CP ALL

รายงาน

การพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2568



เคียงข้างชุมชน สร้างสรรค์สังคมยั่งยืน



สถิตอยู่ในใจตราบนิรันดร์
น้อมสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ
เป็นล้นพ้นอันหาที่สุดมิได้

ข้าพระพุทธเจ้า คณะผู้บริหารและพนักงาน

บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด และบริษัทในเครือ

บริษัท เจียไต๋ จำกัด บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ทรู คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน)

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน)


Tourist's Friend 24Hrs.
CP ALL ACADEMY
ร้านเพื่อสิ่งแวดล้อม
และประหยัดพลังงาน

สารบัญ

01 รู้จักบริษัท ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย

สารจากใจประธานกรรมการ 02

สารจากใจประธานกรรมการบริหาร 03

ถักทอห่วงโซ่คุณค่า ปรารถนาทุกกลุ่มมีความสุข 06

เส้นทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน 12

02 ยุทธศาสตร์ความยั่งยืน

ต่อยอดปณิธาน ยุทธศาสตร์สู่ความยั่งยืน 20

ใส่ใจทุกสาระสำคัญ เพื่อความยั่งยืนทุกมิติ 27



03 การดำเนินงานประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ (Significant Material Topics)

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 34

การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน 56

การจัดการของเสีย และอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน 74

การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ 90

สนับสนุนการศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต 110

การเสริมสร้างสุขภาพ และสุขภาวะที่ดี 128

การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสุขภาวะที่ดี 148

แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัย และความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล) 160

นวัตกรรม และการสร้างคุณค่า 182

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ 196

04 ประเด็นความยั่งยืน (Foundation Material Topics)

ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และทรัพยากร 218

การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ 234

ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย 252

ธรรมาภิบาล และการต่อต้านการทุจริต 272

การพัฒนาทุนมนุษย์ 304

ภาคผนวก 324

คำจำกัดความ

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

แบบ 56-1 One Report ปี 2568

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2568

สารจากใจ ประธานกรรมการ





นายสุภกิต เจียรวนนท์
ประธานกรรมการ
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ปี 2568 นับเป็นปีแห่งการเผชิญหน้ากับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทั้งจากวิกฤตสภาพภูมิอากาศสุดขั้วที่มีความถี่และรุนแรงขึ้น ความผันผวนของสถานการณ์เศรษฐกิจและภูมิรัฐศาสตร์โลก ตลอดจนการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบจากการเข้ามามีบทบาทของปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ไม่เพียงแต่เปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิต แต่ยังส่งผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่ต้องปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์

ภายใต้ความท้าทายดังกล่าว บริษัทยังคงยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ โดยได้ติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด เพื่อประเมินความเสี่ยงและแสวงหาโอกาสในการสร้างการเติบโตที่สมดุล พร้อมทั้งบูรณาการกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องกับหลัก “ปรัชญาสามประโยชน์” ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้แก่ประเทศชาติ ประชาชน และองค์กร เป็นลำดับ รวมถึงนำแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติมาเป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจ และหลักการ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality) เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจและการดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนอย่างเท่าเทียม

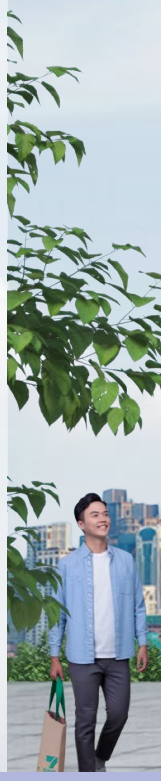
บริษัทกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อบริหารจัดการผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และธรรมาภิบาล รวมถึงการให้ความสำคัญกับหลักสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่าและพันธมิตรทางธุรกิจ อาทิ

- การบริหารจัดการผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นการยกระดับประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยตั้งเป้าหมายสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 ซึ่งเป็นเป้าหมายที่ผ่านกระบวนการตรวจสอบตามแนวทางของเป้าหมายที่อิงหลักวิทยาศาสตร์ (Science Based Targets initiatives: SBTi) รวมถึงบริหารจัดการทรัพยากรตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ตั้งเป้าหมายลดขยะฝังกลบให้เป็นศูนย์ ภายในปี 2573 เพื่อตอบสนองต่อวิกฤตการณ์ทางภูมิอากาศอย่างเป็นรูปธรรม โดยขับเคลื่อนผ่านกลยุทธ์ “2 ลด” ลดพลาสติก ลดคาร์บอน
- การพัฒนาคุณค่าทางสังคม ส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยยึดถือความเป็นธรรมและความเคารพในสิทธิมนุษยชนเป็นบรรทัดฐานสำคัญ ขับเคลื่อนผ่านกลยุทธ์ “3 สร้าง” สร้างคน สร้างอาชีพ สร้างชุมชนอุ่นใจ เพื่อมุ่งสู่การเป็น “ที่พึ่งของชุมชน” อย่างเป็นรูปธรรม มุ่งเน้นการขยายโอกาสทางการศึกษาแก่กลุ่มเป้าหมายในทุกช่วงวัย ตั้งแต่เด็ก เยาวชน ไปจนถึงกลุ่มเปราะบาง สร้างอาชีพให้กับ SMEs เกษตรกร ยกระดับคุณภาพชีวิต สุขภาวะที่ดี และความปลอดภัยให้กับชุมชน ควบคู่ไปกับการปลูกฝัง “DNA ความดี 24 ชั่วโมง” เพื่อหล่อหลอมวัฒนธรรมองค์กรที่ปฏิบัติงานภายใต้หลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และความเท่าเทียมในทุกมิติ
- การปรับใช้เทคโนโลยีและธรรมาภิบาล นำนวัตกรรมดิจิทัลและ AI มาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ควบคู่ไปกับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส

อีกทั้งมุ่งเน้นการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks) ที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและเสถียรภาพของธุรกิจ ได้แก่ 1) การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี Generative AI ในธุรกิจ E-Commerce เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด 2) การไม่บรรลุเป้าหมายการปล่อยคาร์บอนสุทธิเท่ากับศูนย์จากห่วงโซ่อุปทาน และ 3) การโจมตีด้วยปัญญาประดิษฐ์ขั้นสูงและข้อมูลบิดเบือน

บริษัทเชื่อมั่นว่าการวางรากฐานทางกลยุทธ์ที่ครอบคลุมทั้งมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจและธรรมาภิบาล รวมถึงการเคารพในสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า จะเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้เราเติบโตได้อย่างมั่นคงท่ามกลางความท้าทายในอนาคต

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณพนักงาน คู่ค้า และลูกค้าทุกท่าน ที่ร่วมกันเปลี่ยนความท้าทายให้เป็นโอกาส ด้วยพลังแห่งความร่วมมือและ “DNA ความดี” ผมเชื่อมั่นว่าเราจะเติบโตอย่างแข็งแกร่งและสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่สังคมไทยตลอดไป





สารจากใจ ประธานกรรมการบริหาร

นายก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์
ประธานกรรมการบริหาร
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ปี 2568 นี้ แม้โลกจะเต็มไปด้วยความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว แต่สำหรับซีพี ออลล์ เรายังคงยึดมั่นในวิถีแห่งการ “สร้างความสุข” และการทำธุรกิจบนพื้นฐานของความดีงาม ภายใต้ยุทธศาสตร์และเป้าหมายด้านความยั่งยืนอย่างเข้มแข็ง โดยมุ่งเน้นการรักษามาตรฐานการดำเนินงานในระดับสากลควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ความสำเร็จที่โดดเด่นในปีที่ผ่านมาสะท้อนผ่านการยอมรับในระดับมาตรฐานโลก โดยได้รับการจัดอันดับในระดับ Top 5% ของ The Sustainability Yearbook 2025 โดย S&P Global ในกลุ่มอุตสาหกรรม Food & Staples Retailing รวมถึงการรักษาสถานะสมาชิกในกลุ่มดัชนี FTSE4Good Index ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 ตลอดจนผลการประเมินในระดับ A จาก MSCI ESG Ratings ระดับ A- จาก CDP ด้านการบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และระดับ AAA จาก SET ESG Rating ซึ่งแสดงถึงความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ในทุกมิติ

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าและคู่ค้า พร้อมทั้งเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน

- **ด้านสิ่งแวดล้อม** บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการขยะพลาสติกและการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะการปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศ รวมทั้งการเพิ่มพื้นที่สีเขียวเพื่อรักษาสมดุลของสิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิด “นวัตกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม” และ “ความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG”

- **ด้านสังคม** บริษัทมุ่งส่งเสริมและสร้างคุณค่าที่หลากหลายให้กับสังคม เพราะ “คน” คือหัวใจสำคัญที่สุด เราจึงมุ่งเน้นการให้การศึกษาแก่เยาวชน และพัฒนาทักษะอาชีพให้กับเกษตรกร SMEs และกลุ่มเปราะบาง เพื่อให้เขาสามารถลุกขึ้นมายืนได้อย่างสง่างามและพึ่งพาตนเองได้ นี่คือความสุขที่แท้จริงของการเป็น “ที่พึ่งชุมชน”

- **ด้านธรรมาภิบาล** บริษัทปลูกฝังความซื่อสัตย์และความมีจริยธรรมให้กลายเป็น DNA ของพนักงาน ผ่านวัฒนธรรมองค์กรที่เคารพในสิทธิมนุษยชนและความโปร่งใส เพื่อประโยชน์ต่อประเทศชาติ ประชาชนและองค์กร ตามค่านิยมของเครือเจริญโภคภัณฑ์

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และผู้ถือหุ้นทุกท่าน ที่ร่วมเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนพันธกิจด้านความยั่งยืน บริษัทพร้อมจะยืนหยัดในการเป็นองค์กรที่เติบโตเคียงข้างสังคมไทย และมุ่งมั่นสร้างสรรค์อนาคตที่ยั่งยืนให้แก่คนรุ่นต่อไป



“ตลอดปี 2568 ซีพี ออลล์ ได้ตอกย้ำความมุ่งมั่นในการเปลี่ยนผ่านบทบาทจากร้านสะดวกซื้อสู่การเป็น **“ที่พึ่งของชุมชน”** เชื่อมโยงความร่วมมือเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างรอบด้านผ่านยุทธศาสตร์หลักในการ **“สร้างคน สร้างอาชีพ และสร้างชุมชนอุ่นใจ”** เราให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาสที่เท่าเทียมและยั่งยืน พร้อมทั้งดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมให้ชุมชนเข้มแข็งและน่าอยู่ยิ่งขึ้น เรื่องราวที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ คือภาพสะท้อนของความเพียรพยายามในการส่งต่อคุณค่าและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของ ซีพี ออลล์ ที่เรายึดมั่นเสมอมา”

สร้างคน

การให้ทุนการศึกษาเพื่อสร้างโอกาสและวางรากฐานสู่อนาคตที่มั่นคง เพราะความยั่งยืนที่แท้จริงเริ่มต้นจากการศึกษา เราจึงมุ่งสร้าง “คนเก่ง คนดี มีความสามารถ” ผ่านการศึกษายุค AI





สร้างอาชีพ

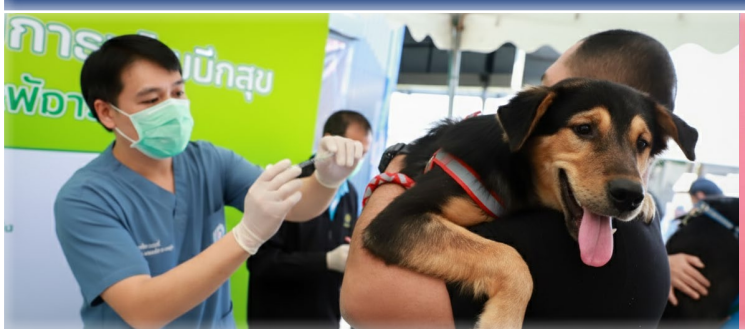
สนับสนุนผู้ประกอบการผ่านกลยุทธ์ 3 ให้ เสริมศักยภาพ SME โตไกลไปด้วยกัน ยกระดับผู้ประกอบการชุมชนสู่ระดับประเทศ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก





สร้างชุมชนอุ่นใจ

เป็นศูนย์กลางของชุมชนที่สร้างความสุข ความปลอดภัย และพร้อมเป็นที่พึ่งพิงในทุกสถานการณ์ ยกระดับชุมชนให้เข้มแข็งและปลอดภัย มุ่งสู่การมีสุขภาวะที่ดีในทุกมิติ พร้อมยืนหยัดคียงข้างสังคมในฐานะ “ที่พึ่งของชุมชน”













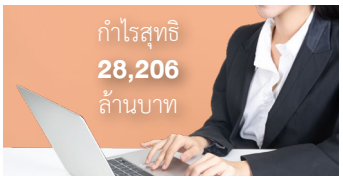



ช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากน้ำ

ถักทอห่วงโซ่คุณค่าปรารถนาทุกกลุ่มมีความสุข















ตลอดระยะเวลากว่า 38 ปี ที่ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ในฐานะผู้ดำเนินธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้เครื่องหมายการค้า 7-Eleven และให้สิทธิในการดำเนินธุรกิจร้าน 7-Eleven ในประเทศกัมพูชาและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวภายใต้สัญญาแฟรนไชส์หลัก และลงทุนในธุรกิจสนับสนุนธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อ อาทิ ผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปและเบเกอรี่ ตัวแทนรับชำระเงินค่าสินค้าและบริการ รวมทั้งการลงทุนในธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ทั้งนี้ บริษัทมุ่งดำเนินงานเพื่อสร้างความสะดวกสบายในการเลือกสินค้าและบริการ พร้อมทั้งยกระดับการส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศไทย โดยเสนอช่องทางการให้บริการทั้งทางหน้าร้าน และร้านค้าออนไลน์ รวมถึงช่องทางการบริการจัดส่งถึงที่

บริษัทมุ่งมั่นบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยยึดหลักเคารพสิทธิมนุษยชน พร้อมสนับสนุนการสร้างอาชีพแก่เกษตรกรและคู่ค้ารายย่อย ตลอดจนส่งเสริมศักยภาพของผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการ และกลุ่มเปราะบาง รวมถึงขยายโอกาสทางการศึกษาเพื่อสร้างคุณค่าร่วมกันในสังคม

ห่วงโซ่คุณค่าของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า	ห่วงโซ่คุณค่า				
	1 จัดหาวัตถุดิบ สินค้าและบริการ	2 ผลิตวิจัยและพัฒนาสินค้า	3 จัดส่งและกระจายสินค้า	4 จำหน่ายสินค้าและบริการ	5 การรับผิดชอบต่อลูกค้า
คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการ และเจ้าหนี้ทางการค้า	●	●	●	●	●
ภาครัฐ	●	●	●	●	●
ลูกค้า	●	●	●	●	●
สังคม ชุมชน	●	●	●	●	●
ผู้นำทางความคิด			●	●	●
พนักงาน	●	●	●	●	●
พันธมิตรธุรกิจ				●	●
ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน				●	●
ผู้ให้สิทธิทางการค้า				●	

ปัจจุบันโครงสร้างธุรกิจของบริษัทแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ 1) กลุ่มธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ 2) กลุ่มธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค และธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า 3) กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ดังนี้

กลุ่มธุรกิจค้าปลีกร้านค้าสะดวกซื้อ

เซเว่น อีเลฟเว่น และ เซเว่น เดลิเวอรี่

บริการสะดวกซื้อครบวงจรที่นำเสนอสินค้าและบริการทั้งในรูปแบบร้านสาขา และออนไลน์ที่พร้อมจัดส่งสินค้าถึงหน้าบ้าน จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ด้วยสินค้าคุณภาพ และหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันอย่างครบถ้วน

รายละเอียดเพิ่มเติม 7eleven.co.th

ร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส / ร้านยา ออลล์ แคร์ ฟาร์มาซี

“ร้านยาเพื่อชุมชน” จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยา อาหารเสริม เวชสำอาง อุปกรณ์การแพทย์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยมีเภสัชกรเป็นผู้ให้คำปรึกษา และแนะนำ

รายละเอียดเพิ่มเติม exta.co.th

ออลล์ คาเฟ่

เฟรชไม่หยุด สุดทุกไลฟ์สไตล์

คัดสรร

ภายใต้สโลแกน “THE CHOSEN RECIPE” คัดสิ่งดีดี สรรสร้างความอร่อย มุมเบเกอรี่อบสด และเครื่องดื่มชงสดในร้าน 7-Eleven โดยมุ่งเสริฟความสดใหม่ โดยเบเกอรี่อบสดใหม่แบบวันต่อวัน และชงเครื่องดื่มสด โดยได้คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และทีมงานที่มีทักษะเฉพาะ เพื่อส่งมอบสินค้าที่ทำสดใหม่ทุกวัน อร่อยทุกครั้งที่ทาน อีกทั้งและยังสร้างประสบการณ์การชอปปิงสไตล์คาเฟ่ ในร้าน 7-Eleven

เบลลินี่ เบค แอนด์ บรู

เบเกอรี่เฮ้าส์ สไตล์คาเฟ่ ที่ให้บริการเบเกอรี่อบสด อาหาร ของหวาน และเครื่องดื่มที่เสริฟจากบาริสต้ามืออาชีพด้วยบรรยากาศสบาย ๆ บริการอบอุ่นประทับใจ จากทีมงานที่ยิ้มแย้มแจ่มใสลิ้มรสความอร่อย เป็นจุดที่มาเติมความสุข ได้ในทุกวัน ภายใต้สโลแกน “ความสุขนำพาเรามาพบกัน” “Happiness Brings Us Together”

รายละเอียดเพิ่มเติม bellinee.co.th

บริษัท ทเวนตี้โฟร์ ช้อปปิ้ง จำกัด

“ช้อปสนุก ทุกสิ่ง สะดวกจริง 24 ชั่วโมง” 24 Shopping มุ่งมั่นสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ ด้วยการผสมผสานช่องทาง ออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อนำเสนอสินค้าหลากหลายครบทุกความต้องการ ทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค ของใช้ในชีวิตประจำวัน ไปจนถึงสินค้าแฟชั่น พร้อมตัวเลือกสินค้ามากกว่า 80,000 รายการ ให้ผู้บริโภคได้เลือกสรรอย่างสะดวกสบายตลอด 24 ชั่วโมง

รายละเอียดเพิ่มเติม 24shopping.co.th

บริษัท ออลล์ เวลเนส จำกัด

บริการด้านการดูแลสุขภาพด้วยนวัตกรรมดิจิทัล และสร้างความสะดวกในการดูแลสุขภาพให้แก่ชุมชน รวมถึงให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์

บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด

ผู้ให้บริการและจัดจำหน่ายอุปกรณ์ สำหรับธุรกิจร้านค้าที่มีเครือข่ายครบวงจร ทั่วประเทศ 7 วัน 24 ชั่วโมง

รายละเอียดเพิ่มเติม cpretailink.co.th

กลุ่มธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค และธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มุ่งสู่การเป็นผู้นำเทคโนโลยีธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง พร้อมเพิ่มศักยภาพในธุรกิจค้าปลีกค้าส่งระดับภูมิภาคที่มีรูปแบบร้านค้าและช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย (Omni Channel) โดยมุ่งเน้นที่สินค้าอาหารสดและสรรหาสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อสร้างความแตกต่าง ตลอดจนเสริมความแข็งแกร่งของการดำเนินงานผ่านแผนการขยายเครือข่ายร้านค้า การเพิ่มประสิทธิภาพของร้านค้า การต่อยอดธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การปรับโฉมร้านค้า และการขยายสาขาเชิงรุก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในสินทรัพย์เพิ่มขึ้น ซีพี แอ็กซ์ตร้า แบ่งธุรกิจออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

รายละเอียดเพิ่มเติม cpaxtra.com

กลุ่มธุรกิจค้าส่ง

ภายใต้ชื่อแม็คโคร ประกอบด้วย ธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป ทั้งสินค้าอาหารสด สินค้าอาหารแห้ง และสินค้าอุปโภค กลุ่มลูกค้าคือ ร้านค้าปลีกรายย่อย และผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ธุรกิจฟูดเซอร์วิส มุ่งเน้นการนำเข้า ส่งออก และจัดจำหน่ายสินค้าอาหารพรีเมียม พร้อมบริการด้านอาหารและจัดส่งสินค้า ธุรกิจฟูดเซอร์วิส มีการดำเนินธุรกิจใน 7 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย กัมพูชา เวียดนาม สิงคโปร์ เขตบริหารพิเศษฮ่องกง โอมาน และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของธุรกิจฟูดเซอร์วิส ได้แก่ โรงแรมระดับ 4-5 ดาว ร้านอาหารไฟน์ไดนิง (Fine dining) ร้านอาหารระดับบน ธุรกิจสายการบิน ร้านค้าปลีก และบริษัทอีคอมเมิร์ซ (E-commerce)

รายละเอียดเพิ่มเติม makro.co.th

กลุ่มธุรกิจค้าปลีก

ประกอบธุรกิจค้าปลีกและบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า ดำเนินงานโดย Lotus's ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย สำหรับธุรกิจค้าปลีกของ Lotus's ในประเทศไทยมีความมั่นคงด้วยระบบห่วงโซ่อุปทานภายในประเทศที่แข็งแกร่ง และระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ ธุรกิจค้าปลีกของ Lotus's พัฒนาขึ้นจากความแข็งแกร่งของแบรนด์ Lotus's และกลยุทธ์ที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าสามารถสร้างการเติบโตที่มีผลกำไรในการดำเนินธุรกิจได้ ทั้งยังมี SMART Community Center ที่เป็นศูนย์รวมการใช้ชีวิตแบบสมาร์ทของทุกคนในชุมชน โดยมีรูปแบบดีไซน์สาขา สินค้าและบริการ ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันของคนในแต่ละพื้นที่เพื่อให้ลูกค้า รู้สึกดีดี ทุกวัน ที่โลตัส

แพลตฟอร์มการจำหน่ายและให้บริการแบบออนไลน์ โลตัส มีช่องทางออนไลน์ ให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าแบบออนไลน์จากร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต มากกว่า 200 สาขา โดยเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบชอปปิงออนไลน์ สามารถเลือกรับสินค้าที่หน้าร้านหรือจัดส่งถึงบ้านในวันถัดไป และได้มีการร่วมมือกับแพลตฟอร์มออนไลน์ชั้นนำอื่น ๆ เช่น Grab Lazada Robinhood Shopee และ Food Panda ซึ่งจะให้บริการจัดส่งแบบเร่งด่วน หรือภายใน 1-2 วัน นับจากวันสั่งซื้อ

รายละเอียดเพิ่มเติม corporate.lotuss.com

กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ

บริการด้านการเงิน

บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด

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

รายละเอียดเพิ่มเติม counterservice.co.th

บริษัท ไทยสมาร์ทคาร์ด จำกัด

ประกอบธุรกิจบริการรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์และให้บริการแก่ผู้รับบัตร โดยได้รับอนุญาตจากกระทรวงการคลัง และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ผ่านเกณฑ์มาตรฐานในระดับสากล PCI DSS และ EMV Co ถือเป็นผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-Bank) รายแรกที่ได้รับอนุญาตให้เป็น Acquirer Electronic Data Capture (EDC) ที่ดำเนินกิจการบัตรเงินสดในรูปแบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Purse) และคูปองอิเล็กทรอนิกส์ (E-Coupon) ผ่านบัตรสมาร์ท คาร์ด รวมถึงเครื่องมือทำการตลาดในรูปแบบ Loyalty Program และการบริหารระบบสมาชิกให้กับสมาชิกของ 7-Eleven

รายละเอียดเพิ่มเติม thaismartcard.co.th

บริการด้านการผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง

บริษัท ซีพีแรม จำกัด

ผู้นำอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทาน จำหน่ายผ่านช่องทางร้าน 7-Eleven ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร และร้านค้าชั้นนำทั่วประเทศกว่า 20,000 แห่ง รวมถึงส่งออกไปยัง 12 ประเทศทั่วโลก โดยมีผลิตภัณฑ์และบริการในกลุ่ม บริษัท ซีพีแรม เช่น แบรนด์เลอแปง แบรนด์เจดดราก้อน แบรนด์ วีจีฟอร์เลิฟ แบรนด์เดลี่ไทย แบรนด์เดลิกาเซีย แบรนด์โอแรมปัง แบรนด์เลอเซอรีน และแบรนด์ครีเอเตอร์ เป็นต้น

รายละเอียดเพิ่มเติม cpram.co.th

บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด

บริการด้านวิจัยและพัฒนา ให้บริการเป็นที่ปรึกษา และวิเคราะห์ทดสอบผลิตภัณฑ์ และออกแบบทางวิศวกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารให้กลุ่มธุรกิจในเครือฯ และบริษัทอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางในการประสานงานร่วมมือด้านวิจัยพัฒนากับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งเป้าไปที่อุตสาหกรรมอาหาร

บริการด้านการศึกษา

บริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด

โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)

โรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชนที่มีการจัดการเรียนการสอนเชิงรุก (Active Learning) สไตล์ฟินแลนด์ผสานการใช้เทคโนโลยี มีความโดดเด่นด้านการจัดการเรียนการสอนโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม จนได้รับรางวัล “Apple Distinguished School (ADS)” ถึง 2 สมัยติดต่อกัน นับเป็นโรงเรียนมัธยมศึกษาแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทยที่ได้รับรางวัลนี้จากบริษัท Apple Inc.

รายละเอียดเพิ่มเติม satit.pim.ac.th

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

สถานศึกษาประเภทอาชีวศึกษา ต้นแบบทวิภาคี “**Excellent Center**” เปิดสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จัดการเรียนการสอนรูปแบบทวิภาคี “**Work-based Learning**” โดยเรียนภาคทฤษฎีในสถานศึกษา และเรียนภาคปฏิบัติในสถานประกอบการ ผู้เรียนจะได้เรียนรู้และบูรณาการองค์ความรู้ต่าง ๆ จากการปฏิบัติงานจริง พัฒนาผู้เรียนสู่ความเป็นเลิศด้านทักษะฝีมือ ส่งเสริมการเป็นนวัตกรด้วยนวัตกรรมทางการศึกษา พัฒนาคุณภาพครูสู่ Facilitator ให้ความรัก ความมั่นคงปลอดภัยและความมั่นใจแก่ผู้เรียน ด้วยหลักการ “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” เป็นองค์กรที่มีหน้าที่รับรองสมรรถนะของบุคคลตามมาตรฐานอาชีพ จากสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) ทำหน้าที่ทดสอบฝีมือแรงงานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545 ในเขตจังหวัดนนทบุรี เป็นหน่วยงานจัดการอบรมผู้ประกอบกิจการและผู้สัมผัสอาหาร จากกรมอนามัย มุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจ สร้างโอกาสทางการศึกษาให้กับเยาวชนไทย ตลอดจนกลุ่มชนเผ่าและกลุ่มชาติพันธุ์ ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศอย่างเท่าเทียม

รายละเอียดเพิ่มเติม panyapiwat.ac.th

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม)

มหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจ (Corporate University) ที่มีรูปแบบการเรียนทฤษฎีควบคู่กับการฝึกปฏิบัติตรงกับสาขาวิชาที่เรียน (Work-based Education) ให้ได้ประสบการณ์จริง เพื่อสร้างผู้เรียนมืออาชีพที่พร้อมทำงาน (Ready to Work) มีคุณภาพสู่สังคม และตอบสนองความยั่งยืนให้แก่องค์กร

รายละเอียดเพิ่มเติม pim.ac.th

บริษัท ปัญญธารา จำกัด และ บริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด

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

รายละเอียดเพิ่มเติม panyatara.co.th

บริการด้านสารทนเทศ

บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริการให้คำแนะนำ และพัฒนาซอฟต์แวร์ให้มีประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของกลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ

รายละเอียดเพิ่มเติม gosoft.co.th

บริการด้านสื่อการตลาด

บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด

องค์กรผู้เชี่ยวชาญในการวางกลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์การตลาด การสื่อสารการตลาด และการสร้างและบริหารประสบการณ์ลูกค้าในแต่ละช่องทางและจุดสัมผัส รวมถึงให้บริการจัดทำแผนธุรกิจ ออกแบบและจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดทำดิจิทัล คอนเทนต์ การออกแบบแคมเปญทางการตลาด และการจัดอีเวนต์ เป็นต้น ตลอดจนให้บริการ การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและข้อมูลทางธุรกิจในเชิงลึก การศึกษาพฤติกรรมลูกค้า กำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง ผ่านกระบวนการ เครื่องมือและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อสนับสนุนลูกค้าให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจและเติบโตอย่างยั่งยืน

บริการด้านการบริหารโลจิสติกส์

บริษัท ออลล์ สปีดดี้ จำกัด

ผู้ให้บริการรับ-ส่งพัสดุ และเป็นตัวแทนให้บริการ จุดรับ-ส่ง พัสดุ และเป็นตัวแทนให้บริการจุดรับพัสดุ ผ่านหน้าร้าน 7-Eleven ภายใต้เครื่องหมายการค้า สปีด ดี (SPEED-D) โดยให้บริการรับ-ส่งพัสดุภายในประเทศไทย ที่เปิดให้บริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งยังสามารถเลือกจัดส่งไปยังปลายทางที่ต้องการได้ทั้งปลายทางที่กำหนด และปลายทางร้าน 7-Eleven เพื่อรองรับกรณีลูกค้าปลายทางไม่สะดวกรับพัสดุตามที่อยู่ ซึ่งลูกค้าสามารถใช้บริการได้อย่างมั่นใจ และมีมาตรฐานติดตามพัสดุด้วยระบบแสดงสถานะพัสดุที่ลูกค้าตรวจสอบสถานะพัสดุได้ตลอดเวลา ปัจจุบัน SPEED-D เปิดให้บริการที่ร้าน 7- Eleven ทั่วประเทศกว่า 15,000 สาขาทั่วประเทศ และพร้อมให้บริการลูกค้าภายใต้สโลแกนที่ว่า สปีดดี รับ-ส่งพัสดุทั่วไทย ใกล้บ้านคุณ

รายละเอียดเพิ่มเติม eleven.co.th/service/lifestyle/178-speed-d

ทั้งนี้ รายละเอียดในหัวข้อดังต่อไปนี้สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทได้จากรายงานประจำปี 2568 ของบริษัท

- การดำเนินธุรกิจของบริษัท
- ขนาดขององค์กร
- งบการเงิน

ช่องทางการติดต่อ

หากท่านต้องการสอบถามข้อมูลหรือมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้สามารถติดต่อได้ที่

สำนัก Sustainability management – Carbon solutions สายงานพัฒนาความยั่งยืน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



สำนักงานใหญ่ เลขที่ 313 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

โทรศัพท์: 0-2071-9764, 0-2071-9771, 0-2071-2913

อีเมล: SDstrategyoffice@cpall.co.th

เว็บไซต์: www.cpall.co.th

เส้นทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ตลอดระยะเวลากว่า 38 ปี บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อความสะดวกและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชน สังคม แต่ละย่างก้าวของความสำเร็จ บริษัทคำนึงถึงการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศและการพัฒนาอย่างยั่งยืน เคล็ดลับที่สำคัญคือ จิตใจที่มุ่งมั่น การลงมือทำอย่างต่อเนื่อง และเพื่อนร่วมอุดมการณ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ ประชาชน และบริษัท สามารถเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน ด้วยปณิธาน “Giving and Sharing”

ปี 2531 – 2557

เส้นทางแห่งการเติบโต มุ่งสู่ความเป็นเลิศและความยั่งยืนในทุกมิติ

- ก่อตั้งบริษัท ซี.พี.คอนวีเนียนสโตร์ จำกัด ภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” (ปี 2531)
- เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด และเปิดร้านสาขาแรกที่ซอยพัฒน์พงษ์ (ปี 2532)
- ประกาศนโยบาย “มุ่งสู่องค์กรคุณภาพทั่วทั้งองค์กร” และวางรากฐานองค์กรคุณภาพ (ปี 2541)
- ประกาศนโยบาย “มุ่งสู่การพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ” (ปี 2545)
- เข้าร่วมประเมินและได้รับรางวัลบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC)
- จัดตั้ง บริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด มอบโอกาสในการศึกษาเรียนรู้แก่เยาวชนในสังคม (ปี 2547)
- เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ชื่อย่อหลักทรัพย์ในระบบซื้อขายเป็น “CPALL” (ปี 2550)
- ประกาศนโยบาย “มุ่งสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม” (ปี 2552)
- กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม “7 Go Green” (ปี 2554)
- เข้าซื้อกิจการบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (ปี 2556)
- เข้าร่วมประเมินและได้รับรางวัลบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC) (ปี 2557)

ปี 2558 – 2559

วางรากฐานด้านความยั่งยืน

- ประกาศนโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2559 - 2563 (ฉบับที่ 1) และประกาศใช้นโยบายย่อยที่เกี่ยวข้อง
- เข้าร่วมเป็นสมาชิก The United Nation Global Compact: UNGC
- แต่งตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ความยั่งยืน กลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย
- แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร
- แต่งตั้งคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาล
- จัดตั้งหน่วยงานพัฒนาความยั่งยืน และเริ่มจัดทำรายงานด้านความยั่งยืนตามกรอบการรายงานสากล (GRI)

ปี 2560 – 2561

ยกระดับความยั่งยืนสู่มาตรฐานสากล ก้าวเข้าสู่เวทีการประเมินและเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนระดับสากล และระดับท้องถิ่น

- เข้าร่วมประเมินและได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก DJSI กลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) และระดับโลก (DJSI World) กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นปีแรก
- เข้าร่วมและได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนี FTSE4Good กลุ่ม Food Retailers & Wholesalers ซึ่งจัดโดย FTSE Russell เป็นปีแรก
- เข้าร่วมประเมินและเป็นสมาชิกดัชนีหุ้นยั่งยืน THSI
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100
- เข้าร่วมโครงการส่งเสริมและสนับสนุนคู่ค้ากลุ่มเอสเอ็มอี ในการเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Private Sector Collective Action gainst Corruption: CAC สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (CAC SME Certification) และได้รับการรับรองเป็นสมาชิก เป็นปีแรก (ซึ่งมีผลต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 3 ปี)
- มีการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน ตามหลักการสิทธิมนุษยชนสากล
- เข้าร่วม “สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (GCNT)” เพื่อขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน
- กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน
- จัดทำนโยบายจริยธรรมทางธุรกิจ

ปี 2562

พัฒนาแนวทางด้าน ESG เชิงลึก

- ได้รับการประเมิน DJSI โดยมีคะแนนสูงสุดเป็นผู้นำของอุตสาหกรรม (Industry Leader) ครั้งที่ 1
- ลงนามบันทึกข้อตกลง “โครงการพัฒนาเมืองคาร์บอนต่ำ (Low Carbon City)” กับ UNDP
- เข้าร่วมประเมินและได้รับการจัดอันดับระดับ B หรือเทียบเท่า Management Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จาก CDP เป็นปีแรก
- เข้าร่วมประเมินและได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก MSCI โดยได้รับการจัดอันดับที่ BBB (ช่วงระดับ “AAA” to “CCC”) ในการประเมินความยั่งยืนจาก MSCI ESG Research เป็นปีแรก
- ได้รับรางวัล SET Award ประเภทรางวัล Hightly Commended เป็นปีแรก
- ประยุกต์ใช้และขอการรับรองระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (ISO 45001: 2018) พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้าเป็นปีแรก

ปี 2563

บรรลุความสำเร็จต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีแนวทางการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน

- จัดตั้งหน่วยงานบริหารก๊าซเรือนกระจก
- แต่งตั้งคณะทำงานโครงการปลูกต้นไม้ยืนต้นเพื่อชุมชนยั่งยืน
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4Good โดยมีคะแนนติดอันดับสูงสุด 1 ใน 5 ของบริษัทชั้นนำทั่วโลก
- ได้รับการจัดอันดับระดับ A- หรือเทียบเท่า Leadership Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จาก CDP
- ได้รับการรับรองต่ออายุสมาชิกจากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) ครั้งที่ 1 ซึ่งมีผลต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 3 ปี



ปี 2564

พัฒนากรอบยุทธศาสตร์ใหม่ และการสนับสนุน เอสเอ็มอี เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน

- ทบทวนกรอบ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนดำเนินการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2564 - 2573
- เข้าร่วมโครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSi) และได้รับรางวัลในระดับโดดเด่น เป็นปีแรก
- จัดตั้งคณะกรรมการเอสเอ็มอี (SMEs) และคณะทำงานการขับเคลื่อนศูนย์ 7 สนับสนุนเอสเอ็มอี (SMEs)
- ได้รับการประเมิน DJSI โดยมีคะแนนสูงสุดเป็นผู้นำของอุตสาหกรรม (Industry Leader) ครั้งที่ 2
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4Good ต่อเนื่องปีที่ 4 โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรมในทุกมิติ
- ได้รับรางวัล Change Agent Award เป็นปีแรก ในฐานะสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ร่วมส่งเสริมและสนับสนุนคู่ค้าให้ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์โปร่งใส และมีหลักจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน
- ได้รับการรับรอง มาตรฐานจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO 27001: 2013 และมาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO/IEC 27701: 2019 ขอบเขตงานส่วนระบบสมาชิก (ALL MEMBER)

ปี 2565

สร้างความเปลี่ยนแปลงในระดับสากล

- ประกาศนโยบายและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน กลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ สู่ปี 2573 (ฉบับที่ 2)
- ได้รับการจัดอันดับที่ A (ช่วงระดับ “CCC” to “AAA”) เป็นปีแรก จากการประเมินโดย MSCI ESG Reserch
- ได้รับการจัดอันดับระดับ A หรือเทียบเท่า Leadership Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จาก CDP
- ได้รับรางวัลโครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSB : Low Carbon and Sustainable Business) ในระดับยอดเยี่ยม เป็นปีแรก
- ได้รับการรับรอง มาตรฐานจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO 27001: 2013 และมาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO/IEC 27701: 2019 ขอบเขตการบริหารงานบุคคล
- จัดตั้งคณะที่ปรึกษา และคณะทำงานส่งเสริมสุขภาพ โภชนาการ และสุขภาวะที่ดี

ปี 2566

มุ่งสร้างความเข้มแข็งด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และการจัดการสู่ความยั่งยืนในทุกมิติ

- จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนที่นำทางรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ได้รับการจัดอันดับดัชนีหุ้นยั่งยืน SET ESG Rating ปี 2566 กลุ่มบริการ ในระดับ AAA เป็นปีแรก
- ได้รับการรับรองมาตรฐานจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO 27001:2022 และมาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO/IEC 27701: 2019 ขอบเขตการซื้อขายสินค้าผ่านทาง 24 Shopping
- ได้รับการรับรองต่ออายุสมาชิกจากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) ครั้งที่ 2 ซึ่งมีผลต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี 2566 - 2569
- ได้รับการจัดอันดับระดับ A- หรือเทียบเท่า Leadership Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ในระดับสากล CDP
- ได้รับการจัดอันดับที่ A ในการประเมินความยั่งยืนจาก MSCI ESG Research

ปี 2567

ยกระดับการกำหนดเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้สอดคล้องกับเป้าหมายสากล พร้อมยกระดับความเข้าใจของคู่ค้าในการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

- เข้าร่วมแสดงเจตนารมณ์เพื่อพัฒนาเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ทางวิทยาศาสตร์ (Science Based Targets Initiative: SBTi)
- จัดอบรมให้ความรู้คู่ค้า เรื่องการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก
- ได้รับการจัดอันดับที่ A (ช่วงระดับ “CCC” to “AAA”) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จากการประเมินโดย MSCI ESG Reserch
- ได้รับการจัดอันดับระดับ B หรือเทียบเท่า Leadership Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ในระดับสากล CDP

