดับดีเลิศ (Excellence 5) หรือ 5 ดาว และมี

คะแนนทุกหมวดสูงกว่าค่าเฉลี่ยของบริษัทในกลุ่มบริการและบริษัทที่มีมูลค่าทางการตลาด (Market Capitalization) ขนาด 10,000 ล้านบาท ขึ้นไป นอกจากนี้ บริษัทได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในกลุ่มที่มีคะแนนสูงสุด (Top Quality) ของบริษัทที่จดทะเบียนโดยรวมและบริษัทในกลุ่มบริการอีกด้วย



จริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

บริษัทจัดทำคู่มือจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน สำหรับบุคลากรทุกระดับในองค์กรตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงพนักงาน ตลอดจนสำหรับคู่ค้าและผู้รับเหมา เพื่อยึดเป็นแนวปฏิบัติในการทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เกี่ยวข้องกับการทุจริต และไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน โดยในปี 2566 พนักงาน ซีพี ออลล์ บริษัทย่อย สโตร์ซีบีเอสพาร์กเนอร์ และคู่ค้าได้รับการสื่อสารและรับทราบนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันผ่านคู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานครบร้อยละ 100

การจัดการข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

"ประเภทข้อร้องเรียน ข้อสงสัย การละเมิดจรรยาบรรณทางธุรกิจ"	ข้อร้องเรียนทั้งหมดที่รับแจ้งจากพนักงานและ/หรือผู้มีส่วนได้เสีย	"ตรวจสอบแล้วเสร็จพบว่ากระทำผิดจริง"	มาตรการพิจารณาโทษทางวินัย				การเยียวยา (ถ้ามี)
			ตักเตือนด้วยวาจา	ตักเตือนด้วยลายลักษณ์อักษร	พักงาน	เลิกจ้าง	
ทุจริต	897	868	1	1	2	864	0
คอร์รัปชันและติดสินบน	2	2	0	0	0	2	0
การแข่งขันทางการค้า การผูกขาดทางการค้า	0	0	0	0	0	0	0
ไม่ปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติงาน หรือมีพฤติกรรมไม่เหมาะสม	192	177	13	158	2	4	0
การเก็บรวบรวม ใช้งาน และ/หรือการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล	0	0	0	0	0	0	0
สิทธิมนุษยชน	0	0	0	0	0	0	0

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [คู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน สำหรับพนักงาน](#)
- [คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจและแนวทางปฏิบัติ สำหรับคู่ค้า](#)

สร้างวัฒนธรรมการทำงานให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ

บริษัทได้จัดตั้งสำนักกฎหมาย กลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย โดยมีฝ่ายกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย (Legal & Compliance) เป็นส่วนหนึ่งของสำนักกฎหมาย กลุ่มธุรกิจ ทำหน้าที่ศึกษาและค้นหาประกาศกฎหมายใหม่เป็นประจำ รวมทั้งติดตามร่างกฎหมายใหม่ที่ผ่านมติการประชุมคณะรัฐมนตรีเป็นรายสัปดาห์ เพื่อนำมาสื่อสารให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาทุกเดือน ตลอดจนสร้างกลไกการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ ผ่านการให้คำปรึกษาและความเห็นทางกฎหมายกับหน่วยงานต่าง ๆ การประเมินขั้นตอนที่มีความเสี่ยง การจัดทำรายการตรวจสอบตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ ให้กับหน่วยงานที่มีความเสี่ยงสูง

ในปี 2566 บริษัทจัดทำนโยบายกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย และกฎบัตรของฝ่ายกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย ทบทวนและปรับปรุงระเบียบกฎหมายที่สำคัญของบริษัท รวมถึงจัดอบรมให้ความรู้เรื่อง กฎหมายการแข่งขันทางการค้าและแนวปฏิบัติทางการค้าให้กับสายงานจัดซื้อ สายงานการตลาดและบริหารผลิตภัณฑ์

สำนักประสานรัฐกิจ สำนักกฎหมาย กลุ่มธุรกิจ สำนักตรวจสอบและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยที่สนใจเข้าร่วม จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม 618 ราย กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ให้กับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม) จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม 60 ราย และมาตรฐานเครื่องหมายการค้าสากลให้กับสายงานปฏิบัติการ จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม 8,400 ราย เพื่อให้พนักงานได้มีความเข้าใจในกฎหมายที่สำคัญของบริษัท ตระหนักถึงความเสี่ยงทางกฎหมายหากไม่ปฏิบัติตาม และนำไปปรับใช้ในการทำงานได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

ทั้งนี้ เพื่อให้การคัดกรองกฎหมาย และการติดตามการนำไปปฏิบัติมีประสิทธิภาพมากขึ้น ปัจจุบันบริษัทอยู่ระหว่างการพัฒนาาระบบ IT (Compliance Universe System) และแอปพลิเคชัน เพื่อใช้รวบรวมและเป็นตัวกรองกฎหมายที่เกี่ยวข้องของแต่ละหน่วยงานของ ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย รวมถึงพัฒนาการกำกับดูแล และระบบการตรวจสอบและรายงานผลการปฏิบัติตามกฎหมายของแต่ละสายงานของบริษัทและบริษัทย่อยด้วย

การสื่อสารให้ความรู้ และสร้างกิจกรรมรณรงค์สร้างความตระหนัก

บริษัทสร้างความตระหนักในเรื่องการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล และแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน ผ่านการสื่อสารกับพนักงานทุกระดับ ตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงพนักงานทั้งสายสำนักงานและสายปฏิบัติการ รวมถึงบริษัทในกลุ่ม ซีพี ออลล์ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรเป็นไปตามคาตาบธรรมาภิบาล “ซื่อสัตย์ โปร่งใส ยุติธรรม คำนึงถึงชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม” ทั้งนี้ บริษัทสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เชิงรุกแก่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ อาทิ

- การทบทวนความรู้และสอบประเมินผลการเรียนรู้ให้กับพนักงานทุกระดับ
- โปสเตอร์ในสำนักงานและร้าน 7-Eleven
- วิดีโอสื่อสารและอบรม “พร้อมเป็นที่พึ่ง เคียงข้างสังคมและชุมชน”
- เพจเฟซบุ๊ก “คน ซีพี ออลล์”
- ข้อมูลประชาสัมพันธ์ทางอีเมล, CPALL Connect และแอปพลิเคชัน LINE
- ติดตั้งการ์ดสำหรับตั้งโต๊ะ (Tent Card) “ช่องทางแจ้งเบาะแส และเรื่องร้องเรียน” ในสำนักงานทั้งกลุ่มธุรกิจ
- วิดีโอสื่อสารเรื่องธรรมาภิบาล
- เติมนรณรงค์สื่อสารตอกย้ำสร้างความเข้าใจคาตาบธรรมาภิบาลและสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อความปลอดภัยให้กับพนักงาน
- โครงการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ด้านธรรมาภิบาล (Mister & Miss Good Governance) สร้างตัวแทนผู้นำรุ่นใหม่ เป็น “แอมบาสเดอร์” ปฏิบัติหน้าที่ เป็นแบบอย่างที่ดีและนำสิ่งที่ได้ไปขยายผลให้เพื่อนร่วมงานเกิดความเข้าใจและยึดเป็นแนวทางในการปฏิบัติตามต่อไป, ร่วมศึกษาดูงาน เพื่อวางแนวทางการดำเนินงาน ส่งเสริมธรรมาภิบาลขององค์กรอย่างยั่งยืน และเผยแพร่องค์ความรู้ร่วมกับผู้แทนที่ผ่านการคัดเลือกทั้งหมด

โดยในปี 2566 ได้สร้าง DNA ความดี 24 ชั่วโมง เพื่อชื่นชมพนักงานทำความดี ที่น่ายกย่อง ช่วยเหลือสังคม สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า สังคม ชุมชน อาทิ ช่วยปฐมพยาบาลเบื้องต้น ระงับเหตุเพลิงไหม้ เก็บเงินหรือทองส่งคืนให้กับลูกค้า โดยพนักงานทำความดีจะได้รับแต้ม ALL Member ปี 2566 มีพนักงานได้รับรางวัลจำนวน 74 ราย คิดเป็นมูลค่า 41,500 บาท



ในปี 2566 บริษัทจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานจำนวน 94,569 รายทั่วประเทศ พร้อมทั้งประเมินความเข้าใจด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันของพนักงานทุกระดับของซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย พบว่า ร้อยละ 100 ของพนักงานรับรู้และเข้าใจ

นอกจากนี้ บริษัทได้รับรางวัล ANTI-CORRUPTION AWARDS 2023 รางวัลส่งเสริมการต้านคอร์รัปชัน และส่งเสริมธรรมาภิบาลประจำปี 2566 จัดโดยสมาคมผู้สื่อข่าวต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) จัดขึ้นเพื่อยกย่อง เชิดชู และเป็นกำลังใจให้กับองค์กร หน่วยงาน บุคคลและสื่อมวลชน ที่ยึดหลักธรรมาภิบาลและปฏิบัติหน้าที่ด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ สุจริต

การบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน และการบริหารจัดการกรณีทุจริต

บริษัทกำหนดนโยบายการแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส (Whistleblowing Policy) รวมถึงมีช่องทางแจ้งข้อมูลหรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตหรือพฤติกรรมที่ผิดจริยธรรมภายในองค์กร ผ่านช่องทางการรับข้อร้องเรียนที่หลากหลาย ดังนี้

ช่องทาง การแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียน		หมายเลขโทรศัพท์	ผู้รับเรื่อง
		02 826 7744	Call Service
		02 071 2770 / หมายเลขโทรสาร 02 071 8623	สำนักตรวจสอบ
		ไปรษณีย์จำหน่ายของถึง สำนักตรวจสอบ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เลขที่ 119 ชั้น 16 อาคารราชาสารภี ซอยสาทร 5 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120	สำนักตรวจสอบ
		จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ AuditCommittee@cpall.co.th CGcommittee @cpall.co.th BOD@cpall.co.th	ผู้รับเรื่อง: 1. คณะกรรมการตรวจสอบ 2. คณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืน และบรรษัทภิบาล 3. คณะกรรมการบริษัท
		สื่อออนไลน์บริษัท www.cpall.co.th/whistleblowing www.facebook.com/CPALL7 (Inbox)	สำนักตรวจสอบ สำนักบริหารการสื่อสารองค์กร
		แอปพลิเคชัน (สำหรับพนักงาน) CP ALL Connect>More>Portal>whistleblowing	สำนักตรวจสอบ

สามารถอ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้


➔ [นโยบายการแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส](#)

ทั้งนี้ หลังจากบริษัทได้รับแจ้งเหตุทุจริต หรือเบาะแสดการทุจริต ผ่านช่องทางต่าง ๆ สำนักตรวจสอบ และหรือหน่วยงานทรัพยากรบุคคล จะดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงเบื้องต้นด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม โดยข้อร้องเรียนจะถูกเข้าถึงได้โดยผู้ที่ทำหน้าที่ตรวจสอบประเด็นที่ร้องเรียนเท่านั้น หากพบว่าข้อร้องเรียนเป็นข้อเท็จจริง จะดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อสอบสวนหาข้อเท็จจริง ถ้าตรวจสอบพบว่ามีการกระทำผิดจริงจะพิจารณาลงโทษผู้กระทำผิดตามมาตรการของบริษัทที่กำหนดไว้ และรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทต่อไป

นอกจากนี้ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเหตุซ้ำ บริษัทดำเนินการทบทวนหรือออกมาตรการเพิ่มเติมบูรณาการในกระบวนการทำงานประจำ และสื่อสารให้ผู้เกี่ยวข้องทราบเพื่อนำไปปฏิบัติต่อไป ในปี 2566 ข้อร้องเรียนทั้งหมดได้รับการพิจารณาตรวจสอบแล้วเสร็จ โดยไม่มีเรื่องค้าง และไม่มีเรื่องร้องเรียนที่ตรวจสอบแล้วพบว่าทุจริตจริง จำนวน 870 เรื่อง คิดเป็นมูลค่าความเสียหายต่อบริษัททั้งสิ้น 35.79 ล้านบาท

การจัดการเรื่องร้องเรียนกรณีทุจริต คอรัปชัน ปี 2566

	สถานะการพิจารณาตรวจสอบ			การกำหนดมาตรการ เพื่อป้องกันการเกิดซ้ำ	
	อยู่ระหว่างตรวจสอบ	ตรวจสอบแล้วเสร็จ		อยู่ระหว่างดำเนินการ	ดำเนินการแล้วเสร็จ
จำนวนเรื่องร้องเรียน และการแจ้งเบาะแส การทำผิดซึ่งหน้าทั้งหมด (กรณี)	9	890	จำนวนเรื่องที่ตรวจสอบแล้วเสร็จ พบว่าทุจริตจริง (กรณี)	0	870
899			870		

 ประเภทของ การทุจริต (กรณี)	2563	2564	2565	2566	มาตรการในการลงโทษ			
					ตักเตือน ด้วยวาจา	ตักเตือนเป็น ลายลักษณ์ อักษร	พักงาน	เลิกจ้าง
ความขัดแย้ง ทางผลประโยชน์	0	0	0	0	0	0	0	0
การทุจริตในรายงาน (การปลอมแปลงเอกสาร การทำข้อมูลเท็จ)	5	7	6	13	0	0	2	11
การยกยอกทรัพย์สิน	404	427	803	855	1	1	0	853
คอร์รัปชัน	0	0	0	2	0	0	0	2

ตัวอย่างการดำเนินการแก้ไข รวมถึงมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำ

กรณีทุจริต ประเภทการยกยอกทรัพย์สิน พื้นที่สาขางานปฏิบัติการร้าน 7-Eleven

กำกับดูแลให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอน ที่กำหนดอย่างถูกต้อง	สื่อสาร และสร้างความตระหนักให้กับ พนักงานร้าน 7-Eleven	กลไกการติดตาม ตรวจสอบ
<ul style="list-style-type: none"> กำหนดเป้าหมายลดการทุจริตของสาขปฏิบัติการร้าน 7-Eleven แต่งตั้งคณะทำงานป้องกันการทุจริตสาขปฏิบัติการร้าน 7-Eleven ทบทวนระเบียบ และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการขายสินค้าของร้านสาขา ปรับปรุงมาตรฐานการทำงานของร้าน 7-Eleven เช่น การทำธุรกรรมทางการเงินของพนักงาน เป็นต้น ปรับปรุงมาตรฐานการตรวจสอบระบบร้านค้าคุณภาพ เช่น การตรวจสอบเงินสดของ Field Consultant การเข้าเครื่องคิดเงิน การทำธุรกรรมการเงินส่วนตัวของพนักงาน การตรวจสอบและตรวจนับเงินสดทันทีเมื่อถึงร้าน เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> สื่อสารเกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ผ่านการประชุมของสาขปฏิบัติการร้าน 7-Eleven แต่ละพื้นที่ ทุกไตรมาส รวมถึงผ่านสื่อโปสเตอร์ “น้องจี้ ขอบอก” สื่อสาร เน้นย้ำให้พนักงานทุกระดับปฏิบัติตามนโยบายฯ และแนวปฏิบัติอย่างเคร่งครัด จัดอบรม ให้ความรู้ตัวแกนสาขปฏิบัติการร้าน 7-Eleven ผ่านโครงการ Mister & Miss Good Governance เน้นย้ำให้ผู้จัดการร้านต้องบันทึกข้อมูลพนักงานเข้าระบบให้เป็นปัจจุบัน และตรวจนับเงินสดที่ร้านสาขาครบทุกสาขาและทุกจุดที่จัดเก็บเงิน และหากพบว่ามีผลต่างขาด/เกิน ให้รีบติดตามหาสาเหตุและแจ้งผู้บังคับบัญชาให้ทราบทันที ประชุมสร้างภูมิคุ้มกันไม่ติดกับดักชีวิตเพื่อปลูกฝังทัศนคติในการใช้ชีวิตและการทำงานของพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ผู้บังคับบัญชาติดตาม/สอบทาน การปฏิบัติงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เช่น 1. สุ่มตรวจนับเงินสดที่ร้านสาขาโดยไม่แจ้งล่วงหน้า 2. ตรวจสอบการเบิกค่าแรง โดยทำการตรวจสอบตารางมอบหมายงานของร้านสาขา เปรียบเทียบการทำใบรับรองปฏิบัติงานในระบบ พัฒนาระบบแจ้งเตือนการทำธุรกรรมผ่านแบงก์กิ้ง เอเจนท์ (Alert Banking Agent) เพื่อคัดแยกประเภทการทำธุรกรรม บันทึกข้อมูลรายการที่ผิดปกติ และรายการต้องสงสัยที่รับชำระผ่านช่องทางเคาน์เตอร์เซอร์วิส ซึ่งสามารถตรวจพบสิ่งผิดปกติและป้องกันการสูญเสียได้รวดเร็วขึ้น มีระบบตรวจสอบและ Lock ไม่ให้พนักงานทำรายการ Banking Agent ในสาขาที่ตนเองปฏิบัติงาน

กำกับดูแลให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดอย่างถูกต้อง

- ปรับปรุงมาตรฐานการยืนยันตัวตนด้วยการใช้ Two Factor Authentication (2FA) โดยการใช้ One-time-password (OTP) ร่วมกับ รหัส User เพื่อเพิ่มระดับความปลอดภัยการเข้าถึงระบบปฏิบัติงาน เช่น เปลี่ยนรหัสเข้า Mobile POS โดยเพิ่มขั้นตอนให้มีการแจ้งรหัส OTP (One Time Password) เข้าเบอร์มือถือส่วนตัวของพนักงานเจ้าของ User ID เพื่อนำมาใช้ยืนยันตัวตนร่วมกับเลขบัตรประชาชนและข้อมูลส่วนตัวอื่นในการเปลี่ยนรหัสผ่าน
- ติดตามผลการการทุจริตในที่ประชุมผู้บริหารระดับสูงเป็นประจำทุกเดือน

สื่อสาร และสร้างความตระหนักให้กับพนักงานร้าน 7-Eleven

กลไกการติดตาม ตรวจสอบ

- พัฒนาระบบแจ้งเตือน (Alert) การขายทุกช่องทาง (Offline/ Delivery/ All Online) ผ่าน Website "Buddy" เพื่อตรวจติดตามและปิดงานการขายของร้านสาขาที่มีรายการผิดปกติ



- พัฒนาให้มีระบบแจ้งเตือน (Alert) และการตรวจสอบการเติมและชำระเงินผ่าน App 7Delivery และ Mobile POS ที่ผิดปกติ เช่น ไรเดอร์ที่มียอดเงิน ความถี่และจำนวนครั้งการเติมเงิน TMW สูง หรือลูกค้าแจ้งต้องการชำระเป็นเงินสด แต่การชำระจริงเป็น TMW เป็นต้น
- เพิ่มมาตรการดำเนินการเมื่อพบว่ามีการขายไม่เป็นไปตามกฎระเบียบฯ
- พัฒนาระบบให้มีการควบคุมและตรวจติดตามการส่งสินค้าเพื่อป้องกันไม่ให้นำสินค้ามาขายผิดระเบียบ
- ติดตามความผิดปกติของรายการยกเลิกการขาย (ยกเลิกใบเสร็จรับเงิน)
- มีระบบการควบคุมและตรวจติดตามการขายสินค้าช่วงโปรโมชั่น ต่าง ๆ เช่น มีรายงานรายการการขายที่ผิดปกติช่วงโปรโมชั่น แสดงปี แจ้งให้ผู้บังคับบัญชาตรวจสอบการขายของร้านสาขา เป็นต้น
- ปรับปรุงระบบการจัดเก็บข้อมูลโดย จัดเก็บ Log เพิ่มเติมเมื่อทำการขายสินค้าผ่าน Mobile POS เช่น ข้อมูลอุปกรณ์, Location, Mac Address
- พัฒนาระบบการตรวจสอบอุปกรณ์ที่ใช้ใช้งาน (Mobile POS) ให้ตรงตามมาตรฐานความปลอดภัยของบริษัท หากไม่ใช้เครื่องที่ลงทะเบียนของบริษัทจะไม่สามารถทำการได้
- ตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้องของสินค้าร้านสาขาโดยทีมบัญชีตรวจนับสินค้าร้านสาขา (Audit)
- ติดตามการปฏิบัติงานผ่านกล้อง CCTV ในรูปแบบออนไลน์
- การตรวจสอบระบบร้านคุณภาพโดยหน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ



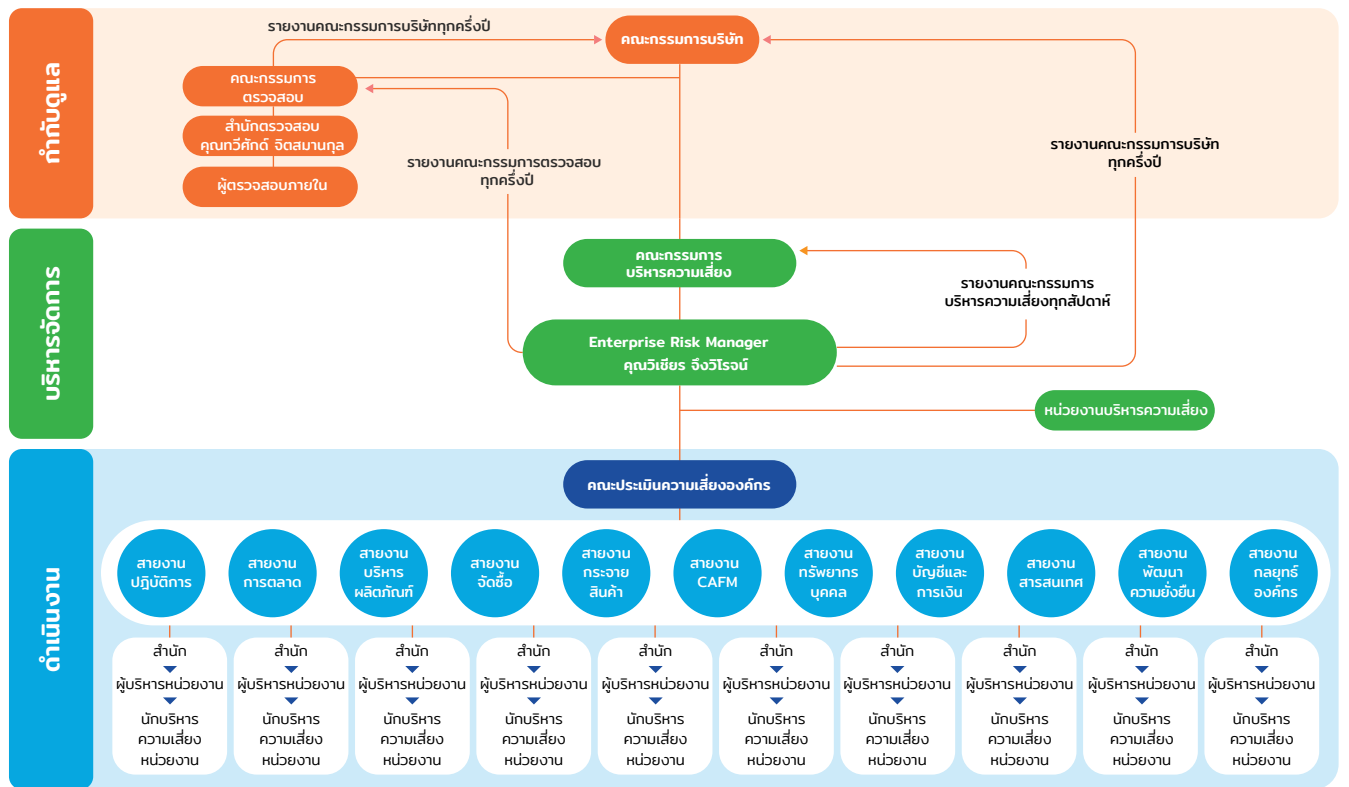
การบริหารจัดการความเสี่ยง

การบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทจะเริ่มจากการทบทวนแผนกลยุทธ์และเป้าหมายทางธุรกิจขององค์กร ควบคู่ไปกับการนำประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality Topic) ขององค์กรมาวิเคราะห์ เพื่อจัดทำแนวทางการบริหารความเสี่ยง และใช้ระบุความเสี่ยงที่สำคัญของการประกอบธุรกิจของบริษัทให้ครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business Risk) ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Sustainability Risk) ความเสี่ยงใหม่ (Emerging Risk) และความเสี่ยงภัยมืด (Black Swan) หรือความเสี่ยงที่คาดไม่ถึง พร้อมกำหนดมาตรการป้องกันและลดผลกระทบจากความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมาย และสร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้มีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแผนจัดการความเสี่ยงขององค์กร รวมถึงกำหนดความถี่ที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ที่เหมาะสม โดยมีหน่วยงานบริหารความเสี่ยงและหน่วยงานกำกับดูแล ทำหน้าที่ร่วมเป็นคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

และขับเคลื่อนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดีและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร พร้อมทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงยังทำหน้าที่รายงานผลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยง และนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท ปีละ 2 ครั้ง เพื่อสอบถามผลการดำเนินงานของกระบวนการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนติดตามผลและหาแนวทางแก้ไขที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดผลกระทบจากความเสี่ยงที่ครอบคลุมยิ่งขึ้น

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้มีการประเมินตนเอง รายงานสำหรับปี 2566 ตามแบบประเมินที่ประยุกต์มาจากแบบของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยโดยเปรียบเทียบกับกฎบัตร ปรากฏว่าได้ผลคะแนนการดำเนินงานระดับดีเยี่ยมร้อยละ 93 และได้ผลคะแนนการดำเนินงานระดับดีร้อยละ 7 ซึ่งผลคะแนนดีกว่าปีที่ผ่านมา

โครงสร้างบริหารความเสี่ยงองค์กร



การวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยง (Risk Analysis and Assessment)

บริษัทมีการจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง โดยมีเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) เป็นผู้รับผิดชอบในการวิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงที่ค้นพบทั้งด้านโอกาสเกิดความเสี่ยง (Probability Rating Scale) และผลกระทบของความเสี่ยง (Impact Rating Scale) โดยใช้แผนภูมิความเสี่ยง (Risk Matrix) ซึ่งมีหลักการและแนวทาง ดังนี้

แผนภูมิความเสี่ยง (Risk Matrix)



ทั้งนี้ บริษัทกำหนดแนวทางและกรอบในการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต ซึ่งประกอบด้วย การบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กร การบริหารความเสี่ยงในระดับปฏิบัติการ และการสื่อสารให้พนักงานทุกคนรับทราบ ตลอดจน จัดทำแผนควบคุมความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานและเป้าหมายขององค์กร โดยพิจารณาและจัดลำดับความเสี่ยง (Risk Prioritization) จากการวิเคราะห์แผนภูมิความเสี่ยง (Risk Matrix) ที่คำนึงถึงโอกาสเกิดและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นของแต่ละความเสี่ยง รวมถึงโอกาสที่จะเกิดการทุจริตและคอร์รัปชัน พร้อมทั้งกำหนดดัชนีชี้วัดประสิทธิผลการบริหารความเสี่ยงที่สำคัญ (Risk Score) และแผนฟื้นฟูผลจากความเสียหายอย่างเหมาะสมเพื่อบรรลุเป้าหมายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- [นโยบายการบริหารความเสี่ยง](#)
- [คู่มือการบริหารความเสี่ยง](#)

นอกจากนี้ บริษัทจัดทำแผนการบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อเตรียมความพร้อมต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และทำให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของบริษัทจะมีความต่อเนื่อง ไม่หยุดชะงัก และในทุก ๆ 6 เดือน มีการรายงานการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ให้คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัททราบ พร้อมทั้งนี้ สำนักตรวจสอบจะเป็นผู้สอบทานและตรวจสอบการดำเนินงานตามมาตรการลดความเสี่ยง ในปี 2566 บริษัทได้ว่าจ้างบริษัทภายนอกเข้าตรวจสอบประเมินการบริหารความเสี่ยงองค์กรโดยรวม (Enterprise Risk Management: ERM) เพื่อให้มั่นใจว่าหน่วยงานมีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและกรอบการควบคุมภายในของ The Committee of Sponsoring Organizations of Treadway

Commission (COSO) และมาตรฐานสากลสำหรับการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ ISO 22301: Business Continuity Management (BCM) และเพื่อให้มั่นใจว่าความเสี่ยงของบริษัทอยู่ในระดับที่ยอมรับได้และจัดการได้ โดยบริษัทในกลุ่มได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (ISO 22301: BCM) จำนวน 3 พื้นที่ ได้แก่ ซีพีแรม ลาดกระบัง, ศูนย์กระจายสินค้า DC บางบัวทอง และศูนย์กระจายสินค้า CDC บางบัวทอง ในปี 2566 มีพื้นที่ศูนย์กระจายสินค้าที่ได้รับการรับรองเพิ่มเติม อีก 6 พื้นที่ ได้แก่ ศูนย์กระจายสินค้า DC มหาชัย, ศูนย์กระจายสินค้า CDC มหาชัย, ศูนย์กระจายสินค้า DC สุวรรณภูมิ, ศูนย์กระจายสินค้า CDC สุวรรณภูมิ, ศูนย์กระจายสินค้า BDC มหาชัย และศูนย์ Logistics

กรอบการบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤตเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน



ทั้งนี้ เพื่อให้การบริหารจัดการความเสี่ยงมีประสิทธิภาพเป็นไปตามเป้าหมาย บริษัทกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงเป็นประจำทุกไตรมาส พร้อมทั้งระบุกลุ่มความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

- 1) กลุ่มความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business Risk)
- 2) กลุ่มความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Sustainability Risk)
- 3) กลุ่มความเสี่ยงใหม่ (Emerging Risk)
- 4) กลุ่มความเสี่ยงภัยมืด (Black Swan) หรือความเสี่ยงที่คาดไม่ถึง

เพื่อเป็นการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการบริหารความเสี่ยง และสามารถรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างทันต่อที่ พร้อมทั้งสนับสนุนการขับเคลื่อนกลยุทธ์องค์กร บริษัทจึงจัดอบรมให้ความรู้เรื่องมาตรการลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ โดยมีนักบริหารความเสี่ยงหน่วยงาน (Risk Champion) ทำหน้าที่ให้ความรู้ทุกไตรมาส รวมถึงกำหนดกลไกการควบคุมและการตรวจติดตามความเสี่ยง ดังนี้

กลไกการควบคุมภายในและตรวจติดตามความเสี่ยง



ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks)

บริษัทกำหนดมาตรการและแนวทางในการจัดการและบริหาร เพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงอย่างทันทั่วถึง โดยทบทวนประเด็นและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี เพื่อวิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทสามารถระบุประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ จำนวน 3 ประเด็น พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลกระทบจากความเสียหายที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และกำหนดมาตรการและแนวทางจัดการเบื้องต้น ดังนี้

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี Generative AI ในธุรกิจ e-Commerce

แนวโน้มการขายออนไลน์ ปี 2567 มีการนำเทคโนโลยี Generative AI เข้ามาใช้มากขึ้นในธุรกิจ e-Commerce โดย “พ่อค้า-แม่ค้า” สามารถนำวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าและข้อมูลของผู้บริโภค เพื่อหาสินค้าและบริการตรงกับความต้องการมากที่สุด

เช่นเดียวกับลูกค้า ที่นำเทคโนโลยี Generative AI มาวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของร้านค้า และการขายสินค้าที่ผ่านมาได้ละเอียด ช่วยให้ลูกค้าสามารถวิเคราะห์ ประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือของพ่อค้า-แม่ค้า และตรวจสอบได้ว่าสินค้าที่ขายหรือให้บริการที่ผ่านมามีปัญหาหรือไม่ ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจ e-Commerce ในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงมากขึ้น ร้อยละ 23 จากสรุปรายงานเศรษฐกิจดิจิทัลเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของ Google ปีที่ผ่านมา และยังส่งผลให้ธุรกิจ e-Commerce ของ ซีพี ออลล์ เติบโตขึ้นกว่า ร้อยละ 9.6 อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากการใช้เทคโนโลยี Generative AI ยังมีแนวโน้มส่งผลกระทบต่อโครงการการลงทุนใหม่ ๆ การลงทุนในบริษัทย่อย และศูนย์กระจายสินค้า ในการดำเนินธุรกิจของ ซีพี ออลล์ มากขึ้น เพื่อรักษาและสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อลูกค้าที่ใช้บริการที่ร้าน 7-Eleven อย่างยั่งยืน



ผลกระทบต่อธุรกิจ

การเข้ามามีบทบาทอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี Generative AI ในธุรกิจ e-Commerce ส่งผลกระทบต่อโครงการการลงทุนใหม่ ๆ การลงทุนในบริษัทย่อย และศูนย์กระจายสินค้า ในการดำเนินธุรกิจของ ซีพี ออลล์ เพื่อรักษาและสร้างประสบการณ์ที่ดีของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้าน 7-Eleven อย่างยั่งยืน โดยในปี 2566 มีงบประมาณลงทุนราว 4,000-4,100 ล้านบาท พร้อมทั้ง หากมีการนำเทคโนโลยี Generative AI เข้ามาเป็นตัวช่วยในการวิเคราะห์สินค้าและบริการให้กับผู้บริโภค อย่างเต็มรูปแบบใน 3-5 ปีข้างหน้า จะส่งผลต่อการเพิ่มโครงการการลงทุนใหม่ ๆ การลงทุนในบริษัทย่อย และศูนย์กระจายสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อรักษาและสร้างประสบการณ์ที่ดีของลูกค้าต่อการมาใช้บริการที่ร้าน 7-Eleven อย่างยั่งยืนในอนาคต



มาตรการและแนวทางจัดการ

บริษัทติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี Generative AI ที่เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจของ ซีพี ออลล์ มากยิ่งขึ้นปัจจุบัน โดยกำหนดยุทธศาสตร์ธุรกิจ การเติบโตจากจุดแข็ง ตอบรับวิถีชีวิตใหม่และสังคมดิจิทัล เพื่อรับมือแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ผ่านการปรับปรุงรูปแบบการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค เช่น การส่งเสริมให้มีผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ตามแต่ละพื้นที่จากผลการสำรวจของร้าน 7-Eleven การจัดให้มีการหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการ อาทิ อาหารสด อาหารแช่แข็ง พัก ผลไม้ และอาหารปรุงสด ตลอดจนการขยายสาขา 7-Eleven ที่สามารถสร้างการเข้าถึงและอำนวยความสะดวกให้กับชุมชนที่เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้ยาก เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการสร้างคุณค่าและส่งเสริมการเข้าถึงให้กับผู้บริโภคที่การดำเนินธุรกิจ e-Commerce อาจยังไม่สามารถตอบสนองการสร้างคุณค่าเหล่านี้ให้กับกลุ่มผู้บริโภคได้

อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจ e-Commerce ที่มีเทคโนโลยี Generative AI เข้ามาเป็นส่วนสนับสนุนในการวิเคราะห์ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการของผู้บริโภคนั้น ยังเป็นประเด็นที่ ซีพี ออลล์ ต้องให้ความสำคัญเพื่อสร้างการเติบโตทั้งธุรกิจร้าน 7-Eleven และธุรกิจ e-Commerce ของบริษัท ซึ่งมีสัดส่วนรายได้กว่า ร้อยละ 10 ของรายได้บริษัท ดังนั้น ซีพี ออลล์ มุ่งลงทุนด้านเทคโนโลยี Generative AI เพื่อใช้เป็นเครื่องมือช่วยวิเคราะห์ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการของผู้บริโภค ตลอดจนวิเคราะห์แนวโน้มสินค้าที่หลากหลายเพื่อตอบสนองผู้บริโภคในปัจจุบันและการเตรียมพร้อมในอนาคต นอกจากนี้ ซีพี ออลล์ ยังมุ่งขยายสาขาร้าน 7-Eleven เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชนห่างไกลและไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ที่พร้อมด้วยบริการที่ครบครัน

ความเสี่ยงจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มากยิ่งขึ้น

ประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) จากข้อมูลกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ปี 2566 พบว่า ประเทศไทยมีประชากร อายุ 60 ปีขึ้นไป หรือ ผู้สูงวัย โดยคิดเป็น 1 ใน 5 (13 ล้านราย) ของจำนวนประชากรทั่วประเทศ (66 ล้านราย) และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องใน 5-10 ปีข้างหน้า โดยคาดการณ์ว่าประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super Aged Society) ที่จะมีประชากรสูงวัยเพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 28 ของจำนวนประชากรทั่วประเทศ ซึ่งอาจส่งผลโดยตรงต่อความต้องการในผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของประชากรกลุ่มสูงวัยที่มุ่งเน้นอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารโภชนาการเฉพาะ (Functional Food) และอาหารที่มีการเพิ่มหรือลดส่วนผสม ซึ่งอาจส่งผลต่อการวางกลยุทธ์ของ ซีพี ออลล์ การวางแผนงบประมาณและวิจัยในผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนการจัดการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ผลกระทบต่อธุรกิจ

ซีพี ออลล์ ดำเนินงานบริหารผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการอย่างต่อเนื่อง ผ่านโครงการสนับสนุนที่หลากหลาย ตลอดจนส่งเสริมงานวิจัยในผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพผ่านหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กร อย่างไรก็ตามภายใต้การเป็นสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) และแนวโน้มการเข้าสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super Aged Society) ส่งผลให้ ซีพี ออลล์ ต้องปรับตัวและเตรียมความพร้อมในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการในอนาคต ที่อาจส่งผลต่อการสูญเสียโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและกลุ่มผู้สูงวัย ซึ่งมีสัดส่วนยอดขายร้อยละ 12 เทียบกับยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมดที่วางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven และอาจส่งผลต่อการกำหนดทิศทางและวางกลยุทธ์องค์กร นอกจากนี้ ซีพี ออลล์ ยังเตรียมพร้อมรับมือผ่านการเพิ่มงบประมาณวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มสูงวัย เพื่อเตรียมจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นกว่า 17.10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 38 ของงบประมาณด้านวิจัยและพัฒนาทั้งหมด



มาตรการและแนวทางจัดการ

บริษัทได้ทบทวนกลยุทธ์องค์กรอย่างต่อเนื่องและให้ความสำคัญตามหลักสิทธิในการมีสุขภาพที่ดีเป็นหนึ่งในสิทธิขั้นพื้นฐาน และตระหนักถึงการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัย และได้มาตรฐานต่อผู้บริโภคทุกกลุ่มและโดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงวัย รวมทั้งยกระดับความสามารถและทุนวิจัยในอาหารเพื่อสุขภาพ และแต่งตั้งที่ปรึกษาเพื่อสรรหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีโภชนาการเฉพาะกลุ่ม คนรักสุขภาพรวมถึงผู้สูงวัย อาทิ ผลิตภัณฑ์โภชนาการเฉพาะ (Functional Food) ในการส่งเสริมสุขภาพด้านต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีสารอาหารที่จำเป็นและเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตสุขภาพ และพันธุกรรมในแต่ละบุคคล (Personalized Foods) รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มอื่น ๆ อาทิ อาหารกลุ่มลดสารปรุงแต่ง สารกันบูด ลดปริมาณน้ำตาล ลดปริมาณน้ำมันปาล์ม ไม่แต่งสี ไม่มีไขมัน ผลิตภัณฑ์อาหารโปรตีนทางเลือก และผลิตภัณฑ์ซูเปอร์ฟู้ด ให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และลดความเสี่ยงด้านสุขภาพของผู้บริโภคทุกกลุ่ม ตลอดจนเพื่อรองรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อกลุ่มผู้สูงวัยในอนาคต และยกระดับการให้บริการเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่ไม่สะดวกใช้บริการที่ร้าน 7-Eleven รวมถึงผู้สูงวัย ด้วยการส่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน '7APP' พร้อมบริการจัดส่งสินค้า

ความเสี่ยงจากการบังคับใช้กฎหมายที่ส่งเสริมการลดขยะบรรจุภัณฑ์จากภาครัฐ

บริษัท ดำเนินธุรกิจหลักค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ ธุรกิจค้าส่ง แบบชำระเงินสดและบริการ และธุรกิจผลิตอาหาร โดยมีพื้นที่ดำเนินการหลักอยู่ในประเทศไทย ซึ่งถูกกำหนดให้ขยายขอบเขตการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งภายใต้แนวทางการจัดการขยะพลาสติกของประเทศ (Thai Plastic Roadmap 2018-2030) ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบและโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในการนำขยะกลับมาใช้ใหม่ และหมุนเวียน หนึ่งในเครื่องมือที่ถูกนำมาศึกษาเพื่อประกอบการกำหนด นโยบาย คือ หลักการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต (Extended Producer Responsibility: EPR) หรือหลักการ "ความรับผิดชอบ ที่เพิ่มขึ้นของผู้ผลิต" ที่ผู้ผลิตจะต้องมีความรับผิดชอบอย่างครบวงจร ตั้งแต่การออกแบบ กระจายสินค้า การรับคืน การเก็บรวบรวม การใช้ซ้ำ การนำกลับมาใช้ใหม่ และการบำบัดขยะบรรจุภัณฑ์หลังกระบวนการบริโภค กล่าวคือความรับผิดชอบในการจัดการซากผลิตภัณฑ์ (ขยะ) ของตัวเอง โดยหลักการนี้ถูกใช้กันอย่างแพร่หลายในยุโรป อเมริกาเหนือ แอฟริกาใต้ รวมถึงบางประเทศในเอเชีย และมีแนวโน้มที่จะถูกบังคับใช้เป็นกฎหมาย ในประเทศไทยภายใน 3-5 ปีข้างหน้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อธุรกิจของ ซีพี ออลล์ ที่ต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในเรื่องการจัดการเตรียมระบบ รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมตลอดห่วงโซ่อุปทานที่ต้องสร้างความร่วมมือร่วมกับคู่ค้าอย่างเข้มข้นยิ่งขึ้น



ผลกระทบต่อธุรกิจ

บริษัท มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้าน 7-Eleven เฉลี่ยวันละ 13 ล้านราย มีรายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการในปี 2566 จำนวน 921,187 ล้านบาท ในแต่ละปีบริษัทมีปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก เฉลี่ย 53,965.53 ตันต่อปี การผลักดันให้มีการดำเนินงานตามกฎหมาย หลักการขยายความรับผิดชอบ (Extended Producer Responsibility: EPR) ส่งผลกระทบต่อ ซีพี ออลล์ ในการปรับเปลี่ยนนโยบาย กลยุทธ์ และกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนไปจากเดิมที่เป็นการออกแบบ ชิ้นส่วนต่างๆ เพื่อประกอบรวมกันเป็นชิ้นได้ง่าย (Design for Assembly) เริ่มหันมาเป็นการเลือกใช้ หรือออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาแยกชิ้นส่วนได้ง่าย (Design for Disassembly) เพื่อที่จะได้แยกวัสดุที่ต่างกันให้นำมารีไซเคิลหรือการลงทุนในกระบวนการใช้ซ้ำ การรีไซเคิลขยะบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงมุมมองต่อระบบนิเวศของการผลิตและการบริโภคในรูปแบบใหม่ กล่าวคือเปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจ แบบเส้นตรง (Linear Economy) ที่ผลิตภัณฑ์ถูกผลิตจากผู้ผลิตส่งต่อ ไปให้ผู้บริโภค ก่อนที่จะถูกทิ้งไปยังเทศบาล มาเป็นระบบเศรษฐกิจแบบ หมุนเวียน (Circular Economy) ที่ให้วัสดุและพลังงานถูกหมุนเวียน ย้อนกลับมาสู่ผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่ายอีกครั้ง ซึ่งต้องอาศัยระบบ การกระจายสินค้าและนวัตกรรมใหม่ ๆ ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการของ ซีพี ออลล์ จากการสร้างระบบหรือการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้น (คิดเป็นค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูงขึ้น เฉลี่ยกว่า 538 ล้านบาท ใน 3-5 ปีข้างหน้า) รวมถึงค่าใช้จ่ายจากการจ่ายค่าธรรมเนียม การจัดการขยะให้กับองค์กรกลาง นอกจากนี้ ยังสามารถส่งผลกระทบต่อบริษัทในด้านชื่อเสียงได้ หากไม่มีการเตรียมความพร้อมรับมือตลอด ห่วงโซ่อุปทานที่ดี



มาตรการและแนวทางจัดการ

บริษัท มุ่งมั่นลดปริมาณขยะพลาสติกจากบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเข้ากระบวนการฝังกลบให้น้อยที่สุด พร้อมแสดงจุดยืนการเป็นผู้นำ ทำให้การจัดการบรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ของ ซีพี ออลล์ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ด้วยมาตรการและแนวทางการจัดการ ดังนี้

- ประกาศนโยบาย และกำหนดเป้าหมายร้อยละ 100 ของบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ในกระบวนการควบคุมของบริษัทต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงาน ในประเทศไทย ภายในปี 2568 สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงาน ในต่างประเทศ ภายในปี 2573 รวมถึงกำหนดเป้าหมายลดปริมาณ ขยะบรรจุภัณฑ์ที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่ต้องนำไปสู่ การฝังกลบเป็นศูนย์ ภายในปี 2573 โดยในปี 2566 บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ในกระบวนการควบคุมของบริษัทต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ ร้อยละ 97.74
- จัดตั้งคณะทำงานจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนเพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลง ของหลักการดังกล่าวที่อาจกลายเป็นข้อกฎหมายในอนาคต อย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งกำหนดกลยุทธ์ และจัดทำแผนปฏิบัติการร่วม ของ ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย รวมถึงตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ พร้อมทั้งขับเคลื่อนโครงการให้บรรลุเป้าหมาย และรายงานความคืบหน้า ต่อคณะอนุกรรมการความยั่งยืนองค์กร อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง
- ดำเนินการระบบการนำกลับ (Take-back System) ของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้ว เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycling) หรือ นำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) ตามความเหมาะสม รวมถึงการพัฒนา ระบบรีไซเคิลขยะบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยในปี 2566 สามารถนำกลับ (Take-back System) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้ว ร้อยละ 0.16
- ร่วมมือกับหน่วยงานของภาครัฐ องค์กรไม่แสวงผลกำไร (NGOs) สถาบันการศึกษา ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ เพื่อลดการใช้พลาสติกโดยรวม การเพิ่มอัตราการใช้ซ้ำ การนำกลับมาใช้ใหม่ของวัสดุพลาสติก สำหรับบรรจุภัณฑ์ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) ตามความจำเป็น โดยในปี 2566 สามารถลดใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้งได้ ร้อยละ 45.93
- สื่อสารและสร้างความตระหนักรู้ และกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนให้แก่พนักงาน คู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ ผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้ และส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร อาทิ โครงการ "ลด และทดแทน" พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic), โครงการต่อเนื่อง ร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Coffee Shop), โครงการต่อเนื่อง Recycling Station และถุงคีนซ์ โครงการ รักนิเวศ 24 ชั่วโมง-อีซูร์กนิโกล

โครงการต่อเนื่อง คืบหน้าภัยมืด

บริษัทดำเนินโครงการคืบหน้าภัยมืด (Black Swan) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 เพื่อสร้างความตระหนักเรื่องความเสี่ยงให้แก่บุคลากรในองค์กร รวมทั้งสนับสนุนให้ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนร่วมในการค้นหาความเสี่ยงซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานและเป้าหมายขององค์กร โดยจัดกิจกรรมการส่งประเด็นความเสี่ยงเข้าประกวดผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยประเด็นความเสี่ยงที่แบ่งเป็น 6 หมวดหมู่ ดังนี้



ทั้งนี้ ประเด็นความเสี่ยงที่ได้รับรางวัลจะถูกนำมาพิจารณาเพื่อออกมาตรการรองรับและจัดการให้เหมาะสม เพื่อพัฒนาไปสู่การปฏิบัติจริงอย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2566 มีประเด็นที่พนักงานส่งเข้าประกวดทั้งสิ้นกว่า 2,465 ประเด็นความเสี่ยง โดย 5 อันดับความเสี่ยงที่มีผู้ส่งผลงานเข้าร่วมสูงสุด ได้แก่ 1. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องมาจากสุขภาพและความปลอดภัย 2. ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม 3. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย 4. ความพึงพอใจของลูกค้า 5. การจัดการทรัพยากรบุคคล

นอกจากนี้ บริษัทจัดให้มีการประเมิน Risk Score เพื่อวัดประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยงของหน่วยงานโดยรวม และรับข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงระบบบริหารความเสี่ยงทุกพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ครอบคลุมกว่า 74 หน่วยงาน ในทุกไตรมาส รวมทั้งเปิดบริการให้คำแนะนำและแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านระบบออนไลน์ ตลอดจนนำเสนอตัวอย่างที่ดีของการบริหารความเสี่ยง เพื่อยกระดับขีดความสามารถผ่านโครงการ Risk Score Clinic ทุกสัปดาห์ สำหรับหน่วยงานที่มีผลการดำเนินงานที่ดีสม่ำเสมอ จะได้รับประกาศเชิดชูโดย Chief Risk Officer และประธานกรรมการบริหาร เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีขององค์กร และสร้างความภาคภูมิใจให้กับบุคลากรด้านความเสี่ยงของหน่วยงาน

โครงการต่อเนื่อง อบรม ให้ความรู้การบริหารความเสี่ยงและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

หน่วยงานบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ร่วมกับ บริษัท ปัญญาธารา จำกัด และ บริษัท ออลส์ เทนนิ่ง จำกัด จัดอบรมหลักสูตรพัฒนาทักษะนักบริหารความเสี่ยง Risk Champion เป็นประจำทุกไตรมาส โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฝึกทักษะและสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ ให้กับ Risk Champion ตลอดจนเพิ่มความสามารถในการตรวจประเมินการบริหารความเสี่ยงของหน่วยงาน ตามเกณฑ์ Risk Score ให้กับต่อสถานการณ์ ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมโครงการยังต้องทำแบบทดสอบหลังการฝึกอบรมเพื่อทบทวนความเข้าใจ และให้เกิดความตระหนักในการค้นหาความเสี่ยงและแนวทางป้องกัน เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจโดยไม่หยุดชะงักมี ในปี 2566 มี Risk Champion ในกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ เข้าร่วมโครงการ กว่า 967 ราย

นอกจากนี้ บริษัทได้ยกระดับการฝึกอบรม Risk Management สำหรับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (RMC) 4 รูปแบบ คือจาก Guru/ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน, การฝึกปฏิบัติ Exercises (Crisis), การส่งสัญญาณ 3A (Alert, Analysis, Alarm) และการฝึกอบรมภายนอก และให้ความรู้แก่ผู้ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศแก่คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง พนักงาน และลูกค้า โดยจัดสัมมนาเรื่องสงครามรัสเซีย-ยูเครนมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทย รวมทั้งจัดประชุมให้ความรู้แก่คณะกรรมการบริษัท เรื่อง Global Sustainability Trends Update เพื่อรับทราบแนวโน้มและผลกระทบที่อาจส่งผลต่อ ซีพี ออลล์ ในอนาคต

โครงการต่อเนื่อง ส่งเสริมและสนับสนุนคู่ค้ากลุ่ม SMEs ในการเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (CAC SME Certification))

ซีพี ออลล์ จัดอบรมโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC SME) ประจำปี 2566 ในรูปแบบออนไลน์ ให้แก่คู่ค้าและผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 58 ราย ตามวิถี New Normal เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริหาร และพนักงาน ตลอดจนคู่ค้า ดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักธรรมาภิบาลขององค์กร และสร้างค่านิยมในการดำเนินงานด้วยหลัก สุจริต โปร่งใส ปราศจากการคอร์รัปชัน รวมถึงยกระดับสถานะการเป็นสมาชิก CAC ของบริษัท สู่ระดับ Change Agent ในปีนี้มีคู่ค้าได้รับการสื่อสารและลงนามเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 26

นอกจากนี้ โลตัส ได้รับการรับรองต่ออายุสมาชิก CAC เป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย รวมถึงได้รับรางวัล CAC Change Agent Award ประจำปี พ.ศ. 2566 จาก CAC ด้วยเช่นเดียวกัน โดยในปี 2566 โลตัสสนับสนุนบริษัทคู่ค้า SME จำนวน 17 บริษัท ในการร่วมประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านคอร์รัปชัน ยกระดับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีจริยธรรม

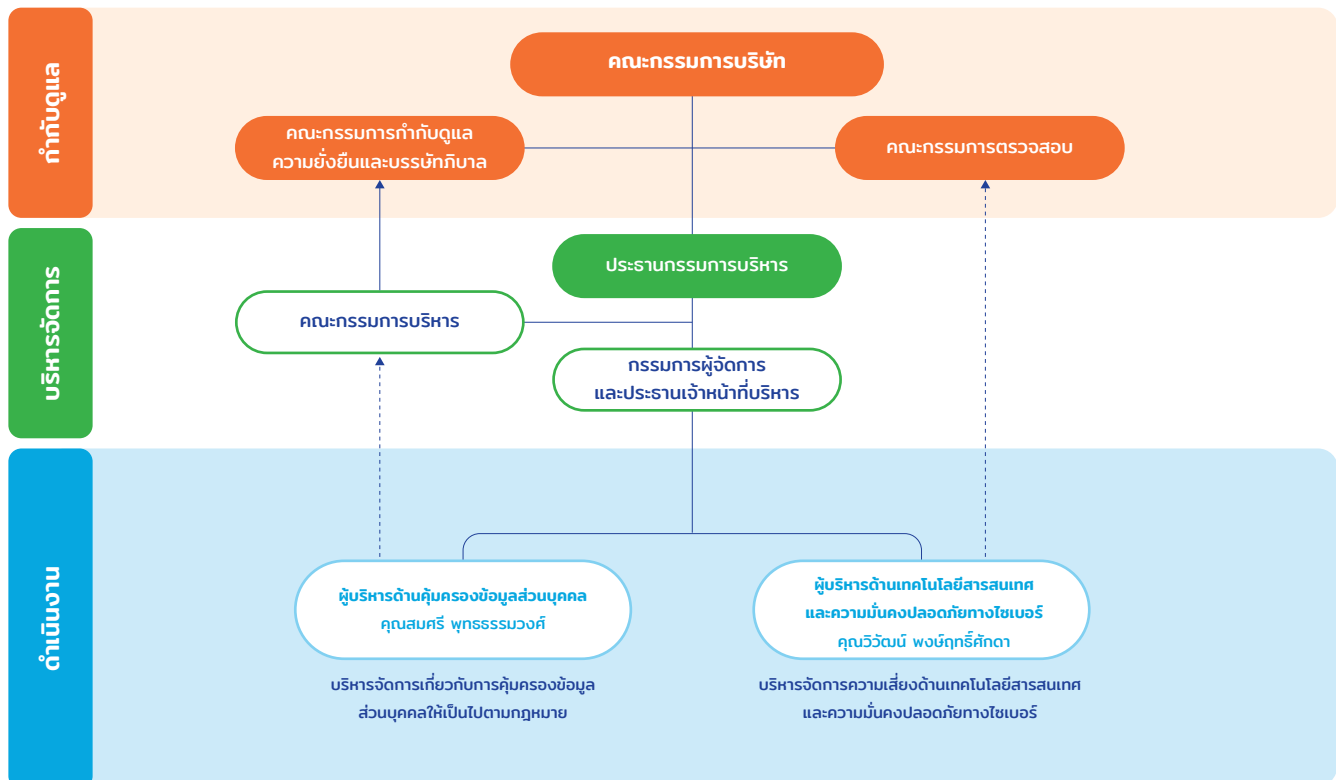
จากการดำเนินการดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการเป็นองค์กรค่าปัสที่คำนึงถึงความยั่งยืนในทุกมิติของการดำเนินธุรกิจครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG)



การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูล

บริษัทกำหนดโครงสร้างการบริหารเพื่อให้เกิดบูรณาการจากส่วนกลาง และกลุ่มธุรกิจ โดยมีหน่วยงานกลางรับผิดชอบและให้การสนับสนุนประกอบด้วยคณะกรรมการรักษาความปลอดภัยระบบสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์ (IT Governance Committee) ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย และแนวทางการใช้งานระบบ การติดตามโครงการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ

โครงสร้างคณะกรรมการรักษาความปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์



พร้อมกันนี้ บริษัทกำหนดนโยบายเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Policy) เพื่อเป็นแนวทางในการใช้งานข้อมูล การปฏิบัติงาน การพัฒนา และการบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นไปอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับกฎหมาย ตลอดจนข้อกำหนดด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับทั้งพนักงาน และคู่ค้าธุรกิจ รวมถึงนำมาตรฐานการรับรองด้านการให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีคุณภาพ ISO 20000 และมาตรฐานการรับรองด้านการให้บริการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างปลอดภัย ISO 27001 มาใช้เป็นกรอบในการดำเนินการในส่วนของการบริหารงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์ และมาตรฐานความปลอดภัยเกี่ยวกับธุรกรรมการเงิน PCI/DSS V.3

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [นโยบายการรักษาความปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ](#)

การบริหารด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์กลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์

บุคลากร	กระบวนการ	เทคโนโลยี
<ul style="list-style-type: none"> กำหนดความรับผิดชอบของผู้บริหารระดับสูง CSO (Cyber Security Officer) บริหารจัดการรายงานต่อคณะกรรมการ เจ้าหน้าที่ผู้บริหารระดับสูง (Executive Committee) หรือ CIO กำหนดหน่วยงานด้านการบริหารระบบความปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศและหน่วยงานด้านปฏิบัติการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ กำหนดการอบรม ทดสอบบุคลากรทุกระดับ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ภัยคุกคามไซเบอร์ เช่น Phishing Simulation Test & Cyber Awareness & Cyber War Game 	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศของระบบเครือข่าย ซีพี ออลล์ กำหนดหน่วยงานผู้ให้บริการระบบสารสนเทศในกลุ่มเครือข่าย ซีพี ออลล์ บริหารให้บริการด้วยกระบวนการและมาตรฐานที่ได้รับการรับรองจาก ISO 20000, ISO 27001 กำหนดแผนการตอบสนองและจัดการกับเหตุการณ์ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security Incident Response Plan) 	<ul style="list-style-type: none"> ติดตั้งระบบเทคโนโลยีที่ทำงานเชิงป้องกันและสอดคล้องตามแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยระดับสากล คือ NIST Framework ระบบข้อมูลถูกติดตั้งในโซนที่กำหนด จัดเก็บในศูนย์คอมพิวเตอร์ หรือเครือข่ายที่เป็น Private ของบริษัท โดยมีการควบคุมเฟิร์มแวร์ บริหารจัดการอุปกรณ์ระบบและการเข้าถึงข้อมูลตามที่กำหนด มีการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีภัยคุกคามกับผู้บริหารเครือข่าย ปรับปรุงที่เหมาะสมกับเครือข่ายและภัยคุกคามใหม่ ๆ

นอกจากนี้ บริษัทจัดให้มีการทบทวนนโยบายการรักษาความปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ความสอดคล้องกับแนวปฏิบัติมาตรฐานสากล พร้อมทั้งได้นำกรอบการทำงานด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์สากล (NIST Cybersecurity Framework) มาปฏิบัติในเชิงเทคนิคทั้งระบบ รวมถึงมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลผ่านโครงการ ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง สร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security)

ปัจจุบันบริษัทต้องเผชิญความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์เกือบตลอดเวลา เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจจากระบบออฟไลน์สู่ระบบออนไลน์ นำไปสู่การพึ่งพาเครื่องมือดิจิทัลของการทำธุรกิจ บริษัท จึงได้กำหนดการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ทั้งด้านบุคลากร กระบวนการ และเทคโนโลยี



โดยในปี 2566 บริษัทได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือการจัดการความปลอดภัยไซเบอร์จากองค์กรภายนอก (BITSIGHT Security Rating Service) สะท้อนถึงความรับผิดชอบของการบริหารและการจัดการข้อมูล ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์องค์กรที่ดีขึ้น พร้อมทั้งดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

- ส่งเสริมนโยบายสำคัญด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่ใกล้ตัว และต้องระวัง รวมถึงแนวปฏิบัติ ข้อแนะนำเพื่อการใช้งานอย่างถูกต้อง และปลอดภัยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์บริษัท อีเมล CPALL Connect Cyber Security Portal เป็นต้น
- ทบทวนนโยบายให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO 27001) และด้านระบบการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISO 27701)
- ประเมินมาตรการความมั่นคงปลอดภัยปีละ 1 ครั้ง และติดตั้งเทคโนโลยีระบบความปลอดภัยตามแผนงาน (Cyber Security Roadmap) เพื่อคงไว้ซึ่งการรักษาความลับ (Confidentiality) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Integrity) และความพร้อมใช้งาน (Availability) ของสารสนเทศทั้งหมด
- จัดอบรม ให้ความรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ และสร้างความตระหนักให้กับ
 - พนักงานใหม่ผ่าน On-boarding Program พร้อมทั้งลงนามรับทราบนโยบายและแนวปฏิบัติ 64,604 ราย
 - พนักงานปัจจุบันในทุกระดับของ ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย 113,394 ราย
 - คู่ค้า: สื่อสารและส่งเสริมการใช้ข้อมูลที่เชื่อมต่อระบบไอทีของบริษัทร่วมกันอย่างปลอดภัย รวมทั้งลงนามรับทราบเพื่อปฏิบัติตามขั้นตอนความปลอดภัยก่อนปฏิบัติงาน 54 ราย
 - ลูกค้า: ให้ความรู้ "วัคซีนไซเบอร์ รู้ทันกลโกง ต้านภัยออนไลน์" แจ้งเตือนภัยที่สำคัญเกี่ยวกับการใช้บริการออนไลน์อย่างปลอดภัย และป้องกันภัยไซเบอร์ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย



- จัดอบรม ทดสอบ และสนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานด้านความมั่นคงปลอดภัยผ่านการรับรองมาตรฐานสากล เช่น CISSP, CISA, CDPSE, C|HE (Certified Ethical Hacker), CompTIA Security+ เป็นต้น
- จัดตั้งทีมงาน IT Operation ที่พร้อมปฏิบัติงานตลอด 24 ชั่วโมง ประจำที่ศูนย์คอมพิวเตอร์หลัก ทำหน้าที่เฝ้าระวังและดูแลระบบงานตลอดเวลา และผู้ใช้งานสามารถแจ้งเหตุการณ์การละเมิดความปลอดภัย (Security Incident) หรืออื่น ๆ ได้ผ่านทางเจ้าหน้าที่ Call Center 1500 ได้ตลอดเวลา โดยยึดกระบวนการ Incident Management ตามมาตรฐาน ISO 20000



- ประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึง ใช้ข้อมูลเครือข่ายของบริษัท จำนวน 54 ราย กรณีที่พบ คู่ค้ามีความเสี่ยงสูงจะร่วมพิจารณากับคู่ค้าในการจัดทำแผนมาตรการลดความเสี่ยงและดำเนินการลดความเสี่ยงตามมาตรการที่กำหนดไว้
- จัดซ้อมการตอบสนองเหตุการณ์ละเมิดความปลอดภัยไซเบอร์และข้อมูลรั่วไหล (Data Breach & Cyber Security Incident Response Workshop) สำหรับระดับปฏิบัติการและระดับบริหารตามแผนที่กำหนดบนสถานการณ์เสมือนจริง เพื่อสร้างความเข้าใจในการตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งนำผลลัพธ์ที่ได้จากการซ้อมมาปรับปรุงปีละ 2 ครั้ง
- จัดทดสอบการรับมือจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Phishing Test) สำหรับพนักงานทุกระดับบนสถานการณ์เสมือนจริง เพื่อสร้างความเข้าใจ และการตอบสนองที่ถูกต้อง ดำเนินการทุกไตรมาส
- เข้าร่วมโครงการโครงการวัดระดับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์สำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2566 ของตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้ทราบถึงระดับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ภายในบริษัทจากมุมมองของหน่วยงานภายนอกที่เป็นอิสระ นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์และแผนการยกระดับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ร้อยละ 100 ของระบบข้อมูลเครือข่ายบริษัทที่ติดตั้งและให้บริการผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ (ISO 27001)

ร้อยละ 100 ของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านระบบความปลอดภัยไซเบอร์ (31 ราย) ผ่านการอบรมและทดสอบความรู้หัวข้อความปลอดภัยทางไซเบอร์

ร้อยละ 100 พนักงานผ่านการทำ Phishing Test

ร้อยละ 100 ของระบบและเว็บไซต์บริษัทบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ถูกค้นหาประเมินช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) โดยบริษัทภายนอก และผ่านการพิจารณาปรับปรุงโดยทีมปฏิบัติการให้มีความปลอดภัยยิ่งขึ้น

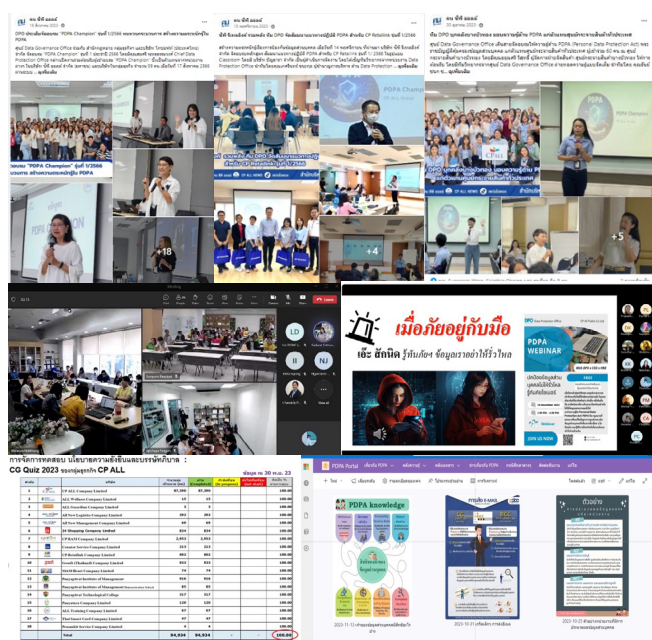
โครงการต่อเนื่อง สร้างความตระหนักในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทมุ่งสร้างความตระหนักด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่พนักงานทุกระดับ ตามแนวทางที่ระบุในกลยุทธ์และแผนงานที่สำคัญของบริษัท สามารถลดความเสี่ยงที่อาจเกิดกับองค์กร โดยในปี 2566 บริษัทได้ดำเนินงานเพื่อยกระดับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล ดังนี้

- สื่อสารและส่งเสริมความตระหนักถึงการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และกฎหมาย PDPA สำหรับพนักงานทุกระดับ รวมทั้งปรับปรุงกระบวนการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลให้สอดคล้องกับกฎหมาย
- จัดกิจกรรมสนับสนุนการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้กับพนักงานทุกระดับ เช่น การฝึกอบรม การจัดสัมมนา พร้อมสอบวัดระดับความรู้ การจัด Workshop หรือ Webinar เป็นต้น เพื่อให้ความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับ PDPA ต่อพนักงานในบริษัทและบริษัทย่อย รวมถึงคู่ค้าและพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล
- เผยแพร่ และส่งเสริม PDPA Mindsets ให้แก่พนักงาน ประกอบด้วย 1) เคารพความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น (Respect) 2) ซื่อสัตย์ โปร่งใส (Transparency) และ 3) รับผิดชอบในการกระทำ (Accountability) ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น โปสเตอร์ เว็บไซต์บริษัท อีเมล PDPA Portal CPALL Connect เป็นต้น
- ขยายผลขอการรับรองมาตรฐานสากลระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล ISO 27001 และมาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO 27701 จากข้อมูลลูกค้าออลซีเอ็มเบอร์ (All Member) ไปยังข้อมูลพนักงานของระบบงานบริหารทรัพยากรบุคคล (HR) และไปประยุกต์ใช้กับ 24Shopping ในขอบเขต "การซื้อขายสินค้า ผ่าน 24Shopping"
- พัฒนาและนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้มาตรการด้านความมั่นคงปลอดภัย ที่คงไว้ซึ่งการรักษาความลับ (Confidentiality) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Integrity) และความพร้อมใช้งาน (Availability) ของสารสนเทศทั้งหมด
- ชักซ้อมเหตุละเมิดและข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล กับบริษัท ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย (24Shopping และ Counter Service) ร่วมกับผู้บริหารระดับสูง และทีมปฏิบัติการตอบสนองเหตุการณ์การละเมิด และข้อมูลรั่วไหล

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- ➔ [ข้อมูลแสดงรายงานภัยคุกคามทางไซเบอร์ \(Cyber Attack\) และข้อมูลแสดงรายงานการรับแจ้งจากผู้ใช้งาน \(User Security Incident\)](#)



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ร้อยละ 100 ของกิจกรรมที่มีข้อมูลส่วนบุคคลสอดคล้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ร้อยละ 100 ของพนักงานที่ผ่านการอบรมและทดสอบความรู้ความเข้าใจแนวปฏิบัติ PDPA

ร้อยละ 100 ของการตอบสนองการใช้สิทธิ์ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามเวลาที่กำหนด

การร้องเรียนที่ร้ายแรง **0 ครั้ง**

การรั่วไหลละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล **0 ครั้ง**

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



แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน และอาชีวอนามัยและความปลอดภัย



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- 3** สุขภาพที่ดี: ลดการตายก่อนวัยอันควรจากโรคไม่ติดต่อ ผ่านทางการป้องกันการรักษา สนับสนุนสุขภาพจิต และความเป็นอยู่ที่ดี
- 3.6** ลดจำนวนการตายและบาดเจ็บจากอุบัติเหตุทางถนน
- 5** ความเท่าเทียม: ยุติการเลือกปฏิบัติทุกรูปแบบที่มีต่อหญิงและเด็กหญิงในทุกที่
- 8** การเติบโตอย่างมีคุณภาพ: บรรลุการจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพและการงานที่สมควร สำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพพลภาพ และให้มีการจ่ายที่เท่าเทียมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน
- 8.8** ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคงสำหรับผู้ทำงานทุกคน รวมถึงผู้ทำงานต่างด้าว โดยเฉพาะหญิงต่างด้าว และผู้ทำงานเสี่ยงอันตราย
- 10** ความเสมอภาค: สร้างหลักประกันว่าจะมีโอกาสที่เท่าเทียมและลดความไม่เสมอภาคของผลลัพธ์ รวมถึงโดยการขจัดกฎหมายนโยบาย และแนวปฏิบัติที่เลือกปฏิบัติ และส่งเสริมการออกกฎหมาย นโยบาย และการกระทำที่เหมาะสม
- 16** ความสงบเรียบร้อยและนิติธรรม: ส่งเสริมนิติธรรมทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ และสร้างหลักประกันว่าจะมีการเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมแก่ทุกคน

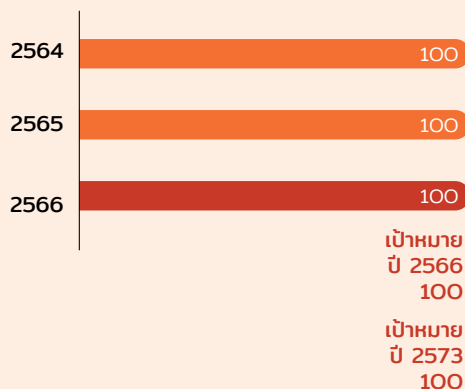
เป้าหมาย ปี 2573

ดำเนินการให้เกิด “การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน” อย่างต่อเนื่องตามแนวทางขององค์การสหประชาชาติ ทั้งในขอบเขตการดำเนินงานของบริษัท และคู่ค้าความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืน

ร้อยละ **100**

ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย

(หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2566



ซีพีแรม ได้รับรางวัลในฐานะองค์กร **ต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2566 ระดับดีเด่น** ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ จากกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม



ซีพี แอ็กซ์ตรา ผู้นำธุรกิจค้าส่ง **"แม็คโคร"** ได้รับรางวัลระดับสากล **"HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2023"** บริษัทที่น่าทำงานด้วยที่สุดในเอเชียต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 และบริษัทย่อยค้าปลีก "โลตัส" ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จากนิตยสาร HR Asia สื่อชั้นนำด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ได้รับการยอมรับในภูมิภาคเอเชีย



ร้อยละ 100 ของพนักงานในระดับบริหารขึ้นไปของกลุ่มซีพี ออลล์ ได้รับการให้ความรู้และสอบผ่านการวัดผลความรู้ความเข้าใจ **หลักสูตร "สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ"**



ร้อยละ 100 ของพนักงานทุกระดับกลุ่ม ซีพี ออลล์ ได้รับการให้ความรู้และสอบผ่านการวัดผลความรู้ความเข้าใจ **หลักสูตร "สิทธิมนุษยชน"**



ร้อยละ 100 ของคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ได้รับการให้ความรู้และประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน



ร้อยละ 100 ของสื่อโรตารีพาร์เนอร์รายใหม่ ได้รับการให้ความรู้และประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน



ร้อยละ 100 ของพื้นที่เป้าหมายได้รับการรับรองมาตรฐานสากลเพื่อการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัย **ISO 45001: 2018**

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



บริษัท ซีพีแรม จำกัด เข้าร่วมประกวดองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ปี 2566



ติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงานตามแผนของมาตรการควบคุมความเสี่ยงที่มีอยู่ขององค์กรด้านสิทธิมนุษยชน



ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment: HRIA) จากกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



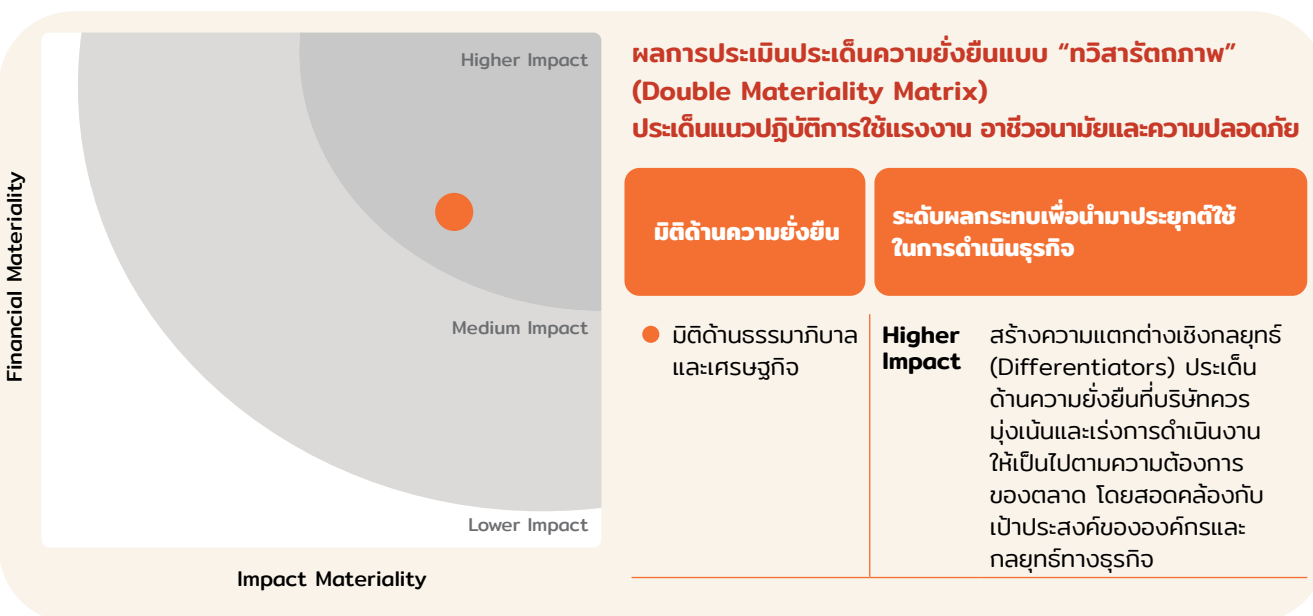
จัดกิจกรรมส่งเสริมการเคารพและการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากลแก่พนักงานทุกระดับของกลุ่ม ซีพี ออลล์



จัดกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานต่อเนื่องแก่พนักงานทุกระดับของกลุ่ม ซีพี ออลล์



ขยายขอบเขตการสร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชนไปยังสื่อโรตารีพาร์เนอร์และคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1



ความเสี่ยงและโอกาส

ธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน ถือเป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสนใจอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากแรงงานถือเป็นฟันเฟืองที่สำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างยั่งยืนของทุกองค์กรในภาคธุรกิจ โดยในแต่ละกิจกรรมทางธุรกิจ อาทิ จัดซื้อวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่ง และการบริการ มีความเสี่ยงที่จะเกิดประเด็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมทั้งข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติด้านแรงงาน ทำให้องค์กรทั่วโลกดำเนินงานทางธุรกิจภายใต้หลักการชี้แนะแห่งสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) ที่ออกในปี 2554 เพื่อเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสิทธิมนุษยชน พร้อมทั้งส่งเสริมการปฏิบัติที่เท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมที่ดีในสถานที่ทำงาน ตลอดจน จัดโครงการส่งเสริมด้านสุขภาพที่ดีสำหรับพนักงาน และคู่ค้า

ดังนั้น บริษัทกำหนดให้มีการทบทวนและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และกระบวนการติดตามสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงกำหนดกรอบการดำเนินงานขององค์กรให้สอดคล้องกับหลักการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนสากล และกฎหมายของประเทศ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินงานขององค์กรกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทกำหนดและดำเนินงานตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของการดำเนินธุรกิจ รวมถึงคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องตามหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization: ILO) รวมถึงกฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ เช่น การเลือกปฏิบัติและการคุกคามทางเพศ การใช้แรงงานเด็ก การใช้แรงงานบังคับ เป็นต้น

ทั้งนี้ บริษัทมีกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญ ผลกระทบ และความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุก 3 ปี ในทุกพื้นที่ดำเนินการกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และครอบคลุมการวิเคราะห์กระบวนการทำงาน (Full time equivalent) โดยเฉพาะในหน่วยงานที่มีความเสี่ยง พร้อมกำหนดมาตรการป้องกันและการลดผลกระทบของประเด็นที่เสี่ยงสูงแบบบูรณาการ ผ่านกระบวนการด้านสิทธิมนุษยชน ดังนี้



การประเมินสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน
(Human Rights Due Diligence: HRDD)



การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กร
(Human Rights Risk Assessment: HRRRA)



การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน
(Human Right Impact Assessment: HRIA)

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งสร้างความตระหนักรู้ในด้านการเคารพและการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากลแก่พนักงานทุกระดับ พันมิตรทางธุรกิจ และคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ผ่านโครงการที่หลากหลาย พร้อมทั้งผลักดันความเท่าเทียมค่าครองชีพและปัจจัยการจ้างงานให้สอดคล้องกับนโยบายและหลักการกำหนดค่าตอบแทนและผลประโยชน์ โดยการประเมินค่าครองชีพของพนักงานและคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 เพื่อให้ได้รับค่าตอบแทนอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายครอบคลุมพนักงานทั้งหมดร้อยละ 100 ภายในปี 2568 และบริษัทมีแผนที่จะขยายการประเมินให้ครอบคลุมคู่ค้าและผู้รับเหมาในอนาคต

พร้อมกันนี้ บริษัทได้ประเมินประเด็นความเสี่ยงด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ครอบคลุมทุกพื้นที่การดำเนินการของบริษัท รวมถึงจัดทำโครงการสนับสนุน ตลอดจนส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ พนักงานและครอบครัว (Well-being) ผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น การสนับสนุนการศึกษาของบุตรหลานพนักงาน การช่วยเหลือพนักงานด้านการรักษาสุขภาพ การให้พนักงานมีสิทธิเลือกการใช้คำรักษาพยาบาลสำหรับบิดา-มารดา หรือ คู่สมรส/บุตร (IPD) การทำงานแบบยืดหยุ่น เป็นต้น

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน](#)

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Assessment)

พื้นที่ดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท



ของ FTEs ได้รับการประเมิน ความเสี่ยงและผลกระทบ ด้านสิทธิมนุษยชน



ของ FTEs มีความเสี่ยงสูง ที่สำคัญด้านสิทธิมนุษยชน



ของ FTEs ที่ถูกระบุว่า มีความเสี่ยงมีมาตรการ บรรเทาผลกระทบ และดำเนินการแก้ไข

ประเด็นความเสี่ยงสูงที่สำคัญ

ความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงาน ร้าน 7-Eleven และ 24shopping



ประเด็นอุบัติเหตุระหว่างปฏิบัติงาน ได้แก่ อุบัติเหตุจากการจัดส่งสินค้า สิ้นหรือตกจากบันได สิ่งของหรือสินค้าตกจากที่สูง อุบัติเหตุจากรถยกฟุ่ชน มีดบาด



ประเด็นอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล (PPE) ไม่เหมาะสม เช่น รองเท้านิรภัย ชุดคลุมปฏิบัติงาน ห้องควบคุมอุณหภูมิ เป็นต้น

คู่ค้าลำดับที่ 1 ของบริษัท



ร้อยละ 100

ได้รับการประเมินความเสี่ยง

2,242 ราย



ร้อยละ 0.22

ถูกระบุว่ามีความเสี่ยง

5 ราย



ร้อยละ 100

ที่ถูกระบุว่ามีความเสี่ยงและมีมาตรการบรรเทาผลกระทบ

5 ราย

การเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านการเคารพและการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล

การฝึกอบรม



พนักงานได้รับการฝึกอบรม



สโตร์พาร์ตเนอร์ (พันธมิตรทางธุรกิจ) ได้รับการฝึกอบรม



คู่ค้าลำดับที่ 1 ของบริษัท ได้รับการฝึกอบรม

ข้อร้องเรียนการละเมิดสิทธิมนุษยชน



การละเมิดสิทธิมนุษยชน

0 กรณี



การเลือกปฏิบัติ

0 กรณี



การล่วงละเมิดหรือคุกคามทางเพศ

0 กรณี



การละเมิดสิทธิชนเผ่าพื้นเมือง

0 กรณี

มาตรการบรรเทาผลกระทบและดำเนินการแก้ไข

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) รับรองว่าจะมีการดำเนินการแก้ไขอย่างเหมาะสม ในกรณีที่เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน ผ่านการติดตาม ตรวจสอบ วางแผนมาตรฐานป้องกัน บรรเทา และรายงานผลอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งดำเนินการพิจารณาการชดเชยและเยียวยาทุกรูปแบบ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ที่ถูกรังแกหรือได้รับผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนได้รับการเยียวยาอย่างเหมาะสม และเพื่อบรรเทาความเสียหายที่เกิดขึ้นให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมหรือดีขึ้น อาทิ การแสดงความขอโทษ การชดเชยความเสียหาย การฟื้นฟูสมรรถภาพ การชดเชยในรูปแบบของตัวเงินหรือไม่ใช้ตัวเงิน การลงโทษ และการป้องกันอันตราย เช่น คำสั่งห้าม หรือการรับประกันไม่ให้เกิดกรณีซ้ำ เป็นต้น



สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

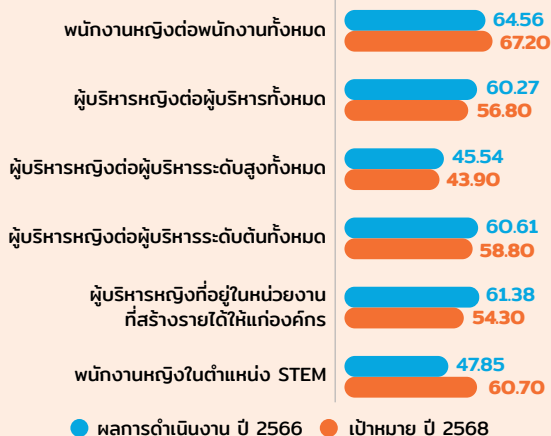
การส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียม และความหลากหลายของบุคลากร

ความหลากหลายทางเพศ (Gender Diversity)



หมายเหตุ: FTEs การทำงานเต็มเวลาของพนักงาน

การส่งเสริมขีดความสามารถของพนักงานหญิงในองค์กร (ร้อยละ)



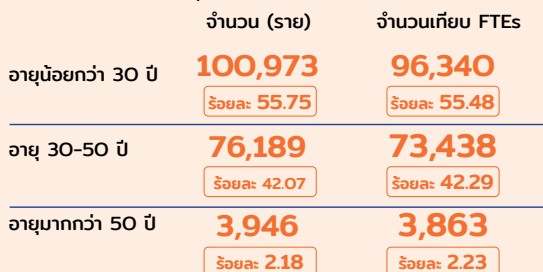
การจ้างงานผู้พิการ



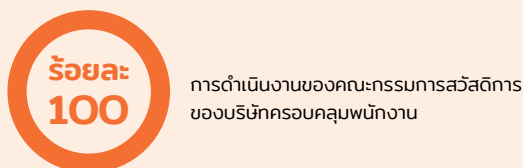
ความหลากหลายทางสัญชาติ



ความหลากหลายทางอายุ



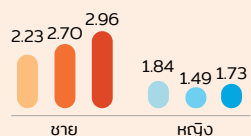
เสรีภาพในการสมาคม



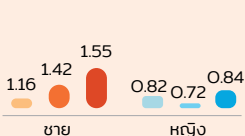
การดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

หน่วย: กรณี ต่อ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

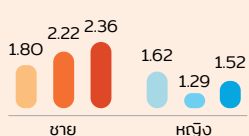
อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมดของพนักงาน



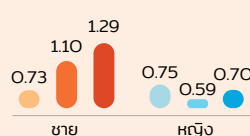
อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมดของผู้รับเหมา



อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR) ของพนักงาน



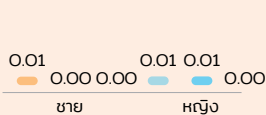
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR) ของผู้รับเหมา



อัตราการบาดเจ็บรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต) ของพนักงาน



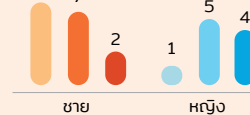
อัตราการบาดเจ็บรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต) ของผู้รับเหมา



จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงานของพนักงาน (ราย)



จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงานของผู้รับเหมา (ราย)



อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- ➔ [ข้อมูล “การจ้างงานใหม่และการลาออก”](#)
 - [ข้อมูล “การบาดเจ็บจากการทำงาน”](#)
 - [ข้อมูล “การเจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงาน”](#)
 - [ข้อมูล “ความหลากหลายของพนักงาน”](#)
 - [ข้อมูล “สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงาน”](#)
- [“ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2566 ข้อมูลด้านบุคลากร, ภาคผนวก”](#)

กระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process)

บริษัทดำเนินการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านอย่างเป็นระบบเป็นประจำทุก 3 ปี เพื่อระบุประเด็นสำคัญและกลุ่มผู้ถือครองสิทธิ์ที่ได้รับผลกระทบ ครอบคลุมทุกพื้นที่ดำเนินการ และทุกกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท รวมถึงคู่ค้า ผู้จัดหา ผู้รับเหมา กิจการร่วมค้า (Joint Venture) และกิจการควบรวมและกิจการเข้าซื้อ (Mergers and Acquisition) โดยบริษัทพิจารณาประเด็นสิทธิมนุษยชนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์กร ได้แก่ การใช้แรงงานบังคับ การค้ามนุษย์ การใช้แรงงานเด็ก สิทธิและเสรีภาพในการสมาคม สิทธิในการรวมตัวและเจรจาต่อรอง การให้ค่าตอบแทนที่เท่าเทียม การเลือกปฏิบัติ และการคุกคามทั้งที่เกี่ยวข้องกับทางเพศและรูปแบบอื่น ๆ รวมถึงความมั่นคงปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และสิทธิลูกคา้ ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียที่เสี่ยงต่อการถูกละเมิดสิทธิมนุษยชน ได้แก่ พนักงาน ชุมชนและคนในท้องถิ่น คู่ค้า ผู้จัดหา ผู้รับเหมา ลูกคา้และผู้บริโภค รวมถึงกลุ่มเปราะบางที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้หญิง เด็ก ชนพื้นเมือง แรงงานต่างด้าว แรงงานที่ทำงานผ่านบุคคลที่สาม ผู้พิการ ผู้สูงอายุ เพศทางเลือก (LGBTQI+) ผ่านการรับฟังประเด็นจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทไม่ก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน



อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- ➔ [คู่มือการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน](#)

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risks Assessment)

บริษัทจัดทำ การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment: HRRRA) เป็นประจำทุก 3 ปี โดยการระบุประเด็นสำคัญและกลุ่มผู้ถือครองสิทธิ์ที่ได้รับผลกระทบ ตลอดห่วงโซ่คุณค่า ภายใต้กระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) ครอบคลุม 8 หน่วยธุรกิจหลัก โดยคิดเป็นร้อยละ 100 ของพื้นที่ดำเนินธุรกิจ และคิดเป็นร้อยละ 100 ของกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย 4 กิจกรรม ได้แก่ Employees Practice, Community Rights, Customer Rights, Supplier & Contractor Rights

จากการทบทวนและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนครั้งล่าสุดปี 2565 เพื่อพิจารณาประเด็นความเสี่ยงเดิม ประเด็นความเสี่ยงในปัจจุบัน และความเสี่ยงที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นในอนาคต ครอบคลุมสิทธิของพนักงาน คู่ค้าและผู้รับเหมา สิทธิชุมชน และสิทธิลูกค้าหรือผู้บริโภค ตลอดจนครอบคลุมประเด็นด้านสภาพการทำงาน (Working Condition) ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Safety and Health) ด้านการเลือกปฏิบัติและการคุกคาม (Discrimination and Harassment) ด้านการใช้แรงงานผิดกฎหมาย (Illegal of Labor Used) ด้านมาตรฐานการครองชีพ (Standard of Living) และด้านข้อมูลและความเป็นส่วนตัว

(Data Privacy) พบประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ (Salient Human Rights Issues) ในกลุ่มธุรกิจบริการร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven และ 24shopping ได้แก่ 1) ประเด็นอุบัติเหตุระหว่างการปฏิบัติงาน 2) ประเด็นอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล (PPE) ไม่เหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในคู่ค้าลำดับที่ 1 ทั้งหมด ครอบคลุมคู่ค้าจำนวน 2,242 ราย โดยมีประเด็นสำคัญ เช่น ประเด็นการจัดอบรมด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ประเด็นการตรวจสอบสภาพอุปกรณ์ในการทำงานและอุปกรณ์เกี่ยวกับการระงับเหตุ การซ่อมหนีไฟ เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทส่งเสริมให้คู่ค้าจัดทำแนวทางการป้องกันและแก้ไขสำหรับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่เกิดขึ้นอย่างครบถ้วนครอบคลุมคู่ค้าลำดับที่ 1 ทั้งหมด

ในกรณีที่เกิดประเด็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน บริษัทจะดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ และรายงานอย่างต่อเนื่องตามมาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของประเด็นที่เสี่ยงสูงแบบบูรณาการ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ถือครองสิทธิ์ที่ได้รับผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนจะได้รับการชดเชยและเยียวยาอย่างเหมาะสม ตลอดจนบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมหรือดีขึ้น อาทิ การแสดงความขอโทษ การชดเชยความเสียหาย การฟื้นฟูสมรรถภาพ การชดเชยในรูปแบบของตัวเงินหรือไม่ใช้ตัวเงิน การลงโทษ และการป้องกันอันตราย เช่น คำสั่งห้าม หรือการรับประกันไม่ให้เกิดกรณีซ้ำ เป็นต้น

การปฏิบัติของพนักงาน	แนวทางปฏิบัติของชุมชน	แนวทางปฏิบัติของลูกค้า	แนวปฏิบัติของคู่ค้าและผู้รับเหมา
สภาพการทำงาน	สุขภาพและความปลอดภัย	สุขภาพและความปลอดภัย	สภาพการทำงาน
สุขภาพและความปลอดภัย	มาตรฐานการครองชีพ	การเลือกปฏิบัติ	สุขภาพและความปลอดภัย
การเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด		ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	การเลือกปฏิบัติ
การใช้แรงงานผิดกฎหมาย			การใช้แรงงานผิดกฎหมาย
เสรีภาพในการสมาคมและสิทธิเพื่อการเจรจาต่อรองร่วมกัน			

การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment)

หลังจากจบกระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน บริษัทกำหนดให้มีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนกับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจในพื้นที่ประเด็นความเสี่ยงที่ต้องบริหารจัดการ ก่อนผ่านการเก็บข้อมูล การสำรวจความคิดเห็นของผู้ถือครองสิทธิ์ ครอบคลุมจำนวนพนักงานทั้งหมดในทุกพื้นที่ ที่มีความเสี่ยงสำคัญ (Salient Issues) และมีความเสี่ยงสูง (High Risk) ที่ต้องบริหาร

จัดการก่อน โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1. สายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven 2. ศูนย์กระจายสินค้า ซีพี ออลล์ 3. ศูนย์กระจายสินค้า 24Shopping 4. สายงานการผลิตและโลจิสติกส์ ซีพีแรม เมื่อพบผลกระทบบริษัทดำเนินการยกระดับมาตรการบรรเทาผลกระทบ รวมทั้งมุ่งสื่อสารการปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียมตามหลักการด้านสิทธิมนุษยชนภายในองค์กร ผ่านการสื่อสารในรูปแบบ Infographic การเดินรณรงค์ รวมถึงผู้บริหารระดับสูงมีการสื่อสารผ่านการจัดทำตัวบันทึกถึงพนักงานทั้งองค์กร

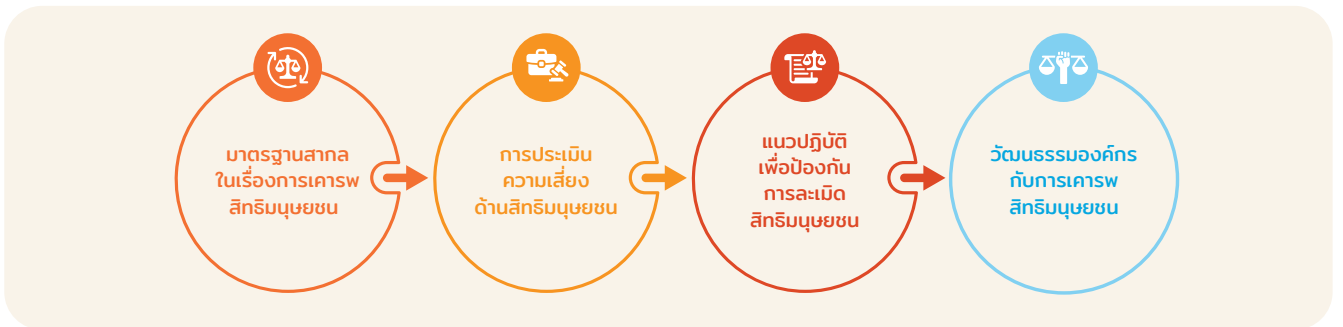
มาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของประเด็นที่เสี่ยงสูงแบบบูรณาการ ภายใต้ขอบเขตความรับผิดชอบของบริษัท สโตว์พาร์กเนอส์ (พันธมิตรทางธุรกิจ)

ผู้ถือครองสิทธิ์	ประเด็นที่มีความเสี่ยงสูง	มาตรการป้องกันและลดผลกระทบ	การบูรณาการมาตรการ
<p>พนักงาน ร้าน 7-Eleven และ 24shopping</p>	<p>ความปลอดภัยและสุขภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> ประเด็นอุบัติเหตุระหว่างปฏิบัติงาน ได้แก่ อุบัติเหตุจากการจัดส่งสินค้าขึ้นหรือตกลงจากบันได สิ่งของหรือสินค้าตกจากที่สูง อุบัติเหตุจากรถยกพุ่งชน มีดบาด ประเด็นอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล (PPE) ไม่เหมาะสม เช่น รองเท้าบูทภัย ชุดคลุมปฏิบัติงาน ห้องควบคุมอุณหภูมิ เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> คู่มือความปลอดภัย ดำเนินการวิเคราะห์ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ใบรับรอง ISO 45001/ มอก.18001 อบรมด้านชีวอนามัยและความปลอดภัยสำหรับพนักงาน อบรมการขับขี้อย่างปลอดภัยบนท้องถนนสำหรับพนักงาน จัดหาอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคลและเครื่องทุ่นแรงสำหรับพนักงาน ตรวจสอบอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคลประจำเดือน โดยคณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (OHS&E) และตรวจสอบทุกครั้งก่อนใช้งาน โดยผู้จัดการสายงาน จัดหาชุดคลุมปฏิบัติงานที่มีความหนาและวิตามินบำรุงร่างกาย สำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานในห้องควบคุมอุณหภูมิ มีช่วงเวลาให้พนักงานปรับอุณหภูมิร่างกายก่อนออกจากพื้นที่ปฏิบัติงาน 	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายองค์กร (เช่น นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน นโยบายสิทธิมนุษยชน เป็นต้น) กฎระเบียบสำหรับสถานที่ปฏิบัติงาน คณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประกาศเป้าหมายการดำเนินงานความปลอดภัยยั่งยืน มาตรฐานการปฏิบัติงาน

การสร้างความตระหนักด้านสิทธิมนุษยชน

การอบรมหลักสูตร “สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ”

บริษัทจัดอบรมหลักสูตร “สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ” สำหรับพนักงานระดับบริหารขึ้นไปของ ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย เพื่อสร้างความตระหนักและส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนอย่างเหมาะสม รวมถึงป้องกันการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนภายใน และภายนอกองค์กร โดยหลักสูตรนี้เนื้อหาครอบคลุมด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ ได้แก่



ในปี 2566 มีผู้เข้าร่วมการอบรม จำนวน 181,108 ราย และมีแผนขยายขอบเขตการสร้าง ความตระหนัก ตลอดจนมุ่งสร้างความเข้าใจให้แกพนักงานทุกระดับ ทุกพื้นที่ รวมถึง คู่ค้า และสโตว์พาร์กเนอส์ (พันธมิตรทางธุรกิจ) ผ่านระบบออนไลน์ ครบร้อยละ 100 ภายในปี 2568

การสื่อสาร “เรื่อง สิทธิมนุษยชนภายในบริษัทและบริษัทย่อย”



บริษัทมีการสื่อสารแนวปฏิบัติของนโยบาย ข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน จริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการดำเนินงานให้พนักงานทุกระดับรับทราบ เพื่อให้พนักงานปฏิบัติตามนโยบาย และข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน รวมถึงเพื่อป้องกันการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนภายในองค์กรโดยมีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่

- จัดทำบันทึกขอความร่วมมือให้มีการปฏิบัติต่อกันที่ดีและไม่เลือกปฏิบัติ
- สื่อสารแนวปฏิบัติและบทลงโทษในรูปแบบ Infographic
- กิจกรรมเดินรณรงค์ สื่อสารให้มีการปฏิบัติต่อกันด้วยความเคารพ

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทสนับสนุนการเคารพสิทธิแรงงานของพนักงาน และการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม ตามกฎหมายและนโยบายต่าง ๆ ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานไทยและสากล โดยคำนึงถึงความเหมาะสมด้านการจ้างงาน ค่าจ้าง ชั่วโมงการทำงาน วันหยุด และสวัสดิการ รวมถึงสถานที่ปฏิบัติงานที่มีความปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดี ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้มีสวัสดิการสำหรับพนักงาน อาทิ

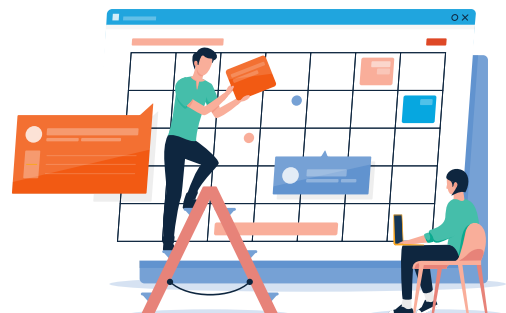
สวัสดิการ	สิทธิตามกฎหมายกำหนด	สิทธิที่บริษัทมอบให้พนักงาน
จำนวนวันเพื่อเลี้ยงดูบุตรสำหรับพนักงานหญิง	98 วัน	120 วัน
วันหยุดตามประเพณี	ไม่น้อยกว่าปีละ 13 วัน	14-18 วัน
วันหยุดพักผ่อนประจำปี	ไม่น้อยกว่าปีละ 6 วัน	6-12 วัน
วันลาทิจ	3 วัน	3-7 วัน
วันลาเพื่อดูแลบุตรที่คลอดใหม่สำหรับพนักงานชาย โดยได้รับค่าจ้าง	0 วัน	5 วัน
วันลาทิจธุระส่วนตัว เพื่อสร้างสมดุลในชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว อาทิ บำเพ็ญประโยชน์ให้กับชุมชนหรือสังคมตามความสนใจของพนักงานดูแลบุคคลในครอบครัวที่เจ็บป่วย หรือมีภาวะทางด้านร่างกายและจิตใจ ลาเนื่องในวันคล้ายวันเกิดของตนเอง	-	7 วัน ลาโดยได้รับค่าจ้าง และไม่นับรวมวันหยุดที่คืนกลางระหว่างการลา
ทางเลือกการทำงานแบบพาร์ทไทม์ (Part-time Working Options) สำหรับพนักงานประจำสายสำนักงานระดับเจ้าหน้าที่ และบังคับบัญชา	-	ตามระเบียบของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทจัดสรรสวัสดิการที่หลากหลายแก่พนักงาน ครอบคลุมทุกพื้นที่สำคัญของบริษัท เพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีในระหว่างการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัท เช่น สวัสดิการเงินกู้ฉุกเฉินจากสถาบันการเงินด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ เงินช่วยเหลือค่าเช่าบ้านพัก เงินช่วยเหลือกรณีปฏิบัติงานประจำสำนักงานต่างจังหวัด (เบี้ยกันดาร) เป็นต้น ตลอดจนสวัสดิการด้านความมั่นคงของชีวิต อาทิ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันชีวิตจากโรคและอุบัติเหตุ และประกันสุขภาพกลุ่มภาคสมัครใจที่ให้ความคุ้มครองพนักงานรวมถึงครอบครัวพนักงาน สวัสดิการเงินยืมฉุกเฉินสำหรับพนักงานและครอบครัว และเงินช่วยเหลือกรณีประสบภัยพิบัติต่าง ๆ รวมถึงบริการศูนย์สุขภาพ (CP ALL Health Care Center) และศูนย์ออกกำลังกายสำหรับพนักงาน (The Tara Fitness Club) ฝึกสอนโดยผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา รวมทั้งมีโครงการ Exercise My Way บริการตรวจวัดสุขภาพโดยเภสัชกรด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีของพนักงาน

หมายเหตุ: พื้นที่สำคัญในการดำเนินการให้การสนับสนุน ครอบคลุมพนักงานที่ปฏิบัติงานในพื้นที่สำนักงาน พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า และพื้นที่ปฏิบัติการร้าน 7-Eleven

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- ➔ [ข้อมูล "การลาคลอด และเลี้ยงดูบุตร" จำนวนพนักงานทั้งหมดที่มีสิทธิลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร จำแนกตามเพศ](#)
- [อัตราการกลับเข้าทำงานและอัตราคงอยู่ของพนักงานที่ลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร จำแนกตามเพศใน "ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2566 ข้อมูลด้านบุคลากร, ภาคผนวก"](#)



เสรีภาพในการสมาคม

บริษัทสนับสนุนเสรีภาพในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นและข้อกังวล ผ่านการจัดช่องทางการรับฟังความคิดเห็นที่หลากหลาย เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ศูนย์แจ้งข้อมูล สื่อออนไลน์ของบริษัท เคาะระฆัง ระบบ Voice of Employee เป็นต้น รวมทั้งผ่านคณะกรรมการสวัสดิการ ในสถานประกอบการ (คสส.) ที่ถูกจัดตั้งตามพระราชบัญญัติคุ้มครอง

แรงงาน พ.ศ. 2541 ปัจจุบันมีพนักงานตัวแทนคณะกรรมการสวัสดิการ จำนวน 2,397 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด โดยกำหนดให้มีการประชุมหารือร่วมกัน ทุกไตรมาส ในปี 2566 มีประเด็นข้อเสนอแนะที่ได้รับการอนุมัติดำเนินการเพิ่มเติม ดังนี้

1

โครงการสวัสดิการเงินยืมเพื่อการศึกษาสำหรับบุตรพนักงาน

2

โครงการการรักษาพยาบาลสำหรับบิดา-มารดาของพนักงานกรณีคนไข้ใน (IPD)

3

เพิ่มรถรับส่งสายรังสิตและสายบางใหญ่สำหรับพนักงาน

การส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียมและความหลากหลายของบุคลากร

บริษัทปฏิบัติกับพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม เคารพในความหลากหลายและความแตกต่างของบุคลากรบนพื้นฐานที่ไม่แบ่งแยกทางเชื้อชาติ ศาสนา เพศ สีผิว ภาษา อายุ รวมถึงผู้พิการ ตลอดจนส่งเสริมและพิจารณาให้พนักงานทุกคนได้รับการจ้างงาน โอกาสในการพัฒนาศักยภาพ และเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างเท่าเทียม รวมทั้งสนับสนุนการสร้างอาชีพ โดยจัดจ้างบุคคลทุพพลภาพให้เป็นพนักงานอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทร่วมจัดกิจกรรมเพื่อผลักดันสิทธิของพนักงานอย่างต่อเนื่อง ในปี 2566 มีการให้ความรู้ และจัดกิจกรรมสัมมนาในหัวข้อที่สอดคล้องกับกระแสสังคมโลก “ความหลากหลาย ความเสมอภาค และการไม่แบ่งแยก” ในช่วงเดือนไพรด์ (Pride Month) ของกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ เพื่อร่วมสนับสนุนความหลากหลายและเท่าเทียมทางเพศ ตลอดจนสนับสนุนให้หน่วยงานทุกภาคส่วนลดความเหลื่อมล้ำ และส่งเสริมให้บุคลากรทุกกลุ่มแสดงศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ ทั้งภายใน ภายนอกองค์กร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ ผ่านการรับฟังความคิดเห็นที่หลากหลายของกลุ่มคนในสังคม เพื่อไม่ก่อให้เกิดการเลือกปฏิบัติ และการคุกคามทุกรูปแบบในการดำเนินงานทางภาคธุรกิจ

ค่าครองชีพ



เนื่องจากบุคลากรเป็นเสาหลักสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับพนักงานเป็นอันดับแรก โดยดำเนินงานเพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานจะได้รับดูแลที่เหมาะสม มีสวัสดิการบรรยากาศในการทำงานที่ดี และสถานที่ทำงานที่ปลอดภัย พร้อมทั้งได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม ผ่านการกำหนดนโยบายและวางแผนทางการจัดการค่าตอบแทนและผลประโยชน์ รวมทั้งพิจารณาเงินเดือนและสวัสดิการสำหรับพนักงานและพันธมิตรทางธุรกิจ (สโตร์พาร์ตเนอร์) ในแต่ละพื้นที่อย่างเป็นธรรม เท่าเทียม และสอดคล้องตามกฎหมายอย่างสม่ำเสมอ โดยเป็นค่าตอบแทนที่สามารถเทียบเคียงในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน นอกจากนี้ บริษัทให้เงินสนับสนุน และค่าตอบแทนที่เหมาะสมและสูงกว่าค่าจ้างขั้นต่ำตามกฎหมายกำหนด พร้อมทั้งให้เงิน

สำหรับค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม อาทิ ค่าทำงานนอกเวลา ค่าเดินทาง เบี้ยพิเศษ ค่าเช่าบ้าน ค่าอาหาร เบี้ยขยัน เพื่อให้พนักงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมที่สุดในการดำรงชีพ ทั้งนี้ เพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและแข่งขันได้ บริษัทกำหนดให้มีการประเมินค่าตอบแทนและสวัสดิการกับ 2 บริษัทที่ปรึกษาชั้นนำระดับโลก ได้แก่ Korn Ferry Hay Group และ Mercer ตลอดจนกำหนดให้มีการประเมินผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงของค่าครองชีพและปัจจัยการจ้างงานในแต่ละด้านของการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัท มีเป้าหมายครอบคลุมพนักงานทั้งหมดร้อยละ 100 ภายในปี 2568 พร้อมวางแผนขยายเป้าหมายการประเมินไปยังคู่ค้าและผู้รับเหมาในอนาคต

ยกระดับอาชีวอนามัย สร้างความปลอดภัยนำทำงาน

บริษัทให้ความสำคัญในการเคารพสิทธิด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ในระหว่างปฏิบัติงานของพนักงาน รวมถึงผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัท ผ่านการกำหนดนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน รวมทั้งการบริหารจัดการพื้นที่ปฏิบัติงานและสภาพแวดล้อมให้มีความปลอดภัยตามมาตรฐานสากลและกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อก้าวสู่องค์กรที่ปราศจากอุบัติเหตุภายในปี 2573 ทั้งนี้ บริษัทจัดตั้งคณะกรรมการนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน กลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย แนวทางการดำเนินงาน และแผนการพัฒนาระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย พร้อมทั้งจัดตั้งคณะกรรมการตรวจประเมินประสิทธิภาพการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม ร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร เพื่อจัดตั้งคณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุร้ายแรงและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) เป็นประจำทุกปี ตลอดจนยกระดับการจัดการให้เทียบเคียงระดับสากล เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร และเพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนดำเนินงานภายใต้สภาพการทำงานที่ปลอดภัย

นอกจากนี้ บริษัทจัดทำช่องทางให้พนักงานรายงานอุบัติเหตุที่เกิดขึ้น และกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง พร้อมกำหนดขั้นตอนการสืบสวนอุบัติเหตุ โดยมีคณะกรรมการสอบสวนอุบัติเหตุเป็นผู้ดำเนินการสอบสวนและวิเคราะห์อุบัติเหตุ ตลอดจนวางแผนการแก้ไขที่เหมาะสม จากการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของพนักงานและผู้รับเหมา พบกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูงทั้งหมด 5 กิจกรรม ได้แก่ การส่งสินค้าเดลิเวอรี่ การทำงานของผู้รับเหมาขนส่งสินค้า การทำงานของผู้รับเหมาซ่อมสร้าง การขับรถโฟลคลิฟท์ การทำงานเกี่ยวกับเครื่องจักร โดยในปี 2566 มีอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิตจากกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง 2 กิจกรรม ได้แก่ การทำงานของผู้รับเหมาขนส่งสินค้า การส่งสินค้าเดลิเวอรี่ โดยสามารถสรุปผลการสอบสวนได้ ดังนี้

กิจกรรมความ เสี่ยงสูง	(สาเหตุ) สภาพการณ์ ที่ไม่ปลอดภัย	(สาเหตุ) การกระทำ ที่ไม่ปลอดภัย	แนวทางแก้ไข/ป้องกัน
 การทำงาน ของผู้รับเหมา ขนส่งสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> - ฝนตกถนนลื่น - ถนนมีแสงสว่างไม่เพียงพอ - ถนนทางแยกทางร่วม 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่สังเกตสิ่งรอบข้าง - ขับรถเร็ว ไม่เว้นระยะห่างจากคันหน้า - พักผ่อนไม่เพียงพอ 	<ul style="list-style-type: none"> - อบรมการขับอย่างปลอดภัย - Reward ให้กับผู้ขับอย่างปลอดภัย - ประเมินความเสี่ยงเส้นทางวิ่งรถ - กำหนดจุดพักรถสำหรับเส้นทางขนส่งระยะไกล
 การส่งสินค้า เดลิเวอรี่ (Rider Delivery)	<ul style="list-style-type: none"> - ถนนมีแสงสว่างไม่เพียงพอ - ถนนเป็นทางโค้ง มีเศษหิน เศษทราย - สภาพถนนหลวม มีรถหนาแน่น 	<ul style="list-style-type: none"> - ขับขี่รถจักรยานยนต์ด้วยความเร็วเกินกำหนด (50 กม./ชม.) - ไม่ชะลอความเร็วรถบริเวณทางแยก, ทางโค้ง - ไม่ถือคาสายรัดคางหมวกกันน็อค/ใช้หมวกกันน็อคไม่เต็มใบ - สภาพร่างกายไม่พร้อมปฏิบัติงาน - ไม่เปิดไฟส่องสว่างขณะขับขี่ 	ปฏิบัติตามมาตรฐาน 7 ต้อง 11 ห้าม <ul style="list-style-type: none"> ✓ (ต้อง) สวมหมวกกันน็อค และล็อกสายรัดคาง ✓ (ต้อง) เตรียมร่างกายให้พร้อมต่อการขับขี่ ✓ (ต้อง) ศึกษาเส้นทางจราจร และสภาพอากาศ ✗ (ห้าม) ขับรถเร็วเกิน 50 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ✗ (ห้าม) ขับรถเร็วเมื่อขับผ่านทางแยก, ทางโค้ง ✗ (ห้าม) ขับรถใกล้จุดอันตราย หรือตามหลังกระชั้นชิด

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน](#)

แผนการพัฒนาระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ปี 2566

บริษัทพัฒนาการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัยในพื้นที่ปฏิบัติงานของพนักงาน ครอบคลุมไปถึงผู้รับเหมาที่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งจัดทำแนวทางเพื่อพิจารณาคัดเลือกพื้นที่ที่มีความพร้อมเพื่อยื่นขอรับการรับรอง ตรวจสอบประเมินโดยผู้ตรวจสอบภายนอก (Third Party) และเตรียมพร้อมก่อนรับการตรวจจริง รวมถึงตรวจประเมินประจำปี (Surveillance Audit) เพื่อรักษามาตรฐานของระบบ ในปี 2566 บริษัทได้รับการรับรอง ISO 45001: 2018 เพิ่ม 5 พื้นที่ คือ ศูนย์กระจายสินค้า RDC ชลบุรี, ศูนย์กระจายสินค้า CDC ชลบุรี, ศูนย์กระจายสินค้า RDC นครสวรรค์, ศูนย์กระจายสินค้า CDC นครสวรรค์ และศูนย์กระจายสินค้า CDC นครราชสีมา ส่งผลให้พื้นที่เป้าหมายของบริษัทได้รับการรับรองครอบคลุมร้อยละ 80 และมีแผนขยายผลในปี 2567 จำนวน 2 พื้นที่ คือ ศูนย์กระจายสินค้า CDC ภูเก็ต และ ศูนย์กระจายสินค้า All Complex

แผนยกระดับมาตรฐานการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO 45001 : 2018



นโยบาย เป้าหมาย และการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

บริษัทกำหนดนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน พร้อมทั้งตั้งเป้าหมายสู่การดำเนินการธุรกิจที่มีจำนวนและอัตราผู้เสียชีวิตอันเนื่องมาจากการทำงานของพนักงานและผู้รับเหมาทั้งหมด และอัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (Lost Time Injury Rate: LTIFR) ลดลงร้อยละ 40 และเป็นศูนย์ ในปี 2573 ทั้งนี้ บริษัทดำเนินการประเมินความเสี่ยงจากการระบุสิ่งที่อาจก่อให้เกิดอันตรายในสถานที่ปฏิบัติงาน ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) ระบุกิจกรรม พื้นที่ และลักษณะงาน 2) ชั่งอันตราย 3) ประเมินความเสี่ยง และ 4) จัดทำทะเบียนความเสี่ยง รวมทั้งจัดลำดับความสำคัญและบูรณาการแผนปฏิบัติการกับเป้าหมายเชิงปริมาณ เพื่อกำหนดมาตรการการจัดการความเสี่ยง และนำเสนอให้คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) พิจารณานุมัติโครงการและดำเนินแผนงานประจำปีและประจำปี ตลอดจนเปิดโอกาสให้พนักงานรายงานอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นหรือมีความเสี่ยงสูงผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อลด ควบคุมและป้องกันอุบัติเหตุใด ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่



[อาชีวอนามัยและความปลอดภัย](#)

การบูรณาการการดำเนินการเพื่อเตรียมพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน

บริษัทมีการบูรณาการการดำเนินการเพื่อเตรียมความพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน และดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตลอดจนส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่พนักงานในองค์กร ผ่าน 3 โปรแกรมหลัก ดังนี้

1) โปรแกรมสนับสนุนพนักงานและครอบครัวพนักงานเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี

โครงการจัดรูปแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น (Flexible Work Arrangement)

บริษัทสนับสนุนการสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว (Work-life Balance) ของพนักงาน โดยพนักงานประจำสำนักงานสามารถเลือกเวลาการทำงานให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของตนเองได้ ตามเวลาที่บริษัทกำหนด ได้แก่



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.

