





สารบัญ



ปรัชญาองค์กร

เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้า
ด้วยทีมงานที่มีความสุข



วิสัยทัศน์

เราให้บริการความสะอาด
กับทุกชุมชน



พันธกิจ

สร้างความผูกพันกับลูกค้า
ด้วยสินค้าและบริการที่เปี่ยมด้วย
นวัตกรรม มุ่งสู่องค์กรคุณภาพ
และมีความยั่งยืน

รู้จัก ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย



สารจากใจ
ประธานกรรมการ



สารจากใจ
ประธานกรรมการบริหาร



ถักทอห่วงโซ่คุณค่า
ปรารถนาทุกกลุ่มมีความสุข



เส้นทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ ความยั่งยืน



ต่อยอดปณิธาน
ยุทธศาสตร์สู่ความยั่งยืน



ใส่ใจทุกสาระสำคัญ
เพื่อความยั่งยืนทุกมิติ



HEART (Living Right)

รังสรรค์ธุรกิจ ไปรุ่งใส
เป็นธรรม เท่าเทียม



ธรรมาภิบาล
และการต่อต้านการทุจริต



เคารพและปฏิบัติ
ตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล



การพัฒนาทุนมนุษย์



นวัตกรรม
และการสร้างคุณค่า



การจัดการห่วงโซ่อุปทาน
อย่างรับผิดชอบ



ภาคผนวก



HEALTH (Living Well)

สร้างสรรค์สังคมแกร่ง ชุมชนเข้มแข็ง
กินดี อยู่ดี มีความสุข



การสร้างคุณค่าทางสังคมและ
การสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ



สนับสนุนการศึกษา
และการเรียนรู้ตลอดชีวิต



การเสริมสร้างสุขภาพ
และสุขภาวะที่ดี



การเข้าถึงอาหาร และน้ำ
ที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี



ความผูกพัน
กับผู้มีส่วนได้เสีย



HOME (Living Together)

ปกป้องสิ่งแวดล้อม ปกป้องผืนป่า
ทรัพยากร เอื้ออาทรโลกของเรา



การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ



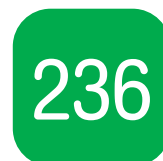
ประสิทธิภาพ
การใช้พลังงาน



การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน



การจัดการขยะอย่างยั่งยืน



การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศ
และความหลากหลายทางชีวภาพ



สารจากใจประธานกรรมการ



นายสุกิต เจียรนนท์

ประธานกรรมการ
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ด้วยปณิธานองค์กรในการร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกันของ ซีพี ออลล์ ซึ่งสอดคล้องกับหลักปรัชญาสามประโยชน์ของ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่จะดำเนินธุรกิจเพื่อตอบแทนคุณแผ่นดิน โดยการสร้างสรรค์ประโยชน์อย่างยั่งยืนต่อประเทศชาติ ต่อประชาชน และต่อองค์กร เราได้มีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ พร้อมทั้งส่งมอบ โอกาสสู่คนในสังคมมาตลอด ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มเปราะบาง ผ่านแนวคิด “ให้โอกาส ให้ช่องทางจำหน่าย ให้คุณภาพชีวิต” ที่เราเป็นผู้ส่งเสริม ให้เกิดการพัฒนาระดับมาตรฐานการผลิต คุณภาพสินค้า และคุณภาพชีวิตตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสร้าง ความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจศาสตร์จุลภาคและเชื่อมโยงไปสู่ระดับ มหาภาค รองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการ มอบโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนและผู้ด้อยโอกาสผ่าน โครงการสานอนาคตการศึกษา CONEXT ED และทุนการศึกษา ปัญญาวิวัฒน์ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสการเข้าถึงการศึกษาอันเป็นสิทธิ ขั้นพื้นฐานของเยาวชนในการสร้างความมั่นคงของชีวิตและทำให้ สามารถพึ่งพาตนเองได้ พร้อมทั้งผนวกองค์ความรู้ด้านการจัดการ สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการเรียนรู้ด้วย

กว่า 2 ปี ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควิด 19 จนถึงปัจจุบัน ซีพี ออลล์ อันประกอบด้วยผู้บริหาร เพื่อนพนักงาน คู่ค้า ลูกค้าและผู้มีส่วนร่วมในสังคมตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ได้ร่วมแรงร่วมใจกันเพื่อช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบและฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชนอย่างไม่ย่อท้อ ทำให้ภาพการฟื้นฟูจากผลกระทบดังกล่าวชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ ตอกย้ำเจตนารมณ์การเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยอย่างยั่งยืน

ซีพี ออลล์ ได้ยกระดับแผนยุทธศาสตร์ทางด้านความยั่งยืนขององค์กร ให้มีความสอดคล้องกับบริบทความยั่งยืนของโลกที่ท้าทายมากยิ่งขึ้น ทั้งการเสริมความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทาน ลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การบังคับใช้นโยบายระดับชาติที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ และการก้าวเข้าสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลยุคใหม่ โดยกำหนดเป็นนโยบายและประกาศ 15 เป้าหมาย ความยั่งยืนระยะยาว ปี 2564-2573 พร้อมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการขับเคลื่อนเป้าประสงค์ทางด้านความยั่งยืน เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นในการบริหารงานภายใต้หลักการบรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณธุรกิจอย่างเคร่งครัด ควบคู่กับการส่งมอบคุณค่าให้กับสังคมและร่วมกันรักษาสิ่งแวดล้อม

สุดท้ายนี้ ด้วยความร่วมมือร่วมใจของเพื่อนร่วมงานทุกคน และผู้มีส่วนร่วมในสังคมตลอดห่วงโซ่อุปทาน จะส่งผลให้เราสามารถขับเคลื่อนและบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างประโยชน์ให้กับประเทศชาติ ประชาชน และองค์กรอย่างยั่งยืน 😊



**สอดคล้องกับบริบทความยั่งยืนของ
โลกที่ท้าทายมากยิ่งขึ้น ทั้งการเสริม
ความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทาน
ลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ การบังคับใช้
นโยบายระดับชาติที่อาจส่งผลต่อ
การดำเนินธุรกิจ และการก้าวเข้าสู่
การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลยุคใหม่
โดยกำหนดเป็นนโยบาย และประกาศ
15 เป้าหมายความยั่งยืน ระยะยาว
ปี 2564-2573 พร้อมทั้งส่งเสริม
การมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการ
ขับเคลื่อนเป้าประสงค์ทางด้าน
ความยั่งยืน เพื่อแสดงถึงความ
มุ่งมั่นในการบริหารงานภายใต้
หลักการบรรษัทภิบาลและ
จรรยาบรรณธุรกิจอย่างเคร่งครัด
ควบคู่กับการส่งมอบคุณค่าให้กับ
สังคมและร่วมกันรักษาสิ่งแวดล้อม**



สารจากใจประธานกรรมการบริหาร



นายก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์
ประธานกรรมการบริหาร
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ในปี 2564 ถือเป็นช่วงเวลาแห่งความท้าทายที่บริษัทและผู้มีส่วนได้เสียได้ร่วมกันรับมืออย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ภายใต้มาตรการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ส่งผลให้กิจกรรมทางสังคมถูกจำกัด บริษัทได้ดำเนินการผลักดันให้เกิดบริการใหม่ 7Delivery ส่งมอบสินค้าปลอดภัยถึงบ้านผู้บริโภค ภายใต้มาตรการทางด้านความปลอดภัยสูงสุด ควบคู่ไปกับการจัดหาสินค้าเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดและการเฝ้าระวังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 เช่น หน้ากากอนามัย และชุดตรวจหาแอนติเจนที่ได้รับการรับรองคุณภาพ ในราคาที่เหมาะสม ซึ่งถือเป็นหนึ่งในความสำเร็จที่บริษัท ได้ผลักดันและบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคม

นอกจากนี้ ภายใต้การดำเนินการทางด้านความยั่งยืนอย่างเข้มข้น ซีพี ออลล์ ยังคงได้รับการยอมรับจากหน่วยงานระดับสากล ก้าวสู่การเป็นผู้นำทางด้านความยั่งยืน โดยได้รับการประเมินเข้าเป็นสมาชิกของดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices : DJSI) ลำดับที่ 1 ในกลุ่มอุตสาหกรรมค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค (Food & Staples Retailing) และคงสถานะการเป็นสมาชิกอย่างต่อเนื่อง เป็นปีที่ 5 ตอกย้ำความตั้งใจในการส่งเสริมความยั่งยืนให้เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงผลักดันยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืนไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง จนสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างน่าพอใจ

จากความสำเร็จด้านความยั่งยืนที่บริษัทได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices : DJSI) นั้น ทำให้เรามีความเชื่อมั่นว่าธุรกิจที่เติบโตได้อย่างยั่งยืนนั้น จะให้ความสำคัญและรักษาสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อม สังคม และ

ธรรมชาติไปพร้อม ๆ กัน โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างทั่วถึง ซึ่งการที่องค์กรได้เป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จด้านความยั่งยืนนั้น จึงเป็นอีกปัจจัยที่สร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนพิจารณาลงทุน ตามปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม การกำกับดูแลกิจการ (ESG) ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินของบริษัท เพื่อสร้างผลตอบแทนอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

นอกจากนี้ เรามุ่งดำเนินงานด้านการส่งเสริมสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการบรรจุภัณฑ์ การจัดการขยะพลาสติกที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง การจัดการขยะอาหาร การลดผลกระทบและเตรียมรับมือการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น อีกทั้ง เรายังมุ่งดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนตามหลักสากล เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความเท่าเทียมภายในองค์กร พร้อมกันนี้ เราตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจ ภายใต้อัตลักษณ์ “ซื่อสัตย์ โปร่งใส ยุติธรรม คำนึงถึงชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม” เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม บนพื้นฐานค่านิยม 3 ประโยชน์ ตอบโจทย์ “ประเทศชาติ ประชาชน และองค์กร” อีกทั้งมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียในทุกมิติ เพื่อก้าวไปสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน ภายใต้อัตลักษณ์ “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน” มาอย่างต่อเนื่องกว่า 34 ปี และด้วยการผสมผสานแนวคิดทางด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงาน พวกเราเชื่อมั่นในการก้าวต่อไป เพื่อเข้าสู่การประกอบธุรกิจในโลกยุคใหม่อย่างยั่งยืน 😊



เราตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจภายใต้อัตลักษณ์ “ซื่อสัตย์ โปร่งใส ยุติธรรม คำนึงถึงชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม” เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม บนพื้นฐานค่านิยม 3 ประโยชน์ ตอบโจทย์ “ประเทศชาติ ประชาชน และองค์กร” อีกทั้ง มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียในทุกมิติ เพื่อก้าวไปสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน ภายใต้อัตลักษณ์ “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน” มาอย่างต่อเนื่องกว่า 34 ปี และด้วยการผสมผสานแนวคิดทางด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงาน พวกเราเชื่อมั่นในการก้าวต่อไป เพื่อเข้าสู่การประกอบธุรกิจในโลกยุคใหม่อย่างยั่งยืน



รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2564
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



#คนไทยไม่ทิ้งกัน

เป็น “เพื่อนบ้าน” ที่ชุมชนปรารถนา



ไม่ว่าร้านชุมชนอย่าง 7-Eleven จะตั้งอยู่ที่ใด
ก็ป็นอ้อม อาหารน้ำใจให้กับชุมชน ซึ่งเป็นทั้งเพื่อนบ้าน ลูกค้าและคู่ค้าคนสำคัญ
เป็นมือที่ยื่นไปประคับประคอง เป็นโอกาสที่ออกงานแม่ในยามวิกฤต
เราจะก้าวผ่านไปด้วยกัน





“คนไทยไม่ทิ้งกัน” เซเว่น อีเลฟเว่น จับมือ PPTV ส่งมอบอาหารพร้อมทาน 20,000 กล่อง ให้ศูนย์พักคอยผู้ป่วย วิกฤต-พายุ

09/08/2564



เซเว่น อีเลฟเว่น อยู่เคียงข้างคนไทย สู้ภัยโควิด-19 เดินหน้าส่งมอบของใช้จำเป็นในระลอก 3 ต่อเนื่อง

08/07/2564



“อีจัน x 7-Eleven x โฟร์โสต” เดินหน้าสนับสนุนแม่กักตัว

20/08/2564



เสียงจากชุมชนถึง “ครึ่งปีอันอบอุ่น” เซเว่น อีเลฟเว่น” ช่วยอ้อมท้องในยามวิกฤต

09/09/2564



“เซเว่น อีเลฟเว่น” กับนโยบาย ช่วยสังคมฝ่าวิกฤตทุกมิติ ผ่านโครงการ “คนไทยไม่ทิ้งกัน”

21/06/2564





<https://www.cpall.co.th/category/news/csr>



“ชวนปลูกข้าว” จัดกิจกรรม
“หนังสือในยุคนิวอร์มอล” พร้อมมอบ
รางวัล และแสดงความยินดีผู้ได้รับ
รางวัลชวนปลูกข้าว 2564
ผ่านช่องทางออนไลน์

02/09/2564



ซีพี ออลล์ เดินหน้าโครงการ “ชวน
อัลเฟว่น กองทุน SME” สู้ภัยโควิด-19
ตั้งเป้ายกระดับ SME กว่า 1,000 ราย

18/05/2564



ซีพี ออลล์ ประกาศภารกิจช่วยเหลือ
และสนับสนุนผู้ประกอบการรายกลาง
และรายเล็ก เดินหน้าโครงการ
ชวน อัลเฟว่น กองทุน SME
ผ่าน 3 กลยุทธ์หลัก

15/07/2564



เปิดแล้ว! ชวน อัลเฟว่น สาขาแรกใน
“กัมพูชา” ร่วมส่งเสริมสิ่งแวดล้อม
หนุนชุมชนและสังคม

30/08/2564



“แอปพลิเคชันเพื่อเด็กออทิสติก”
โอเดียเจ๋งๆ จากเยาวชนไทย แชมป์
Creative AI Camp By CP ALL ปี 3

14/06/2564





#คนไทยไม่ทิ้งกัน

เป็น “เพื่อนแท้” ที่จับมือไปด้วยกัน



ลมหายใจเอสเอ็มอีและเกษตรกรไทยไม่สิ้นสุด
เมื่อมีเพื่อนแท้ ให้ช่องทางขายที่เข้มแข็ง ให้ความรู้ และให้การสนับสนุน
ช่วยขยายโอกาส สร้างความหวังใหม่ให้ชีวิตก้าวไปได้ต่อ
โอกาสดี ๆ เกิดขึ้นได้ทุกวัน จับเคลื่อนเศรษฐกิจ
เติบโตอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน





รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2564
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



#คนไทยไม่ทิ้งกัน

เป็น “เพื่อนกัน” อยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน



สิ่งแวดล้อมได้รับการเยียวยาและอนุรักษ์อย่างเป็นรูปธรรม
เพราะความจริงจิงดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ ใส่ใจสรรพชีวิตในระบบนิเวศ
 อีกทั้งการสานพลังความร่วมมือบนเส้นทาง 7 Go Green
 ปูทางสร้างสรรค์โอกาสในการสร้างโลกที่น่าอยู่
 และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน





เซเว่น อีเลฟเว่น รุกนโยบาย 7 Go Green Mission 2021 เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง เปลี่ยนเสื้อพนักงานผลิตจากขวดพลาสติกรีไซเคิลรับวันสิ่งแวดล้อมโลก

05/06/2564



“เซเว่น อีเลฟเว่น” คว้างรางวัลโครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSi) ในระดับโดดเด่นประจำปี 2564

13/09/2564



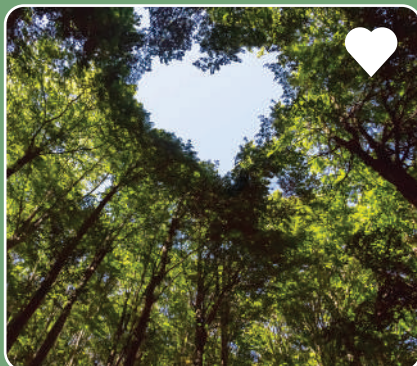
เซเว่น อีเลฟเว่น ให้บริการ “แก้วรักษ์โลก” หรือแก้วกระดาษที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ แทนแก้วพลาสติก

05/06/2564



เซเว่น อีเลฟเว่น ต้อนรับวันสิ่งแวดล้อมโลก! ทำเสื้อพนักงานผลิตจากขวดพลาสติกรีไซเคิล

05/06/2564



ต้อนรับวันสิ่งแวดล้อมโลก! ด้วย Green packaging ที่เซเว่น อีเลฟเว่น

05/06/2564





ถักทอห่วงโซ่คุณค่าปราศจากทุกกลุ่มมีความสุข



รายได้รวม

587,597 ล้านบาท

สัดส่วนรายได้

ธุรกิจร้านสะดวกซื้อและธุรกิจอื่น ๆ

ร้อยละ **58**

ธุรกิจค้าส่งแบบเช่าระบบและบริการตนเอง

ร้อยละ **42**

กำไรสุทธิ

12,985 ล้านบาท

ร้าน 7-Eleven

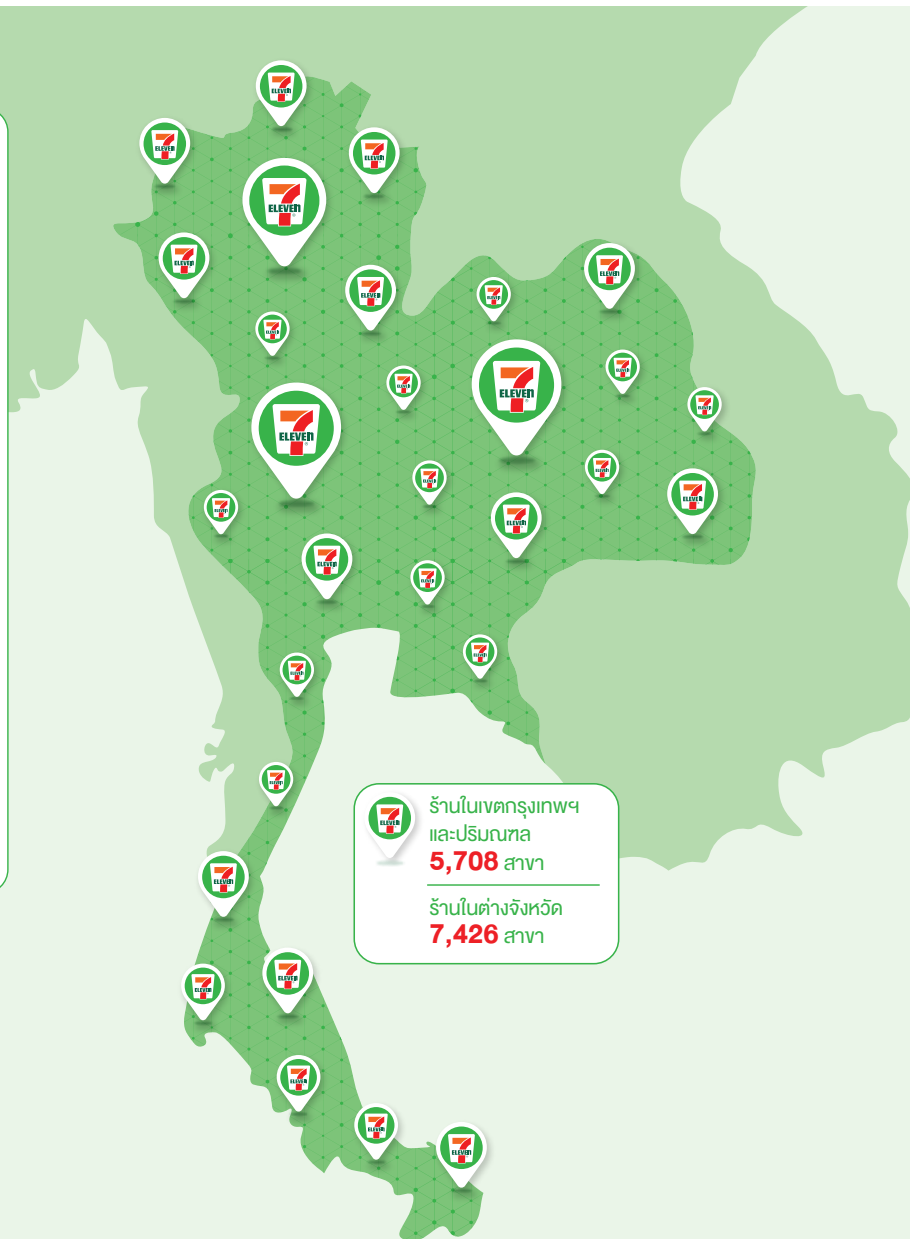
13,134 สาขา ทั่วประเทศ

ศูนย์จำหน่ายเมล็ดโคโร

149 สาขา

พนักงานทั้งหมด

103,257 ราย



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) เป็นผู้ดำเนินธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อที่มุ่งมั่นส่งมอบสินค้าและบริการที่สะดวกสบายให้แก่ลูกค้าในทุกพื้นที่ของชุมชน ภายใต้เครื่องหมายการค้า “เซเว่นอีเลฟเว่น” ให้บริการในประเทศไทยมาตลอด 34 ปี ผ่านช่องทางการให้บริการที่หลากหลายทั้งช่องทางออนไลน์ ออฟไลน์ และบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน เพื่อส่งมอบประสบการณ์การเข้าถึงสินค้าและบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า อีกทั้งบริษัทยังเป็นสะพานเชื่อมต่อห่วงโซ่คุณค่าตลอดทั้งสายผ่านการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ อาทิ สร้างอาชีพให้กับเกษตรกร สร้างโอกาสทางการขายให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย ส่งเสริมผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการ และกลุ่มเปราะบาง ตลอดจนการให้โอกาสทางการศึกษา

ปัจจุบันโครงสร้างธุรกิจของบริษัทแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ ธุรกิจค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง และธุรกิจอื่น ๆ โดยแบ่งเป็น 8 หน่วยธุรกิจย่อย ดังนี้

ธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ



เซเว่นอีเลฟเว่น และ เซเว่นเดลิเวอรี่

บริการสะดวกซื้อครบวงจรทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ และบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ด้วยสินค้าสดใหม่ หลากหลาย อาหารและผัก ผลไม้พร้อมรับประทาน เครื่องดื่มมากมาย

รายละเอียดเพิ่มเติม www.7eleven.co.th



คิตสัส

มุมเบเกอรี่ พิซซ่าอบสด ที่ทำสดใหม่ทุกวัน พร้อมกาแฟสดจากบาริสต้ามืออาชีพ และเครื่องดื่มหลากหลายจากวัตถุดิบคุณภาพ



ออลล์ คาเฟ่

บริการเครื่องดื่ม กาแฟสดพร้อมเสิร์ฟ



เบลลีนี เบค แอนด์ บรู

เบเกอรี่ คาเฟ่ ระดับพรีเมียม สร้างสรรค์เมนูเบเกอรี่อบสดและอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดยปาดิซึแย (Patisserie) มืออาชีพ รวมถึงกาแฟสดระดับพรีเมียม

www.bellinee.co.th



ร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส

ร้านยาเพื่อชุมชน จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยา อาหารเสริม เวชสำอาง อุปกรณ์การแพทย์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยมีเภสัชกรเป็นผู้ให้คำปรึกษาและแนะนำ

www.exta.co.th



Catalog - SOP 24 Amulet

บริษัท ทเวนตีโฟร์ ซ้อปิง จำกัด

บริการ สั่ง จ่าย รับ สินค้าและบริการ ผ่านช่องทางที่หลากหลายด้วยรูปแบบ O2O สนุกและสะดวก ตลอด 24 ชั่วโมง



01

บริการร้านสะดวกซื้อ



บริษัท ออลล์ เวลเนส จำกัด

บริการด้านการดูแลสุขภาพด้วยนวัตกรรมดิจิทัล และสร้างความสะดวกในการดูแลสุขภาพให้กับชุมชน รวมถึงให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์



บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด

ตัวแทนจำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์แบบครบคลุมครบครันสำหรับธุรกิจค้าปลีกและร้านสะดวกซื้อแบบครบวงจร พร้อมบริการหลังการขาย

ที่ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

www.cpretailink.co.th



กาแฟมวลชน

ดำเนินธุรกิจร้านกาแฟภายใต้แนวคิด กาแฟสร้างอาชีพเพื่อสังคมและชุมชน ที่ร่วมส่งเสริมสนับสนุนอาชีพ ผ่านโครงการอบรมกาแฟสร้างอาชีพเพื่อสังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปัจจุบัน

ธุรกิจค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง

02
บริการด้านค้าส่งmakro
คู่คิดธุรกิจคุณ

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ศูนย์จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง ภายใต้ชื่อ “แม็คโคร” มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม และธุรกิจจัดเลี้ยง รวมถึงองค์กรของรัฐ ผู้ประกอบอาชีพอิสระและผู้ประกอบการธุรกิจอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังประกอบธุรกิจนำเข้า ส่งออก และจำหน่ายสินค้าอาหารแช่แข็งและแช่เย็น พร้อมบริการด้านจัดเก็บและจัดส่งภายใต้การบริหารจัดการของกลุ่มธุรกิจฟู๊ดเซอร์วิสในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและตะวันออกกลาง ด้วยระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพระดับพรีเมียม

www.siammakro.co.th

ธุรกิจอื่น ๆ



บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด

บริการตัวแทนรับชำระค่าสินค้า บริการ ตัวแทนธนาคารให้บริการรับฝาก ถอน โอนเงิน ยืนยันตัวตน เพื่อเปิดบัญชีใหม่ และเป็นนายหน้าประกันชีวิตและประกันวินาศภัย ตลอด 24 ชั่วโมง ที่ร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ

www.counterservice.co.th03
บริการด้านการเงิน

บริษัท ไทยสมาร์ตการ์ด จำกัด

บริการบัตรเงินสดดิจิทัล และเทคโนโลยีสมาร์ทชิพ เพื่อใช้ในการชำระเงินในยุคนดิจิทัล

www.thaismartcard.co.th

บริษัท ซีพีแรม จำกัด

ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทานและเบเกอรี่ จัดจำหน่ายที่ 7-Eleven และร้านค้าชั้นนำทั่วประเทศ รวมถึงส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยมีสินค้าและบริการกว่า 900 รายการ (SKUs) อาทิ แบรินด์เจดตราก้อน แบรินด์เลอแปง แบรินด์เดลิไทย แบรินด์เดลิกาเซีย แบรินด์ซีพีแรม แคทเทอร์ริง

www.cpram.co.th04
บริการผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่
อาหารพร้อมรับประทาน
อาหารแช่แข็ง

บริษัท ซีพี ฟู๊ดแล็บ จำกัด

บริการปรึกษาและวิเคราะห์ทดสอบผลิตภัณฑ์ด้านอาหารให้กับกลุ่มธุรกิจและบริษัทอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลาง ในการประสานงานร่วมมือด้านวิจัยพัฒนา กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

ธุรกิจอื่น ๆ



บริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด

ดำเนินธุรกิจลงทุนด้านการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 สถาบันการศึกษา ดังนี้



โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)

โรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน เน้นการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning สไตล์ฟินแลนด์ โดดเด่นเรื่องการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมการเรียนรู้ นอกจากนี้ ยังได้รับรางวัล “Apple Distinguished School (ADS)” แห่งแรกของโรงเรียนมัธยมในประเทศไทย

www.satit.pim.ac.th



วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

สถานศึกษาประเภทอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) โดยมีการจัดการเรียนการสอนรูปแบบทวิภาคี เรียนทฤษฎีในสถานศึกษา เรียนภาคปฏิบัติในสถานประกอบการ เพื่อผลิตบุคลากรเข้าสู่ตลาดอาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ

www.panyapiwat.ac.th



สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม)

สถาบันอุดมศึกษา ที่เน้นเสริมสร้างประสบการณ์การทำงานให้แก่ นักศึกษาอย่างจริงจังและครบถ้วน โดยเน้นรูปแบบการเรียนทฤษฎีควบคู่กับการฝึกปฏิบัติตรงกับสาขาวิชาที่เรียน (Work-based Education) เพื่อสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพสู่สังคม

www.pim.ac.th





05

บริการด้านการศึกษา



ปัญญาธारा

**บริษัท ปัญญาธारा จำกัด
และ บริษัท ออลล์ ทรนนิ่ง จำกัด**

บริการด้านการฝึกอบรม การพัฒนาบุคลากร และสัมมนาแบบครบวงจร โดยออกแบบและพัฒนาการเรียนรู้อันตอบสนองกับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ด้วยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ ทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติในธุรกิจค้าปลีก

www.panyatara.co.th

ธุรกิจอื่น ๆ



06

บริการด้านสารสนเทศ



บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริการคำแนะนำและพัฒนาซอฟต์แวร์ให้มีประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของกลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ในประเทศไทย

www.gosoft.co.th


07

บริการด้านสื่อสารการตลาด



บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด

ศูนย์รวมการบริการสื่อสารระดับมืออาชีพแบบ One Stop Service ให้บริการด้านการออกแบบโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี พร้อมทั้งให้บริการจัดอีเวนต์และกิจกรรมทางการตลาด สนับสนุนลูกค้าให้บรรลุถึงเป้าหมายทางธุรกิจ


บริษัท ออลล์ นาว
แมนเนจเม้นท์ จำกัด

บริการให้คำปรึกษาด้านการจัดการคลังสินค้าและโลจิสติกส์แบบครบวงจรด้วยการออกแบบคลังสินค้าที่ได้มาตรฐานพร้อมระบบบริหารการจัดเก็บสินค้าเพื่อการจัดเก็บรวบรวมและกระจายสินค้าในทีเดียวตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

www.allnowgroup.com


08

บริการด้านการบริหารโลจิสติกส์



บริษัท ออลล์ นาว โลจิสติกส์ จำกัด

บริการโลจิสติกส์แบบครบวงจร โดยขนส่งสินค้าด้วยรถขนส่งทุกประเภทผ่านท่าบริการขนส่งข้ามแดน และบริการขนส่งพัสดุขนาดเล็กผ่านร้าน 7-Eleven โดยลูกค้าสามารถส่งและรับพัสดุได้ที่ร้าน 7-Eleven ตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจุบัน ประกอบไปด้วย 2 บริการ ได้แก่ SPEED-D และ Rider (7Delivery)

www.allnowgroup.com

ทั้งนี้ รายละเอียดในหัวข้อย่อยต่อไปนี้อาจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทได้จากรายงานประจำปี 2564 ของบริษัท



การดำเนินธุรกิจของบริษัท



ขนาดขององค์กร



งบการเงิน

ช่องทางการติดต่อ

หากท่านต้องการสอบถามข้อมูลหรือมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้สามารถติดต่อได้ที่สำนักบริหารความยั่งยืนองค์กร สายงานพัฒนาความยั่งยืน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

สำนักงานใหญ่ เลขที่ 313 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

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

อีเมล: SDstrategyoffice@cpall.co.th

เว็บไซต์: www.cpall.co.th



เส้นทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ตลอดระยะเวลา 34 ปี บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัทฯ”) มุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อความสะดวกและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชน สังคม แต่ละอย่างก้าวของความสำเร็จ บริษัทคำนึงถึงการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศและการพัฒนาอย่างยั่งยืน เคล็ดลับที่สำคัญคือ จิตใจที่มุ่งมั่น การลงมือทำอย่างต่อเนื่อง และเพื่อนร่วมอุดมการณ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ ประชาชน และบริษัท สามารถเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน ด้วยปณิธาน “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน”

2531

ก่อตั้งบริษัท ซี.พี.คอนเวเนียนสโตร์ จำกัด ภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven”

2532

เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ซี.พี. เซเวนอีเลฟเว่น จำกัด และเปิดร้านสาขาแรกที่ซอยพัฒนาพงษ์

2541

ประกาศนโยบาย “มุ่งสู่องค์กรคุณภาพทั่วทั้งองค์กร” และวางรากฐานองค์กรคุณภาพ

2542

จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยบริษัท มหาชน จำกัด

2545

ประกาศนโยบาย “มุ่งสู่การพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ”

2546

จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ในระบบซื้อขาย “CP7-11”

2547

- เข้าร่วมประเมินและได้รับรางวัลบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC)
- จัดตั้ง บริษัท ศึกษาวิจัยต้น จำกัด มอบโอกาสในการศึกษาเรียนรู้แก่เยาวชนในสังคม

2550

เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และเปลี่ยนชื่อย่อหลักทรัพย์ในระบบซื้อขายเป็น “CPALL”

2552

ประกาศนโยบาย “มุ่งส่งองค์กรแห่งนวัตกรรม”

2554

มุ่งนำพาองค์กรก้าวสู่ความเป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม และคำนึงถึงการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า ภายใต้ยุทธศาสตร์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม “7 Go Green”

2556

เข้าซื้อกิจการ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าระบบสมาชิกแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง

2557

เข้าร่วมประเมินและได้รางวัลบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC)

2558

แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร

2559

- เข้าร่วมเป็นสมาชิก The United Nation Global Compact : UNGC
- จัดตั้งหน่วยงานพัฒนาความยั่งยืนและเริ่มจัดทำรายงานด้านความยั่งยืนตามกรอบการรายงานสากล (GRI)
- แต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ความยั่งยืน กลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย
- แต่งตั้งคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาล

2560

- ประกาศนโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน และนโยบายย่อยที่เกี่ยวข้อง
- เข้าร่วมประเมินและได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มตลาดเกิดใหม่
- ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกของคณะกรรมการแนวร่วมปฏิวัติของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านการทุจริต
- มีการตรวจสอบการค้าเป็นงานด้านสิทธิมนุษยชน ตามหลักการสิทธิมนุษยชนสากล

2561

- ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ระดับโลก รวมถึงเป็นสมาชิกกลุ่มตลาดเกิดใหม่ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2
- ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในดัชนี FTSE4GOOD จัดโดย FTSE Russell
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100
- ร่วมขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน “สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (GCNT)”
- สื่อสารจริยธรรมและแนวปฏิบัติทางธุรกิจสู่ความยั่งยืนให้กับคู่ค้า
- จัดอบรมให้ความรู้กับคู่ค้าเรื่องการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

2562

- ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดยได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกระดับโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 และเป็นสมาชิกกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 พร้อมทั้งเป็นผู้นำอุตสาหกรรม (Industry Leader)
- ได้รับการจัดอันดับระดับ FTSE4GOOD จัดโดย FTSE Russell
- ได้รับการจัดอันดับระดับ B หรือเทียบเท่า Leadership Level ในการเปิดเผยข้อมูลคาร์บอน (Carbon Disclosed Project : CDP)
- ได้รับการจัดอันดับที่ BBB (ช่วงระดับ “AAA” to “CCC”) ในการประเมินความยั่งยืนจาก MSCI ESG Research
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2
- ได้รับรางวัล SET Awards ประเภทรางวัล Highly Commended
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2
- ลงนามบันทึกข้อตกลง “โครงการพัฒนาเมืองคาร์บอนต่ำ (Low Carbon City)” กับ UNDP

2563

- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ทั้งในระดับโลก ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 และกลุ่มตลาดเกิดใหม่ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4
- ได้รับการจัดอันดับระดับ A- หรือเทียบเท่า Leadership Level ในการเปิดเผยข้อมูลคาร์บอน (Carbon Disclosed Project : CDP)
- ได้รับการจัดอันดับที่ BBB (ช่วงระดับ “AAA” to “CCC”) ในการประเมินความยั่งยืนจาก MSCI ESG Research
- เป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3
- ทบทวนกรอบเป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนดำเนินการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2564-2573
- จัดตั้งหน่วยงานบริหารกำกับชื้อกระแจก
- ได้รับการรับรองต่ออายุสมาชิกจาก CAC เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2563
- แต่งตั้งคณะกรรมการโครงการปลูกต้นไม้ต้นเพื่อชุมชนยั่งยืน



2564

- ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 โดยได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกระดับโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 และเป็นสมาชิกกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 พร้อมทั้งเป็นผู้นำอุตสาหกรรม (Industry Leader)
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4GOOD กลุ่ม Food & Drug Retailers ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าค่าอุตสาหกรรมในทุกมิติ
- ได้รับการจัดอันดับระดับ B หรือเทียบเท่า Management Level องค์กรที่การค้าดำเนินธุรกิจและมีกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นเรื่องลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศในระบบห่วงโซ่อุปทานของบริษัท ในการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมตาม Carbon Disclosure Project (CDP)
- ได้รับการจัดอันดับที่ BBB (ช่วงระดับ “AAA” to “CCC”) ในการประเมินความยั่งยืนจาก MSCI ESG Research
- เป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4
- ได้รับรางวัล SET Awards ประเภทรางวัล Highly Commended
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4
- ได้รับรางวัลโครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSI) ในระดับโดดเด่น
- จัดตั้งคณะกรรมการเอสเอ็มอี (SMEs) และคณะกรรมการขับเคลื่อนศูนย์ 7 สนับสนุนเอสเอ็มอี (SMEs)

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2564



ความก้าวหน้า การดำเนินงานสู่เป้าหมาย ความยั่งยืนปี 2573

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ระยะที่ 2 ปี 2564-2573 ที่กำหนดไว้ โดยสรุปความก้าวหน้าของการดำเนินงานปี 2564 ได้ดังนี้

Heart : Living Right

<p>ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต</p> <p>ได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการโดยสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลหรือเทียบเท่า</p>	<p>เป้าหมาย ดีเลิศ</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน ดีเลิศ</p>
<p>เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล</p> <p>ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนตามแนวทางขององค์การสหประชาชาติ ครอบคลุมการดำเนินงานของบริษัทและคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง</p>	<p>เป้าหมาย ร้อยละ 100</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100</p>
<p>การพัฒนาทุนมนุษย์</p> <p>ผู้นำและพนักงานมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้และกิจกรรมด้านความยั่งยืน</p>	<p>เป้าหมาย ร้อยละ 100</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100</p>
<p>นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า</p> <p>รายได้จากนวัตกรรมสินค้า บริการ ธุรกิจใหม่ และกระบวนการ</p>	<p>เป้าหมาย ร้อยละ 20</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 8.40</p>
<p>การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ</p> <p>คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Supplier) ที่มีความเสี่ยงสูง (High Risk Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้องถูกตรวจประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง</p>	<p>เป้าหมาย ร้อยละ 100</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 94.69</p>

Health : Living Well

<p>การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ</p> <p>พัฒนาทักษะ ส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการรายย่อย เกษตรกร และกลุ่มเปราะบาง</p>	<p>เป้าหมาย 250,000 ราย</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน 200,411 ราย</p>
<p>สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต</p> <p>สนับสนุนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ เทคโนโลยีและอาชีพที่จำเป็น</p>	<p>เป้าหมาย 500,000 ราย</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน 272,200 ราย</p>
<p>การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี</p> <p>เพิ่มสัดส่วนจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่มุ่งเน้นสุขภาพและโภชนาการที่ดี</p>	<p>เป้าหมาย ร้อยละ 25</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 19.40</p>
<p>การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี</p> <p>สนับสนุนให้ผู้กักตุนและกลุ่มคนยากจนและกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงอาหารน้ำที่ปลอดภัยและมีสุขภาวะที่ดี</p>	<p>เป้าหมาย 5,000,000 ราย</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน 891,078 ราย</p>
<p>ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย</p> <p>ระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย</p>	<p>เป้าหมาย ร้อยละ 80</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 86</p>

Home : Living Together

<p>การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ</p> <p>มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573</p>	<p>เป้าหมาย Carbon Neutral</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 4.16</p>
<p>ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน</p> <p>ควบคุมการเติบโตการใช้พลังงานรวมสุทธิให้ลดลงเปรียบเทียบกับกรณีปกติ</p>	<p>เป้าหมาย ร้อยละ 25</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 1.68</p>
<p>การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน</p> <p>บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัทสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ</p>	<p>เป้าหมาย ร้อยละ 100</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 85.09</p>
<p>การจัดการขยะอย่างยั่งยืน</p> <p>ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้งและลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินการของบริษัท</p>	<p>เป้าหมาย ร้อยละ 100</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 57.98</p>
<p>การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ</p> <p>ทุกพื้นที่การดำเนินงานมีโครงการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ หรือองค์กรอิสระภายนอก</p>	<p>เป้าหมาย ร้อยละ 100</p> <hr/> <p>ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 87.18</p>

รางวัลและความภาคภูมิใจ ปี 2564

<https://www.cpall.co.th/sustain/award>

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

01

ซีพี ออลล์ ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ ที่มีคะแนนประเมินสูงสุด เป็นผู้นำอุตสาหกรรม (Industry Leader) ของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 โดยได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกระดับโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 และเป็นสมาชิกกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5



02

ซีพี ออลล์ ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในดัชนี FTSE4Good Index กลุ่ม Emerging และ FTSE4 Good ASEAN 5 อุตสาหกรรม Food Retailers & Wholesalers ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยมีคะแนนติดอันดับสูงสุด 1 ใน 5 บริษัทชั้นนำทั่วโลก (ดัชนี FTSE4Good Index จัดทำโดย FTSE Russell)



03

ซีพี ออลล์ ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในดัชนีหุ้นยั่งยืน Thailand Sustainability Investment (THSI) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยพิจารณาจากผลการดำเนินการในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งทำการคัดเลือกโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



04

ซีพี ออลล์ ได้รับคัดเลือกให้เป็นบริษัทใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 กลุ่มบริการ ประจำปี 2564 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 จากสถาบันไทยพัฒนา ซึ่งทำการประเมินบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล



05

ซีพี ออลล์ ได้รับรางวัล SET Awards 2021 ในกลุ่มรางวัล Sustainability Excellence ประเภท Highly Commended in Sustainability Awards เป็นรางวัลที่มอบให้กับบริษัทจดทะเบียนที่ดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี คำนี้ถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน



06

ซีพี ออลล์ ได้รับการจัดอันดับในการประเมินความยั่งยืน ESG Ratings ที่ BBB (มาตราส่วน AAA-CCC) จาก MSCI (Morgan Stanley Capital International)



07

ซีพี ออลล์ ได้รับการจัดอันดับระดับ B หรือเทียบเท่า Management Level สะท้อนถึงการเป็นองค์กรที่มีการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นเรื่องลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศในระบบห่วงโซ่อุปทานของบริษัท จัดอันดับโดยองค์กรประเมินความยั่งยืนที่มีมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลและเป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากล CDP ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



08

ซีพี ออลล์ รับรางวัลโดดเด่น ผลการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSI) ประจำปี 2564 โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก.



09

ซีพี ออลล์ ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณ องค์กรสนับสนุนคนพิการดีเด่น ระดับดีเยี่ยม จากการเป็นองค์กรที่สนับสนุนงานคนพิการมาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 5 ปี โดยกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ในงานวันคนพิการสากล ปี 2564



10

ซีพี ออลล์ ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการให้อยู่ในระดับดีเลิศ (Excellent CG Scoring) จากการเปิดเผยรายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน



11

ซีพี ออลล์ ได้รับรางวัล “Best Overall Investor Relations (Large Cap)” จากนิตยสาร IR Magazine ในงานประกาศผลรางวัล IR Magazine Awards – South East Asia 2021



12

ซีพี ออลล์ ได้รับรางวัล Change Agent Award 2021 เป็นการประกาศเกียรติคุณบริษัทที่ผ่านการรับรองจาก CAC และมีการชักชวนลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการ SME เข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์กับ CAC มากกว่า 10 บริษัทใน 1 ปี



13

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ได้รับรางวัลเกียรติยศ CSR-DIW และ CSR-DIW Continuous ประจำปี 2564 สะท้อนถึงองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และชุมชนที่อยู่อาศัยบริเวณโดยรอบให้เติบโตไปด้วยกัน ภายใต้สภาวะแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน จัดขึ้นโดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม



14

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ได้รับรางวัลในฐานะองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2564 ในประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ จากการมีสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงยุติธรรม



15

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดกระบัง) ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมสีเขียว ส่งเสริมสถานประกอบการเพื่อมุ่งสู่การเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 4-5 ปี 2563-2564



16

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลำพูน) เข้ารับรางวัลเกียรติยศสถานประกอบการกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2564 ระดับประเทศ (ระดับทอง) ปีที่ 1 และรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2564 ระดับประเทศ ปีที่ 1



17

บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้รับรางวัล “นวัตกรรมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Thailand HR Innovation Award 2021)” ต่อเนื่อง 2 ปีซ้อน โดยสมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (PMAT) สถาบันพัฒนาวิชาชีพทรัพยากรบุคคล (IHPD) ร่วมกับ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ และคณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ในโครงการ “Leadership Ecosystem to Great Leader”



18

บริษัท แคนเตอร์เซอร์วิส จำกัด ได้รับรางวัลประเภท Distinguished Awards ด้านความเป็นเลิศในการบริหารจัดการโดยรวม (Corporate Management Excellence)



19

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ และศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ ได้รับรางวัลสถานศึกษาปลอดภัยดีเด่น ประจำปี 2564 จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6



ต่อยอดปณิธานยุทธศาสตร์สู่ความยั่งยืน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มุ่งขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ความยั่งยืนขององค์กร โดยกำหนดกรอบการพัฒนาและบริหารจัดการประเด็นทางด้านความยั่งยืนครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กรที่มุ่งส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีในชุมชนและสังคม พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร 15 เป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainability Development Goals : SDGs) และข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติทั้ง 10 หลักการ (United Nations Global Compact : UNGC) อีกทั้งยังมุ่งดำเนินงานตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ ประกอบด้วย แนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติขององค์กร เพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD Guideline for Multinational Enterprise) หลักการดูแลกำกับกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Code : CG Code) และมาตรฐานแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) นอกจากนี้ บริษัทสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย อาทิ การสัมภาษณ์เชิงลึก และกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อรับทราบมุมมอง ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาพัฒนาองค์กรให้บรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน

ในปี 2564 บริษัทดำเนินงานภายใต้นโยบายและกรอบการดำเนินงาน 3 เสาหลัก ประกอบด้วย Heart Health Home ที่มุ่งดำเนินงานด้านพัฒนาความยั่งยืนครอบคลุมทุกมิติด้วยการกำกับดูแลที่ดี เป็นธรรมและโปร่งใส พร้อมทั้งสนับสนุนการมีคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสังคม ตลอดจนร่วมรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถเติบโตอย่างเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว พร้อมกันนี้ บริษัทวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ประเด็นสำคัญจากมาตรฐานสากลต่าง ๆ และประเด็นที่เกี่ยวข้องจากกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ความยั่งยืนขององค์กร โดยมีประเด็นสำคัญใหม่ 4 ประเด็น ได้แก่ 1) การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี 2) ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน 3) การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน และ 4) การจัดการขยะอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังผสมผสานวัฒนธรรมองค์กร สร้างความกลมเกลียวและเพิ่มคุณค่าให้แก่บุคลากรในองค์กร ให้บรรลุเป้าหมายและเติบโตไปพร้อมบริษัท



ปรัชญาองค์กร

เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้าด้วยทีมงานที่มีความสุข

วิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน “เป็นองค์กรที่อำนวยความสะดวกให้ชุมชน สังคม มีความกินดี อยู่ดี มีความสุข”

พันธกิจสู่ความยั่งยืน

- บริหารองค์กรสู่ความเป็นเลิศเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยการอำนวยความสะดวกให้ชุมชน สังคม มีความกินดี อยู่ดี มีความสุข และได้รับการยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

- พัฒนาห่วงโซุปทานและห่วงโซ่มูลค่า (Supply & Value Chain) ที่กินต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของโลก

- สร้างจิตสำนึกและการมีจิตสาธารณะให้อยู่ใน DNA ของบุคลากร

หลักการ / แนวทางสนับสนุนความยั่งยืน

Sufficiency Economy

CPG Values / Our Way

TQM / CP Excellence

The 10 UNGC 17 SDGs & UNGP

Domestic & International Regulations & STD

องค์ประกอบความยั่งยืน

Governance And Economic (Heart)	Social (Health)	Environmental (Home)
ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต	การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบอบเศรษฐกิจ	การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล	สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต	ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
การพัฒนาคุณภาพมนุษย์	การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน
นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า	การเข้าถึง อาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี	การจัดการขยะอย่างยั่งยืน
การจัดการห่วงโซุปทานอย่างรับผิดชอบ	ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

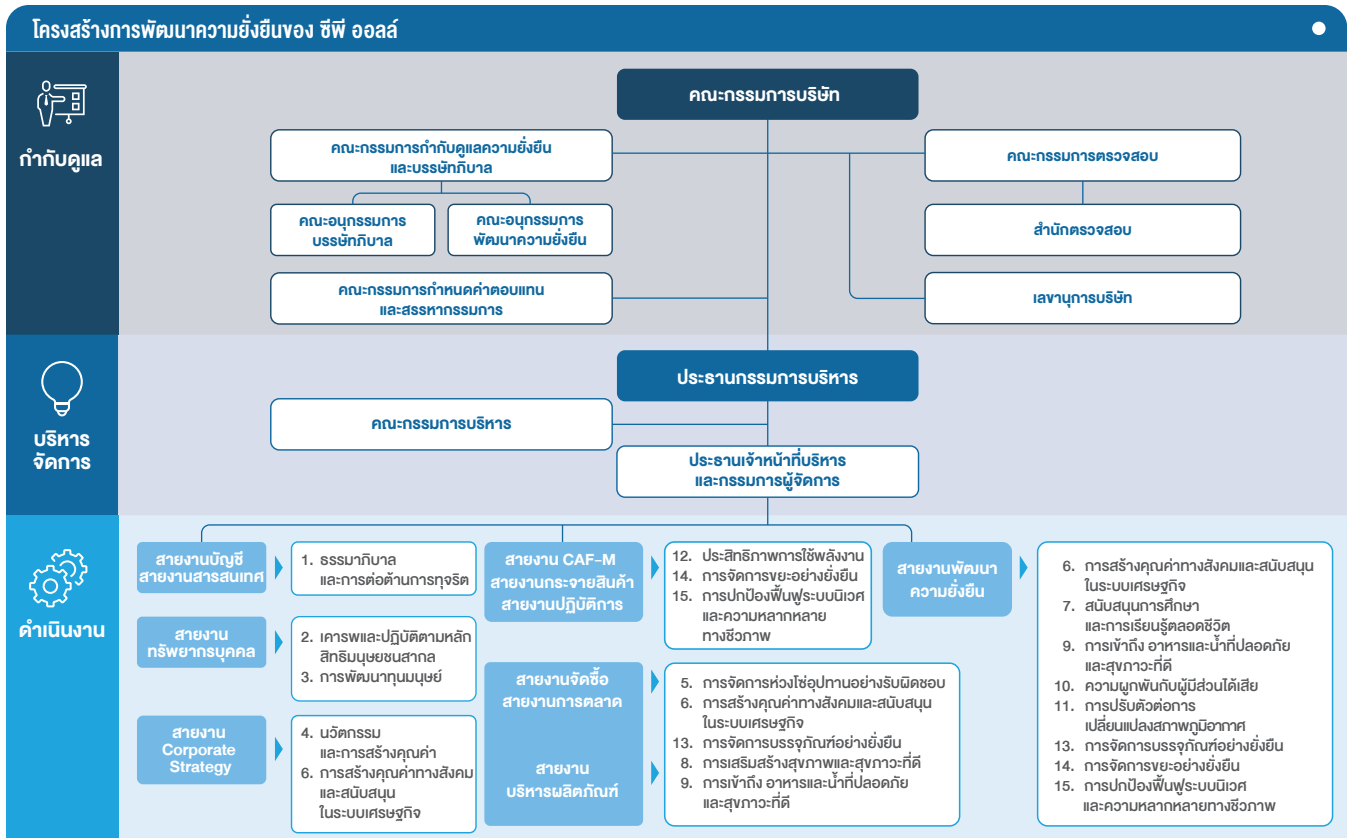
HARMONY

5 Principles

7 Values

11 Leadership

ตามกรอบการพัฒนาดังกล่าว บริษัทยังคงให้ความสำคัญโดยผนวกการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเข้าในโครงสร้างการบริหารองค์กร ดังนี้



กลยุทธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในปี 2564 บริษัทดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานระหว่างปี เพื่อส่งเสริมให้บริษัทสามารถดำเนินงานบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้



กลยุทธ์การกำกับดูแลกิจการที่ดีตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Good Governance throughout the Supply Chain)

บริษัท ทบทวนและปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ให้มีความเหมาะสม เป็นไปตามหลักบรรษัทภิบาลขององค์กร กฎหมาย และแนวปฏิบัติสากลที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทส่งเสริมการต่อต้านทุจริต โดยใช้ระบบดิจิทัลรวบรวมกฎหมาย (Digital Compliance System) ที่เกี่ยวข้องกับแต่ละหน่วยงาน เพื่อสร้างความตระหนักและเป็นแนวปฏิบัติที่ดีแก่พนักงานทุกคนในองค์กรพร้อมทั้ง ทบทวนประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจใน 3-5 ปี อย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมความพร้อม และหาแนวทางตอบสนองได้อย่างทันท่วงที อีกทั้งบริษัทตระหนักถึง

ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงกำหนดระบบการจัดการด้าน ความมั่นคงและปลอดภัยทางไซเบอร์ รวมถึงการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับพนักงานในองค์กร รวมถึงลูกค้าและคู่ค้า

นอกจากนี้ ยังสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงานผ่านโครงการต่าง ๆ อาทิ โครงการ Reward & Recognition ตลอดจนสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับคู่ค้า โดยสนับสนุนการดำเนินงานกำกับดูแลกิจการที่ดี และสร้าง ศักยภาพการพัฒนาด้านความยั่งยืนแก่คู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน

สร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงาน	สร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับคู่ค้า	บริหารความเสี่ยง
<ul style="list-style-type: none"> โครงการสื่อสาร และสร้างความตระหนักให้แก่พนักงานทุกระดับ โครงการ Reward & Recognition 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการเสริมสร้างด้านศักยภาพคู่ค้าด้านความยั่งยืน โครงการสร้างแนวร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันภาคเอกชนไทย 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการความปลอดภัยด้านไซเบอร์และสารสนเทศ โครงการด้าน PDPA*
*PDPA คือ Personal Data Protection Act, B.E. 2019 หรือพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562		

ผลการดำเนินงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีตลอดห่วงโซ่อุปทาน ปี 2564

กระบวนการที่ได้รับการประเมิน ความเสี่ยง

285 กระบวนการ

กระบวนการที่มีความเสี่ยงสูง ที่มีแผนการจัดการความเสี่ยง

ร้อยละ **100**

ข้อร้องเรียนด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

0 กรณี

พนักงานผ่านการอบรมเรื่องความเสี่ยงด้านการ คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ร้อยละ **100**

พนักงานและคู่ค้า ได้รับการสื่อสารนโยบายด้านการ ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันผ่านคู่มือจริยธรรมและ ข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

ร้อยละ **100**

กระบวนการมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง ISO 20000 และ ISO 27001



กลยุทธ์ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสเพื่อสังคม (Giving and Sharing Opportunities)

บริษัทส่งเสริมการสร้างคุณค่าทางสังคม มุ่ง “ให้อาชีพ” โดยแบ่งปันโอกาสทางการศึกษาและการสร้างอาชีพให้คนในชุมชน ส่งมอบทักษะองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพและสร้างรายได้ในอนาคต ผ่านการจัดตั้งสถาบันการศึกษา และมอบทุนการศึกษาให้เยาวชนผู้ด้อยโอกาส และกลุ่มเปราะบาง เพื่อมอบโอกาสให้ทุกคนในสังคมสามารถเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพได้ทุกระดับ พร้อมทั้ง “ให้ช่องทางจำหน่าย” โดยสนับสนุนการสร้างอาชีพและช่องทาง

การจัดจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรเพื่อส่งเสริมรายได้ภายในชุมชนให้แก่เกษตรกรและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง นอกจากนี้ บริษัท “ให้คุณภาพชีวิต” ชุมชน ผ่านการดำเนินโครงการ กินดี อยู่ดี มีสุข โครงการแก้แค้น “ศูนย์สุขภาพดีของชุมชน” โครงการคนไทยไม่ทิ้งกัน เพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่คนในชุมชน



ให้อาชีพ	ให้ช่องทางจำหน่าย	ให้คุณภาพชีวิต
<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพผ่านสถาบันการศึกษา <ul style="list-style-type: none"> วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม) โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม) มอบโอกาส สนับสนุนทุนการศึกษาเพื่อการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED ยกระดับการศึกษาของโรงเรียนและชุมชน ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ส่งเสริมความรู้ทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต 	<p>เพื่อแก้ SMEs</p> <ul style="list-style-type: none"> ให้ช่องทาง : โครงการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสำหรับเอสเอ็มอี เพื่อขยายโอกาสการเติบโตทางธุรกิจและสร้างแบรนด์ ให้ความรู้ : โครงการอบรมและถ่ายทอดความรู้ที่จำเป็นสำหรับ เอสเอ็มอี เช่น โครงการสร้างแท็ก SME ชัยยืน โครงการมิตรแท้ช่วย ให้การสนับสนุน : โครงการเชื่อมความร่วมมือระหว่างเอสเอ็มอี กับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน หรือหน่วยงานต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการกินดี อยู่ดี มีสุข โครงการแก้แค้น “ศูนย์สุขภาพดีของชุมชน” โครงการพัฒนาสินค้าคุณภาพ กลุ่มผลิตภัณฑ์พัฒนาพร้อม โครงการ VG for Love โครงการ “คนไทยไม่ทิ้งกัน” โครงการสร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้ชุมชน



ผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาส ปี 2564

1 ให้อาชีพ

- สนับสนุนเยาวชนเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ **44,739** ราย
- สนับสนุนทุนการศึกษา **37,132** ทุน
- เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ได้รับการพัฒนาทักษะที่จำเป็น **54,353** ราย

3 ให้คุณภาพชีวิต

- 891,078** ราย สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการและเพียงพอ
- 1,147** ราย กลุ่มเปราะบางหน่วยงานราชการและชุมชน ได้รับการฝึกอบรมฝึกซ้อมดับเพลิงขั้นต้น และการอพยพหนีไฟ รวมถึงการบรรเทาสาธารณภัยที่เกี่ยวกับน้ำ

2 ให้ช่องทางจำหน่าย

- เกษตรกร **18,802** ราย
- มูลค่าการซื้อ **7,380** ล้านบาท
- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อย **33,882** ราย มูลค่าการซื้อ **22,289** ล้านบาท
- กลุ่มเปราะบาง **12,169** ราย
- มูลค่าการสนับสนุน **79.53** ล้านบาท

กลยุทธ์เขว่น โท กรีน (7 Go Green)

บริษัทดำเนินงานกลยุทธ์ 7 Go Green ภายใต้แนวทางหลัก 4 แนวทาง ได้แก่ การบริหารจัดการร้านอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store) การดำเนินงานด้านการขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistic) การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging) และการปลูกจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Living) โดยในปี 2564 บริษัทดำเนินงานโครงการที่หลากหลาย อาทิ โครงการด้านพลังงาน โดยลดการใช้พลังงาน ส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนผ่านการติดตั้ง Solar PV Rooftop สำหรับร้าน 7-Eleven และศูนย์กระจายสินค้า นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการนำขยะ

พลาสติกกลับมาใช้ให้เป็นประโยชน์ตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เช่น โครงการเสื่อพันงานจากขวดพลาสติก รีไซเคิล โครงการ ถ.ถู ทนทานจากฟิล์มพันพาลาเป็นต้น ตลอดจนส่งเสริมลดการใช้เชื้อเพลิงผ่านการจัดตั้งโครงการนำร่องรถไฟฟ้าสำหรับขนส่งสินค้า พร้อมทั้งดำเนินโครงการด้านสิ่งแวดล้อม โดยร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย เช่น คู่ค้า ผู้นำทางความคิด ภาครัฐ เป็นต้น เพื่อสนับสนุนการปลูกจิตสำนึกเพื่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า

การบริหารจัดการร้าน อย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store)	การดำเนินงานด้านการขนส่ง และการกระจายสินค้า ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistic)	การจัดการบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging)	การปลูกจิตสำนึกรักษ์ สิ่งแวดล้อม (Green Living)
<ul style="list-style-type: none"> โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในร้าน 7-Eleven โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน โครงการปรับปรุงระบบและสารทำความเย็น 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการเพิ่มสัดส่วนรถไฟฟ้า (Electric Vehicle : EV) ในระบบการขนส่ง โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในการดำเนินการ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการพัฒนาและเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โครงการลดใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) โครงการนำขยะบรรจุภัณฑ์มาใช้ใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการกึ่งคัดแยกขยะ โครงการต้นกล้าไร้ถัง โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ โครงการ Food Waste Management โครงการปลูกต้นไม้

ผลการดำเนินงานภายใต้ กลยุทธ์ 7 Go Green ปี 2564

บริหารจัดการร้าน การขนส่ง และกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ลดการใช้พลังงานได้
46,870.03 เมกะวัตต์-ชั่วโมง

ใช้พลังงานไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานทดแทน
9,169.96 เมกะวัตต์-ชั่วโมง

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้
23,116.38 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

จัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ลดปริมาณการใช้พลาสติก **6,509.78** ตัน

ลดปริมาณการสร้างขยะจากการใช้สติ๊กเกอร์ หลอดและกระดาษหุ้มหลอด
322.57 ล้านชิ้น

ลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง
26,405.15 ตันต่อปี

ปลูกจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม

ลดขยะอาหารสู่การฝังกลบ **5,149.72** ตัน

ส่งมอบอาหารส่วนเกินกว่า **173,898** มื้ออาหาร
ให้กับ **118** ชุมชน

ปลูกต้นไม้สะสม **228,240** ต้น

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
5,349.52 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ลดการใช้กระดาษ **319.49** ตัน

ลดปริมาณขยะพลาสติกสู่การฝังกลบและหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่
1,115.02 ตัน

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
356,193.06 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

หรือเทียบเท่าการปลูกไม้ยืนต้น **8,283,559** ต้น

ทั้งนี้ ในปี 2564 บริษัทปรับปรุงกรอบการดำเนินการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ระยะที่ 2 ที่ครอบคลุมการดำเนินงาน ตั้งแต่ปี 2564-2573 โดยพิจารณาจากเหตุการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มของโลก (Global Trend) ตลอดจนศักยภาพของบริษัท โดยเพิ่มประเด็นสำคัญใหม่ ได้แก่ การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน และการจัดการขยะอย่างยั่งยืน โดยมีกรอบการดำเนินการ ดังนี้

Heart (Living Right)

01	02	03	04	05
ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต	เคารพและปฏิบัติความหลักสิทธิมนุษยชนสากล	การพัฒนาทุนมนุษย์	นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับว่ามีการกำกับดูแลกิจการที่ดี และปราศจากทุจริตคอร์รัปชันทั้งในระดับประเทศและระดับสากล (ตามความเหมาะสมของธุรกิจ)	เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชนจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม	เป็นองค์กรที่เป็นผู้นำในการพัฒนากฎหมายบุคคลตลอดห่วงโซ่คุณค่า ให้ความรู้และมีทักษะในการจัดการธุรกิจโดยคำนึงถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน	เป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมใหม่ๆ ทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์การบริการ และขั้นตอนในการปฏิบัติงานของบริษัท เพื่อส่งเสริมผลกระทบในเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง	เป็นองค์กรที่มีการค้าดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าทางธุรกิจและพันธมิตรในการจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

Health (Living Well)

06	07	08	09	10
การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ	สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต	การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี	ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย
เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับกลุ่มเปราะบางในสังคม	เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ ความรู้ และทักษะในการดำรงชีวิต	เป็นองค์กรที่ช่วยให้สุขภาพและสุขภาวะของคนในสังคมดีขึ้น	เป็นองค์กรที่ช่วยให้คนในสังคมเข้าถึงอาหาร น้ำที่ปลอดภัย และมีสุขภาวะที่ดี	เป็นองค์กรที่ได้รับการเชื่อถือจากทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และหรือระดับโลก (ตามความเหมาะสมของธุรกิจ)

Home (Living Together)

11	12	13	14	15
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน	การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	การจัดการขยะอย่างยั่งยืน	การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
ได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่ต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ และองค์กรชั้นนำระดับโลก	เป็นองค์กรที่มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน	เป็นองค์กรที่มุ่งลดปริมาณขยะพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อวงจรฝังกลบให้น้อยที่สุด โดยส่งเสริมการจัดการขยะภายใต้แนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)	เป็นองค์กรที่มุ่งลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้ง และลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงาน	เป็นองค์กรที่มีระบบการจัดการระบบนิเวศ เพื่อป้องกัน รักษา ฟื้นฟูทรัพยากร และความหลากหลายทางชีวภาพ

ผลสำเร็จที่ ซีพี ออลล์ ภาคภูมิใจ ประจำปี 2564

บริษัทได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ ที่มีคะแนนประเมินสูงสุด เป็นผู้นำอุตสาหกรรม (Industry Leader) ของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกและสินค้าอุปโภคบริโภค (Food & Staples Retailing) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 โดยได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกระดับโลก (DJSI World) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 และเป็นสมาชิกกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5

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

บริษัทได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในดัชนี FTSE4Good Index กลุ่ม Emerging และ FTSE4Good ASEAN 5 อุตสาหกรรม Food Retailers & Wholesalers ซึ่งจัดโดย FTSE Russell ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยมีคะแนนติดอันดับสูงสุด 1 ใน 5 บริษัทชั้นนำทั่วโลก จากการพิจารณาทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการ สังคม และสิ่งแวดล้อม



บริษัทได้รับการคัดเลือกให้เข้าเป็นสมาชิกในดัชนีหุ้นยั่งยืน Thailand Sustainability Investment (THSI) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยพิจารณาจากผลการดำเนินการในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งทำการคัดเลือกโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



บริษัทได้รับรางวัล SET Awards 2021 ในกลุ่มรางวัล Sustainability Excellence ประเภท Highly Commended in Sustainability Awards เป็นรางวัลที่มอบให้กับบริษัทจดทะเบียนที่ดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน



บริษัทได้รับการจัดอันดับระดับ B หรือเทียบเท่า Management Level จัดอันดับโดยองค์กรประเมินความยั่งยืนที่มีมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลและเป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากล CDP ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



บริษัทได้รับการจัดอันดับในการประเมินความยั่งยืน ESG Ratings ที่ระดับ BBB (มาตรฐานส่วน AAA-CCC) จาก MSCI (Morgan Stanley Capital International)



บริษัทได้รับรางวัลโดดเด่น ผลการประเมินและการจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำ และยั่งยืน (LCSi) โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก.





ใส่ใจทุกสาระสำคัญของความยั่งยืนทุกมิติ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) จัดทำรายงานความยั่งยืนต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลการดำเนินงาน ภายใต้นโยบายและกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนายั่งยืน ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้รับทราบครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาลขององค์กร ซึ่งเป็นข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2564 ครอบคลุม 3 กลุ่มธุรกิจหลัก 8 หน่วยธุรกิจย่อย ในปี 2564 บริษัทมีรายได้จากการดำเนินงานสุทธิ 587,597 ล้านบาท (รายได้รวม บริษัท เอกชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด หรือโลตัส ตั้งแต่วันที่ 26 ตุลาคม 2564-31 ธันวาคม 2564) ทั้งนี้ สามารถดูรายละเอียดได้จากธุรกิจในกลุ่มบริษัท ซึ่งได้มีการเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปี 2564 หน้า 2

รายงานฉบับนี้ถูกกำหนดเนื้อหารายงานบนพื้นฐานการดำเนินงานขององค์กรในภาพรวมและประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ภายใต้มุมมองของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยมีกรอบในการ

จัดทำรายงานสอดคล้องกับแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนในระดับสากล GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) แบบทางเลือกหลัก (Core Option) และแนวทางการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมของกลุ่มธุรกิจอาหาร (The Food Processing Sector Supplement) เนื้อหาของรายงานฉบับนี้ได้รับการเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท พร้อมกันนี้ บริษัทมอบหมายให้หน่วยงานรับรองอิสระที่มีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับในระดับสากล ได้แก่ บริษัท ลอยด์ส รีจิสเตอร์ กรุ๊ป จำกัด (LRQA Group Limited) เป็นผู้ให้ความเชื่อมั่นสำหรับรายงานฉบับนี้

สำหรับปี 2564 ชุดข้อมูลที่ได้รับการทวนสอบประกอบด้วย GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 303-3, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3 (Upstream transport and distribution, Business travel), GRI 305-4, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5, GRI 403-9, GRI 403-10, FPSS FP6 และ GRI 405-2



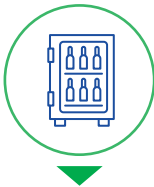
บริการ
ด้านสะกดข้อ



บริการ
ด้านคำสั่ง



บริการ
ด้านการเงิน



บริการผลิตและ
จำหน่ายเบเกอรี่
อาหารพร้อมรับประทาน
อาหารแช่แข็ง



บริการ
ด้านการศึกษา



บริการ
ด้านสารสนเทศ



บริการ
ด้านสื่อสาร
การตลาด



บริการ
ด้านการบริหาร
โลจิสติกส์



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2564

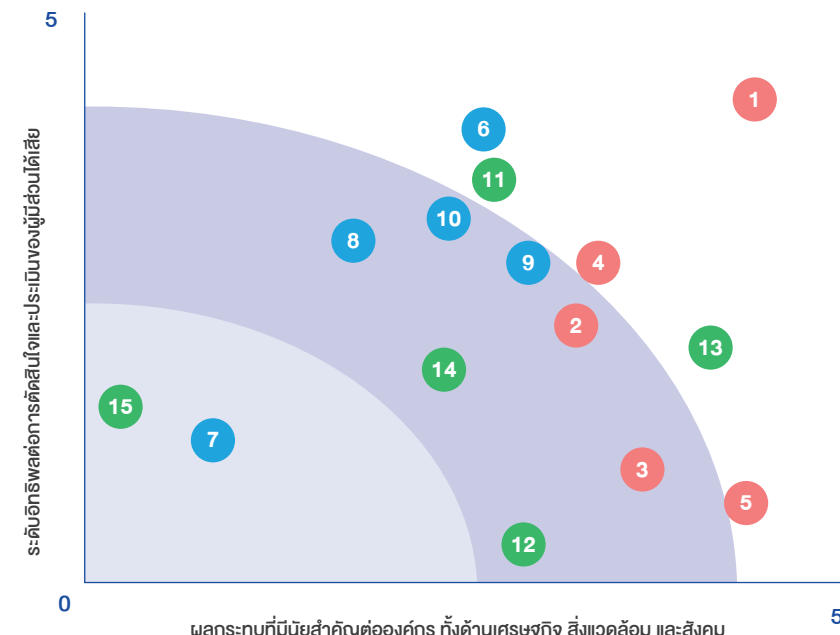
บริษัททบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ตลอดจนความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม บริษัทประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญตามกระบวนการ ภายใต้หลักสำคัญ 10 ประการ ของ Global Reporting Initiative Standards (GRI) ดังนี้



ในปี 2564 บริษัทมีกระบวนการและขั้นตอนการประเมินประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืนที่สำคัญ 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1 การระบุประเด็นสำคัญ	2 การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ	3 การตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและกบฏเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน
<p>คณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนองค์กรรวบรวมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาจากการปรึกษาหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้เสีย ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> • กรอบการรายงานความยั่งยืนสากล (Global Reporting Initiative : GRI) • ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices : DJSI) • แนวโน้มของโลก (Global Trend) • ประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals : SDGs) • คณะกรรมการว่าด้วยมาตรฐานทางบัญชีความยั่งยืน (Sustainability Accounting Standards Board : SASB) • ประเด็นสำคัญอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง อาทิ กลุ่มธุรกิจค้าปลีก กลุ่มธุรกิจอาหาร กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซและเทคโนโลยีดิจิทัล และธุรกิจด้านการศึกษา 	<p>บริษัทนำประเด็นความยั่งยืนสำคัญที่รวบรวมจากแหล่งข้อมูลผ่านการคัดกรองเบื้องต้น โดยได้รับการทบทวนจากที่ปรึกษาที่มีความน่าเชื่อถือพร้อมทั้งสำรวจความคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นำมาตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียเองและต้องคัดกรองจนจนการทบทวนประเด็นสำคัญอื่นจากอุตสาหกรรมเดียวกันหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยผู้มีส่วนได้เสีย ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทเข้าร่วมให้ความเห็นกว่า 3,688 ราย</p>	<p>บริษัทนำเสนอประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อคณะกรรมการบริหารซึ่งเป็นตัวแทนผู้บริหารระดับสูงเพื่อรับรองการจัดลำดับความสำคัญภายใต้การคำนึงถึงระดับอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียควบคู่ไปกับระดับความสำคัญที่นับต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ บริษัทยังตรวจสอบความถูกต้องของการประเมินและการจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคาดหวัง มุมมอง และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยรวบรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียและจัดการประชุมภายในองค์กรเพื่อทบทวนข้อมูลของกระบวนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหาร (Executive Committee : Ex.Com) ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงทำหน้าที่ทบทวนและเห็นชอบผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญประจำปี 2564 ซึ่งแสดงในบทสรุปผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ</p>

เมทริกซ์ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ปี 2564



- ▲ ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญสูง**
 1. ธรรมชาติและการต่อต้านการทุจริต
 4. นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า
 5. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
 6. การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ
 11. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
 13. การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน
- ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญปานกลาง**
 2. เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล
 3. การพัฒนาทุนมนุษย์
 8. การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาพที่ดี
 9. การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาพที่ดี
 10. ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย
 12. ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
 14. การจัดการขยะอย่างยั่งยืน
- ▼ ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญต่ำ**
 7. สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
 15. การปกป้องพื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

ขอบเขตประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

มิติ	ประเด็น	กรอบ GRI ที่เกี่ยวข้อง	ขอบเขต							
			ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร						
			พนักงาน	พันธมิตรทางธุรกิจ	ลูกค้า ผู้ส่งมอบสินค้า หรือบริการ และ เจ้าหน้าการค้า	ภาครัฐ	ลูกค้า	สังคมและชุมชน	ผู้นำทางความคิด	นักลงทุนและผู้ถือหุ้น
เศรษฐกิจ	ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต	102-19, 102-30, 205-2	✓	✓	✓				✓	✓
	เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล	403-4, 405-1, 406-1, 412-2	✓	✓	✓		✓	✓		
	การพัฒนาทุนมนุษย์	404-2, 404-3	✓	✓						
	นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า	203-1	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	204-1	✓		✓		✓			
สังคม	การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ	103-1, 103-2	✓		✓	✓		✓	✓	
	สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต	103-1, 103-2	✓			✓		✓		
	การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	FP5-FP7, 417-1	✓		✓		✓	✓		
	การเข้าถึงอาหาร และน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี	103-1, 103-2	✓				✓	✓		
	ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย	103-1, 103-2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
สิ่งแวดล้อม	การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	302-4	✓		✓	✓			✓	
	ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน	302-1, 303-3, 303-4	✓		✓					
	การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	301-1, 301-2	✓		✓	✓	✓	✓	✓	
	การจัดการขยะอย่างยั่งยืน	306-1, 306-2	✓		✓	✓	✓	✓	✓	
	การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	304-1, 304-2, 304-3	✓			✓		✓	✓	

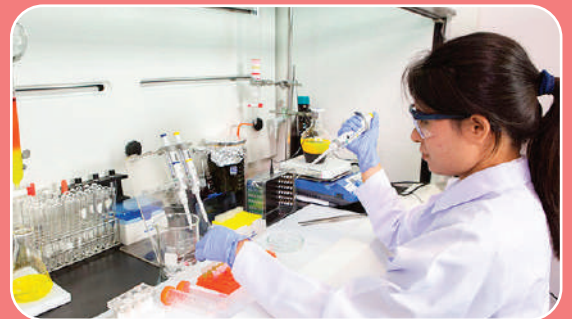


บริษัทดำเนินงานและรายงานผลในหัวข้อต่าง ๆ ตามน้ำหนักและความเกี่ยวข้อง ครอบคลุมทุกหน่วยธุรกิจดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านสังคม	ด้านสิ่งแวดล้อม
บริการร้านสะดวกซื้อ			
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	✓	✓	✓
บริษัท ออลล์ เวลเนส จำกัด	✓	✓	
บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด	✓	✓	
บริษัท ทเวนตีไฟว์ ซุปเปอร์ จำกัด	✓	✓	
บริการด้านค้าส่ง			
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)	✓	✓	✓
บริการด้านการเงิน			
บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด	✓	✓	
บริษัท ไทยสมาร์ตการ์ด จำกัด	✓	✓	
บริการผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง			
บริษัท ซีพีแรม จำกัด	✓	✓	✓
บริษัท ซีพี ฟู๊ดแล็บ จำกัด	✓	✓	
บริการด้านการศึกษา			
บริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด	✓	✓	
วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์	✓	✓	
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม)	✓	✓	
โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)	✓	✓	
บริษัท ปัญญาธรรมา จำกัด	✓	✓	
บริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด	✓	✓	
บริการด้านสารสนเทศ			
บริษัท โทซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด	✓	✓	
บริการด้านสื่อการตลาด			
บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ก จำกัด	✓	✓	
บริการด้านการบริหารโลจิสติกส์			
บริษัท ออลล์ นาว แมนเนจเม้นท์ จำกัด	✓	✓	
บริษัท ออลล์ นาว โลจิสติกส์ จำกัด	✓	✓	

หมายเหตุ : ผลดำเนินการด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมไม่ครอบคลุม บริษัท เอกชัย ศิษย์บริวซัน ซิสเทม จำกัด หรือ ไลตัส

ทั้งนี้ข้อมูลในเล่มรายงานความยั่งยืน ได้รับการทวนสอบโดยผู้ทวนสอบภายนอกผ่านกระบวนการคัดเลือกโดยคณะกรรมการ เพื่อให้แน่ใจได้ว่าหน่วยงานผู้ทวนสอบเป็นอิสระต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรมีคุณวุฒิและมีความสามารถในการทวนสอบอ้างอิงตามมาตรฐานการทวนสอบ AA1000AS v3 ตามภาคผนวกของรายงานความยั่งยืนฉบับนี้



HEART



สรรค์สร้างธุรกิจ
เปิดเผย โปร่งใส
เคียงข้างคนไทย
ด้วยหัวใจธรรมาภิบาล



ธรรมาภิบาลและ
การต่อต้านการทุจริต



เคารพและปฏิบัติ
ตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล



การพัฒนาทุนมนุษย์



นวัตกรรมและ
การสร้างคุณค่า



การจัดการห่วงโซ่อุปทาน
อย่างรับผิดชอบ



ธรรมาภิบาล และการต่อต้านการทุจริต

การที่ ซีพี ออลล์ ได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรผู้นำด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง มิใช่เป็นความสำเร็จเพียงชั่วข้ามวัน หากแต่เกิดจากพนักงานทุกคน ทุกระดับ รวมพลังกันปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบอย่างสม่ำเสมอ กำกับดูแลกิจการด้วยความสุจริต โปร่งใส เคารพกฎหมาย และมุ่งมั่นต่อต้านการคอร์รัปชัน จนกลายเป็นธรรมาภิบาลประจำใจของชาว ซีพี ออลล์

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และผลิตที่ยั่งยืน

12.6 สนับสนุนให้บริษัท โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติและบริษัทขนาดใหญ่ รับแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนไปใช้ และผนวกข้อมูลด้านความยั่งยืนลงในวงจรการรายงานของบริษัทเหล่านั้น

SDG16 ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบัน ที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบ และครอบคลุมในทุกระดับ

16.3 ส่งเสริมนิติธรรมทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ และสร้างหลักประกันว่าจะมีการเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมแก่ทุกคน

16.5 ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ

16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีการสอบสวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วม และมีความเป็นตัวแทนที่ดี ในทุกระดับการตัดสินใจ



ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต

เป้าหมายปี 2573



ได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Rating) โดยสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลหรือเทียบเท่า ในระดับดีเลิศ (Excellence)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



ได้รับการประเมิน ระดับดีเลิศ (Excellence) หรือระดับ 5 ดาว จากการเปิดเผยรายงานการกำกับดูแลกิจการ บริษัทจดทะเบียนโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ต่อเนื่องเป็น ปีที่ 3



ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล ISO 27001 และ มาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO 27701 จากกระบวนการสำคัญบริหารข้อมูลสมาชิกออลส์เมมเบอร์ (All Member)



ยกระดับคุณภาพสมาชิก CAC เป็น Change Agent ทยายเครือข่ายธุรกิจไปรษณีย์ไปยังบริษัทคู่ค้าโดยการสนับสนุนให้บริษัทคู่ค้าประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมเป็นสมาชิก CAC



ร้อยละ **100** พนักงานทุกระดับได้รับการอบรมและผ่านการทดสอบหลักสูตรธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริต



ร้อยละ **100** คู่ค้าลำดับที่ 1 ได้รับการสื่อสารคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

ความก้าวหน้าเกี่ยวกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

ผลดำเนินงาน



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



ปรับปรุงแก้ไขนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความชัดเจนและเห็นผลในทางปฏิบัติ



ขอการรับรองมาตรฐานสากลระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล ISO 27001 และ มาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO 27701 จากกระบวนการสำคัญบริหารข้อมูลสมาชิกออลส์เมมเบอร์ (All Member)



ส่งเสริม ให้ความรู้ และสนับสนุน SMEs กลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมเป็นสมาชิก CAC



จัดอบรมหลักสูตรธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริตและความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ให้แก่พนักงานทุกระดับ ผ่านระบบ E-Learning



ยกระดับการสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับทางการค้า

ความเสี่ยงและโอกาส

การเสริมสร้างองค์กรให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจนั้น ส่วนสำคัญที่สุดเกิดจากการให้ความสำคัญเรื่องการทำกับดักกิจการ ซึ่งเป็นปัจจัยในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางธุรกิจ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาวและดึงดูดความสนใจของนักลงทุน ตลอดจนเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยสร้างคุณค่าให้กิจการและช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน องค์กรตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงจริยธรรม คุณธรรม ความโปร่งใส และต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ตลอดจนจัดการความเสี่ยง

ที่อาจเกิดขึ้นต่อองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การปฏิบัติตามกฎหมายและหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง ควบคู่กับการสร้างความเข้าใจและสื่อสารให้แก่พนักงานทุกระดับ ในองค์กรให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ลดความเสี่ยงเรื่องการละเมิดกฎหมาย ปัจจุบันการบูรณาการด้านความยั่งยืนและการกำกับดูแลกิจการเป็นประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญซึ่งถือเป็นความท้าทายในการผลักดันให้องค์กรเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินงานด้านกำกับดูแลกิจการ โดยคณะกรรมการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนและบรรษัทภิบาลขององค์กร ทำหน้าที่กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายความยั่งยืน นโยบายด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ตลอดจนทำหน้าที่ ทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและสอดคล้องกับหลักบรรษัทภิบาลของหน่วยงานกำกับดูแลตามกฎหมายและแนวปฏิบัติสากลอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทจัดการอบรมหลักสูตรธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันให้แก่พนักงานในองค์กรทุกระดับและทำแบบทดสอบความรู้ ความเข้าใจอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งสร้างความตระหนักและส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจต่อการดำเนินงานให้ถูกต้องด้วยจริยธรรมที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล รวมถึงสร้างจิตสำนึกที่ดีเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีหลักปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส ตลอดจนขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ผู้นำด้านความยั่งยืน

ทั้งนี้ ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้คณะผู้บริหารมีความตระหนักถึงผลกระทบที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ดังนั้น บริษัทจึงมีการตอบสนองต่อผลกระทบดังกล่าว ผ่านการกำหนดมาตรการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สำหรับพนักงานทั้งภายในสำนักงาน ศูนย์กระจายสินค้า และร้าน 7-Eleven รวมไปถึงลูกค้า อาทิ มาตรการทำงานที่บ้าน (Work from home) การกำหนดขั้นตอนการจัดส่งสินค้าแบบ 7Delivery เพื่อลดความเสี่ยงในการสัมผัสสำหรับพนักงาน 7-Eleven และลูกค้า ตลอดจนจัดให้มีสวัสดิการสำหรับพนักงานที่ครอบคลุมถึงครอบครัวพนักงานด้วยเช่นกัน



อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

นโยบายกำกับดูแลกิจการ

https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/03/CG-policy-Thai_23Jul2019.pdf

นโยบายการต่อต้านคอร์รัปชัน

https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/CP-ALL-Anti-Corruption-Policy_080116_1.pdf

นโยบายความยั่งยืน

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

หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

- 1 ตระหนักถึงบทบาท และความรับผิดชอบในฐานะผู้นำที่สร้างคุณค่าให้แก่งานอย่างยั่งยืน
- 2 กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลักของกิจการที่เปลี่ยนไปเพื่อความยั่งยืน
- 3 เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ
- 4 สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูง และการบริหารบุคลากร
- 5 เสริมสร้างวัฒนธรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ
- 6 ดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายในที่เหมาะสม
- 7 รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงิน และการเปิดเผยข้อมูล
- 8 สนับสนุน การมีส่วนร่วม และการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น



ESG Issue That May Impact Investment Performance



1. สิ่งแวดล้อม

- การจัดการทรัพยากร
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- อุบัติการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม
- การบรรเทาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม



2. สังคม

- สิทธิมนุษยชน
- สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน
- การตรวจสอบห่วงโซ่อุปทาน



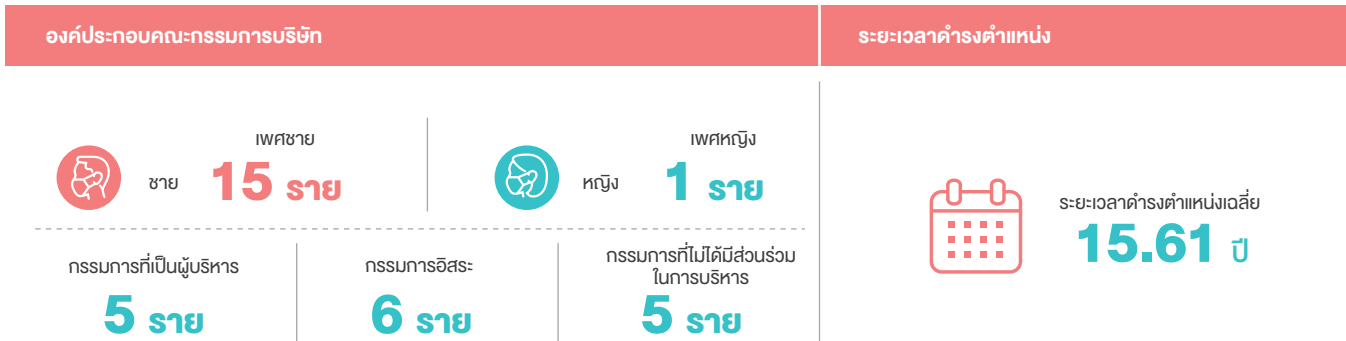
3. ธรรมาภิบาล

- ค่าตอบแทนผู้บริหาร
- สิทธิของผู้ถือหุ้น
- ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
- วิชาชีพ

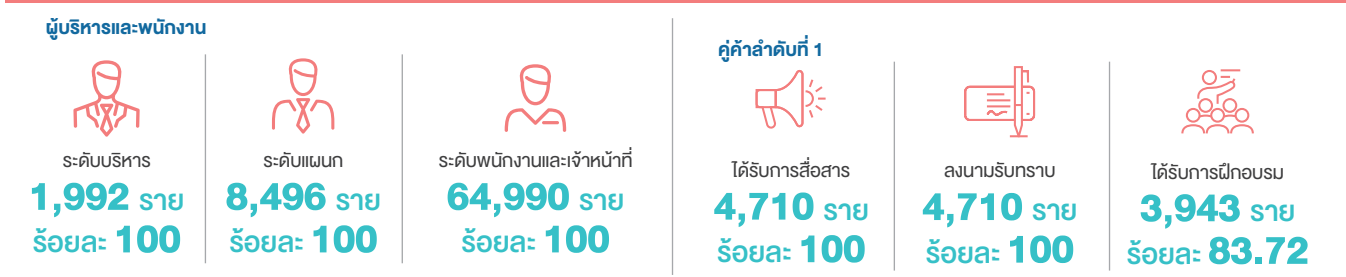
นโยบายการกำกับดูแลกิจการของ ซีพี ออลล์



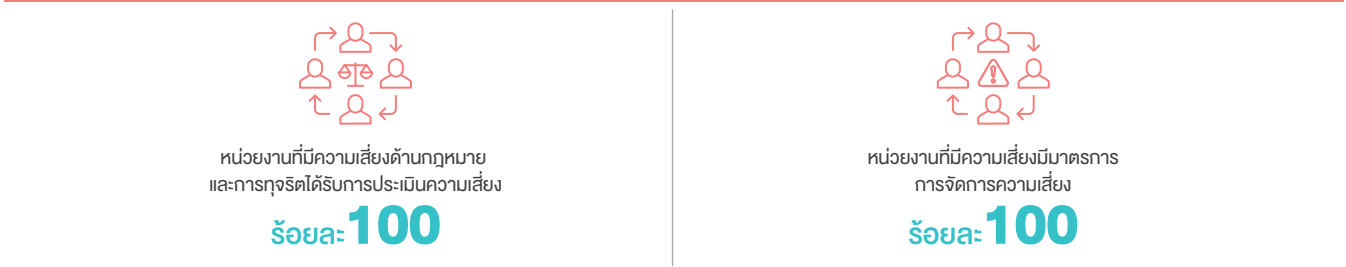
สรุปผลการดำเนินงานปี 2564



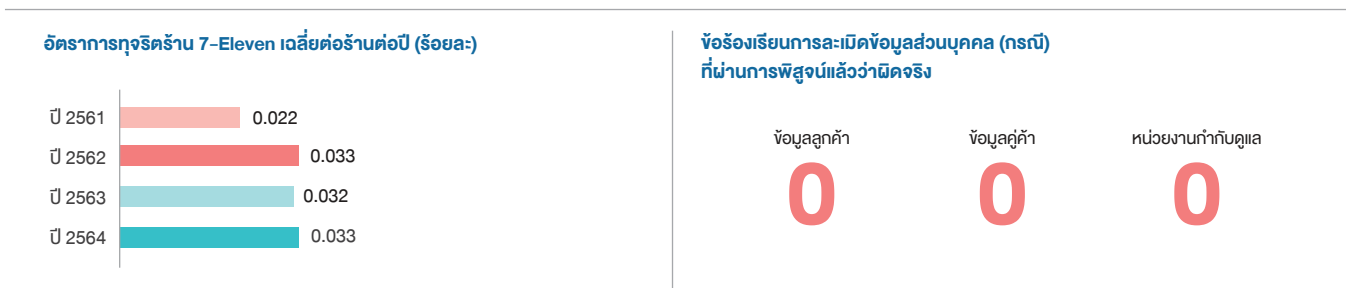
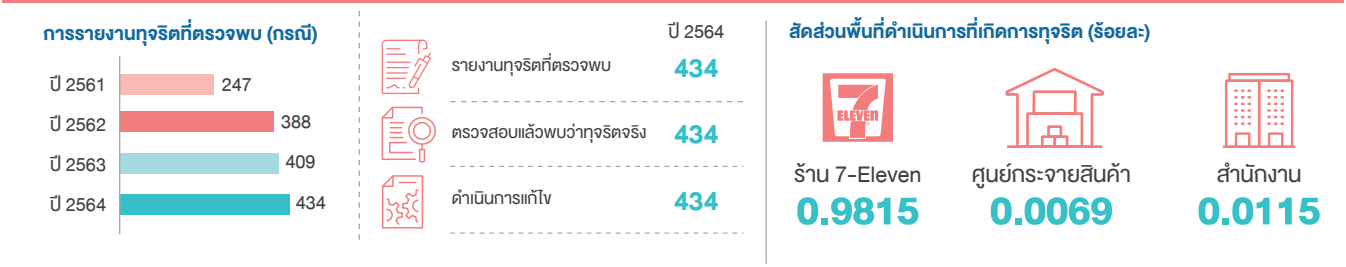
การอบรมและสื่อสารด้านธรรมาภิบาลและต่อต้านการทุจริต



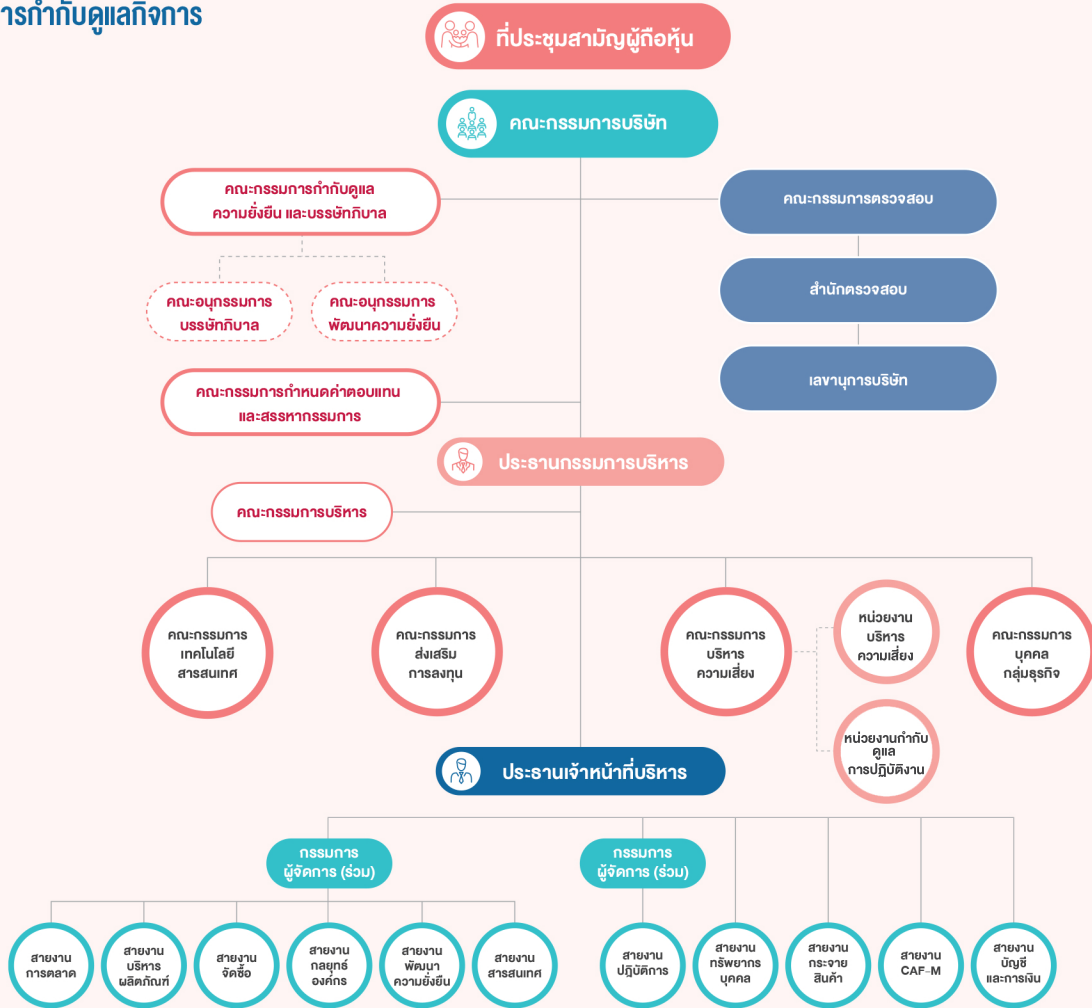
สร้างวัฒนธรรมการทำงานให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย เจริญ บังคับ



