CP ALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ร่วมสร้างสรรค์ และแบ่งปัน โอกาสให้ทุกคน

รายงานการพัฒนา
อย่างยั่งยืน ปี 2562

MEMBER OF
Dow Jones
Sustainability Indices
In collaboration with SAM
a RobecoSAM brand

ปรัชญาองค์กร

เราปรารถนารอยยิ้ม
จากลูกค้า
ด้วยทีมงานที่มีความสุข

วิสัยทัศน์

เราให้บริการความสะดวก
กับทุกชุมชน

พันธกิจ

มุ่งสร้างความผูกพันกับลูกค้า
ด้วยสินค้าและบริการที่เปี่ยมด้วย
นวัตกรรม พร้อมทั้งสร้างสัมพันธภาพ
ที่ดีกับชุมชน และสังคม

ร่วมสร้างสรรค์ และ แบ่งปันโอกาสให้ทุกคน

เราเชื่อว่า ซีพี ออลล์ ชุมชน
และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม
เปรียบเสมือนครอบครัว เราสุขได้
หากครอบครัวของเรามีความสุขด้วย
เราจึงอยากเป็นส่วนหนึ่งที่มอบโอกาส
และมอบรอยยิ้มให้กับทุก ๆ คน

สารบัญ

รู้จักบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

02 สารจากใจประธานกรรมการ

04 สารจากใจประธานกรรมการบริหาร

12 ถักทอห่วงโซ่คุณค่า ปรารถนาทุกกลุ่มมีความสุข

18 เส้นทางสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน

24 ต่อยอดปณิธาน ยุทธศาสตร์สู่ความยั่งยืน

30 ใส่ใจทุกสาระสำคัญ เพื่อความยั่งยืนทุกมิติ

Heart (Living Right)

รังสรรค์ธุรกิจ โปร่งใส เป็นธรรม เท่าเทียม

36 องค์กรแห่งธรรมาภิบาล บริหารด้วยความโปร่งใส

48 ยืนหยัดความสัตย์ซื่อ ถือ "ทุจริตคอร์รัปชัน" เป็นศัตรู

52 เคารพสิทธิมนุษยชน ยึดมั่นหลักการสากล ร่วมสร้างสังคมสันติสุข

60 เปิดใจรับความแตกต่าง สร้างสัมพันธ์ สานประโยชน์สุข

72 ผสมส่วนเหมือน ผสานส่วนต่าง สร้างคนดีและเก่ง ผนึกพลังเป็นหนึ่งเดียว

Health (Living Well)

สร้างสรรค์สังคมแกร่ง ครอบครัวเข้มแข็ง กินดี อยู่ดี มีความสุข

92 นวัตกรรมสร้างปัญญา เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

106 ยกระดับอาชีวอนามัย สร้างความปลอดภัย น่าทำงาน

118 คัดสรรอาหารปลอดภัย ห่วงใยสุขภาพผู้บริโภค

132 มอบโอกาสทางการศึกษา สร้างอาชีพ สร้างอนาคต

142 แบ่งปันโอกาส สรรสร้างคุณค่าสังคม

Home (Living Together)

ปกปักสิ่งแวดล้อม ปกป้องผืนป่า ทรัพยากร เอื้ออาทรโลกของเรา

158 รับมือสภาพอากาศเปลี่ยน หมุนเวียนใช้พลังงาน

174 ปกป้องระบบนิเวศ ยึดมั่นเจตนารมณ์สีเขียว

182 บริหารน้ำอย่างรู้ค่า รักษาสมดุลชีวิต

188 ส่งมอบความรับผิดชอบ ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

198 เติมความรัก สร้างด้วยใจ เพิ่มความเข้มแข็งให้ชุมชน

208 **ภาคผนวก**

สารจากใจ ประธานกรรมการ

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินงานตามเป้าหมาย ด้านความยั่งยืน จำนวน 15 ข้อ ที่ปรากฏในยุทธศาสตร์ของบริษัทมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งบรรลุภายในปี 2563 โดยพิจารณาจากปัจจัยภายในและภายนอกที่สอดคล้องกับความคาดหวังจากผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ตลอดจนพิจารณากระแสความเปลี่ยนแปลงของโลกที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร ทำให้องค์กรตระหนักถึงความท้าทายที่เกิดขึ้นพร้อมปรับเปลี่ยนทิศทางและแนวทางการดำเนินงาน ให้สามารถตอบโจทย์ความท้าทายต่าง ๆ

เรียน ผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลให้ภาวะตลาดและเงื่อนไขทางการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว แต่ด้วยประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจด้านค้าปลีกในประเทศไทยมากว่า 32 ปี บริษัทยังคงยึดมั่นพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ควบคู่ไปกับการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของสังคม ชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ภายใต้ปณิธาน "ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสให้ทุกคน" ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกและผู้นำธุรกิจร้านสะดวกซื้อ บริษัทจึงมีความมุ่งมั่นในการเป็นผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการทำงานที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัลให้ครอบคลุม เข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับการจัดการผลกระทบด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดจากผลิตภัณฑ์ บริการ และการดำเนินการของบริษัทให้น้อยที่สุดหรือ ไม่ให้เกิดผลกระทบเลย

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินงานตามเป้าหมายด้านความยั่งยืน จำนวน 15 ข้อ ที่ปรากฏในยุทธศาสตร์ของบริษัทมาอย่างต่อเนื่องเพื่อมุ่งบรรลุภายในปี 2563 โดยพิจารณาจากปัจจัยภายในและภายนอกที่สอดคล้องกับความคาดหวังจากผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ตลอดจนพิจารณากระแสความเปลี่ยนแปลงของโลกที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร ทำให้องค์กรตระหนักถึงความท้าทายที่เกิดขึ้นพร้อมปรับเปลี่ยนทิศทางและแนวทางการดำเนินงาน ให้สามารถตอบโจทย์ความท้าทายต่าง ๆ อาทิ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการเติบโตขององค์กรควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าให้กับสังคมและชุมชนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยในปี 2562 มีโครงการเพื่อลดปริมาณพลาสติกในการประกอบธุรกิจ กล่าวถึง โครงการ "ลดวันละถุง...คุณทำได้" ที่มีการต่อยอดโครงการต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โครงการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และโครงการนำพลาสติกกลับมาใช้ประโยชน์ตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

นอกจากนี้ ยังมีโครงการที่บริษัทดำเนินงานและยังคงมุ่งมั่นดำเนินงานต่อไปเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย เช่น โครงการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ โครงการตรวจประเมินความเสี่ยงและพัฒนาคู่ค้าด้านความยั่งยืน พร้อมกันนี้ บริษัทยังได้มุ่งยกระดับการดำเนินงานด้านสังคมโดยการสร้างโอกาสและส่งเสริมเกษตรกรไทย ร่วมเชิดชูคุณค่าและสนับสนุนบทบาทชาวนาไทย ผ่านการสนับสนุนกิจกรรมและแหล่งเรียนรู้เพื่อสังคมและชุมชน เสริมสร้าง พัฒนาทักษะ องค์ความรู้ให้กับชาวนา รวมถึงร่วมสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การให้ความรู้เกษตรกรผ่านโครงการต่าง ๆ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากเกษตรกรไทย และผู้ประกอบการรายย่อยให้มีช่องทางในการจัดจำหน่าย สามารถยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ผมมีความภาคภูมิใจต่อการดำเนินโครงการด้านความยั่งยืนที่ประสบความสำเร็จขององค์กร โดยเฉพาะการจัดการการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศด้วยการลดการใช้ถุงพลาสติก ตลอดจนร่วมปลูกจิตสำนึกให้แก่ พนักงาน เยาวชน ชุมชน และลูกค้าในเรื่องนี้ และร่วมส่งมอบโอกาสสมทบทุนซื้ออุปกรณ์การแพทย์ให้กับโรงพยาบาลในถิ่นทุรกันดาร 77 ชุมชนทั่วประเทศ นอกจากนั้น อีกโครงการหนึ่งที่ควรได้รับการยกย่อง คือ โครงการพัฒนา ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้มีศักยภาพและดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทาน

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณเพื่อนพนักงาน และผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วนที่รักและเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ความสำเร็จดังกล่าวของบริษัทจะเกิดขึ้นไม่ได้หากขาดเพื่อนร่วมทางร่วมทำหน้าที่ขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถรับมือความท้าทายที่เกิดขึ้นได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน เพื่อประโยชน์ต่อประเทศชาติ ประชาชน และบริษัทตามลำดับ พร้อมไปกับ สร้างการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

นายสุภกิต เจียรวนนท์

ประธานกรรมการ
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

สารจากใจ ประธานกรรมการบริหาร

ความสำเร็จด้านความยั่งยืน
ที่องค์กรได้รับในปี 2562
นับเป็นความภาคภูมิใจ
ที่สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่น
การให้ความสำคัญ และ
การดำเนินธุรกิจตามแนวทาง
การพัฒนาอย่างยั่งยืน
และคำนึงถึงผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน

เรียน ผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน

ด้วยความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อก้าวไปสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน ภายใต้ปณิธาน "ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสให้ทุกคน" มาอย่างต่อเนื่องกว่า 32 ปี ส่งผลให้ในปี 2562 บริษัทได้รับผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ระดับ 5 ดาว หรือ เกณฑ์ดีเลิศ (Excellent) บริษัทยังได้รับรางวัล SET Sustainability Awards ปี 2562 ในกลุ่มรางวัล Sustainability Excellence ตลอดจนผ่านการคัดเลือก เข้าสู่รายชื่อหุ้นยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment : THSI) นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับเลือกให้เป็นสมาชิกของดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices : DJSI) โดยมีคะแนนเป็นผู้นำ (Industry Leader) ในกลุ่มอุตสาหกรรมค้าปลีกอาหารและอุปโภค บริโภค (Food & Staples Retailing) และบริษัทยังได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกใน FTSE4Good Index ของหมวด Food & Drug Retailers รวมถึงได้รับคะแนนระดับ B จากการประเมินของ CDP ด้านสิ่งแวดล้อม หัวข้อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความสำเร็จด้านความยั่งยืนที่องค์กรได้รับในปี 2562 นับเป็นความภาคภูมิใจที่สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่น การให้ความสำคัญ และการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนและคำนึงถึงผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน โดยผนวกการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นเรื่องเดียวกับการดำเนินธุรกิจ ในปี 2562 บริษัทมีการปรับปรุงแผนกลยุทธ์ที่ครอบคลุมปี 2563-2567 มุ่งมั่นดำเนินงานให้บรรลุ 5 เป้าหมายหลัก ประกอบด้วย 1) ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้วยโครงการที่เข้มข้นยิ่งขึ้น ภายใต้กลยุทธ์ 7 Go Green 2) ลดการใช้ถุงและบรรจุภัณฑ์พลาสติก 3) ลดขยะจากอาหารเสื่อมสภาพ (Food waste) 4) เพิ่มความครอบคลุมการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และเกษตรกรรายย่อย 5) ลดความเสี่ยงด้านการกำกับดูแลกิจการตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงร่วมเชิดชูคุณค่าและสนับสนุนบทบาทของชาวนาไทย เพื่อเป็นการพัฒนารอบด้านอย่างยั่งยืน ร่วมสนับสนุนเกษตรกร ชุมชน และผู้ประกอบการผ่านโครงการที่หลากหลายของบริษัท รวมถึงยึดมั่นในหลักการเคารพสิทธิมนุษยชนภายใต้กรอบการดำเนินงานขององค์การสหประชาชาติในการคุ้มครอง เคารพ และการเยียวยา (Guiding Principles on Implementing the UN Protect, Respect, Remedy Framework for Business and Human Rights) ตลอดจนการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนในพื้นที่ตั้งร้านเซเว่นอีเลฟเว่น โดยการสนับสนุนและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมการศึกษา และการจ้างงานชุมชน นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการสื่อสารการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้กับคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจมาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้าใจและรับทราบแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพราะภารกิจที่สำคัญของ ซีพี ออลล์ ไม่ได้มีเพียงแค่การส่งมอบสินค้าและบริการที่ดีให้กับลูกค้าเท่านั้น แต่เป็นการส่งมอบความยั่งยืนที่ให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมตลอด 24 ชั่วโมง

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณเพื่อนพนักงาน และผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วนที่ให้การสนับสนุน และร่วมเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผมเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่า ซีพี ออลล์ มีเพื่อนที่รักและมุ่งมั่นสู่ความยั่งยืน กอปรกับความทุ่มเท มุ่งมั่น ในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ยึดมั่นหลักธรรมาภิบาล มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม จะช่วยนำพาให้ประเทศชาติ ประชาชน และองค์กรเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืนตลอดไป

นายก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์

ประธานกรรมการบริหาร
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

“ได้เอาของมาขายที่นี่ผมก็อุ่นใจขึ้นเยอะ เหมือนมีพี่ ๆ น้อง ๆ ช่วยขายให้น่ะ ยิ่งขายที่นี่ก็ยิ่งเพิ่ม ความน่าเชื่อถือไปอีก ”

วริษฐ์ วัชรบุญประเสริฐ
คู่ค้า

“รับขนมจีบซาลาเปาเพิ่มไหมคะลุง หรือลุงลองพวกอาหารสุขภาพไหมคะ ออกกำลังกายแล้วก็ต้อง กินของมีประโยชน์ด้วยนะคะ”

ปรียานุช พรหมเกาะ
พนักงานร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

“มาซื้อทุกวันนี่ล่ะ แก่แล้ว ต้องเดินออกกำลังกายบ้าง มาแล้วก็เหมือนได้คุย กับลูกกับหลานล่ะนะ”

ชาลี รักษ์จันทร์
ลูกค้าประจำของ ซีพี ออลล์

Happiness Value Chain

ห่วงโซ่แห่งความสุข

ความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์ เกิดขึ้นได้จากความใส่ใจ
และให้ความสำคัญต่อทุกภาคส่วนในห่วงโซ่อุปทาน
ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม และมีความโปร่งใส
เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อทุกภาคส่วนร่วมมือกันอย่างมีคุณภาพ และมีความสุข
นั่นเท่ากับความยั่งยืนที่แท้จริงของเรา

โปร่งใส ตรวจสอบได้

การกำกับดูแลกิจการ
อย่างโปร่งใส มีจริยธรรม
คือสิ่งสำคัญที่เรายึดถือ

พนักงานคือหัวใจสำคัญของเรา
ให้ความสำคัญต่อสิทธิ
ของพนักงาน
และมุ่งส่งเสริมศักยภาพ

เพิ่มสินค้าทางเลือกเพื่อสุขภาพ
เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภค
ร้อยละ 10

“เราปรารถนา รอยยิ้มจากลูกค้า”

ผลการสำรวจความพึงพอใจ
ของลูกค้า ปี 2562 สูงถึง
ร้อยละ 94

สร้างระบบจัดการที่ดี พัฒนาคู่ค้า
รับฟังและสำรวจความพึงพอใจทุกปี

"โอ้ กล้วยหอมผมน่ะ คุณภาพมากมาย
เราตั้งใจปลูก ตั้งใจดูแล
พอเห็นคนได้กินกล้วยหอมสด ๆ ใหม่
ผมก็มีความสุขไปด้วย กล้วยหอมเนี่ย
มีประโยชน์เลยน้า

อาคม คงกะเรียน
เกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการ
กล้วยหอมทอง

*"หนูได้ทำอะไรสนุก ๆ ตลอด
ได้ทำเวิร์คช็อป ได้ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ
ในการเรียน คุณครูก็สอนสนุก ทำให้
หนูอยากมาโรงเรียนทุกวันเลยค่ะ"*

ประวาลปัทม์ ส่งภากรณ์รัตน์
นักเรียน
โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์ (สาธิต พีไอเอ็ม)

มอบทุนการศึกษา
ในปี 2562 ทั้งสิ้น

34,344 ทุน

ครอบคลุมระดับอาชีวศึกษา
และอุดมศึกษา

โครงการกล้วยหอมทองต้นแบบ
ช่วยเพิ่มรายได้ และความมั่นคง
ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
(SMEs) เกิดการหมุนเวียน
ทางเศรษฐกิจภายในชุมชนกว่า

7 ล้านบาท
ต่อปี

ส่งเสริมอาชีพเพาะปลูกกะเพรา
หนึ่งในโครงการเรียนรู้ คู่อาชีพ
เพื่อวิถีเกษตรที่ยั่งยืน
สร้างความมั่นคงทางอาชีพ
ให้แก่เกษตรกร

เป้าหมายปี 2563
ในการส่งเสริมประชากร
ทุกเพศทุกวัยในการเข้าถึง
การศึกษา และทักษะที่จำเป็น

100,000
ราย

Happiness sharing

ความสุขที่แท้จริง คือการแบ่งปัน

เพราะทุกคนในสังคมเปรียบเสมือนคนในครอบครัว
ซีพี ออลล์ จึงมุ่งแบ่งปันโอกาส และรอยยิ้มแก่ชุมชน และสังคมรอบข้าง
ผ่านโครงการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง
ด้วยการยกระดับขีดความสามารถของกลุ่มเกษตรกรวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) รวมไปถึงมอบโอกาสทางการศึกษาเปิดประตู
สู่โอกาสทางอาชีพ เพื่อสร้างรากฐานสังคมที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืน

GREEN LIVING

มุ่งมั่นในการสร้าง และปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคในการลดใช้ถุงพลาสติก สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้

23,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

GREEN LOGISTIC

เพิ่มประสิทธิภาพด้านการขนส่ง และการกระจายสินค้า โดยการปรับเปลี่ยนขนาดรถขนส่ง บริหารจัดการเวลาในการขนส่ง ช่วยลดมลภาวะในการขนส่งสินค้า

GREEN STORES

ขยายผลร้านประหยัดพลังงานต้นแบบ ด้วยการใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น สามารถลดการใช้พลังงาน

8,400 เมกะวัตต์-ชั่วโมง

“ปกติหนูพกถุงผ้าอยู่แล้วนะ
ชอบหาลายน่ารัก ๆ มาใช้
พอเซเว่นสาขาในมหาลัยมีให้ยืม
เออ มันก็สะดวกดีนะ
บางวันลืมพกมาก็ยืมได้เลย”

บุษยมาศ ภู่ระย้า
นักศึกษา

GREEN PACKAGING

บรรจุภัณฑ์ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น
ใช้วัสดุที่ทำจากธรรมชาติ และสามารถย่อย
สลายได้เองตามธรรมชาติ รวมถึงลดใช้
พลาสติกจากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์
สะสมได้ 920 ตัน

Sharing with Responsibility

ส่งต่อความสุข ด้วยความรับผิดชอบ

การดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของการรับผิดชอบ
ต่อสิ่งแวดล้อมคือสิ่งที่ ซีพี ออลล์ ตระหนักอยู่เสมอ
ผลิตภัณฑ์และบริการตลอดห่วงโซ่คุณค่า
จึงเป็นการส่งความสุขถึงมือผู้บริโภคที่เปี่ยมไปด้วย
ความรับผิดชอบ ด้วยการบริหารจัดการต้นทุนทางสิ่งแวดล้อม
การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อการลดผลกระทบ
ต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ

ถักทอห่วงโซ่คุณค่า ปรารถนาทุกกลุ่มมีความสุข

CPALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
ธุรกิจค้าปลีกที่มีความมุ่งมั่นในการส่งมอบ
ความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าในทุกชุมชน
ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

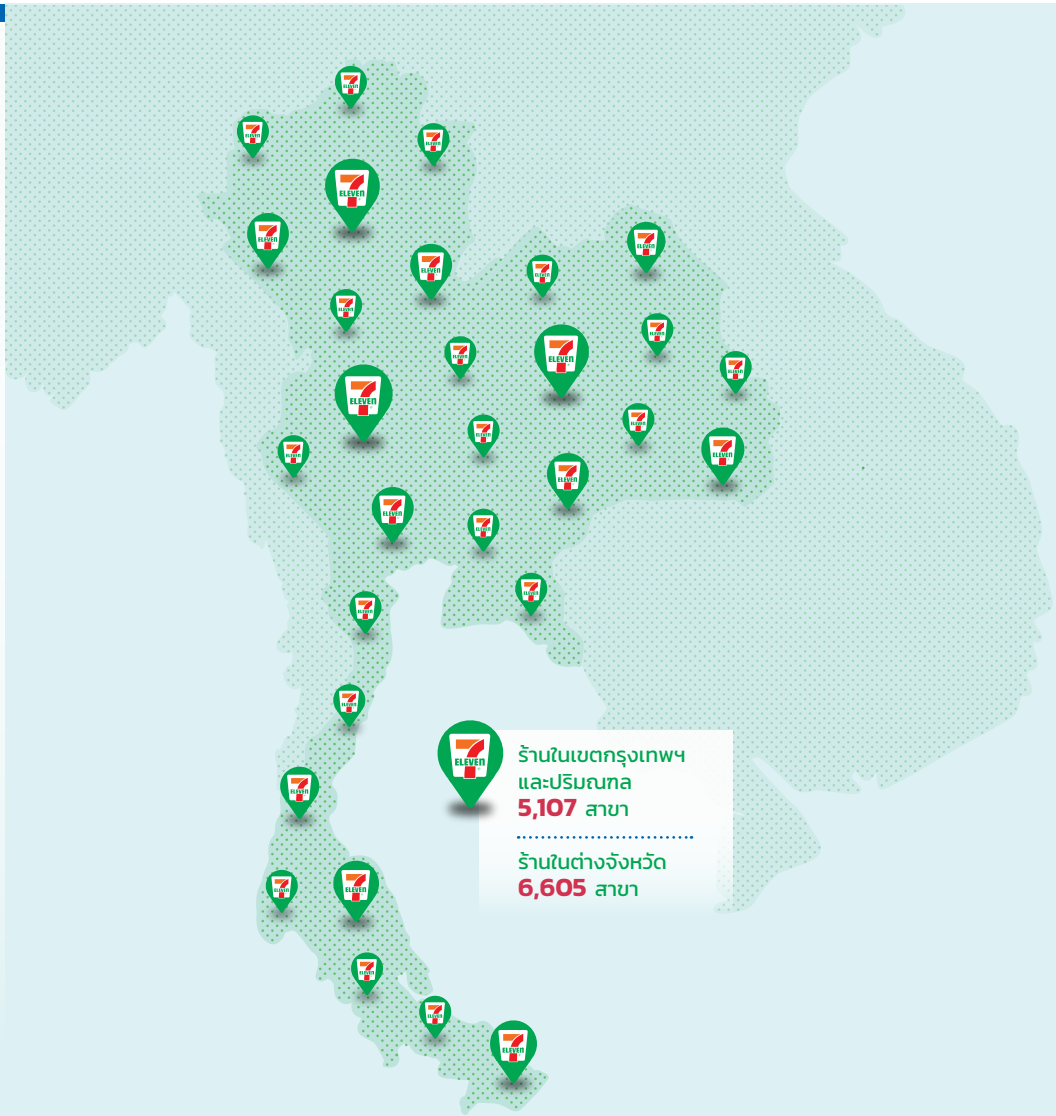
รายได้รวม
571,110 ล้านบาท
เติบโตจากปี 2561
ร้อยละ **8.3** ▲

กำไรสุทธิ
22,343 ล้านบาท
เติบโตจากปี 2561
ร้อยละ **6.8** ▲

มีร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ทั่วประเทศรวม
11,712 สาขา
มากเป็นอันดับ 2
ของเซเว่นอีเลฟเว่นทั่วโลก

พนักงานทั้งหมด
99,334 คน

ปัจจุบันมีลูกค้าเข้าร้านเซเว่นอีเลฟเว่น
เฉลี่ยวันละ
13 ล้านคน



"ห่วงโซ่คุณค่าของ ซีพี ออลล์"

- เกษตรกร
- วิสาหกิจชุมชน
- วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs)
- ผู้ประกอบการขนาดใหญ่

จัดหาวัตถุดิบ/ ผลิตสินค้า

cpYam

จัดส่ง และกระจายสินค้า

ALL NOW MANAGEMENT

จัดจำหน่ายสินค้า และบริการ

7-Eleven, makro, 24 Service, mam, เทสโก้ โลตัส, ซีพี รีเทลลิงก์, Thai SMART Card, gosoft, ALL NOW LOGISTICS

ลูกค้า

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ธุรกิจค้าปลีกที่มีความมุ่งมั่นในการส่งมอบสินค้า และบริการที่สะดวกสบายด้วยสินค้า บริการที่หลากหลาย ให้แก่ลูกค้าในทุกชุมชน โดยเป็นร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้แบรนด์ “เซเว่นอีเลฟเว่น” ที่ให้บริการในประเทศไทยมากว่า 32 ปี ผ่านช่องทางการให้บริการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในการเข้าถึงสินค้า และบริการ ด้วยพนักงานทั้งหมด 99,334 คน บริษัทยังเป็นเส้นทางเชื่อมต่อห่วงโซ่อุปทานตลอดทั้งสาย ผ่านการดำเนินธุรกิจของบริษัท อาทิ การสร้างอาชีพให้กับเกษตรกร การสร้างโอกาสทางการขายให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย ผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการ และกลุ่มเปราะบาง พร้อมทั้งการให้โอกาสทางการศึกษาอีกด้วย ปัจจุบันโครงสร้างธุรกิจหลักแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจค้าส่ง และธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง ซึ่งประกอบไปด้วย 8 หน่วยธุรกิจย่อย ดังนี้

01 | บริการร้านสะดวกซื้อ

1 ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

ร้านสะดวกซื้อครบวงจรที่มีสินค้าสดใหม่ที่หลากหลาย อาหารพร้อมรับประทาน เครื่องดื่มมากมาย ปัจจุบัน บริษัทมีร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ทั่วประเทศรวม 11,712 สาขา แบ่งเป็นร้านในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล 5,107 สาขา (ร้อยละ 44) เป็นร้านในต่างจังหวัด 6,605 สาขา (ร้อยละ 56) โดยมีสัดส่วนร้านสาขาทั้ง 3 ประเภท (ร้านสาขาบริษัท ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต) เป็นสัดส่วน 44:49:7 ปัจจุบัน มีลูกค้าเข้าร้านเซเว่นอีเลฟเว่นเฉลี่ยวันละ 13 ล้านคน

รายละเอียดเพิ่มเติม www.7eleven.co.th

ภายใต้ร้านสะดวกซื้อ ยังมีผลิตภัณฑ์ และบริการที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ

คัดสรร

คัดสรรมุมความสดใหม่ทุกวัน ที่มุ่งมั่นในการคัดสิ่งดี ๆ จากวัตถุดิบคุณภาพ มาสรรสร้างความอร่อยผ่านเมนูเบเกอรี่อบสดใหม่ทุกวัน เบเกอรี่แพ็คเกจสไตล์โฮมเมด และเครื่องดื่มชงสดทุกแก้วจากบาริสต้ามืออาชีพ

รายละเอียดเพิ่มเติม www.facebook.com/Kudsan Bakery & Coffee

เบลลินี่ เบค แอนด์ บรู

ร้านเบเกอรี่คาเฟ่ระดับพรีเมี่ยม เสิร์ฟหลากเมนูคุณภาพ และสดใหม่ ทั้งเบเกอรี่ อาหารคาวหวาน และเครื่องดื่ม

รายละเอียดเพิ่มเติม www.bellinee.co.th และ www.facebook.com/bellinee

ออลล์ คาเฟ่

ให้บริการเครื่องดื่ม กาแฟสดพร้อมเสิร์ฟ

รายละเอียดเพิ่มเติม www.7eleven.co.th

ร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส

เป็นร้านยาเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ชุมชน จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยา อาหารเสริม เวชสำอาง อุปกรณ์การแพทย์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยมีเภสัชกรเป็นผู้ให้คำปรึกษา และคำแนะนำแก่ลูกค้า

รายละเอียดเพิ่มเติม www.exta.co.th และ www.facebook.com/extaplus

2 **บริษัท ออลล์ เวลเนส จำกัด**

ให้บริการด้านการดูแลสุขภาพด้วยนวัตกรรมดิจิทัล และให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์

3 **บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด**

ตัวแทนจำหน่ายสินค้า และอุปกรณ์แบบครอบคลุม ครบครัน สำหรับธุรกิจค้าปลีก และร้านสะดวกซื้อแบบครบวงจร

รายละเอียดเพิ่มเติม www.cpretailink.co.th

กาแฟมวลชน

ดำเนินธุรกิจร้านกาแฟภายใต้แนวคิด กาแฟสร้างอาชีพเพื่อสังคม และชุมชน ที่ร่วมส่งเสริม และสนับสนุนอาชีพตั้งแต่ต้นปี 2553 โดยมีโครงการอบรมกาแฟสร้างอาชีพเพื่อสังคม และชุมชน อย่างต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน ตามนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ควบคู่ไปกับการขยายสาขาร้านกาแฟมวลชนครอบคลุมทั่วประเทศ

4 **บริษัท ทเวนตี้โฟร์ ช้อปปิ้ง จำกัด**

นำเสนอการสั่ง การจ่าย การรับสินค้า และบริการผ่านช่องทางที่หลากหลายด้วยรูปแบบ O2O สนุก และสะดวก ตลอด 24 ชั่วโมง รองรับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ทุกที่ ทุกเวลา

24Catalog.com SHOP24 Amulet24.com Call Center 24 ชม. 02-780-7666

02 | บริการด้านค้าส่ง

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ประกอบธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าแบบชำระเงินสด และบริการตนเองภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” ในการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่ลูกค้าทั่วประเทศ นอกจากนี้ แม็คโครยังประกอบธุรกิจนำเข้าส่งออก และจำหน่ายสินค้าแช่แข็ง และแช่เย็น พร้อมบริการด้านจัดเก็บ และจัดส่งในประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศอื่น ๆ รวมทั้งธุรกิจอื่นที่เกี่ยวเนื่อง และสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทผ่านการดำเนินงานของบริษัทย่อย โดย ณ สิ้นปี 2562 แม็คโครมี 134 สาขาในประเทศไทย 2 สาขาในประเทศกัมพูชา 3 สาขาในประเทศอินเดีย ภายใต้ชื่อ Lots Wholesale Solutions และ 1 สาขาในประเทศจีน และมีร้านค้าของกลุ่มธุรกิจฟูดเซอร์วิส ในประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จำนวน 1 สาขา

รายละเอียดเพิ่มเติม www.siammakro.co.th

aro M&K Protech home appliance QBIZ Savepak

03 | บริการด้านการเงิน

1 บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด

ให้บริการตัวแทนรับชำระค่าสินค้า บริการ ตัวแทนธนาคารให้บริการ รับ ฝาก-ถอน โอนเงิน และเป็นนายหน้าประกันชีวิต และประกันวินาศภัย ตลอด 24 ชั่วโมง ที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ครอบคลุมทุกพื้นที่ ทั่วประเทศ

รายละเอียดเพิ่มเติม www.counterservice.co.th

2 บริษัท ไทยสมาร์ทคาร์ด จำกัด

ให้บริการบัตรเงินสดดิจิตอล และเทคโนโลยีสมาร์ทชิพ เพื่อใช้ในการชำระเงินสมัยใหม่

รายละเอียดเพิ่มเติม www.thaismartcard.co.th

04 | บริการผลิตและจำหน่าย เบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง

1 บริษัท ซีพีแรม จำกัด

ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทาน และเบเกอรี่ ดำเนินธุรกิจเคียงข้างสังคมอย่างเกื้อกูล ในการร่วมส่งมอบความเป็นอยู่ที่ดีให้ทุกคน ขับเคลื่อนพัฒนาศักยภาพ ยกระดับขีดความสามารถ ความเป็นผู้นำ FOOD PROVIDER มาตรฐานโลก โดยมีสินค้า และบริการในกลุ่มบริษัท ซีพีแรม จำกัด กว่า 900 SKUs

รายละเอียดเพิ่มเติม www.cpram.co.th

2 บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด

บริษัทวิจัย และพัฒนา และรับวิเคราะห์ทดสอบทางด้านอาหาร ตั้งอยู่ในโครงการเมืองนวัตกรรมอาหาร อุทยานวิทยาศาสตร์แห่งประเทศไทย ดำเนินการให้บริการด้านวิจัย และพัฒนา ให้บริการเป็นที่ปรึกษา และวิเคราะห์ทดสอบผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มธุรกิจ และบริษัทอื่น ๆ ทั้งใน และต่างประเทศ

05 | บริการด้านการศึกษา

1 **บริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด**

เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจลงทุนด้านการศึกษา
โดยแบ่งออกเป็น 3 สถาบันการศึกษา ได้แก่

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

สถานศึกษาประเภทอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) โดยมีการจัดการเรียนการสอนรูปแบบทวิภาคี เรียนทฤษฎีในสถานศึกษา เรียนภาคปฏิบัติในสถานประกอบการ ตามปรัชญาการศึกษา “มุ่งสร้างเยาวชน สู่มืออาชีพ”

รายละเอียดเพิ่มเติม www.panyapiwat.ac.th

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม)

สถาบันอุดมศึกษาที่เน้นเสริมสร้างประสบการณ์การทำงานให้แก่นักศึกษาอย่างจริงจัง และครบถ้วน เพื่อสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพทั้งในเชิงวิชาการ และสามารถปฏิบัติงานได้จริง โดยเน้นรูปแบบการเรียนทฤษฎีควบคู่กับการฝึกปฏิบัติ หรือฝึกงานที่ตรงกับสาขาวิชาที่เรียน (Work-based Education) ด้วยเครือข่ายจากองค์กรชั้นนำทั้งใน และต่างประเทศ

รายละเอียดเพิ่มเติม www.pim.ac.th

โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)

โรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน ภายใต้การดูแลของคณะศึกษาศาสตร์สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยมีเป้าหมายในการสร้างกระบวนการจัดการเรียนรู้ และการบริหารจัดการโรงเรียนเพื่อให้เป็นโรงเรียนมัธยมต้นแบบระดับประเทศ

รายละเอียดเพิ่มเติม www.satit.pim.ac.th

2 **บริษัท ปัญญธารา จำกัด และ บริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด**

ให้บริการด้านการฝึกอบรม การพัฒนาบุคลากร และสัมมนาแบบครบวงจร โดยมีความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจค้าปลีก มุ่งเน้นการให้บริการเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ด้วยการออกแบบและพัฒนาการเรียนรู้ที่ตอบสนองกับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า

รายละเอียดเพิ่มเติม www.panyatara.co.th

06 | บริการด้านสารสนเทศ

บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริการคำแนะนำ และการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท และบุคคลภายนอก

รายละเอียดเพิ่มเติม www.gosoft.co.th

07 | บริการด้านสื่อการตลาด

บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด

ให้บริการด้านการออกแบบโฆษณา และการส่งเสริมการขาย การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี มีเป้าหมายหลักในการเป็นศูนย์รวมการบริการสื่อสารระดับมืออาชีพแบบ One Stop Service นอกจากนั้นยังครอบคลุมถึงการจัดอีเวนต์ และกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้ลูกค้าบรรลุถึงเป้าหมายทางธุรกิจ

08 | บริการด้านการบริหารโลจิสติกส์

1 **บริษัท ออลล์ นาว แมนเนจเม้นท์ จำกัด**

ให้บริการด้านการให้คำปรึกษาทั้งการจัดการคลังสินค้า และโลจิสติกส์แบบครบวงจร ด้วยการออกแบบคลังสินค้าที่ได้มาตรฐานพร้อมระบบบริหารการจัดเก็บสินค้าเพื่อการจัดเก็บรวบรวม และกระจายสินค้าในที่เดียว ตลอด 24 ชั่วโมง

รายละเอียดเพิ่มเติม www.allnowgroup.com

2 **บริษัท ออลล์ นาว โลจิสติกส์ จำกัด**

ให้บริการขนส่งพัสดุขนาดเล็กทั่วประเทศ โดยเชื่อมต่อกับร้านเซเว่นอีเลฟเว่นที่มีเครือข่ายครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยลูกค้าสามารถส่ง และรับพัสดุได้ที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ตลอด 24 ชั่วโมง

รายละเอียดเพิ่มเติม www.allnowgroup.com

ทั้งนี้ รายละเอียดในหัวข้อดังต่อไปนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท ได้จาก รายงานประจำปี 2562 ของบริษัท

- การดำเนินธุรกิจของบริษัท
- ขนาดขององค์กร
- งบการเงิน

ช่องทางการติดต่อ

หากท่านต้องการสอบถามข้อมูล หรือมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ สามารถติดต่อได้ที่

สำนักส่งเสริมการพัฒนาความยั่งยืน 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

เส้นทางสู่ การพัฒนาที่ยั่งยืน

ตลอดระยะเวลา 32 ปี ที่ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อความสะดวกและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชน สังคม แต่ละย่างก้าวของความสำเร็จบริษัท คำนึงถึงการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน เคล็ดลับที่สำคัญ คือ จิตใจที่มุ่งมั่นการลงมือทำอย่างต่อเนื่อง และเพื่อนร่วมอุดมการณ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ สังคม และองค์กร สามารถเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

2531

ก่อตั้งบริษัท ซี.พี.คอนวีเนียนสโตร์ จำกัด ภายใต้ เครื่องหมายการค้า “7-Eleven”

2533

เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด และเปิดร้านสาขาแรก ที่ซอยพัฒน์พงษ์

2541

ประกาศนโยบาย “ มุ่งสู่องค์กรคุณภาพ ทั่วทั้งองค์กร ” และ วางรากฐานองค์กร คุณภาพ

2542

จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ตามกฎหมายว่าด้วย บริษัท มหาชน จำกัด

2545

ประกาศนโยบาย “มุ่งสู่การพัฒนาองค์กร สู่ความเป็นเลิศ ”

2546

จดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ ในระบบซื้อขาย “CP7-11”

2547

เข้าร่วมประเมินและได้รับรางวัล บริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC)

จัดตั้งบริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด มอบโอกาสในการศึกษา เรียนรู้แก่เยาวชนในสังคม

2550

เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และเปลี่ยนชื่อย่อหลักทรัพย์ ในระบบซื้อขายเป็น “CPALL”

2552

ประกาศนโยบาย “มุ่งสู่องค์กร แห่งนวัตกรรม”

2554

มุ่งนำพาองค์กรก้าวสู่ ความเป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีก ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมอย่างเป็น รูปธรรม และคำนึงถึงการใช้ พลังงานอย่างคุ้มค่าภายใต้ ยุทธศาสตร์ด้านการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม “7 GO Green”

2556

เข้าซื้อกิจการบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ดำเนินการ จัดจำหน่ายสินค้า ระบบสมาชิก แบบชำระเงินสด และบริการตนเอง

2558

แต่งตั้งคณะ กรรมการพัฒนา ความยั่งยืนองค์กร

2559

เข้าร่วมเป็นสมาชิก The United Nation Global Compact : UNGC

จัดตั้งหน่วยงานพัฒนาความยั่งยืน และเริ่มจัดทำรายงานด้านความยั่งยืน ตามกรอบการรายงานสากล (GRI)

แต่งตั้งคณะทำงานขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์ความยั่งยืน กลุ่มธุรกิจ การตลาดและการจัดจำหน่าย

แต่งตั้งคณะกรรมการ และ คณะอนุกรรมบรรษัทภิบาล

2560

ประกาศนโยบายและเป้าหมายการพัฒนา อย่างยั่งยืน และนโยบายย่อยที่เกี่ยวข้อง

ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกจาก คณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของ ภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต

มีการตรวจสอบการดำเนินงาน ด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Due Diligence) ตามหลักการ สิทธิมนุษยชนสากล (Universal Declaration of Human Rights)

เข้าร่วมประเมินและได้รับคัดเลือก เป็นสมาชิกดาวโจนส์ Dow Jones SustainabilityIndices (DJSI) กลุ่มตลาดเกิดใหม่ หมวด อุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภค

2561

สื่อสารจริยธรรมและ แนวปฏิบัติทางธุรกิจ สู่ความยั่งยืนให้กับคู่ค้า

จัดอบรมให้ความรู้กับคู่ค้า เรื่องการบริหารห่วงโซ่อุปทาน อย่างรับผิดชอบ

ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิก ในดัชนี FTSE4GOOD จัดโดย FTSE Russell

ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก ดาวโจนส์ Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) ระดับโลก และกลุ่มตลาด เกิดใหม่ ในหมวดอุตสาหกรรม ธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้า อุปโภคบริโภค

ร่วมขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจ ไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน “สมาคมเครือข่ายโกลบอล คอมแพ็กแห่งประเทศไทย (GCNT)”

2562

ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดาวโจนส์ Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) และเป็นผู้นำอุตสาหกรรม ระดับโลกในหมวดอุตสาหกรรม ธุรกิจค้าปลีกอาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภค

ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4GOOD จัดโดย FTSE Russell

ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก ดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI

ได้รับรางวัล SET Award ประเภทรางวัล Hightly Commended

เข้าร่วมประเมินการเปิดเผยข้อมูล คาร์บอน (Carbon Disclsed Project: CDP) ได้คะแนนระดับ B

ลงนามบันทึกข้อตกลง “โครงการพัฒนาเมืองคาร์บอนต่ำ (Low Carbon City)” กับ UNDP

การสนับสนุนเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2562

PEOPLE: การส่งเสริมคุณภาพชีวิตประชาชน

42,040 ราย เกษตรกรและ SMEs ได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

1,607 ราย กลุ่มเปราะบาง ได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

1.71 ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อปีของเกษตรกร หลังเข้าร่วมโครงการกล้วยหอมทอง

20,024 ราย สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการและเพียงพอ

30,425 ราย เข้าถึงบริการสุขภาพที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ

49,694 ราย เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาและพัฒนาทักษะที่จำเป็น

34,344 ทุน สนับสนุนทุนการศึกษา ระดับอาชีวศึกษา และระดับอุดมศึกษา

33 : 67 สัดส่วนพนักงานชายต่อพนักงานหญิง

20.51 : 23.84 ค่าเฉลี่ยชั่วโมงฝึกอบรม พนักงานชายและพนักงานหญิง

PROSPERITY: การสร้างความเจริญก้าวหน้า

15,408 กิกะจูล ปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน

สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน **ร้อยละ 0.17** ของพลังงานที่ใช้ทั้งหมด

122,894 ราย การจ้างงาน ของกลุ่ม ซีพี ออลล์

1,607 ราย การจ้างงานและส่งเสริมอาชีพกลุ่มเปราะบาง

6,788 ล้านบาท มูลค่านวัตกรรม

1,286 จำนวน ผลงานนวัตกรรม

764 ราย จำนวนการจ้างงานผู้พิการ

4,026 ราย ได้รับการช่วยเหลือภัยพิบัติ อบรม ฝึกซ้อมดับเพลิง โดยให้ความสำคัญกับการคุ้มครองคนยากจน และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เปราะบาง

2,584 ราย เข้าร่วมโครงการเพื่อปกป้องคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรม (หมากล้อม, ดนตรีไทยและนาฏศิลป์, วรรณกรรมและวัฒนธรรมไทย)

PLANET: การอนุรักษ์โลก

9.35 ล้านลูกบาศก์เมตร
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ทั้งหมด

16.38 ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท
ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ต่อหน่วยรายได้

3,329 ตัน
ลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติก

588,462 ตัน
ลดปริมาณการสร้างขยะโดยวิธีการใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ใหม่ ทำปุ๋ยหมัก และนำกลับมาใช้ประโยชน์

80 : 20
สัดส่วนของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์ต่อปริมาณของเสียที่ถูกกำจัด

2.45 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้

25,967 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้

1 หน่วยงาน ได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร

5 ผลิตภัณฑ์ ได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์

100,000 ตัว
ปล่อยลูกปูลงสู่ทะเลเพิ่มความหลากหลาย

4 เกาะ อนุรักษ์ชายฝั่งทะเล

8,400 ต้น
ปลูกต้นไม้ฟื้นฟูระบบนิเวศ

PEACE: การสร้างสันติภาพ

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

ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต CAC (Collective Action Coalition Against Corruption)

ร่วมสนับสนุนให้คู่ค้าเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่าย CAC

PARTNERSHIP: การยกระดับความเป็นหุ้นส่วนเพื่อความร่วมมือ

ร่วมกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติประจำประเทศไทย (UNDP Thailand) ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลง "โครงการพัฒนาเมืองคาร์บอนต่ำ (Low Carbon City)"

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

ความก้าวหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนปี 2563

บริษัท มุ่งมั่นในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และแผนยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ โดยปัจจุบันความก้าวหน้าในการดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าหมายปี 2563 บางข้อแล้ว อาทิเช่น การกำกับดูแลกิจการ สิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติด้านแรงงาน ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คุณค่าทางสังคม และการศึกษา เป็นต้น และยังคงเร่งขับเคลื่อนการดำเนินงานในเป้าหมายที่ยังอยู่ระหว่างดำเนินการให้บรรลุตามเป้าหมายของบริษัท

Heart
Living Right

การกำกับดูแลกิจการ
ทุกกลุ่มธุรกิจเปิดเผยผลการดำเนินงานผ่านรายงานความยั่งยืน

เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100

สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐาน UNGPBHR ครบทุกหน่วยธุรกิจหลัก

เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100

การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล
ผู้นำและพนักงานผ่านการอบรมพัฒนาความรู้และความเข้าใจด้านความยั่งยืน

เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100

ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ทุกกลุ่มธุรกิจมีกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100

การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน
ร้อยละของอัตราเกิดทุจริตต่อร้านสาขา

เป้าหมาย ร้อยละ 0
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 0.033

Health
Living Well

คุณค่าทางสังคม
ส่งเสริมอาชีพ และคุณภาพชีวิตเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง

เป้าหมาย 10,000 ราย
ผลการดำเนินงาน 86,742 ราย

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี
ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นผลิตภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นสุขโภชนาการสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

เป้าหมาย ร้อยละ 10
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 8.6

การศึกษา
สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาและการพัฒนาทักษะที่จำเป็น

เป้าหมาย 100,000 ราย
ผลการดำเนินงาน 252,136 ราย

การบริหารจัดการนวัตกรรม
มูลค่านวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 50 จากปีฐาน

เป้าหมาย 6,821 ล้านบาท
ผลการดำเนินงาน 20,483 ล้านบาท

การดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
พื้นที่ดำเนินการประยุกต์ใช้มาตรฐานสากล ISO45001:2018

เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 24

Home
Living Together

การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ลดลงเทียบปีฐาน 2558

เป้าหมาย ร้อยละ 10
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 2.58

การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ
ปริมาณน้ำนำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ลดลงเทียบปีฐาน 2558

เป้าหมาย ร้อยละ 10
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 7.14

การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
การประเมินจัดหาจากแหล่งที่รับผิดชอบ

เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ได้รับการประเมินด้านความยั่งยืน

เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100

การจัดการข้อขัดแย้งและสร้างการยอมรับจากชุมชน
ไม่ให้เกิดข้อขัดแย้งที่สำคัญในทุกพื้นที่แหล่งดำเนินการของธุรกิจ

เป้าหมาย ไม่ให้เกิดข้อขัดแย้งที่สำคัญ
ผลการดำเนินงาน ไม่มีข้อขัดแย้งที่สำคัญ

รางวัลและความภาคภูมิใจในปี 2562

MEMBER OF
Dow Jones Sustainability Indices
In collaboration with SAM

01

ซีพี ออลล์ ได้รับคัดเลือกให้เป็นผู้นำในกลุ่มดัชนีความยั่งยืน ดาวโจนส์ ทั้งระดับโลก (DJSI World) เป็นปีที่ 2 และกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) เป็นปีที่ 3 ซึ่งได้คะแนนสูงสุดในหมวดอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค (Food & Staples Retailing) ประจำปี 2562

FTSE4Good

02

ซีพี ออลล์ ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในดัชนี FTSE4Good Emerging และ FTSE4Good ASEAN 5 ซึ่งจัดโดย FTSE Russell

THSI
THAILAND SUSTAINABILITY INVESTMENT 2019

03

ซีพี ออลล์ ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในดัชนี Thailand Sustainability Investment (THSI) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2

04

ซีพี ออลล์ ได้รับรางวัล SET Awards 2019 ในกลุ่มรางวัล Sustainability Excellence ประเภท Highly Commended in Sustainability Awards

ESG100 2019
Environmental • Social • Governance

05

ซีพี ออลล์ ได้รับการจัดอันดับอยู่ใน 100 บริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านความยั่งยืน

CORPORATE GOVERNANCE REPORT OF THAI LISTED COMPANIES 2019
Thai Institute of Directors Association

06

ซีพี ออลล์ ได้รับผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัท จดทะเบียนไทย (CGR) ประจำปี 2562 ระดับ 5 ดาว หรือเกณฑ์ดีเลิศ (Excellent) โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

07

ซีพี ออลล์ ได้รับการโหวตให้ได้รับรางวัล Corporate Governance Award ในการจัดอันดับองค์กรธรรมาภิบาลยอดเยี่ยม ของนิตยสาร ASIAMONEY

MEA ENERGY SAVING BUILDING
กฟน. อาคารประหยัดพลังงาน

08

ซีพี ออลล์ ได้รับมอบตราสัญลักษณ์ฯ อาคารประหยัดพลังงานดีเด่นประเภทอาคารสำนักงาน อาคารธาราสาทร จากการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) โดยมีปริมาณ และคุณภาพการใช้พลังงานตามเกณฑ์ MEA Index

09

ซีพี ออลล์ ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณรางวัลองค์กรที่สนับสนุนงานด้านคนพิการดีเด่น เนื่องในวันคนพิการสากล ประจำปี 2562 จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

10

ซีพี ออลล์ ได้รับรางวัลสถานประกอบการต้นแบบด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ติดต่อกัน 10 ปี ในงาน Thailand Labour Management Excellence Award 2019

11

ซีพี ออลล์ ได้คะแนนระดับ B ในการเปิดเผยผลการดำเนินการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

12

ซีพี ออลล์ คว้าอันดับ BEST INVESTOR RELATIONS อันดับที่ 2 ปี 2019 โดยนิตยสารการเงินการลงทุนชั้นนำแห่งภูมิภาคเอเชียโดยสำรวจข้อมูลจากผู้จัดการพอร์ตโฟลิโอและนักวิเคราะห์สายงานจัดการลงทุน

13

ซีพี ออลล์ รับรางวัลองค์กรส่งเสริมนวัตกรรมดีเด่น ในงานครบรอบ 10 ปี สมาคม Thai-BISPA หรือ สมาคมหน่วยบ่มเพาะธุรกิจ และอุทยานวิทยาศาสตร์ไทย

14

ซีพี ออลล์ รับรางวัล Best Social Media Campaign Award ในงาน Thailand Zocial Awards 2019 จากการสื่อสารแคมเปญ "ลดวันละถุง คุณทำได้" ผ่านสื่อ Social Media และสื่อดิจิทัลหลากหลาย Platform จนเป็นกระแสสังคมที่ได้รับความร่วมมือจากลูกค้าประชาชนอย่างกว้างขวาง

15

ศูนย์กระจายสินค้า CDC บางบัวทอง ได้รับรางวัลชนะเลิศ ASEAN Energy Awards 2019 ด้านอนุรักษ์พลังงาน ในงาน Asean Energy Awards 2019 จัดโดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน

16

ศูนย์กระจายสินค้า CDC บางบัวทอง รับรางวัลในงาน 20 ปี Thailand Energy Awards 2019 ที่สามารถใช้พลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงานให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการภาคธุรกิจ เกิดประสิทธิผลด้านการประหยัดพลังงานได้อย่างเป็นรูปธรรม

17

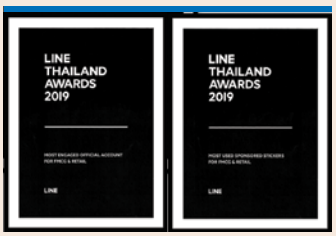
วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ได้รับการจัดระดับคุณภาพสถานศึกษาในระดับยอดเยี่ยม จากการวิเคราะห์รายงานผลการประเมินตนเองของสถานศึกษา (SAR) ปีการศึกษา 2561

18

ซีพี ออลล์ ได้คะแนนเป็นอันดับที่ 1 ในกลุ่มประเภทค้าปลีกสมัยใหม่ 2 ปีติดต่อกัน จากการเปิดเผยผลการสำรวจของนิตยสารแบรนด์เอจ

19

1 ใน 15 บริษัท ที่มีมูลค่าแบรนด์องค์กรสูงสุด ปี 2562 (Thailand's Top Corporate Brand 2019) จัดอันดับโดยคณะพาณิชยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



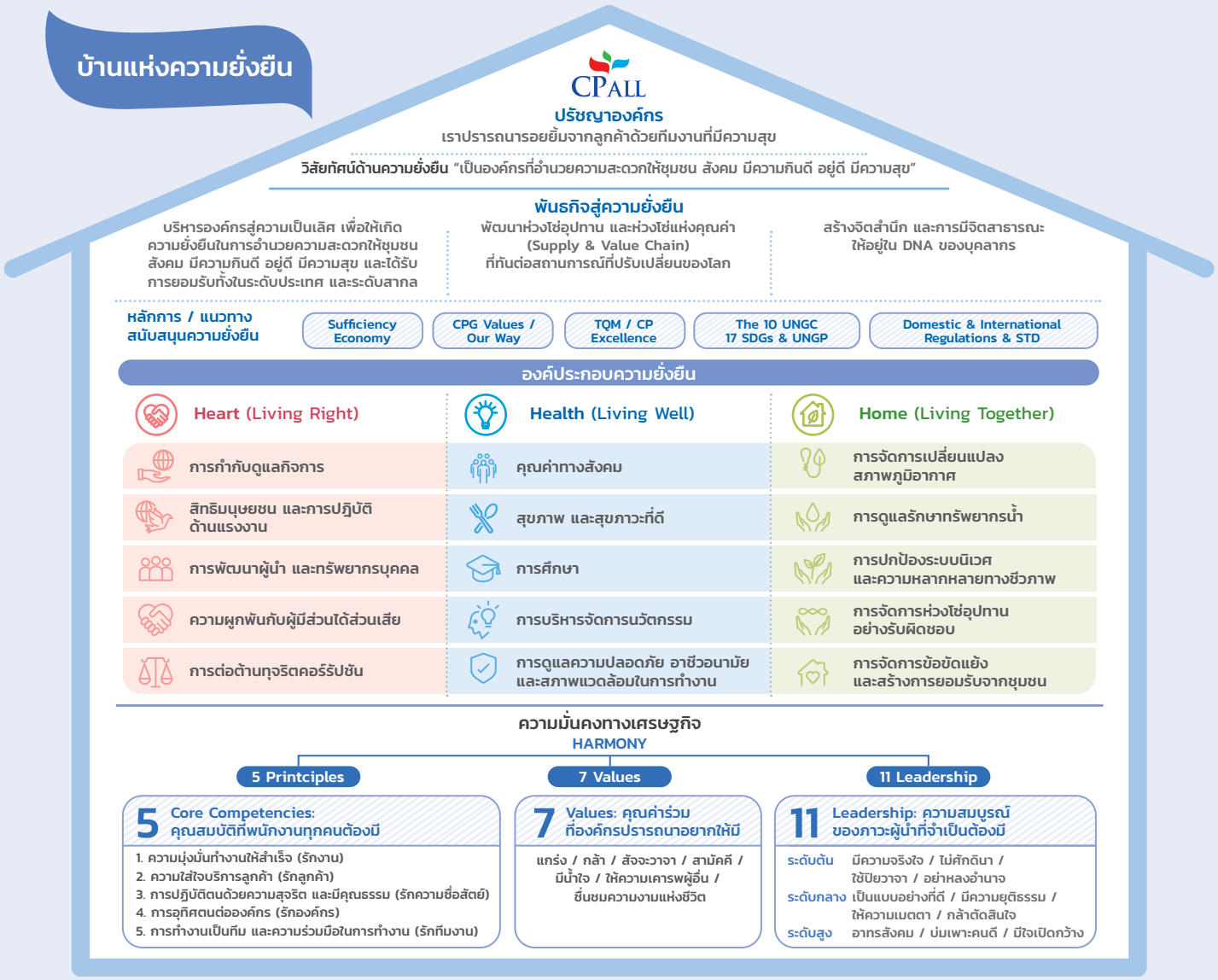
20

ซีพี ออลล์ ได้รับ 2 รางวัล จาก Line Thailand Awards 2019

ต่อยอดปณิธาน ยุทธศาสตร์สู่ความยั่งยืน

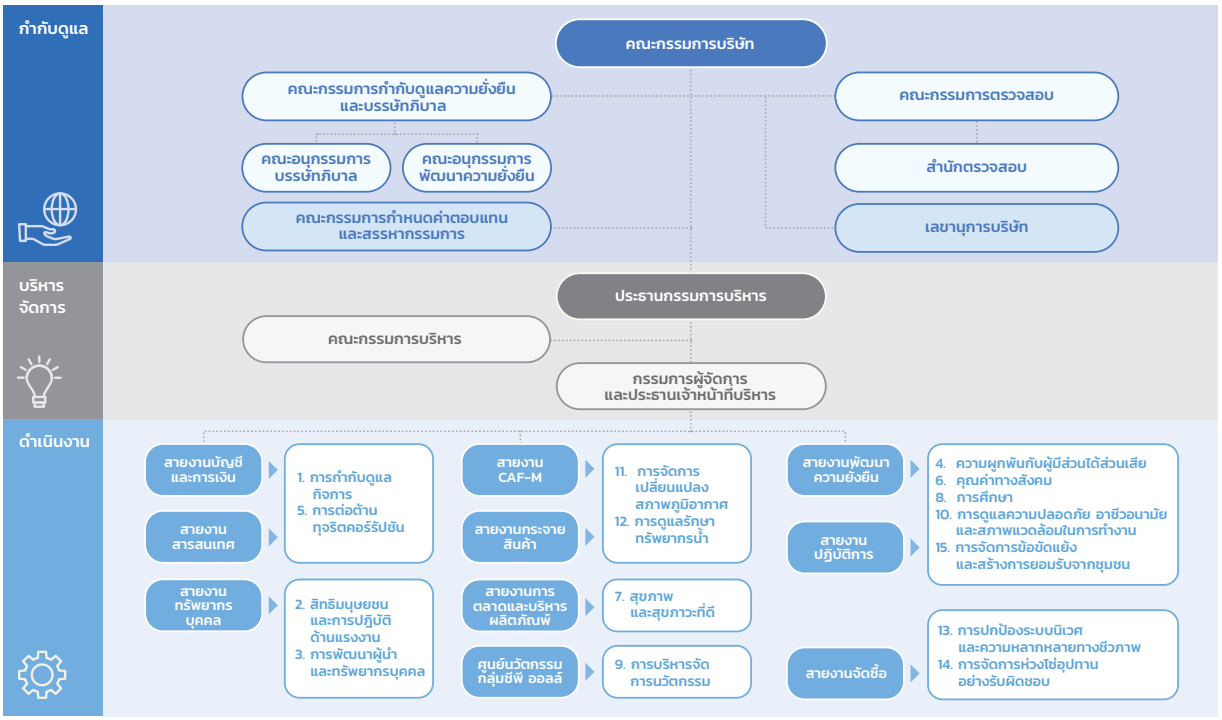
การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ความยั่งยืนของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ภายใต้วิสัยทัศน์ที่มุ่งเป็นองค์กรที่อำนวยความสะดวกให้ชุมชน สังคมมีความกินดี อยู่ดี และมีความสุข ที่ยึดมั่นดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมประเด็นการพัฒนาความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ตลอดจนกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 15 เป้าหมายขององค์กรให้มีความสอดคล้องตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ พร้อมกันนี้บริษัทยังจัดให้มีการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านช่องทางการสื่อสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรับทราบมุมมอง ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนนำแนวทางและความคาดหวังจากเครือฯ ที่มุ่งส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมเชิงรุกในพื้นที่ดำเนินธุรกิจ ซึ่งมุ่งเน้นดำเนินโครงการเพื่อสังคมที่มีความโดดเด่นเป็นแบบอย่างที่ดี ภายใต้การขับเคลื่อนโครงการ ซีพี เพื่อความยั่งยืน อีกทั้งบริษัทได้มุ่งตระหนักถึงแรงขับเคลื่อนภายในประเทศที่เป็นแรงผลักดันในการดำเนินงานด้านยุทธศาสตร์สู่ความยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทได้ทบทวนประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารตามแนวโน้มของโลก เพื่อจัดลำดับความสำคัญและพิจารณานำมาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาองค์กร

ในปี 2562 บริษัทดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านการกำหนดนโยบาย และแนวทางเพื่อส่งเสริม และปรับปรุงการดำเนินงานให้สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้กรอบการดำเนินงาน 3 เสาหลัก ประกอบด้วย Heart Health Home ที่ช่วยในการขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถเติบโต และครอบคลุมการดำเนินงานพัฒนาความยั่งยืนทุกมิติ ตลอดจนมุ่งมั่นสร้างประโยชน์ให้กับสังคม และประเทศที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานการกำกับดูแลที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนองค์การสหประชาชาติ



ตามกรอบการพัฒนาดังกล่าว บริษัทยังคงให้ความสำคัญ โดยผนวกการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเข้าในโครงสร้างการบริหารองค์กร ดังนี้

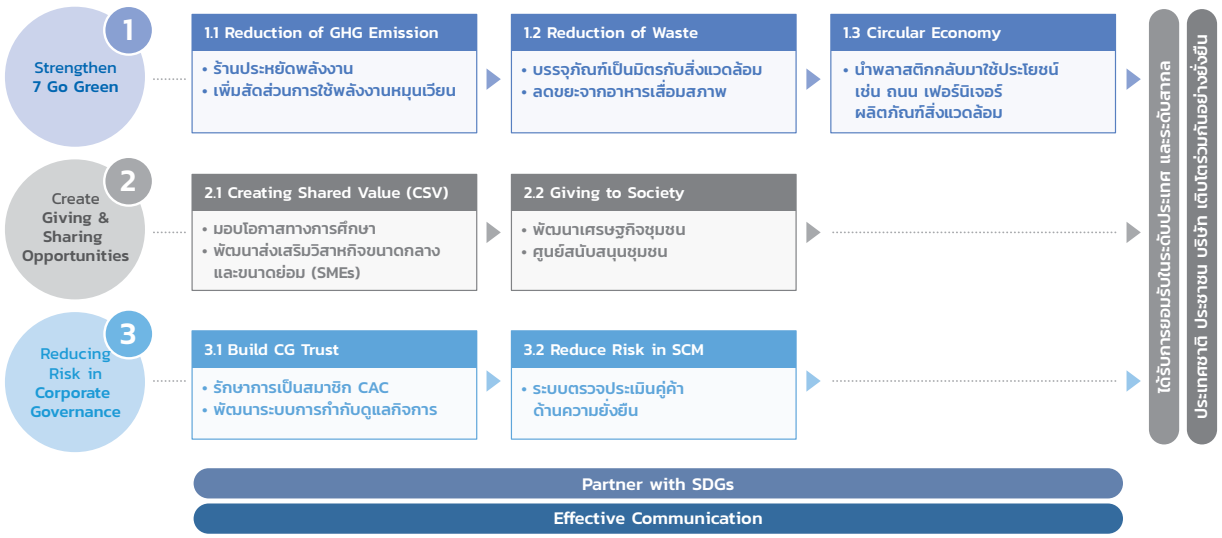
โครงสร้างการพัฒนาความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์



กลยุทธ์เพื่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทมุ่งดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ได้กำหนดขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 บริษัทดำเนินโครงการหลากหลายเพื่อสนับสนุนให้บริษัทสามารถดำเนินงานบรรลุเป้าหมายตามกลยุทธ์ขององค์กร ตลอดจนมุ่งพัฒนา เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสร้างคุณค่าให้กับสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องผ่านกลยุทธ์ ดังนี้

วัตถุประสงค์และโครงการกลยุทธ์ ปี 2562-2566



มุ่งดำเนินงาน 7 Go Green

บริษัทมุ่งสนับสนุนการดำเนินงานตามกลยุทธ์ 7-Go Green ภายใต้การดำเนินงาน 4 แนวทาง เพื่อให้มีความสอดคล้องกับบริบทในการดำเนินธุรกิจขององค์กร ประกอบไปด้วย 1) ร้านเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Store) 2) โลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Logistic) 3) บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging) และ 4) ปลูกจิตสำนึกเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Living) ซึ่งบริษัทมีผลการดำเนินงานที่บรรลุเป้าหมายได้ อาทิ โครงการ “ลดวันละถุง คุณทำได้” โครงการลดการใช้ถุงพลาสติกที่มีการดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งปรับปรุงประสิทธิภาพอุปกรณ์ไฟฟ้าในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ให้เป็นอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน ตลอดจนสนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียน และพลังงานทดแทนที่เป็นส่วนช่วยในการลดการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พร้อมกันนี้ บริษัทยังมุ่งบริหารจัดการภายใต้แนวคิดของระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยสนับสนุนการนำขยะจากพลาสติกมาเข้าสู่กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสิ่งแวดล้อม

ในปี 2562
บริษัทสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้
25,967.91
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งสิ้น
4,280.11
เม็กกะวัตต์-ชั่วโมง

สามารถลดใช้ถุงพลาสติกจากโปรแกรม “ลดวันละถุง คุณทำได้”

สะสมทั้งสิ้น

1,152.40
ล้านใบ

สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสะสมได้

27,089.95
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

พร้อมส่งต่อโอกาส 134 ล้านบาท ให้แก่โรงพยาบาลศิริราช, โรงพยาบาลในชุมชน และโรงพยาบาลในถิ่นทุรกันดาร ใน 77 จังหวัดทั่วประเทศ จากความร่วมมือของลูกค้าที่ปฏิเสธรับถุงพลาสติก

โครงการตามหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยเน้นการนำขยะพลาสติกและกล่องเครื่องดื่ม มาทำเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงของเหลือใช้ ไปผลิตเป็นวัสดุใหม่ ได้ทั้งหมด 23.60 ตัน

ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาส

บริษัทสนับสนุน และส่งเสริมการสร้างคุณค่าทางสังคมผ่านการเสริมสร้างทักษะองค์ความรู้ การสร้างอาชีพ และการสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่าย ตลอดจนการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบางทางสังคม เพื่อแบ่งปันโอกาส พร้อมทั้งส่งเสริมความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น ภายใต้การดำเนินโครงการที่หลากหลาย อาทิ โครงการเสริมสร้างทักษะองค์ความรู้ให้กับเกษตรกร โครงการส่งเสริมอาชีพให้แก่กลุ่มเยาวชนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน และเด็กพิเศษ ตลอดจนส่งเสริมการสร้างรายได้ภายในชุมชน

นอกจากนี้ บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของชาวนา ผู้ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความมั่นคง และยั่งยืนของสังคมในทุกด้าน โดยบริษัทมุ่งส่งเสริมบทบาทของชาวนาภายใต้โครงการ “เชิดชูชาวนาผู้ปลูกข้าว ผู้ปลูกความเป็นไทย” เพื่อสนับสนุนการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ ตลอดจนสร้างแรงบันดาลใจให้กับชาวนาผ่านการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการผลิตข้าวอินทรีย์ การส่งเสริมชุมชนต้นแบบเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยมีชาวนาเป็นศูนย์กลาง อีกทั้งสร้างความตระหนักรู้ให้กับสังคมในคุณค่าของการผลิตและความหลากหลายของข้าวไทย

ผลการดำเนินงานด้านการร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสในปี 2562 โดยสรุป

เกษตรกร

+

กลุ่มเปราะบาง

+

ผู้ประกอบการรายย่อย

+

วิสาหกิจชุมชน

43,647 ราย

ลดความเสี่ยงในกระบวนการกำกับดูแลกิจการ

บริษัททบทวน และปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการขององค์กรให้มีความเหมาะสม และเป็นไปตามหลักบรรษัทภิบาลของหน่วยงานที่มีอำนาจกำกับดูแลตามกฎหมาย ตลอดจนมีความสอดคล้องตามแนวปฏิบัติสากลที่ได้รับการยอมรับ นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินการปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการให้ครอบคลุมเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งปรับปรุงโครงสร้างคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร ที่มีบทบาทหน้าที่ดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการให้มีประสิทธิภาพและขับเคลื่อนองค์กรภายใต้การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันได้เต็มศักยภาพ โดยบริษัทได้กำหนดให้มีการดำเนินโครงการที่หลากหลายเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการกำกับดูแลกิจการขององค์กร ผ่านโครงการคลังความรู้ด้านกฎหมาย และโครงการกำกับการปฏิบัติตามกฎหมายด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ขององค์กร นอกจากนี้ บริษัทจัดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้าตามลักษณะของการประกอบธุรกิจในแต่อุตสาหกรรม พร้อมทั้งดำเนินการติดตามผล และมีมาตรการจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนดังกล่าว เพื่อดำเนินการลดความความเสี่ยงของคู่ค้า และสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าในกระบวนการจัดหา และบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ปี 2562 บริษัทดำเนินการอบรมคู่ค้าลำดับที่ 1 เกี่ยวกับคู่มือจริยธรรม และแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า จำนวน

614 ราย

ประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้าลำดับที่ 1 ผ่านการประเมินตนเองสำหรับคู่ค้า (Suppliers Self Assessment Questionaires: SAQ) จำนวน

656 ราย

เข้าตรวจประเมินและเข้าเยี่ยมพื้นที่ปฏิบัติงานของคู่ค้าทั้งหมด

74 ราย

นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งดำเนินงานด้านการพัฒนานวัตกรรม ภายใต้ความมุ่งมั่นของการเป็นผู้นำองค์กรด้านนวัตกรรมใหม่ ๆ ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างสรรค์การบริการ พร้อมทั้งมุ่งเสริมสร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรมภายในองค์กร พร้อมกันนี้ บริษัทยังได้มีการดำเนินงานด้านการส่งมอบโอกาสการมีสุขภาพที่ดีให้กับผู้บริโภค ผ่านการยกระดับกระบวนการผลิตสินค้าที่มุ่งปรับปรุงคุณค่าทางโภชนาการ คุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ อาทิ โครงการ Meal for Care เป็นโครงการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพ ตลอดจนโครงการกินดี อยู่ดี มีสุข มุ่งสนับสนุนการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการให้กับประชาชน ผ่านการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ที่สามารถให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้มากยิ่งขึ้น

บริษัทยังคงมุ่งมั่นในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนา เพื่อความยั่งยืนปี 2563 ดังนี้

01

การกำกับดูแลกิจการ

เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับว่า
เป็นผู้นำเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี

02

สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับ
ในเรื่องการให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชน
จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

03

การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

เป็นองค์กรที่เป็นผู้นำในการพัฒนา
ทรัพยากรบุคคลตลอดห่วงโซ่คุณค่า
ให้มีความรู้และมีทักษะในการจัดการธุรกิจ
โดยคำนึงถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน

04

สร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เป็นองค์กรที่ได้รับการเชื่อถือ
จากทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในระดับ
ท้องถิ่น ระดับประเทศ และหรือระดับโลก
(ตามความเหมาะสมของธุรกิจ)

05

การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

เป็นองค์กรที่ได้รับการเชื่อถือ
จากทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ในเรื่องปราศจากทุจริตคอร์รัปชัน

06

คุณค่าทางสังคม

เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับ
ในเรื่องส่งเสริมอาชีพและรายได้
ให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย
รวมถึงการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี
ให้กับกลุ่มที่เปราะบางในสังคม

07

สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

เป็นองค์กรที่ช่วยให้สุขภาพ
และสุขภาวะของคนในสังคมดีขึ้น

08

การศึกษา

เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับ
ในเรื่องการสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษา
ความรู้ และทักษะในการดำรงชีวิต

09

การบริหารจัดการนวัตกรรม

เป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านนวัตกรรม
ใหม่ ๆ ทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์
สร้างสรรค์การบริการ และขั้นตอน
ในการปฏิบัติงานของบริษัท เพื่อส่งเสริม
ผลกระทบในเชิงบวกต่อสังคมและ
สิ่งแวดล้อมในวงกว้าง

10

การดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับว่า
เป็นผู้นำในเรื่องการจัดการอาชีวอนามัย
และสภาพแวดล้อมในสถานที่การทำงาน

11

การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่ต่อสู้
กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ
และองค์กรชั้นนำระดับโลก

12

การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

เป็นองค์กรที่มุ่งมั่นลดผลกระทบเชิงลบ
ที่เกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรน้ำ
ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน

13

การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

เป็นองค์กรที่มีระบบการจัดการระบบนิเวศ
เพื่อป้องกัน รักษา ฟื้นฟูทรัพยากร
และความหลากหลายทางชีวภาพ

14

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้า
ทางธุรกิจและพันธมิตรในการจัดหาวัตถุดิบ
อย่างรับผิดชอบ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

15

การจัดการข้อขัดแย้งและสร้างการยอมรับจากชุมชน

เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับ
ของชุมชนในทุกพื้นที่
แหล่งการดำเนินการของธุรกิจ

ความสำเร็จด้านความยั่งยืนที่สำคัญของบริษัท คือ **การได้รับคัดเลือกให้เป็นผู้นำในกลุ่มดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices : DJSI) ทั้งระดับโลก (DJSI World) เป็นปีที่ 2 และกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) เป็นปีที่ 3 ซึ่งได้คะแนนสูงสุดในหมวดอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค (Food & Staples Retailing) ประจำปี 2562** ถือเป็นบริษัทไทยเพียงแห่งเดียวที่ผ่านการคัดเลือกในหมวดอุตสาหกรรมนี้ โดยจุดเด่นที่ทำให้ได้รับการคัดเลือกมาจากคุณสมบัติด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าและการดำเนินการเรื่องบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

MEMBER OF
Dow Jones
Sustainability Indices
In collaboration with SAM a RobecoSAM brand

นอกจากนี้บริษัทได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในดัชนี FTSE4Good Emerging และ FTSE4Good ASEAN 5 ซึ่งจัดโดย FTSE Russell โดยมีการพิจารณาด้านการกำกับดูแลกิจการของบริษัท สังคม และสิ่งแวดล้อม

FTSE4Good

รวมถึงได้รับคัดเลือกให้เข้าเป็นสมาชิกในดัชนีหุ้นยั่งยืน Thailand Sustainability Investment (THSI) คัดเลือกโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ซึ่งพิจารณาจากผลการดำเนินกิจการในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

THSI
THAILAND
SUSTAINABILITY
INVESTMENT 2019

บริษัทได้รับรางวัล SET Awards 2019 ในกลุ่มรางวัล Sustainability Excellence ประเภท Highly Commended in Sustainability Awards ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้กับบริษัทจดทะเบียนที่ดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างรอบด้าน เพื่อให้ธุรกิจมีการเติบโตทางเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล รางวัลที่ได้รับถือเป็นความภาคภูมิใจ เป็นกำลังใจของบริษัท และทำให้เชื่อมั่นว่าแนวทางที่ดำเนินการอยู่เป็นแนวทางที่ถูกต้อง และช่วยให้บริษัทมีการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

SET
AWARDS
2019

ใส่ใจทุกสาระสำคัญ เพื่อความยั่งยืนทุกมิติ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปีต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยในปี 2562 บริษัทได้มีการเปิดเผยรายงานความยั่งยืน เพื่อเป็นหนึ่งในช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ได้ทราบถึงความมุ่งมั่น แนวทาง และผลการดำเนินงานภายใต้นโยบาย และกรอบยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร โดยการนำเสนอผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมภิบาลของบริษัท ซึ่งเป็นข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2562 โดยบริษัท มีรายได้จากการดำเนินงานสุทธิ ที่ได้มีการเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปี 2562 หน้า 2

รายงานฉบับนี้กำหนดเนื้อหาบนพื้นฐานการดำเนินงานในภาพรวมขององค์กร และประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้มุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยการนำแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนในระดับสากล GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ (In accordance criteria) แบบทางเลือกหลัก (Core Option) และแนวทางการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมของกลุ่มธุรกิจอาหาร (The Food Processing Sector Supplement) มาเป็นกรอบในการจัดทำรายงาน ขณะเดียวกันได้มอบหมายให้บริษัท ลอยด์ส รีจิสเตอร์ อินเตอร์-เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นหน่วยงานรับรองอิสระที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นผู้ให้ความเชื่อมั่นสำหรับรายงานฉบับนี้

กระบวนการกำหนดเนื้อหาในรายงาน

บริษัทจัดทำรายงานโดยการพิจารณาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ในการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ โดยมีกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ในการประเมินประเด็นความยั่งยืน ภายใต้หลักสำคัญ 10 ประการของ GRI Standards ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการจัดทำรายงาน (Stakeholder Inclusiveness) การพิจารณาบริบทความยั่งยืน (Sustainability Context) การประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality) ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล (Completeness) ความถูกต้องของข้อมูลที่เปิดเผย (Accuracy) ความสมดุลของผลการดำเนินงานทั้งเชิงบวก และเชิงลบ (Balance) ความชัดเจนของข้อมูล และเข้าใจง่ายต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม (Clarity) การมีข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบได้เพื่อแสดงถึงแนวโน้มของการดำเนินงานที่ผ่านมา (Comparability) ความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability) และขอบเขตของเวลาในการรายงาน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Timeliness) โดยหลักสำคัญเหล่านี้มีกระบวนการและขั้นตอนการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ ดังนี้

การระบุประเด็นสำคัญ

คณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร รวบรวมประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาทิ

- มาตรฐานหรือแนวทางสากลของ GRI
- ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices: DJSI)
- แนวโน้มของโลก (Global Trend)
- ประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs)
- คณะกรรมการว่าด้วยมาตรฐานทางบัญชีความยั่งยืน (Sustainability Accounting Standards Board: SASB)

ตลอดจนประเด็นสำคัญอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกันหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่อง ซึ่งบริษัทให้ความสำคัญ เช่น กลุ่มธุรกิจค้าปลีก กลุ่มธุรกิจอาหาร กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงธุรกิจด้านการศึกษา

การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

บริษัทนำประเด็นความยั่งยืนที่รวบรวมมาผ่านกระบวนการคัดกรองเบื้องต้น ซึ่งประเด็นความยั่งยืนดังกล่าวผ่านกระบวนการทบทวนจากที่ปรึกษาที่มีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการดำเนินการสำรวจความคิดเห็น และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายใน และภายนอก ผ่านการตอบแบบสอบถาม และกระบวนการทบทวนประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจจากอุตสาหกรรมเดียวกันหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องกับบริษัท เพื่อรับทราบถึงประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ โดยมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทเข้าร่วมให้ความเห็นมากกว่า 5,416 ราย พร้อมกันนี้ ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญได้ถูกพิจารณาโดยตัวแทนผู้บริหารระดับสูงผ่านการรับรอง และจัดลำดับความสำคัญ ภายใต้การคำนึงถึงระดับอิทธิพลต่อการประเมิน และการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ควบคู่ไปกับระดับความสำคัญที่มีนัยต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

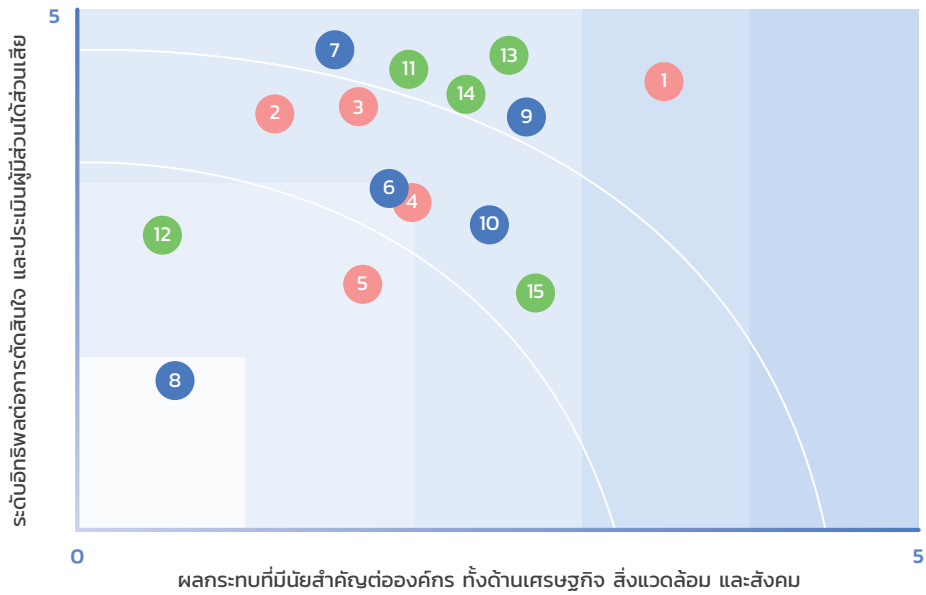
การตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

บริษัทดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของการประเมินและการจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งความคาดหวัง มุมมอง และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน และภายนอก บริษัท ได้รวบรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก อาทิ องค์กรพัฒนาเอกชน และผู้นำทางความคิด คู่ค้า และผู้รับเหมา สื่อมวลชนและบล็อกเกอร์ เพื่อรวบรวมและเป็นข้อมูลประกอบกระบวนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

การทบทวน และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

บริษัทจัดให้มีการทบทวนกระบวนการจัดทำประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยคณะกรรมการบริหารขององค์กร ผ่านความเห็นชอบกับผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญประจำปี 2562 ซึ่งแสดงในเมตทริกซ์ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญด้านล่าง

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ปี 2562



1. การกำกับดูแลกิจการ
2. สิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติด้านแรงงาน
3. การพัฒนาผู้นำ และทรัพยากรบุคคล
4. ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

6. คุณค่าทางสังคม
7. สุขภาพ และสุขภาวะที่ดี
8. การศึกษา
9. การบริหารจัดการนวัตกรรม
10. การดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

11. การจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
12. การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ
13. การปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ
14. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
15. การจัดการข้อขัดแย้ง และสร้างการยอมรับจากชุมชน

ขอบเขตประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

หัวข้อในรายงาน	ประเด็น	กรอบ GRI ที่เกี่ยวข้อง	ขอบเขตผลกระทบ (103-1)	
			ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร
รังสรรค์ธุรกิจ โปร่งใส เป็นธรรม เท่าเทียม	องค์กรแห่งธรรมาภิบาล บริหารด้วยความโปร่งใส	102-30	✓	-
	ยืนหยัดความสัตย์ซื่อ ถือ "ทุจริตคอร์รัปชันเป็นศัตรู"	205-2	✓	คู่ค้าและผู้จัดหา สโตร์พาร์ทเนอร์
	เคารพสิทธิมนุษยชน ยึดมั่นหลักการสากล ร่วมสร้างสังคมสันติสุข	412-2	✓	ลูกค้า คู่ค้าและผู้จัดหา ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
	เปิดใจรับความแตกต่าง สร้างสัมพันธ์ สานประโยชน์สุข	103-2	✓	ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
	ผสมส่วนเหมือน ผสานส่วนต่าง สร้างคนดีและเก่ง ผนึกพลังเป็นหนึ่งเดียว	404-2, 404-3	✓	-
สร้างสรรค์สังคมแกร่ง ครอบครัวเข้มแข็ง ทีมดี อยู่ดี มีความสุข	นวัตกรรมสร้างปัญญา เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ	203-2	✓	ลูกค้า คู่ค้าและผู้จัดหา ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
	ยกระดับอาชีวอนามัย สร้างความปลอดภัย น่าทำงาน	403-4	✓	ลูกค้า คู่ค้าและผู้จัดหา
	คัดสรรอาหารปลอดภัย ห่วงใยสุขภาพ ผู้บริโภค	FP5-FP7, 417-1	✓	ลูกค้า ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน และผู้นำทางความคิด
	มอบโอกาสทางการศึกษา สร้างอาชีพ สร้างอนาคต	103-1, 103-2	✓	ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ภาครัฐ
	แบ่งปันโอกาส สรรค์สร้างคุณค่าสังคม	103-1, 103-2	✓	ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม คู่ค้าและผู้จัดหา
ปกปัก สิ่งแวดล้อม ปกป้องผืนป่า ทรัพยากร เพื่ออนาคตโลกของเรา	รับมือสภาพอากาศเปลี่ยน หมุนเวียนใช้พลังงาน	302-4	✓	คู่ค้าและผู้จัดหา องค์กรพัฒนาเอกชน และผู้นำทางความคิด ภาครัฐ ชุมชนสังคม และสิ่งแวดล้อม
	ปกป้องระบบนิเวศ ยึดมั่นเจตนารมณ์สีเขียว	304-2	✓	ลูกค้า คู่ค้าและผู้จัดหา ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม องค์กรพัฒนาเอกชน และผู้นำทางความคิด ภาครัฐ
	บริหารน้ำอย่างรู้ค่า รักษาสมดุลชีวิต	303-3, 303-4, 303-5	303-4, 303-5 เฉพาะซีพีแรม	-
	ส่งมอบความรับผิดชอบ ตลอดห่วงโซ่คุณค่า	204-1	-	คู่ค้าและผู้จัดหา ชุมชนสังคม และสิ่งแวดล้อม
	เติมความรัก สร้างด้วยใจ เพิ่มความเข้มแข็งให้ชุมชน	103-1, 103-2	✓	คู่ค้าและผู้จัดหา ชุมชนสังคม และสิ่งแวดล้อม

โดยบริษัทดำเนินงานและรายงานผลการดำเนินงานในหัวข้อต่าง ๆ ตามน้ำหนักและความเกี่ยวข้องของแต่ละหน่วยธุรกิจ ดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านสังคม	ด้านสิ่งแวดล้อม
บริการร้านสะดวกซื้อ			
• บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	✓	✓	✓
• บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด	✓	✓	
• บริษัท ทเวนตี้โฟร์ ช้อปปิ้ง จำกัด	✓	✓	
บริการด้านค้าส่ง			
• บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)	✓	✓	✓
บริการผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง			
• บริษัท ซีพีแรม จำกัด	✓	✓	✓
บริการด้านการเงิน			
• บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด	✓		
• บริษัท ไทยสมาร์ทคาร์ด จำกัด	✓		
บริการด้านการศึกษา			
• บริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด	✓	✓	
• วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์	✓	✓	
• สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	✓	✓	
• โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิต พีไอเอ็ม)	✓	✓	
• บริษัท ปัญญธารา จำกัด	✓		
• บริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด	✓		
บริการด้านสารสนเทศ			
• บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด	✓		
บริการด้านสื่อสาร การตลาด			
• บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด	✓		
บริการด้านการบริหารโลจิสติกส์			
• บริษัท ออลล์ นาว แมนเนจเม้นท์ จำกัด	✓		
• บริษัท ออลล์ นาว โลจิสติกส์ จำกัด	✓		

* ข้อมูลด้านเศรษฐกิจครอบคลุมทุกบริษัทที่เป็นบริษัทย่อย ตามที่ระบุในรายงานประจำปี 2562