ปี 2568

ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนระดับสากล พร้อมขับเคลื่อนองค์กรสู่อนาคตที่มั่นคง

- ได้รับการจัดอันดับด้านความยั่งยืน (S&P Global Sustainability Awards) ระดับ Top 5% ใน The Sustainability Yearbook 2025
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4GOOD ต่อเนื่องปีที่ 8
- ได้รับการจัดอันดับที่ A (ช่วงระดับ “CCC” to “AAA”) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 จากการประเมินโดย MSCI ESG Reserch
- ได้รับการจัดอันดับดัชนีหุ้นยั่งยืน SET ESG Rating ปี 2568 กลุ่มบริการ ในระดับ AAA ต่อเนื่องปีที่ 3
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องปีที่ 8
- ได้รับการจัดอันดับระดับ A- หรือเทียบเท่า Leadership Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ในระดับสากล CDP
- ได้รับรางวัล “ASEAN Asset Class Public Listed Company” จากการประเมิน ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) สะท้อนความโดดเด่นในการกำกับดูแลกิจการที่เป็นเลิศตามมาตรฐานสากล
- ได้รับมอบประกาศนียบัตรมาตรฐาน มอก.9999 ตอกย้ำบทบาทองค์กรต้นแบบ ยกระดับหลักคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” สู่ระบบบริหารที่วัดผลได้ในทุกมิติ สะท้อนถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในมิติ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2568

PEOPLE
การส่งเสริมคุณภาพชีวิตประชาชน

215,198 ราย
เกษตรกร ผู้ประกอบการขนาดกลางขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการรายย่อยได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

59,938 ล้านบาท
สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

5,269,922 ราย
สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการและเพียงพอ

330,070 ราย
เข้าถึงบริการสุขภาพที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ

43,137 ราย
เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาและพัฒนาทักษะที่จำเป็น

36,132 ทุน
สนับสนุนทุนการศึกษา ระดับอาชีวศึกษาและระดับอุดมศึกษา

1,282 ล้านบาท
มูลค่าการสนับสนุนทุนการศึกษา

ร้อยละ 59.87
ผู้บริหารหญิงต่อผู้บริหารทั้งหมด

ร้อยละ 43.41
ผู้บริหารหญิงต่อผู้บริหารระดับสูงทั้งหมด

30.44 : 29.42
ชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยต่อ FTE ของพนักงานหญิงและพนักงานชาย

PROSPERITY
การสร้างความเจริญก้าวหน้า

372,247.01 เมกะวัตต์-ชั่วโมง
ปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน

ร้อยละ 9.12
การใช้พลังงานหมุนเวียนเทียบกับปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด

44,933 ราย
การจ้างแรงงานท้องถิ่น ของกลุ่ม ซีพี ออลล์

3,147 ราย
การจ้างงานผู้พิการ

961 ล้านบาท
มูลค่านวัตกรรม

9 ผลงานนวัตกรรม

7,481 ราย
กลุ่มเปราะบาง ได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

278 ล้านบาท
มูลค่าการจ้างงานและสนับสนุนการสร้างรายได้ของกลุ่มเปราะบาง

7,502 ราย
กลุ่มเปราะบาง หน่วยงานราชการ และชุมชน ได้รับการฝึกอบรมฝึกซ้อมดับเพลิงขั้นต้น และการอพยพหนีไฟ รวมถึงการบรรเทาสาธารณภัยที่เกี่ยวกับน้ำ

PLANET
การอนุรักษ์โลก

8.94 ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท
ปริมาณการนำน้ำสุทธิมาใช้ต่อหน่วยรายได้

25.58 ล้านลูกบาศก์เมตร
ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด

1,622 ตัน
การลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ในบรรจุภัณฑ์

12,888 ตัน
ลดปริมาณการสร้างขยะ จากการนำกลับมาใช้ใหม่ และนำมาใช้ซ้ำ

2,185 ตัน
บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล

ร้อยละ 82.77
ปริมาณของเสียทั้งหมดที่นำไปใช้ประโยชน์

2.22 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อหน่วยรายได้

163,788.68 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการใช้พลังงานหมุนเวียน

2 ผลิตภัณฑ์
ขึ้นทะเบียนรับรองฉลากสินค้าคาร์บอน (Carbon Footprint Product Label

200,000 ตัว
ปล่อยลูกปูลงสู่ทะเลเพิ่มความหลากหลาย

276,213 ต้น
ปลูกต้นไม้ฟื้นฟูระบบนิเวศ

PEACE
การสร้างสันติภาพ

- กำหนดแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับบทบัญญัติที่กำหนดไว้ในกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศที่บริษัทดำเนินกิจการ รวมถึงหลักการชี้แนะว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights หรือ UNGP)
- ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต CAC (Collective Action Coalition Against Corruption)
- ร่วมสนับสนุนให้คู่ค้าเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่าย CAC

PARTNERSHIP
การยกระดับความเป็นหุ้นส่วนเพื่อความร่วมมือ

เข้าร่วมเครือข่ายความร่วมมือขององค์กรระดับประเทศและระดับสากลเพื่อร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน และส่งเสริมการบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัท ผ่านการแลกเปลี่ยนข้อมูล การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น การร่วมยกร่างมาตรฐาน การร่วมวางแผน การร่วมขับเคลื่อนโครงการหรือกิจกรรม รวมถึงการร่วมประเมินผล อาทิ สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย ภาคีเครือข่ายกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มูลนิธิรักษ์อาหาร มูลนิธิ VV Share Foundation และเครือข่ายอุดมศึกษา เครือข่ายอาชีวศึกษา ทั้งภาครัฐ และเอกชน รวมถึงแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย

ความก้าวหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนปี 2573

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ระยะที่ 2 ปี 2564-2573 ที่กำหนดไว้ โดยสรุปความก้าวหน้าของการดำเนินงานปี 2568 เปรียบเทียบเป้าหมายปี 2573 ได้ดังนี้

สิ่งแวดล้อม
เซเว่น โก กรีน (7 Go Green)

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593

เป้าหมาย
Carbon Neutral
ผลการดำเนินงาน
ปล่อยสุทธิ **2.27** ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร

ควบคุมการเติบโตการใช้พลังงานรวมสุทธิ (Final Energy) ให้ลดลงเปรียบเทียบกรณีปกติ (Business-as-usual: BAU)

เป้าหมาย
ร้อยละ 25
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 6.13

การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัทสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสลายตัวได้ทางชีวภาพ

เป้าหมาย
ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 97.27

การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน

ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้งและลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินการของบริษัทที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบ

เป้าหมาย
ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 82.77

การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

ทุกพื้นที่การดำเนินการของบริษัทมีโครงการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศหรือองค์กรอิสระภายนอก

เป้าหมาย
ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 100

สังคม
เซเว่น โก ทูเก็ตเตอร์ (7 Go Together)

การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ

พัฒนาทักษะ ส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้สำหรับเกษตรกรเอสเอ็มอี ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง

เป้าหมาย
250,000 ราย
ผลการดำเนินงาน
952,936 ราย

สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

สนับสนุนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษามีทักษะทางเทคนิคและอาชีพที่จำเป็น

เป้าหมาย
500,000 ราย
ผลการดำเนินงาน
590,721 ราย

การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

เพิ่มสัดส่วนจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่มุ่งเน้นสุขภาพและโภชนาการที่ดี

เป้าหมาย
ร้อยละ 25
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 26.4

การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี

สนับสนุนให้ผู้ที่ขาดแคลน กลุ่มคนยากจนและกลุ่มเปราะบางให้เข้าถึงอาหาร น้ำ ที่ปลอดภัยและมีสุขภาวะที่ดี

เป้าหมาย
5,000,000 ราย
ผลการดำเนินงาน
5,269,922 ราย

ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เป้าหมาย
ร้อยละ 80
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 86

ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ
เซเว่น โก ไรท์ (7 Go Right)

ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต

ได้รับการจัดอันดับ การกำกับดูแลกิจการ โดยสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลหรือเทียบเท่า

เป้าหมาย
ดีเลิศ
ผลการดำเนินงาน
ดีเลิศ

เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน

ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนตามแนวทางขององค์การสหประชาชาติ ทั้งในขอบเขตการดำเนินงานของบริษัทและคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง

เป้าหมาย
ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 100

การพัฒนาทุนมนุษย์

ผู้นำและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้และกิจกรรมด้านความยั่งยืน

เป้าหมาย
ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 100

นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า

รายได้ที่มาจากนวัตกรรมด้านสินค้า บริการ ธุรกิจใหม่ ตลอดจนนวัตกรรมด้านกระบวนการ

เป้าหมาย
ร้อยละ 20
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 11

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) ที่มีนัยสำคัญ (Significant Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้องถูกตรวจประเมินเชิงรุก (Comprehensive Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง

เป้าหมาย
ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 100



ผลสำเร็จและรางวัลที่บริษัทภาคภูมิใจ ปี 2568

ได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล



ได้รับการจัดอันดับด้านความยั่งยืน

(S&P Global Sustainability Awards) ระดับ 5% ใน The Sustainability Yearbook 2025



สมาชิกกลุ่มดัชนี MSCI All Country World และ MSCI Emerging Market

กลุ่มอุตสาหกรรม Retail-Food & Staple ได้รับการจัดอันดับการประเมินความยั่งยืน ESG Rating ที่ A (ช่วงระดับ CCC-AAA) ต่อเนื่องปีที่ 4



สมาชิกกลุ่มดัชนี FTSE4Good Emerging Index และ FTSE4 Good ASEAN 5 Index

ในกลุ่มอุตสาหกรรม Food Retailers & Wholesalers ต่อเนื่องปีที่ 8 (ดัชนี FTSE4 Good Index จัดทำโดย FTSE Russell) โดยมีคะแนนสูงสุดของกลุ่ม



ได้รับการจัดอันดับดัชนีหุ้นยั่งยืน SET ESG Rating ปี 2568 ระดับ AAA

ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน ต่อเนื่องปีที่ 8 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



กลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ประจำปี 2568

บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) กลุ่มบริการ ต่อเนื่องปีที่ 8 (คัดเลือกโดยหน่วยงาน ESG Rating สถาบันไทยพัฒน์)

ได้รับรางวัลหรือประกาศเกียรติคุณด้านความยั่งยืนที่สำคัญทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

รางวัล SET Awards ปี 2568 กลุ่ม Sustainability Excellence

ประเภท Commended in Sustainability Awards ต่อเนื่องปีที่ 6 จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร



ด้านสิ่งแวดล้อม

ได้รับการจัดอันดับระดับ A- หรือเทียบเท่า Leadership Level

ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปี 2568 โดยองค์กรประเมินความยั่งยืนที่มีมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลและเป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากล CDP



ซีพีแรม รับรางวัล อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว (Green Network)

ซึ่งเป็นระดับสูงสุดของโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว และซีพีแรม (ขอนแก่น) ได้รับรางวัล อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) แสดงถึงการปลูกฝังแนวคิดรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรอย่างแท้จริง



ศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์ บางกะปิ รับรางวัล องค์กรดีเด่น ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

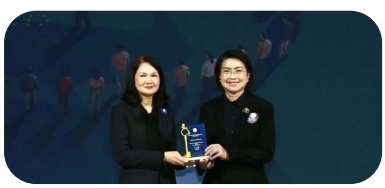
เวทีประกวด Mister Landscapes International Thailand จากโครงการจิตอาสาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บ้าน วัด โรงเรียน โดยใช้หลักการ “บวร” บ้าน วัด โรงเรียน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน



ซีพี ออลล์ รับมอบประกาศนียบัตรมาตรฐาน มอก.9999

ตอกย้ำบทบาทองค์กรต้นแบบ ยกระดับหลักคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” สู่ระบบบริหารที่วัดผลได้ในทุกมิติ สะท้อนถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในมิติ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างแท้จริง

ด้านสังคม



ซีพี ออลล์ ได้รับรางวัล “องค์กรระดับดีเยี่ยม” ด้านการส่งเสริมการจ้างงานคนพิการ ปี 2568

จากกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์



ซีพีแรม รับรางวัลองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2568 “Human Rights Awards 2025” ต่อเนื่องปีที่ 5

ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ จากกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม



เคาน์เตอร์เซอร์วิส ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณองค์กรเครือข่ายดีเด่น ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการขับเคลื่อนงานเครือข่ายด้านผู้สูงอายุ

ในงานวันผู้สูงอายุแห่งชาติและวันแห่งครอบครัว ประจำปี 2568



ศูนย์กระจายสินค้า ซีพี ออลล์ (โชคชัยร่วมมิตร อาคารสำนักงานใหญ่ สำโรง CDC ขอนแก่น) รับรางวัลกิจกรรมการรณรงค์ลดสถิติอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ ระดับทอง ประจำปี 2568

จากสถาบันส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (องค์การมหาชน) กระทรวงแรงงาน



ซีพี ออลล์ รับรางวัล “องค์กรที่ส่งเสริมการจ้างงานและการมีรายได้สำหรับผู้สูงอายุ ประจำปี 2568 ระดับดีเยี่ยม”

จากกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์



ซีพี ออลล์ รับรางวัลองค์กรต้นแบบด้านการสร้างเสริมสุขภาวะทางการเงิน

ภายใต้โครงการสร้างเสริมสุขภาวะทางด้านการเงินให้แก่วัยทำงานในสถานประกอบการ จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ร่วมกับ บริษัท โนบูโร แพลตฟอร์ม จำกัด



ศูนย์กระจายสินค้า RDC ลำพูน รับรางวัลสถานประกอบการกับการดูแลใจพนักงาน HEALTHY MINDS AT WORK

จากกองส่งเสริมและพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต



ซีพีแรม (ลาดกระบัง) ได้รับรางวัลสถานประกอบกิจการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ระดับประเทศ ประจำปี 2568 (ปีที่ 15)

จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน



ซีพีแรม (สุราษฎร์ธานี) รับรางวัล “อย. ควอลิตี้ อวอร์ด 2568”

ประเภทรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านอาหาร จัดโดย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)



โกซอฟท์ รับรางวัล “องค์กรที่ส่งเสริมการจ้างงานและการมีรายได้สำหรับผู้สูงอายุ ประจำปี 2568 ระดับดีเยี่ยม”

จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์



ซีพี แอ็กซ์ตร้า รับรางวัล “The Best Sustaining Partner Award 2025”

ในงาน SOS Thailand Awards 2025 จากมูลนิธิสโกลารส์ ออฟซัสทีแนนซ์ (SOS Thailand)



โกซอฟท์ ได้รับรางวัล “ASIA’S BEST EMPLOYER BRAND AWARDS 2025”

จากเวทีระดับนานาชาติ ที่จัดขึ้นโดย Employer Branding Institute ร่วมกับ World HRD Congress, CHRO Asia และ World CSR Day and World Sustainability



โกซอฟท์ ได้รับรางวัล Silver Stevie® Award

ในสาขา Innovation in Human Resources Management, Planning & Practice จากเวทีระดับโลก Asia-Pacific Stevie® Awards 2025 ด้านนวัตกรรมการบริหารทรัพยากรบุคคล



โลตัส รับรางวัล Top Employer 2025 in Thailand ต่อเนื่องปีที่ 3

จาก Top Employers Institute ประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งเป็นเวทีระดับนานาชาติที่ให้การยอมรับองค์กรที่มีมาตรฐานการบริหารและพัฒนาบุคลากรยอดเยี่ยม



ซีพีแรม รับรางวัลระดับ The Good Sustaining Partner Award 2025

จากเวที SOS Thailand Awards 2025 เนื่องในวันอาหารโลก (World Food Day) เพื่อยกย่องค์กรภาคเอกชนที่มีบทบาทโดดเด่นในการลดการสูญเสียอาหารโดยไม่จำเป็น (Food Waste Reduction) สนับสนุนการกระจายอาหารอย่างเท่าเทียม และร่วมส่งมอบอาหารที่ปลอดภัยให้กับผู้ขาดแคลน

ด้านการกำกับดูแลกิจการ

ซีพี ออลล์ ได้รับการจัดอันดับด้านการกำกับดูแลกิจการในระดับ ดีเลิศ หรือ 5 ดาว ปี 2568

จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน หรือ Corporate Governance Report of Thai Listed Companies โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย



ซีพี ออลล์ รับรางวัล “ASEAN Asset Class Public Listed Company”

จากการประเมิน ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) ประจำปี 2025 สะท้อนความโดดเด่นในการกำกับดูแลกิจการที่เป็นเลิศตามมาตรฐานสากล โดยเฉพาะหมวดสิทธิของผู้ถือหุ้น และการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน และยังเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทจดทะเบียนไทยที่ร่วมมือกันยกระดับความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ ในการดึงดูดนักลงทุนที่มีศักยภาพเข้ามาช่วยขับเคลื่อน และสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ



ซีพี แอ็กซ์ตร้า ได้รับการยกย่องให้เป็น “แบรนด์ยอดนิยมอันดับ 1 ของไทย”

ในหมวดธุรกิจ Grocery Retail & Wholesale จากผลการสำรวจ Marketeer No.1 Brand Thailand 2025 ซึ่งจัดทำโดยนิตยสาร Marketeer หนึ่งในสื่อชั้นนำด้านการตลาดของไทย



ซีพี ออลล์ รับรางวัล CAC Change Agent Awards ปี 2025 ต่อเนื่องปีที่ 5

เป็นการประกาศเกียรติคุณบริษัทที่ผ่านการรับรองจาก CAC และมีการเชิญชวนคู่ค้าและผู้ประกอบการ SME ประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านคอร์รัปชัน และสร้างแนวทางดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างมีธรรมาภิบาลตลอด Supply Chain



ซีพี ออลล์ รับรางวัล “Extel Awards 2025”

หรือ รางวัลเดิมคือ Institutional Investor Research ต่อเนื่องปีที่ 5 โดยการลงคะแนนมาจากผู้บริหารกองทุนและนักวิเคราะห์ทั้งในและต่างประเทศ รางวัลนี้สะท้อนถึงความเชื่อมั่นที่นักลงทุนมีต่อบริษัท



ซีพี แอ็กซ์ตร้า รับรางวัลระดับสากลจากเวที Retail Asia Awards 2025 จำนวน 6 รางวัล

รางวัลของโลตัส

- Domestic Retailer of the Year – Thailand
- Hypermarket of the Year – Thailand
- Influencer Marketing Campaign of the Year – Thailand

รางวัลของแม็คโคร

- E-Commerce Initiative of the Year – Thailand
- ESG Initiative of the Year – Thailand
- In-store Customer Experience of the Year – Thailand



ซีพี ออลล์ รับรางวัลส่งเสริมธรรมาภิบาล ปี 2568

ในงานมอบรางวัล ANTI-CORRUPTION AWARDS 2025 จากสมาคมผู้สื่อข่าวต้านคอร์รัปชั่น (ประเทศไทย)



ซีพี ออลล์ รับ 5 รางวัล จากเวที Marketing Excellence Awards 2025

การประกาศรางวัลเชิดสุดยอดผู้นำด้านการตลาดไทย ได้แก่

- รางวัล “Gold Awards” สาขา Excellence in Loyalty Marketing
- รางวัล ระดับ “Silver Award” สาขา EXCELLENCE IN DIGITAL MARKETING และ EXCELLENCE IN PERSONALISATION MARKETING
- รางวัลระดับ “Bronze Award สาขา EXCELLENCE IN LOCATION-BASED MARKTING และสาขา EXCELLENCE IN OMNICHANNEL



ซีพี แอ็กซ์ตร้า รับรางวัลสำคัญด้านนักลงทุนสัมพันธ์ (IR)

จากงาน IR Impact Forum & Awards – South East Asia 2025 จำนวน 3 รางวัล ได้แก่

- Best IR Impact
- Best IR Buy-Sell Management
- Best IR Targeting Strategy

ต่อยอดปณิธานยุทธศาสตร์สู่ความยั่งยืน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) สานต่อวิสัยทัศน์องค์กร “เป็นองค์กรที่อำนวยความสะดวกให้ชุมชน สังคม มีความกินดี อยู่ดี มีความสุข” ด้วยการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ความยั่งยืน ครอบคลุม 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 17 เป้าหมาย (Sustainable Development Goals: SDGs) และข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติทั้ง 10 หลักการ (United Nations Global Compact: UNGC) เคารพสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพขั้นพื้นฐาน ตามหลักการของสหประชาชาติ (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) เคารพสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) กฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ มาตรฐานแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) แนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติขององค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD Guidelines for Multinational Enterprises) และหลักการดูแลกำกับกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Code: CG Code) รวมถึงกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) พร้อมสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ผ่านการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน เพื่อการกำหนดนโยบาย พัฒนากรอบการดำเนินงาน และปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรอย่างยั่งยืน



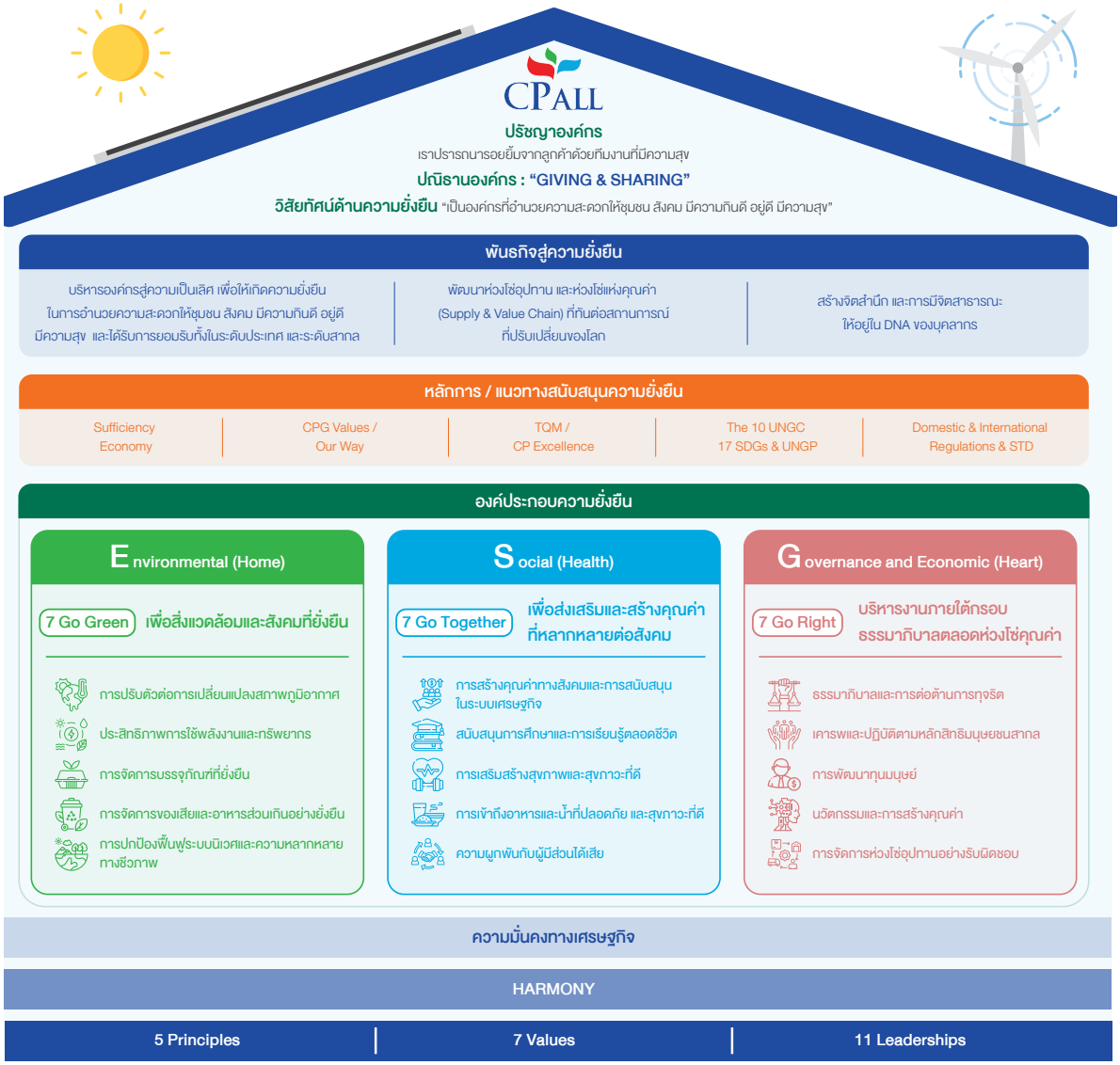


บริษัททบทวนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Assessment) โดยพิจารณาบริบทผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียและต่อธุรกิจ เพื่อตรวจสอบประเด็นด้านความยั่งยืนของบริษัทให้เป็นปัจจุบัน ทั้งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและต่อสังคม (Impact Materiality) และความเสี่ยงและโอกาสต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท (Financial Materiality) ครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน ผ่านการตอบแบบประเมินจากกลุ่มตัวแทนผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการ พนักงาน ลูกค้า ภาครัฐ ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ผู้นำทางความคิด สังคมและชุมชน พันธมิตรทางธุรกิจ และคณะผู้บริหารระดับสูง ทั้งนี้สายงานพัฒนาความยั่งยืนร่วมกับหน่วยงานบริหารความเสี่ยงร่วมประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อภายในและภายนอกองค์กร โดยมีประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ดังนี้ การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน และอาชีวอนามัยและความปลอดภัย การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ และนวัตกรรมและการสร้างคุณค่า

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- นโยบายการกำกับดูแลกิจการและคู่มือจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน
- นโยบายสิ่งแวดล้อม
- นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
- นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน
- นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

กรอบและกลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร



กรอบการดำเนินงาน ตามแผนพัฒนาเพื่อความยั่งยืนระยะยาว 2564-2573

ภายใต้แผนยุทธศาสตร์เพื่อความยั่งยืนระยะยาว (พ.ศ. 2564-2573) บริษัทได้กำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าในระยะยาว โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก (Global Megatrends) ที่มีนัยสำคัญ เพื่อบูรณาการมิติด้านความยั่งยืนเข้ากับกระบวนการตัดสินใจและการดำเนินงานทั่วทั้งห่วงโซ่คุณค่า

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความยั่งยืน (Sustainability Culture) ผ่านการสร้างความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับ ตั้งแต่ระดับบริหารจนถึงระดับปฏิบัติการ พร้อมทั้งมีระบบการติดตามและประเมินผลสัมฤทธิ์ที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดีโดย คณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ผ่าน 3 เสาหลักสำคัญ (3 Sustainability Pillars) ดังนี้

สิ่งแวดล้อม: เซเว่น โก กรีน (7 Go Green) เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืน

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

มุ่งมั่นยกระดับความรับผิดชอบต่อสภาพภูมิอากาศ ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรระดับประเทศ และระดับสากล เพื่อปรับตัวและเสริมสร้างความยืดหยุ่น (Climate Resilience) ตลอดห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืน

ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร

มุ่งมั่นยกระดับประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Resource Efficiency) พร้อมขยายสัดส่วนพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและสร้างความมั่นคงทางพลังงานอย่างยั่งยืน

การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

มุ่งบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อลดปริมาณขยะพลาสติกและลดการกำจัดขยะด้วยวิธีฝังกลบให้เป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill) ผ่านการหมุนเวียนทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน

มุ่งบริหารจัดการของเสียตามหลัก Zero Waste โดยเน้นการลดอาหารส่วนเกิน (Food Surplus) และ ขยะอาหาร (Food Waste) ตั้งแต่ต้นทาง พร้อมบูรณาการระบบจัดการขยะจากการดำเนินงานเพื่อลดการสูญเสียทรัพยากรและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ

การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

ปกป้อง รักษา และฟื้นฟูระบบนิเวศผ่านการบริหารจัดการ ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) อย่างเป็นระบบ เพื่อรักษาความสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติ และมุ่งสู่การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อธรรมชาติ (Nature-Positive Impact) ในทุกพื้นที่ปฏิบัติการ

สังคม: เซเว่น โก ทูเก็ตเตอร์ (7 Go Together) เพื่อส่งเสริมและสร้างมูลค่าที่หลากหลายต่อสังคม

การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ

มุ่งสร้างคุณค่าร่วมให้แก่สังคมผ่านการยกระดับศักยภาพทางอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พร้อมส่งเสริมการเข้าถึงคุณภาพชีวิตที่ดีแก่กลุ่มเปราะบาง เพื่อขับเคลื่อน เศรษฐกิจที่ทั่วถึงและเท่าเทียม

สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

มุ่งมั่นยกระดับคุณภาพชีวิตผ่านการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพและการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นแห่งอนาคต และทักษะการดำรงชีวิต (Essential Life Skills) มุ่งสู่การสร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาที่เท่าเทียม

การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

มุ่งยกระดับสุขภาวะของคนในสังคม ผ่านการส่งมอบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เข้าถึงง่ายและมีคุณภาพ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพเชิงป้องกัน เพื่อสร้างสังคมที่แข็งแกร่งและมีคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน

การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี

ส่งเสริมความมั่นคงทางสุขภาวะผ่านการเข้าถึง อาหารและน้ำที่สะอาด ปลอดภัย และมีคุณภาพ เพื่อเป็นรากฐานของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในทุกชุมชน

ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

มุ่งมั่นสร้างความผูกพันและคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม (Stakeholders) ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับสากล ผ่านกระบวนการสื่อสารที่โปร่งใสและการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการเป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในทุกมิติ

ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ: เซเว่น โก ไรท์ (7 Go Right) บริหารงานภายใต้กรอบธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต

ยึดมั่นการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และจริยธรรมทางธุรกิจที่โปร่งใส โดยมีนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียในระดับสากล

เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล

มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของการเคารพสิทธิมนุษยชน และมาตรฐานแรงงานสากล และให้ความสำคัญกับสุขอนามัยและความปลอดภัยในที่ทำงานอย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและสภาพแวดล้อมการทำงานที่เท่าเทียมแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

การพัฒนาทุนมนุษย์

มุ่งยกระดับทุนมนุษย์ผ่านการพัฒนาทักษะแห่งอนาคต และปลูกฝังแนวคิดด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างบุคลากรที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงและพร้อมขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างรับผิดชอบในระดับสากล

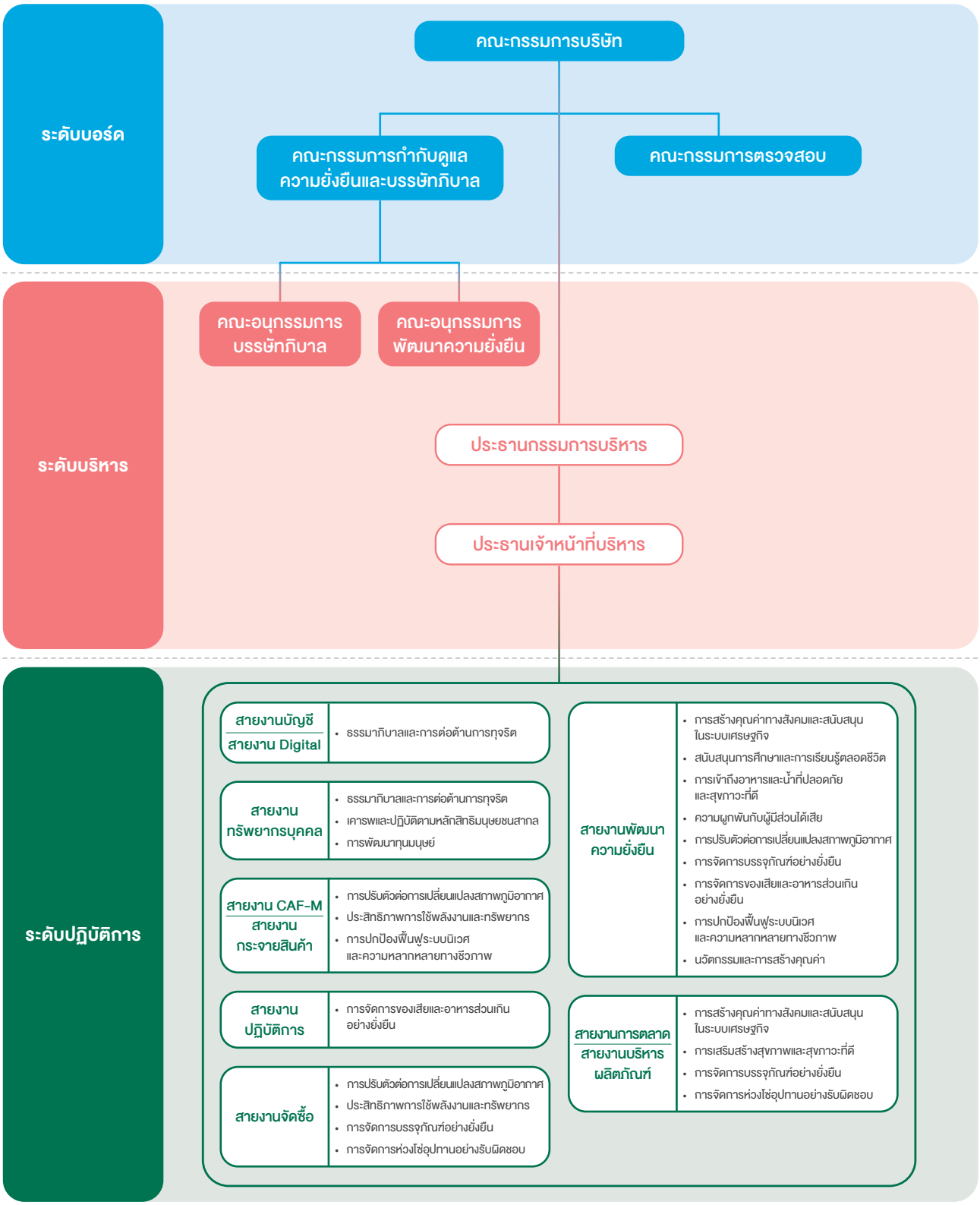
นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า

มุ่งสร้างสรรค์นวัตกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อส่งมอบโซลูชันที่ตอบโจทย์ทั้งการเติบโตของธุรกิจและการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมที่สร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างสร้างสรรค์

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ผนึกกำลังร่วมกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจในการจัดหาอย่างรับผิดชอบ โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ เพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกันตลอดห่วงโซ่คุณค่า

โครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์



เพื่อให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บริษัทได้แต่งตั้งตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่ด้านความยั่งยืน ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงสุดที่มีหน้าที่กำกับดูแลและขับเคลื่อนกิจกรรมด้านความยั่งยืนขององค์กร โดยอยู่ภายใต้การกำกับของคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ตามอำนาจที่กำหนดไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการดูแลให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล ตามกรอบการมอบหมายของคณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล

กลยุทธ์ความยั่งยืนระดับบริษัท ปี 2568-2571 (2025-2028)

บริษัทมุ่งมั่นยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการบูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้าสู่กระบวนการทางธุรกิจ ผ่านความร่วมมือกับพนักงาน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยในปี 2568 บริษัทมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วม เพื่อตอกย้ำภาพลักษณ์การเป็น “ที่พึ่งของชุมชน” เราขับเคลื่อนผ่านกลยุทธ์ “3 สร้าง” โดยมี “DNA ความดี 24 ชั่วโมง” เป็นแกนกลางในการหล่อหลอมทัศนคติและการปฏิบัติงานของบุคลากร ควบคู่ไปกับการสร้างภูมิคุ้มกันทางธุรกิจและยกระดับความเชื่อมั่นสู่การเป็นองค์กรที่ “รับผิดชอบต่อชุมชนอย่างแท้จริง” โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้



กลยุทธ์ **3 สร้าง** ประกอบด้วย “สร้างคน สร้างอาชีพ สร้างชุมชนอุ่นใจ” มุ่งเน้นการขยายโอกาสทางการศึกษาแก่กลุ่มเป้าหมายในทุกช่วงวัย ตั้งแต่เด็ก เยาวชน ไปจนถึงกลุ่มเปราะบาง สร้างอาชีพให้กับ SMEs เกษตรกร ยกระดับคุณภาพชีวิต สุขภาวะที่ดี และความปลอดภัยให้กับชุมชน ควบคู่ไปกับการปลูกฝัง “DNA ความดี 24 ชั่วโมง” เพื่อหล่อหลอมวัฒนธรรมองค์กรที่ปฏิบัติงานภายใต้หลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และความเท่าเทียมในทุกมิติ

สร้างคน

วางรากฐานผ่านการศึกษา การพัฒนาทักษะแห่งอนาคตและทักษะทางอาชีพให้แก่เด็ก เยาวชน เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ และเตรียมความพร้อมในการเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพของสังคม

โครงการกลยุทธ์

- โครงการ PIM PAT x CP ALL สนับสนุนทุนการศึกษา
- โครงการสนับสนุนความรู้ ทักษะอาชีพ
- โครงการ 7 ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน

ผลกระทบเชิงบวกด้านสังคม

- สร้างโอกาสเข้าถึงการศึกษา มอบทุนการศึกษา จำนวน 36,132 ทุน รวมมูลค่า 1,282 ล้านบาท
- พัฒนาทักษะแห่งอนาคต บ่มเพาะทักษะอาชีพให้กับเยาวชน 43,137 คน
- ยกระดับคุณภาพการเรียนรู้ผ่านเครือข่ายความร่วมมือ มีโรงเรียนเข้าร่วมโครงการสะสม 661 แห่ง และสร้างโอกาสการเรียนรู้ให้แก่เยาวชนรวม 170,000 คน ด้วยงบประมาณสนับสนุนทั้งสิ้น 107.2 ล้านบาท

สร้างอาชีพ

ยกระดับคุณภาพชีวิตด้วยการส่งเสริมอาชีพและรายได้ที่มั่นคงแก่ SMEs เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง

โครงการกลยุทธ์

- โครงการ 7 SME Support Center
- โครงการความร่วมมือส่งเสริม SME ร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรและนวัตกรรม
- โครงการ Business Matching
- โครงการจ้างงานผู้พิการ ผู้สูงอายุ

ผลกระทบเชิงบวกด้านสังคม

- สนับสนุนช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับเอสเอ็มอี วิสาหกิจชุมชน รวมถึงผู้ประกอบการย่อย 27,816 ราย สร้างรายได้หมุนเวียนกลับสู่ชุมชน 46,985 ล้านบาท
- พัฒนาศักยภาพเอสเอ็มอีและส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานแก่เกษตรกรในห่วงโซ่อุปทาน 187,382 ราย
- พัฒนาทักษะ สร้างโอกาสในการจ้างงานแก่ผู้พิการผู้สูงอายุ 7,481 คน คิดเป็นมูลค่า 278 ล้านบาท

สร้างชุมชนอุ่นใจ

ยกระดับคุณภาพชีวิต ความปลอดภัย และสุขภาวะชุมชน พร้อมสร้างสภาพแวดล้อมที่เกื้อกูลและรับมือวิกฤตการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการกลยุทธ์

- โครงการห้องน้ำเพื่อน้องภายใต้โครงการบุญนิธิแสตมป์เซเว่นฯ
- โครงการสุขภาพดีชุมชน
- โครงการรักน้องหมา 24 ชั่วโมง
- โครงการเซเว่นเคียงข้างชุมชน “My Hero”
- โครงการจิตสาธารณะ

ผลกระทบเชิงบวกด้านสังคม

- พัฒนาคุณภาพชีวิตและสุขภาวะพื้นฐานให้กับเด็กและเยาวชน 10,927 คน
- จัดการโรคติดต่อ ฉีดวัคซีนและทำหมันสุนัข 549 ตัว และลดความเสี่ยงสู่คนกว่า 830,000 คน
- ยกระดับความปลอดภัยและทักษะการเอาตัวรอดผ่านการอบรมดับเพลิงและอพยพหนีไฟแก่กลุ่มเปราะบาง 7,502 ราย
- ชุมชนได้รับประโยชน์จากกิจกรรมจิตสาธารณะ 591,313 คน
- พนักงานร่วมขับเคลื่อนโครงการเพื่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมสะสมกว่า 111,490 ชั่วโมงการทำงาน