ทั้งนี้ บริษัทกำหนดนโยบาย และแนวทางให้พนักงานสามารถเลือกทำงาน ณ สถานที่ใดก็ได้ (Work from Anywhere) รวมทั้งมีทางเลือกให้พนักงานสามารถทำงานที่บ้านได้ (Work from Home) จำนวนสูงสุด 3 วัน ต่อสัปดาห์ ตลอดจนสนับสนุนระบบการทำงานที่รองรับการทำงานแบบเลือกทำงาน ณ สถานที่ใดก็ได้ เพื่อให้พนักงานสามารถติดต่อสื่อสารและเข้าถึงระบบในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ระบบการประชุมออนไลน์ ระบบการสื่อสารผ่าน CPALL Connect และ True Virtual Connect เป็นต้น

โครงการสวัสดิการเพื่อครอบครัวของพนักงาน

บริษัทเริ่มโครงการทดลองเกี่ยวกับสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลกรณีคนไข้ใน (IPD) สำหรับ บิดา มารดา เพื่อเป็นทางเลือกให้พนักงานที่โสดหรือไม่ใช้ค่ารักษาพยาบาลสำหรับคู่สมรส ใช้สวัสดิการรักษาพยาบาลสำหรับครอบครัว เพื่อช่วยเหลือ แบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายพยาบาล และสร้างขวัญกำลังใจให้พนักงาน

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีและความสัมพันธ์ที่ดีของทั้งพนักงานและครอบครัวของพนักงาน เพื่อลดความวิตกกังวลของพนักงาน และสร้างความผูกพันที่ดีต่อองค์กร โดยบริษัทมุ่งสนับสนุนสวัสดิการสำหรับคุณภาพชีวิตที่ดีของครอบครัวพนักงาน ดังนี้



กิจกรรมการเรียนรู้เพิ่มเติมสำหรับบุตรหลานของพนักงาน

เพื่อแบ่งเบาภาระของผู้ปกครอง สร้างประสบการณ์การเรียนรู้และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ อาทิ

- กิจกรรม **"SPIM Active Learning Science"** ผ่านกิจกรรมการทดลองออนไลน์กับคุณครูผู้เชี่ยวชาญระดับประเทศ พร้อมอุปกรณ์การทดลองส่งตรงถึงบ้านแบบไม่มีค่าใช้จ่าย
- กิจกรรมการอบรมหลักสูตร **"หุ่นยนต์และโค้ดดิ้ง"**
- กิจกรรมสำหรับบุตรหลานบุคลากร PIM **"ค่ายทัศนศิลป์ All Art for Kids"**



บริการวิเคราะห์ศักยภาพและบุคลิกภาพเด็กและเยาวชนในโครงการเด็กคุณลูกเหรียญ

- **โครงการ "ค้นหาตัวตน ค้นพบศักยภาพ เพื่อวางแผนอนาคต"**

ให้ความสำคัญกับการค้นหา เข้าใจศักยภาพและบุคลิกภาพของตนเองเพื่อประโยชน์ในด้านการวางแผนด้านการเรียน การประกอบอาชีพ รวมถึงการสื่อสาร การเลี้ยงดูที่เหมาะสมสำหรับผู้ปกครองเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในครอบครัว

โครงการ "มูม นมแม่"

บริษัทให้สวัสดิการสำหรับพนักงานหญิงเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นคุณแม่ ตั้งแต่เริ่มตั้งครรภ์ คลอดบุตร จนถึงเลี้ยงดูบุตรให้เติบโต ผ่านโครงการต่าง ๆ อาทิ การจัดอบรมให้ความรู้เรื่องนมแม่สำหรับคุณแม่ตั้งครรภ์ กิจกรรมเยี่ยมคุณแม่หลังคลอด การจัดสถานที่ให้คุณแม่สำหรับให้นมบุตร ภายในพื้นที่ปฏิบัติงานศูนย์กระจายสินค้า ซีพี ออลล์



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดอัตราการการลาออกของพนักงานหญิงหลังจากคลอดบุตร

ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้าง และลูกจ้าง

ความพึงพอใจของพนักงาน **ร้อยละ 98**



โครงการ Health for ALL

บริษัทให้ความสำคัญต่อการเคารพสิทธิด้านสุขภาพของพนักงาน จึงสนับสนุนให้พนักงานร่วมกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งสนับสนุนการออกกำลังกาย เพื่อลดความเสี่ยงจากโรคต่าง ๆ เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน เป็นต้น ปัจจุบันมีพนักงานเข้าร่วมโครงการ 800 ราย

- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินกิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ Fit From Home เชิญชวนพนักงานออกกำลังกาย และสนับสนุนให้ส่งผลการเผาผลาญแคลอรีเพื่อร่วมรับรางวัล กิจกรรมออกกำลังกายตามกรุปเลือดที่ให้ส่งภาพถ่ายขณะออกกำลังกายพร้อมระบุเหตุผลที่เลือกการออกกำลังกายนั้น ๆ

- บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินกิจกรรม “รักสุขภาพ” ต่อเนื่องกว่า 4 ปี ให้แก่พนักงาน โดยมีการวัดผลสมรรถภาพร่างกาย ทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ค่าระดับน้ำตาลในเลือด การเผาผลาญโดยการออกกำลังกาย การลดลงของน้ำหนัก สัดส่วนไขมันในร่างกาย และระยะเวลาเดินและวิ่ง ปัจจุบันมีพนักงานเข้าร่วมโครงการกว่า 76 ราย สะสมกว่า 370 ราย
- จัดตั้งกลุ่มคนสุขภาพดี เพื่อร่วมสร้างสังคมสุขภาพดี โดยสมาชิกสามารถรับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ ร่วมกิจกรรมสุขภาพ และเข้าถึงข้อมูลสุขภาพต่าง ๆ ได้



2) โปรแกรมลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

โครงการส่งเสริมความปลอดภัยในการขับขี่สำหรับพนักงานร้าน 7-Eleven

บริษัทกำหนดมาตรการสำหรับพนักงานจัดส่งสินค้า (Rider) ทุกคนให้ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด อาทิ สวมหมวกกันน็อก มีใบขับขี่ มี พ.ร.บ. มีประกันภาคสมัครใจ ผ่านการอบรมขับขี่ปลอดภัย โดยบริษัทมีการทบทวนและสื่อสารด้านความปลอดภัยในการขับขี่ในขณะปฏิบัติงาน ดังนี้



1. ปรับปรุงมาตรฐานความปลอดภัยในการใช้ยานยนต์

- 7 ข้อควรปฏิบัติ และ 11 ข้อห้ามปฏิบัติของพนักงาน สำหรับร้าน 7-Eleven
- การตรวจสอบความพร้อมของยานยนต์
- ขอร้องเรียน บทบาทผู้เกี่ยวข้อง และบทลงโทษ



2. สร้างวัฒนธรรมการขับขี่ปลอดภัย

- อบรมให้ความรู้เรื่อง “ขับขี่ปลอดภัย”
- การสื่อสารเชิงรุกด้วยสื่อรณรงค์ที่เข้าใจง่ายสำหรับพนักงานร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ อาทิ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Books) คลิปวิดีโอ โปสเตอร์ 7 ข้อ 11 ห้าม และการวัดผลการรับรู้ข่าวสารของพนักงานเป็นรายสัปดาห์



3. สนับสนุน อุปกรณ์ป้องกัน อุบัติเหตุ

- อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลขณะขับขี่ สำหรับพนักงานจัดส่งสินค้า (Rider) อาทิ เสื้อพนักงานติดแถบสะท้อนแสง ชุดจับมือถือจักรยานยนต์



4. เพิ่มความ เข้มข้นมาตรการ การกำกับดูแล และตรวจสอบ การปฏิบัติงาน ของพนักงาน จัดส่งสินค้า (Rider)

- กำหนดมาตรการความปลอดภัยในการใช้ยานยนต์ สำหรับร้าน 7-Eleven
- จัดทำทะเบียนพนักงานจัดส่งสินค้า
- ตรวจสอบข้อมูลพนักงานจัดส่งสินค้า และวัดผลการรับรู้ข้อมูล “ขับขี่ปลอดภัย”
- พนักงานจัดส่งสินค้าตรวจสอบความพร้อมก่อนขับขี่ด้วยตนเองและโดยหัวหน้างาน ตามหัวข้อในแบบบันทึกข้อมูล ขั้วขี่ปลอดภัย
- สุ่มตรวจสอบพฤติกรรมกรรมการขับขี่ที่ไม่ปลอดภัย พร้อมหลักฐานการขับขี่จากกล้อง CCTV โดยหน่วยงานประกันคุณภาพมาตรฐานร้านทุกเดือน
- รายงานอุบัติเหตุผ่านระบบ Call Center ภายใน 15 นาที และไต่สวนอุบัติเหตุภายใน 5 วัน
- ติดตั้ง Application Last Mile สำหรับตรวจสอบพฤติกรรมกรรมการขับขี่ของพนักงานจัดส่งสินค้า รวมถึงแจ้งเตือนล่วงหน้า 30 วัน ก่อนใบขับขี่ ภาษีรถจักรยานยนต์ และ พ.ร.บ. หนดย
- ร่วมมือกับกรุงเทพมหานครเพื่อกำกับดูแล และแก้ไขปัญหา Rider ไม่ให้กระทำความผิดกฎหมายจราจร เช่น นำรถจักรยานยนต์มาขับขี่บนทางเท้า ฝ่าฝืนสัญญาณจราจร เป็นต้น



5. จักรยานยนต์ พลังงานไฟฟ้า ร้อยละ 100 (EV Bike)

จำกัดความเร็วไม่เกิน 50 กิโลเมตรต่อชั่วโมงเพื่อควบคุมความเร็ว ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ อีกทั้งยังช่วยลดมลพิษให้กับชุมชน ปัจจุบันใช้รถจักรยานยนต์พลังงานไฟฟ้า ในร้าน 7-Eleven

จำนวน 1,749 คัน

บริษัทติดตามรายงานการเกิดอุบัติเหตุอย่างสม่ำเสมอ โดยในปี 2566 สำนักปฏิบัติการ 4-BS ของบริษัทร่วมมือกับศูนย์ฝึกขับขี่สอนดำ โดยมีอาจารย์ผู้ฝึกสอน ผู้เชี่ยวชาญด้านการขับขี่ปลอดภัย จัดอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติบนสนามฝึกที่เป็นมาตรฐานให้แก่พนักงาน ส่งผลให้พื้นที่ สำนักปฏิบัติการ 4-BS ไม่มีอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิต และบาดเจ็บรุนแรง (High-consequence) ทั้งนี้ บริษัทตั้งเป้าหมายให้พนักงานทุกคนทั่วประเทศได้รับการอบรมตามมาตรฐาน เพื่อลดสถิติอุบัติเหตุให้เป็นศูนย์

โครงการบริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า

ซีพี ออลล์ มุ่งลดความเสี่ยงด้านอุบัติเหตุในการทำงาน ให้กับผู้รับเหมาขนส่ง ผ่านโครงการบริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า เพื่อ 1) สร้างมาตรฐานความปลอดภัยของการขนส่งสินค้า 2) สร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยต่อผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ พนักงาน หน่วยงาน จัดส่งสินค้า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ตลอดจนพนักงานขนส่งสินค้า อย่างต่อเนื่อง ปลูกจิตสำนึกในการขับอย่างปลอดภัย ป้องกันอุบัติเหตุ ที่อาจเกิดขึ้นกับรถขนส่ง 3) ลดความสูญเสียจากอุบัติเหตุรถขนส่ง ทั้งต่อชีวิต และทรัพย์สิน โดยลดอุบัติเหตุรถขนส่งได้ และการลดการส่งสินค้าล่าช้าจากอุบัติเหตุรถขนส่ง 4) ตอบสนองต่อเป้าหมายยุทธศาสตร์ความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ “อุบัติเหตุเป็นศูนย์” ภายในปี 2573 ครอบคลุมศูนย์กระจายสินค้าทั่วประเทศ ดังนี้

TRAIN-THE-TRAINER

ซีพี ออลล์ สร้างวิทยากรด้านมาตรฐานความปลอดภัยในการขับขี่ของพนักงานขนส่ง ด้วยรูปแบบ TRAIN-THE-TRAINER เพื่ออบรมให้ความรู้ด้านการขับขี่รถขนส่งอย่างปลอดภัยให้กับผู้รับเหมาขนส่ง และตรวจสอบมาตรฐานของรถขนส่ง และวิเคราะห์อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นในศูนย์กระจายสินค้าเพื่อหาแนวทางป้องกันแก้ไข



DRIVING CONTEST

เป็นการแข่งขันการขับอย่างปลอดภัยและประหยัดของพนักงานขนส่ง โดยการติดตามและบันทึกข้อมูลของระบบ GPS ติดตามรถขนส่ง เพื่อ 1) กระตุ้นพฤติกรรมขับขี่ที่ปลอดภัย และประหยัด อย่างต่อเนื่องในกลุ่มพนักงานขนส่ง 2) ใช้เทคโนโลยี GPS ติดตามรถขนส่งที่มีอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์ 3) ลดอุบัติเหตุและความสูญเสียที่เกิดจากอุบัติเหตุของรถขนส่ง ทั้งนี้ได้ให้รางวัลแก่พนักงานขนส่งที่มีพฤติกรรมขับขี่ที่ดี

DRIVING BEHAVIOR MONITORING

การยกระดับการติดตามพฤติกรรมขับขี่ของพนักงานขนส่ง ด้วยระบบ GPS โดยจะมีการตรวจสอบพฤติกรรมขับขี่ของพนักงานขนส่งด้วยระบบ GPS และมีระบบออกใบเตือนอัตโนมัติ กรณีตรวจพบความเร็วเกินมาตรฐานกำหนด และการได้รับใบเตือนจะมีผลต่อการประเมินการจัดซื้อจัดจ้างเมื่อครบอายุสัญญาและการปรับอัตราค่าจ้าง เนื่องจากมีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุและทำให้บริษัทเสียหาย

การดำเนินการได้มีการกำหนดจุดพักรถขนส่งเส้นทางไกลสำหรับผู้รับเหมาขนส่งสินค้าในเส้นทางขนส่งระยะไกล ที่มีระยะทางมากกว่า 250 กิโลเมตร หรือใช้เวลาในการเดินทางมากกว่า 4 ชม.ติดต่อกัน และต้องเป็นพื้นที่จอดรถได้อย่างปลอดภัยเพื่อให้ผู้รับเหมาขนส่งได้พักร่างกายลดความเมื่อยล้าจากการขับขี่

โครงการฝึกอบรมการเรียนรู้ด้านความปลอดภัย (Safety DOJO) สำหรับพนักงานในสายการผลิต

บริษัท ซีพีแรม จำกัด มุ่งสร้างความเข้าใจและสร้างพฤติกรรมความปลอดภัยให้กับพนักงานทุกคนเพื่อลดความเสี่ยงด้านอุบัติเหตุในการทำงาน ผ่านการฝึกอบรมในทุกสาขาภูมิภาค โดยเครื่องจำลองอุบัติเหตุ เช่น สถานีการแต่งตัว การใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล สถานีอันตรายจากสิ่งลื่น เป็นต้น เป็นการจัดสถานที่ฝึกอบรมให้เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านความปลอดภัยอย่างสมบูรณ์ โดยจัดตั้งสถานีจำลองแสดงความเสี่ยงการเกิดอุบัติเหตุจากสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นโครงการสนับสนุนเป้าหมายลดอุบัติเหตุจากการทำงานเป็นศูนย์ ภายในปี 2573



สถานี สถานีการแต่งตัวและการใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงานลดลง
ร้อยละ 5.45



สถานี สถานีอันตรายจากพื้นลื่น

โครงการฝึกอบรมพนักงานรักษาความปลอดภัย

ซีพี ออลล์ กำหนดให้บริษัทรักษาความปลอดภัยจัดฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงานภายใต้ข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชน ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานตามหน้าที่ให้แก่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทุกคนก่อนเริ่มปฏิบัติงาน ในปี 2566 ไม่พบข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของบริษัท



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

พนักงานรักษาความปลอดภัยสัญญาจ้างจากบริษัทภายนอกได้รับการฝึกอบรม **ร้อยละ 100**

3) โปรแกรมลดความเสี่ยงด้านการยศาสตร์ และการจัดการความเครียด

โครงการศูนย์สุขภาพ CP ALL Health Care Center

บริษัทจัดโครงการศูนย์สุขภาพ Health Care Center เพื่อส่งเสริมสุขภาพของพนักงานที่ได้อย่างต่อเนื่อง โดยร่วมมือกับบุคลากรทางการแพทย์ ทั้งทีมแพทย์ พยาบาล และนักกายภาพบำบัด จากโรงพยาบาลรามารินทร์ โดยมีการดูแลผ่านบริการ 5 ด้านหลัก ดังนี้ 1) ตรวจรักษาโรคทั่วไป 2) ตรวจรักษาโรคเฉพาะทาง อาทิ โรคกระดูก โรคผิวหนัง โรคตา-หู-คอ-จมูก ฯลฯ 3) กายภาพบำบัด (ตามดุลยพินิจของแพทย์) 4) เต็มยั้งเขตอากาศหรือพักฟื้น และ 5) ให้บริการช่วยเหลือกรณีเจ็บป่วยฉุกเฉินหรือวิกฤต ตลอดจน สวัสดิการ

อื่น ๆ อาทิ ใบสั่งยาสำหรับพนักงานที่มีใบสั่งยาหรือใบรับรองแพทย์ โดยพนักงานไม่ต้องสำรองจ่าย และสามารถเลือกรับยาได้จากที่บ้านหรือที่ทำงาน ทั้งนี้ บริษัทยังส่งเสริมการเข้าถึงวัคซีนตามสิทธิให้กับพนักงานทุกระดับ ให้บริการบำบัดฟื้นฟูอาการออฟฟิศซินโดรม พร้อมทั้งจัดบริการให้คำปรึกษาและดูแลสุขภาพ โดยนักกายภาพบำบัดผู้เชี่ยวชาญ ในปี 2566 มีพนักงาน และผู้บริหาร เข้าร่วมโครงการจำนวน 12,500 ราย

โครงการต่อเนื่อง ยืดเหยียดลดโรค

โครงการยืดเหยียดลดโรคในรูปแบบออนไลน์ และออนไซต์ ดำเนินงานต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านกายภาพบำบัด และแพทย์แผนไทยของ eXta Health & Wellness มาให้ความรู้ทางด้านสุขภาพเกี่ยวกับโรคออฟฟิศซินโดรม (Office Syndrome) แก่ผู้บริหารและพนักงาน พร้อมคำแนะนำเรื่องท่าทางการทำงานที่ถูกต้องเพื่อป้องกันอาการปวดกล้ามเนื้อ ในปี 2566 มีพนักงานและผู้บริหารเข้าร่วมจำนวน 166 ราย



โครงการส่งเสริมสุขภาพด้วยทำงาน “กิจกรรมนวดเพื่อสุขภาพ”

โครงการส่งเสริมสุขภาพด้วยทำงาน “กิจกรรมนวดเพื่อสุขภาพ” เพื่อให้พนักงานได้ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ลดปัญหาออฟฟิศซินโดรม และมีสุขภาพที่ดีขึ้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก พนักงานที่มีปัญหาปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ และมีความเสี่ยงต่อการเป็นออฟฟิศซินโดรม จำนวนผู้เข้าร่วม 132 ราย

นอกจากนี้ บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ขอนแก่น) โดยหน่วยงานความปลอดภัย ร่วมกับแพนทแพทย์แผนไทย โรงพยาบาลสิรินธร เข้าให้บริการนวดเพื่อสุขภาพ จัดกระดูก และให้คำปรึกษาปัญหาสุขภาพ เดือนละ 2 ครั้ง เข้าให้บริการนวดเพื่อสุขภาพ จัดกระดูก และให้คำปรึกษาปัญหาสุขภาพ เดือนละ 2 ครั้ง ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมโครงการมีอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อดีขึ้นร้อยละ 98

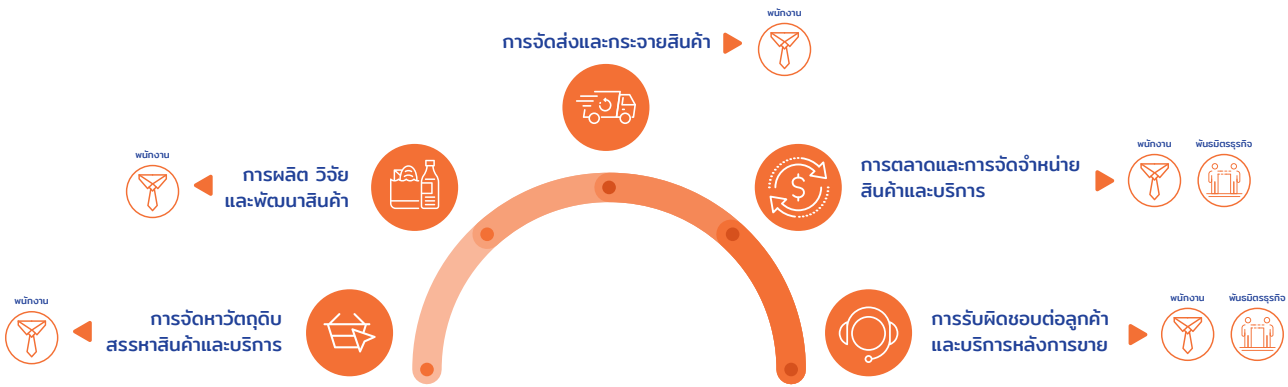




การพัฒนาทุนมนุษย์



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนายั่งยืน



4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการทำงาน การมีงานที่ดีและการเป็นผู้ประกอบการ



5.5 สร้างหลักประกันว่าผู้หญิงจะมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ และมีประสิทธิภาพและมีโอกาสที่เท่าเทียมในการเป็นผู้นำในทุกๆ ระดับของการตัดสินใจ



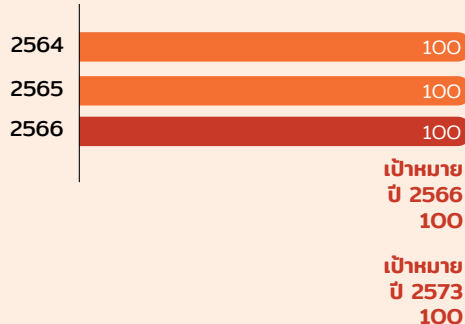
8.2 บรรลุการมีผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้น ผ่านการทำให้หลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้นในภาคส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้แรงงานเข้มข้น

เป้าหมาย ปี 2573

ผู้นำและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้และกิจกรรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี

ร้อยละ 100





ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: ร้อยละ)

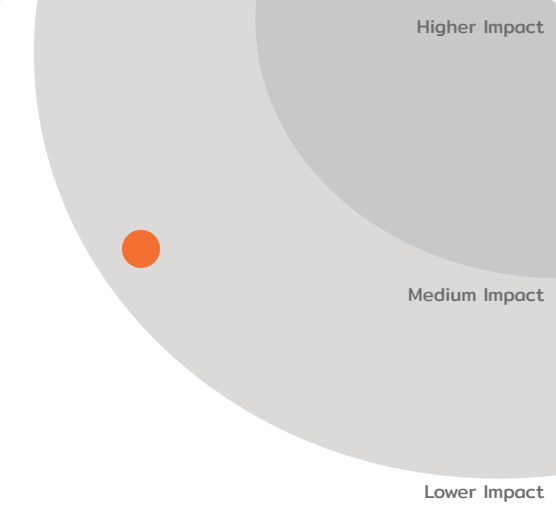


ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

 <p>ชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ย 34.25 ต่อคนต่อปี</p>	 <p>ค่าใช้จ่ายการฝึกอบรมเฉลี่ย 2,202.62 ต่อคนต่อปี</p>	 <p>ร้อยละ 59.28 ของตำแหน่งงานที่เปิดรับ จากพนักงานภายใน</p>	 <p>ร้อยละ 100 ของพนักงานที่อยู่ในแผนพัฒนาบุคลากร (IDP) ได้รับการฝึกอบรมตามแผน</p>
 <p>ร้อยละ 100 ของพนักงานทุกระดับ ผ่านการเรียนรู้หลักสูตร "การพัฒนา องค์กรเพื่อความยั่งยืน (ESG)" ผ่านระบบ e-Learning</p>	 <p>ร้อยละ 100 ของพนักงานทุกระดับผ่านการ เรียนรู้หลักสูตรด้านสิ่งแวดล้อม หัวข้อ "การรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศ ด้วยกลยุทธ์ 7 Go Green" ผ่านระบบ e-Learning</p>	 <p>ร้อยละ 100 ของพนักงานที่ผ่านการอบรมหลักสูตร เพื่อรองรับกลยุทธ์ "Digital Mindset & Digital Literacy"</p>	

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

 <p>จัดอบรมและสอบวัดความรู้ออนไลน์ หลักสูตรด้านสิ่งแวดล้อม หัวข้อ "การรองรับการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ ด้วยกลยุทธ์ 7 Go Green" ผ่านระบบ e-Learning</p>	 <p>จัดอบรมและสอบวัดความรู้ออนไลน์ หลักสูตร "Intermediate Digital Capability Development" ให้กับ พนักงานระดับเจ้าหน้าที่ ถึงระดับ บริหาร สายสำนักงาน เพื่อยกระดับ Digital Literacy สู่ Intermediate</p>	 <p>จัดอบรมและสอบวัดระดับ Digital Literacy สู่ Advanced ในทักษะที่ สำคัญ อาทิ Data Analytic Skill, Automation Skill และ Digital Marketing Skill</p>	 <p>จัดอบรมหลักสูตร "เก้าแก้วขายเป็น" และหลักสูตร "เสิร์ฟร้านสั่งตัด" เพื่อ รองรับกลยุทธ์ O2O ของบริษัท</p>
---	--	---	--



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ "ทวิสารัตถภาพ" (Double Materiality Matrix) ประเด็นการพัฒนาทุนมนุษย์

มิติด้านความยั่งยืน	ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ
<ul style="list-style-type: none"> ● มิติด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ 	<p>Medium Impact ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers): ประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัทควรประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการเพื่อการพัฒนาและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจในอนาคต</p>

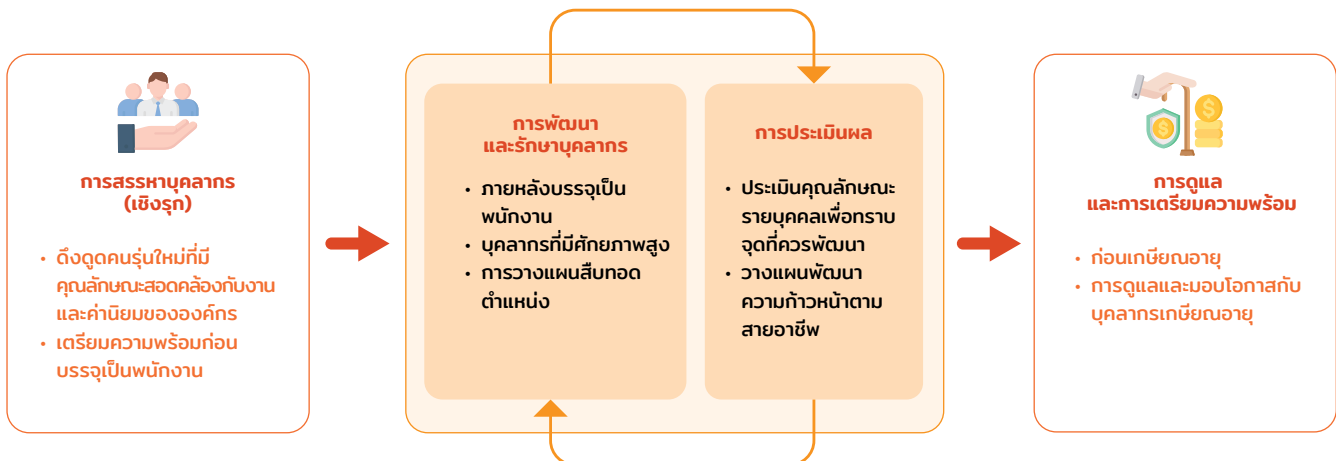
ความเสี่ยงและโอกาส

องค์กรจะประสบความสำเร็จในโลกธุรกิจได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับคุณภาพของบุคลากร ซึ่งถือเป็นทรัพยากรสำคัญที่เป็นแรงขับเคลื่อนให้องค์กรดำเนินกิจการไปได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ดังนั้น การไม่เลือกปฏิบัติ การส่งเสริมความเท่าเทียมในการพัฒนาความเป็นผู้นำและองค์ความรู้ให้กับบุคลากรภายในองค์กรจะช่วยยกระดับความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากรในทุกระดับ ผ่านการพัฒนาศักยภาพและสนับสนุนทักษะความรู้ที่จำเป็น ทักษะการใช้งานเครื่องมือและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมให้พนักงานสามารถรับมือและดำเนินงานในยุคที่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมมีการผันผวน รวมถึงในยุคที่ดิจิทัลแพลตฟอร์มเข้ามาเมียบทบาทมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการรักษาพนักงานให้ทำงานกับองค์กรได้อย่างยั่งยืน และการจัดการความคาดหวังของพนักงานที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ หากองค์กรมีกระบวนการพัฒนาบุคลากรที่ไม่มีประสิทธิภาพ อาจทำให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น การเลือกปฏิบัติจากอคติทางเชื้อชาติ เพศ ศาสนา อายุ การที่ผู้หญิงได้รับค่าจ้างต่ำกว่าผู้ชาย เป็นต้น ดังนั้น องค์กรควรกำหนดแผนพัฒนาศักยภาพและจัดทำเครื่องมือวิเคราะห์ศักยภาพและความต้องการบุคลากร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการวิเคราะห์ทักษะที่จำเป็นของพนักงานทุกระดับชั้น พร้อมทั้งสนับสนุนการมีส่วนร่วมและสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้พนักงาน เพื่อให้องค์กรสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกระดับ จึงมุ่งพัฒนากระบวนการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลขององค์กร ภายใต้แนวคิด “งานบรรลุผล คนมีความสุข” ตลอดช่วงชีวิตที่ทำงานอยู่กับองค์กร พร้อมทั้งกำหนดกรอบกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ โดยจัดโปรแกรมสนับสนุนทักษะที่หลากหลายให้แก่พนักงาน ครอบคลุมพนักงานของกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner) และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (Sub Area) อาทิ ทักษะด้านวิชาชีพ เรียนรู้วิธีการทำงานแบบใหม่ (Uplift Skill) ทักษะด้านความยั่งยืนองค์กร ทักษะด้านกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) ทักษะด้านดิจิทัล (Digital Literacy) ผ่านกระบวนการเรียนรู้ตามโมเดล 70:20:10 โดย 70 คือ การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง เช่น การฝึกปฏิบัติงานจริง (On the Job Training: OJT) การทำโครงการ (Project Assignment) เป็นต้น 20 คือ การเรียนรู้ผ่านการโค้ชหรือการเป็นพี่เลี้ยง (Coaching & Mentoring) และ 10 คือ การเรียนรู้ผ่านหลักสูตรฝึกอบรมในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การฝึกอบรมเสมือนจริง (Virtual Training) การเรียนรู้ผ่านสื่อออนไลน์ (e-Learning) เป็นต้น รวมถึงการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างการเรียนออนไลน์ และการเรียนในห้องเรียน เพื่อพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน และเตรียมความพร้อมให้พนักงานสามารถปรับตัวได้ทันต่อเวลาที่หากเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินหรือสภาวะวิกฤต ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ช่วยให้การดำเนินธุรกิจสามารถดำเนินไปได้

กรอบการดำเนินงานพัฒนาทักษะและโอกาสทางอาชีพของบุคลากรอย่างยั่งยืน





สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566





ชั่วโมงเฉลี่ยของการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน
(หน่วย: จำนวนชั่วโมงเฉลี่ย)

จำแนกตามอายุ	ต่อคนต่อปี	ต่อ FTE
อายุน้อยกว่า 30 ปี	44.51	46.65
อายุ 30-50 ปี	21.46	22.26
อายุมากกว่า 50 ปี	18.75	19.15







จำแนกตามเพศ

 เพศชาย	35.18	36.01
 เพศหญิง	33.74	35.56





จำแนกตามระดับตำแหน่ง

 ผู้บริหารระดับสูง	66.36	67.43
 ผู้บริหาร	54.39	55.92
 ผู้บริหารระดับต้น	54.15	55.82
 เจ้าหน้าที่	33.07	34.52

จำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติ

 ไทย	34.84	36.63
 กัมพูชา	12.74	10.34
 เมียนมาร์	12.70	10.46
 อินเดีย	2.53	2.58
 ออสเตรเลีย	40.00	40.82
 เกาหลี	9.00	9.18
... อื่น ๆ	73.29	74.49

จำแนกตามประเภทของการฝึกอบรม

 การพัฒนาภาวะผู้นำ	4.42	4.61
 การอบรมการปฏิบัติตามกฎระเบียบ	4.05	4.22
 การอบรมความปลอดภัยด้านไอทีและความปลอดภัยทางไซเบอร์	0.77	0.81
 การอบรมเอาชีวิตรอดภัยและความปลอดภัย	3.48	3.63
... อื่น ๆ	21.54	22.46

ค่าใช้จ่ายการฝึกอบรมและการพัฒนาเฉลี่ย (บาทต่อ FTE)

2564	3,813
2565	3,732
2566	2,297.34

จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมอบรมหลักสูตรการพัฒนาผู้นำตามแนวทาง Action Learning (ราย)

ชื่อโปรแกรม	เพศหญิง		เพศชาย	
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	จำนวน	ค่าเฉลี่ย
FLP: Future Leaders Development Program (ตำแหน่งน้อย)	165	74	74	118
PLP: Potential Leaders Development Program (ตำแหน่งเล็ก)	103	118	118	69
LDP: Leaders Development Program (ตำแหน่งกลาง)	130	69	69	130

ผลตอบแทนจากการลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ (เท่า)

2564	12.25
2565	12.11
2566	11.85

ความผูกพันของพนักงาน (ร้อยละ)

คะแนนภาพรวม	ความครอบคลุม		
2563	88	2563	100
2564	88	2564	100
2565	73	2565	100
2566	91	2566	100

เป้าหมาย ปี 2566: 75

จำแนกตามเพศ

 เพศชาย	91
 เพศหญิง	92

จำแนกตามอายุ

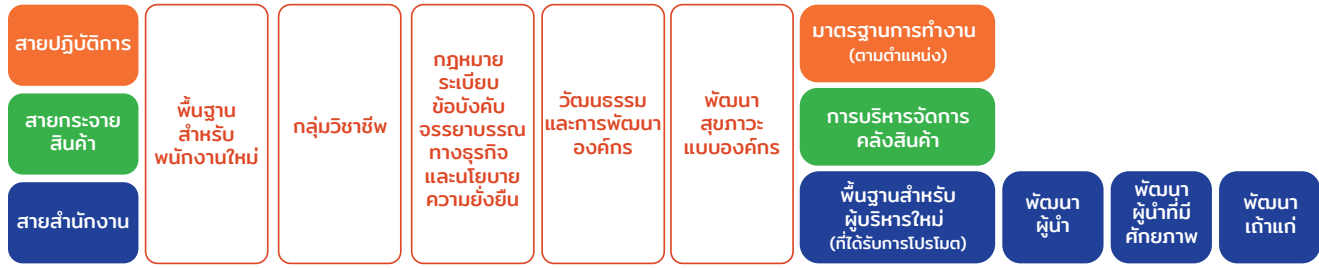
อายุน้อยกว่า 30 ปี	91
อายุ 30-50 ปี	92
อายุมากกว่า 50 ปี	92

จำแนกตามระดับตำแหน่ง

 ผู้บริหารระดับสูง	100
 ผู้บริหาร	78
 ผู้บริหารระดับต้น	90
 เจ้าหน้าที่	92

บริษัทมองเห็นความสำคัญในการพัฒนาทักษะความรู้ให้แก่บุคลากรภายในองค์กร จึงส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับศึกษาการทำงานรูปแบบใหม่ ผ่านโครงการอบรมให้ความรู้ที่หลากหลาย

โครงสร้างหลักสูตรการเรียนรู้ จำแนกตามกลุ่มลักษณะงาน



ตลอดจนสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้เพื่อสนับสนุนให้เกิดการปรับปรุง ยกระดับการทำงาน ก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยในปี 2566 มีการดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง การเพิ่มผลผลิต (Productivity Improvement Program)

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานปรับปรุงกระบวนการทำงาน โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานของบุคลากรภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีผู้บริหารระดับสูงทำหน้าที่ช่วยให้คำแนะนำและอธิบายเทคนิคการดำเนินการต่าง ๆ รวมถึงกำหนดให้มีการติดตามความคืบหน้าและผลลัพธ์ของโครงการ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ และต่อยอดร่วมกันระหว่างดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมศักยภาพของผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ ตลอดจนส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีและมีคุณภาพให้แก่ลูกค้า รวมทั้งลดต้นทุนในการบริหารจัดการองค์กร ผ่านการสร้างวัฒนธรรม แนวความคิด ทักษะ และกระบวนการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง (Active Learning) ทั้งนี้ พนักงานที่ร่วมโครงการจะได้ฝึกวิเคราะห์ สังเคราะห์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมทั้งได้ลงมือปฏิบัติในทีมหรือสายงานอื่น (Cross Functional Team) และการปรับปรุงแบบ TK (Tanpin Kanri) ซึ่งเป็นการปรับปรุงแบบกลุ่มย่อยที่เน้นการปรับปรุงในจุดเล็ก ๆ เพื่อยกระดับการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ให้เป็นไปตามกลยุทธ์ NEXTSS ขององค์กร อีกทั้งเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมการคิดปรับปรุงงานแบบอัตโนมัติ (Autonomous) ภายใต้มาตรการ “4 เพิ่ม 1 ควบคุม”



ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อพนักงาน

พนักงานเข้าร่วมการพัฒนา **14,000 ราย**
คิดเป็นร้อยละ **100** ของพนักงานกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด

ลดเวลาการทำงาน **7,842 ชั่วโมงต่อปี**



ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อองค์กร

ประสิทธิภาพกระบวนการเพิ่มขึ้นร้อยละ **61**

มูลค่าจากการปรับปรุงรวม **796 ล้านบาท**

เพิ่มรายได้ **644 ล้านบาทต่อปี**

ลดต้นทุน **152 ล้านบาทต่อปี**



เพิ่มยอดขาย



เพิ่มรายได้



เพิ่มกำไร



เพิ่มประสิทธิภาพ



ควบคุมค่าใช้จ่าย

หลักสูตร “เก้าแก่ขายเป็น” ตบกลยุทธ์ O2O

บริษัทจัดอบรมหลักสูตร “เก้าแก่ขายเป็น” ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานและให้บริการของพนักงานร้าน 7-Eleven ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล โดยให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการขายสินค้า และสามารถใช้เครื่องมือเทคโนโลยีในการเสนอขายสินค้าและบริการได้ โดยมีการทดสอบวัดฝีมือการขายตามมาตรฐาน ทั้งนี้ ได้แบ่งการอบรมออกเป็น 6 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 7-Eleven Delivery, ALL Online, TRUE, Coffee, Bakery และ Food นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการยกระดับจาก “เก้าแก่ขายเป็น” ไปสู่ “เก้าแก่ขายเก่ง” โดยสามารถเพิ่มยอดขาย เพื่อสนับสนุนการขยายธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว โดยให้พนักงานศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อ และสอบวัดฝีมือทักษะการขาย ใน 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ TRUE, ALL Online, Food & Beverage



ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อพนักงาน

พนักงานเข้าร่วมพัฒนาทักษะและเทคนิคในการบริหารสินค้า และผ่านการสอบวัดฝีมือ “เก้าแก่ขายเป็น”

จำนวน **143,371 ราย**

พนักงานที่ผ่านการสอบวัดฝีมือจาก “เก้าแก่ขายเป็น”
สู่ “เก้าแก่ขายเก่ง” จำนวน **21,406 ราย**



ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อองค์กร

พนักงานเข้าร่วมพัฒนาทักษะและเทคนิคในการบริหารสินค้า และผ่านการสอบวัดฝีมือ “เก้าแก่ขายเป็น” และ “เก้าแก่ขายเก่ง”

สร้างยอดขายเฉลี่ยต่อร้านต่อวัน เติบโต **ร้อยละ 3.04**



หลักสูตร “เสนห้ร้านสั่งตัด” ตบกลยุทธ์ O2O

บริษัทดำเนินโครงการ “เสนห้ร้านสั่งตัด” เพื่อสนับสนุนให้ผู้จัดการผู้จัดการเขต (FC) และผู้จัดการร้านสามารถสั่งตัดร้านตนเอง ให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการของลูกค้าที่อยู่ภายในพื้นที่ที่ร้านตั้งอยู่ โดยการสั่งตัดให้ร้านมีเสนห้ประกอบด้วย เสนห้ร้าน, เสนห้ของ (สินค้า), เสนห้คน, เสนห้ระบบ เพื่อเป็นการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และส่งผลถึงยอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงจัดให้มีหลักสูตร “เสนห้ร้านสั่งตัด” สำหรับผู้จัดการผู้จัดการเขต (FC) และผู้จัดการร้าน เพื่อพัฒนาทักษะ ความรู้ เทคนิคในการทำงาน (Hard Side) โดยใช้หลัก Store Assortment เน้นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ทราบพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า และพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในพฤติกรรมของมนุษย์ การอยู่ร่วมกัน (Soft Side) เน้นความคิด (Mindset) ใช้กรอบ Signature Service เป็นหลัก และปรับให้เข้ากับแบบอย่าง (Model) ของร้าน รวมถึงการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ (Action Learning) เพื่อวางแผนการทำเสนห้สั่งตัดในร้าน ที่ดูแลรับผิดชอบ



ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อพนักงาน

พนักงานที่ผ่านการอบรมและมีทักษะตามเกณฑ์

“เสนห้ร้านสั่งตัด” จำนวนกว่า **10,500 คน**

จาก **1,500 สาขา**



ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อองค์กร

สร้างยอดขายเฉลี่ยต่อร้านต่อวัน เติบโต **ร้อยละ 6.87**

คิดเป็น **5,359.69 บาทต่อร้านต่อวัน**

หรือประมาณ **2,934 ล้านบาทต่อปี**

การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง (Talent Management)

ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพและความต่อเนื่องในการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง คือ ศักยภาพของบุคลากรภายในองค์กร บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพบุคลากร จึงกำหนดแนวทางและกระบวนการจัดการและพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูงอย่างต่อเนื่อง ผ่านการประเมินศักยภาพ จัดทำแผนพัฒนาตนเอง (Individual Development Plan: IDP) และออกแบบโครงการพัฒนาเฉพาะกลุ่ม โดยใช้โมเดลการเรียนรู้และพัฒนา 70:20:10 เพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าและลดอุปสรรคต่อการเติบโตในอาชีพ



การเรียนรู้ผ่านการลงมือทำจริง

ตามหลักสูตรพัฒนากลุ่ม Talent Pool และหลักสูตรจากสถาบันผู้นำซีพี (CP Leadership Institute: CPLI) 4 ประเภทตามระดับ ดังนี้



ผู้นำใหญ่ (Senior Leaders Development Program)

มุ่งเน้นการยกระดับและ
พัฒนาผู้นำ ซีพี ออลล์
และเครือเจริญโภคภัณฑ์



ผู้นำกลาง (Leaders Development Program)

พัฒนาผู้นำระดับปฏิบัติการ
เน้นการปฏิรูป
กระบวนการทำงาน



ผู้นำเล็ก (Potential Leaders Development Program)

พัฒนาผู้นำรุ่นใหม่
เน้นการพัฒนาธุรกิจ



ผู้นำน้อย (Future Leaders Development Program)

สำหรับพนักงานรุ่นใหม่



การเรียนรู้และพัฒนาจากบุคคลรอบข้างในบทบาทต่าง ๆ



ผู้บริหารระดับสูง



ผู้บังคับบัญชาโดยตรง



พี่เลี้ยง



เพื่อนร่วมงาน



ผู้เชี่ยวชาญ
เฉพาะทาง

นอกจากการสอนโดยตรงจากผู้บังคับบัญชาแล้ว บริษัทสนับสนุนให้ผู้บริหารระดับสูงมีส่วนร่วมในการให้คำแนะนำ โดยการสอนผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บทความ และวิดีโอ เป็นต้น



การเรียนรู้และพัฒนาผ่านกระบวนการอบรม


บริษัทส่งเสริมการเรียนรู้ในรูปแบบเสมือนจริง (Virtual Training) ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนการศึกษาด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์





การพัฒนาบุคลากรให้พร้อมเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลแพลตฟอร์ม

โครงการต่อเนื่อง พัฒนาพนักงานให้มี Digital Mindset & Digital Literacy

บริษัทให้ความสำคัญในการพัฒนาความสามารถด้าน Digital Literacy ของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยยกระดับพัฒนาทักษะดิจิทัลของพนักงานสายสำนักงานสู่ระดับ Intermediate ด้วยหลักสูตร “Intermediate Digital Capability Development” พร้อมมีการวัดประเมินทักษะและดำเนินการยกระดับจาก Intermediate สู่ Advanced พร้อมมีการวัดประเมินทักษะใน Skill ที่สำคัญ อาทิ

 **Data Analytic Skill** โดยจัดหลักสูตร Data Analytic Upskilling for Business Strategy เรียนรู้การใช้ Advanced Excel เพื่อจัดเตรียมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักสถิติ รวมถึงสร้าง Visualization

 **Automation Skill** โดยจัดหลักสูตร “การปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วย Power App & Power Automate” เพื่อเพิ่มทักษะการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี โดยเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง (Action Learning)

 **Digital Marketing Skill** โดยจัดหลักสูตร “Advanced Digital Marketing Program” เพื่อสามารถประยุกต์ใช้ Digital Marketing Concept และ Framework เพื่อสร้างการตลาดแบบดิจิทัลได้อย่างน่าสนใจ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมรวม **1,160 ราย**

- หลักสูตร Intermediate Digital Capability Development **390 ราย**
- หลักสูตร Data Analytic Upskilling for Business Strategy **634 ราย**
- หลักสูตรการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วย Power App & Power Automate **105 ราย**
- หลักสูตร Advanced Digital Marketing **31 ราย**

ร้อยละ 100 ผ่านการวัดประเมินผล

จำนวนโครงการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วยเครื่องมือดิจิทัล **96 โครงการ**

จำนวนโครงการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วยเครื่องมือดิจิทัลที่สามารถนำไปปฏิบัติจริง **96 โครงการ**

การพัฒนาบุคลากรด้านความยั่งยืน

บริษัทมุ่งพัฒนาองค์กรโดยส่งเสริมการสื่อสารและให้ความรู้แก่พนักงานในทุกๆระดับ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเผชิญกับความเสี่ยงและโอกาส และให้การดำเนินธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ในปี 2566 บริษัทได้ดำเนินการให้ความรู้ผ่านระบบ e-Learning พร้อมทั้งจัดสอบวัดระดับความรู้ ความเข้าใจแนวปฏิบัติภายหลังจบการอบรม มีผู้ผ่านการอบรมร้อยละ 100 ของพนักงานทุกระดับ

ชุดความรู้ด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ปี 2566

				
ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต	ความตระหนักด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์	ความตระหนักด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ	การรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การพัฒนาหลักสูตรแบบองค์รวม (Holistic Development)

บริษัทส่งเสริมการสร้างตระหนักรู้ให้แก่พนักงานทุกระดับในองค์กร และให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาชีวิตแบบองค์รวม (Holistic Life) รวมถึงทัศนคติในการเสริมสร้างสุขภาวะกาย ใจ ให้สมดุลตลอดช่วงชีวิตที่ทำงานอยู่กับองค์กร ผ่านกรอบแนวคิด CPALL Holistic Development Model ที่มุ่งเน้นให้พนักงานสร้างความสมดุลในชีวิตของตนเองแบบองค์รวม เช่น สุขภาวะด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านจิตวิญญาณ ด้านการเงิน และด้านการสร้างอาชีพ เป็นต้น

ในปี 2566 ดำเนินการพัฒนาหลักสูตรแบบองค์รวม (Holistic Development) เพื่อเสริมสร้างทักษะการใช้ชีวิตในแต่ละมิติแบบองค์รวมได้อย่างสมดุล ให้ความรู้ สร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน รวมทั้งปลูกฝังทัศนคติในเชิงบวกและเทคนิคการสร้างความสุข การออกแบบและพัฒนาชีวิต ผ่านหลักสูตรการอบรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิ หลักสูตรสร้างงาน สร้างอาชีพ หลักสูตร Happy Money & Happy Life หลักสูตรอีทีไอ บ่มเพาะเมล็ดพันธุ์แห่งความสุข และคุณค่าของชีวิต

พร้อมกันนี้ บริษัทมองเห็นความสำคัญในการดูแลและเตรียมความพร้อมให้แก่พนักงาน ก่อนเกษียณอายุ ผ่านการจัดอบรมหลักสูตรให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นสำหรับพนักงานแต่ละช่วงวัย เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานได้รับการปลูกฝังทัศนคติในการเตรียมความพร้อมก่อนที่จะเกษียณไปจากองค์กร ตลอดจนสามารถปรับตัว ปรับใจ ใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุขเป็นปกติสุขเมื่อเกษียณออกไปจากองค์กร อาทิ หลักสูตรออกแบบชีวิตวัยเกษียณ





ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อพนักงาน

จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมอบรม **390 ราย**

ความพึงพอใจภาพรวม ปี 2566 **ร้อยละ 97.58**

การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Type of Performance Appraisal)

บริษัทมีเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบภายใต้มาตรฐานเดียวกัน เพื่อให้การประเมินผลสำเร็จขององค์กรแบบภาพรวมเป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งสามารถนำไปใช้ปรับปรุงรูปแบบการบริหารงานของพนักงานในทุกระดับ ทำให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ตลอดจนใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารและให้ข้อเสนอแนะ (Feedback) ภายใต้ระบบ ALL Perform Plus ที่ช่วยให้พนักงานสามารถพัฒนาตนเองดียิ่งขึ้น โดยในปี 2566 มีพนักงานได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีผ่านรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

ประเภทการประเมิน	ความถี่	ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการประเมิน
 การยึดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการทำงาน (Management by Objectives)	รายไตรมาส	99.06
 การประเมินผลการปฏิบัติงานหลายมิติ (Multidimensional Performance Appraisal)	รายไตรมาส	62.80

นอกจากนี้ บริษัทตระหนักดีว่าในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้ทำงานได้อย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากที่สุด บริษัทควรจะกำหนดให้มีการชี้แนะแนวทางในการดำเนินงาน รวมทั้งจัดการสนทนาแบบสองทางที่เปิดกว้างอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายการทำงาน และส่งเสริมการทำงานเป็นทีมที่จะช่วยให้งานประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น ผ่านรูปแบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน ดังนี้



การประเมินผลแบบทีม (Team-based Appraisal)

ที่มุ่งเน้นการทำงานร่วมกันเป็นทีมตามความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยมีการกำหนดเป้าหมายของทีมและถ่ายทอดเป้าหมายไปยังพนักงานในทีมเป็นรายบุคคล ในการร่วมกำหนดเป้าหมายและความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลเพื่อตอบสนองเป้าหมายของทีมอย่างชัดเจน ผ่านระบบ ALL Perform

ความถี่

รายไตรมาส

ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการประเมิน

3.65



การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นแบบเรียลไทม์ (Agile Conversations)

โดยพนักงานและหัวหน้างานจะหารือเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน และวางแผนการเติบโตในสายอาชีพ เกี่ยวกับสิ่งที่ทำได้ดี สิ่งที่ต้องปรับปรุง รวมถึงเรื่องใหม่ ๆ ที่ควรเริ่มดำเนินการและเรื่องที่ต้องหยุดดำเนินการ เพื่อขับเคลื่อนผลสำเร็จของทีม ผลสำเร็จของธุรกิจและการเติบโตในสายอาชีพของพนักงาน

ความถี่

ต่อเนื่อง (Ongoing)

ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการประเมิน

2.75

ทั้งนี้ บริษัทมีการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานให้เป็นไปตามมาตรฐานทั้งกลุ่ม ซีพี ออลล์ ภายใต้ระบบ ALL Perform โดยการรวบรวมการบริหารผลงานและการประเมินผลที่มีอยู่หลากหลายรูปแบบให้มาอยู่บนระบบเดียวกัน ได้แก่ การประเมินผลงานประจำไตรมาส การประเมินทดลองงาน การประเมินครบปี และการประเมินศักยภาพในรูปแบบ 360 องศา ซึ่งจะทำให้พนักงานทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงการประเมินต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้นด้วย

การประเมินความผูกพันของพนักงาน

บริษัท ให้ความสำคัญของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานทุกคน ผ่านการสำรวจความผูกพัน ด้วยคำถามจำนวน 37 คำถาม ในรูปแบบคำถามปลายเปิด และปลายปิด เพื่อสะท้อนปัจจัยความพึงพอใจครอบคลุมมิติต่าง ๆ ดังนี้

ความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction)	เป้าหมายของพนักงาน (Purpose)	ความสุข (Happiness)
ตัวอย่างคำถาม	ตัวอย่างคำถาม	ตัวอย่างคำถาม
<ul style="list-style-type: none"> “ ฉันได้ทำงานที่ตรงกับความสามารถและประสบการณ์ของฉัน ” “ ฉันรู้สึกภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ ” 	<ul style="list-style-type: none"> “ การกำหนดทิศทางในอนาคตของผู้บริหารระดับสูง ทำให้ฉันรู้สึกกระตือรือร้นและอยากมีส่วนร่วมต่อความสำเร็จของบริษัท ” 	<ul style="list-style-type: none"> “ ฉันมีความสุขที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของบริษัทนี้ ”



ในปี 2566 บริษัทสำรวจความผูกพันของพนักงานและวิเคราะห์ผลการสำรวจโดย บริษัท โดสเทค จำกัด (Dosetech Co.,Ltd) พร้อมทั้งนำผลลัพธ์มาเปรียบเทียบกับปี 2565 เพื่อได้ทราบถึงโครงการต่าง ๆ ที่บริษัททำได้ดีและโครงการที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงาน โดยนำมากำหนดกลยุทธ์และทบทวนแนวทางยกระดับความผูกพันร่วมกับผู้บริหารระดับสูง ตัวแทนคณะทำงานความผูกพันแต่ละสายงาน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของพนักงานทั่วทั้งองค์กร ทำให้องค์กรสามารถบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

แนวทางยกระดับความผูกพันของพนักงาน

<p>1</p> <p>แต่งตั้งคณะทำงานสร้างความผูกพัน CP ALL Group</p>	<p>2</p> <p>HRBP ร่วมกับตัวแทนพื้นที่วิเคราะห์และวางแผนปฏิบัติตามแผน ตรวจสอบและปรับปรุง เพื่อยกระดับความผูกพัน โดยยึดตามลำดับความเร่งด่วนของการปรับปรุงที่สำคัญ</p>	<p>3</p> <p>สำรวจความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร</p>	<p>4</p> <p>รายงานผลความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร</p>
---	--	--	---

โดยสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริหารระดับสายงานในการดำเนินการ เพื่อยกระดับความผูกพันของพนักงาน ดังนี้

- 1** มอบหมายผู้บริหารที่มีความเข้าใจและสามารถสื่อสารสร้างพลังให้กับผู้บริหารท่านอื่น ๆ ร่วมสร้างความผูกพันด้วยกิจกรรมที่เหมาะสม
- 2** ติดตามความคืบหน้าตามแผนการสร้างความผูกพันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้คำแนะนำในการยกระดับความผูกพัน
- 3** สร้างบรรยากาศให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนปฏิบัติต่อกันตามวัฒนธรรมองค์กร Harmony (5-7-11) อันส่งผลต่อความสุขและความสำเร็จในการทำงานร่วมกัน



การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิค และอาชีพสำหรับ การจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ



8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรม ที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็น ผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และ ส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็กและขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านการ การเข้าถึงบริการทางการเงิน



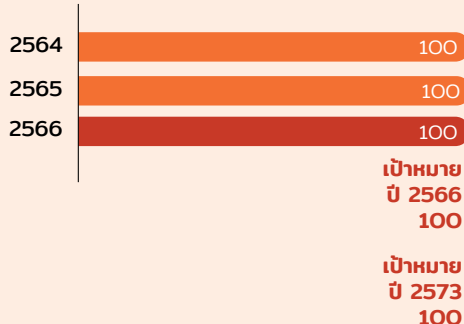
12.7 ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างทางสาธารณะ ที่ยั่งยืน ตามนโยบายและการให้ลำดับความสำคัญ ของประเทศ

เป้าหมาย ปี 2573

คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) ที่มีความเสี่ยงสูง (Significant Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้อง ถูกตรวจสอบประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง

ร้อยละ 100



ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: ร้อยละ)

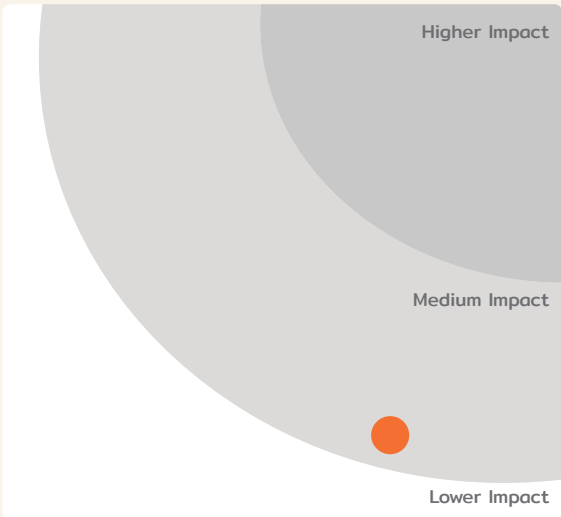


ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

 <p>ร้อยละ 100 ของคู่ค้าลำดับที่ 1 และคู่ค้าที่สำคัญ ลำดับถัดไป ผ่านการคัดกรองความเสี่ยง (Screening)</p>	 <p>ร้อยละ 100 ของคู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีนัยสำคัญ (Significant Tier-1 Suppliers) ได้รับการตรวจประเมิน (Assessment)</p>	 <p>ร้อยละ 100 ของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ ซึ่งตรวจพบว่า มีผลกระทบด้านลบต่อ ESG มีแผนดำเนินการแก้ไข (Corrective Action Plan)</p>	 <p>ร้อยละ 100 ของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ ซึ่งตรวจพบว่า มีผลกระทบด้านลบต่อ ESG ได้รับ การพัฒนาศักยภาพ เพื่อปรับปรุง แนวปฏิบัติและผลดำเนินการ ESG (Screening)</p>
--	---	--	--

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

 <p>ปรับปรุงรูปแบบการตรวจประเมินคู่ค้า ด้านความยั่งยืนแบบเชิงรุกให้สอดคล้อง กับมาตรฐานสากล จุดสหกรณ์ ขนาดธุรกิจ และผลิตภัณฑ์</p>	 <p>ส่งเสริมความรู้และสนับสนุน SMEs ให้เข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วม ปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้าน การทุจริต CAC</p>	 <p>จัดโครงการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพ (Capacity Building) ของคู่ค้า กลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างและผู้รับเหมาก่อ ขนส่ง เพื่อปรับปรุงแนวปฏิบัติ และผลดำเนินการ ESG</p>	 <p>จัดอบรมหลักสูตร Buyer Development Training on Sustainability Procurement ให้แก่ ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง</p>
---	--	--	--



Impact Materiality

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Matrix) ประเด็นการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

มิติด้านความยั่งยืน	ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ
<ul style="list-style-type: none"> ● มิติด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ 	<p>Medium Impact ประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers): ประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัทควรประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการเพื่อการพัฒนาและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจในอนาคต</p>

ความเสี่ยงและโอกาส

บริษัททั่วไปบริหารห่วงโซ่อุปทานโดยคำนึงถึงประสิทธิภาพด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก ซึ่งอาจนำไปสู่การละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น การใช้แรงงานเด็ก การบังคับทำงานเกินเวลา การทำงานในสภาพแวดล้อมที่ไม่ปลอดภัย เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท ทำให้เกิดการหยุดชะงักของการดำเนินธุรกิจ รวมถึงส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ดังนั้น การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบจะช่วยยกระดับคุณภาพของกระบวนการผลิตสินค้าและพัฒนากระบวนการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการไปสู่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพโดยมีเสาหลักสำคัญ คือ คู่ค้า ซึ่งการคัดเลือกคู่ค้าที่มีประสิทธิภาพและส่งเสริมศักยภาพของคู่ค้าไปจนถึงการสร้าง ความผูกพันกับคู่ค้า โดยการบูรณาการความยั่งยืนกับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน สามารถช่วยลดความเสี่ยงด้านต้นทุน ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง และความเสี่ยงในการเกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน บริษัทจึงมุ่งส่งเสริมศักยภาพคู่ค้าทุกกลุ่ม ให้เติบโตไปพร้อมกัน โดยคำนึงถึงประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม บรรษัทภิบาล และสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ลดความเสี่ยงในการดำเนินงาน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนสร้างการเปลี่ยนแปลงเสริมสร้างความแข็งแกร่งของคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน



แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทกำหนดนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน คู่มือจริยธรรม และแนวทางปฏิบัติของคู่ค้าที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมุ่งบริหารห่วงโซ่อุปทานให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนครอบคลุมประเด็นสำคัญ อาทิ สิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน แรงงานเด็ก สภาพการทำงาน การจ่ายค่าตอบแทน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย จริยธรรมธุรกิจ มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์และบริการของคู่ค้า สนับสนุนให้คู่ค้ากำหนดนโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืน และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ตลอดจนสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าลำดับที่ 1 รวมไปถึงคู่ค้าลำดับถัดไป

พร้อมกันนี้ บริษัทกำหนดให้มีการคัดกรองความเสี่ยงคู่ค้าลำดับที่ 1 ครอบคลุมคู่ค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ คู่ค้าที่มีมูลค่ายอดซื้อสูง คู่ค้าที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ คู่ค้าที่มีจำนวนน้อยราย คู่ค้าที่ไม่สามารถทดแทนได้ คู่ค้าที่มีมูลค่ายอดซื้อปานกลาง และคู่ค้าที่มีมูลค่ายอดซื้อน้อย รวมถึง คู่ค้าที่อาจสร้างผลกระทบต่อด้าน ESG เพื่อระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ (Significant Suppliers) และตรวจประเมิน (Assessment) คู่ค้ากลุ่มที่ถูกระบุว่ามีนัยสำคัญเพื่อลดความเสี่ยงด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งมุ่งสนับสนุนการสร้างคุณภาพชีวิตและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและสังคม ตลอดจนมีส่วนร่วมบรรเทาผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ภายใต้นโยบายและเป้าหมายการดำเนินงานด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจ](#)

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

การระบุประเภทของคู่ค้า (ราย)



คู่ค้าลำดับที่ 1

2,242 ราย



คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ* ลำดับที่ 1

124 ราย



คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ* ลำดับถัดไป

17 ราย

* หลักเกณฑ์การพิจารณาคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ (Significant Suppliers)

1. คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาล (ESG) และ/หรือ
2. คู่ค้าที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่สำคัญกับบริษัท ซึ่งหมายความว่า คู่ค้าที่มีความเสี่ยงจากการพึ่งพาของบริษัท ได้แก่ คู่ค้าที่มีมูลค่ายอดซื้อสูง และ/หรือคู่ค้าที่สามารถส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ความสำคัญของตลาด และ/หรือ คู่ค้าที่ไม่สามารถทดแทนได้

* มีการประเมินความเสี่ยงสำหรับซัพพลายเออร์ที่มีนัยสำคัญระดับที่ 1 จำนวน 124 ราย ในปี 2566 โดยใช้เกณฑ์ของบริษัท ซึ่งประกอบด้วยซัพพลายเออร์ที่มีนัยสำคัญรายเดิม 56 ราย และซัพพลายเออร์ที่มีนัยสำคัญรายใหม่ 68 ราย การประเมินครอบคลุมทั้งซัพพลายเออร์ที่ถูกรับการประเมินอีกครั้งและซัพพลายเออร์รายใหม่ที่เพิ่งเข้าร่วม

สัดส่วนและมูลค่าการซื้อ

ร้อยละ
96.39

มูลค่าการซื้อจากคู่ค้าภายในประเทศ (Total Spend on Domestic Suppliers In Tier-1)

ร้อยละ
78

มูลค่าการซื้อจากคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 (Total Spend on Significant Suppliers In Tier-1)



มูลค่าการซื้อจาก SMEs*

74,911 ล้านบาท

*หมายเหตุ: มูลค่าการซื้อจาก SMEs ครอบคลุมผลิตภัณฑ์การเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

การมีส่วนร่วมของคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier-1 Suppliers Engagement)



ได้รับการสื่อสาร จริยธรรมและแนวทาง ปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Communicated for Suppliers' Code of Conduct)

2,242 ราย



ลงนามรับทราบ จริยธรรมและแนวทาง ปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Written Acknowledgement for Suppliers' Code of Conduct)

2,242 ราย



ได้รับการอบรม ให้ความรู้ด้าน การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

2,242 ราย

การมีส่วนร่วมของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 (Significant Tier-1 Suppliers Engagement)



ได้รับการสื่อสาร จริยธรรมและแนวทาง ปฏิบัติสำหรับคู่ค้า* (Communicated for Suppliers' Code of Conduct)

124 ราย



ลงนามรับทราบ จริยธรรมและแนวทาง ปฏิบัติสำหรับคู่ค้า* (Written Acknowledgement for Suppliers' Code of Conduct)

124 ราย



คู่ค้าที่มีผลกระทบต่อด้าน ESG เข้าร่วมโปรแกรม การพัฒนาศักยภาพ คู่ค้า (Supplier Development Programs)

19 ราย

*หมายเหตุ: เป้าหมาย ปี 2566: ร้อยละ: 100

การบริหารความเสี่ยงคู่ค้าที่มีนัยสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG)



คู่ค้าที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงผ่านการวิเคราะห์เอกสาร (Desk Assessment) หรือการตรวจประเมินแบบลงพื้นที่ (Onsite Assessment)

124 ราย (ร้อยละ 100)

*หมายเหตุ: เป้าหมาย ปี 2566: ร้อยละ: 100



คู่ค้าที่ได้รับการประเมินและพบว่าผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริงหรือที่อาจเกิดขึ้น อย่างมีนัยสำคัญ (Suppliers Assessed with Substantial Actual/Potential Negative Impacts)

19 ราย (ร้อยละ 15.32)

*หมายเหตุ: ร้อยละของซัพพลายเออร์ที่อาจส่งผลกระทบต่อซัพพลายเออร์ทั้งหมดที่ได้รับการประเมิน



คู่ค้าที่มีผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริงหรืออาจเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และถูกยกเลิกสัญญา (Suppliers with Substantial Actual/Potential Negative Impacts that were Terminated)

0 ราย



คู่ค้าที่มีผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริงหรืออาจเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ที่มีการจัดทำแผนปฏิบัติการแก้ไขหรือมีแผนปรับปรุงตามข้อตกลง (Suppliers with Substantial Actual/Potential Negative Impacts with Agreed Corrective Action/ Improvement Plan)

19 ราย (ร้อยละ 100)

*หมายเหตุ: เป้าหมาย ปี 2566: ร้อยละ: 100



คู่ค้าที่ได้รับการสนับสนุนในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการแก้ไข (Suppliers Supported in Corrective Action Plan Implementation)

19 ราย (ร้อยละ 100)

*หมายเหตุ: เป้าหมาย ปี 2566: ร้อยละ: 100

กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานขององค์กร

ประกอบด้วย 4 หลักการ ดังต่อไปนี้

1. การจัดหา การจัดซื้อ การทำสัญญา การจัดการจัดซื้อจัดจ้างอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ บริการ และการก่อสร้างตามข้อกำหนดที่กำหนดที่ทันเวลาในระดับ บริการสูงสุด (คุณภาพสินค้า ต้นทุน บริการหลังการขาย จัดส่ง)
2. การจัดการอุปสงค์และห่วงโซ่อุปทานแบบบูรณาการ (บนการสร้างสมดุลของปริมาณการใช้ข้อมูลและสะท้อนถึงการจัดการต้นทุนและอุปทาน)
3. พัฒนา ร่วมสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ บริการ และนวัตกรรมใหม่ร่วมกับพันธมิตร/คู่ค้า เพื่อเพิ่มความหลากหลายและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
4. เสริมสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์และการจัดการหุ้นส่วนทางธุรกิจที่ยั่งยืน

จริยธรรมและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

ในปี 2565 บริษัทได้ปรับปรุงคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Suppliers' Code of Conduct and Guideline) ครอบคลุมคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier-1 Suppliers) และลำดับถัดไป (Non Tier-1 Suppliers) ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผ่านแนวปฏิบัติ 16 แนวปฏิบัติ ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2565 พร้อมทั้งจัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน (Buyer Development Training on Sustainability Procurement) เพื่อสื่อสารให้พนักงานทุกระดับมีความเข้าใจเกี่ยวกับคู่มือจริยธรรมและแนวทางการปฏิบัติสำหรับคู่ค้าฉบับปรับปรุงนี้ เพื่อยึดเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนของบริษัท

ตลอด 4 ปีที่ผ่านมา บริษัทได้สื่อสารคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าไปยังคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier-1 Suppliers) ทั้งหมด 2,242 ราย และในปี 2566 บริษัทสื่อสารคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าไปยังคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier-1 Suppliers) รายใหม่ จำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 100

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [คู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า](#)

กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

บูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืน ลดความเสี่ยง ตลอดห่วงโซ่อุปทาน



1 สื่อสารความคาดหวัง
สรรหาและคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ
โดยผนวกหลักเกณฑ์ด้านความยั่งยืน



2 บริหารความเสี่ยง
ด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้า
(คัดกรองและประเมิน)

สร้างคุณค่าร่วม พัฒนา ส่งเสริมศักยภาพ



3 ส่งเสริมและสนับสนุน
การพัฒนาศักยภาพ



4 สร้างความผูกพันและรักษา
ความสัมพันธ์ระยะยาว



1. สื่อสารความคาดหวัง สรรหา และคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ

บริษัทกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ มีประสิทธิภาพไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน ผ่านการบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนในการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ทุกขั้นตอน พร้อมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพและคุณสมบัติในการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ ครอบคลุมประเด็นสำคัญดังนี้ 1. คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ 2. ความสามารถในการผลิตและการบริหารต้นทุนที่เหมาะสม 3. คู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสมภายใต้ข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 4. ความสามารถในการส่งมอบและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG) ซึ่งพิจารณาจากผลคะแนนการคัดเลือกคู่ค้าที่มีหลักเกณฑ์ด้านความยั่งยืน (ESG) ที่บริษัทเป็นผู้กำหนด หากคู่ค้ารายใดที่ไม่ผ่านเกณฑ์คะแนนขั้นต่ำจากการคัดเลือกคู่ค้าที่มีหลักเกณฑ์ด้านความยั่งยืนภายใต้กรอบเวลาที่บริษัทกำหนด จะไม่ได้รับการพิจารณาต่อสัญญา

นอกจากนี้ คู่ค้าจะได้รับการสื่อสารเกี่ยวกับความคาดหวังขององค์กรตามหลักคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [การระบุคู่ค้าและการวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย](#)