ทั้งนี้ ข้อมูลในเล่มรายงานได้รับการทวนสอบโดยผู้ทวนสอบภายนอก ผ่านกระบวนการคัดเลือกโดยคณะกรรมการบริหาร เพื่อให้แน่ใจได้ว่าหน่วยงานเป็นอิสระจากการทำงานของบริษัท มีคุณวุฒิ และความสามารถในการทวนสอบ อ้างอิงตามมาตรฐานการทวนสอบ AA1000AS ตามรายงานในภาคผนวก

Heart

ความสุขและรอยยิ้มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย
คือ หัวใจในการดำเนินธุรกิจของ ซีพี ออลล์

เรามุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักธรรมาภิบาล ต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชันทุกรูปแบบ เพื่อการเป็นธุรกิจที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และเราเชื่อว่า การเคารพซึ่งกันและกันในทุก ๆ ฝ่าย รวมถึงการให้โอกาสบุคลากร ในการพัฒนาศักยภาพตนเอง จะสร้างเส้นทางอันทอดยาวสู่การเติบโตเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน

จิตเจตจำนงมั่น รังสรรค์ธุรกิจ
โปร่งใส เป็นธรรม เท่าเทียม

องค์กรแห่งธรรมาภิบาล
บริหารด้วยความโปร่งใส

ยืนหยัดความสัตย์ซื่อ
ถือ “ทุจริตคอร์รัปชัน” เป็นศัตรู

เคารพสิทธิมนุษยชน
ยึดมั่นหลักการสากล
ร่วมสร้างสังคมสันติสุข

เปิดใจรับความแตกต่าง
สร้างสัมพันธ์ สานประโยชน์สุข

ผสมส่วนเหมือน ผสานส่วนต่าง
สร้างคนดี และเก่ง
ผนึกพลังเป็นหนึ่งเดียว

องค์กรแห่งธรรมาภิบาล บริหารด้วยความโปร่งใส

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2562

ร้อยละ
100
ของพนักงานทุกระดับ ได้รับการอบรมและผ่านการทดสอบหลักสูตรธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต

ร้อยละ
100
ของคู่ค้าลำดับที่ 1 ได้รับการสื่อสารคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

ร้อยละ
97.51
ของคู่ค้าลำดับที่ 1 ลงนามรับทราบ (Written Acknowledgement)

ได้รับผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ระดับ 5 ดาว หรือ เกณฑ์ดีเลิศ (Excellent)

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG12 การบริโภคและการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบ
12.6 นำแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนมาปฏิบัติ และเผยแพร่ข้อมูลด้านความยั่งยืนในกระบวนการรายงาน

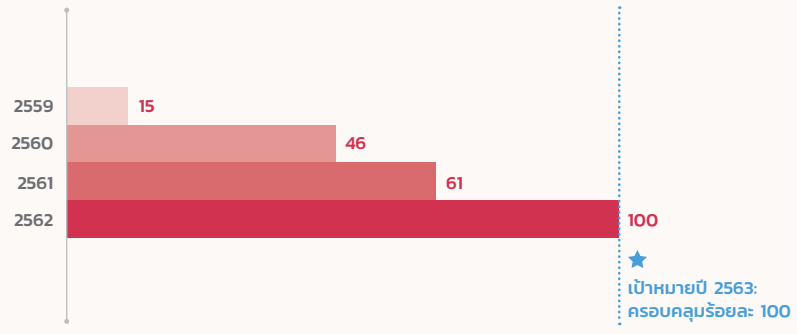
SDG17 ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
17.16 ส่งเสริมความร่วมมือระดับโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย ซึ่งการระดมและแบ่งปันความรู้ ความเชี่ยวชาญ เทคโนโลยี และทรัพยากรทางการเงิน เป็นส่วนเสริมเพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนา

เป้าหมายปี 2563

ร้อยละ
100
ของบริษัทมีการเปิดเผยการดำเนินการด้านธรรมาภิบาลตามกรอบ OECD (The Organization for Economic Co-operation and Development) และด้านความยั่งยืนผ่านรายงานของบริษัทภายในปี 2563

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

บริษัทมีการเปิดเผยการดำเนินการด้านธรรมาภิบาลและความยั่งยืน (ร้อยละของความครอบคลุม)



ความท้าทาย

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มีความเชื่อมั่นว่าแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี สามารถช่วยสร้างพื้นฐานความยั่งยืนขององค์กรให้สามารถเติบโตและเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มความสามารถการแข่งขันขององค์กรได้ เช่น สามารถดึงดูดความสนใจที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มนักลงทุน และการปรับปรุงแผนการดำเนินงานภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นซึ่งผลลัพธ์ของการมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพยังสะท้อนให้เห็นถึงระบบการบริหารจัดการที่มีคุณภาพขององค์กรที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระยะยาว พร้อมกันนี้ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลกเรื่องการกำกับดูแล เป็นหนึ่งในความท้าทายที่องค์กรติดตามและให้ความสำคัญ อาทิ สัดส่วนและคุณสมบัติของคณะกรรมการบริษัท (Board composition and qualification) ที่สถาบันนักลงทุนมีความคาดหวังต่อกระบวนการประเมินคณะกรรมการบริษัทที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งความหลากหลายทางเพศของคณะกรรมการบริษัทยังเป็นประเด็นที่สถาบันนักลงทุนทั่วโลกให้ความสนใจด้วยเช่นกัน ประเด็นความสำคัญของการกำกับดูแลกับวัฒนธรรมองค์กร (Deeper focus on oversight of corporate culture) รวมถึงภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจและความสามารถในการดึงดูดและรักษาพนักงาน นอกจากนี้ การบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนกับการกำกับดูแล (ESG continues to be a critical issue globally) เป็นประเด็นที่นักลงทุนให้ความสนใจในหน้าที่การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริษัทที่ผนวกประเด็นด้านความยั่งยืนเป็นกลยุทธ์หลักในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น บริษัทจึงกำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ภายใต้พื้นฐานความเสี่ยงทางจริยธรรมธุรกิจและกฎหมาย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจและสื่อสารให้แก่พนักงานทั้งในแง่การกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาความยั่งยืน ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความท้าทายอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร

ความคืบหน้าปี 2562

- ประกาศนโยบายและแนวปฏิบัติด้านธรรมาภิบาล ได้แก่ นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล นโยบายกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า
- จัดอบรมหลักสูตรธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริตในรูปแบบ Animation ผ่านระบบ E-Learning ให้พนักงานระดับเจ้าหน้าที่ได้เรียนรู้และทำแบบทดสอบ
- การวางระบบควบคุมภายในเพื่อควบคุมความเสี่ยงเข้าไปในกระบวนการทำงาน
- โครงการจำลองเหตุการณ์ทางไซเบอร์ (Cyber Simulation Program) เพื่อรับมือกับสถานการณ์วิกฤตจากโลกออนไลน์
- อนุมัติกฎบัตรและแต่งตั้งคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน
- จัดทำแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน

สรุปผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ

จำนวน และร้อยละของพนักงานผ่านการอบรม และทดสอบหลักสูตรธรรมาภิบาล และต่อต้านการทุจริต

ระดับบริหาร		ระดับแผนก		ระดับพนักงาน เจ้าหน้าที่	
ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน
100	2,032 คน	100	5,712 คน	100	57,572 คน

	ร้อยละ	จำนวน	
	97.51	6,769 คน	จำนวน และร้อยละของคู่ค้าลำดับที่ 1 ลงนามรับทราบ
	100	6,942 คน	จำนวน และร้อยละของคู่ค้าลำดับที่ 1 ได้รับการสื่อสาร

การบริหารความเสี่ยง

- ร้อยละ 100 ของหน่วยงานพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย และการทุจริต
- ร้อยละ 100 ของหน่วยงานที่ได้รับการประเมินความเสี่ยง
- ร้อยละ 100 ของหน่วยงานที่มีแผนการจัดการความเสี่ยง

การดำเนินงาน

คณะกรรมการบริษัทจัดโครงสร้างการบริหารงานด้านการกำกับดูแล พร้อมทั้งมอบหมายให้คณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล ทำหน้าที่กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน นโยบายความยั่งยืนและแนวปฏิบัติ รวมถึงจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน พร้อมทั้งทำหน้าที่ทบทวนและปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการขององค์กรให้มีความเหมาะสมและเป็นไปตามหลักบรรษัทภิบาลของหน่วยงานที่มีอำนาจกำกับดูแลตามกฎหมายสอดคล้องตามแนวปฏิบัติสากลที่ได้รับการยอมรับ ในปี 2562 บริษัทได้ทำการปรับปรุงมาตรฐานหรือข้อกำหนดขององค์กรให้ครอบคลุมในเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate change) มากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนโครงสร้างคณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล และกำหนดให้มีคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาลและคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน ทำหน้าที่รายงานผลและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล โดยดำเนินการภายใต้แนวปฏิบัติและนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท ดังนี้

หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

1. ตระหนักถึงบทบาท และความรับผิดชอบในฐานะผู้นำที่สร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน
2. กำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายหลักของกิจการที่เปลี่ยนไปเพื่อความยั่งยืน
3. เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิผล
4. สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูงและการบริหารบุคลากร
5. เสริมสร้างนวัตกรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ
6. ดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม
7. รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล
8. สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

+

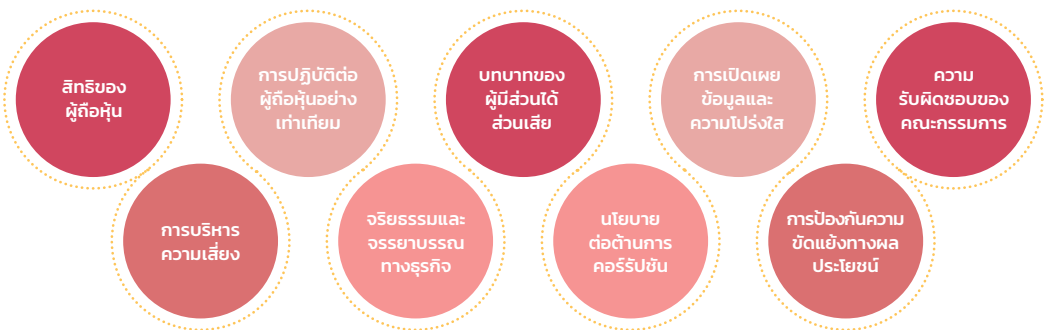
ESG Issue That May Impact Investment Performance

1. สิ่งแวดล้อม
- การจัดการทรัพยากร
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- อุบัติการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม
- การบรรเทาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

2. สังคม
- สิทธิมนุษยชน
- สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน
- การตรวจสอบห่วงโซ่อุปทาน

3. ธรรมาภิบาล
- ค่าตอบแทนผู้บริหาร
- สิทธิของผู้ถือหุ้น
- ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
- วิสัยทัศน์

นโนบายการกำกับดูแลกิจการของ ซีพี ออลล์



พร้อมกันนี้ คณะกรรมการบริษัทมีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อย 3 คณะ ที่มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ภายใต้ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัท ซึ่งประกอบไปด้วย 1) คณะกรรมการตรวจสอบ 2) คณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล 3) คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบสำคัญดังต่อไปนี้

หน้าที่และความรับผิดชอบสำคัญของคณะกรรมการตรวจสอบ

- สอบทานงบการเงิน
- สอบทานการดำเนินงานของบริษัทให้ถูกต้องตามนโยบาย และระเบียบข้อบังคับ กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ และข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล
- สอบทานระบบควบคุมภายในและตรวจสอบภายใน รวมถึงระบบบริหารความเสี่ยงที่รัดกุม
- หารือกับผู้สอบบัญชี เพื่อขอความเห็นเกี่ยวกับงบการเงิน และการควบคุมภายใน
- รายงานสรุปผลการปฏิบัติงาน และข้อเสนอแนะต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ปีละ 4 ครั้ง

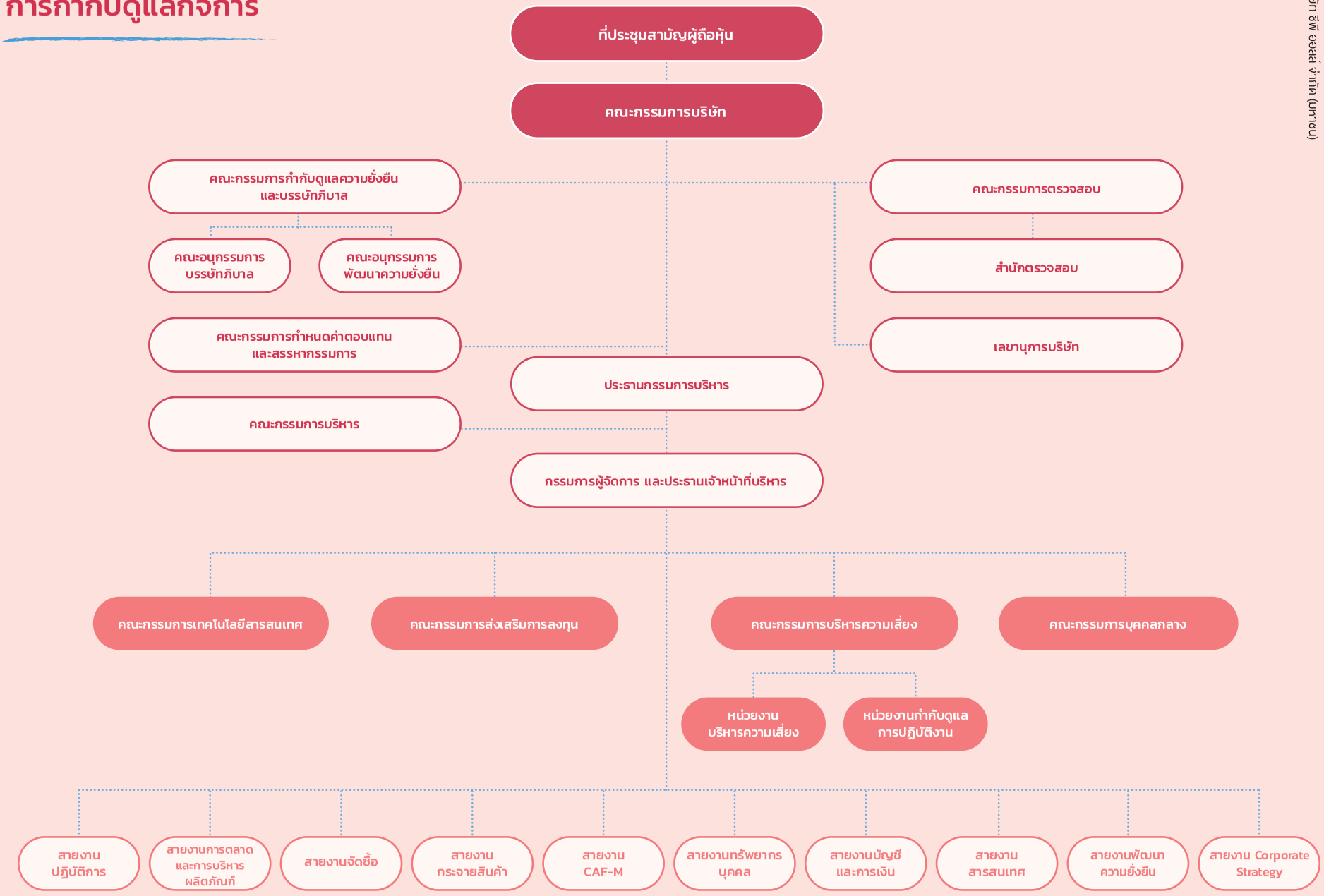
หน้าที่และความรับผิดชอบสำคัญของคณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล

- จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน นโยบายความยั่งยืนและแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน
- ทบทวนนโยบายต่าง ๆ ให้มีความเป็นปัจจุบัน และมีความต่อเนื่องอย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง
- รายงานสรุปผลการปฏิบัติงาน และให้คำปรึกษาข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการบริษัทในเรื่องการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการทุจริต ความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดการความยั่งยืน ปีละ 2 ครั้ง
- กำกับดูแลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงานให้เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการและอื่น ๆ
- สอบทานและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายร่วมกับกรรมการ และฝ่ายจัดการ พร้อมเสนอแนะการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบาย

หน้าที่และความรับผิดชอบสำคัญของคณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ

- พิจารณาหลักเกณฑ์ในการจ่าย และรูปแบบค่าตอบแทนของกรรมการและผู้บริหารระดับสูง เพื่อเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท
- ประเมินค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง ให้สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงาน
- พิจารณาหลักเกณฑ์ และกระบวนการสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท
- คัดเลือกบุคคลตามกระบวนการสรรหาที่กำหนด และบุคคลที่ถูกเสนอโดยผู้ถือหุ้นรายย่อยตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด
- เสนอความคิดเห็นต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้แต่งตั้งกรรมการ

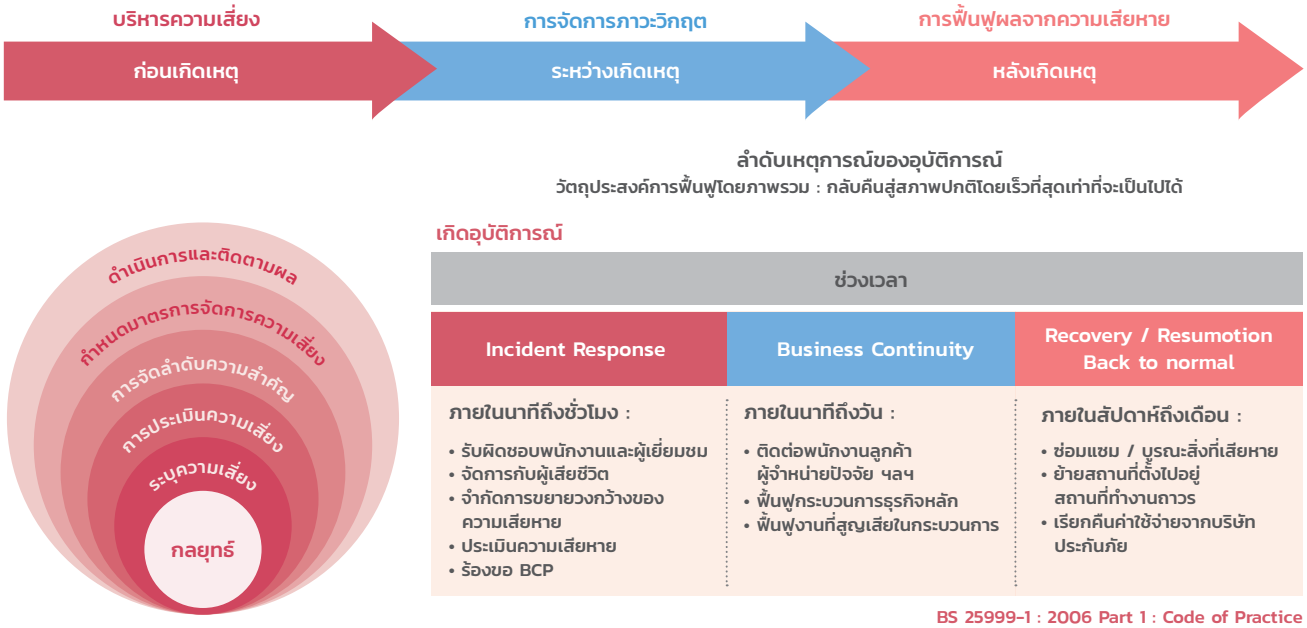
โครงสร้าง
การกำกับดูแลกิจการ



การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการจัดการบริหารความเสี่ยง ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการระบุแนวโน้มความเสี่ยงและปัญหาที่อาจเกิดขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อองค์กร พร้อมกันนี้ การบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพและมีมาตรการในการลดความเสี่ยง ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถบรรลุตามเป้าหมายได้ พร้อมทั้งสร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ดังนั้น บริษัทจึงกำหนดกรอบนโยบายการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงได้ รวมถึงสามารถค้นหาและคาดการณ์ความเสี่ยงล่วงหน้าที่อาจส่งผลกระทบเชิงลบต่อการดำเนินการและเป้าหมายองค์กรที่กำหนดไว้ในทุกด้าน พร้อมทั้งจัดทำแผนควบคุมติดตามปรับปรุงความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง ด้วยกลไก การบริหาร การควบคุมและสอบทานเพื่อกำกับความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ รวมไปถึงสามารถปลูกฝังวัฒนธรรมความเสี่ยงภายในองค์กร เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ สร้างความตระหนัก และสร้างการมีส่วนร่วมให้กับพนักงานทุกระดับในการบริหารความเสี่ยงทุกด้านขององค์กร

กรอบการบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤตเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน



BS 25999-1 : 2006 Part 1 : Code of Practice

บริษัทมีการจัดตั้งหน่วยงานบริหารความเสี่ยง (Risk Management Unit) และหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบและข้อบังคับ (Compliance Unit) ภายใต้การดำเนินงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) บริษัทมอบหมายให้ตัวแทนในแต่ละหน่วยงานทำหน้าที่ร่วมเป็นคณะทำงาน พร้อมทั้งสรุปและรายงานผลการปฏิบัติงานนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท ปีละ 2 ครั้ง เพื่อสอบทานประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการบริหารความเสี่ยง อาทิ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านภาษี ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ ความเสี่ยงด้านทุจริตคอร์รัปชัน และความเสี่ยงด้านชื่อเสียง รวมถึงมีการทบทวนและประเมินระบบบริหารความเสี่ยงตามกรอบ COSO ปีละครั้ง

โดยในปี 2562 หน่วยงานบริหารความเสี่ยงได้จัดโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงออกเป็น 3 หมวด ได้แก่

1. ความเสี่ยงทั่วไปที่สามารถเกิดขึ้นได้ในการดำเนินงานประจำวัน (Operational risk)
2. ความเสี่ยงที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเงิน (Sustainability risk) และ
3. ความเสี่ยงที่เกิดใหม่ที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ (Emerging risk)

โดยมีการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ผ่านการประเมินความเสี่ยงประจำปี และอบรมสัมมนาตัวแทนจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่ผลักดันในการออกมาตรการและการดำเนินงานตามมาตรการเพื่อลดความเสี่ยง (Risk Champion) ในแต่ละไตรมาส และมีการจัดตั้ง Data Protection Officer เพื่อให้ความรู้ รวมถึงมีกระบวนการควบคุมภายใน และติดตามความเสี่ยงโดยทำงานอย่างใกล้ชิดกับ Risk Champion ซึ่งสามารถสรุปขั้นตอนและผลการดำเนินงานได้ดังแผนภูมิ

ความเสี่ยงที่เกิดใหม่ (Emerging Risks)

บริษัทมีการทบทวนประเด็นความเสี่ยงและวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกิดใหม่ที่อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรประจำปีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อการพัฒนามาตรการรองรับและสามารถตอบสนองต่อความเสี่ยงได้ทันท่วงที โดยในปี 2562 มีความเสี่ยงเกิดใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ (Emerging Risks) 2 ประเภท ดังนี้ ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation) และความเสี่ยงด้านความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security)

ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation)

การปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจหรือกระบวนการดำเนินงานภายในให้เป็นระบบดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ทำให้การแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น และส่งผลให้ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ก่อให้เกิดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมผ่านแนวทาง ดังนี้

1 การพัฒนาช่องทางในการบริโภคสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น อาทิ Omni Channel เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย สะดวกสบาย โดยผ่านการผสมผสานช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งระบบออฟไลน์และออนไลน์ สร้างประสบการณ์แบบไร้รอยต่อ

2 การพัฒนาระบบการชำระสินค้าที่หลากหลายรูปแบบมากยิ่งขึ้น เช่น ระบบ Alipay Wallet ระบบ TrueMoney Wallet

3 สร้างโปรแกรมสมาชิก ALL Member รับคะแนนสะสมจากการซื้อสินค้าที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เซ็อมโยงสิทธิพิเศษ กับบริษัทย่อยรวมถึงพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านแอปพลิเคชันและกิจกรรมการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการต่าง ๆ และสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค (Customer Engagement)

4 ศึกษารูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ (Service Solution) เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าในยุคดิจิทัล

5 พัฒนาระบบการกระจายสินค้า

6 ปรับโครงสร้างและรูปแบบการทำงานให้สนับสนุนการทำงานในยุคดิจิทัล พร้อมทั้งวางระบบ การป้องกันความเสี่ยงด้านดิจิทัล อาทิ การปกป้องข้อมูลบุคคลส่วนบุคคลและความปลอดภัยของสารสนเทศและการโจมตีทางไซเบอร์

7 พัฒนาบุคลากรปรับรูปแบบการทำงานให้มีความคล่องตัวมากขึ้นเตรียมความพร้อมสู่ยุคดิจิทัล

ความเสี่ยงด้านความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security)

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจภายในองค์กรให้เป็นระบบดิจิทัลมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจมีความเสี่ยงด้านความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์มากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือขององค์กรได้ บริษัทจึงได้กำหนดมาตรฐานการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Security Management) และระบบจัดการกลยุทธ์ความปลอดภัยทางอินเตอร์เน็ต ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบได้แก่

1

หน่วยงานและบุคลากร
โดยกำหนดบทบาทหน้าที่ของหน่วยงาน Cyber Security Officer ให้สอดคล้องและครอบคลุมความเสี่ยงทำหน้าที่เฝ้าระวังและควบคุมความเสี่ยงที่เกิดขึ้นให้อยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ จัดตั้งหน่วยงานด้านความปลอดภัยข้อมูลและเครือข่าย การจัดการอบรมและทดสอบความสามารถอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์และเทคโนโลยี รวมถึงส่งเสริมให้มีการสร้างความตระหนักรู้ในการใช้เทคโนโลยี (Cyber Security Awareness) ให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางการสื่อสารภายใน และทดสอบผ่านโปรแกรมการจำลองเหตุการณ์ทางไซเบอร์ (Cyber Simulation Program)

2

มาตรการและขั้นตอนการดำเนินงาน
โดยนอกจากนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศของระบบเครือข่ายของบริษัทแล้ว บริษัทยังกำหนดให้มีการทบทวนมาตรการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง มาตรการและขั้นตอนที่กำหนดขึ้นนี้ มีการดำเนินงานโดยบริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด ภายใต้มาตรฐานสากล ISO 20000 และ ISO27001 และบริษัทยังกำหนดแผนการตอบสนองกับเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security Incident Response Plan)

3

เทคโนโลยี
โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทำงานเชิงป้องกันตามแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยระดับสากล หรือ NIST Framework พัฒนาศูนย์คอมพิวเตอร์ให้ได้ระดับมาตรฐานในการเฝ้าระวัง และการเข้าถึงระบบข้อมูลตามที่กำหนดและมุ่งแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้ให้บริการและลงทุนในระบบป้องกันใหม่ ๆ เพื่อให้ทันต่อเทคโนโลยี และความเสี่ยงใหม่ ๆ เสมอ

บุคลากร

- Cyber Security Officer (CSO) รายงานตรงต่อคณะกรรมการเจ้าหน้าที่ผู้บริหารระดับสูง
- หน่วยงานด้านระบบความปลอดภัยและบุคคลากรที่ผ่านการรับรองด้วย Security Certificate
- อบรมและทดสอบบุคคลากรทุกระดับ เช่น Phishing Simulation Test, Cyber Awareness และ War Game

ขั้นตอน

- นโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศของระบบเครือข่ายภายในบริษัท
- กระบวนการมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง ISO20000 และ ISO27001
- แผนการตอบสนอง และจัดการเหตุการณ์ความมั่นคงปลอดภัยด้านไซเบอร์ (Cyber Security Incident Response Plan)

เทคโนโลยี

- ระบบเทคโนโลยีที่ทำงานเชิงป้องกันตามแนวปฏิบัติ NIST
- ศูนย์คอมพิวเตอร์ระดับมาตรฐานที่รวมถึงการเฝ้าระวังและการเข้าถึงระบบข้อมูลตามที่กำหนด
- แลกเปลี่ยนความรู้กับผู้ให้บริการและลงทุนในระบบป้องกันใหม่ ๆ

พร้อมกันนี้ บริษัทยังมุ่งดำเนินงานสร้างความตระหนักในการค้นหาความเสี่ยงภายในองค์กรผ่าน “โครงการค้นหาความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีส่วนร่วม” เพื่อให้ผู้บริหารจนถึงพนักงานทำการค้นหาความเสี่ยงจากภัยมืด (Black Swan) ที่อาจทำให้องค์กรไม่บรรลุเป้าหมายหรือเกิดความไม่มั่นคง ปลอดภัยต่อองค์กรอย่างยั่งยืน ภายใต้ประเด็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง 6 ประเด็น ได้แก่

1. การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
2. กระบวนการทำงาน
3. สินค้าและบริการ
4. การว่าจ้างหน่วยงานภายนอก
5. ความยั่งยืนองค์กร
6. กิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกับบริษัทในกลุ่ม

โดยให้ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรเข้าร่วมประกวดประเด็นความเสี่ยงผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น แพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ คิวอาร์โค้ด ซึ่งสร้างความสะดวกและสามารถสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานได้มากยิ่งขึ้น ภายใต้แนวคิด “การค้นหาและการแก้ไขเพื่อช่วยควบคุมป้องกันและรับมือภัยมืดที่อาจจะเกิดขึ้น”

โครงการนักค้นหาภัยมืด (Black Swan Award)

ในปี 2562 มีประเด็นความเสี่ยงที่พนักงานส่งเข้าประกวดทั้งหมด **1,169 ประเด็น**

และมีประเด็นความเสี่ยงที่ได้รับรางวัล **5 ประเด็น**

1) ความสามารถในการปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับ
2) ข้อมูลสำคัญรั่วไหล
3) สิทธิมนุษยชนและความปลอดภัย
4) ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม
5) สินค้าและบริการ

โดยประเด็นความเสี่ยงที่ได้รับรางวัลจะถูกนำมาใช้ประกอบการพิจารณาสำหรับผู้บริหารในการออกมาตรการรองรับ ซึ่งสามารถนำไปสู่การพัฒนาให้สามารถนำไปปฏิบัติจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการเตรียมความพร้อมด้าน Cyber Resilience

สถานการณ์ความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของข้อมูลลูกค้าการทำธุรกรรมบนโลกออนไลน์ที่อาจมีความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threats) มากขึ้น ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ทบทวนและมีมาตราการให้มีความพร้อมในการรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ ทั้งการวางกรอบการกำกับดูแล การบริหารจัดการความเสี่ยงทั้งด้านบุคลากร กระบวนการ และเครื่องมือหรือเทคโนโลยี เพื่อลดผลกระทบต่อลูกค้า และต่อระบบโดยรวม บริษัทจึงได้กำหนดกรอบการประเมินความพร้อมด้าน Cyber Resilience ในปี 2562 ได้มีการจัดอบรมสัมนาสร้างความตระหนักและความรู้ความเข้าใจด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ให้กับผู้บริหารและพนักงานในเชิงรุกและมีการทดสอบบนสถานการณ์เสมือนจริง (phishing simulation test) เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือและจัดการกับเหตุการณ์ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

ผลลัพธ์

ทบทวนกระบวนการทำงานเพื่อจัดการกับเหตุการณ์ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ของหน่วยงานต่างๆ กำหนดแนวทางในการดำเนินการเพื่อลดความเสี่ยงในระดับความรุนแรงต่าง ๆ

ร้อยละ **100** ของผู้บริหารที่เกี่ยวข้องได้รับการให้ความรู้และเข้าร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ

สถานการณ์การจัดการภาวะวิกฤตจากภัยคุกคามทางไซเบอร์

ในปี 2562 บริษัทได้จัดทำโครงการจำลองสถานการณ์การโจมตีทางไซเบอร์ (Cyber War-game) ซึ่งเป็นการสร้างสถานการณ์สมมุติเพื่อให้ผู้บริหารระดับสูงได้ทดลองแก้ไขสถานการณ์ต่อกรณีภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่อาจเกิดขึ้นในระบบบริษัท โดยการจัดการภาวะวิกฤตจากภัยคุกคามนี้ มีผู้บริหารระดับสูง ที่เกี่ยวข้อง เช่น CEO, CIO, CSO, CFO, COO รวมทั้งผู้บริหารด้านสื่อสารองค์กร ด้านกฎหมาย เป็นต้น โดยกำหนดมีการจัดกิจกรรมดังกล่าวขึ้นปีละ 1 ครั้ง

ผลลัพธ์

- ร้อยละ **100** ของผู้บริหารระดับสูงที่ได้เข้าร่วมโครงการ
- มีความพร้อมในการจัดการต่อภาวะวิกฤตได้อย่างรวดเร็ว
- ลดความเสี่ยงด้านความเสียหายและเกิดภาพลักษณ์องค์กรเชิงลบ

จริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

บริษัทให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานด้านจริยธรรมธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดทำคู่มือจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Business Ethics and Code of Conduct) เพื่อสร้างแนวทางการปฏิบัติแก่ผู้บริหาร พนักงาน คู่ค้า และผู้รับเหมาที่เป็นรูปธรรม โดยยึดหลักนิติธรรม ความโปร่งใส คุณธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีหน่วยงาน Corporate Legal & Compliance กำกับดูแลให้หน่วยงานต่าง ๆ และบริษัทในกลุ่มปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท การติดตามกฎหมายในราชกิจจานุเบกษารายวัน เพื่อจัดทำแนวทางปฏิบัติ สื่อสารให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบถึงแนวปฏิบัติเพื่อการปฏิบัติที่ถูกต้อง ผ่านการจัดประชุม บรรยาย การออกนโยบายหรือประกาศในเรื่องสำคัญจัดอบรมเกี่ยวกับกฎหมายใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการทางธุรกิจ เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้เข้าใจและพร้อมปฏิบัติตามกฎหมายได้อย่างถูกต้อง รวมถึงให้คำแนะนำต่อหน่วยงานที่มีความเสี่ยงสูงต่อการปฏิบัติไม่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติดังกล่าว ในปี 2562 บริษัทประกาศใช้แนวปฏิบัติการเป็นวิทยากรหรือเข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรภายนอกบริษัท แนวปฏิบัติกรณีกระทำการทุจริตและผิดกฎหมาย นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล นโยบายแนวปฏิบัติตามแผนธุรกิจขององค์กรให้ถูกต้องตามกฎหมาย ประกาศแนวทางปฏิบัติตามนโยบายกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า และปรับปรุงอำนาจการดำเนินการสำหรับโครงการทดลองหรือโครงการริเริ่มเพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการดำเนินงานเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ พร้อมกันนี้ บริษัทยังได้มีการจัดอบรมและทดสอบความรู้ความเข้าใจของหลักสูตรธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต หลักสูตรดิจิทัลมายเซ็ท (Digital Mindset) ในรูปแบบแอนิเมชันผ่านระบบ E-Learning เพื่อสร้างการเข้าถึงได้สะดวกสามารถเรียนรู้และเข้าใจง่ายยิ่งขึ้นสำหรับพนักงานทุกระดับ

บริษัททำการวิเคราะห์คุณค่าจากการดำเนินงานโครงการดังกล่าวได้ผลดังนี้

พนักงานมีความรู้ และตระหนักในเรื่องจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ซึ่งเป็นผลดีในการช่วยสอดส่องดูแลการทำงานที่เกี่ยวกับบริษัท และป้องกันการทุจริตหรือการละเมิดต่อจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานที่บริษัท

พนักงานรับรู้ได้ว่าบริษัทมีความจริงจังในการประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มีความรู้สึกที่ดีต่อบริษัท

ร้อยละ **87.9**

โครงการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ด้านธรรมาภิบาล (Mister & Miss Good Governace)

เป็นเวทีประชันความสามารถสำหรับคนรุ่นใหม่ได้แสดงออกถึงแนวคิดเรื่องธรรมาภิบาลที่ทันยุคสมัย โดยตัวแทนผู้นำรุ่นใหม่ด้านธรรมาภิบาลกว่า 124 คน จาก 62 สำนัก/หน่วยงาน ในกลุ่มธุรกิจของ ซีพี ออลล์ ต้องผ่านการอบรมเตรียมความพร้อมอย่างเข้มข้นจากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตอบคำถาม วัดทัศนคติ มุมมอง และวิธีปฏิบัติด้านธรรมาภิบาล นอกจากนี้ จุดหมายสำคัญของการประกวดไม่ใช่เพียงเพื่อค้นหาผู้ชนะเลิศ แต่เป็นการทำให้ทุกภาคส่วนในองค์กรมองเห็นความสำคัญของธรรมาภิบาลมากยิ่งขึ้น กลายเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารและพนักงานในบริษัทใช้เป็นกรอบการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อ ชุมชน สังคม และประเทศชาติ ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ซึ่ง Mister & Miss Good Governance มีหน้าที่ดังนี้

1. เป็นแบบอย่างที่ดีและพร้อมนำสิ่งที่ได้รับไปขยายผลให้เพื่อนร่วมงานเกิดความเข้าใจและยึดเป็นแนวทางในการปฏิบัติตามต่อไป
2. ร่วมศึกษาดูงานเพื่อวางแนวทางการดำเนินงานส่งเสริมธรรมาภิบาลขององค์กรอย่างยั่งยืน
3. ขับเคลื่อนกิจกรรมเผยแพร่องค์ความรู้ด้านธรรมาภิบาล

คุณก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์
ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

"หัวใจสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของ ซีพี ออลล์ กว่า 30 ปี ที่ผ่านมา คือ การตระหนัก และให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีธรรมาภิบาล เป็นแนวทางให้ผู้บริหาร และพนักงานในบริษัทใช้เป็นกรอบการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และประเทศชาติ ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เป็นก้าวสำคัญอีกก้าวหนึ่งที่ช่วยปลูกฝังเรื่องธรรมาภิบาลให้กับพนักงานในองค์กรทุกระดับ"

ยืนหยัดความสัตย์ซื่อ ถือ “ทุจริตคอร์รัปชัน” เป็นศัตรู

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2562

ร้อยละ
100
ของสมาชิกในคณะกรรมการและอนุกรรมการธรรมาภิบาลที่ได้รับการสื่อสารเรื่องนโยบายและกระบวนการด้านการต่อต้านคอร์รัปชัน

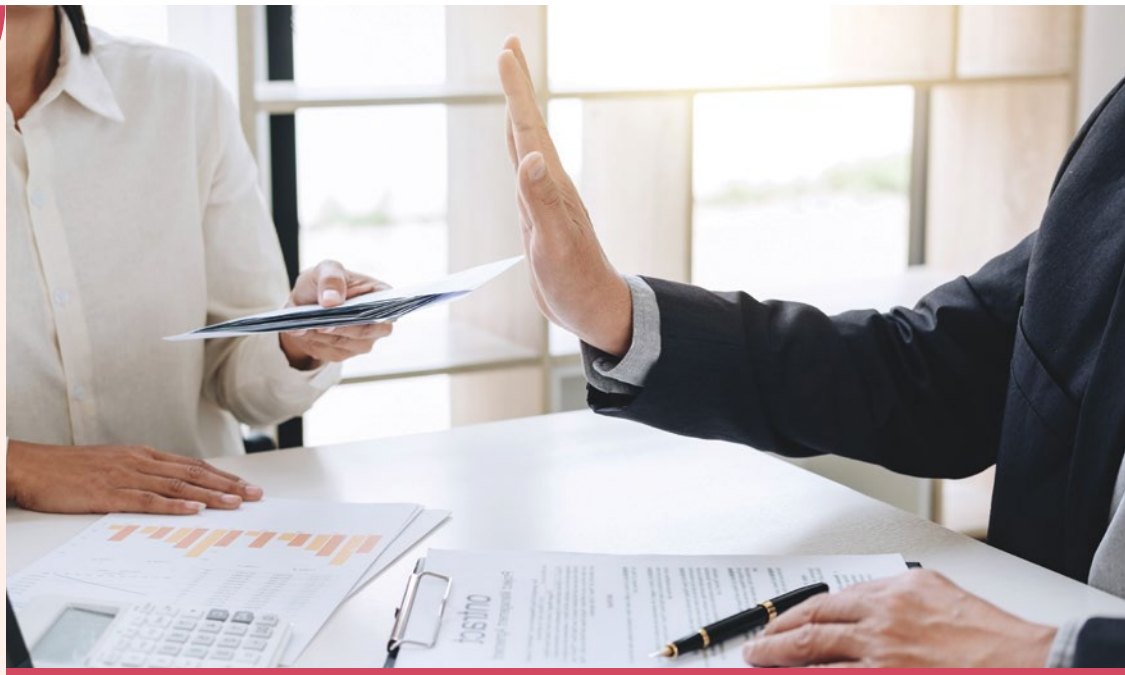
จำนวน
31 ราย

ร้อยละ
100
ของพนักงานที่ได้รับการสื่อสารเรื่องนโยบายและกระบวนการด้านการต่อต้านคอร์รัปชัน แบ่งตามประเภทของพนักงาน

จำนวน
99,334 ราย

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG16 ส่งเสริมสังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก
16.5 ลดการทุจริตและติดสินบนทุกรูปแบบ

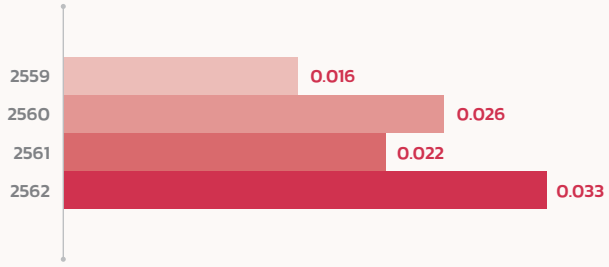


เป้าหมายปี 2563

บริษัทมุ่งมั่นไม่ให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชันในทุกส่วนงานรวมถึงคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers)

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

อัตราเกิดทุจริตต่อร้านสาขา (ร้อยละ)



ความท้าทาย

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ประกาศใช้นโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของกลุ่มบริษัทย่อยโดยมุ่งเน้นการปลูกฝังแนวปฏิบัติที่ดี สร้างความตระหนักถึงการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ พร้อมทั้งสร้างวัฒนธรรมองค์กรภายใต้ระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการปฏิบัติตามจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม นอกจากนี้ ยังมีความท้าทายจากการดำเนินงานการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ให้สามารถครอบคลุมความหลากหลายของธุรกิจย่อยและสื่อสารไปถึงจำนวนพนักงาน กว่า 99,334 คน หรือร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด ซึ่งในจำนวนนี้รวมถึงบุคลากรในหน่วยงานกำกับดูแลเพื่อให้ทุกธุรกิจย่อยและพนักงานสามารถนำนโยบายและหลักการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันไปใช้ได้อย่างสมบูรณ์แบบ

ความคืบหน้าปี 2562

- การทำงานร่วมกับเครือข่ายของภาครัฐ “รวมพลัง อาสาสู้โกง”
- โครงการวางระบบควบคุมภายในเพื่อป้องกันความเสี่ยง
- โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพ CCTV ลดความเสี่ยงในการเกิดการทุจริต

สรุปผลการดำเนินงานด้านทุจริตคอร์รัปชัน

ร้อยละ 100 ของพนักงานได้รับการสื่อสารนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันผ่านคู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

ร้อยละ 100 คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Supplier) ได้รับการสื่อสารนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันผ่านคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

- จำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด 443 กรณี
- ตรวจพบว่าทุจริต 388 กรณี
- ดำเนินการแก้ไข 388 กรณี คิดเป็นร้อยละ 100

การดำเนินงาน

บริษัทดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจภายในองค์กรและห่วงโซ่อุปทานภายใต้กรอบนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันมาอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งปรับปรุงให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงตามข้อกำหนดทางกฎหมายและลักษณะเฉพาะของการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรม รวมไปถึงสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องให้คณะกรรมการ พนักงานทุกระดับในองค์กร รวมถึงคู่ค้าได้รับทราบ เช่น แนวปฏิบัติสำหรับการต่อต้านการทุจริต แนวปฏิบัติเพื่อการกุศล แนวปฏิบัติในการให้เงินสนับสนุน แนวปฏิบัติการรับของชำร่วยและการรับรอง การมอบของขวัญ มาตรการป้องกันการทุจริต เป็นต้น พร้อมทั้งกำหนดกระบวนการทำงานและระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับนโยบายแนวปฏิบัติขององค์กร พร้อมกันนี้ บริษัทได้กำหนดบทบาทหน้าที่ในการดำเนินงานตามมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและสื่อสารผ่านการจัดอบรมและทบทวนให้แก่คณะกรรมการ และพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้าใจแก่พนักงานและตระหนักถึงหน้าที่ในการปฏิบัติตามมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด โดยในปี 2562 บริษัทได้มีการขยายหลักสูตรการฝึกอบรมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันไปยังเจ้าหน้าที่และพนักงานในระดับปฏิบัติการ พร้อมทั้งเพิ่มเติมเนื้อหาการกำกับดูแลและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้เป็นหลักสูตรมาตรฐานผ่านระบบ E-learning ขององค์กร

- ปี 2562 ผู้บริหารระดับบังคับบัญชาของบริษัทผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ร้อยละ 100
- ปี 2562 พนักงานใหม่และสโตร์พาร์ทเนอร์ผ่านการอบรมหลักสูตร On-boarding ร้อยละ 100
- ปี 2562 คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Supplier) ได้รับการสื่อสารนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันผ่านคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct & Guideline) ร้อยละ 100
- ปี 2562 เจ้าหน้าที่และพนักงานในระดับปฏิบัติการผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ร้อยละ 100

การบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนและกรณีทุจริต

บริษัทสนับสนุนให้พนักงานในบริษัทแจ้งเบาะแสหรือข้อมูลการกระทำที่ไม่สอดคล้องกับนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น อีเมล แพลตฟอร์มดิจิทัล จดหมาย และโทรศัพท์ โดยบริษัทให้ความสำคัญในการเก็บข้อมูลของการแจ้งเบาะแสเป็นความลับโดยไม่เปิดเผยตัวตนของผู้รายงาน พร้อมกันนี้ บริษัทยังมีกระบวนการป้องกันและคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสรวมถึงการชดเชยความเสียหายที่ผู้ร้องเรียนหรือผู้แจ้งเบาะแสอาจได้รับผลกระทบโดยในปี 2562 พบว่า

รายงานการกล่าวโทษหรือร้องเรียนจำนวนทั้งสิ้น
443 กรณี

การทุจริต
388 กรณี

โดยสามารถแยกประเภทการทุจริตได้ดังนี้

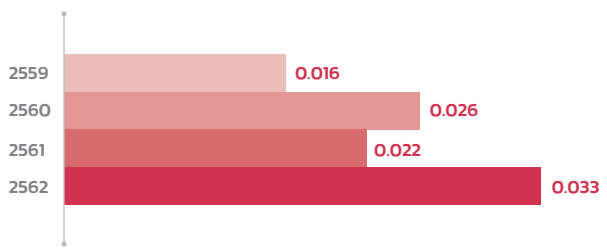
	2559	2560	2561	2562
การติดสินบน (กรณี)	0	0	0	1
การทุจริตในรายงาน (กรณี)*	-	-	-	4
การยักยอกทรัพย์ (กรณี)*	-	-	-	383

	2559	2560	2561	2562
การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล (กรณี)*	-	-	-	0
การละเมิดสิทธิมนุษยชน (กรณี)	0	0	0	0

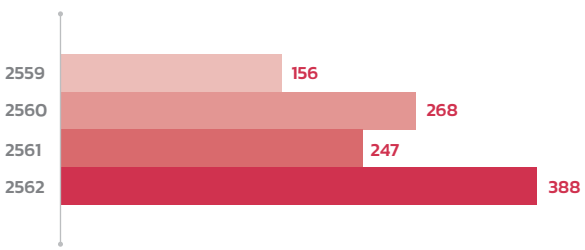
**เริ่มเก็บข้อมูลในปี 2562*

ซึ่งข้อร้องเรียนดังกล่าว ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขข้อร้องเรียนโดยบริษัทมีการพิจารณา และดำเนินการลงโทษพนักงานผู้กระทำผิดตามความเหมาะสม ทั้งนี้บริษัทได้มีการกำหนดมาตรการในการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อาทิ 1) กำกับดูแลให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนด เช่น ผู้จัดการร้านทำหน้าที่ควบคุมดูแลและตรวจนับเงินสดรายได้ในแต่ละผลัด เอฟซี (FC) ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการดำเนินงานของผู้จัดการร้าน โดยการเข้าร้านตรวจนับเงินสด 2) ทีมตรวจนับทรัพย์สินร้านทำหน้าที่ตรวจสอบและตรวจนับเงินสดทันทีเมื่อถึงร้าน พร้อมทั้งตรวจนับสินค้าเทียบกับยอดสต็อกสินค้า 3) ทีมตรวจสอบคุณภาพสินค้า (QSSI) ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพสินค้า การให้บริการ และการปฏิบัติงานตามข้อกำหนดต่าง ๆ 4) ทีมป้องกันการสูญหาย (Loss Prevention) ทำหน้าที่ติดตามข้อมูลสินค้าที่หายไปจากการตรวจนับ ซึ่งมีการดำเนินการโดยไม่แจ้งร้านสาขาล่วงหน้า 5) การสื่อสารและสร้างความตระหนักให้กับพนักงานในร้านอย่างต่อเนื่อง

ร้อยละของอัตราเกิดทุจริตต่อร้านสาขา



ข้อร้องเรียน (กรณี)



ช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและรายงานการกระทำผิด
กรณีละเมิดผิดกฎระเบียบ จรรยาบรรณทางธุรกิจหรือกรณีทุจริต

ช่องทาง การแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียน		
	โครงการเคาะระฆัง โทรศัพท์ 02-071-1717	ผู้รับเรื่อง: HR Operations
	หมายเลขโทรศัพท์ 02-071-2770, 02-071-7744, 02-071-8623	ผู้รับเรื่อง: Call Service
	ไปรษณีย์จ่าหน้าซองถึง สำนักงานตรวจสอบ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เลขที่ 119 ชั้น 16 อาคารธาราสาทร ซอยสาทร 5 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120	ผู้รับเรื่อง: สำนักงานตรวจสอบ
	จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ AuditCommittee@cpall.co.th CGcommittee@cpall.co.th BOD@cpall.co.th	ผู้รับเรื่อง: 1. คณะกรรมการตรวจสอบ 2. คณะกรรมการบรรษัทภิบาล 3. คณะกรรมการบริษัท
	สื่อออนไลน์บริษัท www.cpall.co.th/whistleblowing หรือ www.facebook.com/CPALL7 (Inbox)	ผู้รับเรื่อง: สำนักบริหารการสื่อสาร และภาพลักษณ์องค์กร

การทำงานร่วมกับเครือข่ายของภาครัฐ “รวมพลัง อาสาสู้โกง”

ในปี 2562 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) พร้อมใจร่วมแสดงพลังแห่งความดีอย่างเข้มแข็งในวันต่อต้านคอร์รัปชันแห่งชาติ เพื่อเป็นการประกาศจุดยืนและความมุ่งมั่นขององค์กรในการดำเนินธุรกิจภายใต้ความโปร่งใส และต่อต้านการทุจริตในทุกรูปแบบ โดยงานวันต่อต้านคอร์รัปชันแห่งชาติจัดขึ้นโดยองค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) ร่วมกับภาคีเครือข่าย ภายใต้แนวคิด “รวมพลัง อาสาสู้โกง” ซึ่งมีตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ภาคประชาสังคม นิสิต นักศึกษา และสื่อมวลชน เข้าร่วมรวมพลังกว่า 5,000 คน นอกจากนี้ ภายในงานยังมีการนำเสนอข้อมูลและแนวทางใหม่ ๆ เช่น ความก้าวหน้าของพลังคนไทยแต่ละภาคส่วน เป้าหมายการรณรงค์ให้เกิดการปฏิบัติร่วมกัน เครื่องมือหรือกลไกใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ และอุปสรรคสำคัญในการแก้ปัญหาการคอร์รัปชัน

โครงการรับรองการต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC)

โครงการรับรองการต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) เป็นโครงการบรรยายเพื่อสร้างความเข้าใจถึงปัญหาคอร์รัปชันในภาคธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย (SME) พร้อมทั้งแนวทางการเตรียมความพร้อมภายใต้โครงการ เช่น การเตรียมความพร้อมในการวางระบบควบคุมภายในเพื่อป้องกันความเสี่ยง โดยมีเนื้อหาการบรรยายครอบคลุมเรื่องปัญหาคอร์รัปชัน ที่มาของโครงการ CAC กระบวนการรับรองตามแบบประเมิน 17 ข้อ ของ SME และการเตรียมความพร้อมเพื่อร่วมโครงการ ซึ่งไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วม

โครงการวางระบบควบคุมภายในเพื่อป้องกันความเสี่ยง

จากการจัดการความเสี่ยงที่กล่าวถึงไว้ในบทการกำกับดูแล หนึ่งในหัวข้อความเสี่ยงที่ได้รับการประเมิน คือการทุจริตในองค์กร ซึ่งบริษัทมีกระบวนการจัดการประเด็นต่าง ๆ ที่ถูกบ่งชี้ว่ามีความเสี่ยงสูงตามขั้นตอนการทำงานหลักที่แสดงไว้ในบทการกำกับดูแล

โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพ CCTV

โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพ CCTV ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อลดเวลาการทำงานของพนักงานร้านสาขาและลดความเสี่ยงในการเกิดการทุจริต เนื่องจากกล้อง CCTV ดังกล่าวสามารถเก็บภาพที่มีคุณภาพขึ้น และมุมกล้องครอบคลุมทั้งร้าน ทำให้สามารถลดความถี่ในกระบวนการตรวจสอบเงินขาดเกิน และการนับสินค้าได้

เคารพสิทธิมนุษยชน ยึดมั่นหลักการสากล ร่วมสร้างสังคมสันติสุข

ผลการดำเนินงาน ที่สำคัญปี 2562

ร้อยละ **100** กิจกรรมทางธุรกิจ มีการประเมินความเสี่ยง

ร้อยละ **100** กิจกรรมที่มีความเสี่ยง มีมาตรการบรรเทาผลกระทบ

ร้อยละ **100** คู่ค้าลำดับที่ 1 มีการประเมินความเสี่ยง

ร้อยละ **100** คู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีความเสี่ยงมีมาตรการบรรเทาผลกระทบ

ได้รับรางวัลองค์กรที่สนับสนุนงานด้านคนพิการดีเด่น

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG5 ความเท่าเทียมทางเพศ
5.1 ขจัดการเลือกปฏิบัติต่อสตรีและเด็กหญิงในทุกรูปแบบ

SDG8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ
8.5 ส่งเสริมการจ้างงานและจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมสำหรับงานที่มีค่าเท่าเทียมกัน
8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและมั่นคง

SDG10 ลดความเหลื่อมล้ำ
10.3 ได้รับโอกาสที่เสมอภาคและส่งเสริมกฎหมายและนโยบายไม่เลือกปฏิบัติ

SDG16 ส่งเสริมสังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก
16.3 สนับสนุนกฎระเบียบกฎหมาย เพื่อให้ทุกคนได้รับความยุติธรรมที่เท่าเทียมกัน

เป้าหมายปี 2563

ร้อยละ **100** ของกิจกรรมทางธุรกิจ และพื้นที่ดำเนินการบริษัท มีการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน (HRDD) ตามมาตรฐาน UNGPBHR

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

ร้อยละของกิจกรรมทางธุรกิจ และพื้นที่ดำเนินการของบริษัท มีการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน (HRDD) ตามมาตรฐาน UNGPBHR

ความเสี่ยงและโอกาส

ความคาดหวังจากประชาคมโลกเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบตามกรอบสิทธิมนุษยชนสากลนับเป็นประเด็นที่ทวีความสำคัญอย่างยิ่งในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา โดยเฉพาะในปัจจุบันที่การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีแนวโน้มขยายตัวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในประเทศและนอกประเทศซึ่งมีความหลากหลายทั้งแนวปฏิบัติทางกฎหมาย และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจึงก่อให้เกิดความท้าทายในการดำเนินงานเพื่อเคารพสิทธิมนุษยชนของกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงทำให้เกิดปัญหาการละเมิดสิทธิมนุษยชนรูปแบบใหม่ ๆ เช่น การละเมิดความเป็นส่วนตัวของข้อมูลบุคคล การปิดกั้นเสรีภาพในการแสดงออกและการสื่อสาร เป็นต้น ยิ่งทำให้บริษัทต้องปรับตัว และให้ความสำคัญในการตรวจสอบการดำเนินธุรกิจของตนเพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนของกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่การทำธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม ความท้าทายดังกล่าวอาจมองให้เป็นโอกาสของบริษัทในการเตรียมพร้อมรับกับแรงผลักดันอื่น ๆ จากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ไม่ว่าจะเป็นความคาดหวังภายในกรอบการทำงานและความรับผิดชอบด้านสิทธิมนุษยชนจากการเป็นประเทศสมาชิกสหประชาชาติ และล่าสุดในปี 2560 การให้ความมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนวาระแห่งชาติด้านสิทธิมนุษยชนของรัฐบาลไทยโดยจัดทำเป็นแผนสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ฉบับที่ 4 และแผนปฏิบัติการแห่งชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน ดังนั้น การปรับตัวและเตรียมพร้อมของบริษัทจึงทำให้ลดความเสี่ยงด้านโอกาสการดำเนินการที่ไม่เป็นไปตามความคาดหวังของแรงผลักดันดังกล่าว ซึ่งอาจมีแนวโน้มที่จะถูกกำหนดให้เป็นแนวปฏิบัติทางกฎหมายสำหรับภาคธุรกิจต่อไปในอนาคต

ความคืบหน้าปี 2562

- การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน กลุ่มลูกค้าของเซเว่นอีเลฟเว่น
- ทบทวนกิจกรรมทางธุรกิจที่มีความเสี่ยง และมาตรการบรรเทาผลกระทบ
- กำหนดสวัสดิการวันลาจำนวน 120 วัน เพื่อเลี้ยงดูบุตรสำหรับพนักงานหญิง

สรุปผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

การประเมินความเสี่ยงกิจกรรมทางธุรกิจ

ร้อยละ **100** ของพื้นที่ดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจ ได้รับการประเมินความเสี่ยง

ร้อยละ **84.6** ของกิจกรรมทางธุรกิจในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท ถูกระบุว่ามีประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ร้อยละ **100** ของพื้นที่ดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจ ของบริษัทมีมาตรการบรรเทาผลกระทบ

การประเมินความเสี่ยงคู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1

ร้อยละ **100** ของคู่ค้าลำดับที่ 1 ของบริษัท ได้รับการประเมินความเสี่ยง

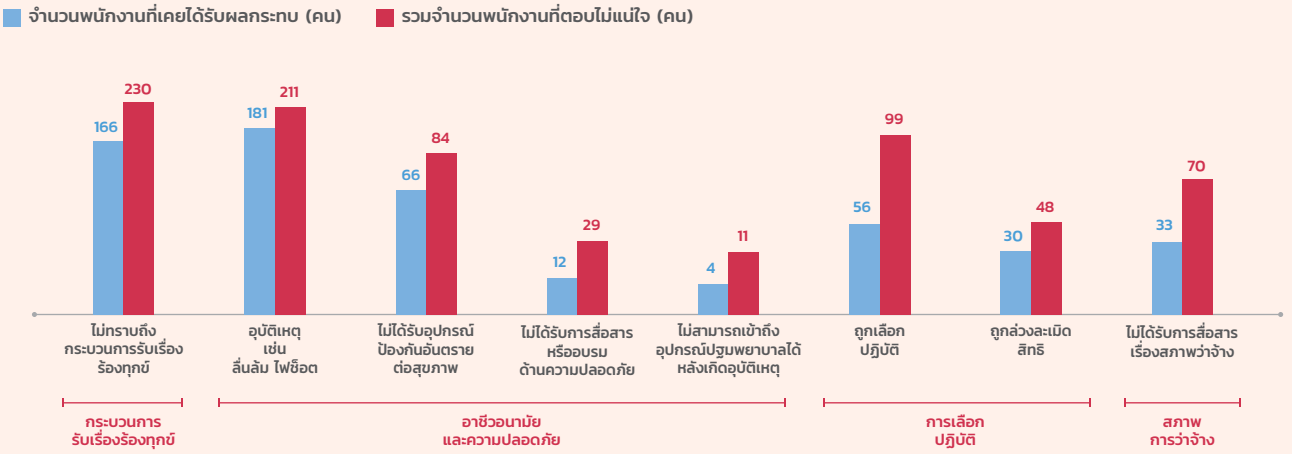
ร้อยละ **0.32** ของคู่ค้าลำดับที่ 1 ของบริษัท ถูกระบุว่ามีประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ร้อยละ **100** ของคู่ค้าลำดับที่ 1 ของบริษัท มีมาตรการบรรเทาผลกระทบ

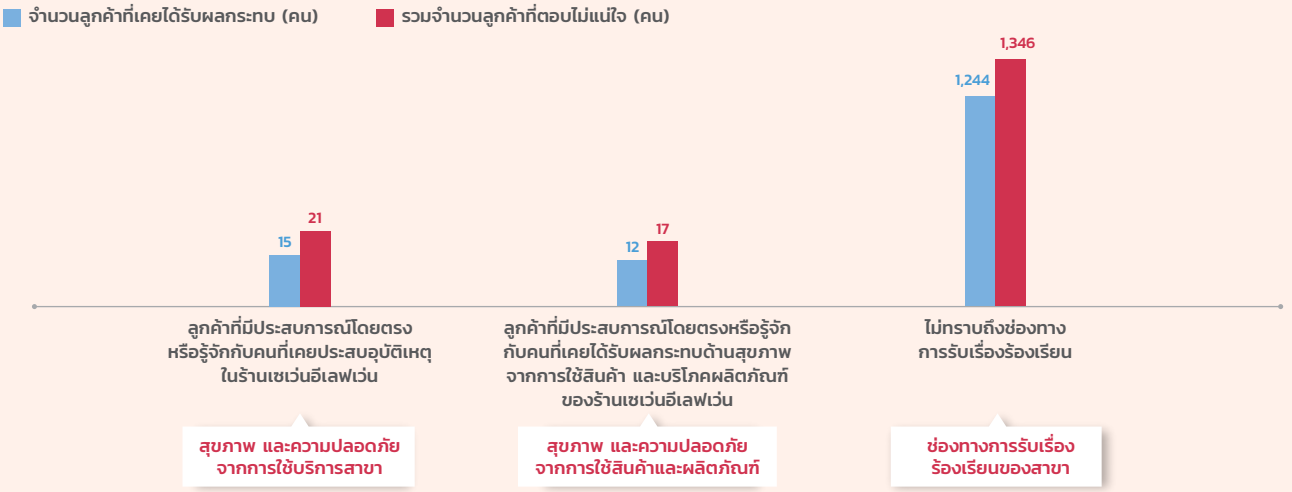
ข้อร้องเรียน

การละเมิดสิทธิมนุษยชน **0** กรณี

การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนกลุ่มพนักงาน (กลุ่มตัวอย่าง 1,134 คน)



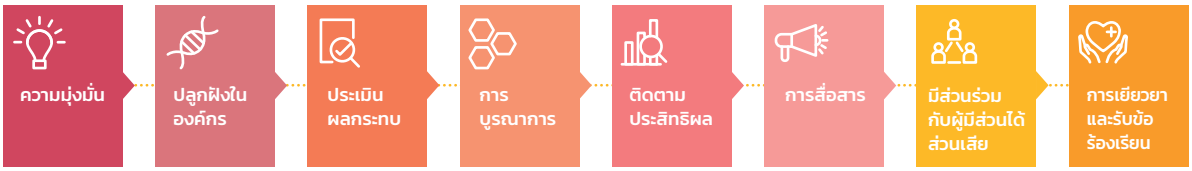
การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนกลุ่มลูกค้า (กลุ่มตัวอย่าง 1,800 คน)



แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มีความมุ่งมั่นในการเคารพสิทธิมนุษยชนและรักษามาตรฐานการปฏิบัติตามนโยบายสิทธิมนุษยชนของบริษัท เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนของพนักงาน คู่ค้าทางธุรกิจ ผู้รับเหมา ลูกค้า และชุมชนท้องถิ่นจากการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยนอกจากการบังคับใช้นโยบายสิทธิมนุษยชนของบริษัทอย่างเป็นทางการตั้งแต่ปี 2560 บริษัทได้กำหนดแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับบทบัญญัติที่กำหนดไว้ในกฎหมายไทย และกฎหมายต่างประเทศที่บริษัทดำเนินกิจการ รวมถึงหลักการชี้แนะว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights หรือ UNGP) อีกทั้งยังมีกระบวนการติดตามตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) เป็นกรอบการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนตามที่ระบุไว้ในหลักการชี้แนะว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ ซึ่งประกอบด้วย 8 ขั้นตอนต่อไปนี้

กระบวนการติดตามสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



นโยบายสิทธิมนุษยชน

- ระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจทั้งที่เกิดขึ้นแล้วและอาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต
- ระบุผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่อาจจะได้รับผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงพิจารณาสถานะของผู้ที่อยู่ในกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้หญิง และเด็ก แรงงานอพยพ บุคคลทุพพลภาพ และผู้สูงอายุ
- การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human right risk assessment)
- การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human right impact assessment)

- ออกแบบมาตรการป้องกัน และลดผลกระทบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
- นำมาตรการในเบื้องต้นไปปฏิบัติใช้สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ติดตามผลและทบทวนกระบวนการ

มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เช่น พนักงานชุมชน หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคประชาสังคม เพื่อสื่อสารผลลัพธ์การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัท

- การเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- การจัดตั้งกลไกรับข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment : HRRA)

บริษัทดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2560 ครอบคลุมทั้งหมด 8 หน่วยธุรกิจหลัก เทียบเท่ากับร้อยละ 100 ของพื้นที่ดำเนินการ และร้อยละ 100 ของกิจกรรมทางธุรกิจของหน่วยธุรกิจหลักทั้งหมดของบริษัท รวมถึงห่วงโซ่คุณค่า โดยแบ่งออกเป็น 4 กิจกรรมหลัก ได้แก่

01 การจัดซื้อ

02 การผลิตและการจำหน่าย

03 การตลาดและการขาย

04 ลูกค้าและบริการ

ทั้งนี้ในปี 2562 บริษัทดำเนินการทบทวนผลการประเมินความเสี่ยง ซึ่งเป็นการรวบรวมผลการประเมินของปี 2560 - 2561 พบว่าจากประเด็นสิทธิมนุษยชนทั้งหมดที่เกี่ยวข้องทั้งด้านสิทธิแรงงานของพนักงาน แรงงานคู่ค้า ผู้รับเหมา สิทธิชุมชน และสิ่งแวดล้อม และสิทธิลูกค้า มีประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ (Salient Human Rights Issues) ซึ่งมีระดับความเสี่ยงที่หลงเหลืออยู่ (Residual Risks) ในระดับสูงในกิจกรรมของหน่วยธุรกิจหลักบางหน่วยของบริษัท ซึ่งหน่วยธุรกิจทั้งหมดที่มีความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในระดับสูงมีมาตรการในการควบคุมความเสี่ยงในประเด็นต่าง ๆ ครบถ้วน ร้อยละ 100

ร้อยละ **100** กิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทได้รับการประเมินครอบคลุม ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย

ร้อยละ **84.6** กิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทที่ได้รับการประเมิน ถูกระบุว่ามีประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (11 จาก 13 กิจกรรม)

ร้อยละ **100** กิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทที่มีประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน มีมาตรการบรรเทาผลกระทบและกระบวนการแก้ไขเยียวยาหากมีกรณีการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน

ประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญปี 2560 และ 2561 และตัวอย่างมาตรการในการคุมความเสี่ยงที่มีอยู่

1 แนวปฏิบัติด้านแรงงาน สุขภาพ ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของคู่ค้า

- จัดทำและสื่อสารคู่มือจริยธรรมและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)
- จัดอบรมเรื่องการพัฒนาความยั่งยืนให้แก่คู่ค้า
- กำหนดให้คู่ค้ารายใหม่ทำแบบประเมินตนเองด้านความยั่งยืนและการพัฒนาคู่ค้าตามประเด็นความเสี่ยง
- ปรับปรุงแบบประเมินตนเองด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้า (Supplier ESG Self-Assessment Form)
- เข้าตรวจประเมินคู่ค้าด้านความยั่งยืน ณ สถานที่จริง (Site Visit Audit) ในกลุ่มคู่ค้าที่พบว่ามีความเสี่ยงสูง

2 การบริหารจัดการน้ำของคู่ค้าประเภทสินค้าเพื่อการจำหน่ายของบริษัท

- การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำตามพิกัดที่ตั้งของคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier)
- ติดตามแผนการบริหารจัดการแหล่งน้ำจากคู่ค้าหากพบว่ามีความเสี่ยงในระดับสูง และสูงมาก หากพบความเสี่ยงในแผนการบริหารจัดการน้ำของคู่ค้า กลุ่ม Beverage จะทำการเข้าตรวจประเมิน (Site Visit Audit)

3 ความปลอดภัย และสุขภาพของพนักงานหน่วยธุรกิจการผลิตและขนส่งสินค้า

- นโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- มาตรฐานทางด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- การอบรม BBS หรือ Behavior -based Safety โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญจาก Chevron ระบบการโค้ชเรื่องความปลอดภัย
- มีข้อกำหนดการสั่งซื้อเครื่องจักร (Safety Switch, Guard, Limit Switch) และตรวจสอบสภาพเครื่องจักรก่อน-หลังทำงานโดยพนักงานหน้างาน
- มีการตรวจ Safety Patrol
- มีการวิเคราะห์งานเพื่อความปลอดภัย (Job Safety Analysis)
- การกำหนดจุดพักรถและรายงานการขับขี่ทุก 4 ชั่วโมงและ 8 ชั่วโมง
- การตรวจสอบความเร็วตามที่กฎหมายกำหนดการขับขี่ติดต่อกัน เพื่อลดความเสี่ยงพนักงานเมื่อยล้าเพื่อไม่ให้พนักงานหลับใน
- การอบรมด้านการขับรถแก่พนักงานคู่ค้า รวมถึงจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยเจ้าหน้าที่ตำรวจมีการตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ในเลือดของคนขับ

4 ความปลอดภัย และสุขภาพของลูกค้าเซเว่นอีเลฟเว่น

- การติดป้ายสื่อสารเกี่ยวกับอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้เพื่อให้ลูกค้าเพิ่มความระมัดระวังมากขึ้น
- มีการตรวจสอบมาตรฐานร้านประจำเดือน
- ดูแลหน้าร้านไม่ให้มีสิ่งกีดขวางทางเข้าออก และดูแลทำความสะอาดทุก 4 ชั่วโมง
- นำผ้ามาวางที่ทางเข้าออก เพื่อให้มีการเช็ดเท้าก่อนเข้าร้านทุกครั้ง เพื่อไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ
- มาตรการตรวจสอบความปลอดภัยประจำเดือนทุกพื้นที่
- การทวนสอบมาตรการความปลอดภัยโดยคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง ประจำไตรมาส
- การทวนสอบการปฏิบัติงานตามมาตรการความปลอดภัยกำหนดโดยหน่วยงาน QSSI ประจำเดือน
- แสดงรายการอาหาร (GDA) ในสินค้าประเภทอาหาร และเบเกอรี่ร่วมกับ ซีพีแรม
- การคัดเลือกอาหารปลอดภัย ห่วงใยสุขภาพผู้บริโภค เช่น โครงการ Meal For Care / โครงการกินดี อยู่ดีมีสุข

5	6	7	8
ความปลอดภัย และสุขภาพของพนักงานหน่วยธุรกิจค้าส่งและเซเว่นอีเลฟเว่น	**การบริหารจัดการน้ำของเซเว่นอีเลฟเว่น**	**ความปลอดภัย และสุขภาพของลูกค้าจากการใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ของหน่วยธุรกิจจำหน่ายสินค้าออนไลน์**	**ความปลอดภัยของชุมชนจากปัญหาการทะเลาะวิวาทของนักเรียน**
การจัดการอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล รวมถึงเครื่องทุ่นแรงสำหรับพนักงานทุกคน	การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำตามพิกัดที่ตั้งของพื้นที่ดำเนินการ	กลไกการรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า	โครงการโรงเรียนสีขาว ปลอดยาเสพติดและอบายมุข
มาตรการการอบรมและทดสอบการขับขี่รถยก (โฟร์คลิฟท์) อย่างปลอดภัย ส่งผลให้อุบัติเหตุลดลงร้อยละ 20	การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมก่อนการก่อสร้างร้าน	การติดต่อกลับลูกค้าเพื่อแก้ไขปัญหาภายในทันทีที่ได้รับเรื่อง	การจัด CSR สร้างสัมพันธ์ และทำแบบสำรวจเพื่อรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมนักศึกษาจากชุมชนใกล้เคียง
โครงการ Safety Culture โดยสร้าง Trainer ของโครงการ เพื่อจัดอบรมให้ความรู้ภายในองค์กร	การตรวจสอบผลการดำเนินการประจำเดือน เช่น บ่อดักไขมัน	การประสานติดต่อกับคู่ค้าเพื่อตรวจสอบคุณภาพสินค้าทันที	
การประเมินและการจัดการความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน		การเปลี่ยนสินค้าสำหรับกรณีฉุกเฉิน และจัดส่งคืนภายใน 24 ชั่วโมง / ระบบเรียกคืนสินค้าและการคืนเงินสำหรับกรณีฉุกเฉินภายใน 24 ชั่วโมง	
กระบวนการสอบสวนเหตุการณ์ที่มีความเสี่ยงที่เกี่ยวเนื่องกับการทำงาน			

นอกจากนี้ ในปี 2562 บริษัทยังมีการดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนในกลุ่มคู่ค้าลำดับที่ 1 ทั้งหมด ครอบคลุมทั้งร้อยละ 100 หรือ 6,942 ราย โดยในการประเมินดังกล่าวมีการนำประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนมาเป็นส่วนหนึ่งของการประเมิน เช่น ประเด็นการปฏิบัติต่อแรงงานการค้ามนุษย์ และการใช้แรงงานบังคับ และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมของคู่ค้า เป็นต้น
รายละเอียดผลการประเมินเพิ่มเติมดูได้ที่บทส่งมอบความรับผิดชอบ ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ร้อยละ 100

คู่ค้าของบริษัทได้รับการประเมินครอบคลุม ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย

ร้อยละ 0.32

คู่ค้าของบริษัทที่ได้รับการประเมินถูกระบุว่ามีประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ร้อยละ 100

คู่ค้าของบริษัทที่มีประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน มีมาตรการบรรเทาผลกระทบและกระบวนการแก้ไขเยียวยา หากมีกรณีการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน

การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment: HRIA)

ในปี 2562 บริษัทได้จัดทำการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อศึกษาถึงระดับผลกระทบของประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่เหลืออยู่ผ่านการเก็บข้อมูลจากการสำรวจและสัมภาษณ์ความคิดเห็นกับผู้ถือครองสิทธิ์ (Rights Holders) โดยในปีแรกของการประเมินฯ บริษัทกำหนดกลุ่มผู้ถือครองสิทธิ์สำหรับการเก็บข้อมูล 2 กลุ่ม คือ กลุ่มพนักงานและกลุ่มลูกค้าของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เนื่องจากเป็นกลุ่มหนึ่งที่มีความเสี่ยงต่อการได้รับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินกิจกรรมหลักทางธุรกิจของบริษัท โดยมีการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างทั้งสองมากกว่า 2,900 คน ภายในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดอื่น ๆ รายละเอียดและผลการประเมินฯ ปรากฏในเว็บไซต์ของบริษัท

การประชุมเพื่อรายงานความคืบหน้ามาตรการป้องกัน บรรเทาและเยียวยาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ครั้งที่ 1 ในวันที่ 13 พฤษภาคม 2562

การประชุมเพื่อรายงานความคืบหน้ามาตรการป้องกัน บรรเทาและเยียวยาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ครั้งที่ 2 ในวันที่ 13 กันยายน 2562

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง โดยมีการติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของทุกหน่วยธุรกิจหลัก ทุก ๆ ไตรมาส รวมถึงการสร้างความตระหนักด้านสิทธิมนุษยชนแก่พนักงาน ผ่านการจัดการอบรมด้านความยั่งยืน ซึ่งมีการผนวกประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน และสิทธิแรงงานไว้ในการอบรมดังกล่าว รวมถึงการให้ความรู้ผ่านการสัมมนาเชิงปฏิบัติการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และจากการสัมภาษณ์ผู้ที่ได้รับการอบรม และมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมด้านสิทธิมนุษยชน พบว่า **ก่อน** การอบรมและเข้าร่วมกิจกรรมด้านสิทธิมนุษยชนพนักงานและผู้บริหาร มีความรู้ความเข้าใจหลักเกณฑ์ หรือสิทธิต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตนเองเพียงเล็กน้อย **หลัง** การอบรมและเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ด้านสิทธิมนุษยชนทำให้มีความรู้ ความเข้าใจเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะสิทธิพื้นฐานที่ตนควรได้รับและควรปฏิบัติ เช่น สิทธิความเท่าเทียม การได้รับความเท่าเทียมทางเพศ การศึกษา การใช้คำพูด การไม่เลือกปฏิบัติ และสิทธิแรงงาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังทราบถึงหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติตามหลักสากล ทำให้รู้วิธีป้องกันการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน สามารถกำหนดแนวปฏิบัติ และวางมาตรการป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน พร้อมทั้งยังสามารถนำหลักสิทธิมนุษยชนมาปรับใช้ในการดำเนินงานที่ตนรับผิดชอบ และให้ความสำคัญเรื่องสิทธิมนุษยชนมากขึ้น และในปี 2562 บริษัทมีแผนในการจัดการอบรมด้านสิทธิมนุษยชนโดยเฉพาะ เพื่อให้พนักงานเข้าใจถึงสิทธิมนุษยชนพื้นฐานที่ตน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานได้รับ ซึ่งถือเป็นมาตรการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนไม่ให้เกิดขึ้นตลอดการดำเนินธุรกิจของบริษัทบริษัท โดยบริษัทได้ร่วมมือกับกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ สังกัดกระทรวงยุติธรรม จัดอบรมให้ความรู้ด้านสิทธิมนุษยชนแก่บุคคลากรของบริษัทจำนวน 2 รุ่น รุ่นละ 150 คน และบริษัทมีแผนการส่งบุคคลากรเข้าร่วม Train of the Trainers กับกรมคุ้มครองสิทธิฯ เพื่อขยายการอบรมให้ความรู้กับบุคคลากรของบริษัททุกระดับต่อไป ทั้งนี้ จากการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนในรอบปีที่ผ่านมา ยังไม่พบกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทจึงยังไม่ได้มีการเยียวยาแก่ผู้ถูกละเมิด อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงโอกาสและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น จึงมีการจัดเตรียมมาตรการเยียวยาแก่ผู้เสียหาย เพื่อบรรเทาผลกระทบจากการถูกละเมิดสิทธิมนุษยชน

การปฏิบัติต่อแรงงาน

บริษัทเคารพต่อสิทธิของพนักงานทุกคน ทุกระดับ โดยตลอดเวลาที่ผ่านมา บริษัทยึดถือมาตรฐานแรงงานทั้งประเทศ และสากลในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและความเหมาะสมด้านสภาพการจ้างงาน ไม่ว่าจะเป็นชั่วโมงการทำงาน ชั่วโมงเวลาการพัก ค่าจ้าง สภาพแวดล้อมการทำงาน และสวัสดิการทางสังคมต่าง ๆ รวมถึงการให้เสรีภาพในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นและข้อกังวล ผ่านช่องทางการรับฟังความคิดเห็นต่าง ๆ เช่น ระบบการเคาะระฆัง รวมถึงการให้ความคิดเห็นผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ (คสส.) ที่จัดตั้งตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 เพื่อเป็นสื่อกลางในการรับฟังความคิดเห็น และหารือเกี่ยวกับสวัสดิการที่เหมาะสมแก่พนักงาน

โดยปัจจุบัน
ร้อยละ
100
ของพนักงานบริษัท
เป็นสมาชิกของ คสส.