การทุจริตคอร์รัปชัน



โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ



คณะกรรมการชุดย่อย

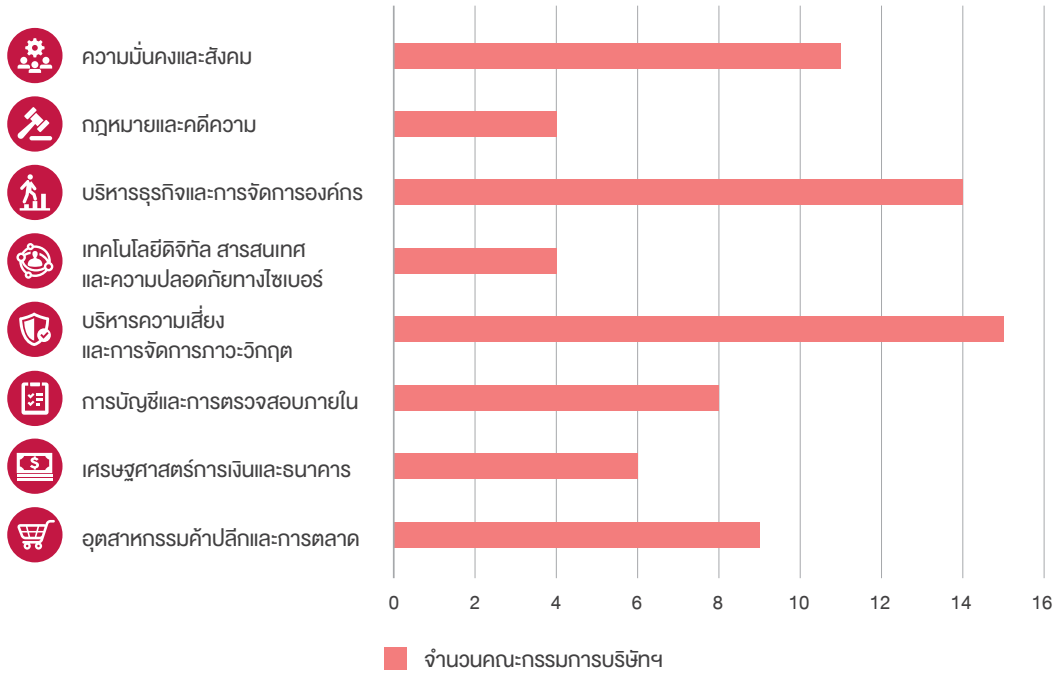
บริษัทมีคณะกรรมการชุดย่อยที่เป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ภายใต้ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัท ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่สำคัญประกอบไปด้วย

คณะกรรมการตรวจสอบ	คณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล	คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ
<ul style="list-style-type: none"> สอบทานงบการเงิน สอบทานการดำเนินงานให้ถูกต้องตามนโยบาย ระเบียบข้อบังคับ กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ และข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล สอบทานให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี รวมถึงระบบตรวจสอบภายใน และระบบบริหารความเสี่ยงให้รัดกุม หารือร่วมกับผู้สอบบัญชีในเรื่องเกี่ยวกับงบการเงิน และการควบคุมภายใน พิจารณารายการที่เกี่ยวข้องกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ รายงานผลสรุปผลการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง และให้คำปรึกษาข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการบริษัท ปีละ 4 ครั้ง 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน นโยบายความยั่งยืน และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้องให้มีความต่อเนื่องและเป็นปัจจุบันอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง กำกับดูแลการปฏิบัติงานของผู้บริหาร และพนักงานให้เป็นไปตามนโยบายที่เกี่ยวข้อง สอบทานและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายร่วมกับกรรมการและฝ่ายจัดการ รายงานผลสรุปผลการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง และให้คำปรึกษาข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการบริษัท ปีละ 2 ครั้ง 	<ul style="list-style-type: none"> พิจารณาหลักเกณฑ์ในการจ่ายและรูปแบบค่าตอบแทนของคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง พร้อมทั้งเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท โดยคณะกรรมการบริษัทเป็นผู้อนุมัติค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง ส่วนค่าตอบแทนของคณะกรรมการคณะกรรมการบริษัท เสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้อนุมัติเป็นประจำทุกปี ประเมินค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูงให้สอดคล้องกับผลปฏิบัติงาน พิจารณาหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหาบุคคลที่เหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งคณะกรรมการบริษัท คัดเลือกบุคคลตามกระบวนการสรรหาที่กำหนดไว้ รวมถึงบุคคลที่เสนอผู้ถือหุ้นรายย่อย เสนอความเห็นต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้แต่งตั้งกรรมการ

โครงสร้างคณะกรรมการบริษัท

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีคณะกรรมการบริษัทจำนวน 16 ท่าน ประกอบด้วยกรรมการที่เป็นผู้บริหารจำนวน 5 ท่าน กรรมการที่เป็นอิสระจำนวน 6 ท่าน และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารจำนวน 5 ท่าน นอกจากนี้ บริษัทมอบอำนาจในการดำเนินงานโดยแบ่งแยกอำนาจดำเนินงานระหว่างประธานกรรมการ (Chairman) และประธานกรรมการบริหาร (CEC) ไว้อย่างชัดเจนและต้องไม่เป็นบุคคลเดียวกัน ทั้งนี้บริษัทได้มีการเปิดเผยข้อมูลความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านของคณะกรรมการบริษัท ผ่านเมทริกซ์ความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านของคณะกรรมการบริษัท (Board Skills Matrix) และข้อมูลประสบการณ์ของคณะกรรมการบริษัท (Board Industry Experience) เพื่อแสดงถึงความเชี่ยวชาญ ทักษะ และประสบการณ์ ตลอดจนคุณสมบัติที่เหมาะสมในตำแหน่งกรรมการบริษัทให้สอดคล้องตามมาตรฐานการจำแนกอุตสาหกรรมระดับโลก (Global Industry Classification Standard : GICS) กลุ่มสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต (Consumer Staples) และดำเนินงานตอบสนองต่อกลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัท ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสีย อย่างมีประสิทธิภาพ

เมทริกซ์ความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้านของคณะกรรมการบริษัท (Board Skills Matrix)



โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการ บริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2564

บริษัทได้รับการประเมินการเปิดเผยรายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2564 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยมีหลักเกณฑ์การประเมินใน 5 หมวด ได้แก่ 1. สิทธิของของผู้ถือหุ้น 2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน 3. การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย 4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส 5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ โดยในปี 2564 บริษัทได้รับการประเมินในระดับดีเลิศ (Excellence5) หรือ 5 ดาว และมีคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยของบริษัท

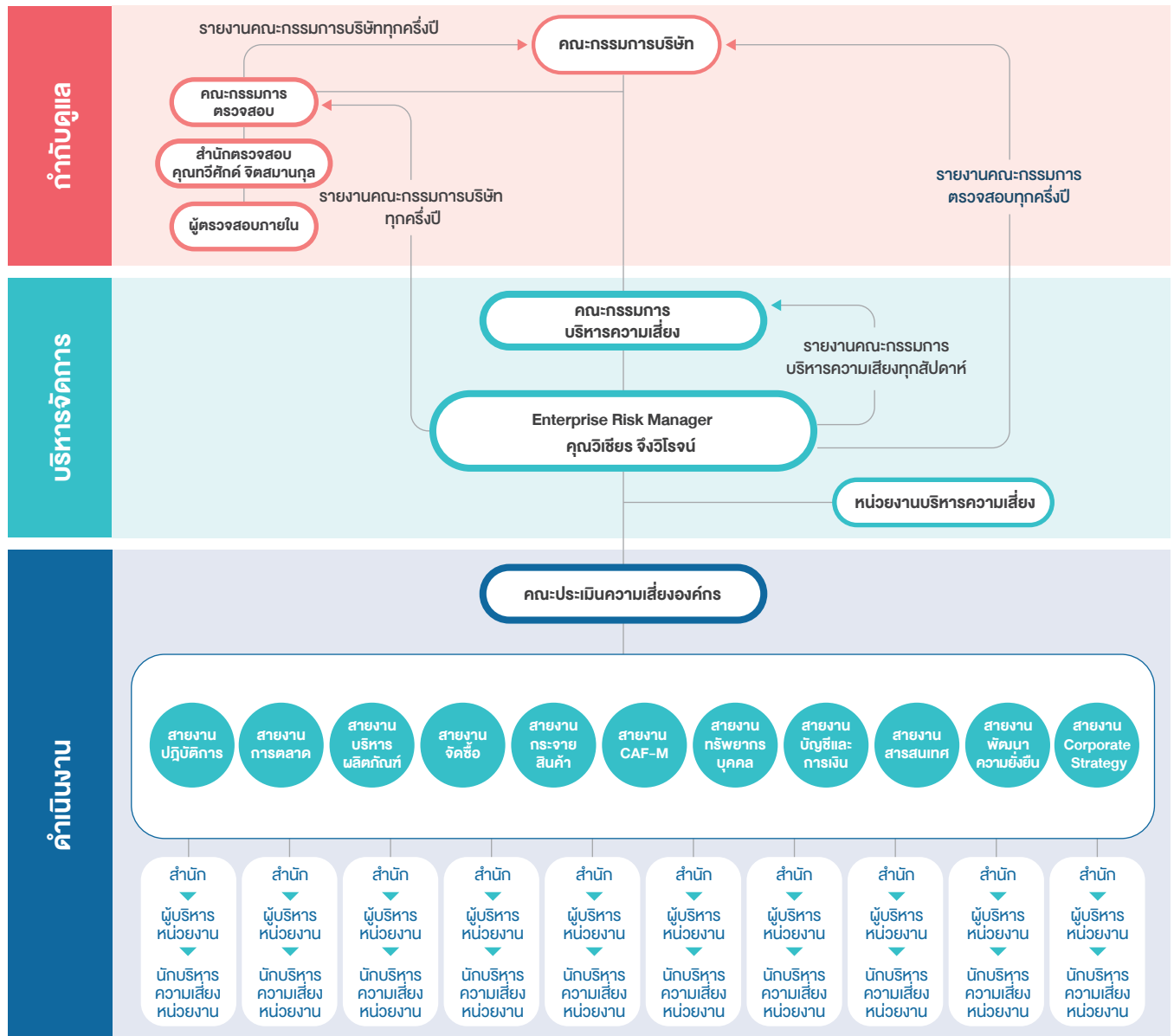
ในกลุ่ม SET 100 Index และ SET 50 Index ในทุกหมวด นอกจากนี้ บริษัทยังอยู่ในกลุ่มที่มีคะแนนสูงสุด (Top Quartile) ของบริษัทที่มีมูลค่าทางการตลาด (Market Capitalization) ขนาด 10,000 ล้านบาทขึ้นไปอีกด้วย



การบริหารจัดการความเสี่ยง

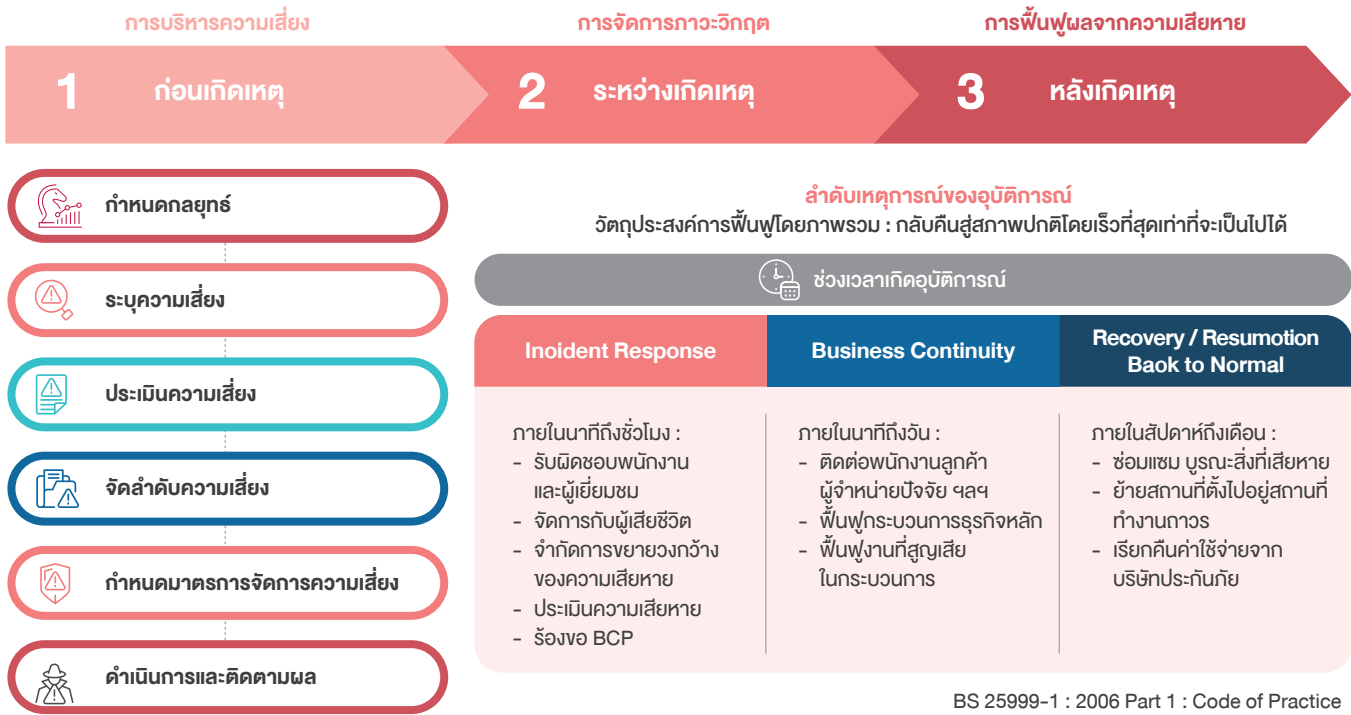
บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงหลากหลายรูปแบบซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงขององค์กร โดยมีหน่วยงานบริหารความเสี่ยงและหน่วยงานกำกับดูแลทำหน้าที่ร่วมเป็นคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดีและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร พร้อมทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงยังทำหน้าที่รายงานผลการดำเนินงานด้านความเสี่ยง และนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท ปีละ 2 ครั้ง เพื่อสอบทานผลการดำเนินงานของกระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้านการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

โครงสร้างบริหารความเสี่ยงองค์กร...กลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์



นอกจากนี้ บริษัทกำหนดกรอบการบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤตเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยง ที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานและเป้าหมายขององค์กร รวมทั้งสามารถจัดทำแผนควบคุมความเสี่ยงในทุกด้านได้อย่างเหมาะสม

กรอบการบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤตเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน



โดยบริษัทจัดกลุ่มความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มความเสี่ยงทั่วไปที่สามารถเกิดขึ้นได้ในการดำเนินงาน
2. กลุ่มความเสี่ยงด้านความยั่งยืน หรือความเสี่ยงที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเงิน
3. กลุ่มความเสี่ยงที่เกิดใหม่ (Emerging Risk)

ซึ่งกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี และจัดอบรมให้ความรู้เรื่องมาตรการลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ ทุกไตรมาส โดยมีผู้ประสานงานด้านความเสี่ยง (Risk Champion) ทำหน้าที่ให้ความรู้ ตลอดจนมีกลไกการควบคุม และการตรวจติดตามเพื่อส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติตามกระบวนการ และตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ทันการเปลี่ยนแปลงในการจัดการเหตุวิกฤติและสนับสนุนการขับเคลื่อนกลยุทธ์องค์กร ดังนี้

กลไกการควบคุมภายในและตรวจติดตามความเสี่ยง

ประเมินความเสี่ยง	คัดเลือกกระบวนการที่มีความเสี่ยงสูง	กำหนดมาตรการควบคุมความเสี่ยง	ผู้ตรวจสอบประเมินมาตรการควบคุมโดยผู้ตรวจสอบ	นทวน Internal Process Risk & Control ทุกไตรมาส
<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการโดย Risk Champion ความเสี่ยงที่มีการประเมิน ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> 1) การปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) 2) การปฏิบัติตามมาตรฐานกระบวนการ กฎหมายกฎระเบียบบริษัท สำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 3) การร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้เสีย 	<ul style="list-style-type: none"> ในปี 2564 มีกระบวนการที่มีความเสี่ยงสูง 65 กระบวนการ จากการประเมิน 285 กระบวนการ ครอบคลุมกระบวนการของสายงานการตลาด สายงานการบริหารผลิตภัณฑ์ สายงานจัดซื้อสายงานกระจายสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ในปี 2564 มีการกำหนดมาตรการควบคุมทั้งหมด 10 มาตรการ สำหรับกระบวนการที่มีความเสี่ยงสูง 65 กระบวนการ มีการสื่อสารมาตรการควบคุมความเสี่ยงให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบร่วมกับ Risk Champion 	<p>ผู้ตรวจสอบประกอบด้วยหน่วยงานบริหารความเสี่ยง หน่วยงาน Corporate Process Simplification และหน่วยงานตรวจสอบ</p>	<p>นทวนโดยผู้ประสานงานด้านความเสี่ยง (Risk Champion) ร่วมกับหน่วยงานเจ้าของกระบวนการ (Process Owner)</p>

ความเสี่ยงที่ก่อกำเนิดใหม่ (Emerging Risks)

บริษัทดำเนินการทบทวนประเด็นและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี สำหรับการวิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดขึ้นและเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อมุ่งพัฒนามาตรการและแนวทางในการจัดการและตอบสนองต่อความเสี่ยงได้ทันที่ทั้งในปี 2564 บริษัทได้ระบุความเสี่ยงที่ก่อกำเนิดใหม่ พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลกระทบที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ รวมถึงกำหนดมาตรการและแนวทางจัดการดังนี้



ความเสี่ยงจากการบังคับใช้กฎหมายที่ส่งเสริมการลดขยะ-บรรจุภัณฑ์จากภาครัฐ

การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากวงจรชีวิตของพลาสติกที่มีปริมาณสูงในปัจจุบัน ส่งผลให้เป้าหมายของการมุ่งลดอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกที่ 1.5 องศาเซลเซียส ไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งพลาสติกกว่าร้อยละ 90 ผลิตจากเชื้อเพลิงฟอสซิลที่เป็นสาเหตุของปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ศูนย์กฎหมายสิ่งแวดล้อมระหว่างประเทศ (Center for International Environmental Law : CIEL) รายงานถึงการประมาณปริมาณการปล่อยมลพิษจากการผลิตพลาสติกทั่วโลกล่าสุด มีค่าเทียบเท่าการปล่อยมลพิษจากอุตสาหกรรมถ่านหินกว่า 189 โรงงาน ซึ่งอาจจะส่งผลไปถึงปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 10-13 ภายในปี 2593 ซึ่งแนวทางการลดการใช้พลาสติกที่ดีที่สุดเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้น คือการลดการใช้พลาสติกตั้งแต่ต้นทางการผลิต ลดการใช้ทรัพยากรที่มากเกินไป การลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก และการเพิ่มปริมาณผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิลจึงเป็นเป้าหมายการช่วยประหยัดทรัพยากรเบื้องต้นเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งการกำกับดูแลและการประกาศใช้นโยบายจากภาครัฐเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

ประเทศไทยมีแนวทางการจัดการขยะพลาสติก (Thai Plastic Road map) ในช่วงปี 2561-2573 ประกอบไปด้วย 2 เป้าหมายหลัก ที่สามารถช่วยลดพลาสติกและขยะบรรจุภัณฑ์ดังนี้ เป้าหมายที่ 1 การลดและเลิกใช้พลาสติก ใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเป้าหมายที่ 2 การนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ประโยชน์ที่ครอบคลุมการลดขยะพลาสติก ณ แหล่งกำเนิด และหลังการบริโภค ปัจจุบันแผนดังกล่าวได้เริ่มเข้าสู่การดำเนินการระยะที่ 2 (2565-2570)¹ โดยเป็นระยะที่กำหนดให้ขยายขอบเขตการเลิกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบและโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในการนำขยะกลับมาใช้ใหม่และหมุนเวียน หนึ่งในเครื่องมือที่ถูกนำมาศึกษาเพื่อประกอบการกำหนดนโยบายคือ หลักการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต (Extended Producer Responsibility : EPR) ที่ผู้ผลิตจะต้องมีความรับผิดชอบต่อวงจร ตั้งแต่การออกแบบ กระจายสินค้า การรับคืน การเก็บรวบรวม การใช้ซ้ำ การนำกลับมาใช้ใหม่ และการบำบัดขยะบรรจุภัณฑ์หลังกระบวนการบริโภค โดยหลักการขยายความรับผิดชอบฯ ใช้กันอย่างแพร่หลายในยุโรป อเมริกาเหนือ แอฟริกาใต้ รวมถึงบางประเทศในเอเชีย และมีแนวโน้มที่จะถูกบังคับใช้เป็นกฎหมายในประเทศไทยซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกในอนาคต

¹ อ้างถึงเอกสารการนำเสนอ Thailand's Roadmap on Plastic Waste Management and current initiatives on single-use plastic in food delivery and takeaway โดย Pollution Control Department Ministry of Natural Resources and Environment



ผลกระทบต่อธุรกิจ



บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านการจัดการขยะพลาสติกขององค์กร ภายใต้นโยบายการจัดการขยะพลาสติกของประเทศไทย (Thai Plastic Roadmap) มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและร่วมตอบสนองต่อนโยบายระดับชาติ จากแนวโน้มของหลักการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต (Extended Producer Responsibility : EPR) ที่มีความเป็นไปได้ภายใน 3-5 ปี ข้างหน้า ที่จะกลายเป็นกฎหมายบังคับใช้ภายในประเทศกับทุกอุตสาหกรรม และส่งผลกระทบต่อการค้าปลีกธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท การปรับแผนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำจึงมีความ

สำคัญอย่างยิ่ง ที่จะช่วยให้การค้าปลีกธุรกิจขององค์กรสามารถขับเคลื่อนไปได้ นอกจากนี้ การลงทุนในกระบวนการใช้ซ้ำ การรีไซเคิลขยะบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการกระจายสินค้าที่ต้องอาศัยระบบและนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการสร้างระบบหรือการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น (คิดเป็นค่าใช้จ่ายในการลงทุนมากกว่า 215 ล้านบาท ใน 3-5 ปีข้างหน้า) การผลักดันให้มีการดำเนินงานตามกฎหมายหลักการขยายความรับผิดชอบต่อขยะ ยังสามารถส่งผลกระทบต่อบริษัทในด้านชื่อเสียงได้ หากไม่มีการเตรียมความพร้อมรับมือตลอดห่วงโซ่อุปทานที่ดี



มาตรการและแนวทางจัดการ



บริษัทมุ่งลดปริมาณขยะพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเข้ากระบวนการฝังกลบให้น้อยที่สุด โดยส่งเสริมการจัดการขยะภายใต้แนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำมาใช้กับสินค้าที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ซึ่งจะต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reusable) นำมาใช้ใหม่ (Recyclable) หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ (Compostable) ผ่านแนวคิด “ลด เลิก” โดยดำเนินการภายใต้ 3 แนวทางหลัก ดังนี้

- ลดการใช้พลาสติก ณ แหล่งกำเนิด โดยกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการตอบสนองการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้ากลุ่มที่บริษัทสามารถควบคุมได้เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ริเริ่มโครงการกลยุทธ์พัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมกับคู่ค้า เช่น โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ลดการใช้พลาสติก การเปลี่ยนมาใช้ฟิล์มปิดผนึกพิมพ์ลายแทนการปิดฝาด้วยพลาสติกหนาร่วมกับการใช้สติ๊กเกอร์ หรือการเปลี่ยนความหนาและขนาดของบรรจุภัณฑ์ พร้อมทั้งแจ้งขอความร่วมมือคู่ค้าในการพัฒนาและเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- ลดและทดแทนการใช้พลาสติก ณ ขั้นตอนการบริโภค ริเริ่มโครงการกลยุทธ์ในการลดการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single - use plastic) พร้อมทั้งริเริ่มแคมเปญเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของลูกค้า
- ลดขยะพลาสติก และไม่ใช่พลาสติก หลังการบริโภค ริเริ่มโครงการกลยุทธ์ที่เกิดจากการนำพลาสติกหลังกระบวนการบริโภคมาใช้ใหม่ตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยร่วมกับคู่ค้า NGOs ชุมชน ภาครัฐ องค์กรระดับท้องถิ่น องค์กรระดับโลกเพื่อเป็นต้นแบบในการ ดำเนินการ นำขยะพลาสติกหลังการบริโภคมาใช้ใหม่ เช่น โครงการเสื่อพนักงานจากขวดพลาสติก โครงการถังคัดแยกขยะขวดพลาสติกหลังการบริโภคเพื่อนำไปสู่กระบวนการรีไซเคิล



ความเสี่ยงของระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้นและการกัดกร่อน ของน้ำกร่อยจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

สาเหตุในการเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น เกิดจากผลของวิกฤตการณ์เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เมื่ออุณหภูมิโลกสูงขึ้นส่งผลให้น้ำในมหาสมุทรที่ทำหน้าที่ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกกักเก็บความร้อนเพิ่มขึ้น จนทำให้ปริมาตรของน้ำขยายตัวทำให้ระดับน้ำทะเลสูงขึ้น พร้อมกันนี้ อุณหภูมิที่สูงขึ้นยังส่งผลให้ธารน้ำแข็งละลายอย่างรวดเร็วและไหลสู่มหาสมุทร ยิ่งส่งผลให้ระดับน้ำทะเลสูงขึ้น นอกจากนี้ คณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Intergovernmental Panel on Climate Change : IPCC) รายงานว่าระดับน้ำในมหาสมุทรจะสูงขึ้นเฉลี่ย

84 เซนติเมตร ทั่วโลก ในช่วงปี 2562 – 2643 ซึ่งส่งผลให้พื้นที่ลุ่มน้ำและพื้นที่ต่ำเสี่ยงต่อน้ำท่วมและจมน้ำ อีกทั้งยังส่งผลต่อแหล่งน้ำจืดในธรรมชาติที่ถูกน้ำเค็มเข้ามาแทนที่มากยิ่งขึ้น เช่น น้ำใต้ดิน น้ำผิวดิน เป็นต้น ทำให้การใช้น้ำจืดในการอุปโภคบริโภค และเพื่อการดำเนินธุรกิจเกิดประสิทธิภาพน้อย ซึ่งการแทนที่ของน้ำเค็มเกิดจากปริมาณน้ำทะเลหนุนที่เพิ่มสูงและไกลขึ้น อีกทั้งปริมาณน้ำจืดที่ปล่อยจากเขื่อนมีปริมาณน้อยลงเพราะผลกระทบจากภัยแล้งส่งผลให้การแทนที่ของน้ำเค็มในแหล่งน้ำจืดธรรมชาติทวีคูณมากยิ่งขึ้น และมีผลกระทบโดยตรงต่อสิ่งมีชีวิตทุกชนิด ระบบนิเวศ การเติบโตทางเศรษฐกิจ และโครงสร้างพื้นฐาน



ผลกระทบต่อธุรกิจ



งานวิจัยจากหลากหลายสถาบันแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในเรื่องระดับน้ำทะเลที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวใช้วิธีการคำนวณจากภาพถ่ายดาวเทียมที่มีความแม่นยำมาก ประเทศไทยมากกว่าร้อยละ 96 ของพื้นที่กรุงเทพมหานครจะถูกน้ำท่วมหากเกิดอุทกภัย ซึ่งครอบคลุมพื้นที่กว่า 1,512 ตารางกิโลเมตร ภายใน 3-5 ปีข้างหน้า และสามารถสร้างความเสียหายทางเศรษฐกิจที่ทวีคูณ โดยเฉพาะพื้นที่ลุ่มน้ำที่พบได้ในพื้นที่ของกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อธุรกิจเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของร้านสูง

ทั้งนี้ ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อาทิ ระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้น และการแทนที่ของน้ำเค็มในแหล่งน้ำจืด ยังส่งผลกระทบต่อการค้าปลีกในธุรกิจร้าน 7-Eleven สาขาที่เปิดในพื้นที่ลุ่มน้ำครอบคลุมพื้นที่ 9 จังหวัด อาทิ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี สระบุรี นครปฐม สมุทรสาคร ฉะเชิงเทรา และปราจีนบุรี มีจำนวนสาขารวมกว่า 4,892 สาขา เกิดการหยุดชะงักในการดำเนินธุรกิจ ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการซ่อมบำรุงร้านหลังจากน้ำท่วม ค่าใช้จ่ายในการจัดหาอุปกรณ์หรือเครื่องมือในการรักษาคุณภาพของน้ำประปาที่ใช้ใน

การประกอบธุรกิจ พร้อมกันนี้ ยังส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องเตรียมและให้บริการภายในร้านสาขาที่ต้องหยุดจำหน่ายในช่วงผลกระทบจากระดับน้ำทะเลและน้ำหนุนที่สูงขึ้นที่ทำให้แหล่งน้ำจืดที่ใช้เป็นประจำถูกแทนที่ด้วยน้ำเค็ม ตลอดจนส่งผลให้บริษัทเสียโอกาสการค้าปลีกในชวงวิกฤตดังกล่าว ทั้งนี้ บริษัทได้ทำการประเมินผลกระทบจากความเสียดังกล่าวแยกออกเป็น 2 มิติ ดังนี้

- การสูญเสียโอกาสในการขายสินค้ากลุ่มที่ต้องใช้คุณภาพน้ำที่ดี ได้แก่ เครื่องดื่มชงสด All Café เครื่องดื่มแบบกด 7-Select และเครื่องดื่มปั่นเป็นเกล็ดสเลอปี้ (Slurpee) และค่าใช้จ่ายในการจัดหา น้ำสะอาดเพื่อใช้ในการอุปโภค ซึ่งสามารถคิดเป็นมูลค่าอยู่ในช่วง 1,000-1,500 ล้านบาท ในกรณีที่ไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์และให้บริการได้เป็นเวลา 7 วัน
- มูลค่าความเสียหายหลังการเคลมประกันภัยคิดเป็นมูลค่ากว่า 2,644 ล้านบาท โดยประเมินจากสถิติค่าความรับผิดชอบส่วนแรก (Deductible) จากการเคลมประกันภัยและมูลค่าเบี้ยประกันภัย



มาตรการและแนวทางจัดการ



บริษัทกำหนดให้มียุทธศาสตร์และแผนการบริหารความเสี่ยงอย่างครอบคลุม โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่กำกับดูแล ซึ่งความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศยังถูกรวบรวมเข้าเป็นหนึ่งในปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ที่มีการมุ่งทบทวนแนวทางการบริหารความเสี่ยงอย่างรอบด้านปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ พร้อมกันนี้ บริษัทกำหนดให้มีการจัดทำแผนรองรับสถานการณ์น้ำท่วม (Flood Scenario & Preparation) สำหรับร้าน 7-Eleven โดยศึกษาความสอดคล้องกับสถิติข้อมูลการเกิดภัยทางธรรมชาติร่วมกับข้อมูลการประเมินความเสี่ยงของหน่วยงานภาครัฐ อาทิ ระบบฐานข้อมูลความเสี่ยงเชิงพื้นที่จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ¹ เพื่อใช้ประกอบการประเมินความเสี่ยงของร้านสาขาในแต่ละพื้นที่ จัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ และแผนการฟื้นฟูหลังเกิดสถานการณ์ ตลอดจน กำหนดให้มีการรายงานผลกระทบเรื่องระดับน้ำทะเลสูงขึ้น ที่ส่งผลให้เกิดน้ำท่วมและน้ำทะเลหนุนจนเกิดการแทนที่ของน้ำเค็ม



¹ <https://climate.onep.go.th/th/topic/database/riskmaps/>

ต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อร่วมหารือกำหนดทิศทางและหามาตรการบรรเทาวิกฤตที่เกิดขึ้น อาทิ

- การเปลี่ยนเครื่องกรองน้ำคุณภาพสูงที่สามารถกรองความเค็มได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ทบทวนและปรับปรุงเงื่อนไขการเลือกที่ตั้งร้านสาขา โดยพิจารณาผลกระทบระดับน้ำทะเลเพิ่มขึ้น
- กำหนดให้มีโครงการร้านสูบน้ำ เพื่อเตรียมความพร้อมร้านสาขารับมือกับสถานการณ์น้ำท่วมที่เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบและระหว่างเกิดเหตุ รวมถึงการออกแบบร้านสาขาให้มีความสามารถในการเคลื่อนย้ายเพื่อสามารถดำเนินการในพื้นที่อื่นได้
- กำหนดแผนฟื้นฟูร้านสาขาหลังสถานการณ์น้ำท่วม



ความเสี่ยงในการรักษาคุณภาพของคู่ค้าอาหารสด ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัท หลังการเชื่อมต่อระบบขนส่ง ทางรางระดับภูมิภาค

ภายใต้การขยายระบบการขนส่งสินค้าและการโดยสารไปยังภูมิภาคต่าง ๆ หรือเป็นที่รู้จักในโครงการ Belt and Road Initiative, BRI ในวันที่ 3 ธันวาคม 2564 ที่ผ่านมาได้เปิดรถไฟสายสาธารณรัฐประชาชนจีน และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (The China-Laos Railway) ช่วงโม่เต็น-นครเวียงจันทน์ 32 สถานี ประกอบไปด้วยสถานีขนส่งสินค้า 22 สถานี และสถานีโดยสาร 10 สถานี จะช่วยขยายขอบเขตทั้งการค้าและการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคได้มากยิ่งขึ้น ด้วยปัจจัยด้านเวลาที่ใช้ในการขนส่งที่ลดลงอย่างมาก โดยใช้ระยะเวลาใน

การเดินทางเพียง 7-9 ชั่วโมง และการขนส่งสินค้าเพียง 10-12 ชั่วโมง ส่งผลให้สินค้าจะถูกส่งเข้าสู่ไทยภายใน 48 ชั่วโมง ซึ่งถือว่าเร็วกว่าวิธีการขนส่งสินค้าแบบดั้งเดิมเป็นอย่างมาก (เดิมการขนส่งทางรถไฟใช้เวลา 4-6 วัน ทางเรือ 12-17 วัน และทางเครื่องบิน 1-2 วัน) จากสถานการณ์นี้ส่งผลให้กลุ่มสินค้าอาหารสด (Fresh product) จะสามารถกระจายเข้าสู่ตลาดประเทศไทยได้มากยิ่งขึ้น และจะสามารถส่งได้รวดเร็วยิ่งขึ้นไปอีกเมื่อการเชื่อมต่อกับระบบการขนส่งทางรางภายในประเทศเสร็จสิ้น ในปี 2571 หรืออีกภายใน 6 ปี



ผลกระทบต่อธุรกิจ



ถือเป็นประเด็นที่สร้างทั้งโอกาสและความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจในเวลาเดียวกัน ซึ่งในแง่ของความท้าทายสามารถระบุได้ 2 ประเด็นหลักดังนี้

- ความท้าทายในการควบคุมภาพสินค้าอาหารสดให้เป็นไปในระดับสากลตลอดการขนส่งสินค้าและการเปลี่ยนถ่ายสินค้า (Transshipment) เนื่องจากความแตกต่างของมาตรฐานในการผลิตสินค้าของแต่ละประเทศ และมาตรฐานการตรวจวัดสิ่งปนเปื้อนเป็นหนึ่งในความเสี่ยงระยะต้นที่จะเชื่อมโยงระบบการขนส่งทั่วภูมิภาค ไม่ว่าจะเป็นการนำเข้าสินค้า หรือการส่งออกสินค้า ผลกระทบจากการขายสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในการสูญเสียชื่อเสียง และรวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการรับคืนสินค้าที่ไม่สอดคล้องกับมาตรฐานท้องถิ่น
- ความสามารถในการแข่งขันของคู่ค้าภายในประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเกษตรกรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับผู้ผลิตระดับภูมิภาค เป็นประเด็นความเสี่ยงที่เห็นได้ชัดเจน เนื่องจากความแตกต่างของสเกลการผลิต การระบายกำลัง การผลิตส่วนเกิน ส่งผลไปยังต้นทุนการผลิต คู่ค้าขนาดเล็กที่ไม่สามารถปรับตัวหรือแข่งขันในเวทีระดับภูมิภาคได้ จะล้มหายออกจากตลาด ส่งผลให้ความเข้มแข็งและความหลากหลายของห่วงโซ่อุปทานลดลง ประเมินผลกระทบต่อกลุ่มสินค้าอาหารสดของกลุ่มค้าปลีกจำนวนกว่า 234 SKUs มูลค่ามากกว่า 850 ล้านบาทต่อปี หรือผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานประมาณ 14,285 ล้านบาท



มาตรการและแนวทางจัดการ



บริษัทได้เร่งดำเนินการส่งเสริมความแข็งแกร่งของคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานผ่านมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้คู่ค้าประเภท SMEs สามารถปรับตัว เตรียมความพร้อมในการคว้าโอกาสในการขายและแข่งขันในระดับภูมิภาค ผ่านแนวทางการส่งเสริมดังนี้

- ส่งเสริมให้ผู้ผลิตพัฒนาเพิ่มคุณภาพของสินค้าและการสร้างเอกลักษณ์ ความแตกต่าง หรือความสามารถในการนำเสนอคุณค่าของสินค้า เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับสินค้าในเวทีภูมิภาค
- รับซื้อสินค้าโดยตรงจากเกษตรกร รวมถึงพัฒนาการผลิต โดย บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) บริษัทในกลุ่ม ซีพี ออลล์
- ส่งเสริมการรับรองคุณภาพให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ตั้งแต่แปลงปลูก จนถึงการจัดตั้งและบรรจุ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการต้นทุนในการผลิต และสร้างการยอมรับในด้านการประกันคุณภาพของสินค้า
- ส่งเสริมการทำตลาดและช่องทางการขาย พร้อมทั้งรับซื้อสินค้าและการส่งมอบช่องทางการขายสินค้าให้กับผู้ผลิตกลุ่ม SMEs เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนและสามารถมีทุนในการพัฒนาต่อยอด

โครงการค้นหาภัยมืด

บริษัทดำเนินโครงการค้นหาภัยมืด หรือ Black Swan ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความเสี่ยงให้บุคลากรในองค์กร โดยสนับสนุนให้ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนร่วมในการค้นหาความเสี่ยงขององค์กรซึ่งมีความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานและ

เป้าหมายของบริษัทผ่านกิจกรรมการส่งประเด็นความเสี่ยงเข้าประกวดผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยเป็นประเด็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับ 6 ประเด็น ดังต่อไปนี้

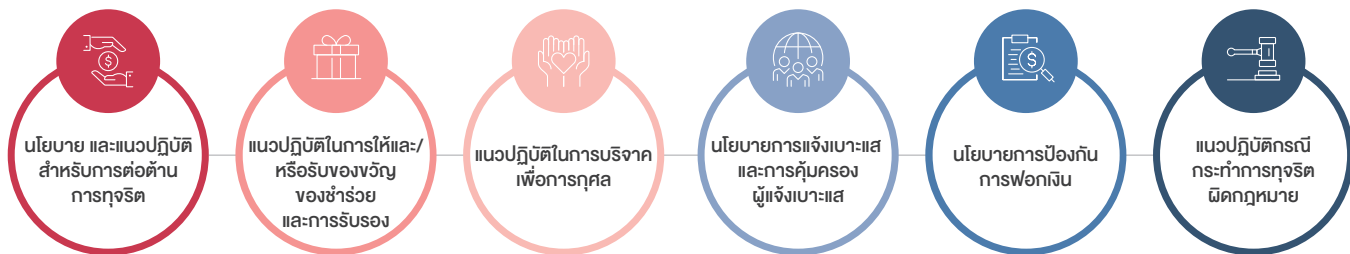


โดยประเด็นความเสี่ยงที่ได้รับรางวัลจะถูกนำมาพิจารณาในการออกมาตรการรองรับและจัดการให้เหมาะสม เพื่อพัฒนาไปสู่การปฏิบัติจริงอย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2564 มีผลงานที่พนักงานส่งเข้าประกวดทั้งสิ้น 2,671 ประเด็นความเสี่ยง โดย 5 อันดับความเสี่ยงที่มีผู้ส่งผลงานเข้าร่วมสูงสุด ได้แก่ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ข้อมูลสำคัญรั่วไหล ความคิดเห็นเชิงลบในสื่อ Social Media ความปลอดภัยและความผิดพลาดในการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก

นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดให้มีการประเมิน Risk Score เพื่อวัดความสามารถในการบริหารความเสี่ยงของหน่วยงานรวมทั้งให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพระบบบริหารความเสี่ยงของทุกพื้นที่ครอบคลุมกว่า 70 หน่วยงาน ในทุกไตรมาส รวมทั้งเปิดบริการให้คำแนะนำทางออนไลน์ รวมถึงแลกเปลี่ยนความรู้และตัวอย่างที่ดีเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการบริหารความเสี่ยงผ่านโครงการ Risk Score Clinic ในทุกสัปดาห์ สำหรับหน่วยงานที่มีผลการดำเนินงานที่ดีต่อเนื่องจะมีการยกย่องประกาศเชิดชูโดย Enterprise Risk Manager และประธานกรรมการบริหาร รวมทั้งนำจุดเรียนรู้ที่ดีไปเผยแพร่ให้กับบริหารความเสี่ยงได้นำไปพัฒนาต่อยอดให้ดียิ่งขึ้นต่อไป รวมถึงจัดให้มีการสัมมนานักบริหารความเสี่ยงประจำหน่วยงาน (Risk Champion) อย่างต่อเนื่องทุกไตรมาส เพื่อยกระดับความรู้ ความสามารถของนักบริหารความเสี่ยงให้ทันต่อสถานการณ์ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ด้านการดำเนินการ ด้านการเงิน ด้านกฎหมาย รวมทั้งด้านความยั่งยืน และธรรมาภิบาล โดยมีผู้เข้าร่วมกว่า 500 ราย

จริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

บริษัทมุ่งดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม โดยทบทวนและจัดทำคู่มือจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน สำหรับบุคลากรทุกระดับในองค์กรตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงพนักงาน ตลอดจนสำหรับคู่ค้าและผู้รับเหมา เพื่อยึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการทำงานด้วยความรับผิดชอบและซื่อสัตย์สุจริต รวมถึงการไม่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน ตลอดจนไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน ในปี 2564 พนักงานและคู่ค้าได้รับการสื่อสารนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ผ่านคู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานครบ ร้อยละ 100 โดยบริษัทกำหนดแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการทุจริต ดังนี้



อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

คู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน สำหรับพนักงาน







https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/03/CPALL_Integrity_200563.pdf

คู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติ สำหรับคู่ค้า




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

การบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน และการบริหารจัดการกรณีทุจริต

บริษัทจัดทำแพลตฟอร์มสำหรับพนักงาน เพื่อเป็นการสนับสนุนการรับข้อร้องเรียนหรือเบาะแสที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตหรือพฤติกรรมที่ผิดจริยธรรมภายในองค์กร ผ่านช่องทางที่หลากหลาย ได้แก่

 ช่องทาง การแจ้งเบาะแสร้องเรียน	 หมายเลขโทรศัพท์ 02 826 7744	ผู้รับเรื่อง Call Service
	 หมายเลขโทรศัพท์ 02 071 2770 / 02 071 8623	ผู้รับเรื่อง สำนักตรวจสอบ
	 ไปรษณีย์เจ้าหน้าที่ สำนักงานตรวจสอบ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เลขที่ 119 ชั้น 16 อาคารธนาสาทร ซอยสาทร 5 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120	ผู้รับเรื่อง สำนักตรวจสอบ
	 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 สำนักบริหารการสื่อสารองค์กร

นอกจากนี้ บริษัทมีมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสรวมถึงผู้เกี่ยวข้อง และมีการบรรเทาความเสียหายด้วยกระบวนการที่เหมาะสม และเป็นธรรมแก่บุคคลดังกล่าว ซึ่งได้รับความเสียหายจากการแจ้งข้อมูล ทั้งนี้เมื่อบริษัทได้รับแจ้งเหตุ หรือเบาะแสการทุจริต หรือเมื่อเกิดเหตุทุจริตผ่านช่องทางต่าง ๆ สำนักตรวจสอบ และหรือหน่วยงานทรัพยากรบุคคลจะดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงเบื้องต้น ซึ่งหากมีมูลจะมีการแต่งตั้งคณะทำงานสอบสวนหาข้อเท็จจริง และหากตรวจสอบพบว่ามีกรณีกระทำผิดจริงจะพิจารณาลงโทษผู้กระทำผิดตามมาตรการของบริษัทที่กำหนดไว้ พร้อมกับดำเนินการแก้ไขและกำหนดมาตรการป้องกันบูรณาการในกระบวนการทำงานเพื่อป้องกันการเกิดซ้ำต่อไป ในปี 2564 มีรายงานการทุจริตที่ตรวจสอบพบว่ามีจริงจำแนกตามประเภท ดังนี้

ประเภทการทุจริต (กรณี)	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
 ความขัดแย้งทางผลประโยชน์	0	1	0	0
 การทุจริตในรายงาน (การปลอมแปลงเอกสารการนำข้อมูลเท็จ)	N/A	4	5	7
 การยกยอกทรัพย์สิน	N/A	383	404	427

ความก้าวหน้าในการจัดการข้อร้องเรียน ปี 2564



จำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด

434 กรณี



เรื่องที่ได้รับการตรวจสอบพบว่าผิดจริง

434 กรณี

การแก้ไข กำหนดมาตรการป้องกันเกิดซ้ำ



ดำเนินการแล้วเสร็จ

434


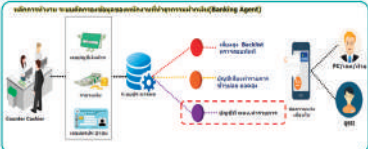


อยู่ระหว่างดำเนินการ

0

ตัวอย่างการดำเนินการแก้ไข รวมถึงมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำ

กรณีทุจริต ประเภทการรั่วไหลของทรัพย์สิน พื้นที่สาขายานปฏิบัติการร้าน 7-Eleven

กำกับดูแลให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดอย่างถูกต้อง	สื่อสาร และสร้างความตระหนักให้กับพนักงานร้าน 7-Eleven	กลไกการติดตาม ตรวจสอบ
<ul style="list-style-type: none"> กำหนดเป้าหมายผลการทุจริตของสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven แต่งตั้งคณะทำงานป้องกันการทุจริตสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven ปรับปรุงมาตรฐานการทำงานของร้าน 7-Eleven เช่น การทำธุรกรรมทางการเงินของพนักงาน ปรับปรุงมาตรฐานการตรวจสอบระบบร้านคุณภาพ เช่น การตรวจสอบเงินสดของ Field Consultant การเข้าเครื่องคิดเงิน การทำธุรกรรมการเงินส่วนตัวของพนักงาน การตรวจสอบและตรวจนับเงินสดกันที่เมื่อถึงร้าน เป็นต้น ติดตามผลการทุจริตในที่ประชุมผู้บริหารระดับสูงเป็นประจำทุกเดือน 	<ul style="list-style-type: none"> สื่อสารเกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ผ่านการประชุมของสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven แต่ละพื้นที่ทุกไตรมาส รวมถึงผ่านสื่อโปสเตอร์ “น้องจ๊อบบอก”  <ul style="list-style-type: none"> จัดอบรมให้ความรู้ตัวแทนสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven ผ่านโครงการ Mister & Miss Good Governance 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาระบบแจ้งเตือนการทำธุรกรรมผ่านแบงก์กิ้งเอนก (Alert Banking Agent) เพื่อคัดแยกการทำธุรกรรม บันทึกข้อมูลรายการที่ผิดปกติ และรายการต้องสงสัยที่รับชำระผ่านช่องทาง เคาน์เตอร์เซอร์วิสทำให้สามารถตรวจพบสิ่งผิดปกติและป้องกันการสูญเสียได้รวดเร็วขึ้น  <ul style="list-style-type: none"> ติดตามการปฏิบัติงานผ่านกล้อง CCTV ในรูปแบบออนไลน์ การตรวจสอบระบบร้านคุณภาพ โดยหน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ

สื่อสาร ให้ความรู้ และสร้างความตระหนัก

โครงการสื่อสารให้ความรู้และสร้างกิจกรรมรณรงค์สร้างความตระหนัก

บริษัทดำเนินโครงการสื่อสารและสร้างความตระหนักการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลแก่ผู้บริหารและพนักงาน ทั้งสายสำนักงานและสายปฏิบัติการ รวมถึงบริษัทในกลุ่ม ซีพี ออลล์ เพื่อสร้างความตระหนักและดำเนินธุรกิจตามคณาถรรพธิภบาล “ซื่อสัตย์ โปร่งใส ยุติธรรม คำมั่นถึงชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม” โดยสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เชิงรุกผ่านช่องทางที่หลากหลาย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ อาทิ

- โปสเตอร์ในสำนักงานและร้าน 7-Eleven
- วิดีโอสื่อสารและอบรม “พร้อมเป็นที่พึ่ง เคียงข้างสังคมและชุมชน”
- เฟซบุ๊ก “คน ซีพี ออลล์”
- ข้อมูลประชาสัมพันธ์ทางอีเมล และแอปพลิเคชัน LINE
- โครงการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ด้านธรรมาภิบาล Mister & Miss Good Governance เพื่อเป็นตัวแทนขับเคลื่อนด้านธรรมาภิบาลขององค์กร โดยมีตัวแทน Mister & Miss Good Governance จากแต่ละหน่วยงานเข้าร่วม จำนวน 157 ราย



ในปี 2564 มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานจำนวน 103,257 รายทั่วประเทศ นอกจากนี้ บริษัทได้มีการประเมินการรับรู้และความเข้าใจด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันของพนักงานทุกระดับ ของกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ พบว่า ร้อยละ 90 ของพนักงานรับรู้และเข้าใจ



โครงการส่งเสริมและสนับสนุนลูกค้ากลุ่ม SMEs ในการเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC)

บริษัทเข้าร่วมสัมมนาโครงการ “แนวร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย” และเชิญชวนลูกค้า SMEs กลุ่มผู้รับเหมาเข้าร่วมโครงการ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ลูกค้าได้รับความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงาน ด้วยหลัก ธรรมมาภิบาล โปร่งใส และสุจริต และยกระดับสถานะการเป็นสมาชิก CAC ของบริษัท สู่ระดับ Change Agent โดยมีลูกค้าเข้าร่วมโครงการจำนวน 35 ราย และร่วมเข้าประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) ร้อยละ 100 นอกจากนี้ บริษัทสื่อสารนโยบายต่อต้านการทุจริตผ่านคู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานแก่ลูกค้าทั้งหมด โดยในปี 2564 ลูกค้ารายใหม่ได้รับการสื่อสารและลงนามรับทราบครบร้อยละ 100



การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูล

บริษัทดำเนินการปรับปรุงนโยบายการรักษาความปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้มีความสอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากลมาตรฐาน ISO 27001 พร้อมทั้งมุ่งสร้างความตระหนักด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูลที่สำคัญขององค์กร รวมถึงการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งถือเป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่สำคัญขององค์กรผ่านโครงการ ดังนี้

โครงการสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security)

ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์เป็นหนึ่งในความเสี่ยงสำคัญที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจจากออฟไลน์สู่ระบบออนไลน์ ส่งผลให้บริษัทต้องเผชิญความเสี่ยงเกือบตลอดเวลา เพราะทุกอย่างเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วภายในเสี้ยววินาที บริษัทจึงได้กำหนดการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยในปี 2564 บริษัทได้ดำเนินการ ดังนี้

- ปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล (ISO 27001) และด้านระบบการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISO 27701)
- สื่อสาร สร้างความตระหนักเกี่ยวกับนโยบายสำคัญเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ ภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่ใกล้ตัว และต้องระวัง แนวปฏิบัติรวมถึงข้อแนะนำเพื่อใช้งานอย่างมั่นใจและปลอดภัย ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ บริษัท อีเมล Cyber Portal เป็นต้น
- ให้ความรู้ภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่ใกล้ตัวและต้องระวัง รวมถึงแนวปฏิบัติเพื่อใช้งานอย่างมั่นใจและปลอดภัย ให้นักเรียน นักศึกษา ของวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM)

- การทดสอบไซเบอร์ (Cyber Security Drills Test) สำหรับพนักงานทุกระดับ บนสถานการณ์เสมือนจริง เพื่อสร้างความคุ้นเคย และการตอบสนองหรือรับมือที่ถูกต้อง
- การซ้อมและลงมือปฏิบัติจริงระดับปฏิบัติการรับมือภัยไซเบอร์ (Cyber Incident Response Workshop) ตามแผนบนสถานการณ์เสมือนจริง เพื่อสร้างความคุ้นเคยในการลงมือทำการตอบสนองหรือรับมือที่ถูกต้อง พร้อมทั้งนำผลลัพธ์ที่ได้จากการซ้อมมาทำการปรับปรุงแผนตอบสนองเหตุการณ์วิกฤตความปลอดภัยไซเบอร์ (Incident Response Plan : IRP)



งานกำกับและส่งเสริม
จริยธรรมไซเบอร์
Cyber Ethics



งานควบคุมมาตรฐาน
ความปลอดภัยไซเบอร์
Cyber Assurance



งานปฏิบัติการ เฝ้าระวัง
และแก้ไขภัยไซเบอร์
Cyber Operation

สร้างความตระหนักในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทมุ่งสร้างความตระหนักด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งถือเป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่องค์กรให้ความสำคัญแก่พนักงานทุกระดับสอดคล้องกับกลยุทธ์และแผนงานที่สำคัญของบริษัท ในปี 2564 ได้ดำเนินงานยกระดับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล ดังนี้

- ประกาศใช้กระบวนการทำงานที่มีความสอดคล้องกับกฎหมาย PDPA*
- เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย PDPA สำหรับพนักงานทุกระดับ พร้อมทั้งปรับปรุงกระบวนการทำงานที่มีกิจกรรมข้อมูลส่วนบุคคลให้สอดคล้องกับกฎหมาย PDPA
- จัดกิจกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้กับพนักงานทุกระดับ เช่น การฝึกอบรม การจัดสัมมนา พร้อมสอบวัดระดับความรู้สำหรับพนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรม เป็นต้น
- เผยแพร่ และส่งเสริม PDPA Mindsets ให้แก่พนักงาน ประกอบด้วย 1. เคารพความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น (Respect) 2. ซื่อสัตย์ โปร่งใส (Transparency) และ 3. รับผิดชอบในการกระทำ (Accountability) ผ่านช่องทางออนไลน์และออนไลน์ เช่น โพสต์เตอร์ เว็บไซต์บริษัท อีเมล PDPA Portal, CPALL Connect เป็นต้น
- ขอการรับรองมาตรฐานสากลระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล ISO 27001 และมาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO 27701 จากกระบวนการสำคัญบริหารข้อมูลสมาชิกออลส์เมมเบอร์ (All Member)
- พัฒนาและนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้มาตรการด้านความมั่นคงปลอดภัย ที่คงไว้ซึ่งการรักษาความลับ (Confidentiality) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Integrity) และความพร้อมใช้งาน (Availability) ของสารสนเทศทั้งหมด



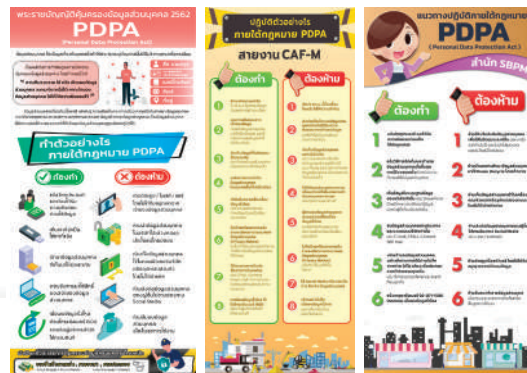
ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ร้อยละ 99
กิจกรรมที่มีข้อมูลส่วนบุคคล สอดคล้องตามพระราชบัญญัติ คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ร้อยละ 100
พนักงานผ่านการอบรมและทดสอบ ความรู้ ความเข้าใจแนวปฏิบัติ PDPA



- จัดทำแบบทดสอบวัดความรู้ ความเข้าใจ PDPA



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





เคารพและปฏิบัติตามหลัก สิทธิมนุษยชนสากล

ซีพี ออลล์ เคารพความหลากหลาย ปฏิบัติต่อทุกคนทั้งภายในและภายนอกองค์กรด้วยความเป็นธรรม เสมอภาค และเท่าเทียม ให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนในทุกย่างก้าวของการดำเนินธุรกิจ แบ่งปันโอกาส และสนับสนุนคุณภาพชีวิตที่ดี โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางในสังคม เพื่อให้ทุกคนอยู่ร่วมกันได้ในสังคมแห่งความเอื้ออาทร

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG3 สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

- 3.4 ลดการตายก่อนวัยอันควรจากโรคไม่ติดต่อ ผ่านทางการป้องกัน การรักษา สนับสนุนสุขภาพจิต และความเป็นอยู่ที่ดี
- 3.6 ลดจำนวนการตายและบาดเจ็บจากอุบัติเหตุทางถนน

SDG5 บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศและให้อำนาจของผู้หญิงและเด็กหญิงทุกคน

- 5.1 ยุติการเลือกปฏิบัติทุกรูปแบบที่มีต่อผู้หญิงและเด็กหญิงในทุกที่

SDG8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

- 8.5 บรรลุการจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพและการมีงานที่สมควรสำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพพลภาพ และให้มีการจ่ายที่เท่าเทียมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน
- 8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและเป็นคนสำหรับผู้ทำงานทุกคน รวมถึงผู้ทำงานต่างด้าว โดยเฉพาะหญิงต่างด้าว และผู้ทำงานเสี่ยงอันตราย

SDG10 ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ

- 10.3 สร้างหลักประกันว่าจะมีโอกาสที่เท่าเทียมและลดความไม่เสมอภาคของผลลัพธ์ รวมถึงโดยการจกกฎหมายนโยบาย และแนวปฏิบัติที่เลือกปฏิบัติ และส่งเสริมการออกกฎหมาย นโยบาย และการกระทำที่เหมาะสม

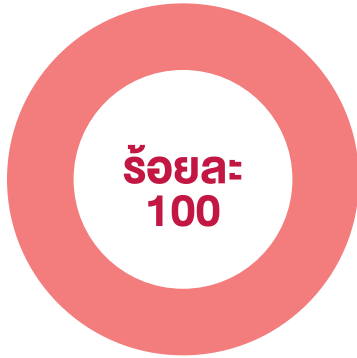
SDG16 ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรมและสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบและครอบคลุมในทุกระดับ

- 16.3 ส่งเสริมนิติธรรมทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ และสร้างหลักประกันว่าจะมีการเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมแก่ทุกคน



เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล

เป้าหมายปี 2573



ดำเนินการให้เกิด “การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน” อย่างต่อเนื่องตามแนวทางขององค์การสหประชาชาติ ทั้งในขอบเขต การดำเนินงานของบริษัท และคู่ค้าความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



ร้อยละ **100** พื้นที่การดำเนินการของบริษัท และสโตร์บิซิเนสพาร์ทเนอร์ที่มีความเสี่ยงสำคัญขององค์กรตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มีการดำเนินการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนกับกลุ่มพนักงาน (Human Rights Impact Assessment : HRIA)



ร้อยละ **100** ของสโตร์พาร์ทเนอร์รายใหม่ (พันธมิตรทางธุรกิจ) และคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ได้รับการให้ความรู้และประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน



รางวัลระดับดีเด่น “องค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ปี 2564” ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่



รางวัลระดับดีเยี่ยม “องค์กรที่สนับสนุนงานด้านคนพิการดีเด่น” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5



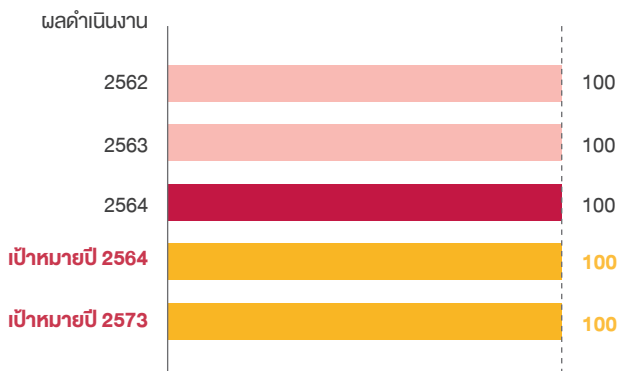
รางวัลเกียรติยศสูงสุด ระดับประเทศ “สถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน” ปี 2564 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 15



ร้อยละ **100** พื้นที่เป้าหมายระยะที่ 1 ของศูนย์กระจายสินค้าได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 45001 : 2018

ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : ร้อยละ)



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



ขยายขอบเขตการสร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชนไปยัง สโตร์พาร์ทเนอร์ และคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1



เข้าร่วมการประเมินองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ปี 2564 โดยบริษัท ซีพีแรม จำกัด



ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนกับกลุ่มพนักงาน (Human Rights Impact Assessment : HRIA) ของหน่วยงานที่มีความเสี่ยงสำคัญขององค์กรตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานบรรษัทภิบาล



ติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงานตามแผนของมาตรการควบคุม ความเสี่ยงที่มีอยู่ขององค์กร ด้านสิทธิมนุษยชน



ยกระดับโครงการส่งเสริมความปลอดภัยในการจับจ่ายสำหรับ พนักงานร้าน 7-Eleven

ความเสี่ยงและโอกาส

สิทธิมนุษยชนเป็นสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่จะต้องได้รับความเสมอภาค ความเท่าเทียม เป็นธรรม และไม่ถูกเลือกปฏิบัติด้วยเหตุแห่งเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศ สีดวง ภาษา หรือสถานะอื่นใด ปัจจุบันสิทธิมนุษยชนเป็นเรื่องที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในหลักการสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ การดำเนินธุรกิจย่อมมีความเกี่ยวข้องกับมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิ กระบวนการผลิต กระบวนการขนส่งบริการ ซึ่งในแต่ละกระบวนการจำเป็นต้องใช้แรงงานจากมนุษย์ ทำหน้าที่ควบคุมประสานงาน และอื่น ๆ การได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชนสำหรับพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเรื่องความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน สภาพแวดล้อมที่ดี และการได้รับการส่งเสริมด้านสุขภาพในช่วงภาวะวิกฤต จึงเป็นเรื่องสำคัญที่อาจ

ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และภาพลักษณ์ขององค์กร นอกจากนี้ การสนับสนุนให้พนักงานเข้าถึงค่าแรงขั้นต่ำที่เทียบเท่ากับค่าเฉลี่ยของค่าครองชีพ (Living Wage) ยังสามารถลดอัตราลาออกของพนักงานได้มากถึงร้อยละ 50 อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี และเข้าถึงรายได้ขั้นพื้นฐานอย่างเหมาะสม

ดังนั้น บริษัทจึงมุ่งส่งเสริมการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นสิ่งที่ภาคธุรกิจต้องให้ความสำคัญ พร้อมทั้งกำหนดแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับหลักการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนอย่างครอบคลุม ตามหลักการสากลและกฎหมายของประเทศ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทดำเนินงานภายใต้ต้นนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของการดำเนินธุรกิจ รวมถึงคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องตามหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights : UNGP) และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization : ILO) รวมถึงกฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ เช่น การใช้แรงงานเด็ก การใช้แรงงานบังคับ การเลือกปฏิบัติและการคุกคามทางเพศ เป็นต้น บริษัทมีการประเมินสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence : HRDD) ในทุกพื้นที่ดำเนินการ และทุกกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท พร้อมทั้งประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Impact Assessment : HRIA) ในหน่วยงานที่มีความเสี่ยง ตลอดจนทบทวนความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กร (Human Rights Risk Assessment)

รวมถึงสร้างความตระหนักรู้ด้านการเคารพและการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากลแก่พันธมิตรทางธุรกิจ และคู่ค้าที่สำคัญผ่านโครงการที่หลากหลาย เพื่อป้องกันและหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม พร้อมกันนี้ บริษัทยังประเมินค่าครองชีพสำหรับพนักงานอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม

นอกจากนี้ บริษัทยกระดับการดำเนินงานด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ผ่านการสนับสนุนสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานในการดำเนินการด้านสาธารณสุข โดยกำหนดมาตรการด้านสวัสดิการเพื่อช่วยเหลือพนักงานและครอบครัวที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 อาทิ ค่ารักษาพยาบาลพนักงานที่ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ช่วยเหลือค่าการศึกษาของบุตรพนักงาน ในกรณีที่คู่สมรสพนักงานได้รับผลกระทบจากโควิด 19 และเป็นไปตามข้อกำหนดของบริษัท



อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

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

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Assessment)

พื้นที่ดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท



ประเด็นความเสี่ยงสูงที่สำคัญ

- ความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงานร้าน 7-Eleven
- ความปลอดภัยและสุขภาพของลูกค้านร้าน 7-Eleven

คู่ค้าลำดับที่ 1 ของบริษัท



การเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านการเคารพและการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล

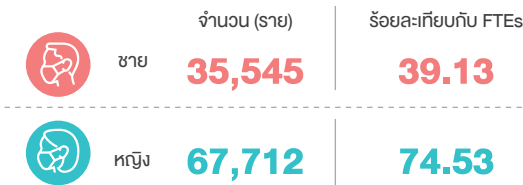


ข้อร้องเรียนการละเมิดสิทธิมนุษยชน



การส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียม และความหลากหลายของบุคลากร

ความหลากหลายทางเพศ



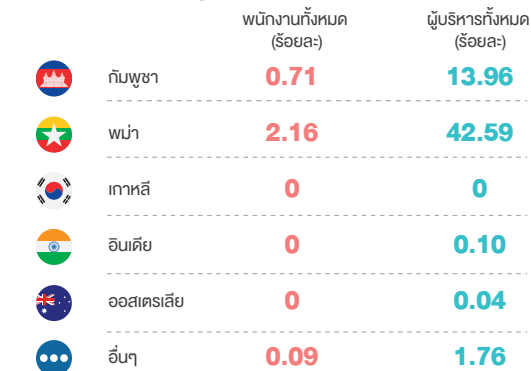
หมายเหตุ : FTEs การทำงานเต็มเวลาของพนักงาน

ความหลากหลายทางอายุ

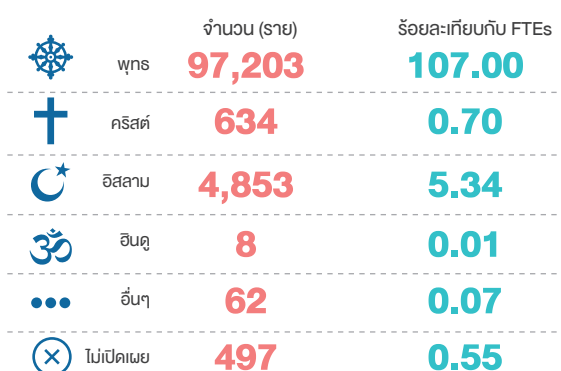


หมายเหตุ : FTEs การทำงานเต็มเวลาของพนักงาน

ความหลากหลายทางสัญชาติ

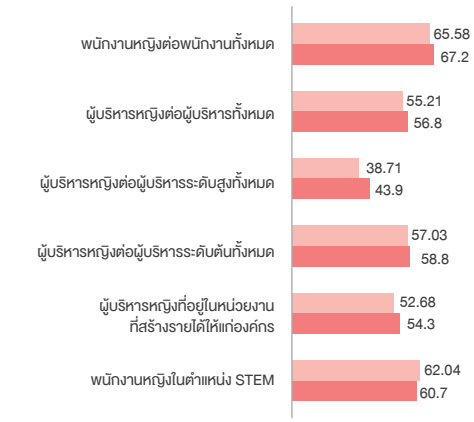


ความหลากหลายทางศาสนา



หมายเหตุ : FTEs การทำงานเต็มเวลาของพนักงาน

การส่งเสริมขีดความสามารถของพนักงานหญิงในองค์กร



■ ผลปี 2564 (ร้อยละ)
■ เป้าหมายปี 2568 (ร้อยละ)

การจ้างงานผู้พิการในองค์กร



ร้อยละ: 0.93

เทียบกับการทำงานเต็มเวลาของพนักงาน

เสถียรภาพในการสมาคม



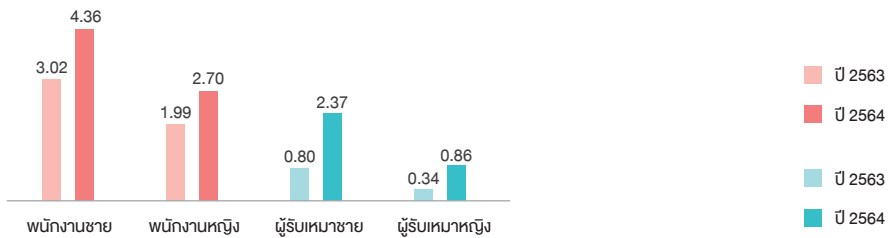
ร้อยละ: 100

การดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัทรอบคอบพนักงาน

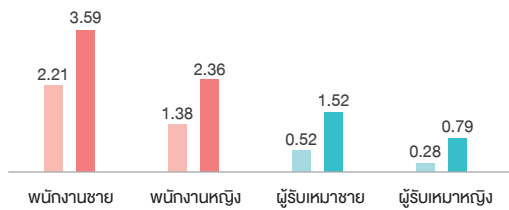
การดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

หน่วย : กรณี ต่อ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

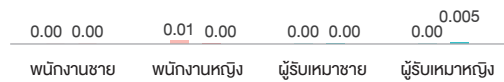
อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด



อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR)



อัตราการบาดเจ็บรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)

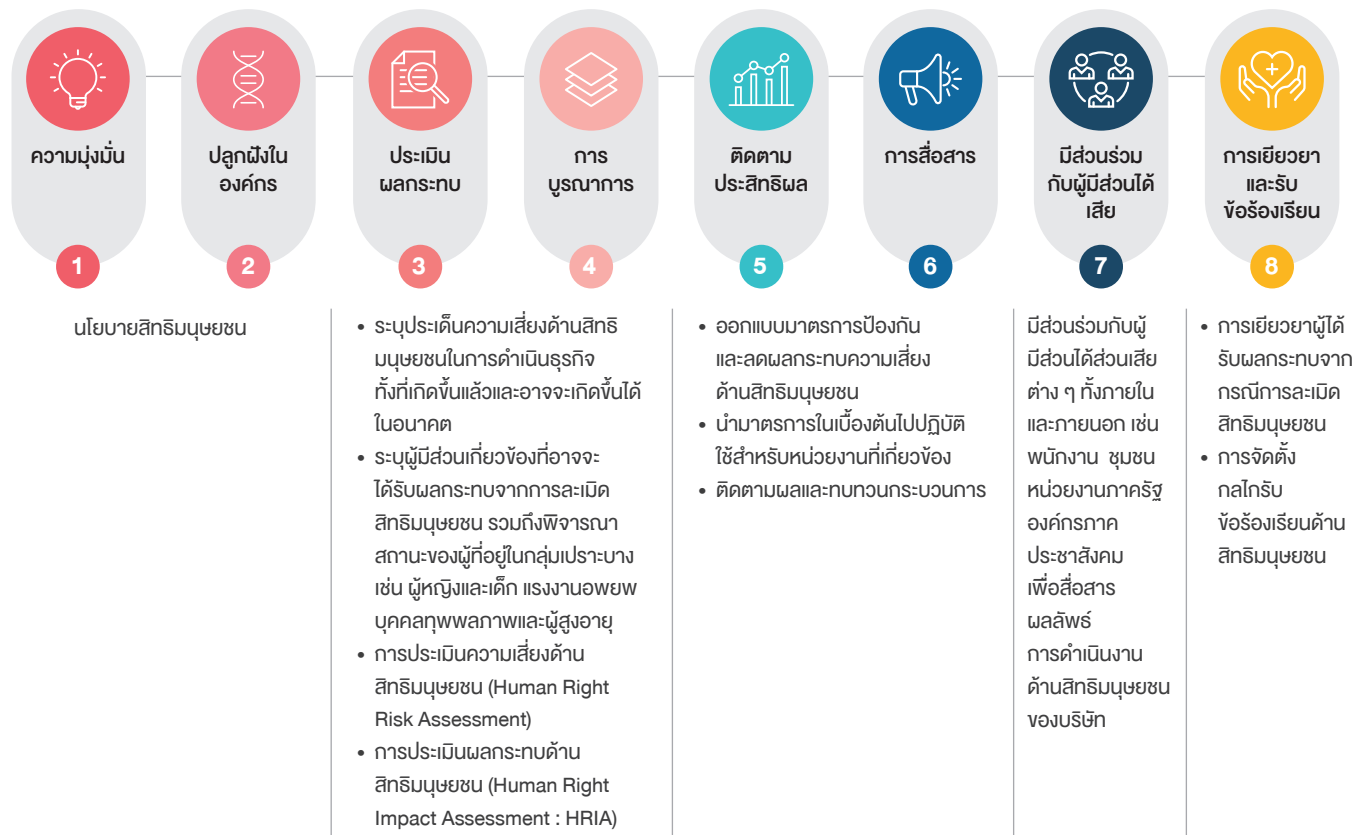


กระบวนการติดตามสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence)

บริษัทกำหนดให้มีกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านเป็นระบบอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดขอบเขตครอบคลุมพื้นที่ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริษัทตลอดห่วงโซ่อุปทาน ครอบคลุมคู่ค้า ผู้จัดหา ผู้รับเหมา และพันธมิตรทางธุรกิจ ตลอดจนผู้ร่วมธุรกิจ (Joint Venture) กิจกรรมควบรวมและกิจการเข้าซื้อ

นอกจากนี้ บริษัทพิจารณาประเด็นสิทธิมนุษยชนสำคัญที่มีโอกาสเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยสามารถระบุประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ การใช้แรงงานบังคับ การค้ามนุษย์ การใช้แรงงานเด็ก สิทธิและเสรีภาพในการสมาคม สิทธิในการรวมตัวและเจรจาต่อรอง การให้ค่าตอบแทนที่เท่าเทียม การเลือกปฏิบัติ และการคุกคามทั้งที่เกี่ยวข้องกับทางเพศและรูปแบบอื่น ๆ รวมถึงความมั่นคงปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และสิทธิลูกจ้าง โดยครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความเสี่ยงอาจถูกละเมิดสิทธิมนุษยชน ได้แก่ พนักงาน ชุมชนและคนในท้องถิ่น คู่ค้า ผู้จัดหา ผู้รับเหมา ลูกจ้างและผู้บริโภค รวมถึงกลุ่มเปราะบางที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้หญิง เด็ก ชนพื้นเมือง แรงงานต่างด้าว แรงงานที่ทำงานผ่านบุคคลที่สาม ผู้พิการ ผู้สูงอายุ เพศทางเลือก (LGBTQI+) ผ่านการรับฟังประเด็นจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะไม่ก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน

กระบวนการติดตามสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risks Assessment)

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment : HRRR) เป็นประจำทุก 3 ปี อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2560 พร้อมทั้งทบทวนมาตรการป้องกันและลดผลกระทบ ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุกปี ครอบคลุม 8 หน่วยธุรกิจหลัก โดยคิดเป็น ร้อยละ 100 ของพื้นที่ดำเนินธุรกิจ และคิดเป็น ร้อยละ 100 ของกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย 4 กิจกรรม ได้แก่ การจัดซื้อ การผลิตและการจำหน่าย การตลาดและการขาย ลูกค้าและบริการ

ในปี 2564 บริษัททบทวนผลการประเมินความเสี่ยง โดยรวบรวมผลการประเมินประจำปี 2562 – 2564 มาทบทวนประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน พบว่าประเด็นทั้งหมดเกี่ยวข้องกับด้านสิทธิแรงงานของพนักงาน แรงงานคู่ค้า ผู้รับเหมา สิทธิชุมชนและสิ่งแวดล้อม และสิทธิลูกค้า มีประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ (Salient Human Rights Issues) ที่มีระดับความเสี่ยงหลงเหลืออยู่ (Residual Risks) ในระดับสูง จากหน่วยธุรกิจหลัก ได้แก่ บริการร้านสะดวกซื้อ บริการด้านค้าส่ง บริการผลิตและจำหน่าย เบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง รวมถึงให้มีการติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อปรับปรุงมาตรการป้องกันลดผลกระทบจากความเสี่ยงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างทันทั่วทั้งที่ สมดังเจตนารมณ์ของบริษัทที่ต้องการให้พนักงาน สังคมและบริษัทอยู่ร่วมกันได้อย่างเอื้ออาทร มีเมตตา เคารพในสิทธิซึ่งกันและกัน เพื่อการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในคู่ค้าลำดับที่ 1 ทั้งหมด ครอบคลุมคู่ค้าจำนวน 4,710 ราย โดยมีประเด็นสำคัญ เช่น การจัดการแรงงานและสิทธิมนุษยชนในเรื่องการปรับปรุงคู่มือแรงงานให้สอดคล้องกับกฎหมายแรงงาน การจ่ายค่าจ้าง ค่าตอบแทนในเรื่องการหักค่าจ้างพนักงานให้สอดคล้องตามกฎหมายความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ในเรื่องการอบรมความปลอดภัยในการทำงาน การแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยตามที่กฎหมายกำหนด และการตรวจสุขภาพของพนักงานตามปัจจัยเสี่ยงอย่างไร้ที่ติตาม บริษัทยังได้ส่งเสริมให้คู่ค้าจัดทำแนวทางการป้องกันและแก้ไขสำหรับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่เกิดขึ้นอย่างครบถ้วน ครอบคลุมคู่ค้าลำดับที่ 1 ทั้งหมด



การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment)

บริษัทประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของผู้ที่ได้รับผลกระทบมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านการเก็บข้อมูล การสำรวจ และสัมภาษณ์ความคิดเห็นกับผู้ถือครองสิทธิ์ โดยในปี 2564 บริษัทประเมินผลกระทบครอบคลุมจำนวนพนักงานทั้งหมดในทุกพื้นที่ที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงจำนวน 4 พื้นที่ ซึ่งเป็นข้อมูลจากพนักงานร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ ศูนย์กระจายสินค้า โรงงานซีพีแรม และแพลตฟอร์มออนไลน์ 24Shopping ครอบคลุมทั่วประเทศกว่า 4,100 ราย และดำเนินการยกระดับมาตรการบรรเทาผลกระทบ และผู้บริหารระดับสูงส่งสารถึงพนักงานทั้งองค์กรให้ปฏิบัติต่อกันด้วยความเคารพสิทธิมนุษยชน



มาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของประเด็นที่เสี่ยงสูงแบบบูรณาการ

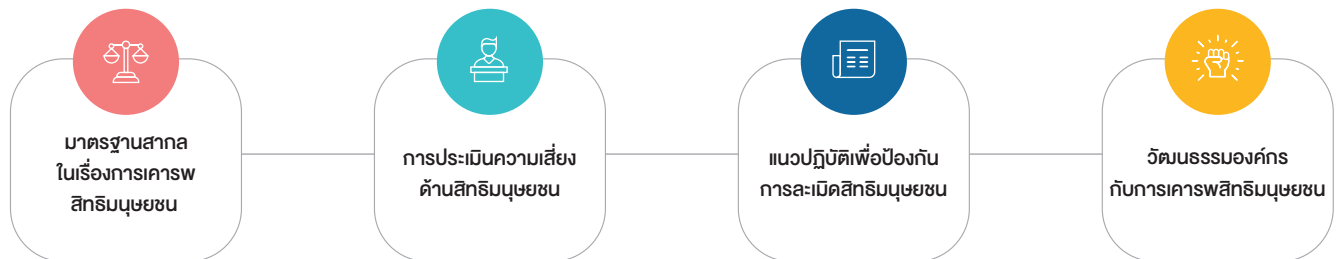
ภายใต้ขอบเขตความรับผิดชอบของบริษัท สโตร์พาร์ทเนอร์ (พันธมิตรทางธุรกิจ)

ประเด็นที่มีความเสี่ยงสูง	มาตรการป้องกัน ลดผลกระทบ	การบูรณาการมาตรการ
 <p>ความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงานร้าน 7-Eleven</p>	<ul style="list-style-type: none"> มีการวิเคราะห์งานเพื่อความปลอดภัย (Job Safety Analysis) มีการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล รวมถึงเครื่องกั้นแรงสำหรับพนักงานตามลักษณะงาน โครงการส่งเสริมความปลอดภัยในการจับขึ้นสำหรับพนักงานร้าน 7-Eleven กำหนดแนวปฏิบัติของพนักงานร้านในช่วงสถานการณ์โควิด 19 (มาตรการเพิ่มเติมจากการประชุมทบทวน) คู่มือความปลอดภัย Safety Hand Book 	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายบริษัท ประกาศเป้าหมายการดำเนินการความปลอดภัยยาวนานต์ มาตรฐานการทำงานของร้าน 7-Eleven และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
 <p>ความปลอดภัยและสุขภาพของลูกค้าร้าน 7-Eleven</p>	<ul style="list-style-type: none"> การตรวจสอบและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนนำมาวางขายในร้าน 7-Eleven มีการตรวจสอบมาตรฐานร้านทุกเดือนโดย QSSI มีมาตรการตรวจสอบความปลอดภัยของร้านทุกเดือน คัดสรรผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อาทิ เมนูคุมแคล โครงการ กินดี อยู่ดี มีสุข โครงการ Eat Well แนวปฏิบัติในการดูแลลูกค้า และร้านในช่วงสถานการณ์โควิด 19 (มาตรการเพิ่มเติมจากการประชุมทบทวน) ระบบเรียกคืนสินค้า และระบบจัดการข้อร้องเรียนลูกค้า จัดทำฉลากโภชนาการ และฉลากแสดงค่าพลังงาน โยมัน น้ำตาล และโซเดียมแบบจัดจอ ในสินค้าประเภทอาหาร และเบเกอรี่ 	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายบริษัท มาตรฐานการทำงานของร้าน 7-Eleven

การสร้างความตระหนักด้านสิทธิมนุษยชน

จัดอบรมหลักสูตร “สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ”

เพื่อสร้างความตระหนักและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนอย่างถูกต้อง รวมถึงป้องกันการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนภายใน และภายนอกองค์กร บริษัทดำเนินโครงการจัดอบรมหลักสูตร “สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ” สำหรับพนักงานระดับบริหารขึ้นไปของกลุ่มซีพี ออลล์ โดยหลักสูตรมีเนื้อหาครอบคลุมด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ ได้แก่



ในปี 2564 มีผู้เข้าร่วมการอบรมรวม จำนวน 1,900 ราย พร้อมทั้งมีแผนขยายขอบเขตการสร้างการสร้างความตระหนัก และความเข้าใจให้แก่พนักงานทุกระดับ ทุกพื้นที่ รวมถึงสโตร์พาร์ทเนอร์ (พันธมิตรทางธุรกิจ) ผ่านระบบออนไลน์ครบ ร้อยละ 100 ภายในปี 2568

สื่อสาร สร้างความตระหนักเรื่องสิทธิมนุษยชนเชิงรุก

บริษัทสร้างความตระหนักด้านสิทธิมนุษยชนแบบเชิงรุกไปยังพนักงาน และพันธมิตรทางธุรกิจ (สโตร์พาร์ทเนอร์) โดยสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น อีเมล ระบบ CPALL Connect ป๊อปอัพ (Pop-Up) บนหน้าจอบริษัทคอมพิวเตอร์ที่ใช้ควบคุมระบบงานหลังร้านของร้าน 7-Eleven และร้านเบลลิเนีย (Bellinee's) รวมถึงระบบ SBPMALL เป็นต้น



การยกระดับระบบกลไกข้อร้องเรียนและการเยียวยา

บริษัทให้เสรีภาพในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นและข้อกังวล ผ่านช่องทางการรับฟังความคิดเห็นของพนักงานที่หลากหลาย เช่น ระบบ Voice of Employee รวมถึงแสดงความคิดเห็นและข้อกังวลผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ (คสส.)

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทยึดมั่นในการเคารพสิทธิแรงงานของพนักงาน และการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม ให้เป็นไปตามกฎหมายและนโยบายต่าง ๆ ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานไทยและสากล ผ่านการสร้างความเหมาะสมด้านการจ้างงาน ค่าจ้าง ชั่วโมงการทำงาน วันหยุด และสวัสดิการ รวมถึงสถานที่ทำงานที่มีความปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดี ทั้งนี้ บริษัทกำหนดสวัสดิการสำหรับพนักงาน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สวัสดิการ	สิทธิตามกฎหมายกำหนด	สิทธิที่บริษัทมอบให้พนักงาน
จำนวนวันเพื่อเลี้ยงดูบุตรสำหรับพนักงานหญิง	98 วัน	120 วัน
วันหยุดตามประเพณี	ไม่น้อยกว่าปีละ 13 วัน	14-18 วัน
วันหยุดพักผ่อนประจำปี	ไม่น้อยกว่าปีละ 6 วัน	6-15 วัน
วันลาภิก	3 วัน	3-7 วัน

พร้อมกันนี้ บริษัทจัดสรรสวัสดิการที่หลากหลายให้กับพนักงาน เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ที่ดีระหว่างการทำงานร่วมกับบริษัท เช่น สวัสดิการเงินกู้ฉุกเฉินจากสถาบันการเงินด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ เงินช่วยเหลือค่าเช่าบ้านพัก เงินช่วยเหลือกรณีปฏิบัติงานประจำสำนักงานต่างจังหวัด (เบี้ยกันดาร) เป็นต้น ตลอดจนสวัสดิการด้านความมั่นคงของชีวิต อาทิ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันชีวิต เงินช่วยเหลือกรณีประสบภัยพิบัติ โดยในปี 2564 บริษัทได้มีการทบทวนเพิ่มสวัสดิการด้านสุขภาพสำหรับพนักงาน ได้แก่ ห้องสวัสดิการ Health Center (กายภาพบำบัด) สวัสดิการใบสั่งยาสำหรับพนักงานที่มีใบสั่งยาหรือใบรับรองแพทย์โดยพนักงานไม่ต้องสำรองจ่าย และสามารถเลือกรับยาได้จากที่บ้านหรือที่ทำงาน ช่วยลดความเสี่ยง รวมถึงส่งเสริมการเข้าถึงวัคซีนตามสิทธิให้กับพนักงานทุกระดับ และจัดหาวัคซีนป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 เพิ่มเติมให้พนักงานในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง เช่น พนักงานร้าน 7-Eleven เป็นต้น

เสรีภาพในการสมาคม

บริษัทให้เสรีภาพในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นและข้อกังวล ผ่านช่องทางการรับฟังความคิดเห็นของบริษัทที่หลากหลาย เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ศูนย์แจ้งข้อมูล สื่อออนไลน์ของบริษัท เคาะระฆัง ระบบ Voice of Employee เป็นต้น รวมถึงผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ (คสส.) ที่จัดตั้งตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ปัจจุบันมีพนักงานตัวแทนคณะกรรมการสวัสดิการ จำนวน 103,257 ราย คิดเป็น ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด โดยมีการประชุมหารือร่วมกันทุกไตรมาส ในปี 2564



อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.cpall.co.th/sustain/social-dimension/personnel>

การส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียม และความหลากหลายของบุคลากร

บริษัทเคารพความแตกต่างของพนักงานที่หลากหลาย มุ่งปฏิบัติกับพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมบนสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน ไม่แบ่งแยกสถานะใด อาทิ เชื้อชาติ ศาสนา เพศ สีสัน ภาษาย อายุ รวมถึงผู้พิการ โดยมีการบริหารความหลากหลายและความแตกต่างอย่างเหมาะสม ผ่านการจ้างงาน การพัฒนาศักยภาพ และวางแผนเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพให้แก่พนักงานทุกคน เพื่อดึงดูด และรักษาบุคลากรที่เป็นคนเก่ง คนดี ทั้งนี้ บริษัทส่งเสริมความเท่าเทียมระหว่างพนักงานหญิงและพนักงานชายให้มีโอกาสเติบโตก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างเท่าเทียม อีกทั้งมอบโอกาสการดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง ตลอดจนรับฟังมุมมองที่แตกต่างจากความหลากหลายทางเพศในการช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน อีกทั้ง บริษัทมอบโอกาสในการสร้างอาชีพผ่านการจัดจ้างพนักงานทุพพลภาพให้เหมาะสม โดยผู้พิการสามารถทำงานในถิ่นพำนัก เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชน พร้อมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสำนักงาน เช่น ทางลาด การขยายประตู ช่องพิเศษสำหรับผู้พิการ ห้องละหมาด ห้องเก็บนมบุตร เป็นต้น

ค่าครองชีพ

บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านค่าครองชีพ โดยทบทวนเงินเดือนและสวัสดิการสำหรับพนักงานในแต่ละพื้นที่อย่างสม่ำเสมอให้เป็นธรรมอย่างเท่าเทียมและเป็นไปตามกฎหมาย รวมถึงสามารถแข่งขันได้ เพื่อให้พนักงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมที่สุดในการดำรงชีพ โดยบริษัทจ่ายค่าจ้างให้กับพนักงานสูงกว่าค่าจ้างขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนมีเงินสนับสนุนและค่าตอบแทนที่เหมาะสม พร้อมทั้งค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม อาทิ ค่าทำงานนอกเวลา ค่าเดินทาง เบี้ยพิเศษ ค่าเช่าบ้าน ค่าอาหาร เบี้ยขยัน ทั้งนี้ เพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทจ่ายค่าจ้างและผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมแก่พนักงาน บริษัทได้ดำเนินการวิเคราะห์ค่าจ้างประจำปี โดยเข้าร่วมโครงการสำรวจค่าจ้าง และสวัสดิการกับบริษัท Korn Ferry Hay Group ซึ่งที่ปรึกษาชั้นนำระดับโลก อีกทั้งยังกำหนดให้มีการประเมินผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงของค่าครองชีพ และปัจจัยการจ้างงานในแต่ละด้านของการดำเนินธุรกิจสม่ำเสมอ โดยในปี 2564 บริษัทประเมินค่าครองชีพครอบคลุมพนักงาน ร้อยละ 100 พร้อมทั้ง มีแผนขยายการประเมินไปยังคู่ค้าและผู้รับเหมาในอนาคต



ยกระดับอาชีวอนามัย สร้างความปลอดภัยน่าทำงาน

บริษัทตระหนักถึงสิทธิด้านความมั่นคงปลอดภัย โดยมุ่งเป็นองค์กรที่ปราศจากอุบัติเหตุ ภายในปี 2573 รวมถึงมอบความสุข และคุณภาพชีวิตที่ดีแก่พนักงาน บริษัทจึงดำเนินการจัดสภาพแวดล้อม และพื้นที่การทำงานให้ปลอดภัยตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด โดยกำหนดคณะกรรมการตรวจประเมินประสิทธิผลการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย แนวทางการดำเนินงาน และแผนการพัฒนาระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย พร้อมทั้งดำเนินโครงการตรวจประเมินประสิทธิผลการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (SHE) ร่วมกับเครือข่ายโรดโชว์เพื่อป้องกันอุบัติเหตุร้ายแรงและลดผลกระทบที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งจัดให้มีการสัมมนาเชิงปฏิบัติการคณะกรรมการความ

ปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) เป็นประจำทุกปี เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวทางการลดอุบัติเหตุ ตลอดจนยกระดับการจัดการให้เทียบเคียงระดับสากล เพื่อดูแลพนักงานให้มีสภาพการทำงานที่ปลอดภัย และไม่ส่งผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกองค์กร

นอกจากนี้ บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานรายงานอุบัติเหตุที่เกิดขึ้น และกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูงผ่านช่องทางต่าง ๆ พร้อมทั้ง กำหนดขั้นตอนการสืบสวนอุบัติเหตุ และแนวทางการแก้ไขที่เหมาะสม จากการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของพนักงานและผู้รับเหมา ในปี 2564 พบว่ามีกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูงทั้งหมด 4 กิจกรรม ดังนี้

กิจกรรมความเสี่ยงสูง	ขั้นตอนการสอบสวน	แนวทางแก้ไข
<p>การทำงานเครื่องจักรในการทำงาน (สท RT & PT)</p>	<ul style="list-style-type: none"> การรายงานอุบัติเหตุ การสอบสวนและวิเคราะห์อุบัติเหตุ 	<ul style="list-style-type: none"> การจัดทำมาตรการป้องกัน การจัดสร้างอุปกรณ์ควบคุม การฝึกอบรมสร้างความตระหนัก
<p>การทำงานในที่อับอากาศ</p>	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์งานเพื่อความปลอดภัย (Job Safety Analysis) การขออนุญาตการทำงานในที่อับอากาศ การตรวจวัดอากาศและก๊าซพิษ การใช้อุปกรณ์ในการทำงานในที่อับอากาศ 	<ul style="list-style-type: none"> การตรวจและซักซ้อมความเข้าใจจากการวิเคราะห์งานเพื่อความปลอดภัย การรายงานผลค่าวัดออกซิเจน และก๊าซพิษ
<p>การทำงานบนที่สูง</p>	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์งานเพื่อความปลอดภัย (Job Safety Analysis) การขออนุญาตการทำงานบนที่สูง การใช้อุปกรณ์ในการทำงานที่สูง 	<ul style="list-style-type: none"> การตรวจและซักซ้อมความเข้าใจจากการวิเคราะห์งานเพื่อความปลอดภัย การใช้อุปกรณ์ป้องกันตกจากที่สูง
<p>การทำงานที่มีความร้อนและประกายไฟ</p>	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์งานเพื่อความปลอดภัย (Job Safety Analysis) การขออนุญาตการทำงานที่มีความร้อนและประกายไฟ การเคลียร์พื้นที่ไม่มีเชื้อเพลิงในรัศมี การใช้ และการเตรียมถังดับเพลิง 	<ul style="list-style-type: none"> การตรวจและซักซ้อมความเข้าใจจากการวิเคราะห์งานเพื่อความปลอดภัย การใช้อุปกรณ์ป้องกันสะเก็ดไฟระเด็น และการเตรียมถังดับเพลิงพร้อมใช้งาน

แผนการพัฒนาระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ปี 2562-2566

บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานซึ่งถือเป็นทรัพย์สินอันมีค่าของบริษัท ครอบคลุมไปถึงผู้รับเหมาที่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัท ให้มีมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากล บริษัทยกระดับแนวทางการจัดการระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Health and Safety : OHS) อย่างต่อเนื่องเพื่อมุ่งสู่การรับรอง ISO 45001 : 2018 ในพื้นที่เป้าหมายศูนย์กระจายสินค้าของ ซีพี ออลล์ โดยดำเนินการจัดอบรมให้ความรู้ ประเมินช่องว่าง (Gap) ของระบบปัจจุบันเทียบกับ ISO 45001 : 2018 จัดทำแผนยกระดับ พิจารณาคัดเลือกพื้นที่ที่มีความพร้อมยื่นขอรับการรับรอง ตรวจประเมินโดย Third Party

เพื่อเตรียมพร้อมก่อนรับการตรวจจริง รวมถึงตรวจประเมินประจำปี (Surveillance Audit) เพื่อรักษาระบบ โดยในปี 2564 บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 45001 : 2018 เพิ่ม 3 พื้นที่ คือ ศูนย์กระจายสินค้าภูมิภาค (RDC) ศูนย์กระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิ (CDC) ศูนย์กระจายสินค้าอาหารแช่แข็ง (FDC) จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่งผลให้พื้นที่เป้าหมายของบริษัท (ระยะที่ 1) ได้การรับรองมาตรฐาน ISO 45001 : 2018 ครอบคลุมร้อยละ 100 และมีแผนขยายการดำเนินการไปยังพื้นที่เป้าหมาย (ระยะที่ 2) พร้อมทั้งยื่นขอการรับรองเพิ่มอีก 4 พื้นที่ ในปี 2565

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

2562 (Phase1)

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

2563

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

2564

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

2565-2566 (Phase2)

- คัดเลือกพื้นที่เป้าหมาย (ระยะที่ 2)
- ขอการรับรอง**เพิ่ม 4 พื้นที่**
- Pre-Audit โดยหน่วยงานภายนอก
- ตรวจสอบประจำปี (Surveillance Audit) Maintain Certification ISO 45001 : 2018
- **10 พื้นที่**
- ตรวจสอบติดตามโดยผู้ตรวจประเมินภายใน (Internal Audit)
- ต่ออายุใบรับรอง **7 พื้นที่**

ในปี 2564 บริษัทดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่พนักงานในองค์กร ผ่าน 3 โปรแกรมหลัก ดังนี้

1) โปรแกรมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานและครอบครัวพนักงาน

โครงการจัดรูปแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น (Flexible Work Arrangement)

บริษัทส่งเสริมการสร้างสมดุลให้กับพนักงานระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว (Work-life Balance) โดยพนักงานประจำสำนักงานสามารถเลือกเวลาการทำงานให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของตนเองได้ตามเวลาที่บริษัทกำหนด ได้แก่



ช่วงเวลา

07.30-17.00 น.