DNA ความดี 24 ชั่วโมง

ปลูกฝังจิตสำนึกด้านบริการและจิตสาธารณะให้แก่พนักงาน เพื่อส่งต่อความดีแก่สังคมในทุกช่วงเวลา

โครงการกลยุทธ์

- โครงการแสนคนแสนความดี
- โครงการ Reward & Recognition

ผลกระทบเชิงบวกด้านกำกับดูแล

- พนักงานร่วมทำความดีและช่วยเหลือสังคม 7,304 คน
- พนักงานได้รับคำชื่นชมจากลูกค้า 29,602 เรื่อง (บริการ ซื่อสัตย์ ให้ความช่วยเหลือ)
- พนักงานที่เป็นต้นแบบด้านความดีและจริยธรรม จำนวน 300 คน

กลยุทธ์ “2 ลด” มุ่งเน้นการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมผ่านสองภารกิจหลัก ได้แก่ “ลดพลาสติก” และ “ลดคาร์บอน” เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันและแสดงความรับผิดชอบต่อโลกอย่างยั่งยืน โดยบริษัทตั้งเป้าหมาย มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี 2573 และเป็นองค์กรที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 รวมถึงลดปริมาณขยะฝังกลบให้เป็นศูนย์ ภายในปี 2573 พร้อมกันนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการผลักดัน “นวัตกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม” ควบคู่ไปกับการส่งเสริม “ความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG” ตามมาตรฐานสากล



ลดคาร์บอน

การลด (Reduce)

โครงการกลยุทธ์

- การเพิ่มประสิทธิภาพอุปกรณ์ในร้าน 7-Eleven ลดการใช้พลังงาน
- การลดความสูญเปล่าจากเครื่องเย็น เครื่องร้อน แสงสว่าง
- การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาด
- การลดการรั่วไหล และเปลี่ยนสารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบเชิงบวกด้านสิ่งแวดล้อม

- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้ารวม 301,423 เมกะวัตต์-ชั่วโมง
- ใช้พลังงานไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน 372,247.01 เมกะวัตต์-ชั่วโมง
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 350,585 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ลดพลาสติก

การต่อยอด (Extend)

โครงการกลยุทธ์

- โครงการวิจัย ออกแบบ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม
- โครงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล
- โครงการลดและทดแทนพลาสติก ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic)

ผลกระทบเชิงบวกด้านสิ่งแวดล้อม

- ลดใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Vergin Plastic) 1,622 ตัน
- บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำกลับมาใช้ใหม่ 2,185 ตัน
- ลดการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use plastic) 25,981 ตัน

การพัฒนา (Explore)

โครงการกลยุทธ์

- โครงการเก็บกลับบรรจุภัณฑ์พลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล
- โครงการใช้พลาสติกรีไซเคิล (rPET) ผลิตบรรจุภัณฑ์ใหม่

ผลกระทบเชิงบวกด้านสิ่งแวดล้อม

- บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เก็บกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล 1,425 ตัน
- บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำกลับมาใช้ใหม่ 150 ตัน

ใส่ใจทุกสาระสำคัญ เพื่อความยั่งยืนทุกมิติ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) จัดทำรายงานความยั่งยืนต่อเนื่องเป็น ปีที่ 10 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลการดำเนินงาน ภายใต้กรอบการดำเนินงาน ตามแผนพัฒนาเพื่อความยั่งยืนระยะยาว ปี 2564-2573 และกลยุทธ์ความยั่งยืนระดับบริษัท ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้รับทราบ ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาลขององค์กร

ข้อมูลในการจัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2568 ครอบคลุม 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ในปี 2568 บริษัทมีรายได้จากการดำเนินงานสุทธิ 1,022,143 ล้านบาท ทั้งนี้ สามารถดูรายละเอียดรายได้จากธุรกิจในกลุ่มบริษัท ซึ่งได้มีการเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปี 2568 แบบ 56-1 One Report หน้า 1

เนื้อหาของรายงานฉบับนี้ นำเสนอพื้นฐานการดำเนินงานขององค์กรในภาพรวมและประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องด้านความยั่งยืน ภายใต้มุมมองและการประเมินผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งกรอบในการจัดทำรายงานสอดคล้องกับแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนในระดับสากล ฉบับปี 2565 (The Global Reporting Initiative Standards 2021: GRI Standards 2021) และแนวทางการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมของกลุ่มธุรกิจอาหาร (The Food Processing Sector Supplement) พร้อมกันนี้ บริษัทมอบหมายให้หน่วยงานรับรองอิสระที่มีความน่าเชื่อถือ ได้แก่ บริษัท แอลอาร์คิวเอ (ประเทศไทย) จำกัด (LRQA (Thailand) Limited) เป็นผู้ให้ความเชื่อมั่นสำหรับการเปิดเผยข้อมูลของรายงานฉบับนี้

สำหรับปี 2568 ชุดข้อมูลที่ได้รับการทวนสอบประกอบด้วย GRI 2-26, GRI 2-27, GRI 3-1, GRI 302-1, GRI 301-1, GRI 301-2, GRI 302-3, GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3 Other indirect (scope 3) GHG emissions (Purchased goods and services, Capital goods, Fuel and energy related activities, Upstream transport & distribution, Waste generated in operations, Business travel, Employee commuting, Downstream transport & distributions, Use of sold products, End-of-life treatment of sold product and Downstream leased assets only, GRI 305-4, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5, GRI 308-1, GRI 308-2, GRI 403-9, GRI 403-10, FPSS FP6, FP7, GRI 405-2, GRI 414-1, GRI 414-2



กระบวนการกำหนดเนื้อหาในรายงาน

บริษัทจัดทำรายงาน โดยพิจารณาจากผลการประเมินผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มขององค์กร ครอบคลุมผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบ รวมถึงประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ และปัจจัยภายนอกจากแนวโน้มโลกในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมถึงดัชนีด้านความยั่งยืนชั้นนำของโลกต่าง ๆ อาทิ การประเมินผลการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทชั้นนำระดับโลก (S&P Global Corporate Sustainability Assessment: S&P CSA) การประเมินการจัดอันดับ MSCI ESG Ratings (Morgan Stanley Capital International) คณะกรรมการว่าด้วยมาตรฐานทางบัญชีความยั่งยืน (Sustainability Accounting Standards Boar: SASB) การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (The Securities And Exchange Commission: SEC) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เพื่อให้การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนขององค์กร เป็นไปตามแนวทางการรายงานข้อมูล (Reporting Principles) 8 แนวทางดังนี้

1 **Accuracy** ความถูกต้องของข้อมูลที่เปิดเผย	2 **Balance** ความสมดุลของผลการดำเนินงาน ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ	3 **Clarity** ความชัดเจนเข้าใจง่าย ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม	4 **Comparability** ข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบได้ เพื่อแสดงถึงแนวโน้มของการดำเนินงาน
5 **Completeness** ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล	6 **Sustainability context** ความสมดุลของผลการดำเนินงาน ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ	7 **Timeliness** ขอบเขตของเวลาในการรายงาน	8 **Verifiability** ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้

กระบวนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญแบบทวิสารัตถภาพ

กระบวนการและขั้นตอนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญของบริษัท (Materiality Assessment) พิจารณาผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality) และพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท (Financial Materiality) ซึ่งเป็นการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Assessment) เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

การระบุและประเมินผลกระทบประเด็นความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง



1

การเชื่อมโยงประเด็นความยั่งยืนกับกิจกรรมทางธุรกิจ

ทำความเข้าใจและทบทวนกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ เพื่อระบุประเด็นของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม และเชื่อมโยงประเด็นความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ ร่วมกับแนวโน้มของโลก (Global Trends) ตลอดจนประเด็นสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า



2

การระบุผลกระทบจากประเด็นความยั่งยืนที่เกิดขึ้น และแนวโน้มที่จะเกิด

ทบทวนบริบทและผลกระทบของประเด็นด้านความยั่งยืน (Sustainability Context and Impact) ทั้งประเด็นที่เกิดขึ้นแล้วและมีแนวโน้มที่จะเกิด (Actual & Potential Impact) ผ่านการวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality) ที่ครอบคลุมประเด็นทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ (Positive & Negative Impact) พร้อมพิจารณาผลกระทบระยะสั้นและระยะยาว (Short Term & Long Term Impact) ประเมินความสามารถในการฟื้นฟูและเยียวยา (Irreversible & Reversible Impact) โดยประเด็นด้านความยั่งยืน ถูกพิจารณาจากลักษณะการดำเนินธุรกิจและบริบทขององค์กร ผ่านการตอบแบบประเมิน (BHC & Online Questionnaire) จากผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินการประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ (Financial Materiality) เพื่อระบุความเสี่ยงและโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ผ่านการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Assessment) พิจารณาที่ผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการคำนึงถึงปัจจัยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่กระทบต่อผลประกอบการของบริษัท



3

การประเมินผลกระทบประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ

ประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่ได้จากแบบประเมิน จากขั้นตอนที่ 2 พิจารณาร่วมกับลักษณะการดำเนินธุรกิจและบริบทขององค์กร ประเมินผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality) โดยหน่วยงาน Sustainability Management และหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการความเสี่ยงภายในองค์กร รวมถึงคณะกรรมการบริหาร (Executive Committee) คณะเจ้าหน้าที่บริหาร (Executive Officer) เพื่อประเมินระดับความรุนแรงของผลกระทบ (Impact Rating Scale) และโอกาสในการเกิด (Probability Rating Scale) ระดับความรุนแรง (Scale) ขอบเขต (Scope) ความสามารถในการเยียวยาหรือการฟื้นฟู (Remediability) และระดับโอกาสที่จะเกิดผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Likelihood) รวมถึงการประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ (Financial Materiality) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนที่กระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท

การพิจารณาประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญสำหรับจัดทำรายงานความยั่งยืน



4

การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและการตรวจสอบความถูกต้องเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

บริษัทนำผลการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนสำคัญจากขั้นตอนที่ 3 มาจัดลำดับและหาความเชื่อมโยง ให้เหมาะสมต่อบริบทการดำเนินธุรกิจขององค์กร บริษัทกำหนดให้มีกระบวนการทดสอบประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ (Material Testing) โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านอุตสาหกรรมอาหาร (Expert Testing) เพื่อการพัฒนาแนวทางการดำเนินการธุรกิจ ผ่านการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง โดยผลจากกระบวนการทดสอบประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ ถูกนำเสนอต่อคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน (Sustainability Development Subcommittee) และนำเสนอต่อตัวแทนผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการบริษัท (Board of Directors) เพื่อการรับรอง (Endorsement Process) การจัดลำดับความสำคัญด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ภายใต้การคำนึงระดับอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย ควบคู่ไปกับระดับความสำคัญที่มีนัยต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงสิทธิมนุษยชน

ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญประเด็นด้านความยั่งยืน

การดำเนินธุรกิจของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีความเกี่ยวข้องกับอาหารเป็นกิจกรรมหลัก โดยผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าประเด็น “การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน (Sustainable Waste and Surplus Food Management)” เป็นประเด็นสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานของบริษัท ทั้งยังมีความเชื่อมโยงกับประเด็นอื่น ได้แก่ “การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี (Food and Water Security & Access to Well-being)” และ “การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี (Good Health & Well-being)” จากการพิจารณาภาพรวมการดำเนินงาน ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะให้บริษัทต่อยอดการดำเนินงานเพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมอย่างยั่งยืน โดยแนะนำให้ต่อยอดการดำเนินการให้เป็นระบบมากกว่าการดำเนินโครงการเฉพาะกิจ อาจต่อยอดความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โรงเรียน หรือชุมชน เพื่อส่งเสริมให้สังคมได้เข้าถึงอาหารอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินของบริษัท ซึ่งจะสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมได้อย่างแท้จริง ทั้งนี้สำหรับประเด็น “การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Resilience)” ซึ่งยังคงเป็นกระแสสำคัญในปัจจุบัน ผู้เชี่ยวชาญเห็นควรให้เน้นย้ำในลำดับถัดมา เนื่องจากความไม่แน่นอนของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบโดยตรงต่อการผลิตอาหารและวัตถุดิบทางการเกษตรที่อาจกระทบต่อการจัดหาวัตถุดิบของบริษัท นอกจากนี้ ด้วยบทบาทของบริษัทในฐานะผู้จำหน่ายอาหารรายใหญ่ ผู้เชี่ยวชาญเสนอให้ต่อยอดกลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ ผ่านการปรับขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพ เพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับเครื่องหมาย Healthier Choice รวมถึงเปิดเผยข้อมูลโภชนาการผ่านระบบออนไลน์ เพื่อสร้างความโปร่งใสและช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจ สุดท้ายนี้ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นส่งเสริมให้บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับประเด็น “นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า (Innovation and Value Creation)” โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีอาหาร เพื่อพัฒนาการยืดอายุอาหาร การลดการปนเปื้อน รวมถึงการยกระดับผู้ประกอบการรายย่อยผ่านรูปแบบนวัตกรรมเปิด (Open Innovation) ทั้งหมดนี้สะท้อนถึงความพร้อมของ ซีพี ออลล์ ในการยกระดับบทบาทเชิงระบบและความโปร่งใส เพื่อเสริมสร้างทั้งผลกระทบทางสังคมและผลลัพธ์ทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

การประเมินผลกระทบประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ

ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ	ผลกระทบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม และการขับเคลื่อนคุณค่าทางธุรกิจ	ผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น	การขับเคลื่อนทางธุรกิจ
1 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการสนับสนุนเทคโนโลยีควบคู่ไปกับกลยุทธ์เศรษฐกิจหมุนเวียนของบริษัทสามารถลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ตอบสนองความคาดหวังของสังคมที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลให้เพิ่มโอกาสทางธุรกิจกับพันธมิตรทางธุรกิจที่ดำเนินการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุน และสร้างความร่วมมือกับภาครัฐ เช่น การสร้างนวัตกรรมเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ การใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น ทั้งนี้การขาดนโยบายและการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน รวมถึงการไม่ประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจลดความร่วมมือกับภาครัฐ ก่อให้เกิดการหยุดชะงักในการดำเนินงาน กระทบต่อการส่งมอบของคู่ค้า และเพิ่มต้นทุนการปรับตัวตลอดห่วงโซ่อุปทาน	ผลกระทบเชิงบวก/ลบ	โอกาส/ความเสี่ยง
2 การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่อย่างยั่งยืน	กรณีที่บริษัทมีแนวทางการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน ผ่านนโยบายการใช้ซ้ำ ลดการใช้ การนำกลับมาใช้ใหม่ หรือมีการสนับสนุนเทคโนโลยีเพื่อการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน อาทิ การนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำในกระบวนการผลิตหรือบรรจุภัณฑ์สำหรับจัดส่งสินค้า อาจส่งเสริมให้คู่ค้าสามารถลดการใช้บรรจุภัณฑ์ และเป็นแนวทางให้คู่ค้าปรับปรุงกระบวนการผลิตของตนเองเพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินงานของบริษัทและเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้การไม่คำนึงถึงคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ การย่อยสลายของวัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ นำไปสู่ปัญหาขยะพลาสติกถูกทิ้งและตกค้างอยู่ในสิ่งแวดล้อมจำนวนมาก ส่งผลกระทบต่อความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ตลอดจนส่งผลต่อความปลอดภัยด้านโภชนาการของมนุษย์ และก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพต่าง ๆ รวมถึงส่งผลต่อต้นทุนในการดำเนินการ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร	ผลกระทบเชิงบวก/ลบ	โอกาส/ความเสี่ยง

ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ	ผลกระทบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม และการขับเคลื่อนคุณค่าทางธุรกิจ	ผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น	การขับเคลื่อนทางธุรกิจ
 3 **การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน**	การที่บริษัทสามารถวางแผนการผลิตและจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืนร่วมกับคู่ค้า ผ่านการดำเนินโครงการร่วมกัน อาทิ โครงการต้นกล้าไร้ถังแปรรูปขยะกำพร้าเป็นอิฐก้อน สามารถลดปริมาณขยะที่ฝังกลบ ลดภาระด้านต้นทุนด้านการจัดการขยะ และยังช่วยให้คู่ค้าได้มีส่วนร่วมในการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมผ่านการดำเนินงานร่วมกันกับบริษัท ทั้งนี้การบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพส่งผลให้จำนวนขยะอาหารเพิ่มขึ้น อาทิ ขยะอาหารที่เกิดขึ้นจากการผลิตอาหารที่มากเกินความจำเป็น การสูญเสียอาหารในขั้นตอนขนส่ง การจัดจำหน่าย และการจัดเก็บอาหารเกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งกระทบต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ของชุมชนรอบข้าง นอกจากนี้ ยังส่งผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทในการจัดการขยะสูงขึ้น	ผลกระทบเชิงบวก/ลบ	โอกาส/ความเสี่ยง
 4 **การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ**	การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สนับสนุนการสร้างงาน มอบความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชน ผ่านการสร้างความร่วมมือทางการตลาดร่วมมือกับผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่น (SMEs) และวิสาหกิจชุมชน อาจช่วยพัฒนาระบบเศรษฐกิจของชุมชน เพิ่มโอกาสการจ้างงานและรายได้ในคนในพื้นที่ ส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้หมุนเวียนมากขึ้น สร้างความแข็งแกร่งในห่วงโซ่อุปทานของบริษัท ชื่อเสียงเชิงบวก ความน่าเชื่อถือในตลาดทุนเพิ่มขึ้น ดึงดูดการลงทุนในบริษัท	ผลกระทบเชิงบวก	โอกาส
 5 **การสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต**	การสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับพนักงานและกลุ่มเปราะบางช่วยพัฒนาทักษะ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เปิดโอกาสสู่ตลาดแรงงาน เสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศ พร้อมยกระดับภาพลักษณ์องค์กรในฐานะผู้ขับเคลื่อนสังคมอย่างยั่งยืน	ผลกระทบเชิงบวก	โอกาส
 6 **การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี**	บริษัทมุ่งเน้นการบริหารจัดการคุณภาพและความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การสรรหาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง จนถึงการส่งมอบสู่ผู้บริโภค พร้อมยกระดับโภชนาการผ่านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้อย่างแม่นยำ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงไม่เพียงแต่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำ ในการเข้าถึงสุขภาวะที่ดีของสังคม แต่ยังสร้างความเชื่อมั่น อย่างยั่งยืนแก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการขยายฐาน การเติบโตในตลาดกลุ่มคนรักสุขภาพ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว ในทางกลับกันการละเลยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและการขาดระบบควบคุมคุณภาพที่รัดกุม อาจส่งผลกระทบเชิงลบต่อสังคมโดยเฉพาะการเพิ่มภาระด้านสาธารณสุขจากภาวะทุพโภชนาการ หากกระบวนการทวนสอบมาตรฐานล้มเหลวจนเกิดการปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อชีวิต จะนำไปสู่การร้องเรียน และการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลเสียต่อชื่อเสียงอย่างรุนแรง ตลอดจนสร้างความเสียหายทางการเงินจากค่าปรับทางกฎหมายและการถูกฟ้องร้อง ซึ่งบ่อนทำลายความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียและขัดต่อเป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร	ผลกระทบเชิงบวก/ลบ	โอกาส/ความเสี่ยง
 7 **การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี**	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนและการลงทุนในภาคเกษตรท้องถิ่น เพื่อสร้างระบบที่รับประกันว่าจะมีอาหารและน้ำที่ปลอดภัยเพียงพอต่อความต้องการ โดยเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยให้ชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งอาหารและน้ำได้ทุกสถานการณ์ แม้ในช่วงวิกฤตการณ์ เช่น ภัยธรรมชาติหรืออุทกภัย ตลอดจนให้ความสำคัญกับคุณภาพของวัตถุดิบเพื่อให้ร่างกายสามารถนำสารอาหารไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ภายใต้มาตรฐานความปลอดภัยที่เข้มงวด ในทางกลับกันการละเลยมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารและน้ำดื่มอาจก่อให้เกิดการปนเปื้อน ส่งผลกระทบต่อสุขภาพผู้บริโภค และสร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหาร	ผลกระทบเชิงบวก/ลบ	โอกาส/ความเสี่ยง

ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ	ผลกระทบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม และการขับเคลื่อนคุณค่าทางธุรกิจ	ผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น	การขับเคลื่อนทางธุรกิจ
8 แนวปฏิบัติการใช้แรงงานและอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)	การขาดแนวปฏิบัติด้านแรงงาน อาชีวอนามัย และความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ อาจนำไปสู่อันตรายหรืออุบัติเหตุภายในพื้นที่บริษัท การใช้แรงงานเด็ก แรงงานบังคับ หรือการเลือกปฏิบัติ ส่งผลให้พนักงานของคู่ค้าต้องเผชิญกับความเสี่ยงและอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งในการดำเนินงานร่วมกันการละเลยมาตรการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานลดลง ทำให้การดำเนินงานในภาพรวมเกิดการหยุดชะงัก กระทบต่อความต่อเนื่องทางธุรกิจ และเพิ่มต้นทุนด้านการรักษาพยาบาลและการชดเชยของบริษัท	ผลกระทบลบ	ความเสี่ยง
9 นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า	การสนับสนุนการวิจัย พัฒนา และนวัตกรรมช่วยยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าและศักยภาพพนักงาน ลดต้นทุนและข้อผิดพลาด ยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้รวดเร็วและแม่นยำ สร้างคุณค่าให้ผู้บริโภค เสริมความสามารถในการแข่งขันและภาพลักษณ์องค์กรที่ทันสมัย ทั้งนี้หากบริษัทไม่สนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ อาจทำให้ชุมชนและสังคมไม่ได้รับผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการ ลดโอกาสในการยกระดับคุณภาพชีวิต ขณะเดียวกันอาจทำให้กระบวนการดำเนินงานล่าช้า ประสิทธิภาพการทำงานลดลงและกระทบต่อคุณภาพการบริการและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท	ผลกระทบเชิงบวก/ลบ	โอกาส/ความเสี่ยง
10 การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	กระบวนการคัดเลือกคู่ค้าเป็นไปอย่างโปร่งใสและมีมาตรฐาน ช่วยลดความเสี่ยงจากการใช้วัตถุดิบที่ไม่ยั่งยืนหรือการละเมิดสิทธิมนุษยชน สร้างความร่วมมือที่มั่นคงกับคู่ค้า ทำให้กระบวนการจัดหาและขนส่งมีเสถียรภาพและต่อเนื่อง ลดต้นทุนในการเปลี่ยนคู่ค้าบ่อยครั้ง สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ไม่มีประสิทธิภาพ และไม่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน เกิดความเสี่ยงในการหยุดชะงักของธุรกิจ ทำให้การผลิตสินค้าไม่ได้คุณภาพ ทำให้พันธมิตรธุรกิจดำเนินงานโดยไม่สอดคล้องกับกฎหมายหรือแนวปฏิบัติที่ดี การส่งมอบสินค้าไปยังผู้บริโภคเกิดความล่าช้า ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการผลิตและการขนส่ง รวมถึงส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท อาจทำให้เกิดต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมที่สูงขึ้นจากความคาดหวังของสังคม และนักลงทุน	ผลกระทบเชิงบวก/ลบ	โอกาส/ความเสี่ยง

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ปี 2568

	สิ่งแวดล้อม: เซเว่น โก กรีน	สังคม: เซเว่น โก ทู เก็ตเตอร์	ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ: เซเว่น โก ไรท์
Significant Material Topics: ประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ	• การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน • การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน	• การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ • สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต • การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี • การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี	• แนวปฏิบัติการใช้แรงงานอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล) • นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า • การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
Foundational Material Topics: ประเด็นความยั่งยืนพื้นฐาน	• ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร • การป้องกันฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	• ความผูกพันผู้มีส่วนได้เสีย	• ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต • การพัฒนาทุนมนุษย์

ขอบเขตประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

ประเด็น	กรอบ GRI ที่เกี่ยวข้อง	ขอบเขต								
		ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร							
		พนักงาน	พันธมิตรทางธุรกิจ	คู่ค้า	ภาครัฐ	ลูกค้า	สังคมและชุมชน	ผู้นำทางความคิด	ผู้ให้สิทธิ์ใช้เครื่องหมายทางการค้า	ผู้ถือหุ้น
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6, 305-7			●	●					
การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	301-1, 301-2, 301-3	●				●	●			
การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน	3-3, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5			●			●			
การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ	204-1, 413-1, 413-2						●			
การสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต	3-3, 404-2	●					●			
การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	417-1, 417-2, 417-3, FP6, FP7					●				
การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี	3-3						●			
แนวปฏิบัติการใช้แรงงานและอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)	2-30, 401-1, 401-2, 401-3, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10, 405-1, 405-2, 406-1, 407-1, 410-1, 411-1, 412-1	●	●	●	●	●	●	●	●	●
นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า	3-3	●	●	●		●				
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	204-1, 308-1, 308-2, 414-1, 414-2		●	●						

บริษัทดำเนินงานและรายงานผลในหัวข้อต่าง ๆ ตามน้ำหนักและความเกี่ยวข้อง ครอบคลุมทุกหน่วยธุรกิจดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านสังคม	ด้านสิ่งแวดล้อม
กลุ่มธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ			
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	●	●	●
บริษัท ออลล์ เวลเนส จำกัด	●	●	●
บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด	●	●	●
บริษัท ทเวนตี้โฟร์ ช้อปปิ้ง จำกัด	●	●	●
กลุ่มธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค และธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า			
บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน)	●	●	●
กลุ่มธุรกิจอื่น ๆ			
บริการด้านการเงิน			
บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด	●	●	●
บริษัท ไทยสมาร์ทคาร์ด จำกัด	●	●	●
บริการผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง			
บริษัท ซีพีแรม จำกัด	●	●	●
บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด	●	●	●
บริการด้านการศึกษา			
บริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด	●	●	●
วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์	●	●	●
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม)	●	●	●
โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)	●	●	●
บริษัท ปัญญธารา จำกัด	●	●	●
บริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด	●	●	●
บริการด้านสารสนเทศ			
บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด	●	●	●
บริการด้านสื่อการตลาด			
บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด	●	●	●
บริการด้านการบริหารโลจิสติกส์			
บริษัท ออลล์ สปีดดี้ จำกัด	●	●	●

ทั้งนี้ ข้อมูลในเล่มรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ ได้รับการทวนสอบโดยผู้ทวนสอบภายนอก ผ่านกระบวนการคัดเลือกโดยคณะกรรมการบริหาร เพื่อให้แน่ใจได้ว่าหน่วยงานผู้ทวนสอบเป็นอิสระต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรมีคุณวุฒิ และมีความสามารถในการทวนสอบอ้างอิงตามมาตรฐานการทวนสอบ AA1000AS v3 ตามภาคผนวกของรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ โดยสามารถดูรายละเอียดการทวนสอบได้จากใบรับรองการทวนสอบที่หน้า 353-354

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



> “ซีพี ออลล์ ดำเนินธุรกิจโดยตระหนักถึงความท้าทายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จึงมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบตลอดห่วงโซ่คุณค่า ควบคู่การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตที่ยั่งยืนและสังคมที่น่าอยู่ในระยะยาว”

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG12

สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และผลิตที่ยั่งยืน

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ



SDG13

เร่งต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น

13.1 เสริมภูมิต้านทานและขีดความสามารถในการปรับตัวต่ออันตรายและภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศ

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

ในปี 2568 ประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ยังคงถูกจัดให้เป็นหนึ่งในความเสี่ยงระดับโลกที่มีความรุนแรงสูงสุด ตามรายงาน Global Risks Report 2025 โดย World Economic Forum (WEF) ซึ่งระบุว่า “ความล้มเหลวในการดำเนินการด้านภูมิอากาศ” (Failure to Mitigate Climate Change) และ “ภัยธรรมชาติขั้นรุนแรง” (Extreme Weather Events) เป็นปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของมนุษย์ในระยะยาว แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนถึงความเปราะบางของระบบนิเวศและห่วงโซ่อุปทานทั่วโลก จากผลกระทบของอุณหภูมิโลกที่เพิ่มขึ้น เหตุการณ์สภาพอากาศรุนแรง และการขาดแคลนทรัพยากรสำคัญ เช่น พลังงานและน้ำ นอกจากนี้ ความเสี่ยงเชิงการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risks) เช่น กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดขึ้น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคสู่แนวทางคาร์บอนต่ำ และแรงกดดันจากนักลงทุนในด้านการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน ล้วนเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในอนาคต

สำหรับ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในหลายมิติ ทั้งด้านต้นทุนพลังงาน การขนส่งสินค้า ความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน และชื่อเสียงขององค์กร ขณะเดียวกัน การเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำยังเปิดโอกาสให้บริษัทพัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ เช่น การใช้พลังงานสะอาด การพัฒนาเทคโนโลยีประหยัดพลังงานและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ลดความเสี่ยงในระยะยาว และสร้างคุณค่าร่วมทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้กับองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ บริษัท ตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจบางส่วนอาจก่อให้เกิดผลกระทบทางอ้อมต่อสิ่งแวดล้อม จึงดำเนินการติดตามและประเมินผลกระทบอย่างต่อเนื่อง พร้อมกำหนดมาตรการลดและชดเชยผลกระทบ ผ่านมาตรการการเพิ่มประสิทธิภาพ-ลดการใช้พลังงาน การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาด ลดความสูญเปล่าจากการใช้พลังงาน ลดการรั่วไหลและการเปลี่ยนสารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1 การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ

2 **การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า** — ภาครัฐ

3 **การจัดส่ง และกระจายสินค้า** — คู่ค้า

4 การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ

5 การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

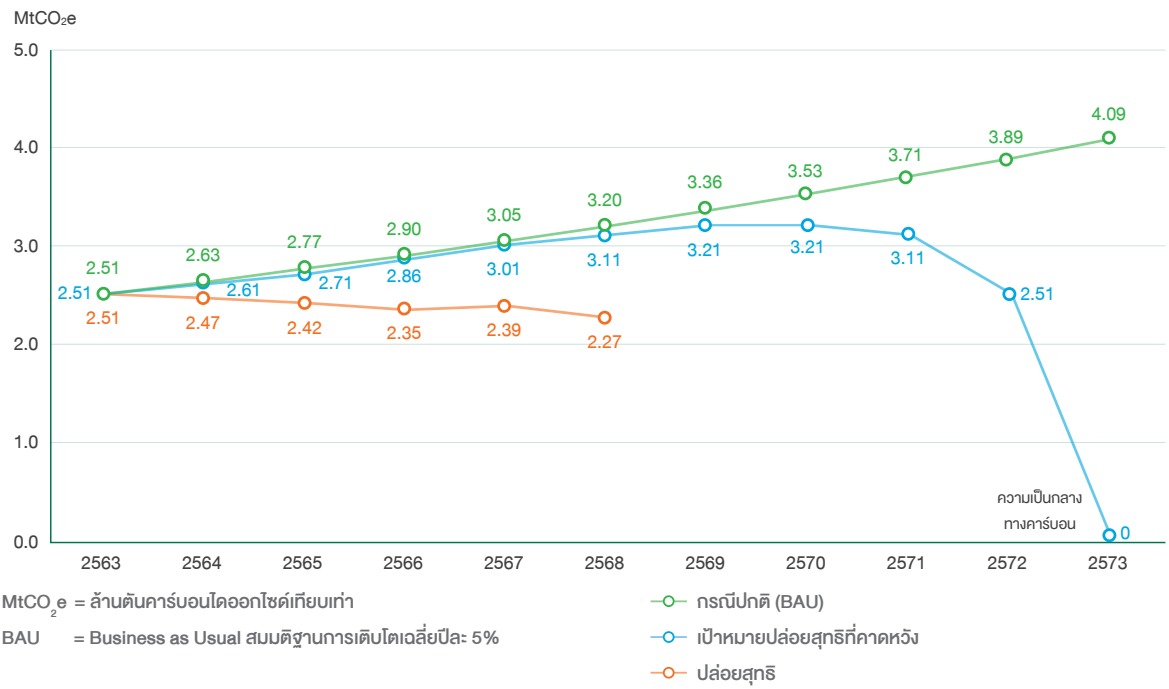
มิติด้านความยั่งยืน - มิติด้านสิ่งแวดล้อม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ - Significant Material Topics

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

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

(หน่วย: ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



$MtCO_2e$ = ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

BAU = Business as Usual สมมติฐานการเติบโตเฉลี่ยปีละ 5%

กรณีปกติ (BAU)

เป้าหมายปล่อยสุทธิที่คาดหวัง

ปล่อยสุทธิ

หมายเหตุ : มีการปรับปรุงข้อมูลปีฐาน (Base Year Recalculation) เพื่อให้สอดคล้องกับข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากระบบการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความแม่นยำและครบถ้วนยิ่งขึ้น



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ได้รับการจัดอันดับ**ระดับ A-** หรือเทียบเท่า Leadership Level จาก CDP ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ผ่านการอนุมัติเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ระยะสั้น และระยะยาว ขององค์กร ตามหลักวิทยาศาสตร์ของ Science Based Targets initiative: SBTi

ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **350,585 ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า** (จากโครงการกลยุทธ์ลดคาร์บอน)

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ Carbon Neutral 2030 สู่การปฏิบัติจริง โดยบูรณาการแผนงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อยกระดับการบริหารจัดการสภาพภูมิอากาศอย่างเป็นรูปธรรม

สร้างการมีส่วนร่วมกับคู่ค้าและลูกค้า ในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ พัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ ให้ความรู้คู่ค้าด้านการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

พัฒนา openshow case Version 4 ซึ่งเทียบกับ Version 3 มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น **ร้อยละ 11**

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

ขับเคลื่อนและติดตามโครงการพลังงานสะอาด ผ่าน BSM (Business Solution Management) ส่งผลให้สัดส่วนพลังงานสะอาดขององค์กรเพิ่มขึ้นเกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ภายใต้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยตั้งเป้าร่วมสนับสนุนการจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยโลกไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส ตามแนวทางของความตกลงปารีส (Paris Agreement) บริษัทจึงมุ่งดำเนินกิจกรรมเพื่อลดและชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมการเพิ่มประสิทธิภาพลดการใช้พลังงานในทุกกระบวนการ เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาด การลดความสูญเปล่าจากการใช้พลังงาน การลดการรั่วไหลของสารทำความเย็น การลดการใช้บรรจุภัณฑ์ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง รวมถึงการพัฒนาและส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือรีไซเคิลได้

ในการบริหารจัดการประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ บริษัทได้จัดตั้งคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน เพื่อกำกับดูแลและติดตามผลการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศโดยตรง รวมทั้งแต่งตั้งคณะทำงานเฉพาะด้าน อาทิ คณะทำงานเพิ่มประสิทธิภาพ ลดการใช้พลังงาน คณะทำงานลดความสูญเปล่าจากการใช้พลังงาน คณะทำงานติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์ คณะทำงานลดการรั่วไหลและเปลี่ยนสารทำความเย็น และทีมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อขับเคลื่อนโครงการต่าง ๆ ภายใต้กลยุทธ์ “2 ลด..ลดคาร์บอน ลดพลาสติก” ซึ่งเป็นกรอบดำเนินงานหลักในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมุ่งมั่นยกระดับการดำเนินงานเพื่อรับมือกับความท้าทายด้านสภาพภูมิอากาศ โดยกำหนดเป้าหมายบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2573 และก้าวสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2593 โดยการจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกครบทั้ง 3 ขอบเขต (Scope 1, 2 และ 3) ตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งนี้ เป้าหมายดังกล่าวได้รับการรับรองจาก Science Based Targets initiative (SBTi) ซึ่งเป็นการยืนยันว่าแนวทางการลดก๊าซเรือนกระจกของบริษัทสอดคล้องกับหลักวิทยาศาสตร์และเป้าหมายของความตกลงปารีส (Paris Agreement) ในการจำกัดอุณหภูมิโลกไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส

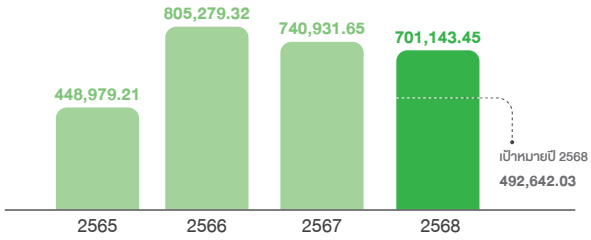
สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิ จำแนกตามขอบเขต

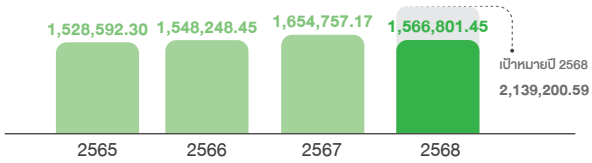
(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

กลุ่ม ซีพี ออลล์

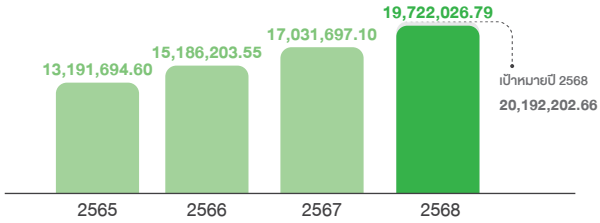
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1)



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (ขอบเขตที่ 2)

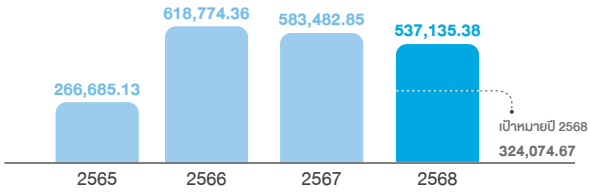


การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 3)

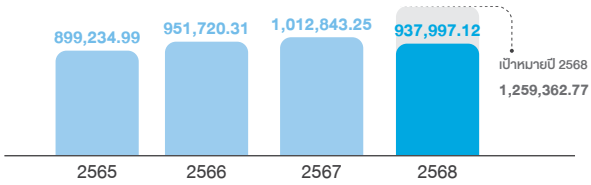


เฉพาะ ซีพี ออลล์

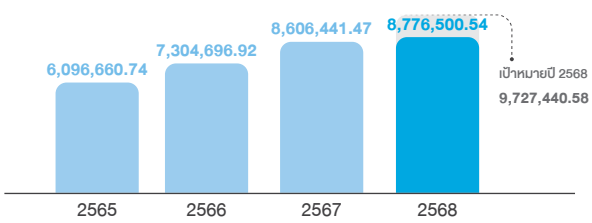
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1)



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (ขอบเขตที่ 2)



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 3)