การจ่ายค่าตอบแทน สวัสดิการ และสิทธิประโยชน์

บริษัทดำเนินการด้านค่าตอบแทน สวัสดิการ และสิทธิประโยชน์ ตามนโยบายการจ้างงาน โดยจัดสรรสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ด้วยความเป็นธรรม เหมาะสมให้กับพนักงานครอบคลุมทั้งพนักงานประจำ และพนักงานรายวัน ดังนี้ สวัสดิการด้านเศรษฐกิจ อาทิ สวัสดิการเงินกู้ฉุกเฉินจากสถาบันการเงินด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ เงินช่วยเหลือค่าเช่าบ้านพัก เงินช่วยเหลือกรณีปฏิบัติงานประจำสำนักงานต่างจังหวัด (เบี้ยกันดาร) และได้รับสิทธิพิเศษจากการใช้สินค้าและบริการของบริษัท เป็นต้น สวัสดิการด้านความมั่นคงของชีวิต อาทิ การจัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันอุบัติเหตุและประกันชีวิต เงินช่วยเหลือกรณีพนักงานทุพพลภาพ การหยุดลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร เงินช่วยเหลือพนักงานกรณีประสบภัยพิบัติ โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) เป็นต้น

โดยในปี 2562
บริษัทปรับเพิ่มสวัสดิการ
จำนวนวันลาเพื่อเลี้ยงดู
บุตรสำหรับพนักงานหญิง
จำนวน **120** วัน
จากเดิม **90** วัน
ตามที่กฎหมายกำหนด

มีพนักงานหญิง
ใช้สิทธิ์ลาคลอดจำนวน
2,654 คน

เคารพความแตกต่าง หลากหลาย

นอกจากนี้การเคารพความแตกต่างความหลากหลายของพนักงานยังเป็นสิ่งที่บริษัทยึดมั่น มุ่งเน้นการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม โดยไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศ ความพึงพอใจทางเพศ สัญชาติ อายุ ผู้พิการ หรือสถานภาพอื่นใดที่ถือว่า เป็นสิทธิมนุษยชน บริษัทสนับสนุนแนวปฏิบัติดังกล่าวผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการเครื่องดื่มด้วยภาษามือง่าย ๆ ที่กาแฟมวลชน โดยเป็นการจ้างงานผู้พิการที่มีความบกพร่องทางการได้ยินในร้านสาขากาแฟมวลชน ณ โรงเรียนโสตศึกษาจังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นการสร้างงานและรายได้ และยังพัฒนาทักษะให้แก่ผู้พิการเพื่อนำองค์ความรู้ไปปรับใช้ประกอบอาชีพจริงในอนาคต ทั้งในฐานะเจ้าของกิจการ และพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญอย่างมืออาชีพ โครงการความร่วมมือกับโรงเรียนต่าง ๆ ในการรับนักเรียนเข้าฝึกวิชาชีพที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นในจังหวัดเพชรบุรี การติดตามดูแลอดีตพนักงานที่เป็นผู้พิการ และรวมถึงโครงการร่วมกับผู้นำท้องถิ่น สำนักงานสงเคราะห์ทหารผ่านศึกกลุ่มทหารผ่านศึกในจังหวัดต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรมที่หลากหลายกับทหารผ่านศึกผู้พิการในจังหวัดต่าง ๆ อาทิจังหวัดสงขลา จังหวัดยะลา จังหวัดพิจิตร จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดสระแก้ว จังหวัดจันทบุรี จังหวัดกระบี่ จังหวัดพังงา จังหวัดสกลนคร จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดปัตตานี จังหวัดเชียงราย และจังหวัดลำปาง

การสนับสนุนสิทธิ และบทบาทของผู้พิการ และพนักงานหญิงในองค์กร

การจ้างงานผู้พิการ
2,741 คน
(สะสมระหว่างปี
2559 – 2562)

ร้อยละ
67.1
พนักงานหญิง
ต่อแรงงาน
ทั้งหมด

ร้อยละ
56.5
พนักงานหญิงต่อ
ผู้บริหารทั้งหมด

ร้อยละ
33.9
พนักงานหญิงต่อ
ผู้บริหารระดับสูง
ทั้งหมด

ร้อยละ
58.7
พนักงานหญิง
ต่อผู้บริหาร
ระดับต้นทั้งหมด

ร้อยละ
57.1
พนักงานหญิง
ระดับผู้บริหารที่อยู่
ในหน่วยงานที่สร้าง
รายได้ให้แก่องค์กร

บริษัททำการวิเคราะห์คุณค่าจากการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน ได้ผลดังนี้

01 การปราศจากข้อร้องเรียน หรือกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน

02 พนักงานมีความตระหนักเรื่องสิทธิมนุษยชน และแนวปฏิบัติเพื่อลดและป้องกันความเสี่ยงด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชนในกิจกรรมที่ตนรับผิดชอบ

เปิดใจรับความแตกต่าง สร้างสัมพันธ์ สานประโยชน์สุข

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2562

อันดับ **1**

บริษัทในใจคนไทยประเภทค้าปลีกสมัยใหม่ ประจำปี 2562 (Thailand's Most Admired Company) 2 ปีติดต่อกัน สะท้อนให้เห็นถึงการเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือและมีภาพลักษณ์ที่ดีกับกลุ่มพนักงานออฟฟิศ (White Collar)

อันดับ **3**

บริษัท ที่มีความน่าเชื่อถือและได้รับไว้วางใจจากสังคมและเป็นบริษัทไทยที่คนไทยภูมิใจ (จากผลการสำรวจ CP ALL Brand Health Check เพื่อเข้าใจถึงการรับรู้ ความรู้สึก และทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อ ซีพี ออลล์)

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG16 ส่งเสริมสังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก

16.7 สร้างความมั่นใจในความครอบคลุม การมีส่วนร่วม การตอบสนอง และการเป็นตัวแทนที่ดีในการตัดสินใจในทุกระดับ

เป้าหมายปี 2563

บริษัทมีกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครบทุกบริษัท ภายในปี 2563

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

บริษัทมีกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครบทุกบริษัท (ร้อยละ)

ความท้าทาย

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ตระหนักถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยให้ความสำคัญผ่านการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและมุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดีในการบริการ พร้อมทั้งสร้างคุณค่าและส่งมอบผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างครอบคลุม ดังนั้น การสร้างการมีส่วนร่วมและการสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจึงต้องอาศัยกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีประสิทธิภาพและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างครบถ้วน เพื่อสร้างการยอมรับและนำไปสู่แนวทางในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืน

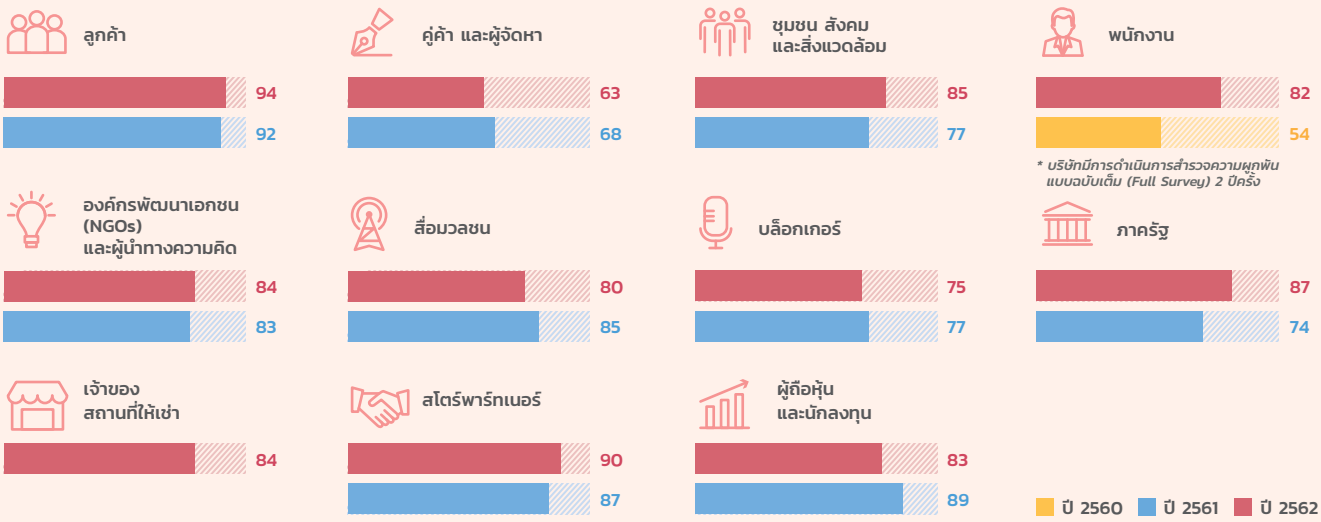
ความคืบหน้าปี 2562

ขยายผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครอบคลุมกลุ่มเจ้าของสถานที่ให้เช่า

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานในองค์กรสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ผ่านช่องทางการสื่อสารและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 11 กลุ่ม ได้แก่ พนักงาน สโตร์พาร์ทเนอร์ ลูกค้า คู่ค้า และผู้จัดหา ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน ชุมชนสังคม และสิ่งแวดล้อม ภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน และผู้นำทางความคิด สื่อมวลชน และบล็อกเกอร์ เจ้าหนี้ และเจ้าของสถานที่ให้เช่า เพื่อรับทราบมุมมอง ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานขององค์กร รวมไปถึงโอกาสในการสื่อสารแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยในปี 2562 บริษัทดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อรวบรวมประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ พร้อมทั้งข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะซึ่งครอบคลุมมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการลำดับความสำคัญของประเด็นต่าง ๆ เพื่อนำมากำหนดเนื้อหา และแนวทางจัดทำรายงานฉบับนี้

สรุปผลดำเนินงานด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ลูกค้า

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การรับฟังความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น – ศูนย์บริการข้อมูลและรับข้อร้องเรียนลูกค้า 58,536 ครั้ง – เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ 23,379 ครั้ง • สำรวจความคิดเห็น และสัมภาษณ์ลูกค้า	• รายละเอียดและความถูกต้องโครงการส่งเสริมการขาย	• สื่อสารให้ลูกค้าและผู้บริโภคเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย • เพิ่มช่องทางการสื่อสารส่งเสริมการขาย
	• คุณภาพและความปลอดภัย	• พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้มาตรฐานทั้งคุณภาพ ความปลอดภัย
	• การดูแลสุขภาพ	• คัดเลือกและนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางเลือกสุขภาพ
	• ฉลากผลิตภัณฑ์ ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการที่ครบถ้วน	• สื่อสารและเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับโภชนาการการใช้ผลิตภัณฑ์ และบริการผ่านฉลากผลิตภัณฑ์
	• ระยะเวลาการให้บริการ	• ปรับปรุงช่องทางการชำระสินค้าและผลิตภัณฑ์ • สร้างบรรยากาศที่ดีภายในร้าน
	• ผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชน	• การวางจำหน่ายสินค้าจากชุมชน
	• การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	• นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งครอบคลุมถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกประเภทต่าง ๆ ที่มีการให้ข้อมูลส่วนตัว

จากการดำเนินงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเข้มข้นที่ครอบคลุมถึงทุกหน่วยธุรกิจและกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกประเภทต่าง ๆ ที่มีการให้ข้อมูลส่วนตัวแก่บริษัท โดยมีผู้รับผิดชอบหลักคือ เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer) หน่วยงาน Corporate Legal & Compliance ในปี 2562 บริษัทพบว่าไม่มีข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

คู่ค้า และผู้จัดหา

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การสำรวจความพึงพอใจคู่ค้าธุรกิจ ปีละครั้ง • การจัดประชุมสัมมนาและการแถลงทิศทางนโยบายขององค์กร • เยี่ยมเยือนคู่ค้าทางธุรกิจ พร้อมรับฟังความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียน • โครงการร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม • ตรวจประเมินการให้คำปรึกษาและส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพ • สัมภาษณ์หาความต้องการและความคาดหวังของคู่ค้าธุรกิจด้านความยั่งยืน • ประชุมและสัมภาษณ์ร่วมกับคู่ค้าทางธุรกิจ • ศูนย์คู่ค้าสัมพันธ์ โทร 0-2711-7772	• การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	• การดำเนินงานด้าน Joint Business Plan เป็นประจำทุกปี เป็นการหาแนวทางในการพัฒนาการเติบโตของธุรกิจที่เป็นภาพใหญ่ขององค์กร • การรับฟังข้อคิดเห็นจากคู่ค้าธุรกิจ เพื่อนำมาพิจารณาและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน
	• การจัดการข้อขัดแย้งและการสร้างการยอมรับจากชุมชน	• การดำเนินงานด้านส่งเสริมการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น โอกาสในการสร้างอาชีพในพื้นที่หน้าร้าน การยกระดับและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนผ่านการสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชน พร้อมทั้งมีช่องทางในการรับคำแนะนำและข้อกังวลจากชุมชน
	• การกำกับดูแลกิจการที่ดี • การปฏิบัติที่เป็นธรรมตามหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมธุรกิจ	• กำหนดนโยบายและประกาศใช้นโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ การจัดอบรมให้กับพนักงานทุกระดับ รวมไปถึงคู่ค้าธุรกิจที่สำคัญลำดับที่ 1 • การสื่อสารแนวทางและหลักปฏิบัติทางด้านธรรมาภิบาล และจริยธรรมธุรกิจ
	• การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	• การทำงานร่วมกับเครือข่ายของภาครัฐ "รวมพลัง อาสาสู้โกง" • โครงการรับรองการต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC)
	• การบริหารจัดการนวัตกรรม	• พัฒนาโครงการส่งเสริมทางด้านนวัตกรรมในรูปแบบเปิด นวัตกรรมภายในและการปรับปรุงนวัตกรรม
	• การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	• กำหนดนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน และแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าทางธุรกิจ พร้อมทั้งแต่งตั้งคณะกรรมการคัดเลือกสินค้า ส่งเสริมให้คู่ค้าทางธุรกิจตระหนักถึงเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม • พัฒนาข้อกำหนดการตรวจประเมินคู่ค้าตามนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจของบริษัท
	• การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	• โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สินค้าพัฒนาร่วมกับคู่ค้า

ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การรับฟังความคิดเห็น และข้อกังวลผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ – ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น Call Center – ช่องทางออนไลน์ และสื่อทางสังคม – ตู้รับความคิดเห็น หน้าองค์การบริหารส่วนตำบล ศูนย์กระจายสินค้า • การสำรวจความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปีละครั้ง • การลงพื้นที่เพื่อเยี่ยมเยือนชุมชนทุกไตรมาส • กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ตามพื้นที่ชุมชนโดยรอบโรงงาน ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ตามช่วงเทศกาลหรืองานประจำปีของชุมชน • ป้ายประกาศ สื่อประชาสัมพันธ์	• สร้างผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชน	• การดำเนินโครงการส่งเสริมอาชีพและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับชุมชน พร้อมจัดหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าชุมชน รวมถึงโครงการศูนย์สนับสนุนชุมชน
	• การพัฒนาชุมชน การสร้างคุณค่าร่วมระหว่างชุมชน สังคม และธุรกิจ	• โครงการส่งเสริมสุขภาพของชุมชน เช่น ตรวจสุขภาพเบื้องต้น รับคำปรึกษาจากแพทย์ และคำแนะนำเรื่องการใช้ยาจากเภสัชกร • ชุดโครงการกาแฟมวลชน
	• การสนับสนุนเกษตรกร วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พัฒนาคุณภาพสินค้า การส่งเสริมการเข้าถึงตลาด และช่องทางการขายของชุมชน	• ให้ความรู้ผ่านการอบรมและดูงานเกี่ยวกับกระบวนการเพาะปลูก รวมไปถึงการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี • เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตรายย่อยในชุมชน เช่น โครงการกล้วยหอมทอง และโครงการผลไม้ตามฤดูกาล (ALL Fresh) โครงการสนับสนุนเกษตรกร ผักสลัดอินทรีย์ และผลไม้อินทรีย์ โครงการสนับสนุนเกษตรกรเลี้ยงกุ้งก้ามกราม โครงการเกษตรกรคู่ชีวิต • โครงการ ซีพี ออลล์ เชิดชูชาวนาผู้ปลูกข้าวผู้ปลูกความเป็นไทย
	• การส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	• การปรับปรุงภูมิทัศน์ และสภาพพื้นที่ร้านค้าโดยรอบให้กลมกลืนกับวัฒนธรรมท้องถิ่น
	• การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี	• การดำเนินโครงการจัดการพลังงานและขยายผลสู่ร้านประหยัดพลังงานและร้านนวัตกรรมต้นแบบ • การดำเนินโครงการการจัดการของเสีย อาทิ โครงการ เซเว่น โก กรีน รีไซเคิล พลาสติก โรด โครงการกล่องวิเศษ โครงการหลังคาเขียว โครงการคนรุ่นใหม่ไร้ Food Waste
	• การให้โอกาสทางการศึกษา การส่งเสริมทักษะทางอาชีพที่ยั่งยืน	• การดำเนินโครงการสนับสนุนการศึกษาและโอกาสทางอาชีพ อาทิ 1 ร้าน 1 ทุนการศึกษา รับนักเรียน นักศึกษาเข้าฝึกงาน โครงการเพิ่มทักษะด้านอาชีพแก่นักเรียนครอบครัวยากจนที่ไม่ได้เรียนต่อหลังจบการศึกษาภาคบังคับ โครงการ Business for Young

พนักงาน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันประจำปี • ช่องทางรับความคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียน เช่น – ช่องทางการเคาะระฆัง 244 ครั้ง – การเยี่ยมเยือนสายร้านสาขา สำนักงาน และศูนย์กระจายสินค้า 5 ครั้ง • การสร้างระบบ Intranet วารสารภายในและการแจ้งข่าวประจำวันผ่านช่องทางดิจิทัล • การประชุมนำเสนอผลงานนวัตกรรม การประกวด การระบุและประเมินความเสี่ยง • การดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัทครอบคลุมพนักงาน ร้อยละ 100	• การมีผลตอบแทนและสวัสดิการ ระยะยาว	• การดำเนินโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (Employee Joint Investment Program: EJIP) ระยะที่ 3 ปี 2560-2565 • โครงการเตรียมความพร้อมก่อนและหลังเกษียณอายุพนักงาน • กิจกรรม Childcare Facilities or Contributions
	• การพัฒนาขีดความสามารถและความก้าวหน้าและความมั่นใจ	• การเตรียมความพร้อมและพัฒนาผู้นำ • การอบรมให้ความรู้ ทักษะที่เหมาะสมและตรงตามความสนใจ • การพัฒนาศักยภาพและรักษาพนักงานที่มีศักยภาพและเป็นคนดีอย่างต่อเนื่อง อาทิ โครงการปรับปรุงระบบความก้าวหน้าในสายอาชีพ โปรแกรม Development Program for Food and Beverage Strategy โครงการ CP ALL Young Challenger สำหรับพนักงานรุ่นใหม่ การพัฒนาพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูง • การปรับปรุงระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน (ALL Perform)
	• การส่งเสริมสุขภาพและการจัดการความเครียดอันเนื่องมาจากการทำงาน	• การให้คำปรึกษาและดำเนินโครงการส่งเสริมสุขภาพและปฏิบัติธรรม • กิจกรรม Flexible Time • โครงการลดความเสี่ยงด้านการยศาสตร์และการจัดการความเครียด • การนำหลักสิทธิมนุษยชนใช้เป็นแนวปฏิบัติต่อพนักงาน
	• การมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี	• การพัฒนาระบบการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึง โครงการวัฒนธรรมความปลอดภัยและโครงการพฤติกรรมความปลอดภัย • การส่งเสริมให้สถานประกอบการดำเนินงานตามมาตรฐานแรงงาน พร้อมทั้งผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี

องค์กรพัฒนาเอกชน และผู้นำทางความคิด

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• รับฟังและแลกเปลี่ยนมุมมองผ่านเวที การทำงานร่วมกัน และการมีส่วนร่วมอื่น ๆ • สนับสนุนกิจกรรม/โครงการ ขององค์กรในประเด็นที่สอดคล้องตามกรอบการแบ่งปันและสร้างสรรค์โอกาส	• การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน	• การรับฟังความคิดเห็น และปัญหาของชุมชน พร้อมทั้งมอบโอกาสทางอาชีพให้กับชุมชน
	• การสร้างและนำสิ่งที่สังคมมีอยู่แล้วมาพัฒนา สามารถสร้างประโยชน์ร่วมกันตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน • สื่อสารและสร้างการเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนรุ่นใหม่เข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้อย่างลึกซึ้ง	• พัฒนาโครงการให้ความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน และกลุ่มเกษตรกร

สื่อมวลชน และบล็อกเกอร์

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• โครงการส่งเสริมผู้ผลิตสื่อประจำปี เช่น รางวัล Thailand Best Blog Awards by CP ALL รางวัลข่าวดิจิทัลยอดเยี่ยมแห่งปี รางวัลคนดีประเทศไทยสาขาสื่อมวลชนส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม • สนับสนุนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสื่อมวลชน เช่น งานครบรอบ กิจกรรม CSR • การให้สัมภาษณ์ การให้ข้อมูลกับสื่อมวลชน • โครงการ Co Project With Media เช่น ร่วมกับสื่อมวลชนช่วยเหลือชุมชนและสังคมในช่วงเวลาที่เกิดอุทกภัยในพื้นที่ต่างๆ โครงการนำคณะสื่อมวลชนร่วมกิจกรรมจิตสาธารณะ อบรมธรรมะกับสื่อมวลชน • การรับรู้ผ่านทางโซเชียลมีเดีย • การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม	• การสร้างความเข้าใจและลดข้อขัดแย้งกับพื้นที่ชุมชน ผ่านโซเชียลมีเดีย เพื่อการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง	• การสื่อสารผ่านทางโซเชียลมีเดีย ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ผ่านช่องทางออนไลน์ขององค์กรและพนักงาน
	• คุณภาพของผลิตภัณฑ์	• การจัดตั้งเกณฑ์สินค้าเพื่อสุขภาพ และการพัฒนาสินค้าเพื่อสุขภาพ
	• นวัตกรรมเพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระสินค้า	• การพัฒนาสู่การค้าออนไลน์ โดยมีระบบขนส่งที่หลากหลาย ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย และการเข้าถึงสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่ง่ายยิ่งขึ้น
	• การสร้างและพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีมาสู่องค์กร	• การสื่อสารผ่านทางโซเชียลมีเดีย และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
	• การปรับปรุงระบบการทำงานขององค์กร	• การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร • การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลปรับปรุงกระบวนการทำงาน เช่น O2O IT Platform , AI
	• บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	• การประกาศใช้นโยบายด้านบรรจุภัณฑ์ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การพิจารณาขั้นตอนการออกแบบ และการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ พร้อมคำนึงถึงทุกกระบวนการในวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ภายใต้กลยุทธ์ "บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging)"

ภาครัฐ

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การสนับสนุนโครงการความร่วมมือและความช่วยเหลือต่าง ๆ จำนวน 77 ครั้ง กับกรมการค้าภายใน องค์การอาหารและยา (อย.) สำนักอนามัย สำนักสิ่งแวดล้อม และสำนักงานเขต 50 เขตในพื้นที่กรุงเทพมหานคร • การร่วมแสดงความคิดเห็น และสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐอย่างเปิดเผย จำนวน 34 ครั้ง • การติดต่อประสานงานขอรับบริการภาครัฐ และการรับการตรวจเยี่ยมกิจการ • การมีส่วนร่วมในการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากขยะพลาสติก ร่วมกับคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ผ่านโครงการ "ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)"	• การปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด	• ศึกษา สร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่มีความจำเพาะกับพื้นที่หรือกฎหมายท้องถิ่น พร้อมทั้งนำมาประยุกต์ใช้ให้มีความสอดคล้องกับการประกอบธุรกิจ • ปฏิบัติตามกฎหมายหรือระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
	• การเป็นตัวอย่างแก่ภาคธุรกิจในการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	• นำเสนอมุมมองผ่านสมาคมการรวมกลุ่มทางการค้าต่าง ๆ • สนับสนุนการตรวจประเมินเบื้องต้นของภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มการพัฒนาความยั่งยืน
	• การดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมกับคู่ค้า	• กำหนดนโยบายการทำรายการระหว่างกัน และป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างชัดเจน

บริษัทเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับทุกภาคส่วน เพื่อให้สามารถทราบแนวโน้มความต้องการ และร่วมให้ความเห็น พร้อมทั้งคำปรึกษา โดยสนับสนุนงบประมาณรวมถึงสนับสนุนให้ผู้ทรงคุณวุฒิของบริษัทได้เข้าไปช่วยในสมาคมต่าง ๆ ดังนี้

ลำดับ	สมาคม	งบประมาณปี 2562 (บาท)
1	หอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	2,301,639
2	องค์การสหประชาชาติ	607,860
3	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	388,815

ในปี 2562 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

1 เข้าร่วมเป็นคณะทำงานด้านการพัฒนา และใช้ประโยชน์จากขยะพลาสติก “ โครงการ Circular Economy” ภายใต้คณะอนุกรรมการการบริหารจัดการขยะพลาสติก คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ทส.) โดยมีบทบาทในการร่วมเสนอข้อคิดเห็นปรับแก้ (ร่าง) Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 ของประเทศ และร่วมกำหนดแผนขับเคลื่อน “เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)” การจัดการของเสียจากการผลิตและบริโภค เข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่ หรือนำมาใช้ซ้ำ เพื่อแก้ปัญหา และบริหารจัดการขยะพลาสติกของประเทศไทยให้ได้ผลอย่างจริงจัง

2 นอกจากนี้ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ได้มีส่วนร่วมและสนับสนุนการดำเนินการตามแผนงานพลาสติกแห่งชาติต่อสมาคมผู้ค้าปลีกไทยในการขับเคลื่อนนโยบาย กลไกทางเศรษฐกิจเพื่อลดต้นทุนพลาสติกทางเลือกซึ่งเป็นการประยุกต์ใช้การประหยัดจากขนาดบนพลาสติกชีวภาพ (Bio-based plastic) ให้นโยบายดังกล่าวปฏิบัติได้จริง ส่งผลกระทบทางบวกมากขึ้น บริษัทสนับสนุนให้ผู้ทรงคุณวุฒิของบริษัทเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการของหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เพื่อให้สามารถทราบแนวโน้มความต้องการและร่วมให้ความเห็นพร้อมทั้งคำปรึกษา สนับสนุนการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในไทย

เจ้าของสถานที่ให้เช่า

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การสำรวจความผูกพันปีละครั้ง • ช่องทางการสื่อสาร และรับเรื่องร้องเรียน เช่น – การให้ข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียนผ่าน Call Center – การประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทาง SMS	• การดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่องตามหลักธรรมาภิบาล • การประชาสัมพันธ์และชี้แจงข่าวสารนโยบายบริษัท	• มีระบบดูแล ติดตาม และแก้ปัญหาข้อร้องเรียน • เยี่ยมเยือนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเจ้าของสถานที่ให้เช่าอย่างน้อยไตรมาสละครั้ง • มีกิจกรรมเพื่อให้เจ้าของสถานที่ให้เช่าเกิดความภาคภูมิใจ และมีส่วนร่วมในความสำเร็จไปกับบริษัท

สโตร์พาร์ทเนอร์

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การสำรวจความผูกพันปีละครั้ง • ช่องทางการสื่อสารและรับเรื่องร้องเรียน เช่น – การให้ข้อมูล และรับเรื่องร้องเรียนผ่าน Call Center – การสำรวจความพึงพอใจผ่านเว็บไซต์รายไตรมาส • วารสาร และสิ่งพิมพ์รายเดือน • การประชุม สัมมนา และกิจกรรม • งานประกาศนโยบายและทิศทางของบริษัทสโตร์พาร์ทเนอร์	• การปฏิบัติที่เป็นธรรมตามหลักธรรมาภิบาล และจริยธรรมธุรกิจ	• การสื่อสารแนวทางและหลักปฏิบัติทางด้านธรรมาภิบาล และจริยธรรมธุรกิจ
	• การส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและการบริหารจัดการธุรกิจ	• การส่งเสริม ดูแล ฝึกอบรมผู้ประกอบธุรกิจเพื่อเพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการ • การบริหารจัดการต้นทุนสินค้าและการดำเนินการ • การพัฒนาความหลากหลายของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด
	• การประชาสัมพันธ์ ชี้แจงข่าวสารและนโยบายของบริษัท	• การแบ่งปันสารสนเทศ และข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับตลาด
	• ความมั่นคงทางธุรกิจ ขยายธุรกิจและดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง	• การสนับสนุนสโตร์พาร์ทเนอร์ให้มีผู้สืบทอดทางธุรกิจ เพื่อความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน

ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• บรรยายสรุปผลการดำเนินงานต่อนักวิเคราะห์ (Analysis Meeting) ทุกไตรมาส • ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี • งบการเงิน • แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) • รายงานประจำปี • รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน • หนังสือชี้ชวน เอกสาร สื่อสารสนเทศ • สื่อสารข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล โทรสาร และจดหมาย • กิจกรรมโรดโชว์ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ • การลงพื้นที่เยี่ยมชมร้านค้า โรงงานและคลังสินค้าของบริษัท • การประเมินโดยหน่วยงานอิสระจากภายนอก เพื่อแสดงว่าบริษัทเป็นหลักทรัพย์ที่มีคุณภาพ มีคุณค่าและมีความยั่งยืนทั้งในระดับชาติและระดับโลก เช่น IOD, สถาบันส่งเสริมผู้ลงทุนไทย, SET, DJSI, FTSE Russell	• ผลการดำเนินงาน และการเติบโตของธุรกิจ	• บริหารจัดการธุรกิจให้เติบโต ลดความเสี่ยง และเพิ่มความโปร่งใส
	• การกำกับดูแลกิจการที่ดี	• กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการและการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด • การให้ความเท่าเทียมของผู้ถือหุ้น และรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
	• ความโปร่งใสในการดำเนินงาน การเปิดเผยข้อมูลภาพลักษณ์ และการยอมรับจากสังคม	• รับฟังความคิดเห็นจากผู้ถือหุ้น และนักลงทุนเพื่อนำมาประกอบการพิจารณาในการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานของบริษัท • กำหนดนโยบายการทำรายการระหว่างกัน และป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างชัดเจน
	• ผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชน	• การดำเนินงานด้านส่งเสริมการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นผ่านการสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชน
	• ได้รับการประเมินการกำกับดูแลในระดับดีเลิศ โดย IOD และสถาบันส่งเสริมผู้ลงทุนไทย • ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกชั้นนำของประเทศและของโลก เช่น รายชื่อหุ้นยั่งยืน, DJSI, FTSE4Good Index	• ยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล • ปรับปรุงแก้ไขกฎบัตร นโยบายแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ความยั่งยืนสิ่งแวดล้อม และสังคมให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

เจ้าหนี้

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การประชุม หารือร่วมเมื่อได้รับการร้องขอ • สิ่งพิมพ์ จดหมาย สื่อสารสนเทศ	• การปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องต่อเจ้าหนี้โดยเคร่งครัด	• การปฏิบัติตามสัญญา และเงื่อนไขของสัญญาเบื้องต้น หน่วยงานต้นสังกัดรับผิดชอบดูแลบริหารจัดการ ให้เป็นไปตามเงื่อนไขสัญญา หากมีประเด็นที่อาจทำให้เกิดความเสี่ยงเกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาพรวมของบริษัท โดยมีฝ่ายกฎหมายหรือที่ปรึกษาด้านกฎหมายของบริษัทที่สามารถช่วยกำกับดูแล • ในกรณีที่มีประเด็นไม่เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้ระหว่างบริษัทกับเจ้าหนี้ (คู่ค้า) บริษัทได้ดำเนินการเชิญประชุมเพื่อให้เจ้าหนี้ได้แสดงความคิดเห็นและประสบการณ์ที่ผ่านมา เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาร่วมกัน • หากมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายของบริษัท จะมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงดำเนินการส่งจดหมายหรือบันทึกเพื่อสร้างความเข้าใจต่อเจ้าหนี้ในการปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท
	• การชำระหนี้ตรงตามกำหนด	• ในการชำระเงินให้แก่เจ้าหนี้ ผ่านทางบัญชีจ่ายชำระตามงวดหรือตามเครดิตเทอม ควรเป็นไปตามเงื่อนไข ยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใส ตรงเวลา หากมีกรณีที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไข จะมีการชี้แจงต่อหน่วยงานต้นสังกัดเพื่อสื่อสารกับเจ้าหนี้โดยตรง
	• การรายงานสถานะทางการเงินอย่างถูกต้อง โปร่งใส และตรวจสอบได้ • การรายงานงบการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงินของบริษัท ถูกต้อง ครบถ้วนโปร่งใส และผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	• การรายงานสถานะทางการเงินของบริษัทในส่วนของเจ้าหนี้ โดยทางบัญชีจะมีการสอบทวนเจ้าหนี้ที่เกินกำหนดชำระทุกเดือน พร้อมสาเหตุที่เกิดขึ้น และส่งหนังสือยืนยันยอดเจ้าหนี้ในระหว่างปี ซึ่งมีการกระทบยอดรายการที่แตกต่างกันประสานงานแจ้งเจ้าหนี้ให้ทราบ และมีการเคลียร์ยอดระหว่างกัน พร้อมทั้งเปิดเผยผลการดำเนินงานทุกไตรมาสผ่านรายงานประจำปี นอกจากนี้การตรวจสอบรายการเจ้าหน้าที่คงค้างจากผู้สอบบัญชี และมีการเปิดเผยข้อมูลในรายงานของผู้สอบบัญชี

ผสมส่วนเหมือน ผสานส่วนต่าง สร้างคนดีและเก่ง ผนึกพลังเป็นหนึ่งเดียว

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2562

ร้อยละ
100
ของผู้บริหารและพนักงานสายสำนักงาน ผ่านการเรียนรู้และวัดประเมิน "Digital Mindset"

ร้อยละ
100
ของพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงยังคงทำงานอยู่กับองค์กร

ร้อยละ
32
ของพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงถูกกำหนดให้เป็นผู้สืบทอดตำแหน่ง

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG4 ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ
4.4 เพิ่มจำนวนวัยรุ่นและผู้ใหญ่ให้มีทักษะทางด้านเทคนิคและวิชาชีพเพื่อการจ้างงานที่มีคุณค่า

SDG8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ
8.2 บรรลุผลิตภาพระดับสูงขึ้นทางเศรษฐกิจผ่านความหลากหลาย การพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรม

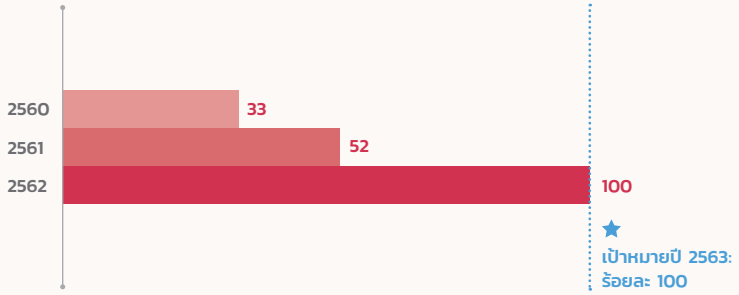
8.5 ส่งเสริมการจ้างงานและจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมสำหรับงานที่มีค่าอย่างเท่าเทียมกัน

เป้าหมายปี 2563

ผู้นำและพนักงานของบริษัท ผ่านการอบรมพัฒนาความรู้และความเข้าใจด้านความยั่งยืนครบ
ร้อยละ **100** ภายในปี 2563

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

จำนวนผู้นำและพนักงานผ่านการอบรมพัฒนาความรู้ ความเข้าใจด้านความยั่งยืน (ร้อยละสะสม)



ความท้าทาย

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันทางธุรกิจมากยิ่งขึ้น เช่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลแทนการใช้ทรัพยากรมนุษย์เพื่อบริการและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจที่ต้องอาศัยทรัพยากรมนุษย์เป็นหลัก บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) จึงกำหนดกรอบยุทธศาสตร์ในการพัฒนาศักยภาพและยกระดับบุคลากรผ่านการพัฒนาทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยี โดยเป็นเป้าหมายสูงสุดของการพัฒนาศักยภาพและยกระดับบุคลากรให้สามารถเติบโตไปพร้อมกับองค์กรได้อย่างยั่งยืน

ความคืบหน้าปี 2562

- การพัฒนาผู้นำ โปรแกรม “ Next Digital Leader”
- การเรียนรู้และประเมินผลหลักสูตร “ Digital Mindset” ผ่านระบบออนไลน์ ให้กับผู้บริหารและพนักงานสายสำนักงาน
- ขยายผลการอบรมหลักสูตร “การพัฒนาองค์กรเพื่อความยั่งยืน” ไปยังผู้บริหารระดับต้น
- พัฒนากระบวนการคัดเลือกและพัฒนาพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูง (Talent Management) เพื่อพร้อมที่จะเป็นผู้สืบทอดตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงในอนาคต (Succession Planning)

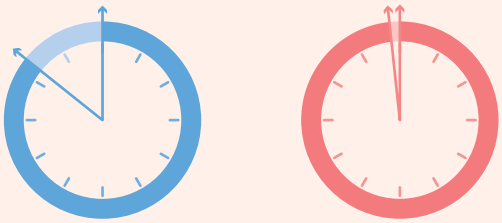
สรุปผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

ผลตอบแทนจากการลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ (เท่า)

ค่าใช้จ่ายสำหรับการฝึกอบรม (บาท/คน)

จำนวนชั่วโมงการอบรมเฉลี่ย จำแนกตามเพศ

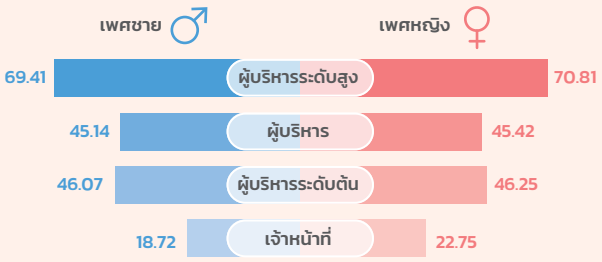
เพศชาย เพศหญิง



20.51 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

23.84 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

จำนวนชั่วโมงการอบรมเฉลี่ย จำแนกตามระดับ



แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทตระหนักถึงคุณค่าของบุคลากรที่เปรียบเสมือนเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนความสำเร็จขององค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมายเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทจึงมุ่งพัฒนาการยกระดับทักษะและศักยภาพของบุคลากรทุกระดับให้ครอบคลุม และเชื่อมโยงกับเป้าหมายทางธุรกิจ โดยเริ่มตั้งแต่การสร้างความสำคัญกับขั้นตอนการรับเข้าทำงาน การพัฒนาและรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ รวมถึงการดูแลและมอบโอกาสให้กับบุคลากรเกษียณอายุ ส่งต่อคุณค่าให้กับองค์กร ทั้งนี้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและทักษะในการทำงานปัจจุบัน และในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสร้างโอกาส และมอบความก้าวหน้าในอนาคตให้กับบุคลากรในทุกช่วงการทำงาน นอกจากนี้ บริษัทมุ่งส่งเสริมนโยบายด้านการปฏิบัติต่อแรงงานและนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กร ภายใต้กรอบแนวคิด และระบบในการพัฒนาบุคลากร ดังนี้

กรอบแนวคิดในการพัฒนาบุคลากรของ ซีพี ออลล์

ความท้าทาย

- สร้างการเรียนรู้อย่างยั่งยืน มุ่งสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ สร้างคนดี คนเก่ง (คนยุค 4.0)
- พัฒนาความสามารถสำหรับผู้นำในอนาคต

การเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล

- พัฒนาคนให้สอดคล้องสู่ยุคดิจิทัล
- ปรับระบบการเรียนรู้
- ประสบการณ์ในการเรียนรู้
- การรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ

ความต้องการ

- คุณภาพของการอบรม
- การรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ
- กระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ
- ผลตอบแทนจากทุนมนุษย์ (Human Capital Return on Investment : HCROI)

ทางเลือก

การเรียนรู้แบบผสมผสานการทำงาน กรอบ 70:20:10

ร้อยละ **70**
ประสบการณ์

- การฝึกอบรมในงาน
- การมอบหมายงานที่ท้าทาย
- การทำงานร่วมกันแบบไร้รอยต่อ

ร้อยละ **20**
ปฏิสัมพันธ์

- การให้คำปรึกษาจากผู้นำที่ไว้ใจ (แนวทาง)
- การโค้ชโดยทีมผู้นำ (ข้อมูลป้อนกลับ)
- การเชื่อมโยงกับกลุ่มเดียวกัน (สะท้อนกลับ)
- การเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ (ประกบ ติดตาม)

ร้อยละ **10**
การเรียนรู้แบบทางการ

- หลักสูตรการฝึกอบรม
- การจำลองการแก้ไขสถานการณ์
- การเรียนรู้ผ่านทางมือถือ
- การเรียน การสอบผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์
- การรับรองมาตรฐาน

การประเมิน

ส่วนที่มองเห็น

- ความรู้
- ความสามารถ
- พฤติกรรม

เครื่องมือประเมิน

- การวัดระดับความสามารถของพนักงาน
- ศูนย์การประเมินผล
- ข้อสอบประมวลความรู้

ส่วนที่มองไม่เห็น

- ทัศนคติ
- ค่านิยม
- ลักษณะนิสัย

เครื่องมือประเมิน

- แบบทดสอบ
- แบบประเมินศักยภาพผู้บริหาร
- แบบทดสอบบุคลิกภาพ

ปัจจัยนำเข้า

- วิสัยทัศน์
- พันธกิจ
- เป้าหมาย

- กลยุทธ์ทางธุรกิจ
- แผนที่ยุทธศาสตร์
- นโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

- 6 Values
- 5 Principles / 7 Values / 11 Leadership
- Leadership Competencies
- Strategic Competencies
- Functional Competencies (Job/ Functional Description)

- นโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคลของเครือเจริญโภคภัณฑ์
- แผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคล
- ผลสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน
- ผลสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า

- TRM (การเติบโตในรายอาชีพ)
- Performance Gaps (PMS)
- Future Competencies
- Individual Gaps (IDP)

กระบวนการ

TN Framwork

การวิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรมและพัฒนา

PDCA

ทบทวน | ออกแบบ | ดำเนินการ | ประเมินผลและติดตามผล

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- การพัฒนาภาวะผู้นำ
- การพัฒนาอาชีพ
- การพัฒนาการฝึกอบรม
- โครงการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี
- คุณภาพการให้บริการ
- อยู่บนพื้นฐานประสิทธิภาพ
- การพัฒนาด้านปัญญาและจิตใจ
- การถ่ายทอดความรู้

การดำเนินการ (กรอบ 70 : 20 : 10)

70 : ประสบการณ์

20 : ปฏิสัมพันธ์

10 : การเรียนรู้แบบทางการ

Kirk Patrick's 5 Levels

ผลผลิต

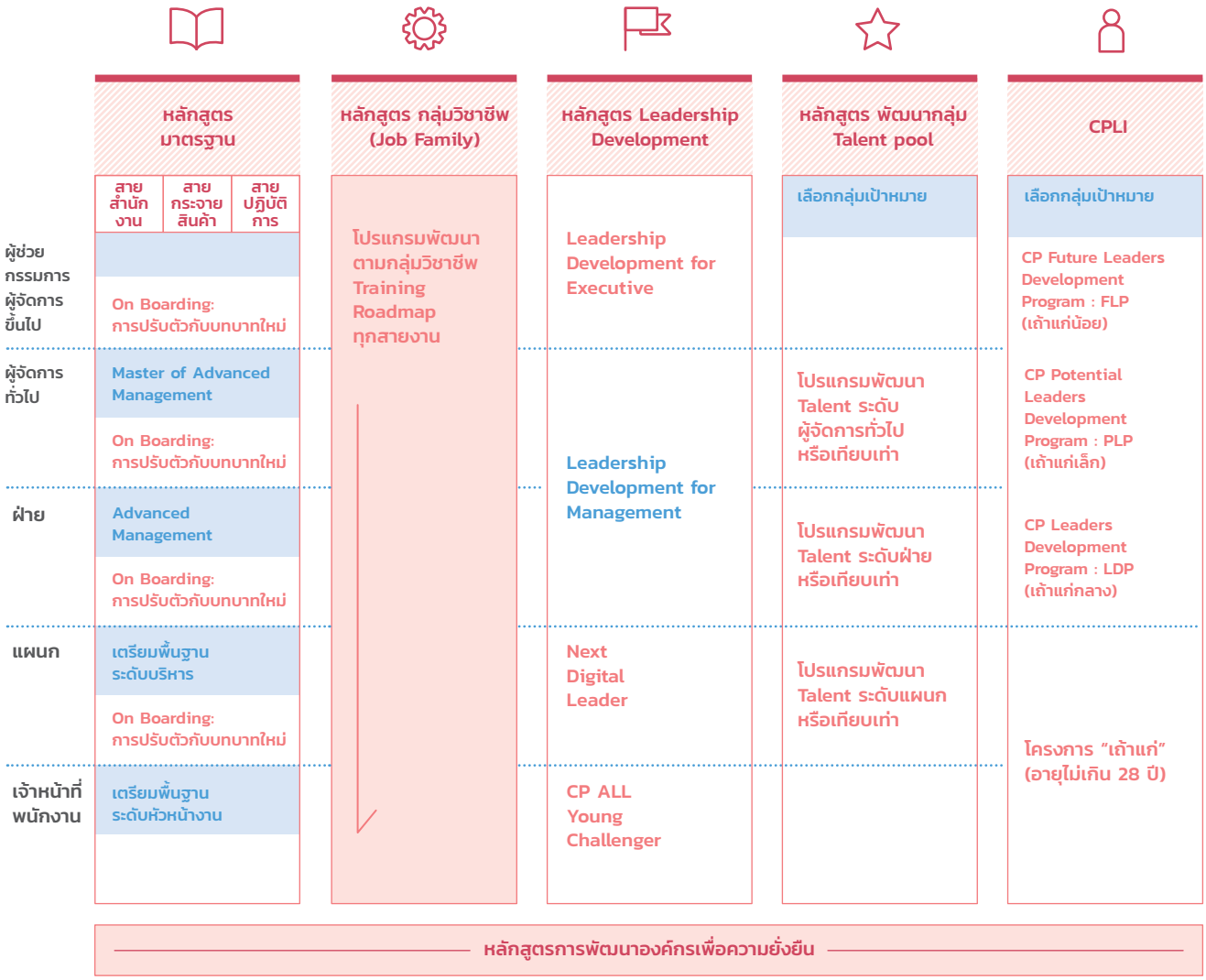
- ผลดำเนินการที่เป็นเลิศ
- การพัฒนาสมรรถนะ
- เสริมสร้างศักยภาพ

การพัฒนาความสามารถบุคลากร

- ความพร้อมบุคลากร
- การมีส่วนร่วมของพนักงาน

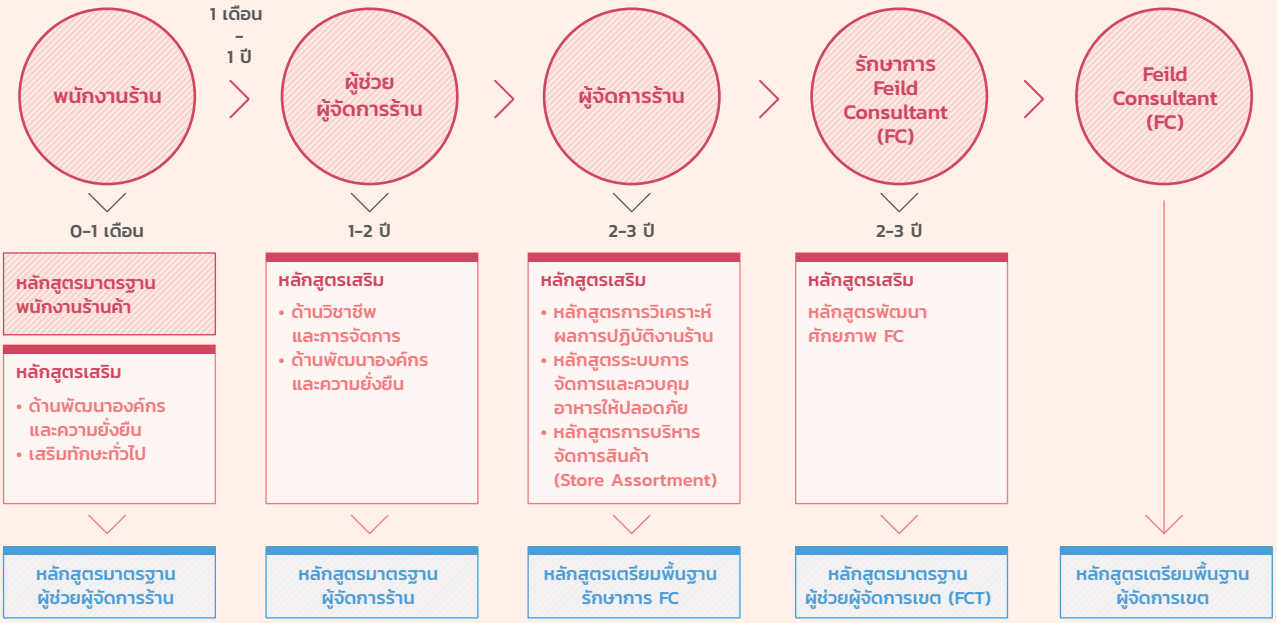
บริษัทวิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรมและพัฒนา โดยพิจารณาจากปัจจัย ดังนี้ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายองค์กร กลยุทธ์ทางธุรกิจ นโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคลของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ทักษะที่จำเป็นและทักษะในอนาคต ผลสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของบุคลากรและลูกค้า และผลวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาบุคลากร เพื่อใช้ในการออกแบบหลักสูตรให้เนื้อหามีความเหมาะสมต่อบุคลากรทุกระดับ โดยสามารถแบ่งหลักสูตรมาตรฐานได้ตามสายงาน ซึ่งประกอบไปด้วย สายสำนักงาน สายปฏิบัติการ และสายกระจายสินค้า นอกจากนี้ บริษัทยังมีการพัฒนาบุคลากรตามกลุ่มวิชาชีพ เพื่อยกระดับความสามารถของบุคลากร เช่น กลุ่มงานบริหารงานก่อสร้าง มีการพัฒนาพนักงานตามแผนการพัฒนาบุคลากร และมีการรับรองพนักงานเป็น CM Champion ในปี 2562 จำนวน 19 คน กลุ่มงานสรรหาทำเล มีการจัดอบรมและสัมมนาเพื่อพัฒนาทักษะที่จำเป็น เช่น หลักสูตร “ทักษะการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร” รวมถึงมีการจัดสอบวัดความรู้วิชาชีพ Location ระดับบังคับบัญชา เพื่อเป็นการยกระดับความรู้ในวิชาชีพ

เส้นทางการพัฒนาบุคลากรสายสำนักงาน

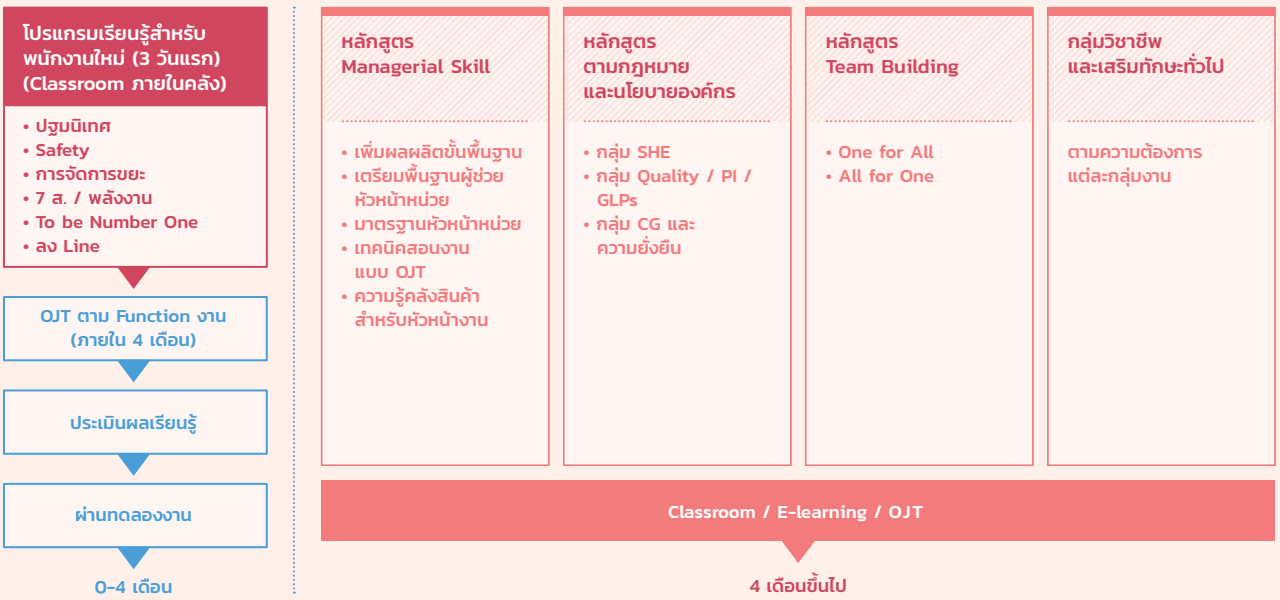


- หลักสูตรมาตรฐาน เตรียมความพร้อมของพนักงานในแต่ละระดับ สำหรับการปรับตัวกับบทบาทใหม่
- หลักสูตรกลุ่มวิชาชีพ พัฒนาตาม Function งาน หรือ Job Family
- หลักสูตรกลุ่ม Leadership Development พัฒนาผู้นำเพื่อตอบโจทย์องค์กรและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ
- หลักสูตรกลุ่ม Talent พัฒนาผู้มีศักยภาพสูงที่ได้รับการคัดกรองมา
- หลักสูตรของ CPLI โปรแกรมการพัฒนาผู้นำที่เครือเจริญโภคภัณฑ์กำหนด
- หลักสูตรการพัฒนาองค์กรเพื่อความยั่งยืน หลักสูตรตามนโยบายที่พนักงานต้องรู้ เข้าใจ

เส้นทางการพัฒนาบุคลากรสายปฏิบัติการ



เส้นทางการพัฒนาบุคลากรสายกระจายสินค้า



การพัฒนาทักษะ มอบโอกาสและความก้าวหน้าตลอดเส้นทางพนักงานอย่างยั่งยืน

เตรียมความพร้อมก่อนบรรจุ

- สนับสนุนทุนการศึกษาในหลักสูตรที่เหมาะสมและตรงความต้องการ
- พัฒนาหลักสูตรและช่องทางการเรียนรู้ที่ทันสมัย มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรแบบ 4.0 โดยสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริงและการเรียนรู้แบบข้ามสายงาน
- เตรียมความพร้อมด้านทักษะ อาชีพ วัฒนธรรม และสังคมการทำงาน

พัฒนาศักยภาพและวัดผล

- CP ALL our way วางแผนระยะยาวสำหรับบริษัทสู่ความยั่งยืนในอีก 30 ปี
- เคารพความแตกต่างและความหลากหลาย ส่งเสริมการทำงานร่วมกันภายใต้หลักการ "ผสมส่วนเหมือน ผสานส่วนต่าง สร้างความกลมเกลียว ดุจดนตรีวงเดียวกัน" (Harmony)
- ให้ความสำคัญกับงานในทุกตำแหน่ง ชื่นชมผลงานและความสำเร็จ พร้อมรับฟังทุกความคิดเห็นผ่านช่องทางที่หลากหลาย
- มีโอกาสเติบโตในการทำงานและมีเวทีในการแสดงผลงาน
- ประเมินและให้คำแนะนำทิศทางที่ชัดเจนในการทำงาน พร้อมทั้งช่วยพัฒนาทักษะ
- โปรแกรมสร้างและพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ อาทิ โครงการ CP ALL Young Challenger และ Next Digital Leader

รักษาความรู้ตกผลึกประสบการณ์ส่งต่อคุณค่าให้บริษัท

- สวัสดิการ สุขภาพ และคุณภาพชีวิตที่ดี
- ส่งเสริมคนเก่ง และคนดีให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว
- สร้างบรรยากาศการทำงานเป็นทีมและประสานความพร้อมระหว่างหน่วยงาน
- เปิดโอกาสและส่งเสริมให้พนักงานลงทุนและประกอบธุรกิจร่วมกับบริษัท

โดยปี 2562 บริษัทมีผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาบุคลากร ดังนี้

จำนวนชั่วโมงการอบรมเฉลี่ยของพนักงาน

ผู้บริหารระดับสูง (Top Management)

69.41 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

70.81 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

ผู้บริหาร (Management)

45.14 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

45.42 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

ผู้บริหารระดับต้น (Junior Management)

46.07 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

46.25 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

เจ้าหน้าที่ (Officer)

18.72 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

22.75 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

จำนวนชั่วโมงเฉลี่ยจำแนกตามเพศ

ชาย

20.51
ชั่วโมงต่อคนต่อปี

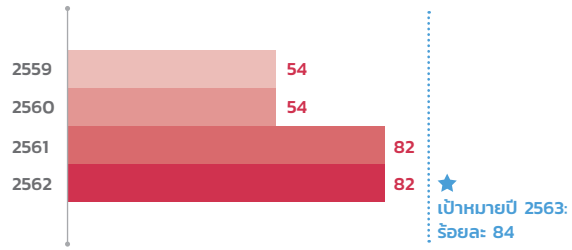
หญิง

23.84
ชั่วโมงต่อคนต่อปี

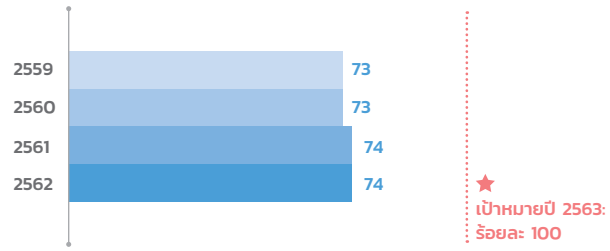
บริษัทเชื่อมั่นอย่างยิ่งว่าการพัฒนาทักษะและศักยภาพของบุคลากรทุกระดับให้ครอบคลุม รวมถึงการเพิ่มโอกาสและมอบความก้าวหน้าในอนาคตให้กับบุคลากรในทุกช่วงการทำงานเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กร ซึ่งสะท้อนได้จากการเพิ่มขึ้นของคะแนนจากผลสำรวจความผูกพัน และความพึงพอใจของพนักงานอย่างต่อเนื่องในระยะเวลาที่ผ่านมา และในปี 2562 คะแนนความผูกพันของพนักงานอยู่ที่ร้อยละ 82 ซึ่งบรรลุเป้าหมายประจำปีที่บริษัทตั้งไว้ที่ร้อยละ 62 โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ดังนี้

ภาพรวมผลสำรวจความผูกพันของพนักงาน

คะแนนความผูกพัน (ร้อยละ)

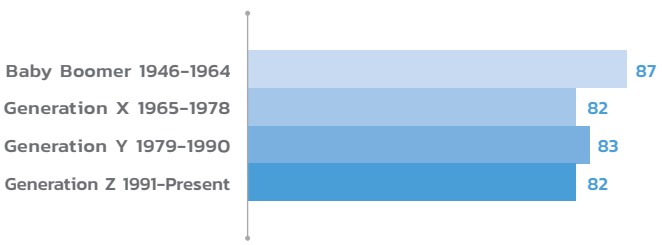


ความครอบคลุม (ร้อยละของพนักงานทั้งหมดที่เข้าร่วม)



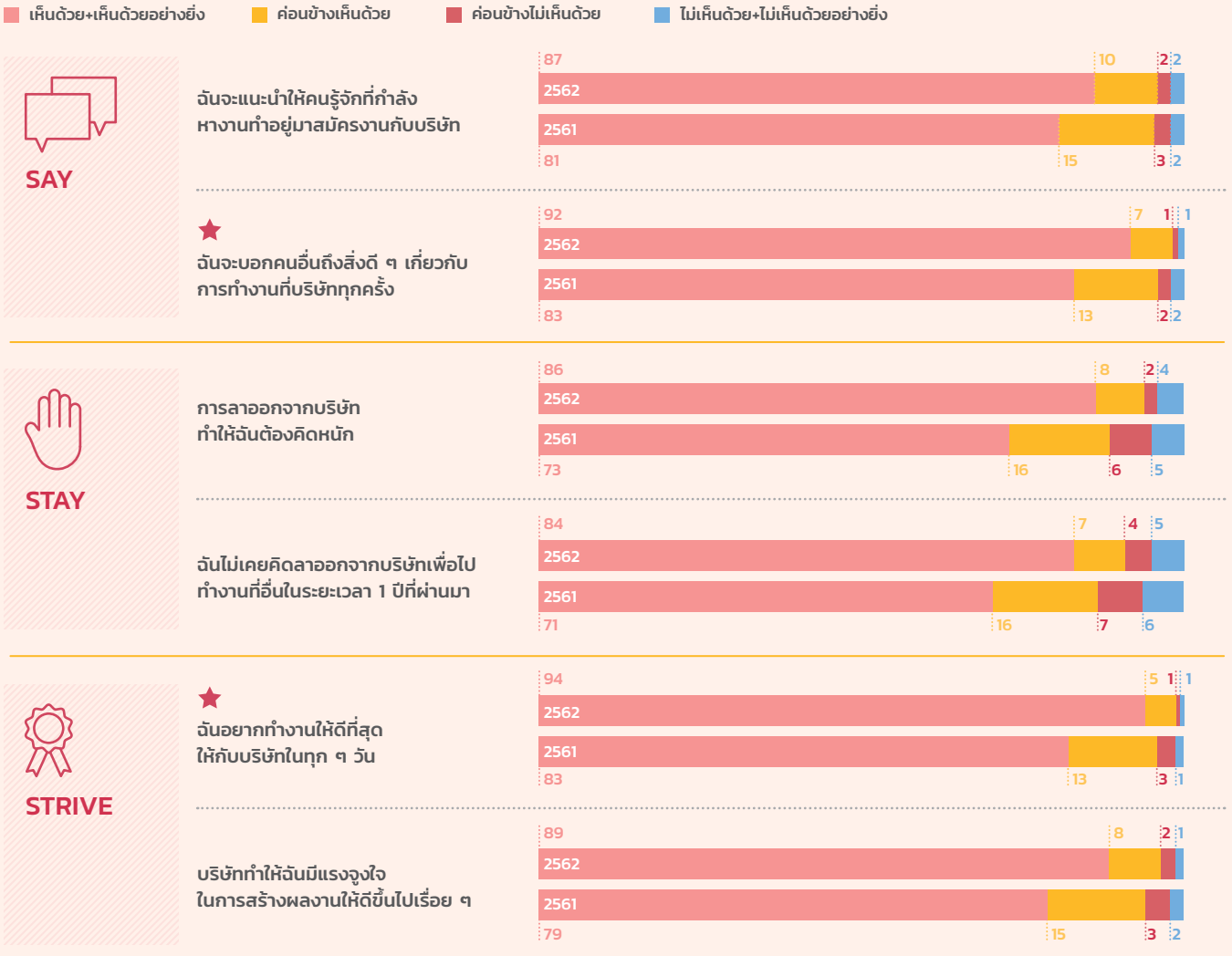
คะแนนความผูกพัน แยกตามเพศ (ปี 2561-2562)

คะแนนความผูกพัน แยกตาม Generation (ปี 2561-2562)



บริษัทตระหนักดีว่าความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรนั้นเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับตัวพนักงานในแต่ละบุคคล ซึ่งอาจมีความรู้สึกผูกพันในบางวันและรู้สึกไม่ผูกพันในวันถัดไปได้ตลอดเวลา ดังนั้นการประเมินความผูกพันของพนักงานปีละครั้งในรูปแบบเดิมอาจไม่เพียงพอในการนำผลมาปรับปรุงความผูกพันเพื่อยกระดับการมีส่วนร่วมของพนักงานในการช่วยให้องค์กรบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้น บริษัทจึงได้ดำเนินการสำรวจความผูกพัน และความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการดำเนินการของบริษัทใน 2 รูปแบบ คือ 1) แบบสำรวจฉบับเต็ม (Employee Engagement Full Surveys) กำหนดความถี่ในการสำรวจ 2 ปีครั้ง

2) แบบสำรวจฉบับย่อ (Employee Engagement Pulse Surveys) กำหนดความถี่ในการสำรวจปีละ 2 ครั้ง (เดือนมีนาคมและเดือนพฤศจิกายนของทุกปี) ผ่าน 6 ข้อคำถาม เพื่อสำรวจความรู้สึกและมุมมองของพนักงานที่มีต่อองค์กร สามารถเปรียบผลกระทบในช่วงเวลาที่ต่างกัน รวมถึงเป็นสัญญาณเตือน อันจะช่วยให้บริษัทมีข้อมูลที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ สามารถวิเคราะห์ และเตรียมมาตรการรองรับได้ทันเวลา นำมาซึ่งการตัดสินใจในเรื่องคนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งผลการสำรวจความผูกพันปี 2562 (จากแบบสำรวจฉบับย่อ) มีคะแนนดีขึ้นในทุกหัวข้อ โดยมีสัดส่วนพนักงานผู้ตอบแบบสำรวจความผูกพัน (Response Rate) ร้อยละ 98



★ ได้คะแนน Top 2 Boxes 90 คะแนนขึ้นไป

ผลที่ได้จากการสำรวจจะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อกำหนด ทบทวนแนวทางยกระดับความผูกพัน โดยเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างคณะกรรมการบุคคลและตัวแทนในแต่ละสายงานเพื่อการดำเนินงานด้านสร้างความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานต่อองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผ่าน 3 โครงการดังนี้

1 โครงการปรับปรุงระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน

เป็นโครงการที่ทำให้หัวหน้างานสามารถเปลี่ยนรูปแบบการบริหารงานเป็นบริหารแบบภาพรวมผ่านการสื่อสารระหว่างหัวหน้างานกับทีมงานเพื่อสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมในการทำงานรูปแบบใหม่ ซึ่งสามารถวัดผลเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพได้ภายใต้ระบบ ALL Perform Success Factor โดยในปี 2562 เริ่มต้นในผู้บริหารระดับต้นขึ้นไป และมีแผนขยายผลไปยังพนักงานทุกระดับในปี 2563 มีพนักงานได้รับการประเมินผลงานประจำปีผ่านรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

ประเภทการประเมิน

Management by objectives	ร้อยละ 71.4	พนักงานที่ได้รับการประเมินผลงาน 66,642 ราย ต่อพนักงานทั้งหมด 93,311 ราย
Multidimensional performance appraisal (e.g. 360 degree feedback)	ร้อยละ 10.6	พนักงานที่ได้รับการประเมินผลงาน 9,871 ราย ต่อพนักงานทั้งหมด 93,311 ราย
Formal comparative ranking of employees within one employee category	ร้อยละ 100	พนักงานที่ได้รับการประเมินผลงาน 93,311 ราย ต่อพนักงานทั้งหมด 93,311 ราย

2 โครงการปรับปรุงระบบความก้าวหน้าในสายอาชีพ

โครงการที่ออกแบบให้หัวหน้างานได้มีโอกาสพูดคุยกับทีมงาน เพื่อวางแผนทิศทางการทำงานรวมไปถึงช่องทาง และโอกาสการเติบโตทั้งแนวดิ่งและแนวราบในอนาคต ภายใต้นโยบายการหมุนเวียนเรียนรู้งาน (Career Policy) ผ่าน Career Matrix 4 สี ดังนี้

Career Matrix

สี	ความหมาย	สมรรถนะ ศักยภาพ	เครื่องมือประเมินอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์	ประสบการณ์	การรับรองคุณวุฒิ
	Movable within Family หมุนเวียนเรียนรู้งานภายใน Job Family/ Sub Job Family ที่สังกัดอยู่โดยตรง	▲			
	Possible to Move หมุนเวียนเรียนรู้งานข้าม Job Family/ Sub Job Family ได้	▲	▲		
	Difficult to Move หมุนเวียนเรียนรู้งานข้าม Job Family/ Sub Job Family ได้ แต่ค่อนข้างยาก	▲	▲	▲	
	Rarely to Move หมุนเวียนเรียนรู้งานข้าม Job Family/ Sub Job Family ได้ยากมาก	▲	▲	▲	▲

3 โครงการระบบให้รางวัลและยกย่องชมเชย

โครงการการสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมที่ดีระหว่างหัวหน้างานและทีมงาน ผ่านทางการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมความผูกพันของพนักงาน สร้างบรรยากาศความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานเพื่อนร่วมงาน และหัวหน้างานทั้งในเวลา และนอกเวลาการทำงานให้แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น รวมถึง เปิดโอกาสให้พนักงานได้ผ่อนคลายหลังทุ่มเทจากการทำงาน อาทิ โครงการ Our Way Idol โครงการ Work Life Quality ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ให้ความรู้ วิธีปฏิบัติและแนวทางป้องกันเพื่อการดูแลสุขภาพ โครงการพนักงานใหม่พบผู้บริหาร (พี่พบน้อง) โครงการอิ่มยกแก๊งค์ แต้งค์ยกก๊วน โครงการ Happy Survey สำรวจความสุขในการทำงาน มี QR Code ให้พนักงานสามารถแสกนเพื่อบอกความรู้สึกในการทำงานแต่ละวัน เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านการจัดการเรื่องผลตอบแทนและสวัสดิการของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยออกแบบ ทบทวนและพัฒนานโยบายค่าตอบแทน พร้อมทั้งมีการเข้าร่วมทำ Salary Survey กับบริษัทที่ปรึกษาภายนอก ทั้งแบบ Global และ Local เป็นประจำทุกปี เพื่อเปรียบเทียบค่าตอบแทนที่สามารถแข่งขันกับกลุ่มอุตสาหกรรมโดยรวมได้ ตลอดจนเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ สามารถดึงดูด และรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพไว้กับองค์กรได้ นอกจากนี้ บริษัทกำหนดให้มีนโยบายการปรับเงินเดือนประจำปีสำหรับบุคลากรโดยคำนึงถึงผลการประเมินการปฏิบัติงานรายบุคคล ซึ่งส่งผลให้การปฏิบัติงานของพนักงานมีผลงานดีขึ้น ตลอดจนสามารถสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรได้มากขึ้นจากผลการประเมินความผูกพันของพนักงานที่ผ่านมา

พร้อมกันนี้ บริษัทมุ่งเน้นสร้างคนดี และคนเก่งอย่างต่อเนื่อง ผ่านโปรแกรมที่หลากหลายภายใต้การดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้พนักงานสามารถปรับตัว และเรียนรู้วัฒนธรรมองค์กร อีกทั้งเป็นการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่สามารถทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผ่านโปรแกรมต่าง ๆ ดังนี้

โปรแกรมการเพิ่มผลผลิต (Productivity Improvement Program)

โปรแกรมที่มุ่งหวังสร้างความเข้าใจในเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เสริมสร้างบรรยากาศในการทำงานให้เกิดการเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุนในการบริหารจัดการ ผ่านการปลูกฝังแนวคิด ทัศนคติ เพิ่มทักษะ และเทคนิคต่าง ๆ รวมไปถึงการประยุกต์ใช้ และพัฒนานวัตกรรมที่สามารถเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหา สร้างคุณค่า และมูลค่าให้แก่องค์กร โดยโปรแกรมถูกออกแบบมาสำหรับพนักงานทุกระดับในองค์กร สร้างการทำงานแบบข้ามทีมหรือสายงาน (Cross Functional Team) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ทั้ง 5 ด้าน

ผ่านวิธีการเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติจริงจากโครงการ และมีผู้บริหารระดับสูงทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงคอยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด โดยมีการวัดความคืบหน้า ตรวจสอบ และรายงานผลเป็นระยะ สร้างการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างดำเนินโครงการ รวมถึงสามารถนำมาประยุกต์ใช้ ขยายผลในหน่วยงานต่าง ๆ ขององค์กรได้

โดยในปี 2562 บริษัทได้ทำการประเมินคุณค่าต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยพิจารณาจากต้นทุนที่ลดลงและรายได้สะสมที่เพิ่มขึ้นกว่า 53 ล้านบาท จากผู้เข้าร่วมทั้งหมด 15,220 ราย

โปรแกรม Development Program for Food and Beverage Strategy

โปรแกรมพัฒนาทักษะ ความรู้ และความสามารถที่หลากหลายของพนักงาน เกี่ยวกับการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ อาหาร และเครื่องดื่ม อาทิ

1. การแนะนำผลิตภัณฑ์และวิธีการทำผลิตภัณฑ์จาก ALL Café เพื่อสร้างมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ เพิ่มทักษะการให้บริการ และการจัดการรายได้ในร้าน
2. การพัฒนาวิธีการคัดสรรผลิตภัณฑ์ เพื่อลดค่าใช้จ่ายและการปรับปรุงการขาย

โดยในปี 2562 บริษัทมุ่งสนับสนุนโปรแกรมดังกล่าว คิดเป็นมูลค่ากว่า

6,462 ล้านบาท

โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งหมด

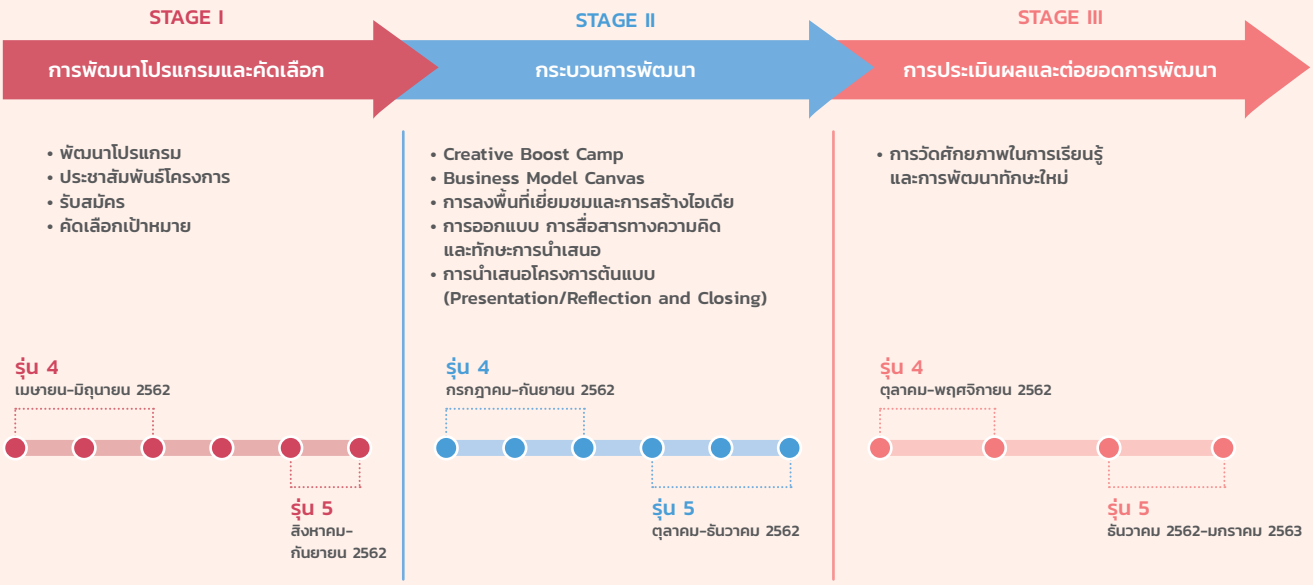
10,425 ราย

โครงการ CP ALL Young Challenger สำหรับพนักงานรุ่นใหม่

ที่มาของโครงการ

การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมในปัจจุบัน ส่งผลให้การแข่งขันทางธุรกิจเพิ่มมากยิ่งขึ้น ดังนั้น บริษัทจึงมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพพนักงานรุ่นใหม่ให้มีทักษะต่าง ๆ ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง พร้อมทั้งสร้างวัฒนธรรมให้พนักงานกล้าคิด กล้าทำ เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองและแสดงความสามารถ ภายใต้นโยบาย CP ALL 4.0 และ Our Way

รายละเอียดโครงการ CP ALL Young Challenger สำหรับพนักงานรุ่นใหม่



ผลการดำเนินงาน

ในปี 2562 มีผู้เข้าร่วมทั้งหมด 61 คน ผ่านการจัดกิจกรรม 2 รุ่น นอกจากนี้ บริษัทได้ติดตามผล และสำรวจศักยภาพของพนักงานหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมพบว่ามีการพัฒนาภาวะผู้นำที่สอดคล้องกับ Leadership Competency และ Future Competency และในแง่ของผลลัพธ์ของโครงการ พบว่า มีโครงการต้นแบบจำนวน 12 โครงการ

โครงการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณ และแผนหลังเกษียณอายุพนักงาน

ที่มาของโครงการ

โครงการพัฒนาทรัพยากรบุคคลขององค์กรที่มุ่งส่งเสริมการเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรทุกระดับมาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้พนักงาน และบุคลากรในสายงานต่าง ๆ มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญ พร้อมทั้งทักษะที่หลากหลาย บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของบุคลากรที่มีความทุ่มเท และเติบโตเคียงข้างกับองค์กรมาอย่างยาวนานจนวาระการเกษียณอายุพนักงาน โดยการมุ่งสนับสนุน และให้ความสำคัญกับบุคลากรที่จะเกษียณอายุ ผ่านโครงการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณให้กับพนักงานทุกระดับ และทุกวัย มุ่งสร้างความตระหนักและให้ความรู้ด้านต่าง ๆ ตามช่วงอายุ อาทิ การบริหารรายรับรายจ่าย การลงทุน การวางแผนก่อนเกษียณ การดูแลสุขภาพ ตลอดจนเชิญนักบรรยายให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ นอกจากนี้ บริษัทยังเปิดโอกาสให้พนักงานเกษียณอายุทำหน้าที่ถ่ายโอนความรู้ตามกลุ่มเป้าหมายที่บริษัทกำหนดไว้ และจัดการให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับและการดูแลหลังเกษียณ การบริหารเงิน การลงทุนอย่างคุ้มค่า และการวางแผนความเป็นอยู่หลังเกษียณ รวมถึงมีการจัดตั้ง Alumni Club (ชมรมผู้เกษียณอายุ) ขององค์กรภายใต้นโยบายส่งต่อคุณค่าให้องค์กร อีกทั้ง บริษัทยังมอบโอกาสการเป็นที่ปรึกษาให้กับองค์กร และเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของพนักงานหลังเกษียณอายุ บริษัทยังเปิดโอกาสให้พนักงานที่เกษียณอายุแล้วทุกระดับ สามารถซื้อประกันสุขภาพกลุ่ม ภาคสมัครใจเพื่อรับสิทธิ์ค่ารักษาพยาบาลกรณีคนไข้ใน ได้รับเงินช่วยเหลือจากบริษัทกรณีเสียชีวิต และโอกาสการเป็นเจ้าของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นประเภทสโตร์พาร์ทเนอร์ตามเงื่อนไขที่บริษัทกำหนด รวมถึงรับสิทธิ์เข้าใช้ห้องพยาบาลของบริษัท และร่วมกิจกรรมของบริษัท และยังได้รับเกียรติเชิญให้มาเป็นวิทยากรพิเศษให้แก่สถาบันการศึกษาของบริษัท นอกจากการเตรียมความพร้อมให้บุคลากรที่จะเกษียณแล้ว บริษัทยังมีการเตรียมความพร้อมให้ผู้ที่เข้ารับตำแหน่งแทนผู้เกษียณทั้งด้านทักษะ ความรู้ และเนื้องาน โดยผู้เกษียณมีกระบวนการถ่ายโอนความรู้มายังผู้สืบทอดตำแหน่ง โดยมีขั้นตอนดังภาพ

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2562
มีจำนวนผู้เกษียณอายุเป็นเจ้าของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น จำนวน

2 ราย

เป็นที่ปรึกษาขององค์กรจำนวน

45 ราย

01 เตรียมรายชื่อผู้เกษียณอย่างน้อย 2-3 ปี

02 คัดเลือกเฉพาะความรู้ที่เชี่ยวชาญที่องค์กรต้องการหรือความรู้วิกฤติ

03 กำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้รับความรู้

04 กำหนดเครื่องมือการถ่ายทอดความรู้ให้เหมาะสมกับความรู้ที่เชี่ยวชาญ

05 ประเมินผลการถ่ายทอดกับผู้รับการถ่ายทอดความรู้

โครงการพัฒนาผู้นำ Next Digital Leaders

- การคิดเชิงกลยุทธ์
- การกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจ
- การเป็นผู้นำความเปลี่ยนแปลง
- การสร้างคนเก่ง
- การมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์
- การสร้างความร่วมมือ
- ความยืดหยุ่นและความคล่องตัวในธุรกิจ
- ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- Digital Technology
- Digital Security
- Digital Communication
- Data and Analytics
- Design Thinking

เป็นโครงการช่วยสร้างความเข้าใจให้กับพนักงานในองค์กร ให้เกิดความเข้าใจและมีความตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลในองค์กร (Digital Transformation) สู่การเป็นระบบเทคโนโลยีดิจิทัลมากยิ่งขึ้น โดยโครงการมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาผู้นำระดับบังคับบัญชา (แผนก) ที่มีศักยภาพในการมุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านดิจิทัล (Digital Leaders) ผ่านรูปแบบการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริงเพื่อให้เกิดความรู้และเข้าใจเรื่องดิจิทัลที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจขององค์กร รวมไปถึงการมีแนวคิดหรือนวัตกรรมในการยกระดับการทำงานขององค์กร ให้สามารถสอดคล้องกับความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงของโลก ภายใต้แนวปฏิบัติตามแผนภูมิด้านข้างนี้

ในปี 2562 มีผู้นำระดับบังคับบัญชาผ่านการพัฒนาจำนวน
2 รุ่น รวม 61 คน

มีโครงการต้นแบบด้านดิจิทัล
12 โครงการ

โดยผู้บริหารและพนักงานสายสำนักงานผ่านการเรียนรู้และวัดประเมิน
ร้อยละ 100

นอกจากนี้ บริษัทกำหนดให้มีการเรียนรู้ผ่านออนไลน์ในเรื่อง “Digital Mindset” พร้อมมีการวัดประเมินความรู้ ความเข้าใจ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานมีความพร้อมก้าวสู่การเป็นพลเมืองดิจิทัล โดยมีเนื้อหาหลักสูตรประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 : เปิดโลกดิจิทัล ส่วนที่ 2 : พลเมืองดิจิทัล และส่วนที่ 3 : ความปลอดภัยในยุคดิจิทัล พร้อมแบบประเมินในแต่ละบท

โครงการอบรมหลักสูตรการพัฒนาองค์กรเพื่อความยั่งยืน

โครงการอบรมหลักสูตรการพัฒนาองค์กรเพื่อความยั่งยืน เป็นหนึ่งในเป้าหมายการพัฒนาสู่ความยั่งยืนขององค์กร ในการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับพนักงาน พร้อมทั้งพัฒนาผู้นำให้มีวิสัยทัศน์ในการบริหารเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน รวมไปถึงการพัฒนาความรู้ และทักษะที่จำเป็นสำหรับคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

ภายใต้ความมุ่งมั่นขององค์กรเพื่อการเป็นผู้นำในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลตลอดห่วงโซ่คุณค่าให้มีความพร้อม มีความรู้ และมีทักษะในการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยในปี 2562 บริษัทขยายผลการอบรมไปยังผู้บริหารระดับต้น (ผู้บริหารระดับฝ่ายหรือเทียบเท่า) มีผู้ผ่านการอบรม 518 ราย

การพัฒนาพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูง (Talent Management)

บริษัทตระหนักดีว่าการเตรียมความพร้อมเรื่องคน การพัฒนาคนเก่งเพื่อให้เป็นผู้สืบทอดตำแหน่งในอนาคต ที่พร้อมจะนำพาองค์กรให้เติบโต สร้างสรรค์สิ่งที่ดี และสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรเป็นเรื่องสำคัญ พนักงานที่มีศักยภาพสูงต้องการงานที่ท้าทาย ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เพิ่มทักษะให้กับตัวเองอยู่เสมอ เพื่อให้เติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพของตน จึงได้ให้ความสำคัญการพัฒนากระบวนการคัดเลือก และการพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าได้ Talent ที่มีศักยภาพสูงเข้าสู่กระบวนการพัฒนา โดยบริษัทมีกระบวนการคัดเลือกพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูง ซึ่งคำนึงถึงเกณฑ์การคัดเลือกต่าง ๆ ประกอบด้วย 1) คุณสมบัติและผลการปฏิบัติงาน 2) การประเมินศักยภาพ ที่ประเมินโดยผู้บังคับบัญชา พร้อมทั้งนำเสนอผลประเมินเพื่อขอความเห็นชอบ 3) การประเมินผลแบบรอบด้าน (360 Degree Feedback) พร้อมกันนี้ผลการประเมินจะถูกส่งไปยังผู้บังคับบัญชาเพื่อทำหน้าที่ปรับเทียบผลการดำเนินงานภายใต้ข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ของบริษัท ทั้งนี้ ผู้ที่ผ่านกระบวนการคัดเลือกพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงจะเข้าสู่กระบวนการพัฒนาขององค์กรด้วยหลักสูตรพัฒนากลุ่ม Talent Pool และหลักสูตรจากสถาบันผู้นำซีพี (CP Leadership Institute: CPLI)

เกณฑ์การคัดเลือกพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูง

ในปี 2562 บริษัทได้มีการดำเนินการทบทวน และคัดเลือกพนักงานที่มีศักยภาพสูงตามรอบ โดยมีการดำเนินการคัดเลือกทุก 2 ปี และในปี 2562 มีจำนวนพนักงานที่มีศักยภาพสูง 487 คน ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นผู้สืบทอดตำแหน่ง 157 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ของพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงทั้งหมด โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2560-2561 จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 106 จากจำนวนพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงที่พร้อมจะเป็นผู้สืบทอดตำแหน่ง และบริษัทยังสามารถรักษาพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงเหล่านี้ไว้ได้ 487 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานที่ได้รับการจัดกลุ่มเป็นพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงทั้งหมด

กระบวนการพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูง

การวางแผนสืบทอดตำแหน่ง

บริษัทได้ดำเนินการคัดเลือก และพัฒนาพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูง (Talent Management) เพื่อพร้อมที่จะเป็นผู้สืบทอดตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงในอนาคต (Succession Planning) มาอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยกระบวนการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งขององค์กร ดังนี้

กระบวนการวางแผนการสืบทอดตำแหน่ง

โดยในปี 2560-2561 บริษัทมีจำนวนพนักงานที่มีศักยภาพสูง (Talent) จำนวน 521 คน ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นผู้สืบทอดตำแหน่งของผู้บริหารจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 17 และจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ได้รับการเลื่อนตำแหน่งให้เป็นผู้บริหารระดับสูง รวมทั้งบริษัทสามารถรักษาพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงเหล่านี้ไว้ได้ 481 คน คิดเป็นร้อยละ 92 ของพนักงานที่ได้รับการจัดกลุ่มเป็นพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงทั้งหมด ในส่วนของการพัฒนาพนักงานที่กลุ่มที่มีศักยภาพสูง และผู้สืบทอดตำแหน่งจะได้รับทราบผลการประเมินศักยภาพตนเอง และจัดทำแผนพัฒนาตนเอง เพื่อเสริมจุดแข็ง และจุดที่เป็นอุปสรรคต่อการเจริญเติบโตในอาชีพ รวมทั้งบริษัทได้มีการออกแบบโครงการพัฒนาเฉพาะสำหรับกลุ่มดังกล่าว โดยใช้กระบวนการพัฒนาใน 3 เรื่อง ดังนี้

1 การพัฒนาผ่านกระบวนการอบรม (Development through Structured Course) ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรและการศึกษาด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์ (E-Learning) โดยในปีที่ผ่านได้มีการอบรมหลักสูตรดังนี้

1 หลักสูตร Grow with Your Strength for Talent (ปลดล็อคศักยภาพด้วยตัวคุณเอง)

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้พนักงานได้สะท้อนถึงพฤติกรรม ที่โดดเด่นหรือมีศักยภาพเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและพัฒนาตนเองได้ดีจากการใช้จุดแข็งของตนเองโดยใช้แบบประเมินศักยภาพของบุคลากรเพื่อการพัฒนา (Strengths Finder) และเชื่อมโยงกับการวางแผนการพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan : IDP) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับการเป็นผู้นำขององค์กรในอนาคต

จำนวน 6 รุ่น ผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมด 224 คน

2 หลักสูตร Business Executive's Image for Success (การเสริมสร้างภาพลักษณ์ผู้บริหาร)

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพิ่มศักยภาพการสื่อสารอย่างมืออาชีพ เพื่อการต่อยอดทางธุรกิจและเป็นที่ยอมรับจากบุคคลภายในและภายนอกองค์กร

จำนวน 2 รุ่น ผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมด 60 คน

3 หลักสูตร Leader as Coach

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าใจบทบาทของผู้นำในการพัฒนาศักยภาพของทีม และการดูแลรักษาพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงขององค์กร เพิ่มศักยภาพการเป็นผู้นำ และทักษะการจัดการด้วยการใช้วิธีการ และกรอบความคิดแบบ Coaching อีกทั้งการพัฒนาทักษะการสื่อสาร และเรียนรู้การนำเทคนิคการโค้ชไปปรับใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ

จำนวน 1 รุ่นผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมด 30 คน

2 การพัฒนาโดยบุคคลต่าง ๆ (Development through Others) เช่น จากผู้บังคับบัญชาโดยตรง (Manager) จากผู้บริหารระดับสูง (Executive Coaching) หรือจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางองค์กรภายนอก (One on One Coaching)

3 การพัฒนาโดยผ่านการลงมือปฏิบัติจริง (Development through Experience) ในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การมอบหมายโครงการพิเศษ (Project Assignment / Agile Project) ในการทำงานทั้งโครงการภายในหน่วยงานหรือโครงการที่ต้องทำงานประสานหลายส่วนงาน

3.2 การเข้าร่วมโครงการพัฒนาผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งโครงการดังกล่าวพนักงานผู้มีศักยภาพสูง ต้องออกจากงานประจำจำนวน 6 เดือน ไปฝึกปฏิบัติจริงในการทำธุรกิจ โดยโครงการดังกล่าวมี 4 ประเภท สำหรับฝึกปฏิบัติพนักงานที่มีศักยภาพสูงและผู้สืบทอดตำแหน่ง แยกตามระดับดังนี้

3.2.1 CP Senior Leaders Program : SLP (เถ้าแก่ใหญ่)

3.2.2 CP Leaders Development Program : LDP (เถ้าแก่กลาง)

3.2.3 CP Potential Leaders Development Program : PLP (เถ้าแก่เล็ก)

3.2.4 CP Future Leaders Development Program : FLP (เถ้าแก่น้อย)

รวมจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 ของพนักงานที่ได้รับการจัดกลุ่มเป็นพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงทั้งหมด

3.3 การเรียนรู้โดยการติดตาม/ประกบกับผู้บังคับบัญชา (Job Shadowing) เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการขึ้นดำรงตำแหน่งจริง

3.4 การหมุนเวียนงาน (Job Rotation) ทั้งภายในสายงานและข้ามสายงาน

โปรแกรมดูแลรักษาพนักงานใหม่ (On-Boarding Program)

โปรแกรมดูแลรักษาพนักงานใหม่ มุ่งหวังให้พนักงานใหม่สามารถเรียนรู้ ปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กร และวัฒนธรรมภายในหน่วยงานได้อย่างรวดเร็ว โดยกำหนดให้หน่วยงานต้นสังกัดดูแลพนักงาน รวมถึงการกำหนดนโยบายให้พนักงานที่เข้าทำงานใหม่ได้รับการฝึกปฏิบัติงานที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เพื่อให้เข้าใจบริบทการดำเนินธุรกิจขององค์กร และตระหนักถึงความสำคัญของร้านสาขา อันเป็นที่มาของรายได้หลักขององค์กร ซึ่งผลของโปรแกรมดูแลรักษาพนักงาน ใหม่สามารถช่วยให้พนักงานปรับตัวได้เร็วขึ้นและส่งผลให้อัตราการลาออกของพนักงานใหม่ในช่วง 6 เดือนแรกลดลง

โดยในปี 2562
โปรแกรมดูแลรักษาพนักงานใหม่
ได้รับความพึงพอใจจาก
พนักงานใหม่คิดเป็น
ร้อยละ 96.36

Health

สุขภาพที่ดี ต้องสุขทั้งกายและใจ

ซีพี ออลล์ มุ่งสรรสร้างสังคม กินดี อยู่ดี ด้วยการสร้างโอกาส
ทางอาชีพ ทางธุรกิจ และ โอกาสทางการศึกษา เพื่อให้ทุกคน มีรอยยิ้ม
แห่งความภูมิใจ สร้างชุมชนที่มีความเข้มแข็ง และมีสุขภาพที่ดี
เพื่อเป็นรากฐานของความมั่นคงให้กับประเทศต่อไป

จิตใฝ่ใช่เพียงฝัน สร้างสรรค์สังคมแกร่ง
ครอบครัวเข้มแข็ง กินอิ่ม นอนอุ่น ละมุนรัก

นวัตกรรมสร้างปัญญา
เพิ่มคุณค่าทางธุรกิจ

ยกระดับอาชีวอนามัย
สร้างความปลอดภัยน่าทำงาน

คัดสรรอาหารปลอดภัย
ห่วงใยสุขภาพผู้บริโภค

มอบโอกาสทางการศึกษา
สร้างอาชีพ สร้างอนาคต

แบ่งปันโอกาส
สรรสร้างคุณค่าสังคม

นวัตกรรมสร้างปัญญา เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2562

6,788 ล้านบาท
มูลค่านวัตกรรมจากผลิตภัณฑ์ บริการและการปรับปรุงกระบวนการ

1,286 ผลงานนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด

521 ผลงานนวัตกรรมพัฒนาเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์

297 ล้านบาท
งบประมาณด้านการวิจัย พัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรม

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ
8.2 บรรลุผลิตภาพระดับสูงขึ้นทางเศรษฐกิจผ่านความหลากหลาย การพัฒนา เทคโนโลยี และนวัตกรรม

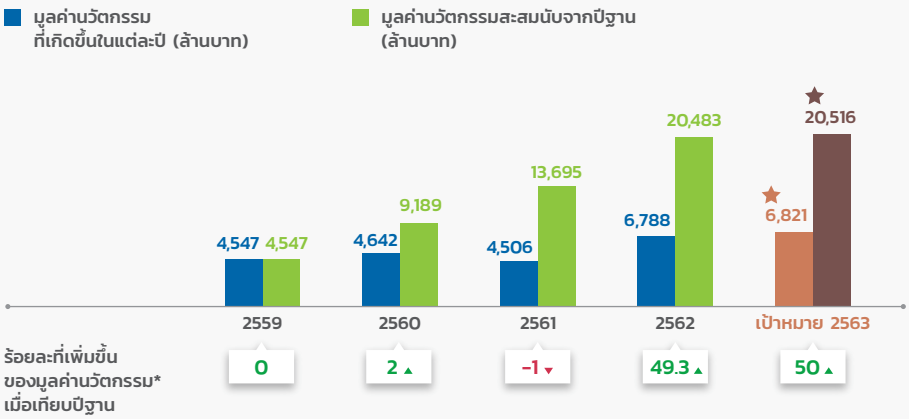
SDG9 ส่งเสริมอุตสาหกรรม นวัตกรรม และโครงสร้างพื้นฐาน
9.5 เพิ่มการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ยกระดับความสามารถด้านเทคโนโลยีของภาคอุตสาหกรรม

SDG17 การมีส่วนร่วมในเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน
17.8 สร้างกลไกทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมและปรับปรุงความพร้อมของเทคโนโลยี

เป้าหมายปี 2563

เพิ่มมูลค่านวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ การบริการและกระบวนการ ให้ได้อีก
ร้อยละ **50** ภายในปี 2563 เทียบกับมูลค่าจากปีฐาน 2559

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย



ด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการ

ความท้าทาย

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคที่สร้างแนวทางและวิธีการบริโภคสินค้าในรูปแบบใหม่ ๆ โดยมีความคาดหวังต่อคุณค่าของสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นความท้าทายทั่วโลก และยังส่งผลกระทบต่อรูปแบบและบริบทในการดำเนินธุรกิจ อาทิ การดำเนินธุรกิจด้วยนวัตกรรมที่สามารถสร้างความรวดเร็วและความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคได้ การดำเนินธุรกิจด้วยนวัตกรรมที่คำนึงและให้ความสำคัญกับสังคมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กับการเติบโตทางธุรกิจการสร้างการเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลจึงเป็นเรื่องที่ทุกองค์กรควรให้ความสำคัญและปรับตัวไปพร้อมกัน

ความคืบหน้าปี 2562

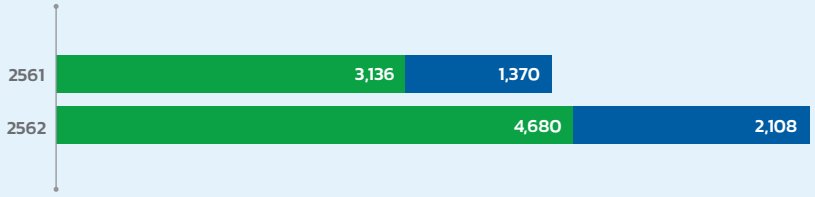
ดิจิทัล สโตร์ สาขานำร่องทดลอง "ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาทรูดิจิทัล พาร์ค" และ "แม็คโคร ฟู้ดเซอร์วิส สาขาลาดกระบัง"

นวัตกรรมการบริการ แบงกิ้งเอเย่นต์ รับส่งพัสดุ ตู้จัดจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ แอปพลิเคชันบริการสั่งซื้อสินค้าชื่อ "7-Eleven Delivery" บริการส่งตรงหน้าบ้าน

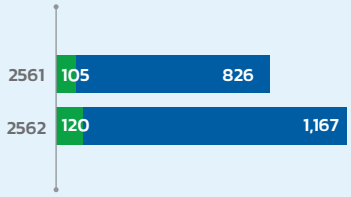
สรุปผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรม

นวัตกรรมแบบเปิด นวัตกรรมแบบปิด

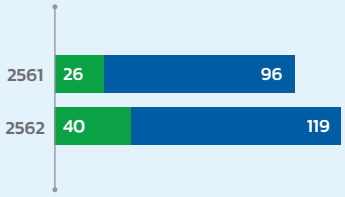
มูลค่านวัตกรรม (ล้านบาท)



ผลงานที่ส่งเข้าประกวด (ผลงาน)



ผลงานที่ได้รับรางวัล (ผลงาน)



จำนวนนวัตกร (ราย)

521 ผลงานวิจัย และพัฒนา

8 สิทธิบัตร

1 อนุสิทธิบัตร

บุคลากรด้านวิจัย และพัฒนา **254** ราย

งบประมาณด้านวิจัย และพัฒนา **297** ล้านบาท

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มุ่งดำเนินงานด้านการบริหารจัดการนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ความมุ่งมั่นของการเป็นผู้นำองค์กรด้านนวัตกรรมใหม่ ๆ ทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์การบริการ และขั้นตอนในการปฏิบัติงานขององค์กร เพื่อส่งเสริมผลกระทบในเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านการเพิ่มมูลค่าด้านนวัตกรรมจากผลิตภัณฑ์ใหม่และเพิ่มมูลค่าจากกระบวนการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งมุ่งเสริมสร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรมภายในองค์กรและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร พร้อมกันนี้ บริษัทมุ่งส่งเสริมการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมผ่านแนวทางการบริหารจัดการดังนี้ 1) การจัดตั้งศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรม 2) การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation) และ 3) วัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovation Culture)

แนวทางการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

1) การจัดตั้งศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรม

บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านนวัตกรรมภายใต้ความมุ่งหวังในการสร้างการเติบโตของธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน พร้อมกันนี้ บริษัทได้มีการจัดตั้งหน่วยงานด้านวิจัย พัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่สามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Science Technology and Innovation Development Office: STIDO)

ทำหน้าที่ขับเคลื่อนขีดความสามารถ และบทบาทด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีขององค์กรมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านการดำเนินงานด้านการวิจัยและพัฒนา การคิดค้นและถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ ๆ พร้อมขยายผลไปสู่การดำเนินธุรกิจตามยุทธศาสตร์ขององค์กร โดยศูนย์เทคโนโลยี 7 ศูนย์ ประกอบด้วย

- ศูนย์เทคโนโลยีชีวภาพ
- ศูนย์บริหารจัดการเทคโนโลยีการศึกษา
- ศูนย์เทคโนโลยีการพาณิชย์
- ศูนย์เทคโนโลยีโลจิสติกส์
- ศูนย์เทคโนโลยีการก่อสร้าง
- ศูนย์เทคโนโลยีหุ่นยนต์
- ศูนย์เทคโนโลยีดิจิทัล

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ในปี 2562 มีผลงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี จำนวน **8** ผลงาน

งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนากว่า **30** ล้านบาท

จากโครงการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีดังกล่าว สามารถนำองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการคงคุณค่าทางโภชนาการมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เกิดผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Product Innovation) ที่กำลังมีการขยายผลไปสู่เชิงพาณิชย์ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เช่น จัมโบ้บิ๊กเปามังสวิรัติเพิ่มวิตามินบี, เบอร์เกอร์ข้าวกล้องไก่แซ่บเพิ่มวิตามินบี เป็นต้น

บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด

เป็นศูนย์กลางข้อมูลความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนารวมถึงศูนย์กลางการทดสอบ เพื่อรองรับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารให้กลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ และบริษัทอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงเป็นศูนย์กลางในการประสานงานร่วมมือด้านวิจัยพัฒนากับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

มีผลงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี จำนวน **29** ผลงาน

งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา **70** ล้านบาท

บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา **9** คน

สำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ทำหน้าที่ในการ

1. **พัฒนาผลิตภัณฑ์**

   ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม อาทิ อาหารมื้อหลัก อาหารมื้อรอง เบเกอรี่ ผัก ผลไม้ และเครื่องดื่ม โดยดำเนินการตั้งแต่การกำหนดแนวคิด (concept) ของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อาทิ ปัจจุบันผู้บริโภคต่างให้ความสำคัญกับอาหารเพื่อสุขภาพและโภชนาการของอาหารมากขึ้น บริษัทจึงได้กำหนดแนวคิดของสินค้าเพื่อสุขภาพและโภชนาการ รวมถึงมีการวิเคราะห์ข้อมูลทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาสูตรสินค้า การพัฒนากรรมวิธีการผลิต กระบวนการบรรจุหีบห่อ กระบวนการเก็บรักษา และกระบวนการขนส่งสินค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ส่งถึงมือผู้บริโภค มีคุณภาพ มาตรฐานสม่ำเสมอ สำหรับผัก ผลไม้ บริษัทดำเนินการวิจัยตั้งแต่กระบวนการปลูกจนถึงการบรรจุหีบห่อเพื่อให้ยังคงความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์เมื่อถึงมือผู้บริโภค

2. **พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

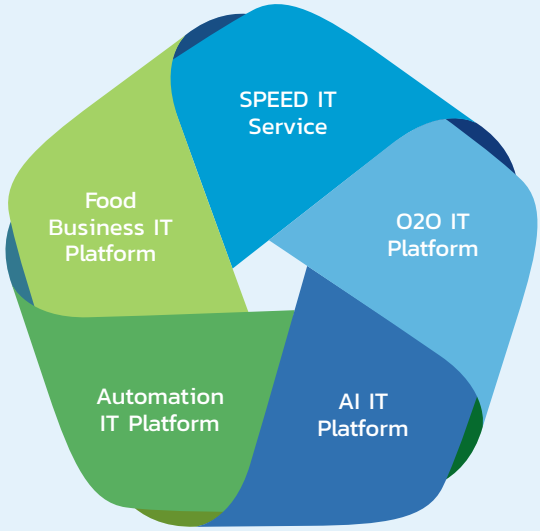
มีผลงานพัฒนาผลิตภัณฑ์จำนวน **484** ผลงาน

งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา **7,087,656** บาท

บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา **66** คน

2) การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัล

บริษัทจัดตั้งหน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัล โดยมีผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้กำกับดูแล รวมไปถึงทบทวนกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยด้านไซเบอร์ โดยมีบทบาทหน้าที่ในการดูแลระบบความปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร พร้อมทั้งทำหน้าหน้าที่สร้างความตระหนักเรื่องความเสี่ยงเกี่ยวกับเทคโนโลยีให้กับพนักงานทั่วทั้งองค์กร รวมไปถึงการปรับปรุงระบบการตรวจสอบความผิดปกติของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อลดระยะเวลาในการตรวจสอบและการแก้ปัญหานอกจากนี้หน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้มีการจัดตั้งศูนย์รวบรวมข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อนำข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมใหม่ ๆ ไปพัฒนาระบบการดำเนินงาน ผลิตภัณฑ์ และบริการขององค์กร ภายใต้กลยุทธ์การยกระดับด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม 5 ส่วนดังนี้



พร้อมกันนี้ บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง ผ่านกลยุทธ์ความมั่นคงปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Cyber Security Strategy) เพื่อความสามารถในการรักษาความปลอดภัยของระบบข้อมูล การป้องกันเครือข่ายข้อมูลและเพิ่มความตระหนักของผู้ใช้งานเกี่ยวกับภัยคุกคามไซเบอร์ รวมไปถึงเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจจับและการป้องกันการถูกโจมตีจากภัยคุกคามทางเครือข่ายอินเตอร์เน็ต บริษัทดำเนินการวิเคราะห์ความเสี่ยงและปรับปรุงนโยบายความปลอดภัยฯ ให้สอดคล้องตามกฎหมาย อีกทั้งเพิ่มทักษะและความเชี่ยวชาญให้กับบุคลากรด้านความปลอดภัยฯ ให้สามารถรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงหรือภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นได้

นวัตกรรมกับการพัฒนาธุรกิจสู่ยุค 4.0 (Digital Transformation)

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจมีการแข่งขันสูงขึ้นตลอดเวลาทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากล บริษัทจึงมีการวางแผนการดำเนินงานพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี เพื่อยกระดับการแข่งขันและเตรียมความพร้อมให้ทันต่อโลก โดยจัดให้มีการนำความรู้ความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้เสริมสร้างพัฒนาเทคโนโลยีให้เกิดโครงการรูปแบบใหม่ที่มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลาทั้งยังส่งเสริมให้เกิดแนวคิดนอกกรอบ ผสมผสานร่วมกับการบริหารจัดการโครงการเพื่อต่อยอดธุรกิจ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน โครงการตัวอย่าง ได้แก่

ร้านนวัตกรรม

1 **ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาทรูดิจิทัล พาร์ค**

สาขานำร่องทดลองในการเป็นดิจิทัลสโตร์โดยติดตั้งเทคโนโลยีระบบสแกนใบหน้า Face Recognition เพื่อให้ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นจัดหาหรือนำเสนอสินค้าที่ลูกค้าต้องการได้ง่ายขึ้น โดยระบบดังกล่าวจะทำการจดจำและเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้ง ยกระดับมาตรการรักษาความปลอดภัยภายในร้าน เพราะกล้องวงจรปิดและระบบสแกนใบหน้าจะทำงานร่วมกัน เพื่อช่วยแยกแยะระหว่างพนักงานกับบุคคลแปลกหน้าได้

2 **สยามแม็คโคร สาขา ดิจิทัล สโตร์**

เปิดให้บริการสาขาล่าสุด ลำดับที่ 129 ด้วยคอนเซ็ปต์ แม็คโคร ฟู้ดเซอร์วิส ที่ลาดกระบัง และถือเป็นสาขานำร่องในการเป็นดิจิทัล สโตร์ แห่งแรกของแม็คโคร รวมทั้งในธุรกิจค้าส่งและบริการด้านฟู้ดเซอร์วิสในประเทศไทยเพื่อให้เป็นต้นแบบห้างค้าส่งอัจฉริยะ ที่ใช้เวลาในการพัฒนาและก่อสร้างมากว่า 1 ปี ด้วยการนำ AI รวมทั้งอุปกรณ์ดิจิทัลและเทคโนโลยีถึง 32 ประเภท เพื่อการทำงานที่เชื่อมต่อกันทั้งพนักงาน คู่ค้า และลูกค้า

การดำเนินงาน

โดยการติดตั้งกล้อง AI อัจฉริยะ จำนวน 25 ตัว ในพื้นที่ ร้อยละ 20 ของพื้นที่ขาย เพื่อความสามารถในการมอนิเตอร์สินค้าขาดสต๊อกและเติมสินค้าให้เพียงพอต่อการซื้อตลอดเวลา มีป้ายราคาอัจฉริยะที่สามารถเปลี่ยนสินค้าทั้งร้านที่มีกว่า 8,000 รายการ ได้ภายใน 40 วินาที ทุก ๆ ครั้งที่มีข้อมูลใหม่ ๆ ใช้ระบบคิวบัสเตอร์ เสริมทีมผู้ช่วยให้ชำระเงินได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ใช้ระบบทำความเย็นอัตโนมัติและตรวจจับความร้อน เพื่อรักษาอุณหภูมิและคุณภาพของสินค้าได้ดียิ่งขึ้น มีการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าใช้ในสาขา ทำให้ช่วยลดพลังงานและประหยัดค่าไฟลงได้กว่าร้อยละ 35 เพิ่มหน้าจอแสดงความสามารถในการลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของสาขา มีจุดบริการชาร์ตรถยนต์ไฟฟ้าเพื่อสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าที่หันมาใช้รถยนต์ไฟฟ้า

ประโยชน์ที่ได้รับ

เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การให้บริการของเจ้าหน้าที่ให้ถูกต้องและแม่นยำมากขึ้น	ลูกค้าจับจ่ายได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากที่สุด	ความสามารถในการประหยัดพลังงาน ร้อยละ **35**

นวัตกรรมการบริการ

บริษัทนำแนวคิด ซีพี ออลล์ 4.0 เข้ามาปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองทุกไลฟ์สไตล์ โดยเปิดให้บริการแบงกิ้งเอเย่นต์ ฝากเงินที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทุกสาขาทั่วประเทศ บริการรับ ส่งพัสดุ ทั่วไทยในชื่อสปีดดี การให้บริการรับชำระบิล ซื้อตั๋วคอนเสิร์ต ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส การขยายตู้จัดจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) ตามชุมชนต่าง ๆ อาทิ ที่พักอาศัย อาคารสำนักงาน มหาวิทยาลัย โรงเรียน สนามบิน สถานีขนส่ง โรงงาน ศูนย์แสดงสินค้า รวมถึงโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่มี 200 เตียงขึ้นไป ยอดขายขั้นต่ำประมาณ 1,600 บาท / เครื่อง / วัน ในปี 2562 มีจำนวนตู้จัดจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ 761 ตู้ นอกจากนี้บริษัทพัฒนาแพลตฟอร์มดีลิเวอรี่เปิดตัวแอปพลิเคชันบริการสั่งซื้อสินค้าชื่อ “7-Eleven Delivery” บริการส่งตรงหน้าบ้าน ส่งฟรีแค่มียอดสั่งซื้อ 100 บาทขึ้นไป โดยพนักงานร้านเซเว่นอีเลฟเว่นจะทำหน้าที่จัดส่งให้ผู้สั่งโดยตรง ในปี 2562 บริษัททดลองให้บริการเฉพาะพื้นที่ชุมชน ที่อยู่อาศัย ประมาณ 100 สาขา

3) วัฒนธรรมนวัตกรรม

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการขับเคลื่อนองค์กรด้วยการสร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม โดยการส่งเสริม สร้างความรู้ ความเข้าใจ และสร้างบรรยากาศให้พนักงานได้เกิดแนวคิด สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ผ่านเวทีการประกวดโครงการนวัตกรรมภายในของกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ เพื่อเชิดชูเกียรติให้กับโครงการที่เกิดผลลัพธ์ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีการส่งเสริมการจัดการความรู้ภายในกลุ่มโดยนำวิธีการใหม่ไปขยายผลและแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศแก่กัน ส่งเสริมให้เกิดการนำความรู้จากภายนอกองค์กรมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจรวมถึงการสร้างความร่วมมือกับคู่ความร่วมมือภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดวิธีการใหม่ในธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทได้ส่งเสริมให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานลดภาระงานที่ไม่จำเป็นเพื่อให้องค์กรเกิดความคล่องตัว ทำให้พนักงานสามารถสร้างสรรค์งานที่มีคุณค่าและสร้างนวัตกรรมให้แก่บริษัท ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพการแข่งขัน เกิดวัฒนธรรมนวัตกรรมที่ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนร่วมในการส่งมอบคุณค่ากับประเทศชาติ ประชาชน และองค์กร

โครงการนวัตกรรมแบบปิด (Close Innovation)

โครงการ President Awards

เป็นโครงการเน้นการคิดค้นนวัตกรรมภายในของบริษัท เพื่อค้นหาสินค้าและบริการ กระบวนการใหม่ ๆ โดยอาศัยความหลากหลายของธุรกิจตอบโจทย์ของลูกค้าและผู้บริโภค รวมทั้งชุมชน สังคม และประเทศชาติ

โครงการปลาฝูงใหญ่ (Big Fish)

เป็นโครงการที่เน้นการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มาจากร้านเซเว่นอีเลฟเว่นซึ่งมีกระจายอยู่ทั่วประเทศและต้องให้บริการกับลูกค้าจำนวนมากในแต่ละวัน โดยเน้นการทำงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ภายใน บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน

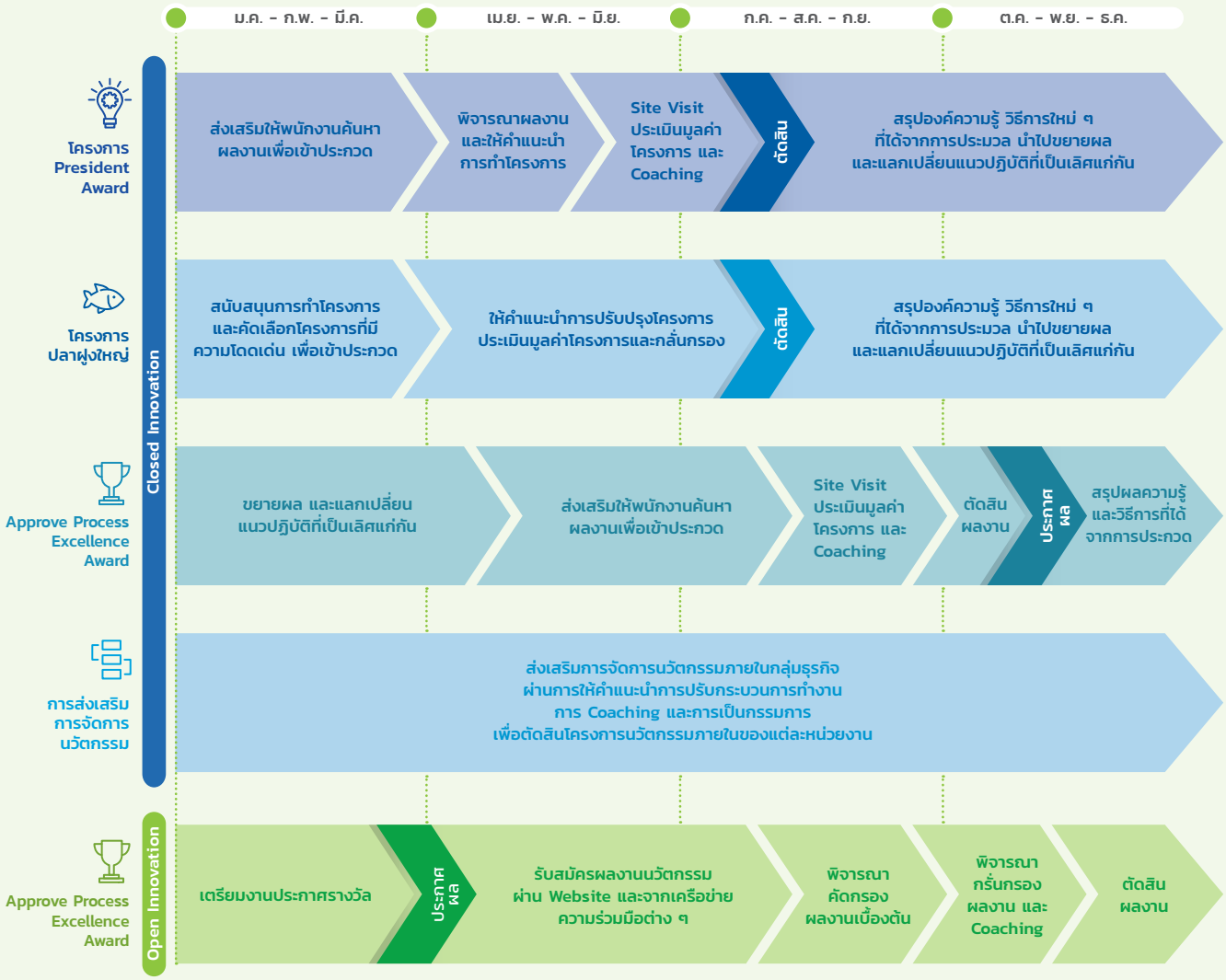
โครงการประกวดความเป็นเลิศด้านกระบวนการ (Approval Process Excellence Awards)

เป็นโครงการที่ให้ความสำคัญในการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการอนุมัติและการตัดสินใจ เพื่อให้การทำงานรวดเร็วและมีคุณภาพ (Speed and Quality) โดยนำระบบ IT เข้ามาช่วยทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพื่อตอบโจทย์ทุก ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และช่วยให้พนักงานมีความสุข

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและฉับพลันของเทคโนโลยี ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง เกิดธุรกิจใหม่สตาร์ทอัพและผู้ประกอบการที่มีนวัตกรรมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง บริษัทค้นหาและสร้างโอกาสเชิงกลยุทธ์ โดยการสร้างความร่วมมือกับคู่ความร่วมมือภายนอกองค์กรให้เกิดวิธีการใหม่ในธุรกิจ โดยการขับเคลื่อนผ่านนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งมอบคุณค่าให้กับประเทศชาติ ประชาชน และองค์กร อย่างยั่งยืน

โครงการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation)

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ 11 องค์กรระดับประเทศ ร่วมจัด “โครงการความร่วมมือขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับประเทศ Thailand Synergy เพื่อ SMEs ไทย (เพื่อเศรษฐกิจ เพื่อสังคม และประเทศชาติ)” ช่วยเหลือและสนับสนุนผลงานวิจัยแต่ละองค์กร (ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน) รวมไปถึงผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) ให้สามารถมีช่องทางและเพิ่มโอกาสทางการตลาด อีกทั้งเป็นการยกย่องเชิดชู นักวิจัยและผู้ประกอบการที่สร้างผลงานด้านนวัตกรรม ช่วยให้เกิดการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของประเทศ นอกจากนี้ ยังเป็นการสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนผ่านโครงการ 7 Innovation Awards



CP ALL Innovation Calendar

โดยปี 2562 มีโครงการส่งผลงานประกวดเข้าร่วมทั้งสิ้น 1,286 โครงการ และมีผลงานเด่นดังนี้

โครงการนวัตกรรมภายใน (Close Innovation)

ตัวอย่างโครงการ President Awards

1 ของฝากทั่วไทย ช้อปง่ายแค่ปลายนิ้ว (24 Shopping)

ความเป็นนวัตกรรม

จากความต้องการซื้อสินค้าขายดีประจำจังหวัด ของคนที่อยู่ต่างพื้นที่ต่างภูมิภาค สู่การสร้างช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ บริษัท ทเวนตี้โฟร์ ช้อปปิ้ง จำกัด ได้คัดเลือกสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาหารขึ้นชื่อของแต่ละจังหวัด โดยสนับสนุนการพัฒนาให้ผ่านมาตรฐาน อย. และพัฒนาระบบการจัดส่งที่สามารถคงความสดใหม่ของอาหารให้ถึงมือลูกค้า ผ่านร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทั่วประเทศหรือเลือกส่งถึงบ้านได้ตามความสะดวกของลูกค้า

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สนับสนุนให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการกว่า **76** ราย
- ประมาณการยอดขายในปี 2562 รวม **2.1** ล้านบาท
- เป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคให้เข้าถึงสินค้าขายดีของแต่ละจังหวัด

2 พลิกโฉม “ฟิล์มปิดผนึกพิมพ์ลายข้าวกะเพราหมู”

ความเป็นนวัตกรรม

จากเมนูข้าวกะเพราหมูซึ่งมียอดขายสูงกว่า 14 ล้านกล่องต่อปี ทีมงานได้พัฒนาฟิล์มลามิเนตปิดผนึกกล่องร่วมกับผู้ผลิต ให้มีคุณสมบัติทนความร้อน เก็บกักกลิ่นหอมของกะเพราได้มากขึ้น เนื้อฟิล์มมีความใสมากขึ้นทำให้เห็นความน่ารับประทานของอาหาร และสามารถพิมพ์ลายลงบนฟิล์มให้บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม แทนการใช้สติกเกอร์แบบเดิม ส่งผลให้เมนูข้าวกะเพรามีความน่ารับประทานมากขึ้น ยอดขายเพิ่มขึ้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สร้างกำไรส่วนเพิ่มของเมนูข้าวกะเพราหมูได้มากกว่า **4** ล้านบาท/ปี
- ลดปริมาณขยะจากการใช้สติกเกอร์ได้สูงถึง **16** ล้านชิ้น/ปี
- ปรับปรุงกระบวนการบรรจุให้เป็น Mass Production มากขึ้น

3 การพัฒนาสินค้าขนมปังแช่เย็น (Fresh Cream Bun)

ความเป็นนวัตกรรม

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดกระบัง) คิดค้นการทำขนมปังไส้ครีมสดแช่เย็นที่มีความอร่อย นุ่ม เบา ไส้เยอะ ละมุน ละลายในปาก เกิดจากการคิดค้นสูตรเฉพาะของแป้ง สัดส่วนของไขมันและน้ำตาล การขึ้นรูป การอบ รวมถึงเทคโนโลยีในการใส่ไส้ให้มีความน่ารับประทาน ได้การตอบรับจากลูกค้าและเป็นผู้ผลิตขนมปังไส้ครีมสดแช่เย็นระดับอุตสาหกรรมเพียงรายเดียวในประเทศไทย โดยสินค้ามีวางจำหน่ายเฉพาะในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทั่วประเทศ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

เป้าหมายรายได้ ปี 2562 เท่ากับ **100** ล้านบาท

เป็นทางเลือกแก่ลูกค้าเบเกอรี่ ในกลุ่มขนมปังแช่เย็นในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

สามารถต่อยอดพัฒนาเป็นสินค้ารายการอื่น ๆ ในกลุ่มขนมปังแช่เย็นได้

4 เครือข่ายสร้างสุขสู่ปลายด้ามขวาน

ความเป็นนวัตกรรม

จากการขยายโอกาสทางการศึกษาของซีพี ออลล์ พบว่าพื้นที่ 5 จังหวัดภาคใต้มีความต้องการรูปแบบการเรียนการสอนที่มีรายได้ระหว่างเรียน และมีอาชีพรองรับเมื่อจบการศึกษาอยู่สูง จึงเกิดเป็นโครงการความร่วมมือกับหน่วยงานราชการในพื้นที่ เพื่อเข้าแนะแนว สร้างระบบการดูแลนักศึกษาที่มีความแตกต่างทางด้านข้อปฏิบัติทางศาสนาและวัฒนธรรม มีผู้สนใจเข้าเรียนเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง ช่วยสร้างรายได้ พัฒนาคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจของพื้นที่ให้ดีขึ้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

จำนวนนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีรวม **285** คน

จำนวนผู้จบการศึกษาและมีงานทำแล้วรวม **80** คน

เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมของประเทศชาติให้มีความมั่นคง

โครงการนวัตกรรมภายใน (Close Innovation)

ตัวอย่างโครงการประกวดความเป็นเลิศด้านกระบวนการ (Approval Process Excellence Awards)

1 Smart CDC from Platform to Learning Center โดย ศูนย์กระจายสินค้า CDC บางบัวทอง

ความเป็นนวัตกรรม

ศูนย์กระจายสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิมีปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น ทำให้แนวโน้มชั่วโมงการทำงานสูงขึ้น ทีมงานจึงได้ปรับปรุงการทำงานให้เป็น Digital Platform โดยเริ่มจากการพัฒนาคนให้เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง การปรับปรุงลดขั้นตอนการทำงานให้กระชับ และเชื่อมโยงข้อมูล รวมถึงการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับธุรกิจ โดยดำเนินการครบกระบวนการตั้งแต่การรับสินค้า การจัดสินค้า การส่งมอบ และการจัดส่งสินค้า ลดขั้นตอนอนุมัติลง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดขั้นตอนการทำงานจาก
40 ขั้นตอนเหลือ
▼21 ขั้นตอน

ลดการอนุมัติ จาก
16 ขั้นตอนเหลือ
▼4 ขั้นตอน

ลดเวลาการทำงาน
คิดเป็นค่าแรงรวม
4.29 ล้านบาท/ปี

จำนวนพนักงานลาออก
ลดลงจาก
231 คน
▼111 คน

คะแนนความผูกพันของ
พนักงานเพิ่มขึ้นจาก
75% เป็น
▲84%

2 SMART PROCESS AUTOMATION โดย สายงานบัญชี และการเงิน

ความเป็นนวัตกรรม

โครงการที่นำ RPA : Robotic Process Automation เข้ามาช่วยการทำงานที่มีรูปแบบซ้ำ ๆ เกิดภาระงานที่ไม่สร้างคุณค่า ทีมงานเลือกใช้ฟรีแวร์ และศึกษาวิธีการใช้ด้วยตัวเอง และขยายผลโดยพัฒนาให้พนักงานเกิดความรู้ในวิธีการใช้งานระบบ RPA สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงการทำงานได้เองเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างคนกับเครื่องจักร ส่งผลให้ภาระงานลดลง พนักงานมีทักษะรองรับงานในอนาคต ภาระที่ลดลงสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ และรับงานใหม่เพิ่มขึ้น ช่วยสร้างความสุข ความก้าวหน้าในอาชีพ และแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงาน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดขั้นตอนและเวลาการทำงานจากการนำระบบ RPA มาใช้ได้ รวม
24.76
ล้านบาท

พนักงานสามารถเพิ่มทักษะในการเรียนรู้ระบบ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานอื่นๆ ได้เพื่อรองรับการแข่งขันในยุคดิจิทัล

3 โครงการ Effective Planning for Supply Chain โดย บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดหลุมแก้ว)

ความเป็นนวัตกรรม

ปัจจุบันลูกค้าเซเว่นอีเลฟเว่นมีการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงต้องมีการสั่งบรรจุภัณฑ์กลุ่มถาดเพิ่มขึ้น ซึ่งฝ่ายวางแผนต้องมีการปรับลดหรือเพิ่มยอดการสั่งซื้อของบรรจุภัณฑ์กลุ่มถาดตามยอดใช้จริงในแต่ละวัน เพื่อบริหารพื้นที่คลังสินค้าที่มีอยู่อย่างจำกัด ส่งผลให้เกิดการทำงานที่ซ้ำซ้อนทั้งในส่วนฝ่ายวางแผน,ฝ่ายจัดซื้อของบริษัท และคู่ค้า จากการปรับเปลี่ยนแผนการผลิตอาหารแบบ Chilled บ่อยครั้ง ทำให้การส่งมอบของคู่ค้า ไม่ทันตามความต้องการที่เร่งด่วน และส่งผลต่อการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ช้ากว่าแผนงาน ทีมงานได้ปรับปรุงกระบวนการทำงานใน 3 ด้าน ได้แก่ การสร้าง Workflow Online เพื่อบริหารข้อมูลให้รวดเร็ว, ปรับปรุงขั้นตอนการสั่งซื้อ และจัดทำ Visual Stock ที่เชื่อมต่อกับผู้ส่งมอบได้ทันที

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

คู่ค้าสามารถส่งมอบสินค้าให้บริษัทตามกำหนด ร้อยละ **100**

ยกเลิกขั้นตอนการอนุมัติลง **9** ขั้นตอน

ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานจาก **20** ขั้นตอนเหลือ **4** ขั้นตอน

สามารถดำเนินการออกสินค้าใหม่ (ในประเทศ) ได้ภายใน **38** วัน จากเป้าหมาย **45** วัน

ลดค่าใช้จ่ายจัดเก็บและเคลื่อนย้ายสินค้า **2.04** ล้านบาท/ปี

โครงการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation)

ตัวอย่างโครงการด้านสังคม

1 Activated Charcoal จากเหง้ามันสำปะหลัง

ผลงานของบริษัท ต้อม คาซาวา จำกัด

ความเป็นนวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์ผงถ่านกำมันต์ Activated Carbon คุณภาพสูงที่ไม่ใช้สารเคมี ผลิตจากเหง้ามันสำปะหลัง ด้วยการพัฒนาเตาเผาระบบปิดที่ไม่ใช้พลังงานจากภายนอก สามารถให้ความร้อนกว่า 1,000 องศาเซลเซียส โดยปราศจากสารเคมี สามารถนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพชีวิตสำหรับการจัดการอาหารปลอดภัย ในการถนอมผักและผลไม้ให้เก็บได้นานขึ้น เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ช่วยเกษตรกรที่ปลูกมันสำปะหลังให้มีรายได้เพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย

ผลลัพธ์และประโยชน์ทางธุรกิจ ทางสังคมและ/หรือสิ่งแวดล้อม

สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเหง้ามันสำปะหลัง
โดยรับซื้อจากเกษตรกรในราคา
700 บาท/ตัน

ลดภาระค่าใช้จ่ายให้เกษตรกรในการขนย้าย
เหง้ามันสำปะหลังไปเผา
150 บาท/ตัน

ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร
มากกว่า 3,000 ครัวเรือน ครัวเรือนละ
240,000 บาท/ปี

ช่วยลดการนำเข้า Activated Carbon ปีละกว่า
600 ล้านบาท

ลดภาระต้นทุนภาคธุรกิจในการถนอมผัก
ผลไม้ ทำให้เก็บได้นานขึ้น

ลดปัญหาการสร้างภาวะเรือนกระจกจาก
การหยุดเผาเหง้ามันสำปะหลัง

ลดภาระภาครัฐด้านสาธารณสุข
สำหรับการจัดการอาหารปลอดภัยและ
การจัดการมลภาวะเป็นพิษในอากาศและน้ำ

2 ผลิตภัณฑ์จากโพรไบโอติกสายพันธุ์ใหม่ป้องกันฟันผุ

ผลงานของคณะทันตแพทยศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ความเป็นนวัตกรรม

ผลงานวิจัยจากการคัดเลือกเชื้อจุลินทรีย์สายพันธุ์ดีในประเทศไทย ที่มีความปลอดภัย ช่วยกระตุ้นภูมิคุ้มกันในน้ำลาย ช่วยควบคุมจำนวนเชื้อก่อโรคฟันผุ ซึ่งสามารถคงอยู่ในช่องปากเพื่อกำจัดแหล่งเชื้อฟันผุได้นาน จึงมีประสิทธิภาพในการป้องกันฟันผุ และมีราคาถูกกว่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ โพรไบโอติกจากต่างประเทศ สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้หลากหลายรูปแบบ เช่น นมเปรี้ยว นมอัดเม็ด ลูกอม และผง สามารถช่วยป้องกันปัญหาฟันผุในวัยเด็กและผู้สูงวัย ช่วยลดการสูญเสียฟันก่อนวัยอันควร

ผลลัพธ์และประโยชน์ทางธุรกิจ ทางสังคมและ/หรือสิ่งแวดล้อม

ประหยัดค่าใช้จ่ายในการรักษาฟันผุโดย
ประเมินจากค่าใช้จ่ายในการอุดฟันให้กับเด็ก
กลุ่มอาสาสมัครจำนวน
1,500 คน
มูลค่าปีละ
607,500 บาท

ลดค่าใช้จ่ายงบประมาณของภาครัฐ
ในการแก้ปัญหาฟันผุและผลที่ตามมาจากฟันผุ

ขยายผลในผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้หลากหลาย
ซึ่งมีโอกาสที่จะต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม
ได้อีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันมีการใช้
ผลิตภัณฑ์โพรไบโอติกเพื่อสุขภาพประมาณ
7,000 ล้านบาท

ตัวอย่างโครงการด้านเศรษฐกิจ

3 **137 ดีกรี นมทางเลือกเพื่อสุขภาพ**
ผลงานของบริษัท ชิมเพิ้ล ฟู้ดส์ จำกัด

ความเป็นนวัตกรรม

เป็นผลิตภัณฑ์นมอัลมอนด์ UHT ทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่รักสุขภาพ ต้องการแคลเซียมแต่แพ้นมวัว โดยเลือกถั่วอัลมอนด์และธัญพืชชนิดที่มีคุณประโยชน์แก่ร่างกายสูง ให้ไขมันชนิดดี ผ่านกรรมวิธีการสกัดในอุณหภูมิความร้อนสูงอย่างรวดเร็ว ทำให้สารอาหารอยู่ครบถ้วน ใช้น้ำตาลจากเกสรดอกมะพร้าวที่ให้ดัชนีน้ำตาลต่ำ (low GI) ช่วยการเผาผลาญและย่อยสลายไขมัน มีโฟลิค 70% ของปริมาณที่ร่างกายต้องการต่อวัน ช่วยเสริมสร้างเซลล์ประสาท และเป็นสารอาหารที่ผู้หญิงตั้งครรภ์ต้องการมากที่สุด อุดมไปด้วยวิตามิน B, E และ Antioxidants ช่วยเสริมสร้างสมอง ลดความเสี่ยงต่อโรคอัลไซเมอร์ เหมาะสำหรับผู้ต้องการควบคุมระดับน้ำตาล ผู้ป่วยโรคหัวใจ และผู้ที่มีคอเลสเตอรอลสูง และไม่ใช้คาราจีแนนเพื่อให้นมคงตัว ซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ

ผลลัพธ์และประโยชน์ทางธุรกิจ ทางสังคมและ/หรือสิ่งแวดล้อม

สร้างยอดขายทั้งในและต่างประเทศกว่า
350 ล้านบาท/ปี
และมีการส่งออกไปขายแล้ว
30 ประเทศทั่วโลก

เพิ่มมูลค่าและสร้างชื่อเสียงให้สินค้าเกษตร
เช่น เกสรดอกมะพร้าว ให้โด่งดังทั่วโลก

สร้างตลาดให้กับนมอัลมอนด์ในประเทศไทย
เป็นเจ้าแรกและผลักดันให้ตลาดเติบโตอย่างต่อเนื่อง

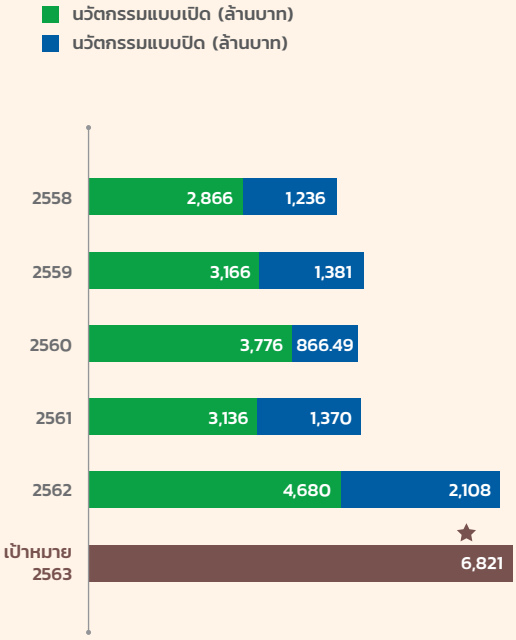
เพิ่มทางเลือกให้กับผู้ที่มีปัญหาด้านสุขภาพ
ที่ต้องการควบคุมน้ำตาลและไขมัน และผู้ที่แพ้นมวัว

ส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานในประเทศ

ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์นมที่ดี
ต่อสุขภาพในราคาที่เข้าถึงได้ ผ่านช่องทาง
การจัดจำหน่ายที่สะดวกสบายมากขึ้น

ผลการดำเนินงาน ขับเคลื่อนนวัตกรรม

การดำเนินงานขับเคลื่อนนวัตกรรมต่าง ๆ สามารถคำนวณเป็นมูลค่าเพื่อติดตามผลการดำเนินงาน ซึ่งในปี 2562 มีผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรมที่แสดงเป็นมูลค่าเชิงเศรษฐกิจ ดังนี้



ยกระดับอาชีวอนามัย สร้างความปลอดภัยน่าทำงาน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2562

ร้อยละ **24** (10 จาก 42)
ของพื้นที่เป้าหมาย
ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล
เพื่อการจัดการอาชีวอนามัย
และความปลอดภัย ISO45001

ไม่มีการบาดเจ็บถึงขั้นเสียชีวิต
เนื่องจากอุบัติเหตุในงาน
ทั้งในส่วนพนักงาน และผู้รับเหมา

40 รางวัล
ด้านความปลอดภัย
ระดับประเทศ

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG3 การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี
3.4 ลดการตายก่อนวัยอันควรจากโรคไม่ติดต่อ ผ่านการป้องกัน การรักษา สนับสนุนสุขภาพจิตและความเป็นอยู่ที่ดี

3.6 ลดผู้เสียชีวิตและผู้บาดเจ็บเนื่องจากอุบัติเหตุทางจราจรบนท้องถนน

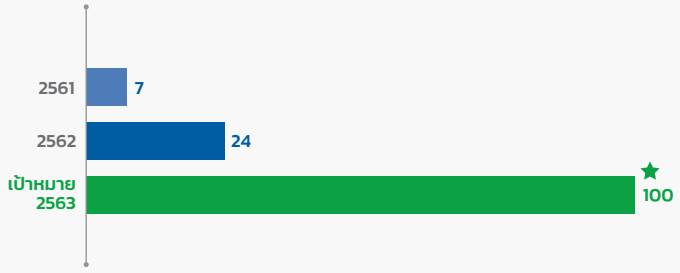
SDG8 การมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน
8.8 ส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคง

เป้าหมายปี 2563

บุคลากรของบริษัทได้รับความคุ้มครองดูแลด้านอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเทียบเท่าระดับสากล ภายในปี 2563

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

พื้นที่ดำเนินการประยุกต์ใช้มาตรฐานสากล ISO45001:2018 (ร้อยละ)



หมายเหตุ : พื้นที่เป้าหมาย คือ ศูนย์กระจายสินค้า โรงงาน ครอบคลุมบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีพีแรม จำกัด และบริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด

ความท้าทาย

บุคลากรถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ภายใต้การดำเนินกิจกรรมธุรกิจที่หลากหลาย และมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า บริษัทจึงจำเป็นต้องมีมาตรการด้านความปลอดภัย และส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี ครอบคลุมทั้งบุคลากรของบริษัท และผู้รับเหมาซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลขององค์กร เพราะหากเกิดเหตุไม่คาดคิด อาจส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินชีวิตของบุคลากร พร้อมทั้งส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการลดใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็นหากองค์กรสามารถป้องกันได้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างและส่งเสริมความพึงพอใจให้กับบุคลากรที่สามารถสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาวได้

การดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ในฐานะองค์กรขนาดใหญ่ที่มีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลาย บริษัทมีความมุ่งมั่นในการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย รวมถึงพัฒนาแนวทางการจัดการและแนวทางปฏิบัติด้านอาชีวอนามัยความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีให้เทียบเท่าระดับสากล รวมถึงปฏิบัติต่อบุคลากร และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายด้วยความเท่าเทียม ผ่านการดำเนินธุรกิจ การจัดกิจกรรม และการกำหนดแผนงานต่าง ๆ นอกจากนี้ บริษัทกำหนดตัวชี้วัดที่มีความเหมาะสมโดยพิจารณาจากลักษณะการดำเนินธุรกิจบริบท และความเสี่ยงของธุรกิจอย่างจำเพาะเจาะจงเพื่อให้การจัดการด้านอาชีวอนามัยความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร พร้อมทั้งสามารถสร้างมุมมอง ทัศนคติและความตระหนักในด้านความปลอดภัยและการจัดการสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีให้กับพนักงานและผู้เกี่ยวข้อง รวมไปถึงเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีได้อย่างต่อเนื่อง

ความคืบหน้าปี 2562

- ISO 45001 — ขยายผลการนำมาตรฐานสากล ISO45001 มาดำเนินการประยุกต์ใช้ ในบริษัทเพิ่มเป็น 10 พื้นที่
- ขอการรับรองระบบ ISO45001 จำนวน 10 พื้นที่
- กิจกรรม Fit & Firm to slim ภายใต้โครงการความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน
- โครงการ “Wellness program day” ลาขาดโรคฮิต Office Syndrome
- โครงการวัฒนธรรมความปลอดภัย (Safety Culture) สำหรับพนักงานศูนย์กระจายสินค้าและร้านสาขา

สรุปผลการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

	ปี 2561				ปี 2562			
	พนักงานชาย	พนักงานหญิง	ผู้รับเหมาชาย	ผู้รับเหมาหญิง	พนักงานชาย	พนักงานหญิง	ผู้รับเหมาชาย	ผู้รับเหมาหญิง
อัตราการบาดเจ็บ* ทุกประเภท (IR)	4.99	1.78	1.53	2.05	3.81	1.16	2.43	1.23
อัตราการบาดเจ็บ* ที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	N/A	N/A	N/A	N/A	0.00	0.00	0.00	0.00
อัตราการบาดเจ็บ* ทั้งหมด	N/A	N/A	N/A	N/A	2.27	0.69	2.02	0.93
อัตราการหยุดงาน* เนื่องจากเกิดอุบัติเหตุ (LTIFR)	1.93	0.65	0.94	1.15	1.28	0.42	1.28	0.67

*กรณี ต่อ 1,000,000 ชั่วโมงทำงาน

จำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงานชาย-หญิง, ผู้รับเหมาชาย-หญิง ปี 2561-2562

0 ราย

อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (OIFR) ของพนักงานชาย-หญิง ปี 2561-2562

0 กรณีต่อ 1,000,000 ชั่วโมงทำงาน

กรอบนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

- เคารพสิทธิมนุษยชนที่พึงได้รับ สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ยึดมั่นในการดำเนินงานที่เป็นเลิศ
- บูรณาการความร่วมมือในการดำเนินงานทั้งภายในและภายนอก เพื่อป้องกันอุบัติเหตุ และโรคจากการทำงาน
- รายงานผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใส โดยการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับ

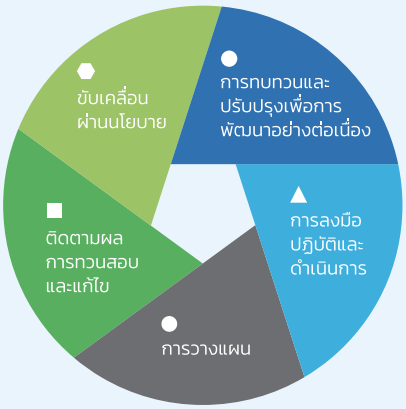
การพัฒนาระบบการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

(Occupational Health & Safety Management System Development)

บริษัทมุ่งดำเนินงานตามนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 บริษัททำการยกระดับแนวทางการดำเนินการตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Safety Health Environment Standard: SHE Standard) ซึ่งเป็นมาตรฐานหลักในการทำงานเกี่ยวกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ให้มีความเข้มข้นและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย และการนำระบบการจัดการ อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ISO45001 มาดูแลให้ครอบคลุมถึงพนักงาน ผู้รับเหมา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงชุมชนรอบข้างให้มีความปลอดภัย มีสุขภาพอนามัยที่ดี รวมถึงส่งเสริมกิจกรรม Safety Kaizen เพื่อยกระดับในการสร้างนวัตกรรมด้านความปลอดภัย พร้อมทั้งสามารถประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสมกับความหลากหลายทางธุรกิจขององค์กร

พร้อมกันนี้ บริษัทมุ่งดำเนินการทบทวนสถานะระบบการจัดการดังกล่าว พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขระบบการจัดการอาชีวอนามัย ความปลอดภัยขององค์กรเพื่อขอการรับรอง Initial Assessment Stage I – II รวมถึง ทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของ Audit Report and Program เพื่อให้สอดคล้องกับระบบ ISO45001 นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดทำแนวทางและเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูลด้านชีวอนามัยและความปลอดภัย ที่มีความสอดคล้องกับมาตรฐานสากล สำหรับใช้ในการบริหารจัดการ และสร้างความพร้อมให้กับองค์กรในการทวนสอบข้อมูลโดยหน่วยงานภายนอก

แนวทางการดำเนินงานที่สอดคล้องแนวปฏิบัติสากลเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



การทบทวนและปรับปรุงเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

- การทบทวนแก้ไขโดยผู้บริหารเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- การกำหนดประเด็นแก้ไขเร่งด่วนและลำดับความสำคัญ

การลงมือปฏิบัติและดำเนินการ

การรายงานอุบัติเหตุสามารถทำได้โดยพนักงานที่ประสบเหตุเองหรือพนักงานผู้พบเห็นเหตุการณ์ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วม และเห็นถึงความสำคัญของความปลอดภัย ซึ่งจากการรายงานอุบัติเหตุ ยังมีขั้นตอนการสอบสวนถึงสาเหตุที่แท้จริง และกำหนดวิธีการป้องกันอุบัติเหตุในอนาคต

ติดตามผลการทวนสอบและแก้ไข

- การประเมินและวัดผลการดำเนินงาน
- การให้คำแนะนำในการปรับปรุงดำเนินงาน

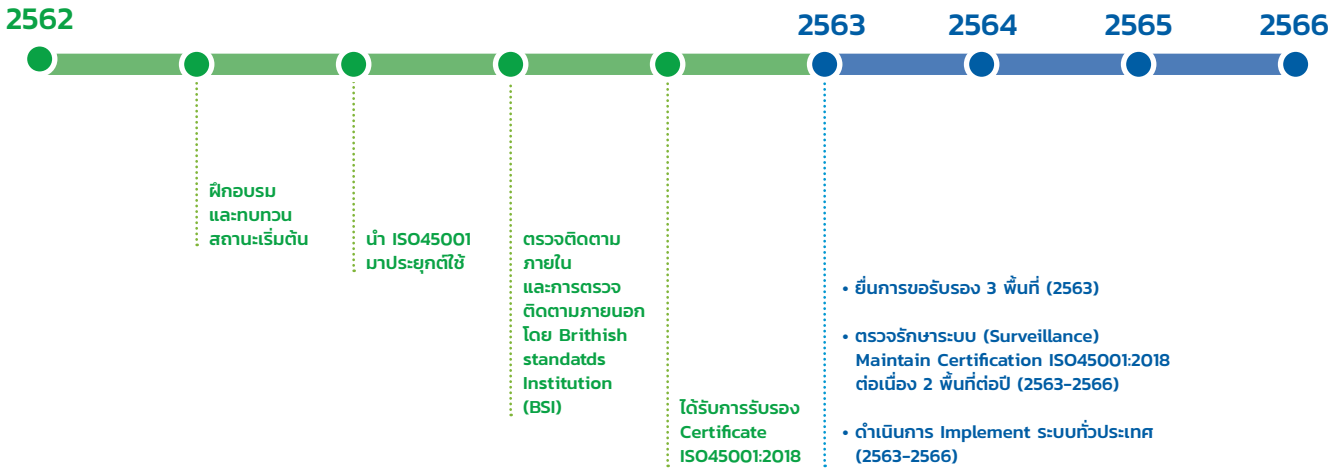
ขับเคลื่อนผ่านนโยบาย

- การกำหนดทิศทางการดำเนินงาน
- การสื่อสารขอความร่วมมือจากทุกฝ่าย

การวางแผน

- ปีละ 1 ครั้ง โดยเจ้าของพื้นที่และหัวหน้างานที่ได้รับการอบรมและวัดผลเกี่ยวกับการประเมินความเสี่ยงตามมาตรฐานและตรวจทานโดยเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยวิชาชีพประจำพื้นที่จากการสัมภาษณ์และสังเกตการทำงานจริงทั้งงานประจำและงานที่ทำเป็นครั้งคราว อาทิ งานซ่อมบำรุง
- นำผลการประเมินความเสี่ยงมาปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงาน อุปกรณ์ พื้นที่การทำงาน และโปรแกรมการอบรมพนักงาน

แผนงานพัฒนาระบบอาชีวอนามัย และความปลอดภัย (Occupational Health and Safety : OHS) สู่การรับรอง ISO45001 ปี 2562-2566



	ก่อนทำระบบ ISO45001	หลังทำระบบ ISO45001
จำนวนอุบัติเหตุจากการทำงาน (กรณี)	90 กรณี	38 กรณี
จำนวนอุบัติการณ์จากการทำงาน (กรณี)	N/A	เริ่มเก็บข้อมูล

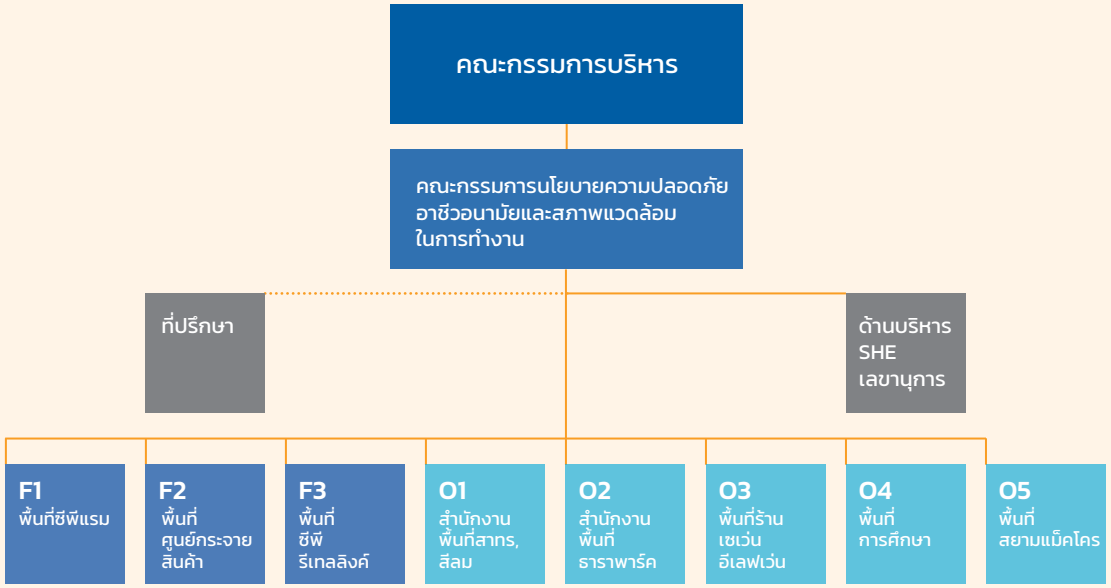
หมายเหตุ: N/A = ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

โครงสร้างการบริหารความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

โครงสร้างการบริหารความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องในเรื่องการปฏิบัติตามนโยบาย ผ่านการทำงานของคณะกรรมการและคณะทำงานตามพื้นที่และลักษณะการดำเนินงาน เพื่อให้ครอบคลุมพนักงานทั้งหมดในองค์กรรวมถึงผู้รับเหมาตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยคณะกรรมการมีวาระในการดำรงตำแหน่ง 1 ปี นอกจากนี้ บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านการบริหารความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ผ่านการยกระดับอาชีวอนามัยให้กับบุคลากรให้มีสุขภาพอนามัยที่ดี ป้องกันการเกิดอุบัติเหตุระหว่างการปฏิบัติงาน และการบริหารจัดการความเครียดโดยสามารถแบ่งเป็น 3 โครงการหลัก ดังนี้

- โครงการความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานและผู้รับเหมา
- โครงการลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย
- โครงการลดความเสี่ยงด้านการยศาสตร์และการจัดการความเครียด

โครงสร้างบริหารความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน



1) โครงการความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานและผู้รับเหมา

บุคลากรเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจ บริษัทมุ่งยกระดับอาชีวอนามัยให้กับบุคลากรเพื่อให้บุคลากรมีสุขภาพอนามัยที่ดี ทั้งด้านกายภาพและจิตใจ โดยนอกจากจะมีการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงานตามความเสี่ยง และกฎหมาย ตลอดจนโปรแกรมการดูแลสภาพเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้สามารถใช้งานได้อย่างปลอดภัยแล้ว บริษัทยังจัดโปรแกรมการตรวจสุขภาพประจำปี และตรวจสุขภาพตามปัจจัยเสี่ยงในการทำงานโดยสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรอง พนักงานจะได้รับผลการตรวจสุขภาพปิดผนึกจากหน่วยงานทรัพยากรบุคคลเท่านั้น และมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแพทย์ และผู้เกี่ยวข้องตามกระบวนการรักษาความลับของบริษัท และห้องพยาบาลที่มีพยาบาลประจำตามพื้นที่ทำงาน นอกเหนือจากโปรแกรมการตรวจสุขภาพดังกล่าว บริษัทยังได้มีการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1 กิจกรรม Exercise for Office Staff

โปรแกรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดีประจำวันของพนักงาน โดยครูผู้ฝึกสอนดำเนินกิจกรรมการออกกำลังกายและมีรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลายตามความสนใจของพนักงาน อาทิ กิจกรรม X-Fighter โยคะ (Yoga) เต้นซุมบ้า (Zumba) เต้น K-POP การเจริญสมาธิ และโยคะลูกบอล (Yoga Ball) เป็นต้น

2 กิจกรรม Health Center Program

บริษัทจัดกิจกรรม Health Center Program อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้ง จัดการบรรยาย และสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop & Health Seminar) เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ความรู้ด้านการดูแลสุขภาพแก่พนักงาน อาทิ “ไขรหัสลับ DNA : อาหารตามยีน” การเลือกอาหารที่มีความเหมาะสม เลือกทานอาหารเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ ยังมีการเพิ่มช่องทางการให้ความรู้ และสร้างการเข้าถึงเรื่องสุขภาพผ่านช่องทางอีเมล รวมถึงมีการจัดตั้งห้องสวัสดิการกายภาพบำบัด (Health Center) เพื่อให้พนักงานนัดหมายล่วงหน้าเข้ารับบริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

3 กิจกรรม Fit & Firm to slim

บริษัทสนับสนุนโปรแกรมการควบคุมน้ำหนักตามเกณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อให้พนักงานมีความตระหนักถึงปัญหาของโรคอ้วน และใส่ใจการออกกำลังกายเพื่อให้มีน้ำหนักตามเกณฑ์ปกติ ลดการเจ็บป่วยของพนักงาน สำหรับพนักงานทุกคนที่มีค่า BMI เกินมาตรฐาน/ต่ำกว่ามาตรฐาน ผ่านการอบรมให้ความรู้ด้านโภชนาการโดยแพทย์ประจำบริษัท เช่น การคำนวณแคลอรี่ของอาหารแต่ละประเภท การกำหนดเป้าหมาย ท่าทางในชีวิตประจำวันที่ช่วยลดน้ำหนัก ส่งเสริมการออกกำลังกายในวันทำงาน โดยการจัดสรรอุปกรณ์สำหรับออกกำลังกายให้กับพนักงานทุกคนที่เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมกันนี้ ยังมีการดำเนินกิจกรรมลดค่า BMI ของพนักงานให้มีค่า BMI ไม่เกิน 23.0 โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องถ่ายภาพเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมการออกกำลังกาย และรูปภาพความเปลี่ยนแปลงของตนเอง มีการติดตามผลน้ำหนักระหว่างการเข้าร่วมกิจกรรมในทุกวันศุกร์ น้ำหนักที่ลดลงทุก 1 ขีด จะได้รับเงิน 1 บาท รวมไปถึงเข้าตรวจวัดค่า BMI และตรวจวัดค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันเพื่อนำมาเปรียบเทียบความเปลี่ยนแปลงหลังเข้าร่วมกิจกรรม

4 กิจกรรม Flexible Time

บริษัทมุ่งส่งเสริมให้พนักงานประจำสำนักงานเลือกเวลาในการทำงานที่เหมาะสมได้ 3 ช่วงเวลา ได้แก่ 08:00 –17:30, 09:00 –18:30 และ 09:30–19:00

โดยในปี 2562
มีพนักงานเข้าร่วมโครงการแล้ว
1,108 คน

คิดเป็นร้อยละ
32 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด

5 กิจกรรม Childcare Facilities or Contributions

บริษัทส่งเสริม และสนับสนุนกิจกรรมการเตรียมความพร้อมเป็นคุณแม่ การอบรมให้ความรู้เรื่องนมแม่แก่พนักงานตั้งครรภ์ กิจกรรมโภชนาการสำหรับคุณแม่ตั้งครรภ์ กิจกรรมเยี่ยมแม่หลังคลอดเพื่อสร้างขวัญกำลังใจ และความสัมพันธ์อันดีภายในกลุ่มคุณแม่ ภายใต้การดำเนินงานตามนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พร้อมกันนี้ มีการจัดสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับบุตรหลานของพนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี เพื่อลดความเสี่ยง และการเกิดอันตรายจากวุฒิภาวะของเด็ก และเยาวชน ความไม่คุ้นชินกับพื้นที่ปฏิบัติงานของบริษัท และเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระ ความกังวลในการเลี้ยงดูบุตร ธิดาช่วงปิดภาคการศึกษา บริษัทจึงได้จัดโครงการเรียนดนตรีไทยและนาฏศิลป์ภาคฤดูร้อนสำหรับบุตรหลานพนักงาน และผู้บริหารของบริษัทในช่วงเวลางานปกติของเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคมจำนวน 65 คน โดยเด็ก ๆ ที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับใบประกาศวุฒิบัตร และทุนการศึกษารวมทั้งสิ้น 4,000 บาท ต่อคน สำหรับเด็กเล็ก บริษัทมีโครงการต่าง ๆ ภายใต้ชมรมหนังสือเล่มแรกของสายงานกระจายสินค้าซึ่งแบ่งตามช่วงวัยของเด็ก ดังนี้

โครงการ หนังสือเล่มแรก Bookstart

กลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่ตั้งครรภ์ – 3 ปี
พ่อแม่อ่านหนังสือให้ลูกทุกวัน อย่างน้อยวันละ 10-15 นาที เพื่อให้เด็กรักการอ่าน และเสริมสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่ลูกใน 3 ขวบปีแรก

โครงการ พ่ออ่านบ้านอุ่น

กลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่ตั้งครรภ์ – 3 ปี
กระตุ้นเร้าให้พ่อให้โอกาสตัวเองในการเลี้ยงลูกผ่าน การอ่านหนังสือ เพื่อให้พ่อเริ่มมีส่วนร่วมในการเลี้ยงลูกมากขึ้น

โครงการ สมรรถนะเด็กปฐมวัย ในการพัฒนาตามวัย

กลุ่มเป้าหมาย 3 ปี – 6 ปี
ให้แนวทางในการสังเกตสมรรถนะเชิงพฤติกรรมของเด็กเพื่อให้เข้าใจเด็ก และวิธีการเลี้ยงดูเด็กให้ดียิ่งขึ้น โดยส่งเสริม สนับสนุนให้เด็กทำกิจกรรม และกิจวัตรจนเป็นนิสัยกระทั่งเกิดสมรรถนะตามวัย

โครงการ เสริมทักษะชีวิต

กลุ่มเป้าหมาย ไม่จำกัดอายุบุตร
เสริมทักษะในการเลี้ยงลูกให้พ่อแม่เรียนรู้ว่าลูกวัยไหน ควรเลี้ยงดูอย่างไร ให้ความรู้เรื่องไหนและมากน้อยระดับใด และที่สำคัญยิ่งคือ ให้แนวทางที่พ่อแม่จะนำไปค้นหาบุคลิคภาพเฉพาะตัวของลูก เพื่อให้ "เลี้ยงลูกให้ถูกทาง"

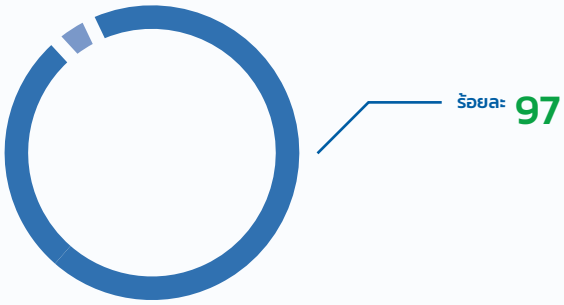
โดยในปี 2562 โครงการต่าง ๆ มีสมาชิกเข้าร่วมทั้งหมดดังนี้

โครงการหนังสือเล่มแรก โครงการพ่ออ่านบ้านอุ่น
546 คน

โครงการสมรรถนะเด็กปฐมวัย
459 คน

โครงการเสริมทักษะชีวิต
326 คน

พนักงานที่เข้าร่วมโครงการหนังสือเล่มแรก มีความพึงพอใจในหลักสูตรอบรม และสัมมนา



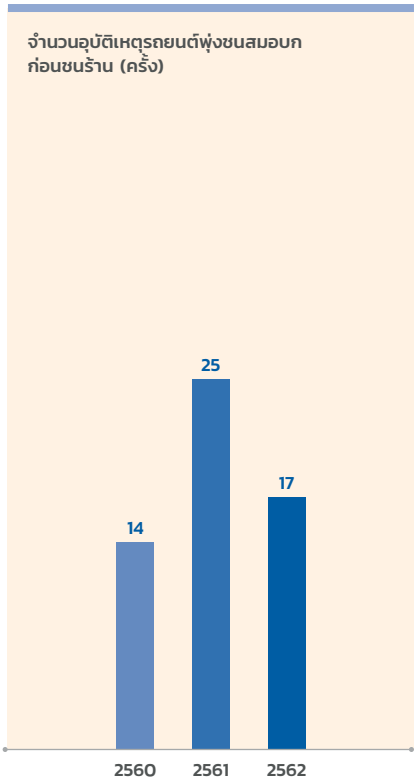
2) โครงการลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

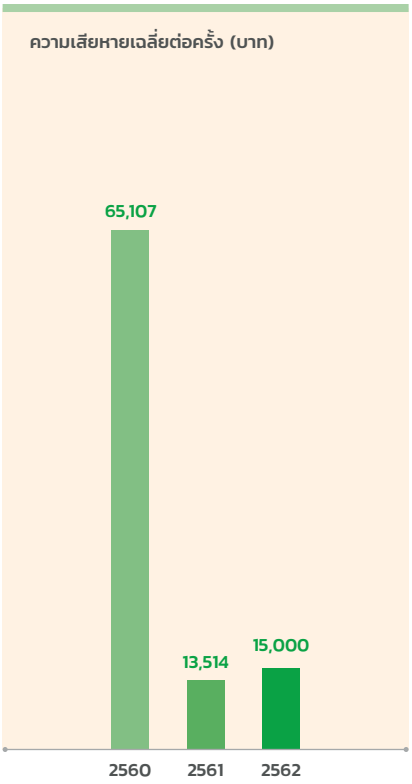
บริษัทดำเนินการตามกรอบนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกคนที่ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในที่ทำงานของตนเอง ร่วมไปถึงเพื่อนร่วมงาน ภายใต้แนวคิด “อุบัติเหตุสามารถป้องกันได้” ทั้งนี้ บริษัทได้ส่งเสริมการให้ความรู้ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานแก่พนักงานทุกระดับ รวมถึงผู้รับเหมา โดยจัดให้มีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งความปลอดภัยในการทำงานโดยทั่วไป และตามความเสี่ยงของงาน อาทิ โครงการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยร้านเซเว่นอีเลฟเว่น โครงการวัฒนธรรมความปลอดภัย (Safety Culture) สำหรับพนักงานศูนย์กระจายสินค้า และโครงการพฤติกรรมความปลอดภัย (Behavior Based Safety: BBS) สำหรับพนักงานในสายการผลิต เป็นต้น

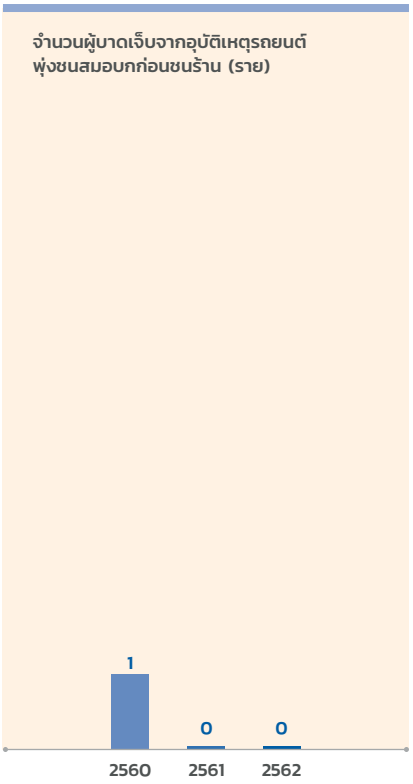
หลักการทำงานของสมอบก ชน-พับ-ล็อก ไม่ให้เคลื่อนไหว

1 โครงการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

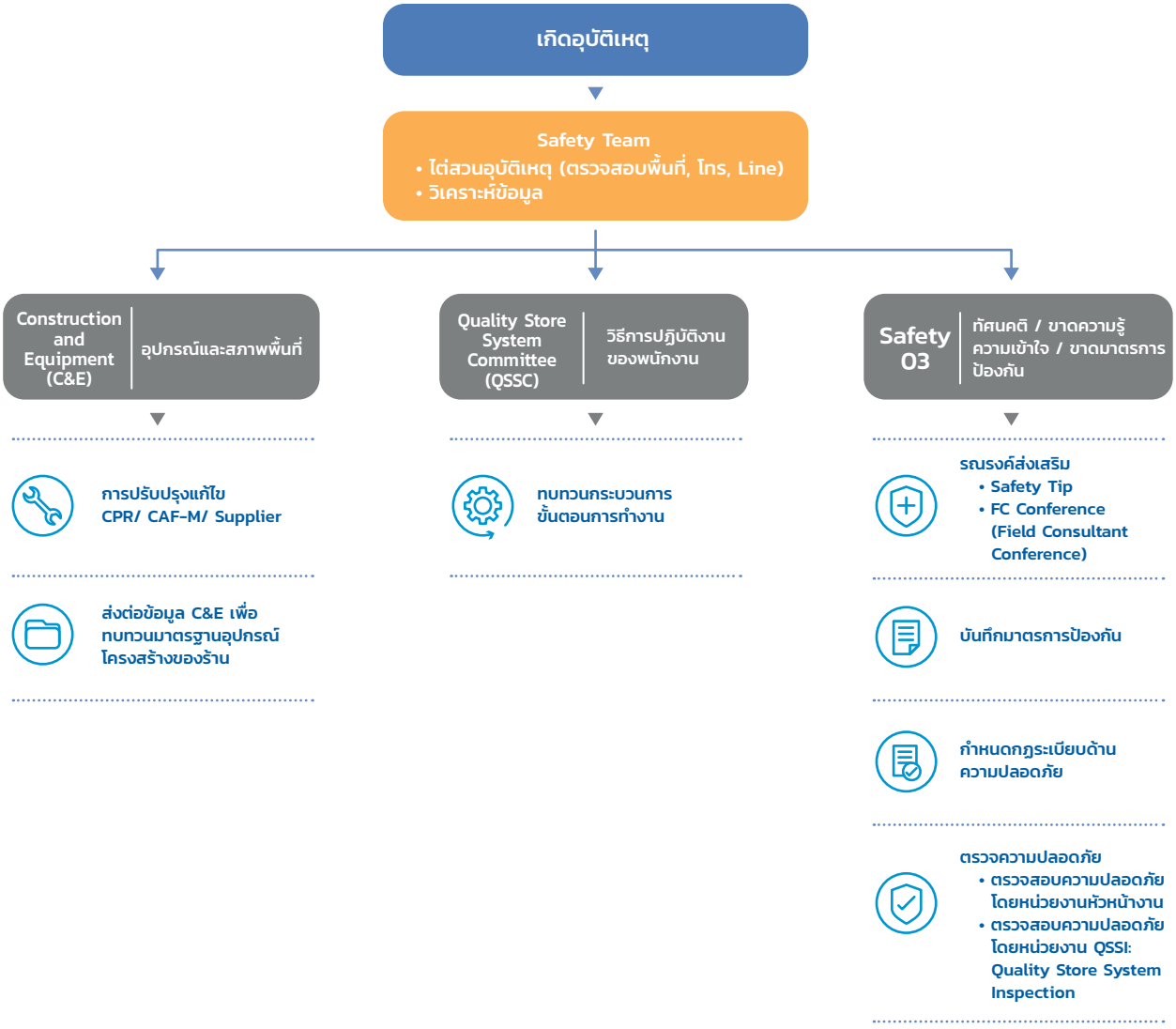
ในปี 2562 บริษัทยังคงดำเนินการต่อเนื่องขยายผลการติดตั้งสมอบก อุปกรณ์เพื่อลดความรุนแรงของอุบัติเหตุจากยานพาหนะ และลดความสูญเสียของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นที่ตั้งติดกับถนนสายหลัก โดยสมอบกมีหลักการทำงานคือ ชน-พับ-ล็อก ไม่ให้รถยนต์หรือยานพาหนะเคลื่อนที่







นอกเหนือจากความปลอดภัยของพนักงานและผู้รับเหมาแล้ว บริษัทยังคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยมีกระบวนการจัดการความปลอดภัยสำหรับลูกค้าในกรณีเกิดอุบัติเหตุ ดังนี้



บริษัทมีการเก็บข้อมูลสถิติการเกิดอุบัติเหตุกับลูกค้าซึ่งข้อมูลจะถูกนำมาวิเคราะห์หาสาเหตุ และปรับปรุงการทำงาน การกำหนดประเภทวัสดุอุปกรณ์ รวมถึงการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในร้าน ให้มีความปลอดภัยกับลูกค้าต่อไป ในปี 2562 อุบัติเหตุที่เกิดกับลูกค้ามากเป็น 5 อันดับแรก ได้แก่ ลื่นล้ม น้ำร้อนลวก สะดุดหมอนกั้นจอดรถ สะดุดพรมหน้าร้าน และสื่อประชาสัมพันธ์ตกใส่ศีรษะ

2 โครงการวัฒนธรรมความปลอดภัย (Safety Culture) สำหรับพนักงานศูนย์กระจายสินค้า และร้านสาขา

บริษัทดำเนินการยกระดับความปลอดภัยของศูนย์กระจายสินค้า และร้านสาขา ภายใต้แนวคิด “ลด ละ เลิกพฤติกรรมเสี่ยง ติ เตือน ชม” ซึ่งประกอบไปด้วยแนวทางการดำเนินงานดังนี้

1 การจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ ค้นหา และตระหนักถึงความเสี่ยงที่มีอยู่ พร้อมทั้งหาวิธีแก้ไข และป้องกันก่อนที่ความเสี่ยงนั้นจะก่อให้เกิดอุบัติเหตุ

2 การสร้างความตระหนัก และเพิ่มทักษะทางด้านความปลอดภัยให้กับหัวหน้างานเพื่อช่วยดูแลพนักงาน และตนเองให้มีความปลอดภัย ระหว่างการปฏิบัติงาน อีกทั้งสร้างความเข้าใจอย่างถูกต้องในเรื่องการเกิดอุบัติเหตุที่สามารถเกิดกับพนักงาน โดยมีขั้นตอนในการปฏิบัติ อาทิ สังเกตการณ์ ติดตามพฤติกรรมทางด้านความปลอดภัย เตรียมความพร้อมก่อนการทำงานระหว่างการทำงาน และเลิกงานอย่างมีความปลอดภัย

Stop Work Authority

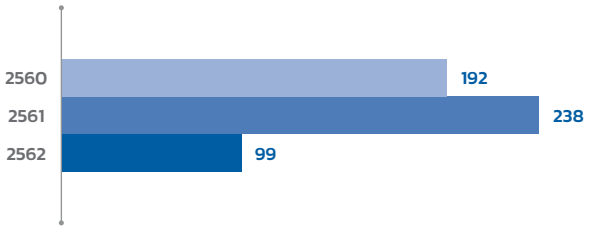
บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถแจ้งหัวหน้างาน เพื่อขอเปลี่ยนแปลงหน้าที่ได้ หากพิจารณาแล้วพบว่าการทำงานดังกล่าวมีความไม่ปลอดภัย เนื่องจากสภาพร่างกายหรือสุขภาพของพนักงานที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุ อุบัติการณ์ หรือความเจ็บป่วยต่าง ๆ

โดยบริษัทมีกระบวนการต่าง ๆ ตามมาเพื่อป้องกันการเกิดเหตุ เช่น การจัดให้มีเครื่องมือหรือการแก้ไขหน้างาน หรือการเปลี่ยนแปลงหน้าที่ของพนักงาน

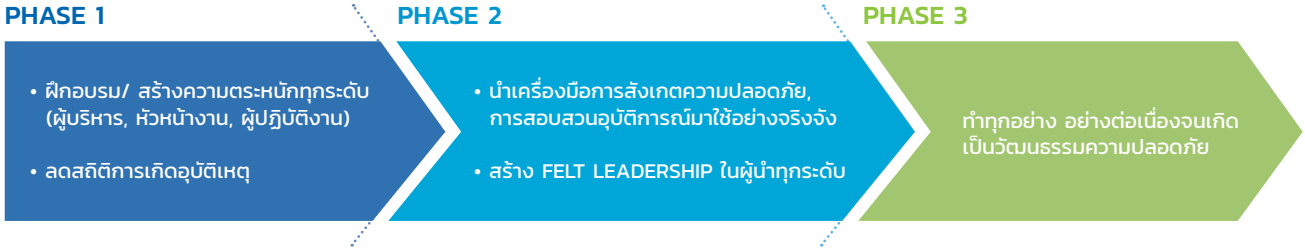
โดยในปี 2562 อุบัติเหตุโดยรวมของศูนย์กระจายสินค้า และร้านสาขาลดลงอย่างชัดเจน และมีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้ บริษัทได้ดำเนินโครงการวัฒนธรรมความปลอดภัย (Safety Culture) สำหรับผู้รับเหมาขนส่ง และสำหรับผู้รับเหมาก่อสร้างผ่านกิจกรรมการตรวจวัดปริมาณแอลกอฮอล์ และสร้างความตระหนักถึงภัยอันตรายจากการดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการเดินทางถึงจุดหมายอย่างมีสวัสดิภาพและไร้แอลกอฮอล์ของพนักงาน

แนวโน้มการลดลงของอุบัติเหตุ

จำนวนอุบัติเหตุที่เกิดขึ้น (กรณี)



ความคืบหน้าการดำเนินโครงการวัฒนธรรมความปลอดภัย (Safety Culture)

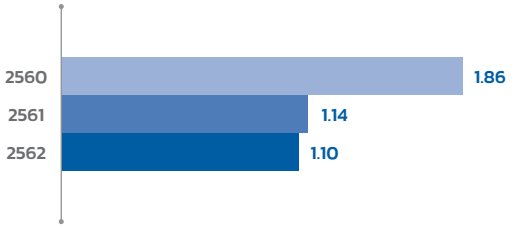


2 โครงการพฤติกรรมความปลอดภัย (Behavior Based Safety: BBS) สำหรับพนักงานในสายการผลิต

บริษัทมุ่งมั่นลดพฤติกรรมความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดอุบัติเหตุอย่างต่อเนื่องผ่านแนวคิด “ลด ละ เลิก พฤติกรรมเสี่ยง สร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยอย่างยั่งยืน” ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท ซีพีแรม จำกัด ในการยกระดับความปลอดภัยขององค์กรผ่านกรอบการดำเนินงานตามนโยบายด้านความปลอดภัยของโรงงาน และมุ่งเน้นสร้างความตระหนักถึงพฤติกรรมความปลอดภัยของพนักงานในส่วนงานการผลิตที่มีความเสี่ยงมากกว่าส่วนงานอื่น โดยการสื่อสารขององค์กรในการสร้างความตระหนัก และความสำคัญด้านความปลอดภัยของพนักงาน ทั้งนี้ บริษัทได้จัดทำรายงานด้านความปลอดภัย 3 ภาษา ซึ่งประกอบไปด้วย ภาษาไทย ภาษากัมพูชา และภาษาพม่า เพื่อสร้างความเข้าใจ และสร้างการเข้าถึงของพนักงานที่มีหลากหลายเชื้อชาติ ทั้งนี้มีพนักงาน ร้อยละ 100 ที่เข้าถึงและรับรู้รายงานความปลอดภัย

ความคืบหน้าการดำเนินโครงการวัฒนธรรมความปลอดภัย (Behavior Based Safety : BBS) สำหรับพนักงานในสายการผลิต

ผลการดำเนินงานโครงการพฤติกรรมความปลอดภัย
อัตราความถี่ของการบาดเจ็บ (Injury Frequency Rate: IFR) (ร้อยละ)



นอกเหนือจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมยกย่องเชิดชูเกียรติแก่ผู้ที่สร้างชื่อเสียงด้านความปลอดภัยให้กับองค์กรในงานสัมนาเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ มุ่งสู่วัฒนธรรมความปลอดภัยประจำปี 2562

3) โครงการลดความเสี่ยงด้านการยศาสตร์ และการจัดการความเครียด

บริษัทมุ่งสนับสนุนหลักการยศาสตร์ที่เหมาะสมกับลักษณะการทำงานของพนักงาน โดยคำนึงถึงสุขภาพอนามัยที่ดี และเพิ่มความรู้สึกผ่อนคลายเนื่องจากความเครียดจากการปฏิบัติงานเพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดอันตรายต่อระบบกล้ามเนื้อ และกระดูกผ่านการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ดังนี้

1 โครงการ Ergonomics Programs

โดยบริษัท ซีพีแรม จำกัด ที่สอดแทรกการเรียนรู้ วิธีการปฏิบัติ และท่าทางการปฏิบัติงานที่ปลอดภัย พร้อมทั้งมีแผนที่จะขยายผลต่อไปให้ครบทุกพื้นที่ พร้อมกันนี้ ยังมีการใช้ระบบการทำงานอัตโนมัติในกลุ่มงานที่มีการทำซ้ำ ๆ อีกทั้งบริษัทยังมีกิจกรรมการออกกำลังกายในช่วงระหว่างวันของการทำงาน โดยการยืด เหยียด เป็นต้น

2 โครงการ “Wellness Program Day” ลาขาดโรคฮิต Office Syndrome

โครงการ Wellness Program Day เป็นโครงการด้านสุขภาพสำหรับพนักงานในองค์กร ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ กิจกรรมการตรวจร่างกายด้วยเครื่อง InBody เพื่อวิเคราะห์ตัวชี้วัดต่าง ๆ เช่น มวลไขมัน มวลโปรตีน มวลกระดูก และมวลน้ำ เพื่อนำมาประกอบการดูแลสุขภาพโปรแกรมตรวจวัดมวลกล้ามเนื้อเปอร์เซ็นต์ไขมัน และแปลงผลโดยผู้ชำนาญการด้านการออกกำลังกายจาก Virgin Active Fitness พร้อมทั้งรับคำแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกายและการดูแลสุขภาพ เพื่อให้ห่างไกลจากโรค Office Syndrome

ภายใต้ความมุ่งมั่นของบริษัทในการดำเนินงานด้านความปลอดภัยขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทได้รับรางวัลแห่งความภาคภูมิใจในปี 2562 ต่าง ๆ อาทิ รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 ในการประกวด Safety Youth Brand Ambassador ปี 2562 ในงานสัปดาห์ความปลอดภัยครั้งที่ 33 นับเป็นรางวัลแห่งความภาคภูมิใจ และเป็นต้นแบบที่ดีในการพัฒนาด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยสู่ความยั่งยืนของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ตามแนวทางนโยบายที่ได้ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ส่งเสริม และผลักดันให้มีการสื่อสารกิจกรรมและมุ่งเน้นให้เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยมีส่วนร่วมในการสื่อสารด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัยมาโดยตลอด อีกทั้งบริษัทมีความภาคภูมิใจอย่างยิ่งที่ได้รับรางวัลระดับประเทศด้านความปลอดภัย และยังมีการทบทวนการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ในปี 2562 บริษัทยังได้รับรางวัลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยระดับประเทศจำนวนทั้งสิ้น 40 รางวัล ได้แก่

