

ประกาศ
ที่ CIC.03/2566

เรื่อง นโยบายนวนวัตกรรมและการสร้างคุณค่า

1) หลักการ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (ซึ่งต่อไปจะใช้คำว่า "บริษัท") ให้ความสำคัญและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าต่อธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าต่อลูกค้าและผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมและนำไปเป็นส่วนหนึ่งของการทบทวนกลยุทธ์ การวางแผนพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานและติดตามผลการดำเนินงาน

บริษัท มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับธุรกิจตามสภาพปัจจัยแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งครอบคลุมทั้งนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (product) กระบวนการผลิต (production) และกระบวนการทำงาน (process) รูปแบบธุรกิจใหม่ (new business model) รวมทั้งการทำงานร่วมมือกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน หน่วยงานและสถาบันต่างๆ ภายนอกบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจยังคงสร้างสรรค์นวัตกรรมที่สร้างคุณค่าต่อลูกค้าและผู้เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ตลอดจนให้ใช้นโยบายฉบับนี้เป็นแนวปฏิบัติในการสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนสูปี 2573 ข้อที่ 4 นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า (อ้างอิง "นโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย สปี 2573" ตามประกาศ ณ วันที่ 16 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 (ที่ พย. 028/2565))

2) ขอบเขต

นโยบายและแนวปฏิบัติฉบับนี้ใช้กับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย รวมถึงส่งต่อให้กับคู่ค้าธุรกิจและพันธมิตรธุรกิจนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานที่ได้รับการระบุว่ามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนานวัตกรรม

3) นิยาม

บริษัท หมายถึง บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

บริษัทย่อย หมายถึง บริษัทจำกัด หรือ บริษัทมหาชน จำกัด ที่อยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัทโดยมีลักษณะเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

พนักงาน หมายถึง ผู้บริหาร บุคลากรทุกระดับของบริษัท

คู่ค้าธุรกิจ/พันธมิตรธุรกิจ (business partners) หมายถึง องค์กรหรือกลุ่มบุคคลที่สำคัญที่ตกลงทำงานร่วมกับบริษัทเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ร่วมกัน หรือเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินการ และเป็นความร่วมมือในลักษณะที่เป็นทางการเพื่อจุดมุ่งหมายหรือจุดประสงค์เฉพาะเจาะจง เช่น เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ หรือเพื่อส่งมอบ ผลิตภัณฑ์ที่เฉพาะอย่าง ที่ได้รับการระบุจากบริษัทว่ามีความสำคัญในลำดับต้นๆ

นวัตกรรม หมายถึง กระบวนการแปลงความคิดจาก สิ่งประดิษฐ์ รวมถึง ลิขสิทธิ์/สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ให้เป็นสินค้าหรือบริการที่สร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ ตลอดจน เกิดการปรับปรุงกระบวนการผลิต หรือ กระบวนการทำงาน ที่ดีขึ้น สร้างคุณค่าให้แก่กิจการ/ธุรกิจ

ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) หมายถึง ผลงานอันเกิดจากการประดิษฐ์ คิดค้น หรือ การสร้างสรรค์ของมนุษย์ ซึ่งเน้นที่ผลผลิตของสติปัญญาและความชำนาญ โดยไม่จำกัดชนิดของการสร้างสรรค์ หรือ วิธีการแสดงออกในรูปแบบของสิ่งที่จับต้องได้ อาทิ ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และอนุสิทธิบัตร เป็นต้น

ลิขสิทธิ์ (copyright) หมายถึง สิทธิทางวรรณกรรม ศิลปกรรม และประติมากรรม ซึ่งบริษัทเป็นต้นคิดและได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย

สิทธิบัตร (patent) หมายถึง หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีลักษณะตามที่กฎหมายกำหนด เป็นสิทธิพิเศษ ที่ให้ผู้ประดิษฐ์คิดค้นหรือผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ มีสิทธิที่จะผลิตสินค้า จำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียว ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

อนุสิทธิบัตร (petty patent) คือ หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์จะมีลักษณะคล้ายกันกับการประดิษฐ์ แต่เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่มีระดับการพัฒนาเทคโนโลยีไม่สูงมาก หรือเป็นการประดิษฐ์คิดค้นเพียงเล็กน้อย และมีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น

การประดิษฐ์ (invention) หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับ ลักษณะองค์ประกอบ โครงสร้างหรือกลไกของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกรรมวิธีในการผลิตการรักษาหรือปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นหรือทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม

นวัตกรรมแบบปิด (close innovation) หมายถึง กระบวนการวิจัยและพัฒนาภายในบริษัทสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงกระบวนการผลิต กระบวนการการทำงาน ตลอดจนการคิดค้นรูปแบบธุรกิจใหม่ (new business model)

นวัตกรรมแบบเปิด (open innovation) หมายถึง กระบวนการวิจัยและพัฒนาโดยอาศัยแนวคิดองค์ความรู้ทั้งภายนอกและภายในบริษัท ตลอดจนความร่วมมือกันทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกบริษัทช่วยกันผลักดันจนเกิดการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ เกิดการปรับปรุงกระบวนการผลิต กระบวนการการทำงาน ตลอดจนการคิดค้นรูปแบบธุรกิจใหม่ (new business model)

4) แนวทางปฏิบัติ

การกำหนดและทบทวนนโยบายการจัดการนวัตกรรม
ให้บริษัทและบริษัทย่อย

- กำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และนโยบายด้านนวัตกรรม ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจของบริษัท

- กำหนดโครงสร้างทั้งในระดับการกำกับดูแลและระดับจัดการ (เช่น คณะทำงาน หน่วยงาน หรือสำนัก เป็นต้น) เพื่อรับผิดชอบและทำให้มั่นใจได้ว่า วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และนโยบายด้านนวัตกรรมของบริษัทจะบรรลุความสำเร็จตามที่กำหนดไว้
- จัดให้มีการสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรอื่นๆ เพื่อการจัดการนวัตกรรมทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างเหมาะสม

การจัดการนวัตกรรม ให้บริษัท และบริษัทย่อย

- จัดให้มีกระบวนการอย่างเป็นระบบในการรวบรวมและประเมินแนวคิดใหม่ๆ รวมถึงการจัดการแนวความคิดอย่างเป็นระบบ รวมทั้งการส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดแนวความคิดใหม่อย่างต่อเนื่อง
- จัดให้มีกระบวนการที่เป็นระบบในการพิจารณาโอกาสและความเสี่ยงในการสร้างนวัตกรรมจากแนวคิดต่างๆ ที่มีการนำเสนอ
- จัดให้มีกระบวนการอย่างเป็นระบบในการกำหนดและรวบรวมองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการสร้างนวัตกรรม เพื่อความสำเร็จในอนาคตและแสวงหาความรู้ที่มาจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น ความร่วมมือระหว่างสถาบันต่างๆ การซื้อเทคโนโลยี การร่วมทุน รวมถึงการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น
- จัดให้มีกระบวนการสร้างนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ โดยการนำ C.P. Innovation Process มาปรับใช้ได้แก่ 1) การค้นหาแนวคิดใหม่ๆ 2) การประเมินความเป็นไปได้ทางธุรกิจ 3) การพัฒนาแนวคิดเป็นโครงการ 4) การทดสอบผลิตภัณฑ์/บริการ/กระบวนการ 5) เตรียมดำเนินการเชิงพาณิชย์/การเตรียมกระบวนการผลิต /กระบวนการทำงานใหม่ เพื่อใช้งานจริง 6) นำผลิตภัณฑ์/บริการ/กระบวนการผลิต/กระบวนการทำงานใหม่สู่ตลาด/ใช้งานจริง
- จัดให้มีกระบวนการกำกับดูแลที่สามารถติดตาม ทบทวนและให้ความเห็น รวมถึงพิจารณาแต่ละขั้นตอนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์/บริการ/กระบวนการผลิต/กระบวนการทำงานใหม่ ที่สร้างมูลค่าต่อธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าต่อลูกค้าและผู้เกี่ยวข้อง

การจัดการและการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา ให้บริษัทและบริษัทย่อย

- มีการจัดการอย่างเป็นระบบในเรื่องการป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น
- มีการกำหนด หน่วยงานผู้รับผิดชอบด้านทรัพย์สินทางปัญญา ที่ชัดเจน โดยมีบทบาทหน้าที่ในการตรวจสอบลิขสิทธิ์ (copyright) สิทธิบัตร (patent) อนุสิทธิบัตร (petty patent) รวมถึงสิ่งประดิษฐ์ (invention) เพื่อป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา และสนับสนุนการจัดการนวัตกรรมของบริษัท ให้ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญากับหน่วยงานที่มีโอกาสเสี่ยงต่อประเด็นด้านทรัพย์สินทางปัญญาเช่น

การตลาด จัดซื้อสินค้า หน่วยงานวิจัย เป็นต้น ตลอดจนให้คำแนะนำปรึกษาเพื่อดำเนินการแก้ไขเมื่อเกิด
การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น

- การจัดการอย่างเป็นระบบในเรื่องการปกป้องและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท

การติดตามผลการดำเนินการด้านนวัตกรรมและการสร้างคุณค่า
ให้บริษัท และบริษัทย่อย

- จัดให้มีผู้รับผิดชอบและระบบ/กระบวนการติดตามผลการดำเนินการด้านนวัตกรรมและการสร้างคุณค่าที่เกิดขึ้นของกิจการอย่างสม่ำเสมอ และมีการรายงานให้คณะกรรมการ/คณะทำงาน ที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่กำกับดูแลความสำเร็จของผลการดำเนินการดังกล่าว ตัวอย่าง ผลลัพธ์ ที่ควรมีการติดตามและมีการรายงานอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำปี (อย่างน้อย) ได้แก่ จำนวนสินค้านวัตกรรม ยอดขายจากสินค้า/บริการ ที่เป็นนวัตกรรม จำนวนสิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน เป็นต้น

การเสริมสร้างบรรยากาศองค์กรแห่งนวัตกรรม

ให้บริษัทและบริษัทย่อยส่งเสริม

- การสร้างบรรยากาศ การมีส่วนร่วม ส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจให้พนักงานเสนอความคิดสร้างสรรค์
- การยอมรับความเสี่ยงอย่างมีเหตุผล กล้าเผชิญต่อความล้มเหลว
- ส่งเสริมการทำงานอย่างเป็นทีมข้ามสายงาน รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับภายนอก
- ให้ความรู้และส่งเสริมการเรียนรู้ เปิดโอกาสให้ทดลองประดิษฐ์ คิดค้น การศึกษาดูงาน การเข้าชม นิทรรศการ การเผยแพร่ผลงานด้านนวัตกรรมและการปรับปรุง
- เชิดชูนวัตกรรมหรือทีมงานที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ และนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับกิจการและผู้เกี่ยวข้อง ในรูปแบบที่เหมาะสม
- ส่งเสริมการขยายผลงานนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ เพื่อต่อยอดให้เกิดการเรียนรู้ สร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากร
- พัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพให้สามารถสร้างนวัตกรรมที่ดีได้อย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ให้มีผลตั้งแต่วันที่ 1 เดือนมกราคม พ.ศ. 2566 เป็นต้นไป
ประกาศ ณ วันที่ 23 เดือนธันวาคม พ.ศ. 2565

(นายก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์)

ประธานกรรมการบริหาร