พร้อมกันนี้ บริษัทมีการทบทวนแนวปฏิบัติในการจัดซื้ออย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าสอดคล้องตามหลักคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า เพื่อหลีกเลี่ยงประเด็นความขัดแย้งกับข้อกำหนดด้าน ESG รวมทั้งสร้างความตระหนักรู้ด้านการจัดซื้ออย่างยั่งยืน ผ่านการจัดอบรมให้ผู้บริหารและพนักงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคัดเลือกและจัดซื้อสินค้า ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ภายนอกองค์กร อาทิ ผู้รับเหมา และพันธมิตรธุรกิจที่มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้บริษัทบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานด้าน ESG ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ในปี 2566 มีคู่ค้ารายใหม่ 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ได้รับการพิจารณาคัดเลือกโดยหลักเกณฑ์ที่บูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคมและสิทธิมนุษยชน รวมถึงธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ



2. บริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้า (การคัดกรองและประเมิน)

บริษัทกำหนดให้มีการคัดกรองความเสี่ยงคู่ค้า (Supplier Screening) ครอบคลุมคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier-1 Suppliers) ทั้งหมด ทั้งคู่ค้ารายเดิม (Existing Suppliers) และคู่ค้ารายใหม่ (New Suppliers) โดยความรับผิดชอบของหน่วยงานจัดซื้อจัดจ้างและหน่วยงานประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อค้นหาความเสี่ยงเบื้องต้นของคู่ค้าด้วยเครื่องมือ Risk-based Due Diligence อย่างต่อเนื่อง

โดยพิจารณาระดับของความเสี่ยงในแต่ละหัวข้อการประเมินจาก 1. ความเสี่ยงตามบริบทประเทศ (Country-specific Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากความผันผวนของสภาวะทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมไปถึงปัจจัยภายนอกอื่น ๆ อาทิ ภัยธรรมชาติ

ที่เกิดขึ้นในพื้นที่คู่ค้าดำเนินงานอยู่ 2. ความเสี่ยงตามบริบทอุตสาหกรรม (Sector-specific Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมที่คู่ค้าดำเนินงานอยู่ 3. ความเสี่ยงตามบริบทของสินค้า (Commodity-specific Risk) เป็นความเสี่ยงจากสินค้าที่คู่ค้าผลิตหรือมีไว้จำหน่าย ภายใต้หัวข้อการประเมินจากประเด็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ดังนี้



ในปี 2566 บริษัทได้คัดกรองความเสี่ยง (Risk Screening) สำหรับคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier-1 Suppliers) จำนวน 2,242 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 และตรวจประเมิน (Assessment) สำหรับคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 (Significant Tier-1 Supplier) จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 และคู่ค้าที่ได้รับการตรวจประเมินมีผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นหรือที่อาจเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.32 ของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 ผลสรุปจากการตรวจประเมินพบประเด็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ 46 ประเด็นหลัก

นอกจากนี้บริษัทสนับสนุนให้คู่ค้าจัดทำมาตรฐานการจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนภายในหน่วยงานของตนเอง พร้อมทั้งดำเนินการติดตามความคืบหน้าในการปรับปรุงแก้ไขความเสี่ยงของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึง สนับสนุนการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของคู่ค้าในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างการเติบโตของคู่ค้าพร้อมกับองค์กรอย่างยั่งยืน

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [ผลการตรวจประเมินและมาตรการลดและป้องกันผลกระทบด้าน ESG ของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ](#)





3. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพ

บริษัทดำเนินโครงการที่หลากหลาย เพื่อสร้างองค์ความรู้และยกระดับศักยภาพด้านความยั่งยืนของคู่ค้าให้กับบุคลากรทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยจัดโครงการฝึกอบรมให้ความรู้ผ่านสื่อและช่องทางต่าง ๆ เช่น การฝึกอบรมออนไลน์และออฟไลน์ การจัดทำคู่มือครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับภาพรวมของการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและยั่งยืนตามหลัก ESG การประเมินคู่ค้าและกระบวนการพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้า ตัวอย่างแนวทางปฏิบัติที่ดีสำหรับคู่ค้าในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน เป็นต้น

โครงการอบรมหลักสูตรการพัฒนาการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน (Buyer Development Training on Sustainability Procurement)

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน สำหรับพนักงานผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างภายในองค์กร ตลอดจนสร้างการรับรู้แก่ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ ให้ความเข้าใจเกี่ยวกับคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Suppliers' Code of Conduct and Guideline) ฉบับปรับปรุง ปี 2565 เพื่อยึดเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนของบริษัท โดยมีผู้เข้าร่วมรับการอบรม 566 ราย



นอกจากนี้ บริษัทสนับสนุนให้คู่ค้าสามารถเข้าถึงผลการประเมินงานด้าน ESG ของตนเองพร้อมคู่มือผ่านรายงานแสดงผลการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ของคู่ค้า

ตัวอย่างรายงานแสดงผลการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ของคู่ค้า

นอกจากนี้ บริษัทยังกำหนดแนวทางให้คู่ค้าได้ดำเนินการแก้ไข หากไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินของบริษัทเกี่ยวกับประเด็นด้านความยั่งยืน ผ่านการให้คำปรึกษาแบบลงพื้นที่ (Onsite) และออนไลน์ เพื่อให้คู่ค้าสามารถแก้ไขประเด็นต่าง ๆ รวมทั้งแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานด้าน ESG ภายในระยะเวลาที่ตกลงร่วมกัน


ตัวอย่างการให้คำปรึกษาแบบลงพื้นที่และแบบประชุมออนไลน์แก่คู่ค้า








บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างขีดความสามารถของคู่ค้า เพื่อยกระดับการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืนและเป็นไปตามมาตรฐานด้าน ESG ที่บริษัทกำหนด จึงได้จัดโครงการอบรมเพื่อยกระดับขีดความสามารถให้คู่ค้า พร้อมทั้งกำหนดให้มีการประเมินผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นตัวชี้วัดความคืบหน้าของโครงการ โดยมีโครงการที่น่าสนใจ ดังนี้

โปรแกรมสนับสนุนด้านเทคนิคเชิงลึกเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัยสำหรับผู้รับเหมาด้านการขนส่ง (In-depth Technical Support Programs to Build Capacity Health & Safety Management Topic for Transportation Contractor)

จากการวิเคราะห์ผลการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้า (Non-compliance (Potential Fact Finding: PF)) ตามกฎหมายพบว่า ในปี 2566 ประเด็นความเสี่ยงที่พบน้อย ได้แก่ ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย

บริษัทจึงได้พัฒนาโครงการ โปรแกรมสนับสนุนด้านเทคนิคเชิงลึก เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยสำหรับผู้รับเหมาด้านการขนส่ง เพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการความปลอดภัยเชิงลึกแก่ผู้รับเหมาขนส่ง ยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของรถขนส่งสินค้าที่ให้บริการขนส่งแก่บริษัท พร้อมทั้ง บริษัทกำหนดให้มีการวัดความก้าวหน้าอย่างสม่ำเสมอโดยมีระยะเวลาการดำเนินงานต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2565-2566 ดังนี้

 แต่งตั้งคณะทำงานด้านความปลอดภัยด้านขนส่งและมาตรฐานคุณภาพสินค้า มีหน้าที่กำหนดมาตรการลดความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุทั้งในและนอกเวลาทำงาน กำหนดมาตรฐานการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ระหว่างการจัดส่ง เพื่อให้ผู้รับเหมาขนส่งสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานความปลอดภัย โดยมีตัวแทนผู้บริหารของ ซีพี ออลล์ และผู้รับเหมาขนส่ง เข้าร่วมเป็นคณะทำงาน ประชุมเดือนละ 2 ครั้ง

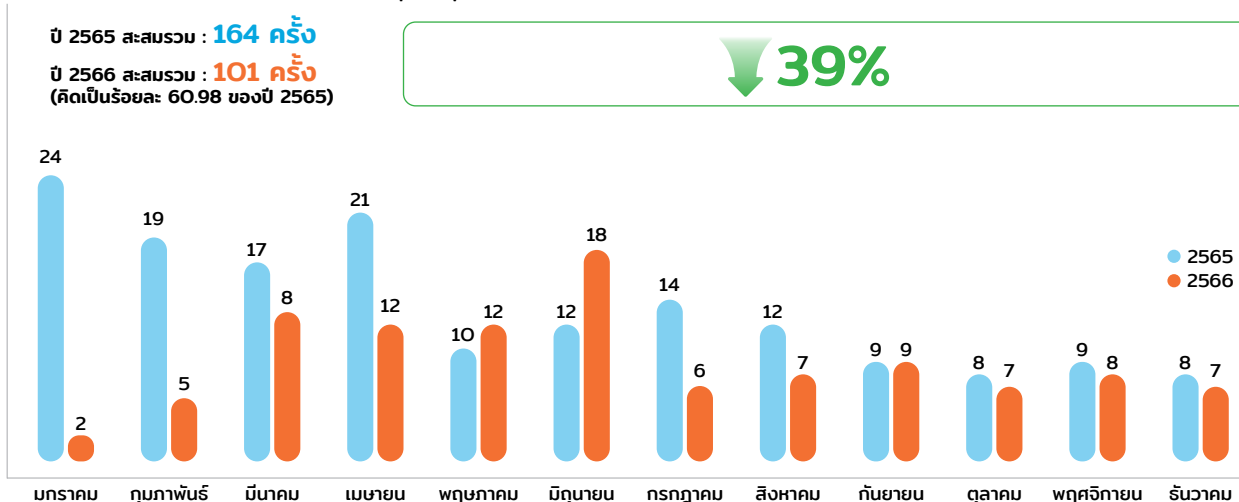
-  จัดโครงการฝึกอบรม สื่อสาร สร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยของยานพาหนะขนส่งแก่ผู้เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง
-  กำหนดมาตรฐานความปลอดภัยสำหรับยานพาหนะขนส่ง ตรวจสอบสภาพของยานพาหนะก่อนการเดินทาง
-  กำหนดจุดแวะพักบนเส้นทางขนส่งทางไกลที่มีระยะทางมากกว่า 250 กิโลเมตร หรือการเดินทางมากกว่า 4 ชั่วโมงขึ้นไป
-  ติดตั้ง GPS ให้กับรถขนส่งทุกคันได้ ร้อยละ 100
-  จัดทำระบบรายงานสภาพถนนและสถานการณ์ฉุกเฉิน รวมถึงจุดเสี่ยงอุบัติเหตุในแต่ละพื้นที่ ที่เป็นเส้นทางน้ำท่วมและทางเสี่ยง
-  จัดกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย “TELETEC DRIVING CONTEST PROJECT” ระยะเวลาการแข่งขัน 1 เดือนต่อพื้นที่ ต่อเนื่องตลอดปี 2565-2566
-  จัดทำรายงานประจำวันและติดตามอุบัติเหตุจากรถขนส่ง

ผลลัพธ์

- ผู้รับเหมาขนส่งมีความรู้ความเข้าใจเรื่องความปลอดภัยในการขนส่งมากขึ้น
- จำนวนอุบัติเหตุที่เกิดจากการขนส่งน้อยลง

หน่วย: ครั้ง

เปรียบเทียบอุบัติเหตุสะสม (ครั้ง) เดือนมกราคม-เดือนธันวาคม ปี 2565 และ ปี 2566



บริษัทมุ่งพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง ผ่าน 3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพคู่ค้า ดังนี้

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

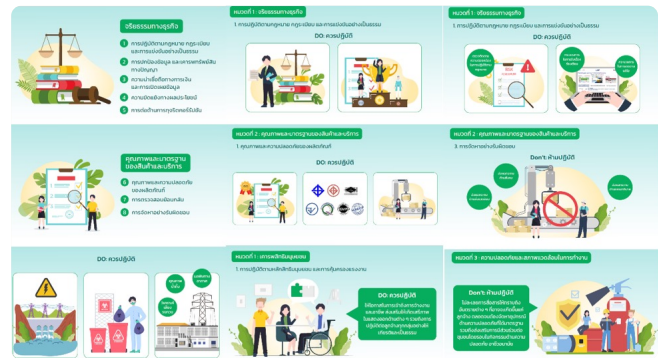
ในปี 2566 บริษัทดำเนินโครงการที่หลากหลาย เพื่อสร้างองค์ความรู้และยกระดับศักยภาพด้านความยั่งยืนของคู่ค้า โดยมีโครงการที่โดดเด่นดังนี้

โครงการต่อเนื่อง พัฒนาศักยภาพสำหรับคู่ค้ากลุ่มผู้รับเหมา

บริษัทดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพสำหรับคู่ค้ากลุ่มผู้รับเหมาต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับคู่ค้าก่อนเริ่มปฏิบัติงาน และสร้างความตระหนักเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน รวมทั้งจัดอบรมหลักสูตรความปลอดภัยในการทำงานสำหรับผู้รับเหมา กลุ่มผู้รับเหมางานก่อสร้าง งานไฟฟ้า งานซ่อม งานเฉพาะทาง ในปี 2566 มีผู้รับเหมาที่เข้าร่วมการอบรม 106 ราย

นอกจากนี้ บริษัทจัดอบรมโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ประจำปี 2566 ให้กับคู่ค้า ผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 58 ราย ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อสร้างค่านิยมในการดำเนินงานด้วยหลัก สุจริต โปร่งใส ปราศจากการคอร์รัปชัน

พร้อมทั้งจัดอบรมให้ความรู้กับคู่ค้ารายใหม่ จำนวน 121 ราย เกี่ยวกับจรรยาบรรณและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าในรูปแบบออนไลน์ โดยมีเนื้อหาครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการพลังงาน การจัดการของเสีย ด้านสังคม แนวปฏิบัติด้านแรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย และด้านการกำกับดูแลกิจการ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน



โครงการ "Vendor Conference 2023"

บริษัท ซีพีแรม จำกัด มีความมุ่งมั่นในการสานความสัมพันธ์ที่ดีกับหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ ตลอดจนสื่อสารนโยบาย แนวทาง และทิศทางขององค์กร พร้อมแลกเปลี่ยนความรู้ ได้แก่ การจัดการกระบวนการผลิตทั้งห่วงโซ่อุปทาน และการจัดการด้านประกันคุณภาพในยุคไร้พรมแดน จึงได้จัดงาน "Vendor Conference 2023" ภายใต้แนวคิด ALL FOR ONE, ONE FOR ALL โดยมีการบรรยายในหัวข้อ Sustainable Development Goals-ESG โดยมีคู่ค้าในฐานะหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ที่สำคัญขององค์กรกว่า 200 ราย เข้าร่วมงาน



โครงการ ALL Delica Alliance (ADA)

บริษัท ซีพีแรม จำกัด เดินหน้าสนับสนุนและให้ความร่วมมือในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสมตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า โดยจัดตั้งโครงการ ALL Delica Alliance (ADA) พันมิตรทางอาหารเพื่อความยั่งยืน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อความสำเร็จ โดยได้นำแนวคิด FOOD 3S (Food Safety, Food Security, Food Sustainability) มาบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหารของผู้ส่งมอบในเชิงลึกและกว้างยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความแข็งแกร่งร่วมกับสมาชิกในโครงการ ADA ด้วยการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการธุรกิจ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด การปรับปรุงกระบวนการผลิต การประกันคุณภาพ และการบริหารต้นทุน ที่เชื่อมต่อธุรกิจของพันธมิตร นำไปสู่ความแข็งแกร่งทางธุรกิจและก้าวไปข้างหน้าด้วยกัน เพื่อเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน และความเจริญก้าวหน้าของประเทศต่อไป



โครงการต่อเนื่อง 7-Eleven เคียงข้างเกษตรกรไทย

บริษัทดำเนินโครงการ 7-Eleven เคียงข้างเกษตรกรไทยต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร รวมทั้งสนับสนุนให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าเกษตรได้ง่ายยิ่งขึ้น โดยนำนวัตกรรมด้านวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวมาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้ากล้วยหอมทอง และขยายผลการดำเนินงานไปสู่กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ผักสด ผลไม้สดตามฤดูกาล ผักสลัด ผลไม้ตัดแต่ง และผักพร้อมปรุง พร้อมทั้งส่งเสริมให้โรงงานผลิตได้มาตรฐานการผลิตที่ดี (Good Manufacturing Practice: GMP) รวมถึงส่งเสริมการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ **2,954 ราย**

CPALL +

- ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดการระบบของโรงงานอย่างยั่งยืน ตามหลักเกณฑ์ที่ดีในการผลิตอาหาร
- ให้ความรู้ในการตรวจวิเคราะห์ปริมาณสารตกค้างในวัตถุดิบ

โรงคัดบรรจุสินค้ากลุ่มผลไม้

วิธีการสุ่มตรวจสอบสารพิษตกค้าง

เทคนิคการจัดการวัตถุดิบ นวัตกรรมและเทคโนโลยี

ตรวจสอบสารพิษตกค้าง

เทคโนโลยี Air Bubble IIa: Hyde Cooling

เทคนิคการคัดแต่ง

เทคนิคการบรรจุ

เครื่องล้างผักอัตโนมัติ

เทคโนโลยี Heat Treatment IIa: Ozone

4 วัน

5 วัน

เพิ่มอายุสินค้า
สร้างคุณภาพ
คงมาตรฐาน
นำสู่ความปลอดภัย



4. สร้างความผูกพันและรักษาความสัมพันธ์กับคู่ค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ สร้างความเข้มแข็งให้คู่ค้า “เก่งและดี” พร้อมเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน จึงดำเนินการเพื่อสานสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง ผ่านการประชุมสัมมนาและการแลกเปลี่ยนทางนโยบายของบริษัท การร่วมกับคู่ค้ากลยุทธ์ กำหนดแนวทางพัฒนาการเติบโตของธุรกิจ การเยี่ยมเยียนคู่ค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะต่าง ๆ ระหว่างคู่ค้ากับบริษัท การแลกเปลี่ยนข้อมูลและองค์ความรู้ที่จำเป็น การดำเนินโครงการความร่วมมือต่าง ๆ อาทิ ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการจัดการบรรจุภัณฑ์ภายหลังการบริโภค รวมถึงการพัฒนาศักยภาพ ร่วมสร้างสรรค์เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของ SMEs ให้ความสำคัญกับสถานการณ์ของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้กับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานอีกด้วย

กรณีศึกษา บริษัท ทริปเปิล เฟรช จำกัด

7-Eleven ร่วมมือกับผู้ประกอบการ SMEs ที่เห็นช่องทางการเติบโตของตลาดผลไม้ในประเทศ และทีมผู้เชี่ยวชาญของทีม 7-Eleven ได้ให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้า การตลาด ตลอดจนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทำให้สามารถลดขั้นตอนและช่วงเวลาในการส่งมอบผลไม้สด ช่วยให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่สดใหม่และมีคุณภาพ จำหน่ายผ่านร้าน 7-Eleven กว่า 8,000 สาขา ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล มากกว่า 10,000 แพ็คต่อวัน

การบูรณาการความยั่งยืน (ESG) ในกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทบูรณาการความยั่งยืน (ESG) เข้าในกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้

วัตถุประสงค์หลัก	วัตถุประสงค์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ที่เชื่อมโยงกับ ESG	กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ที่เชื่อมโยงกับ ESG
<p>เพิ่มขีดความสามารถของ SMEs</p>	<p>การเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการพัฒนาศักยภาพการบริหารห่วงโซ่อุปทาน อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเงินการขนส่ง ตลอดจนด้านความยั่งยืน ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ข้อที่ 8.2 โดยมุ่งหวังผลลัพธ์ คือการสร้างผลกระทบเชิงบวกทางด้านเศรษฐกิจ ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคม ชุมชน</p>	<p>สร้างคุณค่าร่วม “พัฒนาส่งเสริม SMEs” ซีพี ออลล์ มุ่งเน้นยกระดับศักยภาพคู่ค้าโดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยการให้กรอบรม การให้คำปรึกษาและคำแนะนำ การตรวจสอบมาตรฐาน การบริหารต้นทุน รวมถึงการร่วมคิดค้นนวัตกรรม เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงาน การรักษาสีงแวดล้อม และการเป็นมิตรต่อสังคม ชุมชน</p>
<p>ลดปริมาณขยะพลาสติกจากการใช้บรรจุภัณฑ์</p>	<p>ลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์จากคู่ค้าในกระบวนการจัดการขยะ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายเศรษฐกิจหมุนเวียนของ ซีพี ออลล์ โดยแนวคิดนี้เพื่อตอบรับกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ข้อที่ 12.6 และกรอบการทำงานด้านความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์ ในการ “ปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ” ผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเลือกใช้วัสดุ โดยมุ่งลดจำนวนขยะพลาสติก โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม</p>	<p>7 Go Green “บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” ลดการใช้พลาสติกในบรรจุภัณฑ์ และบูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืนในการดำเนินงานต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการเลือกใช้วัสดุ โดยได้มีโครงการร่วมกันระหว่างคู่ค้าด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น การพัฒนากระบวนการที่ลดปริมาณการใช้วัสดุ เป็นต้น</p>

นอกจากนี้ บริษัทได้นำเกณฑ์ด้านความยั่งยืนมาประยุกต์ใช้ในการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าปัจจุบันและรายใหม่ที่เป็นผู้ผลิตสินค้าที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand: PB) โดยคู่ค้ามีหน้าที่ประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนผ่านระบบการประเมินตนเองสำหรับคู่ค้า (Suppliers Self-assessment Questionnaires: SAQ) และคู่ค้าที่ผ่านการคัดเลือกจะต้องมีผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนผ่านเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดเกณฑ์การดำเนินงานด้านความยั่งยืน ได้แก่ ด้านมาตรฐานสินค้าและการผลิต การจ้างแรงงานและสวัสดิการ และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

ดัชนีวัดความสำเร็จการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทกำหนดดัชนีวัดความสำเร็จการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยในปี 2566 มีดัชนีชี้วัดความสำเร็จ เป้าหมาย และมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI)	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงานย้อนหลัง 3 ปี
คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) ที่มีนัยสำคัญ (Significant Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้องถูกตรวจประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง	ร้อยละ 100 คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) ที่มีนัยสำคัญ (Significant Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้องถูกตรวจประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง ภายในปี 2573	<p>2564 ร้อยละ: 100</p> <p>2565 ร้อยละ: 100</p> <p>2566 ร้อยละ: 100</p> <p>เป้าหมาย 2566 ร้อยละ: 100</p> <p>เป้าหมาย 2573 ร้อยละ: 100</p>
การเดินโตของยอดซื้อ SMEs (Procurement Spent)	ยอดซื้อสินค้า SMEs เติบโต ร้อยละ 10 ภายในปี 2568 (เทียบปีฐาน 2563)	<p>2564 ร้อยละ: 12.93</p> <p>2565 ร้อยละ: 26.95</p> <p>2566 ร้อยละ: 56.74</p> <p>เป้าหมาย 2566 ร้อยละ: 10</p> <p>เป้าหมาย 2568 ร้อยละ: 10</p>
ระดับความผูกพันของคู่ค้า (Supplier Engagement)	ร้อยละ 80 ระดับความผูกพันของคู่ค้า ภายในปี 2573	<p>2564 ร้อยละ: 80</p> <p>2565 ร้อยละ: 86</p> <p>2566 ร้อยละ: 84</p> <p>เป้าหมาย 2566 ร้อยละ: 80</p> <p>เป้าหมาย 2573 ร้อยละ: 80</p>
บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ	ร้อยละ 100 ของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในประเทศไทย ภายในปี 2568 สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในต่างประเทศ ภายในปี 2573	<p>2564 ร้อยละ: 85.09</p> <p>2565 ร้อยละ: 97.94</p> <p>2566 ร้อยละ: 97.74</p> <p>เป้าหมาย 2566 ร้อยละ: 97</p> <p>เป้าหมาย 2573 ร้อยละ: 100</p>



การดำเนินงาน ประเด็นความยั่งยืนอื่น ๆ

(Non-material Topics)



การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและ
ความหลากหลายทางชีวภาพ



สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต



การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสุขภาวะที่ดี



ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า




การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

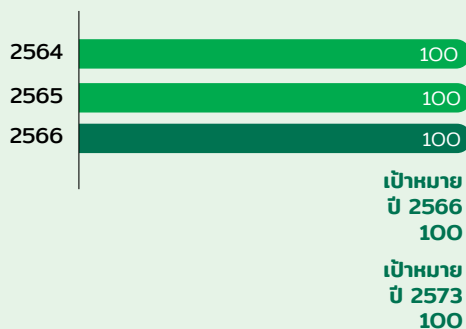
- 
6.6 ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำ รวมถึงภูเขา ป่าไม้ พื้นที่ชุ่มน้ำ แม่น้ำ ชั้นหินอุ้มน้ำ และทะเลสาบ
- 
14.1 ป้องกันและลดมลพิษทางทะเลทุกประเภทโดยเฉพาะจากกิจกรรมบนแผ่นดิน รวมถึงขยะทะเลและมลพิษของสารอาหาร (Nutrient Pollution)
- 
15.1 สร้างหลักประกันว่าจะมีการอนุรักษ์ การฟื้นฟู และใช้ระบบนิเวศบนบกและในน้ำจัดในแผ่นดิน รวมถึงบริการทางระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ป่าไม้ พื้นที่ชุ่มน้ำ ภูเขา และเขตแห้งแล้ง โดยเป็นไปตามข้อบังคับภายใต้ความตกลงระหว่างประเทศ

เป้าหมาย ปี 2573

ทุกพื้นที่การดำเนินการของธุรกิจ มีโครงการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ หรือองค์กรอิสระภายนอก เพื่อช่วยสนับสนุนการลดผลกระทบเชิงลบต่อระบบนิเวศหรือความหลากหลายทางชีวภาพ

ร้อยละ 100

ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



จัดการความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ
ในพื้นที่เสี่ยง

ร้อยละ 100



ปลูกต้นไม้สะสม

722,024 ต้น



ปล่อยลูกพันธุ์ปูม้า ระยะ: Yong Crab สะสมกว่า

1.2 ล้านตัว

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



โครงการต่อเนื่อง ปลูกป่า
ปลูกอนาคต



โครงการตามแนวทางการ
บรรเทาผลกระทบ
อย่างมีลำดับขั้น



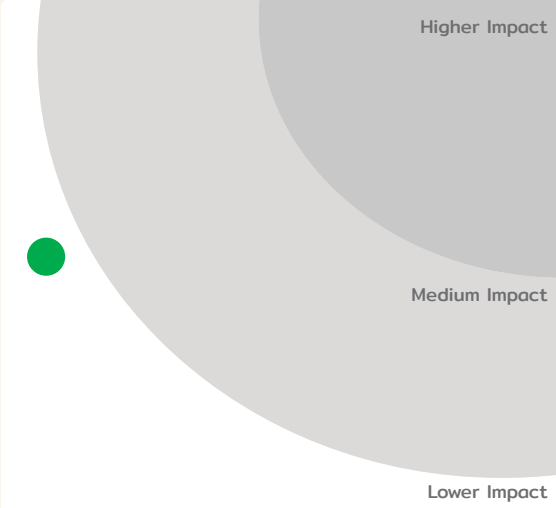
โครงการ CPRAM
Green Life #ปลูกเพื่อโลก
ยั่งยืน



โครงการต่อเนื่อง ปลูกชายฝั่ง
เพื่อทะเลไทย



โครงการต่อเนื่อง ประเมิน
ความเสี่ยงสภาวะขาดแคลนน้ำ
ของพื้นที่ดำเนินการของบริษัท



Financial Materiality

Impact Materiality

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Matrix) ประเด็นการปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและ ความหลากหลายทางชีวภาพ

มิติด้านความยั่งยืน

- มิติด้านสิ่งแวดล้อม

**ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้
ในการดำเนินธุรกิจ**

Lower Impact พิจารณาการปฏิบัติงาน
(Area to Monitor):
ประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัท
จำเป็นต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณ
ทางธุรกิจจะข้อพึงปฏิบัติ
ของบริษัท โดยไม่มีการปรับ
กลยุทธ์ทางธุรกิจ

ความเสี่ยงและโอกาส

กิจกรรมและพฤติกรรมที่สร้างความเสียหายต่อระบบนิเวศที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน สามารถคิดเป็นค่าใช้จ่ายของทุกรัฐบาลทั่วโลกประมาณ 74.4 พันล้านดอลลาร์ หรือประมาณ 2.6 ล้านล้านบาท จากการประชุมสมัชชาภาคีอนุสัญญาว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพสมัยที่ 15 (The 15th Meeting of the Conference of the Parties to the UN Convention on Biological Diversity: COP15) มีการวางเป้าหมายที่จะอนุรักษ์คุ้มครองและฟื้นฟูพื้นที่ทางบก ลุ่มน้ำ และทางทะเล อย่างไรก็ตาม ข้อกฎหมายและข้อบังคับที่เคร่งครัดในการป้องกันความสูญเสียด้านความหลากหลายทางชีวภาพยังไม่ถูกทบทวนและพัฒนาให้มีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพมากพอ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการอนุรักษ์ของกรอบความหลากหลายทางชีวภาพทั่วโลกส่วนกัน นโยบายที่เข้มงวดในการกำกับดูแลของทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ นอกจากนี้เพื่อลดความเสียหายต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ พื้นที่เกษตรกรรม ยังนับเป็นการปกป้องสิทธิมนุษยชนในการถือครองที่ดิน การประกอบอาชีพ แหล่งรายได้ และคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรและชุมชนอีกด้วย

บริษัทตระหนักดีว่าระบบนิเวศที่ไม่มั่นคง สามารถส่งผลกระทบต่อเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจ อาทิ จำนวนและคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตรลดลง การขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ อาจทำให้การผลิตและส่งมอบสินค้าในระบบห่วงโซ่อุปทานชะงักงันหรือหยุดชะงัก ดังนั้น บริษัทจึงมุ่งสร้างความตระหนักและดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผ่านมาตรการนโยบายของบริษัท รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคส่วนอื่น ๆ ในการร่วมปกป้องและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพของระบบนิเวศทางบกและทางน้ำ

แนวทางการดำเนินงาน

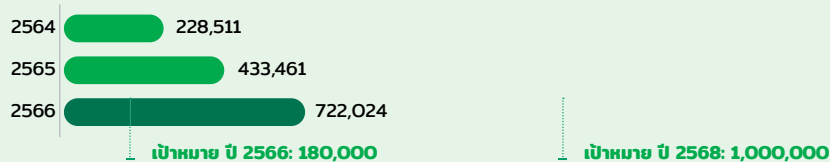
บริษัทดำเนินงานร่วมกับผู้ค้าทางธุรกิจลำดับที่ 1 ลำดับถัดไป และพันธมิตรธุรกิจในห้องโซ่อุปทาน ภายใต้นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อประเมินความเสี่ยงผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Exposure & Assessment) ครอบคลุมพื้นที่และการดำเนินงานของบริษัท หลีกเลี่ยงการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่จะส่งผลกระทบต่อพื้นที่อนุรักษ์ พื้นที่คุ้มครอง ตามนิยามและข้อกำหนดขององค์การระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ (The International Union for Conservation of Nature: IUCN) และพื้นที่ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกตามประกาศของ UNESCO บริษัทกำหนดแนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) เพื่อบริหารจัดการผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจ ที่อาจก่อให้เกิดความสูญเสียต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (No Net Loss: NNL) พร้อมกันนี้ บริษัทมุ่งมั่นในการร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรและทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ดำเนินโครงการฟื้นฟู อนุรักษ์ และสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในระบบนิเวศทั้งทางบกและทางน้ำ เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกสุทธิ (Net Positive Impact: NPI) คืนความสมดุลและเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับระบบนิเวศ

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- ➔ [นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ](#)
- ➔ [การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ](#)

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

จำนวนต้นไม้ที่ปลูก เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ (หน่วย: ต้นสะสม)



การร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย จำนวนตามประเภทโครงการ

ประเภทโครงการ	พื้นที่ปลูก (ไร่สะสม)	จำนวนต้นไม้ที่ปลูก (ต้นสะสม)	ผลการนิเวศที่ยั่งยืน (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) (กรณีต้นไม้โตเต็มวัย*)
ร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ อาทิ ภาครัฐ วัด โรงเรียน	7,301	662,533	28,488.92
ร่วมกับเครือข่ายเอกชน ชุมชนใกล้เคียง ปลูกป่า ส่งเสริมอาชีพ	272	14,135	607.81
สนับสนุนค่าใช้จ่ายให้พนักงานปลูก	137	26,874	1,155.58
ปลูกต้นไม้ในพื้นที่บริษัท	903	18,482	794.73

*คำนวณจากจำนวนต้นไม้ โดย GHG 1 tCO₂e เทียบเท่าต้นสักอายุ 5 ปี 23.26 ต้น/ 1 tCO₂e

ประเมินต้นพันธุ์ไม้ที่ปลูก (หน่วย: ไร่สะสม)



ไม้ยืนต้น

ไร่สะสม: 98



ไม้พุ่มกึ่งไม้

ไร่สะสม: 1



หญ้า

ไร่สะสม: 1

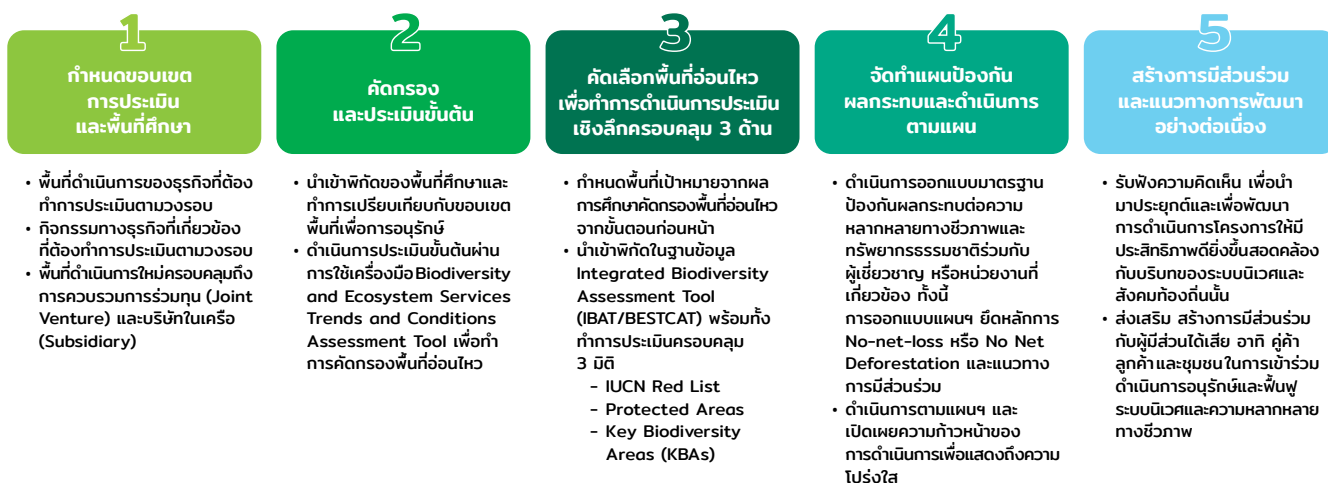


การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

นอกจากจากเคารพและปฏิบัติตามข้อกำหนด และปฏิบัติตามกฎหมาย ก้องถิ่นด้านการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ บริษัทเป็นนโยบาย ด้านความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึง มีการดำเนินงานด้านการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศทางบกและทางน้ำ รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพใน ขอบเขตพื้นที่การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ครอบคลุมพื้นที่โรงงานผลิต พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า และพื้นที่การจำหน่ายสินค้า ร้อยละ 100 รวมไปถึงพื้นที่การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของผู้ค้าที่สำคัญ ลำดับที่ 1 ร้อยละ 100

การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศร่วมกับฐานข้อมูลความหลากหลาย ทางชีวภาพ ได้ถูกนำมาใช้ในการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบ ที่อาจเกิดขึ้นต่อความหลากหลายทางชีวภาพ สามารถต่อยอดเพื่อจัดทำ แผนการดำเนินการป้องกันหรือลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ พร้อม กับขยายแนวทางการพัฒนาร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง ไม่ให้ พื้นที่การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทและผู้ค้าตั้งอยู่ในพื้นที่ เขตคุ้มครองใด ๆ และไม่ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทาง ชีวภาพทั้งทางบกและทางน้ำ

ขั้นตอนการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบความหลากหลายทางชีวภาพ



ผลการประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (Results of Biodiversity Risk Assessment)

บริษัทพิจารณาความเฉพาะเจาะจงของพื้นที่ (Location-specificity) ตามกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ ทั้งภายในพื้นที่ปฏิบัติงานของบริษัท พื้นที่โดยรอบในรัศมี 0 ถึง 5 กิโลเมตร กิจกรรมต้นน้ำของโรงงาน ผลิตสินค้า และกิจกรรมปลายน้ำของศูนย์กระจายสินค้าในการส่งมอบ สินค้าไปยังร้านค้าและผู้บริโภค ได้แก่ โรงงานผลิต ศูนย์จำหน่ายสินค้า เบ็ดโคร โลดส์ และศูนย์กระจายสินค้าที่ตั้งอยู่นอกพื้นที่ชุมชน

รวม 616 แห่ง ควบคู่ไปกับการพิจารณาพื้นที่อนุรักษ์ พื้นที่คุ้มครอง พื้นที่ความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ พื้นที่สำคัญทางธรรมชาติ อาทิ ป่าไม้ แหล่งน้ำขนาดใหญ่ ลุ่มน้ำ ที่ระบุตามกระบวนการวิเคราะห์ ของเครื่องมือประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (IBAT/BESTCAT)

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมทางด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ปี 2566

พื้นที่ดำเนินการ (Number of Sites)	จำนวนพื้นที่ดำเนินการ (Number of Sites)	พื้นที่ (ไร่) (Area)
พื้นที่ดำเนินการทั้งหมด (OverAll)	616	8,645.20
พื้นที่ดำเนินการที่มีการประเมินผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา) (Assessment)	616	8,645.20
พื้นที่ดำเนินการที่มีแนวโน้มจะส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา) (Exposure)	52	669.45
พื้นที่ดำเนินการที่ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ และได้พัฒนาระบบการบริหารจัดการและติดตามผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา) (Management Plans)	52	669.45

การระบุประเด็นความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Risk Identification)

บริษัทคัดกรองและประเมินประเด็นความเสี่ยงขั้นต้นในอุตสาหกรรมค้าปลีกอาหาร โดยอ้างอิงแนวทางขององค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (World Wide Fund for Nature: WWF) และความเฉพาะเจาะจงของพื้นที่ (Location-specificity) ตามกิจกรรมการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งพิจารณาทั้งปัจจัยที่บริษัทมีความเสี่ยงจะส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Impacts) และปัจจัยทางธรรมชาติที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจหรือการผลิต (Ecosystem Service Dependencies) ทั้งนี้ บริษัทจัดลำดับปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญที่มีอยู่และมีแนวโน้มจะส่งผลกระทบในอนาคต แบ่งออกเป็น 3 ปัจจัย ดังนี้



บริษัททบทวนประเด็นความเสี่ยงตามบริบทและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มาซึ่งประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญ (Critical Risk) เพื่อจัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยงและมาตรการการดำเนินงานตามแนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) ซึ่งครอบคลุมร้อยละ 100 จาก 52 พื้นที่ดำเนินการที่พบประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญ



แนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy)

จากกระบวนการประเมินประเด็นความเสี่ยงทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมถึงผลกระทบที่สำคัญทั้งเชิงลบและเชิงบวกในด้านความหลากหลายทางชีวภาพ การรุกรานของศัตรูพืช การลดลงของสายพันธุ์พืชและสัตว์ การย้ายถิ่นฐาน และการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศวิทยา

การบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) จากการหลีกเลี่ยงไปจนถึงการชดเชย พร้อมกับการศึกษาสายพันธุ์พืชและสัตว์ในพื้นที่ที่ถูกคัดเลือกกว่ามีความอ่อนไหว เพื่อติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานด้านความหลากหลายทางชีวภาพของบริษัทให้สามารถลดความเสี่ยงทั้งทางตรงและทางอ้อม บรรเทาผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทเคารพและติดตามข้อกำหนดและกฎหมายท้องถิ่นทางด้านการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ท้องถิ่น เพื่อกทบทวนมาตรการในการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด พร้อมกำหนดแนวทาง



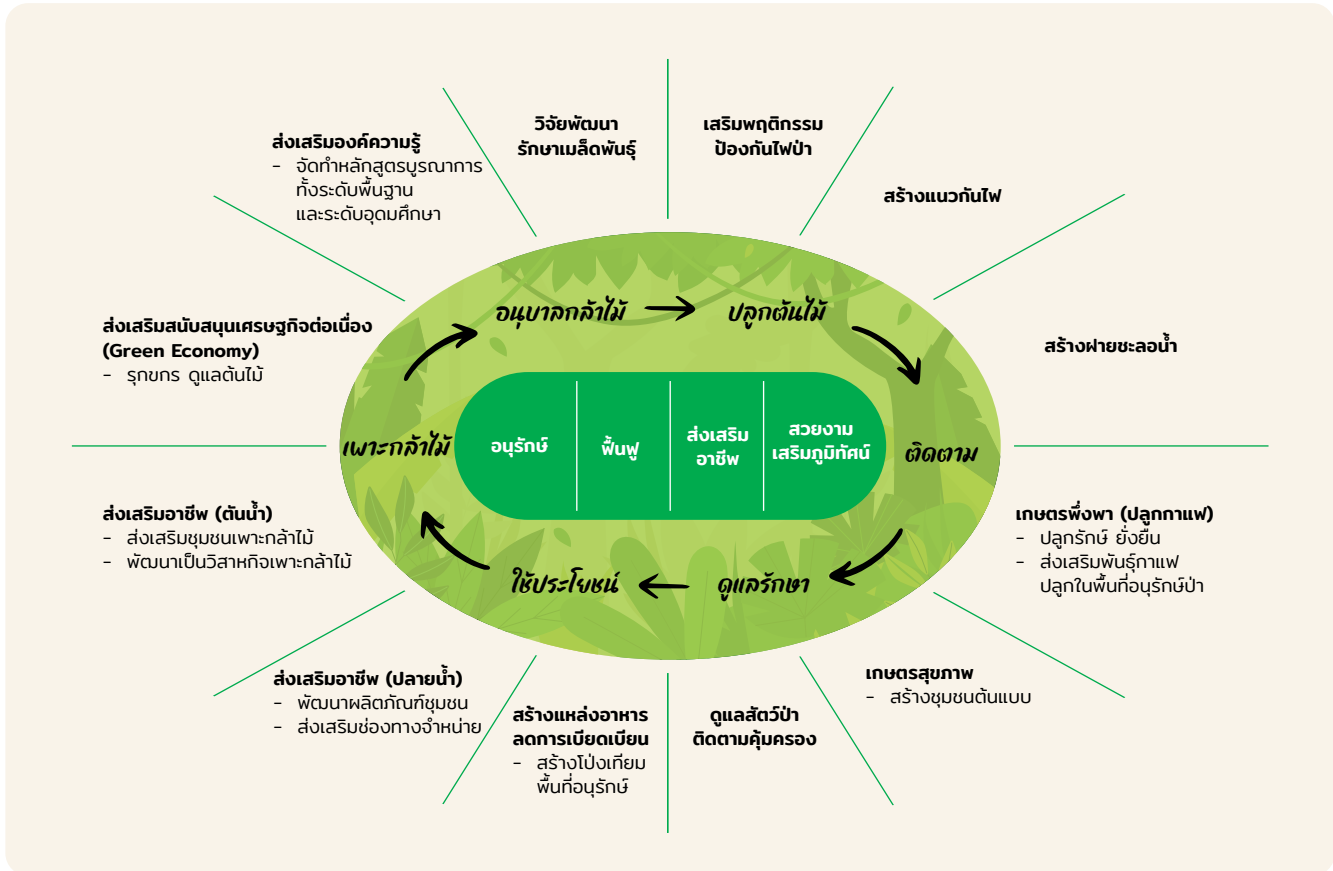


ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ

บริษัทร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งคู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ ชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนภาคีเครือข่ายของบริษัท เพื่อดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพในชุมชนรอบข้างพื้นที่ดำเนินการ และเพื่อรักษาระบบนิเวศให้มีความสมบูรณ์

บริษัทได้ตั้งเป้าหมายในการปลูกต้นไม้ จำนวน 1,000,000 ต้น ภายในปี 2568 และดำเนินโครงการสนับสนุนการปลูกต้นไม้เพื่อชุมชน โดยมีคณะทำงานปลูกไม้ยืนต้นเพื่อชุมชนที่ยั่งยืนดำเนินงานทั้งด้านอนุรักษ์ ด้านฟื้นฟูป่าไม้ ด้านส่งเสริมเสริมการปลูกเพื่ออาชีพ และติดตามโครงการภายใต้กรอบการดำเนินการทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

กรอบการดำเนินงานร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ



โครงการที่สำคัญ ปี 2566

1. ฟื้นฟูระบบนิเวศในชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติการ

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีจิตอาสา ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมพื้นที่โดยรอบพื้นที่ปฏิบัติงาน ทั้งร้าน 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โคร โลดัส พื้นที่สถาบันการศึกษา ศูนย์กระจายสินค้า และอาคารสำนักงานทั่วประเทศ โดยสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผ่านกิจกรรมปลูกต้นไม้ ขยายพันธุ์ไม้สู่ชุมชน เป็นประจำทุกปีอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว สร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และฟื้นฟูระบบนิเวศให้ดียิ่งขึ้น ปัจจุบันมีการปลูกต้นไม้สะสมมากกว่า 18,482 ต้น



พื้นที่ดำเนินการ



5,056 ต้น

พื้นที่ร้าน 7-Eleven
ศูนย์กระจายสินค้า
และสำนักงาน

6,107 ต้น

พื้นที่สถาบันการศึกษา
ในกลุ่ม ซีพี ออลล์

makro

Lotus's

5,319 ต้น

พื้นที่อาคารสำนักงาน
และศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่คโคร
โลตัส ทั่วประเทศ

cpviam

2,000 ต้น

พื้นที่ภายในความรับผิดชอบ
ซีพีแรม

2. ร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางบกและทางน้ำ

ลดผลกระทบ
ต่อระบบนิเวศ
ทางบกโครงการต่อเนื่อง “WE GROW for ALL
เราปลูกเพื่อทุกคน”

ซีพี ออลล์ ดำเนินโครงการต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ในการจัดสรรพันธุ์กล้าไม้และสนับสนุนกิจกรรม “รอดต้นไม้มือของเรา” ให้พนักงานร่วมปลูกไม้ยืนต้นและบันทึกการปลูกต้นไม้ผ่านแอปพลิเคชัน We Grow

ผลการดำเนินงาน ปี 2566

- แจกจ่ายพันธุ์กล้าไม้ 2,535 ต้น ให้กับพนักงาน 1,300 ราย

โครงการ “เรารักกัน เรารักโลก” คัดทำไร
ให้สังคม สนับสนุนกิจกรรมปลูกป่า
ลดโลกร้อน

โลตัส ร่วมสนับสนุนแคมเปญ “เรารักกัน เรารักโลก” ร่วมลดโลกร้อนและสร้างอากาศที่ดี โดยนำเงินรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ล้างจานไลปอนเอฟในสาขาของโลตัสทั่วประเทศ ที่มีฉลากลดโลกร้อนหรือฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ โดยทุกการจำหน่าย 1 ถุง เท่ากับ 1 บาท จะนำมาสมทบทุนบริจาคให้มูลนิธิโลตัส ดำเนินโครงการปลูกป่าใน “โครงการปลูกป่า โลตัส” เพื่อช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจก ซึ่งโลตัสได้ดำเนินโครงการปลูกป่าต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 17 ปี ผ่านการร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้ นำเพื่อนพนักงาน โลตัสร่วมกิจกรรม “โลตัส ปลูก ลดร้อน” ปลูกต้นกล้ารวม 500 ต้น พร้อมเชิญชวนประชาชนและเยาวชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม เพื่อแบ่งปันความรู้และสร้างจิตสำนึกในการเป็นแนวร่วมดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้และสัตว์ป่า สนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

ผลการดำเนินงาน ปี 2566

- จำนวนต้นไม้ 87,826 ต้น
- มูลค่าบริจาค 2 ล้านบาท

โครงการต่อเนื่อง CPRAM Green Life
#ปลูกเพื่อโลกยั่งยืน

ซีพีแรม ดำเนินโครงการต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ส่งมอบกล้าไม้ยืนต้นให้กับพนักงานชุมชน และผู้ที่สนใจทั่วประเทศ นำกล้าไม้ไปปลูกยังพื้นที่อาศัยและพื้นที่สาธารณะในชุมชนตามภูมิสำเนา เพื่อช่วยกระจายพื้นที่สีเขียว พืชพุ่ม และรักษาสมดุลของระบบนิเวศ และเพิ่มปริมาณต้นไม้ในการดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ

ผลการดำเนินงาน ปี 2566

- ปลูกต้นไม้ 35,200 ต้น บนพื้นที่กว่า 120,000 ตารางเมตร หรือกว่า 80 ไร่



ลดผลกระทบ
ต่อระบบนิเวศ
ทางบก

โครงการต่อเนื่อง Next Gen New World



โลตัสร่วมกับมูลนิธิพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ดำเนินโครงการต่อเนื่อง เป็นปีที่ 17 จัดกิจกรรมเยาวชนจิตอาสา อบรมเยาวชนปลูกจิตสำนึกด้าน สิ่งแวดล้อม และสร้างนักอนุรักษ์ธรรมชาติที่ดีเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยปี 2566 จัดกิจกรรมรักษาพื้นที่ป่า ดังนี้

- ปลูกป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติทั่วประเทศ อาทิ อุทยานแห่งชาติตาไถน จังหวัดชัยภูมิ อุทยานแห่งชาติลาคองงู จังหวัดกาญจนบุรี เขตรักษา พันธุ์สัตว์ป่า แม่น้ำกาชี จังหวัดราชบุรี
- การปลูกไผ่หนาม ป้องกันช้างป่าเพิ่มเติม อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสัถยพระ จังหวัดกาญจนบุรี
- จัดกิจกรรมให้ความรู้ในการปลูกต้นไม้และการดูแลรักษา จัดกิจกรรม กำแพงป้องกันไฟป่าแก่เยาวชนและประชาชน อุทยานแห่งชาติตาไถน จังหวัดชัยภูมิ และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าแม่น้ำกาชี จังหวัดราชบุรี

ผลการดำเนินงาน ปี 2566

- เยาวชนเข้าร่วมอบรม 550 ราย
- ปลูกต้นไม้ 87,826 ต้น
- ครอบคลุมพื้นที่ 364 ไร่

โครงการต่อเนื่อง ปูน้ำยังยืน คู่ทะเลไทย



บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินโครงการปูน้ำยังยืน คู่ทะเลไทย ต่อเนื่องเป็นปีที่ 12 ซึ่งเป็นการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เกิดผลตามแนวทาง FOOD 3S ของซีพีแรม (Food Safety, Food Security and Food Sustainability) โดยผู้ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ ต้นน้ำสู่ปลายน้ำ อันได้แก่ ชาวประมง แพสิริมาระนอง (ผู้ส่งมอบวัตถุดิบเนื้อปู) บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ผู้ผลิตอาหาร) และผู้บริโภค รวมถึงสำนักงานประมงจังหวัดระนอง ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงทะเลระนอง และ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง เขต 3 เป็นผู้สนับสนุนความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อให้การจัดการอนุรักษ์ คุ้มครอง และการพัฒนา การประมงปูน้ำในทะเลไทยบรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีผลเสียต่อระบบ นิเวศวิทยา ทรัพยากร และคุณภาพสิ่งแวดล้อม เพื่อการเพิ่มมูลค่าปูน้ำจาก การแปรรูปที่สอดคล้องกับมาตรฐานทางสุขอนามัยให้ได้ผลิตภัณฑ์ปูน้ำที่มี คุณภาพสำหรับการบริโภค ประกันคุณภาพรักษามาตรฐานที่ต้องการ รวมถึง เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารและความยั่งยืนทางอาหาร ทั้งนี้ การดำเนินการ โครงการดังกล่าวมีความคาดหวังในระยะยาว ถือกำเนิดมาจากแนวคิด ในการอนุรักษ์พันธุ์ปูน้ำในพื้นที่ทะเลอ่าวไทย ต่อยอด ขยายผลไปยังพื้นที่อื่นตามัน เพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติไว้ให้คงความสมบูรณ์และสมดุลระบบนิเวศ ในท้องทะเลไทย

ผลการดำเนินงาน ปี 2566

- ร่วมปล่อยลูกพันธุ์ปูน้ำ ระยะ Young Crab คืนสู่ท้องทะเลไทย กว่า 200,000 ตัว
- สะสม 1,200,000 ตัว

โครงการปลูกป่าชายเลน



บริษัทร่วมกับศูนย์กระจายสินค้ามหาชัย ศูนย์กระจายสินค้าสุราษฎร์ธานี และ ชุมชน อนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศชายฝั่ง ในบริเวณพื้นที่ป่าชายเลน ซึ่งเป็น แหล่งเพาะพันธุ์อนุบาลและที่อยู่อาศัยของสัตว์ทะเล เป็นประจำทุกปี

ผลการดำเนินงาน ปี 2566

- ปลูกป่า 10,862 ต้น



ลดผลกระทบ
ต่อระบบนิเวศ
ทางน้ำ



ลดผลกระทบ
ต่อระบบนิเวศ
ทางน้ำ

โลตัสร่วมมือกับภาคีเครือข่ายปลูกป่าชายเลน คลองบ้านอำเภอ



โลตัสร่วมกับสำนักงานทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งที่ 2 โดยส่วนส่งเสริมและประสานงานเครือข่ายทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง เข้าร่วมกิจกรรมปลูกป่าชายเลน คลองบ้านอำเภอ ณ บ้านแพน รัสอริก ตำบลนาจอมเทียน อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี มีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักเรียน ชุมชนชายฝั่ง และอาสาสมัครพิทักษ์ทะเล (อสทล.) ในพื้นที่เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 50 ราย ร่วมกันปลูกป่าชายเลนบริเวณพื้นที่คลองบ้านอำเภอ เพื่อเป็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชายเลนพื้นที่บ้านอำเภอให้มีความอุดมสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และรักษาความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตและระบบนิเวศบริเวณคลองบ้านอำเภอให้มีความอุดมสมบูรณ์



3. ปลูกต้นไม้ ปลูกอาชีพ

โครงการต่อเนื่อง “แม็คโคร ปลูกป่า”



บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตรา จำกัด (มหาชน) ร่วมกับจังหวัดชลบุรีดำเนิน “โครงการป่าสิริเจริญวรรษอันเนื่องมาจากพระราชดำริ” ปลูกต้นไม้ภายในพื้นที่ป่าสิริเจริญวรรษ ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้อุทยานแห่งชาติที่สำคัญครอบคลุมพื้นที่ 3,900 ไร่ พร้อมกันนี้ โครงการได้สนับสนุนการดูแลลำไ้ โดยชุมชนและเกษตรกรในพื้นที่ เป็นการสร้างรายได้ให้เกษตรกรและชาวชุมชนชนบท และการเพิ่มผลกระทบเชิงบวก ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

โครงการต่อเนื่อง “ไฟฟอปเพียง...สู่อนาคตที่ยั่งยืน (Bamboo Project)”



ไฟฟอปเป็นพืชท้องถิ่น เป็นที่ต้องการของตลาด เกิดภาวะขาดแคลน และต้องนำเข้าจากต่างประเทศ บริษัทร่วมกับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “สานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED” ของบริษัท ภายใต้ภาคีไฟฟอปยั่งยืน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 สร้างรายได้ให้แก่โรงเรียน โดยการให้ความรู้เรื่องประโยชน์ของไฟฟอปเพาะพันธุ์ การปลูก การดูแลรักษา การใช้ประโยชน์ และการแปรรูปไฟฟอป ไปกับการรักษาสิ่งแวดล้อม จัดสรรทรัพยากรน้ำและดิน ผ่านรูปแบบการสัมมนาออนไลน์ ตลอดจนสนับสนุนพันธุ์ลำไฟฟอปให้แก่โรงเรียนภาคีเครือข่าย รวมถึงช่วยหาโอกาสและช่องทางการตลาด

ผลการดำเนินงาน ปี 2566



- โรงเรียนและชุมชนเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการ 3 ราย
- ผู้เข้าร่วมโครงการ 15,011 ราย (นักเรียน 135 ราย ครู 11 ราย และคนในชุมชน 14,685 ราย)
- สนับสนุนพันธุ์ลำไฟฟอป 500 ต้น
- มูลค่าสนับสนุน 35,000 บาท
- ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกได้ 4.75 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



4. ปลูกป่า ปลูกอนาคต

ดำเนินการต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ศูนย์เพาะพันธุ์ อนุบาลกล้าไม้ และสนับสนุนพันธุ์กล้าไม้เพื่อบ้าน วัด และชุมชนทั่วภูมิภาค พร้อมกับจัดงานสัมมนา สร้างเครือข่ายปลูกป่า ปลูกอนาคต ปี 2566 ส่งมอบกล้าไม้ให้กับพนักงานและประชาชน จำนวน 176,635 ต้น 179 ชุมชน 28 จังหวัด ครอบคลุมพื้นที่ 883 ไร่ โดยมีตัวอย่างโครงการ ดังนี้

โครงการชุมชนต้นน้ำปลูกป่า



บริษัทร่วมกับกลุ่มชุมชน 9 แห่ง และภาคีต้นน้ำ ส่งเสริมการปลูกฝังการอนุรักษ์ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้กับนักเรียน นักศึกษา และชุมชน ผ่านการสนับสนุน แหล่งเพาะกล้าไม้ งบประมาณสร้างโรงเรือนเพาะพันธุ์ โรงเรือนอนุบาลกล้าไม้ และการดูแลรักษา ทั้งนี้ กล้าไม้จากแหล่งเพาะภายในโครงการ “ปลูกป่า” จะถูกส่งต่อผ่านโครงการป่าล้อมวัด เพื่อไปปลูกที่บ้าน วัด โรงเรียน ชุมชน รวมถึงโครงการ “WE GROW for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน” ให้พนักงาน ร่วมปลูกไม้ยืนต้นต่อไป

ผลการดำเนินงาน ปี 2566

- เพาะพันธุ์กล้าไม้ 120,000 ต้น
- ครอบคลุมพื้นที่ 600 ไร่
- คนในชุมชนเข้าร่วมโครงการ 4,290 ราย
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1,140 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการต่อเนื่อง ป่าล้อมวัด



ซีพี ออลล์ นำพันธุ์กล้าไม้จากโครงการชุมชนต้นน้ำปลูกป่า ส่งมอบให้กับวัด และชุมชน เพื่อฟื้นฟูและคืนความสมบูรณ์ให้กับระบบนิเวศและความหลากหลาย ทางชีวภาพ มุ่งส่งเสริมการปลูกป่าทดแทน เพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับชุมชน และ สร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน รวมถึงบริหารจัดการทรัพยากร อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงาน ปี 2566

- ส่งมอบพันธุ์กล้าไม้ 112,700 ต้น
- วัด เข้าร่วมโครงการ 150 วัด
- คนในชุมชนเข้าร่วมโครงการ 525,000 ราย
- มูลค่าสนับสนุน 996,832 บาท
- ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกได้ 1,070 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการต่อเนื่อง “โรงเรียนป่าไม้” (Forestry School Concept)



ภายใต้เป้าหมายของบริษัทในการส่งเสริมการปลูกต้นไม้ให้ได้ 60,000 ต้นต่อปี บริษัทต่อยอดโครงการ “ไฟฟ้อเพียง...สู่อุณหภูมิที่ยั่งยืน” สู่โครงการ “ปลูกป่า ปลูกอนาคต” ส่งต่อองค์ความรู้ให้กับโรงเรียน โดยบูรณาการความรู้ด้าน การปลูกต้นไม้ ในเนื้อหาหลักสูตรต่าง ๆ ตามหลักสูตรแกนกลาง ประกอบไปด้วย

- เรียนรู้การเพาะพันธุ์กล้าไม้
- รู้จักชนิด ประเภทของต้นไม้
- การอนุบาลดูแลรักษากล้าไม้
- การปลูก
- การดูแลรักษาและใช้ประโยชน์
- การรายงานผล การเก็บข้อมูลการเจริญเติบโต
- การรณรงค์การปลูกและดูแลรักษาป่าไม้

ผลการดำเนินงาน ปี 2566

- โรงเรียนและสถานศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ 7 ราย
- ผู้เข้าร่วมโครงการ 10,861 ราย (นักเรียน 2,499 ราย ครู 173 ราย และคนในชุมชน 8,189 ราย)
- ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกได้ 570 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



5. โครงการตามแนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น

อ่านรายละเอียดโครงการได้ที่	
<p>การชดเชย (Offset) คืบความสมดุลหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อระบบนิเวศ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • การเปลี่ยนแปลงแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ธรรมชาติร่วมกับชุมชนต้นน้ำ (หัวข้อ “โครงการชุมชนต้นน้ำปลูกป่า” หน้า 198) • ความร่วมมือเชิงเปลี่ยนแปลงกับมูลนิธิพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (หัวข้อ “โครงการ Next Gen New World” หน้า 196)
<p>การฟื้นฟู (Restoration) ฟื้นฟูระบบนิเวศในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • การฟื้นฟูพันธุ์พืชท้องถิ่น (หัวข้อ “โครงการปลูกต้นไม้ ปลูกอาชีพ” หน้า 197) • การฟื้นฟูน้ำในกระบวนการผลิต (หัวข้อ “โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ บริษัท ซีพีแรม จำกัด ลาดหลุมแก้ว” หน้า 63 ในบท “ประสิทธิภาพการใช้น้ำพลังงานและทรัพยากร”) • การฟื้นฟูน้ำในการเกษตร (หัวข้อ “โครงการปันน้ำใสให้ชาวนา บริษัท ซีพีแรม จำกัด โรงงานลำพูน” หน้า 63 ในบท “ประสิทธิภาพการใช้น้ำพลังงานและทรัพยากร”) • การฟื้นฟูน้ำในการปลูกต้นไม้ (หัวข้อ “โครงการรักษ์น้ำ รักษานาคต บริษัท ซีพี แอ็กซีตรา จำกัด (มหาชน)” หน้า 63 ในบท “ประสิทธิภาพการใช้น้ำพลังงานและทรัพยากร”) • การฟื้นฟูระบบนิเวศในชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติการ (หัวข้อ “ปลูกต้นไม้ในพื้นที่บริษัท” หน้า 194-195) • การฟื้นฟูระบบนิเวศชายฝั่ง (หัวข้อ “โครงการปูม้ายั่งยืน คู่ทะเลไทย” หน้า 196)
<p>การลดผลกระทบ (Minimisation) บรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ (หัวข้อ “การบูรณาการความยั่งยืน (ESG) ในกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน” หน้า 186 ในบท “การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ”) • การลดปัญหาการขาดแคลนน้ำ (หัวข้อ “โครงการรณาคาน้ำใต้ดิน บริษัท ซีพี แอ็กซีตรา จำกัด (มหาชน)” หน้า 63 ในบท “ประสิทธิภาพการใช้น้ำพลังงานและทรัพยากร”)
<p>การหลีกเลี่ยง (Avoidance): ป้องกันและหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่อาจส่งผลกระทบต่อรุนแรง</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • การหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress Area) (หัวข้อ “การจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน” หน้า 62-63 ในบท “ประสิทธิภาพการใช้น้ำพลังงานและทรัพยากร”) • แนวทางปฏิบัติเพื่อหลีกเลี่ยงสารเคมีและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (หัวข้อ “นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน”)



สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



- 1.4 สร้างหลักประกันว่าชายและหญิงทุกคน โดยเฉพาะ คนยากจนและกลุ่มเปราะบาง มีสิทธิเท่าเทียมในการเข้าถึงทรัพยากรทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการเข้าถึงการบริการขั้นพื้นฐาน การถือกรรมสิทธิ์ และใช้ประโยชน์เหนือที่ดินและทรัพย์สิน



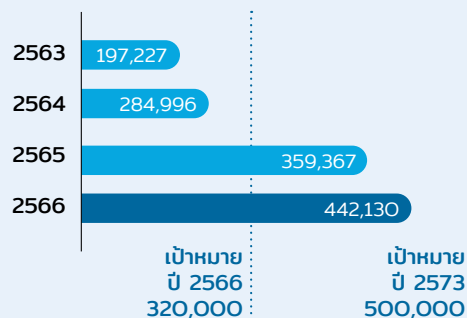
- 4.3 ให้ชายและหญิงทุกคนเข้าถึงการศึกษาวิชาเทคนิค อาชีวศึกษา อุดมศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัยที่มีราคาที่สามารถจ่ายได้และมีคุณภาพ
- 4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็นรวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดีและการเป็นผู้ประกอบการ

เป้าหมาย ปี 2573

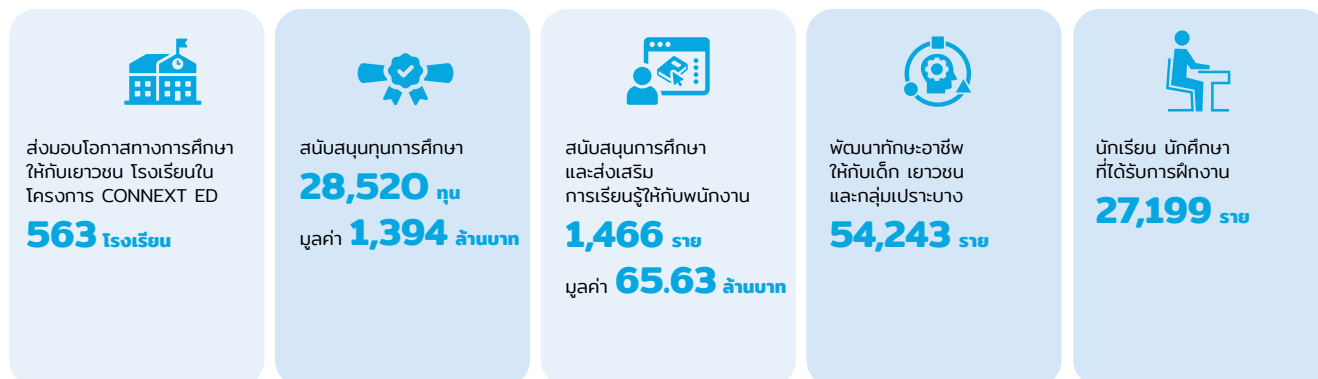
สนับสนุนเด็ก เยาวชน รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษา มีทักษะทางเทคนิคและอาชีพ ที่จำเป็นต่อการทำงาน รวมถึงส่งเสริมให้เกิด การเรียนรู้ตลอดชีวิต

500,000 ราย

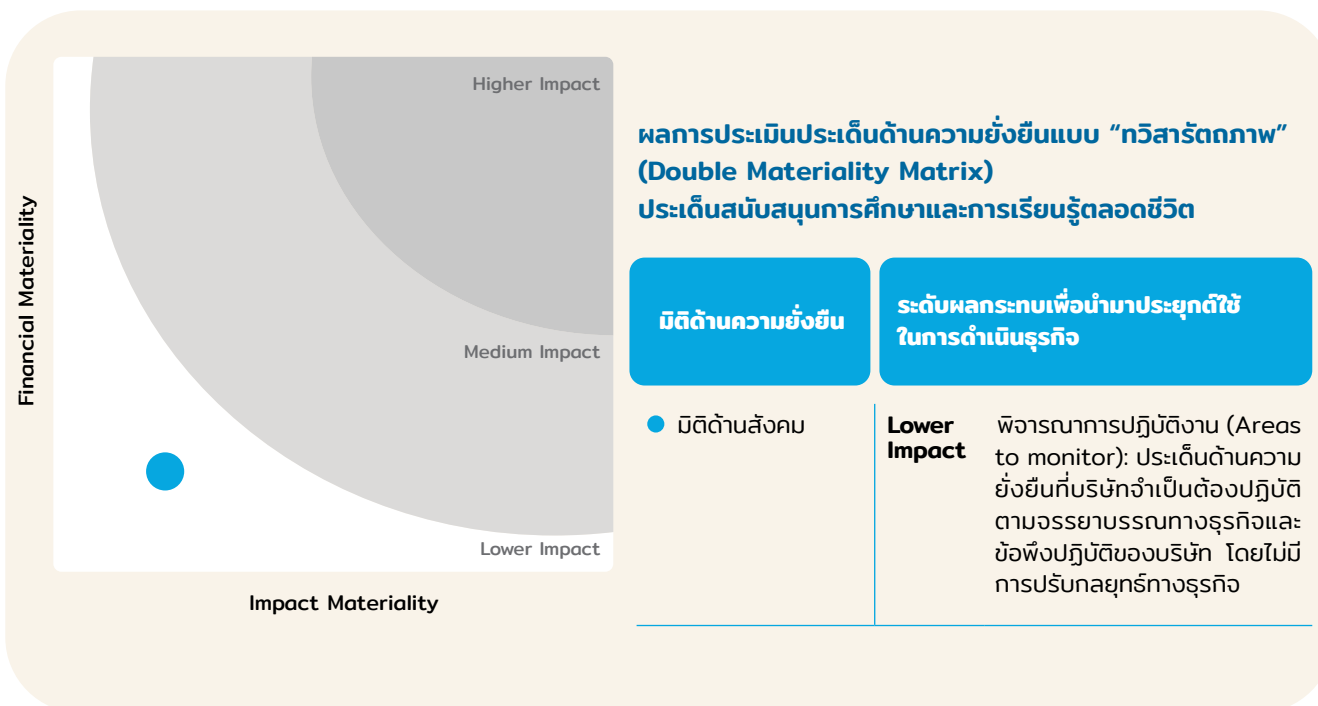
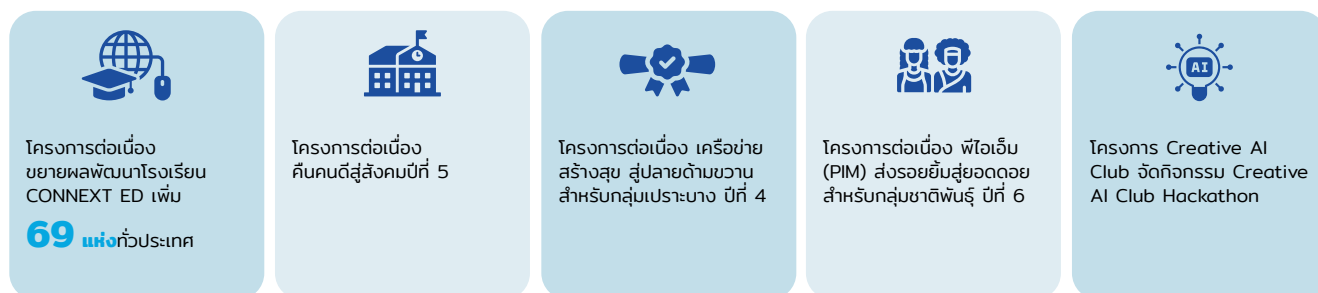
ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: รายสะสม)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



ความเสี่ยงและโอกาส

ปี 2566 การเลิกจ้างงานในหลายอุตสาหกรรมทั่วโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากการชะลอตัวของเศรษฐกิจ รวมไปถึงตลาดแรงงานที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความก้าวหน้าทางธุรกิจตั้งอยู่บนโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม ซึ่งครอบคลุมถึงปัจจัยในการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐาน และความพร้อมต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้ก้าวหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี และการปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของโลก จึงเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นที่ต้องการอย่างมากในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน เพื่อเตรียมรับมือการเปลี่ยนแปลง และเพิ่มความสามารถในการล้มและลุก (Resilience) ในภาวะที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทมุ่งสนับสนุนส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตของพนักงาน พร้อมทั้งเปิดโอกาสทางสังคมให้แก่ชุมชน เด็ก และเยาวชน รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ได้เข้าทางการศึกษาขั้นพื้นฐานและการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างเท่าเทียมทั้งในระบบและนอกระบบผ่านโครงการทางการศึกษาของบริษัท

แนวทางการดำเนินงาน

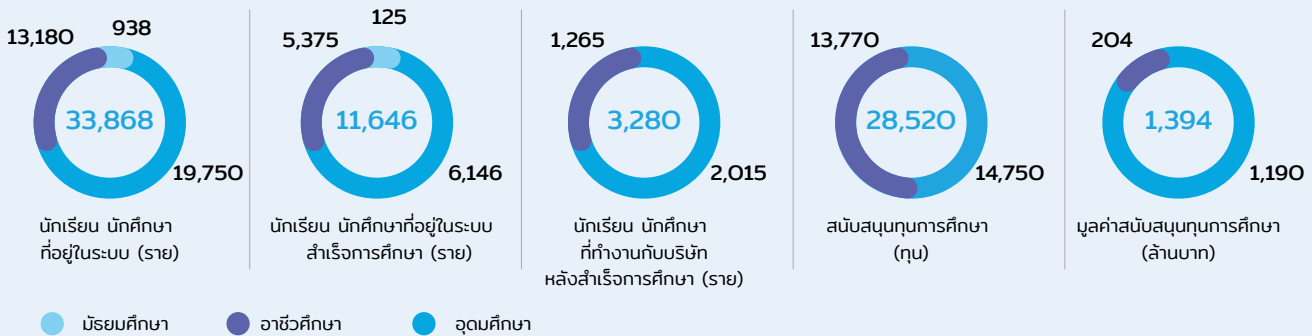
บริษัทมุ่งสนับสนุนโอกาสทางการศึกษาและและผลักดันให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยสนับสนุนให้พนักงานของบริษัท ชุมชน เด็ก รวมไปถึงเยาวชน ให้มีทักษะใหม่ สร้างทัศนคติที่ดี และมีความสามารถ ในการรับมือการเปลี่ยนแปลงใหม่ได้ตลอดเวลา บริษัทร่วมมือกับหน่วยงานหลายภาคส่วนจัดตั้งสถาบันการศึกษา และส่งมอบองค์ความรู้ในรูปแบบการเรียนรู้จากในห้องเรียนควบคู่กับการปฏิบัติงานจริง พร้อมทั้งปรับรูปแบบการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไปของโลก เช่น การเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ การปรับพื้นที่สถานศึกษาตามมาตรฐานด้านความปลอดภัย เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังมอบทุนการศึกษาภายใต้เส้นทางการพัฒนาอาชีพอย่างยั่งยืนตั้งแต่ปี 2538 เพื่อสร้างโอกาสทางอาชีพ สร้างรายได้ และพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับบุคลากร เยาวชน ชุมชน และคนในสังคม

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [เรื่อง "การสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้แก่พนักงาน" ในบท "การพัฒนาทุนมนุษย์"](#)

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

ส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ



พัฒนาทักษะที่จำเป็นในการประกอบอาชีพ

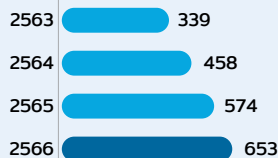
เด็ก เยาวชน กลุ่มเปราะบาง ที่ได้รับการพัฒนาทักษะอาชีพ **54,243 ราย**

ร้อยละ 28.16 ของนักศึกษาจากวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ได้รับโอกาสเข้าร่วมทำงานกับบริษัท

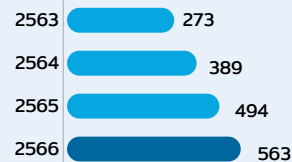
นักศึกษา **6 ราย** ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันปัญญาภิวัฒน์ ได้รับโอกาสพิเศษในการเข้าร่วมเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven ประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner: SBP)

สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต ภายใต้โครงการ "สานอนาคตการศึกษา (CONNEXT ED)"

โรงเรียน CONNEX ED ที่บริษัทร่วมดูแล (จำนวนสะสม)



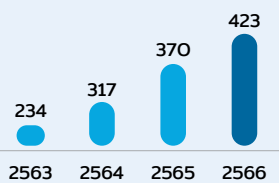
โรงเรียนพระราชวัง ที่บริษัทร่วมพัฒนา (จำนวนสะสม)



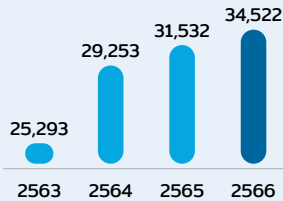
จิตอาสาเพื่อการพัฒนา (School Partner Volunteers)



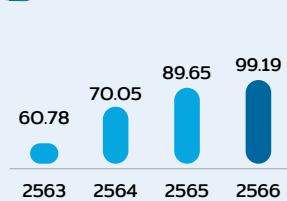
จำนวนจิตอาสา
(รายสัปดาห์)



ชั่วโมงจิตอาสาเพื่อการพัฒนา
การศึกษาที่ยั่งยืน (ชั่วโมงสะสม)



งบประมาณสนับสนุน
ในการพัฒนาโรงเรียน (ล้านบาทสะสม)



โปรแกรมส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ

บริษัทดำเนินงานด้านการศึกษาเพื่อสังคมมาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 16 ปี ผ่านการจัดตั้งสถาบันการศึกษา และก่อตั้งสถาบันที่เปิดโอกาสให้เยาวชนสามารถเข้าถึงการศึกษาได้ผ่านระบบออนไลน์ (VDO Conference) ได้แก่

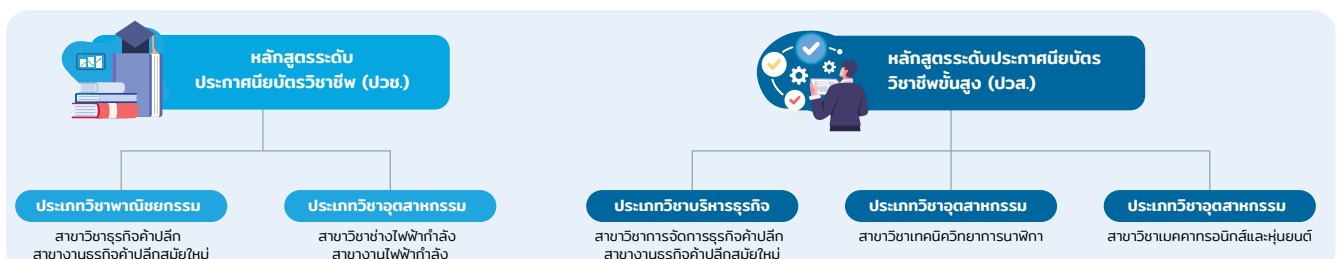
- 1) วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) เปิดโอกาสทางการศึกษาระดับอาชีวศึกษา
- 2) สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ที่มอบโอกาสต่อยอดทางการศึกษาให้แก่เยาวชนในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก
- 3) โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม) ครอบคลุมระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย
- 4)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

นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ โดยมอบโอกาสทางการศึกษาเป็นทุนสนับสนุนนักเรียนไทย ตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาถึงระดับอุดมศึกษาเป็นประจำทุกปี โดยในปี 2566 มีการสนับสนุนสถาบันการศึกษาและการมอบทุนการศึกษา ดังนี้



1.1 วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT)

บริษัทจัดตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) เปิดโอกาสทางการศึกษาด้านวิชาชีพในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สำหรับนักเรียนที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ให้ความรู้ภาคทฤษฎีตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการ ควบคู่กับการปฏิบัติจริง (Work-Based Learning) อีกทั้งผู้เรียนสามารถเข้าฝึกงานแบบมีค่าตอบแทนที่ร้าน 7-Eleven ภายใต้ “มีทุนการศึกษา มีรายได้ระหว่างเรียน จบแล้วมีงานทำ” ซึ่งมีหลักสูตรการเรียนการสอนทั้งหมด 3 หลักสูตร ดังนี้



นอกจากนี้ บริษัทดำเนินงานศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ที่กระจายตามพื้นที่ชุมชนต่าง ๆ รวม 20 ศูนย์ และลงนามความร่วมมือกับสถานศึกษา อาชีวศึกษาเอกชน (สอศ.) และสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กว่า 180 แห่ง ในการเปิดสอนหลักสูตร ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก ปัจจุบันมีจำนวนนักเรียนในระบบกว่า 12,000 ราย พร้อมทั้งจัดทำกิจกรรม และโครงการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานองค์กร ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง บริการวิชาการวิชาชีพ ปีที่ 19

นักเรียน นักศึกษา สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก และสาขาไฟฟ้ากำลัง ดำเนินกิจกรรมจิตอาสา บริการวิชาการ และบริการวิชาชีพด้านธุรกิจค้าปลีก และด้านไฟฟ้าแก่ชุมชนและสังคม จังหวัดนนทบุรี โดยบูรณาการความรู้และประสบการณ์ของผู้เรียนในการเผยแพร่ความรู้ผ่านกิจกรรม ดังนี้



สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก

- การสอนทำบัญชีครัวเรือน
- การร่วมมือกันทำความสะอาดชุมชน
- การจัดการขยะจากโครงการอาชีพไรต์ถัง
- การให้ความรู้ผ่านสื่อออนไลน์เกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก
- การสร้างอาชีพชุมชน
- การสร้างชุมชนในการจัดทำแผนธุรกิจ



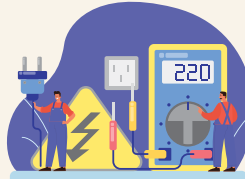
ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ผู้เรียน **1,624** ราย ที่เข้าร่วมโครงการ

ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจ **ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 85**

สร้างอาชีพ สร้างธุรกิจให้คนในชุมชน

สร้างองค์ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกให้ชุมชน



สาขาไฟฟ้ากำลัง

- งานไฟฟ้า งานซ่อมบำรุงอุปกรณ์
- การบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ
- การบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้า



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

141 ราย ที่เข้าร่วมโครงการ และรับบริการวิชาการวิชาชีพ

ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจ **ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 85**

เพิ่มทักษะสำหรับประกอบอาชีพให้นักเรียนของโครงการ

สร้างความรู้เพื่อการประกอบอาชีพ และช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านการบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้าให้ชุมชน

ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุที่อาจเกิด และการใช้ไฟฟ้าเกินความจำเป็นจากการขาดการบำรุงรักษาและความรู้พื้นฐานในงานไฟฟ้า

สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน

โครงการต่อเนื่อง คั้นคนดีสู่สังคม ปีที่ 5

ซีพี ออลล์ วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ ร่วมกับกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน และกระทรวงยุติธรรม สนับสนุนการแก้ไข บำบัด ฟื้นฟู และให้โอกาส ด้านการศึกษาแก่เด็กและเยาวชนทั่วประเทศที่เคยกระทำความผิด รวมถึงเด็กและเยาวชนภายใต้การดูแลของกรมกิจการเด็กและเยาวชน กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ได้ศึกษาต่อ ในหลักสูตรธุรกิจค้าปลีก และหลักสูตรการจัดการธุรกิจค้าปลีก ในรูปแบบทวิภาคี โดยเรียนภาคทฤษฎีที่สถานศึกษา สลับกับการฝึกอาชีพที่ร้าน 7-Eleven เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 3 เดือน พร้อมได้รับรายได้ระหว่างเรียนและเป็นหลักประกันการมีงานทำ หลังจากสำเร็จการศึกษาฝึกอบรมอาชีพ อีกทั้งยังมีการสนับสนุน อุปกรณ์และเครื่องคอมพิวเตอร์ให้กับสถานสงเคราะห์เด็กหญิง อุดรธานี สถานสงเคราะห์เด็กชายบ้านราชสีมา นครราชสีมา ในสังกัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และโรงเรียนวัดสันติการามวิทยา ในพระบรมราชานุเคราะห์ ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

เด็กและเยาวชนเข้าร่วมโครงการ **765** ราย

มอบทุนการศึกษา **99** ทุน

มูลค่าการสนับสนุน **4.68** ล้านบาท

สนับสนุนอุปกรณ์และคอมพิวเตอร์ **15** ชุด

มูลค่าการสนับสนุนอุปกรณ์และคอมพิวเตอร์

75,000 บาท

โครงการต่อเนื่อง Business for Young Program

เพื่อส่งเสริมและสร้างความเข้าใจให้กับเยาวชนในการเลือกเรียนและเข้าทำงานในสายอาชีพทางด้านธุรกิจค้าปลีก ของศูนย์การเรียนรู้ปัญญาก้าวทันทั้ง 20 แห่ง สำหรับเป็นทางเลือกในการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียน โดยจัดกิจกรรมแบบ Learn and Play และจัด Workshop เข้าฐานการเรียนรู้เกี่ยวกับสายอาชีพด้านธุรกิจค้าปลีก 5 หัวข้อ ได้แก่ ฐานที่ 1 มาตรฐานการให้บริการ ฐานที่ 2 บุคลิกภาพกับการให้บริการ ฐานที่ 3 การบัญชีเบื้องต้น ฐานที่ 4 การจัดแสดงสินค้า หรือการตัดเรียงสินค้า ฐานที่ 5 การออกแบบโลโก้และผลิตภัณฑ์ รวมถึงการศึกษาดูงานร้านค้าปลีก และมีการจัดรูปแบบออนไลน์ เพื่อสร้างความเข้าใจ และสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการศึกษาต่อในสายอาชีพ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับสายอาชีพด้านธุรกิจค้าปลีกมากขึ้น

โครงการต่อเนื่อง อาชีวไร้ถัง ปีที่ 3

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ดำเนินโครงการอาชีวไร้ถังเพื่อปลูกฝังสร้างจิตสำนึก บ่มเพาะนักเรียน นักศึกษา ในวิทยาลัยฯ ให้มีส่วนร่วมในการจัดการขยะในชีวิตประจำวันตั้งแต่ต้นทาง ลดและเลิกการใช้สิ่งที่กำลังจะกลายมาเป็นขยะภายในวิทยาลัยฯ จัดกิจกรรมการคัดแยกวัสดุ ธนาคารคืมค่า ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้ความเข้าใจในการจัดการขยะในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ ลดการใช้ (Reduce) การนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) และรีไซเคิล (Recycle) ตั้งแต่ ปี 2564 ต่อเนื่องถึงปี 2566 และขยายเครือข่ายการดำเนินงานอาชีวไร้ถัง ให้ความรู้การจัดการขยะ แนวทางการดำเนินงาน และสนับสนุนอุปกรณ์ โดยในปีการศึกษา 2566 มีสถานศึกษาที่เข้าร่วมโครงการอาชีวไร้ถังจำนวน 30 แห่ง ได้แก่ วิทยาลัยอาชีวศึกษา



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

นักเรียนและเยาวชนเข้าร่วมโครงการ

4,242 ราย

สถานศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ

76 แห่ง

เพิ่มโอกาสทางการศึกษาให้แก่นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

ช่วยลดความเสี่ยงในการไม่เข้าใจระบบการเรียนการสอนระบบทวิภาคี

ผู้เข้าร่วมโครงการมีแรงบันดาลใจในการศึกษาต่อสายอาชีพ

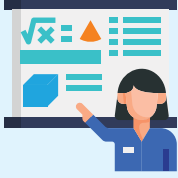


จำนวน 4 วิทยาลัย โรงเรียนมัธยมศึกษา จำนวน 16 โรงเรียน และศูนย์การเรียนรู้ปัญญาก้าวทัน กรุงเทพฯ จำนวน 10 ศูนย์การเรียนรู้รวมผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 1,881 ราย

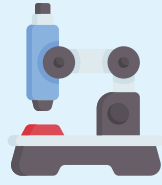


1.2 สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม: PIM)

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) สถาบันสำหรับนักเรียนที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีวศึกษา หรือเทียบเท่า เพื่อส่งมอบโอกาสศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี และสามารถต่อยอดไปยังปริญญาโทและปริญญาเอก ผ่านระบบการเรียน Work-based Education (WBE) ภายใต้จุดแข็ง 3 ด้าน ในการเชื่อมโยงความรู้ทางทฤษฎีเข้ากับภาคปฏิบัติแก่นักศึกษา ดังนี้



ความรู้เชิงวิชาการจากอาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญ และกรณีศึกษา ผ่านความร่วมมือที่มีเครือข่าย อยู่ทั่วโลก ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ภายในประเทศและ ต่างประเทศ



ประสบการณ์การทำงาน โดยตรงจากบริษัทในเครือ และพันธมิตรทางธุรกิจ ที่ สอดประสานไปกับการเป็น Corporate University หรือ มหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจ ไปพร้อมกับการเป็น Network University



การพัฒนาองค์ความรู้ของ อาจารย์และนักศึกษา โดยใช้ โจทย์จริงในองค์กรกลับมาสู่ การเรียนการสอนในห้องเรียน เพื่อให้พร้อมนำไปใช้ในทาง ปฏิบัติโดยตรง และอาจเกิดเป็น ผลงานนวัตกรรมที่มีประโยชน์ ต่อองค์กร

โครงการต่อเนื่อง เครื่องข่ายสร้างสุข สู่ปลายด้ามขวาน ปีที่ 4

บริษัทตระหนักถึงเหตุการณ์ความรุนแรงใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ส่งผลให้คนในพื้นที่ไม่สามารถประกอบอาชีพได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้มี รายได้ลดลง ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ ขาดโอกาสทางการศึกษา ซีพี ออลล์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) และศูนย์อำนวยความสะดวก จังหวัดชายแดนภาคใต้ ร่วมมือกันขยายโอกาสทางการศึกษาในระดับ อุดมศึกษาให้กับเยาวชนในพื้นที่ โดยมอบทุนการศึกษา และสนับสนุน ค่าครองชีพและค่าที่พักระหว่างเรียน 4,500 บาทต่อเดือน และมีรายได้ ระหว่างฝึกงาน 10,500 บาทต่อเดือน นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้ นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษากลับไปประกอบอาชีพในพื้นที่บ้านเกิดของ ตัวเอง กระตุ้นการจ้างงานและเกิดการหมุนเวียนของเศรษฐกิจในพื้นที่ ยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตให้กับชุมชน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

มอบทุนการศึกษา **2,270 ทุน**
คิดเป็นมูลค่า **544.80 ล้านบาท**

นักศึกษาในโครงการสำเร็จการศึกษาแล้ว

10 รุ่น จำนวน **510 ราย**

นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำ **ร้อยละ 100**

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

หลังจากสำเร็จการศึกษา

สร้างผู้ประกอบการชุมชน **34 ราย**

โครงการต่อเนื่อง พีไอเอ็ม (PIM) ส่งรอยยิ้มสู่ยอดดอย ปีที่ 6

ซีพี ออลล์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ศูนย์เทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค: NECTEC) และ บริษัท ซ้อยส์มิสโตร จำกัด ร่วมกัน มอบทุนการศึกษาในระดับ อุดมศึกษาให้กับเยาวชนกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน อีกทั้งจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในรูปแบบการเรียนรู้จาก ประสบการณ์จริง ที่มุ่งเน้นสร้างทักษะ (Work-based Education: WBE) ด้านนวัตกรรม พัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มี เอกลักษณะ ให้สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนด้วยระบบการศึกษา ทางไกล (Distance Learning) และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง ครูกับนักเรียน (Teacher-student Relationship)



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

มอบทุนการศึกษา **258 ทุน**
คิดเป็นมูลค่า **61.92 ล้านบาท**

นักศึกษาในโครงการสำเร็จการศึกษาแล้ว

5 รุ่น จำนวน **136 ราย**

นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำ **ร้อยละ 100**

นักศึกษามีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย **13,000 บาท**
สูงกว่ารายได้เฉลี่ยของประชากรจังหวัดแม่ฮ่องสอน
ร้อยละ 62.58

สร้างผู้ประกอบการชุมชน **21 ราย**

กองทุนเพื่อชีวิตแห่งการเรียนรู้

การจัดการปัญหาวิวัฒน์ (PIM) จัดตั้ง “กองทุนเพื่อชีวิตแห่งการเรียนรู้” หรือ PIM SMART เพื่อสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งเป็นทุนที่ไม่มีข้อผูกมัดใด ๆ ปัจจุบันมีบัณฑิตจากกองทุน **1,200 ราย** ช่วยเหลือนักศึกษาแล้ว **2,061 คน** คิดเป็นมูลค่า **42.19 ล้านบาท**



1.3 โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)

บริษัทจัดตั้งโรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม) เพื่อมอบโอกาสการศึกษาให้แก่เยาวชนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ผ่านการเรียนรู้แบบ Active learning ส่งเสริมการเรียนรู้ตามความสนใจและความถนัดเฉพาะทางของผู้เรียน โดยมีการเรียน การสอนเป็นภาษาอังกฤษใน 3 วิชาหลัก ได้แก่ คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และภาษาอังกฤษ รวมถึงมีการสอนภาษาจีนเป็นภาษาที่ 3 เพิ่มเติม ตลอดจนสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมต่อการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพในรูปแบบ Digital Class Room พร้อมทั้งปลูกฝังคุณธรรม ความรับผิดชอบ และความมีวินัย เพื่อพัฒนาเยาวชนให้เป็นคนเก่งและคนดีในสังคม ปัจจุบันมีนักเรียนกว่า 938 ราย และสำเร็จการศึกษาแล้ว 1 รุ่น 125 ราย



1.4 การมอบโอกาสทางการศึกษา

บริษัทสนับสนุนการศึกษาพัฒนาเยาวชน ภายใต้กลยุทธ์ด้านสังคม “7 Go Together” โดยให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียนไทยระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ระดับอาชีวศึกษา (ปวช. และ ปวส.) และระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรีขึ้นไป) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 15 โดยในปี 2566 บริษัทได้สนับสนุนทุนการศึกษาไปแล้วทั้งสิ้น 28,520 ทุน คิดเป็นมูลค่า 1,394 ล้านบาท และมีผู้สำเร็จการศึกษาทุกหลักสูตรทั้งสิ้น 11,646 ราย

นอกจากนี้ บริษัทยังให้โอกาสแก่นักศึกษา โดยให้ทุนเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในกลุ่มสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ และโอกาสในการเข้าทำงานกับบริษัท โดยผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับอาชีวศึกษาสามารถเข้าทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการ และผู้ที่จบการศึกษาในระดับอุดมศึกษาสามารถเข้าทำงานในตำแหน่งผู้จัดการร้าน 7-Eleven ได้ทันที อีกทั้งยังมีโอกาสในการร่วมลงทุนเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven (Store Business Partner: SBP) ซึ่งในปีการศึกษานี้มีจำนวนบัณฑิตที่จบการศึกษาเข้าร่วมงานกับบริษัท จำนวน 3,286 ราย

โปรแกรมสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)

การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เป็นการดำเนินงานของบริษัทที่ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านสถาบันการศึกษา นอกเหนือจากองค์ความรู้พื้นฐาน บริษัทมุ่งผลักดันความสามารถและความสนใจเฉพาะทาง รวมถึงเติมเต็มทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต ให้เยาวชน ชุมชน และบุคลากรของบริษัทสามารถตอบสนองต่อความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ โดยในปี 2566 มีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง สาขอนาครการศึกษา CONNEXT ED เฟส 5

โครงการสาขอนาครการศึกษา CONNEXT ED ดำเนินการภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ 5 ด้าน ผนวกกับกรอบความยั่งยืนในการสร้างโรงเรียนที่พึ่งพาตนเองได้ ให้โรงเรียนและชุมชนมีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ให้โรงเรียนและโครงการของโรงเรียนเดินหน้าต่อไปได้สามารถสร้างรายได้ในระยะยาว มีการบูรณาการความรู้ 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ สร้างกระบวนการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบที่ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติจริง (Active Learning) โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) ในการเรียนรู้ รวมถึงพัฒนาสู่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) ให้เกิดขึ้นกับทั้งผู้เรียนในและนอกระบบการศึกษา โดยในปีการศึกษา 2566 บริษัทยังดำเนินโครงการต่อเนื่องในเฟส 5 พัฒนาโรงเรียนเพิ่มเติม 69 โรงเรียน สนับสนุนงบประมาณ องค์ความรู้ อุปกรณ์การศึกษา

วัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็น พร้อมทั้งส่งบุคลากรของบริษัทที่ผ่านการพัฒนาทักษะและมีจิตสาธารณะเข้าไปเป็นผู้นำรุ่นใหม่ (School Partner) เพื่อเป็นคู่คิดช่วยเหลือโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาและแก้ไขปัญหายของโรงเรียนในบริษัทที่แตกต่างกัน ผ่านการดำเนินโครงการย่อยต่าง ๆ กว่า 100 โครงการ รวมถึงเปิดโอกาสทางการศึกษาเพื่อยกระดับความรู้ให้เหมาะสมกับครูและนักเรียน พร้อมขยายผลโมเดลความสำเร็จของโรงเรียนต้นแบบสู่โรงเรียนอื่น ๆ ในปี 2566 บริษัทยังคงต่อยอดสนับสนุนงบประมาณให้โรงเรียนที่ดำเนินโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถพัฒนาขึ้นมาจนเป็นโรงเรียนต้นแบบใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ 1. ด้านไอซีทีและวิชาการ 2. ด้านวิชาชีพ 3. ด้านการเกษตร 4. ด้านสิ่งแวดล้อม มีโรงเรียนต้นแบบที่เป็นโมเดลในการส่งมอบโอกาสดี ๆ ให้แก่โรงเรียนต่าง ๆ อาทิ



ด้านไอซีที และวิชาการ

โครงการต่อเนื่อง “ห้องปฏิบัติการปัญญาประดิษฐ์ (AI Lab)” โรงเรียนบ้านหนองแสงโคกน้อย จังหวัดขอนแก่น



“ศูนย์การเรียนรู้ การจัดการเกษตรทันสมัย Water Smart Model” โรงเรียนชุมชนบ้าน ทะเลทรัพย์ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร



พัฒนาหลักสูตรด้านเทคโนโลยีวิทยาการสมัยใหม่ทั้งหุ่นยนต์หรือ Robotics, AI (Artificial Intelligence Lab) และ IoT (Internet of Things) อย่างง่าย ส่งผลให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงาน อาทิ เครื่องจ่ายเจลล้างมืออัตโนมัติ ราวตากผ้าอัตโนมัติ ถังขยะอัจฉริยะ ซึ่งเป็นผลงานที่สามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน

ใช้เทคโนโลยี IoT (Internet Of Thing) Cloud Computing และ Big Data มาปรับประยุกต์ใช้กับเครื่องมือควบคุมระบบน้ำอัจฉริยะ ตามปัจจัยความชื้น อุณหภูมิ แสงสว่าง ในการปล่อยน้ำรดน้ำต้นไม้ ในแปลงพื้นที่เกษตรต่าง ๆ สามารถนำไปจำหน่าย ให้บริการแก่ชุมชนโดยรอบ

ผลลัพธ์

- ช่วยให้เกิดเกษตรกรลดค่าใช้จ่าย เพิ่มรายได้ เพิ่มผลผลิตอย่างได้ผล
- เสริมทักษะด้านเทคโนโลยีเพื่ออาชีพแห่งอนาคตให้กับเด็ก ๆ
- สร้างรายได้จากการขายชุดควบคุมระบบน้ำอัจฉริยะ ปัจจุบันมีคำสั่งซื้อเข้ามายังโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง



ด้านอาชีพ

โครงการต่อเนื่อง “ร้านกาแฟสร้างอาชีพ” โรงเรียนโสตศึกษา จังหวัดนนทบุรี และ โรงเรียนบ้านนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์



ส่งเสริมการลงมือปฏิบัติจริงและการสร้างอาชีพของนักเรียนและชุมชน โดยใช้ทักษะที่จำเป็น อย่าง 3R8C มาใช้สร้างร้านกาแฟ



ด้านอาชีพ

โครงการต่อเนื่อง “ท่องโลกกล้วย” โรงเรียนวัดชมพูประดิษฐ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช



นำปาล์มกล้วยมาแปรรูป และบูรณาการเข้ากับกลุ่มสาระการเรียนรู้ทั้ง 8 กลุ่มสาระ ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้สามารถเลี้ยงชีพคนในชุมชน โดยร่วมกับ ราษฎรหมู่บ้านและคนในชุมชนร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์จากปาล์มกล้วย เป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่า เช่น เชือกกล้วยหิ้วด้วยกาแป่ ถาดใส่อาหารจาก ใบตอง กระถางต้นไม้จากใยกล้วย เป็นต้น พร้อมเสริมทักษะการค้าขายต้นทุน ผลผลิต การคิดราคาจำหน่าย การใช้สื่อออนไลน์ในการขายสินค้า สร้างอาชีพ และรายได้กลับคืนสู่ชุมชน

ธุรกิจท่องเที่ยว Happy School โรงเรียนบ้านเขาเต่า อำเภอเมือง จังหวัดพังงา



จากพื้นที่รกร้าง ภูเขาชันรกเป็นแหล่งเลี้ยงวัวของชาวบ้าน โรงเรียนได้รับ งบประมาณสนับสนุนจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอินทรีย์แห่งใหม่ของจังหวัดพังงา ในชื่อ “อุทยานการเรียนรู้ Happy School” ซึ่งประกอบไปด้วย แปลงเกษตร พืชผักสวนครัว ห้องเรียนธรรมชาติในดงกล้วย จุดเช็คอินอาคารเรียนศิลปะ โคลโลเนียล (Colonial Style) ร้านกาแฟ Happy School แปลงผักปลอดสารพิษ และจุดเช็คอินที่เป็นแลนด์มาร์คต่าง ๆ ภายในพื้นที่

ผลลัพธ์

- สร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวให้กับโรงเรียนหลักแสนบาท
- สร้างหลักสูตรท้องถิ่นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การเกษตร การนำเที่ยวให้แก่ชุมชน
- เสริมทักษะวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวให้แก่เด็กนักเรียน

โครงการมหัศจรรย์ผ้าทอมือ ชนเผ่าปะกาเกอญอ โรงเรียนบ้านแม่ยางห้า อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่



ยกระดับ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอมือชนเผ่าชาวเขาปะกาเกอญอ หรือ ชนเผ่า กะเหรี่ยง ซึ่งเป็นมรดกตกทอดทางภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น เป็นงานศิลปะที่แฝงไว้ ด้วยวัฒนธรรมประเพณี ถือเป็นมรดกอันทรงคุณค่า โดย บูรณาการองค์ความรู้ จากงานหัตถศิลป์สู่ความรู้เชิงวิชาการตามหลักสูตรแกนกลาง เพื่อเปิดมุมมอง กระตุ้นให้เด็กนักเรียนเห็นความสำคัญของผ้าทอพื้นเมือง การเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีอันทรงคุณค่า การเตรียมเส้นใยผ้า การน้อมนยผ้า การขึ้นโครง การทอ การปักลาย การแปรรูป จนกระทั่งถึงการจัดจำหน่าย

โครงการต่อเนื่อง “ศูนย์การเรียนรู้ ข้าวหอมมะลิสีฟ้าพันธุ์ Smart Farmer ภายใต้อาณาเขต Smart Farmer โรงเรียนบ้านโคกมะเมี้ยน จังหวัดสุรินทร์



สอดแทรกเนื้อหา Smart Farmer เข้าไปในการเรียนการสอนทุกรายวิชา ให้นักเรียนและคนในชุมชนมีความเข้าใจภาคเกษตรกรรมในทุกมิติ ได้แก่ การบริหารจัดการ ด้านธุรกิจ และด้านเทคโนโลยี เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ ให้ภาคเกษตรกรรมของไทย พร้อมทั้งสร้างผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิสี ฟ้าให้โรงเรียนและชุมชนมีรายได้



ด้านเกษตร



ด้านเกษตร

โครงการ การสร้างนวัตกรรมเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร โรงเรียนบ้านศรีบุญเรือง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่



สร้างนวัตกรรมเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร สร้างงาน สร้างอาชีพให้กับเด็กนักเรียน

- การนำเทคโนโลยี IoT หรือ Internet of Things มากำหนดการควบคุม อุณหภูมิ ความชื้น และระบบน้ำ ช่วยเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร อาทิ ถั่วงอก
- ขยะไร้คนเก็บ เครื่องเก็บขยะและใบไม้อัตโนมัติ เพื่อรองรับภารกิจ การจัดการเศษใบไม้ร่วงภายในโรงเรียน สถานที่ราชการ หมู่บ้านจัดสรร บ้านเรือนต่าง ๆ ก่อนนำไปกำจัดทิ้งผ่านวิธีการย่อยสลายตามธรรมชาติ ลดคน ลดเวลา แต่เพิ่มอรรถประโยชน์ได้เป็นอย่างดี
- CubicHydroponicFarm พักไฮโดรโพนิกส์ หรือผักไร้ดิน จากการแก้ปัญหาเรื่องแหล่งปลูกที่มีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ เรื่องสภาพดินในอดีต ผ่านระบบ CubicFarm โดยจัดทำรางปลูก 40 รางปลูก แขนงบนระบบ สายพานโซ่ เคลื่อนตัวแบบซิงโครไนซ์ ผ่านระบบไฟแสงสว่าง มีระบบ วาล์วปล่อยน้ำที่ผักใช้แล้วทิ้งโดยอัตโนมัติ และเติมน้ำพร้อมธาตุอาหาร ใหม่เข้าไปในรางปลูกอีกครั้ง ก่อนเคลื่อนตัวเพื่อรับแสงตามวงจรที่กำหนด ด้วยระบบอัตโนมัติ IoT (Internet of Things)

โครงการผักอะควาโพนิกส์ โรงเรียนวัดบ้านอ้อ อำเภอผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



โครงการปลูกผักไร้ดินด้วยระบบ อะควาโพนิกส์ Aquaponics โดยใช้หลักปฏิกิริยาอินทรีย์ที่ได้จากมูลปลาที่ผสมในบ่อเลี้ยงปลาทับทิม ผ่านบ่อเติมแร่ธาตุจากหินภูเขาไฟ เข้าไปหล่อเลี้ยงผักที่นำมาจากแปลงเพาะเมล็ดเรียบร้อยแล้ว ดูดกับแร่ธาตุและสารอาหารจากธรรมชาติ (มูลปลา) จนเติบโตได้ขนาด แล้วตัดนำไปบริโภคในโครงการอาหารกลางวัน ผลผลิตส่วนเกินนำไปจำหน่ายสร้างรายได้ เสริมอาชีพ และแนวคิดให้กับนักเรียน น้ำที่ใช้แล้วจะถูกปล่อยออกไปยังบ่อน้ำบาด ผ่านกระบวนการกรอง 3 ชั้นกรองหยาบ กรองละเอียด ไปจนถึงการใช้โอโซนปรับสภาพน้ำจนสะอาด เหมาะสมแล้วดูดกลับเข้าไปเลี้ยงปลาใหม่อีกครั้ง ทำให้รูปแบบการปลูกผักไร้ดินแบบนี้ได้ทั้งผลผลิตผักสด และปลาควบคู่กันไป ดำเนินการในระบบโรงเรือนปิด มีการปรับอุณหภูมิ ความชื้น ให้เหมาะสม ใกล้เคียงกับผักเมืองหนาว ด้วยระบบไอระเหยผ่านรวงผึ้งกระดาษ (Evaporation) ทำให้มีอุณหภูมิเฉลี่ยเพียง 25 องศาเซลเซียส โดยระบบทั้งหมดใช้แผงโซลาร์เซลล์ในการผลิตกระแสไฟฟ้าป้อนโครงการ

ผลลัพธ์



- สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าให้กับโรงเรียนได้มากถึงร้อยละ 50
- ช่วยเสริมอาชีพ สร้างรายได้จากผลผลิตส่วนเกิน ภายใต้แนวคิด เศรษฐกิจเกษตรหมุนเวียนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ส่งเสริมการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยอย่างยั่งยืนให้กับโรงเรียน
- เพิ่มคุณภาพของผลผลิต ผักสวย ใบใหญ่ นำรับประทานยิ่งขึ้น

โครงการต่อเนื่อง “หูหิ้วถ้วยกาแฟ เส้นกาสายใยรักทั่วโลก” โรงเรียนวัดประดู่หอม (สุขประชาสรรค์) จังหวัดพัทลุง



เพิ่มมูลค่าและต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้กับ “ต้นกก” และ “กระจูด” ซึ่งเป็นพืชท้องถิ่น ซึ่งสามารถสร้างรายได้กลับคืนสู่ชุมชน เช่น หลักสูตร “หูหิ้วถ้วยกาแฟ เส้นกาสายใยรักทั่วโลก” โดยนำเทคนิคฝีมือด้าน หัตถกรรมมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสายหูหิ้วถ้วยกาแฟ เป็นต้น โดยบริษัท สนับสนุนงบประมาณในโครงการ พร้อมทั้งสนับสนุนผลิตภัณฑ์มาใช้กับ ออลส์ คาเฟ่ (All Café) ในร้าน 7-Eleven สาขาในพื้นที่ท้องถิ่น ซึ่งปัจจุบันอยู่ในระยะทดลองและพิจารณาย้ายผลไปยังร้าน 7-Eleven ที่มีบริการกาแฟและเครื่องดื่มจาก ออลส์ คาเฟ่ (All Café) ในเขตพื้นที่อื่น



ด้านสิ่งแวดล้อม



ด้าน
สิ่งแวดล้อม

“ศูนย์เพาะพันธุ์กล้วยไม้ และร้านต้นกล้ากาแฟ” โรงเรียนบ้านมาบพิททอง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี



“ทับสะแก กรีนคาเฟ่ รักชโลม” โรงเรียนอนุบาลทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



พัฒนาและต่อยอดแนวคิด “เศรษฐกิจสีเขียว” หรือ “Green Economy” ให้เกิดขึ้นภายในโรงเรียน ทำหน้าที่ในการเพาะ อนุบาลกล้วยไม้ เพื่อส่งต่อไปปลูกยังโครงการต่าง ๆ พร้อมทั้งบูรณาการองค์ความรู้จากการเพาะกล้วยไม้เป็นหลักสู่โครงการอื่น ๆ ปลูกฝังให้เด็ก ๆ ได้เห็นคุณค่าและความสำคัญของต้นไม้ ป่าไม้ ธรรมชาติ รวมถึงใช้ความเชี่ยวชาญของกลุ่มของแปลงเพาะกล้วยไม้เป็นอีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอบางละมุง โดยเฉพาะคนที่มาเที่ยววัดญาณสังวราราม ให้แวะมาอุดหนุนร้านกาแฟในชื่อว่า “ต้นกล้ากาแฟ” ที่ปลูกฝังเสริมสร้างวิชาชีพ การบริหารจัดการร้านกาแฟให้กับเด็กได้อีกทางหนึ่ง จึงนับเป็นการริเริ่ม และยังประโยชน์ต่อการจัดการเรียนรู้ การเรียนการสอน การปลูกฝังวิชาชีพ การปลูกฝังทักษะชีวิตไปในขณะเดียวกัน

ต่อยอดความสำเร็จโรงเรียนด้านการจัดการขยะ สู่การสร้างร้านกาแฟ กรีนดีไซน์จากวัสดุรีไซเคิล-อัปไซเคิล ภายใต้แนวคิดด้านสิ่งแวดล้อม (Green Concept) 5 ด้าน ได้แก่

- 1. Green Design** การออกแบบร้านให้สอดคล้องกับสภาพภูมิประเทศ ให้ลมโกรกผ่านประตูหน้าต่างได้ตลอดทั้งปีโดยไม่ต้องใช้เครื่องปรับอากาศ พร้อมทั้งดีไซน์ประตูหน้าต่างเปิดมุมมองโดยรอบให้แสงสว่างส่องผ่านทั่วถึง ลดการใช้ไฟฟ้าแสงสว่างและใช้แสงจากธรรมชาติแทน
- 2. Green Material & Equipment** การเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล อาทิ หลังคาและกระเบื้องผนังทำจากการอัปไซเคิลลงบนมูเซทท์ เคาน์เตอร์วงเคื่องดื่มที่ปูด้วยแผ่นไม้อัปไซเคิลจากเยื่อกระดาษ ส่งผลกระทบต่อร้านทำจากวัสดุรีไซเคิล อัปไซเคิลมากกว่าร้อยละ 30 ขณะเดียวกันยังได้นำโต๊ะเก้าอี้จากกระดาษรีไซเคิล และโต๊ะเก้าอี้ที่อัปไซเคิลจากถุงนม มาใช้ในการตกแต่งร้าน อีกทั้งยังเลือกใช้อุปกรณ์ภายในร้านที่เป็นอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน ประหยัดไฟ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 3. Green Food Good Taste** ออกแบบเมนูที่ใส่ใจต่อสุขภาพ รสชาติดี มีประโยชน์ต่อร่างกาย และมีเอกลักษณ์จากท้องถิ่น เช่น การนำมะพร้าว ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มาทำเป็นเมนูช็อกโกแลตค็อกเทลเบเกอรี่และเครื่องดื่ม อาทิ ชีฟฟ่อนมะพร้าว บำปั่นมะพร้าว วาฟเฟิลมะพร้าว น้ำมะพร้าว กาแฟโคโค่นัทมิสค์
- 4. Green Packaging** เลือกใช้ภาชนะ อาทิ แก้ว จาน ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (Compostable) ไม่ใช่แค่สลายตัวได้ (Degradable) โดยนำภาชนะเหล่านี้บางส่วนจากโรงเรียน CONNEXT ED ที่ดำเนินการผลิตภาชนะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สายคล้องหูหิ้วแก้วกาแฟจากถักหลอดกระดาษ
- 5. Green People** เปิดทางให้นักเรียนที่มิใช่รักสิ่งแวดล้อม และผ่านหลักสูตรต้นกล้าไร่ถึง เข้ามามีโอกาสเรียนรู้ทักษะการบริหารร้านกาแฟที่ภาคภูมิใจ และปฏิบัติ พร้อมทั้งช่วยเป็นกระบอกเสียง ส่งเสริมให้ร้านกาแฟกลายเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านการจัดการขยะ เป็นทั้งสถานที่พักผ่อนอย่างมีไลฟ์สไตล์ และส่งเสริมองค์ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

สนับสนุนงบประมาณพัฒนาโรงเรียน CONNEXT ED สะสมจนถึง
เฟส 5 จำนวน **563 โรงเรียน**

มูลค่าการสนับสนุนงบประมาณพัฒนาโรงเรียน CONNEXT ED
99.19 ล้านบาท

จำนวนเด็ก เยาวชน และครูที่ได้รับการพัฒนาทักษะอาชีพ
146,628 ราย

ส่งเสริมให้นักเรียน ครู และชุมชน เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต

- หลักสุดท้องถิ่น **19 หลักสูตร**
และเกิดศูนย์การเรียนรู้ชุมชน **30 ศูนย์**

- สร้างโรงเรียนต้นแบบ หรือ School Model
จำนวน **13 โรงเรียน**
- โรงเรียนที่ดำเนินโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
หรือ Best Practice จำนวน **16 โรงเรียน**
- โรงเรียนในโครงการร่วมพัฒนา หรือ Partnership
School จำนวน **9 โรงเรียน**

สร้างรายได้อย่างยั่งยืนให้แก่ชุมชน

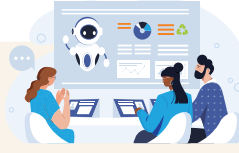
โครงการต่อเนื่อง Creative AI Camp และ Creative AI Club

บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมเยาวชนในทุกมิติ ทั้งในด้านการเพิ่มพูนทักษะความรู้ ด้านเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ด้านธุรกิจ รวมไปถึงด้านปรัชญาความคิด อีกทั้งสร้างเวทีให้เยาวชนได้แสดงศักยภาพในการสร้างสรรค์ผลงานด้าน AI เพื่อเป็นก้าวสำคัญในการสร้างทรัพยากรมนุษย์อย่างยั่งยืน ผ่านโครงการ Creative AI Camp (CAI Camp) และ Creative (CAI Club) โดยมี 3 วัตถุประสงค์ ดังนี้



New learning Space

สร้างพื้นที่การเรียนรู้ พร้อมอำนวยความสะดวกในการต่อยอดความรู้ด้าน AI



New Creative Community

สร้างชุมชนเพื่อแบ่งปันความรู้ สร้างสรรค์ผลงานด้าน AI และสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ของเยาวชนที่จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ในวันข้างหน้า



New Innovations & Solutions

สร้างนวัตกรรมและพัฒนาวิธีการแก้ไขปัญหาใหม่ ๆ โดยใช้ความรู้ด้าน AI จากสมาชิกในคลับ

ในปี 2566 บริษัทดำเนินโครงการค่าย Creative AI Camp ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 ภายใต้แนวคิด “AI as a Human Being ??? ” เพื่อให้ความรู้ไปพร้อม ๆ กับยกระดับทักษะ AI ให้เยาวชนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. ปวส. และอุดมศึกษาไม่เก็บปีที่ 2 โดยมุ่งเน้นทั้งการประยุกต์ใช้ AI ในเชิงธุรกิจ และสร้างทักษะเชิงลึกด้านเทคโนโลยีให้ตอบโจทย์ประเด็นต่าง ๆ ในสังคม และมีผลงานที่โดดเด่น ดังนี้

ผลงานที่โดดเด่นภายใต้โครงการค่าย Creative AI Camp



รางวัลชนะเลิศ: ผลงาน CONALYSIS (CO-NA-LY-SIS)

จากแนวคิดที่ว่า เมื่อร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ให้บริการลูกค้าเป็นจำนวนมาก จะส่งผลให้การบำรุงรักษาจำเป็นต้องมีเป็นจำนวนมากเช่นกัน จึงเกิดเป็นไอเดียการนำ AI มาประมวลผลจาวัดตุ (วัสดุ) และวิเคราะห์ปัญหาผ่านทางแคชเชอร์ “บุญช่วย” เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายโดยรวมในการซ่อมแซมและบำรุงรักษา เริ่มต้นที่พื้นที่และประตูของร้าน 7-Eleven ทุกสาขาในประเทศไทย **ซึ่งสามารถลดปัญหาการแจ้งวัสดุผิดพลาดได้มากกว่า 700 สายต่อปี และลดต้นทุนได้มากกว่า 700,000 บาทต่อปี**



รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1: ผลงาน AI FOR 7-ELEVEN'S PREVENTIVE MAINTENANCE TASK PHOTO INSPECTION VIA WEB

พัฒนาขึ้นจากปัญหาที่เจอและต้องการแก้ไข (Pain Point) ที่ว่า ปัจจุบันร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven มีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพน้ำโดยมนุษย์ ซึ่งอาจเกิดข้อผิดพลาดและใช้เวลานาน ดังนั้น จึงได้นำระบบการประมวลผลด้วยภาพ (Image Processing) มาใช้ในการตรวจสอบ เพื่อช่วยเพิ่มความแม่นยำและประสิทธิภาพ อีกทั้งได้รวมโซลูชัน AI นี้เข้ากับเว็บไซต์ เพื่อยกระดับแพลตฟอร์มการตรวจสอบที่ความถูกต้องแม่นยำนี้ ให้มีความยืดหยุ่น สามารถเข้าถึงได้จากทุกที่ และรวดเร็วขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ



รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 : ผลงาน ALL FOR U

เป็นการพัฒนา AI เพื่อวิเคราะห์ลูกค้าของร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ให้เป็นเสมือนผู้ช่วยส่วนบุคคล ช่วยแนะนำรายการที่ตรงกับความต้องการ หรือ ความจำเป็นในการใช้ในช่วงเวลาที่เหมาะสม ให้กับกลุ่มเป้าหมายอย่างถูกต้อง ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมาย **มีส่วนร่วมในการซื้อมากขึ้น โดยเฉลี่ยขึ้นถึง 800,000 บิล หรือ 68 ล้านบาทต่อปี**



รางวัล The Best Innovation : ผลงาน SMART SUPPORT SYSTEM, AI-BOOSTED KNOWLEDGE HUB

เป็นการพัฒนา Knowledge Management (KM) Search by AI จากปัญหาที่เจ้าหน้าที่ Call Center ใช้เวลานานในการค้นหาข้อมูลเพื่อแก้ปัญหาให้กับลูกค้า ทางทีมจึงได้พัฒนา Voice Search แบบเรียลไทม์ (การค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ที่เราต้องการด้วยการใช้ 'คำสั่งเสียง' บน Search Engine) มาใช้ร่วมกับระบบ KM เดิม **ได้ความแม่นยำถึงร้อยละ 82 ทำให้ระยะเวลาที่ใช้ในการโทรลดลงกว่าปกติอย่างน้อย 35 วินาทีต่อครั้ง**

ในปี 2566 Creative AI Club ได้จัดกิจกรรม Creative AI Club Hackathon 2023 ซึ่งเป็นกิจกรรมจิตอาสา ที่ส่งเสริมให้เยาวชนกล้าคิด กล้าลงมือทำ สนับสนุนเยาวชนให้เติบโตขึ้น และร่วมส่งต่อความรู้ให้กับเยาวชนรุ่นต่อ ๆ ไปอย่างไม่สิ้นสุด โดยจัดเป็นการแข่งขันพัฒนา AI แบบมารารอน ให้กับเยาวชนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จุดมศึกษา (มหาวิทยาลัยชั้นปีที่ 1-2) ปวช. ปวส. ภายใต้แนวคิด “Spark the Pebbles” โดยดำเนินการร่วมกับการสนับสนุนจากหลายภาคส่วนทั้งภาคเอกชน ภาครัฐ สถาบันอุดมศึกษา และศิษย์เก่าจากโครงการ Creative AI Camp จากการจัดกิจกรรม เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการได้แสดงออกทางความคิดอย่างสร้างสรรค์โดยการนำ AI มาแก้ปัญหาที่เป็นเพียง ปัญหาเล็ก ๆ แต่สามารถส่งผลกระทบต่อในระยะยาว คณะกรรมการได้ร่วมพิจารณาแนวทางที่น่าเสนอ รวมถึงความเป็นไปได้ในการนำมาประยุกต์ ใช้ได้จริง โดยมีไอเดียที่น่าสนใจ อาทิ

ผลงานที่โดดเด่นภายใต้โครงการค่าย Creative AI Club



รางวัลชนะเลิศ: ทีม “ท่าหมัด จับ AI” กับผลงาน “I CAN SEE YOUR VOICE”

แอปพลิเคชันตรวจจับการปลอมแปลงเสียงเลียนแบบที่ถูกสร้างจาก AI สายดำ เพื่อป้องกันการถูกแอบอ้าง ด้วยเสียงที่ลอกเลียนลดปัญหาการถูกหลอกจากมิจฉาชีพ



รางวัลรองชนะเลิศ: ทีม “HackerMinute” กับผลงาน “MHOR TEXT”

แอปพลิเคชันที่ช่วยให้การทานยาเป็นเรื่องง่าย สำหรับผู้ป่วยที่มักหลงลืมให้ทานยาได้ครบและทันเวลามากขึ้น ลดโอกาสที่จะดื้อยา และลดความเสี่ยงที่จะไม่หายจากอาการเจ็บป่วย



รางวัลชมเชย: ทีม “Cool” กับผลงาน “LYSEN”

แอปพลิเคชันที่ช่วยในการตรวจจับคัดแยกลายเซ็นจริง กับลายเซ็นที่ถูกปลอมขึ้น



รางวัลชมเชย: ทีม “Fēngshui” กับผลงาน “FĒNG SHUĪ”

แอปพลิเคชันแนะนำการจัดบ้านตามหลักฮวงจุ้ย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

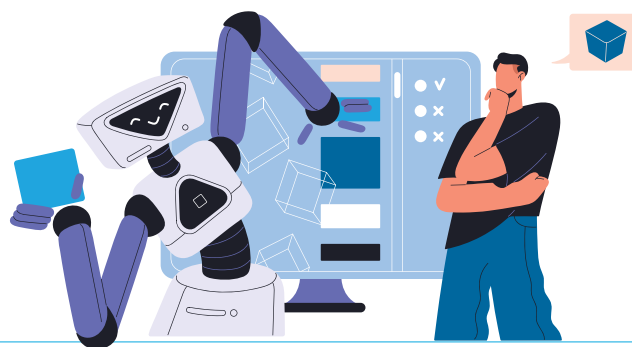
เยาวชนเข้าร่วมโครงการและได้รับการพัฒนาทักษะสะสมจำนวน **280 ราย**

มูลค่าการสนับสนุนงบประมาณกิจกรรม **3.6 ล้านบาท**

พัฒนาทักษะทั้งด้านเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ ความรู้ทางธุรกิจ รวมถึงปรัชญาชีวิตจากหมากล้อม

สร้างเครือข่ายของผู้มีความรู้ ความสามารถรุ่นใหม่ ๆ

เป็นศูนย์รวมทรัพยากรและความรู้ ในด้านเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์อีกด้วย