- **รางวัลสถานประกอบกิจการต้นแบบดีเด่น** ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน **14** รางวัล
- **รางวัลสถานศึกษาปลอดภัยดีเด่น** ระดับประเทศ ประจำปี 2562 **8** รางวัล
- **รางวัลคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2562 ดีเด่น** ระดับประเทศ **1** รางวัล
- **รางวัลเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน ระดับบริหาร** ประจำปี 2562 ดีเด่นระดับประเทศ **2** รางวัล
- **รางวัลเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน ระดับวิชาชีพ** ประจำปี 2562 ดีเด่นระดับประเทศ **1** รางวัล
- **รางวัลทีมฉุกเฉิน** ในสถานประกอบกิจการ ระดับประเทศ **4** รางวัล
- **รางวัลกิจกรรมรณรงค์ลดสถิติอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์** (Zero Accident campaign) **10** รางวัล

คัดสรรอาหารปลอดภัย ห่วงใยสุขภาพผู้บริโภค

ผลการดำเนินงาน ที่สำคัญปี 2562

ยอดขายผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่วางจำหน่าย มุ่งเน้นสุขโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดีขึ้น

3,372

ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่วางจำหน่าย มุ่งเน้นสุขโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดีขึ้น

193

รายการ (SKUs)

การสนับสนุนเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG2 ยุติความหิวโหย
2.1 ทุกคนสามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการและเพียงพอ

SDG3 การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี
3.8 เข้าถึงบริการสุขภาพที่มีคุณภาพ ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ

SDG8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ
8.1 รักษาการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับสภาวการณ์ของแต่ละประเทศ

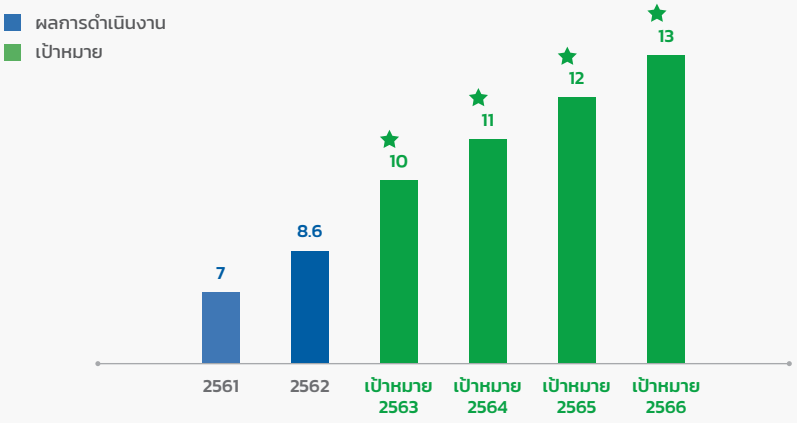
SDG12 แผนการบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืน
12.4 การบริหารจัดการของเสียและสารเคมีเพื่อลดผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์และสภาพแวดล้อม

เป้าหมายปี 2563

มีผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่มุ่งเน้นสร้างสุขโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดีต่อคนในสังคมเพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ **10** ณ ปี 2563

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

รายการผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มุ่งเน้นสุขโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดี (ร้อยละสะสม)



ความท้าทาย

ปัจจุบันกระแสนิยมการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ยังเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคต่างให้ความสำคัญกับโภชนาการ และแหล่งที่มาของอาหารมากขึ้น ส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพผลิตออกสู่ท้องตลาดมากขึ้นเทคโนโลยีทางการผลิตเกิดขึ้น และพัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ผลิตสามารถพัฒนากรรมวิธีการผลิตให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และรูปแบบการบริโภค ที่เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละช่วงวัยได้มากขึ้น จึงเป็นที่มาของความท้าทายที่บริษัทต้องการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสุขภาพที่ดีของประชาชน โดยการพัฒนาศักยภาพ และยกระดับขีดความสามารถในการวิจัยและผลิตอาหารที่มุ่งเน้นในการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ทางเลือกด้านสุขภาพที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละช่วงวัยให้แก่ผู้บริโภคและเพิ่มโอกาสการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพและความปลอดภัยสู่ผู้บริโภค

ความคืบหน้าปี 2562

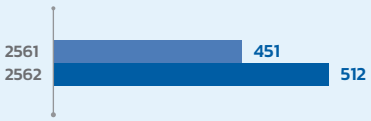
- การขยายผลร้านต้นแบบ ภายใต้โครงการ "กินดี อยู่ดี มีสุข"
- โครงการ Meal for Care
- โครงการ Eat Well
- โครงการ พัฒนาเยาวชนรุ่นใหม่สู่การเป็นนักจัดการเกษตรมืออาชีพ

แนวทางการดำเนินงาน

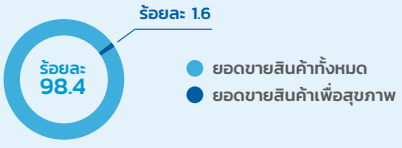
บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะส่งมอบโอกาสมีสุขภาพที่ดีให้กับผู้บริโภค พัฒนาศักยภาพและยกระดับขีดความสามารถในการวิจัยที่มุ่งเน้นในการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการตามช่วงวัย ยกระดับกระบวนการผลิตสินค้า โดยกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านคุณภาพและโภชนาการครอบคลุมเรื่องผลิตภัณฑ์ การเข้าถึงข้อมูล และการสื่อสารกับผู้บริโภค การส่งเสริมการเข้าถึงสุขภาวะที่ดี กำหนดหลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ รวมถึงกำหนดกลยุทธ์ สร้างการรับรู้ของลูกค้าให้มีคอนเซ็ปของสุขภาพอย่างครบทุกด้าน อาทิ ปรับภาพลักษณ์ของร้าน การจัดเรียงสินค้า พัฒนาทักษะของพนักงานร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ให้มีความรู้ด้านการจัดการผัก ผลไม้สด เป็นต้น พร้อมทั้งกำหนดแผนดำเนินการสุขภาพ ความงาม และสุขภาวะที่ดีให้กับลูกค้า ปี 2562-2566 มุ่งเน้นการปรับปรุงคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพกลุ่มอาหารพร้อมรับประทาน เครื่องดื่ม อาหารว่าง และเบเกอรี่ พร้อมทั้งใส่ใจคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

สรุปผลการดำเนินงานด้านการส่งเสริมสุขภาวะที่ดี

ผลิตภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นสุขโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดี (รายการ : SKUs)



สัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดี ต่อยอดขายทั้งหมด

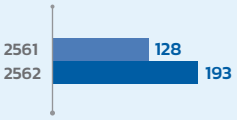


ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดี แยกตามประเภท ในปี 2562

- **322 รายการ** ได้รับ Healthier Choice ยอดขาย 20,281 ล้านบาท
- **25 รายการ** ลดโซเดียม, น้ำตาล, ไขมัน และไขมันทรานส์ ยอดขาย 1,114 ล้านบาท
- **5 รายการ** เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ ยอดขาย 270 ล้านบาท
- **5 รายการ** ปรับปรุงสูตร ยอดขาย 406 ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นสุขโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดี (Existing) (รายการ: SKUs)

ผลิตภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นสุขโภชนาการ สุขภาพ และสุขภาวะที่ดี (New) (รายการ: SKUs)



หลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

01

สินค้าอาหารที่ผ่านการรับรองหรือผ่านหลักเกณฑ์ของ "ทางเลือกสุขภาพ" หรือ Thai Healththier Logo ที่ให้การรับรองโดยสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล

02

อาหารที่มีการเพิ่มหรือลดหรือปราศจากสารอาหารตามที่กฎหมายหรือมาตรฐานที่ยอมรับ เช่น ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541

03

ผักและผลไม้สด หรืออาหารที่คงสภาพสารอาหารที่เป็นประโยชน์ทางธรรมชาติ หรือผ่านการแปรรูปน้อย หรืออาหารที่รับประทานแล้วได้โภชนาการครบถ้วนและพลังงานที่เหมาะสมใน 1 มื้อ

04

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

ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ

บริษัทมีการดำเนินการวิจัยและพัฒนาโภชนาการอาหารในผลิตภัณฑ์ให้มีปริมาณสารอาหารที่เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละช่วงวัย และลดปริมาณสารบางชนิดในอาหาร เช่น โซเดียม นอกจากนี้ ยังมีการแสดงคุณค่าทางโภชนาการบนฉลากผลิตภัณฑ์ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

โครงการ "กินดี อยู่ดี มีสุข"

เพื่อร่วมสร้างสุขภาพที่ดีส่งถึงมือลูกค้า โครงการ "กินดี อยู่ดี มีสุข" ได้ริเริ่มดำเนินการขึ้นเพื่อสนับสนุนการส่งมอบสินค้าสุขภาพ ความงาม และสุขภาวะที่ดีให้กับลูกค้า โดยมีการเพิ่มสินค้าสุขภาพที่หลากหลาย ครบทุกหมวดหมู่ และจัดหมวดหมู่ของสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพในร้านให้โดดเด่น และสะดุดตามากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของสินค้า คุณค่าทางโภชนาการ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้า และสังคมมากยิ่งขึ้น นอกจากการพัฒนาและเพิ่มสินค้าชนิดใหม่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มแล้ว ยังมีการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ และพัฒนาระบบในการชำระเงินให้สะดวกยิ่งขึ้น โดยในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2561 บริษัทได้ทดลองกับร้านเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาประชาอุทิศ 17 (ยอดทอง) มียอดขายสินค้ากลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพร้อยละ 26.98 ของรายได้ทั้งหมด ในปี 2562 บริษัทได้สร้างร้านต้นแบบที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาโรงพยาบาลกรุงเทพ โดยมีการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า ข้อมูลสินค้าขายดีของร้าน รวมถึงสถานที่โดยรอบของโรงพยาบาลซึ่งเป็นที่พักอาศัย คอนโดมิเนียม เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ โรงแรม และหอพัก ซึ่งสอดคล้องกับสินค้าอาหารสุขภาพของโครงการที่สามารถตอบโจทย์ของลูกค้าได้อย่างลงตัว เช่น อาหารพร้อมปรุง อาหารพร้อมทาน เครื่องดื่มสุขภาพ ฯ นอกจากนี้ยังมีการการปรับภาพลักษณ์ของร้าน และการจัดเรียงสินค้าให้มีแนวคิดของสุขภาพ เพื่อสร้างให้เกิดการรับรู้ของลูกค้าอย่างครบทุกด้านมากยิ่งขึ้น โดยมีมุมสุขภาพที่มีสินค้าหลากหลายพร้อมให้บริการ นอกจากนี้ยังได้ขยายสาขาไปยังทำเลศักยภาพต่าง ๆ เช่น ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาประสานมิตร ในทำเลสถานศึกษา รวมถึงในทำเลสำนักงาน เป็นต้น ซึ่งสามารถอำนวยความสะดวก และส่งมอบสินค้าเพื่อสุขภาพให้กับกลุ่มลูกค้านักศึกษาและคนทำงาน

จากผลการตอบรับที่ดีของลูกค้า บริษัทได้ขยายผลโครงการทดลองเป็นจำนวน 13 สาขา และมียอดขายสินค้ากลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นถึง 7,250 บาทต่อร้าน ส่งผลให้มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 ของร้านที่เข้าร่วมโครงการ และในปี 2563 บริษัทมีแผนขยายสาขาเพิ่มอีก 1,000 สาขา เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการ ด้านสุขภาพ ความงาม และสุขภาวะที่ดีให้กับลูกค้าได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

(ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาโรงพยาบาลกรุงเทพ)

(ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาประสานมิตร)

บริษัททำการวิเคราะห์คุณค่าจากการดำเนินงานโครงการดังกล่าว ได้ผลดังนี้

ยอดขายของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
เป็นมูลค่าทั้งสิ้น

23,192,131,488 บาท

เติบโตร้อยละ **15.8** จากปี 2561

ผู้บริโภคที่เป็นเด็ก และเยาวชน
มีความตระหนักเรื่องอาหาร
และสุขภาพมากขึ้น

ประชาชนกว่า **13** ล้านราย
สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย
มีคุณค่าทางโภชนาการและเพียงพอ

สัดส่วนยอดขายของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่ม Own Brand ต่อยอดขายสินค้าเพื่อสุขภาพ ปี 2562 (ร้อยละ)

กลุ่มสินค้า
ที่ลดน้ำตาล
โซเดียม ไขมัน
และไขมันทรานส์

กลุ่มสินค้า
ที่ปรับปรุงสูตร

นอกจากนี้ยังมีการดำเนินโครงการอื่น ๆ ภายใต้โครงการ “กินดี อยู่ดี มีสุข” ที่สนับสนุนการส่งต่อคุณค่าทางโภชนาการอาหาร ดังนี้

โครงการ Meal for Care

เพื่อเพิ่มทางเลือกอาหารเพื่อสุขภาพให้แก่ผู้บริโภค บริษัทจึงพัฒนากลุ่มสินค้า และสูตรการผลิตสินค้าทั่วไปให้มีคุณค่าโภชนาการมากขึ้น มีปริมาณพลังงาน โซเดียม ไขมัน และน้ำตาลที่เหมาะสมต่อมื้ออาหาร โดยมีเกณฑ์สินค้าเพื่อคุณภาพ (Health Products) สำหรับสินค้าร่วมพัฒนาและสินค้าทั่วไปชนิดใหม่ ดังนี้

1. อ้างอิงเกณฑ์ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับ 182 เรื่อง ฉลากโภชนาการ ว่าด้วยเกณฑ์การลดโซเดียม น้ำตาล พลังงาน เป็นต้น
2. เกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ "Healthier Choice" ของมหาวิทยาลัยมหิดล ว่าด้วยเรื่อง การควบคุมสารอาหารในเกณฑ์ที่เหมาะสม 8 หมวด ได้แก่ โซเดียม พลังงาน น้ำตาล ไขมัน เกลือแร่ ไฟเบอร์ เหล็ก เพื่อให้การรับประทานอาหารต่อมื้อเหมาะสม
3. พัฒนาสินค้าให้มีปริมาณโซเดียมไม่เกินร้อยละ 33 ของปริมาณที่ร่างกายต้องการในแต่ละวันต่อถาด
4. พัฒนาสินค้าให้มีปริมาณโซเดียมต่อถาดลดลงจากเดิม และอยู่ในเกณฑ์ที่ลูกค้ายอมรับได้ สืบเนื่องมาจาก สินค้าโซเดียมสูงด้วย based Raw-material หรือ พื้นฐานอาหาร โดยให้ลดปริมาณโซเดียมลงให้ได้น้อยที่สุดเท่าที่ลูกค้ายอมรับรสชาติได้
5. อ้างอิงการกล่าวอ้างทางสุขภาพ (Health claim) กล่าวถึง การแสดงรูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์เครื่องหมาย เครื่องหมายทางการค้า หรือข้อความใด ๆ บนฉลาก ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ส่วนประกอบของอาหารหรือสารอาหารที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพทั้งทางตรงและทางออก จำแนกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่
   - ข้อ 1. การกล่าวอ้างหน้าที่ของสารอาหาร (Nutrient Function claims)
   - ข้อ 2. การกล่าวอ้างหน้าที่อื่น (other function claims)
   - ข้อ 3. การกล่าวอ้างการลดความเสี่ยงของการเกิดโรค (Reduction of disease risk claims) พัฒนาสินค้าที่เพิ่มสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และมีการแสดงข้อความกล่าวอ้างทางสุขภาพของอาหารบนฉลากโดยได้รับความเห็นชอบ จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มาตรา6(10) มาตรา 40 มาตรา 41

ผลดำเนินโครงการ Meal for Care

ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ออกใหม่ในปี 2562 จากการพัฒนาร่วมระหว่าง ซีพี ฟู้ดแล็บ ซีพี ออลล์ สถาบันโภชนาการมหิดล ซีพีแรม โดยใช้เกณฑ์พิจารณาเกณฑ์ที่ 5 ข้อที่ 1 การกล่าวอ้างหน้าที่ของสารอาหาร (Nutrient Function Claims) ดังนี้

เบอร์เกอร์ข้าวเหนียว ข้าวกล้องไก่แซ่บ

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

- เสริมวิตามินบี 6 และบี 12 สูง
- ปริมาณวิตามินที่เติมเข้าไปเพียงพอสำหรับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละวัน

ประโยชน์ต่อสุขภาพ

วิตามินบี 6 มีส่วนช่วยในการทำงานตามปกติของระบบประสาท

วิตามินบี 12 มีส่วนช่วยในการทำงานตามปกติของระบบประสาท

วางจำหน่าย
12 พฤศจิกายน 2562

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
ทุกสาขาทั่วประเทศ

นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ออกใหม่ในปี 2562 ดังนี้

ข้าวกะเพราหมู ตรา EZYGO

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

- ข้าวกะเพราหมู ใช้ข้าวสวยหอมมะลิ 100% จากพื้นที่เพาะปลูกแถบภาคอีสาน ลักษณะหลังหุงจะมีลักษณะเป็นเม็ดนุ่ม หนึบ
- ส่วนของกะเพราหมูใช้เนื้อหมูปลอดสารเร่งเนื้อแดงไม่มียาปฏิชีวนะ และหมูที่มีมันน้อยกว่า 5% ทำให้ข้าวกะเพราหมูได้สัญลักษณ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ
- ใช้ใบกะเพราพันธุ์กะเพราป่า ที่มีกลิ่นหอมและเผ็ดร้อนกว่าใบกะเพราทั่วไป
- ในกระบวนการผลิตกะเพราหมูมีเทคนิคพิเศษในการผัด ทำให้กะเพราหมูมีความหอมกลิ่นกะเพรา เครื่องปรุงรส และมีรสชาติเผ็ดร้อน โดยใบกะเพรายังคงสีสวยอยู่

ประโยชน์ต่อสุขภาพ

- ได้สัญลักษณ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ (Healthier Choice)
- สามารถเคลมข้อกล่าวอ้าง “เป็นแหล่งของ / มี โปรตีนได้”
- สามารถเคลมหน้าที่ของสารอาหารได้ “มีโปรตีนจำเป็นต่อการเจริญเติบโตและช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของร่างกาย”
- ส่วนของกะเพราหมูเพิ่มขึ้น 10% จากสูตรเดิม

วางจำหน่าย
20 สิงหาคม 2562

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
ทุกสาขาทั่วประเทศ

อเมริกาโน่น้ำผึ้งร้อน
อเมริกาโน่น้ำผึ้งเย็น 16 oz.
อเมริกาโน่น้ำผึ้งเย็น 22 oz.

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
กาแฟ ผสมน้ำผึ้งเพื่อสุขภาพทดแทนความหวานจากน้ำตาลด้วยน้ำผึ้ง

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
- ในน้ำผึ้งมีส่วนประกอบของโปรตีนและไขมันในปริมาณน้อยในรูปของกรดอะมิโนและกรดไขมันที่ร่างกายสามารถดูดซึมไปใช้ได้ทันที
- ได้ตราสัญลักษณ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ, ปริมาณน้ำตาลและไขมันผ่านเกณฑ์ (น้ำตาลทั้งหมดน้อยกว่าหรือเท่ากับ 6 กรัม./ 100 มล. ไขมันทั้งหมดน้อยกว่าหรือเท่ากับ 6 กรัม./ 100 มล.)

วางจำหน่าย
9 พฤษภาคม 2562

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
ประมาณ 6,870 สาขา

เนสกาแฟอเมริกาโน่
200 มล.

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
กาแฟดำคุณภาพผลิตจากเมล็ดกาแฟอาราบิก้าเบลน มีน้ำตาลน้อย ได้โลโก้ทางเลือกสุขภาพ

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
- ได้สัญลักษณ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ (Healthier Choice)
- ปริมาณน้ำตาลน้อย

วางจำหน่าย
28 มีนาคม 2562

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
ทุกสาขาทั่วประเทศ

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ Health & Nutrition สำหรับ lowered

ข้าวผัดปู

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
1. ลดปริมาณไขมันอิ่มตัว จากร้อยละ 35 เหลือร้อยละ 18
2. ข้าวผัด ใช้ข้าวหอมมะลิ
3. เนื้อปู ใช้เนื้อกรรเชียงนึ่ง

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
วิตามินบี 2 มีกระบวนการสร้างการเจริญเติบโต ช่วยในการมองเห็น
วิตามินเอ สร้างภูมิต้านทานการติดเชื้อทางเดินหายใจเพิ่มประสิทธิภาพในการมองเห็น
ธาตุเหล็ก ช่วยในการสร้างเม็ดเลือดแดง ป้องกันโรคโลหิตจาง เพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ

วางจำหน่าย
4 กรกฎาคม 2562

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
ทุกสาขาทั่วประเทศ

เย็นเย็นจับเลี้ยง 400มล.

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
ปริมาณน้ำตาลน้อย

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
เครื่องดื่มสมุนไพร สมุนไพรฤทธิ์เย็น 12 ชนิด เก๊กฮวย, เจียวกู่หลาน, เง็กเต็ก, เฉาก๊วย, ใบหม่อน, หล่อฮังก้วย, รากบัว, หญ้าไผ่, ดอกสายน้ำผึ้ง, ดอกคำฝอย, ชะเอมเทศ, มะตูม เพื่อเพิ่มความสดชื่น ดับรสเผ็ดร้อนจากภายใน

วางจำหน่าย
7 กุมภาพันธ์ 2556

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
ทุกสาขาทั่วประเทศ

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ Health & Nutrition กลุ่มเพิ่มคุณค่าทางอาหาร

บิวติดริ้งคอลลาสกิน (ชมพู)

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
มีคอลลาเจน 2000 มก. สารสกัดจาก สโนว์มัชรูม วิตามินซี วิตามินอี แคลอรี่ต่ำ

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
คอลลาเจน 2000 มก. มีคุณสมบัติช่วยเรื่องผิวพรรณกระชับ
วิตามินซี ช่วยให้ผิวกระจ่างใส และสนับสนุนให้การดูดซึมคอลลาเจนทำงานได้ดีขึ้น
วิตามินอี ต่อต้านอนุมูลอิสระ และป้องกันการอักเสบ

วางจำหน่าย
19 มีนาคม 2553

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
ทุกสาขาทั่วประเทศ

เรดดี้ พิงค์
คอลลาเจน + วิตามินซี

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
เครื่องดื่มชูกำลัง มีกาเฟอีนสกัด 50 มก. ผสมคอลลาเจน และวิตามินซี สูตรน้ำตาลน้อยลงร้อยละ 40

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
คอลลาเจน ช่วยให้ผิวพรรณกระชับ
วิตามินซีสูง ช่วยให้ผิวกระจ่างใส และสนับสนุนให้การดูดซึมคอลลาเจนทำงานได้ดีขึ้น

วางจำหน่าย
20 กรกฎาคม 2560

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
ทุกสาขาทั่วประเทศ

นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ออกใหม่ในปี 2562 ของบริษัท ดังนี้

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสุขภาพของ Bellinee's Bake&Brew "Healthier Choice Coffee"

ชูการ์ฟรี คาราเมล แมคคิอาโต้

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
น้ำตาล 0% และ ไขมัน 0%

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
ลดการเสี่ยงเป็นโรคเบาหวาน

วางจำหน่าย
ร้านเบลลินี่ ปี 2562

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
40

อเมริกาโน่เย็น

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
ปริมาณน้ำตาลน้อย

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
ลดการเสี่ยงเป็นโรคเบาหวาน

วางจำหน่าย
ร้านเบลลินี่ ปี 2562

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
40

อเมริกาโน่ร้อน

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
ไม่มีน้ำตาลและ ไขมัน

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
ลดการเสี่ยงเป็นโรคเบาหวาน

วางจำหน่าย
ร้านเบลลินี่ ปี 2562

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
40

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสุขภาพของ Kudsan "Healthier Choice Coffee"

ชูการ์ฟรี คาราเมล แมคคิอาโต้

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
น้ำตาลน้อย (11 กรัม) และ ไขมัน 0%

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
ปริมาณ น้ำตาลน้อย (11 กรัม) และไขมัน 0% ให้พลังงานต่ำ 90 กิโลแคลอรี่ลดการเสี่ยงเป็นโรคเบาหวาน

วางจำหน่าย
ร้านคัดสรร ปี 2562

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
700

อเมริกาโน่เย็น

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
ปริมาณน้ำตาลน้อย

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
ลดการเสี่ยงเป็นโรคเบาหวาน

วางจำหน่าย
ร้านคัดสรร ปี 2562

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
700

เอสเพรสโซ่ร้อน และอเมริกาโน่ร้อน

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
ไม่มีน้ำตาลและ ไขมัน

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
ลดการเสี่ยงเป็นโรคเบาหวาน

วางจำหน่าย
ร้านคัดสรร ปี 2562

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
700

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของ ซีพี ฟู้ดแล็บ

ข้าวต้มหมูสำหรับผู้สูงวัย

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
ลดความเค็ม เคี้ยวแหลกง่าย ดูดซึมได้ดี

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
มีคุณค่าทางโภชนาการที่ผู้สูงอายุต้องการ

วางจำหน่าย
10 มกราคม 2562

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
50 สาขา ตามโรงพยาบาล

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของ บริษัท รีเทลลิงค์ จำกัด

สลัดผักรวม

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
น้ำสลัด Homemade อร่อย มีประโยชน์

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
มีคุณค่าทางโภชนาการเหมาะสำหรับผู้ที่ลดน้ำหนัก

วางจำหน่าย
ร้านกาแฟมวลชน 2561

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
ร้านกาแฟมวลชน 200 สาขา

สลัดอกไก่

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
น้ำสลัด Homemade อร่อย มีประโยชน์

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
มีคุณค่าทางโภชนาการเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการโปรตีน

วางจำหน่าย
ร้านกาแฟมวลชน 2561

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
ร้านกาแฟมวลชน 200 สาขา

สลัดทูน่าแซ่บ

คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
น้ำสลัด Homemade อร่อย มีประโยชน์

ประโยชน์ต่อสุขภาพ
มีคุณค่าทางโภชนาการเหมาะสำหรับผู้ที่ลดน้ำหนัก

วางจำหน่าย
ร้านกาแฟมวลชน 2561

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย
ร้านกาแฟมวลชน 200 สาขา

โครงการ Eat Well

บริษัทต้องการเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคในการเข้าถึงเมนูอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมสำหรับแต่ละมื้อในแต่ละวัน จึงพัฒนาโครงการ Eat Well ขึ้นโดยอาหารที่อยู่ในโครงการดังกล่าวจะมีข้อมูลปริมาณแคลอรี่และข้อกล่าวอ้างตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข แสดงอยู่บนฉลาก

ข้าวไรซ์เบอร์รี่อกไก่ย่างสมุนไพร + น้ำจิ้มซีฟู้ด

เส้นหมี่หมูย่าง

ข้าวกะเพราไก่

ข้าวหอมมะลิผสมไรซ์เบอร์รี่ ยำอกไก่ย่าง

นอกจากนี้ บริษัทส่งเสริมให้คู่ค้าจัดทำฉลากโภชนาการ และค่าพลังงาน ไขมัน น้ำตาล และโซเดียมแบบ จีดีเอ (Guideline Dialy Amounts : GDA) เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ที่นอกเหนือจากประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 394 (พ.ศ. 2561) ร้อยละ 55.66 ในกลุ่มอาหารสำเร็จรูปพร้อมทาน เช่น สาคูถั่วดำมะพร้าวอ่อน แซนวิสหมูสะเต๊ะฯ

คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

เนื่องจาก บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยมีการดำเนินการต่างกันในห่วงโซ่คุณค่า บริษัทจึงจำเป็นต้องมีแนวทางในการปฏิบัติด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เพื่อบริหารจัดการการดำเนินการให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความปลอดภัยสูงที่สุดสำหรับผู้บริโภค

1 แนวทางการบริหารจัดการ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

แนวทางการบริหารจัดการของแม็คโครซึ่งเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบและจัดจำหน่ายสินค้าส่ง ยังคงมุ่งเน้นความปลอดภัย คุณภาพ และคุณค่าของอาหารเป็นเรื่องสำคัญที่สุด โดยการทำงานร่วมกันกับคู่ค้าผู้ผลิตขั้นต้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่อุปทานในการคัดสรรและพัฒนาอาหารกลุ่มซูเปอร์ฟู้ด (Super Food)* ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรองมาตรฐานการผลิตที่ปลอดภัย อาทิ GMP, CODEX, HACCP, FSSC จากหน่วยรับรองระดับสากล และสินค้าคุณภาพพรีเมี่ยมที่มีสัญลักษณ์ Quality Pro เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของแม็คโคร สด สะอาด ปลอดภัย และดีต่อสุขภาพ นอกจากนี้พนักงานแม็คโครทุกคนต้องผ่านการฝึกอบรมและทดสอบเพื่อพัฒนาศักยภาพความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร ครอบคลุมทั้งกระบวนการ ทวนสอบ (Verification) และประเมินผล (Evaluation) ด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และความเหมาะสมของอุณหภูมิ การแบ่งบรรจุ และระยะเวลาการจัดส่งสินค้า เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด โดยในปี 2562 มีแผนขอการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร หรือ ISO 22000 ในพื้นที่นำร่อง เพื่อรักษาความเป็นผู้นำด้านอาหารปลอดภัย

แนวทางการดำเนินการเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทาน 4 ขั้นตอน

1. ณ แปลงเพาะปลูก
2. ณ ศูนย์กระจายสินค้า
3. ณ ศูนย์จำหน่ายสินค้า
4. ณ ขั้นตอนการจัดส่งสินค้าที่มีคุณภาพชั้นเลิศและปลอดภัย ครอบคลุมช่องทางดิจิทัล

Super Food คือ อาหารที่อุดมด้วยคุณประโยชน์ต่าง ๆ ประกอบด้วยสารโภชนาการ เช่น โปรตีน วิตามิน แร่ธาตุ และสารต้านอนุมูลอิสระ เป็นต้น

2 แนวทางการบริหารจัดการ บริษัท ซีพีแรม จำกัด

บริษัท ซีพีแรม จำกัด เป็นทั้งผู้จัดหาวัตถุดิบ และผลิตสินค้าภายในห่วงโซ่คุณค่า บริษัทมีวิธีการคัดเลือกวัตถุดิบและสินค้าจากคู่ค้าอย่างเข้มงวดในส่วนของการผลิต เพื่อสร้างความเชื่อมั่นทางด้านความปลอดภัยในอาหารให้กับผู้บริโภค นอกจากปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องแล้ว บริษัทซี พีแรม จำกัด ได้พัฒนาระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพ และได้รับการรับรองมาตรฐาน HACCP และ GMP ซึ่งข้อกำหนดดังกล่าวยังถูกนำมาใช้กับคู่ค้าที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

3 แนวทางการบริหารจัดการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

เนื่องจากร้านเซเว่นอีเลฟเว่นเป็นสถานที่ในการจัดจำหน่ายสินค้า และบริการที่ผู้บริโภคสัมผัสได้โดยตรง จึงจำเป็นต้องมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้า และร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ดังนี้

หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI) มีหน้าที่ตรวจสอบการจัดการของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ทั้งในด้านการบริการและการจัดการคุณภาพสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าตามที่มาตรฐานกำหนดในขั้นตอนการทำงานของหน่วยงานดังกล่าวมีการตรวจสอบร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทุกร้านทุกเดือน

หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้า (QA) ซึ่งอยู่ภายใต้สำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ (RQD) มีหน้าที่กำหนดมาตรฐานการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของสินค้า การบริหารจัดการคุณภาพร้านสาขา โดยจะมีการเลือกสุ่มร้านเซเว่นอีเลฟเว่นเข้าตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้า พิจารณาจากปัจจัยการร้องเรียน การสุ่มตรวจ ระเบียบข้อบังคับกฎหมายเพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนามาตรฐานให้กับผู้เกี่ยวข้อง ได้นำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทได้พัฒนาระบบและขั้นตอนการเรียกคืนสินค้าที่เกิดจากข้อร้องเรียนอย่างมีคุณภาพเพื่อให้มั่นใจได้ว่าจะไม่มีสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพส่งไปถึงมือของผู้บริโภค หน่วยงาน RQD ซึ่งทำงานร่วมกับ Call Service เพื่อดูแลและตรวจสอบข้อร้องเรียน หลังจากที่ได้รับข้อร้องเรียนแล้วได้มีการแจ้งให้ทุกร้านสาขาทราบและให้มีการรายงานกลับมาที่หน่วยงาน RQD นอกจากนี้ยังได้ใช้ข้อร้องเรียนไปตรวจสอบจากหน่วยงานจัดซื้ออื่น ๆ ตามชนิดของสินค้า และมีการตรวจสอบไปจนถึงคู่ค้า

ในปี 2562 มีการร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ไม่ได้มาตรฐานทั้งหมด

7,874 รายการ

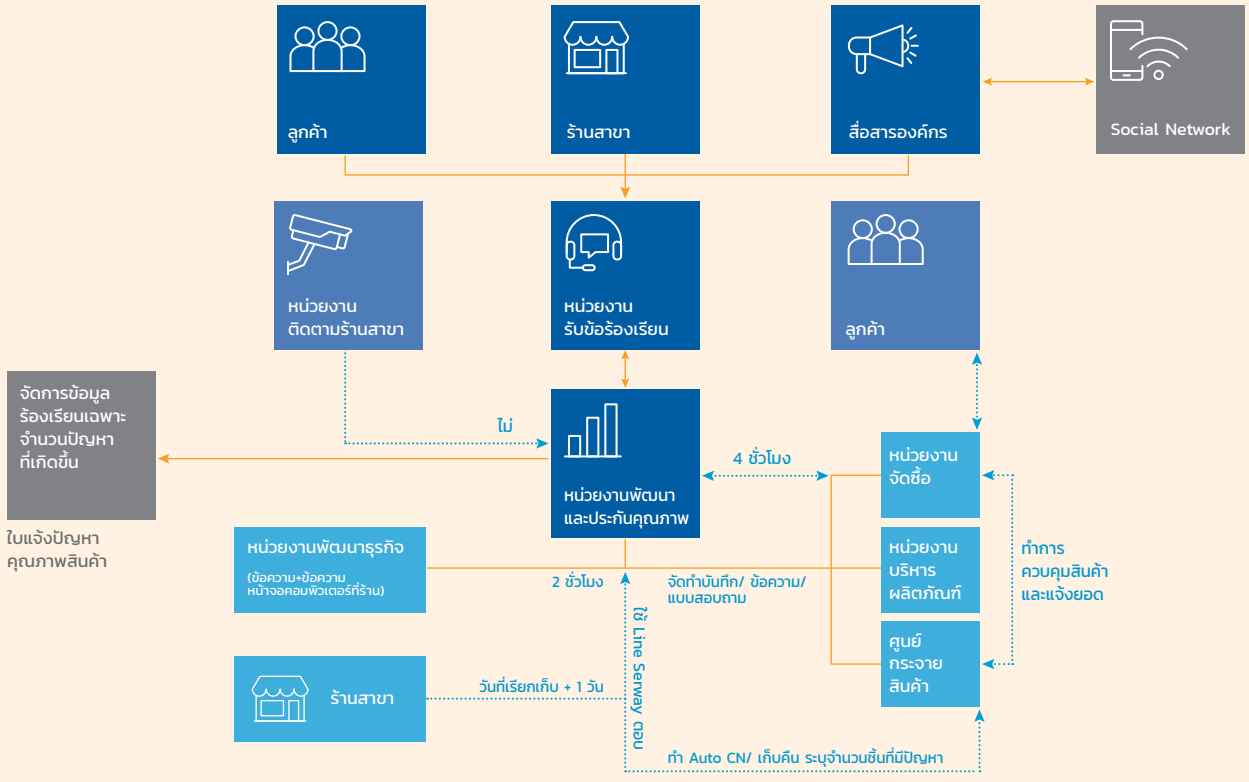
ซึ่งมีการเรียกคืนหลังการตรวจสอบข้อเท็จจริงแล้ว

91 รายการ

รวมถึงมีการเรียกเก็บสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน ก่อนที่จะเกิดข้อร้องเรียนจากลูกค้า

19 รายการ

กระบวนการเรียกคืนสินค้า



สร้างความพึงพอใจและความผูกพันกับลูกค้าด้วยหลัก SAVEQC

เนื่องจากบริษัทต้องการรักษาความพึงพอใจในสินค้าและบริการของลูกค้าปัจจุบันให้มีความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้าและบริการของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ดำเนินการภายใต้หลักการ Service, Assortment, Value, Environment, Quality, Cleanliness หรือเรียกโดยย่อว่า SAVEQC หลักการดังกล่าวถูกถ่ายทอดไปยังหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงบริษัทย่อยที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับร้านเซเว่นอีเลฟเว่นเพื่อนำไปประยุกต์ใช้

SERVICE
- **การบริการของพนักงาน** — อัธยาศัยดี และสุภาพ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการของแคชเชียร์มีประสิทธิภาพ
- **ความสะดวก** — ทำเลที่ตั้งสะดวกใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน มีบริการเสริมอื่น ๆ เช่น ชำระค่าสาธารณูปโภค 24 ชั่วโมง

ASSORTMENT
- **สินค้า** — ความหลากหลายของประเภทสินค้า มีสินค้าวางเต็มบนชั้นวาง มีสินค้าตรงตามความต้องการ

VALUE
- **ราคาสินค้า** — ราคาสินค้าเหมาะสม (ในแง่ความคุ้มค่า)

ENVIRONMENT
- **สภาพของร้าน** — การจัดพื้นที่ภายในร้านและสภาพหน้าร้านที่ดี

QUALITY
- **คุณภาพ** — คุณภาพความสดใหม่ รสชาติของอาหาร และเครื่องดื่ม

CLEANLINESS
- **ความสะอาด** — ความสะอาดภายในร้านและอุปกรณ์

แนวทางการจัดการสินค้าที่เกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตดัดแปลงพันธุกรรม (GMOs)

จากข้อกังวลของผู้บริโภคเรื่องสินค้าที่เกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตดัดแปลงพันธุกรรม ประกอบกับบริษัทต้องการส่งเสริมคุณภาพ และความปลอดภัยของอาหาร บริษัทจึงมุ่งมั่นสรรหา คัดเลือกและพัฒนาสินค้านวัตกรรมที่สร้างเสริมคุณค่าที่ดีให้กับทุกช่วงชีวิตตลอดจนคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพจากแหล่งที่มาที่จัดการด้วยความรับผิดชอบ ควบคุมคุณภาพตลอดกระบวนการตั้งแต่วัตถุดิบต้นทางไปจนถึงผลิตภัณฑ์ปลายทางด้วยมาตรฐานสากล ตลอดจนพิจารณาการใช้วัตถุดิบจากเทคโนโลยีชีวภาพเป็นทางเลือกทั้งนี้ บนพื้นฐานการวิจัยทางวิทยาศาสตร์และการประเมินความปลอดภัยต่อผู้บริโภคโดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

บริษัทจึงมีนโยบายชัดเจนในการเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับในเรื่อง GMOs ของประเทศที่บริษัทมีการดำเนินธุรกิจหรือการลงทุนอย่างเคร่งครัด รวมถึงข้อกำหนดของลูกค้าซึ่งไม่ขัดต่อกฎหมายและระเบียบข้อบังคับในเรื่อง GMOs โดยให้คู่ค้าตอบแบบสอบถามการจัดหาวัตถุดิบที่มี GMOs และแนบหลักฐานใบรับรองมาแสดงร่วมในกรณีที่กล่าวอ้างว่าสินค้าของคู่ค้าปลอดวัตถุดิบที่มี GMOs ตามกลุ่มเสี่ยงตามกฎหมาย เพื่อให้บริษัทสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัยต่อการบริโภคและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ไปยังลูกค้าและผู้บริโภค

ความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชนส่งเสริมการเข้าถึงสุขภาวะที่ดี

นอกจากโครงการตามแนวทางการดำเนินงานหลักแล้ว บริษัทยังร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชนในประเทศในการให้ความสำคัญต่อสุขภาพของผู้บริโภคผ่านโครงการอื่น ๆ ได้แก่

โครงการชุมชนสุขภาพดี

ร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส จัดทำ โครงการชุมชนสุขภาพดี ร่วมกับเจ้าหน้าที่จากโรงพยาบาลต่าง ๆ จัดกิจกรรมตรวจสุขภาพเบื้องต้น อาทิ ตรวจวัดความดัน วัดระดับน้ำตาลในเลือด ค่าดัชนีมวลกาย ให้ความรู้ด้านการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี ปรึกษาการใช้ยาโดยเภสัชกร และรับบริจาคยาเหลือใช้เพื่อนำไปบริจาค ในปี 2562 บริษัทได้ขยายผลจัดกิจกรรมดังกล่าวตามร้านขายยาในชุมชน จำนวน 18 พื้นที่ เพื่อสนับสนุนให้ทุกคนมีสุขภาพดี และชุมชนมีความสุข

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนการเข้าถึงคนในชุมชน **2,390** คน
- ร้อยละ **100** ผู้ร่วมกิจกรรมที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงและผู้ที่มีอาการเสี่ยงมีสุขภาพดีขึ้น
- ร้อยละ **98** ผู้ร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจ

CPRAM Junior Chef

บริษัท ซีพีแรม จำกัด จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านอาหารปลอดภัย คุณค่าทางโภชนาการ และสุนทรียภาพในการบริโภคให้กับเยาวชน โดยดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องกว่า 10 ปี เยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับประสบการณ์ในการทำอาหารที่มีประโยชน์ แต่งหน้าเค้กตามจินตนาการ รวมถึงปลูกผักที่สามารถนำไปรับประทานได้ ผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้กล้าคิดกล้าแสดงออก พร้อมสอดแทรกความรู้ด้านอาหารปลอดภัย คุณค่าทางโภชนาการ และสุนทรียภาพในการบริโภคอาหาร ด้วยความเชื่อมั่นว่าการปลูกฝังความรู้เรื่องการบริโภคอาหารที่ถูกหลักโภชนาการตั้งแต่วัยเด็กจะก่อให้เกิดเป็นพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้อง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ **ซึ่งในปี 2562 มีเยาวชนเข้าร่วมโครงการดังกล่าวแล้วกว่า 333 คน**

โครงการวิจัยสารสกัดจากกะเพรา

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีพีแรม จำกัด ร่วมกับ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ร่วมกันวิจัยและพัฒนาการเตรียมสารสกัดจากส่วนคัดทิ้งของกะเพรา (ดอกกิ่งก้าน และลำต้น) จากโรงงานผลิตอาหารพร้อมรับประทานและการศึกษาฤทธิ์ลดไขมัน ปกป้องเซลล์ตับ ฆ่าเซลล์มะเร็ง สานต่อปณิธานอันมุ่งมั่นของซีพี ออลล์ “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสให้ทุกคน” ที่จะร่วมพัฒนาสิ่งแวดล้อม ชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง

โครงการพัฒนาเยาวชนรุ่นใหม่ สู่การเป็นนักจัดการเกษตรมืออาชีพ

วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือทางวิชาการในด้านการศึกษา ภายใต้การดำเนินการของ พีไอเอ็ม ร่วมกับ ม.พะเยา พัฒนาเยาวชนรุ่นใหม่สู่การเป็นนักจัดการเกษตรมืออาชีพ ที่มองเห็นความสำคัญของภาคการเกษตร สามารถนำความรู้ด้านนวัตกรรม ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางการเกษตรมาผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการเกษตรให้เหมาะสมกับสภาพภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจและสังคมในยุคดิจิทัล เพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ และปริมาณผลผลิต ควบคู่ไปกับการยกระดับความปลอดภัยในอาหารจากสารเคมีที่ตกค้างถึงผู้บริโภคและเกษตรกรน้อยลง รวมถึงพัฒนาบุคลากร แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านงานวิจัย ให้เกิดประโยชน์ร่วมกันอย่างมีประสิทธิผล

มอบโอกาสทางการศึกษา สร้างอาชีพ สร้างอนาคต

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2562

273 จำนวน
โรงเรียนประชารัฐที่บริษัทร่วมดูแล และส่งมอบโอกาสทางการศึกษา

34,344 ทุน
ทุนการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา

1,105 ล้านบาท
มูลค่าทุนการศึกษา

49,694 ราย
เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการพัฒนาทักษะ

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG1 ขจัดความยากจน
1.4 สนับสนุนผู้ยากจน และผู้ที่อยู่ในสถานะเปราะบางได้รับสิทธิเท่าเทียมกันในการเข้าถึงทรัพยากรทางเศรษฐกิจและการเข้าถึงบริการขั้นพื้นฐาน

SDG4 คุณภาพการศึกษา
4.3 สนับสนุนให้ผู้หญิงและผู้ชายมีความสามารถที่จะหา และเข้าถึงการศึกษาระดับเทคนิคศึกษา อาชีวศึกษา และการศึกษาขั้นตติยภูมิ ระดับอุดมศึกษาอื่น ๆ รวมทั้งระดับมหาวิทยาลัย ลดสัดส่วนของเยาวชนที่ไม่ได้อยู่ในการจ้างงานการศึกษาหรือการฝึกอบรม

4.4 เพิ่มจำนวนวัยรุ่น และผู้ใหญ่ให้มีทักษะ ทางด้านเทคนิค และวิชาชีพอย่างจริงจังเพื่อการจ้างงานที่มีคุณค่าและการเป็นผู้ประกอบการ

สแกนคิวอาร์โค้ดนี้ เพื่อรับข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนในหัวข้อนี้เพิ่มเติม หรือที่ https://www.youtube.com/watch?v=7te3Lji5EwO

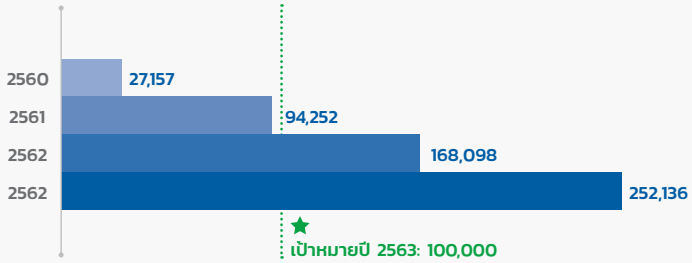
เป้าหมายปี 2563

เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ มีโอกาสเข้าถึงการศึกษาและได้รับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นจำนวน

100,000 ราย
ภายในปี 2563

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ เข้าถึงการศึกษาและพัฒนาทักษะที่จำเป็น (รายสะสม)



ความท้าทาย

การศึกษาขั้นพื้นฐาน (Quality Basic Education) เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเจริญก้าวหน้าของคนในสังคม อีกทั้งยังสามารถเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศ ปัจจุบันเด็กและเยาวชนอายุระหว่าง 6 ถึง 17 ปี มากกว่า 263 ล้านคนทั่วโลกที่ไม่ได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ด้อยโอกาสและประชากรที่ฐานะยากจน พร้อมกันนี้ การยกระดับเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อแก้ปัญหาการเข้าถึงการศึกษาขั้นพื้นฐานสามารถเป็นหนึ่งในวิธีในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ ซึ่งในปัจจุบันนวัตกรรมเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ การพัฒนาองค์ความรู้ การใช้นวัตกรรมในการบริหารจัดการ และยกระดับการศึกษา จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถช่วยลดความเหลื่อมล้ำและปัญหาในสังคมได้ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ตระหนักถึงบทบาทของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม ผ่านการมอบโอกาสและความช่วยเหลือทางการศึกษาการส่งมอบองค์ความรู้ การพัฒนาศักยภาพของเด็ก และเยาวชนในชุมชน สังคม พร้อมทั้งปลูกฝังแนวคิดส่งเสริม “การเป็นคนดี และคนเก่ง” เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ รวมถึงมีทักษะที่จำเป็นสามารถนำไปใช้เพื่อประกอบอาชีพ สร้างรายได้ และเกิดความเป็นอยู่ที่ดีของเด็ก เยาวชน ของประเทศอย่างยั่งยืน

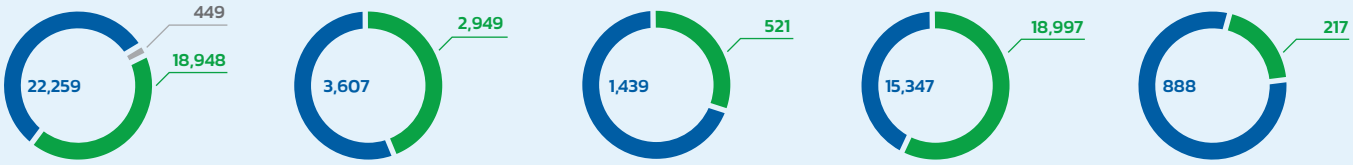
ความคืบหน้าปี 2562

- สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตอีอีซี
- โครงการพัฒนาอบรมบุคลากรครูด้านสะเต็มศึกษา
- โครงการพัฒนาบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมการบินศูนย์สอบมาตรฐานเอียซ่า (EASA)
- โครงการ แคมป์พัฒนาเยาวชนถ่ายทอดความรู้จากมืออาชีพ
- โครงการส่งเสริมและพัฒนาทักษะด้านการประกอบอาชีพภายใต้โครงการคืนคนดีสู่สังคม
- โครงการเพิ่มทักษะด้านอาชีพแก่นักเรียนครอบครัวยากจนที่ไม่ได้เรียนต่อหลังจบการศึกษาภาคบังคับ

สรุปผลการดำเนินงานด้านการศึกษา

ส่งมอบโอกาสทางการศึกษา ปี 2562

มัธยมศึกษา อุดมศึกษา อาชีวศึกษา



สานอนาคตการศึกษา

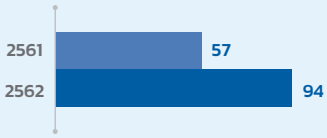
โรงเรียนประชารัฐที่บริษัทร่วมดูแล

โรงเรียนประชารัฐที่บริษัทร่วมพัฒนา

งบประมาณสนับสนุนในการพัฒนาโรงเรียน (ล้านบาท)

จิตอาสาเพื่อการศึกษา (School Partner)

จิตอาสาเพื่อการศึกษา (ราย)



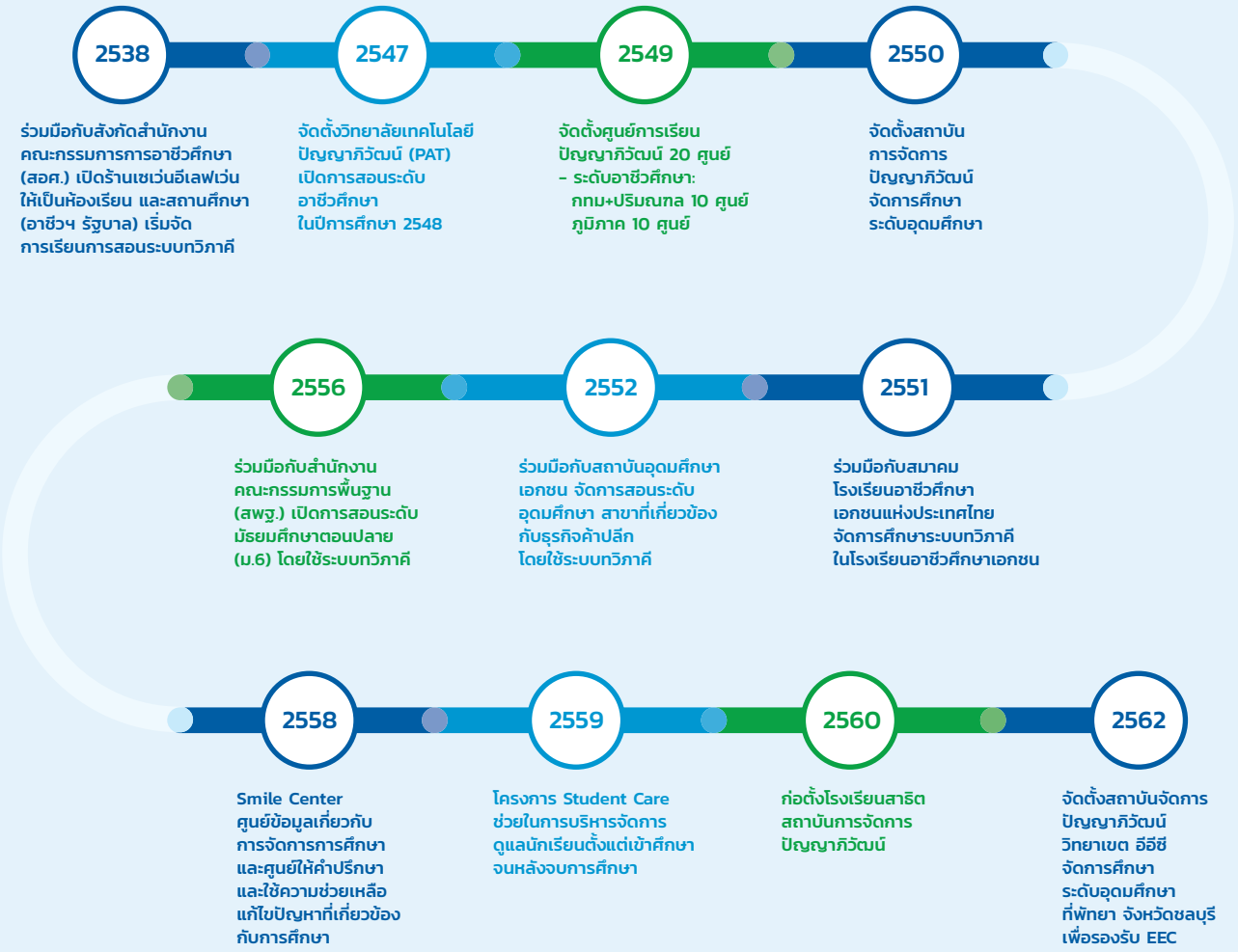
จำนวนชั่วโมงจิตอาสาเพื่อการศึกษา (ชั่วโมง)

เสริมองค์ความรู้ พัฒนาทักษะ (ราย)

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และคนในสังคม โดยเชื่อมั่นว่าการมอบโอกาสทางการศึกษาสามารถเปิดประตูสู่โอกาสทางอาชีพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้ โดยสนับสนุนให้เยาวชนเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ ผ่านรูปแบบการเรียนรู้ควบคู่ไปกับการฝึกปฏิบัติงานจริง (Work-based Education) พร้อมทั้งมุ่งสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ตามองค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) มาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายย่อย ในข้อที่ 4.3 ที่มุ่งเน้นให้ผู้ชายและผู้หญิงทุกคนเข้าถึงการศึกษาวิชาเทคนิค อาชีวศึกษา และอุดมศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัยอย่างเท่าเทียมกัน ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ และมีค่าใช้จ่ายที่สามารถยอมรับได้เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืนของประชากร

เส้นทางการพัฒนาเยาวชนสู่มืออาชีพอย่างยั่งยืน



จัดตั้งสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาเยาวชนสู่มืออาชีพ

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT)

เพื่อสร้างมืออาชีพด้านธุรกิจค้าปลีก ที่มีความเก่งทั้งด้านวิชาการและมีทักษะ ประสบการณ์ในการปฏิบัติจริงในหน่วยงานต่าง ๆ ของบริษัท ก่อให้เกิดนวัตกรรมเพื่อการพัฒนา ซึ่งนอกจากจะสามารถกลับมาสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทแล้ว ยังเป็นกำลังสำคัญในการรักษาและพัฒนาคุณภาพฝีมือแรงงานไทยอีกด้วย

นอกจากนี้บริษัทยังพบว่ามีโอกาสในการเผยแพร่ความรู้ ด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก ซึ่งเป็นจุดแข็งหลักในการดำเนินธุรกิจของบริษัทไปสู่เยาวชนในชุมชน และสังคม จึงจัดตั้งศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์กระจายตามพื้นที่ชุมชนต่าง ๆ รวม 20 ศูนย์ ภายใต้การดำเนินการของบริษัทจัดการเรียนการสอนโดยวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ เพื่อขยายการศึกษาด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกให้โอกาสเยาวชนในการศึกษาใกล้บ้าน และมีรายได้จากการฝึกอาชีพโดยเรียนทฤษฎีที่สถานศึกษาสลับกับการฝึกอาชีพที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ทุก 3 เดือน ตามสโลแกน “เรียนฟรี มีงานทำฝึกงานมีรายได้ระหว่างเรียน”ปัจจุบันมีจำนวนนักเรียนในระบบ จำนวนกว่า 7,966 คน ที่มีคุณภาพทั้งในด้านวิชาการ และมีความพร้อมในการทำงาน (Ready to Work) เป็นกำลังสำคัญให้กับประเทศชาติต่อไป

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม)

เพื่อให้นักเรียนที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีวศึกษา หรือเทียบเท่าสามารถศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี โท เอกได้ พีไอเอ็ม ถือเป็นศูนย์กลางในการผลิตบัณฑิตในศาสตร์สาขาวิชาต่าง ๆ ด้วยการให้โอกาสและสร้างเยาวชนรุ่นใหม่ ผ่านแนวคิด “สร้างคนให้มีทักษะความสามารถพร้อมสำหรับการปฏิบัติงานจริง”จึงออกแบบระบบการเรียนการสอนที่เป็นเอกลักษณ์เรียกว่า Work-based Education (WBE) ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงความรู้ทางทฤษฎีเข้ากับภาคปฏิบัติ ภายใต้จุดแข็ง

1

นักศึกษาจะได้รับความรู้เชิงวิชาการจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ ผ่านเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการที่มีอยู่ทั่วโลกในหลายมิติ ครอบคลุมหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างบูรณาการที่พร้อมให้ความร่วมมือในการยกระดับการศึกษาไทย

2

ได้รับประสบการณ์การทำงานโดยตรงจากบริษัทในเครือและพันธมิตรทางธุรกิจ ที่สอดประสานไปกับการเป็น Corporate University หรือมหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจ ไปพร้อมกับการเป็น Network University

3

มีทุนการศึกษาจากมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ และทุนสนับสนุนจากภาคธุรกิจกว่า 4,000 ทุนต่อปี ทำให้นักศึกษามีโอกาสหลากหลายและเป็นแหล่งเรียนรู้ที่กว้างขวางพร้อมแข่งขันในระดับนานาชาติได้

ด้วยจุดแข็งสามประการนี้หลอมรวมเพื่อการพัฒนาด้านการศึกษายกระดับทรัพยากรมนุษย์ และมุ่งสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมของคณาจารย์และนักศึกษาด้านการวิจัย ผ่านการสนับสนุนโครงการงานวิจัยอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้เพื่อกระจายโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาสำหรับผู้เรียนในต่างจังหวัด และชุมชนต่าง ๆ จึงเปิดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี ในหัวเมืองหลักรวมหน่วยการเรียนทางไกลจำนวน 12 แห่งทั่วประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้เรียนได้ศึกษาเล่าเรียนใกล้ภูมิลำเนาส่งมอบการศึกษาได้อย่างทั่วถึง นอกจากการจัดการศึกษาแล้ว ทางสถาบันฯ ยังดูแล เอาใจใส่คุณภาพชีวิตของนักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ด้วยการจัดตั้ง “กองทุนเพื่อชีวิตแห่งการเรียนรู้” (PIM SMART) เมื่อปี 2555 ซึ่งเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายกำหนด มีกรรมการบริหารกองทุนที่แต่งตั้งโดยสภาสถาบันตามระเบียบการจัดตั้งกองทุน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาคนให้มีคุณภาพอย่างแท้จริง โดยเป็นทุนให้เปล่าสำหรับนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ โดยไม่มีข้อผูกมัดใด ๆ เมื่อสำเร็จการศึกษาเพื่อให้นักศึกษาสามารถรักษาสมดุลทั้งด้านวิชาการ การฝึกปฏิบัติงาน ปลูกฝังความมีจิตอาสารวมถึงเรียนรู้การใช้ชีวิตอย่างมีความหมายในแง่มุมอื่น ๆ ด้วยความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม บัณฑิตของพีไอเอ็มทั้ง 9 รุ่น จำนวนกว่า 12,000 คน จึงเป็นมืออาชีพที่มีคุณภาพทั้งในด้านวิชาการมีทักษะที่ตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ และมีความพร้อมในการทำงาน (Ready to Work) พร้อมเป็นส่วนหนึ่งการพัฒนาประเทศ ทั้งหมดนี้เพื่อส่งต่อพลเมืองที่ดีให้กับชุมชน สังคม ประเทศชาติต่อไป

โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)

จากเจตนารมณ์ของบริษัท ซึ่งต้องการสร้างรากฐานเพื่อความสำเร็จ โดยให้เยาวชนได้มีโอกาสเรียนรู้ในสิ่งที่เหมาะสมกับตัวเอง ด้วยกระบวนการ Active Learning พัฒนาให้เป็นเลิศตามความถนัด เน้นทักษะทางด้านภาษา ปลูกฝังคุณธรรม ความกตัญญู ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบและความมีวินัย โดยมีการส่งเสริมประสบการณ์เรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในรูปแบบ Digital Class Room สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการศึกษาเพิ่มเติม ปัจจุบันมีจำนวนนักเรียนในระบบ 449 คน

โครงการเด่นด้านการศึกษาในปี 2562

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตอีอีซี

เพื่อรองรับ อีอีซี ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก จึงได้ดำเนินการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา ที่พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยสาขาต่าง ๆ ที่เปิดขึ้นจะต้องสนับสนุนความต้องการแรงงานในเขตพื้นที่นั้น เช่น หลักสูตรช่างซ่อมอากาศยานหลักสูตรธุรกิจอาหารและโรงแรมฯ รวมจำนวน 5 หลักสูตร ปัจจุบันอยู่ระหว่างการพัฒนาหลักสูตร โดยวิทยาเขตจะเริ่มเปิดดำเนินการในวันที่ 1 มิถุนายน 2563 โดยมีเป้าหมายในการรับนักศึกษารวม 750 คน พร้อมกันนี้บริษัทได้ลงนามความร่วมมือในการยกระดับการศึกษาให้ก้าวหน้ากับกระทรวงศึกษาธิการภายใต้โครงการ “บัณฑิตพรีเมี่ยม” ดำเนินงานโดยสำนักเครือข่ายการศึกษาภายใต้สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์วิทยาเขตอีอีซี ในการจัดหาสถาบันอุดมศึกษาที่สนใจมาเข้าร่วมเพื่อพัฒนาบัณฑิตให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ว่าด้วยเด็กจบมาต้องทำงานได้ หรือให้ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจ ในปี 2562 มีสถาบันที่เข้าร่วมโครงการ “บัณฑิตพรีเมี่ยม” สะสมปี 2561-2562 รวมจำนวน 80 แห่ง โดยบริษัทตั้งเป้าหมายให้ได้นักเรียนที่ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจ และสามารถทำงานได้ทันที ไม่น้อยกว่า 1,800 คน

มอบโอกาสทางการศึกษา

บริษัทส่งเสริมทุนการศึกษาให้กับนักเรียน ระดับอาชีวศึกษา (มัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ปวช. และ ปวส.) ระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี ขึ้นไป) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 11 พร้อมกันนี้ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ลงนามร่วมกับ 7 มหาวิทยาลัยราชภัฏ อาทิ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เพื่อร่วมกันผลิตบัณฑิตให้ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจ ผ่านการเรียนรู้ควบคู่กับการปฏิบัติงานจริง พร้อมทั้งมอบทุนการศึกษาตลอดหลักสูตร โดยโครงการนี้ถือเป็นหนึ่งในนโยบายส่งเสริมการศึกษาพัฒนาเยาวชนของบริษัท และเป็นไปตามปณิธาน “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสให้ทุกคน ”

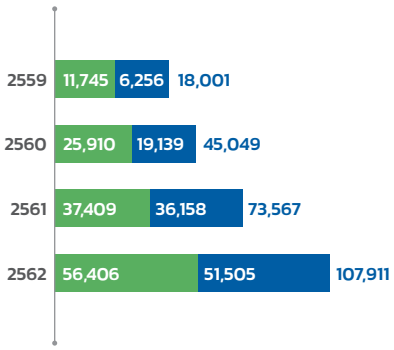
เพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษาให้กับเยาวชนและสามารถเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร สังคม และเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ บริษัทยังส่งมอบทางเลือกที่หลากหลายยิ่งขึ้นผ่านการมอบทุนการศึกษาเพื่อศึกษาต่อในระดับปริญญาโท และโอกาสในการทำงานร่วมกับบริษัท รวมถึงโอกาสในการเป็นเจ้าของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ภายใต้ความเชื่อมั่นในศักยภาพของนักเรียน และนักศึกษาในกลุ่มของสถาบันปัญญาภิวัฒน์ บริษัทจึงมีนโยบายรับผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับอาชีวศึกษา สามารถเข้าทำงานในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ในระดับตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการได้ทันที ระดับอุดมศึกษาสามารถเข้าทำงานในตำแหน่งผู้จัดการร้านได้ทันที นอกจากนี้ยังได้รับสิทธิพิเศษในการเข้าร่วมเป็นเจ้าของร้านสาขา (Store Business Partner: SBP) ทั้งนี้ ในปี 2562 มีจำนวนนักเรียนและบัณฑิตที่ร่วมงานกับบริษัท จำนวน 1,960 คน

คุณก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นประธานมอบทุนการศึกษาให้กับ เด็กหญิงกชนันท์ กุลสุวรรณ หรือน้อง “เซเว่น” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 11

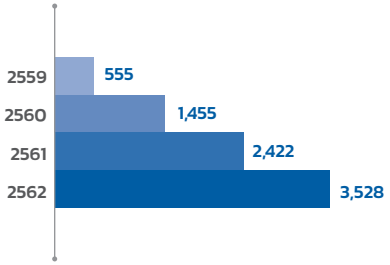
โดยในปี 2562
บริษัทได้มอบทุนการศึกษาทั้งสิ้น
34,344 ทุน
คิดเป็นมูลค่ากว่า
1,105 ล้านบาท
ซึ่งครอบคลุมระดับอาชีวศึกษา และอุดมศึกษา

ผลดำเนินการส่งมอบโอกาสทางการศึกษา

จำนวนทุนการศึกษา



มูลค่าทุนการศึกษา (ล้านบาทสะสม)



โครงการเพิ่มทักษะด้านอาชีพแก่นักเรียนครอบครัวยากจน ที่ไม่ได้เรียนต่อหลังจบการศึกษา ภาคบังคับ

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์(PAT)ร่วมกับสำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน ประสานความร่วมมือ หารือแนวทางสร้างโอกาสทางการศึกษา สนับสนุนโครงการ “เพิ่มทักษะด้านอาชีพแก่นักเรียนครอบครัวยากจนที่ไม่ได้เรียนต่อหลังจบการศึกษาภาคบังคับ”โดยมีเป้าหมายเพื่อให้นักเรียนที่ด้อยโอกาส และไม่ได้เรียนต่อหลังจบการศึกษาภาคบังคับ ที่มีกว่าปีละ 80,000 - 100,000 คนทั่วประเทศ ได้มีโอกาสในการศึกษาต่อ มีทักษะด้านอาชีพในฐานะ “แรงงานมีฝีมือ” อันจะทำให้มีรายได้ ค่าจ้างที่สูงขึ้น มีความมั่นคงทางอาชีพ สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ช่วยลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

โครงการส่งเสริมและพัฒนาทักษะ ด้านการประกอบอาชีพ ภายใต้โครงการคืนคนดีสู่สังคม

เป็นความร่วมมือระหว่างวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ กับกรมพินิจและคุ้มครองเด็ก และเยาวชน ร่วมส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารโลกอาชีพและความต้องการของตลาดแรงงาน แนวทางการเข้าสู่อาชีพ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ตลอดจนการเตรียมตัวในการหางานทำและการหาอาชีพเสริม เพื่อให้เด็ก เยาวชน และผู้ปกครองสามารถวางแผนการดำเนินชีวิตต่อไปได้ โดยการจัดแนะแนวอาชีพ การให้คำปรึกษาด้านอาชีพต่าง ๆ และการทดสอบความพร้อมทางอาชีพให้เด็ก และเยาวชน ในพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก รวม 35 หน่วยงาน เพื่อสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการเลือกประกอบอาชีพได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ยังได้ร่วมกับ สถานพินิจ และคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรม จังหวัดนครราชสีมา และสถาบันกาแฟ (All Coffee Academy : A-CA) จัดการอบรมวิชาชีพการทำกาแฟให้กับเยาวชน และเจ้าหน้าที่ของสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน จำนวนสะสม (ปี 2561-2562) 283 คน ซึ่งการทำกาแฟเป็นอีกหนึ่งวิชาชีพที่เด็กและเยาวชนสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ พร้อมส่งมอบโอกาสทางการศึกษาร่วมสนับสนุนทุนการศึกษาตั้งแต่ระดับอาชีวศึกษาถึงระดับอุดมศึกษา(ปริญญาตรี)ซึ่งจะได้รับความรู้ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ฝึกงานในสถานประกอบการจริง ขณะฝึกปฏิบัติงานยังมีรายได้เป็นค่าครองชีพของตัวเอง เมื่อจบการศึกษาแล้วสามารถมีงานทำ มีรายได้สร้างอาชีพที่มั่นคงให้กับตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นคนดีของครอบครัว ชุมชนและประเทศชาติ เป็นการสร้างให้เด็กและเยาวชนเป็นคนดีสู่สังคมได้อย่างแท้จริง

โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED ปี 2562

ภายใต้โครงการ “สานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED” บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) 1 ใน 12 องค์กรเอกชน ในฐานะผู้ร่วมก่อตั้งโครงการสานพลังประชารัฐ ด้านการศึกษาพื้นฐาน และการพัฒนาผู้นำ (E5) และโครงการผู้นำเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน หรือที่รู้จักกันดีในนามโครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED ในปัจจุบัน ยังคงเดินหน้ามุ่งมั่นยกระดับคุณภาพการศึกษาไทยอย่างต่อเนื่องนับแต่ปี 2559 จนถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 3 ปี กว่า 339 โรงเรียน และกำลังก้าวเข้าสู่การดำเนินโครงการในระยะที่ 3 ประจำปีการศึกษา 2563 นอกจากการอนุมัติงบประมาณเพื่อสนับสนุนการดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อปรับปรุง พัฒนา และแก้ไขปัญหาของโรงเรียนโดยเน้นความสอดคล้องตามบริบทและสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาคพื้นที่เป็นมูลค่ารวมกว่า 47 ล้านบาทแล้ว ยังคงเดินหน้าเตรียมความพร้อมสนับสนุนโรงเรียนต่าง ๆ เพิ่มเติมด้วยการร่วมจัดเวิร์คช้อปเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับ School Partner หรือ SP จิตอาสา จากทุกหน่วยงานในกลุ่มบริษัท รวมกว่า 151 คน ก่อนลงพื้นที่เพื่อตรวจเยี่ยม ติดตามการดำเนินโครงการต่าง ๆ ที่ได้รับอนุมัติงบประมาณไป โดยวางแผนและทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับผู้อำนวยการ ครู นักเรียนในการเสนอโครงการพัฒนาโรงเรียนในเฟสใหม่ที่จะมาถึงอีกกว่า 120 โรงเรียน

ในปี 2562 มีการพัฒนา
โรงเรียนแล้วทั้งหมด
273 แห่ง
คิดเป็นร้อยละ
87
ของจำนวนโรงเรียนที่ตั้งเป้าหมาย
ไว้ทั้งหมด **313** แห่งครอบคลุมเยาวชน
จำนวน **43,000** คน

10 ยุทธศาสตร์ ยกระดับการจัดการ การศึกษาไทย

- ความโปร่งใสของข้อมูลสถานศึกษา
- การยกระดับความรู้ความสามารถ ด้านภาษาอังกฤษ
- กลไกการตลาด และการมีส่วนร่วมของชุมชน
- การปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และจิตสาธารณะให้นักเรียน
- การเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ของสถานศึกษา
- ศูนย์กลางศึกษาเทคโนโลยีแห่งอนาคต ในระดับภูมิภาค
- หลักสูตรการเรียนการสอนที่มุ่งเน้น ให้เด็กนักเรียนเป็นศูนย์กลาง
- การสร้างมาตรการจูงใจด้านสิทธิประโยชน์ และการมีส่วนร่วมของผู้เชี่ยวชาญ ทั้งใน และต่างประเทศ
- การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษา และครูผู้สอน
- การพัฒนา และส่งเสริมผู้นำรุ่นใหม่

โครงการ Business for Young

บริษัทให้ความสำคัญต่อการแนะแนวอาชีพภายใต้การดำเนินการของวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจ ปรับทัศนคติที่ดีของเยาวชนในการศึกษาด้านสายอาชีพ ส่งเสริมให้นักเรียนได้มีองค์ความรู้ และทักษะการทำงานด้านสายอาชีพทางด้านธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ โดยยังคงดำเนินโครงการต่อเนื่องร่วมกับสถานศึกษา 93 แห่ง ต่อเนื่องจากปี 2560 โดยในปี 2562 ยังมีการจัดกิจกรรมแนะนำกระบวนการต่าง ๆ ในธุรกิจค้าปลีก โดยปรับรูปแบบเนื้อหาการเรียนให้มีความหลากหลาย 3 รูปแบบ ได้แก่

1. เนื้อหาสำหรับการเรียนแบบ 2 วัน ซึ่งเปิดโอกาสให้เข้าศึกษาดูงานที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น
2. เนื้อหาสำหรับการเรียนแบบ 1 วัน
3. เนื้อหาการอบรมแบบครึ่งวัน เพื่อช่วยส่งเสริมและสร้างความเข้าใจให้กับเยาวชนในการเลือกเรียนและเข้าทำงานในสายอาชีพ ทางด้านธุรกิจค้าปลีก

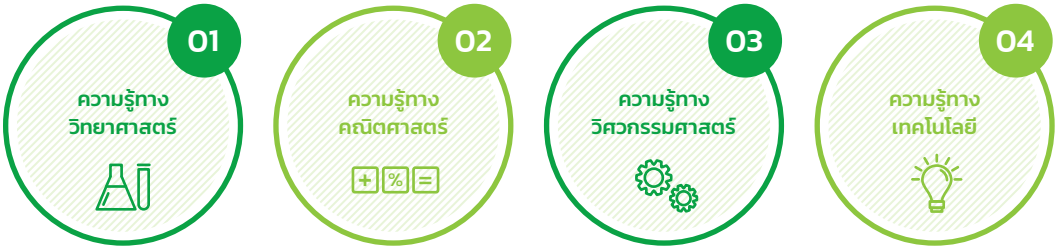
- คอร์ส 1 ทำอะไรที่ฝึกงานของเรา "FIFO" โอ้โหง่ายจัง
- คอร์ส 2 มารู้จักสินค้า และบริการต่าง ๆ ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นกันเถอะ
- คอร์ส 3 สนุกสนานกับงาน "Plus Sell"
- คอร์ส 4 บริการอิ่มสะดวกกับเซเว่นอีเลฟเว่น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับในปี 2560-2562

- ครู 363 ราย
- เยาวชน 5,073 ราย
- โรงเรียน 93 แห่ง

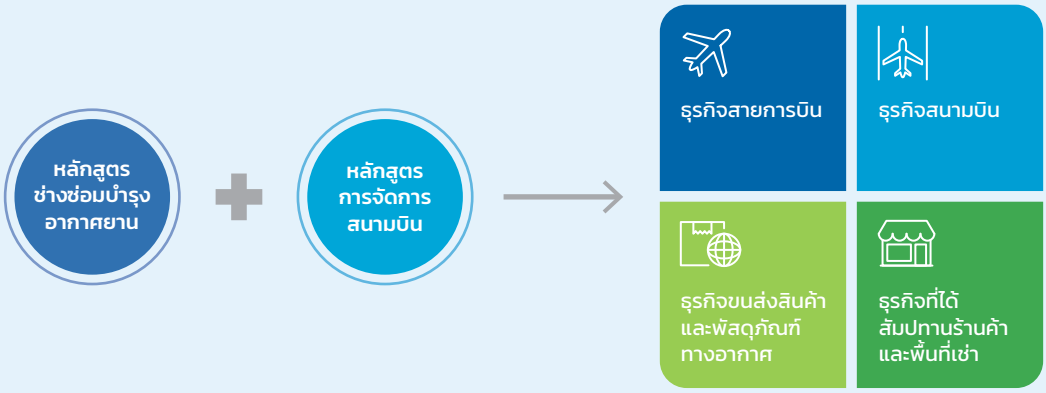
โครงการพัฒนาอบรมบุคลากรครู ด้านสะเต็มศึกษา (STEM Education)

เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาของประเทศอย่างต่อเนื่อง ในปี 2562 บริษัทร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.), โรงเรียนวัดคีรีวิหาร (สมเด็จพระวันรัต อุปถัมป์), โรงเรียนวัดหนองเสม็ด (อรรถพรสงเคราะห์) และโรงเรียนวัดไทรทอง นำร่องจัดอบรมบุคลากรครูด้านสะเต็มศึกษา (STEM Education)" ให้กับบุคลากรครูกว่า 50 คน เพื่อเตรียมความพร้อมบุคลากรครูให้สามารถบูรณาการปรับแผนการเรียนการสอนเชิงรุก (Active Learning) เพิ่มโอกาสสร้างการเรียนรู้ให้นักเรียนอย่างรอบด้าน ผ่านกระบวนการคิดเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะต่าง ๆ อย่างเต็มประสิทธิภาพ ฝึกแก้ปัญหาโดยเชื่อมโยงองค์ความรู้วิชาการของศาสตร์ทั้ง 4 ประกอบด้วย



โครงการพัฒนาบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมการบิน ศูนย์สอบมาตรฐานเอียซ่า (EASA)

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ บริษัท แอโรบินดุ้ง (AERO Bildung) ประเทศเยอรมนี ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ “โครงการพัฒนาบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมการบิน” จัดตั้งศูนย์สอบภาคทฤษฎีช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน พร้อมจัดอบรมหลักสูตรระยะสั้นตามมาตรฐาน EASA Part 66 เพื่อยกระดับองค์ความรู้ครูอาจารย์ ของสถานศึกษาที่เปิดหลักสูตรช่างซ่อมอากาศยาน รวมทั้งเปิดอบรมหลักสูตรระยะสั้น พัฒนาบุคลากรบริการภาคพื้น และเตรียมความพร้อมนักศึกษาจบใหม่เพื่อก้าวเข้าสู่อาชีพอุตสาหกรรมการบิน เพิ่มขีดความสามารถคนไทยในอาชีพอุตสาหกรรมการบินให้เทียบเท่ามาตรฐานระดับโลก นอกจากนี้ ยังถือเป็นการแสดงเจตนารมณ์สนับสนุนนโยบายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และประเทศไทย 4.0 อีกทั้งให้ความร่วมมือในการพัฒนาบุคลากรในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EASTERN ECONOMIC CORRIDOR: EEC) อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถเชื่อมโยงการอบรมระยะสั้นเข้ากับการจัดการศึกษาแบบการเรียนรู้ควบคู่กับการทำงาน (Work-Based Learning) ของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ 2 หลักสูตร ที่ครอบคลุม 5 หลักสูตรการปฏิบัติงานในหน้าที่บริการผู้โดยสาร (Passenger Service) บริการที่ลานจอด (Ramp Service) และบริการขนส่งสินค้า (Cargo Service)



ให้สามารถตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมการบิน 4 กลุ่มธุรกิจ คือ ธุรกิจสายการบิน (Airline) ธุรกิจสนามบิน (Airport) ธุรกิจขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางอากาศ (Cargo and Air Freight) และธุรกิจที่ได้สัมปทานร้านค้าและพื้นที่เช่า พร้อมกันนี้ โครงการพัฒนาบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมการบิน ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ปัญญธารา จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยในกลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้รับการจดทะเบียนเป็นศูนย์สอบ EASA Part 66 อย่างเป็นทางการจากบริษัท แอโรบินดุ้ง ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับใบอนุญาต (License) จากองค์กรความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรป (European Aviation Safety Agency : EASA)

โครงการแคมป์พัฒนาเยาวชน

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม) ร่วมกับเทศบาลนครปากเกร็ด จัดโครงการแคมป์พัฒนาเยาวชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เด็กได้เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง พัฒนาสู่การเป็นเยาวชนที่มีความสามารถและมีคุณภาพ เปิดประสบการณ์นอกห้องเรียน รวมถึงปลูกฝังและสร้างแรงบันดาลใจให้มีสำนึกรักบ้านเกิดพร้อมทั้งพัฒนาตนเอง รู้จักคุณค่าเพื่อการต่อยอด สร้างประโยชน์ให้กับชุมชนของตนเอง ให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ที่หมุนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่อยู่เสมอ โดยได้ดำเนินการต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ในปี 2562 ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ พร้อมทั้งให้คำแนะนำด้านการศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ให้เด็กและเยาวชนในเทศบาลนครปากเกร็ด จัดบูธกิจกรรมกว่า 7 ฐาน อาทิ ฐานอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่และอุตสาหกรรมหุ่นยนต์ ฐานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ และอุตสาหกรรมดิจิทัล ฐานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และอุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ ฐานอุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพอุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร ฐานการศึกษา 4.0 ฐานพลเมืองคุณภาพรักสิ่งแวดล้อม และฐานเทศบาลนครปากเกร็ด ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและประโยชน์แก่ชุมชนสังคมอย่างยั่งยืนไปพร้อมกัน หรือที่เรียกว่า University Shared Value มีเด็ก และเยาวชนเข้าร่วมโครงการสะสมรวม 884 ราย

แบ่งปันโอกาส สรรสร้างคุณค่าสังคม

ผลการดำเนินงาน ที่สำคัญปี 2562

ส่งเสริมเกษตรกร
28,039 ราย
เกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริม อาชีพและรายได้

ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย
14,001 ราย
ผู้ประกอบการรายย่อยที่ได้รับ การส่งเสริมอาชีพและรายได้

ส่งเสริมกลุ่มเปราะบาง
1,607 ราย
กลุ่มเปราะบางที่ได้รับ การส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

การสนับสนุนเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG1 ขจัดความยากจน
1.2 ลดสัดส่วนชาย หญิง และเด็กในทุกช่วงวัย ที่อยู่ภายใต้ความยากจนในทุกมิติ ให้ลดลงอย่างน้อยครึ่งหนึ่ง

1.3 ดำเนินการของระบบคุ้มครองทางสังคม ให้ครอบคลุมถึงผู้ยากจน และผู้ที่อยู่ในสถานะเปราะบาง

SDG2 ขจัดความหิวโหย
2.3 เพิ่มผลิตภาพทางการเกษตรและรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก โดยเฉพาะผู้หญิง คนพื้นเมือง เกษตรกรรมในครัวเรือน คนเลี้ยงปศุสัตว์ ชาวประมง

2.4 ส่งเสริมกระบวนการผลิตอาหารอย่างยั่งยืนและการดำเนินการทางการเกษตรที่มีความยืดหยุ่นในการเพิ่มผลผลิตและการผลิตที่ช่วยรักษาระบบนิเวศ

SDG10 ลดความเหลื่อมล้ำ
10.1 สนับสนุนและรักษาอัตราการเติบโตของรายได้ของประชากรกลุ่มรายได้ต่ำที่สุดร้อยละ 40 ให้มีอัตราที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ

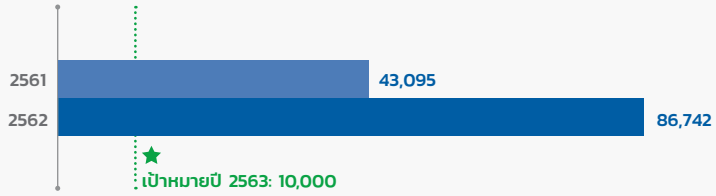
สแกนคิวอาร์โค้ดนี้ เพื่อรับข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนในหัวข้อนี้เพิ่มเติม หรือที่ https://www.youtube.com/watch?v=17DuFgxjHqg&t=134s

เป้าหมายปี 2563

เกษตรกร หรือ ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบาง จำนวน
10,000 ราย ได้รับการส่งเสริมอาชีพและรายได้ ภายในปี 2563

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

เกษตรกรหรือผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบางที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ และรายได้ ที่เกิดขึ้นในแต่ละปี (รายสะสม)



ความท้าทาย

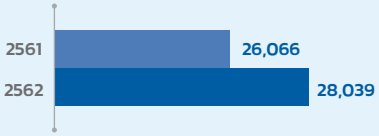
สัญญาณการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีความคาดหวังให้รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ผลการสำรวจในระดับสากลเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสัญญาณการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจากหลากหลายประเทศทั่วโลก พบว่าการดำเนินธุรกิจขององค์กรขนาดใหญ่ มีศักยภาพที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาความท้าทายต่าง ๆ ในระดับโลกได้ พร้อมทั้งสามารถเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยขับเคลื่อนความเป็นอยู่ที่ดีในสังคมเมื่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรขนาดใหญ่นั้นมีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ นอกจากนี้ องค์กรที่มีความมุ่งมั่นในการสนับสนุนและช่วยเหลือสังคม ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นมากกว่าการแสวงหาผลกำไรเพียงอย่างเดียว สามารถทำให้องค์กรเหล่านั้นสรรหาและรักษาพนักงานที่มีคุณภาพไว้ในองค์กรได้ อีกทั้งยังทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมากขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจที่ไม่มีผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมหรือสิ่งแวดล้อม

ความคืบหน้าปี 2562

- โครงการ ซีพี ออลล์ เชิดชูชาวนาผู้ปลูกข้าว ผู้ปลูกความเป็นไทย
- โครงการผลไม้ตามฤดูกาล
- โครงการสนับสนุนผักสลัดอินทรีย์และผลไม้อินทรีย์
- โครงการก้าวที่พลาดสู่โอกาสสายอาชีพ
- โครงการวันแห่งโอกาสดี @CP ALL
- โครงการสร้างคน สร้างงาน ปันโอกาสทางอาชีพ
- แม็คโคร เคียงข้างเกษตรกร ร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

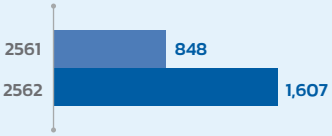
สรุปผลการดำเนินงานด้านการสร้างคุณค่าให้กับสังคม

เกษตรกร ที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ (ราย)

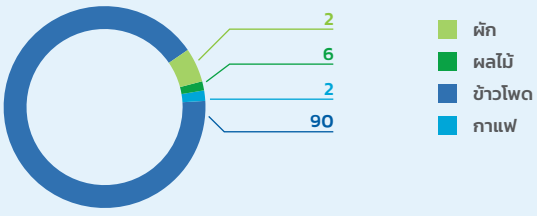


ผู้ประกอบการรายย่อย ที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ (ราย)

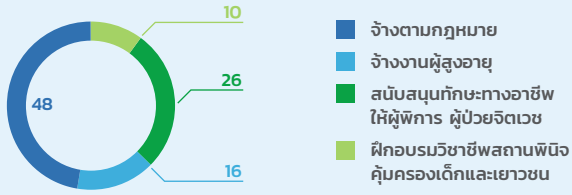
กลุ่มเปราะบาง ที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ (ราย)



เกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพ แยกตามประเภท (ร้อยละ)