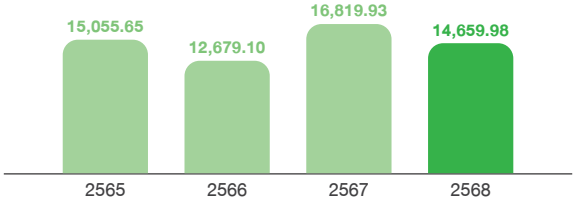


ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิ จำแนกตามแหล่งกำเนิด

(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

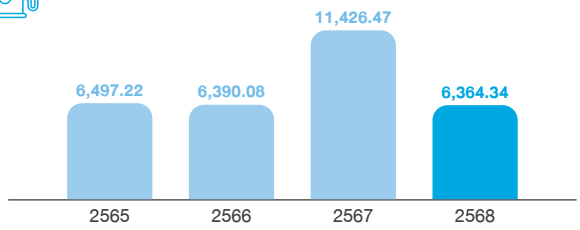
กลุ่ม ซีพี ออลล์

น้ำมันดีเซล



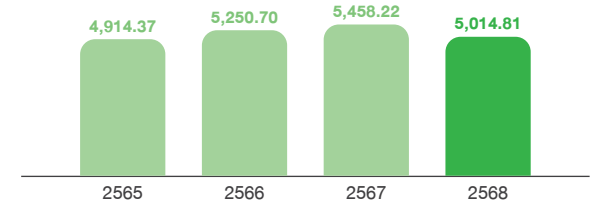
เฉพาะ ซีพี ออลล์

น้ำมันดีเซล

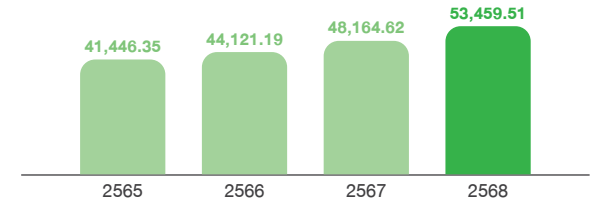


กลุ่ม ซีพี ออลล์

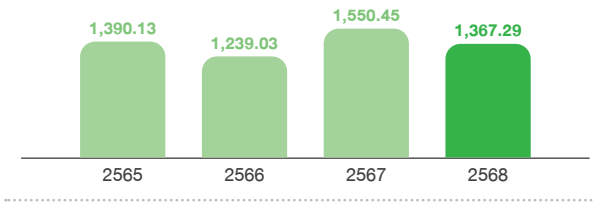
น้ำมันเบนซิน



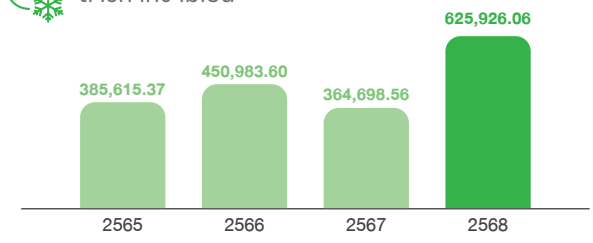
ก๊าซธรรมชาติ และก๊าซปิโตรเลียมเหลว



การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ

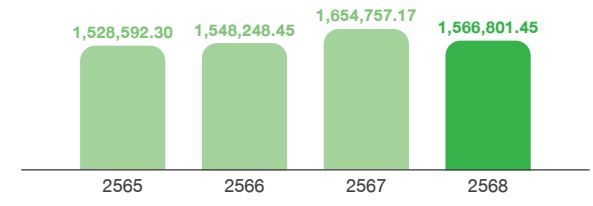


สารทำความเย็น

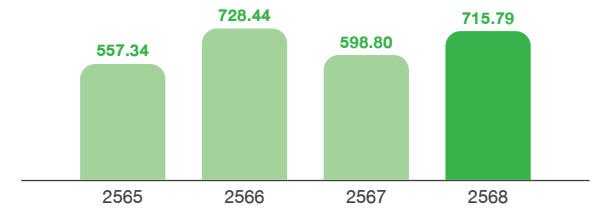


หมายเหตุ : ไม่รวมการใช้สารทำความเย็น R22 จำนวน 36,526 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก

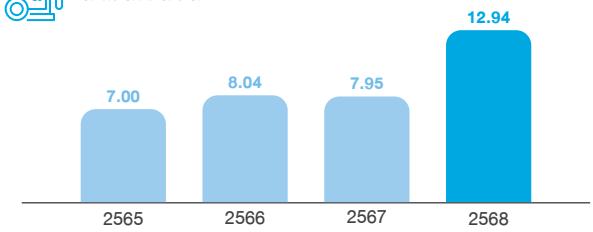


ก๊าซมีเทนจากระบบบำบัดน้ำเสีย

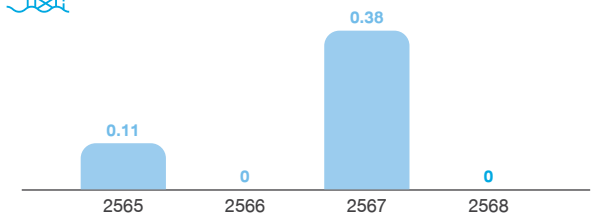


เฉพาะ ซีพี ออลล์

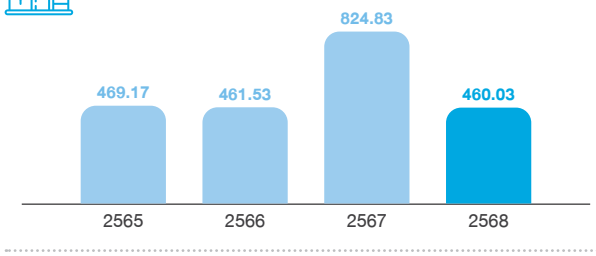
น้ำมันเบนซิน



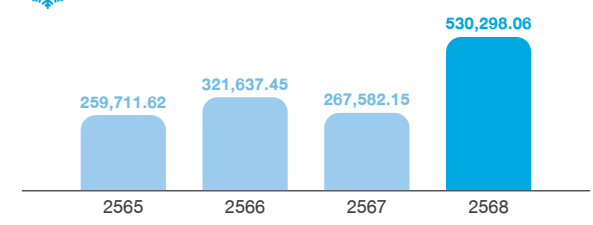
ก๊าซธรรมชาติ และก๊าซปิโตรเลียมเหลว



การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ

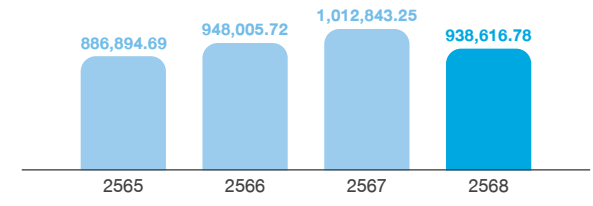


สารทำความเย็น



หมายเหตุ : ไม่รวมการใช้สารทำความเย็น R22 จำนวน 36,526 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

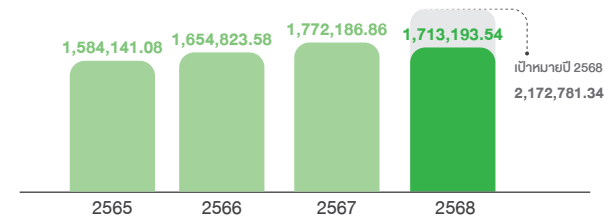
พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก



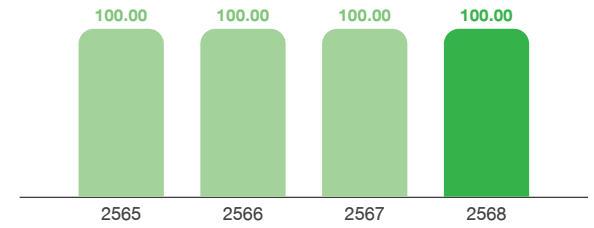
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 2 จำแนกตามการซื้อพลังงาน

(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

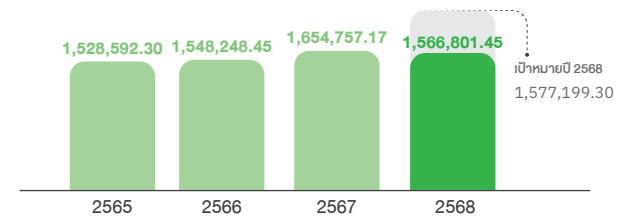
Location-based



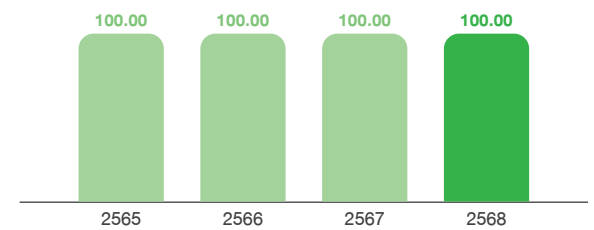
ขอบเขตข้อมูล (ร้อยละของรายได้)



Market-Based

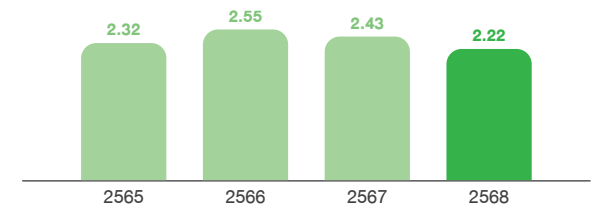


ขอบเขตข้อมูล (ร้อยละของรายได้)



ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อหน่วยรายได้

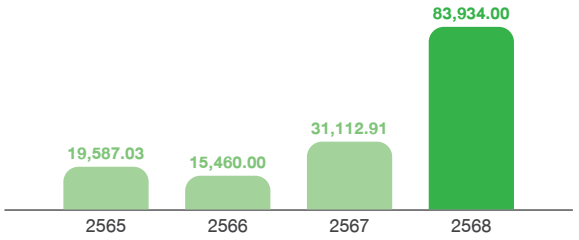
(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท)



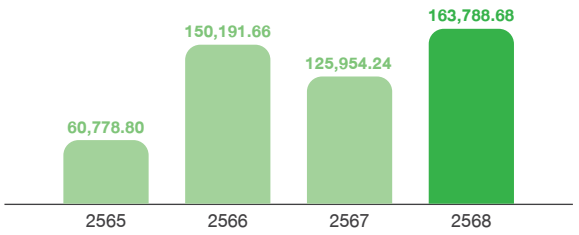
สรุปปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจก จากโครงการกลยุทธ์ลดคาร์บอน

(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

เพิ่มประสิทธิภาพ-ลดการใช้พลังงาน

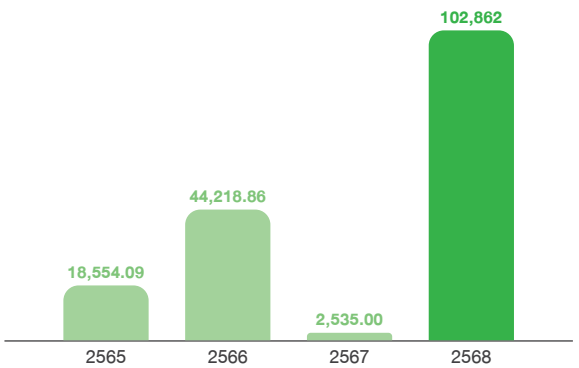


เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน



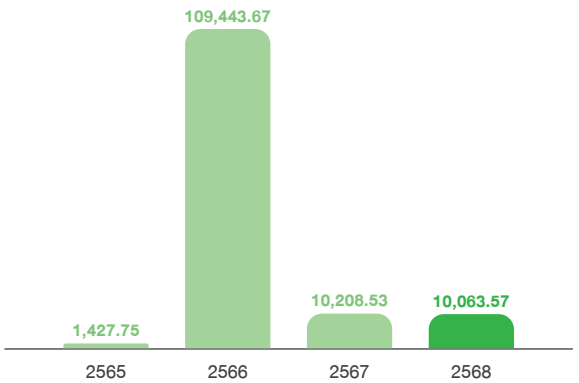
หมายเหตุ : การใช้พลังงานหมุนเวียน ประกอบด้วย การใช้พลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ การใช้พลังงานความร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ และการใช้พลังงานความร้อนใต้พิภพ

ลดการรั่วไหลและเปลี่ยนสารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



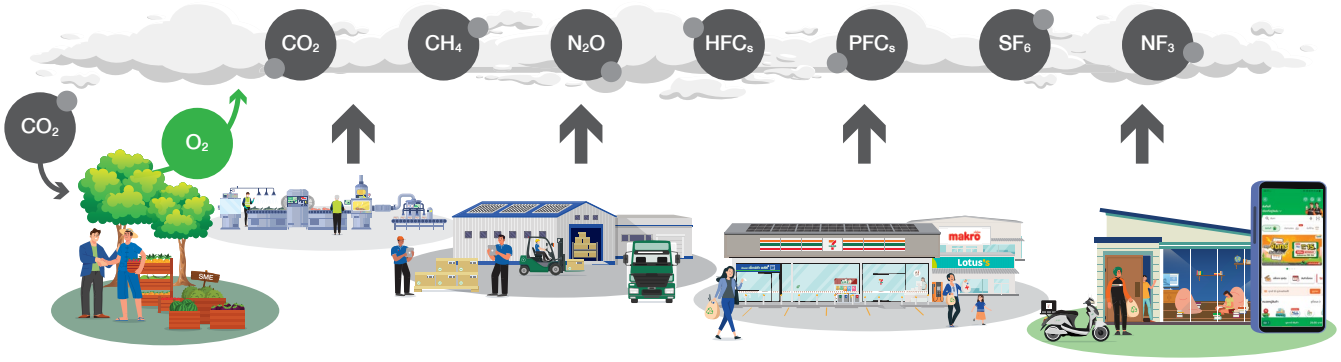
หมายเหตุ : ผลดำเนินการปี 2568 เกิดจากการขับเคลื่อนโครงการกลยุทธ์ลดการรั่วไหลและปรับปรุงการใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยขอบเขตของข้อมูลรวมซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย

การใช้ยานยนต์ไฟฟ้าในระบบการขนส่ง



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 จำแนกตามหมวดหมู่

(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



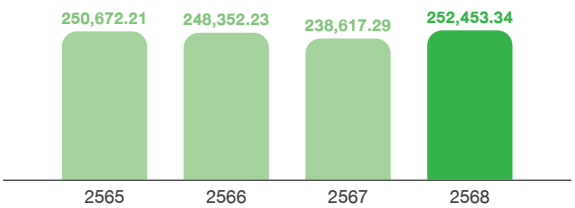
กิจกรรมต้นน้ำ		
การซื้อสินค้าและบริการ	16,834,579.12	ร้อยละ 85.36
สินค้าทุน	123,113.54	ร้อยละ 0.62
การได้มาซึ่งเชื้อเพลิงและพลังงานขององค์กร	599,501.49	ร้อยละ 1.64
การขนส่งและการกระจายสินค้าต้นน้ำ	322,863.35	ร้อยละ 3.04
การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ	80,741.99	ร้อยละ 0.41
การเดินทางเพื่อธุรกิจ	1,951.90	ร้อยละ 0.01
การเดินทางของพนักงาน	640,836.91	ร้อยละ 3.25

กิจกรรมปลายน้ำ		
การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าปลายน้ำ	1,089,223.88	ร้อยละ 5.52
การใช้งานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จำหน่าย	12,003.57	ร้อยละ 0.06
การจัดการซากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย	15,636.07	ร้อยละ 0.08
สินทรัพย์ให้เช่าขั้นปลายน้ำ	1,574.97	ร้อยละ 0.01

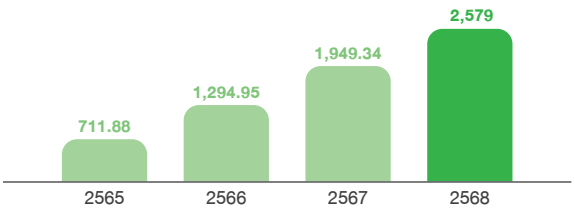
สรุปปริมาณลดและดูดซับก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

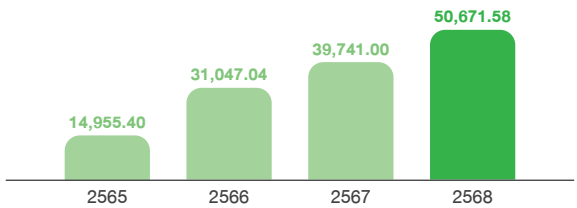
ลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง



ลดจากการบริจาคอาหารส่วนเกิน



การปลูกต้นไม้ในพื้นที่ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน



หมายเหตุ : การคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจก อ้างอิงเทียบเท่ากับอัตราการกักเก็บคาร์บอนของต้นสักอายุ 5 ปี จำนวน 1 ต้น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 23.26 tCO_2e ต่อ ต้นไม้ 1 ต้น

กรอบการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

1 การแสดงเจตจำนง
ในการลดผลกระทบทั้งปฏิบัติตามกฎหมายข้อบังคับ และสอดคล้องเป้าหมายสากล SDGs

2 การประเมินความเสี่ยงและโอกาส
โดยผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินความเสี่ยง ทั่วทั้งองค์กร ทั้งในระดับ Top-down และ Bottom-up Management โดยใช้กรอบการประเมิน TCFD

3 การกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และกลยุทธ์
ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และมีมาตรการบรรเทาห่วงโซ่คุณค่าของการดำเนินธุรกิจ

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

5 การประเมินและติดตามวัดผล
ติดตามความคืบหน้าเทียบเป้าหมาย รวมถึงวิเคราะห์แนวทางปรับปรุงผลดำเนินการโดยคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน ทุกไตรมาส

6 สื่อสารผู้มีส่วนได้เสีย
ถึงกลยุทธ์การดำเนินการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียและความคืบหน้า

การกำกับดูแลสภาพภูมิอากาศขององค์กร

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินการประเมินความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อวิเคราะห์ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจสูง โดยผลการประเมินดังกล่าวถูกนำมาบูรณาการเข้ากับกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร จากการประเมินพบว่า "การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ" เป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อธุรกิจในระยะยาว บริษัทจึงให้ความสำคัญในการบริหารจัดการและบรรเทาความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ผ่านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ เช่น การกำหนดเป้าหมายระยะยาว การวางแผนการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ การประเมินความเสี่ยงและโอกาสในห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการรายงานผลต่อหน่วยงานกำกับดูแลตามโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการของบริษัท เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังประเมินความสามารถของคณะกรรมการในด้านการกำกับดูแลประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยพิจารณาจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง ความรู้ความเชี่ยวชาญ และบทบาทในการขับเคลื่อนด้านความยั่งยืนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ กรรมการของ ซีพี ออลล์ มีประสบการณ์ในการกำกับดูแลนโยบายด้านสภาพภูมิอากาศในการดำเนินธุรกิจ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาแนวทางความยั่งยืนระดับประเทศมาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงดำรงตำแหน่งประธานเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย ซึ่งเป็นเครือข่ายประจำประเทศของโกลบอลคอมแพ็กแห่งสหประชาชาติในประเทศไทย

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- คำอธิบายการกำกับดูแลความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ โดยคณะกรรมการ
- แรงจูงใจในการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศ

โครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนและสภาพภูมิอากาศ

หน่วยงานกำกับดูแล	บทบาทและหน้าที่	ความถี่
คณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล (ระดับคณะกรรมการชุดย่อยที่รายงานตรงต่อคณะกรรมการบริษัท)	กำกับดูแลเชิงกลยุทธ์และนโยบาย (Strategic Oversight) • สอบทานและให้ความเห็นชอบต่อนโยบาย กลยุทธ์ และแผนการเปลี่ยนผ่านด้านภูมิอากาศ (Climate Transition Plan) เพื่อให้มั่นใจว่าสอดคล้องกับเป้าหมายระยะยาวของบริษัท • พิจารณาอนุมัติเป้าหมายด้านความยั่งยืนและสภาพภูมิอากาศ และติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ • สอบทานความครบถ้วนของกระบวนการระบุ ประเมิน และจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวเนื่องกับสภาพภูมิอากาศ (ทั้ง Physical Risk และ Transition Risk) รวมถึงโอกาสทางธุรกิจที่เกิดขึ้น	รายไตรมาส

หน่วยงานกำกับดูแล	บทบาทและหน้าที่	ความถี่
	• กำกับดูแลให้มั่นใจว่าความเสี่ยงด้านความยั่งยืนและภูมิอากาศได้ถูกผนวกรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร • ติดตามผลการดำเนินงานรายไตรมาส เพื่อพิจารณาความคืบหน้าของโครงการสำคัญและผลลัพธ์ตามตัวชี้วัดความยั่งยืน • สอบทานและชี้นำงบประมาณประจำปี กำกับดูแลรายจ่ายเงินทุนหลัก สร้างแรงจูงใจพนักงาน • ให้ความเห็นชอบรายงานความยั่งยืนก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อเปิดเผยต่อสาธารณะ • สรุปผลกิจกรรม ผลการประเมินความเสี่ยง และประเด็นสำคัญด้าน ESG รายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง • ถ่ายทอดนโยบายสู่คณะอนุกรรมการฯ และคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมให้คำแนะนำปรึกษาเพื่อแก้ไขอุปสรรคในระดับปฏิบัติการกำกับดูแลการจัดทำรายงานความยั่งยืนและรับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัทก่อนเปิดเผยต่อสาธารณะ	
อนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน	ผู้ผลักดันเชิงกลยุทธ์และกำกับดูแลแผนงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล โดยมีบทบาทหลักในด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ดังนี้ • พัฒนาและบูรณาการแผนการเปลี่ยนผ่านด้านภูมิอากาศ (Climate Transition Plan) เข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจ พร้อมกำหนดเป้าหมายที่วัดผลได้ในระดับองค์กร • ประเมินแนวโน้ม ความเสี่ยง และโอกาสด้านภูมิอากาศ (Scenario Analysis) ที่อาจส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินและการดำเนินธุรกิจ • สอบทานและกำหนด KPIs ด้านสิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ พร้อมติดตามความคืบหน้าเปรียบเทียบกับเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ • รายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและสภาพภูมิอากาศ เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนฯ (ระดับ Board) เพื่อขอความเห็นชอบ • ส่งเสริมการตระหนักรู้และสร้างการมีส่วนร่วมแก่พนักงานทุกระดับ เพื่อให้เกิดการนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิผล	รายไตรมาส
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	บูรณาการความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศสู่กรอบความเสี่ยงองค์กร (Climate Risk Integration) โดยมีบทบาทและความรับผิดชอบ ดังนี้ • สอบทานนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยง (ERM) ให้ครอบคลุมความเสี่ยงด้านภูมิอากาศ (Physical & Transition Risks) • สอบทานผลการประเมินความเสี่ยงด้านภูมิอากาศจากฝ่ายปฏิบัติการ และเสนอแนะแนวทางการตอบสนองต่อความเสี่ยง (Risk Response) เพื่อลดผลกระทบต่อมูลค่าองค์กร • ติดตามสถานะความเสี่ยงสำคัญ (Key Risk Indicators - KRIs) ที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศและรายงานต่อคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน และคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ • สอบทานความเหมาะสมของกรอบการบริหารความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจและกฎระเบียบที่เปลี่ยนแปลงไป	รายไตรมาส
ฝ่ายบริหารความยั่งยืนองค์กร	บริหารจัดการข้อมูลและประสานงาน โดยมีบทบาทและความรับผิดชอบ ดังนี้ • ติดตามข้อมูลและตัวชี้วัดด้านภูมิอากาศ (เช่น Scope 1, 2, 3) ครอบคลุมความถี่รายเดือนถึงรายปี เพื่อใช้ในการวิเคราะห์แนวโน้ม • ประสานงานข้ามสายงานในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและหารือประเด็นสำคัญด้านสภาพภูมิอากาศร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ (Working Groups) เพื่อผลักดันให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน • สนับสนุนฝ่ายบริหารความเสี่ยงในการระบุและติดตามประเด็นความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศในระดับปฏิบัติการ	รายเดือน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ www.cpall.co.th

การสร้างแรงจูงใจและความมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย

ตัวชี้วัด (KPIs) ผลการปฏิบัติงาน และการพิจารณาค่าตอบแทนที่เชื่อมโยงกับสภาพภูมิอากาศ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO)	เชื่อมโยงกับผลการประเมินความยั่งยืนในระดับสากล โดยเฉพาะคะแนน S&P Global Corporate Sustainability Assessment (CSA) ในหมวดกลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate Strategy) และการบรรลุเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกตามแผนระดับองค์กร เพื่อสะท้อนความเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนในระดับอุตสาหกรรม
ผู้บริหารระดับสูง (Executive Officers)	ผู้บริหารระดับ CEO-1 ถูกกำหนดให้เชื่อมโยงความสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายระยะยาวของตัวชี้วัด (KPIs) ลดการใช้พลังงาน (Energy Reduction) และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิ (Net GHG Reduction) สอดคล้องกับเป้าหมายระดับองค์กร และเป้าหมายความยั่งยืน มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ในปี 2593
ผู้จัดการหน่วยธุรกิจ (Business Unit Managers)	ผู้บริหารระดับ CEO-2 ของหน่วยงานบริหารความยั่งยืน หน่วยงานพัฒนาร้านสาขา หน่วยงานจัดซื้อ หน่วยงานศูนย์กระจายสินค้า ถูกกำหนดเป็นตัวชี้วัดหลัก (Core KPIs) ลดการใช้พลังงาน (Energy Reduction) และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิ (Net GHG Reduction) ในการประเมินผลงานประจำปี ค่าน้ำหนักเฉลี่ย 10-15% สอดคล้องกับเป้าหมายระดับองค์กร และเป้าหมายความยั่งยืน มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ในปี 2593

ระบบการบริหารจัดการการมีส่วนร่วมตัดสินใจในนโยบายสาธารณะของภาครัฐ หน่วยงานที่มีอำนาจการออกกฎระเบียบ และสมาคมการค้าด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทกำหนดให้การมีส่วนร่วมในนโยบายสาธารณะและการเป็นสมาชิกสมาคมการค้า เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีระบบการบริหารจัดการ การติดตาม และการประเมินความสอดคล้องของนโยบาย ดังนี้

1 โครงสร้างการกำกับดูแลและติดตาม

บริษัทกำหนดให้คณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน และหน่วยงานบริหารความยั่งยืนองค์กร ทำหน้าที่ติดตามและประเมินกิจกรรมของสมาคมการค้าและเครือข่ายที่บริษัทเป็นสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าการแสดงจุดยืนและการผลักดันนโยบายของสมาคมเหล่านั้นสอดคล้องกับเป้าหมาย ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593

2 การเข้าร่วมเครือข่ายเชิงกลยุทธ์เพื่อเป้าหมายความตกลงปารีส

บริษัทเข้าร่วมเป็นสมาชิกและมีบทบาทเชิงรุกในองค์กรตัวแทนภาครัฐและเอกชน เพื่อผลักดันนโยบายคาร์บอนต่ำในระดับประเทศ

- **เครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network: TCNN)**
  - > **บทบาท:** ในฐานะสมาชิกและคณะอนุกรรมการเครือข่าย บริษัทได้ร่วมเสนอข้อคิดเห็นและร่วมกำหนดแผนปฏิบัติการ (Action Plan) เพื่อสร้างแพลตฟอร์มแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และส่งเสริมกิจกรรมการลดก๊าซเรือนกระจกที่สร้างคุณค่าจากคาร์บอนเครดิตทั้งในและต่างประเทศ
  - > **ผลลัพธ์:** สนับสนุนนโยบาย การระดมทุนสีเขียว (Green Finance) และการปรับเปลี่ยนนโยบายองค์กรให้สอดคล้องกับ NDC (Nationally Determined Contributions) ของประเทศไทย
- **สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (UN GCNT)**
  - > **บทบาท:** ร่วมเป็น “ผู้ร่วมก่อตั้ง” (Co-founder) เพื่อร่วมผลักดันภาคเอกชนไทยให้ยกระดับมาตรฐานการรายงานและการปฏิบัติด้านสภาพภูมิอากาศตามหลักสากล

3 การขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะผ่านโครงการความร่วมมือ

บริษัทใช้ความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมค้าปลีกสนับสนุนภาครัฐในการออกกฎระเบียบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ

- นโยบายจัดการขยะพลาสติก เข้าร่วมคณะทำงาน PPP Plastic เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการจัดทำ แผนที่นำทางการจัดการขยะพลาสติกระยะที่ 2 โดยเน้นหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน
- นโยบายการบริโภคที่ยั่งยืน ลงนาม MOU “ร้านกาแฟสีเขียว” ร่วมกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นต้นแบบการลดพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้งในภาคบริการ ภายใต้นโยบาย 7Go Green และกลยุทธ์ “ลดพลาสติก”

4 กระบวนการเมื่อพบความไม่สอดคล้องของนโยบาย

แนวปฏิบัติในการดำเนินการกรณีที่สมาคมการค้ามีจุดยืนหรือการดำเนินกิจกรรมที่ไม่สอดคล้องกับเป้าหมายสภาพภูมิอากาศของบริษัท

- การสื่อสารเชิงรุก บริษัทใช้สิทธิในฐานะสมาชิกเพื่อแสดงข้อโต้แย้งและนำเสนอข้อมูลเพื่อปรับปรุงจุดยืนของสมาคม
- การทบทวนสถานะ หากไม่มีการปรับปรุงบริษัทจะพิจารณาลดระดับความร่วมมือ หรือยุติการเป็นสมาชิก เพื่อรักษาความโปร่งใส

การประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งอาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต โดยบริษัทได้แต่งตั้ง “คณะประเมินความเสี่ยงองค์กร” ทำหน้าที่ประเมิน วิเคราะห์ และติดตามปัจจัยความเสี่ยง ผลกระทบ ผลการประเมินดังกล่าวจะได้รับการพิจารณาและอนุมัติโดยคณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล

นอกจากนี้ ซีพี ออลล์ ได้ดำเนินการเปิดเผยข้อมูลด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อผู้มีส่วนได้เสีย ภายใต้กรอบการรายงานของคณะทำงานเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD) รวมทั้งจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

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



ในปี 2568 บริษัทได้วิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาส ทั้งในเชิงกายภาพ (Physical Risks) และเชิงการเปลี่ยนแปลง (Transition Risks and Opportunities) ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่สำคัญ รวมถึงมาตรการรับมือ ดังนี้

ความเสี่ยงเชิงกายภาพ (Physical Risks)

ความเสี่ยงน้ำท่วม

ผลกระทบต่อธุรกิจ	ระยะสั้น	ระยะกลาง	ระยะยาว
• การหยุดชะงักของกระบวนการผลิตและการให้บริการลูกค้าร้าน 7-Eleven • พนักงานที่ร้าน 7-Eleven ประสบภัยน้ำท่วม • รายได้ลดลง เนื่องจากจำหน่ายสินค้าในร้าน 7-Eleven ได้น้อยลง 5.47 บาท • สูญเสียโอกาสในการขาย เนื่องจากสินค้าขาดส่งจากศูนย์กระจายสินค้า • ค่าใช้จ่ายร้านสู้น้ำ ที่เพิ่มขึ้นจากร้านสาขาปกติ ต่อสาขา 120,000 บาท	กลาง	สูง	สูง

ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า

- การหยุดชะงักของการขนส่งสินค้าจากคู่ค้ามายังร้าน 7-Eleven
- ลูกค้าไม่สามารถเข้ามาเลือกซื้อสินค้าที่ 7-Eleven
- ชุมชนโดยรอบร้าน 7-Eleven ประสบภัยน้ำท่วม

มาตรการรองรับ

บริษัทได้ออกแบบโครงสร้างร้าน 7-Eleven ให้สามารถป้องกันความเสียหายจากน้ำท่วมภายใต้แนวคิด “ร้านสู้น้ำ” โดยพิจารณาการออกแบบ เช่น การกั้นกำแพงสูง ออกแบบพื้น และประตูป้องกันแรงดันน้ำ ระบบท่อ การติดตั้งปั๊มสูบน้ำ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หากเกิดเหตุน้ำท่วม บริษัทได้กำหนดแผนการดำเนินการจัดการ แบ่งออกเป็น 3 ช่วงการเกิดเหตุ ประกอบด้วย

ก่อนเกิดเหตุ (การป้องกันและเตรียมความพร้อม)

ติดตามสถานการณ์สภาพภูมิอากาศจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งประเมินความเสี่ยงสถานการณ์ เพื่อให้พนักงานสาขาเตรียมความพร้อมเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ และสินค้าไปยังที่ปลอดภัย พร้อมทั้งเตรียมอุปกรณ์สำหรับการกั้นน้ำเข้ามาภายในร้าน 7-Eleven ตลอดจนจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกแก่พนักงานร้านหากเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมฉับพลัน

ขณะเกิดเหตุ (การตอบสนองต่อเหตุการณ์)

- หากเกิดน้ำท่วมบริเวณรอบร้าน 7-Eleven จะต้องดำเนินการเฝ้าระวังน้ำท่วมเข้ามาภายในร้าน พร้อมทั้งขนย้ายอุปกรณ์และสินค้าไปยังพื้นที่ปลอดภัย ตลอดจนรายงานสถานการณ์ต่อศูนย์อำนวยการเผชิญเหตุน้ำท่วม
- หากเกิดเหตุน้ำท่วมเข้ามาภายในร้าน 7-Eleven จะต้องดำเนินการเปิดเครื่องสูบน้ำเพื่อระบายน้ำออกนอกร้าน และเตรียมอพยพพนักงานไปยังจุดอพยพที่จัดหาอย่างปลอดภัย
- หากเกิดน้ำท่วมสูงเกิน 30 เซนติเมตร หรือน้ำท่วมฉับพลันภายในร้าน 7-Eleven จะต้องอพยพพนักงานไปยังจุดรวมพลที่กำหนด และจัดการปฐมพยาบาลสำหรับพนักงานที่ได้รับบาดเจ็บ ตลอดจนสนับสนุนอาหาร เครื่องดื่ม และจุดพักพิงชั่วคราวสำหรับพนักงานได้รับผลกระทบ

หลังเกิดเหตุ (แผนฟื้นฟูและเยียวยา)

บริษัทดำเนินการตรวจเช็คอุปกรณ์ และปรับปรุง ฟื้นฟูร้าน 7-Eleven ที่ได้รับความเสียหาย พร้อมทั้งเยียวยาพนักงานผู้ได้รับผลกระทบ ตลอดจนจัดหาถุงยังชีพให้แก่ผู้ประสบภัยและให้การช่วยเหลือชุมชนโดยรอบ

ความเสี่ยงภัยแล้ง / น้ำกร่อย

ผลกระทบต่อธุรกิจ	ระยะสั้น	ระยะกลาง	ระยะยาว
• การผลิตและคุณภาพของสินค้าลดลง • ผลผลิตทางการเกษตรและวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ขาดแคลน • ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ที่เกิดจากตะกรันเกาะ 16.77 ล้านบาท	ต่ำ	ต่ำ	กลาง

ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า

- ผลผลิตทางการเกษตรและวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ของคู่ค้าลดลง
- สินค้าจากคู่ค้าไม่ได้คุณภาพและมาตรฐาน
- ผู้บริโภคอาจเกิดโรคเกี่ยวกับลำไส้จากการบริโภคสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน

มาตรการรองรับ

- สั่งซื้อถังน้ำสำรอง เพื่อใช้เก็บน้ำสำรองสำหรับใช้ในกระบวนการผลิตน้ำดื่มและน้ำใช้ ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ หรือขาดแคลนน้ำมากกว่า 1 สัปดาห์
- สั่งซื้อน้ำใช้ เพื่อสำรองน้ำที่ใช้ในการผลิตเฉพาะเครื่องดื่ม ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบการขาดแคลนน้ำ หรือพบปัญหาคุณภาพน้ำ
- ติดตั้งระบบ Reverse Osmosis (RO) ในพื้นที่ที่มีน้ำเค็ม เช่น ชายทะเล หรือพื้นที่ที่ใช้น้ำบาดาลที่มีความกระด้างของน้ำสูง เพื่อปรับสภาพน้ำที่ไม่ได้คุณภาพ อาทิ ความเค็ม ความกระด้าง ให้กลับมามีคุณภาพดี
- ติดตั้งระบบ Air Water เพื่อดึงน้ำในอากาศมาพัฒนาเป็นน้ำที่มีคุณภาพ ใช้ในร้าน 7-Eleven ในพื้นที่ที่ขาดแคลนน้ำดิบ หรือพื้นที่ที่มีความชื้นสัมพัทธ์สูง
- ให้ความรู้ และคำแนะนำแก่เกษตรกร เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิต โดยเจ้าหน้าที่ที่เชี่ยวชาญเริ่มตั้งแต่การปรับปรุงผืนดินให้เหมาะกับการเพาะปลูก กระบวนการปลูก การตัดแต่ง การคัดแยก การวางโรงเรือนที่เหมาะสม ตลอดจนสอนการใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยวางระบบเซนเซอร์ (Sensor) ควบคุมการใช้น้ำอัตโนมัติ การบันทึกข้อมูลออนไลน์ (Online) และการติดตามควบคุมผลผลิต
- จัดสรรน้ำที่ผ่านการบำบัดและมีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด จากบ่อเก็บน้ำธรรมชาติของโรงงานให้กับเกษตรกรรอบโรงงาน เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิต

ความเสี่ยงเชิงการเปลี่ยนแปลง (Transition Risks)

ความเสี่ยงกฎระเบียบเรื่องพลาสติก

ผลกระทบต่อธุรกิจ	ระยะสั้น	ระยะกลาง	ระยะยาว
• **ความเสี่ยง:** ค่าใช้จ่ายในการหาวัสดุทดแทนสูงขึ้นประมาณ 630.15 ล้านบาท • **โอกาส:** ส่งเสริมชื่อเสียงด้านการจัดการขยะพลาสติกและบริการที่ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	สูง	กลาง	กลาง

ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า

- **โอกาส:** ผู้มีส่วนได้เสียให้ความเชื่อมั่นด้านการจัดการขยะพลาสติกของบริษัท
- **โอกาส:** ส่งเสริมคู่ค้า ผู้บริโภค และชุมชนในการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ใหม่

มาตรการรองรับ

บริษัทได้เตรียมความพร้อม และดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ (Roadmap) ด้านการจัดการขยะพลาสติกเริ่มตั้งแต่ปี 2561-2573 โดยประยุกต์ใช้กรอบการดำเนินงานของ Extended Producer Responsibility (EPR) เพื่อขับเคลื่อนการลดมลพิษที่เกิดจากพลาสติก ตลอดจนมุ่งสู่การเป็นผู้นำในการลดใช้ถุงพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-Use Plastic) ผ่านการดำเนินโครงการกลยุทธ์การบริหารจัดการบัจุภัณฑ์และขยะพลาสติกอย่างยั่งยืนตลอดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ อาทิ โครงการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีการผลิตและการออกแบบด้วยแนวคิด Eco-Design โครงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมการนำกลับมาใช้ใหม่ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โครงการเรียกคืนบรรจุภัณฑ์ (Take-Back) โครงการส่งเสริมผู้บริโภค ลด เลิกใช้พลาสติก โครงการรีไซเคิล และโครงการรณรงค์ส่งเสริมผู้บริโภค ลด เลิกใช้พลางติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง นอกจากนี้ บริษัทยังได้ส่งเสริมให้คู่ค้าในห่วงโซ่อุปกทานมีส่วนร่วมในการจัดการขยะพลาสติกอย่างยั่งยืน โดยให้ความรู้และสนับสนุนการนำแนวคิด EPR ไปใช้ในการดำเนินงาน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 57-73

ความเสี่ยงกฎระเบียบ และข้อกำหนด พระราชบัญญัติ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ผลกระทบต่อธุรกิจ	ระยะสั้น	ระยะกลาง	ระยะยาว
• **ความเสี่ยง:** ส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินกิจการเพิ่มสูงขึ้นภายในองค์กร • **ความเสี่ยง:** ผู้ประกอบการรายใหญ่ SMEs อาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน จากการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นต์ ระบบซื้อขายสิทธิในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ระบบภาษีคาร์บอน การลงทุนในพลังงานหมุนเวียนเพื่อลดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	สูง	กลาง	กลาง

ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า

- **โอกาส:** ส่งเสริมในการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนภายในองค์กร
- **โอกาส:** ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า