โครงการ เปิดโลกกว้าง สร้างรอยยิ้ม

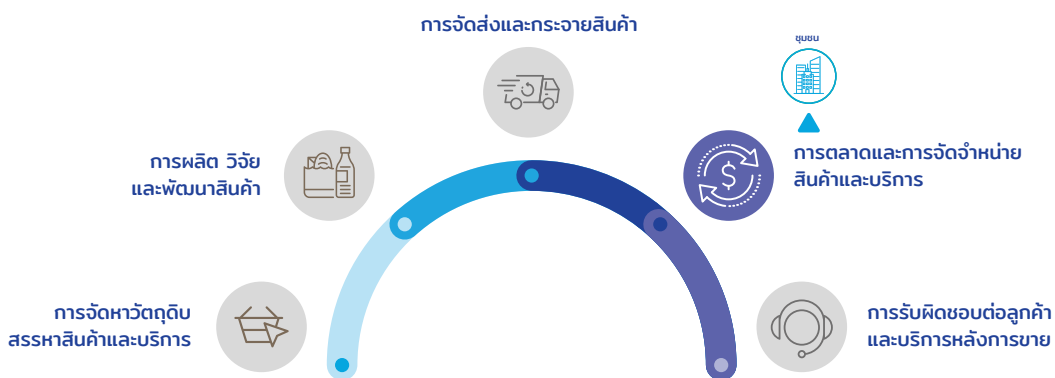
โลตัส ร่วมกับ มูลนิธิเมเจอร์ แคร์ เดินหน้าสร้างสรรค์สิ่งดีดีเพื่อชุมชน พร้อมสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเยาวชนทั้งในด้านการศึกษาและส่งเสริมด้านโภชนาการ นำเด็กนักเรียนจากโรงเรียนใกล้เคียงสาขาของโลตัส ไปชมภาพยนตร์ฟรีเพื่อสร้างโอกาสและเปิดโลกทัศน์การเรียนรู้นอกห้องเรียน ที่โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ ในโลตัส ในปี 2566 สนับสนุนพื้นที่และนำเด็กนักเรียนกว่า 700 ราย จากโรงเรียนในชุมชนโดยรอบสาขาร่วมกิจกรรมดีดี ดูหนังฟรีที่โรงหนังเมเจอร์ ที่ห้างโลตัส นำร่องในโลตัส สาขาพหลโยธิน และสาขาเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีแผนจะจัดกิจกรรมอีกในโลตัส 54 สาขาทั่วประเทศ สอดคล้องกับความมุ่งมั่นของโลตัสในการเป็น SMART Community Center ศูนย์รวมการใช้ชีวิตอัจฉริยะของทุกคนในชุมชนที่เป็นพื้นที่ของคนทุกกลุ่มในสังคม



การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสุขภาพที่ดี



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- 

2.1 ยุติความหิวและสร้างหลักประกันให้ทุกคนโดยเฉพาะคนที่ยากจนและอยู่ในภาวะเปราะบาง อันรวมถึงการกีดกัน ได้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการ และเพียงพอตลอดทั้งปี
- 

3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ารวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้
- 

11.5 ลดจำนวนการตายและจำนวนคนที่ได้รับผลกระทบและลดการสูญเสียโดยตรงทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับภัยพิบัติที่ทวีความรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะภัยพิบัติที่เกี่ยวข้องกับน้ำ โดยมุ่งเป้าปกป้องคนจนและคนที่อยู่ในสถานการณ์ที่เปราะบาง
- 

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืน และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

12.4 บรรลุเรื่องการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตกลงกันแล้ว และลดการปล่อยมลพิษเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดิน อย่างมีนัยสำคัญ เพื่อจะลดผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด
- 

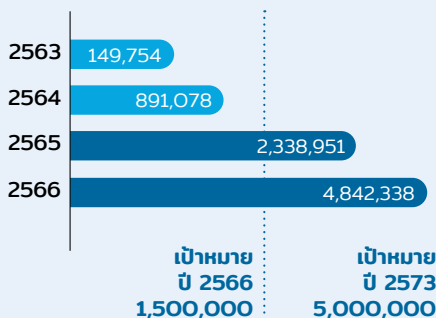
17.14 ยกระดับความสอดคล้องเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

เป้าหมาย ปี 2573

สนับสนุนให้ผู้ที่ขาดแคลน กลุ่มคนยากจน และกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงอาหาร น้ำที่ปลอดภัย และการมีสุขภาพที่ดี

5,000,000 ราย

ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: รายสะสม)




ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



2,503,387 ราย เด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยงที่ได้รับการส่งเสริมในการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย




5,629,554 มื้ออาหาร ที่บริจาคให้กับ เด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง




22.22 ล้านบาท มูลค่าการบริจาค และสนับสนุน การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย


การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566




โครงการต่อเนื่อง ซีพีแรม “เคียงข้างคนไทย ห่วงใยไม่ห่าง”




โครงการคนดีซีพีแรม x ครัวรักบ้านอาหาร SOS




โครงการกระตุ้นการบริโภคนมเพื่อสุขภาพ



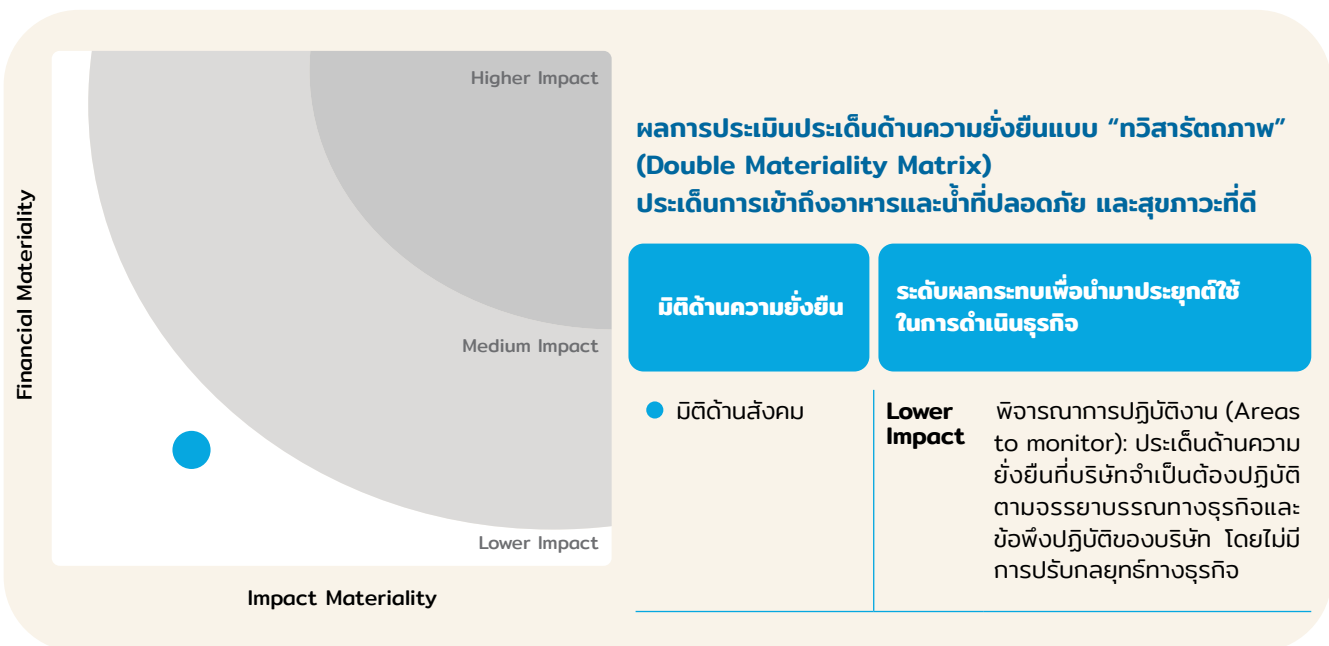
โครงการส่งเสริมการเกษตรกรรมแบบยั่งยืน



โครงการสวัสดิภาพสัตว์



โครงการตรวจสอบย้อนกลับ



ในภาวะวิกฤตการณ์ทางสิ่งแวดล้อม และทางเศรษฐกิจ ส่งผลต่อความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) ทั้งการลดปริมาณผลผลิตทางการเกษตรจากความแปรปรวนของภูมิอากาศ ปัญหาฝนแล้งและน้ำท่วม การเพิ่มข้อจำกัดในการขนส่งอาหารและน้ำจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ ไปยังราคาต้นทุนและราคาจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่สูงขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดภาวะทุพโภชนาการในกลุ่มผู้ไม่มีรายได้ และกลุ่มเปราะบาง โดยการดำเนินธุรกิจภาวะวิกฤตต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐกิจและภาคการเกษตร เพื่อลดผลกระทบจากการขาดความมั่นคงทางอาหารที่อาจนำไปสู่การละเมิดสิทธิในการเข้าถึงมาตรฐานการครองชีพที่เหมาะสมและการดำรงชีวิตที่ดี เช่น การกักตุนอาหาร การจำกัดสิทธิในการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย เป็นต้น บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการมีเสถียรภาพด้านอาหาร (Food Stability) พร้อมสนับสนุนการเข้าถึงอาหารที่เพียงพอ ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ ตลอดจนระบบการผลิตภาคการเกษตรที่รักษาความสมดุลของระบบนิเวศวิทยาและความคงอยู่ของทรัพยากรอาหารอย่างยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทติดตามสถานการณ์และประเมินระดับความมั่นคงทางอาหารตามประกาศและข้อกำหนดจากองค์การอนามัยโลก เพื่อเสริมสร้างการมีเสถียรภาพด้านอาหาร ภายใต้นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนและการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งครอบคลุมจนถึงคู่ค้าลำดับต่าง ๆ บริษัทบริหารและตรวจสอบกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่คุณค่า และดำเนินโครงการสนับสนุนกลุ่มผู้ยากไร้และกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่มีคุณภาพ ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลด้านคุณภาพด้านความปลอดภัยอาหาร ด้านสวัสดิภาพสัตว์ ผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายการค้า ตลอดจนสามารถตรวจสอบย้อนกลับและแหล่งที่มาได้

การจัดการอย่างมีประสิทธิภาพในประเด็นการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสุขภาวะที่ดี นอกจากเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานแก่ผู้บริโภค ยังเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในกระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายจากความร่วมมือกับกลุ่มเกษตรกร ผู้ผลิต และผู้บริโภค โดยบริษัทมีกระบวนการติดตาม ตรวจสอบ การดำเนินงาน และผลลัพธ์ เพื่อนำข้อมูลมากทวนนโยบายกำหนดแผนการขยายผลโครงการสนับสนุนอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในภาวะปกติและภาวะวิกฤตได้อย่างต่อเนื่อง

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน](#)



สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย



ส่งเสริมกลุ่มผู้ยากไร้และกลุ่มเปราะบางเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย

2,503,387 ราย



มูลค่าการบริจาค และการสนับสนุนการเข้าถึงอาหาร

22.22 ล้านบาท









การเรียกคืนสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค







ร้อยละ 1.73

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

ผลผลิตทางการเกษตร ที่ได้รับรองมาตรฐาน ด้านการผลิตอย่างยั่งยืน

	รายการมาตรฐาน	ผลผลิตที่ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)	ปริมาณการจัดซื้อเทียบกับการจัดซื้อวัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)
 น้ำมันปาล์ม	RSPO	42.55	26.65
 ตัวเหลือง	RTRS, Proterra, CRS	77.04	11.37
 น้ำตาล	BONSUCRO	37.05	11.32
 โกโก้	Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ, FSS C22000, GAP	8.16	1.15
 กาแฟ	IRTAC, SRP, BRC, Global GAP, GAP	35.40	3.18
 ทรัพยากร (ข้าว, ข้าวสาลี, ข้าวบาร์เลย์, ข้าวโพด)	GAP	30.95	23.85
●●● สินค้าอื่น ๆ	GAP, Q Organic	2.93	22.47

ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ ที่ได้รับรองมาตรฐาน ด้านการผลิตอย่างยั่งยืน

	รายการมาตรฐาน	ผลผลิตที่ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)	ปริมาณการจัดซื้อเทียบกับการจัดซื้อวัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)
 ผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ	ASC, BAP, BRC, GAP	38.89	14.01
 ผลิตภัณฑ์จากโค	BBFAW, Livestock OK, GAP	28.54	1.96
 ผลิตภัณฑ์จากหมู	Rainforest Alliance, Food Alliance Certificated, RAWMI, Codex Alimentarius, AAWCS, Fairtrade, GAP	41.79	12.65
 ผลิตภัณฑ์จากสุกร	AAWCS, BRC, BBFAW, Livestock OK	81.09	33.10
 ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ปีก	AAWCS, BRC, BBFAW, Livestock OK, GAP	98.09	25.15
 ผลิตภัณฑ์จากการประมง	MSC, BRC, MarinTrust, GDST, GAP	50.73	13.13

โครงการที่สำคัญปี 2566

ตามนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน บริษัทสนับสนุนกิจกรรมและดำเนินโครงการด้านความมั่นคงทางอาหารผ่าน 3 แนวทางหลัก ดังนี้

แนวทางการดำเนินงานด้านความมั่นคงทางอาหาร





1) การเข้าถึงอาหาร น้ำ และปลอดภัย (Food Accessibility)

โครงการต่อเนื่อง ซีพีแรม “เคียงข้างคนไทย ห่วงใยไม่ห่าง”

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ยินดีดำเนินธุรกิจเคียงข้างสังคมไทยอย่างเกื้อกูล ในทุกสถานการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้น โดยซีพีแรมจะเร่งลงพื้นที่ช่วยเหลือ บรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ประสบภัยในภาวะวิกฤต รวมถึงผู้ได้รับผลกระทบที่ยากลำบากต่อการเข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่สะอาด ปลอดภัย โดยการจัดตั้งครัวกลางในพื้นที่ประสบวิกฤตภัย เพื่อส่งมอบอาหารพร้อมรับประทานและน้ำดื่ม โดยคำนึงถึงคุณภาพของอาหารให้ถึงมือผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยเร็วที่สุด ซึ่งนอกจากจะมีรสชาติอร่อยแล้ว อาหารต้องปลอดภัย ให้คุณค่าทางโภชนาการ และถูกสุขลักษณะ ผ่านโครงการ ซีพีแรม เคียงข้างคนไทย “ห่วงใยไม่ห่าง” โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้ที่ขาดแคลน ยากจน และกลุ่มคนเปราะบาง 6 กลุ่ม ได้แก่ เด็ก ผู้พิการ ผู้สูงอายุ ผู้ประสบภัย ผู้มีรายได้น้อย และผู้ที่มีความลำบากหรือขัดสนในการเข้าถึงอาหาร โดยในปี 2566 ซีพีแรม ส่งมอบอาหารและน้ำดื่มที่ปลอดภัยให้แก่ชุมชนและสังคม จำนวน 39,371 ราย มูลค่าการสนับสนุน 1.10 ล้านบาท

นอกจากนี้ บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดกระบัง) ร่วมโครงการ “CPRAM แบ่งปัน และเข้าถึงอาหาร” นื่องอิม เราสุขใจ และโครงการ “CPRAM We Care” ส่งมอบอาหารกลางวันให้กับน้อง ๆ ผู้พิการ ได้แก่ อาหารพร้อมรับประทาน, ต้มยำ เจด ดราท็อน, เบเกอร์ เลอแปง และน้ำดื่มผลิตภัณฑ์คุณภาพจากซีพีแรม เพื่อให้น้อง ๆ สามารถเข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่สะอาด และปลอดภัย ได้คุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน ณ สถานสงเคราะห์เด็ก บ้านคามิลเลียน เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ ในปี 2566 ส่งมอบอาหารและน้ำดื่มที่ปลอดภัยให้แก่เด็กพิการจำนวน 146 ราย มูลค่าการสนับสนุน 38,000 บาท



โครงการคนดีซีพีแรม x ครัวรักอาหาร SOS

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ร่วมกับ มูลนิธิ สโกลาร์ส์ ออฟ ชัสตี้แชนซ์ (มูลนิธิ SOS) ลงพื้นที่ชุมชนวัดจักรวรรดิเมืองหลวง จัดตั้งครัวรังสรรค์เมนูใหม่จากอาหารส่วนเกิน ภายใต้โครงการคนดีซีพีแรม x ครัวรักอาหาร SOS ส่งมอบให้ชุมชนและกลุ่มเปราะบาง จำนวน 10 ชุมชน ณ วัดจักรวรรดิเมืองหลวง เขตบางพลัด กรุงเทพฯ เพื่อสร้างความเท่าเทียมให้กับผู้ขาดแคลน พร้อมทั้งช่วยลดปริมาณอาหารส่วนเกิน ซึ่งเป็นอาหารที่เกินจากความต้องการ แต่สามารถนำไปบริโภคต่อได้ และเพื่อลดปัญหา Food Waste หรือลดการสูญเสียโดยไม่จำเป็นในสังคมอีกด้วย

จำนวนผู้ที่เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย **1,630 ราย**

มูลค่าการสนับสนุนโครงการ **50,000 บาท**



โครงการกระตุ้นการบริโภคนมเพื่อสุขภาพ

แม็คโคร ร่วมกับ กรมปศุสัตว์ และผู้ผลิตนมและผลิตภัณฑ์นมชั้นนำ จัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนให้คนไทยดื่มนม มากขึ้น กระตุ้นการบริโภค นมเพื่อสุขภาพพลานามัยที่สมบูรณ์แข็งแรง ร่วมทำความดี ส่งต่อ ผลิตภัณฑ์นมแก่เด็กพิการผ่านกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิต คนพิการ ในวันดื่มนมโลก (World Milk Day) นอกจากนี้ ได้ร่วมกับผู้ผลิตนมชั้นนำ อาทิ ซีพี-เมจิ ดัชมีลส์ mMilk แม็กโนเลีย ไทยเดนมาร์ก ฟาร์มโชคชัย โฟร์โมส ตราหมี แลตดาชอย ยานาฟาร์ม นมแพะ หมูนเวียนจัดโปรโมชั่น ตลอดทั้งปี กว่า 150 รายการ ทุกสาขา ทั่วประเทศ และในช่องทางออนไลน์ เพื่อช่วยบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายให้กับ ลูกค้า ประชาชน และส่งเสริมการบริโภคนมอย่างต่อเนื่อง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ส่งต่อผลิตภัณฑ์นมให้กับเด็กพิการ **21,000 กล่อง**



โครงการต่อเนื่อง อาหารดีพีให้น้อง ปีที่ 6

หนึ่งในความมุ่งมั่นของโลตัส คือการส่งเสริมให้คนไทยมีสุขภาพดี ผ่านการรับประทานอาหารที่ดี ปลอดภัย และคุณภาพสูง โดยได้สนับสนุนอาหารกลางวัน และงบประมาณจัดซื้อวัตถุดิบคุณภาพสูงสำหรับปรุงอาหารกลางวันให้แก่นักเรียนในโรงเรียนที่ขาดแคลน ใน 77 จังหวัด ทั่วประเทศ ให้สามารถเข้าถึงอาหารดี มีประโยชน์ ปลอดภัย และถูกต้องตามหลักโภชนาการ สนับสนุนการเติบโตอย่างมีสุขภาพที่ดี และมีพัฒนาการที่เหมาะสมตามวัย เอื้อต่อการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในปี 2566 โลตัสได้สนับสนุนโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง ด้วยการส่งมอบวัตถุดิบอาหารกลางวันให้กับนักเรียนทั่วประเทศ ผ่านโครงการอาหารดีพีให้น้อง และขยายไปสู่โครงการ ลำไย ปันสุข... คั้นสุข สุขุขมน ไปแล้วกว่า 182 โรงเรียน เพื่อส่งมอบอาหารดีให้นักเรียนกว่า 29,400 ราย

นอกจากนี้ โลตัส ร่วมกับ ซีพี-เมจิ ได้นำนมเมจิพาสเจอร์ไรซ์ไปร่วมบริจาคให้เยาวชนในมูลนิธิบ้านพระพร ศูนย์ช่วยเหลืออุปการะเด็กติด ผู้ต้องขัง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงอาหารและน้ำที่มีอย่างเพียงพอสำหรับการบริโภค ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการที่ดี เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ เหมาะสมตามความต้องการตามวัยเพื่อการมีสุขภาพที่ดี

ผู้ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงอาหารและน้ำ

202,829 ราย

มูลค่าการสนับสนุน **17.92 ล้านบาท**



มูลนิธิโลตัส ร่วมกับ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ในโครงการ "มอบถุงยังชีพ โดยคุณหญิงเทวี เจียรวนนท์" สร้างสรรค์สิ่งดีดีเพื่อชุมชน

มูลนิธิโลตัส ร่วมกับ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมสร้างสรรค์สิ่งดีดี เพื่อชุมชน ใน "โครงการมอบถุงยังชีพ โดยคุณหญิงเทวี เจียรวนนท์" มอบถุงยังชีพให้คนงานก่อสร้างในโครงการ Lotus's go fresh สาขาประชาอุทิศ 90 จำนวน 70 ชุด ประกอบไปด้วย ข้าวสาร ไข่ไก่ ปลากระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และน้ำดื่ม เพื่อส่งกำลังใจและช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการครองชีพให้คนงาน

นอกจากนี้ ยังเดินทางไปมอบถุงยังชีพให้ผู้สูงอายุและผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร ชุมชนบ้านอำเภอ ตำบลนาจอมเทียน อำเภอ สัตหีบ จังหวัดชลบุรี จำนวน 300 ชุด โดยโลตัสร่วมสมทบน้ำดื่ม เพื่อเติมความสุขและช่วยคนในชุมชนแบ่งเบาค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตประจำวันสอดคล้องกับความมุ่งมั่นของโลตัสในการเป็นองค์กร

ค้าปลีกที่เคียงข้างคนไทยและให้ความสำคัญกับคนกลุ่มเปราะบางในสังคม พร้อมให้การช่วยเหลือคนในชุมชนรอบข้างสาขาของโลตัสในทุกสถานการณ์





2) การมีอาหารที่เพียงพอ และการเกษตรกรรมยั่งยืน (Food Availability)

โครงการส่งเสริมลดการใช้น้ำ (Programs to Reduce Water Consumption)

การเกษตรแบบไม่ไถพรวน (No-till/Conservation Agriculture in Rained Areas)



โครงการปลูกกล้วย โดยใช้ดินตอเก่าเพื่อ ลดการไถพรวนลงได้ปีละ 1 ถึง 2 ครั้ง

กลุ่มเป้าหมาย: เกษตรกรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

: เกษตรกร **42 ราย**

: รวมพื้นที่โครงการ **338 ไร่**

ผลลัพธ์:

ลดต้นทุนเรื่องการไถพรวน **ร้อยละ 13.20** ของต้นทุนการผลิต

การจัดการและเทคโนโลยี (Management and Technology)



โครงการพลาสติกคลุมแปลงกล้วย การใช้พลาสติกคลุมดินเพื่อเก็บกักความชื้น และลดการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืช และแมลง โดยใช้ชีวเวอร์มิเลีย และเมตาไรเซียมทดแทน ซึ่งเป็นเชื้อราธรรมชาติกำจัดหนอน และแมลง

กลุ่มเป้าหมาย:

เกษตรกรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

: เกษตรกร **42 ราย**

: รวมพื้นที่โครงการ **338 ไร่**

ผลลัพธ์:

ลดการใช้น้ำได้ **ร้อยละ 50**

ลดการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืช **ร้อยละ 100**

และลดการใช้สารเคมีกำจัดแมลง **ร้อยละ 100**

โครงการลดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม (Programs to Reduce Environmental Pollution)

การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Production of Organic Products)

โครงการพักเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมเกษตรอินทรีย์กลุ่มพักสลด

กลุ่มเป้าหมาย: สินค้ากลุ่มพักสลดอินทรีย์ 5 รายการ (SKUs)

พักสลดกรีนโอ๊คอินทรีย์ ตรา อีชีเฟรช, พักสลดเรดโอ๊คอินทรีย์ ตรา อีชีเฟรช, พักสลดกรีนคอสอินทรีย์ ตรา อีชีเฟรช, พักสลดอินทรีย์รวม ตรา อีชีเฟรช, พักสลดกรีนคอสอินทรีย์พร้อมรับประทาน ตรา อีชีเฟรช

ผลลัพธ์:

ลดการใช้สารเคมี เช่น Carbaryl, Difenconazole, Abamectin เป็นต้น **ร้อยละ 100**

การใช้สารกำจัดศัตรูพืชแบบ "ฉลาด" (Use of "Smart" Pesticides)

โครงการติดกับดักแมลงที่แปลงปลูกพืช เพื่อหาชนิดแมลงในแปลงปลูก และเลือกใช้สารเคมีที่จำเพาะต่อชนิดแมลง

กลุ่มเป้าหมาย:

สินค้ากลุ่มพัก

ผลลัพธ์:

ลดการใช้สารเคมี **ร้อยละ 30**

ระบบการผลิตแบบปิด (Enclosed Production Systems: Aquaculture)

โครงการฟาร์มปลาชีวภาพสู่ความยั่งยืน ส่งเสริมให้คู่ค้าเพาะเลี้ยงปลาอุกและปลานิลในระบบปิดแบบเบ็ดเสร็จที่สามารถควบคุมคุณภาพ ความสะอาดปลอดภัย ตลอดจนสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอน นอกจากนี้ ยังเป็นการควบคุมปัจจัยในการผลิตลดปัญหาการผลิตไม่เพียงพอจากวิกฤตทางน้ำ ลดการปล่อยน้ำเสียในน้ำสาธารณะ

กลุ่มเป้าหมาย:

เกษตรกรเพาะเลี้ยงปลาอุกและปลานิล

โครงการรักษาคุณภาพของดิน (Programs to Protect Soil Health)

ความถี่และความเข้มของการไถพรวน
(Low Frequency and Intensity of Tillage)

โครงการปลูกกล้วย โดยใช้ต้นตอเก่าเพื่อ ลดการไถพรวนลงได้ ปีละ 1 ถึง 2 ครั้ง

 **กลุ่มเป้าหมาย:**

เกษตรกรไร้วัว

 **ผลลัพธ์:**

ลดต้นทุนการไถพรวนลงได้ **ร้อยละ 20**

โครงการป้องกันการทำลายระบบนิเวศ (Programs to Prevent the Destruction of Ecosystems)

การรับรองการผลิตที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า
(Certifications that Ensure Deforestation-free Production)

จำนวนสินค้าที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ กว่า **14,000 รายการ** ซึ่งครอบคลุม **ร้อยละ 100** ของสินค้าอาหารภายใต้แบรนด์ tiro ทั้งหมด

การรับรองการผลิตที่ยั่งยืน MSC, ASC
(MSC or ASC Certifications which Ensure Sustainable Production)

โครงการสินค้าที่ได้รับการรับรอง Marine Stewardship Council (MSC) และ Aquaculture Stewardship Council (ASC) เป็นการจัดหาสินค้าอาหารทะเลชั้นเลิศจากแหล่งที่ผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐานการทำประมง บริษัทจัดหาสินค้าอาหารทะเลคุณภาพชั้นเลิศและได้มาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืน โดยสินค้าภายใต้แบรนด์ Ocean Gems จากบริษัท Indoguna Lordly ในเครือซีพี แอ็กซีตริโก้ได้รับการรับรองมาตรฐาน ด้านการประมงอย่างยั่งยืน (MSC) และด้านการบริหารจัดการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ (ASC) ซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางจากผู้เชี่ยวชาญระดับโลก ในฐานะเกณฑ์ที่ดีที่สุดสำหรับมาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืน และรับผิดชอบ บริษัทได้ตั้งเป้าหมายขอบเขตการรับรองสินค้าอาหารทะเลไปทุกประเทศที่จัดจำหน่าย

 **ผลลัพธ์**

ในปี 2566 บริษัทมียอดซื้อสินค้าอาหารทะเลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน MSC และ ASC จำนวน **4,888 ล้านบาท** คิดเป็น **ร้อยละ 72.68** ของยอดซื้อผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำทั้งหมด

โครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Programs to Reduce GHG Emissions)

การลดระยะทางการขนส่ง
(Reduced Transport Distances Through)

โครงการสร้างแหล่งรับซื้อสินค้าเกษตรกรที่แหล่งผลิต และส่งเสริมให้ปลูกพืชรอบ ๆ แหล่งรับซื้อ รวมทั้งส่งสินค้าที่คลังสินค้าที่ใกล้ที่สุด

 **กลุ่มเป้าหมาย:**

เกษตรกร และโรงคัดบรรจุ

 **ผลลัพธ์:**

สร้างแหล่งรับซื้อในชุมชนจากคู่ค้ากว่า **1,700 ราย** กระจายทั่วภูมิภาคของประเทศ

การขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในร้านขายปลีก
(Local Products Offerings in Retail)

โครงการสนับสนุนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจากชุมชน หรือสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในร้าน 7-Eleven โดยคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และผลิตภัณฑ์ที่มีบาร์โค้ด ผลิตภัณฑ์ที่ถูกคัดเลือกจะนำมาจัดเรียง พร้อมทั้งติดสื่อประชาสัมพันธ์ในร้าน 7-Eleven ตั้งแต่ 5-100 สาขา โดยคิดสรรสาขาที่ตรงกับกลุ่มลูกค้า เพื่อทดลองขายและติดตามยอดขายผลิตภัณฑ์ที่กรณีผ่านเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดจะมีการขยายผลการจำหน่ายไปยังร้าน 7-Eleven ในระดับจังหวัด ภูมิภาค และทั่วประเทศต่อไปตามลำดับ นอกจากนี้ โลตัส บริษัทในกลุ่มซีพี ออลล์ ร่วมสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน และ SMEs จาก 200 ชุมชนทั่วประเทศ โดยการเป็นช่องทางกระจายสินค้าวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ่านร้านสาขาของโลตัส และช่องทางแพลตฟอร์ม อีกด้วย

 **กลุ่มเป้าหมาย:**

วิสาหกิจชุมชน SMEs

 **ผลลัพธ์:**

สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนกว่า **26,227 รายการ**

จัดจำหน่ายในร้าน 7-Eleven **1,229 สาขา** และศูนย์จำหน่ายโลตัส **2,300 สาขา**

มูลค่าการรับซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน **18,830 ล้านบาท**



3) คุณค่าทางโภชนาการและความปลอดภัย (Food Utilization)

การรับรองมาตรฐานสากลด้านคุณภาพ และความปลอดภัยอาหาร

ซีพีแรม กำหนดแนวทางการคัดสรรวัตถุดิบตามมาตรฐานระดับสากล เช่น มาตรฐาน BRC มาตรฐาน HACCP และมาตรฐาน GMP เป็นต้น พร้อมทั้งการควบคุมการผลิตสินค้าอย่างเคร่งครัด และการพัฒนาระบบการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้บริโภคจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเชื่อถือได้

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การรับรองมาตรฐานด้านคุณภาพ และความปลอดภัยอาหาร



อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน](#)

การรับรองมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์

ซีพี ออลล์ ร่วมกับ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ผู้ค้าหลักเรื่องวัตถุดิบของบริษัท ดำเนินงานภายใต้นโยบายและแนวทางการบริหารจัดการด้านการจัดการสวัสดิภาพสัตว์ พร้อมส่งมอบวัตถุดิบที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารจากสถาบันและองค์กรชั้นนำระดับสากล เช่น การประเมินภาคธุรกิจด้านสวัสดิภาพสัตว์เลี้ยงในฟาร์ม (Business Benchmark on Farm Animal Welfare: BBFAW) มาตรฐานเพื่อความยั่งยืนของสัตว์น้ำทางทะเล (MSC: Marine Stewardship Council) เป็นต้น

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การรับรองมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์



อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ [นโยบายด้านสวัสดิภาพสัตว์](#)



โครงการสวัสดิภาพสัตว์

แม็คโคร ในฐานะผู้นำธุรกิจค้าส่งของไทย มุ่งมั่นสนับสนุนเกษตรกรผู้ผลิตไข่จากแม่ไก่ที่ไม่ขังกรง (Cage Free Eggs) ให้ความสำคัญกับการผลิตอาหารด้วยความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ตามนโยบายส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ ซึ่งเป็นเทรนด์ที่ผู้บริโภคทั่วโลกให้ความสำคัญ โดยร่วมมือพันธมิตรธุรกิจ King Fresh Farm ซึ่งเป็นผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่ผลิตไข่ไก่อออร์แกนิกคุณภาพผ่านการรับรองมาตรฐานจากทั้งในทวีปยุโรป และอเมริกา ได้แก่ EU, NOP & USDA (USA) เป็นรายแรกในประเทศไทย โดยได้วางแผนผลิตไข่ไก่อออร์แกนิกที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ ภายใต้แบรนด์ “Aro Gold” ทำงานอย่างใกล้ชิดกับเกษตรกรผู้ผลิตไข่ไก่ พันธมิตรทางธุรกิจ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อบรมให้ความรู้แก่เกษตรกร และร่วมกันพัฒนากระบวนการผลิตไข่ไก่แบบไม่ขังกรง พร้อมทั้งรณรงค์ให้ความรู้แก่ลูกค้าและประชาชนทั่วไป เป็นทางเลือกให้ลูกค้าได้ซื้อผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์ ทำให้คนไทยได้บริโภคไข่ไก่จากแม่ไก่อารมณ์ดี ที่ไม่ใช้ยาปฏิชีวนะ สารเร่งออร์โมน และสารเร่งการเจริญเติบโตลดการเลี้ยง จึงทำให้ปลอดภัย มีคุณค่าทางอาหารสูง เพราะแม่ไก่ได้กินอาหารที่หลากหลายตามธรรมชาติ

นอกจากนี้ แม็คโครยังร่วมมือกับผู้ผลิตไข่ไก่รายใหญ่อย่าง ซีพีเอฟ (CPF) ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ผลิตที่ส่งไข่ไก่จำหน่ายที่แม็คโครและได้ตั้งเป้าเพิ่มปริมาณการผลิตไข่ไก่แบบไม่ขังกรงให้มากขึ้นทุกปี ซึ่งการเพิ่มจำนวนการผลิตจะช่วยให้สามารถจำหน่ายไข่จากแม่ไก่อารมณ์ดีให้กับผู้บริโภคและผู้ประกอบการในราคาที่เอื้อมถึงได้มากขึ้น



ผลิตภัณฑ์และคุณค่าทางโภชนาการ

บริษัทกำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ใน การควบคุมของบริษัท (Private Brand) กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภค พร้อมดำเนินโครงการสนับสนุนตลอดกระบวนการเพาะปลูก การผลิต การรับสินค้า การจัด และการกระจายสินค้า รวมถึงการจำหน่ายให้บริการในร้าน 7-Eleven และศูนย์กระจายสินค้า แม็คโคร และโลตัส

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

➔ บท “การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี” หน้า 112-125 การบริหารผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการ

โครงการตรวจสอบย้อนกลับ

แม็คโครในฐานะผู้นำธุรกิจค้าส่งและแหล่งรวมวัตถุดิบอาหารสด มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้จากฟาร์มจนถึงมือผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับกรมปศุสัตว์ในการเข้ามาตรฐานตรวจสอบ การจำหน่ายเนื้อหมูปลอดภัยในทุกสาขา รวมถึงเข้าตรวจเยี่ยมการจำหน่ายเนื้อหมูปลอดภัยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ณ แม็คโคร สาขาศรีนครินทร์ เพื่อยืนยันถึงการส่งมอบสินค้าอาหารสด สะอาด ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ซึ่งต้องผ่านเกณฑ์ปฏิบัติ 4 ข้อ คือ สินค้าต้องมาจาก ฟาร์มมาตรฐาน ผ่านโรงฆ่าสัตว์ที่ถูกต้องกฎหมาย มีสถานที่จำหน่ายสะอาด และ สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

แม็คโคร ยังเน้นย้ำการตรวจสอบเนื้อสัตว์ปลอดภัยที่วางจำหน่ายในสาขา ผ่าน 7 มาตรการควบคุมสำคัญ ประกอบด้วย

- สินค้ากลุ่มเนื้อสัตว์ต้องผ่านมาตรฐานการรับรองฟาร์มเพาะเลี้ยง จากกรมปศุสัตว์
- สถานที่ผลิตต้องผ่านการประเมินด้านสุขลักษณะอาหารจาก กระทรวงสาธารณสุข
- สินค้าต้องผ่านการตรวจความปลอดภัยทางจุลินทรีย์และเคมี โดย ห้องปฏิบัติการ ISO 17025 ซึ่งมีการตรวจสอบสิทธิ์ DNA เพื่อเฟ้าระวังสินค้าปลอมปน
- มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มา โดยใช้ระบบตรวจสอบย้อนกลับ Makro i-Trace
- กระบวนการจัดเก็บสินค้าและขนส่งสินค้าที่สะอาด ถูกสุขอนามัยเป็นไปตามมาตรฐานระดับสากล
- เข้าร่วมในระบบ e-Privilege Permit ของกรมปศุสัตว์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมกระบวนการเคลื่อนย้ายเนื้อสัตว์ ก่อนเข้าจำหน่ายในสาขาแม็คโคร

- แม็คโครทุกสาขาได้เครื่องหมาย ปศุสัตว์ OK ซึ่งหมายถึงการเป็นสถานที่จัดจำหน่ายที่ผ่านมาตรฐานการควบคุมเรื่องสุขลักษณะที่ดี และความปลอดภัยสินค้าเนื้อสัตว์ อันเป็นไปตามมาตรฐานของกรมปศุสัตว์




ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย




ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- 

8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย และมั่นคงสำหรับพนักงานทุกคนรวมถึงผู้ทำงานต่างด้าว โดยเฉพาะหญิงต่างด้าวและผู้ทำงานเสี่ยงอันตราย
- 

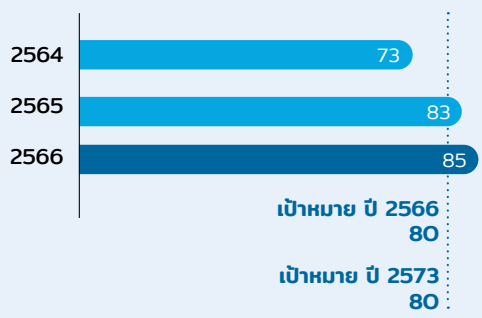
16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วมและมีความเป็นตัวแทนที่ดีในทุกระดับการตัดสินใจ
- 16.10** สร้างหลักประกันว่าสาธารณชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีการปกป้องเสรีภาพขั้นพื้นฐานโดยเป็นไปตามกฎหมายภายในประเทศและความตกลงระหว่างประเทศ

เป้าหมาย ปี 2573

ระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย (Key Stakeholders) ทุกกลุ่ม

ร้อยละ 80

ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



ซีพี ออลล์ ได้รับผลโหวตในฐานะบริษัทยอดเยี่ยม รวมถึงมีผล Top โหวตในหมวดหมู่ Best CEO, Best CFO, IR Program, IR Professional, ESG และ Company Board ในกลุ่มธุรกิจ Consumer/Staples ของกลุ่มประเทศ Rest of Asia (Ex-china and Japan) โดยได้รับความไว้วางใจจากผู้บริหารกองทุนและนักวิเคราะห์ทั้งไทยและต่างประเทศกว่า 6,500 ราย



ซีพีแรม รับรางวัลดีเด่นองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ปี 2566 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3



แม็คโคร และโลตัสได้รับรางวัลระดับสากล "HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2023"



ร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์ ผู้ประกอบการ SMEs และเกษตรกร ช่วยลดภาระค่าครองชีพจากการปรับลดราคาสินค้าและบริการให้กับประชาชนได้มากกว่า

2,000 ล้านบาท

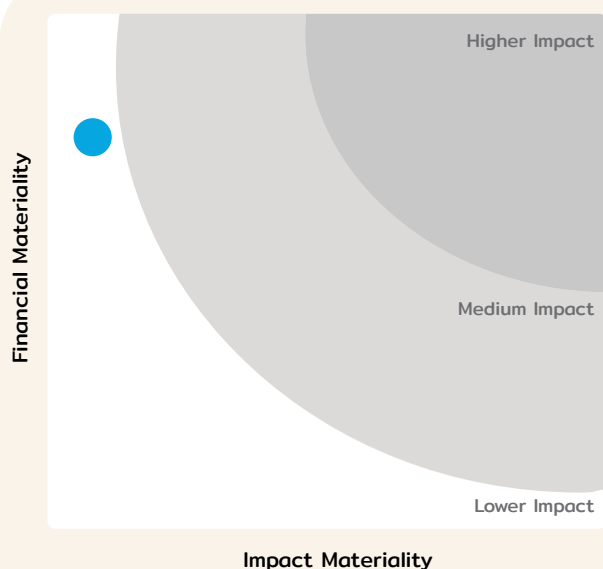
การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



ยกระดับกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



ร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์ ผู้ประกอบการ SMEs และเกษตรกร ปรับลดราคาสินค้าและบริการ รวมทั้งสิ้น **151,676 รายการ** ในหมวดอาหารและเครื่องใช้หมวดของใช้จำเป็น หมวดปัจจัยการเกษตร หมวดบริการทางการแพทย์ หมวดบริการซ่อมและบำรุงรักษารถยนต์ และหมวดบริหารขนส่งสินค้า/พัสดุ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ "ทวิสารัตถภาพ" (Double Materiality Matrix)

ประเด็นความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

มิติด้านความยั่งยืน

● มิติด้านสังคม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

Lower Impact

พิจารณาการปฏิบัติงาน (Areas to monitor): ประเด็นด้านความยั่งยืนที่บริษัทจำเป็นต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติของบริษัท โดยไม่มีการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ความเสี่ยงและโอกาส

การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจค้าปลีกประเภทสะดวกซื้อ อาจนำไปสู่การละเมิดคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้ประกอบการร้านค้าภายในชุมชนโดยรวม รวมถึงสร้างข้อกั้ววลและความขัดแย้งระหว่างชุมชนและองค์กร ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์ขององค์กรและการหยุดชะงักทางธุรกิจ ทั้งนี้ หากบริษัทมีการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ โดยยึดหลักความโปร่งใสในการกำกับดูแลกิจการ คำนึงถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย สนับสนุนการแสดงออกทางความคิด และปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน จะช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีและยกระดับความเชื่อมั่นจากสังคม ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า นำมาซึ่งการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

แนวทางการดำเนินงาน




บริษัทประยุกต์ใช้หลักการตามมาตรฐาน AA1000 SES เป็นกรอบในการกำหนดกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อรับทราบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งภาวะปกติและภาวะวิกฤต ผ่านการสัมภาษณ์ ช่องทางรับข้อเสนอแนะ และช่องทางการรับข้อร้องเรียน ครอบคลุมประเด็นความยั่งยืนถึง 3 มิติ ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถกำหนดกรอบการดำเนินงานเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งนำมาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำรายงานความยั่งยืน โดยผู้มีส่วนได้เสียสามารถแบ่งเป็น 9 กลุ่มหลัก ได้แก่

- 1) ลูกค้า
- 2) ผู้ค้า ครอบคลุมผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการ และเจ้าหน้าที่ทางการค้า
- 3) สังคม ชุมชน ครอบคลุมกลุ่มเปราะบาง
- 4) พนักงานและครอบครัวพนักงาน
- 5) ผู้นำทางความคิด ครอบคลุมสื่อมวลชนและองค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs)
- 6) พันธมิตรธุรกิจ ครอบคลุมผู้ให้เช่าสถานที่ (Landlord) และ สโตร์พาร์ตเนอร์ (Store Partner)
- 7) ภาครัฐ ครอบคลุมทั้งหน่วยงานระดับประเทศและระดับท้องถิ่น
- 8) ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
- 9) ผู้ให้สิทธิ์ใช้เครื่องหมายทางการค้า

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566









การมีส่วนร่วมกับสมาคม หน่วยงานภาครัฐ ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

บริษัทเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับทุกภาคส่วน เพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมไทย โดยสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินโครงการ พร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้ทรงคุณวุฒิของบริษัททำหน้าที่ให้คำปรึกษาแก่สมาคมต่าง ๆ ดังนี้

	สมาคม/หน่วยงาน	งบประมาณปี 2566 (บาท)
1	 หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	5,232,017
2	 สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (GCNT: Global Compact Network Thailand)	2,575,000
3	 สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	204,360
4	 สมาคมผู้ค้าปลีกไทย	158,967

การเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับทุกภาคส่วน ระดับประเทศและระดับสากล

บริษัทเข้าร่วมเครือข่ายความร่วมมือขององค์กรระดับประเทศและระดับสากล เพื่อร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน และส่งเสริมการบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร ผ่านการร่วมยกมาตรฐาน วางแผน และขับเคลื่อนโครงการหรือกิจกรรม พร้อมทั้งเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมถึงร่วมประเมินผลและรายงานความคืบหน้าของการดำเนินการ ดังนี้

		ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน									
		การดำเนินงานและผลกระทบระดับประเทศและระดับสากล	แนวปฏิบัติที่โปร่งใสและเปิดเผย (การเปิดเผยข้อมูลตามหลักธรรมาภิบาล)	การพัฒนาบุคลากร	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	การริเริ่มโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม	การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	การเป็นเจ้าภาพเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ประสิทธิภาพทางธุรกิจ สิ่งงาน และนวัตกรรม	การจัดการความเสี่ยงด้านที่เชื่อมโยง	การดำเนินงานที่มุ่งเน้นความยั่งยืน
UN Global Compact (UNGC)		●	●					●	●		●
CDP								●	●		
สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (Global Compact Network Thailand: GCNT)		●	●					●	●		●
สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)		●									
แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย		●									
หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย						●	●				
มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์ อีดี				●						●	●
เครือข่ายอุดมศึกษา เครือข่ายอาชีวศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน				●							●
เครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network: TCNN)								●	●		
ภาคีเครือข่ายกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม										●	
มูลนิธิรักษ์อาหาร (SOS Thailand)											●
มูลนิธิ VV Share Foundation											●
สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย								●		●	

การสร้างการมีส่วนร่วม ตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทกำหนดรูปแบบการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 9 กลุ่ม ดังนี้



1) ลูกค้า

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> การรับฟังความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น <ul style="list-style-type: none"> ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 7-Eleven (Call Center) Ins. O 2826 7744, O 2711 7744 เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ร้าน 7-Eleven สำรวจความคิดเห็นและสัมภาษณ์ลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> นวัตกรรมและมาตรฐานการให้บริการ <ul style="list-style-type: none"> Service การบริการของพนักงาน ความใส่ใจในการบริการ และให้ความช่วยเหลือ Assortment การคัดเลือกสินค้าให้ตรงความต้องการของลูกค้า Value การจัดทำสื่อ โปรโมชั่น เพื่อเสนอประโยชน์และให้ความคุ้มค่า Environment การจัดการสภาพร้าน Quality สินค้าคุณภาพสดใหม่ Cleanliness ความสะอาด ผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสนับสนุนชุมชน อาทิ สินค้าชุมชน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมสังคม การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไม่ให้รั่วไหล เช่น ข้อมูลติดต่อลูกค้า และข้อมูลความลับ โดยพนักงานที่มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูล 	<ul style="list-style-type: none"> ยกระดับการเข้าถึงสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่ง่ายยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายจากออฟไลน์สู่ออนไลน์ โดยมีระบบขนส่งและช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย สร้างบรรยากาศที่ดีภายในร้าน โครงการ Signature Service และ Greeting Service พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานและปลอดภัยที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล ตรวจสอบมาตรฐานร้าน ศูนย์จำหน่ายสินค้าและพื้นที่ปฏิบัติงาน สนับสนุนสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรชุมชน สินค้าชุมชน สินค้าวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (OTOP) โครงการจิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน กิจกรรม “แค่นี้รับ = ปลูกต้นไม้” สื่อสารและให้ข้อมูลเกี่ยวกับโภชนาการ การใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการแสดงฉลากโภชนาการ และฉลากแสดงค่าพลังงาน ไขมัน น้ำตาล และโซเดียมแบบจีดีเอ (GDA) เรียกคืนผลิตภัณฑ์ กรณีตรวจพบสินค้าไม่ได้มาตรฐาน กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โครงการสร้างความตระหนักในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



2) คู่ค้า ครอบคลุมผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการ และเจ้าหน้าที่ทางการค้า

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<p>คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้า หรือบริการ:</p> <ul style="list-style-type: none"> การสำรวจความพึงพอใจคู่ค้าทางธุรกิจปีละครั้ง การจัดประชุมสัมมนาและการแลกเปลี่ยนนโยบายขององค์กร การเยี่ยมเยียนคู่ค้า พร้อมรับฟังความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียน การประเมินผลงาน การให้คำปรึกษา และการพัฒนาศักยภาพ การจัดสัมมนาแบ่งปันความรู้กับคู่ค้าทุกกลุ่มในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ศูนย์คู่ค้าสัมพันธ์ Ins O 2826 7771 	<ul style="list-style-type: none"> มีการสื่อสารเป้าหมาย ระบบ ระเบียบ และแผนธุรกิจในการทำงานร่วมกันอย่างชัดเจน เพื่อสร้างการเติบโตไปด้วยกัน ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตามหลักการค้ากับดูแลกิจการที่ดี ต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน จัดซื้อจัดจ้างอย่างเป็นธรรม รวมไปถึงการเจรจาสัญญา ราคา และเงื่อนไขการชำระเงินอย่างเป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> สื่อสารนโยบายแนวทางปฏิบัติการจัดหาอย่างยั่งยืน จริยธรรม และแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้า ให้คู่ค้าทุกกลุ่มรับทราบ Joint Business Plan: จัดทำแผนธุรกิจร่วมกับคู่ค้าเชิงกลยุทธ์ กำหนดนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน และแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าทางธุรกิจ อบรม ให้ความรู้หัวข้อ การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพและคุณสมบัติในการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ ครอบคลุมความสำคัญทางธุรกิจ และเกณฑ์ด้านความยั่งยืน โครงการส่งเสริม ให้ความรู้ และสนับสนุน SMEs ร่วมประกาศเจตนารมณ์ในการต่อต้านทุจริตกับสถาบันแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย
<p>เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน</p> <ul style="list-style-type: none"> สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมที่ดี เชื่อมั่นต่อการขนส่ง สิทธิในการจ้างงาน ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม เพียงพอต่อการครองชีพ 	<ul style="list-style-type: none"> สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมที่ดี เชื่อมั่นต่อการขนส่ง สิทธิในการจ้างงาน ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม เพียงพอต่อการครองชีพ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการบริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า โปรแกรมสนับสนุนด้านเทคนิคเชิงลึกเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยสำหรับผู้รับเหมาด้านการขนส่ง การส่งเสริมให้มีการประเมินค่าครองชีพผ่านโปรแกรมการประเมินความเสี่ยงคู่ค้า
<ul style="list-style-type: none"> การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขัน การเติบโต เพิ่มช่องทางการจำหน่าย การเข้าถึงเทคโนโลยี นวัตกรรม และการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ESG 	<ul style="list-style-type: none"> การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขัน การเติบโต เพิ่มช่องทางการจำหน่าย การเข้าถึงเทคโนโลยี นวัตกรรม และการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ESG 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการส่งเสริม พัฒนาศักยภาพและให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ SMEs โครงการศูนย์ 7 สนับสนุน SMEs "MAKRO HORECA ACADEMY (MHA) เพื่อนักคิดแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร" โปรแกรม 3 ให้ ให้ช่องทางการขาย ให้ความรู้ การพัฒนา และให้การเชื่อมโยง
<ul style="list-style-type: none"> การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ESG ควบคู่ไปกับการบริหารต้นทุนที่เหมาะสม 	<ul style="list-style-type: none"> การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ESG ควบคู่ไปกับการบริหารต้นทุนที่เหมาะสม 	<ul style="list-style-type: none"> การคัดกรองและประเมินความเสี่ยงด้าน ESG การพัฒนาคู่ค้าเพื่อยกระดับผลดำเนินงานด้าน ESG การจัดการอุปสงค์และห่วงโซ่อุปทานแบบบูรณาการ พัฒนา ร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ และนวัตกรรมใหม่ร่วมกับพันธมิตร/คู่ค้า เพื่อเพิ่มความหลากหลายและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
	<ul style="list-style-type: none"> การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามนโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับของภาครัฐ ความร่วมมือเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งในกระบวนการผลิต ส่งมอบ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการอบรมหลักสูตรธรรมาภิบาล การบริหารธุรกิจ ผ่านระบบ e-Learning โครงการพัฒนาบรรษัทภิบาลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โครงการนำบรรษัทภิบาลที่กลับมาใช้ใหม่ โครงการสรรหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้รถไฟฟ้าในระบบการขนส่ง
<p>เจ้าหน้าที่ทางการค้า: การประชุมหารือร่วม</p>	<ul style="list-style-type: none"> ชำระหนี้ตรงตามเวลาและครบถ้วน 	<ul style="list-style-type: none"> ชำระตามงวด หรือตามเครดิตเทอมที่เป็นไปตามเงื่อนไข ยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใสตรงเวลา



3) สังคม ชุมชน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> การรับฟังความคิดเห็นและข้อกังวลผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ <ul style="list-style-type: none"> ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 7-Eleven (Call Center) โทร. 0 2711 7744 เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ร้าน 7-Eleven ตู้รับความคิดเห็นหน้าองค์การบริหารส่วนตำบล ศูนย์กระจายสินค้า การสำรวจความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ปีละครั้ง การลงพื้นที่เพื่อเยี่ยมเยียนชุมชนของศูนย์กระจายสินค้าทุกไตรมาส กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ตามพื้นที่ ชุมชน โดยรอบโรงงาน ร้าน 7-Eleven ตามช่วงเทศกาล หรืองานประชุมปีของชุมชน ป้ายประกาศ สื่อประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> การเคารพต่อสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติตามแรงงานอย่างเป็นธรรม ในประเด็นความปลอดภัย สุขภาพของลูกค้า การจัดการขนส่ง การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำให้กับชุมชนและสังคม รวมถึงการสร้างโอกาสในความร่วมมือกับธุรกิจท้องถิ่น ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการบริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพ มีความปลอดภัยตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล การตรวจสอบมาตรฐานร้านและเรียกคืนสินค้า กรณีตรวจพบสินค้าไม่ได้มาตรฐาน การตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายในและนอกร้าน โครงการ “ส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เกษตรกร และรายย่อย” (ALL SME MARKET PLACE) โครงการหลวงรับซื้อผลผลิต โครงการรับซื้อผลผลิตโดยตรงจากเกษตรกร (อินทผลุฑโมเดล) การจ้างงานท้องถิ่นและผู้รับเหมาท้องถิ่น โครงการสรรหา SME และวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพเข้าสู่ช่องทางจำหน่ายแบบออนไลน์และออนไลน์ร้าน 7-Eleven โครงการจิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน โปรแกรมสร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้กับชุมชน โครงการ A Better Life (สร้างชีวิตเพื่อสังคม)

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนา ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึก และคนในสังคม ชุมชน มีสุขภาพโภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมถึงกลุ่มเปราะบางสามารถเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการศูนย์สุขภาพดีชุมชน โครงการผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ Chef Cares Ready Meal โครงการต่อเนื่อง วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ (VG For Love) โครงการอาหารผู้สูงอายุ พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพและความปลอดภัยตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล โครงการซีพีแรม “เคียงข้างคนไทย ห่วงใยไม่ห่าง” โครงการคนดีซีพีแรม x ครัวรักอาหาร SOS โครงการต่อเนื่อง อาหารดีพีให้น้อง โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ
	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาของผู้ด้อยโอกาส พัฒนาทักษะทางอาชีพ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการให้ทุนการศึกษาคนดีสู่สังคม โครงการสานอนาคตการศึกษา Connnext ED โครงการมอบทุนการศึกษาให้กับเยาวชนได้เข้าศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM)
	<ul style="list-style-type: none"> ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อสภาพความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน อาทิ การจัดการขยะและของเสีย รักษาและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการต้นกล้าไร้ถัง โครงการปลูกป่า ปลูกอนาคต โครงการปันน้ำใสให้ชาวนา โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้รถไฟฟ้าในระบบการขนส่ง



4) พนักงานและครอบครัวพนักงาน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) อาทิ การสัมมนาพนักงานในระดับต่าง ๆ ได้แก่ พลังทีม Get Together การสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) ระบบ Intranet วารสารภายใน การแจ้งข่าวประจำวันผ่านช่องทางดิจิทัล ได้แก่ CPALL Connect การรับความคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น <ul style="list-style-type: none"> ช่องทางการเคาะระฆัง 748 ครั้ง ช่องทางการรับเรื่องราวร้องทุกข์ เช่นจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ไปรษณีย์ ศูนย์แจ้งข้อมูล สื่อออนไลน์ของบริษัท เป็นต้น การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันประจำปี การสำรวจความสุขของพนักงานระดับผู้จัดการร้าน การมีส่วนร่วมผ่านเวทีการนำเสนอผลงานนวัตกรรม การประกวด การระดม และประเมินความเสี่ยง การดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัทครอบคลุมพนักงาน ร้อยละ 100 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีหลักการทำกับดูแลกิจการที่ดี ต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงความปลอดภัยข้อมูลลูกค้า การให้ความรู้ การพัฒนาศักยภาพ และความก้าวหน้าในงาน รวมถึงความสามารถที่จำเป็นในอนาคต 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ด้านธรรมาภิบาล Mister & Miss Good Governance โครงการสำรวจการทำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2566 โครงการสื่อสารให้ความรู้และสร้างกิจกรรมรณรงค์สร้างความตระหนัก หลักสิทธิมนุษยชนใช้เป็นแนวปฏิบัติต่อพนักงานส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียมและความหลากหลาย เตรียมความพร้อมและพัฒนาผู้นำ รวมถึงอบรมให้ความรู้ ทักษะที่เหมาะสม และตรงตามความสนใจ โครงการพัฒนาศักยภาพและรักษาพนักงานที่มีศักยภาพ อาทิ <ul style="list-style-type: none"> โครงการปรับปรุงระบบความก้าวหน้าในสายอาชีพ โปรแกรมการเพิ่มผลผลิต (Productivity Improvement Program) ปรับปรุงระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน (ALL Perform)
	<ul style="list-style-type: none"> กระบวนการทำงานที่ช่วยเพิ่มความสามารถและประสิทธิภาพในการทำงาน และการให้บริการ รวมถึงลดเวลาการทำงานที่ไม่จำเป็นของพนักงาน และกระบวนการสื่อสารระหว่างหัวหน้างานและทีมงาน 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนานวัตกรรมการบริการ โครงการประกวดนวัตกรรม โปรแกรมการเพิ่มผลผลิต การปรับเปลี่ยนนวัตกรรมองค์กร การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลปรับปรุงกระบวนการทำงาน เช่น O2O, IT Platform, ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นต้น
	<ul style="list-style-type: none"> สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย การมีสุขภาพกาย สุขภาพจิตที่ดี และมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานและการให้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> ประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยง โครงการส่งเสริมความปลอดภัยในการขับขี่สำหรับพนักงานส่งสินค้า จัดเตรียมสถานประกอบการและพื้นที่ปฏิบัติงานตามมาตรฐานแรงงาน พร้อมผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี โครงการยกระดับการพัฒนาดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Health & Well-being) ศูนย์สุขภาพ CPALL Health Care Center โครงการยืดเหยียดลดโรค

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
	<ul style="list-style-type: none"> การให้รางวัล สิ่งจูงใจในการทำความดี การสร้างความประทับใจ ใส่ใจในการบริการให้กับลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดสิทธิวันลาและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาวะที่ดีของพนักงานและครอบครัว โครงการ DNA ความดี 24 ชั่วโมง โครงการ Reward & Recognition
	<ul style="list-style-type: none"> การมีส่วนร่วมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อน 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการเลื่อนพนักงานจากขวดพลาสติก โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า โรงงาน โครงการ “WE GROW for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน” โครงการ “รักมีเกาะ 24 ชั่วโมง” เกาะพะงัน และเกาะเต่า



5) ผู้นำทางความคิด ครอบคลุมสื่อมวลชน องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs)

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<p>องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) และองค์กรภาคประชาสังคม (CSOs)</p> <ul style="list-style-type: none"> รับฟังและแลกเปลี่ยนมุมมองผ่านเวทีการประชุมหารือ และร่วมกันทำงานในกิจกรรมต่าง ๆ สนับสนุนกิจกรรม หรือโครงการขององค์กรในประเด็นที่สอดคล้องตามกรอบการแบ่งปันและสร้างสรรคโอกาส และเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัท การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ผ่านการเข้าพบ หารือ และแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาทักษะการผลิตและขยายโอกาสทางการตลาดแก่กลุ่ม SMEs และวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ เพิ่มความหลากหลายสินค้า SMEs ในร้าน 7-Eleven มากขึ้น สนับสนุนความร่วมมือภาคประชาสังคมและภาคธุรกิจ เพื่อความยั่งยืนด้านการลดก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม อาทิ การจัดการขยะของชุมชนอย่างครบวงจร การเกษตรกรรมยั่งยืน สร้างความเข้าใจและรับฟังประเด็นปัญหาจากชุมชนและภาคประชาสังคม ผ่านการสื่อสารให้ข้อมูลที่ถูกต้อง รวมถึงจัดช่องทางรับฟังความคิดเห็น เพื่อแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อที่ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการศึกษาแก่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคมพัฒนาศักยภาพของเกษตรกร เพื่อการผลิตและการกระจายสินค้าที่สอดคล้องกับความจำเป็น สนับสนุนการกระจายผลผลิตและผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้แก่เกษตรกรและกลุ่มเปราะบางต่าง ๆ เช่น โครงการแบ่งปันพื้นที่ขายของหน้าร้าน 7-Eleven ร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคมและชุมชนดำเนินโครงการด้านการจัดการขยะครบวงจรในพื้นที่นำร่อง โครงการเกษตรกรรมยั่งยืน สนับสนุนเวทีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการจัดทำแผนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเครือข่ายภาคประชาสังคมในระดับจังหวัด เปิดรับข้อสงสัย ร้องเรียน ข้อเสนอแนะโดยตรงจากองค์กรภาคประชาสังคม เพื่อการชี้แจงข้อมูลหรือแก้ปัญหาทันทีก่อนการขยายผลสู่กลุ่ม โปรแกรมส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ
<p>สื่อมวลชน</p> <ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสื่อมวลชน มอบทุนการศึกษาแก่สายวิชาชีพสายสื่อสารมวลชน หลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการเกษตรยั่งยืนและการจัดการของเสียจากการเพาะปลูก หรือปศุสัตว์ การพัฒนาชุมชนหรือกิจกรรมร่วมกับชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> โปรแกรมเกษตรกรรมยั่งยืน โครงการจิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> โครงการส่งเสริมกิจกรรมสื่อประจำปี <ul style="list-style-type: none"> - รางวัลข่าวดีจกัลยอดเยี่ยมแห่งปี - รางวัลคนดีประเทศไทย สาขาสื่อมวลชน สร้างสรรค์สังคม - รางวัล "Anti-corruption Awards" ส่งเสริมการต่อต้านคอร์รัปชัน ให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูลกับสื่อมวลชน จัดโครงการ Co Project with Media/ Influencer นำคณะสื่อมวลชน ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ลงพื้นที่เยี่ยมชมการดำเนินธุรกิจของ SMEs และเกษตรกร รวมถึงร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคม สัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม แลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการจัดสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคลากรสื่อสารร่วมกัน สนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมสื่อออนไลน์คนรุ่นใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> การสื่อสารสร้างความเข้าใจ และลดข้อขัดแย้งกับสังคมชุมชน ในการแก้ปัญหาเจาะจงอย่างทันที่ ดูแลและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งส่งเสริมการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เคารพต่อสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ในการจัดการควบคุมธุรกิจอย่างมีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> สื่อสารให้ข้อมูลที่ถูกต้องผ่านสื่อทุกช่องทาง ทั้งสื่อสังคมออนไลน์ สื่อมวลชน และช่องทางออนไลน์ขององค์กร รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มและพนักงาน โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการลดใช้พลังงาน และการนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ในร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า และโรงงาน ส่งเสริมให้สถานประกอบการดำเนินงานตามมาตรฐานแรงงาน พร้อมทั้งผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี ยึดหลักสิทธิมนุษยชนเป็นแนวปฏิบัติต่อพนักงาน รวมถึงส่งเสริมความหลากหลาย และเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม
	<ul style="list-style-type: none"> การจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ สามารถหมุนเวียนเอากลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด 	<ul style="list-style-type: none"> ประกาศใช้นโยบายด้านบรรจุภัณฑ์ที่ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบ และคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การลดและทดแทน ณ ขั้นตอนการบริโภค และการจัดการหลังการบริโภค โดยคำนึงถึงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ภายใต้กลยุทธ์ "7 Go Green"
	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีหลักการทำกับดูแลกิจการที่ดีต่อการทุจริต และปฏิบัติตามหลัก ESG คำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบายการทำกับดูแลกิจการและการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด คำนึงถึงความเท่าเทียมของผู้ถือหุ้น และรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
	<ul style="list-style-type: none"> การมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีคุณภาพมาตรฐาน และมีการบริการที่ดี ตอบสนองความต้องการ การดำเนินการส่งมอบผลิตภัณฑ์และโลจิสติกส์ที่ยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> คัดสรรและพัฒนาสินค้าเพื่อสุขภาพ ปรับปรุงและพัฒนาการบริการอย่างสม่ำเสมอ พัฒนาสู่การค้าออนไลน์ โดยมีระบบขนส่งและช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าสะดวกมากขึ้น