08.00-17.30 น.

08.30-18.00 น.

09.00-18.30 น.

09.30-19.00 น.

นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบาย และแนวทางให้พนักงานสามารถเลือกทำงาน ณ สถานที่ใดก็ได้ (Work Anywhere) รวมไปถึงให้พนักงานสามารถทำงานที่บ้านได้ (Work from Home) จำนวนสูงสุด 3 วันต่อสัปดาห์ โดยต้องปฏิบัติตามหลัก D M H T T อย่างเคร่งครัด เพื่อลดความเสี่ยงจากโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 พร้อมกันนี้ บริษัทสนับสนุนระบบการทำงานต่างๆ เพื่อรองรับการทำงานแบบ Work Anywhere ให้พนักงานสามารถติดต่อสื่อสารและเข้าถึงระบบในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ระบบการประชุม Online (Webex, BlueJeans, Microsoft Team, Zoom) ระบบการสื่อสารผ่าน CP ALL Connect และ True Virtual Connect รวมถึงสนับสนุนให้พนักงานใช้ Notebook ที่มีโปรแกรมของบริษัทแทน Desktop Computer เป็นต้น

โครงการบ้านนี้มีรัก สวัสดิการเพื่อบุตรหลานพนักงาน

นอกเหนือจากการสนับสนุนสวัสดิการที่ดีและเหมาะสมสำหรับพนักงานแล้ว บริษัทยังเล็งเห็นการสร้างคุณค่าและให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของครอบครัวของพนักงาน โดยมุ่งสนับสนุนสวัสดิการสำหรับครอบครัวพนักงานที่หลากหลาย ดังนี้

- สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับรองรับบุตรหลานของพนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี เพื่อลดความเสี่ยงจากอันตรายเนื่องจากอุบัติเหตุของเด็ก และเยาวชนในพื้นที่การปฏิบัติงานของบริษัท
- จัดกิจกรรมสำหรับบุตรหลานของพนักงานและผู้บริหาร เพื่อแบ่งเบาภาระของผู้ปกครอง สร้างประสบการณ์การเรียนรู้และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ อาทิ กิจกรรม “SPIM Active Learning Science” เรียนรู้วิทยาศาสตร์ใกล้ตัว ผ่าน 2 กิจกรรมการทดลองออนไลน์กับคุณครูชีววิทยาระดับประเทศ พร้อมอุปกรณ์การทดลองส่งตรงถึงบ้านแบบไม่มีค่าใช้จ่าย กิจกรรมการอบรมหลักสูตร “หุ่นยนต์และโค้ดดิ้ง” กิจกรรม “บ้าน ซีพีแรม นีมีรัก” ให้พนักงานและครอบครัวได้ทำกิจกรรมร่วมกัน เสริมสร้างสัมพันธ์ที่ดีและเหนียวแน่นในครอบครัว

- จัดตั้งชมรมหนังสือเล่มแรกสำหรับเด็กเล็ก โดยแบ่งโครงการต่าง ๆ ตามช่วงวัยของเด็ก ดังนี้
 - โครงการหนังสือเล่มแรก (Bookstart) : กลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่ตั้งครรภ์ - 3 ปี ส่งเสริมให้พ่อแม่อ่านหนังสือให้ลูก ฟังทุกวัน อย่างน้อยวันละ 10-15 นาที เพื่อปลูกฝังให้เด็ก รักการอ่าน และเสริมสร้างสายสัมพันธ์ครอบครัว
 - โครงการพ่ออ่านบ้านอุ่น : กลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่ตั้งครรภ์ - 3 ปี ส่งเสริมให้พ่อแม่มีส่วนร่วมในการเลี้ยงลูกด้วยตนเองมากขึ้น ผ่านการอ่านหนังสือให้ลูกฟังอย่างน้อยวันละ 10-15 นาที
 - โครงการสมรรถนะเด็กปฐมวัยในการพัฒนาตามวัย : กลุ่มเป้าหมาย 3 ปี - 6 ปี ส่งเสริม และให้แนวทางสำหรับพ่อแม่ ในการสนับสนุนให้เด็กทำกิจกรรม และกิจกรรมจนเป็นนิสัยกระทั่งเกิดสมรรถนะตามวัย
 - โครงการเสริมทักษะชีวิต : กลุ่มเป้าหมาย ไม่จำกัดอายุ ส่งเสริม และให้แนวทางสำหรับพ่อแม่ในการเลี้ยงลูกให้เหมาะสมกับวัย พร้อมค้นหาบุคลิกภาพเฉพาะตัวของลูกตามแนวทาง “เลี้ยงลูกให้ถูกทาง”

โครงการ “บุญคุณแม่”

บริษัทมีสวัสดิการสำหรับพนักงานหญิงในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นคุณแม่ ตั้งแต่ระยะตั้งครรภ์ คลอดบุตร จนถึงการเลี้ยงดูบุตรให้เติบโต ดังนี้

- จัดอบรมให้ความรู้เรื่องนมแม่สำหรับคุณแม่ตั้งครรภ์
- กิจกรรมโภชนาการที่ดีสำหรับคุณแม่ตั้งครรภ์
- กิจกรรมเยี่ยมคุณแม่หลังคลอด เพื่อสร้างขวัญ กำลังใจ และความสัมพันธ์อันดี
- จัดสถานที่ให้คุณแม่สำหรับให้นมบุตรภายในพื้นที่ปฏิบัติงานศูนย์กระจายสินค้า ซีพี ออลล์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดอัตราการการลาออกของพนักงานหญิงหลังจากคลอดบุตร

ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้าง และลูกจ้าง

ความพึงพอใจของพนักงาน

ร้อยละ **100**



โครงการ Health for ALL

บริษัท ตระหนักถึงสิทธิด้านสุขภาพของพนักงาน จึงส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีสุขภาพแข็งแรง สร้างความตื่นตัวในการออกกำลังกาย กิจกรรมสุขภาพที่หลากหลาย เพื่อลดความเสี่ยงโรคต่าง ๆ เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน เป็นต้น

- บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินกิจกรรม “รักษสุขภาพ” ต่อเนื่องกว่า 2 ปี ให้แก่พนักงาน พร้อมจัดให้มีการวัดผลสมรรถภาพร่างกายทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ค่าระดับน้ำตาลในเลือด การเผาผลาญโดยการออกกำลังกาย การลดลงของน้ำหนัก สัดส่วนไขมันในร่างกาย และระยะเวลาเดินและวิ่ง

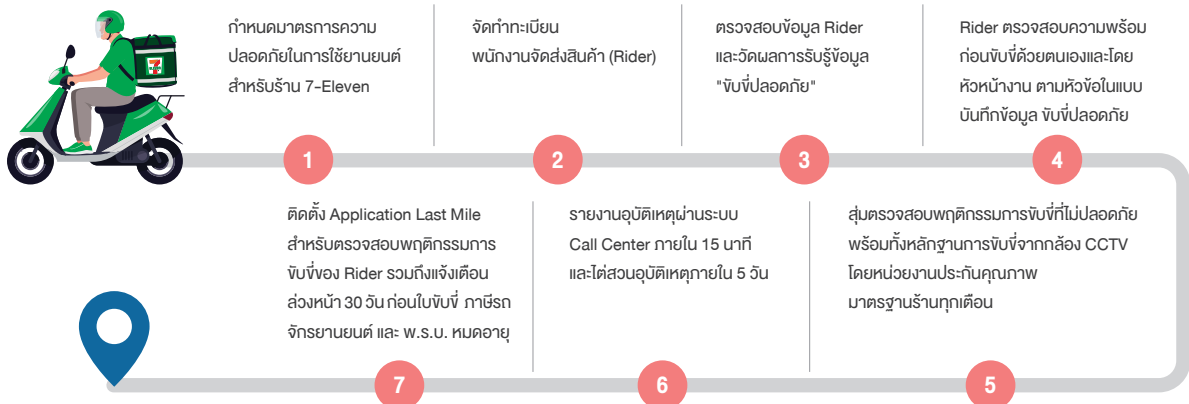
- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินกิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ Fit From Home เชิญชวนพนักงานออกกำลังกายและวัดผลจากการเผาผลาญแคลอรีส่งมาร่วมรับของรางวัล กิจกรรมออกกำลังกายตามกรุปเลือด โดยการส่งภาพถ่ายขณะออกกำลังกายพร้อมระบุเหตุผลที่เลือกการออกกำลังกายนั้น ๆ
- จัดตั้งกลุ่มคนสุขภาพดี ร่วมสร้างสังคมสุขภาพดีให้สมาชิกได้พูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ ร่วมกิจกรรมสุขภาพ และเข้าถึงข้อมูลสุขภาพต่าง ๆ

2) โปรแกรมลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

โครงการส่งเสริมความปลอดภัยในการขับขี่สำหรับพนักงานร้าน 7-Eleven

ในปีที่ผ่านมาบริษัทรายงานการเกิดอุบัติเหตุ โดยมีสาเหตุจากการไม่ปฏิบัติตามกฎจราจรของคู่มือ จึงส่งผลให้พนักงานส่งสินค้าขับขี่รถจักรยานยนต์เสียชีวิต 2 ราย ในปี 2564 นอกเหนือจากการให้พนักงานจัดส่งสินค้า (Rider) ทุกคนปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด เช่น สวมหมวกกันน็อก มีใบขับขี่ มี พ.ร.บ. มีประกันภาคสมัครใจ ผ่านการอบรมขับขี่ปลอดภัย แล้ว บริษัทยังมุ่งส่งเสริมการสร้างความปลอดภัยในการขับขี่สำหรับพนักงานร้าน 7-Eleven อย่างเข้มข้น ดังนี้

1. ปรับปรุงมาตรการความปลอดภัยในการใช้ยานยนต์ สำหรับร้าน 7-Eleven โดยเพิ่มแนวปฏิบัติ 7 ข้อควรปฏิบัติ และ 11 ข้อห้ามปฏิบัติของพนักงาน การตรวจสอบความพร้อมของยานยนต์และห้ามไม่ให้ขับขี่ยานยนต์ที่เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุและข้อร้องเรียน บพทบาทผู้เกี่ยวข้อง รวมถึงบทลงโทษ
2. สร้างวัฒนธรรมการขับขี่ปลอดภัย มุ่งเน้นการอบรมให้ความรู้เรื่อง “ขับขี่ปลอดภัย” การสื่อสารเชิงรุกด้วยสื่อรณรงค์ที่เข้าใจง่าย และเข้าถึงพนักงานร้าน 7-Eleven ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศได้มากขึ้น อาทิ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Books) คลิปวีดีโอ โพสต์เตอร์ 7 ต้อง 11 ห้าม รวมถึงมีการวัดผลการรับรู้ข่าวสารของพนักงานร้าน 7-Eleven เป็นรายสัปดาห์
3. สนับสนุนอุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุ สำหรับไรเดอร์ (Rider) อาทิ เสื้อพนักงานติดแถบสะท้อนแสง ชุดจับมือถือจักรยานยนต์
4. เพิ่มความเข้มข้นมาตรการการกำกับดูแล และตรวจสอบการปฏิบัติงานของไรเดอร์ (Rider) ดังนี้



5. ทดลองใช้รถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้า จำกัดความเร็วไม่เกิน 55 กิโลเมตรต่อชั่วโมง เพื่อควบคุมความเร็ว ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ อีกทั้งยังช่วยลดมลพิษให้กับชุมชน ปัจจุบันอยู่ระหว่างการทดลองใช้ในร้าน 7-Eleven จำนวน 27 สาขา

โครงการฝึกอบรมการเรียนรู้ด้านความปลอดภัย (Safety DOJO) สำหรับผู้รับเหมาและพนักงานในสายการผลิต

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ส่งเสริมสร้างความเข้าใจและจิตสำนึก สร้างความตระหนักถึงพฤติกรรมความปลอดภัยให้กับผู้รับเหมาและพนักงานทุกคนเพื่อลดความเสี่ยงด้านอุบัติเหตุในการทำงาน สร้างเครื่องจำลองอุบัติเหตุใช้สำหรับการฝึกอบรม เช่น อุบัติเหตุไฟฟ้าดูด ของหนักกระแทก อันตรายจากเครื่องจักรที่ไม่มีเซฟตี้การ์ด อันตรายจากการมองไม่เห็นมือของตัวเองในขณะที่ทำงาน โครงการนี้เป็นโครงการสนับสนุนเป้าหมายลดอุบัติเหตุจากการทำงานเป็นศูนย์ ภายในปี 2573 โดยเป็นการจัดสถานที่ฝึกอบรมให้เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านความปลอดภัยอย่างสมบูรณ์ มีสถานีจำลองแสดงความเสี่ยงการเกิดอุบัติเหตุจากสถานการณ์ต่าง ๆ และมีคำอธิบายทั้ง 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาเขมร และ ภาษาพม่า



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ผู้รับเหมาและพนักงานได้รับการเรียนรู้
สถานีนงานความปลอดภัย

ร้อยละ **100**

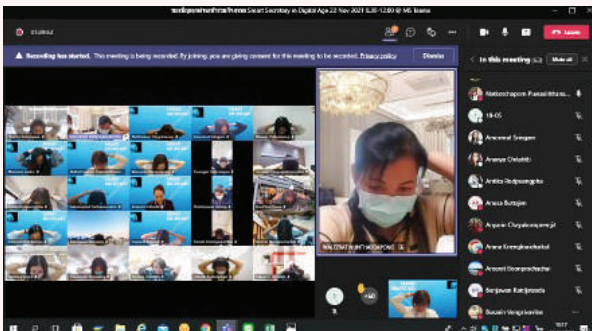
อัตราความถี่ของการบาดเจ็บ
(IFR) ลดลง

ร้อยละ **80**

3) โปรแกรมลดความเสี่ยงด้านการยศาสตร์ และการจัดการความเครียด

โครงการยืดเหยียดลดโรค

โครงการยืดเหยียดลดโรคในรูปแบบออนไลน์ ดำเนินงานต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้ความรู้เกี่ยวกับโรคออฟฟิศซินโดรม (Office Syndrome) แก่พนักงาน พร้อมคำแนะนำเรื่องท่าทางการทำงานที่ถูกต้องเพื่อป้องกันอาการปวดกล้ามเนื้อ ในปี 2564 มีพนักงานและผู้บริหารเข้าร่วม จำนวน 70 ราย



โครงการห้องสวัสดิการ Health Center (กายภาพบำบัด)

ให้บริการบำบัดฟื้นฟูอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ ตึง ขาอ่อนแรง ปวดหลัง หรือมีอาการออฟฟิศซินโดรม พร้อมทั้งให้บริการคำปรึกษาและดูแลสุขภาพ โดยนักกายภาพบำบัดผู้เชี่ยวชาญ ในปี 2564 มีพนักงาน และผู้บริหาร เข้าร่วมโครงการ จำนวน 50 ราย

โครงการโค้ชจิตอาสา

มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือให้พนักงานสามารถจัดการความเครียด มีกำลังใจที่จะต่อสู้กับปัญหาและสามารถก้าวข้ามอุปสรรคที่กำลังเผชิญอยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโควิด 19 โดยบริษัทร่วมมือกับโค้ชจิตอาสา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของ ICF Bangkok Chapter มาเป็นกำลังใจ ชวนพูด ชวนคุย และชวนคิดกับพนักงานของบริษัท โดยเฉพาะพนักงานร้าน 7-Eleven โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ในปี 2564 มีพนักงานตอบรับเข้าร่วมโครงการกว่า 300 ราย





การพัฒนาทุนมนุษย์

ซีพี ออลล์ ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต พนักงานทุกคน ทุกระดับ ได้รับการพัฒนาให้เป็นคนเก่ง คนดี มีความสุข เต็มเปี่ยมด้วยทัศนคติที่ดี รวมทั้งมีทักษะความรู้ความสามารถที่เท่าทันสังคมโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว พร้อมเป็นพลังขับเคลื่อนทุกสิ่งให้บรรลุผลสำเร็จและเป็นไปได้จริง เพื่อพัฒนาองค์กรสู่นาคตที่ยั่งยืน

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG4 สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพ สำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ

SDG5 บรรลุความเท่าเทียมระหว่างเพศ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่อนสตรีและเด็กหญิง

5.5 สร้างหลักประกันว่าผู้หญิงจะมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพและมีโอกาสที่เท่าเทียมในการเป็นผู้นำในทุกระดับของการตัดสินใจ

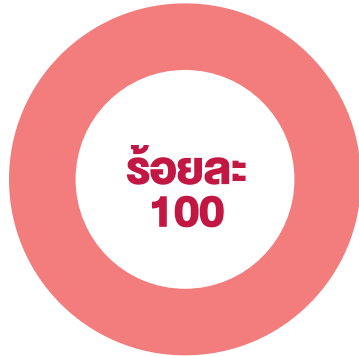
SDG8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับทุกคน

8.2 บรรลุการมีผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้นผ่านการทำให้หลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้นในภาคส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้แรงงานเข้มข้น



การพัฒนาทุนมนุษย์

เป้าหมายปี 2573



ผู้นำและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้และกิจกรรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



ร้อยละ **100** ของพนักงานทุกระดับ ครอบคลุมพันธมิตรทางธุรกิจ ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner) และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (Sub Area) ผ่านการอบรมและสอบวัดความรู้หลักสูตร “กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล”



ร้อยละ **100** ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย* ผ่านการอบรม "Digital Mindset & Digital Literacy" (* หมายถึงพนักงานสายสำนักงาน ผู้บริหารร้านสาขาระดับผู้ช่วยผู้จัดการขึ้นไป)



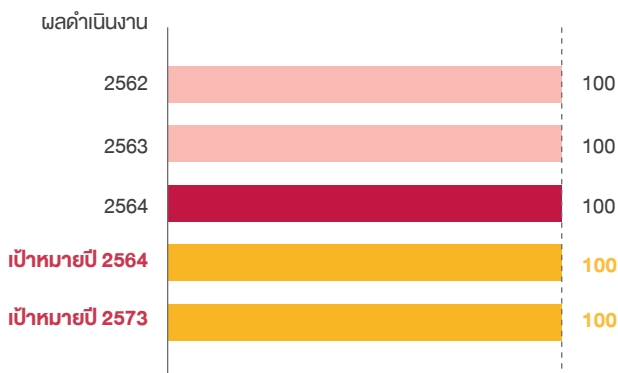
ร้อยละ **99.24** ของพนักงานระดับบริหารขึ้นไป ผ่านการอบรมออนไลน์หลักสูตร “สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ”



ร้อยละ **98.43** ของพนักงานระดับบริหาร ผ่านการให้ความรู้สร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยไซเบอร์

ความก้าวหน้าเกี่ยวกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : ร้อยละ)



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



การอบรมและสอบวัดความรู้หลักสูตร “กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล” ให้กับพันธมิตรทางธุรกิจ ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner) และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (Sub Area)



การอบรมและสอบวัดความรู้ออนไลน์หลักสูตร “สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ” ให้กับพนักงานระดับบริหารขึ้นไป



การอบรมและสอบวัดความรู้หลักสูตร "Digital Mindsey & Digital Literacy"



การอบรมและสอบวัดความรู้ ความตระหนักความปลอดภัยทางไซเบอร์

ความเสี่ยงและโอกาส

ทรัพยากรพื้นฐานที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโต ประสบความสำเร็จ และบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายขององค์กรอย่างยั่งยืน คือบุคลากรภายในองค์กร การให้ความสำคัญเรื่องการพัฒนาบุคลากรให้มีความเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับพนักงานภายใต้การเปลี่ยนแปลงของโลก ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาทักษะความรู้ที่จำเป็น และการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีในยุคแห่งการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลแพลตฟอร์มมากยิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถพัฒนาทักษะใหม่ ๆ เพื่อให้

บุคลากรและองค์กรเกิดการเตรียมความพร้อมและเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต พร้อมกันนี้ การเตรียมวางแผนพัฒนา ศักยภาพ การมีเครื่องมือวิเคราะห์ศักยภาพและความต้องการของบุคลากร มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับองค์กร ซึ่งทำให้องค์กรสามารถวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลากร ด้านทักษะที่จำเป็น กำหนดโปรแกรม การมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร ตลอดจนความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน เพื่อให้องค์กรมีความพร้อมและเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

แนวทางการดำเนินงาน

ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรให้เป็น “คนดี คนเก่ง” ส่งผลให้บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกระดับมากยิ่งขึ้น ผ่านโปรแกรมช่วยส่งเสริมทักษะที่หลากหลาย เช่น ทักษะด้านวิชาชีพเรียนรู้วิธีการทำงานแบบใหม่ (Upskill / Reskill) ทักษะด้านความยั่งยืนองค์กร ทักษะด้านกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) ตลอดจน ทักษะด้านดิจิทัล (Digital Literacy) เพื่อให้พนักงานทุกระดับของบริษัท มีทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน ซึ่งครอบคลุมไปถึงพนักงานของกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner) และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (Sub Area) ทั้งนี้ เพื่อเตรียมความพร้อมในสถานการณ์ฉุกเฉินหรือสภาวะวิกฤตขององค์กร รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ซึ่งจะทำให้สามารถปรับตัวได้ทันที่

และทักษะของพนักงานมีการหยุดชะงัก เกิดข้อจำกัดในการดำเนินงาน และมีประสิทธิภาพลดน้อยลง บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง จึงได้พัฒนารูปแบบการจัดอบรมสำหรับยุคความปกติใหม่ (New Normal) จากการอบรมในห้องไปสู่การฝึกอบรมในรูปแบบออนไลน์ที่หลากหลาย เช่น ฝึกอบรมเสมือนจริง (Virtual Training) การเรียนอิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning) รวมถึงรูปแบบการฝึกปฏิบัติงานไปพร้อมการทำงานจริง (On Job Training : OJT) นอกจากนี้ บริษัทได้พัฒนาหลักสูตรการอบรมให้เหมาะสมกับรูปแบบการอบรมที่ปรับเปลี่ยนให้เข้าใจง่าย และน่าสนใจมากขึ้น เพื่อให้พนักงานทุกคน รวมถึงพนักงานของพันธมิตรทางธุรกิจ ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner) และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (Sub Area) สามารถพัฒนาทักษะที่จำเป็นและพัฒนาศักยภาพได้เต็มประสิทธิภาพ ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจยังสามารถดำเนินไปได้ภายใต้การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลขององค์กร ภายใต้แนวคิด งานบรรลุผล คนมีความสุข ตลอดช่วงชีวิตที่ทำงานอยู่กับบริษัท

ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่มีความรุนแรงเพิ่มขึ้น ยาวนานขึ้น อาจส่งผลให้การพัฒนาศักยภาพ

กรอบการดำเนินงานพัฒนาทักษะและโอกาสทางอาชีพของบุคลากรอย่างยั่งยืน



สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564

ชั่วโมงเฉลี่ยต่อปีของการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน (ร้อยละ)

จำแนกตามอายุ

 อายุน้อยกว่า 30 ปี	19.74	22.78
 อายุ 30-50 ปี	21.64	24.26
 อายุมากกว่า 50 ปี	23.98	24.93


จำแนกตามเพศ

 เพศชาย	18.25	19.95
 เพศหญิง	21.96	25.49

จำแนกตามระดับตำแหน่ง

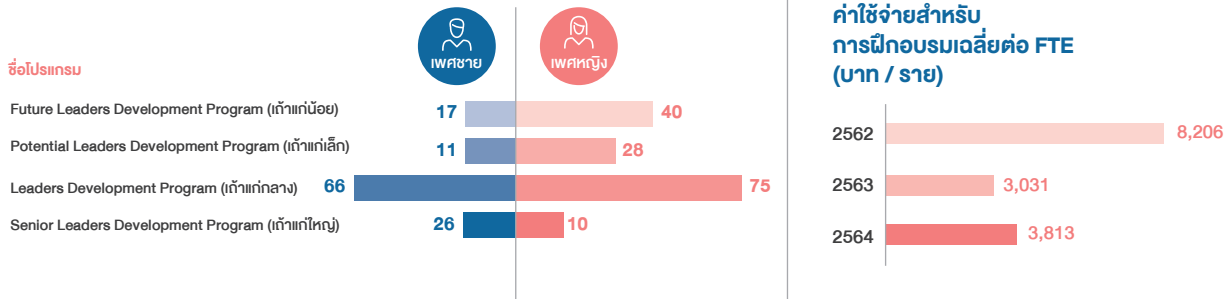
 ผู้บริหารระดับสูง	74.59	73.41
 ผู้บริหาร	31.63	32.59
 ผู้บริหารระดับต้น	28.58	29.46
 เจ้าหน้าที่	20.06	22.93

จำแนกตามเชื้อชาติ/ สัญชาติ

 ไทย	20.86	23.91
 กัมพูชา	15.51	13.78
 เมียนมาร์	14.08	12.55

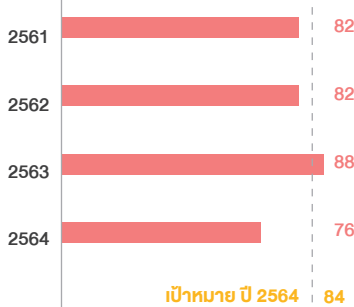
■ ชั่วโมงเฉลี่ยต่อราย ■ ชั่วโมงเฉลี่ยต่อ FTE

จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมอบรมการพัฒนาผู้นำ ตามแนวทาง Action Learning (ราย)



ความผูกพันของพนักงาน



ความผูกพันของพนักงาน (ร้อยละ)



ความครอบคลุม (Coverage) (ร้อยละ)



จำแนกตามเพศ (ร้อยละ)

 เพศชาย	76
 เพศหญิง	75

การพัฒนาทักษะทางวิชาชีพ ส่งเสริมการเรียนรู้วิธีการทำงานแบบใหม่

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานทุกคนเรียนรู้วิธีการทำงานแบบใหม่ (Upskill/ Reskill) ผ่านโครงการอบรมให้ความรู้ที่หลากหลาย พร้อมทั้งสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมให้เกิดการปรับปรุง ยกระดับการทำงาน โดยผู้บริหารและพนักงานทุกระดับมีส่วนร่วม เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ในปี 2564 มีการดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้

โปรแกรมการเพิ่มผลผลิต (Productivity Improvement Program)

เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้บริหารและพนักงานทุกระดับให้เกิดแนวคิดในการปรับปรุงงานโดยใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี มุ่งเน้นการส่งมอบคุณค่าที่ดีกับลูกค้า และลดต้นทุนในการบริหารจัดการขององค์กร ผ่านการปลูกฝังแนวคิด ทักษะคิด และกระบวนการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง (Action Learning) โดยพนักงานมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การระดมสมอง การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และลงมือปฏิบัติแบบข้ามหน่วยงาน (Cross Functional Team) เพื่อยกระดับและปรับปรุง กระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ เกิดความยั่งยืนและเกิดวัฒนธรรมการคิดปรับปรุงงานแบบอัตโนมัติ (Autonomous) ภายใต้มาตรการ 4 เพิ่ม 1 ควบคุม

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ผู้เข้าร่วม **13,076** ราย

เพิ่มประสิทธิภาพมูลค่า

868 ล้านบาทต่อปี

ลดต้นทุน **620** ล้านบาทต่อปี

ลดเวลาการทำงาน

253,719 ชั่วโมงต่อปี



โดยมีผู้บริหารระดับสูงทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงคอยให้คำแนะนำและเทคนิคต่าง ๆ รวมถึงติดตามความคืบหน้า และผลลัพธ์ของโครงการปรับปรุง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ ต่อยอดร่วมกันระหว่างดำเนินโครงการ

โปรแกรมการอบรมหลักสูตร “แก้แค้น่าย ยุคดิจิทัล” ตอบกลยุทธ์ O2O และ 7Delivery

เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานร้าน 7-Eleven ให้มีทักษะในการให้บริการ รวมถึงการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองพฤติกรรม ความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงการบริการส่งมอบสินค้าถึงมือลูกค้า 7Delivery พร้อมทั้งตอบสนองกลยุทธ์ O2O และ 7Delivery บริษัทจึงได้ออกแบบเนื้อหา ประกอบด้วย 5 หลักสูตร ดังนี้

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ผู้เข้าร่วม **25,008** ราย

สร้างยอดขายจากช่องทาง O2O

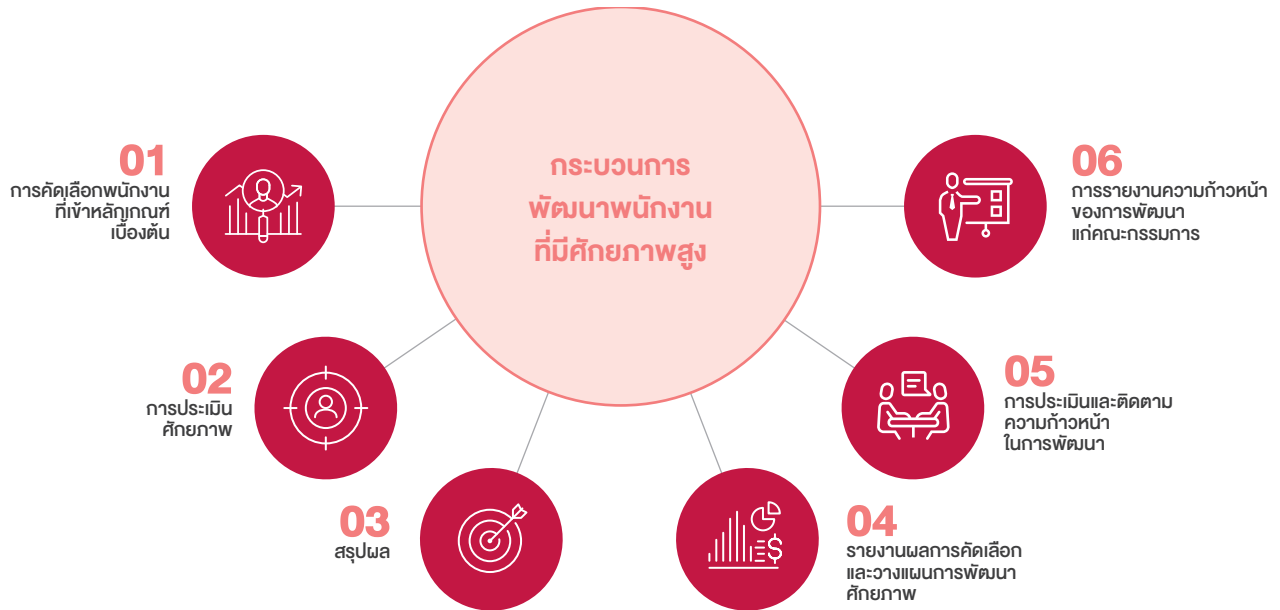
เฉลี่ย **32,800** ล้านบาทต่อปี

(รวมยอดขายจาก 7Delivery All Online และ @24Shopping)



การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง (Talent Management)

บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของการเตรียมความพร้อมของผู้นำและบุคลากรเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจให้ต่อเนื่องอย่างยั่งยืน ผ่านกระบวนการจัดการและพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูงอย่างต่อเนื่อง โดยการจัดให้มีการประเมินศักยภาพ จัดทำแผนพัฒนาตนเอง (Individual Development Plan : IDP) เพื่อสร้างจุดแข็งและลดอุปสรรคต่อการเจริญเติบโตในอาชีพ รวมทั้งมีการออกแบบโครงการพัฒนาเฉพาะสำหรับกลุ่มดังกล่าว โดยใช้โมเดลการเรียนรู้และพัฒนา 70:20:10



ร้อยละ 70 เรียนรู้ผ่านการลงมือทำจริง

ด้วยหลักสูตรพัฒนากลุ่ม Talent Pool และหลักสูตรจากสถาบันผู้นำซีพี (CP Leadership Institute : CPLI) 4 ประเภท แยกตามระดับ ดังนี้



ตำแหน่งใหญ่ (Senior Leaders Development Program)

มุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนา
กลุ่มซีพี ออลล์ และเครือเจริญ
โภคภัณฑ์



ตำแหน่งกลาง (Leaders Development Program)

พัฒนาผู้นำระดับปฏิบัติการ
เน้นการปฏิรูประบบการทำงาน



ตำแหน่งเล็ก (Potential Leaders Development Program)

พัฒนาผู้นำรุ่นใหม่
เน้นการพัฒนาธุรกิจ



ตำแหน่งน้อย (Future Leaders Development Program)

สำหรับพนักงานรุ่นใหม่



ร้อยละ 20 การเรียนรู้และพัฒนาจากบุคคลรอบข้างในบทบาทต่าง ๆ



ผู้บริหารระดับสูง



ผู้บังคับบัญชาโดยตรง



พี่เลี้ยง



เพื่อนร่วมงาน



ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง

โดยในปีที่ผ่านมานอกจากการสอนโดยตรงจากผู้บังคับบัญชาแล้ว ผู้บริหารระดับสูงยังมีบทบาทเข้าร่วมในการสอนผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ บทความ วิดีโอ



ร้อยละ 10 การเรียนรู้และพัฒนาผ่านกระบวนการอบรม

บริษัทสนับสนุนการเรียนรู้ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนปรับปรุงรูปแบบการเรียนรู้ให้เป็นแบบเสมือนจริง (Virtual Training) รวมถึงการศึกษาด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์



การพัฒนาบุคลากรให้พร้อมเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลแพลตฟอร์ม

โครงการพัฒนาพนักงานให้ Digital Mindset & Digital Literacy

บริษัทมีการดำเนินการยกระดับการพัฒนาพนักงาน ให้มีความสามารถด้าน Digital Literacy จึงมีการพัฒนาพนักงานในสายสำนักงานให้มีความพร้อมในการใช้โปรแกรม Microsoft Office 365 และสามารถประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ในขณะเดียวกัน บริษัทมีการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลให้กับผู้บริหารร้านสาขาทุกระดับ โดยมีการเรียนรู้และประเมินความพร้อมในทักษะวิเคราะห์ข้อมูลในยุคดิจิทัล นอกจากนี้ บริษัทยังได้ดำเนินการยกระดับทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูลให้กับพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการวิเคราะห์ข้อมูลของสายงานต่าง ๆ โดยเรียนรู้การใช้โปรแกรม Google Data Studio ในการสร้าง Visualization และการใช้ Advanced Excel ในการจัดเตรียมข้อมูล รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักสถิติขั้นสูง เพื่อให้พร้อมสนับสนุนการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจ และขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ Data Driven Organization

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

พนักงานกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมอบรม

ร้อยละ **100**

ร้อยละ **100**

ผ่านการวัดประเมินผล

การพัฒนาบุคลากรด้านความยั่งยืน

เพื่อให้บริษัทสามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน การปรับตัวและพัฒนาองค์กร รวมถึงพัฒนาและให้ความรู้แก่พนักงานทุกระดับในองค์กร ให้พร้อมเผชิญกับความท้าทายที่นำมาซึ่งความเสี่ยงและโอกาส จึงเป็นเรื่องสำคัญ ในปี 2564 ได้ดำเนินการผ่านโครงการสำคัญดังนี้

โครงการสร้างความตระหนักด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์

เพื่อให้พนักงานมีความตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ จากภัยคุกคามในรูปแบบต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงดำเนินการสร้างความตระหนักแก่พนักงานในระดับบริหาร ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริหารสามารถนำความรู้ไปถ่ายทอดแก่ทีมงาน โดยมีการจัด Webinar และการสื่อสารผ่านออนไลน์ (Virtual) ซึ่งเนื้อหาประกอบด้วย นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์, ภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่ใกล้ตัว และต้องระวัง และแนวปฏิบัติสำคัญเพื่อความปลอดภัยไซเบอร์ พร้อมทั้งมีการวัดประเมินความรู้ความเข้าใจผ่านแบบทดสอบออนไลน์

โครงการสร้างความตระหนักด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับในองค์กร รวมไปถึงพนักงานของคู่ค้าธุรกิจ ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner) และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (Sub Area) มีความตระหนักเรื่องของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ผ่านการจัดอบรมรูปแบบออนไลน์ ซึ่งภายในหลักสูตรประกอบไปด้วยแนวทางการปฏิบัติ ความเสี่ยงเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พร้อมทั้ง บริษัทยังกำหนดให้มีการวัดผลการอบรมโดยการสอบวัดความรู้ ความเข้าใจ แนวปฏิบัติด้านคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมอบรม
ร้อยละ **98.43**



พนักงานที่ผ่านการทดสอบวัดความรู้
ร้อยละ **100**



จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมอบรม
ร้อยละ **100**



พนักงานที่ผ่านการทดสอบวัดความรู้
ร้อยละ **100**

โครงการอบรมหลักสูตรสิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ

การส่งเสริมการเคารพสิทธิมนุษยชน ความเท่าเทียมภายในองค์กร เป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง ในปี 2564 บริษัท กำหนดให้มีการจัดอบรมหลักสูตร “สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ” รูปแบบออนไลน์ ซึ่งเนื้อหาประกอบด้วย สิทธิมนุษยชนที่ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานสิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ มาตรฐานโลกกับสิทธิมนุษยชน ประเทศไทยกับสิทธิมนุษยชน และความเสี่ยงกับสิทธิมนุษยชน โดยมี ดร.เสรี นนทสูต คณะกรรมการสหประชาชาติ ว่าด้วยสิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เป็นผู้บรรยายให้ความรู้ ตลอดจนจัดให้มีการสอบวัดผลหลังจากการอบรม





จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมอบรม
ร้อยละ: **99.24**



พนักงานที่ผ่านการทดสอบวัดความรู้
ร้อยละ: **100**

การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Type of Performance Appraisal)

มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทสามารถบริหารผลสำเร็จขององค์กรแบบภาพรวม รวมถึงปรับปรุงรูปแบบการบริหารงานของพนักงานในทุกระดับ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยอยู่บนพื้นฐานของความเป็นระบบและมาตรฐานแบบเดียวกัน มีเกณฑ์การประเมินผลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถสื่อสารและให้ข้อเสนอแนะ (Feedback) ระหว่างกันได้แบบ 360 องศา ทั้งภายในทีม ข้ามทีม และข้ามหน่วยงาน ภายใต้ระบบ ALL Perform (SAP Success Factors) ตลอดจนสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมการทำงาน และหาโอกาสในการพัฒนาตนเองเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 มีพนักงานได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี ผ่านรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

 ประเภทการประเมิน	 พนักงานที่ได้รับการประเมิน
Management by objectives	ร้อยละ: 100
Multidimensional performance appraisal	ร้อยละ: 14.4
Formal comparative ranking	ร้อยละ: 100

การประเมินความผูกพันของพนักงาน

เพื่อให้งานบรรลุผล คนมีความสุข บริษัทตระหนักว่าพนักงานคือทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุด และเปรียบเสมือนพลังองค์กร ที่จะทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้นการรับรู้และตอบสนองความคาดหวังของพนักงานจึงเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญตลอดมา โดยได้ดำเนินการสำรวจความรู้สึกและมุมมองของพนักงานที่มีต่อการดำเนินงานขององค์กร จาก 6 คำถาม ที่สะท้อนถึงพฤติกรรมของพนักงานใน 3 ด้าน

- 1) SAY : พูดถึงบริษัทในแง่ดี
- 2) STAY : พฤติกรรมและความตั้งใจที่จะอยู่ทำงานที่องค์กรต่อไป หรือต้องคิดหนักมากที่จะออกจากองค์กร
- 3) STRIVE : พฤติกรรมที่พนักงานมีความมุ่งมั่นอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงาน หรือทำผลงานให้ดีกว่าตามหน้าที่ปกติ

บริษัทดำเนินการสำรวจความคาดหวังของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 ดำเนินการสำรวจความผูกพันของพนักงานด้วยระบบ Kincentric eX-Pulse Platform ของบริษัท คินเซนทริค (ประเทศไทย) จำกัด และนำผลลัพธ์มาเปรียบเทียบกับในช่วงเวลาที่ต่างกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและทันเหตุการณ์มาวิเคราะห์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์และทบทวนแนวทาง มาตรการยกระดับความผูกพันและการมีส่วนร่วมของพนักงาน ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้



นวัตกรรม และการสร้างคุณค่า

ซีพี ออลล์ กุ่่มเทให้กับการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม มุ่งสร้างสรรคับรรยากาศภายในองค์กรที่เอื้อต่อการแจ้งเกิดนวัตกรรม และการสรรคัสร้างเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะมีส่วนสร้างคุณค่า อันประเมินค่ามิได้ให้กับสังคมและประเทศชาติ รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้องค์กรเติบโตได้อย่างยั่งยืนแม้ในวันที่โลกหมุนเร็ว

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG1 ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่

- 1.2 ลดสัดส่วนชาย หญิง และเด็กในทุกช่วงวัย ที่อยู่ภายใต้ความยากจนในทุกมิติ ตามนิยามของแต่ละประเทศให้ลดลงอย่างน้อยครั้งหนึ่ง

SDG3 สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

- 3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า รวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการ สาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพและเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้

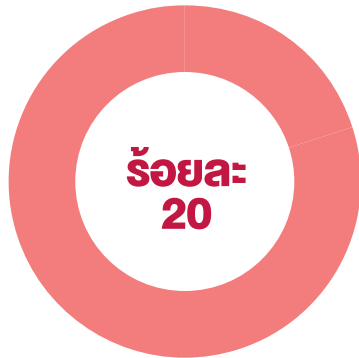
SDG8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

- 8.2 บรรลุการมีผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้นผ่านการทำให้หลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้นในภาคส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้แรงงานเข้มข้น
- 8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านทาง การเข้าถึงบริการทางการเงิน
- 8.5 บรรลุการจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพพลภาพ และให้มีการจ่ายที่เท่าเทียมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน



นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า

เป้าหมายปี 2573



รายได้ที่มาจากนวัตกรรมด้านสินค้า บริการ และธุรกิจใหม่ ตลอดจน
นวัตกรรมด้านกระบวนการ

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



มูลค่านวัตกรรมจากผลิตภัณฑ์ บริการและการปรับปรุงกระบวนการ
6,014 ล้านบาท



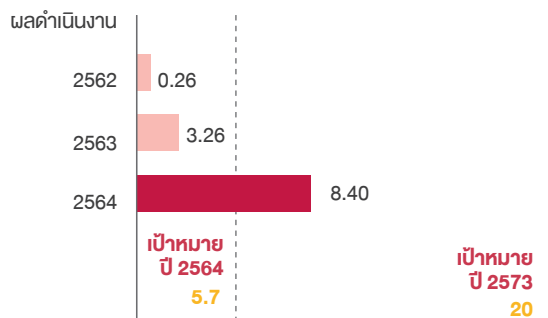
นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด **599** ผลงาน



นวัตกรรมพัฒนาเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ **554** ผลงาน

ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : ร้อยละ)



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



การขยายผลของโครงการนวัตกรรม ปี 2563



การพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ Online to Offline (O2O)



การพัฒนาแอปพลิเคชัน "ALL Pharma See" สำหรับคนรักสุขภาพ

ความเสี่ยงและโอกาส

ในโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงในทุกด้านอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจและการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ส่งผลให้ภาคธุรกิจจำเป็นต้องมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะขององค์กรให้ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค และเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางธุรกิจในตลาดการค้าอย่างเสรี ดังนั้น บริษัทจึงให้ความสำคัญ

สำคัญของพัฒนานวัตกรรมซึ่งนับว่าเป็นฟันเฟืองสำคัญที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการพัฒนาและส่งเสริมนวัตกรรมต่าง ๆ ทั้งนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมด้านกระบวนการผลิต ตลอดจนการนำนวัตกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สร้างคุณค่าต่อสังคม และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ส่งเสริมการค้าปลีกให้เติบโตและสามารถแข่งขันได้อย่างเสมอ ส่งผลให้บริษัทดำเนินงานได้อย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น บริษัทเตรียมความพร้อมในการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

ดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผ่านการพัฒนางานวิจัยและเทคโนโลยีที่หลากหลาย เพื่อมุ่งดำเนินงานไปสู่การเป็นองค์กรชั้นนำแห่งการบริหารจัดการนวัตกรรมแห่งอนาคต โดยกำหนดกรอบและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

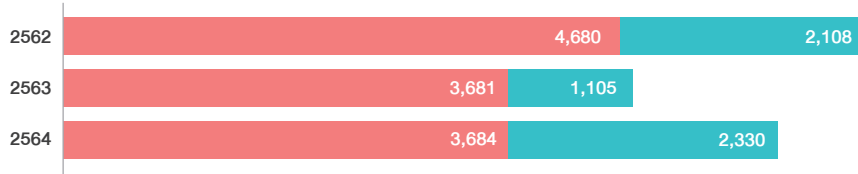


ทั้งนี้ ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 ทำให้ผู้บริโภคมีวิถีชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไปแบบพลิกฝ่ามือ การจะก้าวให้ทันต่อโลกธุรกิจใหม่ นวัตกรรมที่สามารถสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเพื่อเอาชนะใจลูกค้าให้ได้ถือเป็นโจทย์สำคัญ บริษัทจึงดำเนินการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยี

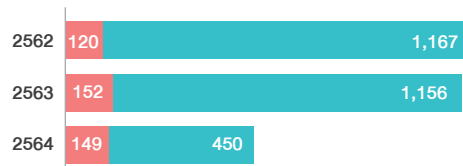
ส่งเสริมการบริการที่สะดวกสบายและปลอดภัยแก่ผู้บริโภค ให้บริการสั่ง จ่าย รับ สินค้าและบริการผ่านช่องทางที่หลากหลายด้วยรูปแบบ (O2O) ลดการสัมผัสเพิ่มความสะอาดจ่ายจากเงินสด เป็น ไร้เงินสด (Cashless) ชำระเงินผ่านบัตรเดบิต บัตรเครดิต แอปพลิเคชัน True Money Wallet เป็นต้น

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564

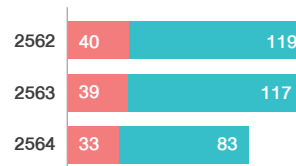
มูลค่านวัตกรรม (หน่วย : ล้านบาท) ■ นวัตกรรมแบบเปิด ■ นวัตกรรมแบบปิด



ผลงานที่ส่งเข้าประกวด (หน่วย : ผลงาน)



ผลงานที่ได้รับรางวัล (หน่วย : ผลงาน)



	2562	2563	2564
นวัตกรรม (รายสะสม)	2,491	4,979	9,158
สิทธิบัตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสะสม	8	11	15
อนุสิทธิบัตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสะสม	1	5	8

ผลงานวิจัยและพัฒนา (หน่วย : ผลงาน)



353 ราย

บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา



30.40 ล้านบาท

งบประมาณด้านวิจัยและพัฒนา





ศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรม (Innovation Research and Development)

บริษัทดำเนินงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม โดยมุ่งพัฒนางานด้านวิจัยและเทคโนโลยีนวัตกรรมด้านอาหารที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้า และขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโต พร้อมทั้งสร้างประโยชน์แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันมีศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้งหมด 2 แห่ง ได้แก่

ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหาร สู่ บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด

ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหาร บริษัท ซีพีแรม จำกัด จัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2558 และในปี 2559 ได้ดำเนินการจัดตั้งเป็น บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด ภายใต้โครงการเมืองนวัตกรรมอาหาร อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย (สวทช.) มีบทบาทสำคัญในการคิดค้น วิจัยนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีอาหาร เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของความต้องการผู้บริโภค เฉพาะเจาะจงมากขึ้น โดยการสร้างโจทย์จากปัญหาและความท้าทายมาทำงานวิจัยพื้นฐาน วิจัยประยุกต์ และส่งต่อให้ทีมพัฒนาสินค้าใหม่ (New Product Development : NPD) ปัจจุบัน ซีพี ฟู้ดแล็บ เป็นศูนย์กลางข้อมูลความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนา รวมถึงศูนย์กลางการทดสอบ เพื่อรองรับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารให้กับ ซีพี ออลล์ และเครือข่ายภาคภัณฑ์ รวมถึงบริษัทอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ อาทิ

- การวิจัยและพัฒนาอาหารสำเร็จรูปที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่วงวัย (Food For Age Group) เพื่อสร้างเสริมสุขภาพทางโภชนาการที่ดีสำหรับคนแต่ละกลุ่ม
- การวิจัยเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากพลาสติกย่อยสลายได้ สำหรับอาหารแช่เย็น พร้อมรับประทานที่สามารถทนต่อการอุ่นร้อนด้วยเครื่องไมโครเวฟได้ ภายใต้การลงนามความร่วมมือทางวิชาการระหว่าง ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (เอ็มเทค) ร่วมกับ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) โดยบริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด หน่วยงานวิจัยอาหาร บริษัท ซีพีแรม จำกัด ช่วยยกระดับความปลอดภัยของผู้บริโภค พร้อมสนับสนุนการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- การวิจัยและพัฒนาไขมันไบกะเพราเพื่อเป็นสารออกฤทธิ์ในผลิตภัณฑ์สเปรย์ สำหรับบรรเทาอาการอักเสบในช่องปากและลำคอ Phase I ภายใต้ความร่วมมือระหว่างศูนย์เชี่ยวชาญนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ร่วมกับ ซีพีแรม และ ซีพี ฟู้ดแล็บ ในการทำวิจัยช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับกะเพราโดยนำมาใช้เป็นสมุนไพรสำหรับบรรเทาอาการอักเสบในช่องปากและลำคอ และนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบสเปรย์ในอนาคต และยังเป็น การช่วยเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

8 บุคลากร
ด้านวิจัยและพัฒนา

9 ผลงาน
ด้านวิจัยและพัฒนา

14 ล้านบาท
งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา



ศูนย์ Food Technology ภายใต้การดำเนินงานของสำนักพัฒนาและประกันคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างนวัตกรรมและการจัดการทางด้านอาหาร และพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารภายใต้กรอบความสมดุลของห่วงโซ่อาหารและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้บริการและคำปรึกษาด้านวิชาการที่เป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานในการพัฒนา และสร้างให้เกิดความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยทำหน้าที่หลัก ดังนี้



คิดค้นวัตถุดิบเฉพาะและพัฒนาสูตรอาหาร ตลอดจนพัฒนากระบวนการผลิตในระดับอุตสาหกรรม โดยครอบคลุมกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ภายใต้แบรนด์ของบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและถูกต้องตามหลักโภชนาการและอนามัยของอาหาร



วางระบบและมาตรการทางด้านการประกันคุณภาพตลอดห่วงโซ่อาหาร ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงมือผู้บริโภค เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและได้ตามมาตรฐาน



พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยคำนึงถึงทุกกระบวนการในวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ต้นจนจบ (Product Life Cycle) เพื่อป้องกันและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการจัดการขยะอย่างถูกต้อง เหมาะสม และเกิดมูลค่าสูงสุด



ศูนย์วิเคราะห์และให้บริการเพื่อให้เกิดความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ โดยมี

- ศูนย์ทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Evaluation) เพื่อหาข้อมูลและประเมินผลิตภัณฑ์ตามหลักวิชาการสากล เพื่อความมั่นใจในการวางจำหน่ายสินค้าใหม่ในร้าน 7-Eleven ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า
- ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ วิเคราะห์เชื้อจุลินทรีย์ และเคมีบางชนิดในผลิตภัณฑ์อาหาร นำรวมถึงสารตกค้างต่างๆ ในผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

57 บุคลากร

ด้านวิจัยและพัฒนา

545 ผลงาน

ด้านวิจัยและพัฒนา

16.4 ล้านบาท

งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา



ทั้งนี้ Food Technology ยังมีบริการด้านการพัฒนาสินค้า การให้คำปรึกษาและการแก้ปัญหาของผลิตภัณฑ์แก่ผู้ที่สนใจ และผู้ประกอบการต่าง ๆ



ปรับโฉมธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation)

ปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคที่สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการที่หลากหลายได้สะดวก และรวดเร็วผ่านสมาร์ทโฟนมากขึ้น ส่งผลให้ภาคธุรกิจจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยี ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันและการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งพัฒนาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกที่ต้องพัฒนาช่องทางการจำหน่ายให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าแบบเจาะจง ให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้สะดวกตามความต้องการ รวดเร็ว และตอบสนองต่อลูกค้าได้ครอบคลุมในชุมชนทุกพื้นที่ พร้อมทั้งประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อยกระดับการทำงานให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพิ่มความคล่องตัวในกระบวนการทำงานให้สามารถตอบสนองทิศทางการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ โดยในปี 2564 มีตัวอย่างโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

การพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ Online to Offline (O2O)

บริษัทพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ เพื่อยกระดับการสร้างประสบการณ์แบบไร้รอยต่อให้กับลูกค้า เชื่อมโยงสินค้าและโปรโมชั่นที่หลากหลายตอบโจทย์ลูกค้าทุกระดับ จากช่องทางออนไลน์ ได้แก่ ร้าน 7-Eleven ไปสู่การจำหน่ายในช่องทางออนไลน์ ภายใต้แพลตฟอร์ม “ออลล์ ออนไลน์ (ALL Online)” ทางไกลบ้านบนเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน 7-Eleven บนโทรศัพท์มือถือ ภายใต้แนวคิด



สะดวกซื้อ เลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งออนไลน์ ออนไลน์ และเคสิวอร์



สะดวกจ่าย เลือกชำระค่าสินค้าได้ทั้งในรูปแบบเงินสด และไม่ใช้เงินสด (Cashless)



สะดวกรับ เลือกรูปแบบการรับสินค้าตามความต้องการ โดยลูกค้าสามารถส่งสินค้าล่วงหน้าและเลือกมารับสินค้าได้ด้วยตนเองที่ร้าน 7-Eleven หรือรับบริการจัดส่งสินค้าที่บ้านผ่านบริการ 7 Delivery

พร้อมกันนี้ บริษัทพัฒนาและยกระดับการให้บริการระบบสมาชิก “ออลล์ เมมเบอร์ (All Member)” ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อใช้เป็นช่องทางสื่อสารและสร้างความใกล้ชิดกับลูกค้า พร้อมทั้งให้สิทธิประโยชน์ และสิทธิพิเศษแก่สมาชิก ปัจจุบันมีสมาชิกในระบบกว่า 14 ล้านคน อีกทั้งบริษัทยังสามารถนำข้อมูลลูกค้ามาประเมินผลการดำเนินงาน และเพิ่มขีดความสามารถในการวางแผนและจัดการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ผ่านช่องทางการขายแบบ O2O

บริษัท ทเวนตีไฟฟ์ ซ้อปปี้ง จำกัด ดำเนินธุรกิจ O2O บริหารการขายช่องทางออนไลน์และออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (Website) แอปพลิเคชัน (Application) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Social Commerce คอลเซ็นเตอร์ (Call Center) และช่องทางใหม่ ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าที่หลากหลาย สามารถ สั่ง ง่าย และรับสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมงที่ร้าน 7-Eleven หรือรอร์ที่บ้าน ผ่านระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ กระจายทุกพื้นที่ นอกจากนี้ ยังสนับสนุน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้สามารถจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการตลาดแบบผสมผสานแบบ O2O โดยสามารถส่งสินค้าเกษตรผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ ทุเรียนหมอนทอง ส้มโอทับทิมสยาม มังคุด ออร์แกนิก และผลไม้อื่น ๆ ตามฤดูกาล รวมถึงต้นไม้มงคล เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่สังคมอย่างทั่วถึง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

SMEs ที่เข้าร่วมโครงการ

1,203 ราย

เพิ่มรายได้ให้แก่ SMEs ประมาณ

7,000 ล้านบาท

สินค้าทางการเกษตรตามฤดูกาล

118 รายการ

เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ

15 ราย

เพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร

3.4 ล้านบาท

นวัตกรรมบริการทางการเงิน ใกล้เคียงชุมชน

ตัวแทนธนาคาร (Banking Agent) บริการที่ทำให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมได้โดยไม่ต้องไปธนาคาร ทั้งฝาก-ถอนเงินสด ยืนยันตัวตนเพื่อเปิดบัญชี และเพื่อตอบโจทก์ลูกค้าที่ไม่มีบัญชีธนาคาร ไม่สะดวกใช้บัญชีธนาคาร หรือต้องการรับเป็นเงินสดโดยตรง เช่น คนต่างจังหวัดมาทำงานในเมืองแล้วต้องส่งเงินกลับบ้าน หรือพ่อแม่ส่งเงินให้ลูกที่เข้ามาเรียนหนังสือในเมือง หรือส่งเงินเพื่อใช้หนี้สินเป็นครั้งคราว บริษัท เคาน์เตอร์ เซอร์วิส จำกัด ในกลุ่มธุรกิจซีพี ออลล์ เปิดบริการโอนเงินภายในประเทศทั่วประเทศ โดยไม่ต้องใช้บัญชีธนาคาร ใช้เพียงแค่บัตรประชาชนตัวจริงในการส่งเงินและรับเงินเท่านั้น ใช้ชื่อว่า “โอนปุ๊บ รับปั๊บ” โดยฝั่งผู้รับเงินสามารถเข้าไปรับเงินสดที่ร้าน 7-Eleven กว่า 12,500 สาขา ทั่วประเทศ ได้ทันที ตลอด 24 ชั่วโมง โดยทำรายการได้สูงสุดครั้งละไม่เกิน 10,000 บาท และไม่เกิน 50,000 บาท ต่อคนต่อวัน

การพัฒนาแอปพลิเคชัน “ALL Pharma See”

ปรึกษาเภสัชกรฟรี 24 ชั่วโมง ทางออนไลน์ ให้ทุกคนดูแลสุขภาพเสมือนมีเภสัชกรอยู่ใกล้ ๆ ด้วยรูปแบบการใช้งานที่ง่าย ผ่านวิธีพิมพ์ข้อความหรือวิดีโอคอลกับเภสัชกรร้านยาเอ็กซ์ต้า พลัส โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ลูกค้าสามารถเลือกพูดคุยกับเภสัชกรร้านยาเอ็กซ์ต้า พลัส ใกล้บ้าน หรือกรณีนอกช่วงเวลาทำการก็สามารถปรึกษาเภสัชกรท่านอื่นที่พร้อมให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ALL Pharma See มาพร้อมฟีเจอร์ใช้งานที่หลากหลาย เช่น การค้นหาร้านยาที่อยู่ใกล้บ้าน บริการสั่งซื้อสินค้าสุขภาพทางออนไลน์ พร้อมส่งถึงบ้าน รวมถึงการอัปเดตข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม



พร้อมกันนี้ บริษัทส่งเสริมการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงานที่สำคัญสำหรับธุรกิจอย่างต่อเนื่อง พร้อมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อยกระดับการทำงานให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพิ่มความคล่องตัวในกระบวนการทำงานสำหรับพนักงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในปี 2564 มีตัวอย่างโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการขยายผลต่อเนื่อง All Receive

บริษัทปรับกระบวนการรับสินค้าจากพนักงานขนส่งสินค้า ที่นำมาจำหน่ายในร้าน 7-Eleven โดยปรับเปลี่ยนจากการตรวจนับโดยพนักงานร้าน 7-Eleven เป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้ Personal Digital Assistant (PDA) ของพนักงานแต่ละคนในการสแกนรับสินค้าได้ทุกประเภท แล้วระบบจะส่งต่อข้อมูลไปยังระบบเก็บข้อมูลรายการสินค้าโดยอัตโนมัติ ปัจจุบันได้นำเทคโนโลยีดังกล่าวไปใช้ในร้าน 7-Eleven ทุกสาขาทั่วประเทศ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปัญหาการรับสินค้าที่ร้าน

80 นาทีต่อร้านต่อวัน

ลดปัญหาการใส่ข้อมูลในระบบผิดพลาด



โครงการรับสินค้าผ่านโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV)

บริษัทยกเลิกการตรวจนับสินค้าร่วมกันระหว่างพนักงานร้าน 7-Eleven และพนักงานขนส่งสินค้าเพื่อลดความเสี่ยงในการสัมผัสและป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 รวมถึงลดระยะเวลาในการดำเนินงาน โดยเปลี่ยนเป็นวิธีการนับสินค้าในรูปแบบใหม่ ซึ่งพนักงานร้าน 7-Eleven แต่ละคน สามารถนับสินค้าได้ด้วยตัวเองผ่านเครื่องตรวจนับสินค้า (EOB) หน้ากล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ซึ่งสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ และมีความปลอดภัยสูง ปัจจุบันได้นำเทคโนโลยีดังกล่าวไปใช้ในร้าน 7-Eleven ทุกสาขาทั่วประเทศ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดความเสี่ยงในการสัมผัส

ลดระยะเวลาขนส่ง

10-15 นาทีต่อสาขา

พนักงานมีเวลาเพิ่มขึ้นในการให้บริการลูกค้า

สามารถขนส่งสินค้าไปยังร้าน 7-Eleven สาขาอื่นได้เร็วยิ่งขึ้น

โครงการ Auto Mark on Stock

บริษัทพัฒนาระบบการนับสินค้าอัตโนมัติสำหรับพนักงานร้าน 7-Eleven โดยลดขั้นตอนการทำงานผ่านการยกเลิกการนับสินค้าคงเหลือ แล้วใช้ข้อมูลในระบบที่บันทึกจำนวนสินค้าคงเหลือ โดยจะมีระบบแจ้งเตือนสินค้าที่ยังไม่ได้ดำเนินการว่า “พิมพ์ป้ายราคาสินค้าที่ปรับราคา (Mark on Stock)” ซึ่งช่วยให้พนักงานร้าน 7-Eleven สามารถติดตามสินค้าคงเหลือได้อย่างถูกต้องแม่นยำ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดเวลาการทำงาน

17 นาที **15** วินาที ต่อรอบต่อสาขา





ต่อยอดนวัตกรรม เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ (Enhance Innovation to business value)

บริษัทมุ่งพัฒนาและสรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และความต้องการที่หลากหลาย รวมถึงเพิ่มมูลค่า ส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจ ในปี 2564 มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่โดดเด่น ดังนี้

นวัตกรรมหน้ากากผ้า เส้นใยนวัตกรรม โดย เพอร์มา (Perma)

บริษัทสนับสนุนสินค้านวัตกรรมจาก บริษัท เพอร์มา คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นนวัตกรรมเพิ่มประสิทธิภาพเส้นใยสังเคราะห์ที่มีนาโนซิงค์ออกไซด์เป็นส่วนผสมในเครื่องนุ่งห่มและสิ่งทอทางการแพทย์ เช่น กากหน้าผ้า ปลอกหมอน ผ้าปูเตียงผู้ป่วย ชุดชั้นใน ชุดแพทย์ และชุดผู้ป่วย ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรียซึ่งเป็นสาเหตุของกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ ไรคภูมิแพ้ และโรคที่เกี่ยวข้องกับทางเดินหายใจ การติดเชื้อที่บาดแผล และบริเวณผิวหนัง พร้อมทั้งมีความคงทน สามารถซักทำความสะอาดได้มากกว่า 150 ครั้ง ปัจจุบันมีหน้ากากผ้าจำหน่ายในร้าน 7-Eleven และแพลตฟอร์มออนไลน์ 24 shopping



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

มูลค่านวัตกรรมกว่า

69 ล้านบาท

ยกระดับเครื่องนุ่งห่มไทย

ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นวัตกรรมสินค้าแซนด์วิชโบราณ (New Vintage Sandwich)

โดย บริษัท ซีพี แรม จำกัด (ลาดกระบัง)

บริษัทพัฒนาสินค้าแซนด์วิชโบราณที่จำหน่ายในร้าน 7-Eleven ให้มีความอร่อย (แป้งนุ่ม) คุ่มค่า (ไส้เยอะ ในราคาที่ถูกค่าสามารถจับต้องได้) โดยพัฒนาสูตรไส้ให้มีความเข้มข้น ชุ่มฉ่ำ มันวาว และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันการเสียรูปทรง สะดวกในการรับประทาน เพิ่มมูลค่าให้สินค้านำรับประทานมากขึ้น พร้อมปรับปรุงกระบวนการให้มีประสิทธิภาพการผลิตมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทมีแผนขยายผลเพิ่มความหลากหลายของไส้ไปยังกลุ่มสินค้าแซนด์วิชไส้หวานอีกด้วย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

สร้างยอดขายกว่า

540 ล้านบาทต่อปี

(อัตราเติบโต ร้อยละ: 168)

สร้างยอดขายกว่า

13 ชั้นต่อร้านต่อวัน

(อัตราเติบโต ร้อยละ: 60)

ความพึงพอใจของผู้บริโภค

ให้คะแนนเต็ม **10**

สนับสนุนผลผลิตเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่

73 ตันต่อปี

สนับสนุนผลผลิตเกษตรกรผู้เลี้ยงหมู ไก่

73 ตันต่อปี

นวัตกรรมสินค้าขนมปังแช่เย็น (Fresh Cream Bun)

บริษัทพัฒนาสินค้าขนมปังแช่เย็นที่จำหน่ายในร้าน 7-Eleven โดยคิดค้นสูตรเฉพาะของแป้ง ทำขนมให้มีความนุ่มและรสชาติดี รวมถึงนำเทคโนโลยีการอบและการใส่ไส้ขนมมาประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีความน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น โดยในปี 2564 บริษัท ต่อยอดพัฒนาสินค้าในกลุ่มขนมปังแช่เย็น 3 รายการ ได้แก่ ขนมปังไส้ครีมสด ขนมปังหน้าเนยไส้ครีมนมสด และขนมปังไส้สังขยาใบเตย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ยอดขาย

23.9 ล้านชิ้นต่อปี

รายได้

8.4 ล้านบาทต่อปี

ลูกค้าเบเกอรี่มีตัวเลือกในสินค้า กลุ่มขนมปังแช่เย็นในร้าน 7-Eleven มากขึ้น

ต่อยอดพัฒนาสินค้ารายการ ในกลุ่มขนมปังแช่เย็นได้แล้ว 3 ชิ้น ได้แก่ ขนมปังไส้ครีมสด ขนมปังหน้าเนยไส้ครีมนมสด ขนมปังไส้สังขยาใบเตย

ความพึงพอใจจากผู้บริโภค

ร้อยละ **85**

นวัตกรรมน้ำนมถั่วเหลือง โดย โทฟูซัง (Tofusan)

บริษัทสนับสนุนผลิตภัณฑ์นวัตกรรมน้ำนมถั่วเหลือง จากบริษัท โทฟูซัง จำกัด โดยนำฟองเต้าหู้ผสมกับถั่วเหลือง ผ่านเทคโนโลยีพิเศษที่ทำให้สินค้ามีอายุยาวนานขึ้น แต่ยังคงรสชาติเหมือนน้ำเต้าหู้สดดั้งเดิม อีกทั้งยังไม่ใส่วัตถุกันเสีย พร้อมรับประทาน ปัจจุบันน้ำนมถั่วเหลือง โทฟูซัง มีจัดจำหน่ายในร้าน 7-Eleven และแพลตฟอร์มออนไลน์ All Online



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

มูลค่านวัตกรรมกว่า

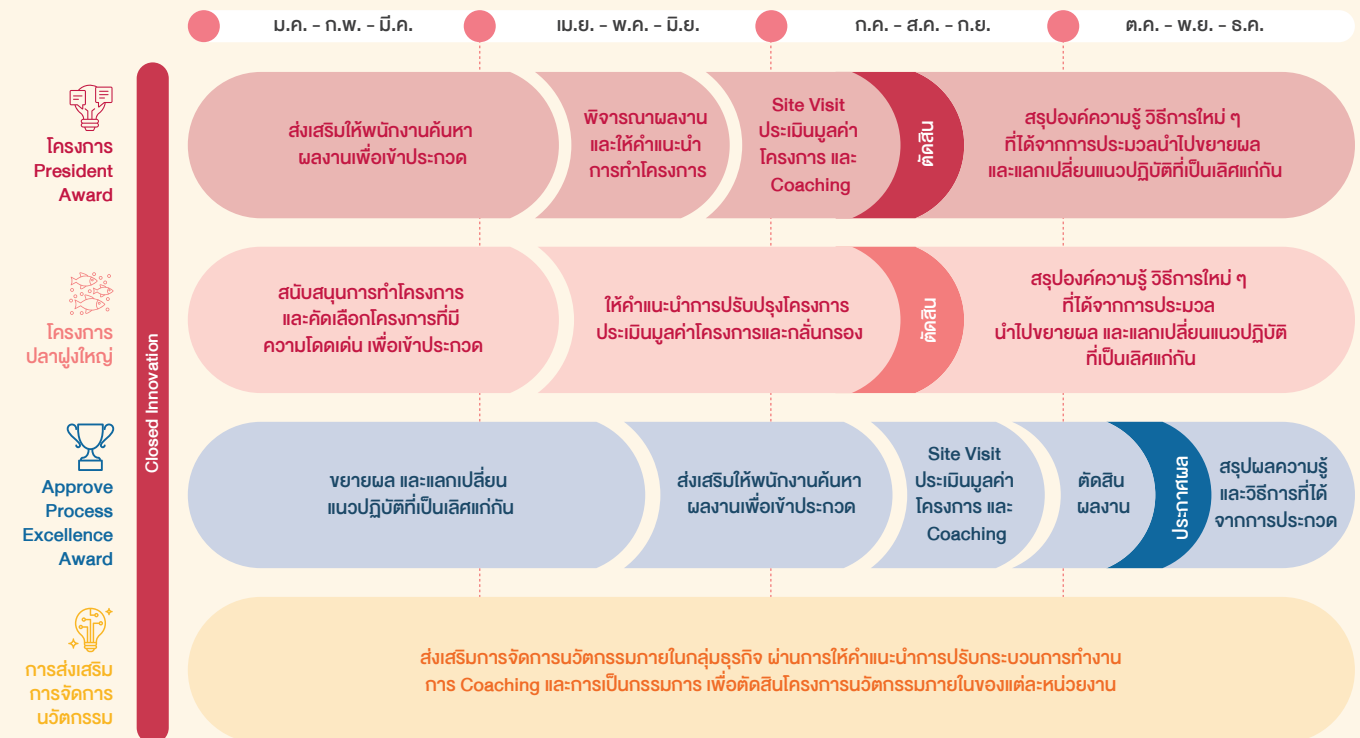
235 ล้านบาท

รสชาติดี และปลอดภัยต่อผู้บริโภค



สร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม (Innovation Culture)

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการขับเคลื่อนองค์กรด้วยการสร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม โดยการอบรมให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ รวมถึงสร้างบรรยากาศให้พนักงานได้เกิดแนวคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม ผ่านเวทีการประกวดโครงการนวัตกรรมภายในของกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ เพื่อเชิดชูเกียรติให้กับโครงการที่เกิดผลลัพธ์ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีการส่งเสริมการจัดการความรู้ภายในกลุ่มโดยนำวิธีการใหม่ไปขยายผลและแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศแก่กัน รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน ลดภาระงานที่ไม่จำเป็นเพื่อให้องค์กรเกิดความคล่องตัว ทำให้พนักงานสามารถสร้างสรรค์งานที่มีคุณค่าและสร้างนวัตกรรมให้แก่บริษัท ทันทต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพการแข่งขันทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เกิดวัฒนธรรมนวัตกรรมที่ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนร่วมในการส่งมอบคุณค่าแก่ประเทศชาติ ประชาชน และองค์กร





นวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation)

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) สร้างความร่วมมือด้านนวัตกรรมกับองค์กรภายนอก ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน 11 องค์กรระดับประเทศ ภายใต้ “โครงการความร่วมมือขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับประเทศไทย Thailand Synergy เพื่อ SMEs ไทย” โดยสนับสนุนผลงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ของแต่ละองค์กร รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) เพื่อมอบโอกาสเพิ่มช่องทางการตลาด แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และแนวปฏิบัติมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งต่อยอดงานนวัตกรรมรูปแบบใหม่ที่สร้างคุณค่าแก่องค์กร และสังคมต่อไป ในปี 2564 มีตัวอย่างโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

AliFarm : Food Navigator platform

โดย บริษัท คิว บ็อกซ์ พอยท์ จำกัด

สร้างแพลตฟอร์มที่เชื่อมโยงความต้องการของตลาดสินค้าด้านการเกษตร ที่รวบรวมผู้ซื้อ ผู้ผลิต และผู้ให้บริการปัจจัยการผลิตเข้ามาอยู่ในระบบเดียวกัน

โดยระบบจะช่วยจับคู่การตลาดให้เกษตรกรสามารถวางแผนการปลูกพืชล่วงหน้าตรงตามความต้องการ ผู้ซื้อสามารถเข้าถึงแหล่งสินค้าได้โดยตรง มีการบันทึกข้อมูลและควบคุมคุณภาพพร้อมกับสร้างความเชื่อมั่นให้กับตัวสินค้าที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ในทุกขั้นตอนการผลิต เกิดการวางแผนปลูกพืชล่วงหน้า สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรกว่า 1,200 ครัวเรือน เป็นมูลค่ากว่า 45 ล้านบาท



นวัตกรรม Memberry นมเบอร์รี่เสริมความจำ

บริษัท มาร์ค วัน อินโนเวชัน เซ็นเตอร์ จำกัด

ผลิตภัณฑ์นมยูเอชทีที่ผสมสารสกัดจาก มัลเบอร์รี่ บลูเบอร์รี่ และสตอเบอร์รี่ ที่มีคุณสมบัติช่วยเพิ่มประสิทธิภาพความจำ คิดค้นและพัฒนาจากสถาบันวิจัย คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีผลรับรองงานวิจัยจากสถาบันวิจัยในสหรัฐอเมริกาพบว่าสารสกัดสำคัญที่อยู่ในเบอร์รี่ มีส่วนช่วยเพิ่มความจำอย่างมีนัยสำคัญ ใช้วัตถุดิบธรรมชาติจากโครงการในพระราชดำริ ซึ่งมีส่วนช่วยส่งเสริมและสนับสนุนผลผลิตของเกษตรกรไทยไปพร้อม ๆ กับการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ มีคุณค่ากับผู้บริโภค สามารถสร้างยอดขายได้มากกว่า 30 ล้านบาทต่อเดือน







การจัดการห่วงโซ่อุปทาน อย่างรับผิดชอบ

มากกว่าคำว่าผูกพันกันมานาน ซีพี ออลล์ ยืนหยัดเคียงข้างร่วมพัฒนา ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทานให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนไปด้วยกัน ดีขึ้นในทุก ๆ วัน บนเส้นทางแห่งคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นสากล พร้อมส่งต่อคุณค่าและความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและบริการ เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของผู้บริโภค

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG4 สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็นรวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดีและการเป็นผู้ประกอบการ

SDG8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อยขนาดเล็กลงและขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านการเข้าถึงบริการทางการเงิน

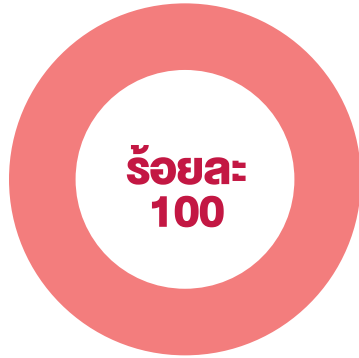
SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและผลิตที่ยั่งยืน

12.7 ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างภาคสาธารณะที่ยั่งยืน ตามนโยบายและการให้ลำดับความสำคัญของประเทศ



การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

เป้าหมายปี 2573



คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) ที่มีความเสี่ยงสูง (High Risk Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้องถูกตรวจสอบประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



ร้อยละ **96.51** คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 และคู่ค้าลำดับถัดไปที่มีความสำคัญ ผ่านการตรวจสอบประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment)



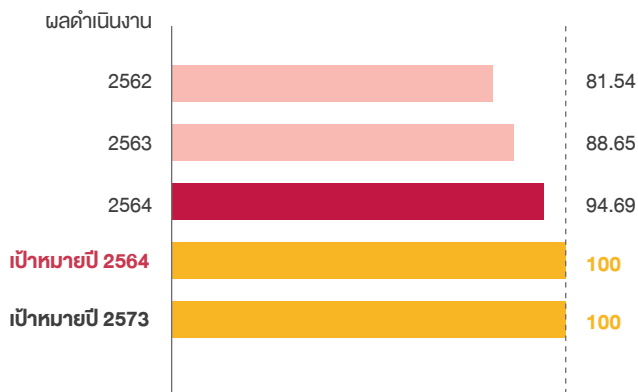
ร้อยละ **94.69** คู่ค้าลำดับที่ 1 ที่ถูกระบุว่ามีความเสี่ยงสูง ผ่านการตรวจสอบประเมินแบบเชิงรุก



ร้อยละ **100** คู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีความเสี่ยงสูง มีแผนการจัดการความเสี่ยง

ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : ร้อยละ)



หมายเหตุ : ข้อมูลที่รายงานครอบคลุมกลุ่ม ซีพี ออลล์

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



จัดอบรม ให้ความรู้คู่ค้า SMEs กลุ่มผู้รับเหมา และส่งเสริมให้เข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต CAC



พัฒนาเครื่องมือการประเมินความเสี่ยงคู่ค้าด้านความยั่งยืนที่สอดคล้องกับขนาดธุรกิจ



พัฒนารูปแบบการตรวจสอบประเมินคู่ค้าด้านความยั่งยืนแบบเชิงรุกให้สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับคู่ค้า



การพัฒนาศักยภาพ (Capacity Building) ด้านการพัฒนาความยั่งยืนของคู่ค้ากลุ่มผู้รับเหมา

ความเสี่ยงและโอกาส

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการส่งมอบสินค้าจากกระบวนการผลิตไปสู่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถลดความเสี่ยงได้ อาทิ ความเสี่ยงด้านต้นทุน ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง ความเสี่ยงในการหยุดชะงักของธุรกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ และภาพลักษณ์ของบริษัท รวมถึงลดผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน ปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ จึงมุ่งบริหารห่วงโซ่อุปทานให้เกิดประสิทธิภาพ พร้อมทั้งบูรณาการแนวทางการ

พัฒนายั่งยืนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน บริษัทจึงสนับสนุนการดำเนินงานและส่งเสริมศักยภาพลูกค้าทุกกลุ่มให้เติบโตไปพร้อมกัน โดยคำนึงถึงประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาลตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มโอกาสลดความเสี่ยง และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ตลอดจนสร้างการเปลี่ยนแปลง เสริมสร้างความแข็งแกร่งของลูกค้า และพันธมิตรทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ดำเนินงานบริหารห่วงโซ่อุปทานให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มภายใต้ต้นนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน รวมถึงคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าที่คำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อม และการดำเนินธุรกิจอย่างมีบรรษัทภิบาล ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าลำดับที่ 1 รวมไปถึงคู่ค้าลำดับอื่นในห่วงโซ่อุปทานครอบคลุมประเด็นสำคัญ อาทิ มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์และบริการของลูกค้า แรงงานเด็ก สิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน สภาพการทำงาน การจ่ายค่าตอบแทน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย จริยธรรมธุรกิจ รวมถึงการส่งเสริมให้คู่ค้ามีนโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืน พร้อมกันนี้ บริษัทดำเนินการประเมินความเสี่ยงคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 มาอย่างต่อเนื่องครอบคลุมกลุ่มคู่ค้าที่มีมูลค่ายอดซื้อสูง คู่ค้าที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ และคู่ค้าที่มีน้อยราย หรือไม่สามารถทดแทนได้ ทั้งนี้ ในปี 2564 บริษัทพัฒนาเครื่องมือการประเมินความเสี่ยงคู่ค้า

ด้านความยั่งยืนให้เหมาะสมกับประเภทและขนาดของธุรกิจ เพื่อลดความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดการหยุดชะงักของการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนนำไปสู่การจัดหาอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งการเสริมสร้างคุณภาพชีวิต การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนและสังคม และลดจนการมีส่วนร่วมในการปกป้องสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ

นอกจากนี้ ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ส่งผลให้บริษัทได้ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทานให้มีความยืดหยุ่นและคล่องตัวมากขึ้น อาทิ ร่วมกับคู่ค้าปรับแผนการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างครอบคลุม ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ จนถึงการส่งมอบสินค้าถึงผู้บริโภค จัดตั้งโครงการพัฒนาความยั่งยืนสำหรับคู่ค้าเพื่อให้ความรู้และคำแนะนำการบริหารความเสี่ยงในช่วงวิกฤต ประสานอำนาจความสะดวกให้คู่ค้าในการส่งมอบสินค้าที่ร้าน 7-Eleven และศูนย์กระจายสินค้า ตลอดจนบูรณาการประเด็นความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์ และกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัท ดังนี้

กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน			
01 <p>สื่อสารความคาดหวัง สสสหา และคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ โดยผนวกหลักเกณฑ์ด้านความยั่งยืน</p>	02 <p>ให้ความรู้และบริหารความเสี่ยง คู่ค้าด้านความยั่งยืน</p>	03 <p>ส่งเสริมและสนับสนุน การพัฒนาศักยภาพ</p>	04 <p>สร้างความผูกพัน และรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว</p>

อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

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

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

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564

การระบุประเภทของคู่ค้า

คู่ค้า
ลำดับที่ 1 **4,710** รายคู่ค้าที่สำคัญ
ลำดับที่ 1* **227** รายคู่ค้าลำดับถัดไป
ที่สำคัญ **24** ราย

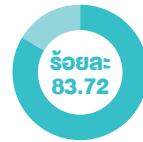
หมายเหตุ * หลักเกณฑ์พิจารณาคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1. คู่ค้าที่มีมูลค่ายอดขายสูง (High-Volume Suppliers) 2. คู่ค้าที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ (Critical Component Suppliers) ซึ่งมีผลกระทบอย่างมากต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ความสำเร็จของตลาด 3. คู่ค้าที่มีน้อยราย หรือ ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-substitutable Suppliers)

มูลค่าการซื้อ

สัดส่วนมูลค่าการซื้อ
ภายในประเทศสัดส่วนมูลค่าการซื้อ
จากคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1มูลค่าการซื้อจาก SMEs*
22,289 ล้านบาท

* มูลค่าการซื้อจาก SMEs ครอบคลุมผลิตภัณฑ์เกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน หรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (OTOP)

การมีส่วนร่วมของคู่ค้าลำดับที่ 1

ได้รับการสื่อสาร
จริยธรรมและแนวทาง
ปฏิบัติสำหรับคู่ค้าลงนามรับทราบ
จริยธรรมและแนวทาง
ปฏิบัติสำหรับคู่ค้าได้รับการอบรม
ให้ความรู้ด้านการจัดการ
ห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

การบริหารความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG)

การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

4,710 ราย

คู่ค้าลำดับที่ 1
(Tier 1 Suppliers)
ได้รับการประเมินความเสี่ยง
ในรอบ 3 ปี

24 ราย

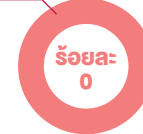
คู่ค้าลำดับถัดไปที่สำคัญ
(Critical Non-Tier 1 Suppliers)
ได้รับการประเมินความเสี่ยง
ในรอบ 3 ปี

การระบุคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง (High-risk Suppliers)

113 ราย

คู่ค้าลำดับที่ 1
(Tier 1 Suppliers)

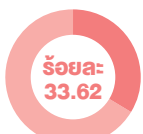
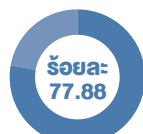
0 ราย

คู่ค้าลำดับถัดไปที่สำคัญ
(Critical Non-Tier 1 Suppliers)

113 ราย

คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง
รวมทั้งหมด
(Total high-risk
Suppliers)

การประเมินความเสี่ยงแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment)

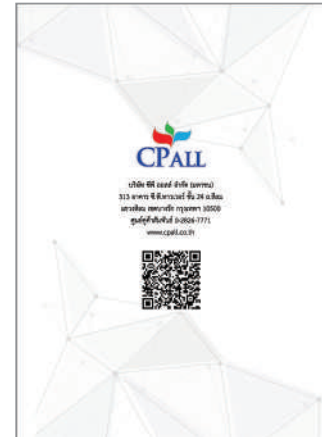
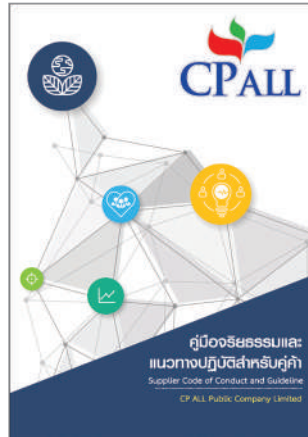
คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1
และคู่ค้าลำดับถัดไปที่สำคัญ
ได้รับการประเมินเชิงรุก
ทุกปีคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1
และคู่ค้าลำดับถัดไปที่สำคัญ
ได้รับการประเมินเชิงรุก
อย่างน้อยทุก ๆ 3 ปีรวมทั้งหมด ร้อยละ: **96.51**คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง
ได้รับการประเมินเชิงรุก
ทุกปีคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง
ได้รับการประเมินเชิงรุก
อย่างน้อยทุก ๆ 3 ปีรวมทั้งหมด ร้อยละ: **94.69**

การจัดการความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบ

คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง
มีการจัดทำแผน
ปฏิบัติการแก้ไข
Corrective
Action Plans)คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง
สามารถแก้ไขตามแผน
ปฏิบัติการแก้ไข
(Corrective Action Plans)
แล้วเสร็จภายใน 1 ปี

สร้างการเปลี่ยนแปลง เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับลูกค้า ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทส่งเสริมการปฏิบัติตามคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับลูกค้า ครอบคลุมลูกค้าลำดับที่ 1 และลำดับถัดไปที่สำคัญตลอดห่วงโซ่อุปทานในทุกอุตสาหกรรม ผ่านแนวปฏิบัติ 16 แนวทาง สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่คู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับลูกค้า (Suppliers' Code of Conduct and Guideline) โดยในรอบ 3 ปี บริษัทได้ดำเนินการสื่อสารคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับลูกค้าไปยังลูกค้าลำดับที่ 1 ครบทุกราย และในปี 2564 บริษัทสื่อสารคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับลูกค้าไปยังลูกค้าลำดับที่ 1 รายใหม่ ครบร้อยละ 100



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



1. สื่อสารความคาดหวัง สรรหา และคัดเลือกผู้ค้าที่มีศักยภาพ

บริษัทมุ่งบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้ากับการสรรหาและคัดเลือกผู้ค้ารายใหม่ในทุกขั้นตอน โดยสื่อสารให้ลูกค้ารับทราบนโยบายและความคาดหวังของบริษัท พร้อมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพและคุณสมบัติในการคัดเลือกผู้ค้ารายใหม่ ครอบคลุมประเด็นสำคัญ ดังนี้ คุณสมบัติและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการผลิตและการบริหารต้นทุนที่เหมาะสม ความสามารถในการส่งมอบ และการดำเนินงานด้าน ESG

ในปี 2564 มีผู้ค้ารายใหม่ 327 ราย คิดเป็น ร้อยละ 100 ได้รับการพิจารณาคัดเลือกโดยใช้หลักเกณฑ์ที่ผนวกแนวทางด้านความยั่งยืน ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



2. บริหารความเสี่ยงผู้ค้าด้านความยั่งยืน

บริษัทประเมินความเสี่ยงผู้ค้าครอบคลุมลูกค้าลำดับที่ 1 ทั้งหมด ทั้งผู้ค้ารายเดิม (Existing Supplier) และผู้ค้ารายใหม่ (New Supplier) โดยหน่วยงานจัดซื้อร่วมกับหน่วยงานประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน เป็นผู้รับผิดชอบในการประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) เพื่อค้นหาความเสี่ยงเบื้องต้นของผู้ค้าด้วยเครื่องมือ Risk Base Due Diligence ในปี 2564 บริษัทพัฒนาเครื่องมือ Risk Base Due Diligence สำหรับใช้ในการประเมินความเสี่ยงเบื้องต้นของผู้ค้า ที่มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับประเภทและขนาดธุรกิจของผู้ค้า โดยประเมินจากประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญของแต่ละอุตสาหกรรม ดังนี้



สิ่งแวดล้อม
(Environmental : E)

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน

การจัดการขยะอย่างยั่งยืน

การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน

การปกป้องพันธุ์ระบบนิเวศ
และความหลากหลายทางชีวภาพ



สังคม
(Social : S)

สิทธิมนุษยชนและการใช้แรงงาน

อาชีวอนามัยและความปลอดภัย



การกำกับดูแลกิจการ
(Governance : G)






การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี
(คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์)

กรณีพบว่าคู่ค้ารายใดมีความเสี่ยง บริษัทจะดำเนินการส่งแบบประเมินตนเองสำหรับคู่ค้า (Suppliers Self-assessment Questionnaires : SAQ) ให้คู่ค้าประเมินตนเองผ่านระบบออนไลน์เพื่อยืนยันความเสี่ยง โดยการแสดงหลักฐานการดำเนินการด้านความยั่งยืน ภายหลังจากทำแบบประเมินตนเองหากพบว่าคู่ค้ารายใดยังคงมีความเสี่ยงสูง บริษัทจะดำเนินการเข้าตรวจประเมินคู่ค้าแบบเชิงรุกเพื่อค้นหาความเสี่ยงที่แท้จริง พร้อมทั้งอบรม ให้ความรู้ รวมถึงให้คำแนะนำ เพื่อให้คู่ค้ามีความเข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจต่อไป สำหรับคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 บริษัทดำเนินการตรวจประเมินแบบเชิงรุกทุกราย

ในปี 2564 บริษัทดำเนินการประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) คู่ค้าลำดับที่ 1 จำนวน 4,710 ราย ครอบคลุมร้อยละ 100 รวมถึงตรวจประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment) สำหรับคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier) จำนวน 227 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.82 และคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง (High Risk Supplier) จำนวน 113 ราย

คิดเป็นร้อยละ 2.40 โดยประเด็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่มีความสำคัญ (Potential Finding) 5 ประเด็น ได้แก่ 1) ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Safety, Occupational Health , Environment in the Workplace) 2) การจัดการแรงงาน และสิทธิมนุษยชน (Labor Management and Human Rights) 3) การจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management) 4) การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ (Compliance with Laws and Regulations) 5) การจัดหาอย่างรับผิดชอบ (Responsible Procurement)

นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมคู่ค้าให้มีการจัดทำมาตรการจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของตนเอง ซึ่งร้อยละ 100 ของคู่ค้าที่พบ ประเด็นความเสี่ยงที่มีความสำคัญ หรือที่เรียกว่า Potential Finding จากการตรวจประเมินแบบเชิงรุกมีมาตรการจัดการความเสี่ยงที่สามารถแก้ไขตามแผนปฏิบัติการแก้ไข (Corrective Action Plans) แล้วเสร็จภายใน 1 ปีดังนี้