มาตรการรองรับ

องค์กรได้ดำเนินการศึกษาพระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างละเอียด โดยเน้นไปที่การวิเคราะห์ผลกระทบต่อกระบวนการผลิตและการดำเนินงานขององค์กร รวมถึงการระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น จากนั้นได้จัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อลดผลกระทบและสร้างโอกาสทางธุรกิจ โดยมีมาตรฐานสำคัญ ดังนี้

- การปรับปรุงกระบวนการผลิต นำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ เช่น การใช้พลังงานหมุนเวียน การลดการใช้ทรัพยากร
- การพัฒนาระบบการจัดการพลังงานและการจัดการขยะให้มีประสิทธิภาพ
- การฝึกอบรมพนักงานทุกระดับ เพื่อให้พนักงานทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามแผน
- การสร้างความร่วมมือกับคู่ค้า ส่งเสริมให้คู่ค้าร่วมกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยให้ความรู้คู่ค้าจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก รวมถึงการพัฒนาร่วมอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างโอกาสทางธุรกิจ

ความเสี่ยงการตลาด

ผลกระทบต่อธุรกิจ

	ระยะสั้น	ระยะกลาง	ระยะยาว
• **ความเสี่ยง:** ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม • **โอกาส:** เกิดนวัตกรรมใหม่ที่เป็นผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ • เจาะตลาดลูกค้ากลุ่มใหม่ • **โอกาส:** ช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจ สร้างรายได้และกำไรที่ส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว • **โอกาส:** ส่งเสริมชื่อเสียงด้านบริการที่ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ต่ำ	กลาง	กลาง

ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า

- **โอกาส:** มีส่วนได้เสียรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์บริษัทในเชิงบวก
- **โอกาส:** ส่งเสริมผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

มาตรการรองรับ

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญต่อการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิตสินค้า ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบไปจนถึงกระบวนการผลิต การขนส่ง การนำไปใช้ และการกำจัดซาก
- ขอการรับรองขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization): TGO) เพื่อสร้างความรับรู้ให้แก่ผู้บริโภค

ความเสี่ยงชื่อเสียงและภาพลักษณ์

ผลกระทบต่อธุรกิจ	ระยะสั้น	ระยะกลาง	ระยะยาว
• **ความเสี่ยง:** ความต้องการสินค้าและบริการลดลงจากการรับรู้ภาพลักษณ์ของบริษัทในแง่ลบ • **ความเสี่ยง:** ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียต่อผลิตภัณฑ์ บริการและแนวทางการดำเนินธุรกิจ อาจส่งผลต่อชื่อเสียงและมูลค่าของแบรนด์	กลาง	กลาง	สูง

ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า

- **โอกาส:** ผู้มีส่วนได้เสียรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์บริษัทในเชิงบวก
- **โอกาส:** ส่งเสริมผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้บริโภค

มาตรการรองรับ

- กำหนดนโยบาย “เซเว่น โก กรีน” (7 Go Green) และกลยุทธ์ “ลดคาร์บอน” เพื่อให้มั่นใจว่าทุกจุดสัมผัสของธุรกิจมีการจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม
- กำหนดโครงการกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม
- นำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมหรือ Green Marketing มาปรับใช้กับธุรกิจ จัดกิจกรรมการตลาดหรือสร้างแคมเปญเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง อาทิ แคมเปญลดและทดแทน ชวนใช้ถุงผ้าทดแทน ชวนใช้กระบอกน้ำทดแทน เพิ่มเมนู ไม่รับถุงหลอด ช้อน ส้อม พลาสติกในแอปพลิเคชัน เซเว่นเดลิเวอรี่

เซเว่น โก กรีน (7 Go Green) เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง

บริษัทดำเนินงานภายใต้แนวคิด “7 Go Green” เพื่อสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชน สังคม และประเทศ ผ่านการบูรณาการมิติด้านสภาพภูมิอากาศเข้ากับห่วงโซ่คุณค่า ครอบคลุมการดำเนินงานของร้าน 7-Eleven, ศูนย์กระจายสินค้า, สำนักงาน, ธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง (Makro & Lotus’s) และโรงงานผลิต โดยมีเป้าหมายหลักในการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 ขับเคลื่อนผ่านกลยุทธ์ 2 ลด มุ่งเน้นการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมผ่านสองภารกิจหลัก ได้แก่ “ลดพลาสติก” และ “ลดคาร์บอน” ด้วย “นวัตกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม” ควบคู่ไปกับการส่งเสริม “ความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG” ตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันและแสดงความรับผิดชอบต่อโลกอย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืนและเศรษฐกิจหมุนเวียน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ยึดมั่นในหลักการ “บรรจุภัณฑ์สีเขียว” (Green Packaging) เพื่อเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนคาร์บอนต่ำตลอดห่วงโซ่คุณค่า บริษัทมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ผ่านกลยุทธ์ 2 ลด “ลดพลาสติก” “ลดคาร์บอน” เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการผลิตและการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน

ในปี 2568 บริษัทได้ยกระดับการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์ให้ครอบคลุมตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ตั้งแต่การออกแบบเชิงนิเวศ (Eco-design) ที่คำนึงถึงประสบการณ์ของผู้บริโภคควบคู่กับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไปจนถึงการพัฒนาระบบการเก็บกลับ (Take-back System) เพื่อนำกลับมาใช้ซ้ำหรือรีไซเคิล โดยดำเนินโครงการเชิงกลยุทธ์ “ลดพลาสติก” ภายใต้ 3 แนวทางหลัก ดังนี้

1. ลดการใช้พลาสติก ณ แหล่งกำเนิด
2. ลด และทดแทนการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ณ ขั้นตอนการบริโภค
3. ลดขยะบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค

ผลลัพธ์ปี 2568

- ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) จากโครงการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร **ร้อยละ 2.47 (1,622 ตัน)**
- ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Material) **ร้อยละ 3.33 (2,185 ตัน)**
- ลดปริมาณการใช้พลาสติกชนิดครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) **ร้อยละ 40 (25,981 ตัน)**
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **252,453 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
- บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เก็บกลับไปรีไซเคิล (Take Back) **ร้อยละ 2.17 (1,425 ตัน)**
- บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled Post-consumer Packaging) **ร้อยละ 9.66 (6,331 ตัน)**

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 57-73

การยกระดับการบริหารจัดการเพื่อการเปลี่ยนผ่านสู่ธุรกิจคาร์บอนต่ำ

บริษัทยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการแสดงความรับผิดชอบต่อการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ (Climate Action) ซึ่งเป็นหนึ่งในความท้าทายที่สำคัญที่สุดของโลกในปัจจุบัน บริษัทตระหนักดีว่าการเปลี่ยนผ่านสู่ธุรกิจคาร์บอนต่ำไม่ใช่เพียงพันธกิจด้านสิ่งแวดล้อม แต่คือการสร้าง ความยืดหยุ่นทางธุรกิจ (Business Resilience) และการยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันในระยะยาว ขับเคลื่อนผ่านกลยุทธ์ 2 ลด “ลดคาร์บอน” โดยบูรณาการนวัตกรรมและเทคโนโลยีสีเขียวเข้ากับทุกกระบวนการในห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) อย่างเป็นรูปธรรม ผ่าน 4 มาตรการหลัก ดังนี้

1. เพิ่มประสิทธิภาพลดการใช้พลังงาน
2. ลดความสูญเปล่าจากการใช้พลังงาน
3. เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน
4. ลดการรั่วไหลและเปลี่ยนสารทำความเย็นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1 เพิ่มประสิทธิภาพ-ลดการใช้พลังงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ยึดมั่นในการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจและการอนุรักษ์ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยบูรณาการกลยุทธ์การบริหารจัดการพลังงาน เข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การออกแบบและก่อสร้างอาคารตามมาตรฐานอาคารเขียว (Green Building Standard) ไปจนถึงการติดตั้งและปรับปรุงอุปกรณ์ไฟฟ้าเทคโนโลยีประสิทธิภาพสูง ผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพลดการใช้พลังงานเชิงบูรณาการ ครอบคลุมพื้นที่ปฏิบัติงาน ได้แก่ ร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า สำนักงาน ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร โลตัส และโรงงานผลิต เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรมในทุกมิติ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บทประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร หน้า 224-225

ผลลัพธ์ปี 2568

- ลดการใช้พลังงาน 134,751 เมกกะวัตต์-ชั่วโมง
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 83,934 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

2 ลดความสูญเปล่าจากการใช้พลังงาน

บริษัทเชื่อมั่นว่าการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดเริ่มต้นจาก “คน” เราจึงมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมการใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า โดยมุ่งเน้นการระบุและขจัดความสูญเปล่าที่เกิดจากการใช้งานเกินความจำเป็น (Unnecessary Use) และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้งานของพนักงานในทุกพื้นที่ปฏิบัติงาน เพื่อเปลี่ยนพลังของพนักงานให้เป็นพลังในการขับเคลื่อนเป้าหมายมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ร่วมกัน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บทประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร หน้า 226

ผลลัพธ์ปี 2568

- ลดการใช้พลังงาน 1,180 เมกกะวัตต์-ชั่วโมง
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 519.24 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

3 เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

บริษัทมุ่งมั่นที่จะเปลี่ยนผ่านโครงสร้างการใช้พลังงานไปสู่แหล่งพลังงานสะอาด (Clean Energy Transition) เพื่อลดการพึ่งพาพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลและบรรเทาผลกระทบจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขต 2) เราตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนการผลิตและใช้พลังงานหมุนเวียนในทุกพื้นที่ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ระบบเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและเสริมสร้างความมั่นคงทางด้านพลังงานในระยะยาว ผ่านโครงการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคา (Solar Rooftop) ครอบคลุมทั้งในส่วนของร้านสาขา 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Centers) สำนักงาน ศูนย์จำหน่ายแม็คโคร โลตัส และโรงงานผลิต

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บทประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร หน้า 227

ผลลัพธ์ปี 2568

- ลดการใช้พลังงานจากแหล่งฟอสซิล 372,247.01 เมกกะวัตต์-ชั่วโมง
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 163,788.68 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

4 ลดการรั่วไหลและเปลี่ยนสารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากการรั่วไหลของสารทำความเย็นที่มีค่าศักยภาพในการทำให้เกิดโลกร้อนสูง (High Global Warming Potential: GWP) เราจึงมุ่งมั่นบริหารจัดการระบบทำความเย็นตลอดอายุการใช้งาน ตั้งแต่การเลือกใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบรอยรั่ว ไปจนถึงการเปลี่ยนผ่านสู่สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีค่า GWP ต่ำ เพื่อลดผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศอย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์ปี 2568

- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสะสม **102,862 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

การบริหารจัดการโลจิสติกส์สีเขียว

บริษัทมุ่งมั่นยกระดับระบบโลจิสติกส์สู่รูปแบบ “ศูนย์กระจายสินค้าสีเขียว” ผ่านการบูรณาการนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดในกระบวนการไหลเวียนสินค้า ตั้งแต่การออกแบบโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการคลังสินค้า ไปจนถึงการกระจายสินค้าสู่ร้าน 7-Eleven และผู้บริโภคปลายทาง ภายใต้การดำเนินงาน ดังนี้

การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งและการจัดการเส้นทาง (Route Optimization & Load Efficiency)

- Smart Routing นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการวางแผนเส้นทางการขนส่งให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เพื่อลดระยะทางรวมในการขนส่งและหลีกเลี่ยงเส้นทางที่มีการจราจรหนาแน่น
- Backhaul Management เน้นการบริหารจัดการรถเที่ยวเปล่า (Backhaul) ปรับเปลี่ยนขนาดรถขนส่งให้สามารถเพิ่มอัตราการบรรทุกสินค้าได้มากขึ้นร้อยละ 30 ต่อเที่ยวเพื่อลดการใช้เชื้อเพลิง

การเปลี่ยนผ่านสู่ยานยนต์พลังงานสะอาด (Green Fleet Transition)

เริ่มนำรถขนส่งไฟฟ้า (EV Electric Vehicle / EV Bike) มาใช้ในการกระจายสินค้า โดยเฉพาะพื้นที่เขตเมืองและชุมชน เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และมลพิษทางอากาศ (PM 2.5)

ผลลัพธ์ปี 2568

- จำนวนยานยนต์ไฟฟ้าในการขนส่งและจัดส่งสินค้า **1,135 คัน**
- จำนวนรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าทั้งหมด **1,700 คัน**
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **10,064 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

การพัฒนาและสรรหาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับบริษัท ซีพีแรม จำกัด ขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตสินค้า เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวทางการเติบโตอย่างยั่งยืนและการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยได้ดำเนินการประเมินปริมาณการปล่อยและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่ง การใช้งานของผู้บริโภค ไปจนถึงการจัดการซากผลิตภัณฑ์หลังการใช้ พร้อมทั้งดำเนินการขึ้นทะเบียนและขอรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

โดยในปี 2568 บริษัทมีสินค้าขึ้นทะเบียนรับรองฉลากสินค้าคาร์บอน (Carbon Footprint Product Label) จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ข้าวผัดเม็ดหน่อไม้ไก่ ข้าวผัดคะน้าปลาเค็ม สร้างยอดขายรวมกว่า 107.42 ล้านบาท

การสร้างวัฒนธรรมและสร้างความตระหนักด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนด้วยการสร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมความรับผิดชอบด้านการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมแก่บุคลากรทุกระดับ ตั้งแต่ระดับบริหารจนถึงพนักงานสายปฏิบัติการ ร้านสาขา และศูนย์กระจายสินค้าทั่วประเทศ รวมถึงบริษัทในกลุ่มธุรกิจ

บริษัทดำเนินกลยุทธ์สื่อสารและสร้างการเรียนรู้เชิงรุก (Proactive Learning & Engagement) ผ่านการบูรณาการช่องทางสื่อสารในรูปแบบ Omni-channel ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงพนักงานได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- การทบทวนและประเมินความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมผ่านแบบทดสอบ ESG Quiz สำหรับพนักงานทุกระดับ
- การจัดอบรมให้ความรู้เรื่องความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศแก่ Risk Champion เพื่อเสริมศักยภาพในการบริหารความเสี่ยงขององค์กร
- การเผยแพร่แนวปฏิบัติการประหยัดพลังงานในสำนักงานและร้าน 7-Eleven ผ่านสื่อโปสเตอร์และสื่อประชาสัมพันธ์
- การผนวกประเด็นความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมเข้าสู่กระบวนการบริหารความเสี่ยงขององค์กร เพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์และการดำเนินงาน
- การสื่อสารข้อมูลและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอีเมลและแอปพลิเคชัน LINE เพื่อกระจายความรู้ได้อย่างทั่วถึง
- การจัดกิจกรรมปลูกต้นไม้ภายในองค์กรและร่วมกับหน่วยงานภายนอก เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวและลดคาร์บอนในชุมชน
- การสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับผ่านโครงการ “7ส.” ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

โดยในปี 2568 มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานจำนวน 197,018 คน ทั่วประเทศ นอกจากนี้ บริษัทได้มีการประเมินการรับรู้และความเข้าใจด้านความยั่งยืนของพนักงานทุกระดับของกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ พบว่าร้อยละ 100 ของพนักงานรับรู้และเข้าใจ

การส่งเสริมวิถีชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างจิตสำนึกรักษ์โลก

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการสร้างวิถีชีวิตที่ยั่งยืนผ่านแนวคิด “Green Living” โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือพหุภาคีร่วมกับลูกค้า ชุมชน ภาครัฐ องค์กร ไม่แสวงหากำไร (NGOs) และพันธมิตรระดับสากล เพื่อบูรณาการองค์ความรู้และสร้างความตระหนักรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในวงกว้าง โดยมุ่งเน้นการเปลี่ยนผ่านจาก “ความรู้” สู่ “การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม” เพื่อร่วมกันปกป้องสภาพภูมิอากาศและระบบนิเวศของประเทศ ผ่าน 4 แนวทางหลัก ดังนี้

1. สร้างจิตสำนึกปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค
2. ลดอาหารส่วนเกิน อาหารสร้างบุญ
3. ลดขยะ เพิ่มประโยชน์ คัดแยกขยะ รวบรวม ส่งต่อไปรีไซเคิล
4. เพิ่มพื้นที่สีเขียว ปกป้อง ฟื้นฟูระบบนิเวศ

ผลลัพธ์ปี 2568

- ลดขยะอาหารสู่การฝังกลบ 39,884.66 ตันต่อปี
- ส่งมอบอาหารส่วนเกิน 4.28 ล้านมื้ออาหาร ให้กับ 2,649 ชุมชน
- จุดคัดแยกขยะทุกสาขาทั่วประเทศ
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 100,908.19 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- ปลูกต้นไม้สะสม 240,915 ต้น จากโครงการลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทั้งทางบกและทางน้ำ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ บทการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน หน้า 75

▶ บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 57

▶ บทการปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ หน้า 235

การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน



> “ซีพี ออลล์ มุ่งเปลี่ยน “บรรจุภัณฑ์” ให้เป็นมิตรต่อโลก ผ่านนวัตกรรมวัสดุยั่งยืน แคมเปญลดใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง และระบบเก็บกลับ เพื่อส่งต่อความสะดวกที่มาพร้อมความรับผิดชอบสู่มือผู้บริโภคทั่วประเทศ”

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG8

ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับทุกคน

8.4 พัฒนาความมีประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรของโลกในการบริโภคและการผลิต และพยายามที่จะตัดความเชื่อมโยงระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม



SDG12

สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และผลิตที่ยั่งยืน

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

12.5 ลดการผลิตของเสียโดยการป้องกัน การลด การแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำมาใช้ซ้ำ

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มทั่วโลก ได้เร่งให้เกิดความต้องการบรรจุภัณฑ์พลาสติก ซึ่งแม้จะมีคุณสมบัติโดดเด่นด้านความทนทานและประสิทธิภาพเชิงต้นทุน แต่ก็เป็นสาเหตุหลักของการเพิ่มขึ้นของขยะและไมโครพลาสติก (Microplastics) อนุภาคขนาดเล็กที่ปนเปื้อนในดิน น้ำ และห่วงโซ่อาหาร ซึ่งคุกคามระบบนิเวศและสุขภาพในระยะยาว ดังนั้นการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนจึงกลายเป็นวาระเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญยิ่ง โดยการคัดเลือกและออกแบบวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการนวัตกรรมและกระบวนการกำจัดบรรจุภัณฑ์พลาสติกหลังการบริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นแรงผลักดันสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท มุ่งเน้นให้บรรจุภัณฑ์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่มีความตระหนักและใส่ใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมได้อย่างแท้จริง ทั้งในด้านความปลอดภัยคุณภาพ ความสะดวกในการใช้งาน พร้อมทั้งสนับสนุนการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ผ่านพนักงานที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตและขนส่งตลอดห่วงโซอุปทานให้มีทักษะสำหรับการออกแบบและเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ
2. **การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า** — พนักงาน, ภาครัฐ
3. การจัดส่ง และกระจายสินค้า
4. **การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ** — พนักงาน, คู่ค้า, ลูกค้า, ภาครัฐ
5. **การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย** — ภาครัฐ

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

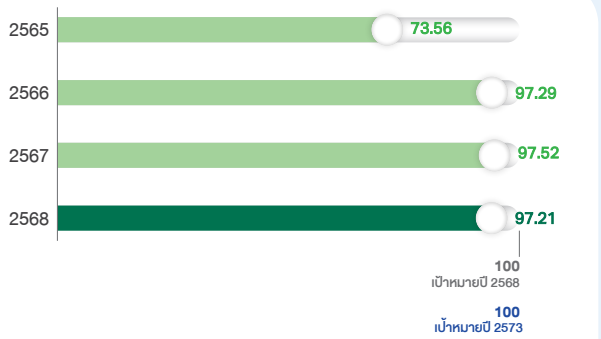
มิติด้านความยั่งยืน - มิติด้านสิ่งแวดล้อม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ - Significant Material Topics

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ

(หน่วย: ร้อยละ)



หมายเหตุ : ข้อมูลปี 2565-2567 ได้รับการคำนวณใหม่ (Recalculation) โดยรวมข้อมูลของ ซีพี แอ็กซ์ตร้า เพื่อความครบถ้วนและสามารถเปรียบเทียบแนวโน้มได้ถูกต้อง



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ จากโครงการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร
ร้อยละ 2.60 (1,622 ตัน)

ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล
ร้อยละ 1.99 (1,240 ตัน)

ลดใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง
ร้อยละ 41.64 (25,981 ตัน)

ปริมาณบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เก็บไปรีไซเคิล
ร้อยละ 2.28 (1,425 ตัน)

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำกลับมาใช้ใหม่
ร้อยละ 10.15 (6,331 ตัน)



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

- การลดพลาสติกต้นทาง (Upstream plastic reduction) ป้องกันการเกิดขยะ
- โครงการต่อเนื่อง “ลด และ ทดแทน” พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ปีที่ 10
- โครงการเก็บกลับคืน (Take-back) จุด Drop point
- แคมเปญ ถุงผ้าบาร์โค้ด แคมเปญ ถุงยืม Upcycling

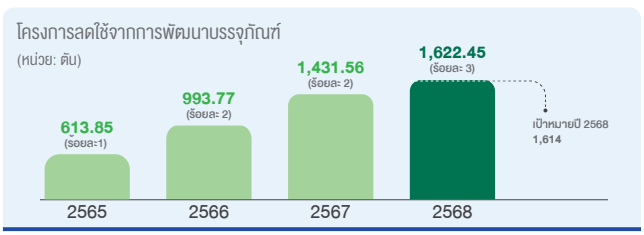
แนวทางการดำเนินงาน

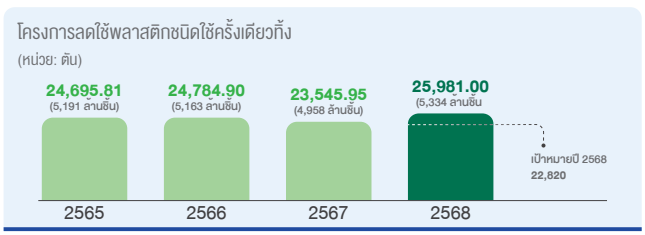
การลดปริมาณขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติกเป็นประเด็นที่ต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข บริษัทจึงมุ่งมั่นพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อยกระดับการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างครบวงจร ตามนโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงมือผู้บริโภค ภายใต้กลยุทธ์ความยั่งยืนระดับองค์กร “กลยุทธ์ 2 ลด” การลดการปล่อยคาร์บอน และการลดการใช้พลาสติก ได้แก่ การวิจัยและพัฒนา บรรจุภัณฑ์เพื่อลดใช้พลาสติกตั้งแต่ต้นทาง การลดใช้พลาสติกชนิดครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) และการนำพลาสติกชนิด rPET มาใช้ในบรรจุภัณฑ์อาหาร ดำเนินงานสอดคล้องกับหลักการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต (Extended Producer Responsibility: EPR) รวมถึงติดตามกฎหมาย ข้อบังคับ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์ เช่น การห้ามใช้บรรจุภัณฑ์บางประเภทในการห่อหุ้มสินค้าและขนส่งผลิตภัณฑ์ เพื่อควบคุมให้บรรจุภัณฑ์ของบริษัทเป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมาย รวมถึงการขยายความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมครอบคลุมไปจนถึงการจัดการบรรจุภัณฑ์หลังบริโภค บริษัทให้ความสำคัญกับกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบการปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการทบทวนนโยบายและกำหนดแผนการดำเนินงานในอนาคต เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน มุ่งมั่นในการลดการสร้างขยะบรรจุภัณฑ์ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้เสีย ร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ การจัดวางจุดรับคืนขวด PET หรือวัสดุหมุนเวียน รวมถึงส่งเสริมการสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างถูกวิธี เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อแนวทางปฏิบัติในระดับประเทศและระดับสากล

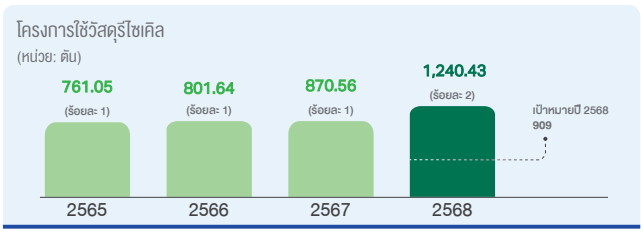
สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

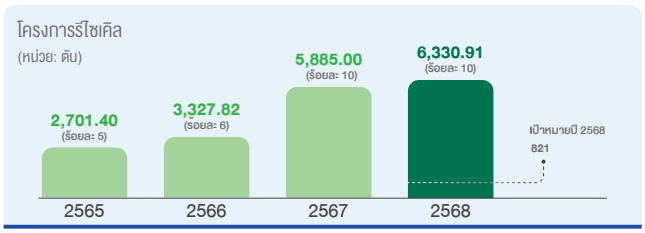
สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

ลดใช้พลาสติกบริสุทธิ์จากโครงการกลยุทธ์









รับคืนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วจากผู้บริโภค (Take-back)



ขวดน้ำดื่มพลาสติก **85 ตัน**



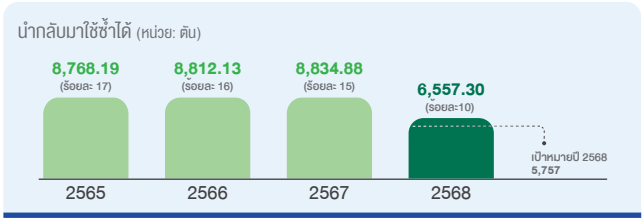
พลาสติกอื่น ๆ **1,339 ตัน**

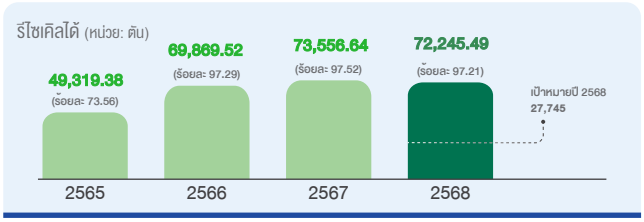


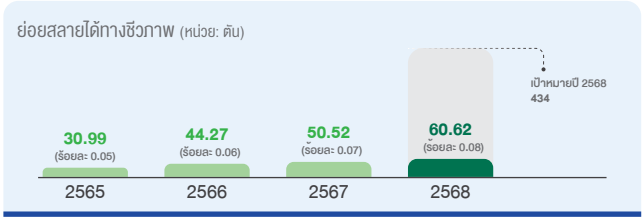
ลังกระดาษ **58,019 ตัน**

* แนวทางหรือวิธีการเก็บข้อมูล อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ โครงการ ตู้ Rebom โครงการตู้ Drop point ร่วมกับ Wastebuy หน้า 70-71 โครงการ Recycling Station หน้า 71 และโครงการ CPRAM Take-back หน้า 71

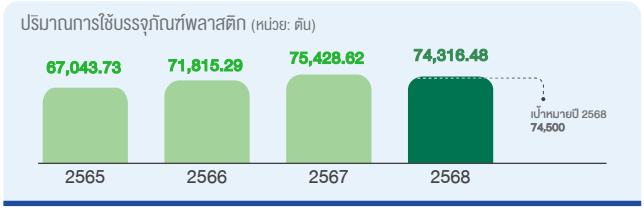
ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม







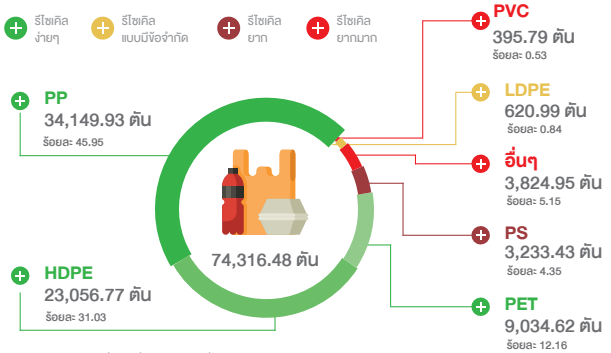




ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช่พลาสติก

	น้ำหนักรวม (ตัน)	วัสดุรีไซเคิล และ/หรือ ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)	เป้าหมายปี 2568 (ร้อยละ)
ไม้ กระดาษ	4,865	29.95	20
โลหะ (เหล็ก อลูมิเนียม)	0	0	0
แก้ว	0	0	0

ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก จำแนกตามประเภท (หน่วย: ตัน)



หมายเหตุ : ข้อมูลปี 2565-2567 ได้รับการคำนวณใหม่ (Recalculation) โดยรวม ข้อมูลของ ซีพี แอ็กซ์ตร้า เพื่อความครบถ้วนและสามารถเปรียบเทียบแนวโน้มได้ถูกต้อง

โครงการที่สำคัญ ปี 2568

แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

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



1. ลดการใช้ ณ แหล่งกำเนิด

ประกาศใช้นโยบาย “บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน” กำหนดทิศทาง กรอบการดำเนินการ กลยุทธ์แผนงานและส่งเสริมงานวิจัย เพื่อพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน ศึกษาบรรจุภัณฑ์ทางเลือกใหม่ รวมถึงส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม





2. ลดและทดแทนการใช้ ณ ขั้นตอนการบริโภค

ริเริ่มโครงการกลยุทธ์ในการลดการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) พร้อมทั้งริเริ่มแคมเปญเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของลูกค้า สังคม ชุมชน

3. จัดการขยะบรรจุภัณฑ์ภายหลังการบริโภค

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



บริษัทได้ดำเนินงานตามมาตรการด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน ดำเนินงานตรวจวัดและจัดเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานในทุกขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง เพื่อประสิทธิภาพในการประเมินผลลัพธ์และประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการ อาทิ โครงการใช้บรรจุภัณฑ์ซ้ำ โครงการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปรีไซเคิล โครงการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง โครงการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิล โครงการส่งเสริมการรีไซเคิลบรรจุภัณฑ์ การจัดสรรทรัพยากรด้านการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนและโซลูชันทางเลือก ทั้งนี้บริษัทได้ดำเนินการมุ่งเน้นโครงการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์นวัตกรรม เพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สนับสนุนเป้าหมายด้านความยั่งยืนในระยะยาว

1 การลดพลาสติกต้นทาง ป้องกันการเกิดขยะ

ซีพี ออลล์ ลดการใช้ทรัพยากรและวัสดุที่ไม่จำเป็น รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น และสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastics) **1,534 ตัน** (จากการลดพลาสติก)
- ลดใช้สติ๊กเกอร์ **251 ล้านชิ้น**
- ใช้วัสดุรีไซเคิล **2,509 ตัน**
- ใช้วัสดุที่สามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ **819 ตัน**
- ใช้กระดาษจากแหล่งที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน **2,494 ตัน**
- ลดปริมาณขยะพลาสติก **6,557 ตัน** (จากการใช้ซ้ำ)

โครงการออกแบบ วิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ซีพี ออลล์ ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน บริษัทใช้แนวทาง “การออกแบบเชิงนิเวศ (Eco-Design)” เป็นหลักการสำคัญในการพัฒนาและวิจัยบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าในกลุ่ม Private Brand โดยผสานความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับคู่ค้าในทุกขั้นตอนการออกแบบ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถลดการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) ได้ตั้งแต่ต้นทาง แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบในการจัดการทรัพยากรและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม ก่อนที่ผลิตภัณฑ์จะถึงมือผู้บริโภค

ลดความหนาของพลาสติก
ให้มีความเหมาะสมกับการใช้งาน รวมลดใช้ 261 ตัน



ถุงกล้วยหอมทอง

จาก 30 ไมครอน เป็น 25 ไมครอน



ถาดอาหาร (Food Place)

จาก 0.50 มิลลิเมตร เป็น 0.47 มิลลิเมตร



ถาดสลัดอิ่มคุ้ม

จาก 0.5 มิลลิเมตร เป็น 0.4 มิลลิเมตร



ถาดอิ่มคุ้ม 1 หลุม สีขาว

จาก 0.8 มิลลิเมตร เป็น 0.75 มิลลิเมตร



สติกเกอร์สำหรับสินค้าแช่แข็ง

จาก 90 ไมครอน เหลือ 80 ไมครอน

ร่วมมือกับคู่ค้าปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์
รวมลดใช้ 1,642 ตัน



ถาด 2 หลุม Top Seal
ใช้ฟิลม์ปิดฝาถาด (Top Seal)
แทนฝาพลาสติกที่ติดสติ๊กเกอร์ด้านบน



ซองกระดาษขนมปังปิ้ง
ลดการใช้กระดาษเคลือบ PE
เป็นกระดาษ Grease proof



ถ้วยกับข้าว 21 ออนซ์
เปลี่ยนสูตรพลาสติกในการผลิต



ถ้วยขนมหวานทานเย็น
ออกแบบ Design ใหม่



แก้วน้ำแข็ง 22 ออนซ์
เปลี่ยนกระบวนการผลิตจาก Injection
เป็น Thermoform และเปลี่ยนวัสดุ
จาก PP เป็น PET



ช้อนสั้น New Design
ออกแบบ Design ใหม่



กล่องครึ่งอิ่มข้าวผัดปู ถาด 1 หลุม
ใช้ฟิลม์ปิดฝาถาด (Top Seal)
แทนฝาพลาสติกที่ติดสติ๊กเกอร์ด้านบน



ฝายกดื่ม PP รูปแบบใหม่ (new design)
พัฒนาฝาแก้วเครื่องดื่มเย็นรูปแบบใหม่ (New Design) โดยเปลี่ยนวัสดุจาก PET
เป็น PP เพื่อให้เป็นบรรจุภัณฑ์เนื้อเดียว (Mono-material) ชนิดเดียวกับตัวแก้ว
ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการนำกลับมารีไซเคิลตามมาตรฐาน D4R

ยกเลิกหรือลดการใช้สติ๊กเกอร์
ลดใช้รวม 673 ตัน



อาหารไทยแช่เย็น
ซีพีแรม พัฒนานวัตกรรม ฟิล์มลามิเนต ฟิล์มปิดผนึกพิมพ์ลาย
ที่สามารถพิมพ์ลายลงบนฟิล์มทดแทนการใช้สติกเกอร์



ถ้วยข้าวสวย
ซีพี ออลล์ พัฒนาถ้วยข้าวสวยพิมพ์ลายด้านข้าง
ทดแทนการใช้สติกเกอร์



ซองน้ำสลัดซีอิ๊วสไตล์ญี่ปุ่น
ซีพีแรม พัฒนาบรรจุภัณฑ์ซองน้ำสลัดซีอิ๊วสไตล์ญี่ปุ่น
โดยลดการติดสติ๊กเกอร์ ปรับลดขนาดของซองให้เล็กลง
และมีการพิมพ์สีสันที่สวยงาม

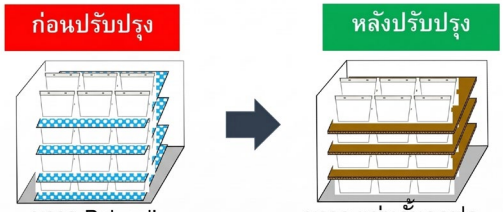


ฟิล์มปิดผนึกพิมพ์ลาย
สำหรับกลุ่มสินค้าข้าวเหนียวแพคถาด
ซีพีแรม พัฒนาฟิล์มปิดผนึกพิมพ์ลาย (Top Seal)
ทดแทนการใช้ฟิล์ม Shrink Wrap และติดสติกเกอร์ด้านบน



โครงการพัฒนาแผ่นกั้นกระดาษสำหรับกันกระแทก ทดแทนการใช้แผ่นพลาสติก polycell

ซีพีแรม พัฒนาแผ่นกั้นกระดาษทดแทนการใช้แผ่นพลาสติก polycell สำหรับป้องกันการกระแทกของสินค้าถ้วยซุปแช่แข็ง ในระหว่างการจัดเก็บและขนส่ง



โครงการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้

- ถุง ทนทาน

ซีพี ออลล์ ร่วมมือกับคู่ค้าธุรกิจผลิตถุงหูหิ้วสำหรับใช้ในร้าน 7-Eleven ซึ่งมีความหนา 36 ไมครอน ซึ่งมีคุณสมบัติ ทนทาน สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้หลายครั้ง ลดความจำเป็นในการใช้ถุงพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ ความมุ่งมั่นในการลดปริมาณขยะพลาสติกและส่งเสริมการใช้ซ้ำ

ลดปริมาณขยะพลาสติก
6,557 ตัน



- โครงการกล่องหมุนเวียน (Reused Box)

ซีพีแรม ดำเนินโครงการรวบรวมและคัดแยกกล่องลูกฟูกที่ใช้แล้วในกระบวนการผลิตภายในโรงงาน ก่อนนำกลับไปใช้ซ้ำในกระบวนการผลิตหรือบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าอีกครั้ง

ช่วยลดการใช้กระดาษ
421 ตัน



โครงการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิล

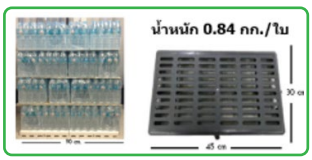
ลดการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Material)
โดยใช้พลาสติกแปรใช้ใหม่ (Recycled Material) ทดแทน รวม 2,509 ตัน



ถุงหูหิ้วที่ใช้ในร้าน 7-Eleven
วัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 20



ถุงขยะที่ใช้ในสำนักงาน และศูนย์กระจายสินค้า
วัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 60-100



พาเลทวางน้ำในร้าน 7-Eleven
วัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 60-100



กล่องกระดาษลูกฟูก ซีพีแรม
วัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 90-100



ถาดแซนวิชอบร้อน rPET
วัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 20



แก้ว All select
วัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 30



สติกเกอร์โอนิกิริ rPP

วัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 30

โครงการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้

- **ยกเลิกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ยากต่อการรีไซเคิลในสินค้าแบรนด์โลตัส**

โลตัส กำหนดเป้าหมายในการยกเลิกวัสดุที่ยากต่อการรีไซเคิลในสินค้าแบรนด์ (Own Brand) ทั้งหมดภายในปี 2573 เพื่อช่วยลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม

บริษัทยังตระหนักถึงความสำคัญของการสนับสนุนพฤติกรรมผู้บริโภคให้คัดแยกขยะ เพื่อให้ระบบปิด (Closed-Loop Packaging System) และการบริหารจัดการขยะจากบรรจุภัณฑ์ที่เป็นไปอย่าง ครบวงจร รวมถึงยังมุ่งมั่นสร้างการตระหนักรู้คู่มือและความเข้าใจให้แก่ชุมชน ส่งเสริมการรีไซเคิล ผ่านการขยายจุดรับขยะบรรจุภัณฑ์ สำหรับการรีไซเคิลที่สาขาต่าง ๆ ทั่วทุกภูมิภาค

ลดปริมาณขยะที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ 9,358.53 ตัน



โครงการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เพื่อลดปริมาณขยะพลาสติกที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ในหลุมฝังกลบ เราได้ดำเนินการเปลี่ยนไปใช้วัสดุที่สลายตัวได้ทางชีวภาพ (Compostable materials) ตามความจำเป็น ในพื้นที่ที่มีโครงสร้างพื้นฐานการย่อยสลายที่พร้อมเท่านั้น

วัสดุที่สามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ (Compostable Packaging)
รวม 819 ตัน



แก้วรักษ์โลก

เลือกใช้กระดาษเคลือบ พอลิบิวทิลีนซัคซิเนต (Polybutylene Succinate: PBS) สำหรับเครื่องดื่ม ร้อน เย็น ในร้าน 7-Eleven สาขาพื้นที่เกาะ สถานศึกษา และสำนักงาน

จำนวน 1,500 สาขา



ตะเกียบไม้

เลือกใช้ตะเกียบไม้สลายตัวได้ทางชีวภาพ



ไม้คนกาแฟ

ทดแทนพลาสติกคนกาแฟด้วยไม้คนกาแฟสลายตัวได้ทางชีวภาพ



ไม้เสียบลูกชิ้น

เลือกใช้ไม้เสียบลูกชิ้นสลายตัวได้ทางชีวภาพ

วัสดุจากแหล่งที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน
รวม 2,494 ตัน