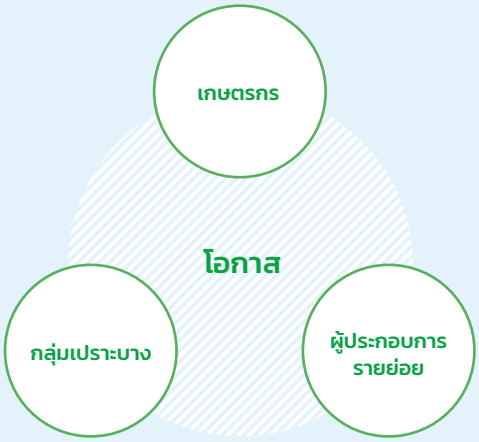


กลุ่มเปราะบางได้รับการส่งเสริมอาชีพ แยกตามประเภท (ร้อยละ)



การดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) สร้างความตระหนักภายในองค์กรมาอย่างต่อเนื่องถึงความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ ที่ให้ความสำคัญสังคมเสมือนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร พร้อมทั้งมุ่งสร้างคุณค่าทางสังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านทางการดำเนินธุรกิจ เพื่อการเติบโตเคียงคู่กันไปขององค์กร สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมการสร้างคุณค่าทางสังคมผ่านการสนับสนุน การเสริมสร้างทักษะ องค์ความรู้ การสร้างอาชีพ การสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบางทางสังคม เพื่อแบ่งปันโอกาสและบทบาททางสังคม ส่งเสริมความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น โดยบริษัทเล็งเห็นความสำคัญของกลุ่มคนเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง ผ่านการสำรวจมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อรับทราบถึงทัศนคติ ความเข้าใจต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างคุณค่าแก่สังคม ในปี 2562 บริษัทมุ่งดำเนินโครงการในการสร้างคุณค่าให้กับสังคมอย่างครอบคลุม อาทิ โครงการเสริมสร้างทักษะองค์ความรู้ให้กับเกษตรกร โครงการส่งเสริมอาชีพให้แก่กลุ่มเยาวชนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินและเด็กพิเศษ และโครงการเพิ่มช่องทางในการขยายธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย เป็นต้น ทั้งนี้ ยังมีโครงการปลีกย่อยอีกมากมาย รวมถึงการสนับสนุนผ่านงบประมาณ สิ่งของ กำลังจากพนักงานที่มีความตั้งใจในการเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างคุณค่าทางสังคมร่วมกับบริษัท



ส่งเสริมเกษตรกรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี

บริษัทดำเนินงานด้านการส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรมาอย่างต่อเนื่องผ่านการเพิ่มทักษะและศักยภาพในการบริหารจัดการที่ดินทำกินให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยมุ่งดำเนินโครงการที่สามารถสร้างคุณค่าให้ทั้งองค์กร สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนี้ การส่งเสริมเกษตรกรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดียังสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับครอบครัว ชุมชน และสังคมให้มีความมั่นคงมากยิ่งขึ้นภายใต้โครงการส่งเสริมเกษตรกรต่าง ๆ ดังนี้

โครงการ ซีพี ออลล์ เชิดชูชาวนาผู้ปลูกข้าว ผู้ปลูกความเป็นไทย

บริษัทจัดโครงการเสริมสร้างทักษะ องค์ความรู้แก่เกษตรกรผู้เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับสังคม โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร ชุมชน และสังคม อีกทั้งส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากที่มีความมั่นคงให้แก่ชุมชน ผ่านความร่วมมือจาก 2 องค์กร ประกอบด้วย

เสริมสร้างทักษะ
องค์ความรู้แก่เกษตรกร
172 ราย

1 โรงเรียนชาวนาพุทธเศรษฐศาสตร์ ไร่เชิญตะวัน จังหวัดเชียงราย

โรงเรียนชาวนาพุทธเศรษฐศาสตร์ ไร่เชิญตะวัน จังหวัดเชียงราย ภายใต้การดูแลของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่ให้ความสำคัญกับการทำเกษตรกรรมในรูปแบบเกษตรอินทรีย์ สร้างชาวนามืออาชีพและมีคุณธรรม ผ่านการสนับสนุนกิจกรรมและแหล่งเรียนรู้เพื่อชุมชนในสังคม พร้อมทั้งเสริมสร้างและพัฒนาทักษะองค์ความรู้ให้กับชาวนา ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาด้านการตลาด การสื่อสาร การแปรรูป และการบริหารผลิตผลทางการเกษตรอย่างปลอดภัย พร้อมกันนี้ เกษตรกรยังสามารถมีผลผลิตที่มีคุณภาพ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างรายได้ที่ยั่งยืนในครอบครัวได้ ในปี 2562 มีเกษตรกรเข้าร่วมทั้งหมด 120 ราย

2 สมาคมไทบ้าน จังหวัดมหาสารคาม

สมาคมไทบ้าน จังหวัดมหาสารคาม ยกระดับความรู้และเสริมสร้างศักยภาพเกษตรกรไทย ผ่านการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการผลิตและเพิ่มมูลค่าเกษตรอินทรีย์ การบริหารจัดการทรัพยากรด้านการตลาด การสร้างแบรนด์ และแนวทางสู่การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังส่งเสริมชุมชนต้นแบบเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีชาวนาเป็นศูนย์กลางและส่งเสริมเครือข่ายชาวนาอื่น ๆ ในจังหวัด เพื่อให้สังคมมีความรู้และเห็นคุณค่าของการผลิตและความหลากหลายของข้าวไทย ในปี 2562 มีเกษตรกรเข้าร่วม ทั้งหมด 52 ราย

โครงการกล้วยหอมทอง

โครงการกล้วยหอมทอง โครงการสนับสนุนสินค้าจากผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งบริษัทมุ่งสนับสนุนเกษตรกรปลูกกล้วยหอมทองอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2555 ผ่านแนวทางการจัดการ ดังนี้

01 เพิ่มช่องทางกระจายสินค้าผ่านร้านเซเว่นอิเลฟเว่น

02 ส่งเสริมการเพาะปลูกที่มีมาตรฐาน และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

03 ให้ความรู้เรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยืดอายุการเก็บรักษา

04 กล้วยที่ไม่ได้มาตรฐานตามกำหนด นำเข้าสู่กระบวนการแปรรูป

05 ทำสื่อการสอนเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกรในการปลูกกล้วยหอมทอง

เกิดการจ้างงานในชุมชนมากยิ่งขึ้น โดยครอบคลุมพื้นที่การเกษตรทั้งหมด
12,860 ไร่

โครงการกล้วยหอมทองประสบความสำเร็จตามแนวทางและเป้าหมายที่บริษัทมุ่งส่งเสริม พร้อมกันนี้ยังทำการต่อยอดไปยังกล้วยชนิดอื่น ๆ อาทิ กล้วยน้ำว้า และกล้วยเล็บมือนาง ซึ่งสามารถทำให้รายได้ของเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งเกิดการจ้างงานในชุมชนมากยิ่งขึ้น โดยครอบคลุมพื้นที่การเกษตรทั้งหมด 12,860 ไร่

เกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการ
1,220 ราย
ลดลง ร้อยละ **32**
จากปี 2561

เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ รวมถึงสภาพอากาศและปริมาณน้ำในปีที่ผ่านมาทำให้เกษตรกรจำนวนมากมีผลผลิตที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานของบริษัทลดลง บริษัทจึงกำหนดและดำเนินงานตามมาตรการช่วยเหลือต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการดำเนินโครงการดังนี้

1. ให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการน้ำตามสภาพพื้นที่
2. ทำการทดลองร่วมกับเกษตรกรในการปรับปรุงการเพาะปลูกด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น ใช้แผ่นพลาสติกคลุมแปลงเพื่อรักษาความชุ่มชื้นในผิวดินลดและลดการรบกวนจากวัชพืช และการเปลี่ยนระบบการรดน้ำจากการฉีดน้ำ (Sprinkler) เป็นระบบน้ำหยด ซึ่งช่วยลดการใช้น้ำได้ถึงร้อยละ 70 ส่งเสริมให้มีการทำกล้วยปอกเพื่อส่งบริษัทซีพีแรม จำกัด เพื่อทำเค้กกล้วยหอม และทำปุ๋ยชีวภาพ / ปุ๋ยพืชสด เพื่อลดการสูญเสียให้ได้มากที่สุด

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

- สร้างรายได้ที่มั่นคง เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร
- สร้างมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตร

ผลกระทบด้านสังคม

- สร้างศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับการปลูกกล้วยหอม
- สร้างอาชีพถ่ายทอดรุ่นสู่รุ่น, ชุมชนพึ่งพาตนเองแบบยั่งยืน

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

- เกษตรกรมีสุขภาพดี ลดการใช้สารเคมี โดยใช้สารชีวภาพมากขึ้น

ผลลัพธ์ และประโยชน์ที่ได้รับ

คุณค่าทางเศรษฐกิจ

เกษตรกร และผู้ประกอบการรายย่อย เข้าร่วมโครงการสะสม **1,825** ราย
มีพื้นที่เพาะปลูก **14,863** ไร่
มีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีต่อคน **312,071** บาท
เซเว่นอีเลฟเว่นมียอดการจำหน่าย กล้วยหอมทองเพิ่มขึ้นมากกว่า **300,000** ลูก ต่อวัน หรือประมาณ **109,500,000** ลูกต่อปี คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ **876** ล้านบาท

ผลลัพธ์ และประโยชน์ที่ได้รับ

คุณค่าทางสังคม

สร้างงาน และอาชีพให้กับชุมชน ส่งเสริมให้โรงคัดบรรจุในแต่ละภูมิภาคสามารถรับวัตถุดิบกล้วยหอมทองโดยตรงจากเกษตรกรในพื้นที่ โดยไม่ต้องเสียเวลาขนวัตถุดิบกล้วยหอมทองมายังส่วนกลาง เช่น กล้วยหอมทางภาคใต้ก็จะใช้กล้วยในพื้นที่ชุมพร สุราษฎร์ธานี สงขลา พัทลุง และสตูล เป็นต้น ซึ่งเป็นการสร้างงานให้ชุมชน และสร้างความมีส่วนร่วมกับชุมชน เกษตรกรไม่ต้องวิ่งหาที่จำหน่ายวัตถุดิบ ผลผลิตไม่เสียหาย และสร้างความพึงพอใจให้เกษตรกร รวมทั้งสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนอีกด้วย

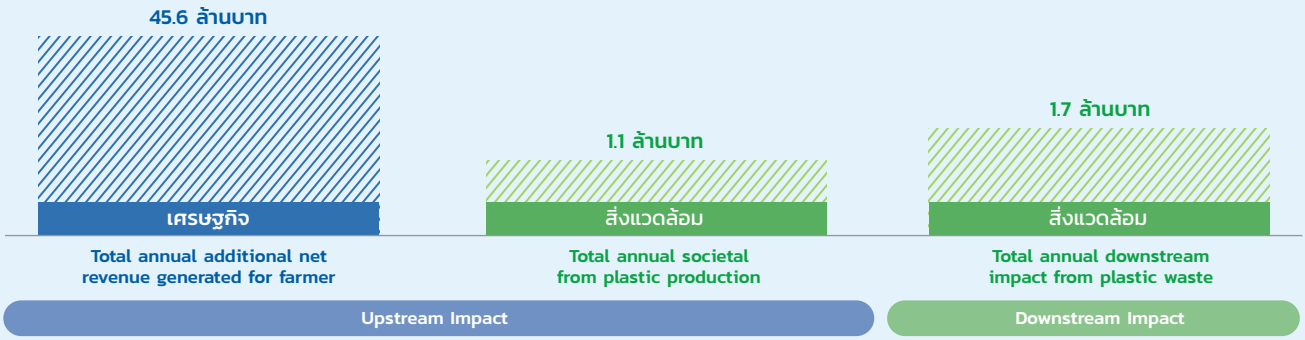
เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย
สามารถขยายโรงคัดบรรจุ จาก **3** เป็น **17** โรงงาน ครอบคลุมทุกภูมิภาค สามารถส่งกล้วยหอมทองได้ครอบคลุมร้านเซเว่นอีเลฟเว่น กว่า **11,712** สาขา ทั่วประเทศ คิดเป็นมูลค่า **876** ล้านบาท ส่งผลให้การรวมกลุ่มของเกษตรกรมีความเข้มแข็ง มีคุณภาพชีวิตที่ดีมากขึ้นสะท้อนผ่านรายได้ที่มั่นคง และมีความสามารถในการแข่งขัน ในตลาดมากยิ่งขึ้น (เดิมเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทอง ขายในตลาดกลาง หรือตลาดทั่วไป จะมีรายได้เฉลี่ย **214,875** บาทต่อปี เมื่อเข้าร่วมโครงการแล้ว จะมีรายได้เฉลี่ย **1,715,638** บาทต่อปี)

ผลลัพธ์ และประโยชน์ที่ได้รับ

คุณค่าทางสิ่งแวดล้อม

เกษตรกรมีการจัดการสารเคมีที่เหมาะสม และปลอดภัย มีการส่งเสริมให้ใช้ปุ๋ยชีวภาพ และชีวภัณฑ์ ภายหลังเข้าร่วมโครงการ เกษตรกรสามารถลดการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืชและปุ๋ยเคมีได้ ร้อยละ **50** เมื่อเทียบกับก่อนเข้าร่วมโครงการ สามารถลดปริมาณซากขยะอันตราย และส่งผลให้เกษตรกรมีสุขภาพดีขึ้นจากการลดใช้สารเคมี และยังสามารถลดต้นทุนให้กับเกษตรกร **600** บาทต่อไร่

การประเมินและวัดผลกระทบทางธุรกิจ



จากการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา บริษัททำการประเมินผลกระทบ และพบว่าโครงการกล้วยหอมทองก่อให้เกิด ผลกระทบเชิงบวก > ผลกระทบเชิงลบ **16** เท่า

โครงการผลไม้ตามฤดูกาล (ALL Fresh)

บริษัทมุ่งส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของเกษตรกรอย่างต่อเนื่องผ่านโครงการผลไม้ตามฤดูกาล (ALL Fresh) โดยการสนับสนุนช่องทางการกระจายสินค้า เพื่อการจัดจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรตามฤดูกาล อาทิ ทุเรียน ลำไย เมล่อน มะม่วง สับปะรด และส้ม ผ่านช่องทางออนไลน์ที่หลากหลาย เช่น www.shopat24.com เฟสบุ๊ค www.24catalog.com และ ศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า เป็นต้น พร้อมกันนี้ บริษัทมุ่งคัดสรรสินค้าผ่านฟาร์มของเกษตรกรที่มีคุณภาพ ดูแลกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ การเพาะปลูก และการขนส่งเพื่อส่งมอบสินค้าให้กับผู้บริโภคอย่างสมบูรณ์ที่สุด

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

สนับสนุนช่องทางการกระจายสินค้าทางการเกษตรให้กับเกษตรกร
33 ราย

สนับสนุนสินค้าทางการเกษตร
11 ตัน

สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรที่เข้าร่วม
1.2 ล้านบาท

โดยในปี 2562 บริษัทมีการสนับสนุนผลผลิตทางการเกษตรจากเกษตรกรและกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้พิการจากใจดีฟาร์ม ซึ่งเป็นศูนย์สร้างเสริมศักยภาพคนพิการที่ตำบลหันคา อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท ปริมาณทั้งสิ้น 612 ตัน คิดเป็นมูลค่า 92,984 บาท

โครงการ "แม็คโคร เคียงข้างเกษตร ร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย"

แม็คโครช่วยสนับสนุนการรับซื้อผลผลิตการเกษตรจากเกษตรกรทั่วประเทศครอบคลุมกลุ่มผักผลไม้ อาหารทะเล ปลาน้ำจืด เนื้อสัตว์ และไข่สด แปรรูป ในปี 2562 จำนวนกว่า 603,698 ตัน ทำให้กลุ่มเกษตรกรชาวไทยมีรายได้เพิ่มขึ้นถึงกว่า 42,099 ล้านบาท

นอกจากนี้ในปี 2562 แม็คโคร ได้รับซื้อผลผลิตโดยตรง ผ่านการลงนามบันทึกความร่วมมือข้อตกลงทางการค้า ร่วมกับกลุ่มเกษตรกรในรูปแบบสหกรณ์การเกษตร ชุมชนการเกษตร สมาคมผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ชมรมผู้เลี้ยงกุ้ง และ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ หรือ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในการรับซื้อผลผลิตการเกษตร อาทิ ผลไม้ตามฤดูกาล (เงาะ มังคุด ลองกอง สละ ทุเรียน) กุ้งก้ามกราม กุ้งขาว กลุ่มปลาน้ำจืด ทั้งหมดจำนวน 7 ครั้ง มากกว่า 14 กลุ่มเกษตรกรทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อระบายผลผลิตแก้ไขปัญหาด้านราคาตกต่ำ ผลผลิตล้นตลาด ให้กับเกษตรกรที่ประสบปัญหาได้เป็นจำนวนมาก

แม็คโคร สนับสนุน ส่งเสริม การพัฒนาศักยภาพเกษตรกรไทยอย่างต่อเนื่อง ในหลายด้าน ทั้งความปลอดภัยในอาหาร การส่งเสริมมาตรฐานการเพาะปลูก การจัดการเพาะปลูกให้ได้ผลผลิตตามที่ต้องการภายใต้ "การตลาดนำการผลิต" ผลักดันเกษตรกรสู่การเป็นนักธุรกิจเกษตร อุตสาหกรรม เพิ่มพื้นที่ในการรับซื้อนวัตกรรมการเกษตรจากเกษตรกรรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง ภายใต้การทำงานที่ยึดหลักการเป็นคู่คิดธุรกิจคุณ มุ่งเน้นการเติบโตเคียงข้างกันอย่างยั่งยืน

โครงการสนับสนุนเกษตรกร ผักสลัดอินทรีย์ และผลไม้อินทรีย์

เป็นโครงการต่อเนื่อง มีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมเกษตรกรไทยให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่แน่นอน และมีรายได้ที่มั่นคงตลอดทั้งปี ภายใต้การดำเนินการของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ผ่านการสนับสนุน องค์ความรู้ ให้คำแนะนำเรื่องการปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภค การเก็บรักษาคุณภาพสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวก เข้าถึงลูกค้าทั่วประเทศ โดยบริษัทรับซื้อผลผลิตผักสลัดอินทรีย์ และผลไม้อินทรีย์ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน เกษตรอินทรีย์จากสถาบันที่ได้รับมาตรฐานสากล (Organic Thailand) รวมทั้งได้ใบรับรองการผลิตพืชอินทรีย์จากกรมวิชาการเกษตร และเป็นพื้นที่ที่ไม่มีการใช้สารเคมีอย่างน้อย 1 ปี ก่อนการเพาะปลูก มีแหล่งน้ำที่ปราศจากการปนเปื้อนจากสารเคมี ดินมีความอุดมสมบูรณ์ และมีระบบนิเวศที่ดี มี Buffer Zone หรือกำแพงลมตามธรรมชาติ หรือต้นไม้เพื่อป้องกันการปนเปื้อนจากแหล่งข้างเคียง

ในปี 2562 สนับสนุนผลิตภัณฑ์ผักสลัด และผลไม้อินทรีย์เข้ามาจำหน่ายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นกว่า
8,000 สาขา
จากเกษตรกรกว่า
427 ราย
จำนวน
770 ตัน
คิดเป็นมูลค่า
89 ล้านบาท

โครงการสนับสนุนเกษตรกร เลี้ยงกุ้งก้ามกราม

ภายใต้ความร่วมมือของ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และสำนักงานประมงจังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ส่งเสริมเกษตรกรให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มั่นคงตลอดทั้งปี มีจุดประสงค์เพื่อสนับสนุนเกษตรกรที่มุ่งมั่นพัฒนายกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าคุณภาพมาตรฐานตามหลักการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agriculture Practices: GAP) ให้สามารถเข้าถึงตลาดอย่างเหมาะสม สามารถตอบโจทย์รองรับความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยในปี 2562 สยามแม็คโคร ตั้งเป้าหมายสนับสนุนรับซื้อผลผลิตกุ้งก้ามกรามที่ได้มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agriculture Practices: GAP) กว่า 250 ตัน ผลสัมฤทธิ์ทางด้านสังคม คือ ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกรให้เข้มแข็งควบคู่กับยกระดับคุณภาพผลผลิตผ่านกลุ่มเกษตรกร สนับสนุนการกลุ่มสมาชิกเกษตรกรกว่า 124 ราย

โครงการเกษตรกรคู่ชีวิต

ดำเนินการโดย บริษัท ซีพีแรม จำกัด มีจุดประสงค์เพื่อส่งมอบความรู้ให้แก่เกษตรกรไทย ใน 3 เรื่องหลัก คือ 1) ความรู้ทางวิชาการเกษตร 2) เทคโนโลยีทางด้านการเกษตร 3) การจัดการ เช่น การผลิต การตลาด และ เงินทุน โดยบริษัทดำเนินโครงการมาอย่างต่อเนื่องในการยกระดับมาตรฐานทางการเกษตรให้แก่ชุมชนและเกษตรกร ผ่านการให้ความรู้ในการปลูกพืชภายใต้การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี และเหมาะสมตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agriculture Practices หรือ GAP) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย 3S (Food safety Food security Food sustainability) สร้างความมั่นคงทางอาชีพให้กับเกษตรกรกว่า 35 ครัวเรือน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในชุมชนให้ดียิ่งขึ้น สร้างงาน และสร้างอาชีพที่มีความมั่นคง รวมไปถึงการบูรณาการ องค์ความรู้ ในการทำเกษตรกรรมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยในปี 2562 ขยายผลโครงการจากจุดแรกในพื้นที่อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ไปยังพื้นที่เพาะปลูกที่อยู่โดยรอบโรงงานในภูมิภาคต่าง ๆ ในจังหวัดขอนแก่น ลำพูน สุราษฎร์ธานี ซึ่งทำให้เกิดการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและสร้างประโยชน์ร่วมกันระหว่างชุมชน และองค์กรได้อย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ส่งเสริมอาชีพเกษตรกร
35
ครัวเรือน

สนับสนุนสินค้าทางการเกษตร
387
ตัน

สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรที่เข้าร่วม
14.29
ล้านบาท

ชุดโครงการกาแฟมวลชน

จากการดำเนินโครงการตั้งแต่ปี 2553 ที่บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด ใช้ศักยภาพของห่วงโซ่อุปทานของร้านกาแฟในการช่วยสนับสนุนความเป็นอยู่ของเกษตรกร กลุ่มเปราะบางทางสังคมต่าง ๆ ให้มีความเป็นอยู่และโอกาสในการดำเนินชีวิตและกลับเข้าสู่สังคม ผ่านขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบ ดำเนินงานของร้าน โครงการมีความคืบหน้า ดังนี้

การจัดหาวัตถุดิบ

01

โครงการกาแฟสร้างอาชีพ

มีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ สร้างอาชีพ และการจ้างงานให้กับคนในชุมชน ควบคู่ไปกับการรักษาป่า สนับสนุนในด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับการเพาะปลูก การแปรรูป เมล็ดกาแฟ รวมถึงสนับสนุนเครื่องมือการประกอบอาชีพให้กับประชาชน พร้อมทั้งรับซื้อเมล็ดกาแฟจากชาวบ้านด้วยราคาที่เป็นธรรมจากแหล่งต้นน้ำเกษตรกรไทย เพื่อใช้สำหรับร้านกาแฟ “ออลล์คาเฟ่” และร้านกาแฟ “มวลชน” อาทิ กาแฟปางขอน จากโครงการสถานีพัฒนาการเกษตรที่สูง ตามพระราชดำริบ้านปางขอน จ.เชียงราย กาแฟน่าน จาก อ.บ่อเกลือ จ.น่าน อันเป็นจุดเริ่มต้นบนความร่วมมือของภาครัฐ และภาคเอกชน จับมือร่วมส่งเสริมการปลูกกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า ภายใต้โครงการสร้างป่า สร้างรายได้ในพระราชดำริของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และกาแฟทีลอซู จากมูลนิธิสืบนาคะเสถียร ที่ส่งเสริมเกษตรกรปลูกกาแฟอินทรีย์อนุรักษ์ พร้อมทั้งอนุรักษ์ผืนป่าร่วมกับชุมชนหมู่บ้าน อ.อุ้มผาง จ.ตาก โดยในปี 2562 สามารถสร้างพื้นที่สีเขียวได้ 1,479 ไร่ และสร้างรายได้ให้เกษตรกร กว่า 478 ครัวเรือน ปริมาณ 1,100 ตัน คิดเป็นมูลค่าการซื้อ 165 ล้านบาท

ดำเนินงาน

02

โครงการร้านกาแฟหลังคาแดง

โครงการภายใต้ความร่วมมือกับมูลนิธิโรงพยาบาลสมเด็จเจ้าพระยา โดยคุณหญิงเอื้อปรานี เจียรวนนท์ และสถาบันจิตเวชศาสตร์เจ้าพระยา ในการจัดตั้งร้านกาแฟ หลังคาแดง ซึ่งรับพนักงานมาจากผู้ป่วยที่ได้รับการรักษาและผ่านเกณฑ์เบื้องต้น มาฝึกฝนทักษะต่าง ๆ ในการดำเนินการในร้านกาแฟ สำหรับผู้ป่วยที่ได้ทำงานใน ระยะ 1-1.5 ปี จะได้รับเข้าทำงานต่อในร้านกาแฟมวลชน ในปี 2562 มีผู้ป่วยที่ได้รับการฝึกทักษะแล้วทั้งหมด 29 ราย และอยู่ในระหว่างการฝึกอีก 3 ราย ช่วยสนับสนุนผู้ป่วยจิตเวชให้สามารถกลับเข้าสู่สังคมผ่านการจ้างงานในร้านกาแฟมวลชน 4 ราย

การจัดการรายได้

03

โครงการ 1 แก้วมวลชน 1 บาทเพื่อสังคม

เพื่อต่อยอดการเพิ่มโอกาสการสร้างรายได้และอาชีพให้กับสังคมแล้ว บริษัทยังต่อยอดการสนับสนุนการส่งเสริมการมีโอกาสอื่น ๆ ในสังคมโดยหักรายได้จากการจำหน่ายเครื่องดื่มกาแฟมวลชนทุกแก้วเป็นจำนวน 1 บาทต่อ 1 แก้วมอบเป็นสาธารณประโยชน์ให้แก่โรงพยาบาล มูลนิธิฯ และองค์กรการกุศล อาทิ วัดพระบาทน้ำพุ วัดสวนแก้ว และมูลนิธิสุทธาสิณี น้อยอินทร์เพื่อเด็กและเยาวชน มูลนิธิรามาธิบดีฯ ในโครงการสถาบันการแพทย์จักรีนฤบดินทร์ และส่งเสริมกิจกรรมของสถาบันจิตเวชศาสตร์เจ้าพระยาต่อไป โครงการนี้มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมกว่า 9 ปี มูลค่าสะสม 15.5 ล้านบาท

สนับสนุนกลุ่มเปราะบาง ผู้พิการ สร้างความเท่าเทียมให้สังคม

บริษัทมุ่งส่งเสริมการสร้างความเท่าเทียมในสังคมมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านโครงการสนับสนุนกลุ่มเปราะบางที่หลากหลาย รวมถึงผู้พิการ เพื่อสร้างโอกาสทางสังคม ส่งเสริมอาชีพ ไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาทักษะ ความรู้ และศักยภาพในด้านต่าง ๆ ส่งเสริมความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ การสนับสนุนและการขยายโอกาสทางอาชีพให้กับประชากรกลุ่มเปราะบาง ยังเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสร้างแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ อีกทั้งยังสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับกลุ่มคนในสังคมอีกด้วย

โครงการก้าวที่พลาด สู่โอกาสสายอาชีพ

เป็นโครงการที่ดำเนินการต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้โอกาสกับเด็กและเยาวชนที่เคยทำผิดพลาด และกำลังจะพ้นโทษ ให้ได้รับการศึกษา และมีวิชาชีพที่มั่นคง สนับสนุนตลาดแรงงาน ผ่านการฝึกอบรมวิชาชีพการทำกาแฟ ให้กับเด็ก เยาวชน และครูฝึกในสถานพินิจคุ้มครองเด็กและเยาวชน จังหวัดสมุทรปราการ รวมถึงมีการจัดการแข่งขันทางวิชาชีพ โดยในปี 2562 ได้ขยายผลการดำเนินการไปอีก 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอุดรธานี จังหวัดขอนแก่น จังหวัดนครสวรรค์ รวมถึงเพิ่มการฝึกอบรมวิชาชีพทักษะด้านเบเกอรี่ โดยวิทยากรจาก Kudsan Bakery & Coffee พร้อมทั้งส่งมอบโอกาสสนับสนุนทุนการศึกษาให้กับเด็กและเยาวชนเพื่อเข้าศึกษาต่อศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

เด็ก และเยาวชน เข้าร่วมโครงการ
163 ราย

ผู้เข้าร่วมแข่งขันทางวิชาชีพกว่า
30 คน

เด็ก และเยาวชน ที่รับมอบทุนการศึกษาต่อที่ศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์
11 ราย

โครงการสร้างคน สร้างงาน ปันโอกาสทางอาชีพ ให้กับนักเรียนที่บกพร่องทางการได้ยิน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด ร่วมส่งมอบ “ร้านกาแฟสร้างอาชีพ” ภายใต้โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED ให้กับโรงเรียนโสตศึกษานนทบุรี อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี และโรงเรียนโสตศึกษา เขตทุ่งมหาเมฆ จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อมอบโอกาสในการประกอบอาชีพอย่างยั่งยืนให้กับนักเรียนที่บกพร่องทางการได้ยิน ผ่านการอบรมฝึกทักษะให้สามารถนำความรู้ไปปรับใช้ในการประกอบอาชีพได้จริง โดยสามารถเปิดกิจการหรือเป็นพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญและมีความเป็นมืออาชีพได้ รวมถึงได้ขยายผลการส่งเสริมทักษะอาชีพแก่นักเรียนที่บกพร่องทางการได้ยินและผู้พิการ ผ่านโครงการห้องเรียนกาแฟ นักเรียนสังกัดโรงเรียนการศึกษาพิเศษในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 4 โรงเรียน โดยมีจำนวนนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 388 ราย มูลค่าการสนับสนุน 390,460 บาท

ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มอบโอกาสและสร้างอาชีพ

บริษัทมุ่งมั่นสนับสนุนโครงการมอบโอกาสและสร้างอาชีพให้กับผู้ประกอบการรายย่อยมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านการดำเนินโครงการต่าง ๆ ของบริษัท อาทิ โครงการพี่ช่วยน้อง (Big Brother) โครงการ Business Matching โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย 24 Shopping โครงการมิตรแท้โชห่วย โครงการ U-Project เป็นต้น เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถประกอบธุรกิจเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายยิ่งขึ้น และขยายธุรกิจให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งสร้างโอกาสในการเริ่มต้นและเป็นเจ้าของธุรกิจ ยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามมาตรฐาน และสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศอย่างยั่งยืน

โครงการพี่ช่วยน้อง (Big Brother)

โครงการพี่ช่วยน้องโครงการร่วมมือกันระหว่างสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และอีก 14 องค์กร เพื่อทำการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผ่านการให้ความรู้ ความเข้าใจในการจัดการบริหารธุรกิจ และสามารถนำไปปรับใช้ในการดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกันนี้ ยังมีพี่เลี้ยงถ่ายทอดประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ในทุก ๆ ด้าน เช่น ความรู้ด้านการจัดทำแผนธุรกิจ ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านการขาย และด้านกฎหมาย ตลอดจนให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ กับผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ลงพื้นที่วินิจฉัยปัญหา ปรับกลยุทธ์ และให้คำปรึกษาด้านต่าง ๆ เพื่อวางแผนการดำเนินธุรกิจ อบรมและเยี่ยมชมบริษัทพี่เลี้ยง โดยมีรูปแบบการดำเนินงานเสมือนพี่ช่วยน้องที่ให้คำปรึกษาต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีสิทธิพิเศษให้กับผู้ประกอบการรายย่อยที่เข้าร่วมโครงการกับบริษัท อาทิ 1) นำสินค้ามาจำหน่ายผ่านแพล็ตฟอร์ม 24 Shopping 2) ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมการขนส่ง และ 3) ส่วนลดค่าโฆษณา ร้อยละ 50 ทุกช่องทาง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

โดยในปี 2562
มีผู้ประกอบการรายย่อย
ที่บริษัทเป็นพี่เลี้ยง
3 ราย
คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ
20 ล้านบาท

ร้อยละ
100
ของผู้ประกอบการรายย่อย
ได้รับความรู้ และมีประสิทธิภาพ
การทำงานเพิ่มขึ้น

ร้อยละ
67 ผู้ประกอบการรายย่อย
มีรายได้เพิ่มขึ้น

ร้อยละ
67 มีช่องทางการ
จัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น

โครงการวันแห่งโอกาสดี

บริษัทมอบโอกาสสำคัญด้านธุรกิจผ่านการดำเนินงานในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปทั่วประเทศสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย และเกษตรกร เพื่อมอบโอกาสทางอาชีพ โอกาสทางธุรกิจ โอกาสทางการศึกษา และการจ้างงานรวมถึงการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกรายย่อยและเอสเอ็มอี ภายใต้แนวคิด “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสให้ทุกคน” โดยสามารถพบปะและสอบถามข้อมูลกับเจ้าหน้าที่ได้โดยตรง อาทิ โอกาสทางธุรกิจที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อยและผู้ที่ต้องการขายสินค้าผ่านร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้านค้าออนไลน์ 24 Shopping และ eXta เข้ามาเสนอสินค้า พร้อมทั้งโอกาสในการเสนอพื้นที่เพื่อเปิดร้านเซเว่นอีเลฟเว่นพร้อมขยายผลวันแห่งโอกาสดี@CP ALL สัญจรที่จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเชียงใหม่

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

พนักงาน **50** รายของบริษัทสมัครผ่านช่องทาง “วันแห่งโอกาสดี@CP ALL”

โอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยในการเสนอสินค้ากว่า **382** คน

ผู้ประกอบการสนใจเปิดร้านเซเว่นอีเลฟเว่น **350** ราย

โครงการ Business Matching

มีจุดประสงค์เพื่อเปิดโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ผลิตสินค้ามีคุณภาพมาตรฐาน และดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ โดยในปี 2562 บริษัทร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยจัดงาน “เจรจาธุรกิจ สร้างพันธมิตรกับ CP ALL Non-Trade” เปิดโอกาสให้กลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้ผลิตเครื่องมือ อุปกรณ์ ผู้ผลิตติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ งานระบบไฟฟ้า ผู้ให้บริการหลังการขายระบบทำความเย็นและเครื่องจักรที่ใช้ในศูนย์กระจายสินค้า สามารถปรึกษาและเจรจาธุรกิจกับบริษัทได้โดยตรง รวมทั้งมีการอบรมให้ความรู้เรื่องการเตรียมความพร้อม คุณสมบัติของคู่ค้า และโอกาสทางธุรกิจในการร่วมงานกับบริษัทผ่านช่องทาง ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น และ 24 shopping

มีเอสเอ็มอีเข้าร่วมเจรจาทางธุรกิจ **982** ราย

ร่วมธุรกิจ **231** ราย

โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย 24 Shopping

บริษัทส่งมอบโอกาสให้กับผู้ประกอบรายย่อย (SMEs) ผ่าน “โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย 24 Shopping” มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้า สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มผู้ประกอบการภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ่านแพล็ตฟอร์มออนไลน์ 24 Shopping และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่ช่วยสร้างประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าให้กับลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

สร้างรายได้
ให้กับผู้ประกอบการ
รายย่อยกว่า
1,329 ราย
คิดเป็นมูลค่า
ทางเศรษฐกิจกว่า
8,960
ล้านบาท

โครงการ U-Project “เสริมสร้างคู่คิด พัฒนาธุรกิจคุณ”

โครงการ U-Project “เสริมสร้างคู่คิด พัฒนาธุรกิจคุณ” เป็นโครงการที่ดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องภายใต้ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) โดยมีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพสำหรับผู้ประกอบการ ร้านโชห่วยให้มีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน สร้างความเข้มแข็ง แก้ไขปัญหาการขาดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการร้านค้า ด้วยองค์ความรู้และประสบการณ์ที่แม็คโครได้ดำเนินการภายใต้ โครงการ “แม็คโครมิตรแท้โชห่วย” มาตลอดระยะเวลา 12 ปี พร้อมทั้งสร้างช่องทางการขายที่ยั่งยืนให้กับร้านโชห่วย ในปี 2562 บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ยกระดับร้านโชห่วยสู่การเป็น ร้านโชห่วย 4.0 อย่างยั่งยืน เพื่อให้ร้านค้าปลีกรายย่อย ร้านโชห่วย และร้านค้าประชารัฐสามารถแข่งขันและดำรงอยู่ได้ท่ามกลางกระแสธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมทั้งสนับสนุนและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการร้านค้าปลีกที่ทันสมัยและเป็นสากลผ่านข้อมูล Big Data Analysis ดังนี้

ชุดคู่มือ

“การจัดการร้านค้าปลีกอย่างมืออาชีพ” ประกอบด้วยหลักการจัดการร้านค้าปลีก 8 หัวข้อ สำหรับผู้ที่สนใจเปิดร้านใหม่ หรือผู้ประกอบการที่ต้องการปรับปรุงร้าน หลักการวางแผนผังร้าน และสินค้าเทคนิคเพิ่ม ยอดขาย และกำไร เป็นต้น

บริการให้คำปรึกษา ฝึกอบรม สัมมนา

การจัดการร้านค้าด้วยเทคนิคต่าง ๆ แบบมืออาชีพ อาทิ การสรรหาสินค้า จัดเรียงสินค้า การจัดร้านให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า และการโฆษณาให้สามารถตอบสนองตามความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปโดยผู้เชี่ยวชาญ

บริการออกแบบ

บริการออกแบบแผนผังร้านค้า 3 มิติ

การพัฒนาองค์ความรู้

การพัฒนาองค์ความรู้ผ่านระบบ E-learning ตลอด 24 ชั่วโมง ในช่องทาง www.shohuaythai.com

บริการรับสั่งซื้อ

บริการรับสั่งซื้อ จัดเตรียมสินค้า และจัดส่งสินค้าสำหรับร้านค้าประชารัฐ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

โดยในปี 2562 มีร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการ
6,403 ราย
ภายใต้โครงการ U project
833 ร้านค้า

ยอดขายเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้น ร้อยละ **43**
หลังจากเข้าร่วมโครงการ (เฉลี่ยทั้งปีร้อยละ 20)

มูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชนเพิ่มขึ้นกว่า
456 ล้านบาทต่อปี

พัฒนาทักษะด้านค้าปลีกให้กับนักศึกษา สะสม ณ ปี 2562 กว่า
39,000 ราย

นอกจากนี้ เพื่อผลักดันให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมกับบริษัทในการส่งมอบโอกาสต่อให้ชุมชนและสังคม ภายใต้การดำเนินการ โปรแกรม "ลดวันละถุง...คุณทำได้" ที่กล่าวถึงในบทรับมือสภาพอากาศเปลี่ยน หมุนเวียนใช้พลังงาน ร่วมสมทบทุนส่งต่อโอกาสให้แก่อาคารนวมินทรบพิตร ๘๔ พรรษา โรงพยาบาลศิริราช และ 77 โรงพยาบาลในชุมชน เป็นจำนวนกว่า 134 ล้านบาท โครงการ 1 แก้วมวลชน 1 บาทเพื่อสังคม ยังมอบเงินบริจาคมูลค่า 8.8 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีโครงการอื่น ๆ ที่บริษัทได้ดำเนินการเพื่อส่งต่อโอกาสให้กับสังคมและชุมชน ดังนี้

สนับสนุนเงินจำนวน 30 ล้านบาท ให้แก่สถาบันการแพทย์จักรีนฤบดินทร์คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อร่วมก่อสร้างอาคาร และซื้ออุปกรณ์การแพทย์สำหรับดูแลผู้ป่วยจากทั่วประเทศ

มอบเงินบริจาค จำนวน 1,000,000 บาท ที่ได้จากการแชร์คลิป เชิดชูพระคุณครู 2019 ให้แก่มูลนิธิ คนตาบอดแห่งประเทศไทย โดยมีพนักงานจากชมรมจิตสาธารณะ ซีพี ออลล์ และ แฟนคลับ 7-Eleven Thailand ร่วมทำความดีจัดกิจกรรมเลี้ยงอาหารกลางวัน และทำหนังสืออักษรเบรลล์ มอบให้โรงเรียนสอนคนตาบอด กรุงเทพมหานคร เพื่อให้น้อง ๆ ได้ใช้เรียนหนังสือต่อไป

ทั้งนี้การสนับสนุนและส่งมอบโอกาสผ่านงบประมาณ สิ่งของ กำลังคนจากพนักงานที่มีความตั้งใจในการเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างคุณค่าทางสังคมร่วมกับบริษัท ในปี 2562 สามารถสรุปได้ดังนี้

ช่องทางการสนับสนุน

งบประมาณ **142.28** ล้านบาท

สิ่งของ **252.35** ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายในการจัดการ **0.44** ล้านบาท

จำนวนชั่วโมงของจิตอาสา **2.2** ล้านบาท

ประเภทการสนับสนุน

การบริจาคเพื่อการกุศล ร้อยละ **11.93**

การร่วมลงทุนทางสังคม ร้อยละ **29.50**

กิจกรรมเชิงพาณิชย์ ร้อยละ **58.56**

Home

ส่งความสุข ด้วยความรับผิดชอบ

ซีพี ออลล์ ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม
และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่า ด้วยการบริหารจัดการต้นทุน
ทางสิ่งแวดล้อม กระตุ้น และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน
เพื่อให้ “บ้านของเรา” เป็นบ้านที่น่าอยู่ต่อไป

จิตอาสาพร้อมใจรักษ์
ปกปักสิ่งแวดล้อม
ปกป้องผืนป่า ทรัพยากร
เอื้ออาทรโลกของเรา

รับมือสภาพอากาศเปลี่ยน
หมุนเวียนใช้พลังงาน

ปกป้องระบบนิเวศ
ยึดมั่นเจตนารมณ์สีเขียว

บริหารน้ำอย่างรู้คุณค่า
รักษาสมดุลชีวิต

ส่งมอบความรับผิดชอบ
ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

เติมความรัก สร้างด้วยใจ
เพิ่มความเข้มแข็งให้ชุมชน

รับมือสภาพอากาศเปลี่ยน หมุนเวียนใช้พลังงาน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2562

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
25,967
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียน
4,280,110
กิโลวัตต์-ชั่วโมง

ลดการใช้พลาสติก
3,329 ตัน

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG7 พลังงานสะอาดที่ทุกคนเข้าถึงได้
7.2 เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน
7.3 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

SDG12 การบริโภคและการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบ
12.2 ภายในปี ค.ศ. 2030 บรรลุการบริหารจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
12.5 ลดการสร้างของเสียโดยเน้นกระบวนการป้องกัน ลดรีไซเคิลและการนำมาใช้ใหม่

SDG13 รับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
13.1 เสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวต่ออันตรายเกี่ยวกับสภาพอากาศ

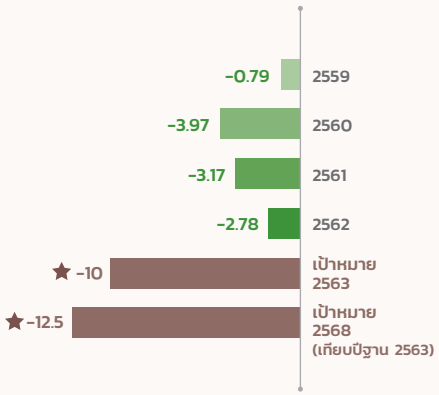
สแกนคิวอาร์โค้ดนี้ เพื่อรับข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนในหัวข้อนี้เพิ่มเติม หรือที่ https://www.youtube.com/watch?v=5xg5YyrDrlE

เป้าหมายปี 2563

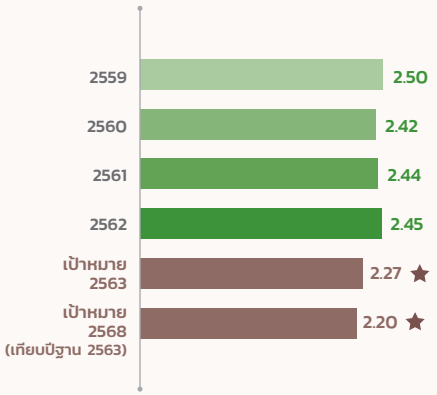
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ ร้อยละ **10** ภายในปี 2563 เทียบกับปีฐาน 2558

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ที่ลดลง (ร้อยละ)



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท)



ความท้าทาย

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ตระหนักถึงความสำคัญของสภาวะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่โลกกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน โดยกิจกรรมของมนุษย์เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้สภาวะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและอุณหภูมิของโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการจัดทำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ที่ได้รับการรับรองจาก 193 ประเทศสมาชิกขององค์การสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 13 และสอดคล้องกับเป้าหมายความตกลงปารีส (Paris Agreement) เรื่องการรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทเล็งเห็นถึงโอกาสการมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงปัญหาสำคัญของโลก จึงมีความมุ่งมั่นร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมลดก๊าซเรือนกระจกควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ

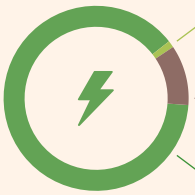
ความคืบหน้าปี 2562

- ขยายผลโครงการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ครอบคลุมศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีพีแรม จำกัด
- โครงการยกระดับการใช้บรรจุภัณฑ์ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น โดยใช้วัสดุที่ทำจากธรรมชาติและสามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ รวมถึงการลดใช้พลาสติกจากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- สร้างความร่วมมือกับภาครัฐและองค์กรระหว่างประเทศภายใต้โครงการพัฒนาเมืองคาร์บอนต่ำ (Low Carbon City)
- ติดตามและเปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายใต้โครงการ CDP ครอบคลุมทั้ง scope 1,2 และ 3

สรุปผลการดำเนินงานด้านการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การใช้พลังงาน

- พลังงานหมุนเวียน (กิกะจูล)
- พลังงานที่ซื้อจากภายนอก (กิกะจูล)
- พลังงานที่ใช้แล้วหมดไป (กิกะจูล)



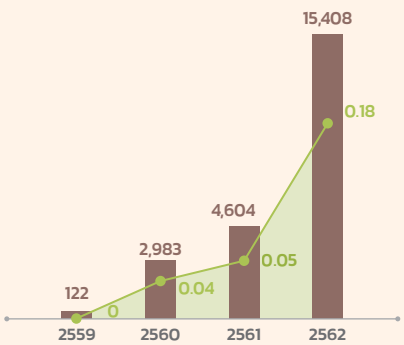
ร้อยละ 0.17
15,408

ร้อยละ 5.95
544,162

ร้อยละ 93.88
8,578,506

ปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน

- พลังงานหมุนเวียน (กิกะจูล)
- สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนต่อพลังงานทั้งหมด (ร้อยละ)

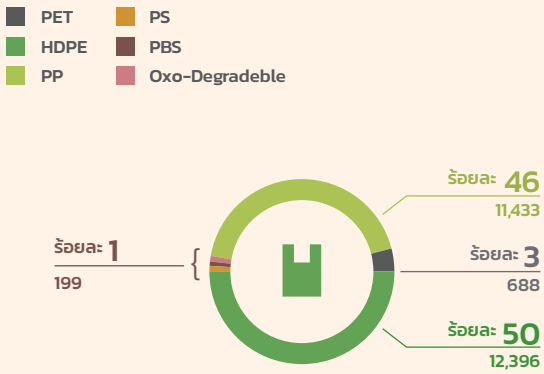


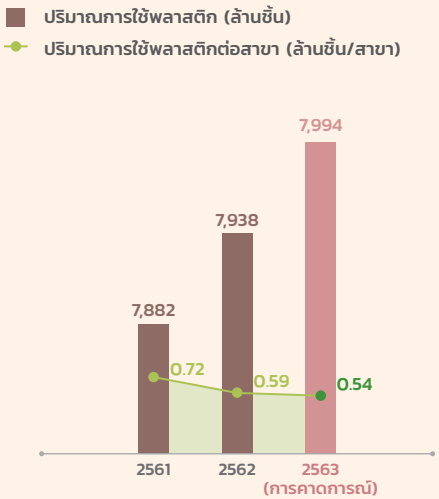
ปริมาณการใช้พลังงาน แยกตามแหล่งพลังงาน (กิกะจูล)

		2561	2562
น้ำมันเตา		23,384	0
น้ำมันดีเซล		117,496	122,440
น้ำมันเบนซิน		14,666	15,363
ก๊าซปิโตเลียมเหลว		292,398	348,141
ก๊าซธรรมชาติ		53,292	58,217
พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก		7,872,737	8,578,506
พลังงานหมุนเวียน		4,604	15,408

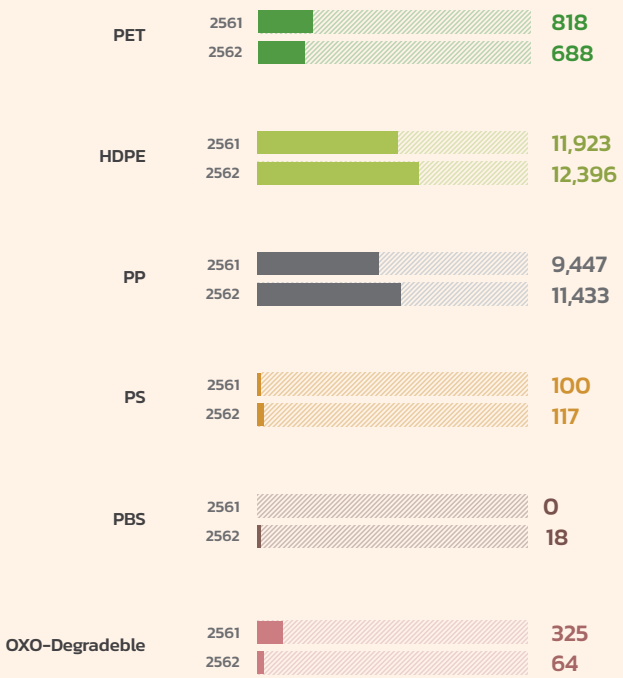
การใช้พลาสติก

สัดส่วนการใช้พลาสติก (บรรจุภัณฑ์พลาสติก, ถุงพลาสติก, พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว)

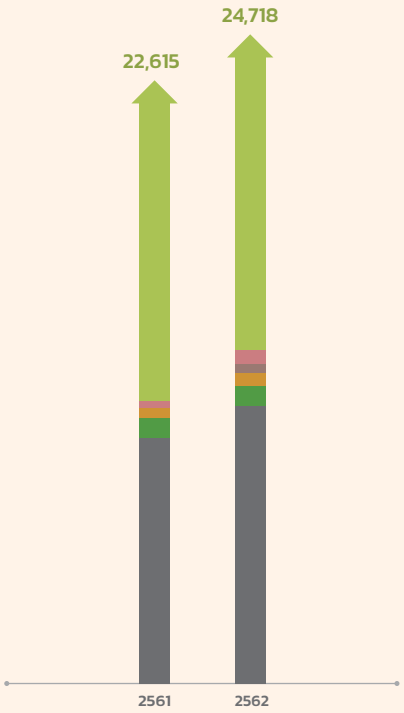




สัดส่วนการใช้พลาสติก แยกตามประเภทพลาสติก (ตัน)



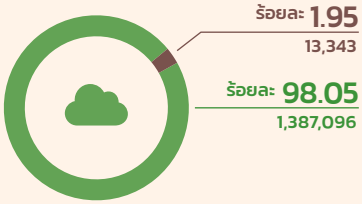
ปริมานการใช้พลาสติกทั้งหมด (ตัน)



หมายเหตุ : ข้อมูลการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก ถุงพลาสติก และพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ขอบเขตข้อมูลเฉพาะ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

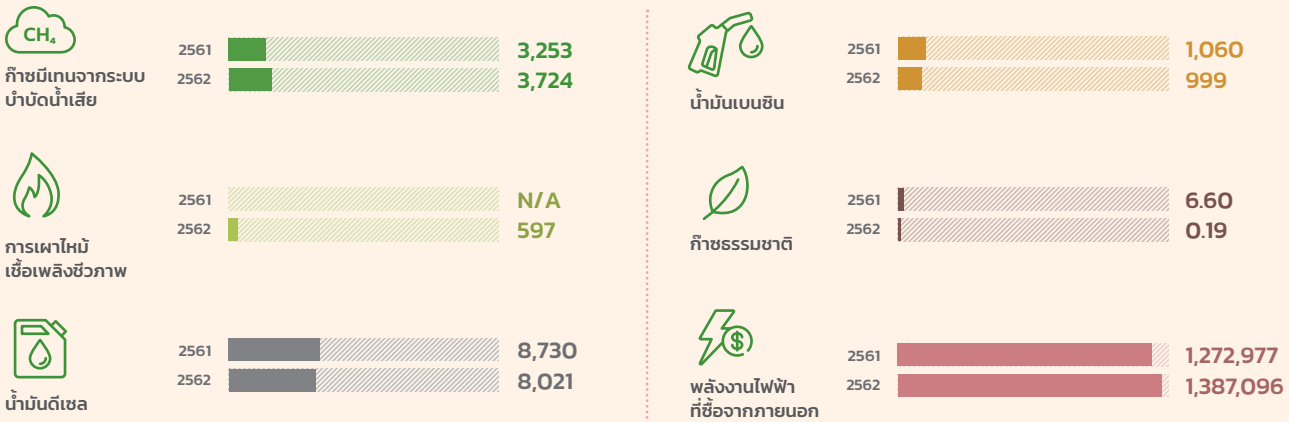
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2) (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

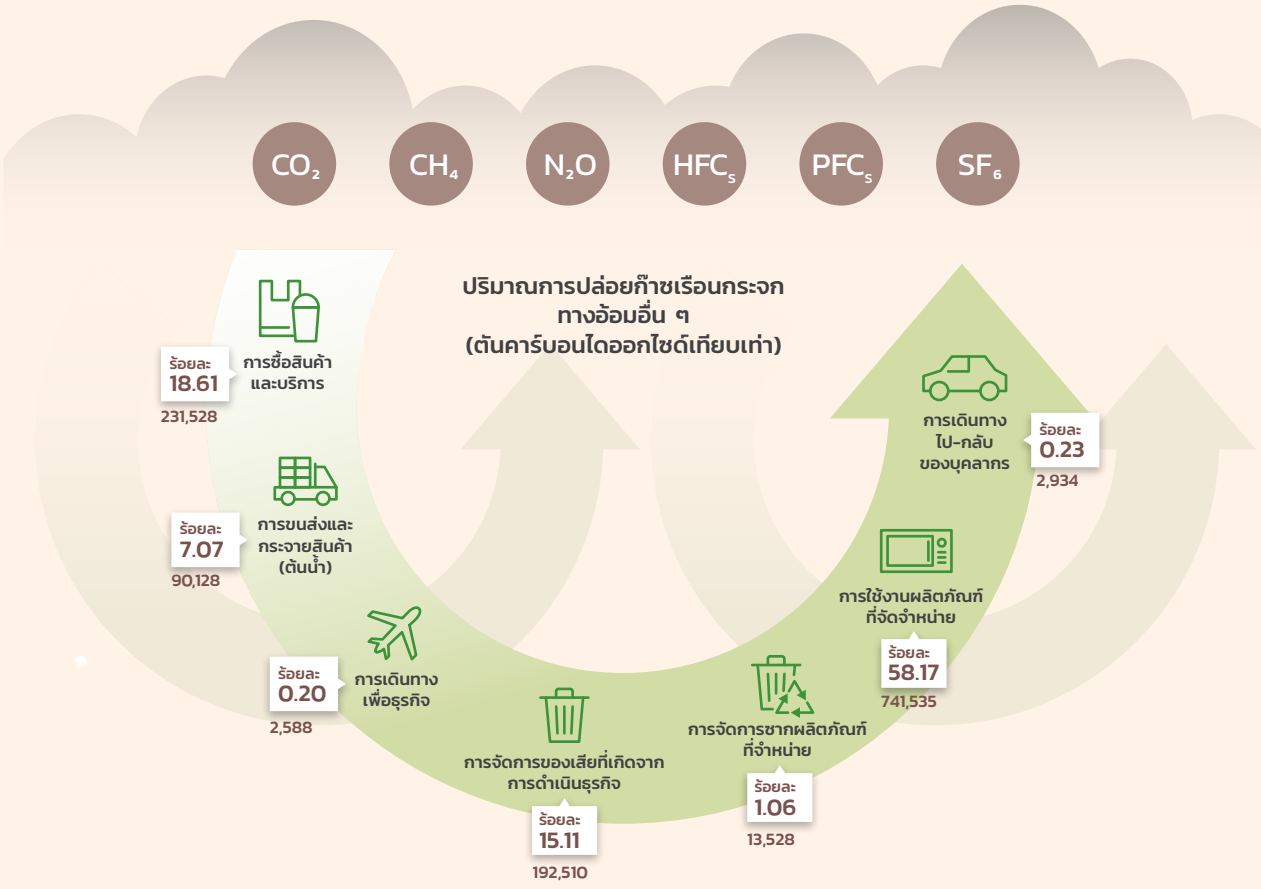


กิจกรรมชดเชยคาร์บอน (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

*กิจกรรมชดเชยคาร์บอนจากโครงการลดถุงพลาสติกและการใช้พลังงานหมุนเวียน

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แยกตามแหล่งกำเนิด (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)





แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทได้กำหนดแนวทางในการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศควบคู่กับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ ผ่านมาตรการต่าง ๆ ในการเพิ่มประสิทธิภาพและการอนุรักษ์พลังงานและการใช้พลังงานหมุนเวียน การจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สอดคล้องกับแผนการจัดการด้านขยะพลาสติกจากภาครัฐ การให้การสนับสนุนและความร่วมมือกับภาคส่วนอื่น ๆ เพื่อลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจและส่งเสริมแนวคิด และสร้างจิตสำนึกในการตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

กรอบการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

01

การแสดงเจตจำนง

ในการลดผลกระทบทั้งปฏิบัติตามกฎหมายข้อบังคับ และสอดคล้องเป้าหมายสากล SDGs

02

การประเมินความเสี่ยงและโอกาส

โดยผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรทั้งในระดับ Top-down และ Bottom-up management โดยใช้กรอบการประเมิน TCFD

03

การกำหนดนโยบาย เป้าหมายและกลยุทธ์

ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและบรรเทาตลอดห่วงโซ่คุณค่าของการดำเนินธุรกิจ

04

การดำเนินการ

ผ่านโครงการต่าง ๆ ภายใต้กลยุทธ์ "เซเว่น โก กรีน (7 Go Green)" ทั้ง 4 ด้าน

05

การประเมินและติดตามวัดผล

ติดตามความคืบหน้าเทียบเป้าหมาย รวมถึงวิเคราะห์แนวทางปรับปรุงผลดำเนินการโดยคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนทุกไตรมาส

06

สื่อสารต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ถึงกลยุทธ์การดำเนินการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความคืบหน้า

กลยุทธ์ เซเว่น โก กรีน (7 Go Green Strategy)

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการสื่อสารผลการดำเนินงานต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อแสดงถึงความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ผ่านโครงการการเปิดเผยข้อมูลคาร์บอน (Carbon Disclosures Project: CDP) และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงการรายงานความก้าวหน้าการปฏิบัติตามข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ อย่างต่อเนื่อง

การประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทดำเนินการประเมินความเสี่ยง และโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านการประเมินความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ทั้ง Bottom-up โดยแต่ละหน่วยธุรกิจระบุปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติหน้าที่ผ่าน Risk Champion และ Top-down การประเมินผ่านคณะกรรมการกลยุทธ์องค์กร ครอบคลุมทั้งความเสี่ยงในปัจจุบันและที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ตามกรอบการรายงานจากคณะทำงานเปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ (Task Force on Climate-relaed Financial Disclosures :TCFD) โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ และได้ผลการประเมินเบื้องต้น ดังนี้

ปัจจัยการพิจารณาและผลการประเมินความเสี่ยง

ความเสี่ยง		ผลกระทบต่อบริษัท
ความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risk)	ความเสี่ยงจากผลกระทบทางกายภาพทั้งแบบเฉียบพลันและเรื้อรังจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น น้ำท่วม และภัยแล้ง การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ และอุณหภูมิที่สูงขึ้น	• ความเสียหายต่อโรงงานและร้านสาขา รวมถึงสิ่งก่อสร้างและอุปกรณ์ต่าง ๆ • ขั้นตอนการจัดการสินค้า เช่น การวางแผนการจัดการ การจัดเก็บและการจัดส่ง • การผลิตและคุณภาพของสินค้า • ผลิตผลของสินค้าเกษตรซึ่งเป็นวัตถุดิบของสินค้าของบริษัท • ค่าใช้จ่ายและผลการดำเนินงานด้านพลังงาน
นโยบายและข้อบังคับ (Policy and Legal)	ความเสี่ยงจากนโยบายและข้อบังคับในปัจจุบันและที่เกิดขึ้นใหม่ที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจรวมถึงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ จากการสังเกตการณ์เวทีโลกและแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐ และการคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Scenarios)	• การดำเนินงานตามกฎหมายหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการออกแบบอาคารเพื่อการอนุรักษ์พลังงาน • การเปลี่ยนไปใช้สารทำความเย็นอื่นเนื่องจากมีการประกาศการยกเลิกการใช้งานสารทำความเย็นบางชนิด • ค่าใช้จ่าย จัดการ และจัดหาวัสดุทดแทนและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เป็นไปตามทิศทางของการจัดการพลาสติกใช้แล้วทิ้ง (Single-use Plastic)
เทคโนโลยี (Technology)	ความเสี่ยงจากเทคโนโลยีที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจในการปรับตัวเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของเทคโนโลยี	• ค่าใช้จ่ายสำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี เช่น สิ่งก่อสร้างหรืออุปกรณ์ที่รองรับเทคโนโลยี และการฝึกอบรมพนักงานและผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น
ชื่อเสียง (Reputation)	ความเสี่ยงจากความคาดหวังที่สูงขึ้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ส่งผลต่อชื่อเสียงและมูลค่าของแบรนด์ ทั้งจากผลิตภัณฑ์ บริการ และการดำเนินธุรกิจ	• ชื่อเสียงด้านลบ หากบริษัทไม่มีความชัดเจนในการมีส่วนร่วมในการผลักดันเป้าหมายและนโยบายส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ปัจจัยการพิจารณาและผลการประเมินความเสี่ยง

	โอกาส	ผลกระทบต่อบริษัท
ประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร (Resource Efficiency)	โอกาสในการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงานและทรัพยากรอื่น ๆ และการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน เนื่องจากมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและหลากหลายมากขึ้น	• การลดค่าใช้จ่ายจากการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า • ชื่อเสียงด้านการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า • ค่าใช้จ่ายด้านทรัพยากรและการจัดการของเสียลดลง
แหล่งพลังงาน (Energy Source)	โอกาสจากการเลือกใช้แหล่งพลังงานที่มีความมั่นคง และแหล่งพลังงานที่มีความหลากหลาย	• โอกาสในการเลือกใช้แผงพลังงานแสงอาทิตย์ที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นและราคาถูกลง ซึ่งสามารถลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน และสามารถใช้เป็นหน่วยผลิตไฟฟ้าสำรองในกรณีที่โครงข่ายไฟฟ้าหลักขัดข้อง
ผลิตภัณฑ์และบริการ (Products and Services)	โอกาสในการเพิ่มสัดส่วนของผลิตภัณฑ์บริการสำหรับสินค้าบางชนิดที่ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	• เกิดนวัตกรรมในการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการ และเพิ่มรายได้จากสินค้าบางชนิด • เพิ่มชื่อเสียงด้านบวกจากการขายผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งเสริมด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
การตลาด (Market)	โอกาสในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและช่องทางการตลาดที่ได้เปรียบคู่แข่งที่เกี่ยวข้องกับด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	• รายได้จากสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม • ช่องทางในการโฆษณาสินค้าและบริการ รวมถึงการเข้าถึงผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว

หมายเหตุ : รายละเอียดของขั้นตอนการดำเนินงานยังอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาและวางแผน

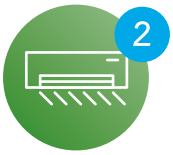
1. ร้านเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Store)

บริษัทดำเนินการปรับปรุงระบบและอุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ภายใต้กลยุทธ์ย่อย “ร้านเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Store)” ผ่านโครงการที่หลากหลายขององค์กรอย่างต่อเนื่อง อาทิ

1. โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพคอยล์เย็นสำหรับตู้แช่เย็นขนาดใหญ่ (Vault)
2. โครงการเครื่องปรับอากาศประเภท Inverter ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น
3. โครงการหลอดไฟ LED ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น
4. โครงการสำรวจและติดตามสภาพอากาศภายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น
5. โครงการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์
6. โครงการปรับปรุงระบบทำความเย็นของตู้แสดงสินค้าชนิดไร้บานประตูเป็นแบบรวมศูนย์
7. โครงการ Knockdown Store นำวัสดุเปลือกอาคารกลับมาใช้ใหม่
8. โครงการสถานีอัดประจุไฟฟ้าสำหรับยานยนต์ไฟฟ้า

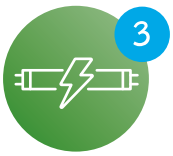
โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพคอยล์เย็น
สำหรับตู้เย็นขนาดใหญ่ (Vault)

โครงการประสิทธิภาพคอยล์เย็นสำหรับตู้เย็นขนาดใหญ่ (Vault) ปัจจุบันมีจำนวน 1,341 สาขา ส่งผลให้การใช้พลังงานภายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นลดลงต่อเดือนเฉลี่ย 163.78 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อสาขา โดยมีแผนการขยายการติดตั้งปีละ 200 สาขาตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นไป



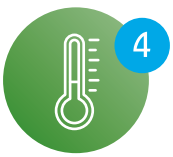
โครงการเครื่องปรับอากาศประเภท Inverter ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

ในปี 2562 มีการดำเนินการทดลองปรับเปลี่ยนการติดตั้งเครื่องปรับอากาศประเภท Inverter ซึ่งส่งผลให้การใช้พลังงานต่อเดือนลดลงเฉลี่ย 864 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขา นอกจากนี้ บริษัทยังมีการเปลี่ยนสารทำความเย็นเป็น R-32 ซึ่งมีประสิทธิภาพการทำความเย็นสูงกว่าเดิม ในขณะที่มีค่าศักยภาพในการทำให้เกิดภาวะโลกร้อน (Global Warming Potential – GWP) ต่ำกว่า R-22 และ R- 410A ที่ใช้อยู่เดิม ขณะนี้มีการดำเนินงานไปแล้ว 807 สาขา สำหรับสาขาเปิดใหม่ และสาขาที่มีการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ คาดว่าจะสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 7.924 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อสาขา



โครงการหลอดไฟ LED ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

ปัจจุบันมีร้านที่เปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED จำนวน 3,983 สาขา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระบบไฟส่องสว่างสำหรับอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น ป้ายไฟ ชั้นแสดงสินค้า และไฟที่อยู่บริเวณบานประตูสำหรับส่องสว่างสินค้า โดยส่งผลให้การใช้พลังงานลดลงต่อเดือนเฉลี่ย 482.65 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขา โดยมีแผนติดตั้งในสาขาเปิดใหม่ทั้งหมด



โครงการสำรวจและติดตามสภาพอากาศภายในร้านเซเว่นอีเว่นอีเลฟเว่น

จากนวัตกรรมด้าน IoT (Internet of Things) ที่บริษัทดำเนินการพัฒนาในปี 2561 เพื่อเก็บข้อมูลและวิเคราะห์การทำงานของอุปกรณ์ต่าง ๆ ในร้านสาขา เช่น เครื่องทำความเย็นและเครื่องปรับอากาศ โดยระบบจะทำการดูแลตรวจวัดอุณหภูมิตลอดเวลา พร้อมทั้งคำนวณและแจ้งเตือนให้ทำการบำรุงรักษาเมื่อตรวจพบสิ่งผิดปกติก่อนที่อุปกรณ์จะเกิดการชำรุดจริง ซึ่งโครงการนี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารลดเวลา และประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา นอกจากนี้ ยังช่วยลดของเสียที่เป็นอุปกรณ์ไฟฟ้าและขยะอาหารที่อาจเกิดขึ้นหากอุปกรณ์เกิดการชำรุดอีกด้วย ในปี 2562 บริษัททำการทดลองโครงการดังกล่าวกับร้านเซเว่นอีเลฟเว่น 3 สาขา ได้แก่ สาขาสามย่านมิตรทาวน์ สาขาประสานมิตร และสาขาสีลม 19 โดยสำรวจอุปกรณ์ที่แตกต่าง เช่น ตู้แช่ข้าวกล่อง ตู้และห้องแช่สินค้าเครื่องดื่ม สภาพอากาศภายในร้าน โดยมีการแสดงผลการสำรวจดังภาพ โดยมีแผนการขยายการติดตั้งปีละ 200 สาขา ตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นไป

ปัจจุบันมีจำนวน
1,341 สาขา

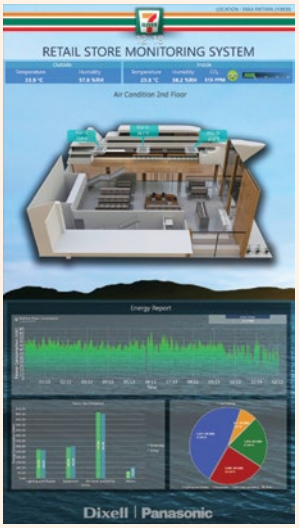
ลดการใช้พลังงาน
ภายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น
ต่อเดือนเฉลี่ย
163.78
กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขา

ลดการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจกได้
7.924
ตันคาร์บอนไดออกไซด์
เทียบเท่าต่อสาขา

ลดการใช้พลังงาน
จากการปรับเปลี่ยน
เครื่องปรับอากาศประเภท
inverter
864
กิโลวัตต์-ชั่วโมง
ต่อสาขาเดือน

ดำเนินการ
ติดตั้งแล้ว
3,983
สาขา

ลดการใช้พลังงาน
ภายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น
482.65
กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขา
ต่อเดือน



5 โครงการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์

5.1 ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

ในปี 2562
มีสาขาที่
ติดตั้งรวม
10
สาขา

ผลิตพลังงาน
ไฟฟ้ารวม
196,680
กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี

ลดการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจกได้
114.49
ตันคาร์บอนไดออกไซด์
เทียบเท่า

5.2 สยามแม็คโคร

ในปี 2562
มีสาขาที่
ติดตั้งรวม
20
สาขา

ผลิตพลังงาน
ไฟฟ้ารวม
2,803,922
กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี

ลดการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจกได้
1,632.16
ตันคาร์บอนไดออกไซด์
เทียบเท่า

5.3 ซีพีแรม

ในปี 2562
มีโรงงาน
ติดตั้ง
1
พื้นที่

ผลิตพลังงาน
ความร้อนทดแทน
การใช้พลังงานไฟฟ้า
766,500
กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี

ลดการปล่อย
ก๊าซเรือนกระจกได้
446.17
ตันคาร์บอนไดออกไซด์
เทียบเท่า

6

โครงการปรับปรุงระบบทำความเย็นของตู้แสดงสินค้าชนิดไร้บานประตูเป็นแบบรวมศูนย์

ปัจจุบันดำเนินการติดตั้งไปแล้วจำนวน 412 สาขา คาดว่าจะส่งผลให้การใช้พลังงานลดลงเฉลี่ย 242.7 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขาต่อเดือน สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้กว่า 698 ตันคาร์บอน-ไดออกไซด์เทียบเท่า โดยมีแผนการขยายการติดตั้งปีละ 200 สาขา ตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นไป

ลดการใช้พลังงาน
242.7
กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขา

7

โครงการ Knockdown Store นำวัสดุเปลือกอาคารกลับมาใช้ใหม่

ในปี 2562 มีจำนวนทั้งหมด 64 สาขา โดยมีแผนการขยายการติดตั้งปีละ 200 สาขา ภายในปี 2653 เป็นต้นไป

ปี 2562 ติดตั้งไปแล้ว
จำนวน **64** สาขา

ปี 2563 มีแผนดำเนินการติดตั้ง
จำนวน **200** สาขา

8

โครงการสถานีอัดประจุไฟฟ้าสำหรับยานยนต์ไฟฟ้า

จากนโยบายการส่งเสริม และสนับสนุนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle • EV) ของสำนักนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน ที่มีเป้าหมายให้เกิดการใช้รถยนต์ประเภทไฮบริดปลั๊กอิน และแบตเตอรี่รวม 1.2 ล้านคัน ในปี พ.ศ. 2579 โดยในปี 2561 บริษัทร่วมมือกับการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) ติดตั้งเครื่องอัดประจุไฟฟ้าแบบชาร์จปกติ (Normal Charge) ตามเงื่อนไขค่าตอบแทนและหน้าที่ความรับผิดชอบที่ตกลงกันจำนวน 4 เครื่อง ที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น 2 สาขา ได้แก่ สาขาบ้านสวนลาซาล (ศรีนครินทร์) และสาขาจรัญสนิทวงศ์ 11 ขยายผลไปแล้วอีก 17 สาขาในปี 2562 บริษัทหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยส่งเสริมการกระจายจุดบริการเครื่องอัดประจุไฟฟ้าโดยคัดเลือกสาขาที่เข้าเกณฑ์ที่กำหนด เช่น มีที่จอดรถมากกว่า 8 คัน จอดเป็นแนวเส้นตรง แนวจอดไม่เอียง และพื้นที่จอดรถไม่ลาดเอียง หรือมีความชัน เป็นต้น

2. โลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Logistic)

บริษัทมีการดำเนินงานด้านการขนส่งและการกระจายสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมาอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นด้านการจัดการพลังงานผ่านการดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการขนส่งและการกระจายสินค้า ลดการใช้เชื้อเพลิงในการขนส่ง และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ผ่านการปรับเปลี่ยนขนาดรถขนส่ง รถกระจายสินค้า และบริหารจัดการเวลาในการขนส่ง พร้อมทั้งร่วมมือกับบริษัทผู้ขนส่งในการเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ภายใต้กลยุทธ์ “โลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Logistic)” นอกจากนี้ บริษัทยังได้นำหลักเกณฑ์สำหรับการประเมินอาคารสีเขียว (Leadership in Energy & Environmental Design: LEED) เป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้การพัฒนาและออกแบบศูนย์กระจายสินค้าทั่วประเทศ ในปี 2562 มีศูนย์กระจายสินค้าที่ได้รับการรับรองการออกแบบ และก่อสร้างอาคารสีเขียว จำนวน 2 แห่ง และได้รับการรับรองการประเมินความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อม (Thai’s Rating of Energy and Environmental Sustainability TREES) จำนวน 1 แห่ง อีกทั้งยังมีการปรับเปลี่ยนขนาดรถให้กับศูนย์กระจายสินค้าโดยจะสามารถช่วยลดการใช้เชื้อเพลิงในการขนส่งได้ 3,522,189 ลิตรต่อปี ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 9,670 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

1 โครงการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) ศูนย์กระจายสินค้า

ในปี 2562 กระจายสินค้าของบริษัทมีการติดตั้งแผง Solar Cell แล้ว 14 พื้นที่และสามารถผลิตไฟฟ้าได้ 3 พื้นที่ ได้แก่ ศูนย์กระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิขอนแก่น ศูนย์กระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิบางบัวทอง และศูนย์กระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิลำพูน โดยสามารถผลิตไฟฟ้าได้ทั้งสิ้น 192,780 กิโลวัตต์-ชั่วโมง

2 โครงการ เดลี่ รันเนอร์ (Daily Runner)

บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด ทดลองติดตั้งแผง Solar Cell ไว้บนหลังคารถ ภายใต้ชื่อ เดลี่ รันเนอร์ (Daily Runner) เพื่อเป็นพลังงานไฟฟ้าสำหรับอุปกรณ์ทำความเย็นภายในรถที่พร้อมบริการจัดส่งสินค้าตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจุบันมีรถขนส่งที่ติดตั้งแล้ว รวมทั้งสิ้น 28 คัน ประกอบไปด้วยรถขนส่ง 15 คัน รถขายกาแฟ 3 คัน รถช่างซ่อม 10 คัน

3 โครงการใช้พลังงานความร้อนใต้พิภพ (Solar Thermal)

โครงการใช้พลังงานความร้อนใต้พิภพ เป็นโครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน โดยการใช้น้ำร้อนจากน้ำใต้ดินความลึก 400-500 เมตร ซึ่งมีอุณภูมิเฉลี่ย 50 องศาเซียลเซียส มาใช้ล้างอุปกรณ์ในกระบวนการผลิต ซึ่งสามารถใช้ทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้าในขั้นตอนการอุ่นน้ำโดยในปี 2562 สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 309,370 กิโลวัตต์ชั่วโมง พร้อมกันนี้ ยังสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 180 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งโครงการใช้พลังงานความร้อนใต้พิภพเป็นหนึ่งในโครงการที่แสดงถึงความมุ่งมั่นในการใช้พลังงานหมุนเวียนและสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

4 โครงการพลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์ (Solar Tube)

โครงการพลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์ มีเป้าหมายลดการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ใช้ในกระบวนการผลิต เช่น ในกระบวนการต้มน้ำ และระบบทำน้ำร้อน โดยในปี 2562 สามารถลดการใช้ก๊าซธรรมชาติได้ 27,703 กิโลกรัมต่อปีหรือคิดเป็นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 11.78 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

3. นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging)

บริษัทมุ่งส่งเสริมการ “ลด ละ เลิก” การใช้พลาสติกมาอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านบรรจุภัณฑ์ โดยมีเป้าหมายในการลดปริมาณขยะที่เหลือเข้าสู่กระบวนการฝังกลบให้เหลือน้อยที่สุด โดยมีการวางแผนดำเนินการ (Roadmap) ที่สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะพลาสติกจากภาครัฐที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ประโยชน์ร้อยละ 100 ภายในปี 2570 ผ่านมาตรการลดการเกิดขยะพลาสติก ณ แหล่งกำเนิด พร้อมทั้งร่วมส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความตระหนักให้กับผู้ประกอบการและผู้บริโภคใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมทดแทนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบไปด้วยโครงการต่าง ๆ ที่แบ่งตามมาตรการหลัก ดังนี้

มาตรการ 1
ลด ละ เลิกพลาสติก ณ แหล่งกำเนิดโดยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

มาตรการ 2
ลด ละ เลิก พลาสติก ณ ขั้นตอนการบริโภค ขับเคลื่อนการลด ละ เลิกใช้ Single Use Plastic

มาตรการ 3
จัดการขยะพลาสติกหลังการบริโภค ส่งเสริม สนับสนุนการนำขยะพลาสติก นำกลับมาใช้ให้เป็นประโยชน์ตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

หมายเหตุ : มาตรการ 3 จะกล่าวถึงในบท “ปกป้องระบบนิเวศ ยึดมั่นเจตนารมณ์สีเขียว”

รัฐบาลไทยตั้งเป้าเลิกใช้พลาสติกแบบใช้แล้วทิ้ง 7 ชนิด

ภายในปี 2562 ประกอบด้วย
1 Cap Seal ฝาน้ำดื่ม
2 ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสารประเภท OXO
3 Microbead จากพลาสติก

ภายในปี 2565 ประกอบด้วย
4 ถุงพลาสติกหูหิ้ว ขนาดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน
5 กล่องโฟมบรรจุอาหาร
6 แก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง
7 หลอดพลาสติก

หมายเหตุ : สำหรับธุรกิจกลุ่ม Modern Trade ภาครัฐได้มีนโยบาย และกำหนดให้ลดการให้ถุง Shopping Bag ที่มีความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 โดยผ่อนผันให้สามารถใช้ถุงได้เป็นการชั่วคราวกับสินค้า 4 ชนิด โดยสินค้าที่ต้องอุ่นร้อน และผลไม้ที่ขายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น อยู่ในขอบข่ายที่ได้รับการยกเว้นให้สามารถให้ถุงได้

1 โครงการ เซเว่น โก กรีน (7 Go Green) เพื่อสิ่งแวดล้อมตลอด 24 ชม.