ประเด็นที่พบจากการตรวจประเมินด้านความยั่งยืน (ESG)	
ประเด็นความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง
มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental : E)	
 การจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการประเมินเพื่อบ่งชี้ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม จัดทำเอกสารข้อมูลความปลอดภัยสารเคมี (Safety Data Sheet : SDS) จัดทำแนวทางดำเนินการจัดการขยะ เกี่ยวกับการขออนุญาตนำสิ่งปฏิกูล และเศษวัสดุที่ไม่ใช่แล้วออกนอกโรงงาน กรณีขายนายวัสดุที่ไม่ใช่แล้วออกนอกโรงงาน
มิติด้านสังคม (Social : S)	
 ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย (Safety, Hygiene and Environment in the Workplace)	<ul style="list-style-type: none"> จัดให้มีการตรวจสอบสภาพพนักงานตามปัจจัยเสี่ยงตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงจัดทำสมุดสุขภาพพนักงาน จัดทำคู่มือมาตรฐานการตรวจสอบสภาพตามปัจจัยเสี่ยง ดำเนินการตรวจวัดและวิเคราะห์สภาวะการทำงานเกี่ยวกับระดับแสงสว่างภายในสถานประกอบการ ขึ้นทะเบียนและประกาศแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับต่าง ๆ รวมถึงจัดทำคู่มือด้านความปลอดภัย และจัดอบรมด้านความปลอดภัยให้กับพนักงาน จัดทำแผนฉุกเฉินกรณีเกิดเหตุเพลิงไหม้ และจัดฝึกซ้อมอพยพหนีไฟให้กับพนักงาน
 การจัดการแรงงาน และสิทธิมนุษยชน (Labor Management and Human Rights)	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำคู่มือแรงงานสำหรับพนักงาน
มิติด้านการกำกับดูแลกิจการ (Governance : G)	
 การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ (Compliance with Laws and Regulations)	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำรายการกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบริษัท กำหนดผู้รับผิดชอบในการติดตาม ประเมินความสอดคล้องตามรายการกฎหมายที่ระบุไว้
 การจัดหาอย่างรับผิดชอบ (Responsible Procurement)	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำคู่มือการควบคุมการทำงานของผู้รับเหมาที่ผนวกประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม สังคม และการปฏิบัติตามกฎหมาย พร้อมทั้งสื่อสารให้คู่ค้ารับทราบ

พร้อมกันนี้ บริษัทดำเนินการติดตามผลความคืบหน้าในการปรับปรุงแก้ไขความเสี่ยงของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้แก่คู่ค้าเพื่อร่วมเติบโตไปพร้อมกับบริษัทอย่างยั่งยืน

3. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพ

บริษัทส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้มแข็ง และสามารถนำองค์ความรู้และทักษะไปต่อยอดสร้างอาชีพ สร้างรายได้อย่างยั่งยืน ผ่าน 3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพคู่ค้า ดังนี้

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

ในปี 2564 บริษัทดำเนินโครงการที่หลากหลาย เพื่อส่งมอบองค์ความรู้และยกระดับคู่ค้าด้านความยั่งยืน โดยมีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการพัฒนาศักยภาพสำหรับคู่ค้ากลุ่มผู้รับเหมา

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพสำหรับคู่ค้ากลุ่มผู้รับเหมา ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับคู่ค้าก่อนเริ่มปฏิบัติงาน รวมถึงสร้างความตระหนักเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน ผ่านการปฐมนิเทศผู้รับเหมารายใหม่ในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงจัดอบรมหลักสูตรความปลอดภัยในการทำงานสำหรับผู้รับเหมา กลุ่มผู้รับเหมางานก่อสร้าง งานไฟฟ้า งานซ่อมงานเฉพาะทาง ในปี 2564 มีผู้รับเหมาที่เข้าร่วมการอบรม 9 ราย และสถิติการเกิดอุบัติเหตุของผู้รับเหมาเป็นศูนย์

นอกจากนี้บริษัทได้ดำเนินการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจแก่คู่ค้ากลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างเรื่องการดำเนินงาน ด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใสและสุจริต ภายใต้โครงการส่งเสริมและสนับสนุนคู่ค้ากลุ่ม SMEs ในการเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) ในปี 2564 มีผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมด 35 ราย



โครงการ 7-11 เคียงข้างเกษตรกรไทย โดย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

บริษัทดำเนินโครงการ 7-11 เคียงข้างเกษตรกรไทยต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกร อีกทั้งเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าเกษตรได้สะดวกขึ้น โดยในปี 2564 บริษัทนำนวัตกรรมด้านวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวมาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้ากล้วยหอมทอง และขยายผลการดำเนินงานไปสู่กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ผักสดผลไม้สดตามฤดูกาล ผักสลัด ผลไม้ตัดแต่ง และผักพร้อมปรุง พร้อมทั้งส่งเสริมให้โรงงานผลิตได้มาตรฐานการผลิตที่ดี (Good Manufacturing Practice : GMP) ตลอดจนร่วมพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและตอบสนองต่อความต้องการผู้บริโภคตามแนวชีวิตวิถีใหม่ (New Normal)

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ

1,107 ราย

พื้นที่เพาะปลูก

50,583 ไร่

เพิ่มความหลากหลายให้กับสินค้าที่จำหน่ายในร้าน 7-Eleven จำนวน

322 รายการ



CPALL + GPO + Thai

- ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดการระบบของโรงงานอย่างยั่งยืน ตามหลักเกณฑ์ที่เน้นการรับผิดชอบต่อสังคม
- ให้ความรู้ในการตรวจวิเคราะห์สินค้าเกษตรทุกชนิดในวิสาหกิจ

เทคนิคการจัดการวัตถุดิบ บัณฑิตกรรม และเทคโนโลยี

โรงคัดบรรจุอินทผลุณเฒ่า

โรงคัดบรรจุองุ่นพันธุ์คิงดำ

เครื่องล้างผักอินทรีย์

เทคโนโลยี Air Bubble Ice Hyde Cooling

เทคโนโลยี Heat Treatment 88: Ozone

เทคนิคการคัดผล

เทคนิคการบรรจุ

4 5u
5 5u

เพิ่มอายุสินค้า
สร้างคุณภาพ
คงมาตรฐาน
น้ำสู่ความปลอดภัย

แบ็คโครเคียงข้างเกษตรกรไทย สู้ภัยโควิด

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 ที่เกิดขึ้นเป็นสถานการณ์ที่ไม่จบลงโดยง่ายและอาจยืดเยื้อ สร้างผลกระทบให้กับเกษตรกรรายย่อยเป็นจำนวนมาก เพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) จึงได้ดำเนินการจัดตั้งทีมพี่เลี้ยงเกษตรกรประจำภูมิภาคต่าง ๆ ทำหน้าที่ในการลงพื้นที่หาผลผลิตจากเกษตรกรรายย่อยที่มีคุณภาพ และร่วมกันพัฒนาเพื่อให้เกิดการทำเกษตรที่ยั่งยืนในระยะยาว พัฒนามาตรฐานการเพาะปลูกร่วมกับเกษตรกรด้วยการจับมือกับหลายหน่วยงาน อาทิ ส่งเสริมเกษตรกรแปลงใหญ่ ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์พัฒนามาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices : GAP) ภายใต้หลัก “การตลาดนำการผลิต” อีกทั้งยังจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าภูมิภาค 6 แห่ง เพิ่มโอกาสในการรับซื้อตรง (Direct sourcing) ให้เกษตรกรรายย่อยทั่วประเทศ โดยเปิดที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นแห่งแรก นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินการส่งเสริมสภาพคล่องให้กับเกษตรกรรายย่อยด้วยการกำหนดระยะเวลาการชำระสินค้า (Credit Term) ส่วนใหญ่ไม่เกิน 30 วัน

นอกจากนี้ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ยังได้ดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพให้กับเกษตรกรรายย่อยหลากหลายกลุ่ม อาทิ เกษตรกรโคนม ภายใต้โครงการฝึกกำลังพัฒนาเกษตรกรโคนมสู่โคเนื้อคุณภาพ โดยได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ (MOU) ร่วมกับ กรมปศุสัตว์ พร้อมด้วย บริษัท พรีเมียมบีฟ และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพิ่มขีดความสามารถให้กับกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคขุน 5 สายพันธุ์ ประกอบด้วย บราห์มัน ลูกผสมซาโรเลย์ วันนฆุน ลูกผสมไทย-แองกัส และลูกผสม ไทย-วากิว และเอสเอ็มอีผู้ผลิต ภายใต้แบรนด์ “โปรบุชเชอร์” โดยนำคุณลักษณะเด่นของโคนมที่มีเลือดสายพันธุ์เมืองหนาวสูง (สายพันธุ์โฮลสไตน์ฟรีเซียน) ทำให้เนื้อวัวมีความละเอียดนุ่มเป็นธรรมชาติ ผ่านกระบวนการเลี้ยงขุนในฟาร์มด้วยธัญพืชที่มีคุณภาพ และผลิตในโรงงานผลิตที่ได้รับรองมาตรฐานจากกรมปศุสัตว์ พัฒนาเนื้อจากโคนมให้มีคุณภาพดี มีมูลค่าเพิ่มขึ้น รวมถึงการทำการตลาด เพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับเกษตรกร ผ่านสาขาของแม็คโคร ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงวัวมีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10,000-20,000 บาท ต่อตัว ครอบคลุมเกษตรกรผู้เลี้ยงโคขุนไทยมากกว่า 10,000 ครัวเรือน การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกลำไย ภายใต้โครงการ ลำไยบันสุข คินสุขสู่ชุมชน โดยจัดโครงการต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ผ่านความร่วมมือกับกรมส่งเสริมวิชาการเกษตร ในการยกระดับมาตรฐานการผลิตลำไยพันธุ์อีดอ ให้มีคุณภาพ ปลอดภัย และสามารถตรวจสอบได้ เป็นไปตามมาตรฐาน GAP และยังเป็น การส่งเสริมและสนับสนุนการเพาะปลูกและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้แก่ชาวสวนลำไยภาคเหนือ นำรายได้จากชุมชนกลับคืนสู่ชุมชน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการพัฒนา
ศักยภาพ รวมมากกว่า

1,500 ราย

พัฒนามาตรฐาน GAP ให้กับเกษตรกร

350 ราย

สร้างรายได้ให้เกษตรกร มากกว่า

10,000 ครัวเรือน

สร้างคู่ค้าคุณภาพ (ผลผลิตได้มาตรฐาน
และมีรายได้ที่ยั่งยืน)

กว่า **7,000** ราย



4. สร้างความผูกพันและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทสร้างความผูกพันและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระยะยาวกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ผ่านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ วางแผน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน พร้อมกันนี้ บริษัทจัดให้มีการประชุมลูกค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ระหว่างลูกค้ากับบริษัท

กรณีศึกษาลูกค้า และ ซีพี ออลล์ เติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

- จากเด็กช่างสู่เกษตรกรรุ่นใหม่ สร้างเงินล้าน**

คุณมานิตย์ ทิพย์ปิ่นทอง หรือคุณวิทย์ เจ้าของบริษัท สุวรรณ เอิร์ธ จำกัด เข้าร่วมโครงการทดลองขายผักสดของ เซเว่นอีเลฟเว่น เมื่อปี 2557 และได้รับโอกาสนำผักสดจากสวนของตนเองไปส่งขายในร้าน 7-Eleven กว่า 300 สาขา ส่งผลให้ยอดขายผักสดจากสวนของคุณวิทย์เพิ่มขึ้น 20,000 แพ็คต่อวัน และสามารถสร้างรายได้จากโครงการทดลองขายผักสดในร้าน 7-Eleven
- จากพนักงานบริษัทสู่ผู้รับเหมาก่อสร้าง สร้างรายได้มั่นคง**

คุณรุ่งโรจน์ ผลจันทร์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เก่ง เอ็นจิเนีย จำกัด เข้าร่วมโครงการ “ผู้รับเหมานำใหม่” ที่ได้รับโอกาสเข้าร่วมงานกับทางเซเว่นอีเลฟเว่น โดยร่วมก่อสร้างร้าน 7-Eleven ไปแล้วกว่า 100 สาขา ในระยะเวลากว่า 3 ปี ส่งผลให้บริษัทมีงานและรายได้มั่นคงตลอดปี รวมทั้งสามารถกระจายรายได้ให้คนงานกว่า 70 ราย
- จากกวนตุ๋นบ้านยกระดับสู่ร้านเซเว่น สร้างอาชีพเกษตรกรที่ยั่งยืน**

คุณมนสวรรค์ ศรีณย์เวชกุล หรือคุณเก๋ กรรมการบริษัท คุณเก๋ขนมหวาน จำกัด เป็นหนึ่งในผู้ที่ได้รับโอกาสในการนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในร้าน 7-Eleven ในโครงการร่วมพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์สร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น ปัจจุบันมีสินค้าของร้านคุณเก๋วางจำหน่ายกว่า 8 รายการ ในร้าน 7-Eleven และสร้างยอดขายเติบโตได้กว่า 100 ล้านบาทต่อปี



การบูรณาการความยั่งยืน (ESG) ในกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทบูรณาการความยั่งยืน (ESG) เข้าในกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้

วัตถุประสงค์หลัก	วัตถุประสงค์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ที่เชื่อมโยงกับ ESG	กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ที่เชื่อมโยงกับ ESG
 <p>เพิ่มขีดความสามารถ ของ SMEs</p>	<p>การเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับ การพัฒนาศักยภาพ การบริหารห่วงโซ่อุปทาน อาทิ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ การเงินการขนส่ง ตลอดจน ด้านความยั่งยืน ฯลฯ ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (SDG) ข้อที่ 8.2 และสอดคล้องกับกลยุทธ์การบริหารห่วงโซ่อุปทานของ ซีพี ออลล์ ที่มุ่งสร้างสรรค์ แนวคิดใหม่ ๆ และให้ความช่วยเหลือลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ประกอบการขนาด กลางและขนาดย่อม เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมุ่งหวัง ผลลัพธ์คือการสร้างผลกระทบเชิงบวกทางด้านเศรษฐกิจ ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพ ชีวิตของสังคม ชุมชน</p>	<p>สร้างคุณค่าร่วม “พัฒนาส่งเสริม SMEs”</p> <p>ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นในการยกระดับศักยภาพ คู่ค้าโดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการขนาด กลางและขนาดย่อม ด้วยการให้การอบรมการให้คำปรึกษาและคำแนะนำ การตรวจสอบมาตรฐาน การบริหารต้นทุน รวมถึงการร่วมคิดค้นนวัตกรรม เพื่อก่อให้เกิด ประสิทธิภาพการดำเนินงาน การรักษาสิ่งแวดล้อม และการเป็นมิตร ต่อสังคม ชุมชน</p>
 <p>ลดปริมาณขยะ พลาสติก จากการใช้บรรจุภัณฑ์</p>	<p>ลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์จากลูกค้าในกระบวนการจัดการขยะ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายเศรษฐกิจหมุนเวียนของ ซีพี ออลล์ โดยแนวคิดนี้เพื่อตอบรับกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก ข้อที่ 12.6 และกรอบการทำงานด้านความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์ ในการ “ปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ” ผ่านการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ การเลือกใช้วัสดุ ซึ่งโครงการที่เกี่ยวข้องนั้นได้ถูกจัดให้เป็นส่วนหนึ่งภายใต้ กลยุทธ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (7-Go Green) ซีพี ออลล์ ยังได้ร่วมมือกับลูกค้าด้านบรรจุภัณฑ์ ในการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งลดจำนวนขยะพลาสติก โครงการพัฒนา บรรจุภัณฑ์ ให้เป็นมิตรต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม เป็นโครงการภายใต้แผนการ พัฒนาปี พ.ศ. 2559-2565 โดยบริษัทได้ดำเนินโครงการนี้โดยยึดหลัก 3R (Reduce-Reuse-Recycle) เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากบรรจุภัณฑ์ ผ่านการลดใช้ทรัพยากรธรรมชาติและลดของเสียหลังการใช้งานบรรจุภัณฑ์ที่ ซีพี ออลล์ ได้ประสานงานร่วมกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อลดปริมาณขยะจากพลาสติก</p>	<p>7 Go Green “บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”</p> <p>จากกระแสทั่วโลกที่รณรงค์ลดการใช้พลาสติกในบรรจุภัณฑ์ ซีพี ออลล์ จึงได้ตั้ง เป้าหมาย ESG ขึ้น หนึ่งในกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของ ซีพี ออลล์ คือการสนับสนุนให้คู่ค้า ได้บูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืนในการดำเนินงานต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และการเลือกใช้วัสดุ โดยได้มีโครงการ ร่วมกันระหว่างคู่ค้าด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น การพัฒนา กระบวนการที่ลดปริมาณ การใช้วัสดุ</p>

นอกจากนี้ บริษัทนำเกณฑ์ด้านความยั่งยืนมาประยุกต์ใช้ในการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้ารายเดิมและรายใหม่ที่เป็นผู้ผลิตสินค้าที่อยู่ในการ ควบคุมของบริษัท (Private Brand : PB) โดยคู่ค้าต้องทำการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนผ่านระบบการประเมินตนเองสำหรับคู่ค้า (Suppliers Self-assessment Questionnaires : SAQ) คู่ค้าที่ผ่านการคัดเลือกจะต้องมีผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนผ่านเกณฑ์ที่บริษัท กำหนดไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ซึ่งบริษัทมีการกำหนดเกณฑ์การดำเนินงานด้านความยั่งยืน ได้แก่ ด้านมาตรฐานสินค้าและการผลิต การจ้าง แรงงานและสวัสดิการ และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

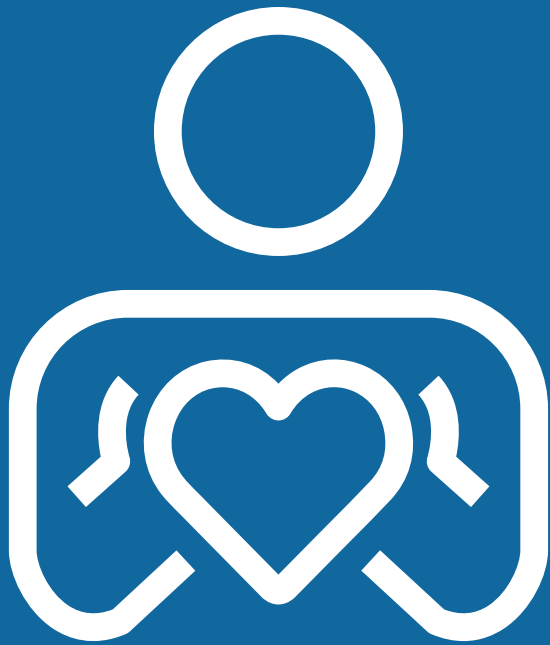
ดัชนีวัดความสำเร็จการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทกำหนดดัชนีวัดความสำเร็จการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยในปี 2564 มีดัชนีชี้วัดความสำเร็จ เป้าหมาย และมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

ลำดับ	ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ห่วงโซ่อุปทาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน ปี 2564
ดัชนีชี้วัด ความสำเร็จ ข้อที่ 1	คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) ที่มีความเสี่ยงสูง (High Risk Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้องถูก ตรวจสอบประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง	ร้อยละ 100 ของคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) ที่มีความเสี่ยงสูง (High Risk Suppliers) ด้านความ ยั่งยืนจะต้องถูกตรวจสอบประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment) และเกิดการพัฒนา ปรับปรุง ภายในปี 2573	ร้อยละ 94.69 ของคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) ที่มีความเสี่ยงสูง (High Risk Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้องถูกตรวจสอบ ประเมินแบบเชิงรุก (Comprehensive Assessment)
ดัชนีชี้วัดความ สำเร็จข้อที่ 2	ยอดซื้อของเอสเอ็มอี เดบิต	เดบิต ร้อยละ 10 ภายในปี 2568 (เทียบปีฐาน 2563)	ยอดซื้อของเอสเอ็มอี เดบิต ร้อยละ 11.64
ดัชนีชี้วัดความ สำเร็จข้อที่ 3	บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ	ร้อยละ 100 ของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการ ควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถ นำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถ สลายตัวได้ทางชีวภาพ สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงาน ในประเทศไทย ภายในปี 2568 สำหรับบริษัทที่มี การดำเนินงานในต่างประเทศ ภายในปี 2573	ร้อยละ 85.09 ของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการ ควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถ นำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถ สลายตัวได้ทางชีวภาพ



HEALTH



แบ่งปันทุกโอกาส
ปรารถนาให้ทุกคน
มีคุณภาพชีวิตที่ดี
สังคมไทยมีความสุข



การสร้างคุณค่าทางสังคมและ
การสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ



สนับสนุนการศึกษา
และการเรียนรู้ตลอดชีวิต



การเสริมสร้างสุขภาพ
และสภาวะที่ดี



การเข้าถึงอาหาร และน้ำ
ที่ปลอดภัยและสภาวะที่ดี



ความผูกพัน
กับผู้มีส่วนได้เสีย



การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ

ซีพี ออลล์ ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน โดยแบ่งปันโอกาสให้ทุกกลุ่มในสังคมได้มีพื้นที่เกิดและเติบโต พึ่งพาตนเองได้ อยู่ร่วมกัน และสร้างประโยชน์ด้วยกันอย่างยั่งยืน ด้วยหวังสร้างความเสมอภาค ลดความเหลื่อมล้ำ ปรารถนาให้ทุกคนในสังคมมีคุณภาพชีวิต มีความเป็นอยู่ที่ดี โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG1 ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่

- 1.2 ลดสัดส่วนชาย หญิง และเด็กในทุกช่วงวัย ที่อยู่ภายใต้ความยากจนในทุกมิติ
- 1.3 ดำเนินการให้เป็นผลตามระบบและมาตรการคุ้มครองทางสังคมที่เหมาะสม และให้ครอบคลุมถึงกลุ่มที่ยากจนและเปราะบาง

SDG2 ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

- 2.3 เพิ่มผลิตภาพทางการเกษตรและรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก โดยเฉพาะผู้หญิง คนพื้นเมือง เกษตรกรแบบครอบครัว คนเลี้ยงปศุสัตว์ ชาวประมง โดยรวมถึงการเข้าถึงที่ดินทรัพยากร และปัจจัยนำเข้าในการผลิต ความรู้ บริการทางการเงิน ตลาด และโอกาสสำหรับการเพิ่มมูลค่าและการจ้างงาน
- 2.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืนและดำเนินการตามแนวปฏิบัติทางการเกษตรที่มีภูมิคุ้มกัน ที่จะเพิ่มผลิตภาพและการผลิต ซึ่งจะช่วยรักษาระบบนิเวศ เสริมขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภาวะอากาศรุนแรง ภัยแล้ง อุทกภัย และภัยพิบัติอื่น ๆ และจะช่วยให้พัฒนาที่ดินและคุณภาพดินอย่างต่อเนื่อง

SDG8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

- 8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็กและขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านการเข้าถึงบริการทางการเงิน

SDG10 ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ

- 10.1 ให้อบรมอย่างต่อเนื่องและคงการเติบโตของรายได้ในกลุ่มประชากรที่ยากจน

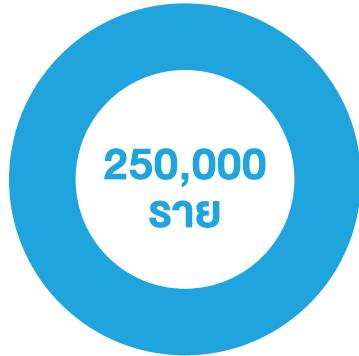
SDG11 ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิคุ้มกันและยั่งยืน

- 11.5 ลดจำนวนการตายและจำนวนคนที่ได้รับผลกระทบ และลดการสูญเสียโดยตรงทางเศรษฐกิจ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของโลกที่เกิดจากภัยพิบัติ ซึ่งรวมถึงภัยพิบัติที่เกี่ยวข้องกับน้ำ โดยมุ่งเป้าปกป้องคนจนและคนที่อยู่ในสถานการณ์ที่เปราะบาง



การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ

เป้าหมายปี 2573



พัฒนาทักษะ ส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับผู้ประกอบการ
ขนาดกลาง และขนาดย่อม ผู้ประกอบการรายย่อย เกษตรกร
รวมถึงกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



เอสเอ็มอี (SMEs) ที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้
33,882 ราย



มูลค่าการสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากเอสเอ็มอี (SMEs)
มากกว่า **22,289** ล้านบาท



เกษตรกรในห่วงโซ่อุปทาน ที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้
18,802 ราย



กลุ่มเปราะบางที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ **12,169** ราย



จ้างงานแรงงานท้องถิ่น ร้อยละ **48.20**



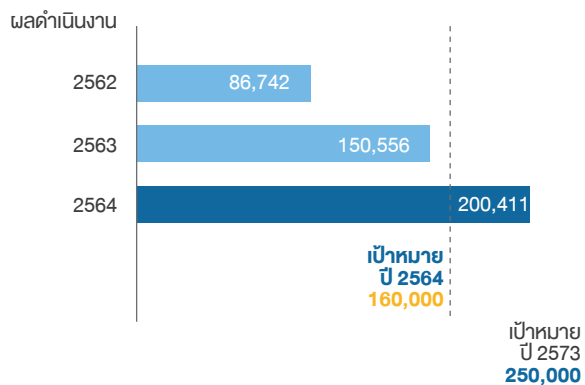
การจ้างงานผู้สูงอายุ **293** ราย



มอบโอกาสการเข้าถึงการศึกษาให้กับเยาวชน และผู้ด้อยโอกาสในชุมชน
37,132 คน

ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : รายสะสม)



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



การดำเนินการ “ซีพี ออลล์ เพื่อนแท้ SMEs”



โครงการต่อเนื่อง มิตรแท้ช่วย พัฒนาช่วย สู้ “ช่วยยุคใหม่”



โครงการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและรายย่อย



โครงการต่อเนื่อง คนไทยไม่ทิ้งกัน



โครงการเคียงข้างเกษตรกรไทย ของแม่โคโร

ความเสี่ยงและโอกาส

การเพิ่มขึ้นของอัตราความยากจนยังเป็นความท้าทายอย่างต่อเนื่องสำหรับหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงภาวะวิกฤติที่ยังทวีความรุนแรงขึ้นในปัจจุบัน เหล่านี้เป็นสาเหตุสำคัญที่ส่งผลให้เพิ่มอัตราความยากจนรายได้ครัวเรือนที่ลดลง การไม่สามารถเข้าถึงอุปกรณ์ทางการแพทย์และการรักษาพยาบาลขั้นพื้นฐานได้ ตลอดจนการจัดสรรวัคซีนที่ไม่ทั่วถึงจากภาครัฐซึ่งส่งผลกระทบต่อประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และกลุ่มเปราะบางที่มีความสามารถในการเข้าถึงน้อยกว่าประชาชนกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งการสนับสนุนให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างเท่าเทียมกันจากภาครัฐและเอกชนนั้น เป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำสร้างรายได้ สร้างอาชีพและมอบความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนจึงเป็นแนวทางที่จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตได้

บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านการสนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือที่เรียกว่า เอสเอ็มอี (SMEs : Small and Medium Enterprises) เกษตรกร และกลุ่มเปราะบาง รวมถึงส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีความแข็งแกร่งด้วยองค์ความรู้ต่าง ๆ พร้อมทั้งสร้างโอกาสให้กลุ่มเปราะบาง นอกจากนี้ยังมุ่งดำเนินงานลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชน เพื่อลดข้อขัดแย้งระหว่างชุมชนและองค์กรให้สามารถอยู่ร่วมกันและสร้างประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงาน

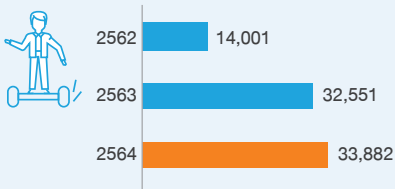
บริษัทตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้ปรัชญาองค์กร “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน” มุ่งสร้างคุณค่าร่วมกับกับประเทศชาติ ประชาชน และองค์กร จึงได้กำหนดนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แนวทางปฏิบัติ เป้าหมาย ตัวชี้วัดทั้งระยะสั้นและระยะยาว พร้อมทั้งกำหนดโปรแกรมการสนับสนุนที่เข้มข้นมากยิ่งขึ้น ผ่านกลยุทธ์ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาส “ให้อุ่นาคัด ให้ช่องทางให้คุณภาพชีวิต” มุ่งเน้นเยาวชนผู้ด้อยโอกาส เอสเอ็มอี เกษตรกร

กลุ่มเปราะบาง และชุมชน ตลอดจนพัฒนาระบบการบริหารผู้ประกอบการรายย่อยระดับต่าง ๆ แบบบูรณาการตลอดวงจรของการเป็นคู่ค้าธุรกิจ สร้างการรับรู้เพื่อสร้างการยอมรับจากชุมชนและสังคม นอกจากนี้ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ บริษัทมุ่งดำเนินงานและสนับสนุนการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและชุมชน อาทิ การจ้างงาน การจัดซื้อ ตลอดจนการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน และการบรรเทาทุกข์ให้กับชุมชน

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564

การส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ (ราย)

จำนวนเอสเอ็มอี (ราย)



จำแนกตามกลุ่ม (ราย)

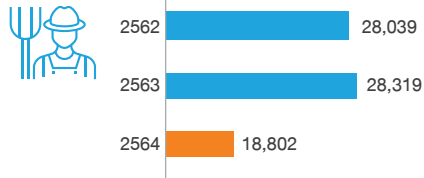
กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	4,086
กลุ่มบริการ (ผู้รับเหมา)	289
กลุ่มร้านโชห่วย	14,460
กลุ่มอื่น ๆ	15,047

มูลค่าการซื้อขาย (ล้านบาท)

22,289

หมายเหตุ : กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ครอบคลุมสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรชุมชน สินค้าชุมชน สินค้าวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (OTOP)

จำนวนเกษตรกร (ราย)



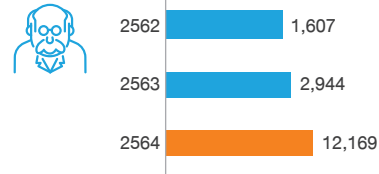
จำแนกตามกลุ่ม (ราย)



มูลค่าการซื้อขาย (ล้านบาท)



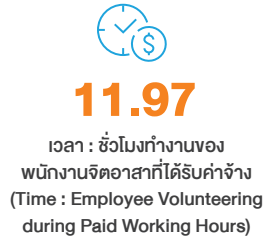
จำนวนกลุ่มประเภอบาง (ราย)



จำแนกตามกลุ่ม (ราย)

มูลค่าการจ้างงาน
และส่งเสริมรายได้ (ล้านบาท)

รูปแบบการสนับสนุน (หน่วย : ล้านบาท)



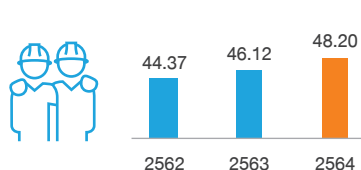
ประเภทการสนับสนุน (หน่วย : ร้อยละ)



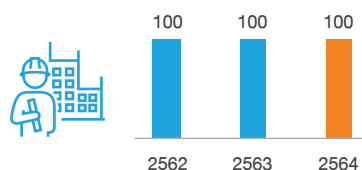
ความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อการมีร้าน 7-Eleven ในชุมชน (คะแนนเต็ม 5)



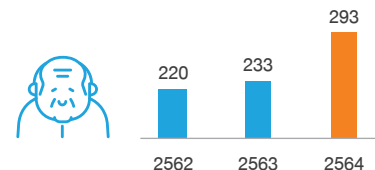
การจ้างงานแรงงานท้องถิ่น (ร้อยละ)



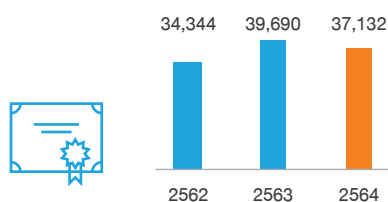
การจ้างงานผู้รับเหมาท้องถิ่น (ร้อยละ)



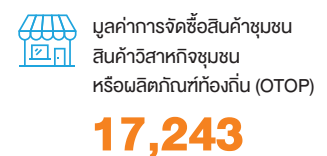
การจ้างงานผู้สูงอายุท้องถิ่น (ราย)



ทุนการศึกษาสำหรับเยาวชน และผู้ด้อยโอกาสในชุมชน (ทุน)



มูลค่าการสนับสนุนชุมชน (ล้านบาท)





ซีพี ออลล์ เพื่อนแท้เอสเอ็มอี (SMEs)

ปี 2564 บริษัทมุ่งดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือที่เรียกว่าเอสเอ็มอี (SMEs : Small and Medium Enterprises) ผ่านโครงการที่หลากหลาย พร้อมยกระดับความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรกับเอสเอ็มอี ตลอดจนบริษัทเล็งเห็นว่าเอสเอ็มอีคือแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศจึงได้มุ่งพัฒนาเอสเอ็มอีอย่างรอบด้าน ภายใต้กรอบดำเนินการ 3 ให้ “ให้ช่องทาง ให้ความรู้ ให้การสนับสนุน” ที่พร้อมเคียงข้างสนับสนุนตลอดเส้นทางของการเป็นเอสเอ็มอี (SMEs Journey Line)

เส้นทางของเอสเอ็มอี (SMEs Journey Line)



โดยในแต่ละเส้นทางของผู้ประกอบการเอสเอ็มอีนั้น บริษัทได้กำหนดแพลตฟอร์มสำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (SME Platform) ครอบคลุมเส้นทางทั้งหมด ซึ่งเริ่มตั้งแต่ระบบการตรวจประเมินผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (SME Health Check) ที่ส่งเสริมผู้ประกอบการในกลุ่มเพื่อนใหม่ ในเรื่องความยั่งยืนที่สามารถทำให้คู่ค้ากลุ่มเพื่อนใหม่กลายเป็นคู่ค้าธุรกิจได้ในอนาคต พร้อมทั้งนี้ ยังส่งเสริมกิจกรรมเพื่อการเตรียมตัวเข้าสู่โมเดิร์นเทรด (Modern Trade) หรือการตลาดค้าปลีกแบบใหม่ รวมถึงส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพหลากหลายด้านให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี เช่น ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นต้น การจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) การสนับสนุนช่องทางในการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มของบริษัท

และระบบแสดงผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (SME Product Catalogue) ภายใต้ฐานข้อมูลของผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (SME Business Portal & Database) ที่ครอบคลุมกลุ่มเพื่อนสนิทหรือกลุ่มที่เป็นคู่ค้ากับบริษัทอยู่แล้ว นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีและชุมชนที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ (Capacity Building & Community) ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ศูนย์ความรู้เอสเอ็มอี การสัมมนาวิชาการ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เอสเอ็มอีคลับเฮาส์ (SME Clubhouse) ตลอดจนคำแนะนำสำหรับการเตรียมตัวเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ให้กับผู้ประกอบการในกลุ่มเพื่อนแท้ ซึ่งเป็นกลุ่มคู่ค้าของบริษัทที่มีอัตราการเติบโตสูง

เพื่อนแท้ เอสเอ็มอี (SMEs)

ให้ช่องทางจำหน่าย

เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสำหรับเอสเอ็มอี เพื่อขยายโอกาสการเติบโตทางธุรกิจและสร้างแบรนด์



- > ร้าน 7-Eleven
- > เซเว่น เดลิเวอรี่ (7Delivery)
- > ช่องทางออนไลน์ เช่น ออลล์ ออนไลน์ (ALL Online)
- > ช่องทางอื่น ๆ ของบริษัท เช่น พื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven CP ALL Market เป็นต้น

ให้ความรู้

การจัดอบรมและถ่ายทอดความรู้ที่จำเป็นสำหรับเอสเอ็มอี ทั้งเรื่องคุณภาพสินค้า การออกแบบผลิตภัณฑ์ การตลาด การจัดการต้นทุน การผลิต ตลอดจนความรู้เฉพาะทางตามประเภทธุรกิจ



- > คุณภาพสินค้า
- > การจัดการต้นทุน
- > ออกแบบผลิตภัณฑ์
- > การผลิต
- > การตลาด
- > ความรู้เฉพาะทางตามประเภทธุรกิจ

ให้การสนับสนุน

เป็นสะพานในการสร้างความร่วมมือระหว่างเอสเอ็มอี กับหน่วยงานรัฐ เอกชน หรือหน่วยงานต่าง ๆ



- > แหล่งวัตถุดิบสำคัญ
- > การเสริมสร้างศักยภาพไปสู่ตลาดโลก
- > การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (SMEs) สามารถเข้าถึงช่องทางการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้กรอบดำเนินการ 3 ให้ บริษัท ดำเนินการ “ให้ช่องทางจำหน่าย” ผ่านโครงการสำคัญปี 2564 ดังนี้

โครงการสรรหาเอสเอ็มอี (SMEs) และวิสาหกิจชุมชน ที่มีศักยภาพเข้าสู่ช่องทางจำหน่ายแบบออฟไลน์และออนไลน์

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ดำเนินโครงการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน ที่มีศักยภาพให้เข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด ผ่านกิจกรรมการจับคู่ธุรกิจ สัมมนาออนไลน์ด้านการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ อาทิ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ การสร้างและออกแบบบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนนำเสนอผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้าน 7-Eleven ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ตลอดจนเพื่อเป็นการทดสอบความต้องการตลาดและขยายฐานผู้บริโภค



จำนวนผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน
ที่เข้าร่วมโครงการ

608 ราย



จำนวนผลิตภัณฑ์ที่เข้าสู่การจำหน่าย
ผ่านช่องทางของบริษัททั้งรูปแบบออนไลน์
และออฟไลน์

4,145 รายการ



มูลค่าการซื้อ

10,162 ล้านบาท

โครงการ SME Shelf & Logo

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงข้อจำกัดของผู้ประกอบการ เอสเอ็มอีในด้านองค์ความรู้และงบประมาณเพื่อดำเนินงานด้านการตลาดในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จึงดำเนินโครงการเพื่อสนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอีให้สามารถยกระดับการตลาดและผลิตภัณฑ์ ผ่านการทำชั้นแสดงสินค้าเอสเอ็มอี (SME Shelf) ในร้าน 7-Eleven สาขาขนาดใหญ่ จำนวน 5,926 สาขา ทั่วประเทศ ตลอดจนติดป้ายส่งเสริมผลิตภัณฑ์ “ร่วมอุดหนุนสินค้า

SME” ในร้าน 7-Eleven ขนาดกลางและขนาดเล็ก เพื่อสร้างความโดดเด่นของสินค้าเอสเอ็มอีมากยิ่งขึ้น ภายใต้กลยุทธ์ “3 ส” ได้แก่

- สะดวกในการมองเห็น (Easy to see)
- สะดวกในการเข้าถึง (Easy to reach)
- สะดวกในการไว้วางใจ (Easy to trust)



ในปี 2564 มีผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการวางจำหน่ายผ่านชั้นแสดงสินค้าเอสเอ็มอี (SME Shelf) จำนวนกว่า 3,000 รายการ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหาร ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะและความต้องการของแต่ละสาขา

โครงการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและรายย่อย

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินโครงการสนับสนุนสินค้าและผลิตภัณฑ์จากชุมชน ผ่านการช่วยประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการกระจายสินค้าผ่านช่องทางบริหารจัดการจำหน่ายภายในของบริษัท เพื่อเพิ่มการกระจายสินค้าและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ภายใต้โครงการ “ส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจและชุมชนรายย่อย” ตลาดนัดสวัสดิการ (CP ALL Market)” โดยมีแนวทางการสนับสนุน ดังนี้

- เพิ่มช่องทางการจำหน่ายและกระจายผลิตภัณฑ์ระดับ 1- 3 ดาว จากชุมชนสู่ชุมชน (Social Engagement) ผ่านช่องทางตลาดนัดสวัสดิการสำหรับพนักงานกลุ่ม ซีพี ออลล์ และพนักงานของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์กว่า 1,000,000 ครอบครัว
- สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพระดับ 4-5 ดาว จากชุมชนสู่มาตรฐานสากล สร้างกิจการเพื่อชุมชน (Social Enterprise) ออกสู่ตลาดภายนอก ผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ขององค์กร



จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ

64 ราย



จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ
การประชาสัมพันธ์และส่งเสริม
ช่องทางจำหน่าย

320 รายการ



ยอดขายที่ผู้ประกอบการได้รับ

150,000 บาท

เพื่อเป็นการส่งเสริมองค์ความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการ ภายใต้กรอบดำเนินการ 3 ให้บริษัทดำเนินการ “ให้ความรู้” ผ่านโครงการสำคัญปี 2564 ดังนี้

โครงการสร้างแท็ก SME ยั่งยืน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมมือกับสมาคมการค้าปลีกและเอสเอ็มอีไทยให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการผลิตสินค้าในตลาดโมเดิร์นเทรดให้กับผู้ประกอบการ ผ่านการสัมมนาออนไลน์ในหัวข้อ “มาตรฐานสินค้าเกษตรกับระบบ GMP โรงคัดบรรจุผัก ผลไม้สดบางชนิด (ป.สธ. ฉบับที่ 386)” และหัวข้อ “เจาะลึกกฎหมาย GMP และ ออย. ฉบับใหม่ (ป.สธ. ฉบับที่ 420)” โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย



จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการสัมมนา

134 ราย

โปรแกรมส่งเสริม พัฒนาศักยภาพ และให้คำปรึกษากับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) พัฒนาศักยภาพให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีผ่านโครงการ

- 1 โครงการ Business Accelerator :** โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและสมาชิกหอการค้าไทย ที่บริษัทร่วมมือกับหอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ให้ผู้ประกอบการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การประเมินผลิตภัณฑ์ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับทราบจุดแข็งและจุดอ่อน ตลอดจนแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการขยายโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับโมเดิร์นเทรดและอบรมเพิ่มศักยภาพให้กับผู้ประกอบการ



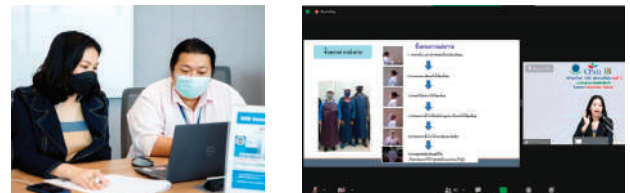
- 2 โครงการ Big Brother Season 5 :** โครงการที่ร่วมเป็นที่เลี้ยงทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ 2 รูปแบบ 1) การดูแลแบบรวม (50-60 ราย) เช่น การประชุมกับผู้บริหารเยี่ยมพื้นที่ปฏิบัติงาน ห้องเรียนด้านการเงิน และการสร้างแรงบันดาลใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ เป็นต้น 2) การดูแลแบบเข้มข้น ซึ่งมุ่งเน้นเฉพาะผู้ประกอบการที่ผ่านกระบวนการคัดเลือกเข้าดูแลครั้งละ 2-3 ราย โดยการลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริงเพื่อประเมินและหาโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ



- 3 โครงการ Privilege :** โครงการมอบสิทธิประโยชน์ให้กับสมาชิกหอการค้าและเครือข่ายในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 เช่น เพิ่มแต้ม ออลล์ เมมเบอร์ (ALL Member) ให้กับสมาชิก ตลอดจนการส่งเสริมการขายทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ออลล์ ดีล (ALL Deal) และช้อป อิน ช้อป (Shop in Shop) เป็นต้น



- 4 โครงการ SME Consult & Clinic :** เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการผู้ผลิตสินค้าได้ซักถามข้อสงสัยเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าตามมาตรฐาน ตั้งแต่กระบวนการแรกจนถึงการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อย่างใกล้ชิด แบบ 1 ต่อ 1 กับผู้เชี่ยวชาญของซีพี ออลล์ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้นำไปปรับใช้ในการผลิตสินค้าให้ถูกต้องตามมาตรฐาน รวมถึงให้คำปรึกษาในเรื่องเงินทุน องค์ความรู้ในการพัฒนาธุรกิจ



โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าชุมชน

บริษัท ร่วมมือกับกรมธุรกิจการค้า ดำเนินโครงการพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าชุมชน เพื่อส่งเสริมสินค้าชุมชนให้มีตลาดรองรับ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ประกอบการโอท็อป ซีเล็คท์ (OTOP Select) และผู้ประกอบการเครือข่ายธุรกิจ MOC Biz Club ที่บริษัทให้การสนับสนุนผ่านการจัดสัมมนา การให้คำปรึกษา การเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการคัดเลือกผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป ตลอดจนสนับสนุนให้จำหน่ายสินค้าผ่านร้านในกลุ่ม ซีพี ออลล์ ภายใต้เกณฑ์การคัดเลือกสินค้าขององค์กร ดังนี้ 1) มีนวัตกรรมและความแตกต่าง 2) จุดขายชัดเจน มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว 3) ตรงตามกระแสนิยม 4) ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ 5) บรรจุหีบห่อ บรรจุภัณฑ์ได้มาตรฐาน 6) มีสัญลักษณ์รับประกันคุณภาพ 7) มีตารางแสดงอายุสินค้าที่ตรงตาม

เกณฑ์มาตรฐาน และ 8) มีเอกสารประกอบสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือกนั้น จะได้เข้ารับการประเมินศักยภาพ (Product Health Check) เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) ต่อไป



จำนวนสินค้าที่ผู้ประกอบการนำเสนอผ่านโครงการพัฒนา
ผู้ประกอบการสินค้าชุมชน

136 รายการ

โครงการ มิตรแท้ช่วย

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) เดินหน้าเคียงข้างผู้ประกอบการรายย่อยหรือโซ่ช่วย ร้านของคนในชุมชนที่อยู่คู่คนไทยมายาวนาน ดำเนินโครงการ มิตรแท้ช่วย ต่อเนื่องเป็นปีที่ 14 ทำหน้าที่เป็นคู่มือทางธุรกิจและพี่เลี้ยงให้ร้านค้าเล็ก ๆ ในชุมชนได้เกิดความเปลี่ยนแปลง พัฒนาไปตามยุคสมัย และอยู่รอดเติบโตได้ในทุกวิกฤตผ่านมาตรการ



กำหนดนโยบายช่วยเหลือผ่านแคมเปญด้านราคา การตลาด การจัดกิจกรรม เพื่อให้สามารถเข้าถึงสินค้าราคาขายส่ง สินค้าราคาดีทำกำไรได้ ผ่านศูนย์จำหน่ายแม็คโครทุกสาขา และแม็คโครคลิก



มีผู้เชี่ยวชาญจาก “ศูนย์มิตรแท้ช่วย” ช่วยเหลือให้คำปรึกษา เติมเต็มองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ ผ่านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในระบบการบริหารจัดการร้านค้า สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์โซ่ช่วย แนะนำการให้บริการเดลิเวอรี่ และการปรับปรุงร้านให้มีความทันสมัย



ให้ความช่วยเหลือเมื่อประสบภัยพิบัติ

ในปี 2564 บริษัท ร่วมพัฒนาโซ่ช่วย ให้เป็น “โซ่ช่วยยุคใหม่” ครอบคลุมเป็น “มิตรแท้ชุมชน” อย่างยั่งยืน เพื่อเสริมรายได้ ลดต้นทุนของผู้ประกอบการ โดยผู้เชี่ยวชาญจากศูนย์มิตรแท้ช่วย ร่วมพัฒนาร้านโซ่ช่วยให้ครบเครื่อง ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไป รวมถึงเป็นศูนย์กลางและที่พึ่งในการซื้อสินค้าของคนในชุมชน อาทิ 1) เสริมบริการร้านเล็กให้ครบวงจร ตู้แช่ครัวชุมชนขายอาหารแช่แข็ง ตู้ขายกาแฟอัตโนมัติ ทำหน้าที่คาเฟ่ของชุมชน เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ พัฒนามุมอาหารสัตว์ มุมสินค้าไอที 2) นำเทคโนโลยีระบบขายหน้าร้าน (POS : Point of Sale) มาใช้จัดการ และ 3) สร้างเครือข่ายการขายและรับสั่งสินค้าจากชุมชนผ่านเฟซบุ๊ก กลุ่มไลน์



ปี 2564 จำนวนร้านโซ่ช่วยที่เข้าร่วมโครงการมิตรแท้ช่วย

72,832 ร้าน



เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของ SMEs ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ภายใต้กรอบดำเนินการ 3 ให้บริษัทดำเนินการ “ให้การสนับสนุน” ผ่านโครงการสำคัญปี 2564 ดังนี้

โครงการบรรเทาผลกระทบผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (SMEs)

บริษัทส่งเสริมผู้ประกอบการให้เกิดสภาพคล่องและเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโดยตรง ผ่านแนวทางการลดผลกระทบที่หลากหลาย อาทิ



ชำระหนี้ค่าสินค้าและบริการให้ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีภายใน 30 วัน เพื่อบรรเทาปัญหาสภาพคล่องให้กับผู้ประกอบการ ภายใต้โครงการ Faster Payment ของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย



การสนับสนุนดอกเบี้ยพิเศษ เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงสถาบันการเงินและแหล่งเงินทุนได้



สนับสนุนและเป็นสะพานเชื่อมผู้ประกอบการให้เข้าร่วม SME Co-payment ที่ช่วยลดภาระค่าบริการทางธุรกิจและเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน อาทิ ค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียนขอรับรองมาตรฐาน และค่าใช้จ่ายในการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ



ส่งเสริมการกระจายสินค้าเกษตรที่ได้รับผลกระทบสินค้าล้นตลาด



สนับสนุนช่องทางออนไลน์สำหรับนำเสนอสินค้าของผู้ประกอบการในกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ “All Business Matching”



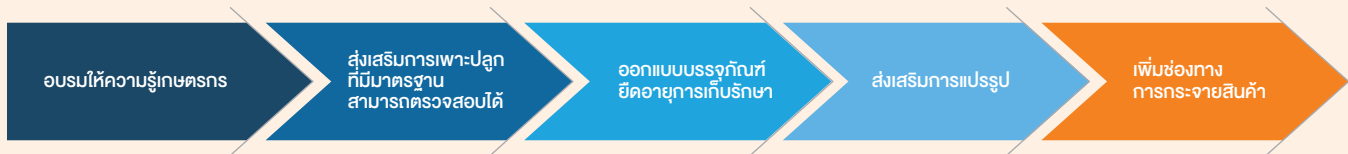


ซีพี ออลล์ เคียงข้างเกษตรกรไทย

โครงการกล้วยหอมทอง

โครงการต่อเนื่องส่งเสริมเกษตรกรกล้วยหอมทอง มุ่งดำเนินงาน สนับสนุนสินค้าจากเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยอย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่การทำสื่อการสอนเพื่อให้ความรู้เกษตรกร ส่งเสริมการปลูก ให้เป็นไปตามมาตรฐาน ตรวจสอบย้อนกลับที่มาของผลิตภัณฑ์ได้

ส่งเสริมความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์ การเก็บรักษา ตลอดจนมุ่งเพิ่ม ช่องทางกระจายสินค้า ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ผ่านร้าน 7-Eleven และเซเว่น เดลิเวอรี่ (7Delivery)



โครงการกล้วยหอมทองสร้างรายได้ของเกษตรกรและผู้ประกอบการ รายย่อยเพิ่มขึ้น เกิดการจ้างงานในชุมชนมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันโครงการฯ ครอบคลุมพื้นที่การเกษตรกว่า 22,326 ไร่ ใน 36 จังหวัด

พร้อมกันนี้ ผลการประเมินผลกระทบจากการดำเนินโครงการที่ผ่านมา พบว่าโครงการกล้วยหอมทองก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกมากกว่า เชิงลบคิดเป็น 25.12 เท่า



รายได้สุทธิเฉลี่ยเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายย่อย และเกษตรกรคิดเป็น

4.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ **56.12**

เปรียบเทียบกับค่าดำเนินการก่อนเข้าร่วมโครงการกล้วยหอมทองกับบริษัท

จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการกล้วยหอมทองกับบริษัท

1,845 ราย

(เพิ่มขึ้น ร้อยละ **63** เทียบปี 2563)

ผลผลิตกล้วยหอมทองเข้าสู่ตลาดจำนวน

97.7 ล้านลูกต่อปี

คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ **775** ล้านบาท

(ผลผลิตกล้วยหอมทองลดลง 24 ลูกต่อวัน เทียบปี 2563)

ผลลัพธ์

<p>ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - สร้างรายได้ที่มั่นคง - เพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตร - พัฒนามาตรฐานการผลิตสินค้าทางการเกษตร 	<p>ผลกระทบด้านสังคม</p> <ul style="list-style-type: none"> - สร้างศูนย์การเรียนรู้การปลูกกล้วย - ถ่ายทอดอาชีพ จากรุ่นสู่รุ่น - กลุ่มเกษตรกรเข้มแข็ง มีความสามารถในการแข่งขัน - สุขภาพที่ดีขึ้นของคนในชุมชนอันเนื่องมาจากการลดการใช้สารเคมี 	<p>ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ลดการใช้สารเคมี เพิ่มการใช้สารชีวภาพ - ลดการปนเปื้อนและตกค้างของสารเคมีในพื้นที่การเกษตร - ลดการใช้น้ำและทรัพยากรอื่น ๆ และใช้ให้คุ้มค่าตามหลัก GAP - มีการรักษาคุณภาพดินตามหลัก GAP - พัฒนามาตรฐานที่กล้วยหอมทองให้ใช้พลาสติกลดลง ร้อยละ 16.5 แต่ยังคงคุณสมบัติในการ ถนอมอายุกล้วยหอมทองได้เช่นเดิม
<p>คุณค่าทางเศรษฐกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เกษตรกร ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 1,845 ราย - พื้นที่เพาะปลูกรวม 22,326 ไร่ - รายได้ของผู้ร่วมโครงการเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 4.2 ล้านบาทต่อปี - ผลผลิตกล้วยหอมทองเพิ่มขึ้น 97.7 ล้านลูกต่อปี คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ 775 ล้านบาท 	<p>คุณค่าทางสังคม</p> <ul style="list-style-type: none"> - สร้างอาชีพให้ชุมชน โดยสนับสนุนให้โรงคัดบรรจุแต่ละภูมิภาครับกล้วยหอมทองจากเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ เพื่อเป็นการกระจายรายได้และอาชีพ - เพิ่มช่องทางการจำหน่าย โดยสามารถขยายโรงคัดบรรจุครอบคลุมทุกภูมิภาค เพื่อส่งกล้วยหอมทองให้กับร้าน 7-Eleven กว่า 13,134 สาขา คิดเป็นมูลค่า 775 ล้านบาท 	<p>คุณค่าทางสิ่งแวดล้อม</p> <ul style="list-style-type: none"> - การใช้สารเคมีที่เหมาะสมในปริมาณที่ปลอดภัย ส่งเสริมการใช้ปุ๋ยชีวภาพและชีวภัณฑ์ ทำให้การใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและปุ๋ยเคมีลดลงกว่าร้อยละ 26 สามารถลดต้นทุนให้กับเกษตรกร 1,875 บาทต่อไร่ - ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากขึ้น - ช่วยรักษาคุณภาพดิน

การประเมินและวัดผลกระทบทางธุรกิจ

ด้านเศรษฐกิจ (Total annual additional net revenue generated for farmer)	ด้านสังคม (Total annual societal from plastic production)	ด้านสิ่งแวดล้อม (Total annual downstream impact from plastic waste)
ผลกระทบทางธุรกิจขั้นต้น (Upstream Impact)		ผลกระทบทางธุรกิจขั้นปลาย (Downstream Impact)
795 ล้านบาท	12.4 ล้านบาท	19.2 ล้านบาท



โครงการกล้วยหอมทองก่อให้เกิด

ผลกระทบเชิง **+** > ผลกระทบเชิง **-** **25.12** เท่า

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ขยายผลการดำเนินงานไปยังเกษตรกรกลุ่มผลไม้ตามฤดูกาล กลุ่มผลไม้ตัดแต่ง กลุ่มผักพร้อมปรุง และกลุ่มสลัดผัก เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร มีตลาดที่แน่นอน และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น



เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ

1,107 ราย



จำนวนพื้นที่เพาะปลูก

50,583 ไร่



เพิ่มความหลากหลายให้กับสินค้าที่จำหน่ายในร้าน 7-Eleven

322 รายการ



โครงการเคียงข้างเกษตรกรไทย

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) สนับสนุนเกษตรกรผ่านแพลตฟอร์มแห่งโอกาส ใน 3 ส่วนสำคัญ 1. ขยายช่องทางการตลาดผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ ครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ 2. พัฒนาองค์ความรู้ นำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน 3. สนับสนุนเรื่องการเงินทุนและสภาพคล่อง โดยในปี 2564 ได้ดำเนินการส่งเสริมและช่วยเหลือเกษตรกรรายย่อยในหลายมาตรการ ประกอบด้วย

- รับซื้อผลไม้ตามฤดูกาล ผัก สินค้าประมง กระจายสินค้าสู่ทุกสาขาทั่วประเทศ พร้อมส่งเสริมการขายกระตุ้นการบริโภค และร่วมวางแผนการพัฒนาผลผลิต เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้ และระบายสินค้าให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 ตลอดจนเป็นการลดปัญหาเรื่องผลผลิตเกษตรกรรมล้นตลาด และราคาตกต่ำ

ผลผลิตทางการเกษตร	แนวทางการสนับสนุนและผลลัพธ์
 กุ้ง	<ul style="list-style-type: none"> • สนับสนุนเกษตรกรเลี้ยงกุ้งรายย่อยกว่า 945 ราย • รับซื้อกุ้งกว่า 2,714 ตัน
 ผลไม้ฤดูกลาง เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ลำไย ลิ้นจี่ ลองกอง มะม่วง เป็นต้น	<ul style="list-style-type: none"> • รับซื้อผลไม้จากเกษตรกรรายย่อยที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 และภาวะสินค้าล้นตลาดกว่า 7,500 ราย • รับซื้อผลไม้กว่า 7,750 ตัน
 มังคุดภาคใต้	<ul style="list-style-type: none"> • รับซื้อมังคุดจากชาวสวนภาคใต้ที่ผลผลิตล้นตลาดกว่า 550 ตัน
 มะม่วง	<ul style="list-style-type: none"> • รับซื้อผลไม้จากเกษตรกรรายย่อยกว่า 3,000 ตัน • จัด “เทศกาลมะม่วงสด คุณภาพดี ส่งตรงจากสวน” เพื่อกระตุ้นการบริโภคผลไม้ไทย
 ข้าวโพดหวาน	<ul style="list-style-type: none"> • ร่วมกับเกษตรกรจังหวัดและพาณิชย์จังหวัดนครราชสีมา ในการเชื่อมโยงกับกลุ่มเกษตรกรในอำเภอครบุรีและอำเภอเสิงสาง จังหวัดนครราชสีมา ที่ได้รับผลกระทบจากภาวะผลผลิตล้นตลาด • รับซื้อข้าวโพดหวานกว่า 50 ตัน จากเกษตรกร 150 ราย

- จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าย่อยในภูมิภาคต่าง ๆ 6 แห่ง เพิ่มโอกาสในการรับซื้อตรง (Direct Sourcing) ให้เกษตรกรรายย่อยทั่วประเทศ โดยเปิดแห่งแรกที่จังหวัดเชียงใหม่
- ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ส่งเสริมเกษตรแปลงใหญ่ พัฒนามาตรฐานการเพาะปลูกการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) ให้กับเกษตรกร



จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ

1,500 รายจำนวนเกษตรกรเข้าร่วมโครงการได้รับการรับรอง
มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP)**350** ราย

- โครงการจับคู่ธุรกิจ Business Matching ตามภูมิภาคต่าง ๆ เพิ่มโอกาสเกษตรกรได้เข้าถึงช่องทางจำหน่ายที่มั่นคง
- ส่งเสริมสภาพคล่องให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการ ด้วยการกำหนดระยะเวลาการชำระสินค้า (Credit Term) ส่วนใหญ่ไม่เกิน 30 วัน

โครงการเกษตรกรคู่ชีวิต

ซีพีแรม ดำเนินโครงการเกษตรกรคู่ชีวิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในชุมชน สนับสนุนอาชีพมั่นคงให้ชุมชน รวมไปถึงการบูรณาการทักษะและองค์ความรู้ต่าง ๆ ด้านเกษตรกรรม ตลอดจนให้ความสำคัญกับการปลูกพืช ภายใต้การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสมตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agriculture Practices หรือ GAP) ในปี 2564 มีการขยายผลการผลิตทางการเกษตรอย่างต่อเนื่อง สร้างรายได้และประโยชน์ร่วมกันระหว่างชุมชนและองค์กรได้อย่างยั่งยืน



การบูรณาการทักษะและองค์ความรู้



วิชาการเกษตร



การตลาด



การลงทุน

ผลลัพธ์

เกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริม
อาชีพด้านการเกษตร**169** รายเกษตรกรที่ได้รับการรับรอง
การเพาะปลูกตามมาตรฐาน GAPร้อยละ **100**เกษตรกรที่เพาะปลูกในโครงการ
สามารถตรวจสอบย้อนกลับข้อมูล
ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือได้ร้อยละ **100**

รายได้ชุมชนเพิ่มขึ้น

21.74
ล้านบาทต่อปี



ซีพี ออลล์ ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

บริษัทมุ่งสนับสนุนการมีคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับกลุ่มเปราะบาง ซึ่งผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม ส่งผลให้เกิดช่องว่างและความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น บริษัทดำเนินงานด้านการสร้างความเท่าเทียมในสังคม ยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนกลุ่มเปราะบางอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสนับสนุนการเข้าถึงสิทธิขั้นพื้นฐานภายใต้การดำเนินโครงการ

โครงการเปิดพื้นที่ สร้างโอกาส (ผู้พิการทั่วไป) : Giving Space

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินโครงการ “เปิดพื้นที่สร้างโอกาส” มาอย่างต่อเนื่อง โดยจัดสรรพื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven ให้แก่องค์กรคนพิการที่มีศักยภาพ ใช้พื้นที่ร้านจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากกลุ่มผู้พิการโดยไม่มีค่าใช้จ่าย เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า ตลอดจนสร้างรายได้และยกระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้แก่กลุ่มผู้พิการ ปัจจุบันโครงการมีการขยายขอบเขตครอบคลุมสมาคมคนพิการจังหวัดอ่างทอง สมาคมรวมใจคนพิการจังหวัดอุดรธานี สมาคมคนพิการทุกประเภทจังหวัดนครพนม และสมาคมคนพิการจังหวัดนครนายก โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการกว่า 120 ราย พร้อมทั้งรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนเพิ่มขึ้น 800-1,000 บาทต่อสัปดาห์

นอกจากนี้ บริษัทเล็งเห็นความสำคัญในการเปิดโอกาสและสนับสนุนผู้พิการ โดยมุ่งยกระดับสินค้าและผลิตภัณฑ์ของผู้พิการเป็นสินค้าในชั้นวางสินค้าในร้าน 7-Eleven (On Shelf) ภายในปี 2565 อีกทั้งเปิดรับกลุ่มผู้พิการที่มีสินค้าและผลิตภัณฑ์แต่ขาดช่องทางการจำหน่าย ตลอดจนการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน การส่งเสริมเรื่องบรรจุภัณฑ์ การออกแบบสลากผลิตภัณฑ์ และคำแนะนำในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์



โครงการ CP ALL x Art Story by Autistic Thai สร้างโอกาสด้วยศิลปะ

บริษัทส่งเสริมการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับเยาวชน และบุคคลออทิสติกอย่างต่อเนื่อง โดยประสานความร่วมมือกับมูลนิธิออทิสติกไทย ในการพัฒนาและจัดจำหน่ายสินค้าพิเศษ อาทิ หน้ากากผ้า กระเป๋า ร่ม หมวก และสมุดโน้ต ผ่านทางหน้าร้าน Boutique for All และ www.shopat24.com โดยรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายจากการพัฒนาสินค้า จะมอบให้แก่มูลนิธิออทิสติกไทยในการดำเนินกิจการต่อไป ผลลัพธ์ในปี 2564



จำหน่ายสินค้าทั้งหมด กว่า 18,500 ชุด



รายได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายมอบให้แก่มูลนิธิออทิสติกไทย 215,544 บาท



โครงการส่งเสริมทักษะและอาชีพให้กับกลุ่มเปราะบาง (สมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย)

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ขอนแก่น) ร่วมกับ เครือเจริญโภคภัณฑ์ จัดอบรมให้ความรู้ด้าน GMP และการจัดการวัตถุดิบทางการเกษตรก่อนส่งมอบ เช่น พริกชี้ฟ้าแดง หอมแดง กระเทียมไทย และต้นหอม ให้ได้มาตรฐาน GMP โดยมีกลุ่มเกษตรกรและผู้พิการเข้าร่วม 94 คน ครัวเรือน ซึ่งวัตถุดิบทางการเกษตรจะถูกนำไปใช้ต่อไปในกระบวนการผลิตข้าวกล้อง เช่น ข้าวกะเพราหมู ข้าวกะเพราไก่ไข่ดาว ข้าวเหนียวลาบหมู ปลาผัดพริกสด และเส้นใหญ่ผัดซีอิ้วหมู เป็นต้น ที่จำหน่ายในร้าน 7-Eleven ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



จำนวนเกษตรกร
และผู้พิการที่เข้าร่วมโครงการ

94 ราย



มูลค่าการจัดซื้อ

8.84 ล้านบาท

โครงการ A Better Life (สร้างชีวิตเพื่อสังคม)

หน่วยงานคัตสรรและเบลลิเน่ พรีเมียมคาเฟ่ ร่วมมือกับกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน ภายใต้กระทรวงยุติธรรม ออกแบบหลักสูตรทักษะวิชาชีพพื้นฐานการชงกาแฟให้กับเด็กและเยาวชน ตั้งแต่ปี 2560 เพื่อแก้ไข บำบัด พื้นฟูสภาพจิตใจเด็กและเยาวชน โดยเตรียมความพร้อมก่อนถูกปล่อยตัวออกมาใช้ชีวิตในสังคม ทั้งในด้านทักษะวิชาชีพและด้านการศึกษา เพื่อตอบโจทยตลาดแรงงาน โดยกลุ่มเป้าหมาย คือ ครูฝึก เด็กและเยาวชนในกรมพินิจ ซึ่งวัตถุประสงค์คือเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้รักในวิชาชีพบาร์ิสต้า และกระตุ้นการเรียนรู้ รวมถึงมีการจัดการแข่งขันบาร์ิสต้า สนับสนุนเด็กและเยาวชนเข้าสู่งการแข่งขันในเวทีระดับประเทศและต่อยอดสู่เวทีระดับสากล

โดยในปี 2564 หน่วยงานคัตสรรและเบลลิเน่ พรีเมียมคาเฟ่ ได้ร่วมมือกับกระทรวงยุติธรรม สร้างร้านต้นแบบ (Role Model) สำหรับเป็นที่ฝึกฝนและพัฒนาทักษะด้านวิชาชีพให้แก่ห้อง ๆ โดยเปิดร้าน Bellinee's รูปแบบ Grab & Go ในกระทรวงยุติธรรม ซึ่งเป็นสถานที่จริงก่อนออกไปดำเนินชีวิตภายนอก โดยมีการลงนามเซ็น MOU ร่วมกับกรมพินิจคุ้มครองเด็กและเยาวชน เป็นร้านสวัสดิการส่งเสริมและพัฒนาทักษะ และสนับสนุนสายวิชาชีพให้แก่เด็กและเยาวชน เพื่อการต่อยอดอย่างยั่งยืนและลดการกระทำผิดซ้ำอย่างต่อเนื่อง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

เด็กและเยาวชนที่ได้รับการฝึกทักษะ
ด้านวิชาชีพ

กว่า **500** รายสะสม

สร้างอาชีพและรายได้ ให้เด็ก
และเยาวชนกรมพินิจ

270,000 บาท
(เริ่มดำเนินการ ต.ค. 64)

ร้อยละ **100**

เด็กและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ
ไม่กลับมาทำผิดซ้ำ





ซีพี ออลล์ พร้อมยื่นหยัดเคียงข้างชุมชนและสังคมไทย

บริษัทดำเนินงานด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต สร้างรายได้ให้กับชุมชนผ่านการจ้างแรงงานท้องถิ่น จ้างงานชุมชน สนับสนุนสินค้าชุมชน ให้โอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชน บุตร หลานอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) รวมถึงผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนสร้างการเข้าถึงอาหารและน้ำที่มีคุณภาพ สนับสนุนการบรรเทาสาธารณภัยและลดความสูญเสีย ตลอดจนเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน โดยในปี 2564 บริษัทมุ่งดำเนินงานผ่านหลากหลายโครงการ อาทิ โครงการ CPRAM We Care ใส่ใจห่วงใยชุมชน โครงการสร้างความสัมพันธ์กับสังคมกลุ่มอาสาสมัคร และโครงการช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากใจเซเว่น ตลอดจนโครงการซีพีแรม “รวมใจเพื่อคนไทย สู้ภัยทุกวิกฤต” โครงการซีพีแรม “เคียงข้างคนไทย ห่วงใยไม่ห่าง”

โครงการ คนไทยไม่ทิ้งกัน

ก่อตั้งเมื่อปี 2563 เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนให้กับแพทย์พยาบาล พี่น้อง ประชาชนชาวไทยทั่วประเทศ พร้อมสนับสนุนโรงพยาบาลเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของพระสงฆ์ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 และในปี 2564 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ยังคงเดินทางสานต่อโครงการ “คนไทยไม่ทิ้งกัน” โดยการส่งมอบครุภัณฑ์ทางการแพทย์ หน้ากากอนามัย แอลกอฮอล์ทำความสะอาด เครื่องวัดอุณหภูมิ น้ำดื่ม รวมถึงเครื่องอุปโภคบริโภคให้กับโรงพยาบาล หน่วยงานราชการ วัด ภาคประชาสังคม และกลุ่มเปราะบางที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19



จำนวนผู้ได้รับการบรรเทา
ความเดือดร้อน

413,974 ราย



จำนวนพนักงาน
ที่เข้าร่วมโครงการ

1,462 ราย



มูลค่าการสนับสนุน

214.96 ล้านบาท

โครงการ CPRAM We Care ใส่ใจห่วงใยชุมชน



บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดกระบัง) เปิดรับบริจาคสิ่งของและเครื่องอุปโภคบริโภคจากพนักงาน พร้อมรวบรวมของบริจาคอื่น ๆ จัดเป็นถุงยังชีพ เพื่อส่งมอบให้กับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส คนชรา ผู้พิการ ผ่านผู้นำชุมชน 5 ชุมชน ในพื้นที่รอบโรงงาน ตลอดจนจัดกิจกรรมพัฒนาและให้ความรู้การคัดแยกขยะในชุมชน ปรับทัศนียภาพที่ทำการชุมชนและศูนย์เด็กเล็กในชุมชน ปลูกต้นไม้ สร้างร่มเงา และทำความสะอาดพื้นที่โดยรอบ พร้อมกันนี้ ยังจัดเลี้ยงอาหารกลางวัน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสุข สร้างรอยยิ้ม ตลอดจนเป็นการสร้างกำลังใจให้กับกลุ่มเปราะบางในชุมชน



จำนวนกลุ่มเปราะบาง
ในชุมชนที่ได้รับการบริการ

105 ราย



จำนวนพนักงาน
ที่เข้าร่วมโครงการ

150 ราย

โครงการสร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้ชุมชน

บริษัทดำเนินกิจกรรมด้านการสนับสนุนการจัดอบรม อุปกรณ์กู้ภัย (ชุดดับเพลิงนอกอาคาร) น้ำดื่มและอาหาร ตลอดจนเครื่องอุปโภคให้กับหน่วยอาสากู้ภัยต่าง ๆ อาทิ สมาคมอาสาสมัครบรรเทาสาธารณภัยแห่งประเทศไทย ชมรมเพื่อนนักดับเพลิง ชมรมบรรเทาภัยเฉพาะกิจ และมูลนิธิบรรเทาภัยจังหวัด ผ่านโครงการเพื่อสังคมและชุมชน และโครงการช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากใจเซเว่น เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มอาสากู้ภัยและสร้างความสัมพันธ์อันดี นอกจากนี้ บริษัทยังมอบเงินสนับสนุนให้กับนักดับเพลิงที่ได้รับบาดเจ็บจากการปฏิบัติหน้าที่ พร้อมมอบทุนการศึกษาจนสำเร็จระดับมหาวิทยาลัยให้กับบุตรหลานนักดับเพลิงที่เสียชีวิต อีกทั้งบริษัทจัดให้มีโครงการฝึกซ้อมดับเพลิงและซ้อมอพยพหนีไฟให้กับโรงพยาบาลและผู้พิการ พร้อมขยายผลไปยังกลุ่มบ้านพักคนชราและชุมชนแออัดต่อไป



จำนวนกลุ่มอาสากู้ภัยที่เข้าร่วมโครงการ

1,700 ราย



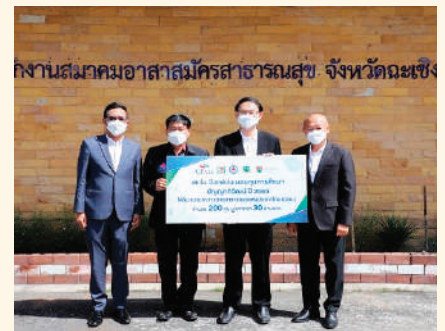
งบประมาณในการสนับสนุนโครงการ

183,254 บาท



โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาบุตร-ธิดา ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)

บริษัทตระหนักว่า อสม. เป็นส่วนสำคัญของระบบสุขภาพปฐมภูมิ ดูแลสุขภาพของคนในชุมชน อีกทั้งช่วยเสริมสร้างความรู้สึกลดภัย ตลอดจนให้ความรู้คนในชุมชนในการดูแลตนเอง เพื่อสร้างขวัญกำลังใจให้อสม. คลายความกังวลเรื่องอนาคตของบุตรและความมั่นคงของครอบครัว บริษัทจึงให้การสนับสนุนทุนการศึกษาสำหรับบุตร-ธิดา อสม. ประกอบด้วย 1) ทุนการศึกษาระดับอาชีวศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาธุรกิจค้าปลีก และหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) โดยสามารถศึกษาต่อได้ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) หรือศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ทั้ง 20 แห่ง 2) ทุนการศึกษาระดับอุดมศึกษา หลักสูตรปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ โดยสามารถศึกษาต่อได้ที่สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM)





สนับสนุนการศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ด้วยตระหนักว่าการศึกษาเปรียบเหมือนประตูสู่นาคตที่สดใส ซีพี ออลล์ จึงสร้างโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพให้กับเด็กและเยาวชนไทย โดยต้องไม่มีอะไรมาเป็นอุปสรรค ทั้งมอบทุนการศึกษา สร้างพื้นที่การเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ สร้างเส้นทางในการประกอบอาชีพ ที่ชัดเจน และสร้างทัศนคติที่ดีในการปรับตัวและสนุกที่จะเรียนรู้ในทุก ๆ วัน

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG1 ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่

- 1.4 สร้างหลักประกันว่าชายและหญิงทุกคน โดยเฉพาะที่ยากจนและเปราะบาง มีสิทธิเท่าเทียมกัน ในทรัพยากรทางเศรษฐกิจ รวมถึงการเข้าถึงบริการขั้นพื้นฐาน

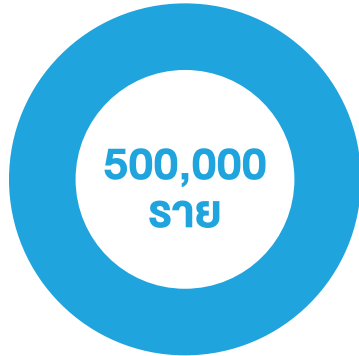
SDG4 สร้างหลักประกันการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

- 4.3 ให้ชายและหญิงทุกคนเข้าถึงการศึกษาวิชาเทคนิค อาชีวศึกษา อุดมศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัย ที่มีคุณภาพ
- 4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพ สำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ



สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

เป้าหมายปี 2573



สนับสนุนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึง การศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ ให้มีทักษะทางเทคนิคและอาชีพ ที่จำเป็นต่อการทำงาน รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ตลอดชีวิต

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



โรงเรียนประชารัฐที่บริษัทร่วมสนับสนุน และส่งมอบโอกาสทางการศึกษา
494 โรงเรียน



สนับสนุนทุนการศึกษา สร้างโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ
37,132 ทุน



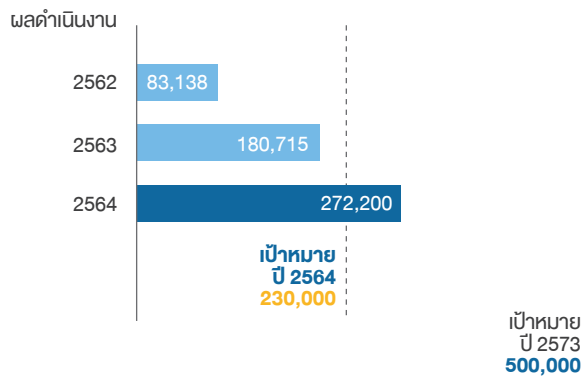
มูลค่าการสนับสนุนทุนการศึกษา **1,247** ล้านบาท



เด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ได้รับการพัฒนาทักษะ
54,353 ราย

ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : รายสะสม)



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



โครงการต่อเนื่องพัฒนาโรงเรียน CONNEXT ED
เพิ่มอีก **105** แห่งทั่วประเทศ



โครงการ PAT อาชีวไร้ถึง



โครงการต่อเนื่อง ค่าย Creative AI Camp ปีที่ 4



โครงการต่อเนื่อง คัดคนดีสู่สังคม

ความเสี่ยงและโอกาส

เครื่องมือสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์คือการศึกษา การศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นสิทธิเบื้องต้นและปัจจัยสำคัญที่ช่วยเปิดโอกาสทางสังคมและสร้างเส้นทางในการประกอบอาชีพอย่างยั่งยืน ตลอดจนขับเคลื่อนสังคมและประเทศให้มีความก้าวหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามยังมีประชากรจำนวนหนึ่งที่ยังไม่มีโอกาสเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ บริษัทฯร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการมอบโอกาสการ

เข้าถึงทางการศึกษาให้เด็ก เยาวชน รวมถึงกลุ่มเปราะบาง เข้าถึงการศึกษาขั้นพื้นฐานและการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างเท่าเทียมทั้งในระบบและนอกระบบผ่านโครงการทางการศึกษาที่หลากหลาย เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพ ตลอดจนสนับสนุนให้เยาวชนเติบโตมาเป็น “คนเก่ง คนดี” เพื่อสังคมต่อไป

แนวทางการดำเนินงาน

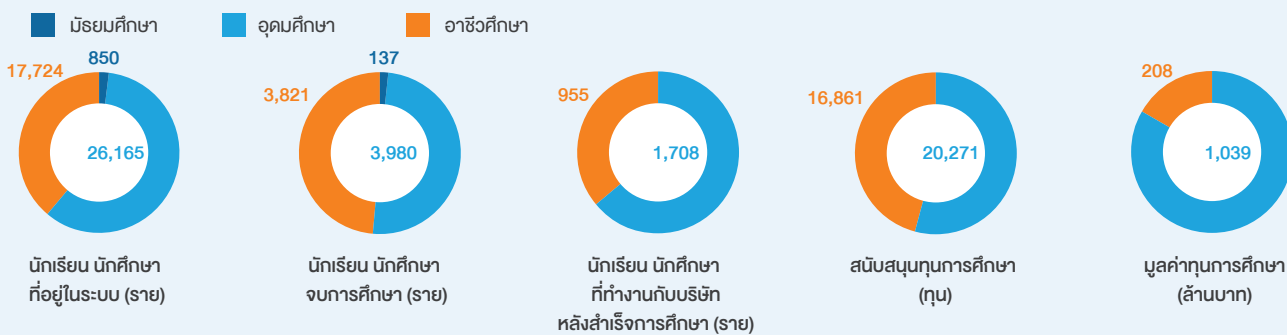
เพราะตระหนักดีว่าความรู้ คือ โอกาสและอนาคตสำหรับเยาวชน และประเทศไทย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทฯ (‘บริษัท’) มุ่งดำเนินงานด้านการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ผลักดันให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ทำให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น สนับสนุนการมีทักษะใหม่ การสร้างทัศนคติที่ดี การพัฒนาสิ่งท้าทายใหม่ ๆ ตลอดจนสนับสนุนให้มีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ของเยาวชน เพื่อให้เยาวชนสามารถรับมือและปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในอนาคต พร้อมกันนี้ บริษัทฯยังส่งมอบโอกาสทางการศึกษาให้แก่เยาวชนอย่างต่อเนื่อง โดยร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ จัดตั้งสถาบันการศึกษา และส่งมอบความรู้ในรูปแบบการเรียนรู้ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียนควบคู่กับการปฏิบัติงานจริง พร้อมทั้งมอบทุนการศึกษาภายใต้เส้นทางพัฒนาเยาวชนสู่อชีพอย่างยั่งยืนตั้งแต่ปี 2538 เพื่อเป็นแนวทางสร้างโอกาสทางอาชีพและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้แก่

เยาวชน โดยบริษัทเชื่อว่าการศึกษามีคุณภาพจะสามารถสร้างโอกาสทางอาชีพ และคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้นให้กับคนในสังคมได้

ในปี 2564 สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ส่งผลกระทบต่อการศึกษาของเยาวชน บริษัทฯจึงพัฒนาการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ให้นักศึกษา เพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อและสามารถเข้าถึงการศึกษาได้ง่าย รวดเร็ว และปลอดภัยจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 พร้อมกันนี้ บริษัทฯกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยสำหรับการเปิดสถานศึกษา อาทิ การตรวจคัดกรองอุณหภูมิร่างกายก่อนเข้าสถานศึกษา การสวมหน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่างทางสังคม และการทำความสะอาดอุปกรณ์ และสถานที่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อความปลอดภัยสูงสุดของนักศึกษาและบุคลากรในสถานศึกษาทุกคน

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564

ส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ



พัฒนากิจกรรมอาชีพที่จำเป็นในการประกอบอาชีพ



เด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ กลุ่มเปราะบาง
ที่ได้รับการพัฒนากิจกรรมอาชีพ

54,353 ราย



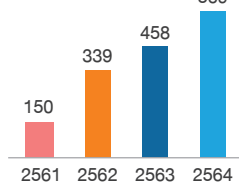
ร้อยละ 39 ของนักศึกษาจากวิทยาลัย
เทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT)
และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM)
สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก เข้าร่วมทำงานกับบริษัท



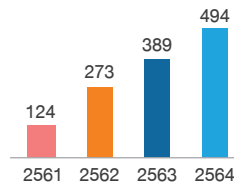
นักศึกษา **5** ราย จากสถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์ (PIM) สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก
เข้าร่วมเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven
ประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner : SBP)

สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต

โรงเรียนประชารัฐที่บริษัทร่วมดูแล
(จำนวนสะสม)

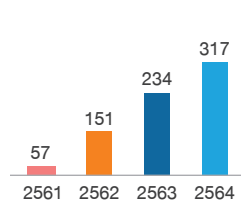


โรงเรียนประชารัฐที่บริษัทร่วมพัฒนา
(จำนวนสะสม)

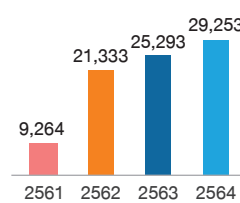


จิตอาสาเพื่อการพัฒนา (School Partner)

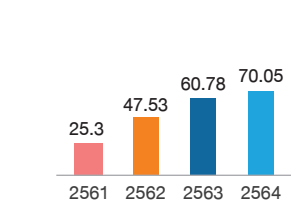
จำนวนจิตอาสา
(รายสะสม)



ชั่วโมงจิตอาสาเพื่อการ
พัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน (ชั่วโมงสะสม)



งบประมาณสนับสนุนในการพัฒนาโรงเรียน
(ล้านบาทสะสม)





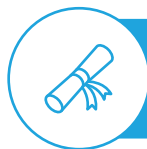
ส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งสถาบันการศึกษาเพื่อสังคมขึ้นมา 2 แห่ง เป็นเวลากว่า 15 ปี ได้แก่ วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) ที่ผลิตบุคลากรด้านวิชาชีพพระคณียัตริวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ที่มอบโอกาสต่อยอดทางการศึกษาให้แก่เยาวชนในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก บริษัทขยายขอบเขตการศึกษา โดยจัดตั้งโรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม) ครอบคลุมระดับมัธยมศึกษา ตั้งแต่มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1-6 รวมถึงก่อตั้งศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์อีกกว่า 20 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งเปิดโอกาสให้เยาวชนสามารถเข้าถึงการศึกษาได้ผ่านระบบออนไลน์ (VDO Conference)



วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT)

บริษัทจัดตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) เพื่อเปิดโอกาสทางการศึกษาให้แก่นักเรียนที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ได้ศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษา มุ่งเน้นให้ความรู้แบบครบวงจร โดยให้ความรู้ภาคทฤษฎี ตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการ ควบคู่กับการปฏิบัติจริง (Work-based Learning) เพื่อสร้างมืออาชีพด้านธุรกิจค้าปลีก และสร้างรายได้ให้แก่เยาวชนผ่านการให้โอกาสเข้าฝึกงานที่ร้าน 7-Eleven ตามสโลแกน “เรียนฟรี มีงานทำ ฝึกอาชีพ มีรายได้ระหว่างเรียน” ซึ่งวิทยาลัยฯ มีหลักสูตรการเรียนการสอนทั้งหมด 3 หลักสูตร ดังนี้



หลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)



สาขาธุรกิจค้าปลีก



สาขาไฟฟ้ากำลัง



หลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)



สาขางานธุรกิจค้าปลีก
ร้านสะดวกซื้อ

นอกจากนี้ บริษัทจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์กระจายตามพื้นที่ชุมชนต่าง ๆ รวม 20 ศูนย์ และลงนามความร่วมมือกับสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน และสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กว่า 118 แห่ง ในการเปิดสอนหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขางานธุรกิจค้าปลีก ปัจจุบันมีจำนวนนักเรียนในระบบกว่า 15,000 ราย พร้อมทั้งจัดทำกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานองค์กร โดยมีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการบริการวิชาการวิชาชีพ

นักเรียน นักศึกษา สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก และสาขาไฟฟ้ากำลังของวิทยาลัย ดำเนินกิจกรรมจิตอาสา บริการวิชาการ และวิชาชีพด้านธุรกิจค้าปลีกและด้านไฟฟ้า แก่ชุมชนและสังคมในจังหวัดนนทบุรี โดยบูรณาการความรู้และประสบการณ์ของผู้เรียนในการเผยแพร่ความรู้ผ่านกิจกรรม ดังนี้



สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก

การสอน
ทำบัญชีครัวเรือน

การร่วมมือกัน
ทำความสะอาด
ชุมชน

การให้ความรู้
ผ่านสื่อออนไลน์
เกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก

การสร้างอาชีพ
ชุมชน

การสร้างชุมชน
ในการจัดทำ
แผนธุรกิจ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ผู้เรียน

874 ราย

ที่เข้าร่วมโครงการ

ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจ

ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80

สร้างอาชีพ สร้างธุรกิจให้คนในชุมชน



สาขาไฟฟ้ากำลัง

งานไฟฟ้า

การบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ

การบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้า

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

เพิ่มทักษะสำหรับประกอบอาชีพ
ให้นักเรียนของโครงการ

สร้างความรู้เพื่อการประกอบอาชีพ
และช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านการ
บำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้าให้ชุมชน

ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ
ที่อาจเกิด และการใช้ไฟฟ้าเกินความ
จำเป็นจากการขาดการบำรุงรักษา
และความรู้พื้นฐานในงานไฟฟ้า

120 ราย

ที่เข้าร่วมโครงการและรับบริการ
วิชาการวิชาชีพ

ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจ

ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80



โครงการคืนคนสู่สังคม

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ ร่วมกับกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน มอบโอกาสให้กับเด็กและเยาวชนทั่วประเทศที่กระทำความผิด ได้ศึกษาต่อกับทางเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ในระดับอาชีวศึกษา หลักสูตรธุรกิจค้าปลีก และการจัดการธุรกิจค้าปลีก ในรูปแบบทวิภาคี โดยเรียนภาคทฤษฎีที่สถานศึกษาสลับกับการฝึกอาชีพที่ร้าน 7-Eleven เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 3 เดือน โดยได้รับรายได้ระหว่างเรียนและยังเป็นหลักประกันการมีงานทำหลังจากสำเร็จการศึกษา นอกจากนี้ เด็กและเยาวชนยังได้รับการฝึกอาชีพก้าแพ โดยศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพก้าแพปัญญาภิวัฒน์ (P-CoT) ร่วมกับหน่วยงานคัดสรรและเบลลีเน่ พรีเมียมกาแฟ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) อบรมให้ความรู้เรื่องการก้าแพประกอบด้วย 3 หัวข้อย่อย ได้แก่ การทำบาร์สต้า การทำเบเกอรี่ และการบริหารจัดการร้าน พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการจัดแข่งขันบาร์สต้า ภายใต้โครงการ “ส่งเสริมและพัฒนาทักษะเด็กและเยาวชนด้านวิชาชีพ” เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่เด็กและเยาวชนที่เคยกระทำความผิด ในการเข้าสู่สังคม สามารถนำไปประกอบวิชาชีพเลี้ยงดูตนเอง และเป็นคนที่มีคุณภาพของประเทศชาติ สามารถใช้ชีวิตในสังคมอย่างเต็มภาคภูมิได้ ช่วยลดปัญหาของสังคมอันเนื่องมาจากการกระทำความผิดซ้ำ มอบทุนการศึกษา 62 ทุน



โครงการ PAT Go GREEN

เพื่อสร้างจิตสำนึกให้นักเรียน นักศึกษา และบุคลากรในวิทยาลัย มีความรับผิดชอบในการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองนโยบายลดขยะพลาสติก ด้วยการสนับสนุนการใช้ถุงผ้า และการนำแก้วน้ำ กล่องอาหาร ซ้อนส้อมส่วนตัวมาใช้ รวมถึงรณรงค์การแยกขยะพลาสติกเพื่อนำไปรีไซเคิล โดยการเพิ่มจุดทิ้งและเพิ่มถังแยกขยะ มีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

เช่น กิจกรรมหน้าเสาธง บอร์ดประชาสัมพันธ์ เป็นต้น รวมถึงการตั้งทีมต้าสัปะรด โดยคณะกรรมการองค์การนักวิชาชีพในอนาคต (อวท.) ช่วยดูแลโครงการสร้างอัตลักษณ์ “รักและห่วงใยสิ่งแวดล้อม” เป็นภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ที่ร่วมสร้างความยั่งยืนในการรักษาสิ่งแวดล้อม

โครงการ PAT อาชีวโร้กั้

เป็นโครงการที่มุ่งเน้นกระบวนการจัดการขยะตั้งแต่ต้นทาง ลดละเลิกการใช้สิ่งที้ก้าลังจะกลายเป็นขยะภายในวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อบ่มเพาะนักเรียน ครู บุคลากร ในวิทยาลัย ให้มีความรู้ ความเข้าใจ และนำไปถ่ายทอดต่อได้ รวมทั้งมีส่วนร่วมในการ

จัดการขยะในชีวิตประจำวัน เพื่อจัดการขยะตั้งแต่ต้นทาง ลดละเลิกสิ่งที้ก้าลังจะเป็นขยะภายในวิทยาลัย พร้อมทั้งขยายผลโครงการไปสู่วิทยาลัย เครือข่ายอาชีวศึกษา และกลุ่มโรงเรียนเครือข่ายศูนย์การเรียนรู้



โครงการทวิศึกษา

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ สำนักคณะกรรมการอาชีวศึกษา และสำนักคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้ทำข้อตกลงที่ข้อตกลงความร่วมมือ ตามโครงการจัดการศึกษาเพื่อการมีงานทำบูรณาการทวิศึกษาและทวิภาคี ด้วยระบบการสื่อสาร 2 ทาง ตั้งแต่ปีการศึกษา 2562 โดยหลักการของโครงการนี้ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีหน้าที่ในการสนับสนุนทุนการศึกษาและจัดหาสถานประกอบการในการฝึกประสบการณ์ โดยมอบหมายให้วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์เป็นผู้ดำเนินการจัดการเรียนรายวิชาซีพีในรูปแบบการสอนทางไกล (Conference) ให้กับสถานศึกษา สถานศึกษา ในสังกัดคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) มีหน้าที่ในการสรรหา จัดการเรียนการสอนกำกับดูแลนักเรียน สำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษาโดยวิทยาลัยเทคนิคนนทบุรี

มีหน้าที่ในการนิเทศติดตามการฝึกประสบการณ์ จัดการเรียนการสอนด้านวิชาชีพ และเทียบโอนผลการเรียนรูปแบบทวิศึกษา

โครงการทวิศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มโอกาสทางการศึกษาด้านสายอาชีพให้กับนักเรียนสายสามัญ ได้เรียนควบคู่กันไปในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จบการศึกษาได้ 2 วุฒิ วุฒิมัธยมศึกษาตอนปลายและวุฒิประกาศนียบัตรวิชาชีพ อีกทั้งโครงการดังกล่าวยังตอบโจทย์นโยบายภาครัฐเพิ่มสัดส่วนผู้เรียนสายอาชีพ และสุดท้ายเป็นการเตรียมแรงงานระดับฝีมือเข้าสู่ตลาดแรงงานเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาประเทศชาติต่อไปในอนาคต ปัจจุบันมีสถานศึกษาเข้าร่วมโครงการ จำนวน 29 สถานศึกษา มีนักเรียนเข้าร่วมโครงการ 898 ราย



สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม : PIM)

บริษัทจัดตั้งสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) เพื่อให้ให้นักเรียนที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีวศึกษา หรือเทียบเท่า มีโอกาสศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี และสามารถต่อยอดไปยังปริญญาโท รวมถึงปริญญาเอก ผ่านระบบการเรียนการสอนที่เรียกว่า Work-based Education (WBE) ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงความรู้ทางทฤษฎีเข้ากับภาคปฏิบัติ ภายใต้จุดแข็ง 3 ประการ ที่นักศึกษาจะได้รับ ดังนี้



1

ความรู้เชิงวิชาการจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ ผ่านความร่วมมือที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลกทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ภายในประเทศและต่างประเทศ

2

ประสบการณ์การทำงานโดยตรงจากบริษัทในเครือและพันธมิตรทางธุรกิจ ที่สอดคล้องไปกับการเป็น Corporate University หรือมหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจไปพร้อมกับทำเป็น Network University