ซองแซนวิชอบร้อนจากกระดาษที่ได้รับการรับรอง PEFC

ซีพี ออลล์ ใช้กระดาษ Greaseproof ที่ได้รับการรับรองจากองค์กร PEFC



ซองกระดาษขนมปังปิ้ง

ซีพี ออลล์ ใช้กระดาษ Greaseproof ที่ได้รับการรับรองจากองค์กร (FSC/PEFC)



ซองกระดาษหุ้มหลอดที่ได้รับการรับรอง FSC

ซีพี ออลล์ ใช้กระดาษ ที่ได้รับการรับรองจากองค์กร FSC



กระดาษใบเสร็จร้าน 7-Eleven ที่ได้รับการรับรอง FSC



กระดาษรองหลังสติกเกอร์

ซีพีแรม ใช้กระดาษที่มาจากแหล่งป่าปลูกทดแทน ที่ได้รับการตรวจสอบและรับรองจากองค์กร Forest Stewardship Council (FSC) และ Program for Endorsement of Forest Certification (PEFC)

โครงการจัดสรรทรัพยากรด้านการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนและโซลูชันทางเลือก

บริษัท ตระหนักดีว่าบรรจุภัณฑ์เป็นจุดเชื่อมโยงที่สำคัญระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค และเป็นแหล่งกำเนิดของขยะพลาสติกและคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่สำคัญ การจัดสรรทรัพยากรในการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (R&D) อย่างมีกลยุทธ์จึงไม่ใช่เพียงการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ แต่เป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน

กลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากรในการวิจัยและพัฒนาของบริษัทถูกออกแบบเพื่อสนับสนุนหลักการ เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เน้นการลงทุนใน 3 เสาหลักสำคัญ ได้แก่

1. **นวัตกรรมวัสดุ (Material Innovation)** ค้นคว้าและพัฒนาวัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเพิ่มสัดส่วนวัสดุรีไซเคิลในบรรจุภัณฑ์ มุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพของวัสดุ Post-Consumer Recycled (PCR) Plastics เพื่อให้สามารถนำมาใช้ซ้ำในผลิตภัณฑ์อาหาร (Food-grade) ได้อย่างปลอดภัย
2. **การออกแบบเพื่อความหมุนเวียน ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ลดการใช้วัสดุ (Reduction),** ง่ายต่อการรีไซเคิล (Recyclability) และส่งเสริมการนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) มุ่งเน้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบลดรูป (Lightweighting & Minimalism) ใช้ R&D เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ปัจจุบัน และลดน้ำหนักหรือความหนาโดยไม่กระทบต่อความสมบูรณ์ของสินค้า การวิจัยระบบบรรจุภัณฑ์แบบ Mono-Material เน้นการออกแบบที่ใช้พลาสติกชนิดเดียว (เช่น จากหลายชั้นเป็นชั้นเดียว) เพื่อให้ง่ายต่อกระบวนการคัดแยกและรีไซเคิล
3. **โซลูชันทางเลือกตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Alternative Value Chain Solutions)** การจัดการบรรจุภัณฑ์เมื่อสิ้นสุดอายุการใช้งาน (End-of-Life) มุ่งเน้นการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและระบบคัดแยก (Consumer & Sorting Behavior Research) เพื่อทำความเข้าใจว่าผู้บริโภคจัดการกับบรรจุภัณฑ์ยั่งยืนอย่างไร และพัฒนาเครื่องมือ/ป้ายฉลากที่ช่วยให้การคัดแยกง่ายขึ้น

โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์และการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของหลอดสลายตัวได้ทางชีวภาพ เพื่อลดขยะในหลุมฝังกลบ

เป็นความร่วมมือระหว่าง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซีพี ออลล์ และสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการจัดการขยะพลาสติก ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570) มุ่งเน้นการนำวัสดุย่อยสลายได้ทางชีวภาพ (Biodegradable Materials) มาใช้ในกลุ่มบรรจุภัณฑ์และพื้นที่ที่เหมาะสม เพื่อลดปริมาณขยะสู่หลุมฝังกลบ (Landfill Reduction) สอดคล้องกับนโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนของบริษัทฯ และแนวทางการจัดการขยะตามบริบทของประเทศไทย แบ่งออกเป็น 3 ระยะ

ระยะที่ 1 (ปี 2567-2568) เป็นการศึกษาและพัฒนาสูตรของวัสดุที่เหมาะต่อการใช้งาน เพื่อทดแทนการใช้หลอดที่ผลิตจาก Conventional Plastic ร่วมถึงประเมินต้นทุนและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการนำมาใช้งานตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยได้มีการทดสอบการใช้งานเบื้องต้นกับลูกค้า **(ดำเนินการเสร็จสิ้น)**

ระยะที่ 2 (ปี 2569) ศึกษาความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์ ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม การย่อยสลายทางชีวภาพในดิน ในน้ำ และในน้ำทะเลในสภาวะจริงและทิศทางการใช้งานวัสดุย่อยสลายได้ทางชีวภาพกับหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงการทดสอบการใช้งานเชิงพาณิชย์ ก่อนมีการผลิตในระดับอุตสาหกรรม **อยู่ระหว่างการพิจารณาทุนวิจัยจาก วช.**

ระยะที่ 3 การขยายผลการใช้งานกับร้าน 7-Eleven

แนวคิดการพัฒนาครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่

ด้านสินค้า

- มุ่งเน้นการรักษามาตรฐานคุณภาพและคุณลักษณะของหลอดให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยยังคงฟังก์ชันการใช้งานที่เทียบเท่าหลอดพลาสติกแบบเดิม เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพสินค้าก่อนส่งมอบถึงมือผู้บริโภค

ด้านลูกค้า

- สร้างความพึงพอใจและประสบการณ์การใช้งานที่ดีแก่ลูกค้าทั้งภายในและภายนอก
- บูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ สถาบันวิจัย และภาคเอกชน เพื่อขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในระดับมหภาคอย่างเป็นรูปธรรม

ด้านสิ่งแวดล้อม

- ลดผลกระทบจากพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งด้วยนวัตกรรมวัสดุสลายตัวได้ทางชีวภาพ สอดคล้องกับนโยบายองค์กรและแผนจัดการขยะพลาสติกของภาครัฐ

ด้านเศรษฐศาสตร์

- พัฒนาวัสดุที่ต่อยอดสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ได้จริง โดยบริหารจัดการต้นทุนตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างความยั่งยืนทั้งด้านธุรกิจและสิ่งแวดล้อม

ซีพี ออลล์ ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ (B&B Straw Pack) ขับเคลื่อนโครงการวิจัยและพัฒนาหลอดเครื่องดื่มจากวัสดุชีวภาพ เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ในการลดขยะพลาสติกที่จัดการยาก โดยสรุปผลการดำเนินงานระยะที่ 1 ดังนี้

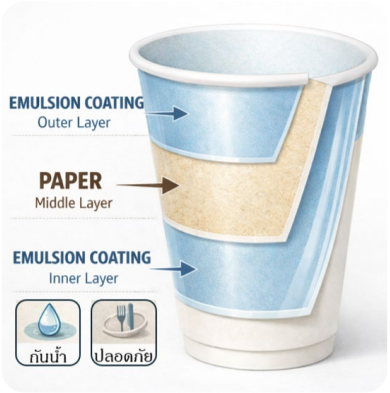
- ความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) ผลวิเคราะห์เบื้องต้นในหัวข้อ Overall Migration และ Specific Migration ของโลหะหนักผ่านเกณฑ์มาตรฐานประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 435) และมาตรฐานสหภาพยุโรป EU no. 10/2011 สร้างความมั่นใจในความปลอดภัยต่อผู้บริโภค
- การสลายตัวทางชีวภาพ (Biodegradability): วัสดุผสมระหว่าง PLA และ Thermoplastic Starch (TPS) ผ่านการทดสอบจากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ตามมาตรฐาน ISO 14855-1:2012 โดยสามารถสลายตัวได้มากกว่า 90% สอดคล้องตามมาตรฐานสากล ASTM D6400 และ EN 13432
- การยอมรับจากผู้ใช้งาน (User Experience): จากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างกว่า 165 คน พบว่ามากกว่า 90% พึงพอใจและยอมรับการใช้งาน โดยให้ประสิทธิภาพเทียบเท่าหลอดพลาสติกแบบเดิม
- ความท้าทายและแนวทางการพัฒนาต่อยอด จากการศึกษาพบประเด็นด้านต้นทุนวัตถุดิบที่สูงกว่าพลาสติกทั่วไป และข้อจำกัดด้านการจัดเก็บที่ต้องควบคุมอุณหภูมิไม่ให้เกิน 50 องศาเซลเซียส ซึ่งบริษัทจะนำข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนาต่อในระยะที่ 2 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและต้นทุนอย่างเหมาะสม

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- คุณภาพของสินค้าหลังการส่งมอบดีกว่าหรือเทียบเท่ากับการใช้บรรจุภัณฑ์แบบเดิม
- ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ สนับสนุนแผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะพลาสติก ระยะที่ 2 ของกรมควบคุมมลพิษ ในกลุ่มพลาสติกสลายตัวได้ทางชีวภาพ (Compostable Plastic)
- ร่วมสนับสนุนงบประมาณในรูปแบบ In-kind มูลค่า **200,000 บาท** เพื่อร่วมผลักดันงานวิจัยจากห้องปฏิบัติการสู่การใช้งานจริง
- ลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม หากมีการใช้งานจริง จะสามารถลดปริมาณพลาสติก PP (Polypropylene) ประมาณ **685 ตันต่อปี**

โครงการวิจัยและพัฒนา แก้วกระดาษสารเคลือบทดแทนการใช้แก้วกระดาษเคลือบพลาสติก เพื่อสามารถเข้าสู่กระบวนการ Recycle ได้

การพัฒนานวัตกรรมวัสดุเคลือบกระดาษที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Bio-based Coating Innovation) ซีพี ออลล์ ยกระดับบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืนผ่านการพัฒนา วัสดุเคลือบชนิดพิเศษ สูตรน้ำ (Water-based Emulsion Coating) เพื่อใช้ทดแทนการเคลือบพลาสติกในแก้วเครื่องดื่มเย็นขนาด 16 และ 22 ออนซ์ โดยมีคุณสมบัติเด่นคือ ความปลอดภัยสูงระดับ Food Grade สามารถสัมผัสอาหารและเครื่องดื่มได้โดยตรง ตามมาตรฐานสากล EU no. 10/2011



ปัจจุบันโครงการดำเนินถึง ระยะที่ 3 (สูตรพัฒนาลำดับที่ 15) ซึ่งให้ประสิทธิภาพการใช้งานใกล้เคียงกับพลาสติก PBS และ PE แต่เหนือกว่าด้วยความสามารถในการนำกลับเข้าสู่กระบวนการผลิตเยื่อกระดาษรีไซเคิลได้โดยตรง (Recyclability) ช่วยลดการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) และสร้างวงจรบรรจุภัณฑ์หมุนเวียนอย่างแท้จริง โดยขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจและเก็บข้อมูลจากการใช้งานจริงของผู้บริโภคผ่านร้าน 7-Eleven

กรอบแนวคิดการพัฒนาที่ครอบคลุม 4 ด้านหลัก ดังนี้

ด้านสินค้า

- รักษามาตรฐานคุณภาพและคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ให้คงเดิม
- ยึดถือมาตรฐานความปลอดภัยในการสัมผัสอาหาร (Food Grade) ตามมาตรฐานสากล เพื่อสุขอนามัยที่ดีของผู้บริโภค

ด้านลูกค้า

- ลูกค้าภายใน เช่น Operation หรือ DC ไม่พบปัญหาด้านการจัดเก็บและการขนส่ง
- ลูกค้าภายนอก ต้องยอมรับการใช้งาน

ด้านสิ่งแวดล้อม

- ลดการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) ผ่านการใช้นวัตกรรมวัสดุเคลือบสูตรน้ำ (Water-based)
- ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเป็นเยื่อกระดาษได้อย่างสมบูรณ์

ด้านเศรษฐศาสตร์

- บริหารจัดการต้นทุนการผลิตและนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลกมีต้นทุนโดยรวมที่เหมาะสมและไม่ส่งผลกระทบต่อราคาสินค้า

ซีพี ออลล์ ร่วมกับ CP PACK พัฒนานวัตกรรมวัสดุเคลือบกระดาษสูตรพิเศษเพื่อใช้ทดแทนพลาสติก มุ่งเน้นการลดใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) และเพิ่มขีดความสามารถในการรีไซเคิล โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

- ด้านนวัตกรรมและประสิทธิภาพ พัฒนาสูตรวัสดุเคลือบที่ให้คุณสมบัติในการรักษาคุณภาพสินค้าเทียบเท่าพลาสติก (PBS) โดยไม่มีกลิ่นรบกวน และผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารระดับสากล (EU no. 10/2011)
- ด้านการออกแบบและเทคโนโลยีการผลิต ประสบความสำเร็จในการพัฒนาหมึกพิมพ์สูตรเฉพาะและการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ ช่วยให้แก้วกระดาษมีความแข็งแรงและสวยงามตามมาตรฐาน
- ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) บรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่นี้ถูกออกแบบให้สามารถแยกเยื่อกระดาษออกจากวัสดุเคลือบได้ง่ายในกระบวนการรีไซเคิล ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่
- ด้านความคุ้มค่าและประสบการณ์ผู้ใช้ บริหารจัดการต้นทุนให้ใกล้เคียงกับวัสดุเดิมเพื่อไม่ให้กระทบต่อราคาสินค้า โดยปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการทดสอบการใช้งานจริงและเก็บข้อมูล อายุการจัดเก็บเพื่อสร้างความมั่นใจสูงสุดก่อนการนำมาใช้เต็มรูปแบบ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- หากมีการนำไปใช้งานเต็มรูปแบบ นวัตกรรมนี้จะช่วยลดการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (PBS) ได้ถึง 30 ตันต่อปี พร้อมทั้งยกระดับการจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค โดยสามารถนำแก้วกระดาษกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเพื่อหมุนเวียนเป็นเยื่อกระดาษใหม่ได้กว่า **180 ตันต่อปี**

2 ลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้งสะสม 25,981 ตัน

โครงการต่อเนื่อง “ลด และ ทดแทน” พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ปีที่ 10

ซีพี ออลล์ เชิญชวนลูกค้าผู้ใช้บริการร้าน 7-Eleven ร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และยกระดับความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมในมาตรการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-Use Plastic) และการรณรงค์ให้ใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Alternatives) ผ่านแคมเปญเพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าปฏิเสธการรับช้อน ส้อม หลอด แก้ว และพลาสติกเสริมอื่น ๆ รวมถึงพกถุงผ้าหรือภาชนะส่วนตัวมาใช้บริการ อย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์ในปี 2568 ลดการใช้ถุงพลาสติก 23,781 ตัน และลดใช้ ช้อน ส้อม หลอด และแก้ว จำนวน 2,200 ตัน (5,334 ล้านชิ้น)



ความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องเพื่อลดใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง

ปี 2560-ปัจจุบัน
“ลดการใช้ถุงพลาสติกในมหาวิทยาลัย”
“ยกเลิก Cap Seal”

ปี 2561-2563
“ลดวันละถุง...คุณทำได้”
“ปฏิเสธถุงได้บุญ”

ปี 2561-2564
“กล่อง Drop Box”

ปี 2561-ปัจจุบัน
“นำแก้วมาราคาพิเศษ”
ส่งเสริมการใช้ภาชนะส่วนตัว

ปี 2562-ปัจจุบัน
“บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก”
เปลี่ยนไปใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
“โครงการถุง Meal”

ปี 2563-ปัจจุบัน
“นำแก้วมาราคาพิเศษ และ No Cup” รวมถึง “ฝายกดื่ม”
ลดใช้หลอดและแก้วพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว
D-Day งดแจกถุงพลาสติก

ปี 2563
“ใช้ถุงผ้าบอกลาถุงพลาสติก”

ปี 2563
“รวมพลังคนไทย เลิกใช้ถุงพลาสติก”

ปี 2564
“คนไทยไม่ทิ้งกัน”
โครงการ “ถังคัดแยกขยะ”

ปี 2564-ปัจจุบัน
“ถ.ถุง ทนทาน”
ส่งเสริมการใช้ซ้ำด้วยถุงที่แข็งแรงและยั่งยืน

ปี 2565
“รักษ์โลกแค่ยกดื่ม”
“Green Coffee Shop”

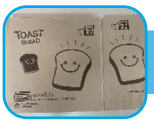
ปี 2568
“ถุงผ้าบาร์โค้ด” และ “ถุงยืม”
พัฒนานวัตกรรมการใช้ซ้ำและหมุนเวียนถุง

โครงการต่อเนื่อง บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ปีที่ 7

7-Eleven รณรงค์งดแจกถุงขนาดเล็กยกเว้นของร้อนและเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ในสาขาที่ตั้งอยู่บนเกาะ หรือตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวนกว่า 1,500 สาขา



หลอดหุ้มกระดาษ



ถุงกระดาษ



แก้วกระดาษเคลือบ PBS



ฝายกดื่ม



ไม้คนกาแฟร้อน/หลอด PLA

โครงการต่อเนื่อง ร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Coffee Shop) ปีที่ 4

จากแก้วกาแฟสู่การดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซีพี ออลล์ โดย ออลล์ คาเฟ่ คัดสรร เบลลินี่ ดำเนินการลดขยะมูลฝอยประเภทแก้วพลาสติกและหลอดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งอย่างต่อเนื่องตามที่ได้ร่วมประกาศกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติ และสนับสนุนให้ร้านกาแฟภายในร้าน 7-Eleven คัดแยกขยะ และส่งกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล หรือนำมาใช้ซ้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากเป็นการลดปริมาณขยะยังเป็นการส่งเสริมให้ใช้บรรจุภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ หรือวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ของ 3 แบรนด์ ได้แก่

ALL Cafe (ออลล์ คาเฟ่)

- บรรจุภัณฑ์แก้ว กระดาษที่สามารถย่อยสลายได้ ร้อยละ 57
- การใช้ฝายกดื่มแทนหลอดดื่มพลาสติก
- ถุงพลาสติกรีไซเคิลที่มีความทนทาน สามารถใช้ซ้ำได้

Kudsan Bakery & Coffee (คัดสรร เบเกอรี่แอนด์คอฟฟี่)

- บรรจุภัณฑ์แก้วกระดาษที่ย่อยสลายได้
- การใช้ซองกระดาษสำหรับใส่ เบเกอรี่
- การใช้หลอดกระดาษแทนหลอดพลาสติก
- การใช้ที่คนกาแฟแบบไม้แทนพลาสติก

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

- บริการบรรจุภัณฑ์ถุงหิ้วกระดาษ ถุงกระดาษใส่ขนม แก้วกระดาษสำหรับเครื่องดื่มร้อน สามารถย่อยสลายได้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- จำหน่ายและโปรโมชั่นกระเป๋าผ้ายีนส์เบลลินี่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้

โครงการ ถุงผ้าบาร์โค้ด

เมื่อลูกค้าปฏิเสธไม่รับถุงพลาสติก ช้อน ส้อม หลอด แล้วนำถุงผ้าบาร์โค้ดมาใช้ รับแต้ม ALL Member ครั้งละ 100 แต้ม (10 ครั้ง/เดือน) ทดลองในร้าน 7-Eleven 16 สาขา ในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และเกาะสีชัง

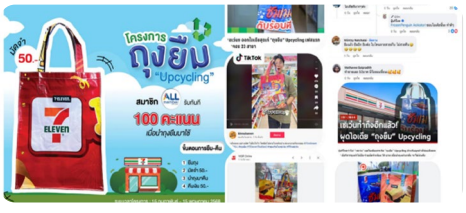






โครงการ ถุงยืม Upcycling

7-Eleven เปิดให้บริการยืมถุงผ้า Upcycling จากผ้าใบไวนิลหน้าร้าน สำหรับลูกค้าในระหว่างการ เข้าใช้บริการ พร้อมรับคะแนน ALL MEMBER โดยโครงการทดลองทดลอง Phase1 จำนวน 23 สาขา และ Phase2 จำนวน 100 สาขา ใน 7 พื้นที่ อาคารสำนักงานเดอะธารา ซีพี ทาวเวอร์ ธาราสาทร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) มหาวิทยาลัยและร้านชนคู่แข่ง ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการลดขยะพลาสติกและเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนสังคมที่ยั่งยืน



โครงการส่งเสริม “พลังของเรา โลกของเรา” เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน

เนื่องในวันคุ้มครองโลก ปี 2568 ซีพี ออลล์ นำแคมเปญ “พลังของเรา โลกของเรา” มาขับเคลื่อนอย่างจริงจัง ภายใต้กรอบ 7 Go Green เน้นย้ำกลยุทธ์ “2 ลด” คือ ลดการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง และลดการใช้พลังงาน โดยรณรงค์ให้ลูกค้า 7-Eleven ปฏิเสธการรับพลาสติกที่ไม่จำเป็น และส่งเสริมวัฒนธรรมการใช้ซ้ำ พร้อมทั้งสร้างกลไกการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้พลังของเครือข่ายร้าน 7-Eleven และระบบสมาชิก เปลี่ยนถุงผ้าให้กลายเป็นเครื่องมือติดตามและให้รางวัลการใช้ซ้ำด้วยการมอบสิทธิพิเศษแก่สมาชิก ALL Member เมื่อสแกนบาร์โค้ดถุงผ้า 7-Eleven ที่ร่วมรายการ ควบคู่ไปกับการให้ความรู้และกระตุ้นให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพแวดล้อมใน 5 แนวทางหลัก 1) ปลูกต้นไม้ 2) ลดใช้พลาสติก โดยการพกกระเป๋าหรือถุงผ้า กระติกน้ำและภาชนะส่วนตัว 3) ร่วมคัดแยกและเก็บขยะในพื้นที่ส่วนตัว พื้นที่สาธารณะ 4) ใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า และ 5) เปลี่ยนวิถีการเดินทางผ่านการเลือกใช้ขนส่งสาธารณะ เดิน หรือปั่นจักรยาน แทนการขับรถคนเดียว เป็นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและส่งเสริมสุขภาพ

3 การนำบรรจุภัณฑ์พลาสติกภายหลังการบริโภค เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล

บริษัทร่วมมือกับพันธมิตรจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา เพื่อดำเนินโครงการลดและรวบรวมบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วจากผู้บริโภคกลับไปรีไซเคิล (Take Back) และนำสินค้ามาใช้ใหม่ (Recycled Post-consumer Packaging) อย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2568 ดำเนินการ ผ่านมาตรการ ดังนี้

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สามารถเก็บกลับขวดพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้แล้วรวม **85 ตัน**
- ปริมาณรวมของวัสดุที่ถูกนำไปรีไซเคิล **5,127 ตัน**

โครงการเก็บกลับคืน (Take-back)

ซีพี ออลล์ ใช้จุดแข็งของเครือข่ายร้าน 7-Eleven ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ เป็นกลไกสำคัญในการผลักดันเป้าหมายด้านความยั่งยืน เพิ่มอัตราการนำขวดพลาสติกกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ลดปริมาณขยะพลาสติกที่ถูกทิ้งลงสู่สิ่งแวดล้อม สร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการคัดแยกขยะพลาสติกและนำกลับมารีไซเคิลอย่างถูกวิธี ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ผนึกกำลังสร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับคู่ค้าทางธุรกิจ ภาคการศึกษา และชุมชน เพื่อเป็นจุดรับคืนขวดพลาสติกที่สะดวกและใกล้ชิดกับผู้บริโภคที่สุด เพื่อให้มั่นใจว่าขวดพลาสติกที่มีคุณภาพจะถูกรวบรวมและส่งต่อไปยังกระบวนการรีไซเคิลอย่างครบวงจร ปี 2568 ดำเนินโครงการสำคัญดังนี้

- โครงการตู้ Reborn ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จัดกิจกรรมเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนและสังคมควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน วิจัยและพัฒนาตู้รับขวดพลาสติกอัตโนมัติ โดยทุกครั้งที่มีผู้นำขวดพลาสติกสะอาดมาใส่ที่ตู้รับขวด หรือ “ตู้ ReBorn” จะได้รับการสะสมคะแนน ALL Member เพื่อแลกเป็นของรางวัลที่ร้านค้า 7-Eleven ที่ร่วมโครงการ ขวดพลาสติกที่ได้รับจากโครงการจะถูกนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเพื่อนำไปผลิตเป็นเสื้อนักเรียนและมอบให้กับนักเรียนโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนจำนวน 7 แห่ง รวม 1,100 ตัว ปี 2568 สามารถเก็บกลับ ขวดพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้แล้ว **158,913 ขวด น้ำหนักรวม 3.16 ตัน** ขวดพลาสติกที่รวบรวมได้ทั้งหมดถูกนำไปรีไซเคิลเป็นเสื้อนักเรียน และส่งมอบให้กับโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนภาคเหนือ 7 แห่ง





- โครงการคืนขวดไว้ที่เซเว่นฯ ได้น้ำแข็งฟรี สำหรับลูกค้าที่นำแก้วส่วนตัวมาเลือกซื้อเครื่องดื่มที่เป็นขวดพลาสติกในร้าน 7-Eleven 31 สาขา และคืนขวดให้พนักงานสามารถเก็บกลับขวดพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้แล้วรวม **86 ขวด น้ำหนักรวม 0.0012 ตัน**
- โครงการตู้ Drop point ร่วมกับ Wastebuy ทดลองติดตั้งตู้ Drop point 30 สาขา เปลี่ยนขวดพลาสติกใช้แล้วให้เป็น “แต้มบุญ” นำไปปรับปรุงสร้างห้องน้ำให้เด็กนักเรียนใน “โครงการบุญนิธิแสตมป์เซเว่นฯ” ส่งต่อสุขอนามัยที่ดีให้โรงเรียน โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมืออันแข็งแกร่งระหว่างร้าน 7-Eleven ลูกค้า และชุมชน ในการจัดการขยะพลาสติกอย่างยั่งยืน สามารถเก็บกลับขวดพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้แล้ว **รวม 0.446 ตัน**





CPRAM Take-back

ซีพีแรม จัดกิจกรรมรับบริจาคขยะพลาสติก เพื่อส่งเสริมการแยกขยะอย่างถูกวิธี สนับสนุนการรีไซเคิลอย่างมีประสิทธิภาพ ผลักดันแนวคิด Circular Economy หรือเศรษฐกิจหมุนเวียนภายในองค์กร โดยมุ่งเน้นให้ทรัพยากรถูกนำกลับมาใช้ใหม่อย่างมีคุณค่า ผ่านกิจกรรมที่ให้ทั้งความรู้ เกี่ยวกับประเภทของพลาสติก และการคัดแยกและจำแนกประเภทพลาสติกอย่างถูกต้อง อาทิ ถาดอาหารพลาสติก PP ขวดน้ำ PET ซองขนมและซองพลาสติกใส OPP เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลและกลับมาเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า ปี 2568 ปริมาณรวมของพลาสติกที่เก็บกลับได้ **42.73 ตัน**







Recycling Station

ซีพี แอ็กซ์ตร้า มีบทบาทอย่างต่อเนื่องในการรณรงค์และสนับสนุนให้ลูกค้าและผู้บริโภคตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการแยกขยะเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล สร้างระบบกลไกการจัดการขยะแบบครบวงจรโดยมีประโยชน์จากการมีราคาควบคุมในหลายพื้นที่และสามารถเข้าถึงได้ชุมชน เป็นจุดแข็งในการสร้างช่องทางเก็บกลับวัสดุบรรจุภัณฑ์เพื่อการรีไซเคิล ผ่านการขยายเครือข่ายพันธมิตรร้านและรีไซเคิล โดยจัดตั้งจุดรับรวบรวมบรรจุภัณฑ์รีไซเคิล (Recycling Station) เพื่อรวบรวมให้เข้ามาอยู่ในระบบ และสามารถนำไปรีไซเคิลหรือนำกลับมาใช้ซ้ำได้ ปี 2568 ปริมาณรวมของพลาสติกที่เก็บกลับได้ **38.97 ตัน**

AXTRA Green Together

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ผู้ดำเนินธุรกิจ “แม็คโคร-โลตัส” ร่วมกับกลุ่ม ปตท. โดยบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ภายใต้โครงการ PRISM เปิดตัวโครงการ “AXTRA Green Together” เพื่อส่งเสริมการจัดการขยะพลาสติกอย่างยั่งยืน และสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการลดปัญหาขยะพลาสติกในประเทศไทย จัดตั้งจุดรับขวดพลาสติกใช้แล้ว (PET) ที่แม็คโคร-โลตัสในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล เพื่อส่งต่อเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลและอัพไซคลิ่งผ่านระบบ “GC YOUเทิร์น แพลตฟอร์ม” สร้างคุณค่าใหม่ให้ขยะพลาสติกผ่านการผลิตเป็นเสื้อกีฬาและมอบให้เยาวชนทั่วประเทศ สอดคล้องกับเป้าหมายการลดขยะ สู่หลุมฝังกลบให้เป็นศูนย์ภายในปี 2573 รวมถึงเป้าหมายของกลุ่ม ปตท. ในการมุ่งสู่ Net Zero Emission พร้อมตั้งเป้ารวบรวมขวดพลาสติกจำนวน 1,400,000 ขวด เพื่อการเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนและการดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน บริษัท เวสท์บาย เดลิเวอรี่ จำกัด ได้ร่วมสนับสนุนด้านโลจิสติกส์ในการขนส่งขวดพลาสติกจากจุดรับไปยังระบบจัดการรีไซเคิลแบบ ครบวงจร ปี 2568 ปริมาณรวมของพลาสติกที่เก็บกลับได้ **36,650 กิโลกรัม**







ชรารีไซเคิลสัญจร

บริษัท ออลล์ สปีดดี้ จำกัด (SPEED-D) ผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ ได้ร่วมมือกับมูลนิธิกระจกเงา เปิดตัวแคมเปญ “ส่งต่อความสุข ทุกสุดสัปดาห์” ภายใต้โครงการ “ชรารีไซเคิลสัญจร” โดยมีเป้าหมายหลักในการ เปลี่ยน “ขยะ” ให้เป็น “ค่าจ้าง” เพื่อมุ่งเน้นการสร้างงานที่มั่นคงให้กับกลุ่มผู้สูงอายุไร้บ้านและคนชราที่ว่างงาน รายได้จากการจำหน่ายขยะรีไซเคิลที่คัดแยกแล้วจะถูกนำมาเป็นค่าจ้างให้กับผู้สูงอายุเหล่านี้ เพื่อช่วยให้พวกเขามีโอกาสกลับสู่สังคมอย่างมีคุณค่า ประชาชนสามารถเข้าร่วมโครงการได้โดยการบริจาคขยะบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ เช่น ขวด PET, ถุงพลาสติก PE, แก้ว/กล่อง PP และกระป๋องอะลูมิเนียม ณ ร้าน 7-Eleven สาขาที่เข้าร่วมโครงการ หรือ ณ จุดสัญจรที่กำหนด โดยผู้สูงอายุจะรับหน้าที่คัดแยกขยะที่ได้รับบริจาคเพื่อเตรียมส่งต่อเข้าสู่โรงงานรีไซเคิล โครงการนี้จึงสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของ SPEED-D และ 7-Eleven ในการสร้างประโยชน์ร่วมกันระหว่าง คน - สังคม - สิ่งแวดล้อม พร้อมเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างแท้จริง ปี 2568 สามารถเก็บกลับพลาสติกเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ **0.03 ตัน**





โครงการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ (รีไซเคิล) เพื่อสังคมและธุรกิจ “ตะกร้าชอปปิงร้าน 7-Eleven” จากลังเบรคเคส

ซีพี ออลล์ นำลังเบรคเคสที่ชำรุดจากศูนย์กระจายสินค้ามาแปรรูปผ่านกระบวนการรีไซเคิล นำมาเป็นตะกร้าชอปปิงบริการลูกค้าในร้าน 7-Eleven เพื่อเป็นการลดขยะจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ และเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่ามากยิ่งขึ้น ปี 2568 ลดปริมาณขยะพลาสติก ที่ต้องถูกนำไปกำจัดด้วยวิธีการฝังกลบหรือเผา **50.49 ตัน**



โครงการต่อเนื่อง “เสื้อพนักงาน” จากขวดพลาสติก

ซีพี ออลล์ เปิดตัวชุดยูนิฟอร์มพนักงานดีไซน์ใหม่ ภายใต้กลยุทธ์ “7 Go Green” เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง โดยชุดยูนิฟอร์มพนักงานร้าน 7-Eleven พนักงานศูนย์กระจายสินค้าและพนักงานสายสำนักงาน ผลิตจากขวดพลาสติกรีไซเคิลขนาด 1,500 มล. จำนวน 4 ขวด ต่อเสื้อ 1 ตัว ตอกย้ำนโยบายด้านความยั่งยืน มุ่งมั่นลดปริมาณขยะพลาสติก และส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) พร้อมการใช้งานที่เพิ่มคล่องตัว และสะดวกสบาย เช่น สายรัดบัตรพนักงาน กระเป๋าเสื้อ และที่เสียบปากกา เป็นต้น

ในปี 2568 บริษัทสามารถผลิตเสื้อพนักงานกว่า 724,173 ตัว และสามารถลดปริมาณขยะจากการขวดพลาสติกนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ไปแล้วกว่า 3,217,228 ขวด ลดปริมาณขยะพลาสติกที่ต้องถูกนำไปกำจัดด้วยวิธีการฝังกลบหรือเผา **106.06 ตัน**

ขวดพลาสติกรีไซเคิล **1.5 ลิตร** จำนวน **4 ขวด** = เสื้อพนักงาน ร้าน 7-Eleven **1 ตัว**

ขวดพลาสติกรีไซเคิล **1.5 ลิตร** จำนวน **8 ขวด** = เสื้อโปโลของพนักงานศูนย์กระจายสินค้า **1 ตัว**




โครงการต่อเนื่อง “รักษ์โลก-ขวดเปล่าไม่สูญเปล่า”

ซีพี แอ็กซ์ตร้า รวบรวมขวด PET เพื่อนำไป แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงต่อยอดการใช้ทรัพยากรโลก ทำนุบำรุงศาสนา สร้างอาชีพ และช่วยสนับสนุนสาธารณสุขอีกด้วย ในปี 2568 ปริมาณรวมพลาสติกที่เก็บกลับได้ **2.32 ตัน**

โครงการเพิ่มมูลค่าการจัดการขยะพลาสติกที่ปนเปื้อนในโรงงาน

ซีพีแรม นำขยะพลาสติกที่ปนเปื้อนจากกระบวนการ การผลิตภายในโรงงาน ส่งให้กับบริษัทภายนอกนำไปแปรรูปเป็นขยะเชื้อเพลิง (Refuse Derived Fuel: RDF) ซึ่งเป็นเชื้อเพลิงชีวภาพที่เหลือจากขยะและมีค่าความร้อนจำเพาะสูง นับว่าเป็นแหล่งพลังงานที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป ปี 2568 ปริมาณขยะพลาสติกที่นำไปใช้ประโยชน์ **4,885.67 ตัน**



การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน



> “การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างเป็นระบบของ ซีพี ออลล์ ช่วยแปรเปลี่ยนทรัพยากรที่เหลือใช้ให้เกิดคุณค่าทางสังคม ควบคู่การลดความเหลื่อมล้ำด้านอาหาร การรักษาสมดุลระบบนิเวศ และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน”

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG3

สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

3.9 ลดจำนวนการตายและการป่วยจากสารเคมีอันตราย และจากการปนเปื้อนและมลพิษทางอากาศ น้ำ และดิน ให้ลดลงอย่างมาก



SDG6

สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัยสำหรับทุกคน และมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน

6.3 ยกระดับคุณภาพน้ำ โดยลดมลพิษ ขจัดการทิ้งขยะ และลดการปล่อยสารเคมีและวัสดุอันตราย



SDG11

ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิต้านทาน และยั่งยืน

11.6 ลดผลกระทบทางลบของเมืองต่อสิ่งแวดล้อมต่อหัวประชากร



SDG12

สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและผลิตที่ยั่งยืน

12.3 ลดขยะเศษอาหารในการค้าปลีกและผู้บริโภค และลดการสูญเสียอาหารจากกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน

12.4 การจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้น ด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

12.5 ลดการผลิตของเสียโดยการป้องกัน การลด การแปรรูป เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำมาใช้ซ้ำ

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างไม่เหมาะสม อาจก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนโดยรอบ ทั้งในด้านมลภาวะทางกลิ่น มลพิษทางอากาศ การเป็นแหล่งสะสมของเชื้อโรค รวมถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เป็นปัจจัยเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนและคุณภาพชีวิตของชุมชน บริษัทจึงมุ่งมั่นดำเนินการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างมีประสิทธิภาพ นำของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิตกลับมาใช้ประโยชน์ โดยแปรรูปหรือใช้เป็นวัตถุดิบทางเลือกในกระบวนการอื่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและลดปริมาณของเสียที่ต้องกำจัด ส่งเสริมแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) สนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดภาระต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับทิศทางระดับโลกที่องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) และโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) ที่ให้ความสำคัญต่อการลดของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การคาดการณ์ว่าภายในปี 2050 ปริมาณขยะทั่วโลกมีโอกาสเพิ่มขึ้นถึงสองในสามเท่าเทียบกับปัจจุบัน อาจส่งผลให้ต้นทุนการจัดการขยะเพิ่มขึ้นได้ถึงสองเท่า บริษัทจึงตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดการของเสียอย่างยั่งยืน เพื่อป้องกันผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมทางธุรกิจ คำนึงถึงวงจรชีวิตของทรัพยากร (Life-cycle Based Approaches) ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การกระจายสินค้า จนถึงการบริโภค ความพยายามดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการเสริมสร้างการพัฒนาทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการมุ่งลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ สร้างสมดุลระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ
2. การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า
3. การจัดส่ง และกระจายสินค้า
4. **การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ**
   - คู่ค้า
   - ชุมชน
5. การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

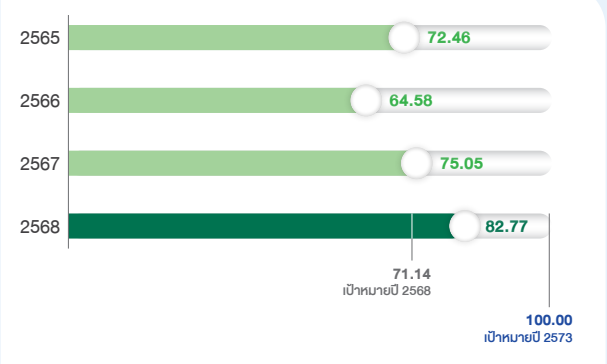
มิติด้านความยั่งยืน - มิติด้านสิ่งแวดล้อม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ - Significant Material Topics

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้ง และลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัท เพื่อมุ่งสู่การฝังกลบของเสียให้เป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill)

(หน่วย: ร้อยละ)



หมายเหตุ : ข้อมูลข้างต้นแสดงถึงศักยภาพในการจัดการของเสียเชิงรุกของ ซีพี ออลล์ ซึ่งในปี 2568 มีการนำของเสียไปใช้ประโยชน์สูงถึง ร้อยละ 82.77 และลดสัดส่วนการฝังกลบลงเหลือเพียง ร้อยละ 17.23 ถือเป็นก้าวย่างสำคัญสู่เป้าหมาย Zero Waste to Landfill ตามแผนยุทธศาสตร์ความยั่งยืนปี 2573