6) พันธมิตรทางธุรกิจ ครอบคลุมผู้ให้เข้าสถานที่ สโตร์พาร์ตเนอร์ และผู้รับสิทธิ์ช่วงอาณาเขต

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<p>ผู้ให้เข้าสถานที่:</p> <ul style="list-style-type: none"> ช่องทางการสื่อสารและรับเรื่องร้องเรียน เช่น <ul style="list-style-type: none"> การให้ข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียน ผ่านหน่วยงานรับข้อร้องเรียน Call Center 1,168 ครั้ง สำรวจความพึงพอใจประจำปี ประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทาง SMS อีเมล เยี่ยมเยียนเจ้าของสถานที่อย่างน้อยไตรมาสละครั้ง ส่ง SMS อวยพรเนื่องในโอกาสต่าง ๆ และมอบของขวัญช่วงเทศกาลปีใหม่ ส่ง SMS แจ้งเรื่องค่าเช่าล่วงหน้า ส่ง SMS แจ้งวันที่จะได้รับเงินค่าเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เชื่อมแอปพลิเคชัน 7-Eleven เพื่อให้บริการลูกบ้านแต่ละโครงการอย่างครบวงจร (Delivery & All Online) สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่องตามหลักธรรมาภิบาล ประชาสัมพันธ์และชี้แจงข่าวสารนโยบายบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> มีระบบดูแล ติดตาม และแก้ปัญหาข้อร้องเรียน ยกระดับการสำรวจความพึงพอใจของเจ้าของสถานที่ที่มีต่อบริษัท เยี่ยมเยียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเจ้าของสถานที่อย่างน้อยไตรมาสละครั้ง ประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทาง SMS และอีเมล สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของเจ้าของสถานที่ที่กลุ่มทำเลพิเศษ คู่ค้ากลยุทธ์
<p>สโตร์พาร์ตเนอร์:</p> <ul style="list-style-type: none"> สำรวจความผูกพันประจำปี ช่องทางการสื่อสารและรับเรื่องร้องเรียน เช่น <ul style="list-style-type: none"> การให้ข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียนผ่าน Call Center 729 ครั้ง การสำรวจความพึงพอใจผ่านเว็บไซต์รายไตรมาส วารสาร (รายเดือน) ช่องทางเว็บไซต์ SBP MALL ช่องทาง CPALL Connect การประชุม สัมมนา และกิจกรรม งานประกาศนโยบายและทิศทางของบริษัทไปถึงสโตร์พาร์ตเนอร์ 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่องตามหลักธรรมาภิบาล ความมั่นคงทางธุรกิจ ขยายธุรกิจ และดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง การได้รับความร่วมมือและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว 	<ul style="list-style-type: none"> สื่อสารแนวทางและหลักปฏิบัติทางด้านธรรมาภิบาลและจริยธรรมธุรกิจ
<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและการบริหารจัดการธุรกิจ การให้ความรู้และสร้างความตระหนักรู้ด้านการบริหารธุรกิจตามกรอบแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การประชาสัมพันธ์ ชี้แจงข่าวสารและนโยบายของบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและการบริหารจัดการธุรกิจ การให้ความรู้และสร้างความตระหนักรู้ด้านการบริหารธุรกิจตามกรอบแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การประชาสัมพันธ์ ชี้แจงข่าวสารและนโยบายของบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริม ดูแล ฝึกอบรมผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการ บริหารจัดการต้นทุนสินค้าและการดำเนินการ เพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด แบ่งปันสารสนเทศ และข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์
<ul style="list-style-type: none"> การบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ มีการสื่อสารที่ชัดเจน มีการสนับสนุนเพื่อการเติบโตร่วมกัน การพัฒนานวัตกรรมเพื่อลูกค้าและสังคม และปรับปรุงองค์กรให้มีความคล่องตัวและทันต่อสถานการณ์โลก 	<ul style="list-style-type: none"> การบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ มีการสื่อสารที่ชัดเจน มีการสนับสนุนเพื่อการเติบโตร่วมกัน การพัฒนานวัตกรรมเพื่อลูกค้าและสังคม และปรับปรุงองค์กรให้มีความคล่องตัวและทันต่อสถานการณ์โลก 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนสโตร์พาร์ตเนอร์ให้มีผู้สืบทอดทางธุรกิจ เพื่อความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน พัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ Online to Office (O2O) นวัตกรรมบริการทางการเงินในลักษณะ การพัฒนาต่อเนื่องแอปพลิเคชัน “ALL PharmaSee” สำหรับคนรักสุขภาพ
<ul style="list-style-type: none"> การส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและการบริหารจัดการธุรกิจ อาทิ การสร้างยอดขาย การให้บริการดิจิทัลสู่แพลตฟอร์ม O2O 	<ul style="list-style-type: none"> การส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและการบริหารจัดการธุรกิจ อาทิ การสร้างยอดขาย การให้บริการดิจิทัลสู่แพลตฟอร์ม O2O 	<ul style="list-style-type: none"> การอบรมให้ความรู้ หลักสูตร “เจ้าแห่งขายเป็น” และหลักสูตร “เสน่ห์ร้านสั่งตัด” เพื่อรองรับกลยุทธ์ O2O ของบริษัท



7) ภาครัฐ ครอบคลุมทั้งหน่วยงานระดับประเทศและระดับท้องถิ่น

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<p>ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ผ่านการ</p> <ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนโครงการ/กิจกรรม ความร่วมมือ และการช่วยเหลือต่าง ๆ กับหน่วยงานภาครัฐ เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการในโครงการภาครัฐ ร่วมแสดงความคิดเห็น และสร้างสัมพันธภาพที่ดีอย่างเปิดเผย ติดต่อประสานงานขอรับบริการภาครัฐและการตรวจเยี่ยมกิจการ มีส่วนร่วมในการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากขยะพลาสติกร่วมกับคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติผ่านโครงการ “ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน” 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัดตามหลักสิทธิมนุษยชน การดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมกับคู่ค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ศึกษา สร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎหมายและระเบียบปฏิบัติในท้องถิ่น โดยนำมาประยุกต์ใช้ให้มีความสอดคล้องกับการประกอบธุรกิจ ปฏิบัติตามกฎหมายหรือระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องตามหลักสิทธิมนุษยชน กำหนดนโยบายการทำรายการระหว่างกันและป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างชัดเจน
	<ul style="list-style-type: none"> เป็นตัวอย่างแก่ภาครัฐทั้งในการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาาร่วมกับชุมชนและสนับสนุนการศึกษาให้เด็กนักเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> นำเสนอมุมมองผ่านสมาคม การรวมกลุ่มทางการค้าต่าง ๆ สนับสนุนการตรวจประเมินเบื้องต้นของภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มการพัฒนาความยั่งยืน โครงการ “จิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน” สนับสนุนการศึกษา สร้างโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ โครงการสร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้กับชุมชน
	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนา ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคและคนในสังคม มีสุขภาพโภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการพัฒนาและคัดสรรสินค้าเพื่อสุขภาพที่มีการเพิ่ม หรือลด หรือปราศจากสารอาหารตามที่กฎหมายหรือมาตรฐานที่ยอมรับ การแสดงผลจากคุณค่าทางโภชนาการ (GDA) โครงการศูนย์สุขภาพดีชุมชน
	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกรและ SMEs พร้อมทั้งสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำให้กับชุมชนและสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการ 7-Eleven เคียงข้างเกษตรกรไทย โครงการส่งเสริมและสนับสนุน SMEs โครงการ Business Accelerator รุ่นที่ 3 โครงการ Big Brother Season 7
	<ul style="list-style-type: none"> การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนสามารถหมุนเวียนเอากลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การผลิตที่เป็นนวัตกรรม ในการดำเนินธุรกิจตามนโยบายการผลิตที่ยั่งยืน สร้างการรับรู้เพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการ “ลดและทดแทนพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic)” โครงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้ซ้ำ (Reusable Packaging) โครงการบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Material) โครงการ “Eco-design” โปรแกรมการนำบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภคกลับมาใช้ใหม่ โครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Coffee Shop) โครงการต้นกล้าไร้ดั่ง ขยายผลสู่โรงเรียนเครือข่ายชุมชน ผู้ประกอบการ



8) ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> • บรรยายสรุปผลการดำเนินงานต่อนักวิเคราะห์ (Analysis Meeting) ทุกไตรมาส • บรรยายสรุปผลการดำเนินงานต่อนักลงทุนต่างประเทศ (Global Investor Conference) ทุกไตรมาส • บรรยายสรุปผลการดำเนินงานร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย “Set Opportunity Day” ต่อนักลงทุนทั่วไป ทุกไตรมาส • รายงานคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการทุกไตรมาส • ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี • แสดงงบการเงิน • แบบ 56-1 One Report รายงานประจำปี • รายงานการพัฒนาความยั่งยืน • ทำหนังสือชี้ชวน เอกสาร สื่อสารสนเทศ • สื่อสารข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล โทรสาร และจดหมาย • กิจกรรมโรดโชว์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ • ลงพื้นที่เยี่ยมชมร้านค้า โรงงาน และคลังสินค้าของบริษัท • รับประเมินโดยหน่วยงานอิสระจากภายนอก เพื่อแสดงว่าบริษัทเป็นหลักทรัพย์ที่มีคุณภาพ มีคุณค่า และมีความยั่งยืนทั้งในระดับชาติและระดับโลก เช่น IOD, สถาบันส่งเสริมผู้ลงทุนไทย, SET, DJSI, FTSE Russell, MSCI เป็นต้น • รับการประเมินอันดับความน่าเชื่อถือหุ้นของบริษัท โดย Credit Rating Agency • ให้ข้อมูลต่อหน่วยงานด้านสถิติและเศรษฐกิจของรัฐ 	<ul style="list-style-type: none"> • ผลการดำเนินงานและการเติบโตของธุรกิจมีเสถียรภาพ มั่นคง และได้รับการยอมรับจากสังคม • มีความโปร่งใสในการดำเนินงาน การเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ครบถ้วนเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถช่วยนักลงทุนในการตัดสินใจลงทุนได้ดี ทั้งข้อมูล Financial และ Non-financial • การกำกับดูแลกิจการที่ดีและคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย (Minority Shareholders) และมีความรับผิดชอบต่อผู้ริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย • ได้รับการประเมินการกำกับดูแลในระดับดีเลิศ โดย IOD และสถาบันส่งเสริมผู้ลงทุนไทย • ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกชั้นนำของประเทศและของโลก เช่น รายชื่อหุ้นยั่งยืน, S&P CSA DJSI, FTSE4Good Index, MSCI เป็นต้น • หลักทรัพย์ของบริษัทอยู่ในความต้องการของตลาด มีการซื้อขายในตลาดรอง เนื่องจากมูลค่าหลักทรัพย์ในตลาดรองสะท้อนถึงราคายุติธรรมเป็นอย่งน้อย • มีการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติและเศรษฐกิจ (ESG) • สื่อสารการดำเนินงานอย่างโปร่งใส 	<ul style="list-style-type: none"> • บริหารจัดการธุรกิจให้เติบโต ลดความเสี่ยงและเพิ่มความโปร่งใส • รับฟังความคิดเห็นจากผู้ถือหุ้นและนักลงทุน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณากำหนดกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานของบริษัท • กำหนดนโยบายการทำการระหว่างกันและป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างชัดเจน • กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการและการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด • ให้ความเท่าเทียมของผู้ถือหุ้นและรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน • ยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล • ปรับปรุงแก้ไขกฎบัตร นโยบายแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการต่อต้านการทุจริต ความยั่งยืน สิ่งแวดล้อม และสังคม ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล • จัดตั้งหน่วยงานลงทุนสัมพันธ์ทำหน้าที่รับผิดชอบการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุนและนักวิเคราะห์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ พร้อมทั้งเขียนบทวิเคราะห์ เพื่อให้หลักทรัพย์ของบริษัทอยู่ในความต้องการของตลาดเสมอ • กำหนดกรอบแนวทาง เป้าหมาย ตัวชี้วัด และโครงการกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน • จัดประชุม “CP ALL: Analysts' Meeting” ผ่านระบบวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ เพื่อรายงานผลประกอบการของบริษัทและบริษัทในกลุ่มซีพี ออลล์ ให้กับนักวิเคราะห์หลักทรัพย์และนักลงทุน • จัดประชุมผู้ถือหุ้นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Meeting) ตามกฎหมายว่าด้วยการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และประกาศที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจัดทำจำนวนกรรมการผู้บริหาร และผู้จัดประชุม ณ สถานที่ทำการถ่ายทอดสด



9) ผู้ให้สิทธิใช้เครื่องหมายทางการค้า

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> ประชุมหารือร่วม เมื่อได้รับการร้องขอ สื่อสิ่งพิมพ์ จดหมาย สื่อสารสนเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัด สร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้าผ่านสินค้าและบริการ รวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดีในด้านต่าง ๆ ตามความคาดหวังหรือเหนือความคาดหวังของลูกค้า ความร่วมมือในการดำเนินการด้านความยั่งยืน การแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ทางธุรกิจ ยอดขาย ผลกำไร และการเติบโตของธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาเบื้องต้น หน่วยงานต้นสังกัดรับผิดชอบดูแลบริหารจัดการ ให้เป็นไปอย่างถูกต้อง โดยมีฝ่ายกฎหมายกำกับดูแล จ่ายชำระค่าสิทธิตรงตามเวลาที่กำหนดในสัญญา แลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดีระหว่างผู้รับสิทธิทางการค้าและเจ้าของสิทธิทางการค้า ในการประชุมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นหรือทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สร้างภาพลักษณ์ รักษาชื่อเสียงทางเครื่องหมายการค้าให้ได้อย่างต่อเนื่อง สร้างสัมพันธ์ทางธุรกิจอันดี สนับสนุนกิจกรรม และการให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ผ่านโครงการความร่วมมือด้าน ESG



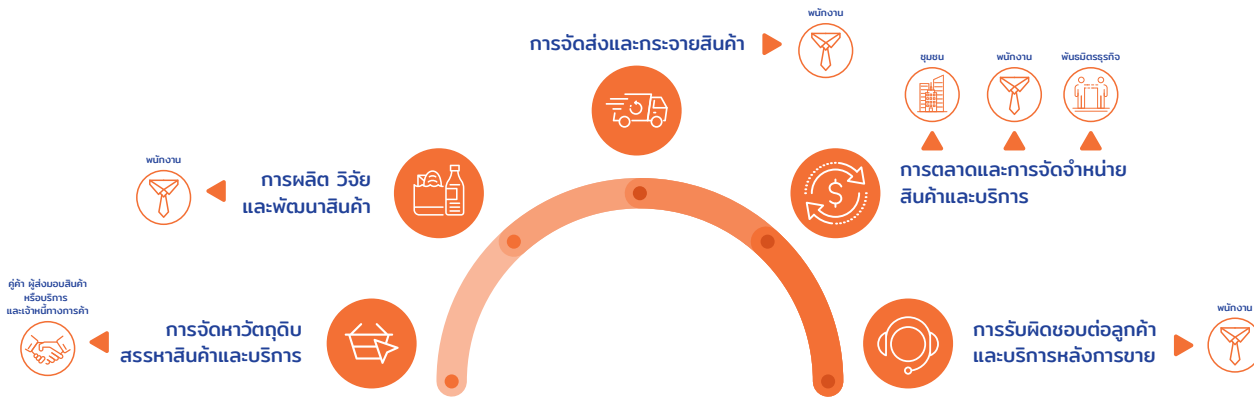




นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า



ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- 

1.2 ลดสัดส่วนชาย หญิง และเด็กในทุกช่วงวัย ที่อยู่ภายใต้ความยากจนในทุกมิติ ตามนิยามของแต่ละประเทศให้ลดลงอย่างน้อยครึ่งหนึ่ง
- 

3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า รวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นต้องมีคุณภาพและเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้
- 

8.2 บรรลุการมีผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้น ผ่านการทำให้หลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้นในภาคส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้แรงงานเข้มข้น

8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อยขนาดเล็ก และขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านการเข้าถึงบริการทางการเงิน

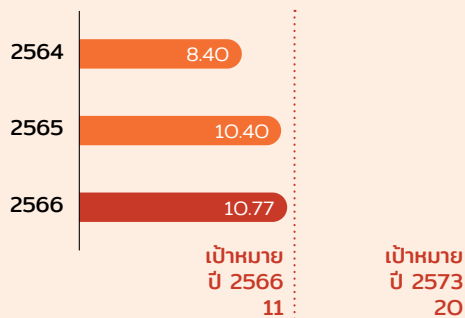
8.5 บรรลุการจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพพลภาพ และให้มีการจ่ายที่เท่าเทียมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน

เป้าหมาย ปี 2573

รายได้ที่มาจากนวัตกรรมด้านสินค้าบริการ และธุรกิจใหม่ ตลอดจนนวัตกรรมด้านกระบวนการ

ร้อยละ 20

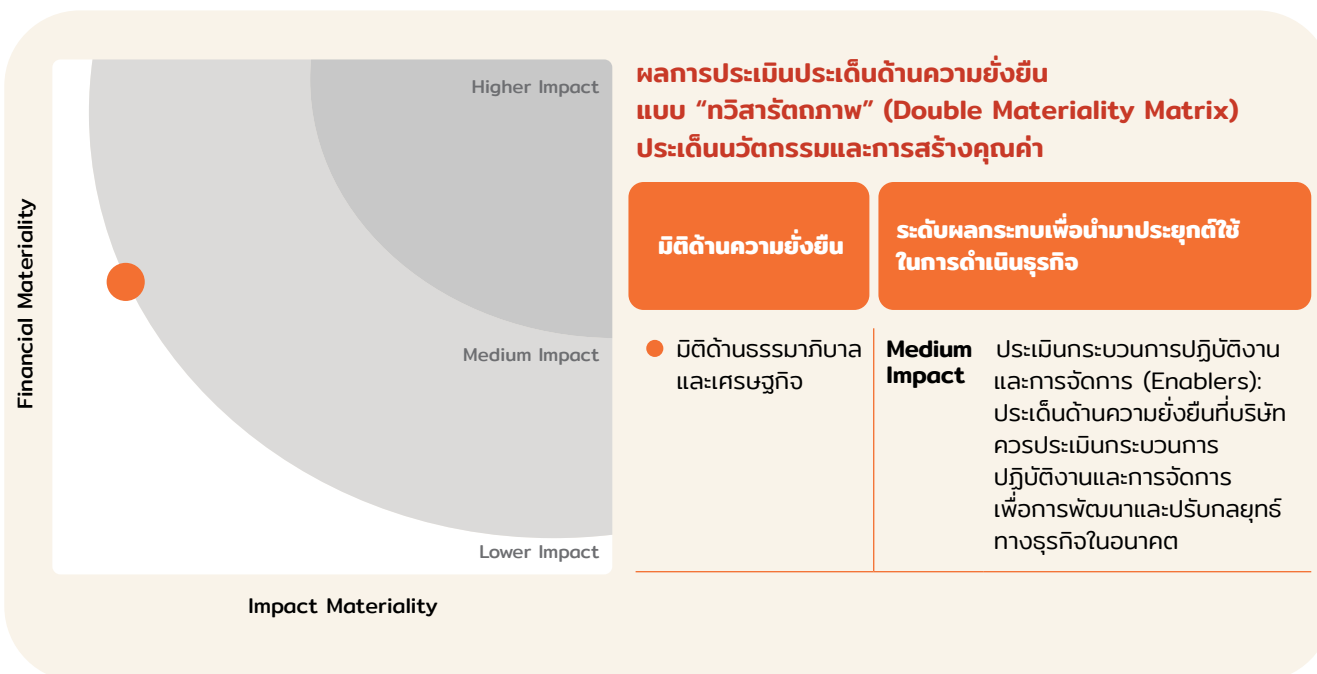
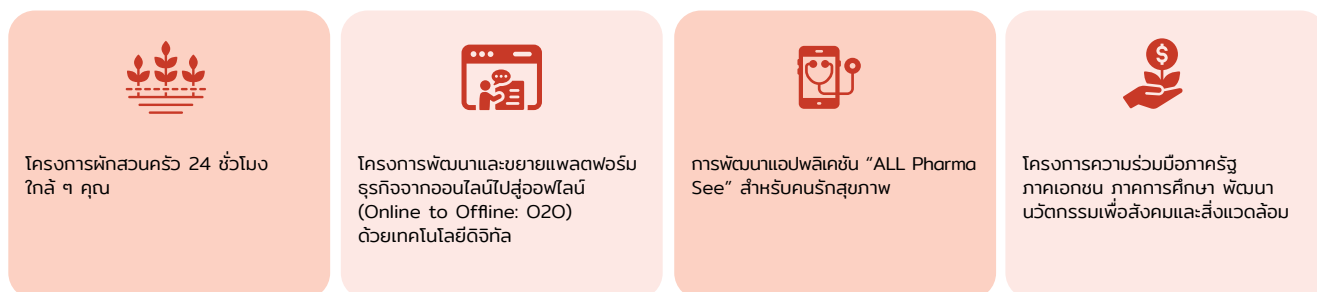
ความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมาย (หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2566

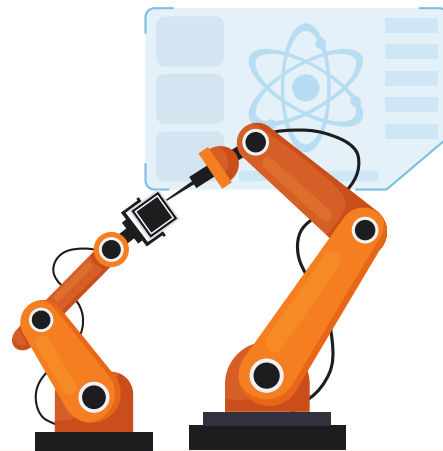


ความเสี่ยงและโอกาส

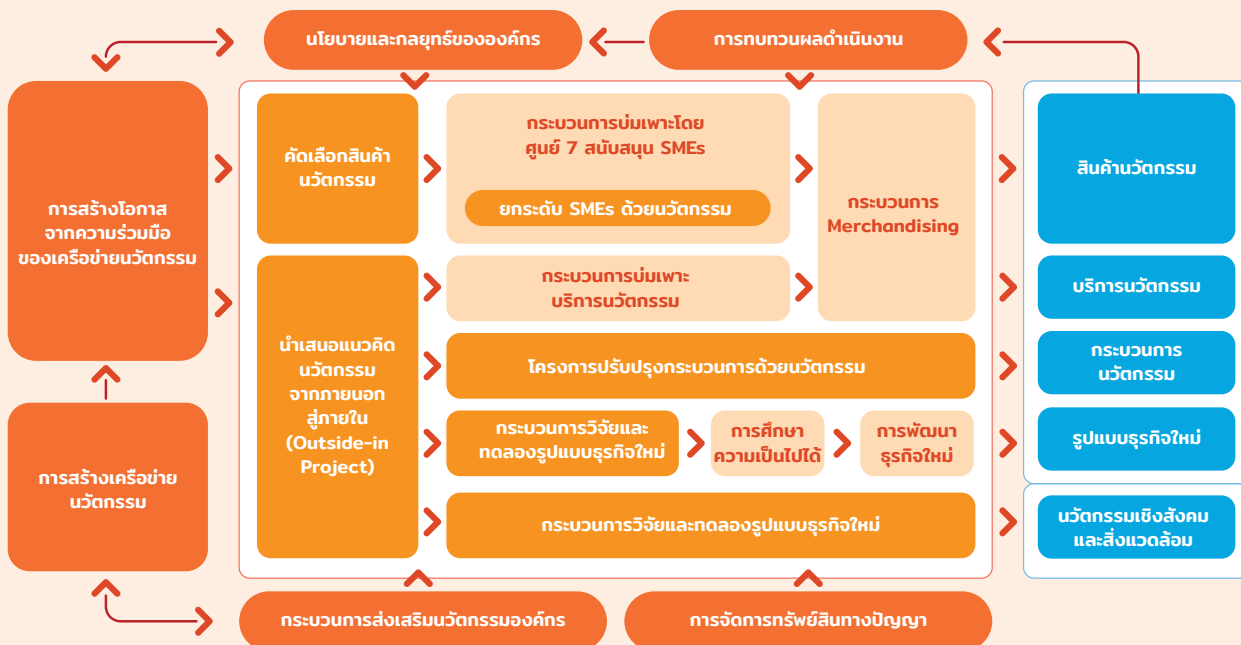
ในยุคที่การแข่งขันด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้แนวทางการดำเนินชีวิตและความต้องการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมเปลี่ยนแปลงไป โดยเน้นการเข้าถึงสินค้าและบริการที่รวดเร็ว สะดวกสบาย ทำให้ผู้บริโภคหันไปเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ดังนั้นการพัฒนา นวัตกรรมและเทคโนโลยีให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าและการดำเนินธุรกิจของภาคอุตสาหกรรมค้าปลีก อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจแบบออนไลน์ยังส่งผลกระทบต่อมูลค่าของสินค้าหรือบริการของธุรกิจรูปแบบเดิมที่มีอยู่จนนำไปสู่ “การหยุดชะงักเนื่องจากนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ (Digital Disruption)” ซึ่งอาจก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนจากการลดจำนวนพนักงานเนื่องจากการปิดตัวของบางภาคธุรกิจ ดังนั้นภาคอุตสาหกรรมค้าปลีกจำเป็นต้องยกระดับความสามารถในการพัฒนา นวัตกรรมและเทคโนโลยีให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางธุรกิจในตลาดการค้าออนไลน์ ทั้งนี้ บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนา นวัตกรรมซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยยกระดับคุณภาพและเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีให้แก่ผู้บริโภค ตลอดจนสิทธิในการเข้าถึงมาตรฐานการครองชีพที่เหมาะสม เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และการบริการสาธารณะ รวมทั้งเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาและส่งเสริมนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมด้านกระบวนการผลิต

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งพัฒนาและคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้อยู่เสมอ รวมทั้งพัฒนาศักยภาพ ขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และความคล่องตัว เตรียมความพร้อมในการรับมือการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคผ่านทางช่องทางออนไลน์ ผ่านการส่งเสริมงานวิจัยและเทคโนโลยีที่หลากหลาย เพื่อยกระดับการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์กรไปสู่การเป็นผู้นำในด้านการบริหารจัดการนวัตกรรมแห่งอนาคต โดยกำหนดกรอบและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

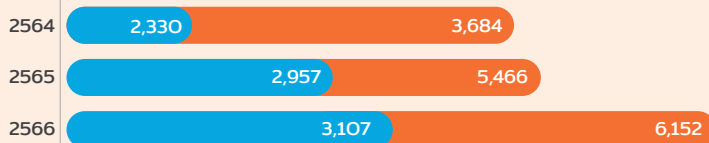


กรอบการดำเนินงานนวัตกรรมของ ซีพี ออลล์

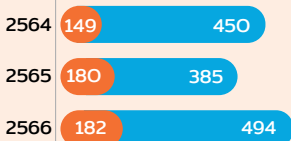


สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2566

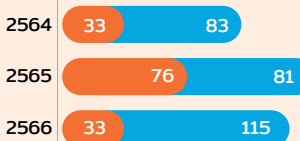
มูลค่านวัตกรรม (ล้านบาท) ● นวัตกรรมแบบปิด ● นวัตกรรมแบบเปิด



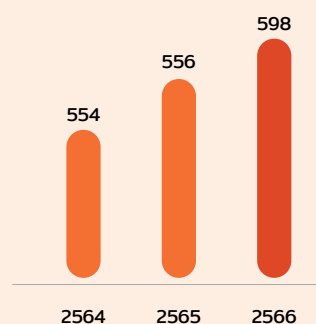
ผลงานที่ส่งเข้าประกวด (ผลงาน)



ผลงานที่ได้รับรางวัล (ผลงาน)



ผลงานวิจัยและพัฒนา (ผลงาน)



	2564	2565	2566
จำนวนนวัตกรรม (รายสะสม)	9,158	12,520	16,507
จำนวนสิทธิบัตรสะสม	15	16	16
จำนวนอนุสิทธิบัตรสะสม	8	10	15



1,472 ราย
บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา

45.34 ล้านบาท
งบประมาณด้านวิจัยและพัฒนา

ศูนย์วิจัยและพัฒนา นวัตกรรม

บริษัทส่งเสริมการพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมด้านอาหารที่ช่วยสร้างสุขภาพที่ดีให้กับลูกค้า ตลอดจนเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดและขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโต พร้อมทั้งสร้างประโยชน์แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันบริษัทมีศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้งหมด 2 แห่ง ได้แก่

สำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ดำเนินงานด้านการศึกษาและผลิตนวัตกรรมการจัดการทางด้านอาหาร รวมถึงการจัดการความปลอดภัยของอาหารให้มีคุณภาพ ถูกหลักสุขอนามัยและสุขภาวะที่ดี ภายใต้กรอบความสมดุลของห่วงโซ่อาหารที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งรับให้คำปรึกษาด้านวิชาการในเรื่องการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์แก่ผู้ประกอบการ โดยมีหน้าที่หลัก ดังนี้

- กำหนดมาตรการทางด้านการประกันคุณภาพตลอดห่วงโซ่อาหาร ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงมือผู้บริโภค เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยตามมาตรฐาน
- พัฒนาบรรทัดฐานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืนบนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่คำนึงถึงทุกกระบวนการในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) เพื่อความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ป้องกันและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสนับสนุนการจัดการขยะอย่างเหมาะสม
- พัฒนาสูตรอาหารและกระบวนการผลิตในระดับอุตสาหกรรมครอบคลุมกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่อยู่ภายใต้แบรนด์ของบริษัท ให้เป็นไปตามหลักโภชนาการและอนามัยของอาหาร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

★ ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

63 บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา

590 ผลงานวิจัยและพัฒนา (SKU)

15.06 ล้านบาท งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา

- ปัจจุบันมีการก่อตั้งศูนย์ All Food Tech เพื่อบริการด้านการพัฒนาสินค้าและวัตถุดิบ อีกทั้งให้คำปรึกษาและการแก้ไขปัญหาของผลิตภัณฑ์แก่ผู้ที่สนใจและผู้ประกอบการต่าง ๆ เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้าประเภทอาหาร โดยทำหน้าที่ให้บริการวิเคราะห์และประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารในด้านต่าง ๆ เช่น ทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Evaluation) ประเมินผลิตภัณฑ์ทางด้านประสาทสัมผัสตามหลักวิชาการสากล เป็นต้น เพื่อสร้างความมั่นใจว่าสินค้าใหม่ที่วางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงเป็นศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ วิเคราะห์เชื้อจุลินทรีย์และเคมีบางชนิดในผลิตภัณฑ์อาหารน้ำ รวมถึงสารตกค้างต่าง ๆ ในผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

ศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้านอาหาร บริษัท ซีพี ฟู๊ด แล็บ จำกัด

บริษัท ซีพี ฟู๊ด แล็บ จำกัด ดำเนินงานวิจัยนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีอาหาร เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้นในปัจจุบัน ผ่านการทำงานวิจัยพื้นฐานและงานวิจัยประยุกต์ เพื่อตอบโจทย์ประเด็นปัญหา รวมถึงความท้าทาย นอกจากนี้ ยังเป็นหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่เก็บข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนา และเป็นศูนย์กลางการทดสอบ เพื่อรองรับการวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ และออกแบบทางวิศวกรรมอาหารให้กับ ซีพี ออลล์ และเครือเจริญโภคภัณฑ์ รวมถึงบริษัทอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ อาทิ

- การวิจัยและพัฒนาสารออกฤทธิ์ในผลิตภัณฑ์สเปรย์สำหรับบรรเทาอาการอักเสบในช่องปากและลำคอ Phase II จากน้ำมันใบกะเพรา โดยร่วมมือกับศูนย์เชี่ยวชาญนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับกะเพรา โดยนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

13 บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา

8 ผลงานวิจัยและพัฒนา

16 ล้านบาท งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา

เครื่องสำอางต้นแบบในรูปแบบสเปรย์สำหรับช่องปากและลำคอ ซึ่งจะมีการต่อยอดเป็นเวชสำอาง สำหรับบรรเทาอาการอักเสบในช่องปากและลำคอในอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร

- การวิจัยและพัฒนาอาหารสำเร็จรูปที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่วงวัย (Food for Age Group) เพื่อเสริมสร้างโภชนาการที่ดีสำหรับคนแต่ละกลุ่ม ได้แก่ อาหารเสริมสำหรับการแก่และเด็กเล็ก เป็นต้น



ต่อยอดสินค้านวัตกรรม เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

บริษัทมุ่งส่งเสริมและยกระดับความสามารถของ SMEs ในการพัฒนานวัตกรรมและสรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย พร้อมทั้งเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจ ในปี 2566 มีผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการขยายผลผลิตโรส อร่อยครบจบในกล่องเดียว

ทีมนักวิจัยพัฒนากระบวนการผลิตสไลด์โรส ซึ่งเป็นสินค้าสุขภาพที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ให้มีอายุสินค้านานขึ้น ผ่านนวัตกรรมเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว (Postharvest) ที่ช่วยคงความสดของผักสไลด์ ร่วมกับการคิดค้นสารสูตรเฉพาะสำหรับแช่แข็ง (Only at 7-Eleven) ช่วยคงความนุ่มของแป้ง รวมทั้งการใช้วัตถุดิบที่ปราศจากเชื้อจุลินทรีย์ก่อโรค ทำให้สินค้ามีอายุวางจำหน่ายได้นานถึง 5 วัน และผู้บริโภคได้รับสินค้าที่สะอาด สะดวก ปลอดภัยในการบริโภค ตลอดจนช่วยสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและยกระดับมาตรฐานการผลิตให้กับ SMEs



วัตถุประสงค์และเป้าหมาย



ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ

เพิ่มโอกาสการขายสินค้า โดยการยืดอายุสินค้าเพิ่มจาก **2 วัน** เป็น **5 วัน**

เพิ่มสาขาวางจำหน่าย จาก **36 สาขา** เป็น **7,987 สาขา**

มูลค่าเพิ่มที่ได้จากโครงการ **140 ล้านบาทต่อปี** ในปี 2566

แนวคิดนวัตกรรม

<p>ค้นหา คัดเลือก ควบคุม</p> <p>ค้นหาพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม/ คัดเลือกวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพ/ ควบคุมการดูแลให้เป็นไปตาม กำหนด</p> <p>▼</p> <p>เพื่อวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน</p>	<p>เทคโนโลยี</p> <p>Pre-cooling/ เทคโนโลยี การตัดแต่ง/ Hydro-cooling/ ลดเชื้อจุลินทรีย์/เพิ่มความแข็งแรง ของเซลล์/ ลดการเกิดอาการสี น้ำตาล/ Modify Atmosphere</p> <p>▼</p> <p>เพื่อคงความสดของผัก</p>	<p>นวัตกรรม</p> <p>ชนิดของแผ่นแปง/ ส่วนประกอบ ของแผ่นแปง/ สารแช่แผ่นแปง</p> <p>▼</p> <p>เพื่อคงความนุ่มชุ่มชื้น ของแผ่นแปง</p>	<p>ทักษะ และเทคนิค</p> <p>การตัดแต่ง/ การวางวัตถุดิบ/ การแช่แปง/ การนึ่ง/ การควบคุมอุณหภูมิ</p> <p>▼</p> <p>เพื่อคงคุณภาพของสินค้า</p>
--	---	--	--

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

<p>ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ</p> <p>เพิ่มยอดขายสินค้าสดโรล</p> <p>เพิ่มพื้นที่การวางจำหน่าย</p> <p>สินค้ามีความหลากหลาย</p>	<p>ผลกระทบต่อสังคม</p> <p>สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร</p> <p>สร้างอาชีพให้คนในชุมชน</p> <p>ยกระดับมาตรฐานการผลิต</p>	<p>ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม</p> <p>ประชาชนคนไทยกินของดี สุขภาพดี</p> <p>เพิ่มพื้นที่และพัฒนาเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน</p>
<p>คุณค่าทางเศรษฐกิจ</p> <p>เพิ่มยอดขายสินค้าสดโรล มากกว่า 100 ล้านบาทต่อปี</p> <p>เพิ่มพื้นที่การวางจำหน่ายเป็น 7,987 สาขา</p>	<p>คุณค่าทางสังคม</p> <p>สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร 4.5 ล้านบาทต่อเดือน</p> <p>เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 265 ราย</p>	<p>คุณค่าทางสิ่งแวดล้อม</p> <p>เพิ่มพื้นที่และพัฒนาเกษตรกรรม อย่างยั่งยืน รวม 200 ไร่</p>

โครงการผักสวนครัว 24 ชั่วโมง ใกล้เคียง ๆ คุณ (คัดด้วยใจ ใส่ใจทุกขั้นตอน)

ซีพี ออลล์ ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการขับเคลื่อน สร้างโอกาสทางธุรกิจ ยกตลาดผักสวนครัวมาวางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven ตั้งแต่การคัดสรรผักจากแหล่งปลูกที่ดี ผ่านกระบวนการคัดและตัดแต่งให้ได้ขนาดที่เหมาะสม ความท้าทายคือการนำผักแต่ละชนิดที่ต้องการอุณหภูมิแตกต่างกันมาไว้ในตู้เดียวกัน และวางร่วมกับสินค้าอื่น ๆ ได้ เพื่อลดต้นทุนในการจัดการตู้แช่ผัก ทีมงานได้ใช้ความรู้ทางด้านสรีรวิทยา ผสานความรู้ทางเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว (Postharvest) และนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์แบบแอคทีฟที่ช่วยคงความสดใหม่ของพืชผักได้นานขึ้นโดยชะลอการหายใจและการคายน้ำให้ช้าลง (Equilibrium Modified Atmospheric Packaging: EMAP) สามารถกักเก็บความสดของผักไว้ได้ตลอดอายุสินค้า เพื่อส่งมอบผักที่สด สะอาด สะดวก ปลอดภัย ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังช่วยลดขยะอาหารสู่การฝังกลบได้กว่าร้อยละ 30 ปัจจุบันมีผักสวนครัววางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven ทุกสาขาทั่วประเทศ สร้างยอดขายมากกว่า 287 ล้านบาทต่อปี

ทดสอบบรรจุภัณฑ์ EMAP ที่ปรับให้เหมาะสมกับสินค้ากลุ่มผักสวนครัว และถ่ายทอดนวัตกรรม พัฒนา Supplier ทั่วประเทศทุกภูมิภาค

- สินค้ากลุ่มผักสวนครัว เพิ่มเป็น 48 รายการกับ ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2-6 บาท
- เพิ่มอายุการเก็บรักษา สินค้าได้ 4-7 วัน
- ลดต้นทุนการนำเข้าสินค้าลงกว่า 30%
- เพิ่ม Supplier ทั่วประเทศทุกภูมิภาค
- ควบคุม CDC ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ

Shelf life

ยอดขาย 6.6%

ไม่ต้องอุณหภูมิต่ำ ไม่เกิดอาการสะก๊ับหนาว

สาขาว่างจำหน่ายเพิ่ม (ใน 1,200 สาขา)

Supplier ทั้งหมด 10 ราย ครอบคลุมทั่วประเทศทุกภูมิภาค

"ตลาดใหญ่ โอกาสเยอะ ช่วยสังคมได้มาก"

FOOD SAFETY 24h

"สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรไทย"

"ลูกค้าเปลี่ยน เราปรับ สะดวก ใกล้บ้าน สะอาด ปลอดภัย"

Work From Home, Market Online, Single Family

"สร้าง New S-curve ยกตลาดผักสดมาไว้ที่ 7-11"



สร้างนวัตกรรมบริการ เพื่อส่งมอบประสบการณ์ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation)

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ใช้ช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยี พร้อมทั้งสนับสนุนการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจค้าปลีก เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อกักขังการดำเนินธุรกิจให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยในปี 2566 มีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

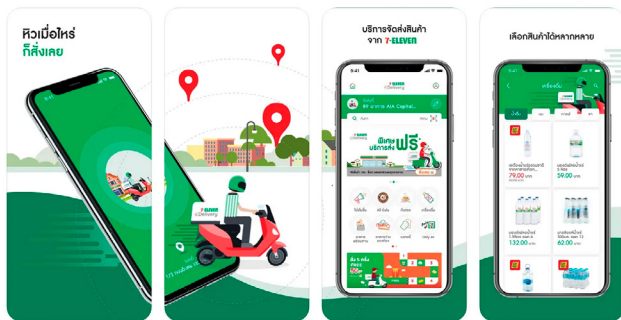
โครงการต่อเนื่อง การพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ Online to Offline (O2O)

ซีพี ออลล์ พัฒนาและปรับปรุงแพลตฟอร์ม “ออลล์ ออนไลน์ (ALL Online) และแอปพลิเคชัน 7-Eleven บนโทรศัพท์มือถืออย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการเข้าถึงรายการสินค้าและโปรโมชั่นที่หลากหลายของลูกค้าทุกระดับภายใต้แนวคิด

- สะดวกซื้อ เลือกสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางที่หลากหลายทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ และเดลิเวอรี่
- สะดวกจ่าย เลือกชำระค่าสินค้าได้ทั้งในรูปแบบเงินสดและไม่ใช้เงินสด (Cashless)
- สะดวกรับเลือกรูปแบบการรับสินค้าตามความต้องการ โดยลูกค้าสามารถสั่งสินค้าล่วงหน้าและเลือกมารับสินค้าได้ด้วยตนเองที่ร้าน 7-Eleven หรือรับบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านผ่านบริการ 7Delivery

พร้อมกันนี้ บริษัทยังได้พัฒนาระบบสมาชิก “ออลล์ เมมเบอร์ (All Member)” ผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อใช้เป็นช่องทางสื่อสารและประเมินความพอใจของลูกค้า รวมทั้งให้สิทธิประโยชน์พิเศษแก่สมาชิก ปัจจุบันมีสมาชิกในระบบกว่า 18.35 ล้านคน โดยผลการประเมินความพอใจของลูกค้าสามารถนำมาใช้วางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

โลตัสพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ชอปปิงและเปิดตัวแอปพลิเคชัน Lotus's SMART App แอปพลิเคชันที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งานของลูกค้าที่รวมออนไลน์ชอปปิงและรีวอร์ดไว้ที่เดียวและนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์และประมวลผล Big Data เพื่อสร้างคูปอง ส่วนลด โปรโมชั่น สิทธิพิเศษ เสนอแนะสินค้าที่ตรงใจลูกค้าแต่ละคนตามความต้องการที่แตกต่างกัน เชื่อมต่อการซื้อสินค้าแบบ Omni-Channel ทั้งออฟไลน์และออนไลน์เข้าด้วยกัน เสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจ O2O ของโลตัส โดยใช้สาขาที่มีมากกว่า 2,400 แห่งทั่วประเทศ เป็น Fulfillment Center สำหรับจัดส่งสินค้า นอกจากนี้ ยังมีรีวอร์ดโปรแกรมใหม่ My Lotus's (มายโลตัส) พัฒนาการออกแบบให้ลูกค้ามีประสบการณ์การใช้งานทั้งการสะสมและการแลกง่ายขึ้น ทันใจขึ้น คุ่มขึ้น และตรงใจขึ้นกว่าเดิม โดยไม่มีการส่งสแตมป์และคูปองไปยังบ้านของลูกค้า ช่วยลดการใช้ทรัพยากรกระดาษได้ร้อยละ 100 รวมถึงเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย



Lotus's SMART App

รวมทั้งโลตัสมาให้ครบ สมารถจบในแอปเดียว

NEW! Online Shopping Platform
Lotus's SHOP ONLINE

NEW! Rewards Program

my Lotus's



Lotus's

การพัฒนาต่อเนื่องแอปพลิเคชัน “ALL PharmaSee” สำหรับคนรักสุขภาพ

ร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส ในกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ พัฒนาแอปพลิเคชัน “ALL PharmaSee” อย่างต่อเนื่อง โดยให้บริการคำปรึกษาเรื่องสุขภาพและการใช้ยาจากเภสัชกรกว่า 400 ราย โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ผ่านช่องทางออนไลน์ แชท/ วิดีโอคอล ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้คนรักสุขภาพสามารถเข้าถึงบริการด้านสุขภาพ “ง่ายและสะดวก” พร้อมบริการให้ความรู้ด้านสุขภาพ ค้นหาร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส ในบริเวณใกล้เคียง และแอปพลิเคชัน ALL PharmaSee ยังได้รับการรับรองแพลตฟอร์มสำหรับให้บริการเภสัชกรรมทางไกลจากสภาเภสัชกรรม



นวัตกรรมบริการทางการเงินในกลุ่มชุมชน

บริษัท เคาน์เตอร์ เซอร์วิส จำกัด ในกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ พัฒนา นวัตกรรมเทคโนโลยีให้บริการที่หลากหลายและครบวงจรเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงให้กับประชาชน ยกย่องระบบธุรกรรมทางการเงิน ทั้งฝาก-ถอนเงินสด อาทิ บริการ “โอนปั๊บ รับปั๊บ” ซึ่งเป็นบริการโอนเงินภายในประเทศทั่วไทยที่ไม่ต้องใช้บัญชีธนาคาร ใช้เพียงบัตรประชาชน ตัวจริงในการส่งเงินและรับเงินเท่านั้น โดยฝั่งผู้รับเงินสามารถเข้าไปรับเงินสดที่ร้าน 7-Eleven กว่า 14,545 สาขา ทั่วประเทศ ได้ทันที ตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงระบบการพิสูจน์การยืนยันตัวตนเพื่อเปิดบัญชี ผ่านระบบออนไลน์ และเข้าถึงบริการของหน่วยงานภาครัฐ ผ่านช่องทางดิจิทัลได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง



*หมายเหตุ: เคาน์เตอร์เซอร์วิสเป็นเพียงช่องทางเพื่ออำนวยความสะดวกในการยืนยันตัวตนการใช้งานแอปพลิเคชันทางรัฐเท่านั้น

- ข้อมูลที่ผู้ใช้งานให้แก่เคาน์เตอร์เซอร์วิสเพื่อยืนยันตัวตน จะถูกเข้ารหัสแล้วส่งให้สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) หรือ DGA โดยตรง ด้วยวิธีการที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง ไม่มีการจัดเก็บข้อมูลไว้ที่เคาน์เตอร์เซอร์วิส

ใช้นวัตกรรมเพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน

บริษัทประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามายกระดับกระบวนการทำงานให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการปฏิบัติงานของพนักงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในปี 2566 มีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง ตรวจสอบสินค้าที่ร้าน 7-Eleven รูปแบบ Sampling Count

บริษัทดำเนินงานพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าที่มีผลมูลค่าสินค้าขาดสูงของแต่ละสาขา โดยใช้หลักการพาเรโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และไม่สูญเสียโอกาสการขายจากสินค้าขาด รวมทั้งระบบสามารถช่วยระบุกลุ่มสินค้าที่ต้องตรวจสอบ ปัจจุบันเทคโนโลยีดังกล่าวได้ถูกนำไปใช้ในร้าน 7-Eleven ทุกสาขาทั่วประเทศ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดเวลาการตรวจสอบสินค้าที่ร้าน

11 วันทำงานต่อสาขาต่อปี

ลดต้นทุนในการตรวจสอบ **57 ล้านบาทต่อปี**

เพิ่มยอดขาย **387 ล้านบาทต่อปี**



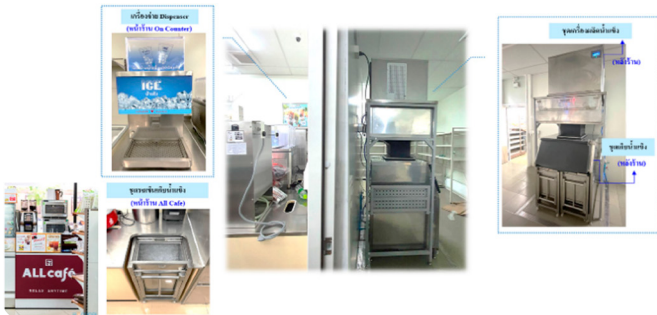
โครงการนำเทคโนโลยีสร้างประสิทธิภาพด้านการวางแผนผังออกแบบพื้นที่สาขาและระบบจัดวางสินค้า

ซีพี แอ็กซ์ตรา ร่วมมือกับ รีเล็กซ์ โซลูชัน (RELEX Solutions) นำเทคโนโลยีในการสร้างประสิทธิภาพด้านการวางแผนผังออกแบบพื้นที่สาขาให้เกิดประโยชน์สูงสุด จากการใช้ AI และระบบจัดวางสินค้าให้สอดคล้องกับปริมาณการขาย วางแผนการจัดวางสินค้าให้เหมาะสม และยังเพิ่มประสิทธิภาพในระบบห่วงโซ่อุปทานได้แบบครบวงจรมากขึ้น



โครงการ Smart Ice Maker

ทีมงานได้ออกแบบและพัฒนาอุปกรณ์เครื่องผลิตน้ำแข็งอัจฉริยะที่สามารถลำเลียงน้ำแข็งไปยังเครื่องจ่ายน้ำแข็ง หน้าร้าน 7-Eleven ผ่านระบบอัตโนมัติ และพัฒนาออกแบบถังเก็บน้ำแข็งให้สามารถเป็นรถเข็นสำหรับส่งน้ำแข็งไปยังจุดบริการเครื่องดื่ม All Café เพื่อลดแรง ลดขั้นตอนการทำงาน ลดการสัมผัสน้ำแข็ง และลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงาน อีกทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับปัญหาการขาดแคลนแรงงานของสังคมสูงวัยที่จะเกิดขึ้นในอนาคต



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดแรงและขั้นตอนการลำเลียงน้ำแข็งไปยัง

เครื่องจ่ายน้ำแข็งได้ **ร้อยละ 100**

ลดการสัมผัสสินค้าได้ **ร้อยละ 100**

โครงการ Smart Coffee Machine Service by IoT system

ธุรกิจ All Café ในร้าน 7-Eleven ออกแบบและพัฒนาระบบ IOT เพื่อช่วยบริหารจัดการกระบวนการเข้าซ่อมเครื่องชงกาแฟแบบอัตโนมัติ รู้สถานะเครื่องเสียก่อนหน้าร้าน สามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นได้ทันที เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้แม่นยำและรวดเร็วยิ่งขึ้น ส่งมอบงานบริการที่ดีมีคุณภาพ ลดการสูญเสียโอกาสในการขายและค่าใช้จ่ายในการแจ้งซ่อม ได้ 823,500 บาทต่อปี

พลิกโฉมงานซ่อมเครื่องกาแฟ ด้วยระบบ Smart coffee machine service by IoT system



- 1 บริการงานซ่อมผ่านระบบ IoT
- 2 ลดการเข้าซ่อม เครื่องชงกาแฟ
- 3 มีทีมแก้ไขปัญหามือถึงต้นกัณฑ์
- 4 งานซ่อมจบ แบบครบวงจร

เบอร์ 1 เรื่องงานบริการ
เชี่ยวชาญเรื่องงานซ่อม



สร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

- บริษัทร่วมกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) และออลดีเวลเนส ธุรกิจในกลุ่มบริษัทพัฒนาหุ่นยนต์ส่งของ (Outdoor Delivery Robot) ผลิตหุ่นยนต์ที่ใช้พลังงานแบตเตอรี่ไฟฟ้าร้อยละ 100 และนำระบบนำทางอัตโนมัติปัญญาประดิษฐ์ (AI: Artificial Intelligence) ไร้คนขับเข้ามาช่วยให้เกิดการขนส่งที่ไม่ก่อมลภาวะ เพื่อสร้างขนส่งพลังงานสะอาด รวมทั้งแบ่งเบาภาระการทำงานของพนักงานร้าน 7-Eleven ในช่วงที่มีปริมาณการสั่งซื้อเข้ามาพร้อมกันจำนวนมากและช่วงเวลากลางคืน ซึ่งตอบโจทย์การเป็นร้านที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ปัจจุบันอยู่ระหว่างการดำเนินการพัฒนาในเฟสที่ 2 ซึ่งมีแผนพัฒนาหุ่นยนต์ให้มีหลายขนาดมากขึ้น มีเป้าหมายเพื่อขยายผลสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ (New S-Curve) โดยนำหุ่นยนต์ส่งของ (Outdoor Delivery Robot) เข้าไปช่วยตอบโจทย์การส่งของไปยังผู้บริโภคให้แก่บริษัทหรือร้านค้าอื่น ๆ ทั่วร้าน 7-Eleven
- บริษัทร่วมกับองค์กรภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน 11 องค์กรระดับประเทศ เพื่อส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม ภายใต้ “โครงการความร่วมมือขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับประเทศไทย Thailand Synergy เพื่อเอสเอ็มอี (SMEs) ไทย” ผ่านการสนับสนุนผลงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ของแต่ละองค์กร รวมทั้งของผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ มอบโอกาสและเพิ่มช่องทางการตลาด รวมถึงนำแนวปฏิบัติมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อต่อยอดงานวิจัยนวัตกรรมรูปแบบใหม่ที่สร้างคุณค่าแก่องค์กร สังคมและสิ่งแวดล้อม ในปี 2566 มีโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่โดดเด่น ดังนี้



โมเดลธุรกิจแปรรูปกล้วยน้ำว้าเพื่อชุมชน

โมเดลธุรกิจแปรรูปกล้วยน้ำว้าเพื่อชุมชน เป็นรูปแบบของการส่งเสริมการแปรรูปกล้วยน้ำว้าหีบพร้อมรับประทาน มีกลิ่นหอม รสหวานตามธรรมชาติ ผลิตจากกล้วยน้ำว้าสายพันธุ์มะลิอ่อนของวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว อำเภอสарัก จังหวัดเชียงใหม่ และได้รับการสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปสินค้าจาก บริษัท ชันสวีท จำกัด (มหาชน) ทำให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายเกษตรกรและสร้างรายได้ให้กับชุมชน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

สร้างยอดขายได้กว่า **20 ล้านบาทต่อปี**

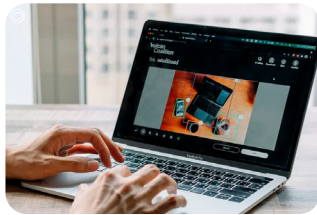
เพิ่มมูลค่าการแปรรูปกล้วยน้ำว้าหีบ
จากโลกรับละ **20 บาท เป็น 400 บาท**

สร้างอาชีพให้วิสาหกิจชุมชนบ้านแคว
จังหวัดเชียงใหม่ กว่า **60 ครัวเรือน**
มีรายได้เพิ่มขึ้น **8 ล้านบาทต่อปี**

เกิดการพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ
ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

โครงการ Vulcan แพลตฟอร์มระดับอาชีพผู้พิการเป็นผู้ฝึกสอน AI

บริษัท วัลแคน โซลูชั่น จำกัด พัฒนาแพลตฟอร์มให้บริการจัดทำข้อมูลสำหรับป้อน AI ที่เปิดโอกาสให้ผู้พิการได้ใช้ทักษะและความสามารถพิเศษในการทำหน้าที่เป็น AI Trainer ช่วยจัดเตรียมข้อมูลในการพัฒนาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) หรือ AI ให้มีความคิดและเข้าใจภาษามนุษย์ ตลอดจนการพัฒนาโมเดลและแอปพลิเคชันต่าง ๆ ภายใต้การจ้างงานที่เป็นธรรมและเคารพในศักยภาพของผู้พิการทุกคน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

สร้างรายได้มากกว่า **10 ล้านบาทต่อปี**

เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้ผู้พิการมากกว่า **60 ล้านบาท**

พัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับผู้พิการ และสร้างความภูมิใจจากการทำงานที่มีคุณค่าและมีความหมาย

ช่วยขับเคลื่อนสิทธิมนุษยชนของผู้พิการผ่านการจ้างงานอย่างเป็นธรรมมากกว่า **700 ราย**

โครงการ Recycle Day แพลตฟอร์มจัดการขยะแบบครบวงจร

บริษัท รีไซเคิลเดย์ จำกัด พัฒนาแพลตฟอร์มจัดการขยะแบบครบวงจร โดยการพัฒนาแอปพลิเคชันเป็นเครื่องมือในการทำงานต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น มีรถไปรับขยะที่คัดแยกแล้วจากที่ต่าง ๆ ทั้งในที่อยู่อาศัย อาคารสำนักงาน ไปจนถึงกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม และ Drop Point ต่าง ๆ มีการกำหนดราคาซื้อขายอย่างเป็นธรรม มีระบบเก็บบันทึกปริมาณขยะที่ขายได้ ซึ่งจะแปลงมาเป็นพอยต์เพื่อแลกของรางวัล ส่งเสริมให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

กลุ่มสมาชิกที่ช่วยจัดการคัดแยกขยะในแพลตฟอร์มมากกว่า **13,000 ราย**

สร้างรายได้มากกว่า **10 ล้านบาทต่อปี**

ลดจำนวนขยะสู่การฝังกลบได้มากกว่า **1,000 ตันต่อปี**

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้มากกว่า **1,300 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**



โครงการเยื่อฟางข้าวและบรรจุภัณฑ์ขึ้นรูปจากเยื่อฟางข้าวอินทรีย์

บริษัท ฟางไทย แพคคอร์รี่ จำกัด นำฟางข้าวที่มีจะถูกทิ้งหรือเผา หลังจากการเก็บเกี่ยวมาผนวกเข้ากับเทคโนโลยีการผลิตเยื่อฟางข้าว บริสุทธ์แบบ Mechanical process ทำให้ได้เยื่อกระดาษจากฟางข้าว ที่แข็งแรง สามารถใช้ทดแทนเยื่อไม้ได้หลากหลายมาผลิตบรรจุภัณฑ์ จากเยื่อฟางข้าวอินทรีย์ ช่วยลดการตัดต้นไม้และลดการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรท้องถิ่น เกิดการกระจายรายได้ในชุมชน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดต้นทุนพลังงาน

ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกว่า

2,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า

ยกระดับผลิตภัณฑ์จากเยื่อฟางข้าวอินทรีย์ของคนไทย ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

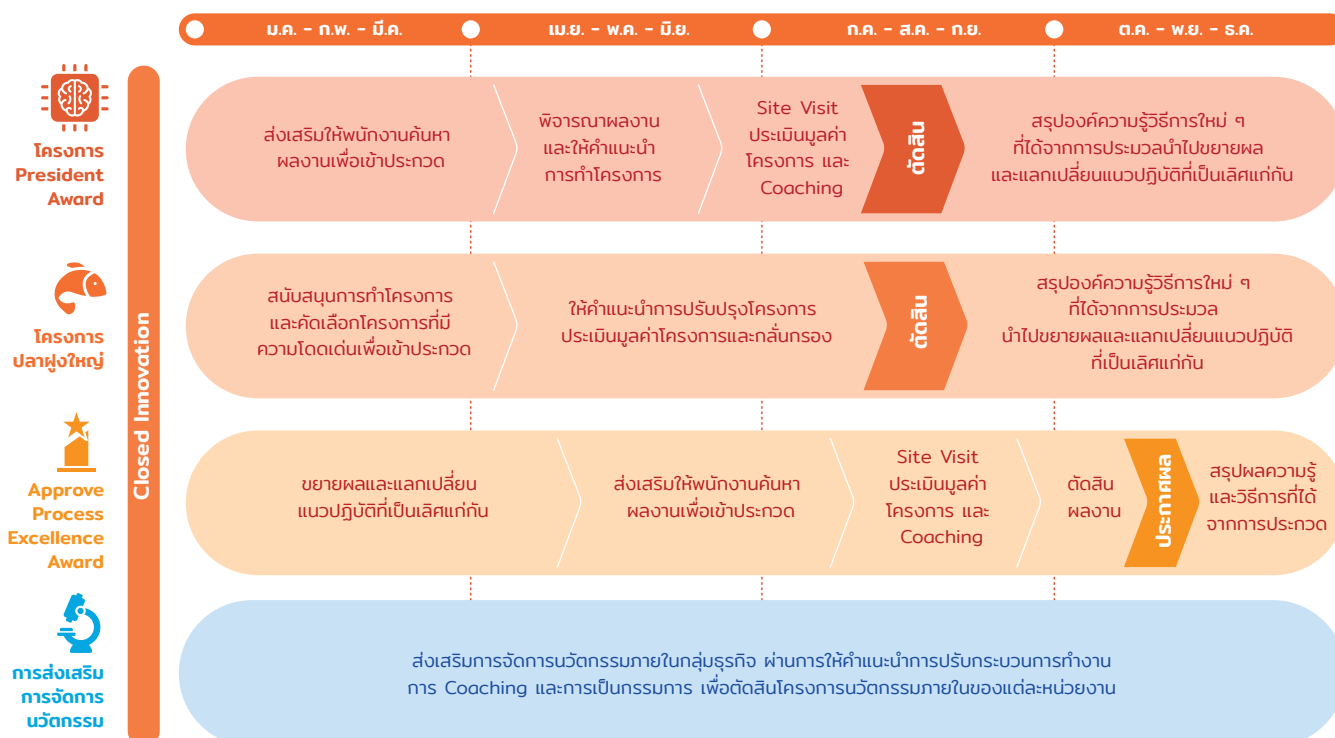
สร้างยอดขายกว่า **10 ล้านบาทต่อปี**

เกิดการกระจายรายได้ในชุมชนกว่า **160 ครัวเรือน** เป็นมูลค่ากว่า **7 ล้านบาทต่อปี**