3

ทุนการศึกษาจากมหาวิทยาลัยทั้งในและต่างประเทศ และทุนสนับสนุนจากภาครัฐถึง กว่า 14,000 ทุนต่อปี ช่วยสร้างโอกาสที่หลากหลาย พร้อมแข่งขันในระดับนานาชาติ

พร้อมกันนี้ สถาบันฯ จัดตั้ง “กองทุนเพื่อชีวิตแห่งการเรียนรู้” หรือ PIM SMART สนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ โดยเป็นทุนที่ไม่มีข้อผูกมัดใด ๆ เมื่อสำเร็จการศึกษา และช่วยเหลือให้นักศึกษามีรายได้ระหว่างที่กำลังศึกษาอีกด้วย ปัจจุบันบัณฑิตของสถาบันฯ มีทั้งหมด 11 รุ่น จำนวนกว่า 19,000 ราย



นอกจากนี้ บริษัทจัดตั้งสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์วิทยาเขต อีอีซี ที่พญา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเปิดดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2563 เพื่อผลิตบัณฑิตที่ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ปัจจุบันมีการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษาในหลายหลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ธุรกิจการค้าสมัยใหม่ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาหาร หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยี

ดิจิทัลและสารสนเทศ หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา วิศวกรรมอุตสาหการและการผลิตอัจฉริยะและหลักสูตรที่ได้รับการอนุมัติล่าสุด คือหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษาลงมือฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการจริง และตอบโจทย์ความต้องการของตลาดแรงงานด้านการบริหารจัดการ และธุรกิจบริการในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ให้นักศึกษากว่า 350 ราย



โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาริตพีไอเอ็ม)

บริษัทจัดตั้งโรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาริตพีไอเอ็ม) เพื่อมอบโอกาสให้เยาวชนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ได้เรียนรู้สิ่งที่เหมาะสมกับตนเอง ผ่านการเรียนรู้แบบ Active Learning โดยพัฒนาผู้เรียนให้เป็นเลิศตามความถนัดและความสนใจของตนเอง และต้องการเรียนรู้ โดยมีการเรียน การสอนเป็นภาษาอังกฤษใน 3 รายวิชาหลัก ได้แก่ คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และภาษาอังกฤษ รวมถึงมีการสอนภาษาที่ 3 เพิ่มเติม ได้แก่ ภาษาจีน ตลอดจนสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมต่อการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพในรูปแบบ Digital Class Room พร้อมทั้งปลูกฝังด้านคุณธรรม ความรับผิดชอบ และความมีวินัย ให้นักเรียน เพื่อสร้างเยาวชนให้เป็นคนเก่งและคนดีในสังคม ปัจจุบันมีนักเรียน 850 ราย





การมอบโอกาสทางการศึกษา

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) สานต่อนโยบายส่งเสริมการศึกษา พัฒนาเยาวชนและตามปณิธาน “ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน” โดยสนับสนุนทุนการศึกษาให้กับนักเรียนไทยระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ระดับอาชีวศึกษา (ปวช. และ ปวส.) และระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 13 โดยในปี 2564 ได้สนับสนุนทุนการศึกษาไปแล้วทั้งสิ้น 37,132 ทุน คิดเป็นมูลค่ามากกว่า 1,247 ล้านบาท และมีผู้สำเร็จการศึกษาทุกหลักสูตรทั้งสิ้น 7,938 ราย นอกจากนี้ ยังมอบโอกาสในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทและโอกาสในการเข้าร่วมทำงานกับบริษัท ให้แก่นักศึกษาของกลุ่มการศึกษา

ในความร่วมมือกับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) โดยรับผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับอาชีวศึกษาในตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการและระดับอุดมศึกษาในตำแหน่งผู้จัดการร้าน 7-Eleven ได้ทันที อีกทั้งยังมอบโอกาสพิเศษในการเข้าร่วมเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven ประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner : SBP) ซึ่งในปีการศึกษานี้ มีจำนวนบัณฑิตที่จบการศึกษาเข้าร่วมงานกับบริษัท จำนวน 2,663 ราย อีกทั้งมอบโอกาสในการเข้าร่วมเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven ประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner : SBP) อีกด้วย





สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning)

โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED wave 4

แม้จะเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 บริษัทยังคงมุ่งมั่นดูแลและยกระดับการศึกษาของโรงเรียนและชุมชนต่าง ๆ โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED ดำเนินการภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ 5 ด้าน ผสานกับกรอบความยั่งยืนในการสร้างโรงเรียนที่พึ่งพาตนเองได้ ปลูกฝังให้โรงเรียนและชุมชนมีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) สามารถสร้างรายได้ที่ยั่งยืน ให้โรงเรียนและโครงการของโรงเรียนเดินหน้าต่อไปได้ บูรณาการความรู้สู่หลักสูตรสถานศึกษาหรือหลักสูตรท้องถิ่น บูรณาการจุดเด่นของแต่ละโครงการเข้ากับ 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ตามหลักสูตรแกนกลาง สร้างกระบวนการจัดการเรียนรู้ทั้งแบบลงมือปฏิบัติจริง (Active Learning) และแบบปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) ที่มีความสอดคล้องกับหลักสูตรฐานสมรรถนะตามนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ รวมถึงพัฒนาสู่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เป็นพื้นที่เปิดให้คนในชุมชนสามารถเข้ามาเรียนรู้ในรูปแบบคอร์สระยะสั้น สร้างการเรียนรู้แบบการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) และพิจารณาขยายผลไปสู่โรงเรียนอื่น ๆ โดยการ

ดำเนินการในเฟส 4 ปีการศึกษา 2564 บริษัทร่วมพัฒนาโรงเรียนเพิ่มเติมอีก 105 โรงเรียน สนับสนุนงบประมาณ องค์ความรู้ อุปกรณ์การศึกษา วัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็น พร้อมทั้งส่งบุคลากรของบริษัทที่ผ่านการพัฒนาทักษะและมีจิตสาธารณะเข้าไปเป็นผู้นำรุ่นใหม่ (School Partner) เพื่อเป็นคู่คิดช่วยเหลือโรงเรียนต่าง ๆ ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของโรงเรียนในบริบทที่แตกต่างกันอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง ผ่านการดำเนินโครงการต่าง ๆ ทั้งด้านวิชาชีพ ด้านเกษตรกรรม ด้านวิชาการ ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม กว่า 500 โครงการ รวมถึงเปิดโอกาสทางการศึกษาให้กับคนในชุมชน ยกกระดับสถานศึกษาให้เป็นศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน (Learning Community Center) นอกจากนี้ บริษัทบูรณาการความรู้ด้านเกษตรกรรม ด้านหัตถกรรม ด้านสิ่งแวดล้อม เข้าเป็นเนื้อหาในรูปแบบหลักสูตรท้องถิ่นให้ครูและนักเรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม พร้อมทั้งขยายผลโมเดลความสำเร็จของโรงเรียนต้นแบบสู่โรงเรียนอื่น ๆ ในปี 2564 มีโครงการของโรงเรียน Best Practice, School Model และ Partnership School ที่บริษัทเข้าไปช่วยพัฒนาและโดดเด่นหลายโครงการ อาทิ

โครงการ “ศูนย์การเรียนรู้ข้าวหอมมะลิณี ฝักสวนครัว ภายใต้ความคิด Smart Farmer”

ของโรงเรียนบ้านโคกมะเมียน จังหวัดสุรินทร์ บูรณาการองค์ความรู้ของชุมชนเข้ากับหลักสูตรการศึกษา นำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเป็น Smart Farmer เข้าไปสอดแทรกในการเรียนการสอนรายวิชาต่าง ๆ ทุกรายวิชา ให้นักเรียนและคนในชุมชนมีความเข้าใจภาคเกษตรกรรมในทุกมิติ ทั้งด้านการบริหารจัดการ ด้านธุรกิจ และด้านเทคโนโลยี และเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้ภาคเกษตรกรรมของไทยในอนาคต พร้อมทั้งสร้างผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิณี ช่วยเหลือโรงเรียนและชุมชนมีรายได้ที่ยั่งยืน



โครงการ “หูหิ้วถ้วยกาแฟ เส้นกกสายใยรักทั่วโลก”

ของโรงเรียนวัดประดู่หอม (สุขประชาสรรค์) อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง นำวิชาชีพที่ขึ้นตามธรรมชาติในท้องถิ่นอย่าง “ต้นกก” และ วิชาชีพธุรกิจอย่าง “กระจูด” มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งที่มีในชุมชน ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์รักษ์โลก สร้างรายได้กลับคืนสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งสร้างหลักสูตร “หูหิ้วถ้วยกาแฟ เส้นกกสายใยรักทั่วโลก” บูรณาการร่วมกับหลักสูตรท้องถิ่นนำเทคนิคฝีมือด้านหัตถกรรมมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสายหูหิ้วถ้วยกาแฟได้อย่างสวยงาม โดยบริษัทสนับสนุนงบประมาณในโครงการพร้อมทั้งส่งเสริมให้โรงเรียนนำหูหิ้วถ้วยกาแฟจากเส้นกก มาใช้กับ All Café ในร้าน 7-Eleven สาขาทดลองจำนวน 3 สาขา คือ สาขาทะเลน้อย สาขาควนขนุน และสาขาโพธิ์ทองควนขนุน โดยกำหนดจัดวางในระยะเวลาทดลอง 3 เดือน หากลูกค้าให้ผลตอบรับที่ดีพิจารณาเตรียมขยายผลไปยังร้าน 7-Eleven ที่มีบริการกาแฟและเครื่องดื่มจาก All Café ในเขตพื้นที่ภาคใต้



โครงการ “ท่องโลกกล้วย”

ของโรงเรียนวัดชมพูประดิษฐ์ จ.นครศรีธรรมราช นำการแปรรูปปาล์มกล้วย มาบูรณาการเข้ากับกลุ่มสาระการเรียนรู้ทั้ง 8 กลุ่มสาระ พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อาทิ เชือกกล้วยหูหิ้วถ้วยกาแฟ ถาดใส่อาหารทำจากใบตอง กระถางต้นไม้จากใยกล้วย โดยร่วมกับปราชญ์ชาวบ้านและคนในชุมชน คิดวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกล้วยเสริมทักษะการคำนวณต้นทุนผลผลิต การคิดราคาจำหน่าย การใช้สื่อออนไลน์ในการขายสินค้าสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างอาชีพ สร้างรายได้กลับคืนสู่ชุมชน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

สนับสนุนงบประมาณพัฒนาโรงเรียน
CONNEXT ED สะสมจนถึงเฟส 4

จำนวน **494** โรงเรียน

มูลค่าการสนับสนุนงบประมาณพัฒนา
โรงเรียน CONNEXT ED

75.05 ล้านบาท

จำนวนเด็ก เยาวชน และครู
ที่ได้รับการพัฒนา

120,000 ราย

ส่งเสริมให้นักเรียน ครู และชุมชน
เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต
เกิดศูนย์การเรียนรู้ชุมชน

จำนวน **16** ศูนย์

สร้างโรงเรียนต้นแบบ
หรือ School Model

จำนวน **16** โรงเรียน

โรงเรียนที่ดำเนินโครงการ
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
หรือ Best Practice

จำนวน **25** โรงเรียน

โรงเรียนในโครงการร่วมพัฒนา
หรือ Partnership School

จำนวน **9** โรงเรียน

สร้างรายได้อย่างยั่งยืนให้แก่ชุมชน



ส่งเสริมทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต

บริษัทส่งเสริมความรู้ ความสามารถ และฝึกทักษะที่จำเป็น เพื่อการประกอบอาชีพแก่เยาวชน ผ่านโครงการที่หลากหลาย โดยในปี 2564 มีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการ Creative AI Camp ปี 4

บริษัทดำเนินโครงการค่าย Creative AI Camp ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 เพื่อพัฒนาทักษะความสามารถการสร้างสรรค AI ให้แก่เยาวชนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และอาชีวศึกษา ภายใต้แนวคิด “วิถีความเป็นมนุษย์ AI สร้างสรรค สร้างสรรค AI” (AI Creativeness) เพื่อประโยชน์ต่อสังคม ในปี 2564 บริษัทดำเนินโครงการผ่านการเรียนรู้ในรูปแบบผสมผสานออนไลน์และออฟไลน์ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 โดยมีการประชุมเชิงปฏิบัติการ และ Phenomena Work-based Education Learning เสมือนอยู่ค่ายจริงต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 3 เดือน โดยได้รับความร่วมมือจากพันธมิตรและวิทยากรหลักในการจัดงานโครงการค่าย มากกว่า 20 ความร่วมมือ อาทิ คณะอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิจากคณะวิศวกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ผู้เชี่ยวชาญด้าน AI บริษัท โกซอฟต์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ไอโนว์พลัส จำกัด SUNPLEX GROUP AMBIENT GROUP รวมไปถึง Data Scientist จากบริษัท AI ชำนาญในญี่ปุ่น Amazon Web Service (AWS) ผู้พัฒนาแพลตฟอร์มคลาวด์และให้บริการระบบคลาวด์ระดับโลก และ บริษัท ทีเคเค คอร์ปอเรชั่น จำกัด ผู้ให้บริการด้านหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติสำหรับงานบริการและอุตสาหกรรมแบบครบวงจร นอกเหนือจากการบูรณาการวิธีสร้างสรรค AI ผ่านปรัชญาการเล่นหมากล้อม (Creative AI Convergence by Go Philosophy) และการเพิ่ม IQ ผ่านความรู้เกี่ยวกับกลุ่มเทคโนโลยี ABCD แล้ว ในปีนี้ยังได้มีการผสมผสานเยาวชนที่มีความสนใจในการเรียนรู้ 2 กลุ่ม คือ Business AI มุ่งเน้นองค์ความรู้เชิงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ AI และ Technical AI ที่มุ่งเน้นทักษะเชิงลึกด้านเทคโนโลยี สร้างสรรคไอเดีย และผลิตผลงานให้ตอบโจทย์และสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน โดยกิจกรรมทั้งหมดได้ดำเนินการผ่านระบบออนไลน์เต็มรูปแบบอย่างเข้มข้นเป็นระยะเวลาเกือบ 2 เดือน

โครงการ Creative AI Club

บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของการมีพื้นที่ให้เยาวชนสามารถเรียนรู้และต่อยอดทักษะด้าน AI ได้อย่างต่อเนื่อง จึงได้จัดตั้ง Creative AI Club by CP ALL ชุมชนคน AI หัวใจหมากล้อม โดยมีวัตถุประสงค์ช่วยสร้างสรรค 3 สิ่งใหม่ ได้แก่

- 1 New Learning Space พื้นที่การเรียนรู้ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับต่อยอดด้าน AI
- 2 New Creative Community ชุมชนใหม่ที่ร่วมกันสร้างสรรคผลงานด้าน AI
- 3 New Innovations & Solutions นวัตกรรมใหม่ ๆ และวิธีการแก้ปัญหาใหม่ ๆ ด้วย AI ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาโดยคนในคลับ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

เยาวชนเข้าร่วมโครงการสะสม

138 ราย

ปี 2564 จำนวน **40** ราย

ปี 2563 จำนวน **20** ราย

ปี 2562 จำนวน **38** ราย

ปี 2561 จำนวน **40** ราย

ผลตอบแทนทางสังคม ปี 3

ร้อยละ **10.90**







การเสริมสร้างสุขภาพ และสุขภาพะที่ดี

ในยุคที่ผู้บริโภคใส่ใจดูแลสุขภาพด้วยอาหาร ซีพี ออลล์ จึงมีนโยบายผลิตอาหารอย่างรับผิดชอบ โดยคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพ วิจัยและพัฒนาอาหารที่มีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนอย่างหลากหลาย เพื่อให้ประชาชนคนไทยเข้าถึงการกินดี อยู่ดี มีสุขอย่างยั่งยืน

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG2 ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการและส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

2.1 ยุติความหิวโหยและสร้างหลักประกันให้ทุกคน โดยเฉพาะที่ยากจนและอยู่ในภาวะเปราะบาง อันรวมถึงทารก ได้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการ

SDG3 สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

3.8 การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขสูงจำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้

SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและผลิตที่ยั่งยืน

12.4 บรรลุการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดในวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้น เพื่อที่จะลดผลกระทบทางลบที่จะมีต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด



การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

เป้าหมายปี 2573



เพิ่มสัดส่วนจำนวนผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ที่มุ่งเน้นสุขภาพ และโภชนาการที่ดี

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



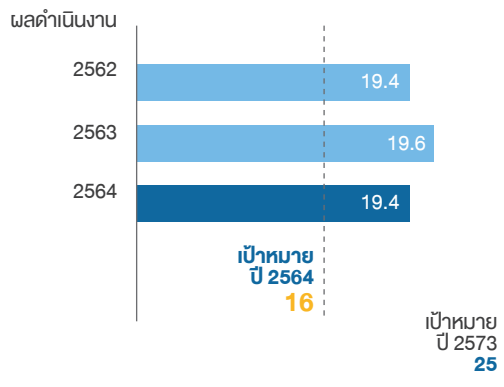
1,896 ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) ที่มุ่งเน้นสุขภาพ และสุขภาวะที่ดี (รายการ)



3,874 ร้าน 7-Eleven เข้าร่วมโครงการ “กินดี อยู่ดี มีสุข” สร้างยอดขายสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ **4,069** ล้านบาท

ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : ร้อยละ)



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



โครงการต่อเนื่อง “กินดี อยู่ดี มีสุข”



ต่อยอดร้าน 7-Eleven ให้เป็น “ศูนย์สุขภาพดีของชุมชน” ผ่านร้านยาเอ็กซ์ต้า



โครงการพัฒนาสินค้าสุขภาพ กลุ่มผลิตภัณฑ์พัฒนาพร้อม (Private Brand)



โครงการ VG For Love

ความเสี่ยงและโอกาส

แนวโน้มการดูแลสุขภาพด้วยอาหารได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน จากงานวิจัยที่หลากหลาย พบว่ามูลค่าการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ในปี 2563 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 2.4 รวมถึงการเติบโตของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพ เลือกบริโภคอาหารที่ดี มีคุณค่าทางอาหารเพียงพอเพื่อเสริมสุขภาพให้แข็งแรง สามารถป้องกันตนเอง

จากโรคระบาดในปัจจุบันได้ บริษัทตระหนักถึงการเรียนรู้ พัฒนา ศักยภาพ และยกระดับขีดความสามารถในการวิจัยผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ อาทิ อาหารกลุ่มปราศจากสารปรุงแต่งสารกันบูด น้ำตาล น้ำมันปาล์ม ไม่แต่งสี และไม่มีไขมัน อาหารโปรตีนทางเลือก รวมถึงซูเปอร์ฟู้ด เพื่อส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีของประชาชน ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีความปลอดภัย และคุณค่าอาหารครบถ้วน ตอบสนองต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านสุขภาพที่ยั่งยืนมากขึ้น

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ดำเนินงานด้านสุขภาพและโภชนาการที่ดีภายใต้นโยบายสุขภาพและโภชนาการ ครอบคลุมกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร การเข้าถึงข้อมูลและการสื่อสาร อาทิ กระบวนการผลิตอาหารที่สอดคล้องระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานของประเทศ การแสดงรายละเอียดบนฉลากผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน รวมถึงการส่งเสริมกิจกรรมการเข้าถึงสุขภาพที่ดีสำหรับผู้บริโภค บริษัทร่วมกับหน่วยงานภายในและภายนอก แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ขอคำปรึกษา ร่วมวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารปราศจากน้ำตาล ไม่แต่งสี ไม่มีไขมัน อาหารเสริมไฟเบอร์ และธาตุเหล็ก เป็นต้น รวมถึงคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพจากแหล่งที่มาที่มีความรับผิดชอบ ได้รับการรับรอง และสามารถตรวจสอบได้สำหรับผลิตภัณฑ์ดัดแปลงพันธุกรรม (Genetically Modified Organisms : GMOs) นอกจากนี้ บริษัทกำหนดกลยุทธ์

สร้างการรับรู้ของลูกค้า โดยปรับภาพลักษณ์ของร้าน 7-Eleven การจัดเรียงสินค้าประเภทอาหารเพื่อสุขภาพให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้สะดวกมากขึ้น พร้อมทั้งจัดแคมเปญกระตุ้นการบริโภคสินค้ากลุ่มสุขภาพและโภชนาการ (Health and Nutrition Product) นอกจากนี้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 บริษัทกำหนดมาตรการรักษาความสะอาดและความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้าน 7-Eleven อาทิ ทำความสะอาดพื้นที่สัมผัสอย่างสม่ำเสมอ กำหนดพื้นที่การให้บริการเพื่อรักษาระยะห่าง กำหนดให้ลูกค้าทุกท่านสวมหน้ากากอนามัย และตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าร้าน ตลอดจนการให้ความรู้และสื่อสารกับพนักงานเกี่ยวกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด และทำความสะอาดมือทุกครั้งก่อนสัมผัส และจัดเตรียมสินค้า

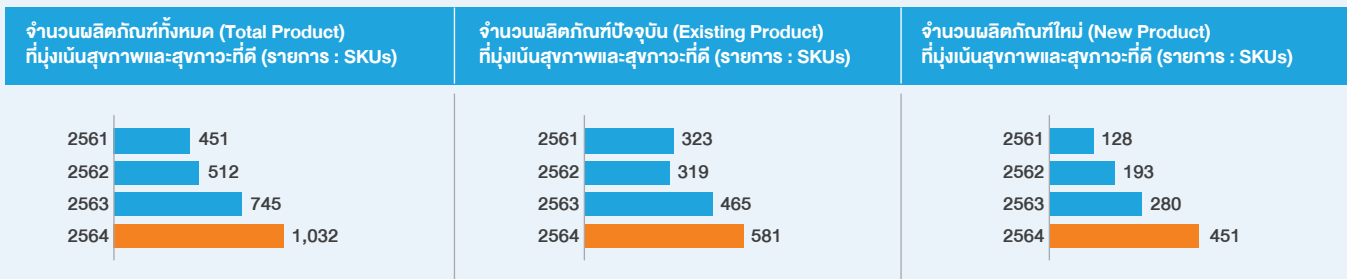


อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

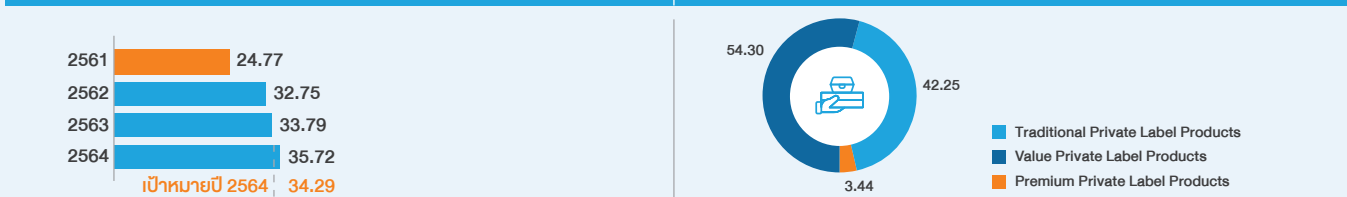
นโยบายสุขภาพและโภชนาการ

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

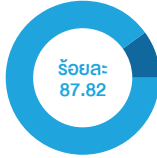
สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564



สัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มพัฒนาส่วน (Private Brand) ต่อยอดขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด (ร้อยละ)



สัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขภาพและสุขภาพที่ดี
ต่อยอดขายทั้งหมด (ร้อยละ)

ร้อยละ
87.82ร้อยละ **12.18**

- ยอดขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- ยอดขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด

ผลิตภัณฑ์กลุ่มผ่านเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ

**647** รายการยอดขาย **15,583** ล้านบาทร้อยละ **8.19**

ผลิตภัณฑ์กลุ่มปรับลดโซเดียม โปแตสเซียม และน้ำตาล

**96** รายการยอดขาย **2,878** ล้านบาทร้อยละ **1.51****85** รายการยอดขาย **2,464** ล้านบาทร้อยละ **1.29****5** รายการยอดขาย **424** ล้านบาทร้อยละ **0.22**

- หมายเหตุ:
- ร้อยละเทียบยอดขายกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด
 - ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ครอบคลุมผลิตภัณฑ์พัฒนาาร่วม (Private Brand) และผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมาจากภายนอก (National Brand) กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม
 - เกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ โดยมหาวิทยาลัยมหิดลว่าด้วยเรื่องการควบคุมสารอาหารในเกณฑ์ที่เหมาะสม 8 หมวด ได้แก่ โซเดียม ฟอสฟอรัส น้ำตาล ไขมัน เกลือแร่ ไฟเบอร์ เหล็ก เพื่อให้การรับประทานอาหารต่อมื้ออาหารเหมาะสม

การแสดงผลจากโภชนาการบนผลิตภัณฑ์



แสดงผลจากโภชนาการที่เป็นไปตามมาตรฐานสากลบนผลิตภัณฑ์ร้อยละ **100**

แสดงผลจากโภชนาการแบบจีดีเอ (Guideline Daily Amounts : GDA) ภาคสมัครใจ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มพร้อมทาน ร้อยละ **37.78**





หลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยกำหนดหลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1



สินค้าอาหารที่ผ่านการรับรอง หรือผ่านหลักเกณฑ์ของ “ทางเลือกสุขภาพ” หรือ Thai Healthier Logo ที่ให้การรับรอง โดยสถาบันโภชนาการมหาวิทยาลัยมหิดล

2



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

3



ผักและผลไม้สด หรืออาหารที่คงสภาพ สารอาหารที่เป็นประโยชน์ทางธรรมชาติ หรือผ่านการแปรรูปน้อยหรืออาหารที่ รับประทานแล้วได้โภชนาการครบถ้วนและ พลังงานที่เหมาะสมใน 1 มื้อ

4



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

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่วางจำหน่ายใน ร้าน 7-Eleven

1. หัวพร้อมทาน



✓ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์

หัว คัดสรรแหล่งปลูกจาก อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี แหล่งปลูกที่ดีที่สุดในประเทศไทย หัวเม็ดใหญ่ มีสีขาวอมเหลืองอ่อน ๆ รสชาติหวาน มัน กรอบ เนื้อแน่น ฉ่ำน้ำ ปอกเปลือกพร้อมทาน อุดมไปด้วยสารอาหารที่มีประโยชน์

♥ ประโยชน์ต่อสุขภาพ

- มีไฟเบอร์สูง ซึ่งมีประโยชน์ต่อระบบขับถ่าย ลดอาการท้องผูก ระบบย่อยอาหาร และยังช่วยควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดและระดับคอเลสเตอรอล
- มีสาร Purin สูง ช่วยดับกระหายคลายร้อน ช่วยจับของเสีย และบำรุงปอด

📍 วันที่วางจำหน่าย

20 พฤษภาคม 2564



จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทุกสาขาทั่วประเทศ

2. พูชีลีสัปดาห์มาโก้ (ตรา เซฟแคร์ส)



✓ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์

เมนูลับที่รังสรรค์โดยปรมาจารย์แห่งสตรีกฟู้ด ทำให้เมนูธรรมดากลายเป็นเมนูพิเศษ โดยใช้เส้นพูชีลีหรือพาสต้าเส้นเกลียวนำเข้าจากประเทศอิตาลีผัดพร้อมกับไก่อบงาซีนโตและพริกแกงสูตรลับ นอกจากนี้ ยังอุดมไปด้วยผักต่าง ๆ ซึ่งให้คุณค่าทางอาหารอย่างครบถ้วน ทั้งหมดนี้คั่วในกระทะร้อน ๆ ให้ได้กลิ่นหอมของกระทะเหมือนไปทานที่ร้านอาหารจริง ๆ

♥ ประโยชน์ต่อสุขภาพ

เป็นแหล่งของโปรตีนและให้คุณค่าทางอาหารครบถ้วน

📍 วันที่วางจำหน่าย

28 ตุลาคม 2564



จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทุกสาขาทั่วประเทศ

3. มาม่่าออเรียนทัลคิตเซน รสคาโบนาร่าเบคอน 85 กรัม



✓ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมาม่่าออเรียนทัลคิตเซนรสชาติใหม่ในปีนี้เป็น คาโบนาร่าเบคอน แบบแห้ง ซอสคาโบนาร่า เข้มข้นด้วยชีสเน้น ๆ โรยด้วยเบคอน กรอบ หอมมัน ครีมนี่ เข้ากั้นติดกับเส้นมาม่่า ที่หนานุ่ม

♥ ประโยชน์ต่อสุขภาพ

ได้รับสัญลักษณ์โภชนาการทางเลือกสุขภาพ กลุ่มบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป มีปริมาณโซเดียมไม่เกิน 1,400 มิลลิกรัมต่อหนึ่งหน่วยบริโภคที่มากกว่า 70 กรัม

📍 วันที่วางจำหน่าย

1 กรกฎาคม 2564



จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทุกสาขาทั่วประเทศ

4. วิตามินซี วิตามินซี คอลลาเจนรสส้ม 480 มล.



✓ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์

ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและชะลอความเสื่อมของผิว ไม่มีน้ำตาล ไม่มีไขมัน ไม่มีโซเดียม ตอบโจทย์คนรักสุขภาพ

♥ ประโยชน์ต่อสุขภาพ

วิตามินซี 200% นำเข้าจากประเทศอังกฤษ

- เสริมสร้างภูมิคุ้มกัน
- ต่อต้านอนุมูลอิสระ

คอลลาเจน 2,000 มิลลิกรัม

- ช่วยสร้างคอลลาเจน เพื่อการทำงานปกติของผิวหนัง
- บำรุงและชะลอความเสื่อมของผิวหนัง

📍 วันที่วางจำหน่าย

13 พฤษภาคม 2564



จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทุกสาขาทั่วประเทศ

5. สิงห์เลมอนยูซุโซดา 330 มล.



✓ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์

เครื่องดื่มปราศจากน้ำตาล 0 แคลอรี และมีวิตามินซีสูง เหมาะสำหรับคนรักสุขภาพ ที่ต้องการความสดชื่น

♥ ประโยชน์ต่อสุขภาพ

ได้รับสัญลักษณ์โภชนาการทางเลือกสุขภาพ

📍 วันที่วางจำหน่าย

3 มิถุนายน 2564



จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทุกสาขาทั่วประเทศ



สร้างการรับรู้ สนับสนุนการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

บริษัทร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีความเชี่ยวชาญด้านอาหารทั้งภายในและภายนอก อาทิ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) สถาบันโภชนาการมหาวิทยาลัยมหิดล และบริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัย พัฒนา รวมถึงรับวิเคราะห์ทดสอบทางด้านอาหารของบริษัท ซึ่งตั้งอยู่ในโครงการเมืองนวัตกรรมอาหาร (Food Inno-polis) ทำหน้าที่ดำเนินงานวิจัยและพัฒนาโภชนาการอาหารในผลิตภัณฑ์ เช่น ปริมาณโซเดียม น้ำตาล ไขมัน ไขมันทรานส์ เป็นต้น ให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุ รวมถึงผู้ที่ต้องการโภชนาการเฉพาะเจาะจง เช่น ผู้ป่วยเฉพาะทาง เป็นต้น



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่บริษัทพัฒนาร่วมกับสถาบันโภชนาการมหิดล โดยใช้เกณฑ์การกล่าวอ้างหน้าที่ของสารอาหาร (Nutrient Function Claims)

1. ข้าวต้มหมู สำหรับผู้สูงอายุ



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์

เคี้ยวง่ายเหมาะกับผู้สูงอายุที่สูญเสียฟันและผู้สูงอายุทั่วไป



ประโยชน์ต่อสุขภาพ

ย่อยง่าย มีคุณค่าทางโภชนาการคือ วิตามินบีรวม

วิตามินบี 1 บี 2 บี 6 บี 12 โฟเลตและใยอาหาร มีโซเดียมต่ำ 310 มิลลิกรัม



วันที่วางจำหน่าย

มกราคม 2562 – ปัจจุบัน



จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

10 สาขา ในโรงพยาบาลเวทกรุงเทพฯ และ 300 สาขาต่างจังหวัด

2. จมโบ้บีกเปา มังสวิรัต



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์

เสริมวิตามินบีรวม (บี 6 บี 12) สูง กรดเพนโทธินิกสูง

วิตามินอีสูง เพียงพอสำหรับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละวัน



ประโยชน์ต่อสุขภาพ

วิตามินบี 6 วิตามินบี 12 มีส่วนช่วยในการทำงานตามปกติของระบบประสาท วิตามินอี มีส่วนช่วยในการต้านอนุมูลอิสระ

กรดเพนโทธินิก มีส่วนช่วยให้ร่างกายได้รับพลังงานจากเมตาบอลิซึมตามปกติ



วันที่วางจำหน่าย

มีนาคม 2563 – ปัจจุบัน



จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทุกสาขาทั่วประเทศ

นอกจากนี้ บริษัทจัดให้มีการแสดงฉลากโภชนาการบนผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน โดยมีการแสดงรายละเอียดส่วนประกอบสำคัญ วิธีการใช้ และการเก็บรักษา เพื่อแสดงความชัดเจนของผลิตภัณฑ์ ช่วยให้ผู้บริโภคทราบคุณค่าทางโภชนาการและสามารถหลีกเลี่ยงสารอาหารที่อาจก่อให้เกิดอันตรายได้ รวมถึงส่งเสริมให้ลูกค้าจัดทำฉลากโภชนาการแบบจัดโต๊ะ (Guideline Daily Amounts : GDA) เพื่อแสดงค่าพลังงาน ไขมัน น้ำตาล และโซเดียม ทั้งภาคบังคับตามกฎหมาย ร้อยละ 100 และภาคสมัครใจ ได้ดำเนินการครอบคลุมกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มพร้อมทาน ร้อยละ 37.78

ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ที่แสดงฉลากโภชนาการ และผลิตภัณฑ์ที่ติดฉลากแสดงค่าพลังงาน ไบโหมิน น้ำตาล และโซเดียมแบบชัดเจน



การบริหารจัดการสินค้าตัดแปลงพันธุกรรม (Genetically Modified Organisms : GMOs)

ปัจจุบันผู้บริโภคยังมีข้อกังวลต่อสินค้าตัดแปลงพันธุกรรม (Genetically Modified Organisms: GMOs) บริษัทจึงมุ่งมั่นคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งที่มาที่มีความรับผิดชอบต่อครอบครัวตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยกำหนดนโยบายการบริหารจัดการสินค้า GMOs ที่ชัดเจน และสอดคล้องกับข้อปฏิบัติทางกฎหมายและข้อระเบียบบังคับด้านสินค้า GMOs ที่ประกาศใช้ของประเทศ รวมถึงส่งเสริมคุณค่าในการคัดสรรสินค้า ผ่านการออกแบบสอบถามและให้มีหลักฐานรับรองสำหรับสินค้า GMOs กลุ่มเสี่ยงที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้ บริษัทสนับสนุนการแสดงข้อมูลฉลากผลิตภัณฑ์แสดงรายละเอียดของสินค้าที่มีส่วนประกอบของวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ GMO เพื่อสร้างความมั่นใจว่าอาหารที่ส่งมอบให้ผู้บริโภคจะปลอดภัย และได้รับการรับรองการตรวจสอบจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้



อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

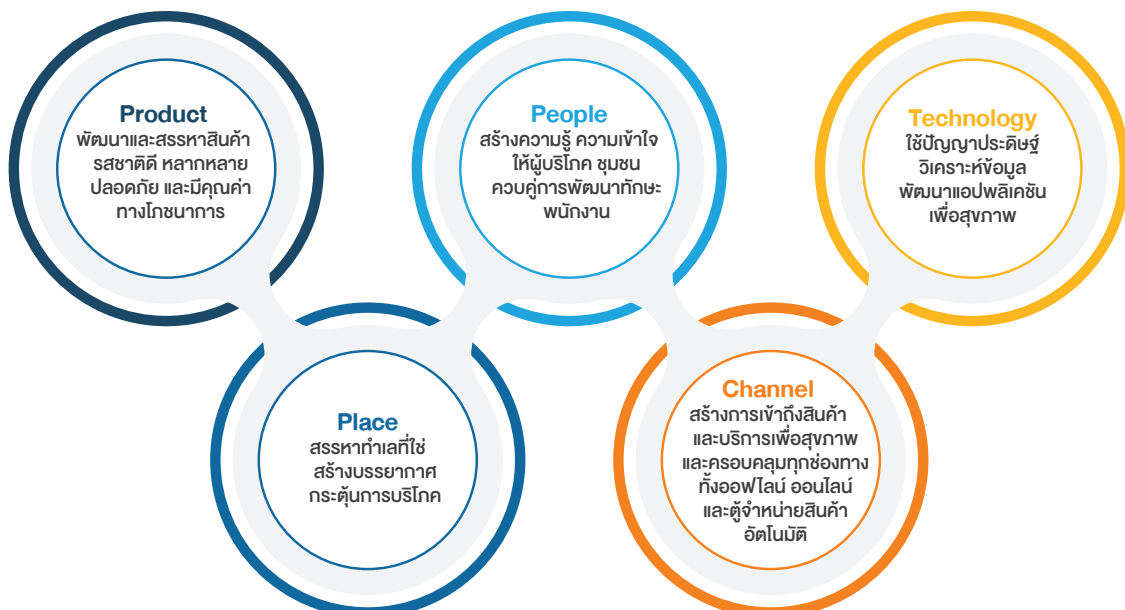
นโยบายและข้อระเบียบบังคับสินค้า GMOs

https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/GMO_Policy_TH_096_2563.pdf



โครงการเชิงกลยุทธ์

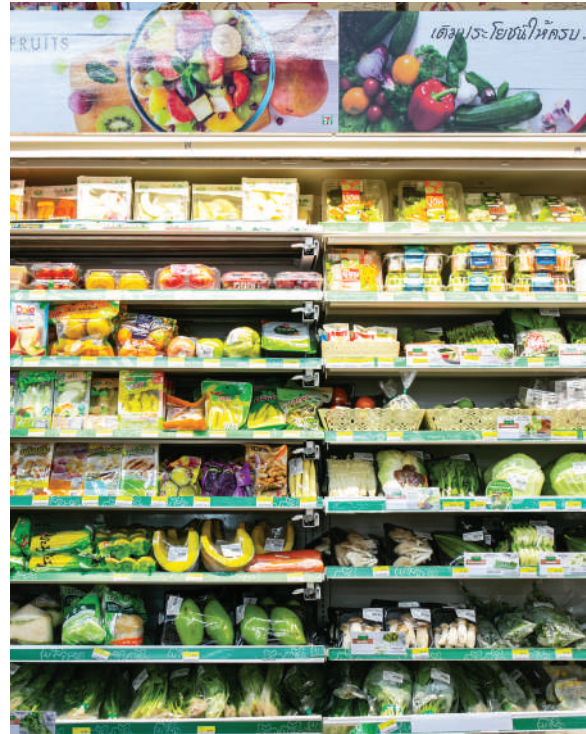
ในปี 2564 ภายใต้กลยุทธ์ “Product Place People Channel และ Technology” บริษัทดำเนินโครงการกลยุทธ์ ดังนี้



โครงการ “กินดี อยู่ดี มีสุข”

บริษัทดำเนินโครงการ “กินดี อยู่ดี มีสุข” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ในปี 2564 บริษัทตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม และสร้างให้เกิดการรับรู้ ครอบคลุมทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยขยายผลโครงการไปยังร้าน 7-Eleven เป็นจำนวนทั้งสิ้นกว่า 3,874 สาขา ไปยังทำเลศักยภาพต่าง ๆ โดยร้าน 7-Eleven ที่เข้าร่วมโครงการมียอดขายสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ รวมทั้งสิ้น 4,069 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.2 ของยอดขายร้านที่เข้าร่วมโครงการ

นอกจากนี้ ยังมีการต่อยอดร้าน 7-Eleven ให้เป็น “ศูนย์สุขภาพดี ของชุมชน” ผ่านร้านยาเอ็กซ์ต้า พร้อมสร้างร้านเครือข่าย โดยมีเภสัชกรพร้อมดูแลและคอยให้คำปรึกษา ทั้งนี้ ในปี 2564 ที่ผ่านมา เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 มีอัตราการแพร่ระบาดมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้คนหันมาดูแลสุขภาพ เรื่องสุขภาพกันอย่างจริงจัง ไม่ว่าจะเป็นการเลือกสินค้าเพื่อสุขภาพ ทั้งเชิงป้องกันและดูแลรักษาฟื้นฟูสุขภาพ อีกทั้งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยมีการทำงานที่บ้าน (Work From Home) มากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้บริโภคจึงหันมาปรุงอาหารทานเองมากขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าอาหารที่บริโภคนั้น สด สะอาด และปลอดภัย โครงการ “กินดี อยู่ดี มีสุข” คัดสรรสินค้า ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยเพิ่มความพร้อมของสินค้า กินดี พร้อมดื่ม พร้อมทาน และพร้อมปรุง พร้อมทั้งเพิ่มความหลากหลายของกลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพ เน้นกลุ่มอาหารพร้อมปรุง เนื้อสัตว์และผัก ผลไม้สด รวมทั้งสินค้าอยู่ดี สินค้ากระแสยาที่เป็นปัจจัย 4 ของการดำรงชีวิต เช่น ยารักษาโรค ยาสามัญประจำบ้าน เครื่องมือทางการแพทย์ วิตามินอาหารเสริม สมุนไพร เป็นต้น เพื่อการรักษาอย่างยั่งยืน โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพ ผ่านแอปพลิเคชัน 7Delivery ที่อำนวยความสะดวกพร้อมจัดส่งถึงบ้าน รวมถึงบริการจัดส่งยาสามัญประจำบ้านถึงบ้านลูกค้าด้วยเช่นกัน



นอกจากนี้ ลูกค้ายังสามารถสั่งสินค้าเพื่อสุขภาพ ผ่าน Health Icon ในแอปพลิเคชัน 7Delivery รวมถึงจัดทำแคมเปญกระตุ้นการบริโภคที่หลากหลาย อาทิ เมนูคุมแคล การแนะนำเมนูอาหารที่มีปริมาณแคลอรีที่เหมาะสม รวมถึงแนะนำสินค้าที่ได้รับสัญลักษณ์โภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ” เพื่อเป็นทางเลือกอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการตามความเหมาะสมของผู้บริโภค



รวมถึงมีการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชัน All PharmaSee ปรีกษาเภสัชกรฟรี สุขภาพดี ผ่านแอป 24 ชม. เพื่อเป็นการดูแลและส่งมอบสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพ และสุขภาวะที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าและชุมชนอย่างยั่งยืน



โครงการเก่าแก่ “ศูนย์สุขภาพดีของชุมชน”

บริษัทดำเนินโครงการเก่าแก่ “ศูนย์สุขภาพดีของชุมชน” โดยขยายขอบเขตการเข้าถึงบริการและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสำหรับชุมชนได้สะดวกยิ่งขึ้น ผ่านการดำเนินงานต่าง ๆ ดังนี้

- ขยายร้าน 7-Eleven ให้เป็นศูนย์สุขภาพดีของชุมชน
- พัฒนาเภสัชกรร้านยาเอ็กซ์ต้า (eXta) ให้เป็น “เภสัชกรเก่าแก่ขาย”
- พัฒนานพนักงานร้าน 7-Eleven ให้เป็น Health Master
- สร้างการรับรู้ และประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชัน “All PharmaSee” สำหรับการบริการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพกับเภสัชกร
- ตอบสนองความต้องการของลูกค้ารายบุคคลผ่านการประเมินข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าจากแอปพลิเคชัน All PharmaSee
- ผนึกการทำงานร่วมกันระหว่างแอปพลิเคชัน All PharmaSee และ True Health เพื่อบริการที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้า

โครงการพัฒนาสินค้าสุขภาพ กลุ่มผลิตภัณฑ์พัฒนาพร้อม (Private Brand)

บริษัทจัดทำหลักเกณฑ์เพื่อสุขภาพของบริษัท โดยอ้างอิงจากหลักเกณฑ์มาตรฐานทางด้านอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข และมาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมกำหนดตราสัญลักษณ์ Eat Well ตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด รวมถึงส่งเสริมให้สินค้าอาหารผ่านหลักเกณฑ์ “ทางเลือกสุขภาพ” ที่ให้การรับรองโดยสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล สำหรับผลิตภัณฑ์พัฒนาพร้อม (Private Brand) กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม โดยในปี 2564 มีผลิตภัณฑ์พัฒนาพร้อม (Private Brand) ที่ผ่านมาตรฐานดังกล่าวจำนวน 31 รายการ (SKUs) มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ดังนี้

1. แขนควิชัยพีช 12 ชนิด ไส้อกไก่รสสด



✓ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์

แปงแขนควิชัยพีชมากกว่า 12 ชนิด ประกอบไปด้วย เมล็ดฟักทอง งาขาว งาคั่ว เมล็ดเจีย บัควีก เมล็ดข้าวโพดอบ เมล็ดฟล็ก เมล็ดข้าวสาลี เมล็ดข้าวเกร็ดเคล้ เมล็ดข้าวฟ่าง ควินัวขาว ควินัวแดงและเมล็ดถั่วเหลือง มีเส้นใย วิตามิน ช่วยเพิ่มปริมาณไขมันดีให้แก่ร่างกาย ลดความเสี่ยงจากโรคหัวใจ และไขมันในเส้นเลือด สอดไส้อกไก่หมักเครื่องเทศโซเดียมต่ำ ที่มีส่วนผสมของเนื้อพริกหวาน พริก และพาสเลย์ ใช้เนื้อไก่ที่คัดสรรเฉพาะเนื้ออกไก่คุณภาพดีตัดแต่งมันออก นำมาอบ อุดมไปด้วยโปรตีน พร้อมกับน้ำสลัดจากตัวสูตรไขมันต่ำ ได้กลิ่นหอมจางค์ แปงแขนควิชัยหลังอบกรอบนอกนุ่มใน มีรสชาติหวาน เนื้ออกไก่หมักนุ่มไม่เหนียวมีรสเค็มเล็กน้อย และได้รสเปรี้ยวหวานมันจากน้ำสลัดจางค์ มีความเป็นครีมไม่เหลวเคลือบทั่วชิ้นไก่ ได้รสชาติกลมกล่อมเข้ากันอย่างลงตัว

♥ ประโยชน์ต่อสุขภาพ

พลังงาน 160 กิโลแคลอรี อุดมด้วยโปรตีน มีใยอาหาร

📍 วันที่วางจำหน่าย

24 มิถุนายน 2564



จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทุกสาขาทั่วประเทศ

2. แขนควิชัยพีชจาดำ ไส้สลัดกุน่า



✓ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์

มีความหอมของชาดำและรสชาติเปรี้ยวของมะนาวทำให้รู้สึกสดชื่น ใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาล พลังงานต่ำ

♥ ประโยชน์ต่อสุขภาพ

พลังงาน 190 กิโลแคลอรี โปรตีนสูง เป็นแหล่งของแคลเซียมและวิตามิน บี1

📍 วันที่วางจำหน่าย

14 มกราคม 2564



จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทุกสาขาทั่วประเทศ

3. กาแฟอัญชัญน้ำผึ้งมะนาว



✓ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์

กาแฟคั่วบด ระดับกลางถึงเข้ม มีความเข้มข้นของกาแฟเพิ่มความหอมหวานด้วยน้ำผึ้ง และรสชาติเปรี้ยวของมะนาวทำให้รู้สึกสดชื่น

♥ ประโยชน์ต่อสุขภาพ

น้ำตาลทั้งหมดไม่เกิน 18 กรัม ที่ปริมาณบริโภค 480 มิลลิลิตร, ไขมันทั้งหมด < 1 กรัม/100 มิลลิลิตร, โซเดียม < 100 มิลลิกรัม/100 มิลลิลิตร พลังงานทั้งหมด < 40 กิโลแคลอรี/100 มิลลิลิตร (ใส่วัตถุให้ความหวานแทนน้ำตาล)

📍 วันที่วางจำหน่าย

20 พฤษภาคม 2564



จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทุกสาขาทั่วประเทศ

4. ข้าวกะเพราหมู



✓ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์

ใช้น้ำมันที่คัดสรรเฉพาะเนื้อหมูส่วนสะโพกตัดแต่งมันออก นำมาผัดกับเครื่องเทศ เครื่องปรุงรสกะเพรา หอมกลิ่นใบกะเพราที่เป็นพันธุ์กะเพราป่า ที่หอมกว่ากะเพราทั่วไปรสชาติเข้มข้นกลมกล่อม แต่สามารถควบคุมให้เป็นไปตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพที่ควบคุมคุณค่าทางโภชนาการที่ดีได้

♥ ประโยชน์ต่อสุขภาพ

ได้รับสัญลักษณ์โภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ” กลุ่มอาหารมื้อหลัก ที่ควบคุมคุณค่าทางโภชนาการ 8 หัวข้อ โปรตีน แคลเซียม เหล็ก โยอาหาร ไขมันทั้งหมด กรดไขมันอิ่มตัว น้ำตาล และโซเดียม อีกทั้งต้องควบคุมคุณค่าพลังงานต้องอยู่ในช่วง 250-500 กิโลแคลอรี (380 กิโลแคลอรี)

📍 วันที่วางจำหน่าย

13 พฤษภาคม 2564

🏪 จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทุกสาขาทั่วประเทศ

โครงการ VG for Love

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ยังคงพัฒนากลุ่มสินค้าภายใต้ตราสินค้า “VG for Love” อย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาหารกลุ่มใหม่สำหรับผู้บริโภคที่มีการบริโภคพืชเป็นหลัก “Plant Based Diet” ดังกล่าวนี มีไลฟ์สไตล์สอดคล้องทั้ง 4 ความรัก คือ รักสุขภาพ รักชีวิตสัตว์ รักสิ่งแวดล้อม และรักโลก มุ่งหวังให้เกิดความสมดุลตลอดห่วงโซ่อาหาร

“VG for Love” แบ่งประเภทอาหารเป็น 5 ประเภท

 <p>Vegan-J : อาหารเจ</p> <p>อาหารสำหรับกลุ่มคนที่รับประทานพืชเป็นหลัก โดยงดเว้นผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทุกชนิด รวมทั้งพืชที่มีกลิ่นฉุน</p> <p>Microwave</p>	 <p>Vegan : อาหารวีแกน</p> <p>อาหารสำหรับกลุ่มคนที่รับประทานพืชเป็นหลัก โดยงดเว้นผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทุกชนิด</p> <p>Microwave</p>
 <p>Lacto Veggie : อาหารมังสวิรัตีกินนม</p> <p>อาหารสำหรับกลุ่มคนที่รับประทานพืชเป็นหลัก โดยงดเว้นผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทุกชนิด แต่สามารถรับประทานผลิตภัณฑ์จากนมได้</p> <p>Microwave</p>	 <p>Ovo Veggie : อาหารมังสวิรัตีกินไข่</p> <p>อาหารสำหรับกลุ่มคนที่รับประทานพืชเป็นหลัก โดยงดเว้นผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทุกชนิด แต่สามารถรับประทานผลิตภัณฑ์จากไข่ได้</p> <p>Microwave</p>
 <p>Lacto-Ovo Veggie : อาหารมังสวิรัตีกินนม และไข่</p> <p>อาหารสำหรับกลุ่มคนที่รับประทานพืชเป็นหลัก โดยงดเว้นผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทุกชนิด แต่สามารถรับประทานผลิตภัณฑ์จากนมและไข่ได้</p> <p>Microwave</p>	

ซึ่งบรรจุภัณฑ์ “สีฟ้า” ปิดผนึกมิดชิด เพื่อคงสภาพความสด ใหม่ สะอาด และความปลอดภัยทางอาหารสูงสุด



“VG for Love” ได้วางจำหน่ายแล้วผ่านช่องทางร้าน 7-Eleven ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ แม็คโคร โลตัส และร้านค้าชั้นนำครอบคลุมทั่วประเทศ



การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสูงภาวะที่ดี

การสร้างความมั่นคงทางอาหารเป็นวาระระดับโลก ซีพี ออลล์ให้ความสำคัญกับการส่งมอบอาหารที่มีคุณภาพ ปลอดภัย มีประโยชน์อย่างเพียงพอ ควบคู่ไปกับการยกระดับภาคการเกษตรถึงแปลงปลูก เพื่อควบคุมดูแลให้มั่นใจว่ามีผลผลิตและมีความปลอดภัยอย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมการผลิตอาหารที่รักษาทรัพยากรธรรมชาติและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG2 ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการและส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

2.1 ยุติความหิวโหยและสร้างหลักประกันให้ทุกคนโดยเฉพาะที่ยากจนและอยู่ในภาวะเปราะบาง อันรวมถึงทารก ได้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการ

SDG3 สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดี และส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

3.8 การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้

SDG11 ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิต้านทาน และยั่งยืน

11.5 ลดจำนวนการตายและจำนวนคนที่ได้รับผลกระทบ และลดการสูญเสียโดยตรงทางเศรษฐกิจ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑืมวลรวมภายในประเทศของโลกที่เกิดจากภัยพิบัติ ซึ่งรวมถึงภัยพิบัติที่เกี่ยวข้องกับน้ำ โดยมุ่งเป้าปกป้องคนจนและคนที่อยู่ในสถานการณ์ที่เปราะบาง

SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและผลิตที่ยั่งยืน

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืน และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

12.4 บรรลุเรื่องการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตกลงกันแล้ว และลดการปลดปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดิน อย่างมีนัยสำคัญ เพื่อจะลดผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์ และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด

SDG17 การมีส่วนร่วมในเป้าหมายพัฒนาอย่างยั่งยืน

17.14 ยกระดับความสอดคล้องเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสุขภาวะที่ดี

เป้าหมายปี 2573



สนับสนุนให้ผู้ทำงาน แคลน กลุ่มคนยากจน และกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงอาหาร น้ำที่ปลอดภัย และการมีสุขภาวะที่ดี

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



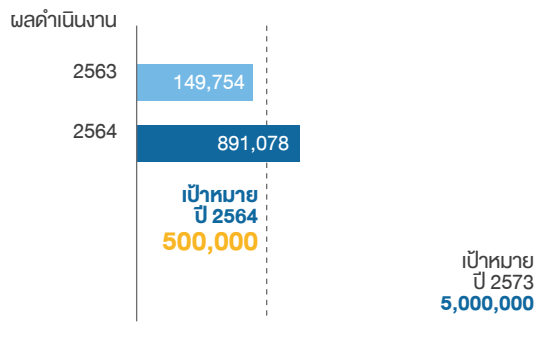
แม็คโคร ทุกสาขา และศูนย์กระจายสินค้าแม็คโคร มหาชัย ได้รับรองระบบการจัดการอาหารปลอดภัย ISO 22000 : 2018



ส่งเสริมกลุ่มเปราะบางเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย
891,078 ราย มูลค่า **17.97** ล้านบาท

ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : รายสะสม)



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



โปรแกรมเกษตรยั่งยืน



โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการปลูกกล้วยหอมทองปลอดภัยให้กับเกษตรกร



โครงการจัดการอาหารปลอดภัย



โครงการส่งเสริมการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย เช่น ครีบบันอัม เป็นต้น

ความเสี่ยงและโอกาส

ความมั่นคงทางอาหารเกิดขึ้นในช่วงวิกฤตการณ์ทางอาหารเมื่อกว่า 50 ปีที่ผ่านมา โดยองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations : FAO) องค์กรผู้ทำหน้าที่พัฒนามาตรฐานอาหาร และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านโภชนาการและการเกษตร ให้ข้อมูลสนับสนุนว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางอาหารไปทั่วโลก เนื่องจากมาตรการป้องกันและการควบคุมการระบาดในแต่ละประเทศ ที่เกิดขึ้นแบบฉุกเฉินและเร่งด่วน ก่อให้เกิดความตระหนักในการกักตุนอาหารและน้ำสำหรับผู้ที่สามารถเข้าถึงและผู้ที่มีรายได้ ตลอดจนการหวังผลกำไรอันเกินควรจากสินค้าหรือ

อุปกรณ์ทางการแพทย์ในช่วงการระบาด ซึ่งส่งผลให้กลุ่มผู้ไม่มีรายได้ กลุ่มเปราะบาง ไม่สามารถเข้าถึงสินค้าหรืออุปกรณ์ทางการแพทย์ได้ การมีแผนบริหารจัดการที่ดีและการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมจากหน่วยงานรัฐ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้ความมั่นคงทางอาหารในภาวะวิกฤตสามารถผ่านไปได้ นอกจากนี้ ความร่วมมือจากภาคธุรกิจและภาคการเกษตรเป็นอีกแรงสนับสนุนในการส่งเสริมไม่ให้เกิดความเสี่ยงทางด้านความมั่นคงทางอาหาร โดยการสร้างภาคีเครือข่ายวางแผนพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบาย เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารที่ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนยกระดับภาคการเกษตรให้มีผลผลิตและมีความปลอดภัยทางด้านอาหารอย่างยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านความมั่นคงทางอาหารเพื่อสนับสนุนการเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัยสำหรับกลุ่มผู้ยากไร้และกลุ่มเปราะบาง ตลอดจนมีมาตรการป้องกันความปลอดภัยสูงสุดให้แก่พนักงาน คู่ค้า ทั้งในส่วนของหน้าร้านและกระบวนการผลิต เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการเข้าถึงอาหารและน้ำได้อย่างปลอดภัย เพียงพอ และมีสุขภาวะที่ดี ในปี 2564 บริษัทได้ดำเนินโครงการ คริวบินอิม โครงการการจัดการอาหารปลอดภัย โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการปลูกกล้วยหอมทองปลอดสารเคมีให้กับเกษตรกร โครงการเกษตรยั่งยืน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้สามารถเข้าถึงอาหารบริโภคได้อย่างเพียงพอ พร้อมด้วยอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ มีความสมดุล และปลอดภัยต่อผู้บริโภค

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อหลักปฏิบัติภายใต้นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนที่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้ผลิตเองและคู่ค้าลำดับต่าง ๆ มาสนับสนุนการดำเนินธุรกิจและกระบวนการจัดหาอย่างยั่งยืน ตลอดจนมุ่งส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก เพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ของชุมชน คู่ค้า รวมทั้งสุขภาวะที่ดีของผู้บริโภค และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอย่างเท่าเทียม พร้อมกันนี้ ผลิตภัณฑ์เครื่องหมายทางการค้าของบริษัทสามารถตรวจสอบย้อนกลับเพื่อหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบอย่างยั่งยืนอีกด้วย

บริษัทดำเนินงานด้านการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสุขภาวะที่ดี ภายใต้การประเมินระดับความมั่นคงทางอาหารจากองค์การอนามัยโลกที่กำหนดให้มี 3 มิติ ดังนี้



ซึ่งการดำเนินงานด้านความมั่นคงทางอาหารนั้นยังต้องคำนึงถึงความสามารถในการเข้าถึงและความปลอดภัยของอาหารไปพร้อม ๆ กัน บริษัทสนับสนุนประชาชนทุกกลุ่ม ซึ่งรวมถึงกลุ่มผู้ยากไร้และกลุ่มเปราะบางให้สามารถเข้าถึงอาหารบริโภคได้อย่างเพียงพอ พร้อมด้วยอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ มีความสมดุล และปลอดภัยต่อผู้บริโภค เพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคและบริโภคอาหารอย่างมีประโยชน์ ตลอดจนเพื่อลดสาเหตุของการเกิดภาวะทุพโภชนาการเนื่องจากบริโภคอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะอีกด้วย

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564

<p>การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย</p> <p>ส่งเสริมกลุ่มผู้ยากไร้และกลุ่มเปราะบาง เข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย</p> <p>891,078 ราย</p>	<p>การเรียกคืนสินค้าที่อาจจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพผู้บริโภค</p> <p>93 ครั้ง</p>
---	---

<p>การจัดหาอย่างยั่งยืน</p> <p>ผลิตภัณฑ์ Own Brand ที่สามารถ ตรวจสอบย้อนกลับได้ (รายการ)</p> <p>15,000 รายการ</p>	<p>คิดเป็นสินค้าภายใต้เครื่องหมาย ทางการค้าของสยามแม็คโคร</p> <p>ร้อยละ 100</p>	<p>สัดส่วนรายได้จาก ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ต่อผลิตภัณฑ์การเกษตรทั้งหมด</p> <p>ร้อยละ 0.93</p>
--	--	--

การรับรองมาตรฐานสากลด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร			
สินค้าโภคภัณฑ์เกษตร	มาตรฐานการรับรอง	สินค้า ที่ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)	ปริมาณการจัดซื้อ เทียบกับการจัดซื้อ วัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)
ปาล์ม	RSPO	23.58	18.21
ถั่วเหลือง	RTRS	44.67	6.32
น้ำตาล	BONSUCRO	42.19	34.33
โกโก้	Khocher Certificate, Fairtrade Standard for Cocoa, GAP FSS C22000, Utz Certified Core Code of Conduct, GMP	100	1.56
กาแฟ	GAP, Utz Certified, Rainforest Alliance, Fair Trade Certified	7.06	10.76
ธัญพืช	GAP, HACCP	7.27	6.19
สินค้าอื่น ๆ	GAP, Q Organic	19.37	22.63

ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์			
สินค้าโภคภัณฑ์เกษตร	มาตรฐานการรับรอง	สินค้า ที่ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)	ปริมาณการจัดซื้อ เทียบกับการจัดซื้อ วัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)
ผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ	IFOAM Accredited, ASC	21.93	19.48
ผลิตภัณฑ์จากโค	BBFAW, Livestock OK	34.43	1.96
ผลิตภัณฑ์นม	RAWMI, Codex Alimentarius, Rainforest Alliance, GAP, GMP	54.41	11.33
ผลิตภัณฑ์จากสุกร	BBFAW, Livestock OK, GAP, TIS OHSAS 18001	81.97	30.83
ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ปีก	BBFAW, Livestock OK, GAP	95.47	17.42
ผลิตภัณฑ์ประมง	MSC, IUU Fishing, GAP	0.58	18.98



ส่งเสริมการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีประโยชน์ จัดปัญหาความอดอยากและขาดสารอาหาร

โครงการซีพีแรม “เคียงข้างคนไทย ห่วงใยไม่ห่าง”

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19

บริษัท ซีพีแรม จำกัด จัดกิจกรรมเปิดครัวกลางภายใต้โครงการซีพีแรม “เคียงข้างคนไทย ห่วงใยไม่ห่าง” โดยส่งมอบอาหารพร้อมรับประทาน อาทิ ข้าวกล่อง ต้มยำ เจตตราก้อน ขนมปังเลอแบ่ง และน้ำดื่ม ให้กับบุคลากรทางการแพทย์ สาธารณสุข ตามโรงพยาบาลสนามและโรงพยาบาลพื้นที่ใกล้เคียง รวมถึงประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 เพื่อให้สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย ลดภาระค่าครองชีพ ตลอดจนร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรทางการแพทย์ สาธารณสุข



จำนวนบุคลากรทางการแพทย์
สาธารณสุข
ที่เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย
72,544 ราย



มูลค่าการสนับสนุนโครงการ
1.16 ล้านบาท

โครงการซีพีแรม “เคียงข้างคนไทย ห่วงใยไม่ห่าง”

สถานการณ์น้ำท่วมและภัยพิบัติต่าง ๆ

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ห่วงใยประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนจากสถานการณ์น้ำท่วมหนัก รวมถึงภัยพิบัติต่าง ๆ เร่งลงพื้นที่ช่วยเหลือและส่งต่อกำลังใจแก่ผู้ประสบภัย พร้อมจัดตั้งครัวกลาง เพื่อส่งมอบอาหารพร้อมรับประทาน ต้มยำ เจตตราก้อน และเบเกอรี่เลอแบ่งผลิตภัณฑ์คุณภาพจากซีพีแรม โดยคำนึงถึงความสะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ ในพื้นที่ใกล้เคียงสาขาขอนแก่นและสุราษฎร์ธานี รวมไปถึงผู้ประสบภัยน้ำท่วมในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง สระบุรี อุทัยฯ และสุพรรณบุรี



จำนวนผู้ประสบภัย
ที่เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย
26,832 ราย



มูลค่าการสนับสนุนโครงการ
504,235
บาท

โครงการซีพีแรม บินสุฯ

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ส่งมอบอาหารพร้อมรับประทาน ต้มยำเจตตราก้อน ขนมปังเลอแปงและน้ำดื่ม เพื่อส่งความสุขและรอยยิ้มให้กับผู้ที่ขาดแคลน กลุ่มคนยากจนและกลุ่มคนเปราะบาง ได้แก่ เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ที่มีความลำบากหรือขาดโอกาสในการเข้าถึงอาหาร ให้มีโอกาสดำเนินการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ



ผู้ที่ขาดแคลน กลุ่มคนยากจน
และกลุ่มคนเปราะบาง
ที่เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย
12,196 ราย



มูลค่าการสนับสนุนโครงการ
310,713
บาท

โครงการ “ครัวปันอิ่ม” ภายใต้โครงการ “ครัวปันอ้อมร้อยเรียงใจสู้ภัยโควิด 19”

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับเครือข่ายภาคประชาสังคม บรรเทาความเดือดร้อนแก่พี่น้องในชุมชนต่าง ๆ และผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารรายย่อยให้สามารถฝ่าวิกฤติโควิด 19 โดยการจัดซื้ออาหารที่ปรุงใหม่ สุก สะอาดตามหลักโภชนาการ บรรจุกล่องถูกสุขอนามัยจากร้านอาหารขนาดเล็กและขนาดกลางในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และสมทบบางส่วนจากสินค้าของบริษัท ส่งมอบอาหารพร้อมรับประทานจำนวน 377,904 กล่อง ให้กับบุคลากรทางการแพทย์ สาธารณสุข ตามโรงพยาบาลสนามและโรงพยาบาลพื้นที่ใกล้เคียง กลุ่มเปราะบางในชุมชน รวมถึงประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 เพื่อให้สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย ลดภาระค่าครองชีพ ตลอดจนร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรทางการแพทย์ สาธารณสุข



จำนวนผู้ได้รับการส่งเสริม
การเข้าถึงอาหาร และน้ำที่ปลอดภัย
377,904 ราย





มูลค่าการสนับสนุนโครงการ
10 ล้านบาท





ยกระดับกระบวนการผลิตอาหารที่รักษาทรัพยากรธรรมชาติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โปรแกรมเกษตรยั่งยืน

โครงการ	รายละเอียดโครงการ
โปรแกรมการส่งเสริมลดการใช้น้ำ (Programs to Reduce Water Consumption)	
<p>1.1 การเกษตรแบบไม่ไถพรวน (No-till/Conservation Agriculture in Rained Areas)</p> 	<p>โครงการปลูกกล้วย โดยใช้ต้นตอเก่า ไม่รีดตอเก่า ทำให้ลดการไถพรวนลงได้ปีละครั้ง หรือ 2 ปีครั้ง</p> <p> กลุ่มเป้าหมาย เกษตรกรที่ปลูกกล้วยแบบไร่</p> <p>★ ผลลัพธ์ ลดต้นทุนการผลิตเรื่องการไถพรวน ลงได้ ร้อยละ: 20 ของต้นทุนการผลิต</p>
<p>1.2 การจัดการและเทคโนโลยี (Management and Technology)</p>  	<p>โครงการพลาสติกคลุมแปลงกล้วย การใช้พลาสติกคลุมดินเพื่อเก็บกักความชื้น และลดการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืช และสารเคมีกำจัดแมลง</p> <p> กลุ่มเป้าหมาย เกษตรกรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</p> <p>★ ผลลัพธ์ ลดการใช้น้ำได้ ร้อยละ: 50 ของปริมาณน้ำที่ใช้ปกติ ลดการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืชได้ ร้อยละ: 100 และลดการใช้สารเคมีลงได้ ร้อยละ: 60</p>
โปรแกรมลดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม (Programs to Reduce Environmental Pollution)	
<p>2.1 การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Production of Organic Products)</p> 	<p>โครงการผักเกษตรอินทรีย์ เริ่มต้นส่งเสริมเกษตรกรอินทรีย์ในผลผลิตกลุ่มผักสลัด และมีจำหน่ายเป็นผักสลัดพร้อมทาน 1 ผลิตภัณฑ์</p> <p> กลุ่มเป้าหมาย สินค้ากลุ่มผักสลัด</p> <p>★ ผลลัพธ์ ลดการใช้สารเคมีทางการเกษตรได้ ร้อยละ: 100</p>
<p>2.2 การใช้สารกำจัดศัตรูพืชแบบ “ฉลาด” (Use of "Smart" Pesticides)</p> 	<p>โครงการติดกับดักแมลงที่แปลงปลูกพืช เพื่อที่จะได้ทราบว่าแมลงอะไรบ้างเข้ามาในแปลงปลูก จะได้เลือกใช้สารเคมีที่จำเพาะต่อแมลงชนิดนั้น ๆ</p> <p> กลุ่มเป้าหมาย สินค้ากลุ่มผัก</p> <p>★ ผลลัพธ์ ลดการใช้สารเคมีลงได้มากกว่า ร้อยละ: 30</p>

โครงการ	รายละเอียดโครงการ
<p>2.3 ระบบการผลิตแบบปิด (Enclosed Production Systems : Aquaculture)</p> 	<p>โครงการฟาร์มปลาชีวภาพสู่ความยั่งยืน มุ่งพัฒนากระบวนการผลิต โดยส่งเสริมให้คู่ค้าเพาะเลี้ยงปลาและปลาในในระบบปิดแบบเบ็ดเสร็จ ที่สามารถควบคุมคุณภาพ ความสะอาด ปลอดภัย ตลอดจนสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอน</p> <p>นอกจากนี้ ยังเป็นการควบคุมปัจจัยในการผลิต ลดปัญหาการผลิตไม่เพียงพอจากวิกฤตทางน้ำ ลดการปล่อยน้ำเสียในน้ำสาธารณะ ตลอดจนส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่เกษตรกร ชุมชน และสังคม</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="781 653 1122 789">  <p>ทางเลี้ยงปลาในกระชังแบบดั้งเดิม</p> </div> <div data-bbox="1146 653 1487 789">  <p>สามารถประยุกต์ต่อยอดใช้เพราะเลี้ยงปลาได้หลายชนิด</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="781 814 1122 951">  <p>ทางเลี้ยงปลาในระบบปิด เลี้ยงในบ่อพลาสติกที่มีระบบเติมอากาศ</p> </div> <div data-bbox="1146 814 1487 951">  <p>ผลิตได้ทั้ง scale เล็กในครัวเรือน ทยอยระบบขนาดใหญ่ หรือ scale ใหญ่</p> </div> </div>

โปรแกรมเพื่อปกป้องสุขภาพของดิน (Programs to Protect Soil Health)

3.1 ความถี่และความเข้มของการไถพรวน (Low Frequency and Intensity of Tillage)



โครงการปลูกกล้วย โดยใช้ต้นตอเก่า ไม่รี้อตอเก่า ทำให้ลดการไถพรวนลงได้ปีละครั้ง หรือ 2 ปีครั้ง

🎯 กลุ่มเป้าหมาย
เกษตรกรที่ปลูกกล้วยแบบไร่

★ ผลลัพธ์
ลดต้นทุนการผลิตเรื่องการไถพรวน ลงได้ **ร้อยละ 20** ของต้นทุนการผลิต

โปรแกรมป้องกันการทำลายระบบนิเวศ (Programs to Prevent the Destruction of Ecosystems)


4.1 การรับรองการผลิตที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า (Certifications that Ensure Deforestation-free Production)




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

🎯 กลุ่มเป้าหมาย
คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1) และลำดับถัดไป (Non Tier 1)
กลุ่มอาหารสด

★ ผลลัพธ์
จำนวนสินค้าที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ **15,000 รายการ** คิดเป็น **ร้อยละ 100** ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดภายใต้สัญลักษณ์ทางการค้าของสยามเบ็คโคร

โครงการ	รายละเอียดโครงการ
<p>4.2 การรับรองการผลิตที่ยั่งยืน MSC, ASC (MSC or ASC Certifications which ensure Sustainable Production)</p> 	<p>โครงการสินค้าที่ได้รับการรับรอง ASC MSC เป็นการจัดหาสินค้าอาหารทะเลชั้นเลิศจากแหล่งที่ผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐานการทำประมง โดยบริษัทจัดหาสินค้าอาหารทะเลคุณภาพชั้นเลิศและได้มาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืนภายใต้แบรนด์ Ocean Gems จากกลุ่มธุรกิจ FOOD SERVICE APME ในเครือสยามแม็คโคร ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืน (Marine Stewardship Council: MSC) และด้านการบริหารจัดการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ (Aquaculture Stewardship Council: ASC) ซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางจากผู้เชี่ยวชาญระดับโลก ในฐานะเกณฑ์ที่ดีที่สุดสำหรับมาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืนและรับผิดชอบต่อ</p> <p>ในปี 2564 บริษัทจัดโปรแกรมให้ความรู้พนักงานและลูกค้ากลุ่มผู้ให้บริการอาหารและร้านค้าปลีก เพื่อส่งเสริมความเข้าใจและความตระหนักถึงความสำคัญของการประมงอย่างยั่งยืน ปัจจุบัน สินค้าในกลุ่มธุรกิจฟู้ดเซอร์วิส ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และตะวันออกกลาง (Food Service APME) 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์ (ปลา ปู หอย กุ้ง ปลาหมึก หอย และไข่ (Roe)) ได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน Marine Stewardship Council (MSC) และ Aquaculture Stewardship Council (ASC) ทั้งสิ้น 42 ผลิตภัณฑ์</p>

โปรแกรมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Programs to Reduce GHG Emissions)

<p>5.1 การลดระยะทางการขนส่ง (Reduced Transport Distances Through)</p> 	<p>โครงการสร้างแหล่งรับซื้อสินค้าเกษตรที่แหล่งผลิต และส่งเสริมให้ปลูกพืชรอบ ๆ แหล่งรับซื้อ รวมทั้งส่งสินค้าที่คลังสินค้าที่ใกล้ที่สุด</p> <p>🎯 กลุ่มเป้าหมาย เกษตรกรและโรงแปก</p> <p>★ ผลลัพธ์ สร้างแหล่งรับซื้อในชุมชนได้ทั้งหมดมากกว่า 10 ราย กระจายทั่วภูมิภาคของประเทศ</p>
--	---

<p>5.2 การขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในร้านขายปลีก (Local Products Offerings in Retail)</p>  	<p>โครงการสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากชุมชน หรือสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มาจำหน่ายที่ร้าน 7-Eleven โดยผ่านกระบวนการคัดเลือกแบบพิเศษสำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อวางขายในร้าน 7-Eleven ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงภายในจังหวัด ผลิตภัณฑ์ที่มี อย. และผลิตภัณฑ์ที่มีบาร์โค้ด • คัดเลือกร้าน 7-Eleven 5 สาขา เพื่อทดลองขาย • จัดเรียงผลิตภัณฑ์ในร้าน 7-Eleven พร้อมทั้งติดสื่อประชาสัมพันธ์ให้สวยงาม • ติดตามยอดขายจำหน่ายผลิตภัณฑ์ • กรณีผ่านเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด บริษัทจะขยายผลการจำหน่ายไปยังร้าน 7-Eleven ในระดับจังหวัด ภูมิภาค และทั่วประเทศต่อไปตามลำดับ <p>🎯 กลุ่มเป้าหมาย วิสาหกิจชุมชน เอสเอ็มอี</p> <p>★ ผลลัพธ์ สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนกว่า 72 รายการ</p> <p>สนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในชุมชน 36 รายการ จัดจำหน่ายใน 123 สาขา</p>
---	---

โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการปลูกกล้วยหอมทองปลอดสารเคมีให้กับเกษตรกร

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินธุรกิจด้านการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบเกอรี่อบสด ซึ่งมีการใช้วัตถุดิบหลักทางการเกษตรคือ กล้วยหอมทองที่ใช้ในกระบวนการผลิตสินค้ากลุ่มเค้กกล้วยหอม จากผลกระทบภัยพิบัติทางธรรมชาติที่ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้า ซีพีแรมจึงมีแนวคิดในการจัดทำโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการปลูกกล้วยหอมทองและแปลงสาธิตต้นแบบการปลูกกล้วยหอมในพื้นที่ขนาด 2 ไร่ ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เพื่อส่งเสริมการปลูกกล้วยหอมทองและสร้างรายได้ให้กับกลุ่มเกษตรกร โดยโครงการมีแผนการขยายปริมาณพื้นที่และจำนวนการปลูกกล้วยหอมทองภายในปี 2565 กว่า 10 ไร่ คิดเป็นจำนวนกล้วยหอมทองกว่า 10,000 ตัน



ใส่ใจคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

มุ่งดำเนินการให้ร้าน 7-Eleven สามารถสร้างความพึงพอใจและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยส่งมอบสินค้าและบริการที่ถูกลักษณะ ปลอดภัย และเชื่อถือได้ ตลอดจนจัดอบรมหลักสูตรอาหารปลอดภัยให้แก่พนักงานเพื่อยกระดับมาตรฐานการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ถูกลักษณะและปลอดภัยแก่ผู้บริโภค ภายใต้ระบบการบริหารจัดการความปลอดภัยอาหารขององค์กร เพื่อให้พนักงานสามารถมอบประสบการณ์ที่ดีและปลอดภัยให้กับลูกค้า พร้อมกันนี้ บริษัทกำหนดให้มีหน่วยงานทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพสินค้าภายในร้าน 7-Eleven ดังนี้

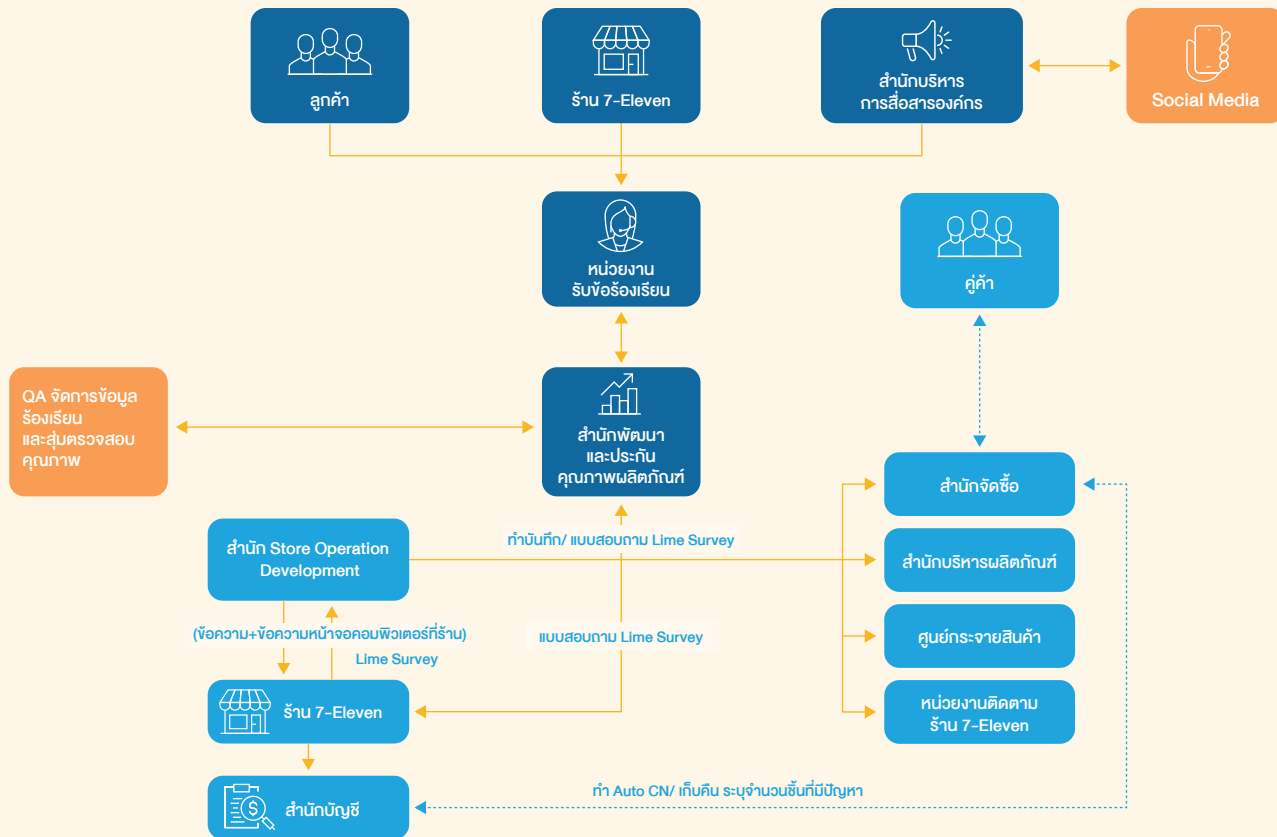


หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านค้าคุณภาพ (QSSI)
ตรวจสอบการจัดการด้านบริการและคุณภาพสินค้า โดยกำหนดให้มีการตรวจสอบเป็นประจำทุกวัน



หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้า (QA)
กำหนดมาตรฐานการปรับปรุงคุณภาพสินค้า การบริการจัดการคุณภาพ โดยสุ่มเข้าตรวจสอบมาตรฐานพิจารณาจากประเด็นการร้องเรียน การสุ่มตรวจสอบเทียบของบังคับ นำไปสู่การปฏิบัติ

กระบวนการเรียกคืนสินค้า










ในปี 2564 บริษัทพบข้อร้องเรียนทั้งหมดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน 8,196 ครั้ง จากการตรวจสอบ ส่งผลให้มีการเรียกคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานจากข้อร้องเรียนทั้งหมด 93 ครั้ง รวมไปถึงการสุ่มตรวจสอบคุณภาพสินค้าโดยสำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ ทำให้มีการเรียกคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานจำนวนทั้งหมด 8 ครั้ง

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในหลายจังหวัด ทำให้ผู้บริโภคมีความกังวลในการเลือกซื้อเนื้อสัตว์เป็นอย่างมาก บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ยึดมั่นการจัดการอาหารปลอดภัยตามระบบมาตรฐานสากล (ISO 22000 : 2018) ตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบปฏิบัติการภายในสาขาและศูนย์กระจายสินค้าให้สอดคล้องกับนโยบายด้านมาตรฐานอาหารปลอดภัยที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ประกอบด้วย การคัดเลือกจากแหล่งปลอดภัย ผู้ผลิตได้รับการรับรองมาตรฐาน การตรวจสอบคุณภาพ และยืนยันความปลอดภัยจากห้องปฏิบัติการ ISO/IEC 17025 การจัดส่งสินค้าด้วยระบบปิดควบคุมอุณหภูมิตลอดทั้ง

กระบวนการ ตรวจสอบย้อนกลับได้ถึงแหล่งที่มาของสินค้า (Traceability) รวมถึงการควบคุมการจัดจำหน่ายสินค้าตามมาตรฐานการจัดการความปลอดภัยของอาหาร ISO 22000 : 2018 ตั้งแต่ฟาร์มจนถึงมือผู้บริโภค โดยคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นสำคัญ ในปี 2564 บริษัทร่วมกับกรมปศุสัตว์ รณรงค์ให้ผู้บริโภคตระหนักถึงการเลือกซื้อเนื้อสัตว์ปลอดภัย ได้มาตรฐาน และบริโภคเนื้อสัตว์ที่ปรุงสุก ซึ่งแม็คโครมีมาตรการในการตรวจสอบเนื้อสัตว์อย่างเข้มข้น ภายใต้ 7 มาตรการสำคัญ เพื่อตรวจสอบความปลอดภัยของเนื้อสัตว์ที่วางจำหน่ายในสาขา ประกอบด้วย



-  สินค้าต้องผ่านมาตรฐานการรับรองฟาร์มเพาะเลี้ยงจากกรมปศุสัตว์
-  สถานที่ผลิตต้องผ่านการประเมินด้านสุขลักษณะอาหารจากกระทรวงสาธารณสุข
-  สินค้าต้องผ่านการตรวจความปลอดภัยทางจุลินทรีย์และเคมี โดยห้องปฏิบัติการ ISO 17025 ซึ่งมีการตรวจสอบลิกระดับ DNA เพื่อเฝ้าระวังสินค้าปลอมปน
-  มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มา โดยใช้ระบบตรวจสอบย้อนกลับ Makro i-Trace
-  กระบวนการจัดเก็บสินค้าและขนส่งสินค้าที่สะอาด ถูกสุขอนามัย เป็นไปตามมาตรฐานระดับสากล
-  เข้าร่วมในระบบ e-Privilege Permit ของกรมปศุสัตว์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมกระบวนการเคลื่อนย้ายเนื้อสัตว์ ก่อนเข้าจำหน่ายในสาขาแม็คโคร
-  แม็คโครทุกสาขาได้เครื่องหมาย ปศุสัตว์ OK ซึ่งหมายถึงการเป็นสถานที่จัดจำหน่ายที่ผ่านมาตรฐานการควบคุมเรื่องสุขลักษณะที่ดี และความปลอดภัยสินค้าเนื้อสัตว์ อันเป็นไปตามมาตรฐานของกรมปศุสัตว์

นอกจากนี้ ในแต่ละปี แม็คโครจำหน่ายส้มจากเกษตรกรไทยไม่น้อยกว่า 4,000 ตันต่อปี ฉะนั้นความปลอดภัยของส้มจึงส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในวงกว้าง แม็คโครจึงได้ดำเนินโครงการ “ส้มปลอดภัยคนไทยยิ้มได้” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 โดยร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และมหาวิทยาลัยแม่โจ้พัฒนาส้มจากเกษตรกรไทยที่จัดจำหน่ายให้มีความปลอดภัยสูงสุดเพื่อความมั่นใจในการบริโภค โดยมีกระบวนการหลัก ๆ ดังนี้



ให้ความรู้และลงพื้นที่แนะนำวิธีการปลูก และใช้สารกำจัดแมลงที่ปลอดภัย ให้กับเกษตรกรกว่า 60 ราย ครอบคลุมพื้นที่กว่า 20,000 ไร่



พัฒนาสวนส้มให้ผ่านมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) และแนะนำให้บริหารจัดการตลอดกระบวนการอย่างปลอดภัย เช่น เข้มงวดเรื่องการเก็บเกี่ยวในระยะปลอดภัย หลังจากการใช้สารกำจัดแมลง มีสวนส้มที่ผ่านมาตรฐาน GAP 16,000 ไร่



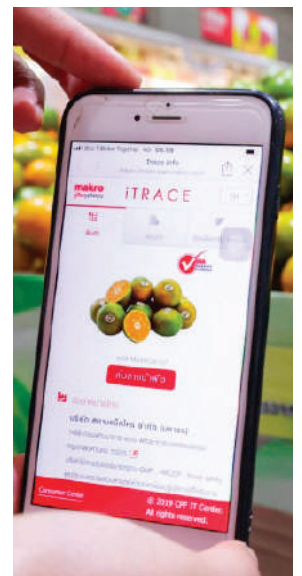
ส่งเสริมให้ลดการใช้สารเคมีกำจัดแมลง โดยเน้นใช้สารชีวภัณฑ์จากสะเดาทดแทน



ผลผลิตต้องผ่านการตรวจสอบสารเคมีตกค้าง ตั้งแต่ต้นฤดูกาลจนถึงปลายฤดู ด้วยห้องปฏิบัติการรับรองมาตรฐานระดับสากล ISO/IEC 17025 ตลอดจนเพิ่มความถี่ในการสุ่มตรวจสินค้าทุกล็อตก่อนออกจากสวน และที่ศูนย์กระจายสินค้า



สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ผ่านการสแกนคิวอาร์โค้ด Makro i-Trace ที่ติดอยู่ในบรรจุภัณฑ์ หรือป้ายแสดงคิวอาร์โค้ด ณ จุดจำหน่าย



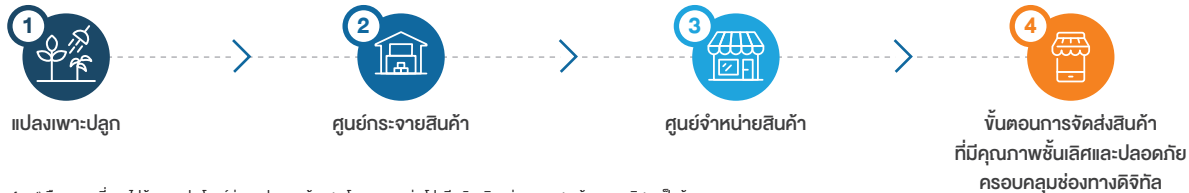
นอกจากนี้ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยอาหารตลอดการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานอย่างมีธรรมาภิบาล โปร่งใส สามารถสอบย้อนกลับได้ โดยให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัยตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ แม้ในสภาวะการระบาดของโรค เช่น โควิด 19 หรือ AFS ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของผู้บริโภค รวมถึงเกษตรกรผู้ผลิต บริษัทได้ร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงพาณิชย์ เพื่อพัฒนาระบบการตรวจสอบสินค้าตลอดทั้งกระบวนการ รวมถึงสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยของสินค้าและการป้องกันโรคระบาดให้กับผู้บริโภค

บริษัทได้พัฒนาเพื่อยกระดับสู่ความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยการพัฒนาคู่มือเกษตรกรผู้ผลิตอาหารให้มีมาตรฐานการผลิตที่ดีและปลอดภัย โดยใช้ระบบมาตรฐาน Makro Initiative Accreditation (MIA) ที่ตรวจประเมินและให้การรับรองมาตรฐานแบบออนไลน์ ทำให้สามารถดำเนินงานในสภาวะโรคระบาดได้ อีกทั้งยังได้ร่วมกับเครือข่าย 37 องค์กร ในคณะทำงานภาคประชาชน สำนักงาน

คณะกรรมการอาหารและยา และสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล พัฒนาเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthier Choice) รวมถึงสร้างความตระหนักรู้ในด้านอาหารและโภชนาการให้แก่ผู้บริโภคผ่าน QR Code ของระบบสอบย้อนกลับ Makro i-Trace ที่แสดงบนฉลากสินค้า สร้างความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัย และความใส่ใจต่อคุณภาพชีวิตของผู้บริโภค

พร้อมทั้งบริษัทได้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารกลุ่มซูเปอร์ฟู้ด (Super Food)* และสินค้าคุณภาพที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล อาทิ มาตรฐานอาหารทางเลือกสุขภาพ มาตรฐาน GMP มาตรฐาน CODEX มาตรฐาน HACCP และมาตรฐาน ISO 22000 เพื่อส่งมอบอาหารที่มีคุณภาพ มีคุณค่าอาหารครบถ้วน และปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค นอกจากนี้ สยามแม็คโครยังมุ่งพัฒนาพนักงานและเครือข่ายผู้ประกอบการให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านอาหารทั้งด้านคุณภาพและความปลอดภัย ตลอดจนขั้นตอนการบรรจุและจัดส่งสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในผลิตภัณฑ์และมุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดีเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดกับผลิตภัณฑ์และบริการของสยามแม็คโคร

การดูแลคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทานของสยามแม็คโคร



* ซูเปอร์ฟู้ด (Superfood) คือ อาหารที่อุดมไปด้วยคุณประโยชน์ต่าง ๆ ประกอบด้วยสารโภชนาการ เช่น โปสทิน วิตามิน แร่ธาตุ และสารต้านอนุมูลอิสระ เป็นต้น

บริษัท ซีพีแอม จำกัด

กำหนดแนวทางการคัดสรรวัตถุดิบ โดยมีการควบคุมการผลิตสินค้าอย่างเข้มงวด และพัฒนาระบบการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนได้รับการรับรองความปลอดภัยในกระบวนการผลิตด้วยมาตรฐานระดับสากล เช่น มาตรฐาน BRC มาตรฐาน HACCP และมาตรฐาน GMP เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้บริโภคจะได้รับสินค้าที่ปลอดภัยและเชื่อถือได้

การตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) บริษัทในกลุ่ม ซีพี ออลล์ ดำเนินงานด้านการตรวจสอบแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ ให้สามารถมั่นใจได้ว่าวัตถุดิบที่ได้มาผ่านการตรวจสอบแหล่งที่มาอย่างถูกต้อง ไม่เป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการบุกรุกหรือละเมิดข้อปฏิบัติตามกฎหมาย รวมถึงละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนและหลักสากลอื่น ๆ ซึ่ง สยามแม็คโคร พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ “Makro i-Trace” เป็นระบบตรวจสอบการย้อนกลับผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบได้ ผ่านทางรหัสคิวอาร์ (QR Code) ที่อยู่บนฉลากผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันมีสินค้าที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ผ่านระบบ Makro i-Trace กว่า 15,000 รายการ

สวัสดิภาพสัตว์

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในฐานะเป็นคู่ค้าหลักด้านวัตถุดิบของบริษัทมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้การใส่ใจด้านสวัสดิภาพสัตว์ ตลอดจนคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร โดยกำหนดให้มั่นนโยบายและแนวทางการบริหารจัดการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการจัดการสวัสดิภาพสัตว์ พร้อมทั้งการรับรองผลิตภัณฑ์ที่ได้จากสัตว์ จากสถาบันและองค์กรชั้นนำระดับสากล อาทิ การจัดอันดับการจัดการสวัสดิภาพสัตว์เลี้ยงในฟาร์ม (Business Benchmark on Farm Animal Welfare: BBAFW) เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ด้วยความรับผิดชอบและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค





ความผูกพัน กับผู้มีส่วนได้เสีย

องค์กรมีการพัฒนาเติบโตอย่างยั่งยืน เพราะซีพี ออลล์ มีความปรารถนาดีที่เปิดเผย จริงใจ มีความเข้าใจในความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และสามารถตอบสนองได้อย่างตรงจุด สิ่งเหล่านี้สานสายใยกลายเป็นความผูกพันที่แน่นแฟ้น และพร้อมที่จะขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยหัวใจดวงเดียวกัน

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคงสำหรับผู้ทำงานทุกคน รวมถึงผู้ทำงานต่างด้าว โดยเฉพาะหญิงต่างด้าว และผู้ทำงานเสี่ยงอันตราย

SDG16 ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบ และครอบคลุมในทุกระดับ

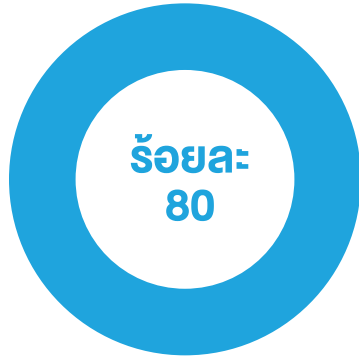
16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วม และมีความเป็นตัวแทนที่ดีในทุกระดับการตัดสินใจ