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ปริมาณของเสียที่นำกลับไปใช้ประโยชน์ **ร้อยละ 83** จากปริมาณของเสียทั้งหมด

ปริมาณอาหารส่วนเกินหรือเหลือทิ้งทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ และนำไปใช้ประโยชน์ในวัตถุประสงค์อื่น (Alternative Purpose) ได้ **ร้อยละ 14** จากปริมาณของเสียทั้งหมด

768 โรงเรียน 90 ผู้ประกอบการ 67 ชุมชนเครือข่าย และ 3 สำนักงาน ร่วมโครงการ “ต้นกล้าไร้ถัง” คัดแยกขยะส่งเข้าสู่กระบวนการจัดการที่เหมาะสมได้ **134.2 ตัน**

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

โครงการลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรือเหลือทิ้งได้ **6,827.41 ตัน**



โครงการบริจาค
อาหารส่วนเกิน
ผ่านมูลนิธิ **1,019 ตัน**
ให้กับ **2,649 ชุมชน**

โครงการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
ที่เป็นผลพลอยได้จาก
กระบวนการผลิต
ลดปริมาณการสูญเสียอาหาร
ในกระบวนการผลิต
100 ตันต่อปี

โครงการต่อเนื่อง ต้นกล้าไร้ถัง
ขยายผลไปยังโรงเรียน ชุมชน
เครือข่าย ผู้ประกอบการ
และสำนักงาน
928 หน่วยงาน

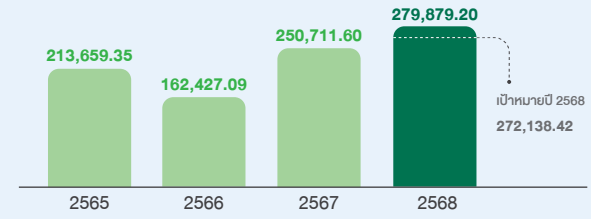
แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งดำเนินงานเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม กำหนดนโยบายการจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร พร้อมตั้งเป้าหมายลดการกำจัดขยะด้วยวิธีฝังกลบให้เหลือศูนย์ (Zero Waste to Landfill) ภายในปี 2573 นำแนวทาง “1P3Rs” ขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติมาประยุกต์ใช้ ได้แก่ 1) การป้องกัน (Prevention) 2) การลดใช้ (Reduction) เพิ่มประโยชน์ 3) การนำมาผลิตเพื่อใช้ซ้ำ (Reuse) 4) การนำมาใช้ใหม่ (Recycling) 5) การวัด วิเคราะห์ และจัดทำฐานข้อมูล 6) สานความร่วมมือกับชุมชนและคู่ค้าในการจัดการขยะและของเสีย 7) สร้างการรับรู้ และรณรงค์ให้ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) ที่ 12 ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อประเมินและวางระบบการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินให้ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการแปรรูปและการผลิต การขนส่งและกระจายสินค้า การจัดจำหน่าย ตลอดจนสินค้าถึงมือผู้บริโภค ตามหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยข้อมูลที่ได้ถูกนำไปใช้เพื่อการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานตลอดจนกำหนดกลยุทธ์และมาตรการเพื่อลดการสูญเสียอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายการจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

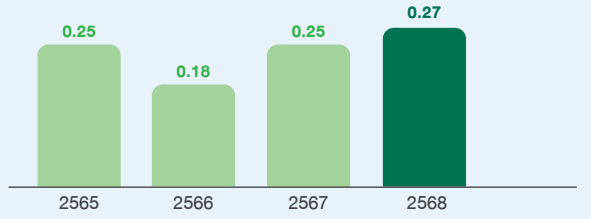
สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

ปริมาณของเสียทั้งหมด
(หน่วย: ตัน)



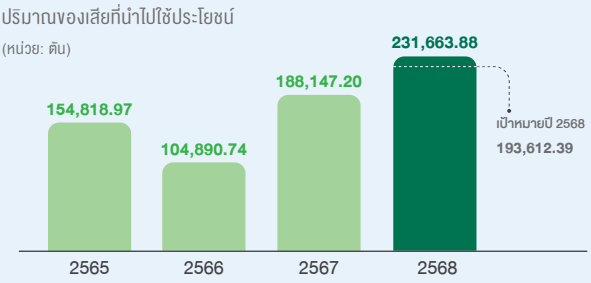
หมายเหตุ : ขอบเขตข้อมูลครอบคลุมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

ปริมาณของเสียทั้งหมดต่อรายได้
(หน่วย: ตันต่อล้านบาท)



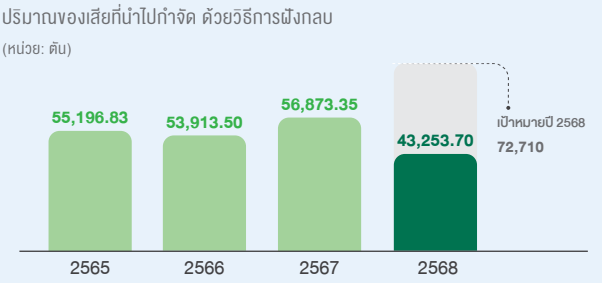
หมายเหตุ : ขอบเขตข้อมูลครอบคลุมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์
(หน่วย: ตัน)



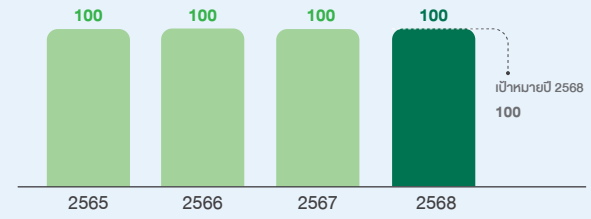
หมายเหตุ : ขอบเขตข้อมูลครอบคลุมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัด ด้วยวิธีการฝังกลบ
(หน่วย: ตัน)



หมายเหตุ : 1. ปี 2568 ซีพี ออลล์ สามารถจัดการของเสียได้ดีกว่าเป้าหมาย โดยนำไปใช้ประโยชน์มากขึ้น และลดการฝังกลบ
2. ขอบเขตข้อมูลครอบคลุมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

ความครอบคลุมของข้อมูลปริมาณการกำจัดของเสีย
(หน่วย: ร้อยละของรายได้)

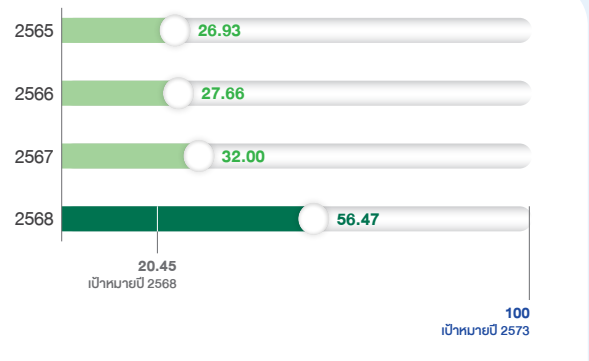


ลดการสูญเสียอาหาร (Food Loss) และจัดการขยะอาหาร (Food Waste)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้งที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัท เพื่อมุ่งสู่การฝังกลบของเสียให้เป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill)

(หน่วย: ร้อยละ)

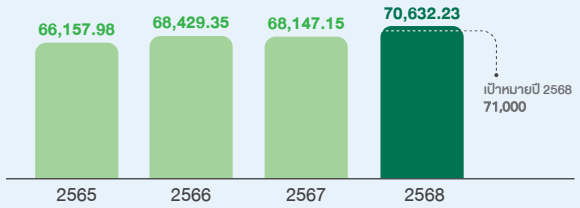


หมายเหตุ : ข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าในการจัดการขยะอาหารของบริษัท ซึ่งในปี 2568 สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ร้อยละ 56.47 (เกินเป้าหมายที่วางไว้) สำหรับส่วนที่เหลือ ร้อยละ 43.53 ที่ยังคงเป็นการฝังกลบ ถือเป็นความท้าทายหลักที่บริษัทมุ่งเน้นเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อลดช่องว่างและบรรลุเป้าหมาย Zero Waste to Landfill ภายในปี 2573

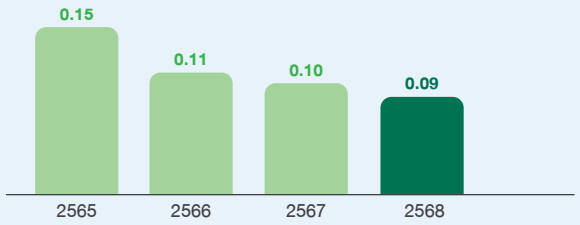


สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

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

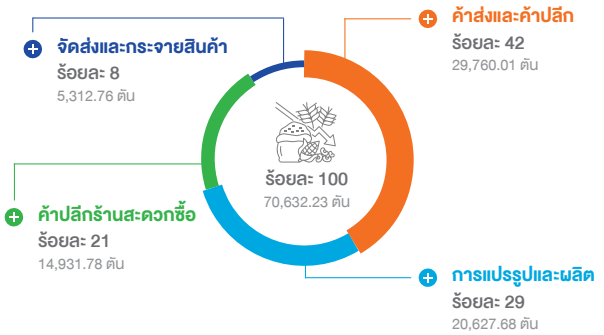


ความเข้มข้นของการสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมด
(หน่วย: ตันต่อล้านบาท)



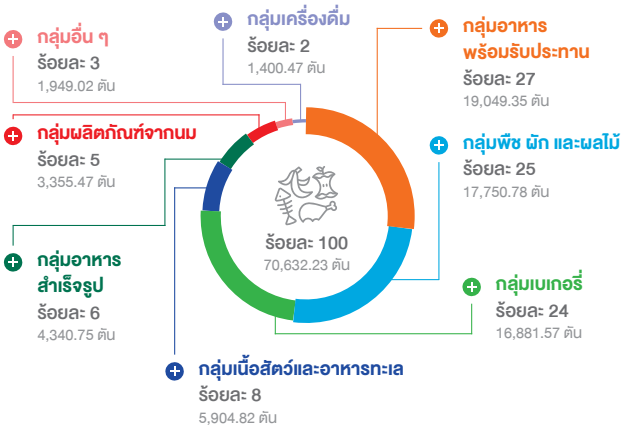
ปริมาณสูญเสียอาหาร (Food Loss) และขยะอาหาร (Food Waste) ทั้งหมด จำแนกตามกิจกรรมธุรกิจหรือวงจรชีวิต

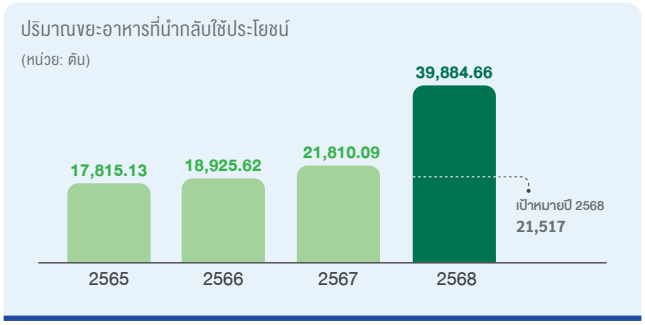
(หน่วย: ร้อยละ)



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

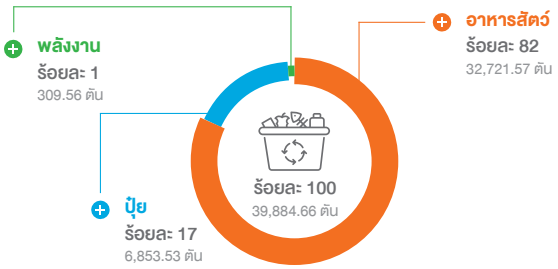
(หน่วย: ร้อยละ)





ปริมาณขยะอาหารที่นำกลับไปประโยชน์ จำแนกตามปลายทางที่นำไปกำจัด

(หน่วย: ตัน)



โครงการกลยุทธ์ด้านการจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ
วัดปริมาณการสูญเสียขยะอาหารและของเสีย	• โครงการยกระดับการจัดการฐานข้อมูลอ้างอิงตามมาตรฐานสากล
ลดปริมาณการสูญเสียขยะอาหารและของเสีย	• โครงการลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ • โครงการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต • โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ • โครงการบริจาคสินค้าตัวอย่างที่เหลือจากการทดสอบ วิเคราะห์ วิจัย ด้านคุณภาพ • โครงการ AXTRA Care ส่งมอบอาหารส่วนเกิน เติมเต็มคุณภาพชีวิตช้างไทย
นำขยะอาหารและของเสียกลับมาใช้ใหม่	• โครงการ ZERO Waste to Landfill • โครงการบริหารจัดการขยะและวัตถุดิบเหลือใช้

บริษัทนำแนวทางการบริหารจัดการอาหารเพื่อลดปริมาณขยะอาหาร ขององค์การอาหารและเกษตร แห่งสหประชาชาติ (The Food and Agriculture Organization of United Nation: FAO) ร่วมกับโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme: UNEP) มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ผ่านมาตรการและการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ดังนี้



1 มาตรการป้องกันไม่ให้เกิดของเสีย

ซีพี ออลล์ ให้ความสำคัญสูงสุดกับการป้องกันการเกิดของเสีย ณ จุดกำเนิด (Source Reduction) โดยถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน เรามุ่งเน้นการบูรณาการเทคโนโลยีและการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูงเพื่อวางแผนการผลิตและการสั่งซื้ออย่างแม่นยำ เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดอาหารส่วนเกินและของเสียตลอดกระบวนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งปรากฏเป็นรูปธรรมผ่านโครงการสำคัญ ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง ลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ

ซีพี ออลล์ ใช้ AI และ Predictive Analytics ในการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าในร้าน 7-Eleven เพื่อปรับลดปริมาณการผลิตและจัดส่งสินค้าอาหารพร้อมทาน รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลยอดขายสินค้าย้อนหลังกับสินค้าที่ขายดีและคงเหลือผ่านการใช้อุปกรณ์ “หน้าจอสำหรับสั่งสินค้า” (Graphic Ordering Terminal: GOT) เพื่อช่วยให้พนักงานร้าน 7-Eleleven สามารถตรวจสอบยอดและบริหารจัดการ รวมถึงแก้ไขยอดสั่งสินค้าให้เหมาะสมได้ตามสถานการณ์ เช่น การจัดสินค้าโปรโมชั่นในช่วงพิเศษ เป็นต้น โดยในปี 2568 บริษัทสามารถลดปริมาณการสูญเสียจากการตัดจ่ายได้ ร้อยละ 1.59 คิดเป็นมูลค่า 151 ล้านบาท

โครงการต่อเนื่อง ลดของเสียในกระบวนการผลิต (ภายใต้โครงการหลัก Zero Waste to Landfill)

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ให้ความสำคัญและดำเนินตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการของเสียอย่างเคร่งครัดและต่อเนื่อง จากการลดของเสียที่ต้นทาง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดขยะตั้งแต่แรก โดยการพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการและอุปกรณ์ในกระบวนการผลิตเพื่อช่วยลดการสูญเสียวัตถุดิบ และลดอาหารส่วนเกิน ในปี 2568 ได้ดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตให้ใช้วัตถุดิบได้คุ้มค่ามากขึ้น เช่น ลดปริมาณการสูญเสียจากการตัดแต่งวัตถุดิบ ลดการสูญเสียด้วยเครื่องตัดแต่งด้วยพลังงานอัตราโซนิค (Ultrasonic) การพัฒนาเครื่องจักรและกระบวนการผลิตสินค้าเพื่อลดปริมาณการสูญเสียจากสินค้าหล่นพื้น และพัฒนาเครื่องฉีดน้ำมันทาพิมพ์เพื่อลด Reject กลุ่มบัตเตอร์เค้ก เป็นต้น

2 มาตรการลดการใช้ และเพิ่มการใช้ประโยชน์

ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นลดปริมาณขยะอาหารผ่านการบริหารจัดการ “อาหารส่วนเกิน” (Surplus Food) อย่างสร้างสรรค์ โดยเปลี่ยนจาก “ภาระในการกำจัด” ให้เป็น “คุณค่าที่ส่งต่อได้” เราให้ความสำคัญกับการคัดแยกและส่งต่อตามลำดับขั้นสากล ตั้งแต่การบริจาคเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มเป้าหมายไปจนถึงการแปรรูปเพื่อสร้างประโยชน์ใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ ดังตัวอย่างโครงการต่อไปนี้

โครงการต่อเนื่อง บริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ Food to Merit ปีที่ 5

ซีพี ออลล์ ร่วมมือกับมูลนิธิต่าง ๆ ในการส่งมอบอาหารส่วนเกินจากร้าน 7-Eleven โดยนำอาหารส่วนเกิดมอบให้ชุมชน องค์กรเพื่อสังคม องค์กรการกุศลและผู้ยากไร้ โดยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพอาหารก่อนส่งมอบอย่างรอบคอบ เช่น ความสมบูรณ์ของสภาพอาหาร ความสดใหม่ คุณภาพอาหารที่ดี ตลอดจนมีการรับรองด้วยตราสัญลักษณ์ อย. พร้อมระบุวันหมดอายุอย่างชัดเจน เป็นต้น โดยอาหารที่ส่งมอบให้ชุมชน ได้แก่ ขนมปัง แซนด์วิช นม ผัก อาหารกึ่งสำเร็จรูป ผลไม้ และอาหารปรุงสุก

ในปี 2568 ส่งมอบอาหารส่วนเกินจากร้าน 7-Eleven 758 สาขา ในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต ชลบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี เชียงใหม่ เชียงราย และนนทบุรี เพื่อส่งมอบ 4.3 ล้านมื้ออาหาร ให้กับชุมชน 2,649 ชุมชน คาดการณ์ลดขยะอาหารได้ 1,019 ตันต่อปี







โครงการบริจาคสินค้าตัวอย่างคุณภาพดีที่เหลือจากการวิจัยด้านคุณภาพ

ซีพี ออลล์ สำนักประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ ร่วมสร้างสรรค์สังคมที่ยั่งยืน ด้วยการบริจาคสินค้าตัวอย่างคุณภาพดีเหลือจากการทดสอบให้กับมูลนิธิสโกลารส์ ออฟ ซัสทีแนนซ์ และมูลนิธิ ณ สถานคุ้มครองและพัฒนาอาชีพ บ้านเกร็ดตระการ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์สูงสุด เช่น การนำเมล็ดกาแฟไปใช้ในการฝึกอบรมอาชีพหรือการแจกจ่ายให้กับผู้ต้องการ และเพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าทุกชิ้นที่บริจาค มีคุณภาพและปลอดภัย บริษัทดำเนินการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวด ร่วมมือกับพันธมิตร ติดตามการบริจาคทุกขั้นตอนและบันทึกข้อมูลอย่างละเอียด เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าถึงมือผู้รับอย่างปลอดภัย ปี 2568 ช่วยลดปริมาณขยะอาหารได้ถึง 1.08 ตัน







โครงการต่อเนื่อง คนดีซีพีแรม x ครัวรักษ์อาหาร SOS ปีที่ 5

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ร่วมกับ มูลนิธิสโกลารส์ ออฟ ซัสทีแนนซ์ (Scholars of Sustenance Foundation: SOS) จัดโครงการ “คนดีซีพีแรม x ครัวรักษ์อาหาร SOS” ลงพื้นที่ชุมชนจังหวัด ชลบุรี และชุมชนในพื้นที่เขตลาดกระบัง ในการจัดตั้งครัวรังสรรค์เมนูใหม่จากอาหารส่วนเกิน เพื่อลดความสูญเปล่าทางอาหาร หรือ Food Waste และปัญหาอาหารส่วนเกิน หรือ อาหารที่เกินจากความต้องการ แต่สามารถนำไปบริโภคต่อได้ โดยร่วมส่งมอบให้กับชุมชน และกลุ่มเปราะบาง โดยในปี 2568 ได้ส่งมอบอาหารให้กับชุมชนจังหวัดชลบุรี จำนวน 1,700 มื้อ และชุมชนในพื้นที่เขตลาดกระบัง จำนวน 4,680 มื้อ สามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากอาหารส่วนเกิน 3,848.13 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ “คนดีซีพีแรม” ที่มุ่งปลูกฝังให้พนักงานประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ส่งเสริมความคิดดี ทำดี สร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ให้สังคมและประเทศชาติ







โครงการต่อเนื่อง ซีพี แอ็กซ์ตร้า อาหารดีพี่ให้น้อง ปีที่ 8

ซีพี แอ็กซ์ตร้า มุ่งส่งเสริมอาหารยั่งยืนและการเข้าถึงโภชนาการที่ดีสำหรับเยาวชนไทยผ่านโครงการ ซึ่งดำเนินงานต่อเนื่อง โดยในปี 2568 ส่งมอบอาหาร ครอบคลุม 77 จังหวัดทั่วประเทศ พร้อมยกระดับสู่การสร้างระบบอาหารยั่งยืนแบบครบวงจรภายใต้ 3 แกนหลัก ได้แก่ 1) การสนับสนุนวัตถุดิบคุณภาพเพื่อการปรุงอาหารที่มีประโยชน์ 2) การส่งเสริมอาหารยั่งยืนผ่านการปรับปรุงโรงเรือนเลี้ยงไก่ไข่และสนับสนุนการเลี้ยงแมลงโปรตีน BSF และ 3) การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านโภชนาการจากไก่ไข่และการเลี้ยงแมลงโปรตีน BSF เพื่อลดขยะอาหารภายในโรงเรียนอีกด้วย การดำเนินงานดังกล่าวให้เยาวชนเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและถูกต้องตามหลักโภชนาการ สอดรับกับแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี และเป็นต้นแบบให้ชุมชน ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน






โครงการต่อเนื่อง กินได้ไม่ทิ้งกัน ปีที่ 4

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมกับกรุงเทพมหานคร (BKK Food Bank) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) และมูลนิธิสโกลารส์ ออฟ ซัสทีแนนซ์ (SOS Thailand) ส่งต่อสินค้าอาหารและวัตถุดิบที่ยังคงคุณภาพดีและไม่หมดอายุ ให้แก่ประชาชนในชุมชนและกลุ่มเปราะบางใน 50 เขตกรุงเทพมหานคร ตั้งเป้าหมายบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายครัวเรือน และสร้างโอกาสให้ผู้ที่ขาดแคลนสามารถเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพได้อย่างเท่าเทียม และเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) ให้กับครัวเรือน โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง ได้แก่ ผู้สูงอายุ เด็ก และครอบครัวรายได้น้อย โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการส่งต่ออาหารคุณภาพ สร้างรากฐานชุมชนที่แข็งแรงและยั่งยืน ยกระดับคุณภาพชีวิตสังคมและชุมชนไปพร้อมกับการเติบโตของเศรษฐกิจ

โครงการต่อเนื่อง เพาะเลี้ยงแมลงโปรตีน (Black Soldier Fly - BSF) ปีที่ 3

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ขยายผลการถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตแมลงโปรตีนจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือไปยังทุกภูมิภาคทั่วไทยภายใต้โครงการเปลี่ยนขยะเป็นประโยชน์ที่ส่งเสริมให้นำอาหารส่วนเกินจากซีพี แอ็กซ์ตร้า ส่งต่อให้กับเกษตรกร เพื่อนำไปใช้เป็นวัตถุดิบเพาะเลี้ยง แมลงโปรตีน ซึ่งเป็นแมลงที่ปลอดภัยต่อพืชและชุมชน โดยมีการอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ การผลิตและใช้ประโยชน์แมลงโปรตีน BSF ใน 5 ภูมิภาคทั่วไทย ในปี 2568 ส่งมอบอาหารส่วนเกินให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ เลี้ยงแมลงโปรตีน 9,976.85 ตันต่อปี โดยมีเกษตรกรนำร่อง อาทิ พี่น้อย ฟาร์มไก่สวยงาม หรือ “NOY CHICKEN FARM” ที่สามารถลดค่าใช้จ่ายได้กว่า ร้อยละ 50 จากค่าหนอนนก วิตามิน และอาหารเสริมต่าง ๆ รวมถึงฟาร์มจิ้งหรีด ศิวะพณ ฟาร์ม ที่นำนวัตกรรมการเลี้ยงหนอนแมลงโปรตีน BSF มาประยุกต์ใช้ภายในฟาร์มตั้งแต่ใช้กำจัดขยะอาหารส่วนเกินใช้เป็นอาหารเลี้ยงจิ้งหรีด และมูลของ BSF ยังเป็นปุ๋ยอินทรีย์คุณภาพสูงสามารถนำมาใช้สำหรับการเพาะปลูกผักเคล



โครงการแปรรูปเป็นอาหารสัตว์ (Feed Animals)

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมกับกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช ส่งมอบอาหารส่วนเกิน อาทิ ผัก ผลไม้ และอาหารส่วนเกินจากสาขาแม็คโครและโลตัส ไปยังสถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า ศูนย์ช่วยเหลือสัตว์ป่า และศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก ที่อยู่ภายใต้การดูแลของกรมอุทยานฯ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด ลดปริมาณอาหารส่วนเกิน ช่วยแบ่งเบาภาระงบประมาณประจำปีด้านอาหารและเสริมสวัสดิการสัตว์ป่า ในปี 2568 ส่งมอบอาหารให้กับศูนย์ช่วยเหลือสัตว์และสวนสัตว์ รวม 37 แห่ง ทั่วประเทศ และได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ เพิ่มส่งเสริมสวัสดิภาพช้างของสถาบันคชบาลแห่งชาติในพระอุปถัมภ์ฯ ส่งมอบอาหารส่วนเกินที่ยังรับประทานได้ ได้แก่ ผัก และผลไม้ ในจังหวัดเชียงใหม่ ลำปาง และกระบี่ ทั้งนี้ เพื่อบรรลุเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่มุ่งลดปริมาณขยะอาหารให้เป็นศูนย์ภายในปี 2573 ทั้งนี้ บริษัท สามารถลดปริมาณการทิ้งขยะอาหารไปสู่หลุมฝังกลบโดยส่วนหนึ่งนำไปเป็นอาหารสัตว์เกือบ 3,114.41 ตัน





3 มาตรการการนำมาผลิตเพื่อใช้ซ้ำ

เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายขยะฝังกลบเป็นศูนย์ บริษัทพัฒนาระบบการจัดการวัตถุดิบที่เหลือจากการผลิตให้สามารถหมุนเวียนกลับมาเป็นประโยชน์ได้อีกครั้ง โดยการวิเคราะห์และคัดแยกวัตถุดิบส่วนเกินที่มีคุณภาพเพื่อนำไปผลิตซ้ำ (Re-process) ในรูปแบบที่เหมาะสม กระบวนการนี้ช่วยลดการทิ้งทรัพยากรโดยเปล่าประโยชน์ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการกำจัดของเสียได้อย่างยั่งยืน ผ่านการดำเนินโครงการสำคัญ ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง เพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต ปีที่ 7

ซีพีแรม (ลาดกระบัง) นำวัตถุดิบส่วนเกินจากการสูญเสียในการผลิต มาเพิ่มมูลค่าเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งช่วยลดการเกิดความสูญเปล่าทางอาหาร โดยดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมปังกระเทียมจากขอบขนมปัง และพัฒนาผลิตภัณฑ์บลูเบอรี่ชีสพาย เป็นต้น







ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดปริมาณการสูญเสียอาหารในกระบวนการผลิต 100 ตันต่อปี
- ลดค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะอาหารเป็นศูนย์
- เพิ่มมูลค่าสินค้า สร้างยอดขาย 71.86 ล้านบาทต่อปี

4 มาตรการการนำมาใช้ใหม่ ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

เราเปลี่ยน “ขยะ” ให้เป็น “ประโยชน์” ด้วยการนำระบบการจัดการรีไซเคิลมาใช้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อคืนคุณค่าให้กับวัสดุเหลือใช้และลดผลกระทบต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน บริษัท มุ่งเน้นการคัดแยกวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทุกประเภท เพื่อเข้าสู่กระบวนการแปรรูปและนำกลับมาหมุนเวียนใช้ประโยชน์ซ้ำในวงจรเศรษฐกิจ ผ่านโครงการสำคัญ ดังนี้

โครงการ ZERO Waste to Landfill ปีที่ 10

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

ประเภทวัสดุเหลือใช้	ปริมาณการนำกลับมาใช้ใหม่ (ร้อยละ)	ประเภทของการนำมาใช้ใหม่
เศษขนมปัง	ร้อยละ 62.71	ผลิตอาหารสัตว์
ขยะอาหาร	ร้อยละ 0.65	ผลิตอาหารสัตว์
ขยะกลุ่มกากตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสีย	ร้อยละ 18.30	ผลิตปุ๋ยชีวภาพและสารปรับปรุงดิน
ขยะพลาสติก	ร้อยละ 12.35	หลอมเป็นเม็ดพลาสติก (เพิ่มมูลค่า)
ขยะขวดแก้ว ขวดพลาสติก	ร้อยละ 0.23	ผ่านกระบวนการรีไซเคิล
ขยะอันตราย	ร้อยละ 0.18	ใช้เป็นวัตถุดิบในโรงปูน (ใช้ประโยชน์)
ขยะทั่วไป	ร้อยละ 5.58	เป็นเชื้อเพลิง RDF (เชื้อเพลิงทดแทน)

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- กำจัดขยะด้วยกระบวนการฝังกลบ**เป็นศูนย์**
- สร้างรายได้จากขยะและวัสดุเหลือใช้เฉลี่ย **55 ล้านบาทต่อปี**
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉลี่ย **32,927 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
- คัดแยกขยะกลุ่มพลาสติกเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการ Recycle ได้ **774.48 ตันต่อปี**

โครงการ ลดทิ้ง สร้างค่า AXTRA Zero Waste

ซีพี แอ็กซ์ตร้า มุ่งลดขยะสู่หลุมฝังกลบเป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill) ภายในปี 2573 ครอบคลุมต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ เพิ่มมูลค่า ลดปัญหาสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจหมุนเวียนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ต้นน้ำ: ร่วมมือกับผู้ผลิตและเกษตรกรวางแผนการผลิตและการเพาะปลูก เพื่อลดการสูญเสียตั้งแต่แหล่งผลิต และพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ ถุงหายใจได้ Skin Pack ยืดอายุความสดของผัก ผลไม้ และเนื้อสัตว์

กลางน้ำ: เพิ่มประสิทธิภาพการสั่งซื้อด้วยระบบอัตโนมัติและควบคุมอุณหภูมิการจัดเก็บที่เหมาะสมในสาขาแม็คโคร-โลตัส เพื่อลดขยะอาหาร

ปลายน้ำ: ดำเนินการภายใต้แนวคิด “ขยะเป็นศูนย์ ประโยชน์เป็นแสน” สำหรับอาหารบริโภคได้ส่งต่อผ่านโครงการ “กินได้ไม่ทิ้งกัน” และ BKK FOOD BANK เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารแก่กลุ่มเปราะบาง และอาหารบริโภคไม่ได้จะส่งต่อให้เกษตรกรนำไปเลี้ยงแมลงโปรตีน Black Soldier Fly (BSF) เพื่อใช้เป็นอาหารสัตว์ และมูลแมลงโปรตีน BSF ถูกนำไปเป็นปุ๋ยอินทรีย์ และน้ำหมักชีวภาพ เพื่อสนับสนุนเกษตรกรและลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดขยะอาหารสู่หลุมฝังกลบกว่า **15,000 ตัน**
- สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจคืนสู่ชุมชนกว่า **76 ล้านบาท**

โครงการต่อเนื่อง ลานอเนกประสงค์รักษ์โลก ปีที่ 3

ซีพี ออลล์ ร่วมกับ ซอยส์ มินิ สโตร์ ผู้บริหารร้าน 7-Eleven ในพื้นที่ภาคเหนือ และเพจ Green Road ส่งมอบ “ลานอเนกประสงค์รักษ์โลก” สนับสนุนการนำขยะพลาสติกกำพร้ามาใช้เป็นวัสดุก่อสร้างผสมปูนเทพื้น ลดการใช้หินและทรายในกระบวนการผสมปูนเกิดเป็น “นวัตกรรมสีเขียว” ทำให้ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และช่วยแก้ไขปัญหาขยะในชุมชน พร้อมทั้งต่อยอดพัฒนาศูนย์การเรียนรู้นวัตกรรม Eco-Concrete เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ส่งมอบ “ลานอเนกประสงค์รักษ์โลก” ให้กับชุมชนและโรงเรียน ทั้งหมด 6 แห่ง ได้แก่

1. โรงเรียนเกาะพะงันศึกษา อ.เกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี
2. ชุมชนบ้านหนองอุ่ม อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม
3. โรงเรียนบ้านศรีบุญเรือง อ.สันทราย จ.เชียงใหม่
4. โรงเรียนบ้านน้ำย้อย อ.ป่าซาง จ.ลำพูน
5. โรงเรียนบ้านแม่โต๋ อ.สะเมิง จ.เชียงใหม่
6. โรงเรียนบ้านหลวง อ.พร้าว จ.เชียงใหม่

เพื่อช่วยลดการใช้ทรายและปูน อีกทั้งช่วยลดปริมาณขยะพลาสติกกำพร้าที่จะถูกทิ้งลงหลุมฝังกลบได้ 1,155 กิโลกรัม โดยแบ่งเป็น ลานกีฬาอเนกประสงค์รักษ์โลก โรงเรียนบ้านบ้านหลวง พื้นที่ขนาด 608 ตารางเมตร สามารถลดปริมาณขยะพลาสติกทิ้งลงหลุมฝังกลบไปได้ 900 กิโลกรัม เก้าอี้สนาม ผลิตจากถุงอลูมิเนียมฟอยล์และถุงพลาสติก จำนวน 10 ตัว สามารถลดปริมาณขยะพลาสติกทิ้งลงหลุมฝังกลบไปได้รวม 250 กิโลกรัม ถ้วยและเหรียญรางวัลทำจากฝาขวดพลาสติก สามารถลดปริมาณขยะพลาสติกทิ้งลงหลุมฝังกลบไปได้รวม 5 กิโลกรัม





ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อพนักงาน

- ลดปริมาณขยะพลาสติกกำพร้าได้รวมทั้งหมด **10.50 ตัน**
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **11 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
- สถาบันการศึกษาและชุมชนเข้าร่วมโครงการ **70 แห่งทั่วประเทศ**

โครงการต่อเนื่อง ทับสะแก กรีนคาเฟ่ รักษ์โลก ปีที่ 3

ซีพี ออลล์ ริเริ่มโครงการจากโมเดลจัดการขยะครบวงจรในโครงการต้นกล้าไร้ถังต่อยอดสู่การเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อม และเสริมทักษะอาชีพให้แก่นักเรียน ภายใต้ชื่อ “ทับสะแก กรีนคาเฟ่ รักษ์โลก” เพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้ แหล่งท่องเที่ยว จุดเช็คอินใหม่ของอำเภอทับสะแก โรงเรียนทักสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยบูรณรการองค์ความรู้การจัดการขยะ เชื่อมโยงสู่หลักสูตรการเรียน การสอนในโรงเรียนเป็นหลักสูตรท้องถิ่น นำมาพัฒนาและต่อยอดการบริหารร้านคาเฟ่ด้วยแนวคิด “Green Cafe Store Concept” ได้แก่

- Green People บริการโดยคนรักสิ่งแวดล้อม เพื่อลูกค้าที่รักสิ่งแวดล้อม
- Green Design ร้านประหยัดพลังงาน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- Green Material Equipment & Furniture วัสดุ อุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ในการก่อสร้างตกแต่งจากวัสดุรีไซเคิล
- Green Food Good Test เครื่องดื่ม เบเกอรี่ที่ใส่ใจในสุขภาพ
- Green Packaging บรรจุภัณฑ์และภาชนะในร้านใช้แล้วใช้ซ้ำ ใช้แล้วย่อยสลายได้ รีไซเคิลได้





5 การวัด วิเคราะห์ และจัดทำฐานข้อมูล

โครงการยกระดับการจัดการฐานข้อมูลอ้างอิงตามมาตรฐานสากล

บริษัทวัดผลและวิเคราะห์ข้อมูลและส่วนประกอบของขยะอาหารจากกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่



ในปี 2568 บริษัทมีปริมาณขยะอาหารทั้งหมด 70,632.23 ตัน โดยกลุ่มขยะอาหารประเภทอาหารพร้อมรับประทาน มีปริมาณสูงที่สุด จำนวน 19,049.35 ตัน คิดเป็นร้อยละ 27 ของปริมาณขยะอาหารปี 2568 (สามารถดูข้อมูลสัดส่วนปริมาณขยะอาหารแต่ละกลุ่มได้ที่สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568)

6 สานความร่วมมือกับชุมชน และคู่ค้าในการจัดการขยะและของเสีย

โครงการต่อเนื่อง ต้นกล้าไร้ถัง เพื่อโรงเรียนและชุมชนไร้ถัง ปีที่ 6

ซีพี ออลล์ ร่วมกับโรงเรียนภายใต้มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์ อีดี ที่สนับสนุนโดยบริษัทมุ่งเน้นการบริหารจัดการขยะ เพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยวิถีของต้นกล้าไร้ถังคือ “การไม่มีถังขยะ” หรือมีขยะเหลือร้อยที่สุด ผ่านการคัดแยกวัสดุย่อยสลาย วัสดุรีไซเคิล ร่วมมือกับพ่อค้าแม่ค้า ในโรงเรียน ยกเลิกการขายสินค้าที่จะสร้างขยะ เช่น หลอด กระดาษ แก้วน้ำพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เป็นต้น ในปี 2568 มีโรงเรียนเข้าร่วมเพิ่มเติม 4 แห่ง มีโรงเรียนที่เข้าร่วมดครงการสะสมราวทั้ง 6 รุ่น รวมกว่า 768 แห่ง เข้าร่วมเป็นสมาชิกภาคีในฐานะโรงเรียนไร้ถังสังกัดกรุงเทพมหานคร และมีแผนขยายผลการดำเนินการให้ครบทุกโรงเรียนภายใต้มูลนิธิสานอนาคตการศึกษาคอนเน็กซ์ อีดี (CONNEXT ED) ที่สนับสนุนโดยบริษัท รวมถึงยกระดับโครงการไปสู่ระดับชุมชนในชื่อ “ชุมชนไร้ถัง” เพื่อบริหารจัดการขยะของชุมชน อาทิ ชุมชนบางบัว ริมคลองลาดพร้าว สำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร รวมถึงการใช้ และใช้ประโยชน์จากพลาสติกกำพร้าเพื่อทำอิฐรักษ์โลก ลดปัญหาขยะล้นเกาะในฐานะแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม โรงเรียนเกาะพะงันศึกษา อำเภอเกาะพะงัน จังหวัด สุราษฎร์ธานี





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดปริมาณขยะเหลือใช้ได้**ร้อยละ 80**
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ **127.5 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
- สถาบันศึกษาและชุมชนเข้าร่วมโครงการจำนวน **928 แห่งทั่วประเทศ**

โครงการต่อเนื่อง e-Waste ให้ถูกที่ ดีต่อใจ ที่โลตัส

โลตัสร่วมกับทรู คอร์ปอเรชั่น ขยายจุดรับขยะอิเล็กทรอนิกส์ ณ โลตัส 20 สาขาในกรุงเทพ พร้อมเป็นตัวกลางเชื่อมต่อเข้าถึงคนในชุมชน สนับสนุนให้เกิดการแยกขยะอิเล็กทรอนิกส์อย่างถูกที่ ถูกวิธี อาทิ รีไซเคิลโทรศัพท์มือถือที่ไม่ใช้แล้ว เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องปริ้นท์เตอร์ เป็นต้น