โครงการเซเว่น โก กรีน (7 Go Green) เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง เป็นโครงการยกระดับการใช้บรรจุภัณฑ์ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น โดยใช้วัสดุที่ทำจากธรรมชาติและสามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ ผ่านโครงการย่อยต่าง ๆ อาทิ โครงการ “แก้วรักษ์โลก” แก้วกระดาษที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติใช้กับเครื่องดื่มกดในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น กับเครื่องดื่ม Gulp เครื่องดื่ม Slurpee เครื่องดื่ม 7 Select และ เครื่องดื่ม ALL Café นอกจากนี้ ยังมีการดำเนินโครงการเปลี่ยนวัสดุหุ้มหลอดเครื่องดื่มในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เป็นวัสดุที่ทำจากกระดาษ ปัจจุบันมีการนำบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติไปใช้แล้วกว่า 300 สาขา ตามโรงพยาบาล มหาวิทยาลัย และสถานที่ท่องเที่ยวตามชายฝั่ง

2 โครงการยกเลิกการใช้ PVC

PB Food	ปี 2562	เป้าหมาย ร้อยละ 72	ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100
	ปี 2563	เป้าหมาย ร้อยละ 100	
PB Non Food	ปี 2562	เป้าหมาย ร้อยละ 45	ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 81
	ปี 2563	เป้าหมาย ร้อยละ 100	

นอกจากนี้ สำหรับสินค้า National Brand บริษัทยังมีการขอความร่วมมือการ ลด ละ เลิก การใช้ PVC จากคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers) กลุ่ม Trade สัดส่วนคู่ค้าที่ตอบรับให้ความร่วมมือจำนวน 16 ราย จากจำนวนคู่ค้าที่ได้ส่งหนังสือขอความร่วมมือจำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 31

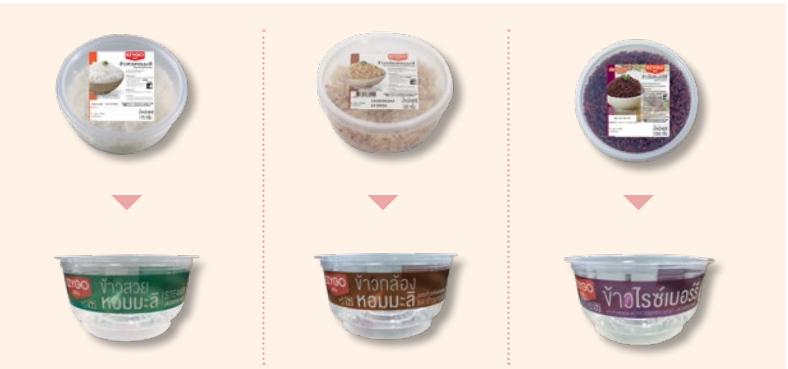
3 โครงการลดปริมาณการใช้พลาสติก จากการออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.1 จากปี 2561 ที่บริษัทปรับปรุงกระบวนการผลิตถ้วยข้าวสวยจากวิธีการฉีดพลาสติก (injection) เป็นวิธีการอัดขึ้นรูปพลาสติก (Thermoform) ในปี 2562 บริษัทยังคงเดินหน้าพัฒนาบรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารพร้อมรับประทานแบบต่าง ๆ ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นด้วยการออกแบบใหม่ดังนี้

ข้าวสวย

เปลี่ยนสติกเกอร์ที่ติดด้านบนฝา เป็นแบบพิมพ์ลายด้านข้าง เพื่อลดการใช้พลาสติกในการทำสติกเกอร์ และลดขั้นตอนการเตรียมวัสดุในการรีไซเคิล ลดของเสียที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้

24 ตัน
ในปี 2562 จากการใช้งาน
5 ล้านใบต่อเดือน



3.2 ปรับเปลี่ยนรูปแบบขนาดและความหนาของถุงพลาสติกสำหรับสินค้าที่ผ่านการอุ่นร้อน โดยการใช้ถุง Meal ทดแทนถุงหูหิ้วไซด์ L เพื่อให้เหมาะสมต่อลักษณะการใช้งาน ในปี 2562 มีการใช้ถุง Meal จำนวน 70 ล้านใบ ซึ่งสามารถลดการใช้พลาสติกได้ถึง 133 ตันต่อปี

มีการใช้ถุง Meal จำนวน **70** ล้านใบ ในปี 2562

ลดการใช้พลาสติกได้ **133** ตันต่อปี

3.3 เปลี่ยนรูปแบบการใช้งานกล่องข้าว 1 หลุม รูปทรงสี่เหลี่ยม จากกล่องที่มีฝาปิด เป็นกล่องข้าวแบบ Top Seal ที่ไม่มีฝาปิด เพื่อลดการใช้พลาสติก

ถาดข้าว 1 หลุมทรงสี่เหลี่ยม (เมนูข้าวผัดปู และข้าวผัดกุ้ง)

จากที่มีฝาปิด และสติกเกอร์ติดด้านบน เป็นแบบ top seal เพื่อลดการใช้พลาสติกในการทำสติกเกอร์ และฝาปิด ลดของเสียที่ไม่สามารถรีไซเคิล ได้

34 ตันในปี 2562
จากการใช้งาน **1.1** ล้านใบต่อเดือน

4 โครงการยกเลิกการใช้โฟมในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มุ่งดำเนินงานด้านการยกเลิกใช้โฟมชนิด Polystyrene ในร้าน เซเว่นอีเลฟเว่นอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การรณรงค์จากกรมอนามัย เพื่อสร้างความตระหนักให้กับผู้ประกอบการและผู้บริโภคในการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ทดแทนบรรจุภัณฑ์จากโฟมที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและย่อยสลายได้ยากตามธรรมชาติ พร้อมทั้งส่งเสริมการ “ลด ละ เลิก” ใช้บรรจุภัณฑ์จากโฟมบรรจุอาหารแบบใช้ครั้งเดียว เพื่อการเป็นองค์กรปลอดโฟม 100 เปอร์เซ็นต์ พร้อมกันนี้ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ภายใต้บริษัทย่อยของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้ประกาศเจตนารมณ์การหยุดจำหน่ายภาชนะโฟมบรรจุอาหาร ภายใต้โครงการ “Say Hi to Bio, Say No to Foam ชวนคุณใช้ผลิตภัณฑ์รักสิ่งแวดล้อม” โดยมีร้านสยามแม็คโคร 12 สาขา นำร่องดำเนินโครงการ ประกอบด้วย สาขาภูเก็ต สาขากระบี่ สาขาถลาง สาขาสมุย สาขาราไวย์ สาขาละมัย สาขาพะงัน สาขาป่าตอง สาขาเกาะช้าง สาขาอ่าวนาง สาขากะรน และสาขาบ้านเพ โดยสนับสนุนผู้ประกอบการให้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทางเลือกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติมากขึ้น (Eco-Friendly Product) อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในช่องทางการช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมได้

5 โครงการแก้วกระดาษลดแกรม

โครงการแก้วกระดาษลดแกรมระยะที่ 2 บริษัทได้มีการทำโครงการร่วมกับคู่ค้าที่ผลิตแก้วกระดาษให้กับ ซีพี ออลล์ ทั้ง 2 ราย ได้แก่ บริษัท KMP จำกัด และบริษัท CPPC จำกัด เพื่อทำโครงการร่วมกันในการลดการใช้กระดาษและ Standarized แกรมกระดาษให้เท่ากัน คาดว่าจะสามารถขยายผลการใช้งานในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทั่วประเทศในปี 2563 คาดการณ์ว่าจะสามารถลดการใช้กระดาษ 145 ตัน

6 โครงการลดการใช้พลาสติกและส่งเสริมการ Recycle

โครงการลดการใช้พลาสติกและส่งเสริมการรีไซเคิล โดยการเปลี่ยนวัสดุฟิล์มหุ้มสินค้ากลุ่มแซนวิชอบร้อนจากฟิล์มประกบหลายชั้น (Multilayer) เป็นฟิล์มชั้นเดียวที่เป็น Mono Material และ Mono-layer โดยร่วมมือกับคู่ค้าผู้ผลิตสินค้า บริษัท NSL จำกัด และผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ บริษัท TAK จำกัด ซึ่งโครงการนี้ยังอยู่ในระหว่างขั้นตอนการพัฒนา

7 โครงการใช้วัตถุดิบที่มาจากป่าทดแทน

รูปตัวอย่างบรรจุภัณฑ์
จากวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน PEFC

จากนโยบายด้านบรรจุภัณฑ์ บริษัทยังมุ่งมั่นหาแนวทางในการใช้วัตถุดิบที่มาจากแหล่งที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน โดยร่วมมือกับคู่ค้า บริษัท ตรีสาน จำกัด พัฒนากล่องสำหรับใส่แซนวิสอบร้อน โดยมีแหล่งที่มาของกระดาษมาจากป่าไม้ที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน และมีการควบคุม โดยได้รับการรับรองตามมาตรฐาน PEFC ซึ่งจะมีการพิมพ์โลโก้ดังกล่าวลงบนบรรจุภัณฑ์และพร้อมใช้งานทั่วประเทศในปี 2020 จำนวน 985 ตันต่อปี และกระดาษที่ใช้หุ้มหลอดพลาสติก บริษัทได้มีการพัฒนาร่วมกับคู่ค้าผู้ผลิตหลอด บริษัท B&B Strawpack จำกัด ให้เปลี่ยนจากฟิล์มหุ้มหลอดพลาสติกเป็นกระดาษหุ้มหลอดพลาสติก ใช้ในร้านที่อยู่ในพื้นที่พิเศษ เช่น เกาะ มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล และอุทยาน เป็นต้น โดยกระดาษที่ใช้มาจากป่าไม้ที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนและมีการควบคุม โดยมีเอกสารการรับรองตามมาตรฐาน FSC จาก supplier ปริมาณการใช้ 32 ต้นต่อปี

4. ปลูกจิตสำนึกเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Living)

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มุ่งดำเนินงานตามนโยบายรณรงค์ลดใช้ถุงพลาสติกอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกให้แก่ เยาวชน ชุมชน พนักงาน และลูกค้า ในการร่วมเป็นส่วนหนึ่ง ลดการใช้ถุงพลาสติก ซึ่งแสดงถึงความมุ่งมั่นในการสร้างและปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร ผ่านโปรแกรม “ลดวันละถุง คุณทำได้” เป็นโปรแกรมเพื่อสร้างวัฒนธรรม และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคในการปฏิเสธถุงพลาสติก ซึ่งดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 การปฏิเสธการรับถุงพลาสติกในแต่ละครั้ง ทุก ๆ 1 ใบ มีมูลค่าเท่ากับ 0.2 บาท ช่วยส่งต่อโอกาสให้กับ 77 โรงพยาบาลชุมชน เพื่อสมทบทุนซื้ออุปกรณ์การแพทย์ อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านการลดใช้ถุงพลาสติกเพื่อสังคมที่ยั่งยืน โดยโครงการมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อภาพยนตร์โฆษณา ภายใต้แนวคิด “สัญญาที่ดีที่สุด คือสัญญาที่ทำได้จริง” ซึ่งได้รับการถ่ายทอดโดย คุณตูน อทิวราห์ (Bodyslam) และ BNK 48 โดยในปี 2562 สามารถลดการใช้ถุงพลาสติกสะสมได้ทั้งสิ้น 1,152 ล้านใบ สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 23,476 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และส่งมอบโอกาสให้กับโรงพยาบาลศิริราชและ 77 โรงพยาบาลชุมชน เป็นจำนวน 134 ล้านบาท นอกจากนี้ เพื่อเป็นการขานรับนโยบายรัฐขับเคลื่อนการงดใช้ถุงพลาสติก ในปี 2563 บริษัทจึงได้จัดงานแถลงข่าว “รวมพลังคนไทยเลิกใช้ถุงพลาสติก”เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทั่วประเทศ รณรงค์ให้ลูกค้าเลิกใช้ถุงพลาสติก พร้อมเชิญชวนลูกค้านำถุงผ้ามาใช้แทนถุงพลาสติกหรือวัสดุทดแทนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 เป็นต้นไป

พร้อมกันนี้ บริษัท ซีพีแรม จำกัด ภายใต้บริษัทย่อยของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มุ่งรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติกภายใต้โครงการ “CPRAM Green Life Project ” ผ่านการปลูกจิตสำนึก และสร้างความตระหนักรู้ในการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าภายในองค์กร พร้อมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการ ลด และ เลิก การใช้วัสดุที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดย ซีพีแรม ได้จัดกิจกรรมให้ความรู้แก่พนักงานผ่านกิจกรรม Zero Waste Station ให้ความรู้กับพนักงานในเรื่องการแยกขยะให้ถูกประเภท และประโยชน์ที่ได้จากการแยกขยะ กิจกรรมลดการใช้พลังงาน ให้ความรู้ด้านพลังงาน การใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่าการประหยัดพลังงาน เพื่อปลูกจิตสำนึกให้พนักงานได้ตระหนักถึงการใช้ทรัพยากร กิจกรรมเพ้นท์ถุงผ้า ให้พนักงานได้เรียนเพ้นท์ถุงผ้าที่เป็นลายของตนเอง และรับถุงผ้ากลับไปใช้แทนถุงพลาสติก โดยมีค่าใช้จ่ายเพียง 20 บาท เงินที่ได้จากผู้เข้าร่วมกิจกรรม ร่วมส่งต่อโอกาสเป็นอาหารกลางวันให้กับน้อง ๆ กิจกรรม Eat Good No Food Waste ให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการกินทิ้งกินขว้าง ที่เป็นปัญหาใหญ่ของโลกในปัจจุบัน และพนักงานจะได้เรียนรู้การปลูกผักปลอดสารพิษจากทีมเกษตรอีกด้วย อีกทั้ง ซีพีแรม ยังแจกถุงผ้าให้กับพนักงาน เพื่อส่งเสริมการลดการใช้ถุงพลาสติกภายในองค์กร 7 สาขา ได้แก่ ลาดหลุมแก้ว ลาดกระบัง บ่อเงิน ชลบุรี ขอนแก่น ลำพูน และสุราษฎร์ธานี โดยในปี 2562 สามารถลดการใช้ถุงพลาสติกได้ทั้งสิ้น 176,000 ใบ (ระยะเวลาตั้งแต่ ตุลาคม 2561 – กันยายน 2562) สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 4.14 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการพัฒนาเมืองคาร์บอนต่ำ (Low Carbon City)

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) พร้อมด้วยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติประจำประเทศไทย (UNDP Thailand) ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลง เพื่อประสานความร่วมมือและเดินหน้าตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยรณรงค์ลดใช้ถุงพลาสติก และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานผ่านระบบการจัดการอย่างยั่งยืน โดยดำเนินโครงการนำร่องใน 5 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดภูเก็ต และเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในการแก้ไขปัญหาขยะพลาสติก และส่งเสริมการพัฒนาเมืองด้านสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน สังคม และประเทศชาติ พร้อมทั้งมุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เป็นตัวการสำคัญที่ก่อให้เกิดภาวะโลกร้อน และเพื่อสร้างเมืองให้มุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนไปพร้อมกันก่อนขยายโครงการและดำเนินการไปทั่วประเทศ

การส่งเสริมฉลากคาร์บอน

บริษัทได้ดำเนินการประเมินการปล่อยคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์และดำเนินการขึ้นทะเบียนรับรองและติดเครื่องหมายฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ลงบนผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ปัจจุบัน บริษัทได้ดำเนินการขึ้นทะเบียนรับรองฉลากสินค้าคาร์บอน โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก จำนวน 5 รายการ ได้แก่ ข้าวกระเพราหมู ข้าวกระเพรากุ้ง ขนมจีบปู บิ๊กเปาหมูสับ บิ๊กเปาหมูสับไข่เค็ม และขึ้นทะเบียนรับรองฉลากลดการปล่อยคาร์บอน (CFR) จำนวน 2 รายการ ได้แก่ บิ๊กเปาหมูสับ และบิ๊กเปาหมูสับไข่เค็ม และได้รับการขึ้นทะเบียนรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) จำนวน 1 หน่วยงาน

ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์

5 ผลิตภัณฑ์
ได้รับการรับรอง
ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์

ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร

1 หน่วยงาน
ได้รับการรับรอง
ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร

ปกป้องระบบนิเวศ ยึดมั่นเจตนารมณ์สีเขียว

ผลการดำเนินงาน ที่สำคัญปี 2562

ปลูกต้นไม้ฟื้นฟูระบบนิเวศได้
8,400 ต้น

ลดขยะพลาสติก โดยการรีไซเคิลได้
23.60 ตัน

การสนับสนุนเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG12 แผนการบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืน
12.3 ลดของเสียจากอาหารที่ถูกทิ้งในกระบวนการผลิต ห่วงโซ่อุปทาน การค้าปลีก และผู้บริโภค
12.5 ลดและป้องกันการสร้างของเสียและขยะ โดยเน้นกระบวนการป้องกัน การลด การรีไซเคิล และนำกลับมาใช้ใหม่

SDG13 รับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
13.3 เพิ่มการรับรู้และสมรรถนะในการบรรเทาความเสียหาย การปรับตัว การลดผลกระทบ และการเตือนภัย จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

SDG14 รักษาคุณภาพชีวิตของสิ่งมีชีวิตในแหล่งน้ำ
14.1 ป้องกันและลดมลพิษทางทะเล รวมทั้งมลพิษจากขยะและธาตุอาหารทางทะเล

SDG15 อนุรักษ์ระบบนิเวศทางบก
15.2 จัดการป่าไม้ทุกประเภทอย่างยั่งยืน ฟื้นฟูป่า เสื่อมโทรม และเพิ่มพื้นที่การปลูกป่า

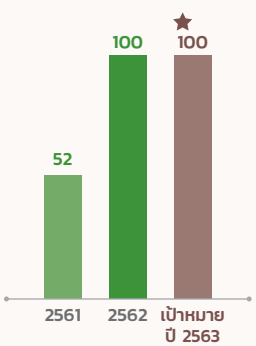
เป้าหมายปี 2563

ร้อยละ
100
ของวัตถุดิบหลัก ผ่านการประเมินการจัดหาจากแหล่งผลิตที่ไม่บุกรุกทำลายป่าไม้ และทรัพยากรทางทะเล

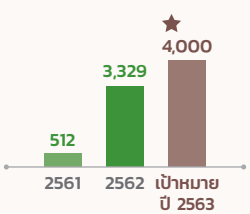
ลดการใช้พลาสติก
7,300
ตันสะสม
(ปี 2562 - 2563)

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

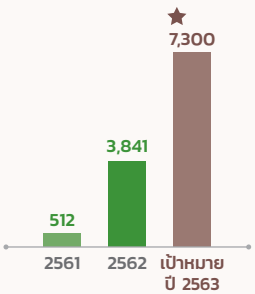
วัตถุดิบหลักผ่านการประเมินการจัดหาจากแหล่งที่รับผิดชอบ (ร้อยละ)



ปริมาณพลาสติกที่ลดได้ในแต่ละปี (ตัน)



ปริมาณพลาสติกที่ลดได้ทั้งหมด (ตันสะสม)



ความท้าทาย

ภายใต้ความเคลื่อนไหวของสถานการณ์ และการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคปัจจุบัน โดยเทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรมมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ซึ่งสวนทางกับความหลากหลายทางชีวภาพที่เพิ่มความสูญเสียมากยิ่งขึ้นจนถึงขั้นวิกฤต โดยได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลจากกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ นอกจากนี้ ประเด็นที่ทั่วโลกให้ความตระหนัก และให้ความสำคัญในปัจจุบัน คือปริมาณขยะพลาสติกในทะเลที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และปริมาณทรัพยากรธรรมชาติที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัด บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มีความมุ่งมั่นเกี่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงรับทราบการมีส่วนร่วมในการสร้างผลกระทบต่อระบบนิเวศจากขยะพลาสติก ซึ่งอาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาวขององค์กรได้ ทั้งในเรื่องชื่อเสียง และการจัดการทรัพยากร ดังนั้น บริษัทจึงมุ่งให้ความสำคัญ และส่งเสริมการปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้น และรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้สามารถส่งต่อสู่คนรุ่นใหม่ได้อย่างยั่งยืน

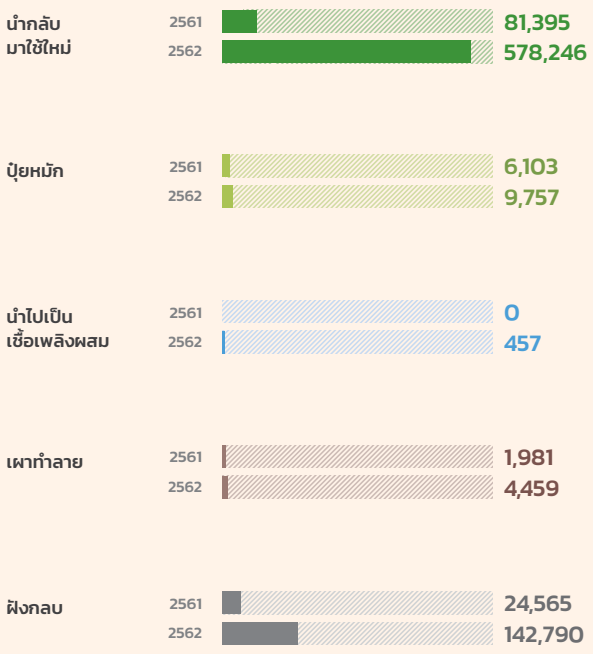
ความคืบหน้าปี 2562

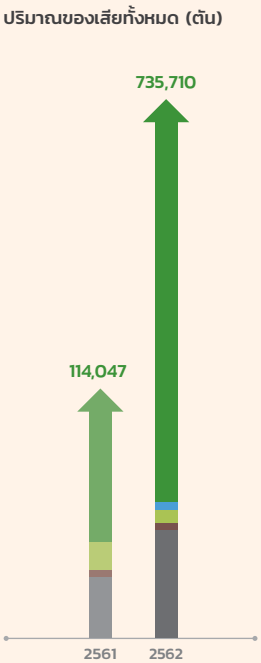
- โครงการปลูกต้นไม้
- โครงการ เซเว่น โก กรีน รีไซเคิล พลาสติก โรด (7 Go Green Recycled Plastic Road)
- โครงการกล่องวิเศษ Magic Box Recycling for Sharing
- โครงการรักษ์เกาะพีพี ร่วมใจเลิกใช้ถุงพลาสติก

สรุปผลการดำเนินงานด้านการปกป้องระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

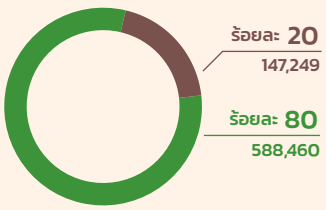
การจัดการของเสีย

ปริมาณของเสียแยกตามประเภทการจัดการ (ตัน)





สัดส่วนการจัดการของเสียทั้งหมด ในปี 2562



- ของเสียที่นำกลับมาใช้ประโยชน์
- ของเสียที่ถูกกำจัด

ปริมาณของเสียต่อหน่วยรายได้

1.29 ตันต่อล้านบาท

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยตระหนัก และให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานด้านลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ และบริการมาอย่างต่อเนื่อง ภายใต้นโยบายสิ่งแวดล้อม นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน และแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทานของการดำเนินธุรกิจ โดยมีเป้าหมายในการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า พร้อมทั้งลดการใช้พลังงานธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด รวมถึงการมีส่วนร่วมในการร่วมแก้ไขปัญหาความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งเสริมการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ลดปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า และปกป้องการบุกรุกทำลายระบบนิเวศ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัทผนวกการดำเนินการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมกับการดำเนินการทางธุรกิจ ภายใต้ กลยุทธ์ “เซเว่น โก กรีน (7 Go Green)” พร้อมพัฒนาโครงการกำจัดของเสียและการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ (Reductionof waste) รวมถึงส่งเสริม และสนับสนุนการนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ โดยประยุกต์หลักการสำคัญของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อาทิ โครงการเปลี่ยนขยะพลาสติกเป็นถนน (7 Go Green Recycled Plastic Road) และโครงการร้านเพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้เติบโตไปพร้อมกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

โครงการ เซเว่น โก กรีน รีไซเคิล พลาสติก โรด (7 Go Green Recycled Plastics Road)

ประยุกต์หลักการสำคัญของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ส่งเสริมแนวทางการจัดการขยะพลาสติก อาทิ ถุงถาด ขวดน้ำพลาสติก แก้วกาแฟ แก้วพลาสติก ให้สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์สูงสุด เพื่อร่วมแก้ไขปัญหาขยะพลาสติกในทะเลที่เป็นประเด็นสำคัญระดับโลก โครงการนี้เกิดจากความร่วมมือระหว่างบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด และ กลุ่มบริษัท ดาว ประเทศไทย สร้างถนนรีไซเคิลจากขยะพลาสติก ผ่านกระบวนการพัฒนาและเทคนิคในการผสมผสานยางมะตอยในการเพิ่มประสิทธิภาพของถนนให้มีความแข็งแรงและทนทานการกัดเซาะ ซึ่งความร่วมมือในครั้งนี้ถือเป็นการนำเทคโนโลยีถนนพลาสติกรีไซเคิลมาใช้ในพื้นที่ร้านค้าปลีกเป็นครั้งแรกในประเทศไทย พร้อมกันนี้ ยังเป็นการส่งเสริม และพัฒนาชุมชน โดยการนำขยะพลาสติกที่ถูกคัดแยกจาก สำนักงาน ศูนย์กระจายสินค้า ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น บริษัท ซีพี แรม จำกัด สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ โรงพยาบาล และชุมชนรอบร้านเซเว่นอีเลฟเว่น คิดเป็นปริมาณกว่า 0.865 ตัน ที่นำกลับมาใช้ประโยชน์ให้กับชุมชนอีกครั้ง

ปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนขยะพลาสติกเป็นถนนที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น จำนวน 2 สาขา ได้แก่ สาขาสายไหม ซอย 3 และสาขาราษฎร์พัฒนา ซอย 24 และใน 2 พื้นที่สำนักงาน โดยบริษัทมีความมุ่งมั่นดำเนินการขยายผล และพัฒนาต่อไปยังพื้นที่อื่น ๆ ในอนาคตตามความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ อาทิ ร้านสัญลักษณ์ของ ซีพี ออลล์ (Flagship Store) เพื่อสื่อสาร และสร้างภาพลักษณ์ให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Total Image) รวมถึงขยายผลในโครงการธาราพัทยา โครงการพีไอเอ็ม อีอีซี จังหวัดชลบุรี และอาคารสำนักงาน แจ้งวัฒนะ เพื่อลดปริมาณขยะพลาสติกที่อาจเข้าไปรบกวนระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

นอกจากนี้ บริษัทมีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานศึกษาการนำกล่องนม และกล่องน้ำผลไม้ (Aseptic Carton) มาผ่านกระบวนการรีไซเคิลเพื่อนำมาเป็นวัสดุที่สามารถใช้งานในร้านได้ ซึ่งขณะนี้อยู่ในกระบวนการศึกษาเพิ่มเติมร่วมกับ บริษัท เต็ดตรา แพ้ค (ประเทศไทย) จำกัด (ผู้ผลิตกล่อง Aseptic carton) และ บริษัท ไฟเบอร์พัฒน์ จำกัด (ผู้แปรรูปวัสดุรีไซเคิล) ในการพัฒนาวัสดุรีไซเคิลจากกล่องนม และกล่องน้ำผลไม้ (Aseptic Carton) สำหรับตกแต่งร้าน เพื่อลดปริมาณขยะที่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อระบบนิเวศ และส่งเสริมการนำขยะรีไซเคิลกลับมาใช้ประโยชน์ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยวัสดุรีไซเคิลจากกล่องนม และกล่องน้ำผลไม้สามารถนำไปใช้ในร้านได้ อาทิ ผนัง หลังคา กระจก และวัสดุตกแต่งร้านอื่น ๆ โดยการนำเศษวัสดุเหลือใช้ 3 ประเภท กลับมาแปรรูป และใช้ใหม่ภายใต้โครงการร้านเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Store)

วัสดุเหลือใช้ 3 ประเภท

- ของเหลือใช้จากร้านสาขา เช่น ถุงพลาสติก ขวดพลาสติก กระป๋อง หลอด และขวดแก้วในร้านสาขา
- ของเหลือใช้ภายในประเทศ เช่น เปลือกไข่
- วัสดุก่อสร้างที่ได้รับการรับรองว่าเป็นวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

แผนการดำเนินงานในอนาคต

จำนวนร้านต้นแบบ **3** สาขาต่อปี

จำนวนรายการวัสดุรีไซเคิลที่ขยายผล **3** รายการ

โครงการกล่องวิเศษ
Magic Box Recycling for Sharing

บริษัทมุ่งมั่นลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม โดยการส่งเสริม และสนับสนุนการนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ ภายใต้การประยุกต์หลักการสำคัญของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) พร้อมส่งต่อโอกาสให้กับนักเรียน และโรงเรียนที่ขาดแคลน โดยร่วมกับ บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด บริษัท เต็ดตรา แพ้ค (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท พัสดุภัณฑ์ไทย จำกัด และ บริษัท เอส ไอ จี คอมบิบล็อค จำกัด ขอรับบริจาคกล่องนมยูเอชที (UHT) และกล่องเครื่องดื่มประเภทกล่องกระดาษ ที่ผ่านกระบวนการ แกะ ล้าง เก็บ เพื่อนำมารีไซเคิลสำหรับนำไปผลิตเป็นโต๊ะ และเก้าอี้สำหรับนักเรียนในโรงเรียนที่ขาดแคลน โดยกล่องนมหรือกล่องเครื่องดื่มจำนวน 2,500 กล่อง สามารถนำมารีไซเคิลผลิตโต๊ะและเก้าอี้นักเรียนได้ 1 ชุด ซึ่งในปี 2562 มียอดบริจาคมากถึง 28,010 กล่อง ในอนาคตบริษัทมีแผนรับซื้อกล่องนมยูเอชที และกล่องกระดาษที่ผ่านกระบวนการ แกะ ล้าง เก็บแล้วภายใต้โครงการธนาคารขยะ

ปี 2562
มียอดบริจาคมากถึง
28,010
กล่อง

สามารถนำมารีไซเคิล
ผลิตเป็นโต๊ะ และ
เก้าอี้ นักเรียนได้
11 ชุด

ผลดำเนินการโครงการ
ปี 2562 สามารถลด
ปริมาณของเสีย
ที่ต้องส่งกำจัด
22,460 กิโลกรัม

คิดเป็นการลด
การปล่อย
ก๊าซเรือนกระจกได้
17
ตันคาร์บอนไดออกไซด์
เทียบเท่า

สามารถผลิต
แผ่นหลังคา
ขนาด 1*2.4 เมตร
ได้ทั้งสิ้น
1,123 แผ่น

โครงการหลังคาเขียว

บริษัท ซีพีแรม จำกัด มีการดำเนินโครงการหลังคาเขียวโดยนำกล่องนมยูเอชที (UHT) ที่เกิดจากกระบวนการผลิตหลักของเบเกอรี่ และการบริโภคเครื่องดื่มชนิดกล่องของพนักงาน กลับมารีไซเคิลเป็นแผ่นหลังคา และเฟอร์นิเจอร์ร่วมกับโรงงานรีไซเคิลกล่องนมยูเอชที (UHT)

ร่วมมือกับคู่ค้า ผลิตผลิตภัณฑ์
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม “ถุงขยะรุ่นรักษ์โลก”

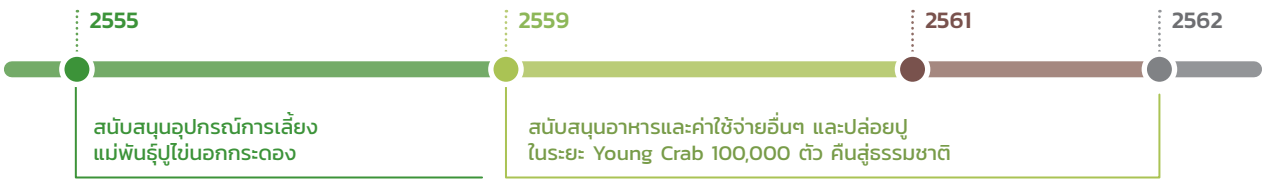
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม หนุนส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อการบริโภคอย่างยั่งยืน กำหนดนโยบาย และเป้าหมายในการเพิ่มสัดส่วนบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของบริษัท จากร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 40 ภายในปี 2562 โดยร่วมกับ บริษัท คิงส์เอ็นเนอร์จี แอนด์ เวชท์ โซลูชั่น จำกัด ส่งเสริม และสนับสนุนการนำขยะกลับมาใช้ให้เป็นประโยชน์ ผลิตถุงขยะรุ่นรักษ์โลกที่ผลิตจากเศษขยะพลาสติกรีไซเคิลที่ได้มาจากบ่อขยะในประเทศ ภายใต้แบรนด์ฮีโร่

โครงการถุงขยะรุ่นรักษ์โลก ช่วยลดปัญหา ปริมาณขยะพลาสติกจากบ่อขยะในประเทศ ได้กว่า
20,000
ตันต่อปี

โครงการปูม้ายั่งยืนคู่ทะเลไทย

เนื้อปูถือเป็นวัตถุดิบหลักที่สำคัญอย่างยิ่งในโรงงานผลิตของ บริษัท ซีพีแรม จำกัด และเป็นส่วนประกอบสำคัญในเมนูอาหารพร้อมรับประทานภายในร้านเชเว่นอีเลฟเว่น ซึ่งปัจจุบันความต้องการเนื้อปูได้เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นดังกล่าว จึงได้ขยายผลแนวคิดการอนุรักษ์พันธุ์ปูม้าจากพื้นที่ฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน ภายใต้โครงการปูม้ายั่งยืนคู่ทะเลไทยโดยร่วมกับกรมประมงศูนย์วิจัย และพัฒนาประมงชายฝั่งสุราษฎร์ธานี และบริษัท วิยะเครป โปรดักส์ จำกัด อนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำทะเลเพื่อเพิ่มจำนวนปูม้าในพื้นที่บริเวณชายฝั่งจังหวัดสุราษฎร์ธานี และรักษาทรัพยากรธรรมชาติไว้ไม่ให้สูญหาย อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการที่เป็นชาวประมงพื้นบ้านให้สามารถดำเนินการประมงได้อย่างยั่งยืนผ่านการเพาะพันธุ์ปูในพื้นที่ และรอการปล่อยสู่ชายฝั่งทะเลจนเติบโตเป็นปูม้าขนาดใหญ่ ช่วยเพิ่มปริมาณปูในธรรมชาติจำนวนกว่า 100,000 ตัว พร้อมกันนี้ยังช่วยเก็บขยะบริเวณรอบเกาะ เพื่อเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางทะเลอีกหนึ่งทาง ทั้งนี้โครงการปูม้ายั่งยืนคู่ทะเลไทย เป็นโครงการระยะยาว ที่บริษัทดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2555

เพิ่มปริมาณปู ในธรรมชาติกว่า
100,000
ตัว



มีทีมที่ส่งคลิปวิดีโอเข้าประกวด
โครงการคนรุ่นใหม่ไร้ Food Waste

ปี 1 ทั้งสิ้น **259** ผลงาน

ปี 2 ทั้งสิ้น **363** ผลงาน

แบ่งเป็นระดับมัธยมศึกษา

ปี 1 ทั้งสิ้น **109** ผลงาน

ปี 2 ทั้งสิ้น **127** ผลงาน

แบ่งเป็นระดับระดับอุมศึกษา

ปี 1 ทั้งสิ้น **150** ผลงาน

ปี 2 ทั้งสิ้น **236** ผลงาน

โครงการคนรุ่นใหม่ไร้ Food Waste

โครงการที่สร้างความตระหนักให้กับคนรุ่นใหม่ เรื่องการลดความสูญเปล่าทางอาหารผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย อาทิ เฟซบุ๊ก โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีส่วนสำคัญในการร่วมสร้างการเปลี่ยนแปลง และมีอิทธิพลในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ผ่านการจัดประกวดการสร้างวิดีโอที่มีความยาว 3 นาที ภายใต้แนวคิด “อวสานอาหารถูกทิ้ง” เพื่อสนับสนุน และส่งเสริมให้เยาวชนระดับมัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา ได้แสดงความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอวิดีโอเชิงรณรงค์สร้างความตระหนักให้สังคมรับทราบถึงปัญหาด้านอาหารที่เหลือและถูกทิ้ง คิดเป็นร้อยละ 41.95-44.99 ของปริมาณขยะในกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน พร้อมกันนี้ โครงการคนรุ่นใหม่ไร้ Food Waste ได้มีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เช่น แนวโน้มของอาหารที่เหลือทิ้งทั่วโลก แนวทางการใช้ประโยชน์จากความสูญเปล่าทางอาหาร แนะนำการลดปัญหาความสูญเปล่าทางอาหารในชีวิตประจำวัน และแนวทางในการการกำจัดความสูญเปล่าทางอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อสร้างความตระหนักเรื่องการลดความสูญเปล่าทางอาหารอีกหนึ่งช่องทาง โครงการคนรุ่นใหม่ไร้ Food Waste ปี 1 มีทีมที่ส่งคลิปวิดีโอเข้าประกวดทั้งสิ้น 259 ผลงานแบ่งเป็นระดับมัธยมศึกษา 109 ผลงาน ระดับอุมศึกษา 150 ผลงาน โดยผลงานที่ได้รับรางวัลผู้ชนะเลิศระดับอุดมศึกษาเป็นเงินรางวัล 100,000 บาท พร้อมถ้วยรางวัล และใบประกาศเกียรติคุณ ได้แก่ ทีม ทำไมไม่กินข้าวหลามในตู้เย็น จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ผู้ชนะเลิศระดับมัธยมศึกษาเป็นเงินรางวัล 80,000 บาทพร้อมถ้วยรางวัลและใบประกาศเกียรติคุณ ได้แก่ ทีม Abstract จากโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒม์ปทุมวัน โครงการคนรุ่นใหม่ไร้ Food Waste ปี 2 มีทีมที่ส่งคลิปวิดีโอเข้าประกวดทั้งสิ้น 363 ผลงาน แบ่งเป็น ระดับมัธยมศึกษา 127 ผลงาน ระดับอุมศึกษา 236 ผลงาน โดยผลงานที่ได้รับรางวัลชนะเลิศระดับอุดมศึกษา ได้แก่ผลงาน 3 Phak the Revenge of Vegetable ทีม Chakorn Studio มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ระดับมัธยมศึกษา ได้แก่ ผลงาน คำเตือน! ขยะอาหาร ทีมใครขายไข่ไก่โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย

โครงการทำดีด้วยหัวใจ ลดภัยสิ่งแวดล้อม ภายใต้โครงการจิตสาธารณะ

เป็นหนึ่งในโครงการที่ได้รับการต่อยอดภายใต้กลยุทธ์ 7 Go Green โครงการจิตสาธารณะ กิจกรรมพายเรือคายัคเก็บขยะเกาะเสม็ดในวันสิ่งแวดล้อมโลก 5 มิถุนายน 2562 เพื่อรักษาความสะอาด และดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

go 7 Green
เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชม.

โครงการปลูกต้นไม้เฉลิมพระเกียรติฯ

สำนักปฏิบัติการ 2 พื้นที่ตะวันออกเฉียงเหนือ (NE) นำพนักงานร่วมทำกิจกรรมจิตสาธารณะร่วมกับคณะผู้บริหารการคลังประจำจังหวัดนครพนม ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โรงเรียน และประชาชนจังหวัดนครพนม พร้อมใจกันปลูกต้นรวงผึ้งและไม้เศรษฐกิจ ได้แก่ ต้นสัก ต้นพะยูง ต้นมะค่าโมง ต้นประดู่ และต้นไผ่ รวม 6,810 ต้น ณ บริเวณอ่างเก็บน้ำหนองญาติ ตำบลหนองญาติ อำเภอเมืองนครพนม เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสมหามงคลพระราชพิธีบรมราชาภิเษก ภายใต้โครงการรวมพลังส่งเสริมอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม จังหวัดนครพนม ประจำปีงบประมาณ 2562 เพื่อร่วมกันฟื้นฟูป่า และพื้นที่สีเขียวให้มีความอุดมสมบูรณ์ เพิ่มพื้นที่ในการกักเก็บคาร์บอนไดออกไซด์เหมาะสำหรับเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และเป็นศูนย์เรียนรู้ต้นไม้เศรษฐกิจของจังหวัดนครพนม

เนื่องจากความตระหนักในความสำคัญของป่าไม้ และป่าชายเลน ศูนย์กระจายสินค้าในพื้นที่ต่าง ๆ ของบริษัทจึงจัดโครงการปลูกป่า และป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติตามพื้นที่ต่าง ๆ อาทิ โครงการปลูกป่า และทำฝายชะลอน้ำที่เขตรักษาพันธ์สัตว์ป่าสลักพระ จังหวัดกาญจนบุรี โดยศูนย์กระจายสินค้าบางบัวทอง โครงการป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติที่ศูนย์การเรียนรู้ป่าชายเลนบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดยศูนย์กระจายสินค้าบางบัวทอง เป็นต้น

ปลูกต้นรวงผึ้งและไม้เศรษฐกิจรวม
6,810 ต้น

โครงการรักษ์เกาะพีพีร่วมใจเลิกใช้ถุงพลาสติก

จากความสำเร็จของโครงการ ลันตา โก กรีน บริษัทยังคงเดินหน้าอย่างต่อเนื่องในการขยายพื้นที่ดำเนินการลดผลกระทบจากถุงพลาสติกในทะเล โดยร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม จังหวัดกระบี่ องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนาง อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา หมู่เกาะพีพี มูลนิธิโลกสีเขียว กลุ่มพิทักษ์พีพี และชมรมท่องเที่ยวเกาะพีพี จัดโครงการ “รักษ์เกาะพีพี ร่วมใจเลิกใช้ถุงพลาสติก” เนื่องในวันสิ่งแวดล้อมโลก 5 มิถุนายน 2562 ผ่านการรณรงค์ลดและเลิกใช้ถุงพลาสติกตามหมู่เกาะต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ โดยเชิญชวนให้พนักงาน ลูกค้า ชุมชน ประชาชนทั่วไป ร่วมมือร่วมใจปฏิเสธถุงพลาสติกแล้วใช้ถุงผ้า พร้อมทั้ง มีการร่วมทำกิจกรรม Big Cleaning และประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเลิกใช้และลดการนำถุงพลาสติกขึ้นมาบนเกาะ รวมถึงจัดกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

1. **การให้ความรู้กับเด็ก ๆ ณ โรงเรียนพระราชทานบ้านเกาะพีพี เรื่องการคัดแยกขยะ ประเภทของขยะ พร้อมทั้งการให้ความรู้เรื่องผลกระทบของขยะต่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลัก 3R คือ Reduce Reuse Recycle ผ่านกิจกรรมการจัดทำฐานเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องของการคัดแยกขยะ**
2. **การรณรงค์ให้นักท่องเที่ยว ให้ชุมชน ให้คนบนเกาะได้ตระหนัก และเห็นความสำคัญของการลดใช้ถุงพลาสติก**
3. **กิจกรรมเดินเก็บขยะกับนักเรียน พร้อมทั้งสร้างความตระหนักเรื่องการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ บริษัทได้รณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติกตามเกาะต่าง ๆ จำนวน 4 เกาะ ได้แก่ เกาะลันตา เกาะยาวน้อย เกาะเสม็ด และเกาะหลีเป๊ะ พร้อมขยายผลไปยังเกาะอื่น ๆ ในไทยต่อไป**

บริหารน้ำอย่างรู้ค่า รักษาสมดุลชีวิต

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2562

ลดปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้
ร้อยละ **7.14**
เทียบปีฐาน 2558

นำน้ำกลับมาใช้ใหม่หรือใช้ซ้ำ
ร้อยละ **5.53**
ของปริมาณน้ำที่นำมาใช้

ประเมินความเสี่ยงด้านน้ำ
ร้อยละ **100**
ของพื้นที่ดำเนินการบริษัท (ครอบคลุมเฉพาะ ซีพี ออลล์ สยามแม็คโคร และ ซีพีแรม)

ทบทวนการประเมินความเสี่ยงด้านสภาวะขาดแคลนน้ำ พื้นที่ดำเนินการของคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 suppliers)
ร้อยละ **100**

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG6 น้ำสะอาดและสุขอนามัยที่ดี

6.1 ทุกคนสามารถเข้าถึงและซื้อหาน้ำที่สะอาดปลอดภัยได้

6.3 เพิ่มคุณภาพน้ำโดยลดการปล่อยมลพิษอันตรายลงสู่แหล่งน้ำและลดปริมาณน้ำเสียที่ไม่ได้รับการบำบัด

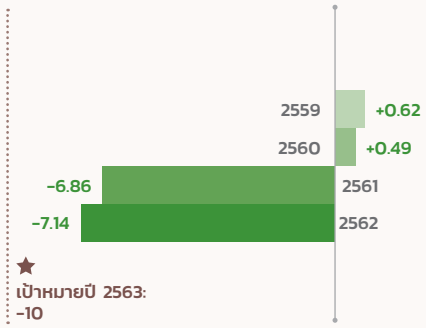
6.4 เพิ่มประสิทธิภาพและจัดการกับปัญหาการขาดแคลนน้ำอย่างยั่งยืน

เป้าหมายปี 2563

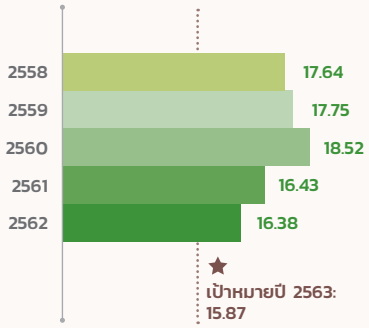
ลดการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้
ร้อยละ **10** ภายในปี 2563
เทียบกับปีฐาน 2558

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ลดลง (ร้อยละ)



ปริมาณน้ำที่นำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ (ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท)



ความท้าทาย

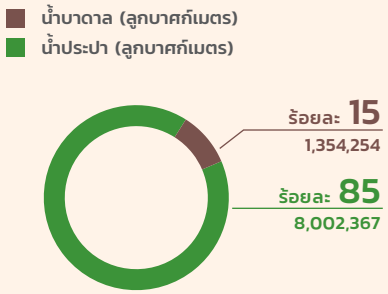
“น้ำ” หนึ่งในทรัพยากรธรรมชาติที่เปรียบเสมือนหัวใจหลักสำหรับทุกชีวิตบนโลก ปัจจุบันการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี และการขยายตัวของประชากรในชุมชนต่าง ๆ มีเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การผลิตสินค้าภาคอุตสาหกรรม การผลิตทางการเกษตรและโครงการก่อสร้างพัฒนาผังเมืองต่าง ๆ มีความต้องการการใช้น้ำเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากรายงานการพัฒนาน้ำทั่วโลกปี 2562 (World Water Development Report 2019) ขององค์การสหประชาชาติ (UN) ระบุว่าปัญหาการขาดแคลนน้ำของโลกเพิ่มมากขึ้น หนึ่งในสาเหตุเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และความต้องการในการใช้น้ำที่ทวีมากขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยประชากรกว่า 4 พันล้านคนทั่วโลกต้องประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำใช้ และกว่า 2 พันล้านคนขาดแคลนแหล่งน้ำดื่มสะอาดในแต่ละปี ดังนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่สูงขึ้น บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) จึงสร้างโอกาสและความยั่งยืนในการใช้ทรัพยากรน้ำร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มศักยภาพความมั่นคงและเกิดประโยชน์สูงสุดในอนาคต บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจร่วมกับสังคมอย่างยั่งยืน จึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการแหล่งน้ำอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อแบ่งปันโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรธรรมชาติในทุกพื้นที่ของสังคม โดยมุ่งเน้นการพัฒนาการบริหารจัดการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ทุกภาคชั้นทางสังคม และธุรกิจได้มีโอกาสในการใช้น้ำอย่างเท่าเทียม

ความคืบหน้าปี 2562

- ประเมินความเสี่ยงด้านสภาวะขาดแคลนน้ำของพื้นที่ดำเนินการของบริษัท
- ทบทวนผลประเมินความเสี่ยงด้านสภาวะขาดแคลนน้ำพื้นที่ดำเนินการของคู่ค้าที่สำคัญ ลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 suppliers) ของบริษัท
- จัดตั้งหน่วยงานดูแลรักษาทรัพยากรน้ำที่ใช้ในโรงงานและพัฒนาระบบบำบัดน้ำเสีย

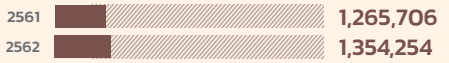
สรุปผลการดำเนินงานด้านการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

การใช้น้ำ

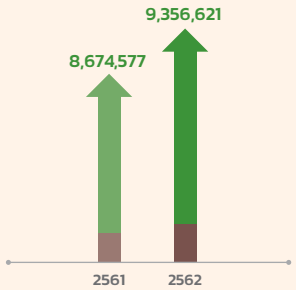


ปริมาณการใช้น้ำประปา (ลูกบาศก์เมตร)

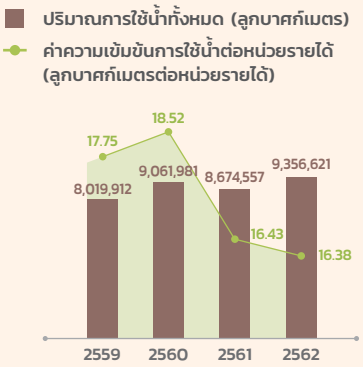
ปริมาณการใช้น้ำบาดาล (ลูกบาศก์เมตร)



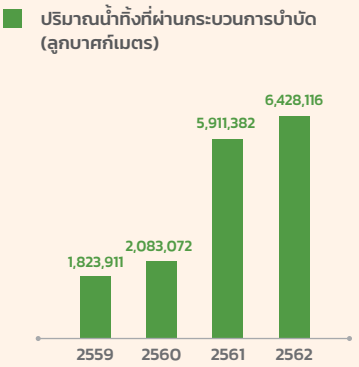
ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด (ลูกบาศก์เมตร)



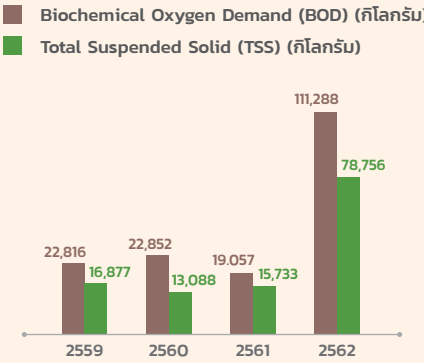
ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด



ปริมาณน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการ



คุณภาพน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด



หมายเหตุ : ปริมาณน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด ค่า BOD และค่า TSS ขอบเขตข้อมูลเฉพาะบริษัท ซีพีแรม จำกัด

แนวทางการดำเนินงาน

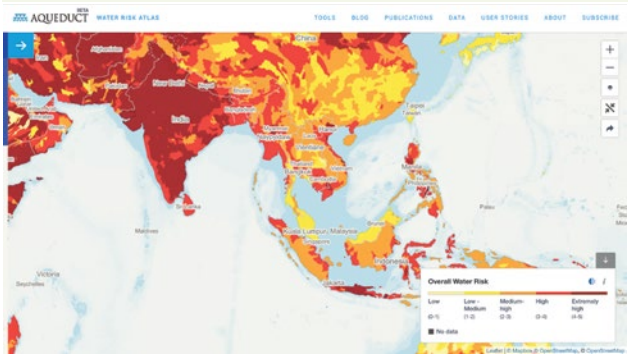
บริษัทมีแผนในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ โดยมีการจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการขาดแคลนทรัพยากรน้ำ และเพิ่มสัดส่วนการนำน้ำที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ การเอาใจใส่ปลูกจิตสำนึกภายในองค์กรในการอนุรักษ์ และรณรงค์เรื่องการประหยัดน้ำ รวมทั้งส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำของชุมชน ตลอดจนให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมกับชุมชนในการบำบัดน้ำเสีย รวมไปถึงการให้ความสำคัญ และความเอาใจใส่ ต่อลูกค้าด้วยความรับผิดชอบสูงสุด เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจทั้งด้านคุณภาพ (สด สะอาด ปลอดภัย) และความคุ้มค่า แหล่งน้ำหลักของบริษัท คือ ระบบประปาทั่วประเทศ ซึ่งน้ำถูกนำมาใช้งานทั่วไปอื่น ๆ ได้แก่ ซักล้าง และประกอบอาหารหรือเครื่องดื่ม เป็นต้น และแหล่งน้ำอื่น ๆ ได้แก่ น้ำบาดาลที่มีการใช้เฉพาะบางขั้นตอนการผลิตในบริษัท ซีพีแรม จำกัด ซึ่งบริษัทใช้เพียงความร้อนจากน้ำบาดาลที่ความลึกระดับหนึ่ง ซึ่งสามารถใช้ทดแทนน้ำร้อนสำหรับการล้างมือและอุปกรณ์บางประเภทในกระบวนการผลิต

การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ถึงแม้ว่าปริมาณการใช้น้ำของบริษัท ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการใช้น้ำของพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปดำเนินการ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทเล็งเห็น และตระหนักถึงการมีส่วนร่วมกับพื้นที่ชุมชน ในการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยในปี 2562 บริษัทดำเนินการตรวจประเมินความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำ ครอบคลุมพื้นที่ดำเนินการของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น พื้นที่ดำเนินการศูนย์กระจายสินค้าของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) พื้นที่ดำเนินการของบริษัท ซีพีแรม จำกัด และพื้นที่ดำเนินการของบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ด้วยเครื่องมือ Aqueduct ของ World Resource Intitute หรือ WRI ซึ่งเป็นเครื่องมือสำรวจที่ได้รับการยอมรับในวงกว้าง ซึ่งจากการประเมินความเสี่ยงพบว่าร้อยละ 1 ของพื้นที่ดำเนินการอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับสูง และระดับสูงมาก ตามภาพ

ตัวอย่างแผนการบริหารจัดการน้ำ

- จัดตั้งคณะทำงานบริหารจัดการน้ำ
- โครงการเปลี่ยนอุปกรณ์ประหยัดน้ำในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น
- โครงการ Zero Wastewater Discharge



ค่าความเครียดน้ำ (Water Stress)

สัดส่วนพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress)

การบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน

ในการดำเนินงานด้านการจัดการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำของบริษัท มีรูปแบบในการจัดการที่แตกต่างกันไป โดยขึ้นอยู่กับรูปแบบของแต่ละภาคส่วนดำเนินงาน ดังนี้

การลดผลกระทบด้านการใช้น้ำของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

จากผลการตรวจประเมินปริมาณการใช้น้ำของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นด้วยเครื่องมือ Aqueduct โดยพิจารณาถึง 3 ปัจจัย ได้แก่ สภาวะการขาดแคลนน้ำในพื้นที่ คุณภาพน้ำ และภาพลักษณ์ด้านการใช้น้ำของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ในปี 2562

เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินการของบริษัทส่งผลกระทบในเชิงลบต่อทั้งปริมาณ และคุณภาพของน้ำในพื้นที่น้อยที่สุด และหากพบความเสี่ยงในการขาดแคลนน้ำของพื้นที่ บริษัท จะทำการตรวจติดตาม และเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือสถานการณ์ดังกล่าว โดยในปี 2562 พบว่า มีร้านสาขา 57 ร้าน ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เสี่ยงในการขาดแคลนน้ำ และบริษัทอาจสร้างผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับน้ำในปัจจัยด้านความเครียดน้ำ (Water Stress) จากผลการประเมิน บริษัทมีการดำเนินการเพื่อลดผลกระทบที่เกี่ยวข้อง โดยจัดตั้งคณะทำงานจัดการน้ำของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เพื่อกำหนดแนวทางโครงการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพรวมถึงถ่ายทอดแนวทางไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งติดตามความคืบหน้าและประเมินประสิทธิผลของโครงการเป็นประจำทุกไตรมาส

ทั้งนี้ บริษัทมีเป้าหมายการลดการใช้น้ำของบริษัทที่เป็นหนึ่งใน 15 เป้าหมายหลักตามกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน จากการวิเคราะห์แนวโน้มการใช้น้ำ เทคโนโลยี และการจัดการทางเลือกที่มีศักยภาพในการปรับใช้เพื่อดำเนินการ และเป้าหมายที่ได้รับมอบหมายจากเครือเจริญโภคภัณฑ์โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ

โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ ซีพีแรม

สำหรับภาคส่วนการผลิตอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน บริษัท ซีพีแรม จำกัด มีแผนการบริหารจัดการน้ำ โดยมุ่งเน้นการใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการปล่อยของเสียสู่ธรรมชาติเนื่องจากมีการใช้ปริมาณน้ำในกระบวนการผลิตจำนวนมาก บริษัทจึงจัดตั้งหน่วยงานสำหรับการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำที่ใช้ภายในโรงงาน รวมถึงพัฒนาศักยภาพระบบบำบัดน้ำเสีย โดยมีการใช้น้ำจากแหล่งน้ำใต้ดินแทนการใช้แหล่งน้ำผิวดินเพื่อลดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรน้ำในระบบน้ำประปาของชุมชนโดยรอบ ซึ่งตลอดปี 2562 บริษัทสามารถทดแทนการใช้น้ำจากระบบประปาลงได้ 1,078,230 ลูกบาศก์เมตร อีกทั้งน้ำบาดาลที่สูบจากความลึกประมาณ 500 เมตร มีอุณหภูมิสูงอยู่ที่ประมาณ 50 องศาเซลเซียส สามารถนำไปใช้เพื่อล้างมือและล้างอุปกรณ์ในกระบวนการผลิตซึ่งจากเดิมใช้พลังงานไฟฟ้าในการอุ่นน้ำให้ร้อน ส่งผลให้ช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในระบบลงได้มากถึง 283,047 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี อีกทั้งยังมีการติดตั้งระบบควบคุมการเติมอากาศของระบบบำบัดน้ำเสีย โดยน้ำทั้งหมดจะผ่านเข้าสู่กระบวนการบำบัดเพื่อให้น้ำมีคุณภาพดีกว่าน้ำทิ้งทั่วไปตามกฎหมายกำหนด นอกจากนี้น้ำทิ้งที่ผ่านระบบการบำบัดแล้วสามารถที่จะนำกลับไปใช้ใหม่ในรูปแบบของการรดน้ำต้นไม้ การชำระล้างบริเวณพื้นที่รอบนอก เป็นการนำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ทั้งหมด (Water Zero Discharge) ซึ่งโครงการนี้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ในปี 2554 และมีแผนขยายผลการดำเนินโครงการไปสู่โรงงานอื่น ๆ ในปี 2563 ซึ่งจะช่วยลดการใช้น้ำประปาลงได้ 355,804 ลูกบาศก์เมตร

สำหรับส่วนการผลิตอื่น ๆ ของ บริษัท ซีพีแรม จำกัด บริษัทมีการกำหนดค่าคุณภาพน้ำเสียภายในที่อ้างอิงตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง กำหนดมาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากโรงงาน พ.ศ. 2560 โดยสอดคล้องกับแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท

โครงการ Zero Wastewater Discharge

ในภาคส่วนการบริการด้านธุรกิจค้าส่ง บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ได้ให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรน้ำตั้งแต่เริ่มการออกแบบศูนย์จำหน่ายสินค้า โดยออกแบบและติดตั้งระบบรองรับน้ำที่ได้จากการดำเนินงาน และผ่านระบบการบำบัดแล้ว ไปใช้ในระบบการรดน้ำต้นไม้อัตโนมัติกับศูนย์จำหน่ายสินค้าส่งสยามแม็คโครเพื่อลดการปล่อยน้ำเสียสู่แหล่งน้ำสาธารณะ ปัจจุบันมีการดำเนินงานแล้วเสร็จจำนวน 30 สาขาทั่วประเทศ โดยคัดเลือกร้านขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่มากกว่า 5,000 ตารางเมตรขึ้นไป ซึ่งการดูแลรักษาพื้นที่สีเขียวจำเป็นต้องใช้น้ำในปริมาณมากเพื่อบำรุงรักษา ผลการดำเนินงานจากโครงการดังกล่าวในปีที่ผ่านมา สามารถช่วยทดแทนปริมาณการใช้น้ำประปาได้ถึง 162,000 ลูกบาศก์เมตร

โครงการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำของคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 suppliers)

บริษัทให้ความสำคัญกับการประเมินความเสี่ยงด้านสภาวะขาดแคลนน้ำของพื้นที่คู่ค้า โดยการดำเนินงานในปี 2562 บริษัทดำเนินการทบทวนผลการประเมินความเสี่ยงสำหรับคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier) จำนวน 190 ราย ด้วยเครื่องมือการประเมิน Aqueduct ของ World Resources Institute (WRI) จากผลการประเมินความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress) พบว่า คู่ค้าจำนวน 13 ราย ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับสูงมาก คู่ค้าจำนวน 14 ราย ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง

บริษัทได้ขอความร่วมมือจากคู่ค้าในการจัดทำขั้นตอนการจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำและจัดการทรัพยากรน้ำ ซึ่งขณะนี้ได้รับความร่วมมือจากคู่ค้าแล้วร้อยละ 100 จากคู่ค้าที่มีความเสี่ยงในการขาดแคลนน้ำโดยมีตัวอย่างแผนการจัดการความเสี่ยงด้านน้ำ เช่น การร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ และชุมชนในการฟื้นฟู และพัฒนาแหล่งน้ำในพื้นที่ การเปลี่ยนมาใช้เครื่องมือประสิทธิภาพสูงเพื่อใช้น้ำอย่างคุ้มค่า การนำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์ในพื้นที่ การใช้น้ำบาดาล เป็นต้น

นอกเหนือจากโครงการที่กล่าวไปแล้ว บริษัทมีความมุ่งมั่นที่ต้องการสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนและพนักงานเพื่อส่งเสริมการจัดการทรัพยากรน้ำที่ยั่งยืน ดังนั้นบริษัทจึงได้มีการวางแผนโครงการเพิ่มเติมในอนาคต ได้แก่

1 **โครงการความร่วมมือกับชุมชนเพื่อทำ Effective Microorganism Ball (EM ball)**
เพื่อบำบัดน้ำเสียสำหรับพื้นที่ที่เหมาะสม โดยศูนย์กระจายสินค้าในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น บางบัวทอง ในการเตรียมอุปกรณ์ อบรมการทำน้ำหมักชีวภาพจากวัสดุที่หาง่ายในท้องถิ่น และ EM Ball รวมถึงเทน้ำหมักชีวภาพ โยน EM BALL ลงสู่แหล่งน้ำที่มีการคัดกรองแล้วว่าสามารถบำบัดน้ำได้ด้วย EM Ball

2 **โครงการความร่วมมือกับพนักงานในบริษัท**
เพื่อเพิ่มความตระหนักในการใช้น้ำ รวมถึงร่วมรณรงค์การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า

ส่งมอบความรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2562

กระบวนการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนสำหรับคู่ค้า

ร้อยละ **29.93**
เริ่มต้นใช้งานแบบการประเมินตนเองสำหรับคู่ค้า (Suppliers Self Assessment Questionnaires: SAQ)

เข้าตรวจประเมินในพื้นที่ปฏิบัติงานของคู่ค้าด้านความยั่งยืน (Suppliers' Onsite Audit)
74 ราย

คู่ค้าลำดับที่ 1 ที่ได้รับการสื่อสารจรรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจ
ร้อยละ **100**

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG2 ยุติความหิวโหย
2.4. พัฒนากระบวนการผลิตอาหารอย่างยั่งยืนและยืดหยุ่น รักษาระบบนิเวศและความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

SDG8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ
8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมการผลิต การสร้างงานที่เหมาะสม
8.7 ขจัดการบังคับใช้แรงงาน การค้ามนุษย์และการใช้แรงงานเด็กทุกรูปแบบ
8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและมั่นคง

SDG12 แผนการบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืน
12.2 บรรลุการจัดการอย่างยั่งยืนและใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ
12.4 บริหารจัดการของเสียและสารเคมีทั้งหมด เพื่อลดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ต่อสุขภาพของมนุษย์และสภาพแวดล้อม
12.7 ส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

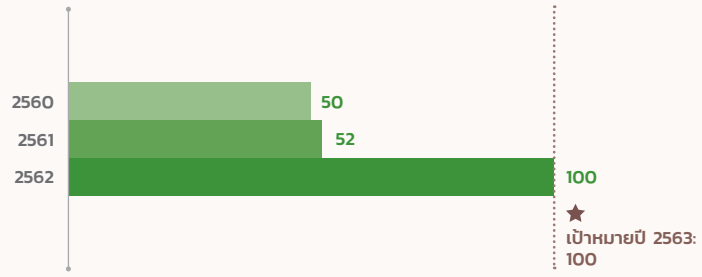
SDG16 สังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
16.5 ลดการทุจริต และติดสินบนทุกรูปแบบ

เป้าหมายปี 2563

ร้อยละ **100** ของคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers) ได้รับการตรวจประเมินด้านความยั่งยืนและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers) ได้รับการตรวจประเมินด้านความยั่งยืน (ร้อยละ)



ความท้าทาย

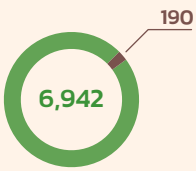
การบริหารห่วงโซ่อุปทานเปรียบเสมือนหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจขององค์กร ซึ่งคู่ค้ามีส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนความสามารถในการแข่งขันขององค์กร อีกทั้งยังลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ และยกระดับการดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังจำเป็นต้องรักษาสมดุลในการทำธุรกิจระหว่างบริษัทกับคู่ค้ารายใหญ่และรายย่อย เนื่องจากบริษัทยังคงต้องการมอบโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้แก่คู่ค้ารายย่อย และการดำเนินมาตรการบริหารความเสี่ยงที่เคร่งครัดมากเกินไปอาจเป็นการตัดโอกาสผู้ประกอบการรายย่อยในการเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งไม่ตรงกับความตั้งใจของบริษัท พร้อมกันนี้ บริษัทได้มีการบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้ามาบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานเพื่อการพัฒนาและเติบโตขององค์กร สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กันอย่างยั่งยืน

ความคืบหน้าปี 2562

- ประเมินความเสี่ยงคู่ค้าด้านความยั่งยืนผ่านระบบออนไลน์
- การพัฒนาคู่ค้าด้านความยั่งยืน (Capacity Building)

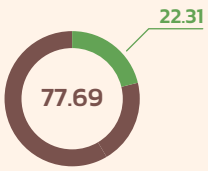
สรุปผลการดำเนินงานด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

คู่ค้าธุรกิจ (ราย)



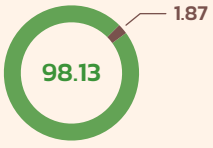
- คู่ค้าลำดับที่ 1
- คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1

สัดส่วนมูลค่าการซื้อ (ร้อยละ)



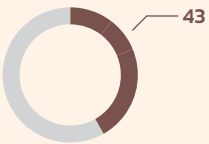
- คู่ค้าลำดับถัดไปที่มีความสำคัญ

สัดส่วนคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืน (ร้อยละ)



- คู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงต่ำ
- คู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูง

คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ได้รับการตรวจประเมิน และเข้าเยี่ยมในพื้นที่ปฏิบัติงานสะสมย้อนหลัง 3 ปี (ร้อยละ)



ร้อยละ **100**
คู่ค้าลำดับที่ 1 ได้รับการสื่อสารคู่มือจริยธรรมแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

ร้อยละ **97.51**
คู่ค้าลำดับที่ 1 ที่ได้อ่านและลงนามในเอกสาร (Written Actknowledegment)

ร้อยละ **77.76**
คู่ค้าลำดับที่ 1 ได้รับการอบรมให้ความรู้ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ร้อยละ **100**
คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ร้อยละ **100**
คู่ค้าที่ได้รับการยืนยันประเด็นที่มีความเสี่ยงสูง มีมาตรการจัดการความเสี่ยง

ร้อยละ **100**
คู่ค้าที่มีมาตรการจัดการความเสี่ยง สามารถบรรลุตามมาตรการจัดการความเสี่ยงได้ภายใน 1 ปี

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งมั่นบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้ากับกระบวนการดำเนินงานด้านบริหารห่วงโซ่อุปทานในทุกขั้นตอน นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินงานด้านการจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน รวมถึงการมีส่วนร่วมผลักดันการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้เกิดกับคู่ค้าลำดับที่ 1 เพื่อการเติบโตทางธุรกิจของคู่ค้าและบริษัท ควบคู่ไปกับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กระบวนการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนสำหรับคู่ค้า

บริษัทส่งเสริมให้คู่ค้าปฏิบัติตาม 16 หัวข้อตามคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct and Guideline) โดยครอบคลุมถึงคู่ค้าทุกประเภท และทุกกลุ่มอุตสาหกรรม

แนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

01	การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ
02	คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์
03	การตรวจสอบย้อนกลับ
04	ความเป็นส่วนตัว การรักษาความลับ และทรัพย์สินทางปัญญา
05	แรงงานเด็ก
06	แรงงานบังคับและการละเมิดต่อแรงงาน
07	การเลือกปฏิบัติ
08	การจ้างงาน ค่าจ้างและผลประโยชน์
09	เสรีภาพในการสมาคมและการรวมกลุ่มเจรจาต่อรอง
10	อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
11	สิทธิในการถือครองและการเข้าถึงทรัพยากรธรรมชาติ
12	การจัดการสิ่งแวดล้อม
13	การจัดหาอย่างรับผิดชอบ
14	ความซื่อสัตย์ทางธุรกิจ
15	ความขัดแย้งทางผลประโยชน์
16	การต่อต้านการติดสินบนและการทุจริต

ต่อเนื่องจากการดำเนินงานในปี 2561 บริษัทมีการจัดทำคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct and Guideline) โดยได้ดำเนินการสื่อสารไปยังคู่ค้าทุกกลุ่มกว่า 6,942 ราย และเพื่อให้การดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนสำหรับคู่ค้าดำเนินงานอย่างมีหลักการและสอดคล้องกับบริบทด้านความยั่งยืนของบริษัท จึงได้กำหนดกระบวนการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนสำหรับคู่ค้า 4 ขั้นตอน ดังนี้

กระบวนการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนสำหรับคู่ค้า

01

สรรหาและคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ ข้อบังคับ รวมถึงพิจารณา
- ความสามารถในการผลิต
- คุณภาพ
- ความปลอดภัยของอาหาร
- ความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับ
- การดำเนินงานด้านความยั่งยืน

02

ประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า

03

ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าในกระบวนการจัดหาและการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ

04

สร้างความผูกพันและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับคู่ค้าตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน การส่งเสริมในด้านต่าง ๆ เพื่อตอบแทนผลการดำเนินงาน รวมถึงด้านความยั่งยืนที่ดี

01 สรรหาและคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ

บริษัทรวบรวมแนวทางการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเข้าไปในทุกขั้นตอนการพิจารณาคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ เพื่อให้คู่ค้าธุรกิจได้รับทราบนโยบาย และความมุ่งหวังขององค์กร นอกจากคัดเลือกคู่ค้าที่ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับแล้ว บริษัทยังพิจารณาถึงความสามารถในการผลิต คุณภาพ ความปลอดภัยของอาหาร ความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับ และการดำเนินการด้านความยั่งยืนอีกด้วย โดยบริษัทกำหนดให้มีเกณฑ์การประเมินคู่ค้า ซึ่งบริษัทให้ความสำคัญด้านต่าง ๆ สำหรับคู่ค้าแต่ละประเภท อาทิ การคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างที่มีการพิจารณาถึงการดูแลความปลอดภัยของพนักงาน ระบบบริหารคุณภาพ มาตรฐานสภาพแวดล้อมโรงงาน การควบคุมผลิตภัณฑ์ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนจัดให้มีการตรวจประเมินด้านการจ้างแรงงานและอิสระในการสมาคม สำหรับคู่ค้าของสยามแม็คโคร และมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี สำหรับคู่ค้าสินค้าทางการเกษตรของซีพีแรม

02 ประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า

บริษัทดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk Assessment) สำหรับคู่ค้าตามลักษณะของการประกอบธุรกิจในแต่ละอุตสาหกรรม ผ่านระบบ Risk Base Due Diligence ซึ่งประเมินโดยหน่วยงานจัดซื้อ ควบคู่ไปกับแบบประเมินตนเองของคู่ค้าด้านความยั่งยืน สำหรับคู่ค้ารายเดิม (Existing Supplier) และคู่ค้ารายใหม่ (New Supplier) โดยในปี 2562 บริษัทดำเนินการ

- ประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้าธุรกิจสำหรับคู่ค้ารายเดิม (Existing Supplier) และคู่ค้ารายใหม่ (New Supplier) ผ่านระบบการประเมินตนเองสำหรับคู่ค้า (Suppliers Self-Assessment Questionnaires: SAQ) ในด้านความยั่งยืน
- ปรับปรุงระบบการประเมินตนเองสำหรับคู่ค้าให้มีความเข้มข้นมากขึ้นครอบคลุมกลุ่มคู่ค้าธุรกิจมากยิ่งขึ้นภายใต้ความหลากหลายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้ให้บริการ กลุ่มอุตสาหกรรม (Sector) เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มอุตสาหกรรมเสื้อผ้าและสิ่งทอ กลุ่มอุตสาหกรรมเคมี กลุ่มอุปกรณ์ และอิเล็กทรอนิกส์เป็นต้น รวมถึงประเภทของคู่ค้า (Type) และขนาดธุรกิจของคู่ค้า (Size)
- ปรับรูปแบบการประเมินจากระบบเอกสารเป็นระบบออนไลน์
- ดำเนินการจัดอบรมคู่ค้าเพื่อสร้างความเข้าใจในการใช้แบบประเมินตนเองและทำแบบประเมินผ่านระบบออนไลน์แบบใหม่

จากการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) รวมถึงคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier1 Suppliers) ด้านความยั่งยืนผ่านเครื่องมือต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ทำให้องค์กรสามารถระบุคู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืน จำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.87 นอกจากนี้ บริษัทมุ่งดำเนินงานการเข้าตรวจประเมินและเข้าเยี่ยมในพื้นที่ปฏิบัติงานของคู่ค้าด้านความยั่งยืน ทั้งคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 และคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง โดยมีผลการดำเนินงานตามรูปด้านล่างนี้

คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1

จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการเข้าตรวจประเมินและเข้าเยี่ยมในพื้นที่ปฏิบัติงาน

82 รายสะสม

คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง

ได้รับการเข้าตรวจประเมินในพื้นที่ปฏิบัติงาน

106 รายสะสม

ผลจากการตรวจพื้นที่ปฏิบัติงานของคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 และคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงพบประเด็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืน ได้แก่ เรื่องความสามารถในการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ (Law and Regulation Compliance) อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน (Occupational Health and Safety) และสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact) พร้อมกันนี้บริษัทได้ดำเนินการส่งเสริมคู่ค้าให้มีการจัดทำมาตรการในการจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้า ร้อยละ 100 ของคู่ค้า ที่พบประเด็นความเสี่ยงจากการตรวจประเมิน และเข้าเยี่ยมในพื้นที่ปฏิบัติงาน มีมาตรการจัดการความเสี่ยงที่สามารถดำเนินการได้ภายใน 1 ปี ดังนี้

ตัวอย่างประเด็นความเสี่ยงและมาตรการในการควบคุมความเสี่ยงที่ได้จากการตรวจประเมินและเข้าเยี่ยมในพื้นที่ปฏิบัติงานของคู่ค้า

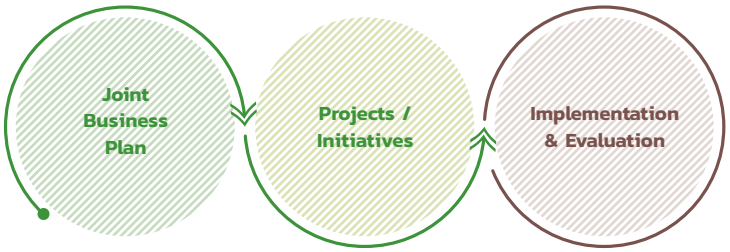
ความสามารถในการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ	• ขึ้นทะเบียนและติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการ • ติดตามและดำเนินการต่ออายุใบอนุญาตโรงงาน รง.4 ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	• จัดอบรม “อบรมดับเพลิงและซ้อมอพยพหนีไฟ” ให้กับพนักงาน • จัดอบรม “เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับหัวหน้างาน และ เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับบริหาร” • จัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) • วางแผนการตรวจสอบและทดสอบชิ้นส่วนอุปกรณ์ของลิฟท์ขนส่งสินค้า ที่รับรองโดยวิศวกรอย่างน้อย 1 ปี • การประเมินความเสี่ยงตามลักษณะงาน และตรวจสุขภาพพนักงานครอบคลุมทั่วไปและตามปัจจัยเสี่ยงเนื่องจากในพื้นที่การทำงาน • จัดอบรมหลักสูตร ความปลอดภัยในการทำงาน • ขึ้นทะเบียนเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานต่อแรงงานจังหวัด • การตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการทำงาน
สิ่งแวดล้อม	• ประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมตามที่กฎหมายกำหนด • จัดทำบันทึกขออนุญาตนำวัสดุที่ไม่ใช้แล้วออกนอกโรงงาน

พร้อมทั้งมีการติดตามผลความคืบหน้าของการดำเนินการปรับปรุงแก้ไข ทั้งในรูปแบบ Desktop Review และ Onsite Review ตามความคาดหวังด้านความยั่งยืน จากผลการตรวจประเมินและเข้าเยี่ยมพื้นที่ปฏิบัติงานของคู่ค้าซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 18 ประเด็น จากคู่ค้าธุรกิจจำนวน 11 ราย ทั้งนี้ คู่ค้าที่สามารถปรับปรุงผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน คิดเป็นร้อยละ 100 อย่างไรก็ตาม บริษัทมุ่งเน้นการใช้ผลประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้าในเชิงการส่งเสริมให้คู่ค้าสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมผลักดันการดำเนินงานเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในภาพรวม และร่วมเติบโตไปกับคู่ค้าธุรกิจทุกรายอย่างยั่งยืน

03 ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า

บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าอย่างต่อเนื่องผ่านแนวทางการพัฒนาศักยภาพคู่ค้า 3 องค์ประกอบ โดยบริษัทกำหนดให้มีการจัดทำแผนธุรกิจร่วมกันกับคู่ค้าเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นการยกระดับการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทและคู่ค้า เพื่อพัฒนาแผนงานและโครงการใหม่ ๆ นอกจากนี้ บริษัทยังจัดให้มีการมอบองค์ความรู้ให้แก่คู่ค้าผ่านกิจกรรมอบรมที่หลากหลายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทั้งในการแข่งขันและการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของบริษัทและคู่ค้าได้มากยิ่งขึ้น อาทิ การบรรยายให้ความรู้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเจรจาธุรกิจร่วมกับหน่วยงานภายนอก ประชุมจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติทางธุรกิจสู่ความยั่งยืนสำหรับคู่ค้าธุรกิจ ตลอดจนจัดให้มีการฝึกอบรมหลักสูตรการประเมินตนเองด้านความยั่งยืนของคู่ค้า

พร้อมกันนี้ บริษัทมีการดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพคู่ค้าเพื่อความยั่งยืน อาทิ โครงการตรวจสอบวันหมดอายุสินค้า ณ จุดขายด้วยระบบดาต้าเมทริกซ์ (Data Matrix) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคและความน่าเชื่อถือในตัวสินค้า โครงการยกระดับระบบการตรวจสอบย้อนกลับผ่าน QR Code ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบแหล่งที่มา การผลิต และโครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งกำหนดให้มีการตรวจเยี่ยมสถานประกอบการของคู่ค้าประจำปี เพื่อทบทวนผลการดำเนินงานตามข้อกำหนดของบริษัท รวมถึงแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และรับฟังข้อเสนอแนะที่สามารถร่วมกันยกระดับศักยภาพและการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



การอบรมคู่ค้าด้านความยั่งยืน สยามแม็คโคร

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นเป็นพันธมิตรทางธุรกิจโดยการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและกำหนดราคาที่ลูกค้าสามารถสร้างผลกำไรได้ ตลอดจนทำให้ลูกค้าสามารถบริหารจัดการงบกระแสเงินสดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ สยามแม็คโครยังดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี โดยในเดือนพฤศจิกายน 2562 บริษัทจัดให้มีการอบรมให้ความรู้สำหรับคู่ค้าเกี่ยวกับความคาดหวังด้านความยั่งยืนที่มุ่งให้ความรู้การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ผ่านการจัดสัมมนา การฝึกอบรม การตรวจประเมินและเข้าเยี่ยมในพื้นที่ปฏิบัติงาน การติดตามผลการดำเนินงานของคู่ค้า ตลอดจนสื่อสารแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนที่ดีให้กับคู่ค้าได้รับทราบและนำแนวทางการปฏิบัติไปบูรณาการภายในองค์กร โดยจากการประเมินผลภาพรวมของการอมรมพบว่าผู้เข้าฝึกอบรมมีคะแนนทดสอบหลังการฝึกอบรมเฉลี่ยรวมเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

โครงการพัฒนาศักยภาพผู้รับเหมาก่อสร้างรายย่อย

ซีพี ออลล์ ให้โอกาสในการร่วมงานกับผู้รับเหมาก่อสร้างทั้งรายเล็กและรายใหญ่อย่างเท่าเทียม ตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกคู่ค้าอย่างเป็นธรรม รวมถึงการให้โอกาสในการแสดงความสามารถของผู้รับเหมาในการก่อสร้างร้าน และอาคารสำนักงาน พร้อมทั้งช่วยส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้รับเหมาก่อสร้างเพื่อยกระดับขีดความสามารถให้สามารถเติบโตไปกับบริษัทอย่างยั่งยืน อาทิ ให้คำแนะนำเรื่องการบริหารงานและการดำเนินงานให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด การใช้แรงงานต่างด้าว การจัดการด้านความปลอดภัย รวมทั้งสื่อสารนโยบายและแนวทางการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบให้ผู้รับเหมาก่อสร้างทราบ เป็นต้น นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะผ่านการประชุมผู้รับเหมาก่อสร้างประจำปี เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงกระบวนการทำงานร่วมกันในครั้งต่อไป

คุณวสันติ วิริต
บริษัท เอ 14 จำกัด

เข้าร่วมงานกับ ซีพี ออลล์ ตั้งแต่ ปี 2555 เริ่มต้น มีพนักงาน 35 คน ปัจจุบันมีพนักงาน 250 คน เดิมรับงานหลักแสนบาท ปัจจุบันสามารถรับงานเป็นหลักล้านได้ เพราะ ซีพี ออลล์ ช่วยเหลือให้คำแนะนำเรื่องการบริหารจัดการในทุกด้าน ไม่ว่าด้านบริหารบุคลากร ด้านบริหารความปลอดภัย รวมถึงด้านพัฒนากระบวนการทำงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผมผูกพันกับ ซีพี ออลล์ เพราะเค้าให้ความสำคัญ ไว้วางใจ ให้โอกาส และไม่มีระบบอุปถัมภ์ ผมจึงรักเดียวใจเดียว พยายามเป็นคู่ค้าที่ดี พัฒนาและรักษามาตรฐานคุณภาพการทำงาน เป็นความผูกพันที่ทำให้ผมมีอนาคตที่ดี

บริษัททำการวิเคราะห์คุณค่าจากการดำเนินงานโครงการดังกล่าว ได้ผลดังนี้

CO_2

คู่ค้าสามารถลดผลกระทบด้านความยั่งยืน เช่น การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท DHL ซึ่งเป็นผู้รับเหมาของแม็คโคร

4,240

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

คู่ค้ามีความตระหนักและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมากขึ้น

04 สร้างความผูกพันและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับคู่ค้า

บริษัทมุ่งส่งเสริมการสร้างความผูกพันและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับคู่ค้าธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ซึ่งกันและกัน การนำความรู้ด้านนวัตกรรมทางการเกษตรถ่ายทอดและสื่อสารให้กับคู่ค้าธุรกิจที่เป็นเกษตรกร การจัดตั้งทีมส่งเสริมให้ความรู้ จัดอบรมเพิ่มทักษะ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดการประชุมคู่ค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จัดทำ แผนการดำเนินธุรกิจร่วมกัน และเป็นโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า พร้อมกันนี้ บริษัทร่วมกับสำนักประกันภัย เครือเจริญโภคภัณฑ์ จัดทำกรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดตามกฎหมายต่อความเสียหายจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปลอดภัย (Product Liability Insurance Program) ให้กับคู่ค้าตามข้อบังคับในพระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยปฏิบัติตามกฎหมาย โดยในปี 2562 มีคู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการ 362 ราย และยังสามารถลดการจ่ายค่าเบี้ยประกันของคู่ค้าในอัตราลดลง ร้อยละ 5

รางวัลเซเว่นอีเลฟเว่น เอสเอ็มอีไทยยั่งยืน

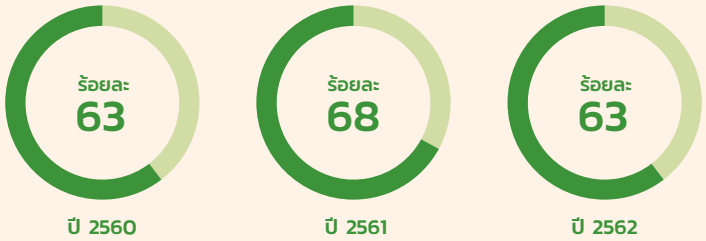
บริษัทจัดให้มีการยกย่องชมเชย สร้างความผูกพัน พร้อมทั้งสร้างการยอมรับในสังคมให้แก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่มีผลการดำเนินงานที่ดี ตลอดจนสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้ประกอบการมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่องและเติบโตควบคู่กับบริษัทอย่างยั่งยืน โดยการมอบรางวัลตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด 7 ประเภท

- รางวัลประเภท SMEs ยั่งยืน
- รางวัลประเภท SMEs ยอดเยี่ยม
- รางวัลประเภท SMEs ดาวรุ่ง
- รางวัลประเภท SMEs สินค้าเกษตร
- รางวัลประเภท SMEs ผู้ประกอบการชุมชน
- รางวัลประเภท SMEs ความคิดสร้างสรรค์
- รางวัลประเภท SMEs ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ซึ่งเกณฑ์ดังกล่าวประกอบด้วยหัวข้อต่าง ๆ สำหรับแต่ละรางวัลแต่ละประเภท เช่น ยอดขาย มาตรฐานสินค้า การตลาด การส่งเสริมรายได้ให้กลุ่มสหกรณ์/เกษตรกร การนำนวัตกรรมมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ และลักษณะของสินค้าที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ เป็นต้น โดยตัวอย่างคู่ค้าที่ได้รับรางวัลและมีผลการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ห้างหุ้นส่วน จำกัด สุรีรัตน์ (น้ำพริกป้าแว่น)

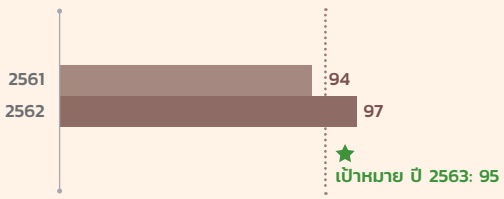
โดยในปี 2562 บริษัท มีการสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของคู่ค้าที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อาทิ กลุ่มผู้รับเหมาอุปกรณ์และกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง ซึ่งเป็นกลุ่มคู่ค้าที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ

ความพึงพอใจของคู่ค้า

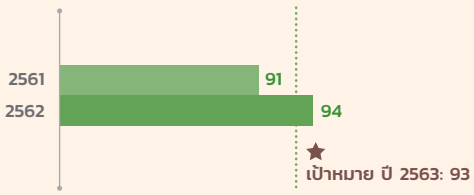


ความพึงพอใจและความผูกพันของผู้รับเหมาอุปกรณ์

คะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)

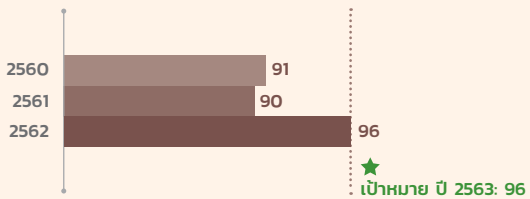


คะแนนความผูกพัน (ร้อยละ)

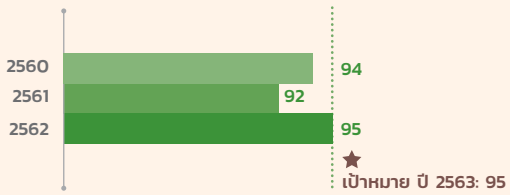


ความพึงพอใจและความผูกพันของผู้รับเหมาก่อสร้าง

คะแนนความพึงพอใจ (ร้อยละ)



คะแนนความผูกพัน (ร้อยละ)



การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน

บริษัท มุ่งส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่มีจริยธรรม รับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจซึ่งเป็นกรอบการดำเนินงานในการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งส่งเสริมการจ้างงานในชุมชน สนับสนุนผลิตภัณฑ์และสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย มุ่งดำเนินงานด้านลดการใช้พลังงาน ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้และขนส่งสินค้า รวมถึงส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศภายใต้แนวปฏิบัติดังต่อไปนี้

01
การสรรหาและคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ และปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

02
ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าในกระบวนการจัดหาและการบริการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ เพื่อรองรับความต้องการและความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า ชุมชน และสังคม

03
เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ออแกนิค พร้อมทั้งลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากพื้นที่เพาะปลูก

04
ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ

05
สร้างความผูกพันและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับคู่ค้าตามแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ

สัดส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับสินค้าและวัตถุดิบ

สัดส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์

ในประเทศ ต่างประเทศ

ในปี 2562 มีวัตถุดิบทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภายนอก ดังนี้

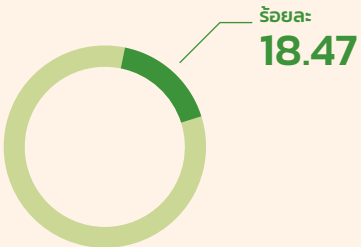
สินค้าโภคภัณฑ์เกษตร	มาตรฐานที่ให้การรับรอง	ร้อยละของปริมาณการผลิต
น้ำมันปาล์ม	RSPO	100
น้ำตาล	Bonsucro	73.72
โกโก้	Fairtrade, UTZ	0.63

สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ออแกนิค

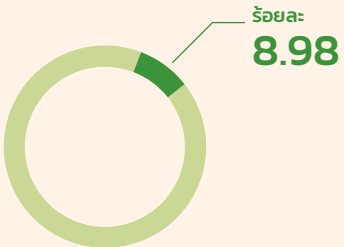
สัดส่วนของยอดขายผลิตภัณฑ์ออแกนิค ในปี 2562 คิดเป็น

วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล

มาตรฐานการประมง
MSC : Marine Stewardship Council



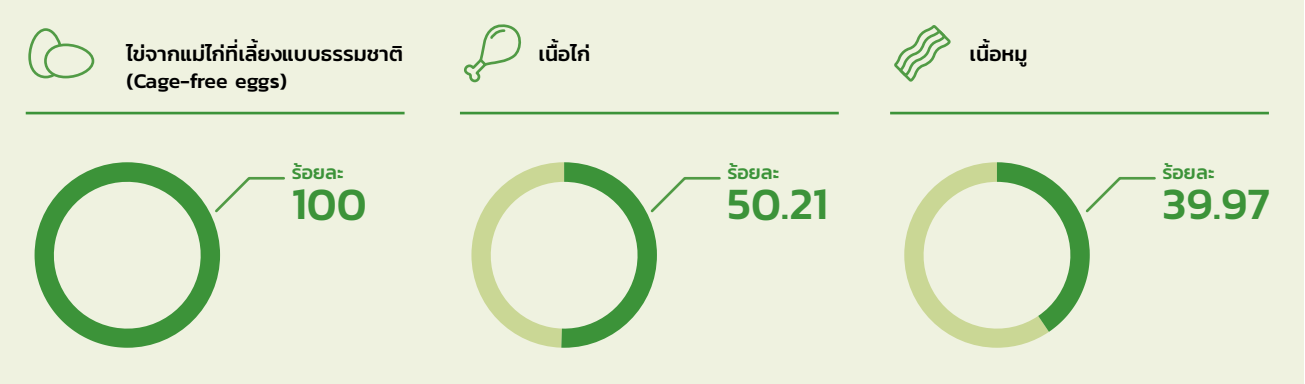
มาตรฐานการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ
ASC : Aquaculture Stewardship Council



สวัสดิภาพสัตว์

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือ ซีพีเอฟ ซึ่งเป็นคู่ค้าหลักที่บริษัทให้ความไว้วางใจในเรื่องวัตถุดิบมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจบนหลักการที่ถูกต้องเหมาะสมและใส่ใจในสวัสดิภาพสัตว์ที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร โดยบริษัทได้กำหนดให้มีนโยบายและแนวทางการบริหารจัดการ เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการจัดการสวัสดิภาพสัตว์ ประกอบไปด้วย การปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมด้านการเลี้ยงสัตว์ การกำกับดูแล การฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ความร่วมมือและเครือข่ายพันธมิตร และการเปิดเผยข้อมูล พร้อมกันนี้จากการดำเนินงานภายใต้นโยบายด้านสวัสดิภาพสัตว์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ขององค์กรได้รับการรับรองมาตรฐาน BBFAW สำหรับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อาทิ ไข่ เนื้อไก่ เนื้อหมู เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความรับผิดชอบต่อสวัสดิภาพสัตว์และมีปลอดภัยของอาหาร