16.10 สร้างหลักประกันว่าสาธารณชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีการปกป้องเสรีภาพขั้นพื้นฐาน โดยเป็นไปตามกฎหมายภายในประเทศและความตกลงระหว่างประเทศ



ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

เป้าหมายปี 2573



ระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย (Key Stakeholders) ทุกกลุ่ม

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



อันดับที่ 1 บริษัทจดทะเบียนที่มีการบริหารงานยอดเยี่ยม (Best Managed Listed Company) บริษัทที่มีความมุ่งมั่นสร้างสรรค์ประโยชน์เพื่อสังคม (Most Committed to Social Causes) และบริษัทด้านนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยม (Best Investor Relations) โดยวิเคราะห์จากข้อมูลเชิงลึก FinanceAsia Asia's Best Companies 2021



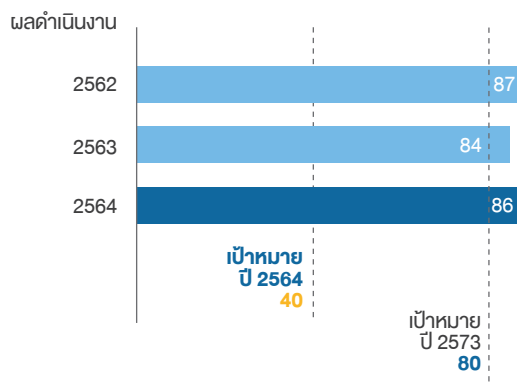
ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณ องค์กรสนับสนุนคนพิการดีเด่น ระดับดีเยี่ยม จากการเป็นองค์กรที่สนับสนุนงานคนพิการมาอย่างต่อเนื่อง เป็นเวลา 5 ปี โดยกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พ.ม.) กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ



บริษัท ซีพีแรม จำกัด ได้รับรางวัลองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2564 ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ จากการที่มีความโดดเด่นในการดำเนินงานที่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน เป็นองค์กรนำร่องที่จะสามารถถ่ายทอดการเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับองค์กรอื่น ๆ ในการนำไปพัฒนาต่อยอดให้เป็นองค์กรมีคุณภาพ มีหลักการสิทธิมนุษยชนเป็นพื้นฐานในการปฏิบัติงาน โดยกระทรวงยุติธรรมกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน

ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : ร้อยละ)



หมายเหตุ : ระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย วัดจากมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อ ซีพี ออลล์ ในหัวข้อความเชื่อถือและไว้วางใจเมื่อเปรียบเทียบกับคู่เทียบ ซึ่งดำเนินการวัดผลโดยหน่วยงานภายนอก

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



ทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย และตัวชี้วัดระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย



ทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนจากผู้มีส่วนได้เสีย



พัฒนากลยุทธ์การเข้าถึง รวมถึงรูปแบบและช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย

ความเสี่ยงและโอกาส

ความสัมพันธ์อันดีและความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อองค์กรเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย อีกทั้งส่งเสริมให้องค์กรพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย องค์กรจึงเปิดช่องทางการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียได้เข้ามาเสนอข้อคิดเห็น

สำหรับประเด็นต่าง ๆ ที่กำลังอยู่ในความสนใจอย่างโปร่งใสและเหมาะสม เพื่อนำมาบูรณาการเข้ากับกระบวนการตัดสินใจและวางแผนการดำเนินงาน รวมถึงลดความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์และการหยุดชะงักทางธุรกิจ ตลอดจนสร้างประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ประยุกต์ใช้หลักการของมาตรฐาน AA1000 SES เป็นกรอบการดำเนินงานและกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย ในปี 2564 คณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน ได้ดำเนินการทบทวนแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเป็น 9 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) พนักงานและครอบครัวพนักงาน 2) พันธมิตรธุรกิจ ประกอบด้วย ผู้ให้เช่าสถานที่ (Landlord) สโตร์พาร์ทเนอร์ (Store Partner) ผู้รับสิทธิ์ช่วงอาณาเขต (Sub Area) 3) ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน 4) คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการ และเจ้าหน้าที่ทางการค้า 5) ภาครัฐ 6) ลูกค้า 7) สังคม ชุมชน ครอบคลุมกลุ่มเปราะบาง 8) ผู้นำทางความคิด ครอบคลุมสื่อมวลชน และองค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) และ 9) ผู้ให้สิทธิ์ใช้เครื่องหมายทางการค้า เพื่อรับทราบมุมมอง ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียต่อการดำเนินงานขององค์กร ผ่านช่องทางที่หลากหลาย อาทิ การพบปะ พูดคุย สัมภาษณ์ความคิดเห็น ช่องทางรับข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน การให้คำปรึกษา การสื่อสารผ่านรายงานต่าง ๆ การดำเนินกิจกรรมหรือโครงการความร่วมมือ รวมถึงการสำรวจความพึงพอใจครอบคลุมประเด็นความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งภาวะปกติและภาวะวิกฤต เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 เป็นต้น ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถวางแผนการตอบสนองต่อความคาดหวัง พร้อมทั้งส่งมอบคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเป็นแนวทางในการจัดทำรายงานความยั่งยืนได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย



สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564

บริษัทเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับทุกภาคส่วนสนับสนุนการดำเนินการ โดยร่วมสนับสนุนงบประมาณ ครอบคลุมค่าสมาชิกและ/หรือค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ รวมถึงสนับสนุนให้ผู้ทรงคุณวุฒิของบริษัททำหน้าที่ให้คำปรึกษาสมาคมต่าง ๆ ดังนี้



หอการค้าไทย
และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
884,021 บาท



กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม
กรมควบคุมมลพิษ
กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
300,000 บาท
















สมาคมผู้ค้าปลีกไทย
80,417 บาท



สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
72,950 บาท

นอกจากนี้ บริษัทเข้าร่วมเครือข่ายความร่วมมือขององค์กรระดับประเทศและระดับสากล เพื่อร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน และส่งเสริมการบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัท ผ่านการดำเนินการที่หลากหลาย อาทิ การแลกเปลี่ยนข้อมูล การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น การร่วมยกย่องมาตรฐาน การร่วมวางแผน การร่วมขับเคลื่อนโครงการหรือกิจกรรม รวมถึงการร่วมประเมินผล และรายงานความคืบหน้าของการดำเนินการ ดังนี้

		ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน														
		ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต	เศรษฐกิจและนวัตกรรม	การพัฒนาคุณภาพมนุษย์	นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย	การสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต	การส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาพที่ดี	ความผูกพันกับชุมชนและผู้มีส่วนได้เสีย	การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน	การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	การจัดการขยะอย่างยั่งยืน	การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
UN Global Compact (UNGC)		●	●									●			●	
CDP												●				
Global Compact Network Thailand (GCNT)		●	●									●			●	
สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)		●														
แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย		●														
หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย							●									
มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์ อีดี								●							●	●
เครือข่ายอุดมศึกษา เครือข่ายอาชีวศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน								●								
เครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network : TCNN)												●				
ภาคีเครือข่ายกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม														●		
มูลนิธิรักษ์อาหาร (SOS Thailand)															●	
มูลนิธิ VV Share Foundation															●	
สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย														●		

ในปี 2564 บริษัทมีส่วนร่วมร่วมกับสมาคม หน่วยงานภาครัฐ ในการสนับสนุนหรือขับเคลื่อน ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

ประเด็น (ISSUE)	หน่วยงาน	รายละเอียดและการมีส่วนร่วม	จำนวนเงินสนับสนุน
การส่งเสริม พัฒนาศักยภาพ และแก้ปัญหาค่าการประกอบธุรกิจของเอสเอ็มอี (SMEs) ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19	หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	<ul style="list-style-type: none"> หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสถาบันกลางในการประสานงานทางการค้าและเศรษฐกิจระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐบาล ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อรัฐบาล เกี่ยวกับนโยบายและมาตรการส่งเสริมพัฒนา และแก้ปัญหาค่าการประกอบธุรกิจ และการพัฒนาเศรษฐกิจและการค้าของประเทศ บริษัทร่วมดำเนินการภายใต้วัตถุประสงค์หลัก คือ ร่วมส่งเสริม พัฒนา และแก้ปัญหาค่าการประกอบธุรกิจ ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 เอสเอ็มอี (SMEs) คือหนึ่งในกลุ่มที่ได้รับผลกระทบรุนแรง และโดยตรง บริษัทจึงได้ร่วมดำเนินการขับเคลื่อนประเด็นดังกล่าวร่วมกับหอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> โครงการ Big Brother Season 5 โครงการที่จัดทำโดยภาคเอกชน เพื่อช่วยเอกชนด้วยกัน มีความคล่องตัวทั้งด้านการดำเนินการ ผลักดันธุรกิจให้มีความคล่องตัวทั้งด้านการดำเนินการ และการบรรลุให้ได้ตามเป้าหมาย โดยบริษัทร่วมเป็นพี่เลี้ยงให้กับเอสเอ็มอี (SMEs) คอยให้คำปรึกษา แนะนำ อบรมให้ความรู้ด้านการทำธุรกิจเพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขัน ลดต้นทุน เพิ่มผลกำไร ช่วยให้อยู่รอดในตลาดต่างประเทศ ด้วยกระบวนการ Coaching and Mentoring โครงการ “ฮักไทย (HUG THAIS)” เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติใน 3 กลุ่มสินค้า คือ อาหาร การท่องเที่ยว และสินค้าไทย ผ่านแนวคิด “ฮักกิน ฮักเที่ยว ฮักใช้” ครอบคลุมทั้งการยกระดับสินค้าและบริการช่วยเหลือเอสเอ็มอี (SMEs) รวมถึงการจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความมั่นใจและกระตุ้นการใช้จ่ายผ่านการออกคู่มือพิเศษประจำจังหวัดสำหรับร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ โดยจะเริ่มจากโครงการ “ฮักไทย ฮักภูเก็ต (HUG THAIS HUG PHUKET)” โครงการ Innovative Entrepreneur เป็นโครงการพิเศษ (เฉพาะกิจ) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพให้กับสมาชิกผู้ประกอบการผ่านช่องทางออนไลน์โดยการให้คำปรึกษากับสมาชิกหอการค้า ให้สามารถเตรียมความพร้อมและปรับตัวให้กับสภาวะการณ์ในปัจจุบัน โครงการแต้มคูณ 2 และ ALL Online มอบสิทธิประโยชน์ เพื่อสนับสนุนแก่สมาชิกหอการค้าและเครือข่าย ได้แก่ ALL Member แต้มคูณ 2 และรวมถึงสิทธิประโยชน์พิเศษในด้านส่งเสริมการขายทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ได้แก่ 1. ALL Privilege ในแอปพลิเคชัน 7-Eleven ให้พื้นที่ในการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือร้านค้าของผู้ประกอบการโดยไม่มีค่าใช้จ่าย 2. ALL Deal และ 3. Shop in Shop สนับสนุนช่องทางจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการให้กับเอสเอ็มอี (SMEs) ที่เป็นสมาชิก โครงการ Business Accelerator บริษัทได้จัดทำระบบประเมินตนเองเพื่อค้นหาโอกาสในการปรับปรุงสำหรับ SMEs ผ่านระบบออนไลน์ รวมถึงจัดการอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับเอสเอ็มอี (SMEs) ภายหลังการประเมินตนเอง 	884,021 บาท

ประเด็น (ISSUE)	หน่วยงาน	รายละเอียดและการมีส่วนร่วม	จำนวนเงินสนับสนุน
นโยบายระดับประเทศ ในการจัดการบรรจุภัณฑ์ อย่างยั่งยืน	กรมส่งเสริมคุณภาพ สิ่งแวดล้อม กรมควบคุมมลพิษ กระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริม เผยแพร่ และประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึก และการมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อม พัฒนาบุคลากร กระบวนการมีส่วนร่วม และเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กรมควบคุมมลพิษ จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดูแลจัดการ ควบคุม ดูแล และรักษาสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดมลพิษ บริษัทดำเนินการสนับสนุนวัตถุประสงค์ร่วมดูแล จัดการ และรักษาสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดมลพิษ โดยร่วมกับภาคีเครือข่าย ภาคเอกชนในการทำงานร่วมกับกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม และกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในการริเริ่มและร่วมมือกันดำเนินโครงการ ลดการใช้ถุงพลาสติก พลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง การคัดแยกขยะ และโครงการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งเข้าร่วมเป็นทีมงาน Public Private Partnership Plastic (PPP Plastic) ซึ่งเป็นคณะทำงานที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการจัดการขยะพลาสติก มุ่งเน้นที่การพัฒนาและการใช้ประโยชน์จากขยะพลาสติก เพื่อการขับเคลื่อนความพยายามในการป้องกันและแก้ไขปัญหาขยะพลาสติก ในประเทศไทยให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมภายใต้แนวคิด “เศรษฐกิจหมุนเวียน” 	300,000 บาท

หมายเหตุ : ข้อมูลงบประมาณ ครอบคลุมค่าสมาชิก และ/หรือค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ


การดำเนินงานเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทกำหนดรูปแบบการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ดังนี้



ลูกค้า


รูปแบบการมีส่วนร่วมกับ ผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> การรับฟังความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น <ul style="list-style-type: none"> ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 7-Eleven (Call Center) โทร 0 2826 7744 0 2711 7744 เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ร้าน 7-Eleven สำรวจความคิดเห็นและสัมภาษณ์ลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> SAVEQC <ul style="list-style-type: none"> Service การบริการของพนักงาน ความใส่ใจ กระตือรือร้นในการบริการ ใส่ใจให้ความช่วยเหลือ Assortment สินค้า Value สื่อ โปรโมชัน เสนอประโยชน์ และให้ความคุ้มค่า Environment สภาพของร้าน Quality คุณภาพ สดใหม่ Cleanliness ความสะอาด 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วย SAVEQC โครงการ Signature Service และ Greeting Service พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้มาตรฐาน ทั้งคุณภาพ ความปลอดภัย ปรับปรุงช่องทางการชำระสินค้าและผลิตภัณฑ์ สร้างบรรยากาศที่ดีภายในร้าน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
	<ul style="list-style-type: none"> การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร เอสเอ็มอี (SMEs) และผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงช่วยสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำให้กับชุมชนและสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> การสนับสนุนสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรชุมชน สินค้าชุมชน สินค้าวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (OTOP)
	<ul style="list-style-type: none"> ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อน 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการลดและทดแทน โครงการถังคัดแยกขยะ
	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนา ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ผู้บริโภคและคนในสังคม มีสุขภาพ โภชนาการ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการกินดี อยู่ดี มีสุข โครงการศูนย์สุขภาพดีชุมชน โครงการ VG for Love โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> สื่อสารและให้ข้อมูลเกี่ยวกับโภชนาการ การใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการแสดงความภาคภูมิใจในโภชนาการ และฉลากแสดงค่าพลังงาน ไขมัน น้ำตาล และโซเดียมแบบจีดีเอ (GDA)
	<ul style="list-style-type: none"> เคารพต่อสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมในประเด็นความปลอดภัยและสุขภาพของลูกค้าจากการใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท รวมถึงการใช้บริการภายในร้าน 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้มาตรฐานทั้งคุณภาพ ความปลอดภัยตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล การตรวจสอบมาตรฐานร้านและเรียกคืนสินค้ากรณีตรวจพบสินค้าไม่ได้มาตรฐาน
<div style="text-align: center;">  แนวทางการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 </div>		
	<ul style="list-style-type: none"> สามารถเข้าถึงสินค้าอุปโภค บริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการอิ่มคุ้ม ให้ลูกค้าเข้าถึงอาหารในราคาที่เหมาะสมในช่วงวิกฤต
	<ul style="list-style-type: none"> ความปลอดภัยและสุขอนามัย ในการซื้อสินค้า และใช้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดมาตรการป้องกันและสื่อสารเพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า ให้บริการผ่านแพลตฟอร์ม O2O ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ อาทิ ALL Online 7Delivery (จัดส่งสินค้าถึงบ้าน) เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) เพิ่มความสะดวกจ่าย จากเงินสดเป็น Cashless




ลูกค้า ครอบคลุมผู้ส่งมอบสินค้า หรือบริการ และเจ้าหน้าที่ทางการค้า

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<p>ลูกค้า ผู้ส่งมอบสินค้า หรือบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> การสำรวจความพึงพอใจลูกค้าปีละครั้ง การจัดประชุมสัมมนาและการแถลงทิศทางนโยบายขององค์กร การเยี่ยมเยียนลูกค้า พร้อมรับฟังความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียน โครงการร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม การประเมินผลงาน การให้คำปรึกษา และการพัฒนาศักยภาพ การจัดสัมมนาแบ่งปันความรู้กับลูกค้า ทุกกลุ่มในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ โทร. 0 2826 7771 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินงานธุรกิจที่ตอบสนองต่อความคาดหวัง และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินงานด้าน Joint Business Plan ร่วมกับลูกค้ารายสำคัญเป็นประจำทุกปี เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน การรับฟังข้อคิดเห็นจากลูกค้าทุกกลุ่ม เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานร่วมกัน
	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกรเอสเอ็มอี (SMEs) และผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงช่วยสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำให้กับชุมชนและสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการสินค้าชุมชน คัดเลือกและร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายในร้าน 7-Eleven โครงการเพื่อนแท้ SMEs ให้ช่องทางขาย ให้ความรู้ให้การสนับสนุนในด้านการบริหารจัดการและการลงทุน โครงการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และรายย่อย “ตลาดนัดสวัสดิการ” (CPALL Market) โครงการรับซื้อผลผลิตเกษตรกร
	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนา ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ผู้บริโภค และคนในสังคม มีสุขภาพ โภชนาการ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการ “กินดี อยู่ดี มีสุข” โครงการศูนย์สุขภาพดีชุมชน โครงการ VG for Love โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพร่วมกับลูกค้ากลุ่มสินค้าพัฒนาพร้อม (Private Brand)
	<ul style="list-style-type: none"> การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ 	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน และแนวปฏิบัติสำหรับลูกค้าทางธุรกิจ พร้อมทั้งแต่งตั้งคณะกรรมการคัดเลือกสินค้า ส่งเสริมให้ลูกค้าทางธุรกิจตระหนักถึงเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม พัฒนาข้อกำหนดการตรวจประเมินลูกค้าตามนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน รวมถึงจริยธรรมและแนวปฏิบัติสำหรับลูกค้า สนับสนุนและยกระดับมาตรฐานของลูกค้า เพื่อร่วมรักษาสิ่งแวดล้อม ป้องกันการเกิดมลภาวะต่าง ๆ และลดผลกระทบที่จะเกิดกับชุมชน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
	<ul style="list-style-type: none"> การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และลดภาวะโลกร้อน 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้กรไฟฟ้าในระบบการขนส่ง
เจ้าหน้าที่ทางการค้า <ul style="list-style-type: none"> การประชุมหารือร่วมกันเมื่อได้รับการร้องขอ 	<ul style="list-style-type: none"> การชำระหนี้ตรงตามกำหนด 	<ul style="list-style-type: none"> ในการชำระเงินให้แก่เจ้าหน้าที่ ผ่านทางบัญชีจ่ายชำระตามงวดหรือตามเครดิตเทอม ควรเป็นไปตามเงื่อนไข ยอดหลักความถูกต้อง ไปรษณีย์ตรงเวลา หากมีกรณีที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขจะมีการชี้แจงต่อหน่วยงาน ต้นสังกัด เพื่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่โดยตรง
 แนวทางการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19		
	<ul style="list-style-type: none"> ความยืดหยุ่นในการส่งมอบสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> วางแผนร่วมกับคู่ค้าบริหารสินค้าคงคลัง เพิ่มความเข้มงวดมาตรการสินค้าปลอดภัย ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 อย่างสม่ำเสมอ กำหนดหลักเกณฑ์และจรรยาบรรณในการส่งมอบสินค้าตามแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 อำนวยความสะดวกให้คู่ค้าในการส่งมอบสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับสถานการณ์
	<ul style="list-style-type: none"> มาตรการช่วยเหลือในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 	<ul style="list-style-type: none"> ลดเครดิตเทอม ส่งเสริมศักยภาพคู่ค้า เป็นสะพานเชื่อมให้คู่ค้าเข้าถึงแหล่งเงินทุน




สังคม ชุมชน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับ ผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> การรับฟังความคิดเห็นและข้อกังวล ผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ <ul style="list-style-type: none"> ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 7-Eleven (Call Center) โทร. 0 2826 7744, 0 2711 7744 เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ร้าน 7-Eleven ผู้รับความคิดเห็นหน้าองค์การบริหารส่วนตำบล ศูนย์กระจายสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร เอสเอ็มอี (SMEs) และผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงช่วยสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำให้กับชุมชนและสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> ให้ความรู้ผ่านการอบรมและดูงานเกี่ยวกับกระบวนการเพาะปลูก รวมไปถึงการปฏิบัติตามการเกษตรที่ดี เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตรายย่อยในชุมชนผ่านโครงการที่หลากหลาย อาทิ โครงการกล้วยหอมทอง โครงการเคียงช้างเกษตรกรไทย โครงการเกษตรกรคู่ชีวิต โครงการ “คนไทย ไม่ทิ้งกัน”
<ul style="list-style-type: none"> การสำรวจความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ปีละครั้ง การลงพื้นที่เพื่อเยี่ยมเยียนชุมชนของศูนย์กระจายสินค้าทุกไตรมาส 	<ul style="list-style-type: none"> การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อน 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการการจัดการของเสีย อาทิ โครงการต้นกล้าไร้ถัง โครงการ Food Waste Management โครงการกล่องพิเศษ Recycling for Sharing โครงการเปลี่ยนขวดน้ำพลาสติกเป็นชุด PPE โครงการ We Grow for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน
<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ตามพื้นที่ชุมชนโดยรอบโรงงานร้าน 7-Eleven ตามช่วงเทศกาลหรืองานประจำปีของชุมชน ป้ายประกาศสื่อประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนา ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ผู้บริโภคและคนในสังคมมีสุขภาพ โภชนาการ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการ “กินดี อยู่ดี มีสุข” โครงการศูนย์สุขภาพดีชุมชน โครงการ VG for Love โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพร่วมกับคู่ค้ากลุ่มสินค้าพัฒนาร่วม (Private Brand)
	<ul style="list-style-type: none"> เคารพต่อสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติตามแรงงานอย่างเป็นธรรมในประเด็นความปลอดภัยและสุขภาพของลูกค้าจากการใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท รวมถึงการใช้บริการภายในร้าน 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้มาตรฐานทั้งคุณภาพ ความปลอดภัยตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล การตรวจสอบมาตรฐานร้าน และเรียกคืนสินค้ากรณีตรวจพบสินค้าไม่ได้มาตรฐาน การจ้างงานท้องถิ่นและผู้รับเหมาท้องถิ่น
	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาของผู้ด้อยโอกาส ให้ความรู้พัฒนาทักษะอาชีพ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการให้ทุนการศึกษาคนดีสู่สังคม โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED
 แนวทางการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19		
	<ul style="list-style-type: none"> สินค้าที่จำเป็นต่อการอุปโภค บริโภค มีราคาปกติ ความรู้ในการปฏิบัติตัวระหว่างช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 การสนับสนุนอุปกรณ์ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 เช่น หน้ากากอนามัย แอลกอฮอล์ เป็นต้น การจ้างงานในชุมชน ช่วงสถานการณ์วิกฤต 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการคนไทยไม่ทิ้งกัน สนับสนุนอุปกรณ์ทางการแพทย์ เช่น ชุด PPE หน้ากากอนามัย สนับสนุนอาหาร น้ำดื่ม มอบให้แก่บุคคลที่อยู่ในช่วงกักตัว ผู้ป่วยโควิด 19 และบุคลากรในโรงพยาบาล หน่วยงานภาครัฐ สังคม ชุมชน โครงการครัวปันอิ่ม การจ้างงานชุมชน



พนักงาน และครอบครัวของพนักงาน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> การสัมมนาพนักงานในระดับต่าง ๆ ได้แก่ ฟล็กทีม Get Together ฯลฯ การเยี่ยมร้านสาขาสำนักงาน และศูนย์กระจายสินค้า การสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) ระบบ Intranet วารสารภายใน การแจ้งข่าวประจำวันผ่านช่องทางดิจิทัล ได้แก่ CP ALL Connect 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาขีดความสามารถ และความก้าวหน้าในงาน 	<ul style="list-style-type: none"> การนำหลักสิทธิมนุษยชนใช้เป็นแนวปฏิบัติต่อพนักงาน ส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียม และความหลากหลาย การเตรียมความพร้อมและพัฒนาผู้นำ การอบรมให้ความรู้ ทัศนคติที่เหมาะสม และตรงตามความสนใจ การพัฒนาศักยภาพและรักษาพนักงานที่มีศักยภาพ และเป็นคนดีอย่างต่อเนื่อง อาทิ โครงการปรับปรุงระบบความก้าวหน้าในสายอาชีพ โปรแกรมการเพิ่มผลผลิต (Productivity Improvement Program) โครงการ CP ALL Young Challenger สำหรับพนักงานรุ่นใหม่ การพัฒนาพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูง (Talent Management) การปรับปรุงระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน (ALL Perform)
<ul style="list-style-type: none"> การรับความคิดเห็น และรับเรื่องร้องเรียน ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น <ul style="list-style-type: none"> ช่องทางการเคาะระฆัง 570 ครั้ง 	<ul style="list-style-type: none"> การส่งเสริมสุขภาพและการจัดการความเครียด อันเนื่องมาจากการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการ Health for ALL โปรแกรมการลดความเสี่ยงด้านการยศาสตร์ และการจัดการความเครียด อาทิ โครงการยืดเหยียดลดโรค โครงการห้องสวัสดิการ Health Center (กายภาพบำบัด) โครงการโค้ชจิตอาสา
<ul style="list-style-type: none"> ช่องทางการรับเรื่องราวร้องทุกข์ เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ไปรษณีย์ ศูนย์แจ้งข้อมูลสื่อออนไลน์ของบริษัท เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> การมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> การประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยง การส่งเสริมให้สถานประกอบการดำเนินงานตามมาตรฐานแรงงาน พร้อมทั้งผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี
	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ด้านธรรมาภิบาล Mister & Miss Good Governance โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2564 โครงการสื่อสารให้ความรู้และสร้างกิจกรรมรณรงค์สร้างความตระหนัก

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันประจำปี การสำรวจความสุขของพนักงานระดับผู้จัดการร้าน การมีส่วนร่วมผ่านเวทีการนำเสนอผลงานนวัตกรรม การประกวด การระดม และประเมินความเสี่ยง การดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัทครอบคลุมพนักงานร้อยละ 100 	<ul style="list-style-type: none"> ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อน 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการเลื่อนพนักงาน จากงวดพลาสดิก โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า โรงงาน โครงการ “We Grow for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน” โครงการ Food Waste Management เกาะสมุย เกาะพะงัน โครงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เกาะ
	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร เอสเอ็มอี (SMEs) และผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงช่วยสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำให้กับชุมชนและสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและรายย่อย “ตลาดนัดสวัสดิการ (CPALL Market)” โครงการเพื่อนแท้ SMEs ให้ช่องทางขาย ให้ความรู้ให้การสนับสนุน โครงการกระตุ้นการซื้อ “SME Shelf & Logo” โครงการเกษตรกรคู่ชีวิต โครงการเคียงข้างเกษตรกรไทย
	<ul style="list-style-type: none"> มีการพัฒนานวัตกรรมเพื่อลูกค้า สังคม และปรับปรุงองค์กรให้มีความคล่องตัวและทันต่อสถานการณ์โลก 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ Online to Offline (O2O) ศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้านอาหาร พัฒนานวัตกรรมบริการ โครงการนวัตกรรมแบบปิด (Close Innovation) โปรแกรมการเพิ่มผลผลิต โครงการ VG for Love
 แนวทางการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19		
	<ul style="list-style-type: none"> ความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> จัดรูปแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น จัดตั้งคณะกรรมการดูแลพนักงานในช่วงสถานการณ์โควิด 19 สื่อสาร ให้ความรู้ในการปฏิบัติตัวให้ห่างไกลจากโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 พร้อมจัดตั้งสายด่วน โทร 0 2826 7919 กำหนดมาตรการป้องกัน คัดกรองกลุ่มเสี่ยง ดูแลผู้ป่วย พร้อมทั้งสนับสนุนอุปกรณ์ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 เช่น หน้ากากอนามัย แอลกอฮอล์ เป็นต้น รวมถึงส่งเสริมการเข้าถึงวัคซีน โครงการบรรเทาผลกระทบให้กับพนักงานช่วยเหลือค่าครองชีพ โครงการโค้ชจิตอาสา ให้คำปรึกษา เป็นที่พึ่งทางใจ โครงการส่งเสริมความปลอดภัยในการจับจ่ายสำหรับพนักงานร้าน 7-Eleven




ผู้นำทางความคิด ครอบคลุมสื่อมวลชน องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs)

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> รับฟังและแลกเปลี่ยนมุมมองผ่านเวทีการประชุมหารือและทำงานร่วมกัน ตลอดจนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ สนับสนุนกิจกรรม หรือโครงการขององค์กร ในประเด็นที่สอดคล้องตามกรอบการแบ่งปันและสร้างสรรคโอกาส และเป็นเป้าหมายความยั่งยืน ของบริษัท การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีผ่านการเข้าพบ หารือ และแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสื่อมวลชน เช่น งานครบรอบกิจกรรม CSR การจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพสื่อ 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมโอกาสทางเศรษฐกิจในกลุ่มเกษตรกรฐานราก 	<ul style="list-style-type: none"> ร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคมให้การสนับสนุน การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรเพื่อการผลิตและการกระจายสินค้าที่สอดคล้องกับความจำเป็น เช่น โครงการพัฒนาศักยภาพเกษตรกร ร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคม สนับสนุนการกระจายผลผลิตในตลาดท้องถิ่น
<ul style="list-style-type: none"> โครงการส่งเสริมกิจกรรมสื่อประจำปี <ul style="list-style-type: none"> รางวัลข่าวดิจิทัลยอดเยี่ยมแห่งปี รางวัลคนดีประเทศไทย สาขาสื่อมวลชน สร้างสรรค์สังคม รางวัล “Anti-Corruption Awards 2021” ส่งเสริมการต่อต้านคอร์รัปชัน ประจำปี 2564 	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างและนำสิ่งที่สังคมมีอยู่แล้ว มาพัฒนา สามารถสร้างประโยชน์ร่วมกันตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน สื่อสารและสร้างการเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนรุ่นใหม่ เข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้อย่างลึกซึ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาโครงการให้ความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน และกลุ่มเกษตรกร
<ul style="list-style-type: none"> การดูแลและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> เคารพต่อสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนโครงการด้านการจัดการขยะร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคม องค์กรธุรกิจเพื่อสังคมและชุมชน เช่น โครงการ Food Waste Management เป็นต้น โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานที่ร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า โรงงาน
<ul style="list-style-type: none"> โครงการส่งเสริมกิจกรรมสื่อประจำปี <ul style="list-style-type: none"> รางวัลข่าวดิจิทัลยอดเยี่ยมแห่งปี รางวัลคนดีประเทศไทย สาขาสื่อมวลชน สร้างสรรค์สังคม รางวัล “Anti-Corruption Awards 2021” ส่งเสริมการต่อต้านคอร์รัปชัน ประจำปี 2564 	<ul style="list-style-type: none"> บรรจุกักตุนเพื่อสิ่งแวดล้อม จัดการบรรจุกักตุนที่พลาสติกให้สามารถหมุนเวียนเอากลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด 	<ul style="list-style-type: none"> การส่งเสริมให้สถานประกอบการดำเนินงานตามมาตรฐานแรงงาน พร้อมทั้งผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี การนำหลักสิทธิมนุษยชนใช้เป็นแนวปฏิบัติต่อพนักงาน ส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียมและความหลากหลาย
<ul style="list-style-type: none"> การสร้างความเข้าใจและลดข้อขัดแย้งกับพื้นที่ชุมชนผ่านโซเชียลมีเดีย เพื่อการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน 	<ul style="list-style-type: none"> การประกาศใช้นโยบายด้านบรรจุกักตุนที่ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การพิจารณาขั้นตอนการออกแบบ และการเลือกใช้บรรจุกักตุนที่พร้อมคำนึงถึงทุกกระบวนการในวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ภายใต้งานยุทธศาสตร์ เช่น โท กรีน ตามแนวทาง “การจัดการบรรจุกักตุนเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging)” โปรแกรมการพัฒนาบรรจุกักตุนที่ยั่งยืน ผ่านแนวคิด “ลด และทดแทน” การใช้วัสดุบรรจุกักตุนที่ โครงการร่วมกับ Influencer เปิดตัวโครงการ “ถึงขยะอัจฉริยะ” (Circular Bin) ภายใต้แคมเปญ 7 Go Green
	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างความเข้าใจและลดข้อขัดแย้งกับพื้นที่ชุมชนผ่านโซเชียลมีเดีย เพื่อการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง 	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการและการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด การให้ความเท่าเทียมของผู้ถือหุ้น และรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างความเข้าใจและลดข้อขัดแย้งกับพื้นที่ชุมชนผ่านโซเชียลมีเดีย เพื่อการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง 	<ul style="list-style-type: none"> การสื่อสารให้ข้อมูลที่ถูกต้องผ่านสื่อทุกช่องทางทั้งโซเชียลมีเดีย สื่อมวลชน สื่อออนไลน์ และช่องทางออนไลน์ขององค์กรและพนักงาน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> • การให้สัมภาษณ์ การให้ข้อมูลกับสื่อมวลชน • โครงการ Co Project with Media / Influencer เช่น ร่วมกับสื่อช่วยเหลือชุมชนและสังคมในช่วงเวลาที่เกิดอุทกภัย ในพื้นที่ต่าง ๆ • โครงการนำคณะสื่อมวลชนร่วมกิจกรรมจิตสาธารณะ • การรับรู้ผ่านทางโซเชียลมีเดีย • การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม นำคณะสื่อมวลชนลงพื้นที่เยี่ยมชม การดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs และเกษตรกร • การแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการจัดสัมมนาเทรนด์ของโซเชียลมีเดีย 	<ul style="list-style-type: none"> • คุณภาพของผลิตภัณฑ์ • นวัตกรรมเพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระสินค้า • การปรับปรุงและกอบกู้ภาพลักษณ์ที่ดีมาสู่องค์กร • การปรับปรุงระบบการทำงานขององค์กร ให้ตอบใจภัยโลกในยุคปัจจุบัน • การบริการที่ดีและมีคุณภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> • การคิดสรรและพัฒนาสินค้าเพื่อสุขภาพ • การพัฒนาสู่การค้าออนไลน์ โดยมีระบบขนส่งที่หลากหลาย ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย และการเข้าถึงสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่ง่ายยิ่งขึ้น • การสื่อสารผ่านสื่อทุกช่องทางทั้งโซเชียลมีเดีย สื่อมวลชน สื่อออนไลน์ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม • การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร • การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลปรับปรุงกระบวนการทำงาน เช่น O2O IT Platform บัญญาประดิษฐ์ (AI) • มีการปรับปรุง พัฒนาการบริการอยู่ตลอดเวลา
 แนวทางการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19		
	<ul style="list-style-type: none"> • ความรู้ในการปฏิบัติตัวระหว่างช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 • สนับสนุน/ให้ความช่วยเหลือ ชุมชน และกลุ่มคนที่ได้รับผลกระทบ • โครงการสนับสนุนอุปกรณ์ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 	<ul style="list-style-type: none"> • ความรู้ในการปฏิบัติตัวระหว่างช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 • เผยแพร่โครงการสนับสนุนอุปกรณ์ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 • ร่วมกับ องค์กรภาคประชาสังคมและเครือข่ายอาสาสมัครสุขภาพ (อสส) เครือข่ายอาสาสมัครแรงงาน ในโครงการมอบเครื่องอุปโภคบริโภคสำหรับกลุ่มอาชีพและชุมชนที่ได้รับผลกระทบโดยตรง เช่น กลุ่มคนจับแท็กซี่ มอเตอร์ไซค์รับจ้าง แม่ค้า หาบเร่แผงลอย • สนับสนุนองค์กรภาคประชาสังคม ในโครงการมอบเครื่องอุปโภคบริโภคและอุปกรณ์ทางการแพทย์ พื้นฐานสำหรับเด็กและผู้ปกครองที่มีภาวะพิการ ทางสมอง และการเคลื่อนไหว
	<ul style="list-style-type: none"> • ความร่วมมือในการสื่อสารและเปิดเผยเหตุการณ์ผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ที่เกี่ยวข้อง • ความรู้ในการปฏิบัติตัวระหว่างช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ในช่องทางโซเชียลมีเดีย • มาตรฐานความปลอดภัยในร้าน 7-Eleven 	<ul style="list-style-type: none"> • แบ่งปันแนวทางการมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ผ่านสื่อทุกช่องทางทั้งโซเชียลมีเดีย สื่อมวลชน สื่อออนไลน์ • ให้ความร่วมมือในการติดตาม และเปิดเผยข้อมูลผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ต่อสาธารณะ • การสื่อสารเกี่ยวกับการบริการที่มีมาตรฐาน ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของลูกค้าและพนักงาน





ภาครัฐ ครอบคลุมทั้งหน่วยงานระดับประเทศและระดับท้องถิ่น

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> การสนับสนุนโครงการความร่วมมือและความช่วยเหลือต่าง ๆ 71 ครั้ง กับกรมการค้าภายใน องค์การอาหารและยา (อย.) สำนักอนามัย สำนักสิ่งแวดล้อม และสำนักงานเขต 50 เขต ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร การร่วมแสดงความคิดเห็น และสร้างสัมพันธภาพที่ดี กับหน่วยงานภาครัฐ อย่างเปิดเผย 72 ครั้ง การติดต่อประสานงานขอรับ บริการภาครัฐ และการรับการ ตรวจเยี่ยมกิจการ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาและ ใช้ประโยชน์จากขยะพลาสติก ร่วมกับคณะกรรมการ สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ผ่านโครงการ “ระบบเศรษฐกิจ หมุนเวียน” 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด การเป็นตัวอย่างแก่ภาคธุรกิจในการแสดงออก ถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมกับคู่ค้า พัฒนา ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ ผู้บริโภคและคนในสังคม มีสุขภาพ โภชนาการ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และลดภาวะโลกร้อน จัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกให้สามารถ หมุนเวียนเอากลับ มาใช้ใหม่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร เอสเอ็มอี (SMEs) และผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึง ช่วยสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำให้กับชุมชน และสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> ศึกษา สร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎหมาย และระเบียบปฏิบัติที่มีความจำเพาะกับพื้นที่ หรือกฎหมายท้องถิ่น พร้อมทั้งนำมาประยุกต์ใช้ ให้มีความสอดคล้องกับการประกอบธุรกิจ ปฏิบัติตามกฎหมายหรือระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง นำเสนอมุมมองผ่านสมาคม การรวมกลุ่ม ทางการค้าต่าง ๆ สนับสนุนการตรวจประเมินเบื้องต้นของภาครัฐและ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มการพัฒนาความยั่งยืน กำหนดนโยบายการทำรายการระหว่างกันและป้องกัน ความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างชัดเจน โครงการพัฒนาและคิดสรรสินค้าเพื่อสุขภาพ ที่มีการเพิ่ม หรือลด หรือปราศจากสารอาหาร ตามที่กฎหมายหรือมาตรฐานที่ยอมรับ การแสดงผลจากคุณค่าทางโภชนาการ โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ที่ร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า โรงงาน โครงการ Food Waste Management พื้นที่เกาะสมุย เกาะพะงัน โปรแกรมการจัดการบรรจุภัณฑ์ยั่งยืน อาทิ โครงการ “ลดและทดแทน” โครงการถังคัดแยกขยะ-โครงการรวมพลังคนไทย เลิกใช้ถุงพลาสติก โครงการรับซื้อผลผลิตเกษตรกร โครงการ Business Accelerator โครงการ Big Brother Season 5 โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าชุมชน
 แนวทางการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19		
	<ul style="list-style-type: none"> ให้ความร่วมมือกับภาครัฐเปิดเผยข้อมูล ผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ปฏิบัติตามมาตรการของรัฐอย่างเคร่งครัด กำหนดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 และวิธีการปฏิบัติตัวอย่างถูกวิธี ให้ความช่วยเหลือคู่ค้าในการดำเนินธุรกิจท่ามกลาง สถานการณ์วิกฤต การจัดการขยะติดเชื้ออย่างถูกต้อง เช่น หน้ากากอนามัยใช้แล้ว ไม่มีการกักตุนสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ร่วมมือและปฏิบัติตามนโยบายของภาครัฐอย่าง ถูกต้อง รวมถึงการติดตามนโยบายและข้อปฏิบัติ ที่เผยแพร่ออกมาอย่างสม่ำเสมอ ตรวจสอบภายในองค์กรถึงการปฏิบัติตามนโยบายของภาครัฐ ควบคุมราคาสินค้าให้เหมาะสมตามภาครัฐกำหนด ส่งเสริมคู่ค้าให้ปฏิบัติตามนโยบายและข้อปฏิบัติของภาครัฐ อย่างถูกต้อง



กลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ ครอบคลุมผู้ให้เช่าสถานที่ สโตร์พาร์กเกอร์ และผู้รับสิทธิ์ช่วงอาณาเขต

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับ ผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
ผู้ให้เช่าสถานที่ <ul style="list-style-type: none"> ช่องทางการสื่อสาร และรับเรื่องร้องเรียน การให้ข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียน ผ่านหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียน Call Center 305 ครั้ง การสำรวจความพึงพอใจประจำปี การประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทาง SMS อีเมล เยี่ยมเยียนเจ้าของสถานที่ อย่างน้อยไตรมาสละครั้ง ส่ง SMS อวยพรเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ส่ง SMS แจ้งเรื่องค่าเช่าล่วงหน้า ส่ง SMS แจ้งวันที่จะได้รับเงินค่าเช่าที่คืน และสิ่งปลูกสร้าง มีการเชื่อม แอปพลิเคชัน 7-Eleven เพื่อให้บริการลูกค้าในแต่ละโครงการ อสังหาริมทรัพย์ (Delivery & All Online) มอบของขวัญช่วงเทศกาลปีใหม่ สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ตามหลักธรรมาภิบาล ได้รับความร่วมมือและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว การประชาสัมพันธ์และชี้แจงข่าวสารนโยบายบริษัท ได้รับค่าเช่าตรงเวลา การดูแลสถานที่ให้เช่าให้อยู่ในสภาพเรียบร้อย ทั้งระหว่างอายุสัญญาเช่าและหลังจากเลิกสัญญา 	<ul style="list-style-type: none"> มีระบบดูแล ติดตาม และแก้ปัญหาข้อร้องเรียน ยกระดับการสำรวจความพึงพอใจของเจ้าของสถานที่ที่มีต่อบริษัท เยี่ยมเยียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเจ้าของสถานที่ อย่างน้อยไตรมาสละครั้ง การประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทาง SMS และอีเมล สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของเจ้าของสถานที่ กลุ่มท่าเลพิเศษ คู่ค้ากลยุทธ์ มีระบบการจ่ายค่าเช่าภายในเวลาที่กำหนด มีมาตรการดูแลสถานที่เช่า และสภาพแวดล้อมบริเวณสถานที่เช่า
 แนวทางการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19		
	<ul style="list-style-type: none"> ไม่มีปัญหาเรื่องค่าเช่า เช่น การจ่ายค่าเช่า ไม่ตรงเวลา การจัดการขยะติดเชื้อ เช่น หน้ากากอนามัย ในร้าน 7-Eleven 	<ul style="list-style-type: none"> มีมาตรการและการจ่ายค่าเช่าตรงเวลา เพื่อสร้างความมั่นใจให้เจ้าของสถานที่ให้เช่า มีมาตรการในการจัดการขยะติดเชื้อในร้านสาขา

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับ ผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<p>สโตร์พาร์ตเนอร์</p> <ul style="list-style-type: none"> การสำรวจความผูกพันประจำปี ช่องทางการสื่อสารและรับเรื่องร้องเรียน การให้ข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียนผ่าน Call Center 1,025 ครั้ง การสำรวจความพึงพอใจผ่านเว็บไซต์ รายไตรมาส วารสารรายเดือน ช่องทางเว็บไซต์ SBP MALL ช่องทาง CP All Connect การประชุม สัมมนา และกิจกรรม งานประกาศนโยบายและทิศทางของบริษัทไปถึงสโตร์พาร์ตเนอร์ 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติที่เป็นธรรมตามหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมธุรกิจ การส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและการบริหารจัดการธุรกิจ การประชาสัมพันธ์ ชี้แจงข่าวสารและนโยบายของบริษัท ความมั่นคงทางธุรกิจ ขยายธุรกิจและดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนานวัตกรรมเพื่อลูกค้าและสังคม และปรับปรุงองค์กรให้มีความคล่องตัวและทันต่อสถานการณ์โลก พัฒนา ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ผู้บริโภคและคนในสังคม มีสุขภาพ โภชนาการ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อน 	<ul style="list-style-type: none"> การสื่อสารแนวทางและหลักปฏิบัติทางด้านธรรมาภิบาลและจริยธรรมธุรกิจ การส่งเสริม ดูแล ฝึกอบรมผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการ การบริหารจัดการต้นทุนสินค้าและการดำเนินการ การพัฒนาความหลากหลายของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด การแบ่งปันสารสนเทศและข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนสโตร์พาร์ตเนอร์ให้มีสิทธิออกทางธุรกิจ เพื่อความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน การพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ Online to Offline (O2O) โครงการเทคโนโลยีการส่งสินค้าในร้าน 7-Eleven โครงการ “กินดี อยู่ดี มีสุข” โครงการศูนย์สุขภาพชุมชน โครงการ VG for Love โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพร่วมกับคู่ค้ากลุ่มสินค้าพัฒนาพร้อม (Private Brand) โปรแกรมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ่านแนวคิด “ลด และทดแทน” การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ ลดใช้พลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) โครงการ “ถึงคิดแยกขยะ”
 แนวทางการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19		
	<ul style="list-style-type: none"> ให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น การเงิน การดำเนินงานพนักงาน ความรู้ในการปฏิบัติตัวระหว่างช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับมาตรการช่วยเหลือจากบริษัทที่รวดเร็ว 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทช่วยรับภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตามมาตรการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 อาทิ ค่าทำความสะอาดร้านสาขา ค่าวัสดุสิ้นเปลืองตามมาตรการป้องกันฯ ให้สโตร์พาร์ตเนอร์ยืมเงินสดค่าประกันเพื่อเสริมสภาพคล่องให้สามารถบริหารธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง มาตรการยืดหยุ่น เช่น การชะลอ หรือยกเว้นการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายจากบริษัท การยืดอายุสัญญาเช่ากรณีร้านปิดชั่วคราว ให้ความช่วยเหลือแก่สโตร์พาร์ตเนอร์ในเรื่องของการให้ข้อมูลหรือเอกสารสำคัญต่าง ๆ การสื่อสารข่าวสารประชาสัมพันธ์ และการให้กำลังใจจากบริษัท นวัตกรรมบริการที่ตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภค อาทิ บริการทางการเงิน



กลุ่มผู้ถือหุ้นและนักลงทุน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับ ผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> บรรยายสรุปผลการดำเนินงานต่อนักวิเคราะห์ (Analysis Meeting) ทุกไตรมาส ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี งบการเงิน แบบ 56-1 One Report รายงานประจำปี รายงานการพัฒนาความยั่งยืน หนังสือชี้ชวน เอกสารสื่อสารสนเทศ สื่อสารข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล โทรสาร และจดหมาย กิจกรรมโรดโชว์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การลงพื้นที่เยี่ยมชมร้านค้าโรงงานและคลังสินค้าของบริษัท การประเมินโดยหน่วยงานอิสระจากภายนอกเพื่อแสดงว่าบริษัทเป็นหลักทรัพย์ที่มีคุณภาพ มีคุณค่าและมีความยั่งยืน ทั้งในระดับชาติและระดับโลก เช่น IOD, สถาบันส่งเสริมผู้ลงทุนไทย, SET, DJSI, FTSE Russell การให้ข้อมูลต่อ Credit Rating Agency เพื่อประเมินอันดับความน่าเชื่อถือให้หุ้นของบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> ผลการดำเนินงานและการเติบโตของธุรกิจ ความโปร่งใสในการดำเนินงาน การเปิดเผยข้อมูลภาพลักษณ์ และการยอมรับจากสังคม การกำกับดูแลกิจการที่ดี และคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย (Minority Shareholders) ได้รับการประเมินการกำกับดูแลในระดับดีเลิศ โดย IOD และสถาบันส่งเสริมผู้ลงทุนไทย ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกชั้นนำของประเทศและของโลก เช่น รายชื่อหุ้นยั่งยืน, DJSI, FTSE4Good Index หลักธรรมาภิบาลของบริษัทอยู่ในความต้องการของตลาด มีการซื้อขายในตลาดรอง อีกทั้งมูลค่าหลักทรัพย์ในตลาดรองสะท้อนถึงราคายุติธรรมเป็นอย่างน้อย ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อแนวทางพัฒนาอย่างยั่งยืน ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติ (ESG) 	<ul style="list-style-type: none"> บริหารจัดการธุรกิจให้เติบโต ลดความเสี่ยง และเพิ่มความโปร่งใส รับฟังความคิดเห็นจากผู้ถือหุ้นและนักลงทุน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาในการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานของบริษัท กำหนดนโยบายการทำรายการระหว่างกันและป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างชัดเจน กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด การให้ความเท่าเทียมของผู้ถือหุ้น และรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล ปรับปรุงแก้ไขกฎบัตร นโยบายแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชัน ความยั่งยืน สิ่งแวดล้อม และสังคมให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล จัดตั้งหน่วยงานลงทุนสัมพันธ์ทำหน้าที่รับผิดชอบการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุนและนักวิเคราะห์ทั้งไทยและต่างประเทศ มีการเขียนบทวิเคราะห์เพื่อให้หลักทรัพย์ของบริษัทอยู่ในความต้องการของตลาดเสมอ การกำหนดกรอบแนวทาง เป้าหมาย ตัววัด และโครงการกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน
 แนวทางการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19		
	<ul style="list-style-type: none"> การกำหนดมาตรการและสื่อสารการดำเนินงานช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 อย่างโปร่งใส มาตรการความปลอดภัยและสุขภาพของผู้นำร่วมประชุมภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาและสื่อสารมาตรการและผลการดำเนินงานไปให้ผู้ถือหุ้นทราบอย่างสม่ำเสมอและโปร่งใส กำหนดมาตรการและแนวปฏิบัติในการเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นตามคำแนะนำการป้องกัน การควบคุมโรค สำหรับการนัดประชุมของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข



ผู้ให้สิทธิใช้เครื่องหมายทางการค้า

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> ประชุมหารือร่วมเมื่อได้รับการร้องขอ สิ่งพิมพ์ จดหมาย สื่อสารสนเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัด 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาเบื้องต้นหน่วยงานต้นสังกัดรับผิดชอบดูแลบริหารจัดการให้เป็นไปอย่างถูกต้อง โดยมีฝ่ายกฎหมายกำกับดูแล จ่ายชำระค่าสิทธิตรงตามระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา สร้างภาพลักษณ์ รักษาชื่อเสียงทางเครื่องหมายการค้าให้ได้อย่างต่อเนื่อง สร้างสัมพันธ์ทางธุรกิจอันดี สนับสนุนกิจกรรมและการให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ร่วมกับผู้ให้สิทธิเครื่องหมายทางการค้า เช่น ESG Forum
	 แนวทางการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19	
	<ul style="list-style-type: none"> ไม่มีข่าวเสียหายเกี่ยวกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 ผลประกอบการของบริษัทอยู่ในภาวะควบคุมได้ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 ให้ได้ผลลัพธ์ที่ดี เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ให้สิทธิใช้เครื่องหมายทางการค้า





รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2564
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



HOME



ฉลาดใช้ ฉลาดรักษ์
พิทักษ์สิ่งแวดล้อม
เพื่ออากาศบริสุทธิ์
เพื่อโลกที่ยั่งยืนของเรา



การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ



ประสิทธิภาพ
การใช้พลังงาน



การจัดการบรรจุภัณฑ์
ที่ยั่งยืน



การจัดการขยะ
อย่างยั่งยืน



การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศ
และความหลากหลายทางชีวภาพ



การปรับตัว ต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ซีพี ออลล์ จริงจังกับการรับมือด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งถือเป็นการกิจใหญ่และความท้าทายระดับโลก กลยุทธ์ เซเวน โท กรีน เป็นฟันเฟืองสำคัญที่ขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่องและเพิ่มศักยภาพความเข้มแข็งขึ้น เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจและสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และผลิตที่ยั่งยืน

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

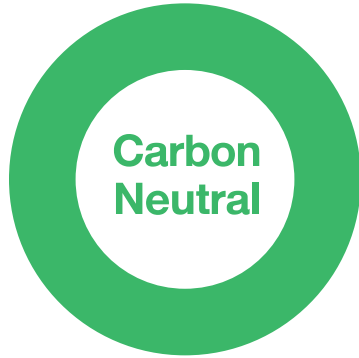
SDG13 ปฏิบัติการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น

13.1 เสริมภูมิต้านทานและขีดความสามารถในการปรับตัวต่ออันตรายและภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศในทุกประเทศ



การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เป้าหมายปี 2573



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

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดและชดเชยได้ **398,447**
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือเทียบเท่าการปลูกไม้ยืนต้น
9,266,219 ต้น



ได้รับการขึ้นทะเบียนและรับรองปริมาณก๊าซเรือนกระจกโครงการ
ผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา (solar rooftop) ของ
ศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท สยาม
เม็คโคร จำกัด (มหาชน) โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
(องค์การมหาชน)



ได้รับการจัดอันดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมตาม Carbon
Disclosure Project (CDP) ระดับ B หรือเทียบเท่า Management Level

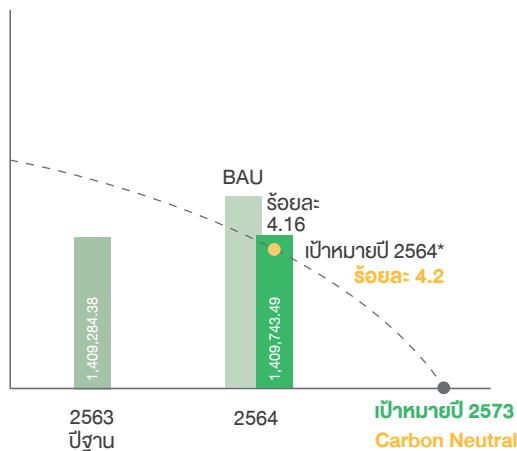


ได้รับรางวัลระดับโดดเด่น โครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำ
และยั่งยืน (Low Carbon and Sustainable Business Index: LCSi)

ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : ไร่ยล)

ผลดำเนินงาน



หมายเหตุ : เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
เทียบกรณี BUSINESS AS USUAL (BAU)

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



โครงการต่อเนื่องเข้าร่วมการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมตาม Carbon
Disclosure Project (CDP)



เข้าร่วมโครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSi)



เข้าร่วมโครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐาน
ของประเทศไทย (T-VER)



ประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตามกรอบ
การรายงานของคณะกรรมการทำงานด้านการเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน
เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-Related Financial
Disclosures: TCFD)



สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ค้าและลูกค้าในการลดผลกระทบต่อ
สิ่งแวดล้อม

ความเสี่ยงและโอกาส

อีกหนึ่งเหตุการณ์ที่สำคัญระดับโลกของการรวมพลังขับเคลื่อนมาตรการเพื่อรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยการจัดประชุมรัฐภาคีของความตกลงพหุภาคีระหว่างประเทศ (Multilateral Agreements) หรือที่รู้จักกันในนามของ “การประชุมรัฐภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ” สมัยที่ 26 (Conference of Parties : COP26) เมืองกลาสโกว์ ประเทศสกอตแลนด์ โดยแต่ละประเทศทั่วโลกร่วมลงนามช่วยกันลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อมุ่งสู่การควบคุมหรือลดอุณหภูมิโลกให้ไม่เกิน 2 องศาเซลเซียส ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในแต่ละประเทศเป็นอย่างมาก ประเทศไทยถือเป็นประเทศลำดับต้น ๆ ของโลกที่มีความเสี่ยงสูงต่อวิกฤตการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศซึ่งเป็นภัยคุกคามต่อการเข้าถึงอาหาร น้ำสะอาด อากาศบริสุทธิ์ และการเชื่อมต่อของระบบนิเวศ ที่อาจจะนำไปสู่

ความขัดแย้งรูปแบบต่าง ๆ ในอนาคต การเรียกร้องของภาคเอกชนและองค์กรอิสระยังส่งแรงกดดันให้ภาครัฐจำเป็นต้องประกาศ “ภาวะฉุกเฉินสภาพภูมิอากาศ (Climate Emergency Declaration)” ในอนาคต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ดังนั้น การเตรียมความพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับทุกภาคส่วน เพื่อมุ่งสร้างความตระหนัก การลดหรือควบคุมอุณหภูมิ และดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศน้อยที่สุด บริษัทจึงร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงระดับนโยบายของประเทศในอนาคตโดยสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานด้านการลดก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง และเข้มข้นมากยิ่งขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน

แนวทางการดำเนินงาน

เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับความท้าทายระดับโลกของประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และ สอดรับกับแผนกลยุทธ์ทางด้านความยั่งยืนในระยะที่ 2 พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายที่ท้าทายในการช่วยคงอุณหภูมิโลกไม่ให้ร้อนขึ้นเกิน 1.5 องศาเซลเซียส และกำหนดข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี 2563 เป็นปีฐานในการติดตามผลการดำเนินงานในระยะที่ 2 นี้ด้วย บริษัทจัดตั้งคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนในการกำกับดูแลด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และทีมงานเฉพาะด้าน อาทิ ทีมเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน ทีมติดตั้งพลังงานแสงอาทิตย์ชนิดติดตั้งบนหลังคา ทีมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทีมทำงานปลูกไม้ยืนต้นเพื่อชุมชนที่ยั่งยืน ทีมบริหารจัดการอาหารส่วนเกิน และ ทีมบริหารก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น โดยคณะทำงานที่หลากหลายนี้ได้ปรับปรุงและประยุกต์ระบบการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกให้มีความสอดคล้องกับมาตรฐานสากล เช่น การวัดปริมาณและการรายงานผลการปลดปล่อย และลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกระดับองค์กรตามแนวทางมาตรฐาน ISO 14064-1 ฉบับปี 2018 อีกด้วย

บริษัทยังมุ่งเน้นย้ำให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานบริหารจัดการและรับมือต่อการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ ภายใต้กลยุทธ์ “เซเวน โท กรีน (7 Go Green)” พร้อมทั้งกำหนดกรอบการดำเนินงานการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการรับมือ ต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่อุปทาน และสอดคล้องกับแนวทางของคณะทำงานเปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD) เพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2593 ถือเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความตั้งใจในการร่วมควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยผิวโลกไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส สอดคล้องกับเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกตามข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) บนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (Science-based Targets : SBT) อีกทั้งการร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผ่านการดำเนินโครงการภายใต้แนวคิด “ลด กักเก็บ ชดเชย” การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่าง ๆ เช่น การลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง การใช้พลังงานทดแทนหรือพลังงานหมุนเวียน เป็นต้น ตลอดจนสนับสนุนทุกภาคส่วนให้มีส่วนร่วมในการผลักดันการดำเนินงานของบริษัทให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการริเริ่มการบริหารก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3

กรอบการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

01

การแสดงเจตจำนง

ในการลดผลกระทบทั้งปฏិบัติตามกฎหมาย
ข้อบังคับ และสอดคล้องเป้าหมายสากล SDGs

02

การประเมินความเสี่ยงและโอกาส

โดยผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการประเมิน
ความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรทั้งในระดับ Top-down
และ Bottom-up Management
โดยใช้กรอบการประเมิน TCFD

03

การกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และกลยุทธ์

ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมีมาตรการ
บรรเทาห่วงโซ่คุณค่าของคาร์บอนธุรกิจ

04

การดำเนินการ

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

05

การประเมินและติดตามวัดผล

ติดตามความคืบหน้าเทียบเป้าหมาย รวมถึงวิเคราะห์
แนวทางปรับปรุงผลดำเนินการโดยคณะอนุกรรมการ
พัฒนาความยั่งยืนทุกไตรมาส

06

สื่อสารผู้มีส่วนได้เสีย

ถึงกลยุทธ์การดำเนินการความร่วมมือกับ
ผู้มีส่วนได้เสียและความคืบหน้า



สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) จำแนกตามขอบเขต

กลุ่ม ซีพี ออลล์

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ทางตรง (Scope 1)

2561	221,164.70
2562	214,860.15
2563	231,798.67
2564	305,337.16

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม
จากการใช้พลังงาน (Scope 2)

2561	1,272,977.98
2562	1,216,421.13
2563	1,177,485.71
2564	1,104,406.33

เฉพาะ ซีพี ออลล์

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ทางตรง (Scope 1)

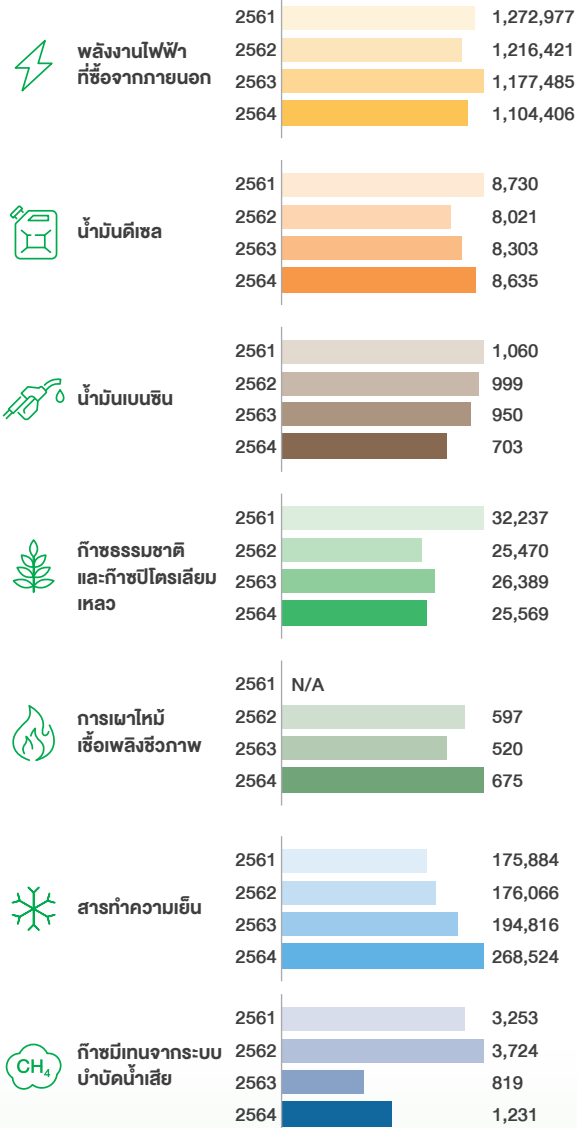
2561	164,929.39
2562	158,222.89
2563	174,627.22
2564	223,928.00

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม
จากการใช้พลังงาน (Scope 2)

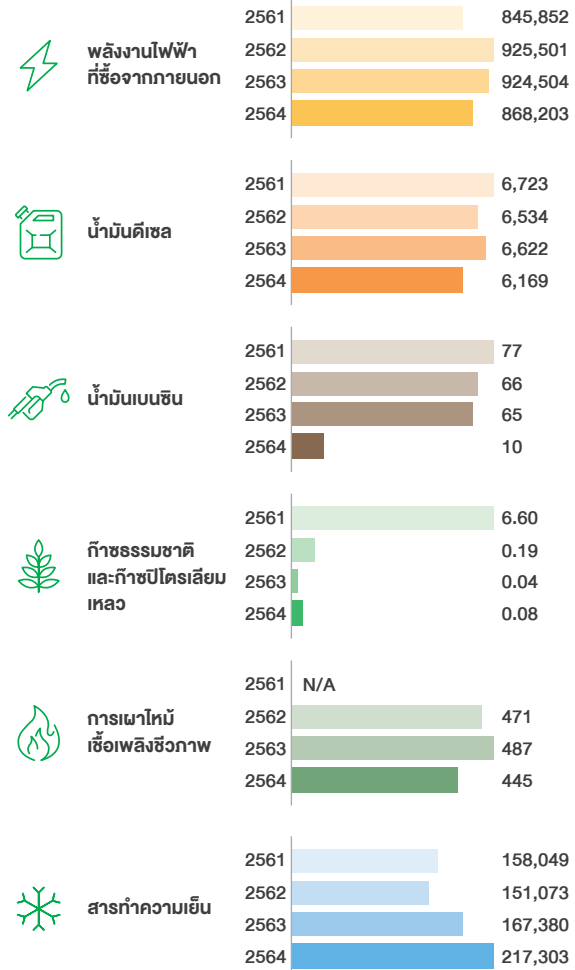
2561	845,852.00
2562	925,501.00
2563	924,504.00
2564	868,203.15

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) จำแนกตามแหล่งกำเนิด

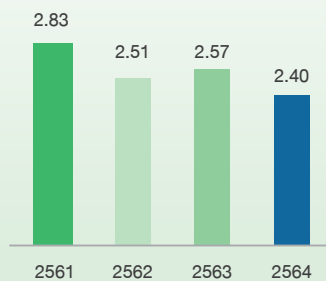
กลุ่ม ซีพี ออลล์



เฉพาะ ซีพี ออลล์

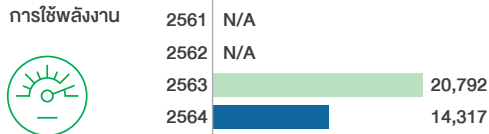


ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อหน่วยรายได้ (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท)

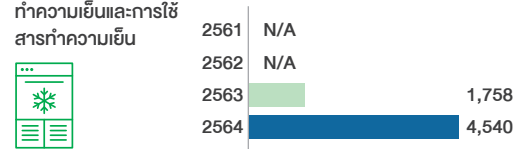


ปริมาณลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

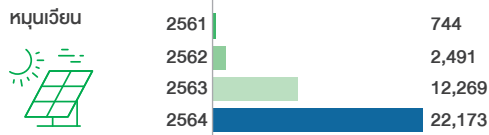
เพิ่มประสิทธิภาพ



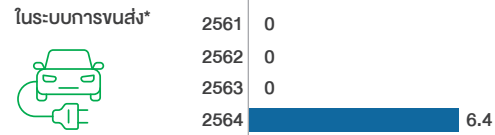
ปรับปรุงระบบ



การใช้พลังงาน



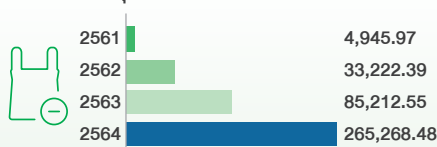
การใช้นยานยนต์ไฟฟ้า



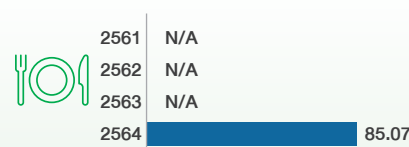
หมายเหตุ : การใช้พลังงานหมุนเวียน ประกอบด้วย การใช้พลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ การใช้พลังงานความร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ และ การใช้พลังงานความร้อนใต้พิภพ
* ทดสอบการใช้รถบรรทุกไฟฟ้าจำนวน 2 คัน ในระยะเวลา 2 เดือน

ปริมาณ “ลด ทั่วถึง ชดเชย” การปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

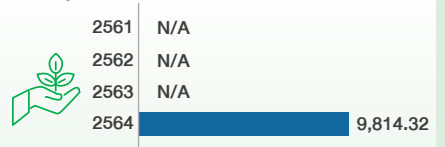
การลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง



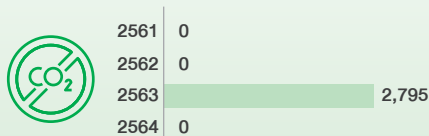
การบริจาคอาหารส่วนเกิน



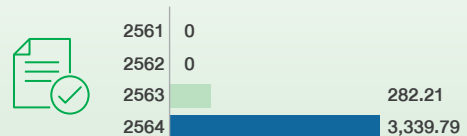
การปลูกต้นไม้



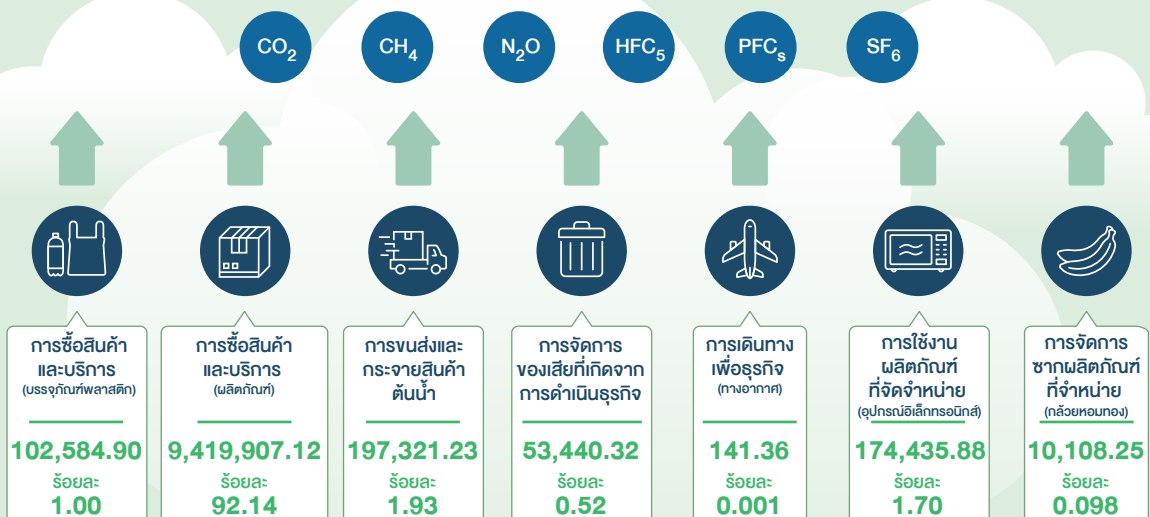
การชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



การขึ้นทะเบียนหน่วยลดก๊าซเรือนกระจก



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) จำแนกตามหมวดหมู่



การประเมินความเสี่ยงและโอกาส ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เพื่อให้บริษัทมีความพร้อมในการรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างเหมาะสม บริษัทได้ทำการประเมินปัจจัยความเสี่ยงและผลกระทบรวมถึงโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่อาจเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานในแต่ละหน่วยงานของบริษัท ภายใต้การประเมินของคณะประเมินความเสี่ยงองค์กร และอนุมัติโดยคณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล เพื่อเปิดเผยข้อมูลการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ ตามกรอบการรายงานของคณะทำงานเปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosure : TCFD) ตลอดจนจัดทำแผนงานด้านความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ



ทั้งนี้ ในปี 2564 บริษัทระบุความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่สำคัญ รวมถึงมาตรการการรับมือโดยสังเขป ดังนี้




ความเสี่ยงเชิงกายภาพ (Physical Risks)



ความเสี่ยง	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	
 น้ำท่วม	<p>⚠️ ผลกระทบต่อธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> การหยุดชะงักของกระบวนการผลิต การหยุดชะงักของการให้บริการลูกค้าร้าน 7-Eleven พนักงานที่ร้าน 7-Eleven ประสบภัยน้ำท่วม รายได้ลดลง เนื่องจากจำหน่ายสินค้าในร้าน 7-Eleven ได้น้อยลง 4,383 ล้านบาท 	<p>🔗 ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า</p> <ul style="list-style-type: none"> การหยุดชะงักของการขนส่งสินค้าจากคู่ค้ามายังร้าน 7-Eleven ลูกค้าไม่สามารถเข้ามาเลือกซื้อสินค้าที่ร้าน 7-Eleven ชุมชนโดยรอบร้าน 7-Eleven ประสบภัยน้ำท่วม
	<p>⚙️ มาตรการรองรับ</p> <p>บริษัทออกแบบสร้างร้าน 7-Eleven ให้สามารถป้องกันความเสียหายจากน้ำท่วมภายใต้แนวคิด “ร้านสู่น้ำ” โดยพิจารณาการออกแบบ เช่น การกันน้ำกำแพงสูง ออกแบบพื้น และประตูป้องกันแรงดันน้ำ ระบบต่อการติดตั้งปั๊มสูบน้ำ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หากเกิดเหตุน้ำท่วม บริษัทกำหนดแผนการดำเนินการจัดการ แบ่งออกเป็น 3 เหตุการณ์ ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> ก่อนเกิดเหตุ (การป้องกันและเตรียมความพร้อม) ติดตามสถานการณ์สภาพภูมิอากาศจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งประเมินความเสี่ยงของสถานการณ์ เพื่อให้พนักงานร้านสาขาเตรียมความพร้อมเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ และสินค้าไปยังที่ปลอดภัย พร้อมทั้งเตรียมอุปกรณ์สำหรับการกันน้ำเข้ามาภายในร้าน 7-Eleven ตลอดจนจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกแก่พนักงานร้าน หากเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมฉับพลัน ขณะเกิดเหตุ (การตอบสนองต่อเหตุการณ์) <ul style="list-style-type: none"> หากเกิดน้ำท่วมบริเวณรอบร้าน 7-Eleven จะต้องดำเนินการเฝ้าระวังน้ำเข้าร้าน พร้อมทั้งขนย้ายอุปกรณ์ และสินค้าไปยังพื้นที่ปลอดภัย ตลอดจนรายงานสถานการณ์ต่อศูนย์อำนวยความสะดวกเหตุน้ำท่วม 	
	<ul style="list-style-type: none"> หากเกิดเหตุน้ำท่วมเข้ามาภายในร้าน 7-Eleven จะต้องดำเนินการเปิดเครื่องสูบน้ำเพื่อระบายน้ำออกนอกร้าน และเตรียมอพยพพนักงานไปยังจุดอพยพที่จัดหาอย่างปลอดภัย หากเกิดน้ำท่วมสูงเกิน 30 เซนติเมตร หรือน้ำท่วมฉับพลันภายในร้าน 7-Eleven จะต้องอพยพพนักงานไปยังจุดรวมพลที่กำหนด และจัดการปฐมพยาบาลสำหรับพนักงานที่ได้รับบาดเจ็บ ตลอดจนสนับสนุนอาหาร เครื่องดื่ม และจุดพักพิงชั่วคราวสำหรับพนักงานที่ได้รับผลกระทบ หลังเกิดเหตุ (แผนฟื้นฟูและเยียวยา) บริษัทดำเนินการตรวจเช็คอุปกรณ์ และปรับปรุง พื้นฟูร้าน 7-Eleven ที่ได้รับความเสียหาย พร้อมทั้งเยียวยาพนักงานผู้ได้รับผลกระทบทั้งพนักงานตามสวัสดิการของบริษัท ตลอดจนสนับสนุนผู้ปฏิบัติงานที่ได้รับบาดเจ็บและผู้ประสบภัยและให้การช่วยเหลือชุมชน 	

ความเสี่ยง	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	
 ภัยแล้ง / น้ำกร่อย	⚠️ ผลกระทบต่อธุรกิจ <ul style="list-style-type: none"> การผลิตและคุณภาพของสินค้าลดลง ผลผลิตทางการเกษตรและวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ขนาดแคลง ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ที่เกิดจากตะกรันเกาะ <p style="text-align: center;">44 ล้านบาท</p>	🔗 ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า <ul style="list-style-type: none"> ผลผลิตทางการเกษตรและวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ของคู่ค้าลดลง ผู้บริโภคอาจเกิดโรคภัยเกี่ยวกับลำไส้จากการบริโภคสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน
	⚙️ มาตรการรองรับ <ul style="list-style-type: none"> สั่งซื้อถังน้ำสำรอง เพื่อใช้เก็บน้ำสำรองสำหรับใช้ในกระบวนการผลิต น้ำดื่มและน้ำใช้ ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ หรือขาดแคลนน้ำมากกว่า 1 สัปดาห์ สั่งซื้อน้ำใช้ เพื่อสำรองน้ำที่ใช้ในการผลิตเฉพาะเครื่องดื่ม ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบขาดแคลนน้ำ หรือพบปัญหาคุณภาพน้ำ ติดตั้งระบบ Reverse Osmosis (RO) เพื่อปรับสภาพน้ำในพื้นที่ที่ไม่ได้คุณภาพ อาทิ ความเค็ม ความกระด้าง ให้กลับมามีคุณภาพดีในพื้นที่ที่มีน้ำเค็ม เช่น ชายทะเล หรือพื้นที่ที่ใช้น้ำบาดาลที่มีความกระด้างของน้ำสูง ติดตั้งระบบ Air Water เพื่อดึงน้ำในอากาศมาพัฒนาเป็นน้ำที่ได้คุณภาพ ใช้ในร้าน 7-Eleven ในพื้นที่ที่ขาดแคลนน้ำดิบ หรือพื้นที่ที่มีความชื้นสัมพัทธ์สูง 	
	<ul style="list-style-type: none"> ให้ความรู้เกษตรกร เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิต โดยให้เจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญลงมาให้คำแนะนำตั้งแต่การปรับปรุงผืนดินให้เหมาะสมกับการเพาะปลูก กระบวนการปลูก การตัดแต่ง การคัดเลือก การวางโรยเมล็ดที่เหมาะสม ตลอดจนสอนการใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยวางระบบเซนเซอร์ (Sensor) ควบคุมการใช้น้ำอัตโนมัติ การบันทึกข้อมูลออนไลน์ (Online) และการติดตามควบคุมผลผลิต จัดสรรน้ำที่ผ่านการบำบัดและมีคุณภาพน้ำตามที่กฎหมายกำหนดจากบ่อเก็บน้ำธรรมชาติของโรงงานให้กับเกษตรกรที่ทำารเกษตรรอบโรงงาน เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิต 	



ความเสี่ยงเชิงการเปลี่ยนแปลง (Transition Risks)

ความเสี่ยง	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	
 กฎระเบียบเรื่องพลาสติก	⚠️ ผลกระทบต่อธุรกิจ <ul style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการหาวัสดุทดแทนสูงขึ้นประมาณ 215 ล้านบาท ต่อปี ส่งเสริมชื่อเสียงด้านการจัดการขยะพลาสติกและบริการที่ส่งเสริมการตลาดปล่อยก๊าซเรือนกระจก 	🔗 ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า <ul style="list-style-type: none"> ผู้มีส่วนได้เสียให้ความเชื่อมั่นด้านการจัดการขยะพลาสติกของบริษัท ส่งเสริมคู่ค้า ผู้บริโภค และชุมชนในการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ใหม่
	⚙️ มาตรการรองรับ <p>บริษัทเตรียมความพร้อม และต่อยอดการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ (Roadmap) ด้านการจัดการขยะพลาสติกเริ่มตั้งแต่ปี 2561 – 2573 โดยประยุกต์ใช้กรอบการดำเนินงานของ Extended Producer Responsibility (EPR) เพื่อขับเคลื่อนการลดมลพิษที่เกิดจากพลาสติก ตลอดจนมุ่งสู่การเป็นผู้นำในการลดใช้ถุงพลาสติก พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-Use Plastic) ผ่านการดำเนินโครงการด้านจัดการพลาสติกที่หลากหลาย อาทิ การทำสัญลักษณ์บนผลิตภัณฑ์มาจากการรีไซเคิล โครงการลด ละ เลิก การใช้พลาสติก โครงการรีไซเคิลขยะพลาสติก มาทำเป็นถุงหิ้วใช้ในร้าน 7-Eleven (อ่านเพิ่มเติมได้ที่ บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 212-222)</p>	

ความเสี่ยง	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	
 การตลาด	⚠️ ผลกระทบต่อธุรกิจ <ul style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกิดนวัตกรรมใหม่ที่เป็นผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ เจาะตลาดลูกค้ากลุ่มใหม่ ช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจ สร้างรายได้และกำไรที่ส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว ส่งเสริมชื่อเสียงด้านบริการที่ส่งเสริมการตลาดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 	🔗 ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า <ul style="list-style-type: none"> มีส่วนได้เสียรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์บริษัทในเชิงบวก ส่งเสริมผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	⚙️ มาตรการรองรับ <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญต่อการลดก๊าซเรือนกระจกของกระบวนการผลิตสินค้า ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบจนเข้าสู่กระบวนการผลิต การขนส่ง การนำไปใช้ และการกำจัดซาก สร้างการรับรู้ต่อผู้บริโภค โดยขอรับรองการขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) [Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) : TGO] 	
 ชื่อเสียง	⚠️ ผลกระทบต่อธุรกิจ <ul style="list-style-type: none"> ความต้องการสินค้าและบริการลดลงจากการรับรู้ภาพลักษณ์ของบริษัทในแง่ลบ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียต่อผลิตภัณฑ์ บริการและแนวทางการดำเนินธุรกิจ อาจส่งผลต่อชื่อเสียงและมูลค่าของแบรนด์ 	🔗 ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า <ul style="list-style-type: none"> ผู้มีส่วนได้เสียรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์บริษัทในเชิงบวก ส่งเสริมผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	⚙️ มาตรการรองรับ <ul style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบาย และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กำหนดกลยุทธ์ “เขว่น โท กรีน (7 Go Green)” และโครงการเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม นำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมหรือ Green Marketing มาปรับใช้กับธุรกิจ จัดกิจกรรมการตลาดหรือสร้างแคมเปญเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง อาทิ แคมเปญ “รวมพลังคนไทย เลิกใช้ถุงพลาสติก” 	

กลยุทธ์เขว่น โท กรีน (7 Go Green Strategy)

บริษัทดำเนินงานด้านการลดก๊าซเรือนกระจกตามกลยุทธ์เขว่น โท กรีน (7 Go Green) เพื่อสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน สังคม และประเทศชาติ ผ่านการดำเนินงานที่หลากหลาย อาทิ การลดการใช้พลังงาน การลด ละ เลิกใช้ถุงพลาสติกภายในร้าน 7-Eleven โดยมุ่งเน้นผลลัพธ์ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พร้อมทั้งสื่อสารผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมด้วยความโปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมุ่งสร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่ชุมชนและสังคม อีกทั้งสามารถตรวจสอบผลการดำเนินงานได้ภายใต้โครงการเปิดเผยข้อมูลคาร์บอน (Carbon Disclosures Project: CDP) โดยมี แนวทางการดำเนินงาน 4 แนวทาง ประกอบด้วย





การบริหารจัดการร้านอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store)

มุ่งเน้นการจัดการพลังงานอย่างยั่งยืน และมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งประยุกต์ใช้แนวทางอาคารสีเขียว (Green Building) ในการออกแบบ และบริหารจัดการพลังงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ครอบคลุมทั้งพื้นที่ร้าน 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่โคร และโรงงาน โดยสามารถแบ่งแนวทางการดำเนินงานได้ 3 รูปแบบ ประกอบด้วย



การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน



เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน



ปรับปรุงระบบทำความเย็น
และการใช้สารทำความเย็น



1. การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

ดำเนินการออกแบบร้านตามหลักการอาคารสีเขียว โดยติดตั้งเปลือกอาคารเพื่อช่วยป้องกันความร้อนจากภายนอกเข้ามาภายในร้าน ตลอดจนวางแผนปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพของอุปกรณ์ภายในร้านอยู่เสมอ



โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ
การใช้พลังงานในร้าน 7-Eleven



โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ
การใช้พลังงาน
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดการใช้พลังงานได้
30,922.43
เมกะวัตต์-ชั่วโมง

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้
14,317.09
ตันคาร์บอนไดออกไซด์
เทียบเท่า

หรือเทียบเท่าการปลูกไม้ยืนต้น
332,955 ต้น

ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน
114.40 ล้านบาทต่อปี



2. เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

ดำเนินการเพิ่มการใช้พลังงานหมุนเวียน โดยติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) รวมถึงการใช้พลังงานจากแหล่งอื่น ๆ เพื่อลดต้นทุนด้านพลังงานและผลิตพลังงานสะอาดเพิ่มขึ้น



โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงาน
แสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา
(Solar PV Rooftop)



โครงการพลังงานความร้อน
จากแสงอาทิตย์ (Solar Water Tube)



โครงการใช้พลังงานความร้อนได้พิภพ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ใช้พลังงานไฟฟ้าจากแหล่ง
พลังงานทดแทนได้
1,972.13
เมกะวัตต์-ชั่วโมง

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้
913.10
ตันคาร์บอนไดออกไซด์
เทียบเท่า

หรือเทียบเท่าการปลูกไม้ยืนต้น
21,234 ต้น

เทียบเท่าการลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้า
จากการไฟฟ้าได้
7.30 ล้านบาทต่อปี



3. ปรับปรุงระบบทำความเย็นและการใช้สารทำความเย็น



โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพคอยล์เย็นสำหรับตู้เย็นขนาดใหญ่



โครงการเครื่องปรับอากาศประเภท Inverter ในร้าน 7-Eleven



โครงการปรับปรุงระบบทำความเย็นของตู้แสดงสินค้าชนิด
ไร้บานประตูเป็นแบบรวมศูนย์

ดำเนินการปรับปรุงอุปกรณ์ทำความเย็น รวมถึงการใช้สารทำความเย็นกับระบบทำความเย็น
ของร้าน เป็นประเภทที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับข้อกำหนดของภาครัฐ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดการใช้พลังงานได้
15,947.60
เมกะวัตต์-ชั่วโมง

หรือเทียบเท่าการปลูกไม้ยืนต้น
105,581 ต้น

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้
4,540
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน
59 ล้านบาทต่อปี



การดำเนินงานด้านการขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistic)

มุ่งไปสู่การเป็นศูนย์กระจายสินค้าสีเขียว ทั้งในการออกแบบ การขนส่ง และการกระจายสินค้าไปยัง ร้าน 7-Eleven และ ผู้บริโภค โดยสามารถแบ่งแนวทางการดำเนินงานได้ 2 รูปแบบ ประกอบด้วย



เพิ่มสัดส่วนรถไฟฟ้า (Electric Vehicle : EV)
ในระบบการขนส่ง



เพิ่มสัดส่วน
การใช้พลังงานหมุนเวียนในการดำเนินการ



1. เพิ่มสัดส่วนรถไฟฟ้า (Electric Vehicle : EV) ในระบบการขนส่ง

บริษัทนำร่องการใช้รถไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) ในการขนส่งสินค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน ในปี 2564 มีการใช้รถไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) ทดลองในการขนส่งจริงจำนวน 2 คัน โดยมีแผนขยายผลการใช้รถไฟฟ้าในระบบขนส่ง ในปี 2565 จำนวน 150 คัน



โครงการยานยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle : EV) สำหรับขนส่งสินค้า

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้
6.4 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน
69,925 บาทต่อปี



2. เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในการดำเนินการ

ศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินการติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) ในศูนย์กระจายสินค้าครบทั้ง 18 แห่งทั่วประเทศ ในปี 2564 และมีแผนขยายการติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ในศูนย์กระจายสินค้าสร้างใหม่เพิ่มอีก 3 แห่ง ที่ศูนย์กระจายสินค้านครราชสีมา ศูนย์กระจายสินค้าสุวรรณภูมิส่วนต่อขยาย และออลส์คอมเพล็กซ์บางบัวทอง ในอนาคต ทำให้สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนเพิ่มขึ้นและประหยัดพลังงาน ตลอดจนสามารถเพิ่มความมั่นคงทางพลังงาน และความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องของศูนย์กระจายสินค้า ทั้งนี้ โครงการติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) ณ ศูนย์กระจายสินค้ายังได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) อีกด้วย

ตัวอย่างพื้นที่ศูนย์กระจายสินค้าที่ดำเนินการติดตั้งหลังคาพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop)



พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้าบางบัวทอง



พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า ภูเก็ต



พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า ชลบุรี



พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า ขอนแก่น



พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า สุราษฎร์ธานี



พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า หาดใหญ่

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ใช้พลังงานจากแหล่งพลังงานทดแทนได้
7,197.83
เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี



ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
3,339.79
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



เทียบเท่าการปลูกต้นไม้
77,669 ต้น



เทียบเท่าการลดค่าใช้จ่ายจากการไฟฟ้าได้
26.63 ล้านบาทต่อปี





การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging)

บริษัทบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์ครอบคลุมตั้งแต่การออกแบบ การใช้งานและการจำหน่าย และการกำจัดหรือหมุนเวียนมาใช้ใหม่ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า เพิ่มยอดขายให้บริษัทและสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยมุ่งดำเนินงาน 3 ด้าน ประกอบด้วย



ลดการใช้พลาสติก ณ แหล่งกำเนิด



ลด และทดแทนการใช้พลาสติก ณ ขั้นตอนการบริโภค



ลดขยะบรรจุภัณฑ์ทั้งพลาสติก และไม่ใช้พลาสติก หลังการบริโภค



1. ลดการใช้พลาสติก ณ แหล่งกำเนิด

มาตรการลดการใช้พลาสติก ณ แหล่งกำเนิด บริษัทกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการตอบสนองการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้ากลุ่มที่บริษัทสามารถควบคุมได้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงริเริ่มโครงการกลยุทธ์พัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมกับคู่ค้าพัฒนาและเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ผ่านแนวคิด "ลด และ ทดแทน" การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ รวมถึงเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้ซ้ำได้ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่มาจากแหล่งที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน รวมถึงสามารถย่อยสลายได้ตามกระบวนการธรรมชาติ



โปรแกรมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ่านแนวคิด "ลด และทดแทน" การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์



โปรแกรมเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



2. ลด และทดแทนการใช้พลาสติก ณ ขั้นตอนการบริโภค

มาตรการลด และ ทดแทนการใช้พลาสติก ณ ขั้นตอนการบริโภค บริษัทริเริ่มโครงการกลยุทธ์ในการลดการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use plastic) พร้อมทั้งริเริ่มแคมเปญเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของลูกค้า



โครงการต่อเนื่องรวมพลังคนไทย เลิกใช้ถุงพลาสติก



โครงการลดใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic)



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดการใช้พลาสติก
6,509.78 ตัน



ลดการใช้กระดาษ
319.49 ตัน



ลดปริมาณการสร้างขยะจากการใช้สติ๊กเกอร์ หลอด และกระดาษหุ้มหลอด
322.57 ล้านชิ้น



ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
84,595.05

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



หรือเทียบเท่าการปลูกไม้ยืนต้น
1,967,326 ต้น



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง
26,405.15 ตัน



ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
265,268.48

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



หรือเทียบเท่าการปลูกไม้ยืนต้น
6,169,034 ต้น



3. ลดขยะ-บรรจุภัณฑ์ทั้งพลาสติกและไม่ใช้พลาสติก หลังการบริโภค

ตามมาตราการลดขยะ-พลาสติก และไม่ใช้พลาสติกหลังการบริโภค บริษัทริเริ่มโครงการกลยุทธ์ที่เกิดจากการ นำพลาสติก หลังกระบวนการบริโภคมาใช้ใหม่ ตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยร่วมกับคู่ค้า NGOs ชุมชน ภาครัฐ องค์กรระดับท้องถิ่น องค์กรระดับโลก เพื่อเป็นต้นแบบในการ ดำเนินการนำขยะ-พลาสติกหลังการบริโภคมาใช้ใหม่



โครงการถุงหูหิ้ว
ร้าน 7-Eleven
จากฟิล์มพื้นพลาเค
ศูนย์กระจายสินค้า



โครงการ
"เสื้อพนักงาน"
จากขวดพลาสติก



โครงการ
ต่อเนื่อง
กล่องพิเศษ
Recycling
for Sharing



โครงการ
ZERO Waste
to Landfill



โครงการ
เปลี่ยนขวดน้ำ
พลาสติก
เป็นชุด PPE



อ่านเพิ่มเติมได้ที่บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 220-222



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



ลดขยะ-พลาสติกสู่การฝังกลบ
และหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่
1,115.02 ตัน



ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
6,329.53
ตันคาร์บอนไดออกไซด์
เทียบเท่า



หรือเทียบเท่าการปลูกไม้ยืนต้น
147,199 ต้น



การปลูกจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Living)

บริษัทร่วมสร้างความร่วมมือกับ คู่ค้า ชุมชน NGOs หน่วยงานภาครัฐ องค์กร ระดับสากลและระดับท้องถิ่น ดำเนินโครงการที่หลากหลายเพื่อปลูกจิตสำนึก ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนให้กับชุมชน



โครงการ
ถังคัดแยกขยะ



โครงการต่อเนื่อง
ต้นกล้าไร้ถัง



โครงการ
บริจาคอาหาร
ส่วนเกินผ่านมูลนิธิ



โครงการต่อเนื่อง
CP ALL
Food Waste
Management



โครงการ
ปลูกต้นไม้



อ่านเพิ่มเติมได้ที่บทการจัดการขยะอย่างยั่งยืน หน้า 224 บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 212 และบทการปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ หน้า 236



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ



วางถังคัดแยกขยะบริเวณด้านหน้าร้าน
7-Eleven จำนวน
12,247 สาขาทั่วประเทศ



ลดขยะอาหารสู่การฝังกลบ
5,149.72 ตันต่อปี



ส่งมอบอาหารส่วนเกินกว่า
173,898 มื้ออาหาร ให้กับ
118 ชุมชน



ปลูกต้นไม้สะสม
228,240 ต้น



ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
5,349.52
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ดำเนินการทำกิจกรรมชดเชยคาร์บอน (Carbon Offsetting) เพื่อให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากองค์กรสุทธิเป็นศูนย์หรือที่เรียกว่า Carbon Neutral ผ่านการดำเนินการ ดังนี้

โครงการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ภาคสมัครใจ (T-VER)

บริษัทได้เข้าร่วมและส่งเสริมกิจกรรมการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนมูลค่าในตลาดคาร์บอนเครดิต และเป็นการส่งเสริมการดำเนินการลดก๊าซเรือนกระจกของภายในประเทศ โดยได้ดำเนินการเปิดบัญชีก๊าซเรือนกระจกกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) พร้อมกับดำเนินการจัดซื้อและชดเชยคาร์บอนเครดิตเป็นจำนวน 2,795 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ส่งผลให้บริษัทสามารถรักษาความเข้มข้นของก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ (ล้านบาท) ของปี 2563 ลดลงถึงระดับร้อยละ 10 เทียบกับปีฐาน 2558 (ปีฐานเดิม) ถือเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการเพื่อความยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสังคม

โครงการขึ้นทะเบียนและรับรองปริมาณก๊าซเรือนกระจก

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินโครงการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ บนหลังคาศูนย์กระจายสินค้าจำนวน 18 พื้นที่ เพื่อสนับสนุนการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานสะอาด และลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าจากสายส่ง โดยโครงการนี้มีกำลังการผลิตติดตั้งรวม 6,016.56 กิโลวัตต์ และเริ่มดำเนินโครงการเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2562 โครงการนี้ดำเนินการติดตั้งแผงผลิตพลังงานจากเซลล์แสงอาทิตย์ขนาด 330 วัตต์จำนวน 18,232 แผง โครงการมีแผนดำเนินการผลิต 365/366 วันต่อปี ปริมาณไฟฟ้าที่คาดว่าจะสามารถผลิตได้และจ่ายให้กับศูนย์กระจายสินค้าในระยะเวลาการคิดเครดิตรวมทั้งสิ้นประมาณ 55,030,975 หน่วย (kWh) ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ผลิตได้ทั้งหมดจะใช้ในศูนย์กระจายสินค้า โดยก่อนการดำเนินโครงการพื้นที่บนหลังคาที่ติดตั้งแผงผลิตพลังงานจากเซลล์แสงอาทิตย์เป็นพื้นที่ว่างเปล่า ไม่ได้มีการใช้ประโยชน์ใดๆ และพลังงานไฟฟ้าทั้งหมดที่ใช้ในศูนย์กระจายสินค้า รั่วมาจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคหรือการไฟฟ้านครหลวง ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่คาดว่าจะลดได้ในระยะเวลาคิดคาร์บอนเครดิตของโครงการ จากการคำนวณเท่ากับ 26,811 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือเท่ากับ 3,830 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปีโดยเฉลี่ย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

“โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคาศูนย์กระจายสินค้า ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (Solar PV rooftop project at Distribution Center of CP ALL)” ได้รับรับรองปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากโครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (T-VER) ในช่วงระยะเวลาคิดเครดิตของโครงการระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2563 – 30 มิถุนายน 2564

3,622 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ในการประชุมคณะกรรมการองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก ครั้งที่ 8/2564 เมื่อวันที่พฤหัสบดีที่ 26 สิงหาคม 2564

โครงการพัฒนาและสรรหาผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้ความสำคัญต่อการลดก๊าซเรือนกระจกของกระบวนการผลิตสินค้า โดยดำเนินการประเมินการปล่อย และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากการผลิตผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ จนเข้าสู่กระบวนการผลิต การขนส่ง การนำไปใช้ และการกำจัดซาก พร้อมทั้งดำเนินการขอรับรองการขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) [Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) : TGO] โดยในปี 2564 บริษัทดำเนินการขึ้นทะเบียนรับรองฉลากสินค้าคาร์บอน (Carbon footprint product label) จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ และดำเนินการขึ้นทะเบียนฉลากลดการปล่อยคาร์บอน (Carbon footprint reduction label) จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์





ประสิทธิภาพ การใช้พลังงาน

ในฐานะองค์กรที่ใส่ใจด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม ซีพี ออลล์ มุ่งดำเนินโครงการที่หลากหลายภายใต้กลยุทธ์ “เซเว่น โก กรีน (7 Go Green)” โดยเฉพาะการบริหารจัดการร้าน 7-Eleven ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้นแบบการประหยัดและใช้พลังงานอย่างชาญฉลาด ตลอดจนกระบวนการขนส่งและการกระจายสินค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG6 สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัยสำหรับทุกคนและมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน

- 6.3 ยกระดับคุณภาพน้ำโดยลดมลพิษ จัดการทิ้งขยะและลดการปล่อยสารเคมีและวัสดุอันตราย สดส่วนน้ำเสียที่ไม่ผ่านกระบวนการลงครั้งหนึ่งและเพิ่มการนำกลับมาใช้ใหม่
- 6.4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในทุกภาคส่วนและสร้างหลักประกันว่าจะมีการใช้น้ำ และจัดหาน้ำที่ยั่งยืน เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำและลดจำนวนประชากรที่ประสบความทุกข์จากการขาดแคลนน้ำ

SDG7 สร้างหลักประกันให้ทุกคนสามารถเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ที่ยั่งยืนในราคาที่ย่อมเยา

- 7.2 เพิ่มสัดส่วนของพลังงานทดแทนในการผสมผสานการใช้พลังงานของโลก
- 7.3 เพิ่มอัตราการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานของโลกให้เพิ่มขึ้น

SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน

- 12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

SDG13 เร่งต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น

- 13.1 เสริมภูมิคุ้มกันและจัดความสามารถในการปรับตัวต่ออันตรายและภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศในทุกประเทศ



ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

เป้าหมายปี 2573



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

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



ปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน **13,442.01** กิโลจูล เทียบเป็น
ร้อยละ **0.14** จากการใช้พลังงานทั้งหมด



ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการใช้พลังงานทดแทน
22,172.73 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



ลดการใช้พลังงาน **31,748.30** เมกะวัตต์ชั่วโมง



ความเข้มข้นการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ **16.27** ลูกบาศก์เมตร
ต่อล้านบาท



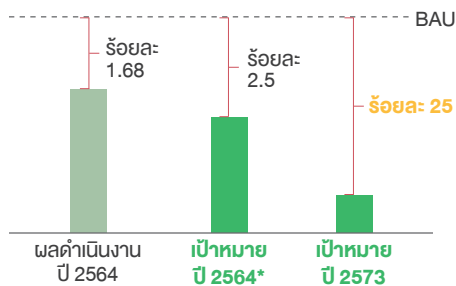
สัดส่วนการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำต่อปริมาณน้ำที่นำมาใช้ทั้งหมด
ร้อยละ **4.28**



ประเมินความเสี่ยงด้านน้ำของพื้นที่ดำเนินการบริษัท และคู่ค้าที่สำคัญ
ลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier) ร้อยละ **100**

ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : ร้อยละ)



หมายเหตุ : ข้อมูลควบคุมการเติบโตการใช้พลังงานรวมสุทธิ เปรียบเทียบกรณีปกติ
(Business-as-Usual, BAU) ลดลงเมื่อเทียบกับฐาน 2563

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



โครงการใช้รถบรรทุกไฟฟ้า (EV) ในกระบวนการขนส่งสินค้า



โครงการต่อเนื่องการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ชนิดติดตั้ง
บนหลังคา (Solar PV Rooftop)



สร้างการมีส่วนร่วมกับคู่ค้าและลูกค้าในการลดผลกระทบต่อ
สิ่งแวดล้อม



โครงการต่อเนื่องประเมินความเสี่ยงด้านสภาวะขาดแคลนน้ำของพื้นที่
ดำเนินการของบริษัท



โครงการต่อเนื่องประเมินความเสี่ยงด้านสภาวะขาดแคลนน้ำของพื้นที่
ดำเนินการของคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier)

ความเสี่ยงและโอกาส

พลังงานเป็นส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิตอย่างปฏิเสธไม่ได้ในปัจจุบัน และยังเป็นรากฐานสำคัญต่อทุกกิจกรรมของมนุษย์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการขั้นพื้นฐาน อาทิ พลังงานในเครื่องใช้ไฟฟ้า พลังงานในการคมนาคม พลังงานเพื่อการผลิตและการบริการ ทั้งนี้ ความต้องการใช้พลังงานที่เพิ่มมากขึ้น การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรควบคู่ไปกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการผลิตไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม พลังงานความร้อน

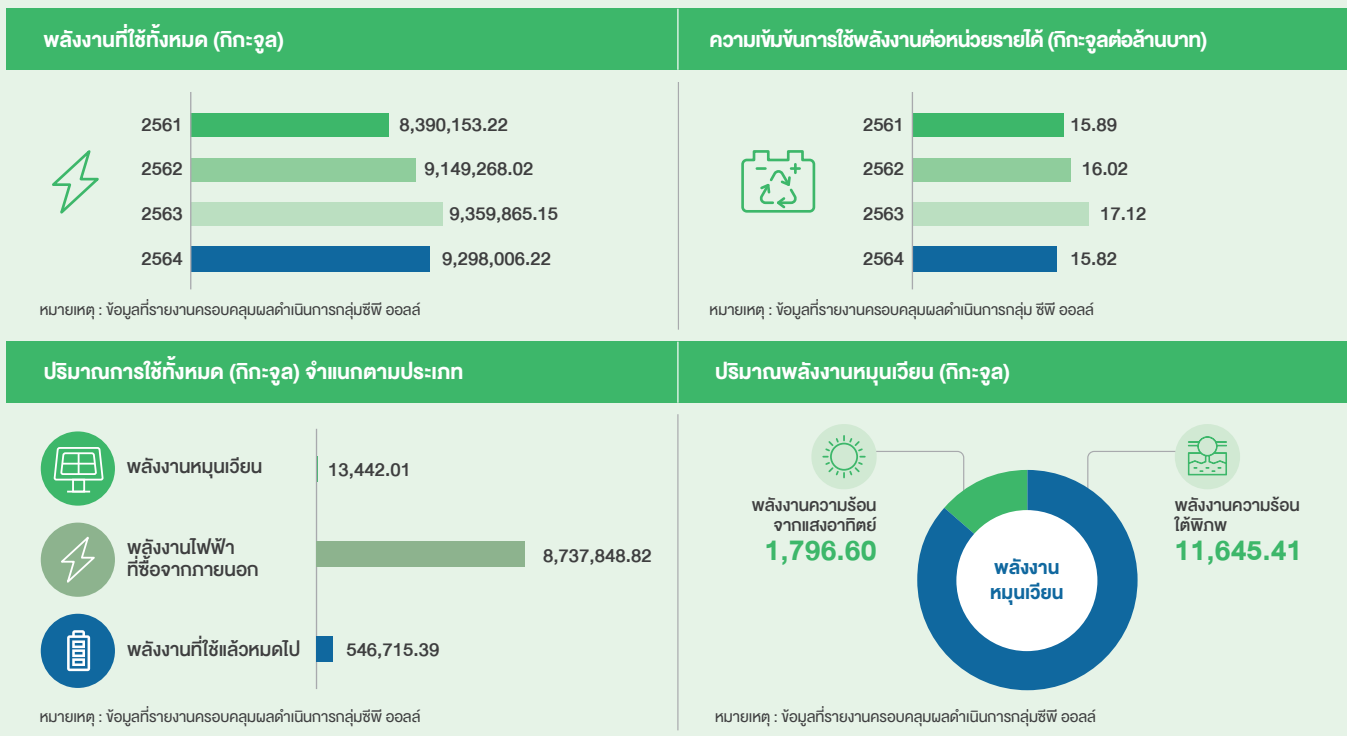
ได้พิภพ พลังงานชีวมวล เป็นต้น นอกจากนี้ น้ำคือหนึ่งในทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตและการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถเป็นแหล่งพลังงานหมุนเวียนที่สำคัญในอนาคต บริษัทจึงมุ่งบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยงการใช้น้ำจากแหล่งที่มีความเสี่ยงและขาดแคลน ตลอดจนสนับสนุนโปรแกรมการเพิ่มประสิทธิภาพและอนุรักษ์น้ำ เพื่อลดความเสี่ยงโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร อีกทั้งลดความรุนแรงจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

แนวทางการดำเนินงาน

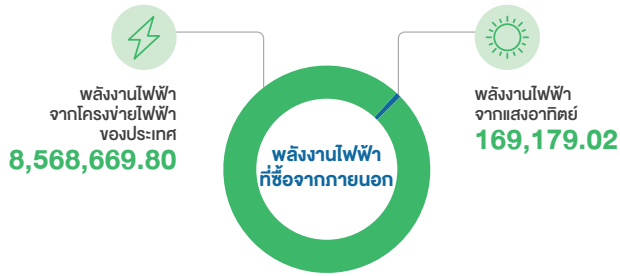
บริษัทดำเนินงานด้านการจัดการพลังงานระดับประเทศร่วมกับทุกภาคส่วนในสังคม ผ่านกลยุทธ์ “เซเว่น โกล์ กรีน (7 Go Green)” โดยยกระดับการจัดการด้านลดการใช้พลังงานและใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดตามมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 และกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานให้เป็นเป้าหมายเชิงรุกมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งดำเนินโครงการที่หลากหลาย ภายใต้กลยุทธ์ “เซเว่น โกล์ กรีน (7 Go Green)” ได้แก่ การบริหารจัดการร้านอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Store) การดำเนินงานด้านการขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistic) การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging) และการปลูกจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Living)

นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินงานด้านการจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่อุปทานโดยมีการจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการขาดแคลนทรัพยากรน้ำ เพิ่มสัดส่วนการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำ รวมถึงการส่งเสริมการตระหนักรู้เรื่องการใช้น้ำภายในองค์กรและชุมชนโดยรอบ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้มีรายงานจากสำนักงานพลังงานระหว่างประเทศ (International Energy Agency : IEA) ว่ามีการลดใช้พลังงานทั่วโลกถึงร้อยละ 6 ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แต่บริษัทยังคงมุ่งดำเนินงานด้านการอนุรักษ์พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564



ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก (กิกะจูล)



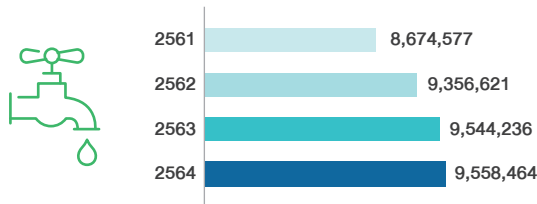
หมายเหตุ : ข้อมูลที่รายงานครอบคลุมผลดำเนินการกลุ่ม ซีพี ออลล์

ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป (กิกะจูล)



หมายเหตุ : ข้อมูลที่รายงานครอบคลุมผลดำเนินการกลุ่ม ซีพี ออลล์

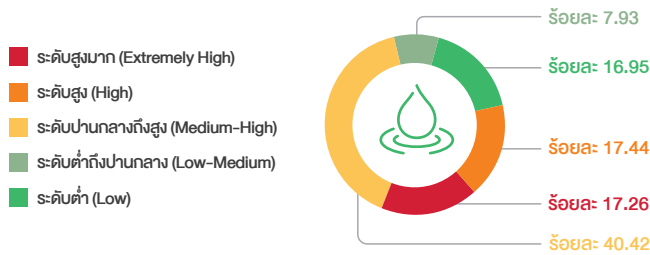
ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด (ลูกบาศก์เมตร)



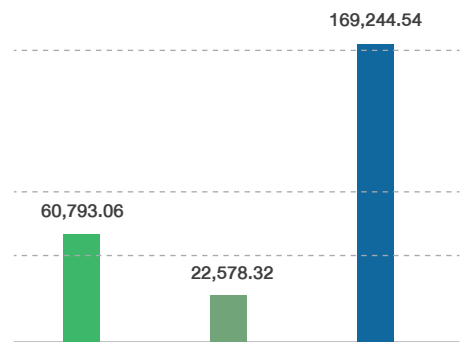
ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด (ลูกบาศก์เมตร) จำแนกตามแหล่งที่มา



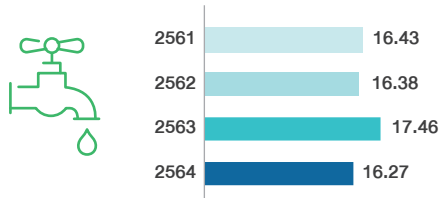
สัดส่วนปริมาณการใช้น้ำจากแหล่งที่มีความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำ (Water Stress) พื้นที่ดำเนินการของบริษัท



คุณภาพน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด (กิโลกรัม)



ความเข้มข้นการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ (ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท)



ปริมาณน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด (ลูกบาศก์เมตร)



หมายเหตุ : ปริมาณน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด เป็นค่าการตรวจวัดตามที่กฎหมายกำหนดและมีขอบเขตข้อมูลเฉพาะ: บริษัท ซีพีแรม จำกัด



ค่าพารามิเตอร์

- ความน่าเสียของน้ำเสียที่เกิดจากสารเคมี (Chemical Oxygen Demand : COD)
- ปริมาณของแข็ง สารอนินทรีย์และอินทรีย์ทั้งหมดที่ละลายอยู่ในน้ำ (Total Dissolved Solids : TDS)
- ความต้องการออกซิเจนทางชีวเคมี (Biochemical Oxygen Demand : BOD)

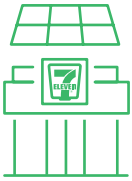
หมายเหตุ : ปริมาณน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด เป็นค่าการตรวจวัดตามที่กฎหมายกำหนดและมีขอบเขตข้อมูลเฉพาะ: บริษัท ซีพีแรม จำกัด

การบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านการจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้กลยุทธ์ “เซเว่น โก กรีน (7 Go Green)” โดยได้ดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน รวมถึงให้ความสำคัญกับการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) ส่งผลให้ต้นทุนด้านพลังงานลดลง สามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากการดำเนินการของบริษัทได้อีกด้วย ในปี 2564 มีการดำเนินการผ่านโครงการสำคัญ ดังนี้

เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

โครงการต่อเนื่องเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานที่ร้าน 7-Eleven



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดการใช้พลังงานได้

30,922.43

เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

14,348.01

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานได้

114.41 ล้านบาทต่อปี

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการจัดการพลังงานที่ร้าน 7-Eleven ตั้งแต่การออกแบบร้านสาขา การติดตั้ง เปลือกอาคาร เพื่อช่วยในการป้องกันความร้อนจากภายนอกเข้ามายังภายในร้าน การปรับปรุงระบบและเพิ่มประสิทธิภาพการประหยัดพลังงานของอุปกรณ์ไฟฟ้าภายในร้าน 7-Eleven รวมถึงให้ความสำคัญกับการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน (Renewable Energy) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ขยายผลการปรับปรุงระบบ รวมถึงติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดพลังงานในร้าน 7-Eleven

- 1 ติดตั้งคอยล์เย็นสำหรับตู้เย็นขนาดใหญ่ (Vault) จำนวน 1,045 สาขา ช่วยลดพลังงานเฉลี่ย 229.22 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขาต่อเดือน
- 2 ติดตั้งเครื่องปรับอากาศประเภท Inverter จำนวน 1,335 สาขา ช่วยลดพลังงานเฉลี่ย 1,200 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขาต่อเดือน
- 3 ปรับปรุงระบบไฟส่องสว่างในร้าน ติดตั้งหลอดไฟแอลอีดี (LED) จำนวน 958 สาขา ช่วยลดพลังงานเฉลี่ย 68.1 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขาต่อเดือน
- 4 ปรับปรุงระบบทำความเย็นของตู้แสดงสินค้าชนิดไร้บานประตูเป็นแบบรวมศูนย์ จำนวน 1,792 สาขา ช่วยลดพลังงานเฉลี่ย 1,551 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขาต่อเดือน
- 5 ระบบติดตามการใช้พลังงานในร้าน 7-Eleven เก็บและวิเคราะห์ข้อมูลการทำงานของอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องทำความเย็น เครื่องปรับอากาศ โดยระบบจะตรวจวัดอุณหภูมิตลอดเวลา คำนวณและแจ้งเตือนให้บำรุงรักษาเมื่อตรวจพบสิ่งผิดปกติก่อนการชำรุด จำนวน 5 สาขา



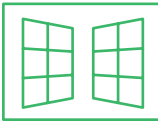
โครงการต่อเนื่องเพิ่มประสิทธิภาพ การใช้พลังงาน



บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดการพลังงานภายในอาคาร โดยการเปลี่ยนโคมไฟแสงสว่างเป็นหลอดไฟแอลอีดี (LED) ประสิทธิภาพสูง จำนวน 10 สาขา เปลี่ยนเครื่องทำความเย็น (Chiller) ระบบปรับอากาศที่มีประสิทธิภาพสูงชนิด Variable Speed Drive จำนวน 17 สาขา รวมถึงการบริหารจัดการระบบทำความเย็นและน้ำยาทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของระบบตู้แช่อาหารสด ทำให้ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าลง 4,712,590 กิโลวัตต์-ชั่วโมง ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 2,355.82 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงาน แสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา (Solar Rooftop) ร้าน 7-Eleven



ขยายผลการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป (Solar Rooftop) ใช้พลังงานหมุนเวียน ผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ขยายผลการติดตั้ง 200 สาขา ผลิตกระแสไฟฟ้ารวม 3,417,873.76 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ใช้พลังงานไฟฟ้า
จากแหล่งพลังงานทดแทนได้
3,417.87
เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
1,708.59
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้
39,734.77 ต้น

เทียบเท่าการลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้า
จากการไฟฟ้าได้
1.67
ล้านบาทต่อปี

โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงาน แสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา (Solar Rooftop)

ศูนย์กระจายสินค้า ซีพี ออลล์



ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป (Solar Rooftop) ในศูนย์กระจายสินค้าครบร้อยละ 100 ของพื้นที่ดำเนินการ (18 แห่ง ทั่วประเทศ) ใช้แผงเซลล์แสงอาทิตย์กว่า 18,000 แผง สามารถผลิตไฟฟ้าได้กว่า 7,197,833.65 กิโลวัตต์ต่อปี กำลังผลิตค่ารายการคำนวณที่ผลิตได้ หรือรายการคำนวณช่วยเพิ่มความมั่นคงทางพลังงานและความสามารถในการดำเนินการอย่างต่อเนื่องของศูนย์กระจายสินค้า เกิดผลประหยัดด้านพลังงาน นอกจากนี้ โครงการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป (Solar Rooftop) ณ ศูนย์กระจายสินค้า ยังได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ให้เป็นโครงการที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอีกด้วย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ใช้พลังงานไฟฟ้า
จากแหล่งพลังงานทดแทนได้

7,197.83

เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

3,339.79

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้

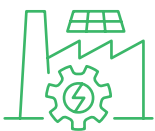
77,669 ต้น

เทียบเท่าการลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้า
จากการไฟฟ้าได้

26.63 ล้านบาทต่อปี

โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงาน แสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา (Solar Rooftop)

โรงงาน ซีพีแรม



บริษัท ซีพีแรม จำกัด มุ่งสู่องค์กรที่มีความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม และเป็นอุตสาหกรรมโรงงานสีเขียว (Green Factory) และบริษัทยังคงมุ่งมั่นแสวงหาแหล่งพลังงานอื่น ๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ในปี 2564 ดำเนินการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป (Solar Rooftop) รวมกว่า 34,315 ตารางเมตร โดยมีการใช้แผงเซลล์แสงอาทิตย์กว่า 16,000 แผง มูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น 188 ล้านบาท ผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคาโรงงานของ ซีพีแรม ทั้ง 7 แห่ง ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ สามารถผลิตไฟฟ้าได้กว่า 7,200 กิโลวัตต์-ชั่วโมง ช่วยลดอัตราค่าไฟฟ้า Peak Load ในช่วงเวลากลางวันของทุกวันให้กับบริษัท



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ใช้พลังงานไฟฟ้า
จากแหล่งพลังงานทดแทนได้

10,512

เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

4,877.57

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้

113,403 ต้น

เทียบเท่าการลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้า
จากการไฟฟ้าได้

38.93 ล้านบาทต่อปี



โครงการพลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์ (Solar Water Tube)



บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดกระบัง) นำพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ในกระบวนการผลิตน้ำร้อน มีเป้าหมายลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและก๊าซธรรมชาติที่ใช้ในกระบวนการผลิต เช่น ในกระบวนการต้มน้ำ และระบบทำน้ำร้อน โดยในปี 2564 สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 471,000 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี และสามารถลดการใช้ก๊าซธรรมชาติได้ 1,608 ล้านบาทเทียบ (MMBtu) ต่อปี หรือคิดเป็นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 95 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการใช้พลังงานความร้อนใต้พิภพ



บริษัท ซีพีแรม จำกัด เป็นโครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน ซึ่งเป็นพลังงานตามธรรมชาติที่อยู่ได้ชั้นผิวโลก ซึ่งสามารถนำความร้อนอุณหภูมิต่ำที่ชั้นใต้ดินนั้นมาทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้าในขั้นตอนการอุ่นน้ำได้โดยการใช้ความร้อนจากใต้ดิน ที่มีอุณหภูมิเฉลี่ย 50 องศาเซลเซียส มาใช้ล้างอุปกรณ์ในกระบวนการผลิต ซึ่งสามารถใช้ทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้าในขั้นตอนของการอุ่นน้ำได้ ทำให้สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าไปได้ถึง 292,820 กิโลวัตต์-ชั่วโมง ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 146 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

โครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ติดตั้งบนหลังคา (PWS 2)



บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ประกาศเจตนารมณ์เป็นธุรกิจสีเขียวตลอดห่วงโซ่ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ในปี 2564 ดำเนินการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป (Solar Rooftop) รวมกว่า 174,427 ตารางเมตร ผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคาของศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร จำนวน 52 สาขา ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ สามารถผลิตไฟฟ้าได้ 35,502,856 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่คาดว่าจะลดได้ 17,747.88 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี โดยโครงการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป (Solar Rooftop) ที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าสยามแม็คโครยังได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ให้เป็นโครงการที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอีกด้วย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ใช้พลังงานไฟฟ้า
จากแหล่งพลังงานทดแทนได้

35,503

เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

20,103.70

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้

1,340 ต้น

เทียบเท่าการลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้า
จากการไฟฟ้าเทียบปี 2563 ได้

52.17 ล้านบาท

ลดการใช้เชื้อเพลิงในการขนส่งและการกระจายสินค้า

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นทำให้ระบบการขนส่งและการกระจายสินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistic) มากขึ้น โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการจัดการพลังงานเพื่อลดการใช้เชื้อเพลิงในการขนส่งและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ภายใต้กลยุทธ์ “เซเว่น โก กรีน (7 Go Green)” โดยได้กำหนดกลยุทธ์โลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อม ในปี 2564 ดำเนินการผ่านโครงการหลัก ดังนี้

โครงการยานยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle)



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เล็งเห็นความสำคัญทางด้าน Green Logistics โดยพัฒนาระบบรถขนส่งไฟฟ้า (EV TRUCK) เพื่อนำมาใช้ในการขนส่งสินค้าสู่ร้าน 7-Eleven ปัจจุบันได้มีการทดลองที่ศูนย์กระจายสินค้า จำนวน 2 คัน และมีแผนการขยายจำนวน 150 คัน ภายในปี 2565 โดยการพัฒนารถขนส่งไฟฟ้า (EV TRUCK) ได้รับความร่วมมือจากกลุ่มบริษัท Hyundai ซึ่งเป็นผู้นำด้านการผลิตรถไฟฟ้าระดับโลก



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

6.4

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน

69,925 บาทต่อปี

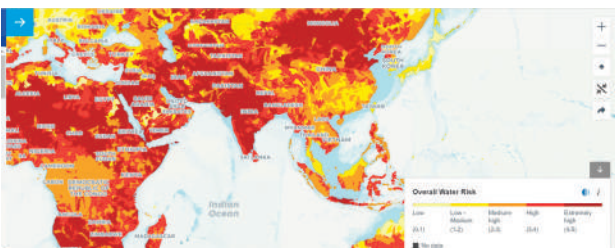
การจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน

บริษัทตระหนักถึงปัญหาและความเสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำ ซึ่งเป็นทรัพยากรหลักที่สำคัญต่อสิ่งมีชีวิตและการดำเนินธุรกิจ จึงมุ่งดำเนินการบริหารจัดการดูแลทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่คุณค่า ผ่านโครงการดังนี้

การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน

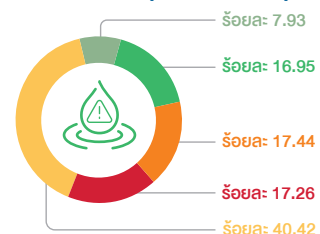
แหล่งน้ำหลักของบริษัท ได้แก่ ระบบน้ำประปาทั่วประเทศ ซึ่งถูกนำมาใช้ในงานทั่วไป อาทิ การซักล้าง การดูแลความสะอาด และนำมาใช้ในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ ยังมีการใช้น้ำบาดาลในบางพื้นที่การดำเนินธุรกิจของบริษัท ซีพีแรม จำกัด และบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) เพื่อป้องกันการขาดแคลนน้ำในพื้นที่ชุมชน และอาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการดำเนินธุรกิจ

พร้อมกันนี้ บริษัทดำเนินการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการประเมินความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำ (Water Stress) ด้วยเครื่องมือ Aqueduct ของ World Resource Institute ครอบคลุมทุกพื้นที่การดำเนินธุรกิจ ซึ่งผลการประเมินความเสี่ยงพบว่าร้อยละ 17.26 ของพื้นที่ดำเนินการอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับสูงมาก (Extremely High) และร้อยละ 17.44 ของพื้นที่ดำเนินการอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับสูง (High) ดังภาพ



สัดส่วนพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress)

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



ทั้งนี้ บริษัทบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว โดยจัดตั้งคณะทำงานด้านการบริหารจัดการน้ำ ทำหน้าที่จัดทำแผนลดการใช้น้ำ พร้อมทั้งดำเนินโครงการที่หลากหลายเพื่อสนับสนุนการลดการใช้น้ำอย่างเหมาะสม



นอกจากนี้ บริษัทดำเนินการตรวจประเมินความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำสำหรับลูกค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier) จำนวน 129 ราย ด้วยเครื่องมือ Aqueduct ซึ่งผลการประเมินพบว่าลูกค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 จำนวน 39 ราย ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำระดับสูงมากและระดับสูง พร้อมทั้งมีการติดตาม ประเมินความเสี่ยงสำหรับลูกค้ากลุ่มดังกล่าวอยู่เป็นประจำ

พร้อมกันนี้ บริษัทร่วมมือกับลูกค้าดำเนินงานเพื่อลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำอย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามกฎหมาย เช่น ร่วมมือกับหน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนลดความเสี่ยงด้านน้ำ การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น ตลอดจนฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งน้ำในชุมชน เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งกับชุมชน ปัจจุบันได้รับความร่วมมือกับลูกค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ที่มีความเสี่ยงสูงด้านขาดแคลนน้ำแล้วร้อยละ 100 อีกทั้งดำเนินโครงการลดความเสี่ยงและผลกระทบด้านน้ำอย่างต่อเนื่อง

โครงการด้านการอนุรักษ์น้ำ

บริษัทดำเนินโครงการเพื่อมุ่งสู่ Zero Wastewater Discharge มาอย่างต่อเนื่อง โดยตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างรู้คุณค่า และบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการจัดการน้ำเสียให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อลดการปล่อยน้ำเสียลงสู่สาธารณะ ผ่านโครงการที่หลากหลาย อาทิ

โครงการนำน้ำทิ้งจากเครื่องปรับอากาศกลับมาใช้ใหม่ ศูนย์กระจายสินค้าสุวรรณภูมิ



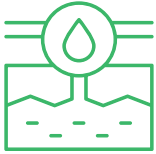
ติดตั้งถังเก็บน้ำทิ้งบริเวณโรงอาหาร ซึ่งมีการระบายน้ำจากท่อน้ำทิ้งในเครื่องปรับอากาศ เพื่อนำน้ำทิ้งดังกล่าวกลับมาใช้ประโยชน์ อาทิ รดน้ำต้นไม้ ซึ่งสามารถประหยัดการใช้น้ำได้กว่า 36 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

โครงการของศูนย์กระจายสินค้าหาดใหญ่



ปรับปรุงระบบการรดน้ำต้นไม้อัตโนมัติแบบสปริงเกอร์ เพื่อนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดที่ได้มาตรฐานใช้รดน้ำต้นไม้ภายในศูนย์กระจายสินค้า สามารถลดการใช้น้ำบาดาลได้ 15 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน

โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ การใช้น้ำ บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดหลุมแก้ว)



ซีพีแรม นำน้ำจากแหล่งน้ำใต้ดินมาใช้แทนแหล่งน้ำผิวดิน เป็นการนำน้ำบาดาลที่สูบจากความลึกประมาณ 500 เมตร ซึ่งมีอุณหภูมิสูงถึง 50 องศาเซลเซียส ใช้ชำระล้างอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิต ทดแทนการใช้ไฟฟ้าเพื่ออุ่นน้ำ นอกจากนี้ ยังมีระบบบำบัดน้ำที่สามารถบำบัดน้ำทิ้งและรีไซเคิลน้ำจากกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพดีกว่าที่กฎหมายกำหนด เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การนำไปใช้คือน้ำดิบในระบบระบายความร้อนห้องเย็น ใช้รดน้ำต้นไม้ และชำระล้างบริเวณพื้น เป็นต้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดการใช้น้ำประปาในกระบวนการผลิตลง

19,600 ลูกบาศก์เมตร

มีการใช้น้ำบาดาลทดแทนการใช้น้ำ
จากระบบประปา

1,206,468
ลูกบาศก์เมตร

ลดการใช้ไฟฟ้าในระบบลง

292,820
กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อปี

นำน้ำทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์

365,235
ลูกบาศก์เมตร

โครงการรักษาน้ำ รักษาภาค บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)



การนำน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัดแล้วกลับมาใช้รดน้ำต้นไม้ ผ่านระบบแบบอัตโนมัติในศูนย์จำหน่ายสินค้า จำนวน 72 สาขาทั่วประเทศ เพื่อลดการปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ และลดการใช้น้ำประปา สามารถลดการใช้น้ำประปาได้ถึง 93,960-104,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

โครงการธนาคารน้ำใต้ดิน บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)



การนำน้ำทิ้งเข้าสู่ระบบบำบัดให้ได้ตามมาตรฐานและนำไปใช้รดน้ำต้นไม้ภายในองค์กร พร้อมทั้งเพิ่มพื้นที่สีเขียวรอบศูนย์จำหน่ายสินค้า ปัจจุบันดำเนินการแล้วในศูนย์จำหน่ายสินค้าภายในจังหวัดยโสธร โดยสามารถลดการใช้น้ำประปาลง 1,846 ลูกบาศก์เมตร และลดค่าใช้จ่ายได้กว่า 77,760 บาทต่อปี และมีพื้นที่สีเขียวเพิ่มขึ้นเป็นที่พักผ่อนแก่พนักงาน และเป็นแหล่งศึกษาดูงานแก่ชุมชนโดยรอบ





การจัดการ บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

ซีพี ออลล์ ให้ความสำคัญกับการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน จนนำไปสู่การกำหนดและปฏิบัติตามมาตรการลดการใช้ ใช้ซ้ำ ใช้ใหม่ ของพลาสติกอย่างเป็นระบบ รวมทั้งทุ่มเทให้กับการออกแบบและเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เพียงก่อให้เกิดนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ แต่ยังได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อันเป็นผลลัพธ์จากแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องครอบคลุมและยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่ และมีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

8.4 พัฒนาความมีประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรของโลกในการบริโภคและการผลิต และพยายามที่จะตัดความเชื่อมโยงระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม

SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและผลิตที่ยั่งยืน

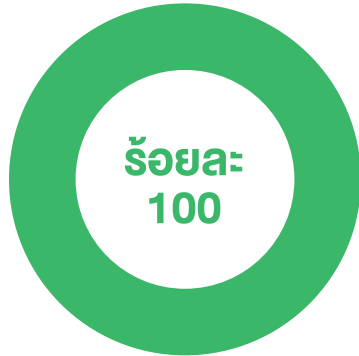
12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

12.5 ลดการผลิตของเสียโดยการป้องกัน การลด การแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำมาใช้ซ้ำ



การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

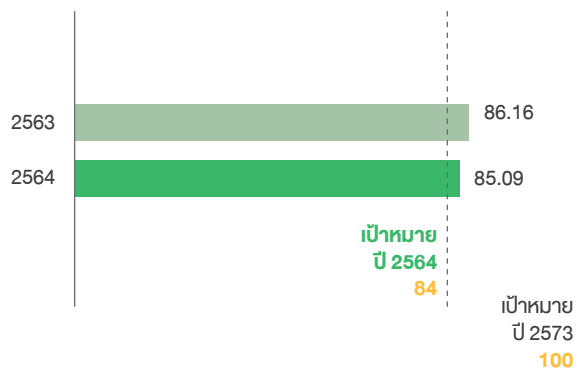
เป้าหมายปี 2573



บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในประเทศไทย ภายในปี 2568 สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในต่างประเทศ ภายในปี 2573

ความก้าวหน้าเกี่ยวกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



ปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่บริษัทเลือกใช้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
6,488.33 ตันต่อปี

* ครอบคลุมการใช้บรรจุภัณฑ์ พลาสติก และไม้ใช้พลาสติกที่นำกลับมาใช้ซ้ำได้ (Reusable) นำไปรีไซเคิลได้ (Recyclable) รวมถึงผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Content)



ปริมาณขยะบรรจุภัณฑ์ที่บริษัทนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled)
295.88 ตันต่อปี



ปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
1,240.80 ตันต่อปี

* ครอบคลุมบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช่พลาสติกจากแหล่งที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนและมีการควบคุมรวมถึงสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (Compostable)



ลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์หรือวัสดุที่เกินความจำเป็น
27,125.10 ตันต่อปี

* ครอบคลุมบรรจุภัณฑ์พลาสติก และไม้ใช้พลาสติกจากการลดใช้ถุงพลาสติก บรรจุภัณฑ์ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง รวมถึงการลดใช้จากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์



ลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติกและพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic)
26,405.15 ตันต่อปี

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



โครงการเสื้อพนักงานผลิตจากขวดพลาสติก



โครงการวัสดุสิ้นเปลืองในร้าน 7-Eleven ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล



โครงการต่อเนื่อง “ลด และทดแทน” สานต่อจากโครงการต่อเนื่อง รวบรวมคนไทย เลิกใช้ถุงพลาสติก ปี 4



โครงการถึงคิดแยกขยะ สู่ โครงการถึงขยะอัจฉริยะ: บนแพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน Green2Get



โครงการต่อเนื่อง “กล่องแซนวิชขอรับจากกระดาษที่ได้รับการรับรองจากองค์กร PEFC (Program for the Endorsement of Forest Certification Scheme)



โครงการต่อเนื่อง “ต้นกล้าไร้ถัง สู่ ชุมชนไร้ถัง”

ความเสี่ยงและโอกาส

โครงสร้างพื้นฐานเรื่องการจัดการขยะพลาสติกสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนาเป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งอาจส่งผลไปยังกระบวนการจัดการขยะที่ไม่ถูกต้องและนำไปสู่การปลดปล่อยมลพิษสู่สิ่งแวดล้อม จากผลการศึกษาพบว่าอัตราการรีไซเคิลขยะพลาสติกในประเทศที่กำลังพัฒนา มีอัตราการรีไซเคิลค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศขนาดกลางที่พัฒนาแล้ว นอกจากนี้ กระบวนการดำเนินธุรกิจ ในภาคอุตสาหกรรมยังเป็นหนึ่งในสาเหตุหลักที่ก่อให้เกิดขยะพลาสติก โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบ

ร้านค้าปลีกและค้าส่ง เนื่องจากสินค้าทุกประเภททั้งสินค้าอุปโภคและบริโภคจำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ ซึ่งบางประเภทไม่สามารถย่อยสลายหรือนำมาใช้ประโยชน์อื่นได้ และยังก่อให้เกิดขยะพลาสติกได้ ทั้งนี้ การบริหารจัดการนวัตกรรมและกระบวนการบริหารจัดการขยะพลาสติกในภาคอุตสาหกรรมจึงเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดมลพิษทางบก ลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ และทรัพยากรทางทะเลที่อาจส่งผลกระทบต่อ

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ให้ความสำคัญในการเลือกใช้และจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการจัดการขยะพลาสติกได้อย่างเหมาะสมในองค์กร ตลอดจนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ บริษัทกำหนดนโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน และสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย ครอบคลุมแนวทางการจัดการบรรจุภัณฑ์ อาทิ การออกแบบและการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) การนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำ หรือการนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วนำมาใช้ใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกใช้และจัดการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าอุปโภคและบริโภคภายใน ร้าน 7-Eleven ให้ถูกต้องและเหมาะสม โดยมุ่งตอบสนองเป้าหมายหลักในการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ตลอดจนจรรยาวัตรของผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าในรูปแบบเดลิเวอรีมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณขยะหรือบรรจุภัณฑ์พลาสติกเพิ่มมากขึ้นเป็นทวีคูณ บริษัทจึงดำเนินงานด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่มีความเข้มข้นมากขึ้น โดยมุ่งบริหารจัดการขยะตั้งแต่ต้นทาง ตรวจสอบติดตามและจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากขยะบรรจุภัณฑ์ขององค์กรให้น้อยที่สุด

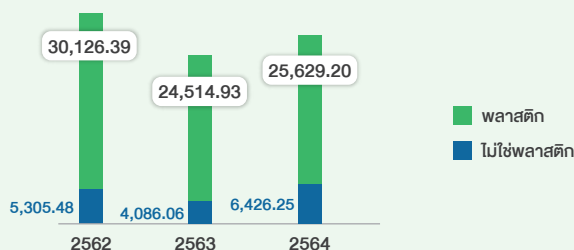


อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

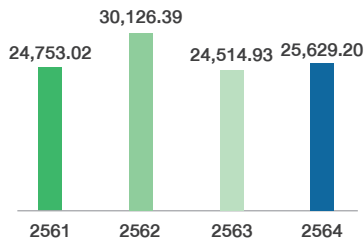
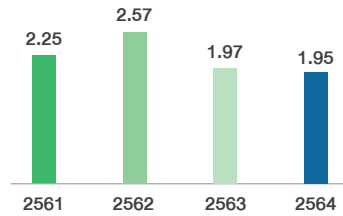
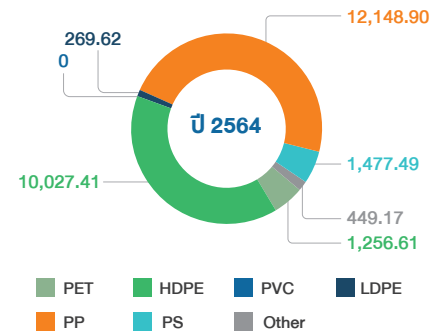
นโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Packaging_Policy_TH_095_2563.pdf

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564

ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ทั้งหมด (ตัน) จำแนกตามประเภท



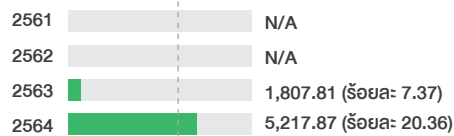
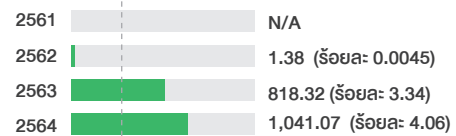
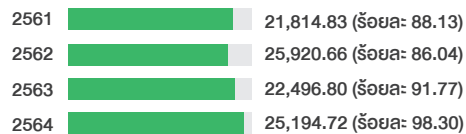
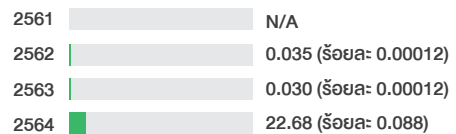
หมายเหตุ : ครอบคลุมบรรจุภัณฑ์ 1) ที่ใช้สำหรับการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้การควบคุมของบริษัททั้ง Primary และ Secondary Packaging รวมถึงวัสดุสิ้นเปลือง (Supply Use) ที่ใช้ที่ร้าน 7-Eleven 2) ที่ใช้ในการดำเนินการของศูนย์กระจายสินค้า และร้าน 7-Eleven

ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์
พลาสติกทั้งหมด (ตัน)ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์
พลาสติกเฉลี่ยต่อสาขา (ตัน)สัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก (ตัน)
จำแนกตามประเภท

การจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติก

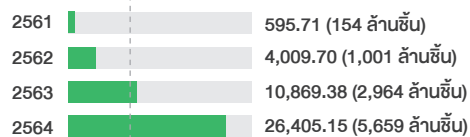


1) การออกแบบและเลือกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม*

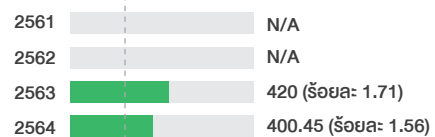
ปริมาณน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์
ที่นำมาใช้ซ้ำได้ (Reusable) (ตัน)เป้าหมาย
ปี 2564 5,100ปริมาณน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์
ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Content) (ตัน)เป้าหมาย
ปี 2564 420ปริมาณน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์
ที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ (Recyclable) (ตัน)ปริมาณน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์
ที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ (Compatible) (ตัน)

2) การลดใช้บรรจุภัณฑ์หรือวัสดุบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เกินจำเป็น*

ปริมาณลดใช้ถุงพลาสติกและพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (ตัน)

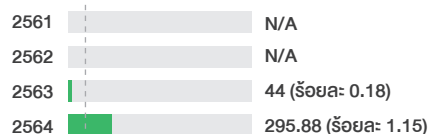
เป้าหมาย
ปี 2564 10,511

ปริมาณลดใช้พลาสติกจากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (ตัน)

เป้าหมาย
ปี 2564 320

3) การนำขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติกมาใช้ใหม่ (ตัน)*

ปริมาณการนำขยะบรรจุภัณฑ์มาแปรรูปใหม่ (Recycle/ Upcycle)

เป้าหมาย
ปี 2564 227

*หมายเหตุ : ร้อยละเทียบกับปริมาณการใช้พลาสติกของแต่ละปี

บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช่พลาสติก

ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช่พลาสติกแยกตามประเภท

	ปริมาณน้ำหนักรวมที่ใช้ทั้งหมด (ตัน)	นำมาใช้ใหม่ (Recycled) และ/หรือได้รับการรับรอง (Certified Material) (ร้อยละ)
ไม้ กระดาษ	5,335.40	86.58
โหล- (เหล็ก อลูมิเนียม)	28.74	100
แก้ว	1,062.11	100

บริษัทมุ่งลดปริมาณขยะพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเข้ากระบวนการฝังกลบให้น้อยที่สุด โดยส่งเสริมการจัดการขยะภายใต้แนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำมาใช้กับสินค้าที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ซึ่งจะต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reusable) นำมาใช้ใหม่ (Recycle) หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ (Compostable) (โดยกลุ่มนี้จะเลือกใช้เท่าที่จำเป็นให้เหมาะสมกับพื้นที่และความพร้อมในการจัดการขยะ) ผ่านแนวคิด “ลด ละ เลิก” โดยดำเนินการภายใต้ 3 แนวทางหลัก ดังนี้

1
ลดการใช้พลาสติก ณ แหล่งกำเนิด

กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และแนวทางตอบสนองการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2
ลด และทดแทนการใช้พลาสติก ณ ขั้นตอนการบริโภค

ริเริ่มโครงการกลยุทธ์ในการลดการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) พร้อมทั้งริเริ่มแคมเปญเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของลูกค้า

3
ลดขยะบรรจุภัณฑ์ที่ทิ้งพลาสติกและไม่ใช่พลาสติกหลังการบริโภค

ริเริ่มโครงการกลยุทธ์ที่เกิดจากการนำพลาสติกหลังกระบวนการบริโภคมาใช้ใหม่ ตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ร่วมกับคู่ค้า NGOs ชุมชนภาครัฐ องค์กรระดับท้องถิ่น องค์กรระดับโลกเพื่อเป็นต้นแบบในการดำเนินการนำขยะพลาสติกหลังการบริโภคมาใช้ใหม่



ทั้งนี้ ในปี 2564 บริษัทดำเนินโครงการด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่หลากหลายตามมาตรการลดพลาสติกอย่างเป็นระบบ โดยมีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

ลดการใช้พลาสติก ณ แห่งกำเนิด

โปรแกรมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ่านแนวคิด “ลด และทดแทน” การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์

1 โครงการต่อเนื่องลดการใช้พลาสติกถ้วยข้าวสวย

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมมือกับคู่ค้าปรับปรุงกระบวนการผลิตถ้วยข้าวสวย จากวิธีการฉีดพลาสติก (Injection) เป็นวิธีการอัดขึ้นรูปพลาสติก (Thermoform) เปลี่ยนสติกเกอร์ที่ติดด้านบนฝาเป็นแบบพิมพ์ลายด้านข้าง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้พลาสติก
262.57 ตัน

ลดปริมาณการสร้างขยะจากการใช้สติกเกอร์
52.6 ล้านชิ้น

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
485.62
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น
11,294 ต้น

2 โครงการต่อเนื่องฟิล์มปิดผนึกพิมพ์ลายสำหรับบรรจุภัณฑ์กลุ่มอาหารไทยแช่เย็น

บริษัท ซีพีแรม จำกัด พัฒนานวัตกรรมฟิล์มลามิเนตสำหรับบรรจุภัณฑ์กลุ่มอาหารไทยแช่เย็นทำให้เนื้อฟิล์ม มีความใสมากขึ้นมองเห็นสินค้าชัดเจน สามารถพิมพ์ลายลงบนฟิล์มแทนการใช้สติกเกอร์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งเพิ่มความสวยงามทนความร้อน กักเก็บเอกลักษณ์กลิ่นความหอมของแต่ละเมนู และผู้บริโภคสามารถเปิดรับประทานได้ง่าย โดยนำหลักการ 3Rs (Reduce Reuse and Recycle) มาเป็นแนวปฏิบัติ ลดปริมาณการใช้พลาสติกในทุกกระบวนการผลิตสินค้า โดยในปี 2564 บริษัทขยายผลไปยังเมนูใหม่ 4 เมนู ได้แก่ ข้าวกะเพราไก่ไข่ดาว ข้าวพะเนียงหมูไข่เจียว ข้าวผัดปู และผัดซีอิ้วหมู



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้พลาสติก
11 ตัน

ลดปริมาณการสร้างขยะจากการใช้สติกเกอร์
36.9 ล้านชิ้น

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
20.34
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น
473 ต้น

3 โครงการต่อเนื่อง พัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวผัดปู ก่องครึ่งอิม กาด 1 หลุม

ลดปริมาณการใช้พลาสติก โดยพัฒนาภาชนะรูปแบบใหม่ใช้ฟิล์มปิดผนึกพิมพ์ลาย (Top Seal) แทนก่องครึ่งอิมแบบปิดฝาพลาสติกแบบหนาและติดสติกเกอร์



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้พลาสติก
88.81 ตัน

ลดปริมาณการสร้างขยะจากการใช้สติกเกอร์
13.7 ล้านชิ้น

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
164.26
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น
3,820 ต้น

4 โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยหอมทอง ขนาด (ความกว้าง ความยาว และความหนา) ของถุงกล้วยหอมทอง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้พลาสติก **30.31** ตัน
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
56.06
ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **1,304** ต้น

5 โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ภาค 2 หลุม ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ลดการใช้พลาสติกและใช้ฟิล์มปิดผนึกพิมพ์ลาย แทนฝาภาชนะ พลาสติกแบบหนาและด้านบนติดสติ๊กเกอร์



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้พลาสติก **14.82** ตัน
ลดปริมาณการสร้างขยะจากการใช้สติ๊กเกอร์
2.5 ล้านชิ้น
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
27.41
ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **637** ต้น

6 โครงการลดความหนาของแก้วกระดาษ เครื่องดื่มเย็นใช้กับกลุ่มสินค้า Non All Café ได้แก่ เครื่องดื่มกัฟ (Gulp), เครื่องดื่มปั่นเป็นเกล็ดสเลอปี (Slurpee) และ เครื่องดื่มแบบกด (Jet Spray)



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้กระดาษ **98.73** ตัน
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
355.21
ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **8,261** ต้น

7 พัฒนาฝายกดื่ม ทดแทนการใช้หลอดพลาสติก ใช้ในร้าน All Café จำนวน 8,492 สาขาทั่วประเทศ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้พลาสติก **77.43** ตัน
ลดปริมาณการสร้างขยะ
จากการใช้หลอดและกระดาษหุ้มหลอด
216.87 ล้านชิ้น
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
275.84
ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **6,415** ต้น

โปรแกรมเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1 โครงการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์จากแหล่งที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน

- กล่องแชงด์วิชพร้อมร้อนจากกระดาษที่ได้รับการรับรองจาก Program for the Endorsement of Forest Certification Scheme (PEFC)
- ทดแทนพลาสติกหุ้มหลอด ด้วยกระดาษที่ได้รับการรับรองจาก Forest Stewardship Council (FSC)
- กระดาษใบเสร็จจรรยา 7-Eleven ที่ได้รับการรับรองจาก Forest Stewardship Council (FSC)



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

1,085.50

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น

25,244 ต้น

2 โครงการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ (Compostable)

- แก้วรักษ์โลก ผลิตจากกระดาษเคลือบพอลิบิวทิลีนซัคซิเนต (PBS : Polybutylene Succinate) สำหรับเครื่องดื่มร้อน เย็น ในร้าน 7-Eleven สาขาพื้นที่เกาะ สถานศึกษา และสำนักงาน จำนวน 870 สาขา
- ทดแทนพลาสติกคนกาแฟ ด้วยไม้คนกาแฟสลายตัวได้ทางชีวภาพ
- ไม้เสียบลูกชิ้นสลายตัวได้ทางชีวภาพ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

276.96

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น **6,441** ต้น

3 โครงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Content)

- วัสดุสิ้นเปลืองในร้าน 7-Eleven ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล อาทิ ถุงขยะ ถุงหูหิ้ว พาเลท วางน้ำดื่ม
- ถุงขยะที่ใช้ในสำนักงาน และศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- กล่องกระดาษลูกฟูกผลิตจากกระดาษรีไซเคิล บริษัท ซีพีแรม จำกัด



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้พลาสติก **873.63** ตัน

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

6,262.85

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น

145,648 ต้น

4 โครงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้ซ้ำได้ (Reusable)

- ถ.ถุงทนทาน ที่ได้รับการออกแบบให้มีความทนทาน สามารถนำมาใช้ซ้ำได้



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณขยะพลาสติก

5,217.87 ล้านชิ้น

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

75,585

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น

1,757,791 ต้น



ลด และทดแทน การใช้พลาสติก ณ ขั้นตอนการบริโภค

โครงการต่อเนื่องรวมพลคนไทย เลิกใช้ถุงพลาสติก

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากขยะพลาสติก โดยร่วมมือกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นผู้นำในการขับเคลื่อนการงดใช้ถุงพลาสติก พร้อมประกาศเจตนารมณ์เลิกใช้ถุงพลาสติก ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 เป็นต้นมา รวมทั้งริเริ่มแคมเปญรณรงค์ให้ลูกค้านำถุงส่วนตัวมาใช้บริการที่ร้าน 7-Eleven ส่งผลให้ในปี 2564 ร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ สามารถลดใช้ถุงพลาสติกได้ 4,140 ล้านใบ นอกจากประสบความสำเร็จในการกระตุ้นลูกค้าให้ร่วมมือในการไม่รับถุงพลาสติกแล้ว เพื่อเป็นการตอกย้ำและสร้างความตระหนักให้ลูกค้าเห็นความสำคัญของการลดใช้พลาสติกอย่างต่อเนื่อง บริษัทยังดำเนินโครงการลดใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) ได้แก่ ซ้อน หลอด แก้ว ในปี 2564 สามารถลดใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) ได้ 1,519 ล้านชิ้น สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการเป็นผู้นำด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน เพื่อป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน สังคม และประเทศชาติ พร้อมส่งต่อให้คนรุ่นหลังสืบไป



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง

26,405.15 ตัน

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

265,268.48

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น

6,169,034 ต้น



ลดขยะบรรจุภัณฑ์ ทั้งพลาสติกและไม่ใช้พลาสติก หลังการบริโภค

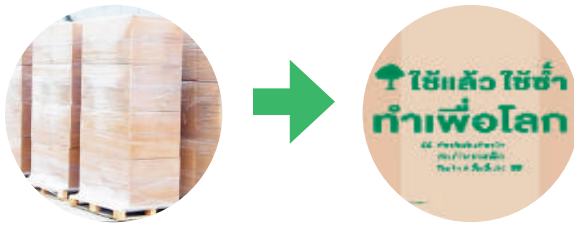
โครงการ “ถึงคิดแยกขยะ”

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จัดให้มีโครงการ “ถึงคิดแยกขยะ” รณรงค์ให้คนไทยช่วยกันคัดแยกขยะพลาสติก เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อย่างยั่งยืน ในปี 2564 บริษัทวางถึงคิดแยกขยะบริเวณด้านหน้าร้าน 7-Eleven จำนวน 12,247 สาขาทั่วประเทศ พร้อมทั้งประสานความร่วมมือกับ 7 มหาวิทยาลัย และเพจลุงซาเล้งกับขยะที่หายไปผลักดันโครงการนวัตกรรมที่เกิดจากไอเดียของคนรุ่นใหม่ไปสู่การรณรงค์ให้เกิดการแยกขยะที่ถูกต้องต่อ ยอดสู่โครงการ “ถึงขยะอัจฉริยะ” (Circular Bin) สำหรับใช้บนแพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน “กรีนทูเก็ต”(Green2Get) เปลี่ยนถึงขยะหน้าร้าน 7-Eleven เป็นถึงขยะอัจฉริยะ (Circular Bin) กว่า 40 แห่ง ใน 7 มหาวิทยาลัยพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล โดยทำงานร่วมกับแอปพลิเคชันกรีนทูเก็ต (Green2Get Application) ผู้ใช้สแกนบาร์โค้ดสินค้าใด ๆ บริเวณหน้าถึงขยะ แอปพลิเคชันจะบอกวิธีการคัดแยกและถึงที่ควรทิ้งให้ถูกต้อง ซึ่งจะช่วยให้ขยะพลาสติกเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อย่างมีประสิทธิภาพ



โครงการ “ถุงหูหิ้วร้าน 7-Eleven” จากฟิล์มพันพาเลทศูนย์กระจายสินค้า

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ บริษัท สยาม คราฟท์ อุตสาหกรรม จำกัด บริษัท สุเชซ เซอร์วิสเซส ประเทศไทย จำกัด และ บริษัท นารายณ์แพค จำกัด นำขยะพลาสติกจากฟิล์มพันพาเลทของศูนย์กระจายสินค้า 4 พื้นที่ ศูนย์กระจายสินค้าบางบัวทอง สุวรรณภูมิ มหาชัย และชลบุรี รีไซเคิลผลิตเป็นถุงหูหิ้วสำหรับใช้ในร้าน 7-Eleven ความหนา 37 ไมครอน ซึ่งมีคุณสมบัติทนทานสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณขยะ-พลาสติกสู่การฝังกลบ

234.09 ตัน

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

344.90

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น

8,021 ต้น

โครงการ “เสื้อพนักงาน” จากขวดพลาสติก

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) นำขวดพลาสติกกรีไซเคิลเป็นเสื้อเครื่องแบบของพนักงานร้าน 7-Eleven โดยใช้ขวดพลาสติกกรีไซเคิล ขนาด 1.5 ลิตร จำนวน 4 ขวด ต่อการผลิตเสื้อพนักงาน 1 ตัว ผลิตเสื้อโปโลของพนักงานศูนย์กระจายสินค้า และผลิตเสื้อโปโลสำหรับพนักงานสายสำนักงาน โดยใช้ขวดพลาสติกกรีไซเคิล ขนาด 1.5 ลิตร จำนวน 8 ขวด ต่อการผลิตเสื้อพนักงาน 1 ตัว ปัจจุบันสามารถผลิตเสื้อพนักงานกว่า 339,415 ตัว และสามารถลดปริมาณขวดพลาสติกเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลไปแล้วกว่า 1,432,452 ขวด



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณขยะ-พลาสติกสู่การฝังกลบ

42.97 ตัน

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

59.13

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ยืนต้น

1,375 ต้น

โครงการต่อเนื่องกล่องวิเศษ Recycling for Sharing

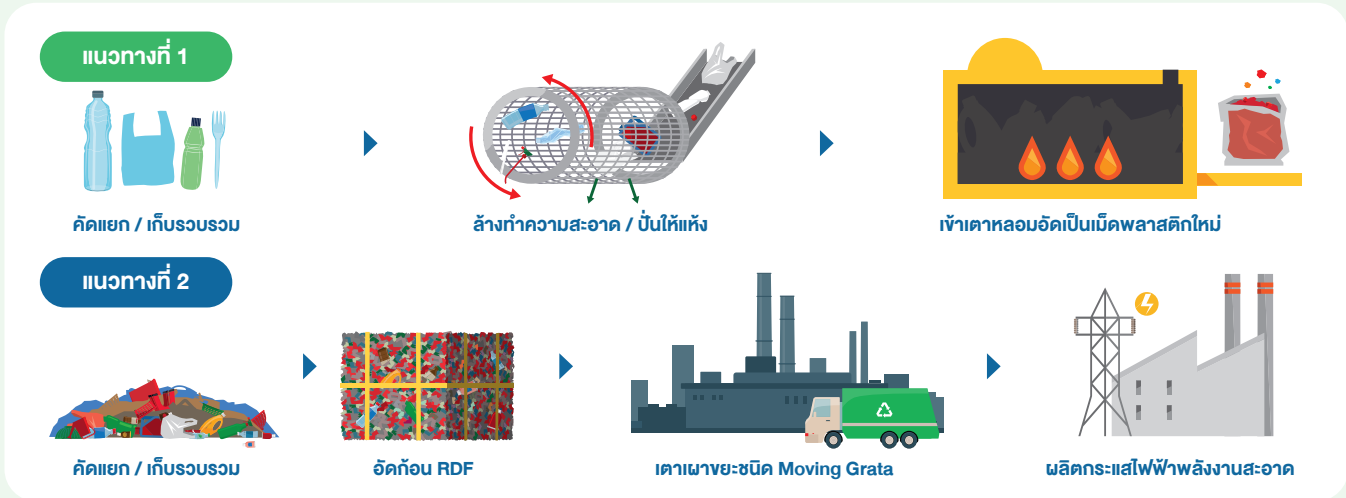
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นตัวกลางในการรวบรวมกล่องนมยูเอชที (UHT) กล่องน้ำผลไม้หรือกล่องเครื่องดื่มเพื่อรีไซเคิลเป็นชุดโต๊ะเก้าอี้ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลน โดยในปี 2564 สามารถรวบรวมกล่อง จำนวน 100,000 กล่อง สามารถผลิตเป็นโต๊ะ เก้าอี้ ได้ 40 ชุด ส่งมอบให้กับโรงเรียนบ้านแม่โต๋ และโรงเรียนบ้านแม่ยางห้า ตำบลบ่อแก้ว อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

โครงการ Zero Waste to Landfill

บริษัท ซีพีแรม จำกัด โรงงานลาดกระบัง มีแนวคิดในการบริหารจัดการขยะและวัสดุเหลือใช้ กลุ่มพลาสติกและกลุ่มขยะอื่น ๆ ขยะกลุ่มพลาสติกมีการดำเนินการ 2 แนวทาง ดังนี้ 1.กลุ่มขยะพลาสติกปนเปื้อนน้อย จะถูกนำเข้าสู่กระบวนการล้างบั้งแห้ง และหลอมเป็นเม็ดพลาสติกใหม่ 2. กลุ่มขยะพลาสติกปนเปื้อนมากที่ไม่สามารถเข้าสู่กระบวนการล้างได้ จะถูกพัฒนาเป็นวัตถุดิบเชื้อเพลิงขยะ (Refuse Derived Fuel : RDF) เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าพลังงานสะอาด ซึ่งทั้ง 2 แนวทาง เป็นการนำขยะและวัสดุเหลือใช้ไปใช้ประโยชน์ตามศักยภาพของขยะกลุ่มพลาสติก เพื่อทดแทนการกำจัดด้วยกระบวนการฝังกลบ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณขยะ-พลาสติกสู่การฝังกลบ
258 ตัน



เปลี่ยนขวดน้ำพลาสติกเป็นชุด PPE เพื่อบุคลากรทางการแพทย์

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ บริษัท อินโดรามา เวนเจอร์ส จำกัด (มหาชน) เปิดจุดรับบริจาคขวดน้ำพลาสติกประเภท PET จากพนักงาน นำร่องที่ศูนย์จำหน่ายสินค้า แม็คโคร 5 สาขา ได้แก่ สาขานครปฐม สาขาศาลายา สาขาเพชรเกษม สาขาบางบอน และสาขาจรัลสนิทวงศ์ เพื่อส่งมอบให้บริษัท อินโดรามาฯ นำไปรีไซเคิลเป็นผ้าโพลีเอสเตอร์รีไซเคิล ร้อยละ 100 และนำไปตัดเย็บเป็นชุด PPE เพื่อบุคลากรทางการแพทย์ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 โดยขวดน้ำพลาสติก PET ขนาด 600 มิลลิลิตร จำนวน 18 ขวด สามารถรีไซเคิลเป็นเส้นใยในการผลิตชุด PPE ได้จำนวน 1 ชุด เทียบเท่ากับการประหยัดพลังงานจากการเปิดไฟเป็นเวลานาน 54 ชั่วโมง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

เปลี่ยนขวดน้ำพลาสติกเป็นชุด PPE เพื่อบุคลากรทางการแพทย์ จำนวน

1,000 ชุด

ลดปริมาณขยะจากขวดน้ำพลาสติกสู่การฝังกลบ

96,500 กวด
1,930.70 กิโลกรัม

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

2.97

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า







การจัดการขยะ อย่างยั่งยืน

ซีพี ออลล์ ใส่ใจการจัดการอาหารส่วนเกินและขยะอาหาร โดยมุ่งลดของเสีย หมุนเวียนนำกลับมาใช้ใหม่ พร้อมสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการจัดการขยะและของเสีย ควบคู่กับการรณรงค์ให้ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสู่การบริโภคที่ยั่งยืน เป็นการรวมพลังหวังลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปด้วยกัน

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG6 สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัยสำหรับทุกคน และมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน

6.3 ยกระดับคุณภาพน้ำ โดยลดมลพิษ จัดการทั้งขยะและลดการปล่อยสารเคมีและวัสดุอันตราย

SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและผลิตที่ยั่งยืน

12.3 ลดขยะอาหารในการค้าปลีกและผู้บริโภค และลดการสูญเสียอาหารจากกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน

12.4 การจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตกลงกันแล้ว และลดการปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดิน อย่างมีนัยสำคัญ เพื่อจะลดผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม

12.5 ลดการผลิตของเสียโดยการป้องกัน การลด การแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำมาใช้ซ้ำ



การจัดการขยะอย่างยั่งยืน

เป้าหมายปี 2573



ลดขยะฝังกลบ
ให้เป็น
0

ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้งและลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบเป็นศูนย์

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



ปริมาณของเสียที่นำกลับใช้ประโยชน์ได้ร้อยละ **69.87** จากปริมาณของเสียทั้งหมด



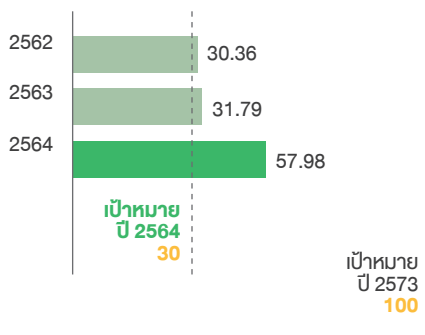
ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือทิ้ง **21,343.72** ตัน



นำขยะอาหารไปใช้ประโยชน์ **12,611.83** ตัน

ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : ร้อยละ)



หมายเหตุ : ผลการดำเนินงานครอบคลุมเฉพาะอาหารส่วนเกิน ของกลุ่มซีพี ออลล์

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



โครงการ Food Waste Management พื้นที่เกาะสมุย



โครงการต้นกล้าไร้ถังขยายผล 128 โรงเรียน



โครงการลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ



โครงการ Zero Waste to Landfill



โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินให้มูลนิธิ

ความเสี่ยงและโอกาส

รายงานขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations : FAO) พบว่า 1 ใน 3 ของอาหารที่ผลิตทั้งปีกลายเป็นขยะอาหาร ซึ่งมีสาเหตุจากปัจจัยการผลิตอาหารที่มากเกินไปจนความจำเป็น ตลอดจนการขนส่ง การจัดจำหน่าย รวมไปถึงการบริโภคที่ก่อให้เกิดอาหารส่วนเกินเพิ่มขึ้น โดยส่งผลให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประมาณร้อยละ 8 ของโลก ปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการจัดการอาหาร

ส่วนเกินและขยะอาหาร สอดคล้องตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป้าหมายที่ 12.3 การลดปริมาณขยะอาหารลงครึ่งหนึ่งภายในปี 2573 ตลอดจนการส่งเสริมการลดของเสียในภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ และผู้บริโภค ให้สามารถหมุนเวียนนำกลับไปใช้ประโยชน์ เพื่อลดการขาดแคลนทรัพยากร และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด พร้อมทั้งสร้างความมั่นคงทางอาหารให้เกิดขึ้น

แนวทางการดำเนินงาน

การตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการของเสียและขยะอาหารอย่างยั่งยืน ส่งผลให้บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มีปริมาณของเสียและขยะอาหารจากการดำเนินธุรกิจที่ลดลง ซึ่งช่วยให้บริษัทลดความเสี่ยงเรื่องการใช้ทรัพยากรเกินจำเป็นในการผลิต และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสีย โดยบริษัทกำหนดนโยบายการจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายการมุ่งสู่การจัดการของเสียด้วยวิธีฝังกลบจนเป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill) ในปี 2573 และร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติเป้าหมายที่ 12 ผ่านการดำเนินโครงการบริหารจัดการอาหารส่วนเกิน (Food Surplus) การสูญเสียอาหาร (Food Loss) ในกระบวนการผลิต และขยะอาหาร (Food Waste) รวมถึงของเสีย (Waste) ประเภทอื่น ๆ ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ โดยประยุกต์ใช้แนวทางขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food

and Agriculture Organization of the United Nations : FAO) ภายใต้หลักการ 1P3Rs 1. การป้องกัน (Prevention) 2. การลดใช้ (Reduction) เพิ่มประโยชน์ 3. การนำมาผลิตเพื่อใช้ซ้ำ (Reuse) 4. การนำมาใช้ใหม่ (Recycling) ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

ซึ่งหนึ่งในปัจจัยความสำเร็จ คือ การจัดทำฐานข้อมูลโดยจำแนกตามกิจกรรมทางธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ครอบคลุมทั้งผู้ผลิต การขนส่งกระจายสินค้า การจัดจำหน่าย ตลอดจนการบริโภคที่เกี่ยวข้องกับการทำให้เกิดของเสีย (Waste) และขยะอาหาร (Food Waste) ทำให้บริษัทสามารถประเมินการสูญเสีย วิเคราะห์สัดส่วนองค์ประกอบ และประเภทของเสียและขยะอาหาร นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ และมาตรการลดการสูญเสียตลอดห่วงโซ่อุปทานที่เหมาะสม และตรงจุด รวมถึงสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าได้อย่างเหมาะสม



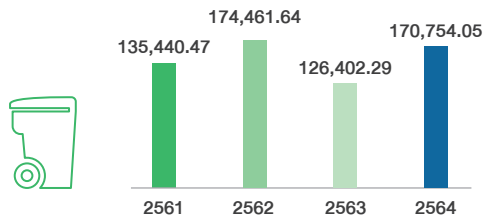
อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

นโยบายการจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

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

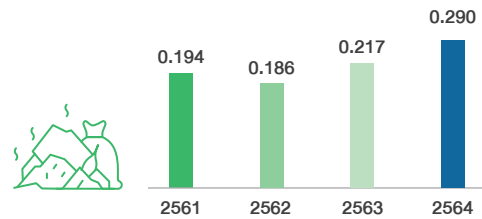
สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564

ปริมาณของเสียทั้งหมด (ตัน)



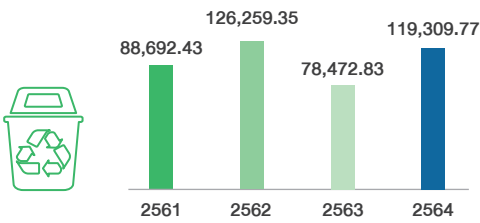
หมายเหตุ : รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

ปริมาณของเสียทั้งหมดต่อรายได้ (ตันต่อล้านบาท)



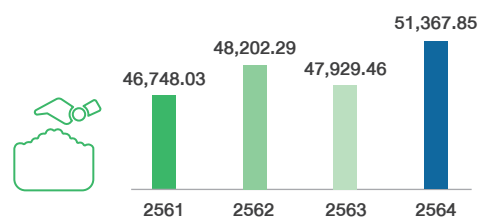
หมายเหตุ : รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์ (ตัน)

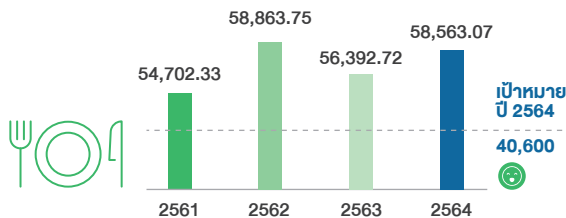


หมายเหตุ : รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

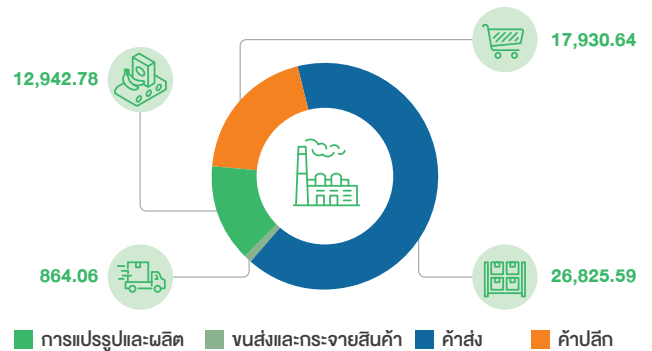
ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัด (ตัน) ด้วยวิธีการฝังกลบ



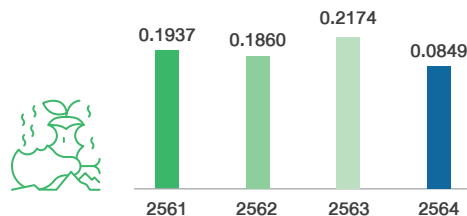
หมายเหตุ : รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

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

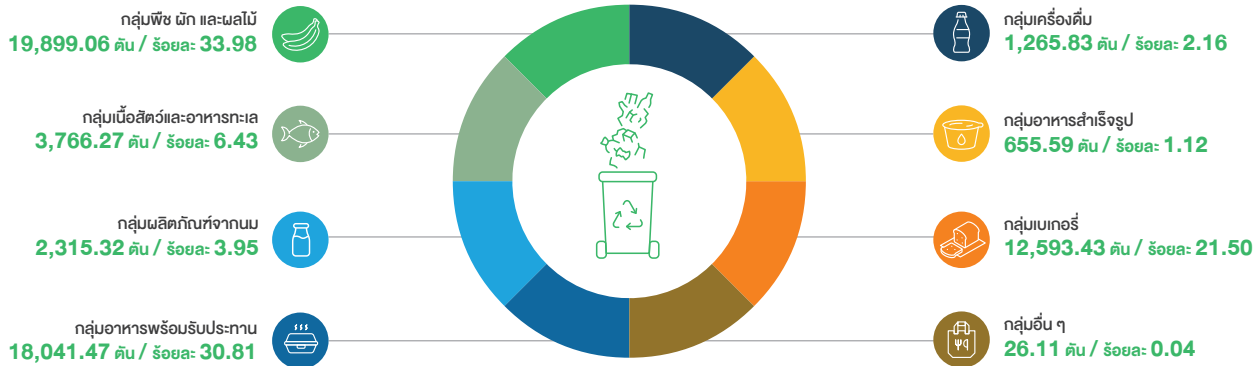
หมายเหตุ : รวมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

ปริมาณสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมด (ตัน)
จำแนกตามกิจกรรมธุรกิจหรือวงจรชีวิต (Lifecycle Stage)

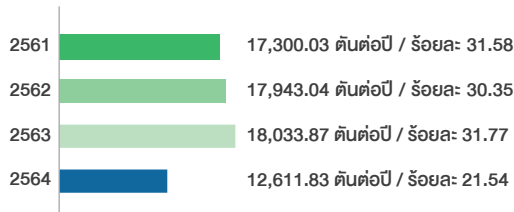
ความเข้มข้นของการสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมดเปรียบเทียบกับยอดขายสินค้าประเภทอาหาร



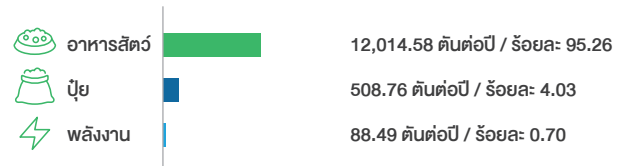
สัดส่วนของการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร จำแนกตามหมวดอาหาร (Food Category)



ปริมาณขยะอาหารที่นำกลับไปใช้ประโยชน์



ปริมาณขยะอาหารที่นำกลับไปใช้ประโยชน์ จำแนกตามวิธีกำจัด (Destination)



ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ
โครงการวัดปริมาณการสูญเสียขยะอาหารและของเสีย	<ul style="list-style-type: none"> โครงการยกระดับการจัดการฐานข้อมูลอ้างอิงตามมาตรฐานสากล
โครงการลดปริมาณการสูญเสียขยะอาหารและของเสีย	<ul style="list-style-type: none"> โครงการลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ AI Ordering โครงการบริหารการสั่งซื้อวัตถุดิบ โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ
โครงการนำขยะอาหารและของเสียกลับมาใช้ใหม่	<ul style="list-style-type: none"> โครงการ ZERO Waste to Landfill โครงการบริหารจัดการขยะและวัตถุดิบเหลือใช้

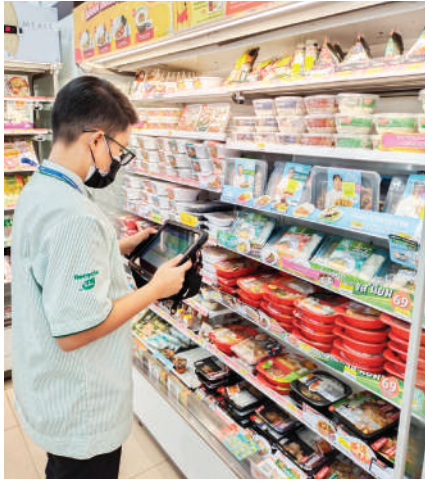
บริษัทตระหนักถึงการเกิดของเสียจากการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่กระบวนการผลิต การขนส่ง การกระจายสินค้า รวมถึงการจำหน่าย ซึ่งอาจก่อให้เกิดปริมาณของเสีย ส่งผลให้ประสิทธิภาพของกระบวนการต่าง ๆ ดังกล่าวลดลง และเพิ่มค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสีย บริษัทจึงดำเนินโครงการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Initiatives) และกิจกรรมที่หลากหลาย ได้แก่ กระบวนการติดตามตรวจสอบของเสีย การนำของเสียกลับไปใช้ใหม่ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และการร่วมมือกับชุมชน คู่ค้า และองค์กรภายนอก เพื่อลดปริมาณของเสียและขยะอาหารอย่างยั่งยืน

ลดการสูญเสียอาหาร (Food Loss) และจัดการขยะอาหาร (Food Waste)

บริษัทนำแนวทางการบริหารจัดการอาหารเพื่อลดปริมาณขยะอาหารขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of United Nations : FAO) ร่วมกับ โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme : UNEP) มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินการของบริษัท ผ่านการดำเนินโครงการต่าง ๆ ในปี 2564 ดังนี้



มาตรการป้องกัน (Prevention) ไม่ให้เกิดขยะอาหารและของเสียตั้งแต่ต้นทาง



โครงการลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ AI Ordering

บริษัทศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยีในการช่วยลดปริมาณขยะอาหารและการสูญเสียสินค้าในร้าน 7-Eleven ทุกสาขา โดยการประมวลผลข้อมูลที่สำคัญและใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) หรือ AI ช่วยคำนวณเพื่อแนะนำยอดสั่งสินค้าให้กับพนักงานในร้าน 7-Eleven ผ่านการใช้ข้อมูลในอดีตวิเคราะห์หรือทำนายสินค้าที่ขายดีและสินค้าคงเหลือ ช่วยให้พนักงานร้าน 7-Eleven สามารถตรวจสอบยอดและแก้ไขยอดสั่งสินค้าได้ตามสถานการณ์ต่าง ๆ อาทิ การจัดสินค้าโปรโมชันในช่วงเหตุการณ์พิเศษ โดยแบ่งตามอายุสินค้า ได้แก่ สินค้าอายุยาว เช่น สินค้าที่มีอายุการเก็บรักษา (Shelf Life) ตั้งแต่ 7 วันขึ้นไป เป็นต้น และสินค้าอายุสั้น เช่น สินค้าที่มีอายุการเก็บรักษา ตั้งแต่ 1-6 วัน เป็นต้น ผลการดำเนินโครงการเบื้องต้นส่งผลให้พนักงานสามารถจัดหาสินค้าขายดีได้เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า อีกทั้งลดปริมาณการสูญเสียสินค้าคงเหลือและปริมาณขยะอาหารภายใน ร้าน 7-Eleven โดยในปี 2564 บริษัทสามารถลดปริมาณขยะอาหารได้ 5,079.31 ตัน

โครงการลดของเสียในกระบวนการผลิต ภายใต้โครงการหลัก Zero Waste to Landfill

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ให้ความสำคัญในการพัฒนากระบวนการ และอุปกรณ์ในกระบวนการผลิต เพื่อช่วยลดการสูญเสียอาหาร และลดการใช้วัตถุดิบที่เกินความจำเป็น ในปี 2564 มีการดำเนินการเพื่อลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต เช่น ลดปริมาณการสูญเสียจากการตัดแต่งวัตถุดิบ ลดการสูญเสียด้วยเครื่องตัดแต่งด้วยพลังงาน Ultrasonic การพัฒนาเครื่องจักรเพื่อลดปริมาณการสูญเสียจากสินค้าหล่นพื้น เป็นต้น

โครงการบริหารการสั่งซื้อวัตถุดิบ

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ป้องกันการสูญเสียวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาแอปพลิเคชัน “E-Ordering” สำหรับจัดการเก็บการคำนวณข้อมูลปริมาณสินค้าที่สัมพันธ์กับยอดสั่งซื้อ โดยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการสั่งซื้อให้เป็นระบบ เพิ่มความถูกต้อง ลดเวลาการทำงาน และลดข้อจำกัดของการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าในพื้นที่ โดยสามารถลดเวลาการสั่งซื้อกว่า 478,000 ชั่วโมงต่อปี คิดเป็นผลตอบแทนกว่า 7.4 ล้านบาทต่อปี



มาตรการการลดใช้ (Reduction) โดยการเพิ่มประโยชน์

โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมมือกับมูลนิธิต่าง ๆ ในการส่งมอบอาหารส่วนเกินที่เกิดจากอาหารที่ทางร้าน 7-Eleven ส่งมาเกินความต้องการของลูกค้า โดยส่งมอบให้กับชุมชน องค์กร เพื่อสังคม องค์กรการกุศล และผู้ยากไร้ ซึ่งเป็นอาหารที่อยู่ในสภาพสมบูรณ์ ยังคงคุณภาพดี และสามารถบริโภคได้ ตลอดจนได้รับตราสัญลักษณ์ อย. และระบุวันหมดอายุบนสินค้าที่ชัดเจน เช่น ขนมปัง แชนดวีช นม ผัก อาหารกึ่งสำเร็จรูป ผลไม้ และอาหารปรุงสุก เป็นต้น ในปี 2564 บริษัทได้ส่งมอบอาหารส่วนเกินจากร้าน 7-Eleven ในเขตราชดำเนิน เขตพระโขนง พื้นที่อำเภอหัวหิน และพื้นที่ภูเก็ต รวม 117 สาขา ให้กับมูลนิธิรักษากรุงอาหาร (SOS Thailand) และมูลนิธิ VV Share Foundation เพื่อส่งมอบอาหารส่วนเกินให้กับชุมชนและกลุ่มเปราะบาง รวมทั้งบริษัทมีแผนขยายผลการดำเนินการไปยังร้าน 7-Eleven เพิ่มอีก 89 สาขา ในเขตคลองเตย และพื้นที่ภูเก็ต ในปี 2565



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ส่งมอบอาหารส่วนเกินกว่า

173,898 มื้ออาหาร ให้กับ

118 ชุมชน

ลดขยะอาหารสู่การฝังกลบ

41.40 ตันต่อปี

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

85.07 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการบริหารจัดการสินค้าใกล้หมดอายุในร้าน 7-Eleven

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) กำจัดอาหารส่วนเกินสินค้าใกล้หมดอายุ แต่ยังคงคุณภาพและสามารถบริโภคได้ ที่เกิดจากการสั่งมาเกินความต้องการของลูกค้า โดยแจกจ่ายให้กับพนักงาน ภายใต้โครงการ “อิมดีมีสุข” รวมถึงการนำสินค้ากลุ่มของกินของใช้ที่มีอายุยาว (Grocery) ก่อนหมดอายุ 1 – 2 เดือน และกลุ่มอาหารพร้อมทาน (Ready to Eat) มาติดป้ายเหลืองลดราคา (Mark Down) นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดมาตรฐานการจัดการสินค้าตัดจ่าย และกำหนดให้หน่วยงานประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ (QA) ติดตามการปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ เพื่อควบคุมคุณภาพของสินค้าตลอดกระบวนการ สร้างความมั่นใจ และความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค

โครงการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดกระบัง) ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการสูญเสียในกระบวนการผลิต โดยนำวัตถุดิบส่วนเกินที่ผ่านกระบวนการผลิตจากผลิตภัณฑ์หลักแล้วมาเพิ่มมูลค่าพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ช่วยลดการเกิดความสูญเสียทางอาหาร เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมปังกระเทียมจากขอบขนมปัง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณการสูญเสียอาหาร
ในกระบวนการผลิต

1,969 ตันต่อปี

ลดค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะอาหาร

375,840 บาทต่อปี

เพิ่มมูลค่าสินค้าสร้างยอดขาย

2.4 ล้านบาทต่อปี



มาตรการการนำมาผลิตเพื่อใช้ซ้ำ (Reuse)

โครงการต่อเนื่อง CP ALL Food Waste Management

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นพัฒนาชุมชนและสังคมควบคู่ไปกับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ได้ขับเคลื่อนนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมภายใต้โครงการ 7 Go Green (เซเว่น โกกรีน) ดำเนินโครงการ “CP All Food Waste Management” บริหารจัดการขยะและของเสียบนเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับชุมชน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยดำเนินการบริหารจัดการสินค้าใกล้หมดอายุในร้าน 7-Eleven โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารสด ด้วยการรวบรวมและคัดแยกขยะอาหารออกจากบรรจุภัณฑ์และส่งมอบให้กับเกษตรกร เพื่อใช้ประโยชน์นำไปเป็นอาหารเลี้ยงสัตว์หรือนำไปหมักทำเป็นปุ๋ยหมัก ในปี 2564 มีปริมาณขยะอาหารและบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่รวบรวมได้จากร้าน 7-Eleven จำนวน 32 ตัน พร้อมกันนี้ยังร่วมมือกับผู้นำชุมชน โรงเรียน ภาคีเครือข่ายกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม องค์กรภาคประชาสังคม และหน่วยงานในพื้นที่เกาะสมุยและเกาะพะงันจัดกิจกรรมเก็บขยะบริเวณชายหาด ตลอดจนการรณรงค์ลดและคัดแยกขยะเพื่อการใช้ซ้ำและรีไซเคิล โดยร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคม ชุมชน และโรงเรียน ออกแบบและสร้างศาลาพักรอกโดยสารจากขยะพลาสติกและขวดแก้ว เป็นโครงการนำร่องในพื้นที่โรงเรียนแหลมหอย เกาะสมุย ซึ่งเป็นศาลาแห่งแรกที่ทำจากขยะจากการคัดแยกและรวบรวมของชุมชนทั้งหมดที่มีความสวยงาม ใช้การได้จริง และนับเป็นรูปธรรมที่จูงใจให้เกิดการคัดแยกและบริหารจัดการขยะหลังการบริโภคที่ได้รับการยอมรับในวงกว้าง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ส่งมอบขยะอาหารให้เกษตรกร

3 เครื่องง่าย

ผลิตเป็นอาหารเลี้ยงสัตว์
และนำไปหมักทำปุ๋ยหมัก

29 ตันต่อปี

ลดขยะอาหารสู่การฝังกลบ

29 ตันต่อปี



มาตรการการนำมาใช้ใหม่ (Recycling) ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

โครงการ ZERO Waste to Landfill

















บริษัท ซีพีแรม จำกัด บริหารจัดการขยะและวัสดุเหลือใช้ตามแนวทางการบริหารจัดการของเสียตามหลัก 3Rs (Reduce Reuse Recycle) แบบผสมผสานอย่างมีประสิทธิภาพทั่วทั้งองค์กรจากการให้ความรู้และสร้างความตระหนักผ่านหลักสูตรอบรมพนักงานใหม่และพนักงานทั่วไปเป็นประจำทุกปี ทั้งนี้ ของเสียที่เกิดขึ้นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ร้อยละ 100 โดยแบ่งตามประเภทของเสียที่เกิดขึ้นตั้งแต่ต้นทาง ดังนี้

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

กำจัดขยะด้วยกระบวนการฝังกลบเป็น **0**

สร้างรายได้จากขยะและวัสดุเหลือใช้

เฉลี่ย **49.6** ล้านบาทต่อปี

ประเภทของเสีย	ปริมาณทั้งหมด (ร้อยละ)	การนำไปใช้ประโยชน์
 เศษขนมปัง	68.04	 • ผลิตอาหารสัตว์ได้ 14,225 ตันต่อปี
 ขยะอาหาร	0.67	 • ผลิตอาหารสัตว์ได้ 138 ตันต่อปี • ผลิตเป็นปุ๋ยบำรุงต้นไม้รอบโรงงานได้ 2 ตันต่อปี
 ขยะกลุ่มกากตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสีย	16.43	 • ผลิตปุ๋ยชีวภาพและสารปรับปรุงดินได้ 3,434 ตันต่อปี
 ขยะพลาสติก	1.69	 • หลอมเป็นเม็ดพลาสติกได้ 353 ตันต่อปี
 กล่องนมและขยะอันตราย	0.05	 • กล่องนมผ่านกระบวนการรีไซเคิลเพื่อใช้ในโครงการหลังคาเขียว 13 ตันต่อปี • ขยะอันตราย ใช้เป็นวัตถุดิบในโรงปูน
 ขยะขวดแก้ว ขวดพลาสติก	0.27	 • สามารถนำไปรีไซเคิลได้ 56 ตันต่อปี
 วัสดุเหลือใช้	4.51	 • คัดแยกเพื่อรีไซเคิลได้ 942 ตันต่อปี
 ขยะทั่วไป	8.34	 • เป็นเชื้อเพลิง RDF ในโรงไฟฟ้าได้ 1,743 ตันต่อปี

โครงการบริหารจัดการขยะและวัสดุที่เหลือใช้

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) มุ่งลดและนำปริมาณของเสียจากการดำเนินการกลับมาใช้ใหม่ ภายใต้แนวทาง 3Rs (Reduce Reuse Recycle) ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย ดังนี้



ยกระดับระบบ “Shrinkage Management System” ซึ่งเป็นระบบบริหารจัดการข้อมูลสินค้าที่กลายเป็นขยะแล้วในศูนย์จำหน่ายสินค้า เพื่อให้สามารถนำของเสียไปจัดการได้ตามความเหมาะสมของประเภทของเสีย



โครงการ “ลดปริมาณขยะอาหาร” โดยการนำขยะอาหารประเภทผลไม้ตระกูลส้มและสับปะรดไปผลิตน้ำหมักชีวภาพหรือน้ำหมักอีเอ็ม (Effectiveness Microorganism : EM) เพื่อเพิ่มมูลค่าและสามารถนำไปต่อยอดใช้ดับกลิ่นไม่พึงประสงค์ รวมถึงนำไปใช้ย่อยสลายไขมันตามท่อน้ำทิ้งในศูนย์จำหน่ายสินค้า ในปี 2564 มีขยะอาหารสดจำนวนกว่า 46.5 ตัน ถูกนำไปแปรรูปเป็นน้ำหมักอีเอ็ม

โครงการผลิตภัณฑืจากก้านและใบกะเพรา

ข้าวกะเพราเป็นเมนูยอดฮิตของร้าน 7-Eleven และกะเพราก็เป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้จำนวนมากในแต่ละวัน ซึ่งในกระบวนการผลิตข้าวกะเพรายังมีส่วนของการตัดแยกใบกะเพรา และมีส่วนคั่วทิ้งคือ ดอก กิ่ง ก้าน และลำต้น บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ซีพีแรม จำกัด ร่วมมือกับ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อว.) ในการเพิ่มมูลค่าของส่วนคั่วทิ้งของกะเพรา ดอก กิ่ง ก้าน และลำต้น กะเพรา ที่เป็นส่วนเหลือในกระบวนการผลิตมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพและยาสมุนไพรทางเลือก



การวัด วิเคราะห์ และจัดทำฐานข้อมูล

โครงการยกระดับการจัดการฐานข้อมูลอ้างอิงตามมาตรฐานสากล

บริษัทวัดวิเคราะห์ข้อมูลและส่วนประกอบของขยะอาหารจากกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่



กลุ่มพืช ผัก และผลไม้



กลุ่มเนื้อสัตว์
และอาหารทะเล



กลุ่มผลิตภัณฑ์จากนม



กลุ่มอาหาร
พร้อมรับประทาน



กลุ่มเครื่องดื่ม



กลุ่มอาหารสำเร็จรูป



กลุ่มเบเกอรี่

ในปี 2564 บริษัทมีปริมาณขยะอาหารทั้งหมด 58,563.07 ตัน โดยขยะอาหารประเภท กลุ่มพืช ผัก และผลไม้ มีปริมาณสูงที่สุดจำนวน 19,899.06 ตัน คิดเป็นร้อยละ 33.98 ของปริมาณขยะอาหารปี 2564 (สามารถดูข้อมูลสัดส่วนปริมาณขยะอาหารแต่ละกลุ่มได้ที่สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564)