สร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม (Innovation Culture)

บริษัทจัดอบรมให้ความรู้ด้านการพัฒนานวัตกรรม เพื่อสร้างความเข้าใจและส่งเสริมให้พนักงานเสนอแนวคิดสร้างสรรค์และ นวัตกรรมที่มีคุณค่าให้แก่บริษัท พร้อมทั้งสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กร ผ่านการจัดประกวดโครงการนวัตกรรมภายในของ กลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ เพื่อเชิดชูเกียรติโครงการที่มีผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ดี รวมทั้งสนับสนุนให้ มีการแลกเปลี่ยนความรู้และแนวปฏิบัติด้านนวัตกรรมใหม่ เพื่อนำไปปรับปรุงกระบวนการทำงาน ช่วยลดภาระงานที่ไม่จำเป็น ทำให้ องค์กรเกิดความคล่องตัว ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลกทั้งในปัจจุบันและอนาคต ตลอดจนเพื่อให้เกิดวัฒนธรรมนวัตกรรม ที่ผู้บริหารและพนักงานได้มีส่วนร่วมในการส่งมอบคุณค่าแก่ประเทศชาติ ประชาชน และองค์กร



Closed Innovation

Approve
 Process
 Excellence
 Award

การส่งเสริม
 การจัดการ
 นวัตกรรม



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2566

ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
302-1 (e) 2016	ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด	กิกะจูล	12,355,033.26	12,071,157.64	13,379,991.59	14,343,380.08
	ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	กิกะจูล	619,592.84	604,641.25	749,386.56	728,073.78
	การเผาไหม้อยู่กับที่	กิกะจูล	487,881.85	475,090.43	491,169.23	496,628.98
	• น้ำมันเตา	กิกะจูล	0	0	0	0
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	12,144.97	14,859.53	23,390.43	17,273.66
	• น้ำมันเบนซิน	กิกะจูล	0	0	11.33	50.37
	• ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิกะจูล	412,204.24	398,890.92	403,799.36	415,567.20
	• ก๊าซธรรมชาติ	กิกะจูล	63,532.65	61,339.98	63,968.11	63,737.75
	การเผาไหม้ที่มีการเคลื่อนที่	กิกะจูล	131,710.99	129,550.82	258,217.33	231,444.80
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	117,073.99	115,181.47	191,475.81	163,367.99
	• น้ำมันเบนซิน	กิกะจูล	14,636.19	10,804.60	62,694.48	66,942.33
	• ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิกะจูล	0	3,563.22	4,044.88	1,134.49
	• ก๊าซธรรมชาติ	กิกะจูล	0.82	1.53	2.15	0
302-1 (b) 2016	ปริมาณพลังงานหมุนเวียน	กิกะจูล	16,195.78	13,442.01	47,897.78	360,808.02
	• พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	N/A	N/A	31,798.80	345,500.58
	• พลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	1,796.64	1,796.60	2,079.65	1,512.00
	• พลังงานความร้อนใต้พิภพ	กิกะจูล	14,399.14	11,645.41	14,019.32	13,795.44
302-1 (c) 2016	ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	กิกะจูล	11,719,244.63	11,453,074.38	12,582,707.26	13,254,498.28
	• พลังงานไฟฟ้าจากโครงข่ายไฟฟ้าของประเทศ	กิกะจูล	11,631,273.12	11,283,895.36	12,145,997.39	12,399,054.75
	• พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	87,971.51	169,179.02	436,709.86	855,443.53
302-3 (a) 2016	ความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้	กิกะจูลต่อล้านบาท	22.60	20.55	15.69	15.57
303-3 (a) 2018	ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	16.68	15.86	18.79	21.00
	• น้ำใต้ดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	1.48	1.39	1.40	1.29
	• น้ำจากผู้จัดหาภายนอก (Third-Party Water)	ล้านลูกบาศก์เมตร	15.20	14.47	17.39	19.71
	- น้ำประปาจากผิวดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	15.06	14.26	17.23	19.51
	- น้ำประปากรอบน้ำบาดาล	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.14	0.21	0.16	0.20

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
303-3 (b) 2018	ปริมาณการนำน้ำจากแหล่งขาดแคลนน้ำมาใช้ทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	4.87	4.58	8.52	7.11
	• น้ำใต้ดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	1.32	1.23	1.27	1.09
	• น้ำจากผู้จัดหาภายนอก (Third-Party Water)	ล้านลูกบาศก์เมตร	3.55	3.35	7.24	6.02
	- น้ำประปาจากผิวดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	3.48	3.23	7.14	5.85
	- น้ำประปาจากน้ำบาดาล	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.07	0.12	0.10	0.17
303-3 (b) 2018	ปริมาณน้ำสะอาดที่ถูกนำมาใช้ทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	16.66	15.83	18.79	19.91
	• น้ำสะอาด ($\leq 1,000$ mg/L Total Dissolved Solids)	ล้านลูกบาศก์เมตร	16.66	15.83	18.79	19.91
	น้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.75	0.41	0.39	0.76
	ความเข้มข้นการนำน้ำสุกกลับมาใช้ต่อหน่วยรายได้	ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท	14.26	9.26	7.93	8.07
303-4(b) 2018	ปริมาณน้ำเสียที่ถูกบำบัดและปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมผ่านผิวดิน ($TDS \leq 1,000$ mg/L)	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.19	0.74	0.16	0.17
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	485.00	205.44	40.07	40.00
		กิโลกรัม	7,657.68	60,793.06	6,546.79	6,830.59
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	60.80	63.97	2.18	2.24
		กิโลกรัม	997.88	22,578.32	356.91	383.23
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	3,889.00	919.23	531.80	549.29
		กิโลกรัม	62,495.02	169,244.54	86,887.51	93,798.95
303-4(b) 2018	ปริมาณน้ำเสียที่ถูกบำบัดและปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมผ่านผิวดิน ($TDS > 1,000$ mg/L)	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.43	N/A	N/A	N/A
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	2,537.80	N/A	N/A	N/A
		กิโลกรัม	90,169.59	N/A	N/A	N/A
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	775.73	N/A	N/A	N/A
		กิโลกรัม	27,653.85	N/A	N/A	N/A
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	16,279.33	N/A	N/A	N/A
		กิโลกรัม	581,180.73	N/A	N/A	N/A

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
303-4(b) 2018	ปริมาณน้ำเสียที่ถูkbำบัด และปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมส่งบุคคลที่ 3 บำบัดต่อ (TDS ≤ 1,000 mg/L)	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	0.25	0.30
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	89.28	92.51
		กิโลกรัม	N/A	N/A	12,622.52	27,927.46
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	15.94	17.77
		กิโลกรัม	N/A	N/A	2,519.93	5,364.51
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	1,400.69	557.14
กิโลกรัม		N/A	N/A	143,541.21	168,195.91	
303-4(b) 2018	ปริมาณน้ำเสียที่ถูkbำบัด และปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมส่งบุคคลที่ 3 บำบัดต่อ (TDS > 1,000 mg/L)	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	0.36	0.41
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	422.85	40.97
		กิโลกรัม	N/A	N/A	153,905.29	16,859.08
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	42.12	7.60
		กิโลกรัม	N/A	N/A	15,330.82	3,129.32
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	1,211.18	1,334.97
กิโลกรัม		N/A	N/A	440,835.69	549,345.27	
303-5	ปริมาณการใช้ น้ำสุก	ล้านลูกบาศก์เมตร	7.79	5.44	6.76	7.44
305-2 (a) 2016	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทั้งหมด	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	1,808,509.72	1,778,726.26	1,936,757.61	2,019,394.74
305-1 (a) 2016	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางตรง (Scope 1)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	236,045.11	324,357.53	435,377.38	497,066.35
	• ก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากการรั่วไหลและอื่น ๆ (Fugitive Emissions)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	194,989.93	277,558.52	384,212.73	448,091.62
	• ก๊าซมีเทนจากระบบบำบัดน้ำเสีย	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	819.66	1,230.88	556.81	31.90
	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงอยู่กับที่	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	30,428.86	29,598.88	30,645.31	30,955.91
	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่มีการเคลื่อนที่	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	9,253.95	14,834.57	18,575.28	16,751.74
305-1 (c) 2016	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ (Biogenic)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	552.71	1,134.68	1,387.26	1,235.17

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
305-2 (a) 2016	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,572,464.61	1,454,368.73	1,501,380.23	1,522,328.39
	• พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,572,464.61	1,454,368.73	1,501,380.23	1,522,328.39
	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการใช้พลังงานทดแทน	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	12,269.38	22,172.73	58,326.81	147,788.21
305-4 (a) 2016	ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อหน่วยรายได้	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท	3.31	3.03	2.27	2.19
305-3 (a) 2016	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (Scope 3)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	243,098.87	13,131,498.28	13,191,694.60	15,175,062.01
	• การซื้อสินค้าและบริการ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	12,824,060.79	12,525,820.40	13,964,445.28
	• สินค้าทุน	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	47,305.39	36,591.80
	• การเดินทางซึ่งซื้อเพลิงและพลังงานขององค์กร	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	345,694.47
	• การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าต้นน้ำ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	141,122.76	197,321.23	268,798.35	205,168.47
	• การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	90,956.37	99,866.65	90,303.47	99,349.12
	• การเดินทางเพื่อธุรกิจ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	793.62	141.36	2,077.74	1,355.88
	• การเดินทางของพนักงาน	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	153,865.70	400,005.84
	• การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าปลายน้ำ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	94,192.64	81,390.99
	• การใช้งานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จำหน่าย	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	41,060.17
	• การจัดการซากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย (กล้วยหอมทอง)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	10,226.12	10,108.25	9,330.91	11,141.53
	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	85,212.55	265,268.48	250,615.62	258,352.23
	สัดส่วนของร้านในพื้นที่ตั้งเสี่ยงต่ออุทกภัย ที่ได้รับการออกแบบและปรับปรุงให้สามารถรองรับความเสี่ยง	ร้อยละ	N/A	52	52	6.16
306-3 (a) 2020	ปริมาณของเสียทั้งหมด	ตัน	182,442.19	219,409.69	207,701.67	154,139.53
306-4 (a) 2020	ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์ทั้งหมด	ตัน	123,944.17	157,037.00	150,507.61	98,383.98
306-4 (b) 2020	ปริมาณของเสียอันตราย	ตัน	45.83	24.81	186.31	184.54
	• น้ำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	45.83	24.81	186.31	184.54

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
306-4 (c) 2020	ปริมาณของเสียไม่อันตราย	ตัน	123,898.34	157,012.19	150,321.30	98,199.44
	• ใช้ซ้ำ	ตัน	90.28	82.33	367.64	74.67
	• นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	117,194.78	149,385.17	139,798.98	87,081.54
	• ปุ๋ยหมัก	ตัน	6,613.28	7,254.84	10,058.43	9,594.63
	• อื่นๆ (เสี่ยงสัตว์)	ตัน	0	289.86	96.25	1,448.60
306-5 (a) 2020	ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัดทั้งหมด	ตัน	58,498.02	62,372.96	57,194.06	55,755.55
306-5 (b) 2020	ปริมาณของเสียอันตราย	ตัน	26.31	106.73	232.91	24.60
	• นำไปเป็นเชื้อเพลิงผสม	ตัน	13.57	23.45	18.86	20.57
	• เผาทำลาย	ตัน	7.29	74.89	14.25	1.01
	• ฟังกลบ	ตัน	5.45	8.39	199.80	3.02
306-5 (c) 2020	ปริมาณของเสียไม่อันตราย	ตัน	58,471.71	62,265.96	56,961.15	55,730.95
	• นำไปเป็นเชื้อเพลิงผสม	ตัน	1,730.71	1,963.33	2,667.67	2,667.69
	• เผาทำลาย	ตัน	0	5.41	36.91	39.07
	• ฟังกลบ	ตัน	56,741.00	60,297.23	54,256.57	53,024.19
	ร้อยละปริมาณของเสียที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ต่อปริมาณของเสียทั้งหมด	ร้อยละ	67.94	71.57	72.46	63.83
306-3 (a) 2020	ปริมาณขยะอาหารทั้งหมด	ตัน	65,347.90	66,983.07	64,410.08	66,710.99
	• พืช ผัก และผลไม้	ตัน	7,764	19,899.06	21,304.13	22,504.43
	• เนื้อสัตว์และอาหารทะเล	ตัน	6,408	3,766.27	4,534.33	5,870.18
	• ผลิตภัณฑ์จากนม	ตัน	2,381	2,315.32	3,582.20	813.20
	• อาหารพร้อมรับประทาน	ตัน	22,106	18,041.47	16,959.04	19,919.74
	• เครื่องดื่ม	ตัน	1,794.25	1,265.83	1,503.45	1,425.32
	• อาหารสำเร็จรูป	ตัน	1,076.70	655.59	1,962.90	1,962.29
	• เบเกอรี่	ตัน	15,235.46	12,593.43	14,252.95	13,506.50
	• อื่น ๆ	ตัน	8,582.51	8,446.11	311.08	709.35
306-4 (a) 2020	ปริมาณขยะอาหารที่นำไปใช้ประโยชน์ทั้งหมด	ตัน	18,033.87	12,611.83	16,260.86	17,345.75
	• นำส่งไปรีไซเคิลต่อ (Reduce)	ตัน	0	0	0	219.74
	• นำไปเป็นอาหารสัตว์ (Reuse)	ตัน	17,476.17	12,014.58	14,926.75	15,974.87
	• นำกลับมาใช้ใหม่ ทำปุ๋ย, ก๊าซชีวภาพ (Recycle)	ตัน	59.91	508.76	1,321.16	931.06
	• นำไปผลิตเป็นพลังงาน (Energy Recovery)	ตัน	497.80	88.49	12.94	220.08

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
306-5 (a) 2020	ปริมาณขยะอาหารที่นำไปกำจัดทั้งหมด	ตัน	47,314.02	54,371.24	48,149.21	49,365.24
	• ฟังกลู	ตัน	47,314.02	54,371.24	48,149.21	49,365.24
	การป้องกันก่อนเกิดเป็นอาหารส่วนเกิน	ตัน	N/A	21,314.71	31,230.11	28,634.85
	• กำหนดมาตรฐานการสั่งและการทิ้ง	ตัน	N/A	5,079.31	7,293.17	7,371.25
	• ทำผลิตภัณฑ์ใหม่	ตัน	N/A	1,969.00	9,848.36	6,650.00
	• ผลิตอาหารสัตว์	ตัน	N/A	14,225.00	13,740.13	14,096.63
	• บริโภคต่อ (Reduce)	ตัน	0	41.40	348.45	516.98

การวิเคราะห์และแจกแจงข้อมูลปริมาณขยะอาหาร ซึ่งเป็นชุดข้อมูลย่อยที่ถูกรวมอยู่ในข้อมูลของเสียที่ปรากฏข้างต้นแล้ว

หมายเหตุ

- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ (Not available)
- ปริมาณพลังงานที่ใช้ในหน่วยจูล คำนวณจากปริมาณการใช้เชื้อเพลิงคูณกับค่าความร้อนของเชื้อเพลิงแต่ละประเภท อ้างอิงกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.)
- ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด เท่ากับผลรวมของปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ปริมาณพลังงานหมุนเวียน และปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก
- ความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ เท่ากับสัดส่วนปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมดต่อรายได้หน่วยล้านบาท
- ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด เท่ากับผลรวมปริมาณการใช้น้ำใต้ดิน และปริมาณการใช้น้ำจากผิวดินภายนอก ได้แก่ การประปาคนหลวง การประปาส่วนภูมิภาค และผู้ให้เช่าพื้นที่
- ปริมาณการนำน้ำจากแหล่งขาดแคลนน้ำมาใช้ทั้งหมด ถูกวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas (Aqueduct Global Maps 3.0) ของสถาบันทรัพยากรโลก (WRI)
- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก คำนวณจากปริมาณกิจกรรมที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกคูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก อ้างอิง IPCC 5th Assessment Report องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และรายงานให้อยู่ในรูปก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ตามมาตรฐานในการคำนวณการจัดการ และการรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG Protocol) สำหรับการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1, 2 และ 3
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางตรงทั้งหมด ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการบำบัดน้ำเสีย การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่มีการเคลื่อนที่ การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่อยู่กับที่ และการรั่วไหลของสารทำความเย็น (ยกเว้น R22)
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน เท่ากับปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอกคูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก อ้างอิงสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.)
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก คำนวณจากปริมาณลดใช้ถุงพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (single-use plastic) เช่น ช้อน ส้อม หลอด แก้ว เป็นต้น ในร้านเชvron อีเลฟเว่นคูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ เท่ากับสัดส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อมจากการใช้พลังงานต่อรายได้หน่วยล้านบาท
- ปริมาณของเสียทั้งหมดครอบคลุมถึงปริมาณขยะอาหาร
- ขอบเขตข้อมูลปริมาตรและคุณลักษณะของน้ำเสียที่ถูกบำบัดแล้วครอบคลุม โรงงานอาหารซีพีแรม ลาดกระบัง ลาดหลุมแก้ว และชลบุรี



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2566

ข้อมูลด้านบุคลากร

มาตรฐาน GRI	ผลการ	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
2	ข้อมูลบุคลากร (Workforce)													
2-7	จำนวนพนักงาน (Employee)	คน	34,585	67,642	102,227	54,820	99,613	154,433	59,367	108,034	167,401	64,189	116,919	181,108
		FTE	N/A	N/A	N/A	51,558	90,465	142,023	57,057	99,797	156,854	62,707	110,934	173,641
2-7a	จำนวนพนักงานจำแนกตามภูมิสำเนา (by based location)													
• ประเทศไทย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	57,493	106,117	163,610	62,132	114,853	176,985	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	54,792	97,482	152,274	60,219	108,413	168,631	
• กัมพูชา	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	629	623	1,252	742	748	1,490	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	762	757	1,519	921	929	1,850	
• ลาว	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	96	22	118	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	94	22	116	
• มาเลเซีย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	0	1	1	0	1	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	0	1	1	0	1	
• จีน	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	13	7	20	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	13	7	20	
• เวียดนาม	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	
• อื่น ๆ	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,244	1,294	2,538	1,205	1,289	2,494	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,501	1,558	3,059	1,460	1,564	3,024	
2-7b	จำนวนพนักงานจำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง (by employment contract)													
• พนักงานประจำ (Permanent employee)	คน	34,585	67,642	102,227	54,820	99,613	154,433	58,561	107,086	165,647	62,487	115,249	177,736	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	56,253	98,859	155,112	60,878	109,197	170,075	
• พนักงานชั่วคราว (Temporarily employee)	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	806	948	1,754	1,702	1,670	3,372	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	803	938	1,741	1,829	1,738	3,567	

มาตรฐาน GRI	คนการ	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
405-1	จำนวนพนักงานจำแนกตามความหลากหลายของพนักงาน (diversity of employees)													
	จำแนกตามระดับ (by management level)													
	• ผู้บริหารระดับสูง	คน	32	24	56	95	57	152	96	56	152	122	102	224
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	120	101	221
	• ผู้บริหาร	คน	1,259	1,591	2,850	1,614	1,946	3,560	1,656	2,173	3,829	1,525	1,927	3,452
		FTE				N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,486
	• ผู้บริหารระดับต้น	คน	1,259	1,591	2,850	2,897	4,456	7,353	3,218	5,018	8,236	2,323	3,994	6,317
		FTE				N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,258
	• เจ้าหน้าที่	คน	33,294	66,027	99,321	50,214	93,154	143,368	54,397	100,787	155,184	60,219	110,896	171,115
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	58,844	105,093	163,937
	จำแนกตามสัญชาติ (by nationality)													
	• ไทย	คน	N/A	N/A	N/A	53,304	98,069	151,373	57,490	106,119	163,609	61,424	114,409	175,833
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	59,364	107,879	167,243
	• กัมพูชา	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	730	629	623	1,252	1,097	998	2,095
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,355	1,225	2,580
	• เมียนมาร์	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,227	1,171	1,282	2,453	1,515	1,475	2,990
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,838	1,794	3,632
	• เกาหลี	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2	1	0	1	1	1	2
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	1	2
	• อินเดีย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	35	3	38	10	1	11
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	10	1	11
	• ออสเตรเลีย	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5	2	1	3	2	1	3
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2	1	3
	• อื่น ๆ	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	96	39	6	45	140	34	174
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	138	34	171

มาตรฐาน GRI	ผลการ	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำแนกตามอายุ (by age)														
• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน		18,218	37,306	55,524	30,024	54,906	84,930	33,149	60,148	93,297	36,001	64,972	100,973
	FTE		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	31,655	54,984	86,639	35,038	61,302	96,340
• อายุ 30-50 ปี	คน		15,717	29,203	44,920	23,680	42,953	66,633	24,932	45,799	70,731	26,665	49,524	76,189
	FTE		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	24,138	42,750	66,888	26,190	47,249	73,438
• อายุมากกว่า 50 ปี	คน		650	1,133	1,783	1,116	1,754	2,870	1,286	2,087	3,373	1,523	2,423	3,946
	FTE		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,264	2,063	3,327	1,479	2,384	3,863
จำแนกตามศาสนา (by religion)														
• พุทธ	คน		N/A	N/A	96,180	33,566	63,637	97,203	38,349	72,836	111,185	43,545	82,137	125,682
	FTE		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	36,199	65,224	101,422	41,607	75,919	117,526
• คริสต์	คน		N/A	N/A	599	278	356	634	298	403	701	179	256	435
	FTE		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	279	362	641	172	243	416
• อิสลาม	คน		N/A	N/A	4,882	1,505	3,348	4,853	1,933	4,466	6,399	1,345	2,420	3,765
	FTE		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,823	3,950	5,773	1,311	2,247	3,558
• ฮินดู	คน		N/A	N/A	N/A	5	3	8	6	3	9	6	3	9
	FTE		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	6	3	9	6	3	9
• อื่น ๆ	คน		N/A	N/A	N/A	22	40	62	14	21	35	18	3	21
	FTE		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	13	18	30	18	3	21
• ไม่เปิดเผย	คน		N/A	N/A	566	19,444	32,229	51,673	18,767	30,305	49,072	19,096	32,100	51,196
	FTE		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	18,737	30,241	48,978	19,593	32,519	52,112
จำนวนคนงาน (workers)		คน	32,325	56,928	89,253	32,278	54,473	86,751	89,026	84,095	173,121	85,022	90,497	175,519
401-1	การจ้างงาน													
	จำนวนการจ้างงานใหม่	คน	13,767	26,586	40,353	33,670	58,673	92,343	36,230	63,223	99,453	34,420	62,351	96,771
	อัตราการจ้างงานใหม่	ร้อยละ	39.47			59.79			59.41			53.43		
จำแนกตามอายุ (by age)														
• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน		33,119			27,102	45,360	72,462	30,217	50,945	81,162	28,560	50,151	78,711
	FTE		N/A			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	27,705	47,252	74,957
• อายุ 30-50 ปี	คน		7,134			6,510	13,155	19,665	5,924	12,166	18,090	5,811	12,102	17,913
	FTE		N/A			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5,932	12,033	17,965
• อายุมากกว่า 50 ปี	คน		100			58	158	216	89	112	201	49	98	147
	FTE		N/A			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	50	105	155

มาตรฐาน GRI	ผลการ	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	จำแนกตามสัญชาติ (by nationality)													
• ไทย	คน	N/A	N/A	N/A	32,843	58,054	90,897	35,511	62,537	98,048	33,493	61,537	95,030	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	32,512	58,392	90,904
• กัมพูชา	คน	N/A	N/A	N/A	60	68	128	438	373	811	642	586	1,228	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	804	706	1,510	
• เมียนมาร์	คน	N/A	N/A	N/A	752	548	1,300	236	307	543	265	218	483	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	353	280	633	
• เกาหลี	คน	N/A	N/A	N/A	2	0	2	1	0	1	1	1	2	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	1	2	
• อินเดีย	คน	N/A	N/A	N/A	1	0	1	30	3	33	3	0	3	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	3	0	3	
• ออสเตรเลีย	คน	N/A	N/A	N/A	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	
• อื่น ๆ	คน	N/A	N/A	N/A	12	3	15	13	3	16	16	9	25	
	FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	16	10	26	
401-1	การลาออก													
	จำนวนพนักงานลาออกทั้งหมด	คน	12,022	23,086	35,108	28,774	52,148	80,922	36,743	61,456	98,199	31,600	55,815	87,415
	อัตราการลาออก	ร้อยละ	34.34			52.40			58.66			48.27		
	จำแนกตามอายุ (by age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	N/A	N/A	26,996	22,826	40,197	63,023	28,849	46,631	75,480	24,701	42,101	66,802
	• อายุ 30-50 ปี	คน	N/A	N/A	7,871	5,827	11,730	17,557	7,687	14,525	22,212	6,734	13,437	20,171
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	N/A	N/A	241	121	221	342	207	300	507	165	277	442
	จำแนกตามสัญชาติ (by nationality)													
	• ไทย	คน	N/A	N/A	N/A	28,437	51,804	80,241	36,349	61,112	97,461	30,937	55,264	86,201
	• กัมพูชา	คน	N/A	N/A	N/A	131	157	288	177	168	345	379	346	725
	• เมียนมาร์	คน	N/A	N/A	N/A	205	186	391	206	174	380	278	202	480
	• เกาหลี	คน	N/A	N/A	N/A	0	0	0	3	0	3	1	0	1
	• อินเดีย	คน	N/A	N/A	N/A	1	0	1	0	0	0	0	1	1
	• ออสเตรเลีย	คน	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	• อื่น ๆ	คน	N/A	N/A	N/A	0	1	1	8	2	10	5	2	7

มาตรฐาน GRI	ผลการ	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
401-1	การลาออกโดยความสมัครใจ (Voluntary Turnover)													
	จำนวนพนักงานลาออกโดยความสมัครใจทั้งหมด	คน	N/A	N/A	N/A	26,340	48,587	74,927	31,669	55,312	86,981	23,930	43,539	67,469
	อัตราการลาออกโดยความสมัครใจ	ร้อยละ	32.90			48.52			51.96			37.25		
	จำแนกตามอายุ (by age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	N/A	N/A	N/A	20,950	37,589	58,539	25,060	42,439	67,499	18,851	33,243	52,094
	• อายุ 30-50 ปี	คน	N/A	N/A	N/A	5,317	10,849	16,166	6,452	12,670	19,122	5,011	10,163	15,174
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	N/A	N/A	N/A	73	149	222	157	203	360	68	133	201
	จำแนกตามสัญชาติ (by nationality)													
	• ไทย	คน	N/A	N/A	N/A	26,005	48,243	74,248	31,277	54,969	86,246	23,531	43,149	66,680
	• กัมพูชา	คน	N/A	N/A	N/A	130	157	287	177	168	345	275	272	547
	• เมียนมาร์	คน	N/A	N/A	N/A	204	186	390	204	173	377	119	115	234
	• เกาหลี	คน	N/A	N/A	N/A	0	0	0	3	0	3	1	0	1
	• อินเดีย	คน	N/A	N/A	N/A	1	0	1	0	0	0	0	1	1
	• ออสเตรเลีย	คน	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	• อื่น ๆ	คน	N/A	N/A	N/A	0	1	1	8	2	10	4	2	6
401-3	การลาคลอด และเลี้ยงดูบุตร													
401-3a	• จำนวนพนักงานที่มีสิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตรในปีที่คนงานข้อมูล	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	50,705	107,073	157,778	52,763	115,869	168,632
401-3b	• จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตรในปีที่คนงานข้อมูล	คน	N/A	N/A	3,592	556	4,598	5,154	785	4,546	5,331	1,135	5,154	6,289
401-3c	• จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังใช้สิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตร	คน	N/A	N/A	3,225	518	4,374	4,892	773	3,977	4,750	1,058	4,661	5,719
401-3d	• จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังใช้สิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตร และยังคงทำงานอยู่กับบริษัทต่อไปอีกจนครบ 12 เดือน	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	2,485	2,485	597	3,368	3,965	905	4,116	5,021
401-3e	• อัตราการรักษาพนักงานที่ลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรในปีที่คนงานข้อมูล	ร้อยละ	89.78			10.05	84.87	94.92	14.50	74.60	89.10	93.22	90.43	90.94

มาตรฐาน GRI	ผลการ	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	ข้อตกลงการเจรจาต่อรอง													
	• พนักงานตัวแทน เข้าร่วมคณะกรรมการ สวัสดิการ	ร้อยละ	100			100			100			100		
404-1	การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน (training and education)													
	• จำนวนชั่วโมง การฝึกอบรมและ การพัฒนาเฉลี่ย	ชั่วโมง/ คน/ปี	17.35	20.47	18.91	18.25	21.96	20.11	30.03	30.29	30.20	35.18	33.74	34.25
	• จำนวนชั่วโมง การฝึกอบรมและ การพัฒนาเฉลี่ย	ชั่วโมง/ FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	31.25	32.79	32.23	36.01	35.56	35.73
	จำแนกตามอายุ (by age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	ชั่วโมง/ คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	29.29	29.99	29.74	43.23	45.22	44.51
		ชั่วโมง/ FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	30.68	32.81	32.03	44.42	47.93	46.65
	• อายุ 30-50 ปี	ชั่วโมง/ คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	33.33	33.97	33.71	25.27	19.41	21.46
		ชั่วโมง/ FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	34.35	39.71	39.24	25.73	20.34	22.26
	• อายุมากกว่า 50 ปี	ชั่วโมง/ คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	35.37	35.27	35.31	18.45	18.93	18.75
		ชั่วโมง/ FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	35.99	35.67	35.79	19.00	19.24	19.15
	จำแนกตามสัญชาติ (by nationality)													
	• ไทย	ชั่วโมง/ คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	30.60	30.56	30.57	36.04	34.19	34.84
		ชั่วโมง/ FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	32.03	33.19	32.77	37.29	36.26	36.63
	• กัมพูชา	ชั่วโมง/ คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	11.15	11.09	11.12	12.91	12.54	12.74
		ชั่วโมง/ FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	9.78	10.05	9.92	10.45	10.22	10.34
	• เมียนมาร์	ชั่วโมง/ คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	10.98	11.64	11.33	13.26	12.14	12.70
		ชั่วโมง/ FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	9.64	10.55	10.11	10.93	9.98	10.46
	• เทาหลี	ชั่วโมง/ คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.13	9.00	4.51	9.00	9.00	9.00
		ชั่วโมง/ FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.13	9.00	4.51	9.18	9.18	9.18

มาตรฐาน GRI	ผลการ	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
• อินเดี่ย		ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	68.50	3.50	46.83	2.73	0.50	2.53
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	68.50	3.50	46.83	2.79	0.51	2.58
• ออสเตรเลีย		ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	9.00	0.00	9.00	58.50	3.00	40.00
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	9.00	0.00	9.00	59.69	3.06	40.82
• อื่น ๆ		ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	25.67	0.00	25.67	73.23	73.57	73.29
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	25.67	0.00	25.67	74.47	74.55	74.49
จำแนกตามลักษณะการทำงาน (by function)														
• ปฏิบัติการ (ฝ่ายผลิต ฝ่ายขายที่ร้านสาขา ศูนย์จำหน่าย)		ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	27.35	26.83	26.93	39.57	35.00	36.50
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	28.44	28.18	28.22	40.74	37.03	38.26
• ขนส่ง และกระจายสินค้า		ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	8.05	6.81	7.57	12.68	11.09	11.93
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	8.08	7.02	7.69	12.37	10.97	11.72
• สำนักงาน		ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	87.54	76.70	80.36	36.04	38.67	37.64
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	87.86	77.49	80.95	37.73	41.31	39.89
405-2	สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงาน (เพศหญิง : เพศชาย)													
	จำแนกตามระดับ							2564	2565	2566				
	• ผู้บริหารระดับสูง (เฉพาะเงินเดือน)							0.96	0.94	0.72				
	• ผู้บริหารระดับสูง (เงินเดือนและค่าตอบแทนอื่น ๆ)							1.10	0.96	0.71				
	• ผู้บริหาร (เฉพาะเงินเดือน)							0.99	0.92	0.90				
	• ผู้บริหาร (เงินเดือนและค่าตอบแทนอื่น ๆ)							0.99	0.90	0.90				
	• เจ้าหน้าที่ (เงินเดือนและค่าตอบแทนอื่น ๆ)							0.97	0.97	0.01				

หมายเหตุ

- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2566

ข้อมูลด้านการดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

มาตรฐาน GRI	ข้อมูล	หน่วย	2563		2564		2565		2566	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
พนักงาน										
403-9 (a) (2018)	• จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงาน	ราย	2		5		0		2	
			2	0	2	3	0	0	1	1
	• อัตราผู้เสียชีวิต	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.008		0.013		0		0.004	
			0.02	0	0.013	0.013	0	0	0.006	0.004
	• จำนวนผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	ราย	1		3		2		6	
			0	1	2	1	1	1	2	4
	• อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.004		0.01		0.01		0.013	
			0	0.01	0.01	0.004	0.01	0.004	0.012	0.014
• จำนวนผู้บาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	ราย	539		771		720		969		
		252	287	351	420	366	354	480	489	
• อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	2.14		2.00		1.93		2.17		
		3.02	1.99	2.23	1.84	2.70	1.49	2.96	1.73	
• อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	1.66		1.69		1.65		1.83		
		2.21	1.38	1.80	1.62	2.22	1.29	2.36	1.52	
• จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม	ชั่วโมง	251,718,321		386,155,115		372,331,111		445,788,461		
		83,430,837	168,287,484	157,467,972	228,687,144	135,490,551	236,840,560	162,351,256	283,437,205	
403-10 (a) (2018)	• จำนวนผู้เสียชีวิตด้วยโรคจากการทำงาน	ราย	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
	• จำนวนกรณีเจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด	กรณี	0		1		0		0	
			0	0	1	0	0	0	0	0
	• อัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงานทั้งหมด (OIFR)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0		0.003		0		0	
			0	0	0.01	0	0	0	0	0
ผู้รับเหมา										
403-9 (b) (2018)	• จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงาน	ราย	3		9		12		6	
			2	1	8	1	7	5	2	4
	• อัตราผู้เสียชีวิต	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.01		0.03		0.05		0.021	
			0.02	0.01	0.05	0.01	0.07	0.03	0.017	0.024
	• จำนวนผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	ราย	0		2		1		0	
			0	0	1	1	0	1	0	0
• อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0		0.007		0.004		0.000		
		0	0	0.01	0.01	0	0.01	0.00	0.00	
• จำนวนผู้บาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	ราย	120		306		267		329		
		71	49	186	120	153	114	187	142	

มาตรฐาน GRI	ข้อมูล	หน่วย	2563		2564		2565		2566	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	• อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.52		1.00		1.01		113	
			0.80	0.34	1.16	0.82	1.42	0.72	1.55	0.84
	• อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.37		0.74		0.80		0.94	
0.52			0.28	0.73	0.75	1.10	0.59	1.29	0.70	
	• จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม	ชั่วโมง	232,938,058		306,063,307		264,671,376		290,222,104	
			88,997,868	143,940,190	160,289,943	145,773,363	107,389,032	157,282,344	120,393,505	169,828,598
403-10 (b) (2018)	• จำนวนผู้เสียชีวิตด้วยโรคจากการทำงาน	ราย	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
	• จำนวนกรณีเจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด	กรณี	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
	• อัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงานทั้งหมด (OIFR)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0

หมายเหตุ

1) ประเภทของการบาดเจ็บที่เกี่ยวข้องเนื่องจากอุบัติเหตุ กรณีของการบาดเจ็บรุนแรงสูงของพนักงานปี 2566

- พนักงาน จำนวน 1 เคส ประเภท ทุพลภาพ (สูญเสียอวัยวะ: แขน ขา), 2 เคส (จึกขาด), 3 เคส (แตกหัก)

2) ขยายขอบเขตการรายงานข้อมูลพนักงาน กลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ ปี 2566 ดังนี้

- เริ่มรายงานข้อมูลพนักงาน ของบริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด ตั้งแต่ ปี 2564
- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) คลอบคลุม พื้นที่สายการศึกษา (ไม่รวมข้อมูลร้านค้าที่ได้รับสิทธิ์ช่วงในอาณาเขต (Sub-area))
- บริษัท ซีพีแรม จำกัด ปี 2566 ครอบคลุมทุกพื้นที่

3) ขยายขอบเขตการรายงานข้อมูลผู้รับเหมา กลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ ปี 2566 ดังนี้

- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) รายงานข้อมูลของผู้รับเหมาสายการศึกษา
- บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด รายงานข้อมูลของผู้รับเหมาจากก่อสร้างผู้รับเหมาจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility Management) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (สปก.) แม่บ้าน พนักงานแนะนำสินค้าที่สาขา (PC) พนักงานร้านขายอาหารสำหรับพนักงาน พนักงานร้านค้าเช่า และพนักงานขนส่งสินค้า
- บริษัท ซีพีแรม จำกัด รายงานข้อมูลของผู้รับเหมาขนส่งสินค้า ผู้รับเหมาซ่อมสร้างและผู้รับเหมาขับรถกรวย

4) สูตรการคำนวณข้อมูลความปลอดภัย ปี 2566 ดังนี้

- อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต) = จำนวนราย (กรณี) ของผู้ปฏิบัติงานที่บาดเจ็บจากอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่ส่งผลให้ได้รับบาดเจ็บ โดยที่ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถฟื้นตัวสู่สถานะก่อนการเกิดบาดเจ็บภายใน 6 เดือน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด = จำนวนราย (กรณี) ของผู้ปฏิบัติงานที่บาดเจ็บจากอุบัติเหตุจากการทำงาน (นับรวมตั้งแต่ ได้รับการรักษามากกว่าปฐมพยาบาล หรือ ถูกจำกัดการทำงาน หรือ ถูกโอนย้ายไปปฏิบัติงานในหน้าที่อื่นชั่วคราว แต่ไม่หยุดงาน, หยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป, หยุดงานตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป, ทุพพลภาพจนถึงเสียชีวิต) (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน = จำนวน (กรณี) ของการบาดเจ็บจนถึงขั้นหยุดงาน อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุจากการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด = จำนวนราย (กรณี) ที่เจ็บป่วยจากการทำงานจำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2566

ข้อมูลด้านสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2563	2564	2565	2566
ข้อมูลด้านสุขภาพและสุขภาวะที่ดี						
G4 - FP6	ยอดขายสินค้าที่มีการปรับลดโซเดียม โซนินทรานส์ โยเดียม และน้ำตาล	ร้อยละ	0.12	0.21	2.68	2.36
	• กลุ่มอาหารพร้อมทาน		0.01	0.17	2.16	2.05
	• กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		0.11	0.04	0.40	0.23
	• กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)		0.00	0.00	0.12	0.08
G4 - FP7	ยอดขายสินค้าที่มีการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ	ร้อยละ	0.66	0.10	0.35	0.55
	• กลุ่มอาหารพร้อมทาน		0.10	0.09	0.17	0.26
	• กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		0.56	0.01	0.18	0.29
	• กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)	0.00	0.00	0.00	0.00	
	ยอดขายสินค้าที่มีการปรับปรุงสูตร	ร้อยละ	0.71	0.07	0.02	0.49
	• กลุ่มอาหารพร้อมทาน		0.21	0.07	0.02	0.07
	• กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		0.50	0.00	0.00	0.20
• กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)	0.00		0.00	0.00	0.22	

หมายเหตุ

- ข้อมูลที่รายงานครอบคลุมเฉพาะผลิตภัณฑ์พัฒนาพร้อม (Private Brand : PB) ที่จำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ ของ ซีพี ออลล์ เท่านั้น
- ข้อมูลที่นำมารายงานนับเฉพาะสินค้าที่ผ่านหลักเกณฑ์หรือได้รับการรับรองสัญลักษณ์ทางโภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ” และหรืออาหารที่มีการเพิ่ม หรือลด หรือปราศจากสารอาหารตามที่กฎหมายหรือมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศหรือสากล 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	
General Standard Disclosure							
GRI 2: General Disclosures 2021							
Organization and its reporting practices							
	2-1	Organization details	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	10-14	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	32-40			
			CPALL Website: About CPALL	https://www.cpall.co.th/en/about-us			
	2-2	Entities included in the organization's sustainability reporting	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	32-40			
			Annual Report	197-360			
			CPALL Website: Our Business	https://www.cpall.co.th/en/about-us/our-business			
	2-3	Reporting period, frequency and contact point	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	10-14			
			Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	32-40			
			Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	https://www.cpall.co.th/en/sustain/materiality-issues			
	2-4	Restatements of information	Annual Report	There was no significant change from the previous reporting period			
2-5	External assurance	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	32-40				
		Appendix	292-293				
Activities and workers							
	2-6	Activities, value chain and other business relationships	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	10-14	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.		
			Annual Report	73			
			CPALL Website: Our Business	https://www.cpall.co.th/en/about-us/our-business			

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance			
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation				
2-7	Employees	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	10	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.						
		Appendix	258							
		CPALL Website: Our Workforce	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel							
		Appendix	259							
2-8	Workers who are not employees	CPALL Website: Our Workforce	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel							
		Appendix	259							
Governance										
2-9	Governance structure and composition	Corporate Governance and Anti-Corruption	131				Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.			
		CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance							
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	126-147							
		Annual Report	129-133							
		CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance							
2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	Annual Report	132							
2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	Corporate Governance and Anti-Corruption	126-147							
		Annual Report	137-139							
		CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance							

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
2-15	Conflicts of interest	Annual Report	169-170	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.			
		Conflict of Interest Policy and Guidelines	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Conflict-of-Interest-Policy-and-Guidelines.pdf				
2-16	Communication of critical concerns	Corporate Governance and Anti-Corruption	126-147				
		CPALL Website: Anti Corruption	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption				
2-17	Collective knowledge of the highest governance body	Corporate Governance and Anti-Corruption	126-147				
		CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	Annual Report	162-165				
		CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
2-19	Remuneration policies	Annual Report	166-168				
		CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
2-20	Process to determine remuneration	Annual Report	149-150				
		CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
2-21	Annual total compensation ratio	Annual Report	166-168				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
Strategy, policies and practices							
	2-22	Statement on sustainable development strategy	Message from Chairman	4-7	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.		
	2-23	Policy commitments	Building on Ambition, Strategy for Sustainability	22-31			
			Corporate Governance and Anti-Corruption	126-147			
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance			
	2-24	Embedding policy commitments	Message from Chairman	4-7			
	2-25	Processes to remediate negative impacts	Corporate Governance and Anti-Corruption	132, 134-136			
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance			
	2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	Corporate Governance and Anti-Corruption	132, 134-136			
			CPALL Website: Anti Corruption	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption			X
	2-27	Compliance with laws and regulations	Corporate Governance and Anti-Corruption	132			
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance			X
	2-28	Membership associations	Stakeholder Engagement	226-227			
CPALL Website: Contributions to External Organization and Association			https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/contributions-to-external-organization-and-association				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance	
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation		
Stakeholder engagement								
2-29	Approach to stakeholder engagement	Stakeholder Engagement	33, 224-239	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.				
		CPALL Website: Stakeholder Engagement Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/stakeholder-engagement-management					
2-30	Collective bargaining agreements	Stakeholder Engagement	232					
		Occupational Health and Safety & Labor Practices	148-165					
		CPALL Website: Stakeholder Engagement Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/stakeholder-engagement-management					
		Appendix	263					
Material Topics								
GRI 3: Material topics 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-1	Process to determine material topics	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	32-40				X
			CPALL Website: Material Issues	https://www.cpall.co.th/en/sustain/materiality-issues				
	3-2	List of material topics	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	36-38				
			CPALL Website: Material Issues	https://www.cpall.co.th/en/sustain/materiality-issues				
	3-3	Management of material topics	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	32-40				
			CPALL Website: Material Issues	https://www.cpall.co.th/en/sustain/materiality-issues				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance	
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation		
Climate Resilience								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Climate Resilience	42-44				
			CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management				
Emissions								
GRI 305: Emissions 2016	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	Climate Resilience	44-45				
			Appendix	254				✘
			CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management				
	305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	Climate Resilience	45				
			Appendix	255				✘
			CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management				
	305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions • Purchase good and service • Capital goods • Fuel-and energy related activities • Upstream transportation and distribution • Waste generated in operations • Business Travel • Downstream Transportation and Distribution • Processing of sold products • Use of sold products • End-of-life treatment of sold products	Climate Resilience	47				
			Appendix	255				✘
			CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
305-4	GHG emissions intensity	Climate Resilience	46				
		Appendix	255				✘
		CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management				
		CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management				
305-5	Reduction of GHG emissions	Climate Resilience	46				
		CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management				
Efficient use of resources and Energy							
Management Approach 2021							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Efficient use of resources and Energy	54-56				
		CPALL Website: Energy Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/energy-conservation-management				
Energy							
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	Efficient use of resources and Energy	56-57				
		Appendix	252				✘
		CPALL Website: Energy Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/energy-conservation-management				
	302-3 Energy intensity	Efficient use of resources and Energy	56				
		Appendix	252				✘
		CPALL Website: Energy Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/energy-conservation-management				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance	
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation		
	302-4	Efficient use of resources and Energy	58-63					
		CPALL Website: Energy Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/energy-conservation-management					
	302-5	Efficient use of resources and Energy	58-63					
		CPALL Website: Energy Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/energy-conservation-management					
Water and effluents								
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-1	Efficient use of resources and Energy	58-63					
		CPALL Website: Water Stewardship	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/water-stewardship					
	303-2	Efficient use of resources and Energy	62-63					
		CPALL Website: Water Stewardship	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/water-stewardship					
	303-3	Efficient use of resources and Energy	62-63					
		Appendix	252				✘	
	303-3	Water withdrawal	CPALL Website: Water Stewardship	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/water-stewardship				
		303-4	Efficient use of resources and Energy	62-63				
Appendix	253					✘		
303-4	Water discharge	CPALL Website: Water Stewardship	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/water-stewardship					

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
303-5	Water consumption	Efficient use of resources and Energy	62-63				
		Appendix	252				X
		CPALL Website: Water Stewardship	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/water-stewardship				
Sustainable Packaging Management							
Management Approach 2021							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Sustainable Packaging Management	64-67				
		CPALL Website: Sustainable Packaging Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-packaging-and-waste-management				
Materials							
GRI 301: Materials 2016	301-1 Materials used by weight or volume	Sustainable Packaging Management	67				
		CPALL Website: Sustainable Packaging Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-packaging-and-waste-management				
301-2	Recycled input materials used	Sustainable Packaging Management	67, 72				
		CPALL Website: Sustainable Packaging Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-packaging-and-waste-management				
301-3	Reclaimed products and their packaging materials	Sustainable Packaging Management	75-81				
		CPALL Website: Sustainable Packaging Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-packaging-and-waste-management				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance	
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation		
Sustainable Waste and Surplus Food Management								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Sustainable Waste and Surplus Food Management	82-86				
			CPALL Website: Sustainable Waste Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-waste-management				
Waste								
GRI 306: Waste 2020	306-1	Waste generation and significant waste-related impacts	Sustainable Waste and Surplus Food Management	82-91				
			CPALL Website: Sustainable Waste Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-waste-management				
	306-2	Management of significant waste-related impacts	Sustainable Waste and Surplus Food Management	82-91				
			CPALL Website: Sustainable Waste Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-waste-management				
	306-3	Waste generated	Sustainable Waste and Surplus Food Management	82-91				
			Appendix	256				X
			CPALL Website: Sustainable Waste Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-waste-management				
	306-4	Waste diverted from disposal	Sustainable Waste and Surplus Food Management	82-91				
			Appendix	256				X
			CPALL Website: Sustainable Waste Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-waste-management				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance	
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation		
306-5	Waste directed to disposal	Sustainable Waste and Surplus Food Management	82-91					
		Appendix	257				X	
		CPALL Website: Sustainable Waste Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-waste-management					
Social Impact & Economic Contribution								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Social Impact & Economic Contribution	92-95				
			CPALL Website: Creating Value for Society	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/creating-value-for-society				
Procurement practices								
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1	Proportion of spending on local suppliers	Social Impact & Economic Contribution	178				
			CPALL Website: Creating Value for Society	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/creating-value-for-society				
Local communities								
GRI 413: Local Communities 2016	413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	Social Impact & Economic Contribution	92-111				
			CPALL Website: Creating Value for Society	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/creating-value-for-society				
	413-2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	Social Impact & Economic Contribution	92-111				
			CPALL Website: Impact Measurement and Valuation	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/impact-measurement-and-valuation				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
Health and Well Being							
Management Approach 2021							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Good Health & Well-being	112-115			
			CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition			
Marketing and labeling							
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1	Requirements for product and service information and labeling	Good Health & Well-being	118-119			
			CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition			
	417-2	Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	Good Health & Well-being	125			
			CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition			
	417-3	Incidents of non-compliance concerning marketing communications	Good Health & Well-being	125			
			CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition			
GRI Sector Disclosure: Food Processing Sector							
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	115			
			Appendix	267			✘
			CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition			

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance	
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation		
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	115					
		Appendix	267				X	
		CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition					
Corporate Governance and Anti-Corruption								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-1	Process to determine material topics	Corporate Governance and Anti-Corruption	126-130				X
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
	3-3	Management of material topics	Corporate Governance and Anti-Corruption	126-130				
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
Economic performance								
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				
Anti-corruption								
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1	Operations assessed for risks related to corruption	Corporate Governance and Anti-Corruption	134-135				
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
	205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	Corporate Governance and Anti-Corruption	130, 133				
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
	205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	Corporate Governance and Anti-Corruption CPALL Website: Anti Corruption https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption				
Anti-competitive behavior							
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016	206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	Guideline and Policy on Trade Competition https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/CPALL-Guidelines-Trade-Competition-Policy_Rev01.pdf				
Tax							
GRI 207: Tax 2019	207-1	Approach to tax	Tax Strategy and Tax Policies https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf				
	207-2	Tax governance, control, and risk management	Tax Strategy and Tax Policies https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf				
	207-3	Stakeholder engagement and management of concerns related to tax	Tax Strategy and Tax Policies https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf				
	207-4	Country-by-country reporting	Tax Strategy and Tax Policies https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf				
Public policy							
GRI 415: Public Policy 2016	415-1	Political contributions	Financial Statements https://www.cpall.co.th/en/investor/financial-info/financial-statements				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
Customer privacy							
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	Corporate Governance and Anti-Corruption	132, 147				
		CPALL Website: Information Security / Cybersecurity & System Availability	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/information-security-cybersecurity-system-availability				
Occupational Health and Safety & Labor Practices							
Management Approach 2021							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Occupational Health and Safety & Labor Practices	148-152				
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety				
Employment							
GRI 401: Employment 2016	401-3 Parental leave	Occupational Health and Safety & Labor Practices	156				
		Appendix	262				
		CPALL Website: Our Workforce	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel				
Labor/management relations							
GRI 402: Labor/ Management Relations 2016	402-1 Minimum notice periods regarding operational changes	Occupational Health and Safety & Labor Practices	156				
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
Diversity and equal opportunity							
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	Occupational Health and Safety & Labor Practices	152				
		Appendix	258				
		CPALL Website: Our Workforce	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel				
	CPALL Website: Human Rights	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/human-rights					
405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	Appendix	264				X
Non-discrimination							
GRI 406: Non- discrimination 2016	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	Occupational Health and Safety & Labor Practices	151				
		CPALL Website: Human Rights	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/human-rights				
Freedom of association and collective bargaining							
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	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf				
Child labor							
GRI 408: Child Labor 2016	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	Supplier Code of Conduct and Guideline	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf				
Forced or compulsory labor							
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	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
Security practices							
GRI 410: Security Practices 2016	410-1 Security personnel trained in human rights policies or procedures	Occupational Health and Safety & Labor Practices	151, 155				
		CPALL Website: Our Workforce	https://www. cpall.co.th/en/ sustain/ social- dimension/ personnel				
		CPALL Website: Human Rights	https://www. cpall.co.th/en/ sustain/ social- dimension/ human-rights				
Rights of indigenous peoples							
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	Occupational Health and Safety & Labor Practices	151				
		CPALL Website: Human Rights	https://www. cpall.co.th/en/ sustain/ social- dimension/ human-rights				
Occupational health and safety							
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	Occupational Health and Safety & Labor Practices	157-159				
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www. cpall.co.th/en/ sustain/ social- dimension/ occupational- health-and- safety				
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	Occupational Health and Safety & Labor Practices	158				
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www. cpall.co.th/en/ sustain/ social- dimension/ occupational- health-and- safety				
	403-3 Occupational health services	Occupational Health and Safety & Labor Practices	159-165				
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www. cpall.co.th/en/ sustain/ social- dimension/ occupational- health-and- safety				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	Occupational Health and Safety & Labor Practices	161, 163-164				
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety				
403-5	Worker training on occupational health and safety	Occupational Health and Safety & Labor Practices	161, 163-164				
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety				
403-6	Promotion of worker health	Occupational Health and Safety & Labor Practices	161, 163-164				
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety				
403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	Occupational Health and Safety & Labor Practices	161-164				
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety				
403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	Occupational Health and Safety & Labor Practices	157				
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
403-9	Work-related injuries	Appendix	265				✗
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety				
403-10	Work-related ill health	Appendix	265-266				✗
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety				
Human Capital Development							
Management Approach 2021							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Human Capital Development	166-169				
		CPALL Website: Human Capital Development	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/leadership-and-human-capital-development				
Employment							
GRI 401: Employment 2016	401-1	New employee hires and employee turnover	Appendix	261			
	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	Occupational Health and Safety	156			
CPALL Website: Our Workforce			https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel				
Training and education							
GRI 404: Training and Education 2016'	404-1	Average hours of training per year per employee	Human Capital Development	169			
			Appendix	263-264			
		CPALL Website: Human Capital Development	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/leadership-and-human-capital-development				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance	
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation		
	404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Human Capital Development	170-174				
		CPALL Website: Human Capital Development	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/leadership-and-human-capital-development					
	404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	Human Capital Development	174				
		CPALL Website: Human Capital Development	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/leadership-and-human-capital-development					
Responsible Supply Chain Management								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-1	Process to determine material topics	Responsible Supply Chain	176-179				✘
			CPALL Website: Responsible Supply Chain	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/supply-chain-management				
	3-3	Management of material topics	Responsible Supply Chain	176-179				
			CPALL Website: Responsible Supply Chain	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/supply-chain-management				
Supplier environmental assessment								
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	Responsible Supply Chain	180-181				
	308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken						
DJSI	173	Supplier Screening	CPALL Website: Responsible Supply Chain	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/supply-chain-management				✘
	174	Supplier Assessment and Development						
	175	KPIs for Supplier Screening	Responsible Supply Chain	179				
	176	KPIs for supplier Assessment and Development	Responsible Supply Chain	179				

GRI Standard/ Other Source		Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
					Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
Supplier social assessment								
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1	New suppliers that were screened using social criteria	Responsible Supply Chain	180-181				
	414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken						
DJSI	1.73	Supplier Screening	CPALL Website: Responsible Supply Chain	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/supply-chain-management				X
	1.74	Supplier Assessment and Development						
	1.75	KPIs for Supplier Screening	Responsible Supply Chain	179				
	1.76	KPIs for supplier Assessment and Development	Responsible Supply Chain	179				
Non-Material Topics								
Ecosystem and Biodiversity Protection								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Ecosystem and Biodiversity Protection	189-190				
			CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection				
Biodiversity								
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	191				
			CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection				
	304-2	Significant impacts of activities, products and services on biodiversity	Ecosystem & Biodiversity Protection	191				
			CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
		Ecosystem & Biodiversity Protection	192				
	304-3 Habitats protected or restored	CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection				
Education and Lifelong Learning							
Management Approach 2021							
GRI 3: Material Topics 2021		Education & Lifelong Learning	200-202				
	3-3 Management of material topics	CPALL Website: Educational Support	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/educational-support				
Training and education							
GRI 404: Training and Education 2016		Education & Lifelong Learning	203-213				
	404-2 Programs for upgrading skills and transition assistance programs	CPALL Website: Educational Support	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/educational-support				
Food and Water Security and Access to Well Being							
Management Approach 2021							
GRI 3: Material Topics 2021		Food and Water Security and Access to Well Being	214-217				
	3-3 Management of material topics	CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition				

GRI Standard/ Other Source	Disclosures	Chapter	Page/ Website	Omission			External Assurance
				Requirement (S) Omitted	Reason	Explanation	
Customer health and safety							
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	222				
		Supplier Code of Conduct and Guideline	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf				
		CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition				
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	216					
	CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition					
Innovation and Value Creation							
Management Approach 2021							
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Innovation and Value Creation	240-241				
		CPALL Website: Innovation Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/innovation-management				
Indirect economic impacts							
GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016	203-1 Infrastructure investments and services supported	Innovation and Value Creation	243-244				
		CPALL Website: Innovation Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/innovation-management				
	203-2 Significant indirect economic impacts	Innovation and Value Creation	243				
		CPALL Website: Innovation Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/innovation-management				



United Nations Sustainability Development Goals

Goal	Description	Chapter
	End poverty in all its forms everywhere	<ul style="list-style-type: none"> Social Impact and Economic Contribution Education and Lifelong Learning Innovation and Value Creation
	End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture	<ul style="list-style-type: none"> Social Impact and Economic Contribution Good Health & Well-being Food and Water Security & Access to Well-being
	Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages	<ul style="list-style-type: none"> Sustainable Waste and Surplus Food Management Good Health & Well-being Occupational Health and Safety & Labor Practices (Human Rights) Food and Water Security & Access to Well-being Innovation and Value Creation
	Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all	<ul style="list-style-type: none"> Responsible Supply Chain Education and Lifelong Learning Human Capital Development
	Achieve gender equality and empower all women and girls	<ul style="list-style-type: none"> Occupational Health and Safety & Labor Practices (Human Rights) Human Capital Development
	Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all	<ul style="list-style-type: none"> Efficient use of resources and Energy Sustainable Waste and Surplus Food Management Ecosystem & Biodiversity Protection
	Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all	<ul style="list-style-type: none"> Efficient use of resources and Energy
	Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all	<ul style="list-style-type: none"> Sustainable Packaging Management Social Impact and Economic Contribution Occupational Health and Safety & Labor Practices (Human Rights) Responsible Supply Chain Stakeholders Engagement Innovation and Value Creation Human Capital Development

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"> Social Impact and Economic Contribution Occupational Health and Safety & Labor Practices (Human Rights)
	Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable	<ul style="list-style-type: none"> Sustainable Waste and Surplus Food Management Social Impact and Economic Contribution Food and Water Security & Access to Well-being
	Ensure sustainable consumption and production patterns	<ul style="list-style-type: none"> Climate Resilience Efficient use of resources and Energy Sustainable Packaging Management Sustainable Waste and Surplus Food Management Good Health & Well-being Occupational Health and Safety & Labor Practices (Human Rights) Responsible Supply Chain Food and Water Security & Access to Well-being
	Take urgent action to combat climate change and its impacts	<ul style="list-style-type: none"> Climate Resilience Efficient use of resources and Energy
	Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development	<ul style="list-style-type: none"> Ecosystem & Biodiversity Protection
	Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse	<ul style="list-style-type: none"> Ecosystem & Biodiversity Protection
	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"> Occupational Health and Safety & Labor Practices (Human Rights) Corporate Governance and Anti-Corruption Stakeholders Engagement
	Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development	<ul style="list-style-type: none"> Food and Water Security & Access to Well-being



LRQA Independent Assurance Statement

Relating to CP ALL Public Company Limited's Sustainability Report for the calendar year 2023

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 2023 "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 v3¹, 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).
- Reviewing GRI 3-1 materiality assessment and integrity of CP ALL's supplier assessment processes.
- Reviewing GRI 2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns, GRI 2-27 Compliance with laws and regulations, Codes of conduct and compliance system including tracking and reporting of breaches.
- Evaluating the reliability of data and information for only the selected indicators listed below: ¹
 - *Environmental:*
GRI 302-1 Energy consumption within the organization, GRI 302-3 Energy intensity, GRI 303-3 Water withdrawal, GRI 303-4 Water discharge, GRI 303-5 Water consumption, 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, Capital goods, Fuel and energy related activities, Upstream transport & distributions, waste generated in operations, Business travel, Downstream transport & distributions, Use of sold products and End-of-life treatment of sold products 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, GRI 308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria and GRI 308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken.
 - *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 nutritious ingredients like fiber, vitamins, minerals, phytochemicals or functional food additives, GRI 405-2 gender pay gaps (average and median), GRI 414-1 New suppliers that were screened using social criteria and GRI 414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken.

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 high 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 high assurance engagement been performed.

¹ GHG quantification is subject to inherent uncertainty.



LRQA's approach

LRQA's assurance engagements are carried out in accordance with AA1000AS 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 processes for identifying and determining material issues to confirm that the right issues were included in their report, the company's codes of conduct and compliance systems for enforcing these codes, including tracking and reporting of breaches. 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 and confirmed breaches 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 – Ladkrabang; Makro Srinakarindra (1) store and Mahachai distribution centre; Lotus Phanomsarakham and Suphanburi stores and Bang Bua Tong distribution centre and CP ALL – Chonburi 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 progress in its' Net Zero pathway.
- Reliability: Data management systems are well defined, we believe that future report should disclose internal verification outcome as process has recently established.
- Impact: CP ALL has addressed impacts valuation of an agriculture products, food loss & food waste and climate change 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 together with report verifications for CP ALL's subsidiaries are the only works undertaken by LRQA for CP ALL and as such does not compromise our independence or impartiality.

Dated: 6 March 2024

Opart Charuratana

Lead Verifier

On behalf of LRQA (Thailand) Limited

No. 252/123 (C), Muang Thai – Phatra Complex Tower B.

26th floor, Ratchadaphisek Road., HuayKwang, Bangkok, 10310, THAILAND

LRQA reference: BGK000001000

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.

Copyright © LRQA Group Limited, 2024.



Go together
ก้าวไปด้วยกัน
Giving and Sharing



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

313 อาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ ชั้น 24
 ถ.สีลม แขวงสีลม เขตบางรัก
 กรุงเทพฯ 10500



www.cpall.co.th



CPALL



รายงานฉบับนี้ พิมพ์ด้วยกระดาษรีไซเคิล ใช้หมึกพิมพ์
 ตัวเหลือง และกระบวนการผลิตที่รักษาสิ่งแวดล้อม
 ลดการปล่อย CO₂ ซึ่งในการผลิตรายงานเล่มนี้
 มีค่า CO₂ ทั้งหมด 266.873 Kg. CO₂eq และได้
 ดำเนินการชดเชยการปล่อย CO₂ สุทธิเป็นศูนย์
 นับเป็นการดำเนินการภายใต้จุดสำคัญที่ดี
 เมื่อสถานการณ์ขององค์กรที่ "ใส่ใจสิ่งแวดล้อม"