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ BBFAW



นอกจากนี้ บริษัทได้ยกระดับความสำคัญของการตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อส่งเสริมการใช้วัตถุดิบที่มาจากการสรรหาอย่างยั่งยืนผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

โครงการตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้าเกษตร

สยามแม็คโคร ให้ความสำคัญของแหล่งที่มาผลิตภัณฑ์ (Traceability) โดยพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Makro iTrace) ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ได้ ผ่านทางระบบ QR Code ที่แสดงอยู่บนฉลากสินค้า พร้อมกันนี้แม็คโคร ยังมุ่งดำเนินขยายฐานข้อมูลสินค้าผ่านแอพพลิเคชัน Makro iTrace อย่างต่อเนื่อง เพื่อการตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยในปี 2562 มีจำนวนสินค้าที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทั้งหมดร้อยละ 100 ของสินค้า Own Brand กลุ่มอาหารสด ผ่านโครงการยกระดับระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (Strategic Traceability System Programs) เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนมีการพัฒนาและขยายผลระบบ QR Code ไปยังปลาทูน่านอติลุส รวมถึงผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องอื่น ๆ

โดยในปี 2562 มีจำนวนสินค้า Own Brand กลุ่มอาหารสด ที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทั้งหมด

ร้อยละ 100

เติมความรัก สร้างด้วยใจ เพิ่มความเข้มแข็งให้ชุมชน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2562

ร้อยละ
44.37
ของการจ้างแรงงานท้องถิ่น

ร้อยละ
100
ของการจ้างผู้รับเหมาท้องถิ่น (งานซ่อมและปรับปรุงร้าน)

จำนวน
259 ราย
จ้างงานผู้สูงอายุ

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG4 ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ
4.3 ผู้หญิงและผู้ชายมีความสามารถที่จะหาและเข้าถึงการศึกษาในทุกระดับ

SDG8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ
8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมการผลิต การสร้างงานที่เหมาะสม

8.9 ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สร้างงานและส่งเสริมวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

SDG9 ส่งเสริมอุตสาหกรรมนวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน
9.3 ธุรกิจขนาดเล็กสามารถเข้าถึงการบูรณาการของห่วงโซ่มูลค่า (Value chain) และการตลาด

สแกนคิวอาร์โค้ดนี้ เพื่อรับข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนในหัวข้อนี้เพิ่มเติม หรือที่ https://www.youtube.com/watch?v=lb86MJRA3iA

เป้าหมายปี 2563

บริษัทต้องปราศจากข้อขัดแย้งที่สำคัญในทุกส่วนงานของการดำเนินธุรกิจและในทุกพื้นที่แหล่งดำเนินการของธุรกิจ

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

เป้าหมาย
ปราศจากข้อขัดแย้งที่สำคัญในทุกส่วนงาน

ผลการดำเนินงาน
ปราศจากข้อขัดแย้งที่สำคัญในทุกส่วนงาน

ความท้าทาย

การดำเนินการต่าง ๆ ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ย่อมส่งผลกระทบต่อชุมชนซึ่งถือเป็นทั้งเพื่อนบ้าน ลูกค้า และคู่ค้าที่สำคัญต่อบริษัทไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ซึ่งอาจก่อให้เกิดข้อกังวลจากชุมชนรอบ ๆ และอาจนำไปสู่ความขัดแย้งที่ทำลายความสัมพันธ์ในภาพรวมที่บริษัทมีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่น ๆ ทั้งลูกค้า คู่ค้า หรือชุมชนที่อาศัยอยู่โดยรอบพื้นที่การดำเนินงานของบริษัท หากไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเหมาะสม การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน จึงเป็นประเด็นหนึ่งที่บริษัทให้ความสำคัญเพื่อให้เราอยู่ร่วมกันอย่างร่มเย็นและยั่งยืน

ความคืบหน้าปี 2562

- ศูนย์สนับสนุนชุมชน
- โครงการช่วยเหลือภัยพิบัติ อบรม และฝึกซ้อมด้านอัคคีภัยชุมชน
- โครงการจิตสาธารณะ
- โครงการ เพื่อชุมชน จาก To be number one
- โครงการห้องแห่งความรู้

สรุปผลการดำเนินงานด้านสร้างการยอมรับจากชุมชน

ความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ดำเนินธุรกิจอยู่ในชุมชน (คะแนนเต็ม 5)

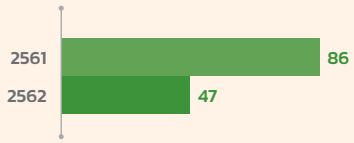
12 ร้านสัญลักษณ์ ที่ออกแบบให้มีความกลมกลืนกับสถาปัตยกรรมโดยรอบชุมชน

4,905 ทุน มอบโอกาสทางการศึกษาให้กับชุมชนผ่านโครงการ 1 ร้าน 1 ทุนการศึกษา

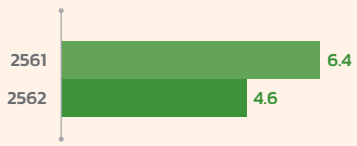
การจ้างงานท้องถิ่น (ร้อยละ)

การจ้างงานผู้สูงอายุ
259 ราย

โครงการสินค้าชุมชน
ผลิตภัณฑ์ชุมชน (รายการ)



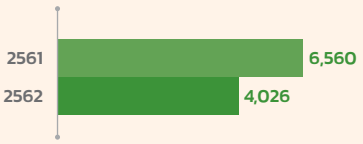
มูลค่าการซื้อขาย (ล้านบาท)



สนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs)
จำนวนผู้ประกอบการ (ราย)

มูลค่าการซื้อขาย (ล้านบาท)

อบรม และฝึกซ้อมด้านอัคคีภัยชุมชน (ราย)



ช่วยเหลือภัยพิบัติ (ครั้ง)

การดำเนินงาน

ความไว้วางใจจากชุมชนและสังคมเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง บริษัทจึงมุ่งมั่นเสริมสร้างคุณค่าร่วมระหว่างบริษัทกับชุมชน โดยกำหนดให้ชุมชนเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญที่ต้องตอบสนองข้อกังวลในทุกกระบวนการทำงาน ตั้งแต่การวางแผนก่อนก่อสร้าง การก่อสร้าง และการดำเนินงานหลังการก่อสร้าง เพื่อให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากสังคม ชุมชนในการดำเนินธุรกิจ และเป็นบริษัทไทยที่คนไทยภูมิใจ ซึ่งสามารถสรุปขั้นตอนดำเนินการได้ดังนี้

กรอบการดำเนินงานสร้างการยอมรับ ลดข้อกังวลจากชุมชน

1. รับรู้ความคิดเห็น ความคาดหวัง ข้อห่วงกังวล
2. วิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญ
3. วางแผนกำหนดวิธีการตอบสนอง
4. ดำเนินการตามแผน
5. ประเมินผลสำเร็จ ติดตามวัดผล
6. ยกระดับความไว้วางใจ

บริษัทให้ความสำคัญกับการรับฟังความคิดเห็น ทัศนคติ ความคาดหวัง และข้อห่วงกังวลของชุมชน ผ่านวิธีการที่หลากหลายในรูปแบบการสื่อสารแบบสองทิศทาง เช่น การจัดทำโครงการวิจัย “CP ALL Brand Health Check” เพื่อเข้าใจถึงการรับรู้ ความรู้สึก ทัศนคติ และความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งรวมถึงกลุ่มสังคมและชุมชนที่มีต่อบริษัททั้งในปัจจุบัน และในอนาคต ทั้งก่อนการสร้างร้านสาขา โรงงาน และศูนย์กระจายสินค้า บริษัทดำเนินการลงพื้นที่เพื่อสอบถามความคิดเห็น รับฟังความคาดหวัง และข้อห่วงกังวลจากตัวแทนชุมชนหรือผู้นำทางความคิดของชุมชน สำหรับพื้นที่สำนักงานเขตหรือเทศบาลที่มีความเห็นให้ทำประชาพิจารณ์เพื่อรับฟังผลกระทบต่อชีวิตของผู้คน ชุมชนท้องถิ่น และต่อสังคม บริษัทปฏิบัติตามและให้ความร่วมมือครบร้อยละ 100 นอกจากนี้ บริษัทสร้างช่องทางรับข้อร้องเรียนจากสังคมและชุมชนที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายซึ่งแนวทางในการตอบสนองความคาดหวังและข้อห่วงกังวลของชุมชนถูกผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจอย่างจริงจัง ดังนี้

กระบวนการสร้างร้านสาขา ศูนย์กระจายสินค้า โรงงานที่สามารถอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างยั่งยืน

การสรรหาทำเล
- คัดเลือกพื้นที่โดยพิจารณาความเหมาะสม และศึกษาความเป็นไปได้ในการตั้งร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ศูนย์กระจายสินค้า โรงงาน
- ศึกษาตรวจสอบลักษณะจำเพาะของพื้นที่นั้น กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ท้องถิ่น
- ให้ความร่วมมือสำหรับพื้นที่ของสำนักงานเขต หรือเทศบาลที่มีความเห็นให้ทำประชาพิจารณ์เพื่อรับฟังผลกระทบต่อชีวิตของผู้คน ชุมชนท้องถิ่น และต่อสังคม
- เตรียมความพร้อมให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องถึงลักษณะเฉพาะของท้องที่นั้น ๆ

การเตรียมความพร้อม
- พูดคุยกับเพื่อนบ้าน ตัวแทนชุมชน ผู้นำทางความคิดของชุมชน เพื่อสร้างความเข้าใจ
- การดำเนินการด้านใบอนุญาตต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- การจัดทำแบบก่อสร้างโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม และสถาปัตยกรรมโดยรอบ
- กำหนดแผน มาตรการป้องกันผลกระทบ ที่อาจจะเกิดขึ้นต่อเพื่อนบ้าน ชุมชน

การดำเนินงานในพื้นที่ก่อสร้าง
- สื่อสารแผนการป้องกัน และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับเพื่อนบ้าน ชุมชน ไปยังผู้รับเหมาก่อสร้าง
- ส่งเสริม และควบคุมให้มีการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด
- ติดตาม และตรวจสอบการปฏิบัติตามแผนดังกล่าว
- รับฟัง และตรวจสอบเรื่องร้องเรียนที่เกิดขึ้น
- แก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนตามกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน

ร้านสาขา ศูนย์กระจายสินค้า โรงงานที่อยู่ร่วมกับชุมชนอย่างยั่งยืน

บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญกับชุมชน ซึ่งถือเป็นทั้งเพื่อนบ้าน ลูกค้า และคู่ค้าที่สำคัญต่อบริษัท จึงมุ่งมั่นดำเนินการเพื่อให้ชุมชนเกิดการรับรู้ เชื่อมั่น และไว้วางใจเป็น “ร้านเพื่อชุมชน” ในทุกพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปดำเนินการ โดยผนวกการดำเนินการสร้างประโยชน์ต่อชุมชนในทุกกระบวนการของการดำเนินธุรกิจ ในปี 2562 บริษัทดำเนินโครงการสำคัญต่าง ๆ เพื่อบริหารจัดการให้บรรลุความคาดหวัง ข้อห่วงกังวลของชุมชน ดังต่อไปนี้

การออกแบบร้านที่คำนึงถึงสถาปัตยกรรมโดยรอบของชุมชน

บริษัทมีการสำรวจสภาพแวดล้อมและสถาปัตยกรรมโดยรอบ รวมถึงข้อห่วงกังวลของคนในชุมชนก่อนบริษัทดำเนินการก่อสร้างร้านสาขา สำหรับร้านสาขาที่จัดอยู่ในพื้นที่ที่มีความอ่อนไหวต่อสถาปัตยกรรมของชุมชน บริษัทดำเนินการลดข้อห่วงกังวลดังกล่าวด้วยการออกแบบร้านสาขาให้มีความกลมกลืนกับสถาปัตยกรรมและสภาพแวดล้อมเดิมของชุมชนโดยรอบ ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ๆ เช่น ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาแลนด์มาร์คพญานาค จังหวัดนครพนม เป็นต้น อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชนสามารถนำสินค้าโอทอป ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมาจำหน่ายที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ให้คนท้องถิ่นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ช่วยส่งต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

การก่อสร้างที่เป็นมิตรกับชุมชน

ในกระบวนการก่อสร้าง บริษัทมุ่งเน้นการลดผลกระทบเชิงลบต่อเพื่อนบ้านให้เหลือน้อยที่สุด ผ่านกระบวนการด้านความปลอดภัยและขั้นตอนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการสร้างงานภายในชุมชน โดยให้ความสำคัญพิจารณาคัดเลือกผู้รับเหมาภายในชุมชนเป็นลำดับแรก หากผ่านเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดไว้ เช่น ผลงานในอดีต ความน่าเชื่อถือการดูแลความปลอดภัยของแรงงาน โดยบริษัทเปิดโอกาสให้ทดลองรับงาน 3 สาขา หากผ่านการทดสอบ และประเมินผลจะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นคู่ค้าประเภทผู้รับเหมาก่อสร้างของบริษัท นอกจากนี้ เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้รับเหมาก่อสร้างท้องถิ่นบริษัทร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน หรือในตลาดแรงงานท้องถิ่น จัดบรรยายให้ความรู้เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับผู้รับเหมาท้องถิ่น อีกด้วย

ผลการดำเนินงานสนับสนุนแรงงานท้องถิ่น ภายใต้โครงการ ศูนย์สนับสนุนชุมชน (ปี 2561-2562)

ผู้รับเหมาท้องถิ่น งานก่อสร้างร้านเปิดใหม่
ร้อยละ **11**

ผู้รับเหมาท้องถิ่นที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นคู่ค้าของบริษัท
ร้อยละ **100**

การดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับชุมชน

เป็นขั้นตอนที่มีศักยภาพสูงในการสร้างผลกระทบ รวมถึงสร้างความผูกพันกับชุมชนรอบด้าน ดังนั้นในทุก ๆ วันของการดำเนินธุรกิจ บริษัทมุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนรอบด้าน ด้วยการลดผลกระทบเชิงลบ สร้างผลกระทบเชิงบวกผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

โครงการศูนย์สนับสนุนชุมชน

ภายใต้ปณิธาน “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสให้ทุกคน” บริษัทเล็งเห็นศักยภาพในการนำจุดแข็งขององค์กรมาใช้ในการแบ่งปันโอกาสเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน โดยได้ดำเนินการภายใต้แนวทางต่อไปนี้

1 สร้างงาน สร้างรายได้ ในท้องถิ่น

เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน บริษัทส่งเสริมการจ้างแรงงานและผู้รับเหมาท้องถิ่นเพิ่มขึ้น ให้โอกาสการทำงานกับผู้สูงอายุในชุมชน รวมถึงสนับสนุนผลิตภัณฑ์โอทอป (OTOP) และของดีของชุมชน โดยเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อยนำสินค้าขึ้นชื่อของชุมชนมาจำหน่ายที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ผ่านขั้นตอนพิเศษ โดยปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งของกิน ของใช้กว่า 133 รายการ จัดจำหน่ายภายในสาขานำร่อง 143 สาขา ในเบื้องต้น สินค้าต้องผ่านการคัดเลือกเพื่อทดลองวางขายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น 5 สาขา หากยอดจำหน่ายผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจึงจะเข้าสู่ขั้นตอนปกติในการขยายการวางขายผลิตภัณฑ์ไปยังสาขาอื่น ๆ ในจังหวัด ภูมิภาค ปัจจุบันมีสินค้าจากโครงการสินค้าชุมชนที่มีการขยายผลแล้วจำนวน 34 รายการ จาก 143 ชุมชน

การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อวางขายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

01	02	03	04	05
ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงภายในจังหวัด ผลิตภัณฑ์ที่มี อย. และผลิตภัณฑ์ที่มีบาร์โค้ด	คัดเลือกร้านสาขา 5 สาขา เพื่อทดลองขาย	จัดเรียงผลิตภัณฑ์ในร้านสาขา พร้อมทั้งติดสื่อประชาสัมพันธ์ให้สวยงาม	ติดตามยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	ในกรณีผ่านเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด บริษัทจะขยายการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่สาขาในจังหวัดและในภูมิภาค

2 มอบโอกาสทางการศึกษาให้กับชุมชน

ผ่านโครงการ 1 ร้าน 1 ทุนการศึกษา โดยในปี 2562 บริษัทกำหนดเป้าหมายร้านที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 4,000 สาขา ซึ่งมีเยาวชนที่ได้รับโอกาสนี้ทั้งสิ้น 4,905 ทุน คิดเป็นมูลค่า 815,373,000 บาท เพื่อช่วยลดความเหลื่อมล้ำและเสริมสร้างรากฐานทางการศึกษาให้กับเยาวชนไทยสามารถเข้าถึงการศึกษาระดับอาชีวศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์ 20 แห่ง เครือข่ายอาชีวศึกษารัฐบาล (สอศ.) เครือข่ายอาชีวศึกษาเอกชน (สช) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) และสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) รวม 174 แห่ง ทั่วประเทศ

ซึ่งในปี 2562 มีเยาวชนที่ได้รับโอกาสนี้ทั้งสิ้น

4,905 ทุน

คิดเป็นมูลค่า **815.37** ล้านบาท เป็นการลดความเหลื่อมล้ำและเสริมสร้างรากฐานทางการศึกษาให้กับเยาวชนไทย

ผลการดำเนินงานของโครงการศูนย์สนับสนุนชุมชน

	ปี 2561	ปี 2562
แรงงานท้องถิ่น (ร้อยละ)	45.02	44.37
ผู้รับเหมาท้องถิ่นงานซ่อม (ร้อยละ)	100	100
ผู้รับเหมาท้องถิ่นงานโครงการปรับปรุงร้าน (Big Cleaning)	100	100

	ปี 2561	ปี 2562
สร้างงานผู้สูงอายุในชุมชน (คน)	-	220
โครงการ 1 ร้าน 1 ทุนการศึกษา		
จำนวนทุน (ทุน)	-	4,905
มูลค่าทุนการศึกษา (ล้านบาท)	-	815.37

สินค้าชุมชน (ของดีประจำจังหวัด)

จำนวนผลิตภัณฑ์ (รายการสะสม)

ปี 2561 86

ปี 2562 133

มูลค่าการซื้อสะสม (ล้านบาท)

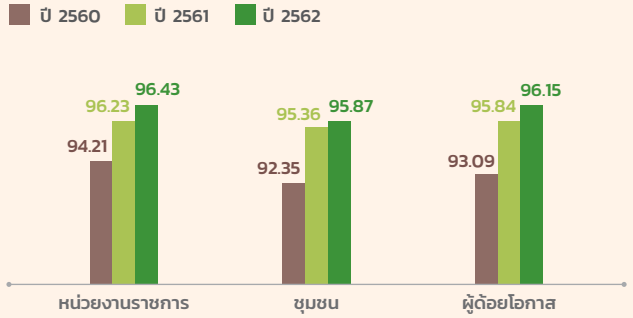
ปี 2561 6.42

ปี 2562 11.12

โครงการช่วยเหลือภัยพิบัติ อบรมและฝึกซ้อมด้านอัคคีภัยชุมชน

บริษัทตระหนักว่าเหตุเพลิงไหม้ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้สร้างความเสียหายให้กับชุมชนและสถานที่ต่าง ๆ อย่างมากมาย ซึ่งสาเหตุอาจเกิดขึ้นจากความเข้าใจในระบบการป้องกันและระงับอัคคีภัยของคนในชุมชนมีไม่เพียงพอ เพื่อยกระดับเสริมสร้างความปลอดภัยในเรื่องของอัคคีภัยในชุมชนให้มากขึ้น และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างร้านเซเว่นอีเลฟเว่นกับชุมชน รวมไปถึงเพื่อให้บุคลากรและเจ้าหน้าที่ในบริษัทมีความรู้ ความเข้าใจ วิธีการใช้ และดูแลรักษาอุปกรณ์ดับเพลิงเบื้องต้น อันจะช่วยลดความสูญเสียจากการบาดเจ็บหรือเสียชีวิตจากเหตุเพลิงไหม้ของคนในชุมชน บริษัทจึงดำเนินการ 1) อบรมให้ความรู้ และฝึกซ้อมเรื่องการดับเพลิงขั้นต้น ให้กับชุมชนและหน่วยงานราชการ รวมถึงพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง เช่น ศูนย์พัฒนาการจัดการสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุบ้านบางแค โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนรังสิต กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน 2) สนับสนุนทีมงานเข้าช่วยเหลือชุมชนและสังคมเมื่อเกิดเหตุเพลิงไหม้ เช่น ในเดือนมีนาคม ปี 2562 บริษัทผลิตขวดแก้ว ริมถนนสายขอนแก่น-มหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เกิดเหตุเพลิงไหม้ขึ้น บริษัทพร้อมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือชุมชนและสังคม โดยทีมตอบโต้สภาวะฉุกเฉิน (Emergency Response Team : ERT) ของศูนย์กระจายสินค้าจังหวัดขอนแก่น เข้าร่วมกับเจ้าหน้าที่ดับเพลิงในการระงับเหตุเพลิงไหม้ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ช่วยลดความสูญเสียเนื่องมาจากระยะเวลาในการระงับเหตุเร็วขึ้น เป็นต้น

ตารางแสดงความพึงพอใจในการอบรมและฝึกซ้อมด้านอัคคีภัยชุมชน



นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งมั่นช่วยบรรเทาความเดือดร้อนให้กับผู้ประสบภัยพิบัติโดยการร่วมสนับสนุนน้ำดื่มและไข่ไก่ให้กับผู้ประสบวาตภัยจากพายุปาบึก จังหวัดนครศรีธรรมราช ศูนย์อพยพช่วยเหลือน้ำท่วมสำหรับประชาชน จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดยโสธร

โครงการจิตสาธารณะ

เพื่อเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกให้บุคลากรมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม ช่วยส่งเสริม พัฒนาคุณภาพชีวิต และสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์สุขแก่สังคม บริษัทจึงได้ดำเนินโครงการจิตสาธารณะขึ้นในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น

ร่วมพัฒนาโรงเรียนและวัดในชุมชน

พนักงานกว่า **23** คน
ร่วมทาสีห้องเรียน ห้องน้ำ ซ่อมแซม
สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค
พร้อมมอบทุนการศึกษาและขนม
ให้แก่เด็กนักเรียน ณ โรงเรียนวัดทุ่งบัว
อ.กระแสสินธุ์ จ.สงขลา

พนักงานกว่า **50** คน
ร่วมทำกิจกรรมพัฒนาโรงเรียน
จัดเลี้ยงอาหารกลางวัน
พร้อมทาสีสนามเด็กเล่น
รั้วโรงเรียน พร้อมมอบทุนการศึกษา
ณ โรงเรียนวัดดอนยาง
จ.ประจวบคีรีขันธ์

พนักงานกว่า **150** คน
ร่วมทำความสะอาด กวาดลานวัด
ซ่อมแซมส่วนที่ชำรุดสึกหรอ
พร้อมนำเครื่องอุปโภค บริโภค
ถวายวัดเพื่อให้นำไปใช้เป็น
สาธารณกุศลต่อไป
ณ วัดป่าหนองขาย่าง
อ.คูเมือง จ.บุรีรัมย์

โครงการห้องแห่งความรู้

บริษัทมุ่งดำเนินงานส่งเสริมการศึกษา และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับเด็กและเยาวชนในพื้นที่ห่างไกล ที่ขาดแคลนหนังสือและอุปกรณ์ทางการศึกษา ซึ่งบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการมีองค์ความรู้ที่มีผลต่อการประกอบอาชีพในอนาคต ตลอดจนส่งเสริมการสร้างนิสัยรักการอ่าน ทักษะความรู้ด้านวิชาการ และการให้โอกาสทางความคิดสร้างสรรค์ให้กับเยาวชน ผ่านการร่วมระดมบริจาคหนังสือของพนักงานในองค์กรและบุคคลทั่วไป เพื่อนำไปบริจาคให้กับโรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล โดยโรงเรียนในพื้นที่ห่างไกลที่ได้รับคัดเลือกประกอบไปด้วย โรงเรียนบ้านผิผวน จังหวัดยโสธร โรงเรียนเพียงหลวง จังหวัดกาญจนบุรี และโรงเรียนบ้านสระทอง จังหวัดสุรินทร์ ทั้งนี้โครงการห้องแห่งความรู้ยังมุ่งจัดสรรหนังสือที่ได้รับจากการบริจาคให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนมุ่งปรับปรุงห้องสมุดและเพิ่มแหล่งความรู้ให้กับโรงเรียนและชุมชนอย่างต่อเนื่อง

โครงการทานตะวันสะพรั่งทั่วระแหง

บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านการส่งเสริมความรู้และอาชีพด้านการเกษตรให้กับชุมชนและสังคม ภายใต้แนวทางการดำเนินงานมุ่งสู่ความยั่งยืนบนพื้นฐานของการมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมขององค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการเกษตรที่ดี และสามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนาอาชีพด้านการเกษตรที่ยั่งยืน พร้อมทั้งสร้างต้นแบบการเรียนรู้ด้านการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว สร้างงานและสร้างอาชีพให้กับชุมชน ตลอดจนเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรและบริการในชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับชุมชน ปัจจุบันมีผู้เข้าเยี่ยมชมกว่า 14,000 คน

โครงการใครติดยายกมือขึ้น

ชมรม To Be Number One บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ศูนย์กระจายสินค้าจังหวัดขอนแก่น มีการดำเนินการอย่างเป็นระบบโดยมีส่วนประกอบหลักคือ “กรรมการ-กองทุน-กิจกรรม” ซึ่งกิจกรรมของชมรมนี้มี 3 ยุทธศาสตร์เพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ดังนี้

มุ่งดำเนินงานโครงการที่หลากหลาย รวมถึงโครงการ “ใครติดยายกมือขึ้น” เป็นโครงการเพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนผู้เสพและผู้ติดยาเสพติดแสดงตนเข้ารับการบำบัดรักษาฟื้นฟูสมรรถภาพ ฝึกและพัฒนาอาชีพ ตามขั้นตอนและกระบวนการดูแลช่วยเหลือผู้เสพและติดยาให้สามารถกลับมาดำเนินชีวิตได้เป็นปกติในสังคม ภายใต้ความร่วมมือกับภาคราชการในการวางแผนงานตรวจสุ่มตามสถานประกอบการอย่างน้อย 2 ครั้งต่อปี พร้อมกันนี้ในกรณีมีผู้สมัครใจเพื่อขอรับการช่วยเหลือสามารถประสานงานเพื่อเข้าสู่กระบวนการบำบัดรักษาต่อไป นอกจากนี้ ชมรมฯ ยังมุ่งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด โดยมุ่งเน้นจัดกิจกรรมกับสมาชิกทุกคนของชมรม ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 เครือข่าย ประกอบด้วย เครือข่ายที่ต้องเรียนรู้และเครือข่ายที่ต้องเข้าไปช่วยในการจัดตั้งชมรม เพื่อช่วยให้ชมรม To Be Number One ของกลุ่มอื่นๆ สามารถจัดตั้งมีความเป็นรูปธรรม และมีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพได้

กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ข้อเสนอแนะและข้อห่วงกังวลของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานบริษัทจึงเปิดช่องทางสำหรับรับข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะและข้อห่วงกังวลจากชุมชนผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลายและเข้าถึง เช่น ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น หน่วยงานรับข้อร้องเรียน (Call Center) ช่องทางออนไลน์ และสื่อทางสังคม พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการจัดการแก้ไข การติดตามผลข้อร้องเรียนต่าง ๆ ของชุมชน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ และข้อห่วงกังวลของชุมชนที่ถูกส่งเข้ามาทางช่องทางต่าง ๆ นำไปสู่การปรับปรุง และตอบสนองความคาดหวังได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิผล โดยมีกระบวนการ ดังนี้

จากการสำรวจความพึงพอใจของชุมชน ที่มีต่อการดำเนินงานของบริษัท พบว่า

3.75

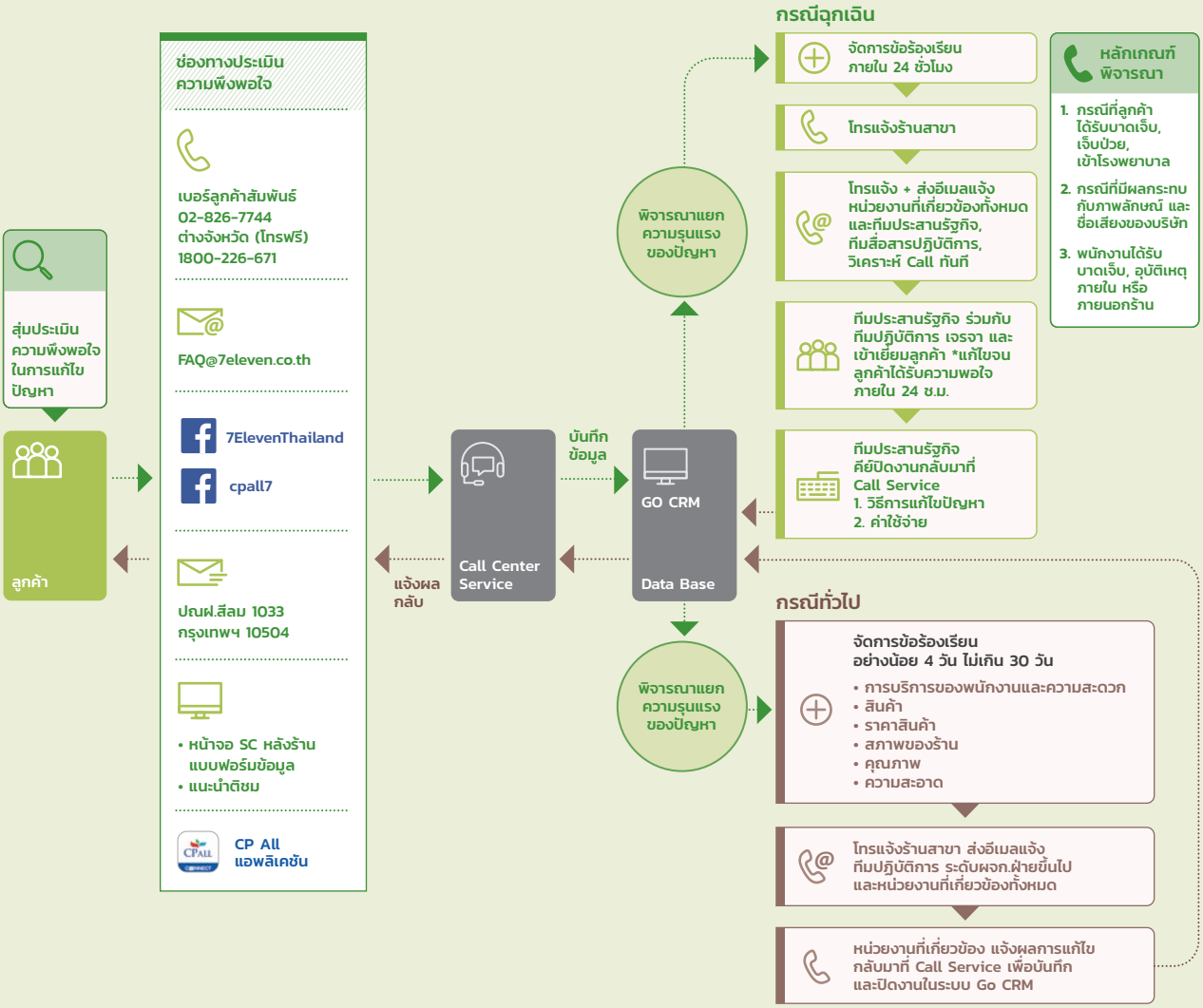
จากคะแนนเต็ม 5

เพิ่มขึ้นร้อยละ

10▲

เมื่อเทียบปี 2561 เนื่องจากร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ในชุมชน ช่วยสร้างอาชีพ สร้างความเจริญ สร้างความปลอดภัยให้กับชุมชน

กระบวนการจัดการข้อร้องเรียน



7-ELEVEN
ALL
member
สมัครฟรี สมัครง่าย
สมัครรับ 3,000
ALL CAFE
All Cafe

ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2562 ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2559	2560	2561	2562
302-1 (e)	ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด	กิกะจูล	7,180,106.92	7,543,731.28	8,378,582.01	9,138,078.10
302-1 (a)	ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	กิกะจูล	231,481.88	273,582.89	501,239.88	544,162.84
	การเผาไหม้อยู่กับที่	**กิกะจูล**	**231,481.88**	**273,582.89**	**370,720.89**	**414,339.03**
	• น้ำมันเตา	กิกะจูล	143,934.00	161,001.74	23,384.76	0
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	4,083.00	4,086.98	1,644.70	7,980.44
	• ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิกะจูล	66,951.12	69,182.62	292,398.72	348,141.34
	• ก๊าซธรรมชาติ	กิกะจูล	16,513.76	39,311.55	53,292.70	58,217.25
	การเผาไหม้ที่มีการเคลื่อนที่	**กิกะจูล**	**N/A**	**N/A**	**130,519.00**	**129,823.81**
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	N/A	N/A	115,852.21	114,460.19
	• น้ำมันเบนซิน	กิกะจูล	N/A	N/A	14,666.67	15,363.62
	• ก๊าซธรรมชาติ	กิกะจูล	N/A	N/A	0.12	0.0032
302-1 (b)	ปริมาณพลังงานหมุนเวียน	กิกะจูล	112.15	2,983.28	4,604.26	15,408.41
	• พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	122.15	223.88	693.18	11,496.18
	• พลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	0	2,759.40	2,759.40	2,798.50
	• พลังงานความร้อนใต้พิภพ	กิกะจูล	0	N/A	1,151.68	1,113.73
302-1 (c)	ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	กิกะจูล	6,948,512.89	7,267,165.11	7,872,737.87	8,578,506.85
302-3 (a)	ค่าความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้	กิกะจูลต่อล้านบาท	15.89	15.41	15.87	16.00
303-3 (a) (2018)	ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	8.01	9.06	8.67	9.35
	• น้ำใต้ดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.93	1.04	1.27	1.35
	• น้ำประปา	ล้านลูกบาศก์เมตร	7.08	8.02	7.40	8.00
	• ปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำ	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.17	0.19	0.93	0.51
303-3 (b) (2018)	ปริมาณการนำน้ำจากพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำมาใช้ทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	N/A	3.67
	• น้ำใต้ดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	N/A	1.29
	• น้ำประปา	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	N/A	2.38
303-3 (b) (2018)	ปริมาณการนำน้ำมาใช้แยกตามแหล่งน้ำทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	N/A	9.35
	• น้ำสะอาด (≤1,000 mg/L Total Dissolved Solids)	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	N/A	9.35
	• ค่าความเข้มข้นการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้	ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท	17.75	18.52	16.43	16.38
305-2 (a)	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด (Scope 1 + Scope 2)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,131,651.73	1,184,068.66	1,286,029.10	1,400,440.40
305-1 (a)	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	8,115.53	9,008.51	13,051.12	13,343.50
	• ก๊าซมีเทนจากระบบบำบัดน้ำเสีย	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,115.46	914.04	3,253.40	3,724.42
	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่มีการเคลื่อนที่	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	7,000.07	8,094.47	9,797.72	9,021.92
305-1 (c)	การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ (Biogenic)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	597.15

GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2559	2560	2561	2562
305-2 (a)	**ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2)**	**ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**	**1,123,536.20**	**1,175,060.15**	**1,272,977.98**	**1,387,096.90**
	• พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,123,536.20	1,175,060.15	1,272,977.98	1,387,096.90
	• ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	4,357.98	25,967.91
305-3 (a)	**ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (Scope 3)**	**ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**	**N/A**	**N/A**	**N/A**	**1,274,754.60**
	• การซื้อสินค้าและบริการ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	231,528.50
	• การขนส่งและกระจายสินค้า (ต้นน้ำ)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	90,128.25
	• การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	192,510.20
	• การเดินทางเพื่อธุรกิจ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	2,588.75
	• การเดินทางไป-กลับของบุคลากร	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	2,934.80
	• การใช้งานผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	741,535.40
	• การจัดการซากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	13,528.70
305-4 (a)	**ค่าความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้**	**ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**	**2.50**	**2.42**	**2.44**	**2.45**
	ปริมาณของเสียทั้งหมด	ตัน	21,720.63	28,153.96	114,047.21	735,710.89
306-2 (a)	**ปริมาณของเสียอันตราย**	**ตัน**	**21.34**	**29.02**	**30.93**	**21,448.74**
	• นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	0.04	2.25	1.94	16,943.75
	• นำไปเป็นเชื้อเพลิงผสม	ตัน	N/A	N/A	N/A	457.00
	• เผาทำลาย	ตัน	18.01	23.76	26.54	2,680.54
	• ฝังกลบ	ตัน	3.29	3.01	2.45	1,367.45
306-2 (b)	**ปริมาณของเสียไม่อันตราย**	**ตัน**	**21,699.29**	**28,124.94**	**114,016.28**	**714,262.15**
	• นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	31.16	32.76	81,394.03	561,302.84
	• ปุ๋ยหมัก	ตัน	2,021.71	5,115.01	6,103.60	9,757.64
	• เผาทำลาย	ตัน	1,193.51	1,651.77	1,955.43	1,778.93
	• ฝังกลบ	ตัน	18,452.91	21,325.40	24,563.22	141,422.74
	ปริมาณของเสียที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์	ตัน	2,052.91	5,150.02	87,449.57	588,461.23
	ปริมาณของเสียที่ถูกกำจัด	ตัน	19,667.72	23,003.94	26,547.64	147,249.66
	สัดส่วนของของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์ต่อปริมาณของเสียทั้งหมด		0.09	0.18	0.77	0.80

หมายเหตุ
- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- การรายงานผลการดำเนินงานความยั่งยืนเป็นไปตามกรอบการรายงานความยั่งยืน GRI Standard version 2016 (ปรับปรุง 2018)
- ปริมาณพลังงานที่ใช้ (หน่วยกิกะจูล) คำนวณจากปริมาณเชื้อเพลิงคูณกับค่าความร้อนของเชื้อเพลิง (Conversion Factor) ของเชื้อเพลิงแต่ละประเภท (อ้างอิงตามกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (DEDE))
- ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด คือผลรวมของปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ปริมาณพลังงานหมุนเวียน และปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก
- ค่าความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ ครอบคลุมปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ปริมาณพลังงานหมุนเวียน และปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอกต่อหน่วยรายได้ (ล้านบาท)
- ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด คือผลรวมของการใช้น้ำประปา (อ้างอิงราคาเฉลี่ยน้ำประปาการประปานครหลวงและการประปาส่วนภูมิภาคของแต่ละพื้นที่) และน้ำใต้ดิน (อ้างอิงหน่วยการใช้น้ำบาดาล กรมทรัพยากรน้ำบาดาล)
- ปริมาณการนำน้ำจากพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำมาใช้ทั้งหมด ครอบคลุมปริมาณการใช้น้ำประปาและน้ำใต้ดินและวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas ของ World Resources Institute (WRI)
- ค่าความเข้มข้นการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ ครอบคลุมปริมาณการใช้น้ำประปาและน้ำใต้ดินต่อหน่วยรายได้ (ล้านบาท)
- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก คำนวณจากข้อมูลกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Activity data) คูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor)(อ้างอิงจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) และ Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)) และรายงานให้อยู่ในรูปก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน (Global Warming Potential: GWP) ตามแนวทางของ IPCC
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการบำบัดน้ำเสีย การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่มีการเคลื่อนที่ และการเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2) ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอกองค์กร
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 3) ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอื่น ๆ ที่องค์กรไม่ได้ควบคุมการดำเนินการ
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ ครอบคลุมปริมาณการใช้พลังงานทดแทนและลดการใช้ถุงพลาสติก
- ค่าความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ คือปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อมจากการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ (ล้านบาท)
- ปริมาณของเสียทั้งหมด คือผลรวมของของเสียอันตราย และของเสียที่ไม่อันตราย โดยในปี 2563 เพิ่มขอบเขตการจัดเก็บข้อมูลจากศูนย์กระจายสินค้า อาทิ ภาชนะปนเปื้อนน้ำมัน และลังขนส่งสินค้า เป็นต้น และมีการปรับปรุงข้อมูลเพื่อให้เกิดความแม่นยำมากขึ้น

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2562 ข้อมูลด้านบุคลากร

GRI Standard	ข้อมูล	2559		2560		2561		2562	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
102-8	จำนวนพนักงาน								
	จำแนกตามเพศ								
	ชาย	24,349	34.26	25,942	34.21	33,110	35.72	48,159	39.19
	หญิง	46,723	65.74	49,900	65.79	59,582	64.28	74,735	60.81
	จำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง								
	พนักงานประจำ								
	ชาย	24,349	34.26	25,942	34.21	28,330	33.88	30,670	32.87
	หญิง	46,723	65.74	49,900	65.79	55,279	66.12	62,641	67.13
	คนงาน/ผู้รับเหมา								
	ชาย	N/A	N/A	N/A	N/A	4,780	52.63	17,489	59.12
	หญิง	N/A	N/A	N/A	N/A	4,303	47.37	12,094	40.88
405-1	ความหลากหลายของพนักงาน								
	จำแนกตามระดับ								
	ผู้บริหารระดับสูง								
	ชาย	14	77.78	14	77.78	55	69.62	41	66.13
	หญิง	4	22.22	4	22.22	24	30.38	21	33.87
	ผู้บริหาร								
	ชาย	1,066	46.35	1,106	45.38	1,151	43.91	937	43.48
	หญิง	1,234	53.65	1,331	54.62	1,470	56.08	1,218	56.52
	ผู้บริหารระดับต้น								
	ชาย	N/A	N/A	N/A	N/A	856	42.82	610	41.27
	หญิง	N/A	N/A	N/A	N/A	1,143	57.18	868	58.73
	เจ้าหน้าที่								
	ชาย	23,269	33.84	24,822	33.82	27,124	33.52	29,692	32.59
	หญิง	45,485	66.16	48,565	66.18	53,785	66.48	61,402	67.41
	จำแนกตามอายุ								
	อายุน้อยกว่า 30 ปี								
	ชาย	13,036	33.12	13,917	33.31	15,170	32.80	16,875	32.10
	หญิง	26,328	66.88	27,860	66.69	31,082	67.20	35,700	67.90
	อายุ 30-50 ปี								
	ชาย	10,996	35.62	11,667	35.24	12,699	35.05	13,224	33.79
	หญิง	19,872	64.38	21,438	64.76	23,535	64.95	25,907	66.21
	อายุมากกว่า 50 ปี								
	ชาย	318	37.86	358	37.29	461	41.05	571	35.58
	หญิง	522	62.14	602	62.71	662	58.95	1,034	64.42
	จำแนกตามศาสนา								
	พุทธ	67,426	94.87	73,296	96.64	77,174	92.30	87,989	94.30
	คริสต์	399	0.56	461	0.61	475	0.57	532	0.57
	อิสลาม	3,150	4.43	2,980	3.93	4,123	4.93	4,725	5.06

GRI Standard	ข้อมูล	2559		2560		2561		2562	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
401-1	การจ้างงาน								
	จำแนกตามเพศ								
	ชาย	33,926	N/A	34,123	N/A	16,637	36.98	16,827	35.25
	หญิง					28,356	63.02	30,911	64.75
	อัตราการจ้างใหม่		47.73		44.99		53.81		51.16
	จำแนกตามอายุ								
	อายุน้อยกว่า 30 ปี	27,292	80.45	27,505	80.61	37,013	82.26	38,852	81.39
	อายุ 30-50 ปี	6,603	19.46	6,587	19.30	7,945	17.66	8,772	18.37
	อายุมากกว่า 50 ปี	31	0.09	31	0.09	35	0.08	114	0.24
401-1	การลาออก								
	จำแนกตามเพศ								
	ชาย	32,737	N/A	33,502	N/A	13,470	38.31	14,902	38.29
	หญิง					21,690	61.69	24,019	61.71
	อัตราการลาออก		46.06		44.17		42.05		41.71
	จำแนกตามอายุ								
	อายุน้อยกว่า 30 ปี	25,973	79.34	26,327	78.58	27,324	77.71	30,012	77.11
	อายุ 30-50 ปี	6,694	20.45	7,078	21.13	7,691	21.88	8,753	22.49
	อายุมากกว่า 50 ปี	70	0.21	97	0.29	145	0.41	156	0.40
401-3	การลาคลอด และเลี้ยงดูบุตร								
	พนักงานที่ใช้สิทธิ์ลาคลอดและเลี้ยงดูบุตร	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,959	3.17
	พนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากใช้สิทธิ์ลาคลอด และเลี้ยงดูบุตร	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,615	2.80
102-41	ข้อตกลงการเจรจาต่อรอง								
	ตัวแทนพนักงานคณะกรรมการสวัสดิการ	50,006	99.24	52,795	99.55	56,722	99.29	64,115	100

GRI Standard	ข้อมูล	2559	2560	2561	2562
		ชั่วโมงต่อคนต่อปี	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	ชั่วโมงต่อคนต่อปี	ชั่วโมงต่อคนต่อปี
404-1	การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน				
	จำนวนชั่วโมงเฉลี่ยทั้งหมด	**N/A**	**N/A**	**25.47**	**22.18**
	จำแนกตามเพศ				
	ชาย	N/A	N/A	26.57	20.51
	หญิง	N/A	N/A	24.37	23.84
	จำแนกตามระดับ				
	ผู้บริหารระดับสูง				
	ชาย	N/A	N/A	88.67	69.41
	หญิง	N/A	N/A	20.50	70.81
	ผู้บริหาร				
	ชาย	53.99	54.44	65.28	45.14
	หญิง			57.13	45.42
	ผู้บริหารระดับต้น				
	ชาย	N/A	N/A	42.40	46.07
	หญิง	N/A	N/A	42.08	46.25
	เจ้าหน้าที่				
	ชาย	37.43	81.98	25.55	18.72
	หญิง			23.78	22.75

หมายเหตุ
- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- การรายงานผลการดำเนินงานความยั่งยืนเป็นไปตามกรอบการรายงานความยั่งยืน GRI Standard Version 2016
- ปี 2563 เพิ่มขอบเขตการเก็บข้อมูลผู้รับเหมา บริษัท ซีพีแรม จำกัด
- ข้อมูลตัวแทนพนักงานคณะกรรมการสวัสดิการครอบคลุมเฉพาะบริษัท ซีพี ออลล์ (มหาชน) เท่านั้น

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2562 ข้อมูลด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัย

GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2559		2560		2561		2562	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
ข้อมูลด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัย										
พนักงาน										
403-9 (a) (2018)	• จำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน The number of fatalities as a result of work-related injury	คน	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
	• อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต) Rate of high-consequence work-related injuries (Excluding Fatalities)	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	N/A		N/A		N/A		0	
			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0
	• อัตราการบาดเจ็บทั้งหมด Rate of recordable work-related injuries	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	N/A		N/A		N/A		1.22	
			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2.27	0.69
	• จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม The number of hours worked	ชั่วโมง	N/A		N/A		192,955,020		222,630,585	
			N/A	N/A	N/A	N/A	67,743,167	125,211,853	74,829,447	147,801,138
403-10 (a) (2018)	• จำนวนผู้เสียชีวิตจากโรคที่เกิดจากการทำงาน The number of fatalities as a result of work-related ill health	คน	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
	• จำนวนกรณีที่เจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด The number of cases of recordable work-related ill health	กรณี	N/A		N/A		N/A		0	
			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0
403-2 (a)	• อัตราการขาดงาน Absentee Rate (AR)	ร้อยละ	1.89		0.90		2.26		2.34	
			0.83	1.06	0.36	0.55	2.41	2.18	2.64	2.20
	• อัตราการหยุดงานเนื่องจากการเกิดอุบัติเหตุ Lost-Time Injuries Frequency Rate (LTIFR)	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.60		1.95		1.10		0.71	
			1.72	0.50	3.56	1.06	1.93	0.65	1.28	0.43
	• อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด Occupational Illness Frequency Rate (OIFR)	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
ผู้รับเหมา										
403-9 (a) (2018)	• จำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากการทำงาน The number of fatalities as a result of work-related injury	คน	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
	• อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต) Rate of high-consequence work-related injuries (Excluding Fatalities)	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	N/A		N/A		N/A		0	
			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0
	• อัตราการบาดเจ็บทั้งหมด Rate of recordable work-related injuries	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	N/A		N/A		N/A		1.51	
			N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2..02	0.93
	• จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม The number of hours worked	ชั่วโมง	N/A		N/A		60,757,234		63,698,344	
			N/A	N/A	N/A	N/A	37,375,636	23,381,598	33,717,995	29,980,349

GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2559		2560		2561		2562	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
ข้อมูลด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัย										
403-10 (a) (2018)	• จำนวนผู้เสียชีวิตจากโรคที่เกิดจากการทำงาน The number of fatalities as a result of work-related ill health	คน	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
	• จำนวนกรณีที่เจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด The number of cases of recordable work-related ill health	กรณี	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
	• อัตราการหยุดงานเนื่องจากการเกิดอุบัติเหตุ Lost-Time Injuries Frequency Rate (LTIFR)	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	1.01		1.99		1.02		0.99	
			N/A	N/A	N/A	N/A	0.94	1.15	1.28	0.67

หมายเหตุ
- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ไม่รวมข้อมูลสำหรับร้านค้าที่ได้รับสิทธิ์ช่วงในอาณาเขต (Sub-area), Store Business Partner (SBP)
- บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ไม่รวมการให้บริการด้านอาหาร ของสยามแม็คโคร
- บริษัท ซีพีแรม จำกัด อาหารพร้อมรับประทาน (ลาดหลุมแก้ว), เบเกอรี่ (ลาดกระบัง) ปี 2561 เพิ่มการรายงานข้อมูล ซีพีแรม ชลบุรี
- ผู้รับเหมา บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) รวมเฉพาะพ่อบ้าน / แม่บ้าน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (รปภ.) ผู้รับเหมาก่อสร้างและซ่อมบำรุงร้านสาขา
- ผู้รับเหมา บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) นับรวมผู้รับเหมาทั้งหมด (ผู้รับเหมาประจำ ผู้รับเหมาที่เข้ามาในพื้นที่สาขา Supplier ขนส่ง เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (รปภ.) แม่บ้าน)
- ผู้รับเหมา บริษัท ซีพีแรม จำกัด รวมเฉพาะพ่อบ้าน / แม่บ้านประจำ สำนักงาน-อาคาร เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (รปภ.) ผู้รับเหมาในสายการผลิต
- อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต) = จำนวนราย (กรณี) ของผู้ปฏิบัติงานที่บาดเจ็บจากอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่ส่งผลให้ได้รับบาดเจ็บ โดยที่ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถฟื้นตัวสู่สถานะก่อนการเกิดบาดเจ็บ ภายใน 6 เดือน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราการบาดเจ็บทั้งหมด = จำนวนราย (กรณี) ของผู้ปฏิบัติงานที่บาดเจ็บจากอุบัติเหตุจากการทำงาน (นับรวมตั้งแต่ ไม่หยุดงาน, ได้รับการรักษามากกว่าปฐมพยาบาล, หยุดงาน, ทุพพลภาพ จนถึงเสียชีวิต) (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราการขาดงาน = จำนวนวันหยุดงานจากการบาดเจ็บและบาดเจ็บ รวมทั้งการหยุดงานอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การลาที่ได้รับอนุญาต (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 100 / จำนวนวันทำงานทั้งหมดในรอบปี
- อัตราการหยุดงานเนื่องจากการเกิดอุบัติเหตุ = จำนวนวันที่สูญเสีย (หยุดงาน) อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุจากการทำงาน X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด = จำนวนราย (กรณี) ที่เจ็บป่วยจากการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)

ผลการดำเนินงานความยั่งยืน ปี 2562 ข้อมูลด้านสุขภาพ และสุขภาวะที่ดี

GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2561	2562
ข้อมูลด้านสุขภาพ และสุขภาวะที่ดี				
G4 - FP6	**ยอดขายสินค้าสินค้าที่มีการปรับลดไขมัน ไขมันทรานส์ โซเดียม และน้ำตาล**	ร้อยละ	1.15	3.12
	• กลุ่มอาหารพร้อมทาน			3.12
	• กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)			0.00
	• กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)			0.00
G4 - FP7	**ยอดขายสินค้าที่มีการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ**	ร้อยละ	1.10	0.00
	• กลุ่มอาหารพร้อมทาน			0.00
	• กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)			0.00
	• กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)			0.00
	ยอดขายสินค้าที่มีการปรับปรุงสูตร	ร้อยละ	0.20	5.66
	• กลุ่มอาหารพร้อมทาน			3.80
	• กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)			1.86
	• กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)			0.00

หมายเหตุ
- ข้อมูลครอบคลุมเฉพาะสินค้า Own Brand เท่านั้น

GRI Content Index

GRI 102: General Disclosures

Disclosures	Chapter	Page/ Website/ Omission	External Assurance
Organizational Profile			
102-1 Name of the organization	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	12	
102-2 Activities, brands, products, and services	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	12-17	
102-3 Location of headquarters	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	17	
102-4 Location of operations	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	12-17	
102-5 Ownership and legal form	Refer to CP ALL Annual Report 2019	49, 65	
102-6 Markets served	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	12-17	
102-7 Scale of the organization	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	12-13	
	Refer to CP ALL Annual Report 2019	3, 17, 23-27	
102-8 Information on employees and other workers	Appendix	210-211	
102-9 Supply chain	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	12	
102-11 Precautionary Principle or approach	Corporate of Good Governance, Manage Transparently	41-44	
	Refer to CP ALL Annual Report 2019	40-47	
102-12 External initiatives	Massage form the Chairman	3	
	Climate Change Management, Alternating for Renewable Energy	172	
	Protecting the Ecosystem and Committing to Being Green	181	
	Spread the love from hearts, fostering community's resilience	203	
102-13 Membership of associations	Embracing Differences, Building Bridges, and Forging Shared Benefits	67	
Strategy			
102-14 Statement from senior decision-maker	Message of Chairman	2-3	
	Message of the Chairman of the Executive Committee	4-5	
Ethics and Integrity			
102-16 Values, principles, standards, and norms of behavior	Building on Ambition, Strategy for Sustainability	24	
Material topic and its Boundary			
103-1 Explanation of the material topic and its Boundary	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	30-33	
Stakeholder Engagement			
GRI 103: Management Approach			
103-2 The management approach and its components	Embracing Differences, Building Bridges, and Forging Shared Benefits	60-70	
GRI 102: General Disclosures			
102-40 List of stakeholder groups	Embracing Differences, Building Bridges, and Forging Shared Benefits	60-70	

Disclosures	Chapter	Page/ Website/ Omission	External Assurance
102-41 Collective bargaining agreements	Respecting Human Rights, Committed to International Principles, Creating Peace	59	
	Appendix	211	
102-42 Identifying and selecting stakeholders	Embracing Differences, Building Bridges, and Forging Shared Benefits	31, 61	
102-43 Approach to stakeholder engagement	Embracing Differences, Building Bridges, and Forging Shared Benefits	62-70	
102-44 Key topics and concerns raised	Embracing Differences, Building Bridges, and Forging Shared Benefits	62-70	
GRI 418: Customer Privacy			
418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	Standing beside honesty, stepping aside corruption	50	
Reporting Practice			
102-45 Entities included in the consolidated financial statements	Refer to CP ALL Annual Report 2019	2	
102-46 Defining report content and topic Boundaries	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	32-33	
102-47 List of material topics	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	32	
102-50 Reporting period	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	30	
102-51 Date of most recent report	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	30	
102-52 Reporting cycle	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	30	
102-53 Contact point for questions regarding the report	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	17	
102-54 Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	30	
102-55 GRI content index	Appendix	214-220	
External Assurance			
102-56 External assurance	Appendix	231-232	

Material Topics

Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission	External Assurance
Corporate Governance					
GRI 103: Management Approach					
103-2	The management approach and its components	Corporate of Good Governance, Manage Transparently	36-39		
103-3	Evaluation of the management approach	Corporate of Good Governance, Manage Transparently	36-46		
GRI 102: General Disclosures					
102-18	Governance structure	Corporate of Good Governance, Manage Transparently	40		
102-29	Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	Corporate of Good Governance, Manage Transparently	38-39		
102-30	Effectiveness of risk management processes	Corporate of Good Governance, Manage Transparently	41-44		
		Refer to CP ALL Annual Report 2019	40-47		

Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission	External Assurance
Anti-Corruption					
GRI 103: Management Approach					
103-2	The management approach and its components	Standing beside honesty, stepping aside corruption	48-51		
103-3	Evaluation of the management approach	Standing beside honesty, stepping aside corruption	48-51		
GRI 205: Anti-corruption					
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	Standing beside honesty, stepping aside corruption	49		
Human Rights and Labor Practices					
GRI 103: Management Approach					
103-2	The management approach and its components	Respecting Human Rights, Committed to International Principles, Creating Peace	52-59		
103-3	Evaluation of the management approach	Respecting Human Rights, Committed to International Principles, Creating Peace	52-59		
GRI 412: Human Rights Assessment					
412-1	Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	Respecting Human Rights, Committed to International Principles, Creating Peace	54		
412-2	Employee training on human rights policies or procedures	Respecting Human Rights, Committed to International Principles, Creating Peace	58		
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity					
405-1	Diversity of governance bodies and employees	Respecting Human Rights, Committed to International Principles, Creating Peace	59		
		Appendix	210		
Leadership & Human Capital Development					
GRI 103: Management Approach					
103-2	The management approach and its components	Mix the similar, mend the different, and make good and talented individuals, mould to unite a force	72-88		
103-3	Evaluation of the management approach	Mix the similar, mend the different, and make good and talented individuals, mould to unite a force	72-88		
GRI 404: Training and Education					
404-1	Average hours of training per year per employee	Appendix	211		
404-2	Training and Education Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Mix the similar, mend the different, and make good and talented individuals, mould to unite a force	72-88		
404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	Mix the similar, mend the different, and make good and talented individuals, mould to unite a force	81, 86-87		

Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission	External Assurance
Innovation					
GRI 103: Management Approach					
103-2	The management approach and its components	Innovation creates intellect, increases business value	92-105		
103-3	Evaluation of the management approach	Innovation creates intellect, increases business value	92-105		
GRI 203: Indirect Economic Impacts					
203-2	Significant indirect economic impacts	Innovation creates intellect, increases business value	92, 94-105		
Occupational Health and Safety					
103-2	The management approach and its components	Occupational Safety, Health and Environment	106-107		
103-3	Evaluation of the management approach	Occupational Safety, Health and Environment	106-117		
GRI 403: Occupational Health and Safety (Management Approach 2018)					
403-1	Occupational health and safety management system	Elevating Occupational Safety, Creating Friendly Work Environment	107		
403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	Elevating Occupational Safety, Creating Friendly Work Environment	108-117		
403-3	Occupational health services	Elevating Occupational Safety, Creating Friendly Work Environment	110-117		
403-4	Worker participation,consultation, and communication on occupational health and safety	Elevating Occupational Safety, Creating Friendly Work Environment	110-117		
403-5	Worker training on occupational health and safety	Elevating Occupational Safety, Creating Friendly Work Environment	115-116		
403-6	Promotion of worker health	Elevating Occupational Safety, Creating Friendly Work Environment	110-111, 116-117		
403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	Elevating Occupational Safety, Creating Friendly Work Environment	116-117		
GRI 403: Occupational Health and Safety (Topic-specific Disclosures 2018)					
403-9	Work-related injuries	Appendix	212-213	Work-related injuries does not covered to all of non-employee, there still in the process of data collection. This data will be completed in the next reporting period.	✓
403-10	Work-related ill health	Appendix	212-213	Work-related ill health does not covered to all of non-employee, there still in the process of data collection. This data will be completed in the next reporting period.	✓

Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission	External Assurance
Health and Well Being					
GRI 103: Management Approach					
103-2	The management approach and its components	Selecting Hygienic Food with the Consumer Health at Heart	118-120		
103-3	Evaluation of the management approach	Selecting Hygienic Food with the Consumer Health at Heart	118-131		
GRI Sector Disclosures: 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	Selecting Hygienic Food with the Consumer Health at Heart	122		
		Appendix	213		✓
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	Selecting Hygienic Food with the Consumer Health at Heart	122		
		Appendix	213		
GRI 417: Marketing and Labeling					
417-1	Requirements for product and service information and labeling	Selecting Hygienic Food with the Consumer Health at Heart	120, 128		
Education					
GRI 103: Management Approach					
103-2	The management approach and its components	Creating educational opportunities, creating jobs, creating the future	132-134		
103-3	Evaluation of the management approach	Creating educational opportunities, creating jobs, creating the future	132-141		
Social Impact					
GRI 103: Management Approach					
103-2	The management approach and its components	Sharing Opportunities and Creating Value for Society	142-144		
103-3	Evaluation of the management approach	Sharing Opportunities and Creating Value for Society	142-154		
Ecosystem and Biodiversity Protection					
GRI 103: Management Approach					
103-2	The management approach and its components	Protecting the Ecosystem and Committing to Being Green	174-176		
103-3	Evaluation of the management approach	Protecting the Ecosystem and Committing to Being Green	174-181		
GRI 304: Biodiversity					
304-2	Significant impacts of activities, products, and services on biodiversity	Protecting the Ecosystem and Committing to Being Green	176-181		
GRI 308: Supplier Environmental Assessment					
308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	Cascading Responsibilities Throughout the Value Chains	191, 197		

Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission	External Assurance
Climate Change Management					
GRI 103: Management Approach					
103-2	The management approach and its components	Climate Change Management, Alternating for Renewable Energy	158-162		
103-3	Evaluation of the management approach	Climate Change Management,	158-173		
GRI 302: Energy					
302-1	Energy consumption within the organization	Climate Change Management, Alternating for Renewable Energy	159		
		Appendix	208		✓
302-3	Energy intensity	Appendix	208		✓
302-5	Reductions in energy requirements of products and services	Climate Change Management, Alternating for Renewable Energy	165-169		
GRI 305: Emissions					
305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	Climate Change Management, Alternating for Renewable Energy	161		
		Appendix	208	Direct GHG emissions from refrigerant refilled and stationary combustion are not available. This data will be disclose on 2021	✓
305-2	Energy Indirect (Scope 2) GHG emissions	Climate Change Management, Alternating for Renewable Energy	161		
		Appendix	209		✓
305-3	Other Indirect (Scope 3) GHG emissions	Climate Change Management, Alternating for Renewable Energy	161		
		Appendix	209		✓ Upstream transport and distribution and business travel only
305-4	GHG emissions intensity	Climate Change Management, Alternating for Renewable Energy	158		
		Appendix	209		✓
305-5	Reduction of GHG emissions	Climate Change Management, Alternating for Renewable Energy	165-173		
		Appendix	209		
GRI 301: Materials					
301-1	Materials used by weight or volume	Climate Change Management, Alternating for Renewable Energy	160		
GRI 306: Effluents and Waste					
306-2	Waste by type and disposal method	Protecting the Ecosystem and Committing to Being Green	175		
		Appendix	209		✓

Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission	External Assurance
Water Stewardship					
GRI 303: Water and Effluents (Management Approach 2018)					
303-1	Interactions with water as a shared resource	Water Stewardship	182-187		
303-2	The management approach and its components	Water Stewardship	184		
GRI 303: Water and Effluents (Topic-specific Disclosures 2018)					
303-3	Water Withdrawal	Water Stewardship	182-183		
		Appendix	208		✓
303-4	Water Discharge	Water Stewardship	183		
303-5	Water Consumption	Water Stewardship	183		
Responsible Supply Chain Management					
GRI 103: Management Approach					
103-2	The Management Approach and Its Components	Cascading Responsibilities Throughout the Value Chains	188-191		
103-3	Evaluation of The Management Approach	Cascading Responsibilities Throughout the Value Chains	188-197		
GRI 308: Supplier Environmental Assessment					
308-1	New Suppliers that Were Screened Using Environmental Criteria	Cascading Responsibilities Throughout The Value Chains	191		
GRI 414: Supplier Social Assessment					
414-1	New Suppliers that Were Screened Using Social Criteria	Cascading Responsibilities Throughout The Value Chains	191		
Local Conflict Management and Community Acceptance					
GRI 103: Management Approach					
103-2	The Management Approach and Its Components	Spread The Love from Hearts, Fostering Community's Resilience	198-200		
103-3	Evaluation of The Management Approach	Spread The Love from Hearts, Fostering Community's Resilience	198-206		
GRI 413: Local Communities					
413-1	Operations With Local Community Engagement, Impact Assessments, and Development Programs	Spread The Love from Hearts, Fostering Community's Resilience	200-202		
GRI 204: Procurement Practices					
204-1	Proportion of Spending on Local Suppliers	Spread The Love from Hearts, Fostering Community's Resilience	199		

United Nations Sustainability Development Goals

Goals	Description	Chapter
	End poverty in all its forms everywhere	• Creating educational opportunities, creating jobs, creating the future • Sharing Opportunities and Creating Value for Society
	End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture	• Selecting Hygienic Food with the Consumer Health at Heart • Sharing Opportunities and Creating Value for Society • Cascading Responsibilities Throughout the Value Chains
	Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages	• Elevating Occupational Safety, Creating Friendly Work Environment • Selecting Hygienic Food with the Consumer Health at Heart
	Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all	• Creating educational opportunities, creating jobs, creating the future • Mix the similar, mend the different, and make good and talented individuals, mould to unite a force • Spread the love from hearts, fostering community's resilience
	Achieve gender equality and empower all women and girls	• Respecting Human Rights, Committed to International Principles, Creating Peace
	Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all	• Water Management
	Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all	• Climate Change Management, Alternating for Renewable Energy
	Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all	• Respecting Human Rights, Committed to International Principles, Creating Peace • Mix the similar, mend the different, and make good and talented individuals, mould to unite a force • Innovation creates intellect, increases business value • Elevating Occupational Safety, Creating Friendly Work Environment • Selecting Hygienic Food with the Consumer Health at Heart • Cascading Responsibilities Throughout the Value Chains • Spread the love from hearts, fostering community's resilience
	Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation	• Innovation creates intellect, increases business value • Spread the love from hearts, fostering community's resilience

Goals	Description	Chapter
	Reduce inequality within and among countries	• Respecting Human Rights, Committed to International Principles, Creating Peace • Sharing Opportunities and Creating Value for Society
	Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable	
	Ensure sustainable consumption and production patterns	• Corporate of Good Governance, Manage Transparently • Selecting Hygienic Food with the Consumer Health at Heart • Protecting the Ecosystem and Committing to Being Green • Climate Change Management, Alternating for Renewable Energy • Water Management • Cascading Responsibilities Throughout the Value Chains
	Take urgent action to combat climate change and its impacts	• Protecting the Ecosystem and Committing to Being Green • Climate Change Management, Alternating for Renewable Energy
	Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development	• Protecting the Ecosystem and Committing to Being Green
	Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse	• Protecting the Ecosystem and Committing to Being Green
	Promote peaceful land inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels	• Standing beside honesty, stepping aside corruption • Respecting Human Rights, Committed to International Principles, Creating Peace • Embracing Differences, Building Bridges, and Forging Shared Benefits • Cascading Responsibilities Throughout the Value Chains
	Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development	• Corporate of Good Governance, Manage Transparently • Innovation creates intellect, increases business value

UNGC Advanced level

UNGC Advanced level checklist		Comment / Reference / Page
Implementing the Ten Principles into Strategies & Operations	**Criterion 1: The COP describes mainstreaming into corporate functions and business units**	
	Indicate which of the following best practices are described in your COP:	
	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	24-29
	• Place responsibility for execution of sustainability strategy in relevant corporate functions (procurement, government affairs, human resources, legal, etc) ensuring no function conflicts with company's sustainability commitments and objectives	25
	• Align strategies, goals and incentive structures of all business units and subsidiaries with corporate sustainability strategy	24-29
	• Assign responsibility for corporate sustainability implementation to an individual or group within each business unit and subsidiary	25
	• Design corporate sustainability strategy to leverage synergies between and among issue areas and to deal adequately with trade-offs	24-29
	• Ensure that different corporate functions coordinate closely to maximize performance and avoid unintended negative impacts	25
	• Other established or emerging best practices	-
	Criterion 2: The COP describes value chain implementation	
	Indicate which of the following best practices are described in your COP:	
	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	48-51, 52-59, 60-70, 158-173, 188-197, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Sustainable-Development-Policy-and-Goals-th.pdf
	• Analyze each segment of the value chain carefully, both upstream and downstream, when mapping risks, opportunities and impacts	52-59, 158-173, 188-197
	• Communicate policies and expectations to suppliers and other relevant business partners	48-51, 60-70, 188-197
	• Implement monitoring and assurance mechanisms (e.g. audits/screenings) for compliance within the company's sphere of influence	106-117, 188-197
	• Undertake awareness-raising, training and other types of capacity building with suppliers and other business partners	36-46, 48-51, 52-59, 106-117, 188-197
	• Other established or emerging best practices	-

UNGC Advanced level checklist			Comment / Reference / Page
	Criterion 3: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of human rights		
	Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
	Robust Human Rights Management Policies & Procedures	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	24-29, 52-59
		• Commitment to comply with all applicable laws and respect internationally recognized human rights, wherever the company operates (e.g., the Universal Declaration of Human Rights, Guiding Principles on Human Rights)	52-59
		• Integrated or stand-alone statement of policy expressing commitment to respect and support human rights approved at the most senior level of the company	24-29, 52-59
		• Statement of policy stipulating human rights expectations of personnel, business partners and other parties directly linked to operations, products or services	52-59
		• Statement of policy publicly available and communicated internally and externally to all personnel, business partners and other relevant parties	52-59
		• Other established or emerging best practices	-
	Criterion 4: The COP describes effective management systems to integrate the human rights principles		
	Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
		• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	24-29, 52-59
		• Process to ensure that internationally recognized human rights are respected	52-59
		• On-going due diligence process that includes an assessment of actual and potential human rights impacts	52-59
		The Guiding Principles suggest that the assessment:	-
		• Internal awareness-raising and training on human rights for management and employees	52-59
		• Operational-level grievance mechanisms for those potentially impacted by the company's activities	52-59
		• Allocation of responsibilities and accountability for addressing human rights impacts	52-59
		• Internal decision-making, budget and oversight for effective responses to human rights impacts	24-29
		• Processes to provide for or cooperate in the remediation of adverse human rights impacts that the company has caused or contributed to	52-59
		• Process and programs in place to support human rights through: core business; strategic philanthropic/social investment; public policy engagement/advocacy; partnerships and/or other forms of collective action	52-59
		• Other established or emerging best practices	-
	Criterion 5: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of human rights integration		
	Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
		• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	52-59

UNGC Advanced level checklist			Comment / Reference / Page
		• System to monitor the effectiveness of human rights policies and implementation with quantitative and qualitative metrics, including in the supply chain	52–59, 188–197
		• Monitoring drawn from internal and external feedback, including affected stakeholders	52–59
		• Process to deal with incidents the company has caused or contributed to for internal and external stakeholders	52–59
		• Outcomes of integration of the human rights principles	52–59
		Suggested GRI Indicators: HR2 Percentage of significant suppliers, contractors, and other business partners that have undergone human rights screening, and actions taken. HR10 Percentage and total number of operations that have been subject to human rights reviews and/or impact assessments.)	52–59
		(a) Be of a form and frequency that reflect an enterprise's human rights impacts and that are accessible to its intended audiences;	52–59
		(b) Provide information that is sufficient to evaluate the adequacy of an enterprise's response to the particular human rights impact involved;	52–59
		(c) In turn not pose risks to affected stakeholders, personnel or to legitimate requirements of commercial confidentiality.	52–59
		• Outcomes of remediation processes of adverse human rights impacts (Suggested GRI Indicator: HR11 Number of grievances related to human rights filed, addressed and resolved through formal grievance mechanisms.)	52–59
		• Other established or emerging best practices	-
	Criterion 6: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of labour		
	Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
	Robust Labour Management Policies & Procedures	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	52–59, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf
		• Reference to principles of relevant international labour standards (ILO Conventions) and other normative international instruments in company policies	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf https://www.cpall.co.th/sustain/social-dimension/human-rights/
		• Reflection on the relevance of the labour principles for the company	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf
		• Written company policy to obey national labour law, respect principles of the relevant international labour standards in company operations worldwide, and engage in dialogue with representative organization of the workers (international, sectoral, national).	52–59 https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf
		• Inclusion of reference to the principles contained in the relevant international labour standards in contracts with suppliers and other relevant business partners	188–197

UNGC Advanced level checklist		Comment / Reference / Page
	• Specific commitments and Human Resources policies, in line with national development priorities or decent work priorities in the country of operation Examples: Inclusion of vulnerable/discriminated groups in the workforce (e.g., women, disabled, migrant, HIV/AIDS, older/younger workers); equal pay for work of equal value; contribution to national strategies to eliminate child/forced labour, etc.	52-59
	• Participation and leadership in wider efforts by employers' organizations (international and national levels) to jointly address challenges related to labour standards in the countries of operation, possibly in a tripartite approach (business – trade union – government).	52-59
	• Structural engagement with a global union, possibly via a Global Framework Agreement	52-59
	• Other established or emerging best practices	-
Criterion 7: The COP describes effective management systems to integrate the labour principles		
Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	52-59, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf
	• Risk and impact assessments in the area of labour	52-59
	• Dialogue mechanism with trade unions to regularly discuss and review company progress in addressing labour standards	52-59
	• Allocation of responsibilities and accountability within the organization	24-29 https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf
	• Internal awareness-raising and training on the labour principles for management and employees	52-59
	• Active engagement with suppliers to address labour-related challenges	188-197
	• Grievance mechanisms, communication channels and other procedures (e.g., whistleblower mechanisms) available for workers to report concerns, make suggestions or seek advice, designed and operated in agreement with the representative organization of workers	52-59
	• Other established or emerging best practices	-
Criterion 8: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of labour principles integration		
Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	52-59, 72-89, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf
	• System to track and measure performance based on standardized performance metrics	72-89
	• Dialogues with the representative organization of workers to regularly review progress made and jointly identify priorities for the future	72-89
	• Audits or other steps to monitor and improve the working conditions of companies in the supply chain, in line with principles of international labour standards	188-197

UNGC Advanced level checklist		Comment / Reference / Page
	• Process to positively engage with the suppliers to address the challenges (i.e., partnership approach instead of corrective approach) through schemes to improve workplace practices	188-197
	• Outcomes of integration of the Labour principles	52-59
	• Other established or emerging best practices	-
Criterion 9: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of environmental stewardship		
Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
Robust Environmental Management Policies & Procedures	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	24-29, 158-173, 174-181 https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2019/05/%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%A7%E0%B8%94%E0%B8%A5%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1-TH-28.5.62.pdf
	• Reference to relevant international conventions and other international instruments (e.g. Rio Declaration on Environment and Development)	158-173
	• Reflection on the relevance of environmental stewardship for the company	158-173, 174-181
	• Written company policy on environmental stewardship	158-173, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2019/05/%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%A7%E0%B8%94%E0%B8%A5%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1-TH-28.5.62.pdf
	• Inclusion of minimum environmental standards in contracts with suppliers and other relevant business partners	188-197
	• Specific commitments and goals for specified years	24-29, 158-173
	• Other established or emerging best practices	-
Criterion 10: The COP describes effective management systems to integrate the environmental principles		
Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	158-173, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2019/05/%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%A7%E0%B8%94%E0%B8%A5%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1-TH-28.5.62.pdf
	• Environmental risk and impact assessments	158-173
	• Assessments of lifecycle impact of products, ensuring environmentally sound management policies	-
	• Allocation of responsibilities and accountability within the organization	24-29
	• Internal awareness-raising and training on environmental stewardship for management and employees	72-88, 158-173
	• Grievance mechanisms, communication channels and other procedures (e.g. whistleblower mechanisms) for reporting concerns or seeking advice regarding environmental impacts	60-70
	• Other established or emerging best practices	-

UNGC Advanced level checklist		Comment / Reference / Page
Criterion 11: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for environmental stewardship		
Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	158-173, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2019/05/%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%A7%E0%B8%94%E0%B8%A5%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1-TH-28.5.62.pdf
	• System to track and measure performance based on standardized performance metrics	158-173, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2019/05/%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%A7%E0%B8%94%E0%B8%A5%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1-TH-28.5.62.pdf
	• Leadership review of monitoring and improvement results	158-173
	• Process to deal with incidents	-
	• Audits or other steps to monitor and improve the environmental performance of companies in the supply chain	188-197
	• Outcomes of integration of the environmental principles	158-173, 174-181
	• Other established or emerging best practices	-
Criterion 12: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of anti-corruption		
Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
Robust Anti-Corruption Management Policies & Procedures	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	24-29, 48-51, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Anti-Corruption-Procedures-th.pdf
	• Publicly stated formal policy of zero-tolerance of corruption	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Anti-Corruption-Procedures-th.pdf
	• Commitment to be in compliance with all relevant anti-corruption laws, including the implementation of procedures to know the law and monitor changes	48-51, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Anti-Corruption-Procedures-th.pdf
	• Statement of support for international and regional legal frameworks, such as the UN Convention against Corruption	-
	• Detailed policies for high-risk areas of corruption	-
	• Policy on anti-corruption regarding business partners	48-51 188-197, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Anti-Corruption-Procedures-th.pdf
	• Other established or emerging best practices	-
Criterion 13: The COP describes effective management systems to integrate the anti-corruption principle		
Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	24-29, 48-51, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Anti-Corruption-Procedures-th.pdf
	• Support by the organization's leadership for anti-corruption	36-46, 48-51
	• Carrying out risk assessment of potential areas of corruption	48-51

UNGC Advanced level checklist			Comment / Reference / Page
		• Human Resources procedures supporting the anti-corruption commitment or policy, including communication to and training for all employees	36-46, 48-51
		• Internal checks and balances to ensure consistency with the anti-corruption commitment	36-46, 48-51
		• Actions taken to encourage business partners to implement anti-corruption commitments	48-51, 188-197
		• Management responsibility and accountability for implementation of the anti-corruption commitment or policy	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Anti-Corruption-Procedures-th.pdf
		• Communications (whistleblowing) channels and follow-up mechanisms for reporting concerns or seeking advice	48-51, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Anti-Corruption-Procedures-th.pdf
		• Internal accounting and auditing procedures related to anticorruption	48-51, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Anti-Corruption-Procedures-th.pdf
		• Other established or emerging best practices	-
	Criterion 14: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for the integration of anti-corruption		
	Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
		• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	24-29, 48-51, https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2018/06/Anti-Corruption-Procedures-th.pdf
		• Leadership review of monitoring and improvement results	36-46, 48-51
		• Process to deal with incidents	36-46
		• Public legal cases regarding corruption	48-51
		• Use of independent external assurance of anti-corruption programmes	36-46
		• Outcomes of integration of the anti-corruption principle	48-51
		• Other established or emerging best practices	-
Taking Action in Support of Broader UN Goals and Issues	**Criterion 15: The COP describes core business contributions to UN goals and issues**		
	Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
		• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	24-29
		• Align core business strategy with one or more relevant UN goals/issues	https://www.cpall.co.th/sustain/goals/
		• Develop relevant products and services or design business models that contribute to UN goals/issues	https://www.cpall.co.th/sustain/goals/
		• Adopt and modify operating procedures to maximize contribution to UN goals/issues	https://www.cpall.co.th/sustain/goals/
		• Other established or emerging best practices	-

UNGC Advanced level checklist		Comment / Reference / Page
Criterion 16: The COP describes strategic social investments and philanthropy		
Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	24–29, 142–154, 198–206
	• Pursue social investments and philanthropic contributions that tie in with the core competencies or operating context of the company as an integrated part of its sustainability strategy	24–29, 132–141, 142–154, 198–206
	• Coordinate efforts with other organizations and initiatives to amplify—and not negate or unnecessarily duplicate—the efforts of other contributors	132–141, 142–154, 198–206
	• Take responsibility for the intentional and unintentional effects of funding and have due regard for local customs, traditions, religions, and priorities of pertinent individuals and groups	142–154, 198–206
	• Other established or emerging best practices	–
Criterion 17: The COP describes advocacy and public policy engagement		
Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	24–29
	• Publicly advocate the importance of action in relation to one or more UN goals/issues	118–131, 158–173
	• Commit company leaders to participate in key summits, conferences, and other important public policy interactions in relation to one or more UN goals/issues	https://www.cpall.co.th/sustain/sustainability-framework/
	• Other established or emerging best practices	–
Criterion 18: The COP describes partnerships and collective action		
Indicate which of the following best practices are described in your COP:		
	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	24–29, 132–141, 142–154, 188–197, 198–206
	• Develop and implement partnership projects with public or private organizations (UN entities, government, NGOs, or other groups) on core business, social investments and/or advocacy	132–141, 142–154, 198–206,
	• Join industry peers, UN entities and/or other stakeholders in initiatives contributing to solving common challenges and dilemmas at the global and/or local levels with an emphasis on initiatives extending the company's positive impact on its value chain	188–197
	• Other established or emerging best practices	–

UNGC Advanced level checklist		Comment / Reference / Page
Corporate Sustainability Governance and Leadership	**Criterion 19: The COP describes CEO commitment and leadership**	
	Indicate which of the following best practices are described in your COP:	
	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	2-5
	• CEO publicly delivers explicit statements and demonstrates personal leadership on sustainability and commitment to the UN Global Compact	-
	• CEO promotes initiatives to enhance sustainability of the company's sector and leads development of industry standards	-
	• CEO leads executive management team in development of corporate sustainability strategy, defining goals and overseeing implementation	-
	• Make sustainability criteria and UN Global Compact principles part of goals and incentive schemes for CEO and executive management team	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance/
	• Other established or emerging best practices	-
	Criterion 20: The COP describes Board adoption and oversight	
	Indicate which of the following best practices are described in your COP:	
	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	36-46
	• Board of Directors (or equivalent) assumes responsibility and oversight for long-term corporate sustainability strategy and performance	24-29, 36-46
	• Board establishes, where permissible, a committee or assigns an individual board member with responsibility for corporate sustainability.	24-29
	• Board (or committee), where permissible, approves formal reporting on corporate sustainability (Communication on Progress)	21, 24-29
	• Other established or emerging best practices	-
	Criterion 21: The COP describes stakeholder engagement	
	Indicate which of the following best practices are described in your COP:	
	• Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff	24-29, 60-71
	• Publicly recognize responsibility for the company's impacts on internal and external stakeholders	2-5, 24-29, 60-70
	• Define sustainability strategies, goals and policies in consultation with key stakeholders	24-29, 30-33
	• Consult stakeholders in dealing with implementation dilemmas and challenges and invite them to take active part in reviewing performance	60-70
	• Establish channels to engage with employees and other stakeholders to hear their ideas and address their concerns, and protect 'whistle-blowers'	60-70
	• Other established or emerging best practices	-

LR Independent Assurance Statement

Relating to CP ALL Public Company Limited's Sustainability Report for the calendar year 2019

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

Lloyd's Register Quality Assurance Ltd. (LR) was commissioned by CP ALL Public Company Limited (CP ALL) to provide independent assurance on its Sustainability Report 2019 "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 (2008)[1], 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 (2008) of Inclusivity, Materiality and Responsiveness.
- Confirming that the report is in accordance with:
  - GRI Standards (2016) and core option
  - GRI Food Processing sector disclosures
- 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 (2018 edition), 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 (Upstream transport and distribution and business travel only), GRI 305-4 GHG emissions intensity, GRI 306-2 Waste by type and disposal method.
  - *Social*:
    GRI 403-9 to 10 Work-related injuries and ill health (2018 edition) and 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.

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.

LR's responsibility is only to CP ALL. LR 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.

LR's Opinion

Based on LR's approach nothing has come to our attention that would cause us to believe that CP ALL has not, in all material respects:

- Met the requirements above
- Disclosed reliable performance data and information as no errors or omissions were detected
- Covered all the issues that are important to the stakeholders and readers of this report.

The opinion expressed is formed on the basis of a moderate level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier.

Note: The extent of evidence-gathering for a moderate assurance engagement is less than for a reasonable assurance engagement. Moderate assurance engagements focus on aggregated data rather than physically checking source data at sites. Consequently, the level of assurance obtained in a moderate assurance engagement is substantially lower than the assurance that would have been obtained had a reasonable assurance engagement been performed.

LR's approach

LR's assurance engagements are carried out in accordance with our verification procedure. 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.

[1] *GHG quantification is subject to inherent uncertainty.*

- Reviewing CP ALL's process for identifying and determining material issues to confirm that the right issues were included in their report. We did this by benchmarking reports written by CP ALL and its peers to ensure that sector specific issues were included for comparability. We also tested the filters used in determining material issues to evaluate whether CP ALL makes informed business decisions that may create opportunities which contribute towards sustainable development.
- Auditing CP ALL's data management systems to confirm that there were no significant errors, omissions or mis-statements in the report. We did this by reviewing the effectiveness of data handling process, and systems, including those for internal verification. We also spoke with key people in various departments responsible for compiling the data and drafting the report.
- Visiting CP ALL's operations as business representative (CP RAM – Chonburi, Siam Makro – Satorn and Distribution centre - Bangbuatong) 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. However, CP ALL should consider arranging dialogue with all of its stakeholders to understand every parties' growing expectations.
- Materiality: We are not aware of any material issues concerning CP ALL's sustainability performance that have been excluded from the report. It should be noted that CP ALL has established extensive criteria for determining which issue/aspect is material and that these criteria are not biased to the company's management.
- Responsiveness: CP ALL has addressed the concerns of stakeholders in relation to GHG and food related safety. However, we believe that future reports should;
  - disclose safety statistics for manpower under licence operations
  - discuss how CP ALL establishes governance within business partners and supply chains; for example, full compliance with road safety and traffic rules.
- Reliability: Data management systems are considered to be well defined, but the implementation of these systems varies across CP ALL's operational facilities. CP ALL should consider interim verification to further improve the reliability and timeliness of its disclosed data and information.

LR's standards, competence and independence

LR ensures the selection of appropriately qualified individuals based on their qualifications, training and experience. The outcome of all verification and certification assessments is then internally reviewed by senior management to ensure that the approach applied is rigorous and transparent.

This verification is the only works undertaken by LR for CP ALL and as such does not compromise our independence or impartiality.

AA1000 Licensed Assurance Provider 000-11

Opart Charuratana
LR Lead Verifier

Dated: 26 February 2020

On behalf of Lloyd's Register Quality Assurance Ltd.
Lloyd's Register International (Thailand) Limited
14th Floor, Sirinrat Building, 3388/46 Rama IV Road
Klongton, Klongtoey, Bangkok 10110 THAILAND

LRQA reference: BGK00000410

Lloyd's Register Group Limited, its affiliates and subsidiaries, including Lloyd's Register Quality Assurance Limited (LRQA), and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'Lloyd's Register'. Lloyd's Register 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 Lloyd's Register 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. Lloyd's Register 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 © Lloyd's Register Quality Assurance Limited, 2020. A member of the Lloyd's Register Group.

สแกนเพื่อดาวน์โหลด
รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2562

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
www.cpall.co.th