สานความร่วมมือกับลูกค้า ชุมชน และคู่ค้าในการจัดการขยะและของเสีย

โครงการต่อเนื่องต้นกล้าไร้ถัง

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ โรงเรียนภายใต้มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์ อีดี (CONNEXT ED) ที่สนับสนุนโดยบริษัท ดำเนินโครงการต้นกล้าไร้ถัง ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 มุ่งเน้นการบริหารจัดการขยะเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ผ่านการปลูกฝังจิตสำนึกให้แก่เยาวชน มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทางในหน่วยที่เล็กที่สุดของชุมชน โดยวิถีของต้นกล้าไร้ถังคือ “การไม่มีถังขยะ” หรือมีขยะเหลือน้อยที่สุดผ่านการคัดแยก วัสดุย่อยสลาย อาทิ เศษผัก เปลือกผลไม้ น้ำกรอง เศษอาหาร วัสดุรีไซเคิล อาทิ กระดาษ ถุง ภาชนะพลาสติก ออกจากขยะทั่วไป จนเหลือสิ่งที่ไม่ได้แล้วจริง ๆ จึงจะเรียกว่าขยะ โดยการสร้างความร่วมมือกับพ่อค้า แม่ค้าในโรงเรียนยกเลิกการขายสินค้าที่จะสร้างขยะ เช่น หลอดจางาน กระดาษ แก้วน้ำแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง พัฒนาและบูรณาการหลักสูตรให้เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะ นำสิ่งที่คนมองว่าเป็นขยะมา รียูส รีไซเคิล มาจัดการเป็นวัสดุอินทรีย์ สร้างรายได้กลับสู่โรงเรียนและชุมชน โดยในปี 2564 บริษัทลงนามหนังสือบันทึกข้อตกลงระหว่างองค์กร (MOU) ขยายภาคีเครือข่ายโรงเรียนต้นกล้าไร้ถัง จนถึงรุ่นที่ 2 รวมกว่า 153 โรงเรียน ผ่านระบบการประชุมทางไกล (Video Conference) และมีแผนขยายผลการดำเนินการในปี 2565 ครอบคลุมโรงเรียนภายใต้มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์ อีดี (CONNEXT ED) ที่สนับสนุนโดยบริษัท รวมถึงยกระดับ “ต้นกล้าไร้ถัง” สู่ “ชุมชนไร้ถัง” เพื่อบริหารจัดการขยะของชุมชน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดปริมาณขยะเหลือ

ร้อยละ **35** โดยเฉลี่ย

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

2,518

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

สถาบันศึกษาเข้าร่วมโครงการจำนวน

153 แห่งทั่วประเทศ

โครงการต่อเนื่องกล่องวิเศษ Recycling for Sharing

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นตัวกลางในการรวบรวมกล่องนมยูเอชที (UHT) กล่องน้ำผลไม้หรือกล่องเครื่องดื่มเพื่อรีไซเคิลเป็นชุดโต๊ะ เก้าอี้ ให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลน โดยในปี 2564 สามารถรวบรวมกล่อง จำนวน 100,000 กล่อง สามารถผลิตเป็นโต๊ะ เก้าอี้ ได้ 40 ชุด ส่งมอบให้กับโรงเรียนบ้านแม่โต๋ และโรงเรียนบ้านแม่ยางห้า ตำบลบ่อแก้ว อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่



โครงการใบเสร็จรับเงิน / ใบกำกับภาษี เต็มรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

บริษัทได้เปิดช่องทางการรับใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษีอย่างย่อ และใบกำกับภาษีเต็มรูปแบบในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านแอปพลิเคชัน 7-Eleven ถือเป็นก้าวแรกการดำเนินการเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของบริษัทรองรับวิถีชีวิตดิจิทัลและอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า นับตั้งแต่การเริ่มดำเนินโครงการในวันที่ 26 พฤศจิกายน 2563 จนถึง 31 ธันวาคม 2564

ปลอดภัย รวดเร็ว
ในยุคโควิด-19

ใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์

- ปลอดภัย**
ลดการสัมผัส
ในยุคโควิด-19
- รวดเร็ว**
ตรวจสอบข้อมูล
การซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชม.
- ช่วยโลก**
ลดปริมาณขยะ และ
ลดการใช้น้ำหมึกกระดาษ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ลดใบเสร็จรับเงิน

ใบกำกับภาษีอย่างย่อไปได้ทั้งสิ้น

161,546,631

รายการ

ใบกำกับภาษีเต็มรูป

2,328,353 รายการ

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้

1,110.92

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

หรือเทียบเท่าการปลูกไม้สักอายุ 5 ปี

จำนวน **25,835** ต้น

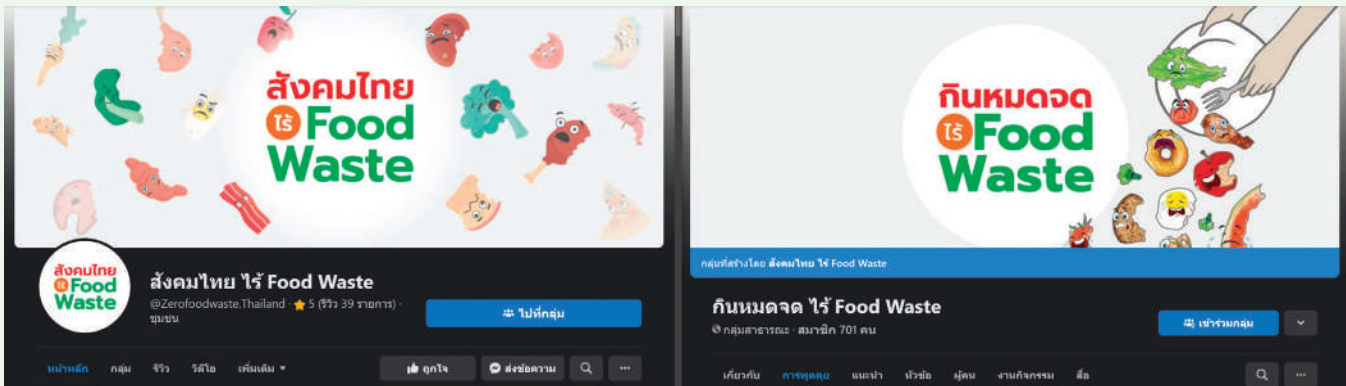
*ผลการดำเนินงานในปี 2564



สร้างการรับรู้และรณรงค์ให้ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภค

โครงการสร้างความตระหนักเรื่องขยะอาหาร (Food Waste)

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินโครงการสร้างความตระหนักถึงปัญหาขยะอาหารผ่านเพจเฟซบุ๊ก “สังคมไทยไร้ Food Waste” และสร้างกลุ่ม “กินหมดจด ไร้ Food Waste” เพื่อเป็นช่องทางส่งเสริมความรู้ด้านการจัดการและลดปริมาณขยะอาหาร ปัจจุบันมีผู้กดติดตามเพจเฟซบุ๊กกว่า 11,330 ราย และมีสมาชิกในกลุ่มกว่า 595 ราย







การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

ด้วยยึดมั่นในปณิธานสีเขียว ยืนหยัดเจตนาารมณที่ จะปกป้องรักษา
ความสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ซีพี ออลล์ จึงเดินทางเพิ่มพื้นที่สีเขียว
เพิ่มปริมาณต้นไม้ในการช่วยดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ให้กับประเทศ
ทั้งยังเป็น "บ้าน" หลังใหญ่ของสรรพชีวิตที่อุดมไปด้วยความหลากหลาย
ทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG6 สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัย สำหรับทุกคน และมีการบริหารจัดการ
ที่ยั่งยืน

6.6 ยกระดับคุณภาพน้ำ โดยลดมลพิษ บริหารจัดการกั้นยะและลดการปล่อยสารเคมีและวัสดุอันตราย
ลดสัดส่วนน้ำเสียที่ไม่ผ่านกระบวนการลงครั้งหนึ่ง และเพิ่มการนำกลับมาใช้ใหม่

SDG14 อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเล และทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนา
ที่ยั่งยืน

14.1 ป้องกันและลดมลพิษทางทะเลทุกประเภท โดยเฉพาะจากกิจกรรมบนแผ่นดิน

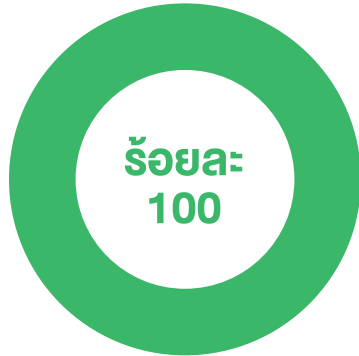
SDG15 ปกป้อง ฟื้นฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน จัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน
ต่อสู้การกลายสภาพเป็นทะเลทราย หยุดการเสื่อมโทรมของที่ดินและฟื้นสภาพกลับมาใหม่
และหยุดการสูญเสียมความหลากหลายทางชีวภาพ

15.1 สร้างหลักประกันว่าจะมีการอนุรักษ์ การฟื้นฟู และการใช้ระบบนิเวศบนบกและในน้ำจัดในแผ่นดิน
รวมทั้งบริการทางระบบนิเวศอย่างยั่งยืนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ป่าไม้ พื้นที่ชุ่มน้ำ ภูเขา และเขตแห้งแล้ง



การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

เป้าหมายปี 2573



ทุกพื้นที่การดำเนินการของธุรกิจ มีโครงการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ หรือองค์กรอิสระภายนอกเพื่อช่วยสนับสนุนการลดผลกระทบเชิงลบต่อระบบนิเวศหรือความหลากหลายทางชีวภาพ

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



ปลูกต้นไม้สะสม **228,240** ต้น



กักเก็บคาร์บอนได้
9,814.32 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

(หน่วย : ร้อยละ)

ผลดำเนินงาน



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2564



โครงการ WE GROW for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน



โครงการความร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางบก



โครงการความร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางน้ำ

ความเสี่ยงและโอกาส

ความหลากหลายทางชีวภาพคือส่วนสำคัญของความสมบูรณ์ในระบบนิเวศ มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและมนุษย์ อาทิ เป็นแหล่งรวบรวมอาหาร แหล่งดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ป้องกันอุทกภัย ซึ่งทรัพยากรและผลผลิตจากระบบนิเวศถูกนำมาใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ต่อเนื่องยาวนาน อย่างไรก็ตาม การพัฒนาทางเศรษฐกิจและการดำเนินกิจกรรมของมนุษย์ยังส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพเป็นวงกว้างอย่างต่อเนื่อง เช่น การใช้ทรัพยากรอย่างไม่จำกัด การบุกรุกและทำลายแหล่งที่อยู่ของสิ่งมีชีวิตสายพันธุ์

อื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งการสูญเสียสมดุลของความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศนั้น ส่งผลกระทบต่อกลไกการทำงานและประสิทธิภาพของระบบนิเวศ เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ไม่เคยเกิดขึ้นหรือทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น รวมถึงส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของมนุษย์ ดังนั้นทุกภาคส่วนจึงควรตระหนักถึงความสำคัญและผลกระทบที่เกิดจากความไม่สมดุลของความหลากหลายทางชีวภาพ โดยมีความมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงาน

ผลงานวิจัยหลายฉบับรายงานผลกระทบการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ว่าความสมบูรณ์ของระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการรุกรานพื้นที่ป่าน้อยลง อย่างไรก็ตาม บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ยังคงมุ่งดำเนินงานด้านการปกป้องและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพที่อาจเกิดจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท ด้วยเจตนาธรมณ์ปกป้องระบบนิเวศ ยึดมั่นเจตนาธรมณ์สีเขียว โดยประกาศใช้นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติเป็นแนวปฏิบัติครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของการดำเนินงานและกิจกรรมทางธุรกิจ ตลอดจนดำเนินการร่วมกับคู่ค้าธุรกิจลำดับที่ 1 รวมถึงคู่ค้าธุรกิจลำดับอื่นในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพน้อยที่สุด นอกจากนี้ ยังดำเนินธุรกิจด้วยความมุ่งมั่นที่จะไม่ให้เกิดความสูญเสียต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (No Net Loss :>NNL) พร้อมกับพิจารณาแนวทางการยกระดับการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับแนวทางการสร้าง

สมดุลนิเวศเชิงบวก (Net Positive Impact : NPI) พร้อมกันนี้ บริษัทประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ผ่านเครื่องมือการประเมินความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Assessment Tool : IBAT) เพื่อหลีกเลี่ยงการดำเนินธุรกิจในพื้นที่คุ้มครองตามนิยามและกำหนดขององค์การระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ (The International Union for Conservation of Nature : IUCN) และพื้นที่ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกตามที่ประกาศของยูเนสโก (UNESCO) อีกทั้งกำหนดแนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับชั้น (Mitigation Hierarchy) ตลอดจนร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกดำเนินโครงการด้านการฟื้นฟู อนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย ได้แก่ โครงการความร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางบกและทางน้ำ เพื่อฟื้นฟูปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพให้อุดมสมบูรณ์







อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ

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

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2564

การเพิ่มพื้นที่ปลูกต้นไม้ช่วยกักเก็บคาร์บอน

ประเภทโครงการ	พื้นที่ (ไร่)	จำนวนต้นไม้ (ต้น)
 ปลูกต้นไม้ในพื้นที่บริษัท	810	15,155
 ร่วมกับพันธมิตรสนับสนุนกล้าไม้ให้พนักงานนำไปปลูก	21	16,307
 ปลูกต้นไม้ ปลูกอาชีพ	8	1,500
 ร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ อาทิ ชุมชน มูลนิธิ ภาครัฐ องค์กรท้องถิ่น	4,914	195,278



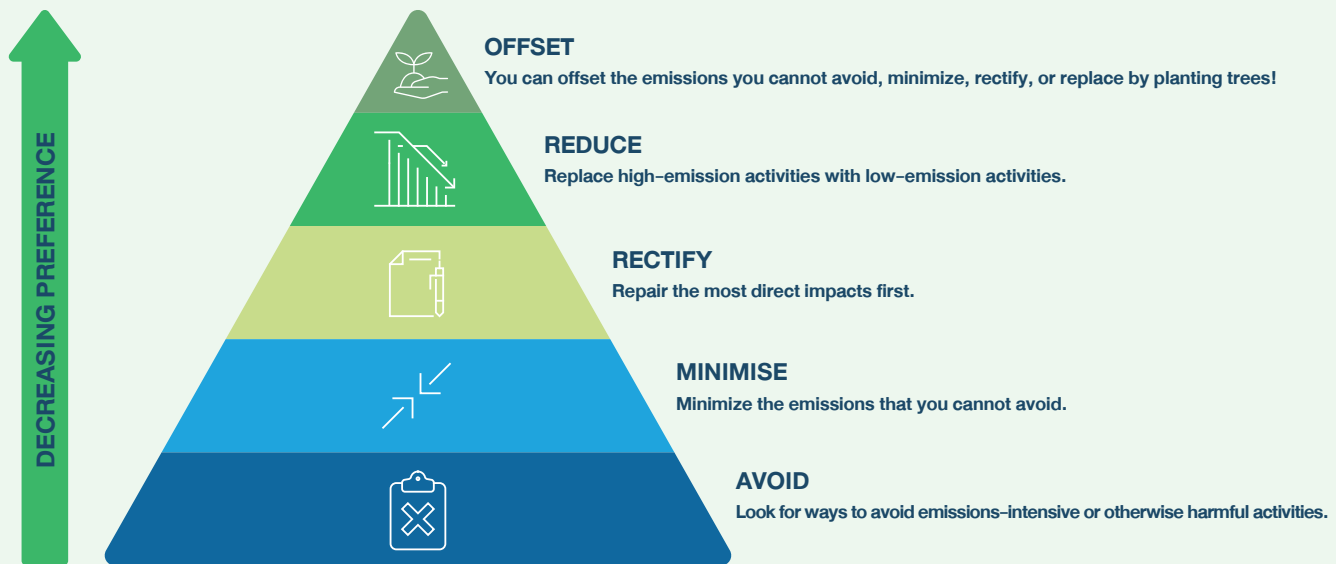
การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพตามแนวปฏิบัติและนโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพ และทรัพยากรธรรมชาติขององค์กร ครอบคลุมพื้นที่การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ได้แก่ โรงงานผลิต ศูนย์กระจายสินค้า และพื้นที่การจำหน่ายสินค้า รวมถึงกิจกรรมทางธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยพื้นที่การดำเนินงานและกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทไม่ได้ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตคุ้มครองใด ๆ ตามนิยามและข้อกำหนดขององค์การระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ (The International Union for Conservation of Nature : IUCN) และไม่ได้อยู่ในพื้นที่ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกตามที่ประกาศของยูเนสโก (UNESCO) บริษัทได้ทำการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศร่วมกับฐานข้อมูลความหลากหลายทางชีวภาพประเมินพื้นที่ดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจหลักที่เกี่ยวข้อง โดยมีขั้นตอนการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบความหลากหลายทางชีวภาพ ดังนี้

ประเมินด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและฐานข้อมูลสากล



พร้อมกันนี้ บริษัทมีแนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) เพื่อลดความเสี่ยงและหลีกเลี่ยงความรุนแรงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งครอบคลุมการลด การบรรเทา ไปจนถึงการชดเชย นอกจากนี้ บริษัทเคารพและปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายท้องถิ่นทางด้านการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ท้องถิ่นอย่างเคร่งครัด เพื่อไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพจากการดำเนินธุรกิจ



ในปี 2564 บริษัทร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อฟื้นฟูระบบนิเวศและปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ โดยมีโครงการเชิงกลยุทธ์ที่โดดเด่น ดังนี้

ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางบก

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กำหนดเป้าหมายการปลูกต้นไม้ จำนวน 646,000 ต้น ภายในปี 2568 พร้อมทั้งแต่งตั้งคณะทำงานปลูกไม้นิเวศเพื่อชุมชนที่ยั่งยืน ดำเนินงานด้านฟื้นฟูป่าไม้และติดตามโครงการขับเคลื่อนสนับสนุนการปลูกต้นไม้เพื่อชุมชนและสังคม ภายใต้กรอบการดำเนินการ 4 ด้าน



ในปี 2564 บริษัทได้ดำเนินการผ่านโครงการที่สำคัญ ดังนี้



ปลูกต้นไม้ในพื้นที่บริษัท

โครงการปลูกต้นไม้ภายในพื้นที่ของบริษัท

บริษัทสนับสนุนโครงการปลูกต้นไม้ในทุกพื้นที่การดำเนินธุรกิจร่วมกับพนักงาน เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว สร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และฟื้นฟูระบบนิเวศให้ดียิ่งขึ้น ปัจจุบันมีการปลูกต้นไม้สะสม มากกว่า 15,155 ต้น ดังนี้

พื้นที่ดำเนินการ	พื้นที่ (ไร่)	จำนวนต้นไม้ (ต้น)
พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้าทั่วประเทศ	629	1,881
พื้นที่อาคารสำนักงาน ธาราพาร์ค จังหวัดนนทบุรี	54	237
พื้นที่ร้าน 7-Eleven	4	19
พื้นที่สถาบันการศึกษา	113	6,007
พื้นที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าสยามเม็คโคร และอาคารสำนักงานทั่วประเทศ	N/A	5,011
พื้นที่ภายในความรับผิดชอบของบริษัท ซีพีแรม จำกัด	10	2,000



ร่วมกับพันธมิตรสนับสนุนกล้าไม้ให้พนักงานนำไปปลูก

โครงการ “WE GROW for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน”

เพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้กับพนักงานร่วมกับพันธมิตรจัดสรรพันธุ์กล้าไม้ เพื่อให้พนักงานนำกลับไปปลูกที่พื้ที่อาศัย โดยกำหนดจุดในการรับพันธุ์กล้าไม้ที่อาคาร ซีพี ทาวเวอร์ สาขาสีลม สาขาพญาไท อาคารอาหาร และอาคารเดอะฮารา แจ้งวัฒนะ ในปี 2564 ได้แจกจ่ายพันธุ์กล้าไม้ 1,100 ต้น ให้กับพนักงาน 1,000 ราย

พร้อมทั้งดำเนินกิจกรรม “อวดต้นไม้ของเรา” สนับสนุนให้พนักงานร่วมปลูกไม้ยืนต้นและบันทึกการปลูกต้นไม้ผ่านแอปพลิเคชัน We Grow เพื่อคำนวณการลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ส่งเสริมการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573



ปลูกต้นไม้ ปลูกอาชีพ

โครงการ “ไผ่พอเพียง...สู่นาคตที่ยั่งยืน (Bamboo Project)”

ไผ่เป็นพืชท้องถิ่นที่ผูกพันกับสังคมไทยมาอย่างยาวนาน ปัจจุบันไผ่กำลังเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมาก ส่งผลให้เกิดภาวะขาดแคลนจนต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อเพิ่มจำนวนไผ่ควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อมฟื้นฟูสภาพดิน ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจก รวมถึงส่งเสริมการสร้างรายได้ให้แก่โรงเรียนในการนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ก่อให้เกิดภาคีไผ่ยั่งยืน ในปี 2564 บริษัทจึงได้ดำเนินโครงการ “ไผ่พอเพียง...สู่นาคตที่ยั่งยืน” ร่วมกับโรงเรียนในโครงการ “สานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED” ภายใต้การดูแลของบริษัท ขยายผลจากโรงเรียนต้นแบบ โรงเรียนบ้านน้ำน้อย อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน โดยดำเนินการให้ความรู้เรื่องประโยชน์ของไผ่ การเพาะพันธุ์ การปลูก การดูแลรักษา การจัดสรรทรัพยากรน้ำ ดิน การใช้ประโยชน์จากไผ่ การแปรรูป ผ่านรูปแบบการสัมมนาออนไลน์ ตลอดจนสนับสนุนพันธุ์กล้าไผ่ให้แก่โรงเรียนภาคีเครือข่าย รวมถึงช่วยหาโอกาสและช่องทางทางการตลาดให้อีกด้วย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

44 โรงเรียน

ผู้เข้าร่วมโครงการรวม

32,228 ราย

(นักเรียน 8,000 ราย ครู 228 ราย
คนในชุมชน 24,000 ราย)

สนับสนุนพันธุ์กล้าไผ่

1,500 ต้น

มูลค่าสนับสนุน

97,500 บาท

กักเก็บคาร์บอนได้

14.25

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



โครงการ “โรงเรียนป่าไม้ (Forestry School Concept)”

เพื่อให้เกิดการดำเนินการอย่างยั่งยืน บริษัทต่อยอดจากโครงการ “ไฟฟ้อเพียง...สู่นาคตที่ยั่งยืน” บูรณาการความรู้เรื่องการปลูกไม้ 7 หัวข้อ ได้แก่ 1) เรียนรู้การเพาะพันธุ์กล้าไม้ 2) รู้จักต้นไม้ ชนิด ประเภท 3) การอนุบาลดูแลรักษากล้าไม้ 4) การปลูก 5) การดูแลรักษา และใช้ประโยชน์ 6) การรายงานผล การเก็บข้อมูลการเจริญเติบโต และ 7) การรณรงค์การปลูกและดูแลรักษาป่าไม้ในเนื้อหาหลักสูตรบูรณาการข้ามกลุ่มสาระตามหลักสูตรแกนกลาง โดยตั้งเป้าส่งเสริมการปลูกต้นไม้ให้ได้ 20,000 ต้นต่อปี



เพาะพันธุ์
(Breeding)



ปลูก
(Grows)



ติดตาม
(Follow up)



รายงานผล
(Report)



รณรงค์
(Campaign)



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

2 โรงเรียน

ผู้เข้าร่วมโครงการรวม

10,269 ราย

(นักเรียน 240 ราย ครู 29 ราย
คนในชุมชน 10,000 ราย)

กักเก็บคาร์บอนได้

190

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



ร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ อาทิ ชุมชน มูลนิธิ ภาครัฐ องค์กรท้องถิ่น

โครงการป่าล้อมวัด

เพื่อฟื้นฟูและคืนความสมบูรณ์ให้กับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ บริษัทมุ่งมั่นส่งเสริมการปลูกป่าทดแทน เพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับชุมชน และสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน รวมถึงบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีคุณค่า ส่งมอบองค์ความรู้และความร่วมมือ สู่วัด ชุมชน สังคม และประเทศชาติ ภายใต้นโยบาย เซเว่น โก กรีน บริษัทได้ดำเนินโครงการ “ป่าล้อมวัด” ส่งมอบพันธุ์กล้าไม้ให้กับวัดและคริสตจักร รวมทั้งสิ้น 202 แห่ง ในเขตพื้นที่จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดชลบุรี จำนวน 100,000 ต้น ครอบคลุมพื้นที่ชุมชนกว่า 962,000 ราย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ส่งมอบพันธุ์กล้าไม้

100,000 ต้น

ชุมชนเข้าร่วมโครงการ

962,000 ราย

วัดเข้าร่วมโครงการ

202 วัด

มูลค่าสนับสนุน

500,000 บาท

กักเก็บคาร์บอนได้

950

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการสระน้ำไร่นา ประชาธิรัฐสามัคคี เกษตรอินทรีย์ วิถีสุรินทร์ 4.0

เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน บริษัทส่งมอบพันธุ์กล้าไม้ เพื่อฟื้นฟูทรัพยากร ป่าไม้ และปลูกป่าทดแทน ในโครงการ “สระน้ำไร่นา ประชาธิรัฐสามัคคี เกษตรอินทรีย์ วิถีสุรินทร์ 4.0” ให้กับประชาชนใน 17 อำเภอ ในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ส่งมอบพันธุ์กล้าไม้

17,790 ต้น

ชุมชนเข้าร่วมโครงการ

6,558 ราย

ครัวเรือนร่วมโครงการ

2,186 ครอบครัวย

มูลค่าสนับสนุน

375,000 บาท

กักเก็บคาร์บอนได้

169

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



โครงการ CPRAM Green Life #ปลูกเพื่อโลกยั่งยืน

ซีพีแรม มุ่งมั่นเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับประเทศ เดินหน้าโครงการ “CPRAM Green Life” #ปลูกเพื่อโลกยั่งยืน อย่างต่อเนื่อง สร้างความตระหนักให้พนักงานและชุมชน ทั้ง 7 สาขาทั่วประเทศ โดยซีพีแรมได้รับการสนับสนุนกล้าไม้จากกรมป่าไม้ในการดำเนินโครงการ และส่งมอบกล้าไม้ยืนต้น อาทิ ต้นประดู่ ต้นสัก ต้นยางนา ต้นพยุง และต้นมะค่าโมง ให้กับพนักงาน ชุมชน รวมถึงผู้ที่สนใจรับกล้าไม้กลับไปปลูกยังพื้นที่ตนเอง พื้นที่สาธารณะ และชุมชน ตามภูมิลำเนาของตนเองทั่วประเทศ เพื่อช่วยเพิ่มพื้นที่สีเขียว พื้นที่ฟู และรักษาสมดุลของระบบนิเวศ ซึ่งเป็นการเพิ่มปริมาณต้นไม้ในการดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ให้กับประเทศ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ส่งมอบพันธุ์กล้าไม้

50,000 ต้น

กักเก็บคาร์บอนได้

475

ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



โครงการจิตอาสาขยายพันธุ์ไม้สู่ชุมชน

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมจิตอาสา ทำความดีเพื่อชุมชน โดยสายงานปฏิบัติการ ร้าน 7-Eleven ที่กระจายอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ รวมถึงศูนย์กระจายสินค้าร่วมกับชุมชน หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดำเนินกิจกรรมปลูกต้นไม้ ขยายพันธุ์ไม้สู่ชุมชนเป็นประจำทุกปีเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว รักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยในปี 2564 ปลูกต้นไม้ **4,488** ต้น ครอบคลุมพื้นที่ **244** ไร่



โครงการปลูกป่าและสร้างฝายชะลอน้ำ

บริษัทตระหนักถึงการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน อีกทั้งรักษาไว้ซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ศูนย์กระจายสินค้าสุวรรณภูมิได้ดำเนินโครงการนำร่องปลูกป่าและสร้างฝายชะลอน้ำ ณ สวนป่าสิริเจริญวรรษ จังหวัดชลบุรี โดยฟื้นฟูสภาพพื้นที่เสื่อมโทรมให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ และเป็นแหล่งอนุรักษ์ดิน น้ำ ตลอดจนเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าอย่างยั่งยืน โดยในปี 2564 มีพนักงานเข้าร่วม **30** ราย ปลูกต้นไม้ **200** ต้น ครอบคลุมพื้นที่ **4** ไร่



โครงการ “เบ็ดโคโร ปลูกป่า”

บริษัท สยามเบ็ดโคโร จำกัด (มหาชน) ตอกย้ำเจตนารมณ์การเป็นองค์กรสีเขียว ร่วมกับโครงการป่าสิริเจริญวรราชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ร่วมปลูกป่าจำนวน 22,500 ต้น ภายในพื้นที่ป่าสิริเจริญวรราชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ตำบลนาจอมเทียน อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้สำคัญของผืนป่าที่มีระบบนิเวศสมบูรณ์แห่งหนึ่งของประเทศไทย พื้นที่รวมกว่า 3,900 ไร่

ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวยังเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนนโยบายลดโลกร้อนปลูกต้นไม้ 10 ล้านต้น ภายในปี 2573 ของเครือซีพี ที่รณรงค์ให้บริษัทในเครือจัดกิจกรรมปลูกต้นไม้ลงดินเพื่อลดโลกร้อนและคืนโอโซนให้ชั้นบรรยากาศผ่านโครงการ “ซีพี ร้อยรักษ์โลก” โดยต้นไม้ในโครงการนี้เครือซีพี สร้างงาน สร้างอาชีพให้แก่เกษตรกรและชาวชุมชนชนบทมีรายได้จากการดูแลกล้าไม้ทดแทนรายได้หลักที่หายไปจากวิกฤติโควิด 19 ตอบโจทย์ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



โครงการความร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อลดผลกระทบต่อบริเวณทางน้ำ

โครงการปลูกป่าชายเลน

ป่าชายเลนเป็นแหล่งเพาะพันธุ์อนุบาลและที่อยู่อาศัยของสัตว์ทะเลซึ่งมีความสำคัญต่อระบบนิเวศชายฝั่ง ดังนั้นบริษัทจึงร่วมอนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ป่าชายเลน โดยศูนย์กระจายสินค้ามหาชัย และศูนย์กระจายสินค้าสุราษฎร์ธานี ดำเนินกิจกรรมปลูกป่าชายเลนร่วมกับชุมชน เป็นประจำทุกปี เพื่ออนุรักษ์ป่าชายเลนให้มีความอุดมสมบูรณ์และเพิ่มการขยายพันธุ์สัตว์น้ำให้กับระบบนิเวศ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ปลูกพันธุ์กล้าไม้ **1,500** ต้น

ครอบคลุมพื้นที่ **201** ไร่



โครงการปล่อยพันธุ์ลูกปูม้า กลับคืนสู่ทะเลไทย

ศูนย์กระจายสินค้า สุราษฎร์ธานี บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมมือกับ บริษัท วิริยะเคเรป โปรดักส์ ปล่อยพันธุ์ลูกปูม้ากลับคืนสู่ทะเล เพื่อป้องกันพันธุ์ปูม้าไม่ให้สูญพันธุ์ไปจากระบบนิเวศ บริเวณชายหาดพุมเรียง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนกว่า 50,000 ตัว



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2564 ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
302-1 (e)	ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด	กิกะจูล	8,390,153.22	9,149,268.02	9,359,865.15	9,298,006.22
	ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	กิกะจูล	501,239.88	544,162.86	556,226.90	546,715.39
	การเผาไหม้อยู่ที่	กิกะจูล	370,720.89	414,339.03	424,515.91	417,164.57
	• น้ำมันเตา	กิกะจูล	23,384.76	0	0	0
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	1,644.70	7,980.44	5,714.41	8,141.93
	• ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิกะจูล	292,398.72	348,141.34	355,268.85	347,682.66
	• ก๊าซธรรมชาติ	กิกะจูล	53,292.70	58,217.25	63,532.65	61,339.98
	การเผาไหม้ที่มีการเคลื่อนที่	กิกะจูล	130,519.00	129,823.82	131,710.99	129,550.82
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	115,852.21	114,460.20	117,073.99	115,181.47
	• น้ำมันเบนซิน	กิกะจูล	14,666.67	15,363.62	14,636.19	10,804.60
	• ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิกะจูล	0	0	0	3,563.22
	• ก๊าซธรรมชาติ	กิกะจูล	0.12	0.0032	0.82	1.53
	302-1 (b)	ปริมาณพลังงานหมุนเวียน	กิกะจูล	15,482.29	15,102.14	16,195.78
• พลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์		กิกะจูล	2,759.40	2,798.50	1,796.64	1,796.60
• พลังงานความร้อนใต้พิภพ		กิกะจูล	12,722.89	12,303.64	14,399.14	11,645.41
302-1 (c)	ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	กิกะจูล	7,873,431.05	8,590,003.02	8,787,442.48	8,737,848.82
	• พลังงานไฟฟ้าจากโครงข่ายไฟฟ้าของประเทศ	กิกะจูล	7,872,737.87	8,578,506.85	8,699,470.97	8,568,669.80
	• พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	693.18	11,496.18	87,971.51	169,179.02
302-3 (a)	ความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้	กิกะจูลต่อล้านบาท	15.89	16.02	17.12	15.82
303-3 (a)	ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	8.67	9.35	9.54	9.56
	• น้ำใต้ดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	1.27	1.35	1.46	1.36
	• น้ำจากผู้จัดหาภายนอก (Third-Party Water)	ล้านลูกบาศก์เมตร	7.40	8.00	8.08	8.20
	- น้ำประปาจากผิวดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	7.95	7.99
	- น้ำประปาน้ำบาดาล	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	0.13	0.21
303-3 (b)	ปริมาณการนำน้ำจากแหล่งขาดแคลนน้ำมาใช้ทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	3.67	4.85	4.56
	• น้ำใต้ดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	1.29	1.31	1.23
	• น้ำจากผู้จัดหาภายนอก (Third-Party Water)	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	2.38	3.54	3.33
	- น้ำประปาจากผิวดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	3.47	3.21
	- น้ำประปาน้ำบาดาล	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	0.07	0.12

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
303-3 (b)	ปริมาณน้ำสะอาด ที่ถูกนำมาใช้ทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	9.35	9.54	9.56
	• น้ำสะอาด ($\leq 1,000$ mg/L Total Dissolved Solids)	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	9.35	9.54	9.56
	• น้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำทั้งหมด	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.93	0.51	0.75	0.41
	ความเข้มข้นการนำน้ำมาใช้ ต่อหน่วยรายได้	ลูกบาศก์เมตร ต่อล้านบาท	16.43	16.38	17.46	16.27
303-4(b) 2018	ปริมาณน้ำเสียที่ถูกบำบัด และปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม (TDS $\leq 1,000$ mg/L)	ล้านลูกบาศก์เมตร	N/A	N/A	N/A	6.70
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	N/A	9.08
		กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	60,793.06
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	N/A	3.37
		กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	22,578.32
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	N/A	N/A	25.27
		กิโลกรัม	N/A	N/A	N/A	169,244.54
305-2 (a)	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทั้งหมด	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	1,494,142.68	1,431,281.28	1,409,284.38	1,409,743.49
305-1 (a)	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางตรง (Scope 1)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	221,164.70	214,860.15	231,798.67	305,337.16
	• ก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้น จากการรั่วไหลและอื่น ๆ (Fugitive Emissions)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	175,884.12	176,066.41	194,816.37	268,524.34
	• ก๊าซมีเทนจากระบบบำบัดน้ำเสีย	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	3,253.40	3,724.42	819.66	1,230.88
	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงอยู่กับที่	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	32,229.46	25,468.24	26,388.44	25,900.37
	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่มีการเคลื่อนที่	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	9,797.72	9,021.92	9,253.95	9,006.87
305-1 (c)	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ (Biogenic)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	N/A	579.15	520.25	674.69
305-2 (a)	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางอ้อม (Scope 2)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	1,272,977.98	1,216,421.13	1,177,485.71	1,104,406.33
	• พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	1,272,977.98	1,216,421.13	1,177,485.71	1,104,406.33
	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ จากการใช้พลังงานทดแทน	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	744.48	2,491.45	12,269.05	22,172.73
305-4 (a)	ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อหน่วยรายได้	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่าต่อล้านบาท	2.83	2.51	2.57	2.40
305-3 (a)	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางอ้อมอื่นๆ (Scope 3)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	N/A	1,274,754.60	1,412,920.47	10,223,203.53
	• การซื้อสินค้าและบริการ (บรรจุภัณฑ์พลาสติก)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	N/A	231,528.50	137,739.12	102,584.90

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
	• การซื้อสินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	9,419,907.12
	• การขนส่งและกระจายสินค้าต้นน้ำ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	90,128.25	141,122.76	197,321.23
	• การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	192,510.20	68,003.90	53,440.32
	• การเดินทางเพื่อธุรกิจ (ทางอากาศ)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	2,588.75	793.62	141.36
	• การใช้งานผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย (อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	741,535.40	1,052,100.15	174,435.88
	• การจัดการซากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย (กล้วยหอมทอง)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	13,528.70	10,226.12	10,108.25
	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	4,945.97	33,222.39	85,212.55	265,268.48
	สัดส่วนของร้านในพื้นที่ตั้งเสี่ยงต่ออุทกภัยที่ได้รับการออกแบบและปรับปรุงให้สามารถรองรับความเสี่ยง	ร้อยละ	N/A	N/A	N/A	52
306-3 (a) 2020	ปริมาณของเสียทั้งหมด	ตัน	135,440.47	174,461.64	126,402.29	170,754.05
306-4 (a) 2020	ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์ทั้งหมด	ตัน	88,692.43	126,259.35	78,472.83	119,309.77
306-4 (b) 2020	ปริมาณของเสียอันตราย	ตัน	1.94	18.35	59.40	48.26
	• นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	1.94	17.89	45.83	24.81
	• นำไปเป็นเชื้อเพลิงผสม	ตัน	N/A	0.46	13.57	23.45
306-4 (c) 2020	ปริมาณของเสียไม่อันตราย	ตัน	88,690.49	126,241.00	78,352.30	119,261.51
	• ใช้อื่น	ตัน	N/A	N/A	61.13	82.33
	• นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	82,586.89	119,780.06	70,008.31	109,961.02
	• ปุ๋ยหมัก	ตัน	6,103.60	6,460.94	6,613.28	7,254.84
	• นำไปเป็นเชื้อเพลิงผสม	ตัน	N/A	N/A	1,730.71	1,963.33
306-5 (a) 2020	ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัดทั้งหมด	ตัน	46,748.03	48,202.29	47,929.46	51,444.28
306-5 (b) 2020	ปริมาณของเสียอันตราย	ตัน	29.00	25.84	9.78	79.42
	• เมาทำลาย	ตัน	26.54	20.20	4.33	71.03
	• ผึ่งกลบ	ตัน	2.45	5.64	5.45	8.39
306-5 (c) 2020	ปริมาณของเสียไม่อันตราย	ตัน	46,719.04	48,176.45	47,919.68	51,364.86
	• เมาทำลาย	ตัน	1,955.43	1,778.93	0	5.41
	• ผึ่งกลบ	ตัน	44,763.61	46,397.52	47,919.68	51,359.46
	ร้อยละปริมาณของเสียที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ต่อปริมาณของเสียทั้งหมด	ร้อยละ	65	72	62	69.87

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
306-3 (a) 2020	ปริมาณขยะอาหารทั้งหมด	ตัน	54,702	58,864	56,393	58,563.07
	• พืช ผัก และผลไม้	ตัน	N/A	N/A	7,764	19,899.06
	• เนื้อสัตว์และอาหารทะเล	ตัน	N/A	N/A	6,408	3,766.27
	• ผลิตภัณฑ์จากนม	ตัน	N/A	N/A	2,381	2,315.32
	• อาหารพร้อมรับประทาน	ตัน	N/A	N/A	22,106	18,041.47
	• เครื่องดื่ม	ตัน	N/A	N/A	1,794	1,265.83
	• อาหารสำเร็จรูป	ตัน	N/A	N/A	1,077	655.59
	• เมทอร์รี่	ตัน	N/A	N/A	14,863	12,593.43
	• อื่น ๆ	ตัน	N/A	N/A	N/A	26.11
306-4 (a) 2020	ปริมาณขยะอาหารที่นำไปใช้ประโยชน์ทั้งหมด	ตัน	17,300	17,943	18,033.90	12,611.83
	• นำไปผลิตเป็นพลังงาน	ตัน	N/A	N/A	557.70	597.25
	• นำไปผลิตเป็นอาหารสัตว์	ตัน	N/A	N/A	17,476.20	12,014.58
306-5 (a) 2020	ปริมาณขยะอาหารที่นำไปกำจัดทั้งหมด	ตัน	37,402	40,921	38,345	45,951.24
	• เมิงกลบ	ตัน	N/A	N/A	38,345	45,951.24
	ปริมาณขยะอาหารที่สามารถป้องกันไม่ให้เกิดได้	ตัน	N/A	N/A	13.45	21,343.72
	• บริจาค	ตัน	N/A	N/A	13.45	70.40
	• กำหนดมาตรฐานการส่งและการทิ้ง	ตัน	N/A	N/A	N/A	5,079.31
	• กำจัดผลิตภัณฑ์ใหม่	ตัน	N/A	N/A	N/A	1,969.00
	• ผลิตอาหารสัตว์	ตัน	N/A	N/A	N/A	14,225.00

การวิเคราะห์และแจกแจงข้อมูลปริมาณขยะอาหาร ซึ่งเป็นข้อมูลย่อยที่ถูกรวบรวมอยู่ในข้อมูลของเสียที่ปรากฏข้างต้นแล้ว

หมายเหตุ

- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนปี 2564 เป็นไปตามกรอบการรายงานความยั่งยืน GRI Standard version 2016 (ปรับปรุง version 2018 และ 2020)
- ปริมาณพลังงานที่ใช้ในหน่วยจุล คำนวณจากปริมาณการใช้เชื้อเพลิงคูณกับค่าความร้อนของเชื้อเพลิงแต่ละประเภท อ้างอิงกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.)
- ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด เท่ากับผลรวมของปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ปริมาณพลังงานหมุนเวียน และปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก
- ความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ เท่ากับสัดส่วนปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมดต่อรายได้หน่วยล้านบาท
- ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด เท่ากับผลรวมปริมาณการใช้น้ำใต้ดิน และปริมาณการใช้น้ำจากผู้จัดหาภายนอก ได้แก่ การประปานครหลวง การประปาส่วนภูมิภาค และผู้ให้เช่าพื้นที่
- ปริมาณการนำน้ำจากแหล่งขาดแคลนน้ำมาใช้ทั้งหมด ถูกวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas (Aqueduct Global Maps 3.0) ของสถาบันทรัพยากรโลก (WRI)
- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก คำนวณจากปริมาณกิจกรรมที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกคูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก อ้างอิง IPCC 5th Assessment Report องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และรายงานให้อยู่ในรูปก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ตามมาตรฐานในการคำนวณ การจัดการ และการรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG Protocol) สำหรับการค้าปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1, 2 และ 3
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางตรงทั้งหมด ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการบวนการบำบัดน้ำเสีย การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่มีกระแสเลื่อนที่ การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่อยู่กับที่ และการรั่วไหลของสารทำความเย็น
- ดำเนินการปรับปรุงฐานของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นปี 2563 เพื่อเป็นการดำเนินการตามเป้าหมายความยั่งยืนระยะที่ 2
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน เท่ากับปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอกขององค์กรคูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจกอ้างอิงสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.)
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ ครอบคลุมกิจกรรมการซื้อสินค้าและบริการ (บรรจุภัณฑ์พลาสติก) การขนส่งและกระจายสินค้าต้นน้ำ การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ การเดินทางเพื่อธุรกิจ (ทางอากาศ) การใช้งานผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย (อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์) การจัดการซากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย (บรรจุภัณฑ์พลาสติก)
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการใช้พลังงานหมุนเวียน ครอบคลุมการใช้พลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานความร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ และพลังงานความร้อนใต้พิภพ
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก คำนวณจากปริมาณลดใช้ถุงพลาสติกในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นคูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ เท่ากับสัดส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อมจากการใช้พลังงานต่อรายได้หน่วยล้านบาท
- ปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย รายงานตามกรอบการรายงานความยั่งยืน GRI Standard version 2020 โดยปี 2562 - 2563 เพิ่มปริมาณสินค้าตัดจ่ายและทรัพย์สินตัดจ่าย (Write-off) ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และจำนวนปี 2561
- ปริมาณของเสียทั้งหมดครอบคลุมถึงปริมาณขยะอาหาร
- ขอบเขตข้อมูลปริมาณและคุณลักษณะของน้ำเสียที่ถูกบำบัดแล้วครอบคลุม โรงงานอาหารซีพีแรมลาดกระบัง ลาดหลุมแก้ว และชลบุรี
- ในปี 2564 ได้ยกเว้นทำการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หมวดการเดินทางของพนักงาน เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 และการปรับนโยบายการทำงานแบบยืดหยุ่น

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2564 ข้อมูลด้านบุคลากร

GRI Standard	ข้อมูล	2561		2562		2563		2564	
		จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
102-8	จำนวนพนักงาน								
	จำแนกตามเพศ								
	• ชาย	33,110	35.72	48,159	39.19	66,910	34.94	67,823	35.69
	• หญิง	59,582	64.28	74,735	60.81	124,570	65.06	122,185	64.31
	จำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง								
	พนักงานประจำ								
	• ชาย	28,330	33.88	30,670	32.87	34,585	33.83	35,545	34.42
	• หญิง	55,279	66.12	62,641	67.13	67,642	66.17	67,712	65.58
	คนงาน / ผู้รับเหมา								
	• ชาย	4,780	52.63	17,489	59.12	32,325	36.22	32,278	37.21
	• หญิง	4,303	47.37	12,094	40.88	56,928	63.78	54,473	62.79
405-1	ความหลากหลายของพนักงาน								
	จำแนกตามระดับ								
	ผู้บริหารระดับสูง								
	• ชาย	55	69.62	41	66.13	32	57.14	38	38.71
	• หญิง	24	30.38	21	33.87	24	42.86	24	61.29
	ผู้บริหาร								
	• ชาย	1,151	43.91	937	43.48	1,259	44.18	2,342	55.21
	• หญิง	1,470	56.08	1,218	56.52	1,591	55.82	2,887	44.79
	ผู้บริหารระดับต้น								
	• ชาย	856	42.82	610	41.27	797	42.24	1,549	57.03
	• หญิง	1,143	57.18	868	58.73	1,090	57.76	2,056	42.97
	เจ้าหน้าที่								
	• ชาย	27,124	33.52	29,692	32.59	33,294	33.52	33,165	33.85
	• หญิง	53,785	66.48	61,402	67.41	66,027	66.48	64,801	66.15
	จำแนกตามอายุ								
	อายุน้อยกว่า 30 ปี								
	• ชาย	15,170	32.80	16,875	32.10	18,218	32.81	18,373	33.68
	• หญิง	31,082	67.20	35,700	67.90	37,306	67.19	36,181	66.32
	อายุ 30-50 ปี								
	• ชาย	12,699	35.05	13,224	33.79	15,717	34.99	16,434	35.21
	• หญิง	23,535	64.95	25,907	66.21	29,203	65.01	30,236	64.79

GRI Standard	ข้อมูล	2561		2562		2563		2564	
		จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
	อายุมากกว่า 50 ปี								
	• ชาย	461	41.05	571	35.58	650	36.46	738	36.30
	• หญิง	662	58.95	1,034	64.42	1,133	63.54	1,295	63.70
	จำแนกตามศาสนา								
	• พุทธ	77,174	92.30	87,989	94.30	96,180	94.08	97,203	94.14
	• คริสต์	475	0.57	532	0.57	599	0.59	634	0.61
	• อิสลาม	4,123	4.93	4,725	5.06	4,882	4.78	4,853	4.70
405-2	สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงาน (หญิง : ชาย)								
	จำแนกตามระดับ								
	• ผู้บริหารระดับสูง (เฉพาะเงินเดือน)	N/A		N/A		N/A		0.96	
	• ผู้บริหารระดับสูง (เงินเดือนและค่าตอบแทนอื่น ๆ)	N/A		N/A		N/A		1.10	
	• ผู้บริหาร (เฉพาะเงินเดือน)	N/A		N/A		N/A		0.99	
	• ผู้บริหาร (เงินเดือนและค่าตอบแทนอื่น ๆ)	N/A		N/A		N/A		0.99	
	• เจ้าหน้าที่ (เงินเดือนและค่าตอบแทนอื่น ๆ)	N/A		N/A		N/A		0.97	
401-1	การจ้างงาน								
	จำแนกตามเพศ								
	• ชาย	16,637	36.98	16,827	35.25	13,767	34.12	16,367	36.86
	• หญิง	28,356	63.02	30,911	64.75	26,586	65.88	28,041	63.14
	อัตราการจ้างใหม่	53.81		51.16		39.47		43.01	
	จำแนกตามอายุ								
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	37,013	82.26	38,852	81.39	33,119	82.07	36,898	83.09
	• อายุ 30-50 ปี	7,945	17.66	8,772	18.37	7,134	17.68	7,453	16.78
	• อายุมากกว่า 50 ปี	35	0.08	114	0.24	100	0.25	57	0.13
401-1	การลาออก								
	จำแนกตามเพศ								
	• ชาย	13,470	38.31	14,902	38.29	12,022	34.24	14,426	34.63
	• หญิง	21,690	61.69	24,019	61.71	23,086	65.76	27,237	65.37
	อัตราการลาออก	42.05		41.71		34.34		40.35	

GRI Standard	ข้อมูล	2561		2562		2563		2564	
		จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
จำแนกตามอายุ									
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	27,324	77.71	30,012	77.11	26,996	76.89	32,580	78.20
	• อายุ 30-50 ปี	7,691	21.88	8,753	22.49	7,871	22.42	8,881	21.32
	• อายุมากกว่า 50 ปี	145	0.41	156	0.40	241	0.69	202	0.48
401-3 การลาคลอด และเลี้ยงดูบุตร									
	พนักงานที่ใช้สิทธิลาคลอด และเลี้ยงดูบุตร	N/A	N/A	2,959	3.17	3,592	3.51	3,178	3.08
	พนักงานที่กลับมาทำงาน หลังจากใช้สิทธิลาคลอด และเลี้ยงดูบุตร	N/A	N/A	2,615	88.37	3,225	89.78	3,053	96.07
	จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงาน หลังใช้สิทธิลาคลอดบุตร/ ดูแลบุตร และยังคงทำงานอยู่กับบริษัทต่อไป อีกจนครบ 12 เดือน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,506	78.85
102-41 ข้อตกลงการเจรจาต่อรอง									
	ตัวแทนพนักงาน คณะกรรมการสวัสดิการ	56,722	99.29	64,115	100	102,227	100	103,257	100

GRI Standard	ข้อมูล	2561	2562	2563	2564
		ชั่วโมงเฉลี่ยต่อรายต่อปี	ชั่วโมงเฉลี่ยต่อรายต่อปี	ชั่วโมงเฉลี่ยต่อรายต่อปี	ชั่วโมงเฉลี่ยต่อรายต่อปี
404-1 การฝึกอบรม และพัฒนาพนักงาน					
	จำนวนชั่วโมงเฉลี่ยทั้งหมด	25.47	22.18	18.91	20.68
จำแนกตามเพศ					
	• ชาย	26.57	20.51	17.35	18.25
	• หญิง	24.37	23.84	20.47	21.96
จำแนกตามระดับ					
	• ผู้บริหารระดับสูง	67.96	69.88	84.40	74.59
	• ผู้บริหาร	60.71	45.30	40.36	31.63
	• ผู้บริหารระดับต้น	42.22	46.18	40.17	28.58
	• เจ้าหน้าที่	24.37	21.44	18.78	20.06

หมายเหตุ

- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- การรายงานผลการดำเนินงานความยั่งยืนเป็นไปตามกรอบการรายงานความยั่งยืน GRI Standard version 2016
- ข้อมูลด้านบุคลากรครอบคลุมทุกหน่วยธุรกิจของกลุ่ม ซีพี ออลล์

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2564 ข้อมูลด้านการดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

GRI Standard	ข้อมูล	หน่วย	2561		2562		2563		2564	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
พนักงาน										
403-9 (a) (2018)	• จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงาน	ราย	0		0		2		5	
			0	0	0	0	2	0	2	3
	• อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	N/A		0		0.004		0	
			N/A	N/A	0	0	0	0.01	0	0
	• อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	N/A		1.22		2.14		3.25	
			N/A	N/A	2.27	0.69	3.02	1.99	4.36	2.70
	• จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม	ชั่วโมง	192,955,020		222,630,585		251,718,321		212,606,693	
			67,743,167	125,211,853	74,829,447	147,801,138	83,430,837	168,287,484	69,947,807	142,658,887
403-10 (a) (2018)	• จำนวนผู้เสียชีวิตด้วยโรคจากการทำงาน	ราย	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
	• จำนวนกรณีที่เจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด	กรณี	N/A		0		0		0	
			N/A	N/A	0	0	0	0	0	0
403-2 (a) 2016	• อัตราการบาดเจ็บ	ร้อยละ	2.26		2.34		2.28		12.11	
			2.41	2.18	2.64	2.20	2.58	2.13	10.53	12.90
	• อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR)	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	1.10		0.71		1.66		2.77	
			1.93	0.65	1.28	0.43	2.21	1.38	3.59	2.36
	• อัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงานทั้งหมด (OIFR)	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
ผู้รับเหมา										
403-9 (a) (2018)	• จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงาน	ราย	0		0		3		6	
			0	0	0	0	2	1	5	1
	• อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	N/A		0		0		0.013	
			N/A	N/A	0	0	0	0	0	0.005
	• อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	N/A		1.51		0.52		1.40	
			N/A	N/A	2.02	0.93	0.80	0.34	2.37	0.86
	• จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม	ชั่วโมง	60,757,234		63,698,344		232,938,058		210,483,280	
			37,375,636	23,381,598	33,717,995	29,980,349	88,997,868	143,940,190	75,208,116	135,275,163
403-10 (a) (2018)	• จำนวนผู้เสียชีวิตด้วยโรคจากการทำงาน	ราย	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
	• จำนวนกรณีที่เจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด	กรณี	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
	• อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR)	กรณี/1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	1.02		0.99		0.37		1.05	
			0.94	1.15	1.28	0.67	0.52	0.28	1.52	0.79

หมายเหตุ

- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูลหรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ไม่รวมข้อมูลสำหรับร้านค้าที่ได้รับสิทธิ์ช่วงในอาณาเขต (Sub-area)
- บริษัท ซีพีแรม จำกัด อาหารพร้อมรับประทาน (ลาตหลุมแก้ว), เบเกอรี่ (ลาดกระบัง) ปี 2561 เพิ่มการรายงานข้อมูล ซีพีแรม ชลบุรี
- ผู้รับเหมา บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) รวมเฉพาะพ่อบ้าน/แม่บ้าน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (รปภ.) ผู้รับเหมาก่อสร้างและซ่อมบำรุงร้านสาขา และเพิ่มการรายงานข้อมูลของ Store Business Partner (SBP) และผู้รับเหมาขนส่งของศูนย์กระจายสินค้าบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ในปี 2563
- ผู้รับเหมา บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) นับรวมผู้รับเหมาทั้งหมด (ผู้รับเหมาประจำผู้รับเหมาที่เข้ามาในพื้นที่สาขา Supplier ขนส่ง เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย รปภ.) แม่บ้าน)
- ผู้รับเหมา บริษัท ซีพีแรม จำกัด รวมเฉพาะพ่อบ้าน/แม่บ้านประจำสำนักงาน-อาคาร เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (รปภ.) ผู้รับเหมาในสายการผลิต และเพิ่มการรายงานข้อมูลของ ผู้รับเหมาซ่อมสร้าง ในปี 2563
- อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต) = จำนวนราย (กรณี) ของผู้ปฏิบัติงานที่บาดเจ็บจากอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่ส่งผลให้ได้รับบาดเจ็บ โดยที่ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถฟื้นตัว สู่สถานะก่อนการเกิดบาดเจ็บภายใน 6 เดือน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด = จำนวนราย (กรณี) ของผู้ปฏิบัติงานที่บาดเจ็บจากอุบัติเหตุจากการทำงาน (นับรวมถึงแต่ ได้รับการรักษามากกว่าปฐมพยาบาล หรือ ถูกจำกัดการทำงาน หรือ ถูกโอนย้ายไปปฏิบัติงานในหน้าที่อื่นชั่วคราว แต่ไม่หยุดงาน, หยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป, หยุดงานตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป, ทุพพลภาพ จนถึงเสียชีวิต) (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราการขาดงาน = จำนวนวันหยุดงานจากการบาดเจ็บและเจ็บป่วย รวมทั้งการหยุดงานอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การลาที่ได้รับอนุญาต (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 100 / จำนวนวันทำงานทั้งหมดในรอบปี
- อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน = จำนวน (กรณี) ของการบาดเจ็บจนถึงขั้นหยุดงาน อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุจากการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด = จำนวนราย (กรณี) ที่เจ็บป่วยจากการทำงานจำนวน ชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวน ชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2564 ข้อมูลด้านสุขภาพและสภาวะที่ดี

GRI Standard	รายการ	หน่วย	2561	2562	2563	2564
ข้อมูลด้านสุขภาพและสภาวะที่ดี						
G4 - FP6	ยอดขายสินค้าสิ้นค้าที่มีการปรับลดไขมัน ไขมันทรานส์ โซเดียม และน้ำตาล	ร้อยละ	1.15	3.12	1.32	2.33
	• กลุ่มอาหารพร้อมทาน		N/A	3.12	0.15	1.88
	• กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		N/A	0.00	1.16	0.46
	• กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)		N/A	0.00	0.00	0.00
G4 - FP7	ยอดขายสินค้าที่มีการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ	ร้อยละ	1.10	0.00	6.93	1.09
	• กลุ่มอาหารพร้อมทาน		N/A	0.00	1.01	1.05
	• กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		N/A	0.00	5.92	0.05
	• กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)		N/A	0.00	0.00	0.00
	ยอดขายสินค้าที่มีการปรับปรุงสูตร	ร้อยละ	0.20	5.66	7.55	0.75
	• กลุ่มอาหารพร้อมทาน		N/A	3.80	2.21	0.75
	• กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		N/A	1.86	5.33	0.00
	• กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)		N/A	0.00	0.00	0.00

หมายเหตุ

- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารรถเก็บข้อมูลได้
- ข้อมูลที่รายงานครอบคลุมเฉพาะผลิตภัณฑ์พัฒนาพร้อม (Private Brand : PB) ที่จำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ ของ ซีพี ออลล์ เท่านั้น
- ข้อมูลที่นำมารายงานนับเฉพาะสินค้าที่ผ่านหลักเกณฑ์หรือได้รับการรับรองสัญลักษณ์ทางโภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ” และหรืออาหารที่มีการเพิ่ม หรือลด หรือปราศจากสารอาหารตามที่กฎหมายหรือมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศ หรือสากล อาทิ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541

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		
	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	30		
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	38-47		
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		
	Refer to CP ALL Annual Report	3, 17, 24-28		
102-8 Information on employees and other workers	Appendix	250-252		
102-9 Supply chain	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	13		
102-10 Significant changes to the organization and its supply chain	Refer to Annual Report	No Significant changes to the organization and supply chain		
102-11 Precautionary Principle or approach	Corporate Governance and Anti-Corruption	40, 36-54		
	Refer to CP ALL Annual Report	58-70		
102-12 External initiatives	Message from Chairman	2-3		
	Corporate Governance and Anti-Corruption	53		
	Stakeholder Engagement	178		
102-13 Membership of associations	Stakeholder Engagement	166		
Strategy				
102-14 Statement from senior decision-maker	Message from Chairman	2-3		
	Message from the Chairman of the Executive Committee	4-5		
102-15 Key impacts, risks, and opportunities	Message from Chairman	2-3		
	Message from the Chairman of the Executive Committee	4-5		
	Corporate Governance and Anti-Corruption	45-49		

Disclosures	Chapter	Page / Website	Omission	External Assurance
Ethics and Integrity				
102-16 Values, principles, standards, and norms of behavior	Building on Ambition, Strategy for Sustainability	23		
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 2016				
103-2 The management approach and its components	Stakeholder Engagement	166		
GRI 102: General Disclosures 2016				
102-40 List of stakeholder groups	Stakeholder Engagement	166		
102-41 Collective bargaining agreements	Stakeholder Engagement	175		
	Human Rights & Labor Practices	60, 64		
	Appendix	252		
102-42 Identifying and selecting stakeholders	Stakeholder Engagement	166		
102-43 Approach to stakeholder engagement	Stakeholder Engagement	169-182		
102-44 Key topics and concerns raised	Stakeholder Engagement	169-182		
GRI 418: Customer Privacy 2016				
418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	Corporate Governance and Anti-Corruption	40		
Reporting Practice				
102-45 Entities included in the consolidated financial statements	Refer to CP ALL Annual Report	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	31		
102-48 Restatements of information	Refer to CP ALL Annual Report	There was no significant change from the previous reporting period		
102-49 Changes in reporting	About This Report (scope)	No significant change to the scope		
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		

Disclosures	Chapter	Page / Website	Omission	External Assurance
102-55 GRI content index	Appendix	255-263		
External Assurance				
102-56 External assurance	Appendix	276-277		

Material Topics

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission	External Assurance
Corporate Governance and Anti-Corruption					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Corporate Governance and Anti-Corruption	38		
103-2	The management approach and its components	Corporate Governance and Anti-Corruption	38		
103-3	Evaluation of the management approach	Corporate Governance and Anti-Corruption	37, 40, 43-49		
GRI 102: General Disclosures 2016					
102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	Corporate Governance and Anti-Corruption	51		
102-18	Governance structure	Corporate Governance and Anti-Corruption	41		
102-22	Composition of the highest governance body and its committees	Corporate Governance and Anti-Corruption	40-41		
102-29	Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	Corporate Governance and Anti-Corruption	38, 39, 41		
102-30	Effectiveness of risk management processes	Corporate Governance and Anti-Corruption	43-50		
		Refer to CP ALL Annual Report	59-70		
GRI 205: Anti-corruption 2016					
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	Corporate Governance and Anti-Corruption	52-53		
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	Corporate Governance and Anti-Corruption	51-52		
Human Rights and Labor Practice					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Human Rights & Labor Practices	58		
103-2	The management approach and its components	Human Rights & Labor Practices	58		
103-3	Evaluation of the management approach	Human Rights & Labor Practices	57		
GRI 401: Employment 2016					
401-3	Parental leave	Human Rights & Labor Practices	64		
		Appendix	252		

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission	External Assurance
GRI 405: Diversity and equal opportunity 2016					
405-1	Diversity of governance bodies and employees	Human Rights & Labor Practices	59-60		
		Appendix	250-251		
405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	Appendix	251		✓
GRI 406: Non-Discrimination 2016					
406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	Human Rights & Labor Practices	59		
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining 2016					
407-1	Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	Human Rights & Labor Practices	64		
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016					
411-1	Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	Human Rights & Labor Practices	59		
GRI 412: Human Rights Assessment 2016					
412-1	Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	Human Rights & Labor Practices	59, 62		
412-2	Employee training on human rights policies or procedures	Human Rights & Labor Practices	63		
Occupational Health and Safety					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Human Rights & Labor Practices	58		
103-2	The management approach and its components	Human Rights & Labor Practices	58		
103-3	Evaluation of the management approach	Human Rights & Labor Practices	57		
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018					
403-1	Occupational health and safety management system	Human Rights & Labor Practices	66-67		
403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	Human Rights & Labor Practices	66		
403-3	Occupational health services	Human Rights & Labor Practices	67-70		
403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	Human Rights & Labor Practices	67-70		
403-5	Worker training on occupational health and safety	Human Rights & Labor Practices	69-70		
403-6	Promotion of worker health	Human Rights & Labor Practices	70		
403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	Human Rights & Labor Practices	69-70		
403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	Human Rights & Labor Practices	70		

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission	External Assurance
GRI 403: Occupational Health and Safety (Topic-specific disclosures 2018)					
403-9	Work-related injuries	Appendix	253	Work-related injuries does not covered to part time employee of SBP, there still in the process of data collection. This data will be completed in 2025.	✓
403-10	Work-related ill health	Appendix	253	Work-related ill health does not covered scope of Store Business Partner of part time employee, there are in the process of data collection. This data will be completed in 2025. The number of COVID-19 cases is excluded.	✓
Leadership & Human Capital Development					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Leadership & Human Capital Development	74		
103-2	The management approach and its components	Leadership & Human Capital Development	74		
103-3	Evaluation of the management approach	Leadership & Human Capital Development	73		
GRI 401: Employment 2016					
401-1	New employee hires and employee turnover	Appendix	251-252		
GRI 404: Training and Education 2016					
404-1	Average hours of training per year per employee	Appendix	252		
		Leadership & Human Capital Development	75		
404-2	Training and Education Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Leadership & Human Capital Development	77-79		
404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	Leadership & Human Capital Development	79		
Innovation					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Innovation	82		
103-2	The management approach and its components	Innovation	82		
103-3	Evaluation of the management approach	Innovation	81		
GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016					
203-2	Significant indirect economic impacts	Innovation	83		

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission	External Assurance
Responsible Supply Chain Management					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Responsible Supply Chain Management	96		
103-2	The management approach and its components	Responsible Supply Chain Management	96		
103-3	Evaluation of the management approach	Responsible Supply Chain Management	95		
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016					
308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	Responsible Supply Chain Management	98		
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016					
414-1	New Suppliers that Were Screened Using Social Criteria	Responsible Supply Chain Management	98		
Social Impact & Economic Contribution					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Social Impact & Economic Contribution	108		
103-2	The management approach and its components	Social Impact & Economic Contribution	108		
103-3	Evaluation of the management approach	Social Impact & Economic Contribution	107		
GRI 413: Local Communities 2016					
413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	Social Impact & Economic Contribution	111-123		
GRI 204: Procurement Practices 2016					
204-1	Proportion of spending on local suppliers	Social Impact & Economic Contribution	108-109		
Education					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Education	126		
103-2	The management approach and its components	Education	126		
103-3	Evaluation of the management approach	Education	125		
GRI 404: Training and Education 2016					
404-2	Training and Education Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Education	136		

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission	External Assurance
Health and Well Being					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Good Health & Well-being	140		
103-2	The management approach and its components	Good Health & Well-being	140		
103-3	Evaluation of the management approach	Good Health & Well-being	139		
GRI 417: Marketing and Labeling					
417-1	Requirements for product and service information and labeling	Good Health & Well-being	144-145		
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	Good Health & Well-being	141		
		Appendix	254		✓
FP7	Percentage of total sales volume of consumer products, by product category, that contain increased nutritious ingredients like fiber, vitamins, minerals, phytochemicals or functional food additives	Good Health & Well-being	141		
		Appendix	254		✓
Food and Water Security and Access to Well Being					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Food and Water Security and Access to Well Being	152		
103-2	The management approach and its components	Food and Water Security and Access to Well Being	152		
103-3	Evaluation of the management approach	Food and Water Security and Access to Well Being	151		
GRI416: Customer Health and Safety 2016					
416-2	Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	Food and Water Security and Access to Well Being	153		
Climate Resilience					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Climate Resilience	188		
103-2	The management approach and its components	Climate Resilience	188		
103-3	Evaluation of the management approach	Climate Resilience	187		
GRI 305: Emissions 2016					
305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	Climate Resilience	189		
		Appendix	247		✓

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/ Website	Omission	External Assurance
305-2	Energy Indirect (Scope 2) GHG emissions	Climate Resilience	189		
		Appendix	247		✓
305-3	Other Indirect (Scope 3) GHG emissions	Climate Resilience	191		
		Appendix	247-248		✓
305-4	GHG emissions intensity	Climate Resilience	190		
		Appendix	247		✓
305-5	Reduction of GHG emissions	Climate Resilience	194-199		
Energy Efficiency					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Energy Efficiency	202		
103-2	The management approach and its components	Energy Efficiency	202		
103-3	Evaluation of the management approach	Energy Efficiency	201		
GRI 302: Energy 2016					
302-1	Energy consumption within the organization	Energy Efficiency	202		
		Appendix	246		✓
302-3	Energy intensity	Energy Efficiency	202		
		Appendix	246		✓
302-4	Reduction of energy consumption	Energy Efficiency	204-208		
Water Stewardship					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Energy Efficiency	202		
103-2	The management approach and its components	Energy Efficiency	202		
103-3	Evaluation of the management approach	Energy Efficiency	201		
GRI 303: Water and Effluents (Management Approach 2018)					
303-1	Interactions with water as a shared resource	Energy Efficiency	208		
303-2	Management of water discharge-related impacts	Energy Efficiency	209-210		
GRI 303: Water and Effluents (Topic-specific disclosures 2018)					
303-3	Water withdrawal	Appendix	246-247		✓
303-4 (2018)	Water discharge	Appendix	247		
303-5	Water Consumption	Energy Efficiency	203, 246		
Sustainable Packaging					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Sustainable Packaging	214		

GRI Standards	Disclosure	Chapter	Page/Website	Omission	External Assurance
103-2	The management approach and its components	Sustainable Packaging	214		
103-3	Evaluation of the management approach	Sustainable Packaging	213		
GRI 301: Materials 2016					
301-1	Materials used by weight or volume	Sustainable Packaging	214-216		
Sustainable Waste Management					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Sustainable Waste Management	226		
103-2	The management approach and its components	Sustainable Waste Management	226		
103-3	valuation of the management approach	Sustainable Waste Management	225		
GRI 306: Waste 2020					
306-1	Waste generation and significant waste-related impacts	Sustainable Waste Management	226		
306-2	Management of significant waste-related impacts	Sustainable Waste Management	226, 229		
306-3	Waste generated	Sustainable Waste Management	227		
		Appendix	248		✓
306-4	Waste diverted from disposal	Sustainable Waste Management	227		
		Appendix	248-249		✓
306-5	Waste directed to disposal	Sustainable Waste Management	227		
		Appendix	248-249		✓
Ecosystem and Biodiversity Protection					
GRI 103: Management Approach 2016					
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	Ecosystem and Biodiversity Protection	238		
103-2	The management approach and its components	Ecosystem and Biodiversity Protection	238		
103-3	Evaluation of the management approach	Ecosystem and Biodiversity Protection	237		
GRI 304: Biodiversity 2016					
304-1	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	Ecosystem and Biodiversity Protection	240		
304-2	Significant impacts of activities, products, and services on biodiversity	Ecosystem and Biodiversity Protection	240		
304-3	Habitats protected or restored	Ecosystem and Biodiversity Protection	240-245		

United Nations Sustainability Development Goals

Goal	Description	Chapter	Goal	Description	Chapter
	End poverty in all its forms everywhere	<ul style="list-style-type: none"> Innovation and Value Creation Social Impact and Economic Contribution Education and Lifelong Learning 		Reduce inequality within and among countries	<ul style="list-style-type: none"> Human Rights and Labor Practices Social Impact and Economic Contribution
	End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture	<ul style="list-style-type: none"> Social Impact and Economic Contribution Good Health & Well-being Food and Water Security & Access to Well-being 		Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable	<ul style="list-style-type: none"> Social Impact and Economic Contribution Food and Water Security & Access to Well-being
	Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages	<ul style="list-style-type: none"> Human Rights and Labor Practices Innovation and Value Creation Good Health & Well-being Food and Water Security & Access to Well-being 		Ensure sustainable consumption and production patterns	<ul style="list-style-type: none"> Corporate Governance and Anti-Corruption Responsible Supply Chain Good Health & Well-being Food and Water Security & Access to Well-being Climate Resilience Energy Efficiency Sustainable Packaging Management Sustainable Waste Management
	Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all	<ul style="list-style-type: none"> Leadership and Human Capital Development Responsible Supply Chain Education and Lifelong Learning 		Take urgent action to combat climate change and its impacts	<ul style="list-style-type: none"> Climate Resilience Energy Efficiency
	Achieve gender equality and empower all women and girls	<ul style="list-style-type: none"> Human Rights and Labor Practices Leadership and Human Capital Development 		Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development	<ul style="list-style-type: none"> Ecosystem & Biodiversity Protection
	Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all	<ul style="list-style-type: none"> Energy Efficiency Sustainable Waste Management Ecosystem & Biodiversity Protection 		Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse	<ul style="list-style-type: none"> Ecosystem & Biodiversity Protection
	Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all	<ul style="list-style-type: none"> Energy Efficiency 		Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels	<ul style="list-style-type: none"> Corporate Governance and Anti-Corruption Human Rights and Labor Practices Stakeholders Engagement
	Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all	<ul style="list-style-type: none"> Human Rights and Labor Practices Leadership and Human Capital Development Innovation and Value Creation Responsible Supply Chain Social Impact and Economic Contribution Stakeholders Engagement Sustainable Packaging Management 		Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development	<ul style="list-style-type: none"> Food and Water Security & Access to Well-being
	Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation	-			

UNGC Advanced Level

UNGC Advanced Level Checklist	Comment/Reference	
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:	
	<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfil this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	(P.23-28)
	<ul style="list-style-type: none"> 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 	(P.24)
	<ul style="list-style-type: none"> Align strategies, goals and incentive structures of all business units and subsidiaries with corporate sustainability strategy 	(P.23-28)
	<ul style="list-style-type: none"> Assign responsibility for corporate sustainability implementation to an individual or group within each business unit and subsidiary 	(P.24)
	<ul style="list-style-type: none"> Design corporate sustainability strategy to leverage synergies between and among issue areas and to deal adequately with trade-offs 	(P.23-28)
	<ul style="list-style-type: none"> Ensure that different corporate functions coordinate closely to maximize performance and avoid unintended negative impacts 	(P.24)
	<ul style="list-style-type: none"> 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:	
	<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfil this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	(P.36-54) (P.56-70) (P.94-103) (P.164-182) (P.186-199) https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Sustainable-Development-Policy-and-Goals-2564-2573-th-08-06-2564.pdf
	<ul style="list-style-type: none"> Analyze each segment of the value chain carefully, both upstream and downstream, when mapping risks, opportunities and impacts 	(P.56-70) (P.94-103) (P.186-199)
	<ul style="list-style-type: none"> Communicate policies and expectations to suppliers and other relevant business partners 	(P.36-54) (P.94-103) (P.164-182)
	<ul style="list-style-type: none"> Implement monitoring and assurance mechanisms (e.g. audits/ screenings) for compliance within the company's sphere of influence 	(P.66-70) (P.94-103)
	<ul style="list-style-type: none"> Undertake awareness-raising, training and other types of capacity building with suppliers and other business partner 	(P.36-54) (P.56-70) (P.94-103)
	<ul style="list-style-type: none"> Other established or emerging best practices 	-

UNGC Advanced Level Checklist

Comment/Reference

Criterion 3: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of human rights

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

<p>Robust Human Rights Management Policies & Procedures</p>	<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	<p>(P.23-28) (P.56-70)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> 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) 	<p>(P.56-70)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Integrated or stand-alone statement of policy expressing commitment to respect and support human rights approved at the most senior level of the company 	<p>(P.23-28) (P.56-70)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Statement of policy stipulating human rights expectations of personnel, business partners and other parties directly linked to operations, products or services 	<p>(P.56-70)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Statement of policy publicly available and communicated internally and externally to all personnel, business partners and other relevant parties 	<p>(P.56-70)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Other established or emerging best practices 	<p>-</p>

Criterion 4: The COP describes effective management systems to integrate the human rights principles

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

	<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	<p>(P.23-28) (P.56-70)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Process to ensure that internationally recognized human rights are respected 	<p>(P.56-70)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> On-going due diligence process that includes an assessment of actual and potential human rights impacts 	<p>(P.56-70)</p>
	<p>The Guiding Principles suggest that the assessment:</p>	<p>-</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Internal awareness-raising and training on human rights for management and employees 	<p>(P.56-70)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Operational-level grievance mechanisms for those potentially impacted by the company's activities 	<p>(P.36-54) (P.106-123) (P.164-182)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Allocation of responsibilities and accountability for addressing human rights impacts 	<p>(P.56-70)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Internal decision-making, budget and oversight for effective responses to human rights impacts 	<p>(P.23-28)</p>

UNGC Advanced Level Checklist	Comment/Reference
<ul style="list-style-type: none"> Processes to provide for or cooperate in the remediation of adverse human rights impacts that the company has caused or contributed to 	(P.56-70)
<ul style="list-style-type: none"> 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 	(P.56-70)
<ul style="list-style-type: none"> 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:	
<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	(P.56-70)
<ul style="list-style-type: none"> System to monitor the effectiveness of human rights policies and implementation with quantitative and qualitative metrics, including in the supply chain 	(P.56-70) (P.94-103)
<ul style="list-style-type: none"> Monitoring drawn from internal and external feedback, including affected stakeholders 	(P.56-70)
<ul style="list-style-type: none"> Process to deal with incidents the company has caused or contributed to for internal and external stakeholders 	(P.56-70)
<ul style="list-style-type: none"> Outcomes of integration of the human rights principles 	(P.56-70)
Suggested GRI Indicators: HR2 Percentage of significant suppliers, contractors, and other business partners that have undergone human rights screening, and actions taken. HR10 Percentage and total number of operations that have been subject to human rights reviews and/or impact assessments.)	(P.56-70)
(a) Be of a form and frequency that reflect an enterprise's human rights impacts and that are accessible to its intended audiences;	(P.56-70)
(b) Provide information that is sufficient to evaluate the adequacy of an enterprise's response to the particular human rights impact involved;	(P.56-70)
(c) In turn not pose risks to affected stakeholders, personnel or to legitimate requirements of commercial confidentiality.	(P.56-70)
<ul style="list-style-type: none"> 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.) 	(P.56-70)
<ul style="list-style-type: none"> Other established or emerging best practices 	-

UNGC Advanced Level Checklist

Comment/Reference

Criterion 6: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of labour

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

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

(P.56-70)
<https://www.cpass.co.th/wp-content/uploads/2020/06/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

(P.56-70)
<https://www.cpass.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf>
<https://www.CPALL.co.th/en/sustain/social-dimension/human-rights>

- Reflection on the relevance of the labour principles for the company

(P.56-70)
<https://www.cpass.co.th/wp-content/uploads/2020/06/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).

(P.56-70)

- Inclusion of reference to the principles contained in the relevant international labour standards in contracts with suppliers and other relevant business partners

(P.94-103)

- 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.

(P.56-70)

- 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).

(P.56-70)

- Structural engagement with a global union, possibly via a Global Framework Agreement

(P.56-70)

- Other established or emerging best practices

-

UNGC Advanced Level Checklist	Comment/Reference
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:	
<ul style="list-style-type: none"> • Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	(P.56-70) https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf
<ul style="list-style-type: none"> • Risk and impact assessments in the area of labour 	(P.56-70)
<ul style="list-style-type: none"> • Dialogue mechanism with trade unions to regularly discuss and review company progress in addressing labour standards 	(P.56-70)
<ul style="list-style-type: none"> • Allocation of responsibilities and accountability within the organization 	(P.23-28) https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf
<ul style="list-style-type: none"> • Internal awareness-raising and training on the labour principles for management and employees 	(P.56-70)
<ul style="list-style-type: none"> • Active engagement with suppliers to address labour-related challenges 	(P.94-103)
<ul style="list-style-type: none"> • 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 	(P.56-70)
<ul style="list-style-type: none"> • 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:	
<ul style="list-style-type: none"> • Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	(P.23-28) (P.56-70) (P.72-79) https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/06/Human-Rights-and-Labor-Practices-Policy-th.pdf
<ul style="list-style-type: none"> • System to track and measure performance based on standardized performance metrics 	(P.72-79)
<ul style="list-style-type: none"> • Dialogues with the representative organization of workers to regularly review progress made and jointly identify priorities for the future 	(P.72-79)
<ul style="list-style-type: none"> • 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 	(P.94-103)
<ul style="list-style-type: none"> • 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 	(P.94-103)
<ul style="list-style-type: none"> • Outcomes of integration of the Labour principles 	(P.56-70)
<ul style="list-style-type: none"> • Other established or emerging best practices 	-

UNGC Advanced Level Checklist

Comment/Reference

Criterion 9: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of environmental stewardship

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

<p>Robust Environmental Management Policies & Procedures</p>	<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	<p>(P.23-28) (P.186-199) (P.200-210) (P.212-222) (P.224-235) (P.236-245) https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Reference to relevant international conventions and other international instruments (e.g. Rio Declaration on Environment and Development) 	<p>(P.186-199)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Reflection on the relevance of environmental stewardship for the company 	<p>(P.186-199) (P.200-210) (P.212-222) (P.224-235) (P.236-245)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Written company policy on environmental stewardship 	<p>(P.186-199) (P.236-245) https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Inclusion of minimum environmental standards in contracts with suppliers and other relevant business partners 	<p>(P.94-103)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Specific commitments and goals for specified years 	<p>(P.23-28) (P.186-199)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Other established or emerging best practices 	<p>-</p>

Criterion 10: The COP describes effective management systems to integrate the environmental principles

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

	<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	<p>(P.186-199) https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Environmental risk and impact assessments 	<p>(P.186-199)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Assessments of lifecycle impact of products, ensuring environmentally sound management policies 	<p>-</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Allocation of responsibilities and accountability within the organization 	<p>(P.23-28)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Internal awareness-raising and training on environmental stewardship for management and employees 	<p>(P.72-79) (P.186-199)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Grievance mechanisms, communication channels and other procedures (e.g. whistleblower mechanisms) for reporting concerns or seeking advice regarding environmental impacts 	<p>(P.164-182) (P.106-123)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Other established or emerging best practices 	<p>-</p>

UNGC Advanced Level Checklist	Comment/Reference
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:	
<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	(P.186-199) https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf
<ul style="list-style-type: none"> System to track and measure performance based on standardized performance metrics 	(P.186-199) https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Sustainable-Environmental-Policy-2563-th.pdf
<ul style="list-style-type: none"> Leadership review of monitoring and improvement results 	(P.186-199)
<ul style="list-style-type: none"> Process to deal with incidents 	-
<ul style="list-style-type: none"> Audits or other steps to monitor and improve the environmental performance of companies in the supply chain 	(P.94-103)
<ul style="list-style-type: none"> Outcomes of integration of the environmental principles 	(P.186-199) (P.200-210) (P.212-222) (P.224-235) (P.236-245)
<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff (P.23-28) (P.36-54) https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption
<ul style="list-style-type: none"> Publicly stated formal policy of zero-tolerance of corruption 	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption
<ul style="list-style-type: none"> Commitment to be in compliance with all relevant anti-corruption laws, including the implementation of procedures to know the law and monitor changes 	(P.36-54) https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption
<ul style="list-style-type: none"> Statement of support for international and regional legal frameworks, such as the UN Convention against Corruption 	-
<ul style="list-style-type: none"> Detailed policies for high-risk areas of corruption 	-
<ul style="list-style-type: none"> Policy on anti-corruption regarding business partners 	(P.36-54) (P.94-103) https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption
<ul style="list-style-type: none"> Other established or emerging best practices 	-

UNGC Advanced Level Checklist

Comment/Reference

Criterion 13: The COP describes effective management systems to integrate the anti-corruption principle

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	(P.23-28) (P.36-54) https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption
<ul style="list-style-type: none"> Support by the organization's leadership for anti-corruption 	(P.36-54)
<ul style="list-style-type: none"> Carrying out risk assessment of potential areas of corruption 	(P.36-54)
<ul style="list-style-type: none"> Human Resources procedures supporting the anti-corruption commitment or policy, including communication to and training for all employees 	(P.36-54)
<ul style="list-style-type: none"> Internal checks and balances to ensure consistency with the anti-corruption commitment 	(P.36-54)
<ul style="list-style-type: none"> Actions taken to encourage business partners to implement anti-corruption commitments 	(P.36-54)
<ul style="list-style-type: none"> Management responsibility and accountability for implementation of the anti-corruption commitment or policy 	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption
<ul style="list-style-type: none"> Communications (whistleblowing) channels and follow-up mechanisms for reporting concerns or seeking advice 	(P.36-54) https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption
<ul style="list-style-type: none"> Internal accounting and auditing procedures related to anticorruption 	(P.36-54) https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption
<ul style="list-style-type: none"> 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:

<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	(P.23-28) (P.36-54) https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption
<ul style="list-style-type: none"> Leadership review of monitoring and improvement results 	(P.36-54)
<ul style="list-style-type: none"> Process to deal with incidents 	(P.36-54)
<ul style="list-style-type: none"> Public legal cases regarding corruption 	(P.36-54)
<ul style="list-style-type: none"> Use of independent external assurance of anti-corruption programmes 	(P.36-54)
<ul style="list-style-type: none"> Outcomes of integration of the anti-corruption principle 	(P.36-54)
<ul style="list-style-type: none"> Other established or emerging best practices 	-

UNGC Advanced Level Checklist	Comment/Reference
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:	
<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	(P.23-28)
<ul style="list-style-type: none"> Align core business strategy with one or more relevant UN goals/issues 	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Sustainable-Development-Policy-and-Goals-2564-2573-th-08-06-2564.pdf
<ul style="list-style-type: none"> Develop relevant products and services or design business models that contribute to UN goals/issues 	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Sustainable-Development-Policy-and-Goals-2564-2573-th-08-06-2564.pdf
<ul style="list-style-type: none"> Adopt and modify operating procedures to maximize contribution to UN goals/issues 	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Sustainable-Development-Policy-and-Goals-2564-2573-th-08-06-2564.pdf
<ul style="list-style-type: none"> Other established or emerging best practices 	-
Criterion 16: The COP describes strategic social investments and philanthropy	
Indicate which of the following best practices are described in your COP:	
<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	(P.23-28) (P.106-123) (P.124-136)
<ul style="list-style-type: none"> 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 	(P.23-28) (P.106-123) (P.124-136)
<ul style="list-style-type: none"> Coordinate efforts with other organizations and initiatives to amplify—and not negate or unnecessarily duplicate—the efforts of other contributors 	(P.106-123) (P.124-136)
<ul style="list-style-type: none"> 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 	(P.106-123)
<ul style="list-style-type: none"> 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:	
<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	(P.23-28)
<ul style="list-style-type: none"> Publicly advocate the importance of action in relation to one or more UN goals/issues 	(P.186-199)
<ul style="list-style-type: none"> 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
<ul style="list-style-type: none"> Other established or emerging best practices 	-

UNGC Advanced Level Checklist

Comment/Reference

Criterion 18: The COP describes partnerships and collective action

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	<p>(P.23-28) (P.94-103) (P.106-123) (P.124-136)</p>
<ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>(P.106-123) (P.124-136) (P.164-182)</p>
<ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>(P.94-103)</p>
<ul style="list-style-type: none"> Other established or emerging best practices 	<p>-</p>

Criterion 19: The COP describes CEO commitment and leadership

Indicate which of the following best practices are described in your COP:

<ul style="list-style-type: none"> Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	<p>(P.2-5)</p>
<ul style="list-style-type: none"> CEO publicly delivers explicit statements and demonstrates personal leadership on sustainability and commitment to the UN Global Compact 	<p>-</p>
<ul style="list-style-type: none"> CEO promotes initiatives to enhance sustainability of the company's sector and leads development of industry standards 	<p>(P.2-5)</p>
<ul style="list-style-type: none"> CEO leads executive management team in development of corporate sustainability strategy, defining goals and overseeing implementation 	<p>(P.2-5)</p>
<ul style="list-style-type: none"> Make sustainability criteria and UN Global Compact principles part of goals and incentive schemes for CEO and executive management team 	<p>-</p>
<ul style="list-style-type: none"> Other established or emerging best practices 	<p>-</p>

UNGC Advanced Level Checklist	Comment/Reference
Criterion 20: The COP describes Board adoption and oversight	
Indicate which of the following best practices are described in your COP:	
<ul style="list-style-type: none"> • Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	(P.36-54)
<ul style="list-style-type: none"> • Board of Directors (or equivalent) assumes responsibility and oversight for long-term corporate sustainability strategy and performance 	(P.23-28) (P.36-54)
<ul style="list-style-type: none"> • Board establishes, where permissible, a committee or assigns an individual board member with responsibility for corporate sustainability. 	(P.23-28)
<ul style="list-style-type: none"> • Board (or committee), where permissible, approves formal reporting on corporate sustainability (Communication on Progress) 	(P.23-28)
<ul style="list-style-type: none"> • 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:	
<ul style="list-style-type: none"> • Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff 	(P.23-28) (P.164-182)
<ul style="list-style-type: none"> • Publicly recognize responsibility for the company's impacts on internal and external stakeholders 	(P.2-5) (P.23-28) (P.164-182)
<ul style="list-style-type: none"> • Define sustainability strategies, goals and policies in consultation with key stakeholders 	(P.23-28) (P.30-33)
<ul style="list-style-type: none"> • Consult stakeholders in dealing with implementation dilemmas and challenges and invite them to take active part in reviewing performance 	(P.164-182)
<ul style="list-style-type: none"> • Establish channels to engage with employees and other stakeholders to hear their ideas and address their concerns, and protect 'whistle-blowers' 	(P.164-182)
<ul style="list-style-type: none"> • Other established or emerging best practices 	-



LRQA Independent Assurance Statement

Relating to CP ALL Public Company Limited's Sustainability Report for the calendar year 2021

This Assurance Statement has been prepared for CP ALL Public Company Limited (CP ALL) in accordance with our contract but is intended for the readers of this Report.

Terms of engagement

LRQA (Thailand) Ltd was commissioned by CP ALL Public Company Limited (CP ALL) to provide independent assurance on its Sustainability Report 2021 "the report" against the assurance criteria below to a moderate level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier, using AccountAbility's AA1000AS v3¹, where the scope was a Type 2 engagement.

Our assurance engagement covered CP ALL's subsidiaries in Thailand only, and specifically the following requirements:

- Evaluating CP ALL's adherence to AA1000 AccountAbility Principles (2018) of Inclusivity, Materiality, Responsiveness and Impact.
- Confirming that the report is in accordance with:
 - GRI Standards (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, 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 306-3 Waste generated, GRI 306-4 Waste diverted from disposal and GRI 306-5 Waste directed to disposal (2020 edition) and food waste disposal.
 - *Social:*
GRI 403-9 to 10 Work-related injuries and ill health (2018 edition), 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 and GRI 405-2 gender pay gaps (average and median)

Our assurance engagement excluded the data and information of CP ALL's subsidiaries within Thailand where it has no operational control, all operations and activities outside of Thailand and suppliers and any third-parties mentioned in the report.

LRQA's responsibility is only to CP ALL. LRQA disclaims any liability or responsibility to others as explained in the end footnote. CP ALL's responsibility is for collecting, aggregating, analysing and presenting all the data and information within the report and for maintaining effective internal controls over the systems from which the report is derived. Ultimately, the report has been approved by, and remains the responsibility of CP ALL.

LRQA's Opinion

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

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

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

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

LRQA's approach

LRQA'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:

¹ GHG quantification is subject to inherent uncertainty.



- Assessing CP ALL's approach to stakeholder engagement to confirm that issues raised by stakeholders were captured correctly. We did this by interviewing CP ALL's management who engage directly with stakeholder groups as well as reviewing documents and associated records.
- Reviewing CP ALL's process for identifying and determining material issues to confirm that the right issues were included in their report. We did this by benchmarking reports written by CP ALL and its peers to ensure that sector specific issues were included for comparability. We also tested the filters used in determining material issues to evaluate whether CP ALL makes informed business decisions that may create opportunities which contribute towards sustainable development.
- Auditing CP ALL's data management systems to confirm that there were no significant errors, omissions or mis-statements in the report. We did this by reviewing the effectiveness of data handling process, and systems, including those for internal verification. We also spoke with key people in various departments responsible for compiling the data and drafting the report.
- Remote Visited CP ALL's operations as business representative (CPRAM – Lamlukka, Siam Makro – Charunsanitwong, Town in Town and Wangnoi Distribution centre, and CP ALL - Suvarnabhumi Distribution centre) to sample performance data and information for the selected specific standard disclosures to confirm its reliability.

Observations

Further observations and findings, made during the assurance engagement, are:

- Stakeholder inclusivity: We are not aware of any key stakeholder groups that have been excluded from CP ALL's stakeholder engagement process. CP ALL has addressed the key stakeholder group's opinion regarding their impacts.
- Materiality: We are not aware of any material issues concerning CP ALL's sustainability performance that have been excluded from the report. CP ALL has processes for identifying and determining material issues based on a set of unbiased criteria and qualitative impact valuation.
- Responsiveness: CP ALL has addressed the concerns of stakeholders in relation to impacts of waste disposal and GHG emissions. However, we believe that future reports should reflect changes in base line and target regarding A&M.
- Reliability: Data management systems are considered to be well defined, but the implementation of these systems varies across CP ALL's operational facilities.
- Impact: CP ALL has initial performing impacts measurement and valuation of an agriculture product and climate change related. However, CP ALL should further address quantitative impacts all materiality issues in the future reports.

LRQA's standards, competence and independence

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

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



Opart Charuratana
LRQA Lead Verifier

Dated 7 March 2022

On behalf of Lloyd's Register Quality Assurance Ltd.
Lloyd's Register International (Thailand) Limited
22th Floor, Sirinrat Building, 3388/78 Rama IV Road
Klongton, Klongtoey, Bangkok 10110 THAILAND

LRQA reference: BGK00000696

LRQA Group Limited, its affiliates and subsidiaries, including LRQA (Thailand) Limited, and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'LRQA'. LRQA no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant LRQA entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract.

The English version of this Assurance Statement is the only valid version. LRQA Group Limited assumes no responsibility for versions translated into other languages.

This Assurance Statement is only valid when published with the Report to which it refers. It may only be reproduced in its entirety.

Copyright © LRQA Group Limited, 2022.

รักษ์สิ่งแวดล้อม โดยใช้กระดาษโอเชียนกรีนการ์ด



ลดการใช้ไม้ใหม่
13 ต้น

ดูดซับก๊าซ CO₂
1.06 ต้น

ลดการใช้พลังงานน้ำ
3,005 ลิตร

ลดการใช้พลังงานไอน้ำ
0.41 ต้น

ลดการใช้พลังงานทั้งหมด
69 กิโลวัตต์-ชั่วโมง

Giving and Sharing Opportunities



ร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาสต่อกัน



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



หนังสือเล่มนี้ ใช้กระดาษทอปลอดสารพิษ
ไม่ระคายเคืองผิวหนัง ผลิตจากแหล่งผลิตที่คำนึงถึง
ความยั่งยืน ใช้หมึกพิมพ์จากแก้วเหลือ
จึงปลอดภัยต่อสุขภาพ และเป็นมิตร
ต่อสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อย CO₂
เทียบเท่าการปิดไฟ 992 ดวง ในเวลา 1 วัน