โครงการสำนึกรักบ้านเกิด

ซีพี ออลล์ ร่วมมือกับสำนักปฏิบัติการ 3 พื้นที่เกาะล้าน จัดกิจกรรมเก็บขยะทะเลในพื้นที่เข้าถึงยาก รวมถึงขยะจากเรืออวนพาณิชย์และอวนประมง โดยกิจกรรมนี้ได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการในพื้นที่ ชุมชน โรงแรม บริษัททัวร์ โรงเรียน และกลุ่มอาสาสมัคร 180 คน ที่มาร่วมแรงร่วมใจในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม





7 สร้างการรับรู้ และรณรงค์ให้ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค

โครงการต่อเนื่อง สร้างความตระหนักเรื่องขยะอาหาร (Food Waste)

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินโครงการสร้างความตระหนักถึงปัญหาขยะอาหารมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านเพจเฟซบุ๊ก “สังคมไทยไร้ Food Waste” และสร้างกลุ่ม “กินหมดจด ไร้ Food Waste” เพื่อเป็นช่องทางส่งเสริมความรู้ด้านการจัดการและลดปริมาณขยะอาหารให้กับสังคมไทย รวมถึงเดินหน้าสร้างจิตสำนึกด้านการลดความสูญเปล่าทางอาหาร หรือ Food Waste ให้กับเยาวชน ผ่านกิจกรรมให้ความรู้ในโรงเรียนและสถานศึกษาต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับปัญหา Food Waste และแนวทางการลดอาหารเหลือทิ้งอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้นักเรียน และเยาวชน ได้ตระหนักถึงความสูญเปล่าทางอาหาร และสามารถนำแนวคิดเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน ปัจจุบันมีผู้กดติดตามเพจเฟซบุ๊กกว่า 31,000 ราย และมีสมาชิกกลุ่มกว่า 1,266 ราย







กิจกรรมการประกวดคลิปวิดีโอ TikTok ภายใต้หัวข้อ “ขอแค่ไม่ทิ้ง ก็เปลี่ยนโลกได้แล้ว”

บริษัท ซีพีแรม จำกัด จัดกิจกรรมการประกวดคลิปวิดีโอ TikTok ภายใต้หัวข้อ “ขอแค่ไม่ทิ้ง ก็เปลี่ยนโลกได้แล้ว” เนื่องในวันอาหารโลก (World Food Day) เพื่อร่วมปลุกจิตสำนึกรักษ์โลก ลดปัญหาความสูญเปล่าทางอาหาร (Food Waste) และสร้างแรงบันดาลใจให้ทุกคนเห็นคุณค่าของอาหารที่บริโภค โดยได้รับผลตอบรับที่ดีจากเยาวชนและประชาชนทั่วไป ซึ่งได้ร่วมส่งผลงานเข้าประกวดผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ช่องทางยอดนิยมที่เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถถ่ายทอดแนวคิดและไอเดียสร้างสรรค์ในการลด Food Waste ได้อย่างเข้าถึงง่ายและสนุกสนาน โดยในปี 2568 มีผู้ส่งผลงานเข้าประกวด 284 คลิป





โครงการถุงขยะแยกสี สนับสนุนประชาชนแยกขยะขับเคลื่อนสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

โลตัส พัฒนาสินค้าแบรนด์โลตัส บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ ได้แก่ ถุงขยะแบรนด์โลตัส เกรด A ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัย ในราคาคุ้มค่าและแยกประเภทขยะตามสี โดยออกแบบตามหลักการแยกขยะของกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ถุงสีเหลืองสำหรับขยะรีไซเคิล ถุงสีฟ้าสำหรับขยะทั่วไป และถุงสีเขียวสำหรับขยะอินทรีย์หรือขยะอาหาร ช่วยอำนวยความสะดวกให้ประชาชนสามารถแยกขยะได้ง่ายในครัวเรือน สำหรับส่งต่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปบริหารจัดการต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมเปิดพื้นที่จุดรับขยะหลากหลายประเภทเพื่อนำไปมอบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำขยะบรรจุภัณฑ์กลับไปสู่กระบวนการรีไซเคิล สร้างคุณค่าและประโยชน์คืนแก่สังคมต่อไป

โครงการไม่เทรวม X เปลี่ยนขยะเป็นประโยชน์



ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมมือกับกรุงเทพมหานครในการแยกขยะจากสาขาขนาดใหญ่และขนาดเล็กกว่า 400 แห่ง ทั่วกรุงเทพฯ โดยเริ่มต้นโครงการนำร่องใน 9 เขตกลุ่มกรุงเทพตะวันออก และขยายผลอย่างต่อเนื่องจนสามารถดำเนินการครอบคลุมทั้ง 50 เขต และได้ให้ความสำคัญกับการแยกขยะอาหารที่จำหน่ายไม่หมดออกจากขยะทั่วไป โดยพนักงานจะใช้เทปหรือฟางสีเขียวมัดปากถุงขยะจากขยะอาหาร เพื่อให้เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตที่เข้ามาเก็บทุกวัน สามารถระบุและนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ เช่น นำไปใช้ประโยชน์ทางการเกษตร อาทิ อาหารสัตว์ เลี้ยงแมลงโปรตีน (BSF) ปุ๋ยหมัก ผลิตก๊าซชีวภาพ หรือส่งต่อให้เกษตรกรนำไปพัฒนาชุมชนในพื้นที่ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการลดขยะอาหารสู่หลุมฝังกลบให้เป็นศูนย์ พร้อมเปิดตัวโครงการ “ซีพี แอ็กซ์ตร้า รวมพลังลดขยะ” และแอปพลิเคชัน “BKK Waste Pay” ชวนคนไทยจัดการขยะในครัวเรือนตั้งแต่ต้นทาง สอดรับกับความมุ่งมั่นของบริษัทในการสนับสนุนการแยกขยะและนำไปใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในปี 2568 ลดขยะอาหารไปสู่การฝังกลบได้ 16,010.46 ตันต่อวัน

การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ



> “มากกว่าการทำธุรกิจ คือการได้เห็นทุกชุมชนเข้มแข็งและเติบโตด้วยศักยภาพของตนเอง ซีพี ออลล์ พร้อมเคียงข้างเพื่อสร้างอาชีพที่เป็นรากฐานของชีวิต รังสรรค์สังคม ชุมชนที่อุ่นใจและเปี่ยมด้วยความหวัง ส่งเสริมการพึ่งพาตนเองและการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน”

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG1
ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่

1.2 ลดสัดส่วนชาย หญิง และเด็กในทุกช่วงวัย ที่อยู่ภายใต้ความยากจนในทุกมิติ

1.3 ดำเนินการให้เป็นผลตามระบบและมาตรการคุ้มครองทางสังคมที่เหมาะสม และให้ครอบคลุมถึงกลุ่มที่ยากจน และเปราะบาง



SDG2
ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

2.3 เพิ่มผลิตภาพทางการเกษตรและรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก โดยเฉพาะผู้หญิง คนพื้นเมืองเกษตรกรแบบครอบครัว คนเลี้ยงปศุสัตว์ชาวประมง โดยรวมถึงการเข้าถึงที่ดิน ทรัพยากร และปัจจัยนำเข้าในการผลิต ความรู้ บริการทางการเงิน ตลาด และโอกาสสำหรับการเพิ่มมูลค่าและการจ้างงาน

2.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืน และดำเนินการตามแนวปฏิบัติทางการเกษตรมีภูมิคุ้มกันที่จะเพิ่มผลิตภาพและการผลิต ซึ่งจะช่วยรักษาระบบนิเวศ เสริมขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ ภาวะอากาศรุนแรง ภัยแล้ง อุทกภัย และภัยพิบัติอื่น ๆ และจะช่วยพัฒนาที่ดินและคุณภาพดินอย่างต่อเนื่อง



SDG8
ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์ และนวัตกรรมและส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อยขนาดเล็กและขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน



SDG10
ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ

10.1 ให้บรรลุอย่างต่อเนื่องและคงการเติบโตของรายได้ในกลุ่มประชากรที่ยากจนที่สุด



SDG11
ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิต้านทานและยั่งยืน

11.5 ลดจำนวนการตายและจำนวนคนที่ได้รับผลกระทบและลดการสูญเสียโดยตรงทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของโลกที่เกิดจากภัยพิบัติ ซึ่งรวมถึงภัยพิบัติที่เกี่ยวกับน้ำโดยมุ่งเป้าปกป้องคนจนและคนที่อยู่ในสถานการณ์ที่เปราะบาง

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคของปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ในปัจจุบันอาจนำไปสู่ความเหลื่อมล้ำทางสังคมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มประชากรที่มีรายได้น้อยและกลุ่มเปราะบาง ซึ่งอาจถูกจำกัดโอกาสในการเข้าถึงแหล่งความรู้และโอกาสทางการศึกษาแหล่งเงินทุน หรืออาชีพ ตลอดจนบริการด้านสุขภาพ โดยความเหลื่อมล้ำดังกล่าวอาจทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นในอนาคต ภาคธุรกิจจึงต้องดำเนินงานอย่างรับผิดชอบ เคารพสิทธิมนุษยชน ลดผลกระทบเชิงลบต่อคุณภาพชีวิต ควบคู่กับการส่งเสริมความเท่าเทียม การพัฒนาเศรษฐกิจจากรากฐานอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทำความเข้าใจบริบททางสังคมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ คำนึงถึงผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมในทุกมิติอย่างรอบด้าน ส่งเสริมการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความหลากหลาย พัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการออกแบบรูปแบบธุรกิจใหม่ที่ยั่งยืน โดยอาศัยความร่วมมือกับภาครัฐและภาคประชาสังคม เพื่อให้ทุกภาคส่วนสามารถสนับสนุนและเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างต่อเนื่องและมั่นคง

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ — ชุมชน
2. การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า — ชุมชน
3. การจัดส่ง และกระจายสินค้า
4. การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ — ชุมชน
5. การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย

▶ ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

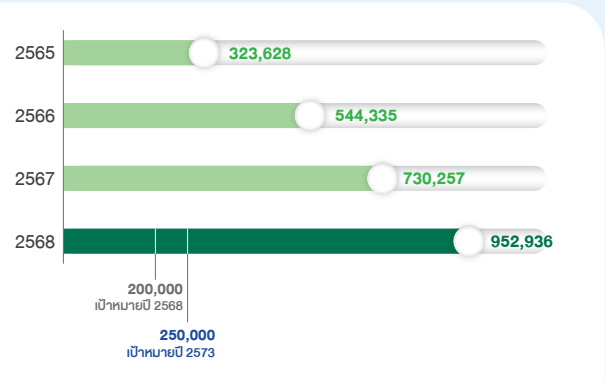
มิติด้านความยั่งยืน - มิติด้านสังคม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ - Significant Material Topics

▶ เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

พัฒนาทักษะ ส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับ เกษตรกร ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่อุปทาน

(หน่วย: รายสะสม)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

- จ้างงาน / รับซื้อสินค้าโดยตรง กลุ่ม SME เกษตรกร **27,816 ราย**
- จ้างงาน / รับซื้อสินค้าทางอ้อม กลุ่ม SME เกษตรกรลูกไร่ ในห่วงโซ่อุปทาน **187,382 ราย**
- กลุ่มเปราะบางที่ได้รับการพัฒนาทักษะทางอาชีพ **7,481 ราย**
- ร้าน 7-Eleven จ้างงานแรงงานท้องถิ่น **44,933 ราย** (ร้อยละ 50.13)
- ช่วยเหลือชุมชน บรรเทาสาธารณภัย **516,780 ราย** มูลค่าสนับสนุน **1.56 ล้านบาท**





การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

- โครงการห้องน้ำเพื่อน้อง ภายใต้บุญนิธิแสตมป์เซเว่น เพื่อสาธารณกุศล ทุกภูมิภาค ปีที่ 3
- สนับสนุนผลผลิตล้นตลาดของเกษตรกร
- สร้างอาชีพให้กลุ่มเปราะบาง อาทิ โครงการ “กาแฟสร้างสุข สร้างโอกาส” ปี 3 การส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรมให้กับสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย
- การดำเนินการตามกลยุทธ์ 3 ให้ ให้ช่องทางการขาย ให้ความรู้ และให้การเชื่อมโยงเครือข่ายแก่ SME เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย ร้านโชห่วย
- ให้ความรู้เยาวชนเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเองเชิงรุก ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตปัจจุบัน ภายใต้โครงการ “เภสัชกรชุมชน”

แนวทางการดำเนินงาน

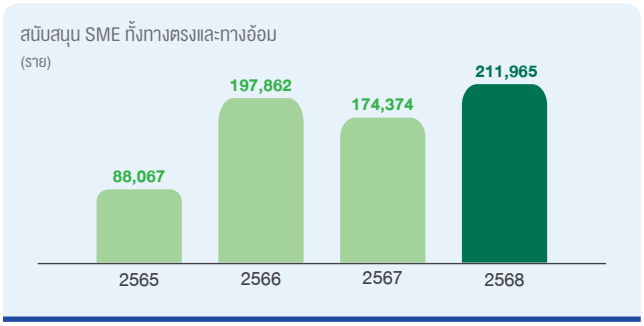
ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นสร้างคุณค่าทางสังคมพร้อมขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจฐานรากให้เติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ผ่านกลยุทธ์ “3 สร้าง” ที่มุ่งเน้นการ “สร้างอาชีพ” และ “สร้างชุมชนอุ่นใจ” เป็นสำคัญ โดยในมิติด้านการสร้างอาชีพ บริษัททำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงศักยภาพท้องถิ่นสู่ผู้บริโภค ผ่านการเสริมสร้างขีดความสามารถและขยายช่องทางตลาดให้แก่กลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการ SME และผู้ประกอบการ รายย่อยในท้องถิ่น รวมถึงการมุ่งเน้นสร้างงานและรายได้ที่มั่นคงให้แก่ กลุ่มเปราะบางทางสังคม เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างมีศักดิ์ศรี ควบคู่ไปกับการ “สร้างชุมชนอุ่นใจ” ยกระดับคุณภาพชีวิต ความปลอดภัย และสุขภาวะชุมชนผ่านโครงการที่มุ่งเน้นผลประโยชน์ของส่วนรวม รวมถึงยึดมั่นในการเคียงข้างชุมชนผ่านบทบาทการเป็นกลไกสนับสนุนเมื่อเกิดวิกฤต โดยเฉพาะการดำเนินกิจกรรมบรรเทาทุกข์และช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศอย่างเร่งด่วน ควบคู่ไปกับการจัดตั้งช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและรับฟังข้อห่วงกังวลจากชุมชนอย่างเป็นทางการ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนาสู่การสร้างคุณค่าร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งจัดตั้งช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและรับฟังข้อห่วงกังวลจากชุมชนอย่างเป็นทางการ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนาสู่การสร้างคุณค่าร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งดำเนินการติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายสร้างผลกระทบเชิงบวกและลดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชน ทั้งในระยะสั้นและเป้าหมายความยั่งยืนระยะยาว ปี 2573 โดยผลลัพธ์และบทเรียนที่ได้รับจากการลงพื้นที่จริงจะถูกจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลสำคัญเพื่อนำมาพัฒนาเป็นนโยบายและแผนงานในอนาคต เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจบริบทเชิงสังคม สร้างคุณค่าทางสังคมที่ยั่งยืน และสนับสนุนระบบเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างแท้จริง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- ▶ เรื่อง “การประเมินผลกระทบต่อชุมชนเชิงสังคม” ในบท “แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน และอาชีวอนามัยและความปลอดภัย”
- ▶ เรื่อง “การประเมินผลกระทบต่อชุมชนเชิงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ” ในบท “การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ”
- ▶ เรื่อง “การประเมินประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน” ในบท “ใส่ใจทุกสาระสำคัญ เพื่อความยั่งยืนทุกมิติ”

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

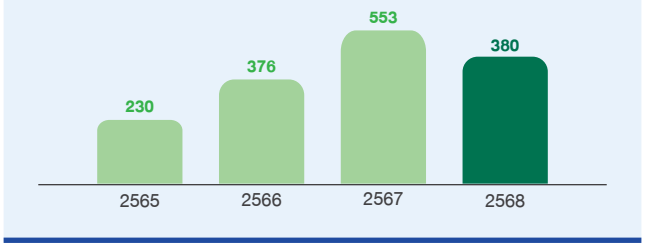
สร้างอาชีพ



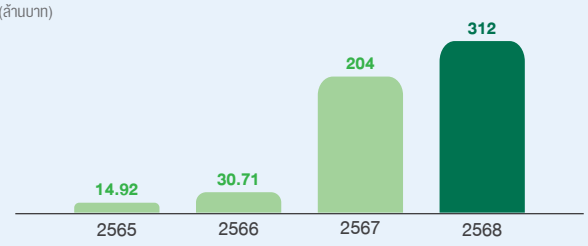
จำแนกเอสเอ็มอี ตามลักษณะธุรกิจ (ราย)	ราย	มูลค่ารวมการจัดซื้อและสนับสนุนผลิตภัณฑ์
ผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค	81,229	46,985 ล้านบาท
ผู้ให้บริการและงานรับเหมา	102,924	
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน	380	
ผู้ประกอบการรายย่อย	16,003	
ธุรกิจอื่น ๆ	11,429	

หมายเหตุ : กลุ่มสินค้าบริโภค ครอบคลุมสินค้าเกษตร และสินค้าเกษตรแปรรูป

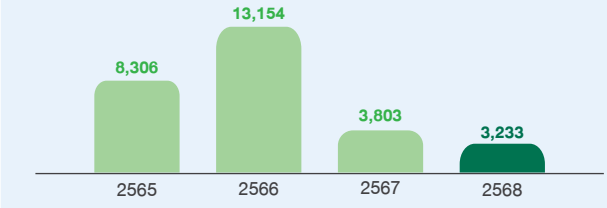
สนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการท้องถิ่น (ผลิตภัณฑ์ชุมชน)
(ราย)



มูลค่ารวมการจัดซื้อและสนับสนุนผลิตภัณฑ์
(ล้านบาท)



สนับสนุนเกษตรกร ทั้งทางตรงและทางอ้อม
(ราย)

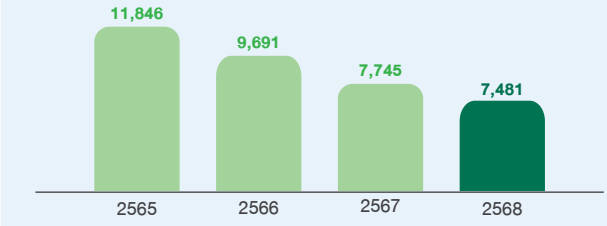


จำแนกเกษตรกร ตามประเภทผลผลิต
(ราย)

	ราย	มูลค่ารวมการจัดซื้อและสนับสนุนผลิตภัณฑ์
พืช ผัก	851	12,952 ล้านบาท
ผลไม้	1,583	
กลุ่มอื่น ๆ	799	

หมายเหตุ : กลุ่มอื่น ๆ ครอบคลุม เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงปศุสัตว์ ผู้จำหน่ายเนื้อสัตว์ ผลิตภัณฑ์จากสัตว์

สนับสนุนกลุ่มเปราะบางทั้งทางตรงและทางอ้อม
(ราย)



การจ้างงานกลุ่มเปราะบาง
จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย
(ราย)

	ราย	สนับสนุนการสร้างงานและส่งเสริมรายได้ให้แก่ กลุ่มเปราะบาง
แรงงานข้ามชาติ	3,840	278 ล้านบาท
ผู้สูงอายุ	265	
ผู้พิการตามกฎหมาย	3,147	

สร้างชุมชนอุ่นใจ

การสนับสนุนทางสังคม จำแนกตามประเภท
(ร้อยละ)

การบริจาคเพื่อการกุศล (Charitable Donations)	16.93
การร่วมลงทุนทางสังคม (Community Investments)	39.66
กิจกรรมเชิงพาณิชย์ (Commercial Initiatives)	43.41

การสนับสนุนทางสังคม จำแนกตามรูปแบบ
(ล้านบาท)

เงินบริจาค (Cash Contributions)	51.81
จำนวนชั่วโมงจิตอาสาของพนักงานที่ได้รับค่าจ้าง (Time: Employee Volunteering during Paid Working Hours)	13.94
สิ่งของ (In-kind Giving)	240
ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ (Management Overheads)	3.01

หมายเหตุ : ความหมาย/ขอบเขต “ชุมชน” ตามที่บริษัทกำหนด หมายถึง คณะบุคคลผู้ประกอบการ เยาวชน กลุ่มเปราะบาง ที่อยู่โดยรอบพื้นที่ดำเนินการสำคัญของบริษัท
1) รอบร้าน 7-Eleven ภายในรัศมีไม่เกิน 5 กิโลเมตร
2) ศูนย์กระจายสินค้า ภายในรัศมี 5-10 กิโลเมตร
3) ศูนย์กระจายสินค้าแม็คโคร โลตัส สถานประกอบการผลิตภายในรัศมี 5-10 กิโลเมตร

โครงการที่สำคัญ ปี 2568

สร้างคุณค่าร่วมผ่านกลยุทธ์ 3 ให้ เชื่อมโยง ดึงศักยภาพ และขยายตลาดสู่ความยั่งยืน

ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการไทยภายใต้แนวคิด “SME โตไกลไปด้วยกัน” ดำเนินการผ่านกลยุทธ์หลัก “3 ให้” ได้แก่ ให้ช่องทางการขาย ให้ความรู้ และให้การเชื่อมโยงเครือข่าย เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของ SME ผู้ประกอบการชุมชน และเกษตรกรอย่างยั่งยืน โดยในปี 2568 บริษัทได้สนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการรวมกว่า 1,913 รายการ จากคู่ค้า SME คิดเป็นมูลค่าการจัดซื้อและสนับสนุนทางเศรษฐกิจรวมกว่า 500 ล้านบาท

กลยุทธ์ “3 ให้”

ให้ช่องทางการขาย

- ส่งเสริมและกระตุ้นให้พนักงาน กล้าที่จะแสดงความเห็นอย่างสร้างสรรค์ และเป็นไปตามกรอบของกฎหมายที่กำหนดไว้ในประเทศที่บริษัทไปดำเนินธุรกิจ
- ขยายโอกาสผ่านการทำ Business Matching ภายใต้ชื่อโครงการ Big Match เป็นความร่วมมือกับทางหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
- ขยายโอกาสการเติบโตทางธุรกิจ และสร้างแบรนด์ให้กับ SME ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน เกษตรกร รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ผ่านช่องทางการขายที่มีศักยภาพทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ 7-Delivery รวมถึงช่องทางอื่น ๆ เช่น พื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven และ CPALL Market เป็นต้น

ให้ความรู้

สนับสนุนให้ SME ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน รวมถึงเกษตรกร สามารถเข้าถึงองค์ความรู้ที่สำคัญและจำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ อาทิ การพัฒนาคุณภาพสินค้าและการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ การตลาด การจัดการต้นทุน ความรู้เฉพาะทางตามประเภทธุรกิจ ช่วยเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน ภายใต้กลยุทธ์ “ให้ความรู้ การพัฒนา” ผ่านการดำเนินงานจัดสัมมนาประจำปี ถ่ายทอดความรู้ (know-how) และการให้คำปรึกษาแนะนำด้วยโปรแกรมการพัฒนาที่เหมาะสม สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการตลอดวงจรของการเป็นผู้ประกอบการ

ให้การเชื่อมโยงเครือข่าย

เชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือหน่วยงานอื่น ๆ เพิ่มเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการในการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบสำคัญ แหล่งเงินทุน นวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถขยายธุรกิจไปยังตลาดโลกได้ ผ่านการดำเนินการในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ความร่วมมือกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ All Food Tech ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ FoodInnoPolis กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย SME D Bank ธนาคารกรุงเทพ

1 ให้ช่องทางขาย: เพิ่มโอกาสการขาย ขยายโอกาสการเติบโตให้แก่เอสเอ็มอี

โครงการต่อเนื่อง สรรหาเอสเอ็มอีและวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด

ซีพี ออลล์ ร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ดำเนินโครงการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพให้เข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด ผ่านกิจกรรมการจับคู่ธุรกิจ สัมมนาออนไลน์ด้านการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ อาทิ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ การสร้างและออกแบบบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและวิสาหกิจนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้าน 7-Eleven ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ 1,015 ราย
- จำนวนผลิตภัณฑ์ที่บริษัทส่งเสริมช่องทางการขายทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ 1,270 รายการ

กรณีศึกษา

ขนมหม้อแกงลุงเอนก

บริษัท เพชรบุรี ไทย ดีเสิร์ท จำกัด **“ขนมหม้อแกงลุงอเนก”** คุณภาพและความพิถีพิถันของขนมหม้อแกงถูกสร้างขึ้นด้วยวัตถุดิบท้องถิ่นที่ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็น ไข่เป็ดสด จากฟาร์มชุมชน น้ำตาลโตนด ซึ่งไม่เพียงให้รสชาติหวานกลมกล่อมแบบธรรมชาติ แต่ยังสร้างรายได้กลับคืนสู่ชาวบ้านในพื้นที่อย่างยั่งยืน ส่วนกระบวนการผลิตยังเน้นเทคนิคพิเศษในการอบ ทำด้วยความพิถีพิถันทุกขั้น ทุกขั้นตอนเป็นการทำด้วยใจ เพื่อรักษารสชาติแบบดั้งเดิม และบรรจุด้วยแพ็คเกจจิ้งขนาดพอดีอิ่ม ช่วยให้ผู้บริโภคสะดวก พกพาง่าย ทานได้ทุกเวลา เพิ่มความน่าสนใจและตอบโจทย์ผู้คนยุคใหม่ นอกจากนี้ ซีพี ออลล์ มาช่วยพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย และการจัดส่งอย่างมีระบบ ทำให้ขนมหม้อแกงโฮมเมดชิ้นนี้ไปถึงมือผู้บริโภคได้อย่างสดใหม่ทุกวัน ผลลัพธ์คือยอดขายทะลุ 400,000 บาทต่อวัน



โครงการต่อเนื่อง เปิดโอกาส สร้างอาชีพ กับ ALL SME MARKET PLACE ปีที่ 5

ซีพี ออลล์ สนับสนุนสินค้าและผลิตภัณฑ์จากเกษตรกรและชุมชน สร้างโอกาสในการขาย เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ผ่านแพลตฟอร์ม ALL SME MARKET PLACE On Tour และ ALL SME MARKET PLACE Online เปิดโอกาสให้ช่องทางการจำหน่ายสินค้าแก่ผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร กลุ่ม SME กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มสถาบันการศึกษา เป็นแหล่งรวมสินค้าของชุมชนต่าง ๆ ภายในประเทศ เพื่อเพิ่มการกระจายรายได้ในกลุ่มเศรษฐกิจฐานราก เช่น สินค้า OTOP สินค้า GI สินค้าประจำถิ่น สินค้าเกษตร เป็นต้น รวมถึงสนับสนุนและส่งเสริมพัฒนาความรู้ผู้ประกอบการ โดยมุ่งยกระดับจากสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น สู่สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานสากล ส่งเสริมสินค้าชุมชนและสินค้าเกษตรให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้นต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ผ่านการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้





สนับสนุนช่องทางการขายทั้งภายในและภายนอกของบริษัท ผ่านช่องทางออฟไลน์ อาทิ การออกบูท การให้พื้นที่หน้าร้าน การส่งขายในตลาด Modern Trade (Local Product) และ ช่องทางออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ แอพพลิเคชั่นไลน์ TikTok เฟซบุ๊ก ของ ALL SME MARKET PLACE

สนับสนุนการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้และอธิบายสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นการขายและให้เป็นที่แพร่หลายมากขึ้น

สนับสนุนการเข้าถึงช่องทางการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนการขนส่ง

สนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพและมีความพร้อมเข้าสู่แพลตฟอร์มการจัดจำหน่ายอื่น ๆ ของบริษัท เช่น ALL ONLINE ร้าน 7-Eleven

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการในปี 2568 มีมากกว่า **200 ราย**
- รายได้หมุนเวียนกลับสู่ชุมชนมากกว่า **5 ล้านบาท**



โครงการต่อเนื่อง “เคียงข้างเกษตรกรไทย”

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ให้การสนับสนุนสินค้าและผลผลิตทางการเกษตรจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่น ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า ยกระดับการผลิตอาหารให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพและปลอดภัย ตลอดจนส่งเสริมการมีรายได้ที่มั่นคงยั่งยืน ในปี 2568 สนับสนุนผลิตภัณฑ์จากเกษตรกรรวม 94,377.57 ตัน มูลค่าการสนับสนุน 9,705 ล้านบาท

แนวทางการสนับสนุนผลผลิตทางการเกษตร

เนื้อสัตว์ชนิดต่าง ๆ

- สนับสนุนเนื้อสัตว์และสินค้าโปรตีนทางเลือกกว่า 682.21 ตัน
- ยอดสนับสนุน 162 ล้านบาท



เนื้อไก่ ไข่ไก่ และนม

- รับซื้อเนื้อและไข่ไก่ออร์แกนิกกว่า 6,323.11 ตัน
- ยอดสนับสนุน 566 ล้านบาท



ผลไม้ฤดูกาล เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ลำไย ลองกอง มะม่วง ลิ้นจี่ และอื่น ๆ

- รับซื้อผลไม้ตามฤดูกาลกว่า 15,242.74 ตัน
- ยอดเงินรับซื้อกว่า 881 ล้านบาท



ผัก และผักพื้นบ้าน

- รับซื้อผักและผักพื้นบ้านกว่า 56,665.18 ตัน
- ยอดเงินสนับสนุน 1,921 ล้านบาท



สนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และ OTOP

- รับซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและ OTOP กว่า 188 รายการ
- มูลค่าการสนับสนุน 923,332 บาท



สัตว์น้ำ อาหารทะเล

- รับซื้อปลากะพงกว่า 15,464.33 ตัน
- มูลค่าการสนับสนุน 6,174 ล้านบาท



โครงการ สนับสนุนผลผลิตจากเกษตรกร ช่วงฤดูกาลผลไม้ล้นตลาด

ซีพี ออลล์ เคียงข้างเกษตรกรไทย พลิกวิกฤตผลผลิตล้นตลาดสู่โอกาสแห่งการเติบโต ยึดมั่นในเจตนารมณ์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากภายใต้แนวคิด “SME โตไกลไปด้วยกันอย่างยั่งยืน” ผ่านกลยุทธ์หลัก “3 ให้” (ให้ช่องทางการขาย ให้ความรู้ และให้การเชื่อมโยงเครือข่าย) โดยในปี 2568 บริษัทได้บูรณาการความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายภาครัฐและเอกชน อาทิ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ และหอการค้าจังหวัด เพื่อเร่งบรรเทาความเดือดร้อนของพี่น้องเกษตรกรในช่วงภาวะผลไม้ล้นตลาด ผ่านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- ใช้จุดแข็งของเครือข่ายร้าน 7-Eleven กว่า 8,220 สาขาทั่วประเทศ เป็นช่องทางกระจายผลผลิตให้ถึงมือผู้บริโภคโดยตรงอย่างรวดเร็ว
- บริหารจัดการวิกฤตผลผลิต กรณีผลผลิตมังคุดที่ประสบปัญหาล้นตลาด บริษัทได้เข้ารับซื้อและสนับสนุนผลผลิต รวมกว่า 40 ตัน สามารถสร้างรายได้กลับคืนสู่เกษตรกรโดยตรงกว่า 1.27 ล้านบาท ช่วยให้เกษตรกรสามารถยืนหยัดและดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างมั่นคงแม้ในช่วงวิกฤต



โครงการต่อเนื่อง รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร (โนนเขวาโมเดล)



ซีพี แอ็กซ์ตร้า รับซื้อผลผลิตโดยตรงจากเกษตรกรช่วยสร้างรายได้ที่เป็นธรรมและมั่นคงให้แก่เกษตรกร ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ อาทิ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายให้กลุ่มเกษตรกรสามารถบริหารจัดการการเพาะปลูกได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้เกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงรวมตัวกันตามนโยบายเกษตรแปลงใหญ่ของภาครัฐ ยกระดับมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเกษตร วางแผนการเพาะปลูกและจัดการรับซื้อล่วงหน้าตามนโยบายการตลาดนำการผลิต รวมไปถึงการสนับสนุนโอกาสในการส่งสินค้าเกษตรภายในเครือข่าย ในปัจจุบันโลตัสมีแปลงปลูกผักในรูปแบบ Farm Model 4 แหล่งหลัก ในทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย สร้างอาชีพรายได้ที่เป็นธรรม และมั่นคง ให้กับเกษตรกรกว่า 548 ครัวเรือน โดยการทำงานโดยใกล้ชิดกับกลุ่มเกษตรกรในรูปแบบ Farm Model ส่งผลให้การควบคุมและกำกับดูแลมาตรฐานด้านความปลอดภัยและคุณภาพสินค้าดียิ่งขึ้น ปัจจุบัน ซีพี แอ็กซ์ตร้า รับซื้อผัก 207 ชนิด จากเกษตรกรกว่า 548 ครัวเรือน ครอบคลุมพื้นที่กว่า 2,254 ไร่ ในปริมาณกว่า 748.09 ตันต่อปี สร้างรายได้เสริมต่อครัวเรือน 49.38 ล้านบาทต่อเดือน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนเกษตรกรทุกภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการ **548 ราย**
- ปริมาณการรับซื้อผลิตผลทางการเกษตร **748.09 ตันต่อปี**

โครงการต่อเนื่อง สร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน ด้วย “กล้วยหอมทอง ปีที่ 14”

ซีพี ออลล์ ตระหนักถึงความสำคัญในการสนับสนุนสินค้าจากผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางรวมไปถึงความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปหรือระดับของผู้บริโภคที่เน้นการรับประทานอาหารที่สะดวกและดีต่อสุขภาพ บริษัทจึงริเริ่มทำการศึกษาในเรื่องการจัดการผลผลิตของกล้วยหอมทอง ตั้งแต่การเก็บเกี่ยว การคัดบรรจุ จนถึงการส่งกล้วยหอมทองสู่มือผู้บริโภคผ่านร้าน 7-Eleven โดยเป็นการทำงานร่วมกันหลายภาคส่วน ทั้งสหกรณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อสนับสนุนเกษตรกรปลูกกล้วยหอมทองทั่วประเทศจำนวน 1,342 ราย จาก 40 จังหวัดทั่วประเทศ ตั้งแต่การร่วมคัดเลือกพันธุ์ การดูแลผลผลิต ไปจนถึงการรับซื้อตามมาตรฐาน พร้อมให้คำแนะนำระบบโรงแพ็คกล้วย เพื่อคัดเลือกและจัดส่งถึงสาขาได้อย่างรวดเร็ว ทำให้กล้วยหอมทอง สด สะอาด และได้มาตรฐาน ปัจจุบัน 7-Eleven รับซื้อกล้วยหอมทองจำนวน 412,000 ลูกต่อวัน สร้างรายได้มั่นคงแก่เกษตรกรและช่วยเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจในชุมชนท้องถิ่น การขยายผลผลิตนี้ไม่เพียงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แต่ยังช่วยสร้างอาชีพสร้างรายได้ที่มั่นคงและเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจให้กับชุมชนเกษตรกรได้อย่างมั่นคง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ **1,342 ราย** ครอบคลุมพื้นที่เพาะปลูกจำนวน **21,071 ไร่**
- ยอดซื้อสินค้ากล้วยหอมทองจากเกษตรกรกว่า **815 ล้านบาท**

2 ให้ความรู้: พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการที่ตรงจุด สอดคล้องกับปัญหา และความต้องการ

แนวทางการพัฒนาศักยภาพตามวงจรของการเป็นผู้ประกอบการ (SMEs Journey Line)

เพื่อนใหม่
(ผู้ประกอบการทั่วไป)

- บริการ 6 บริการในการแนะนำสนับสนุนส่งเสริมเพื่อเตรียมศักยภาพทางธุรกิจ เพิ่มโอกาสในการนำเสนอสินค้าผ่าน SME Platform
- ระบบจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ภายใต้ฐานข้อมูลของผู้ประกอบการ (SME Business Portal & Database)

เพื่อนสนิท
(ผู้ประกอบการที่เป็นคู่ค้าธุรกิจแล้ว)

- ส่งเสริมการเตรียมตัวเข้าสู่ โมเดิร์นเทรด หรือการตลาดค้าปลีกแบบใหม่ที่เปิดรับสินค้าใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ
- ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพหลากหลายด้าน เช่น ยกระดับคุณภาพสินค้าและการผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐาน การออกแบบ พัฒนาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้า และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

เพื่อนแท้
(ผู้ประกอบการคู่ค้าธุรกิจที่มีการเติบโตและมีความพร้อมสูง)

- ส่งเสริมการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ ให้กับคู่ค้าของบริษัทที่มีอัตราการเติบโตสูง
- ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการและชุมชนที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ (Capacity Building & Community) ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ศูนย์ความรู้ SME การสัมมนาวิชาการ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

โครงการศูนย์ เซเว่น อีเลฟเว่น สนับสนุนเอสเอ็มอี ปีที่ 4

ซีพี ออลล์ ขับเคลื่อนโครงการศูนย์ เซเว่น อีเลฟเว่น สนับสนุนเอสเอ็มอี มุ่งพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในหลากหลายด้าน เพื่อสร้างรายได้ที่มั่นคงให้กับผู้ประกอบการให้เติบโตอย่างยั่งยืน ดังนี้

ด้านคน
องค์ความรู้หรือหลักสูตรการพัฒนาในกระบวนการผลิต

ด้านโครงสร้างธุรกิจ
ยกระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้าชุมชนสู่ผู้ประกอบการ

ด้านเทคโนโลยี
เชื่อมเครือข่ายหน่วยงานในเครือมหาวิทยาลัยที่มีความพร้อมของเครื่องมือ/อุปกรณ์สนับสนุน

ด้านสินค้าและช่องทางการขาย
สนับสนุนสินค้ากลุ่มอื่น ๆ ที่ขึ้นชื่อสู่ช่องทางการขายใหม่ ๆ

โดยในปี 2568 โครงการศูนย์เซเว่นอีเลฟเว่นสนับสนุนเอสเอ็มอี พร้อมด้วยสำนักประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ จัดอบรมสัมมนาให้ความรู้ด้านฉลาก เนื่องด้วยการเล็งเห็นถึงความสำคัญของคู่ค้าในเรื่องของการเตรียมความพร้อมในด้านของการจัดทำฉลากสินค้าให้ถูกต้องตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับใหม่ ทั้ง 4 ฉบับ ที่จะเริ่มมีการบังคับใช้ จึงได้จัดให้มีการอบรมให้ความรู้ในเรื่องของ “การเตรียมความพร้อมด้านฉลากสินค้าตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 445-448” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้คู่ค้าได้มีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำฉลากสินค้าให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้อง โดยมีคู่ค้าเข้าร่วมการอบรม จำนวน 925 ราย

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนเกษตรกรและผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุนตามโครงการ 925 ราย
- คะแนนประเมินความพึงพอใจต่อเนื้อหาและการจัดอบรม ร้อยละ 91.09

ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพสินค้าของผู้ประกอบการโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ผ่านการรับรองคุณภาพ เพิ่มโอกาสในการขาย ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ ALL FOOD TECH บริการให้คำแนะนำพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ รวมถึงยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และการตรวจวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ ดำเนินงานภายใต้มาตรฐาน ISO/IEC 17025: 2017 ซึ่งเป็นมาตรฐานของห้องปฏิบัติการที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ภายใต้การบริหารงานของสำนักประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตามเกณฑ์ข้อกำหนด ดังนี้

- ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบมีความเป็นกลางและความน่าเชื่อถือในการรักษาความลับของลูกค้าเป็นไปตามระบบมาตรฐานISO/IEC17025
- บุคลากรปฏิบัติงานอย่างเป็นกลางและมีความเชี่ยวชาญ ด้านการวิเคราะห์อย่างมืออาชีพ
- มาตรฐานควบคุมและการเฝ้าระวัง ตามแผนการวิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาส (Risk and Opportunity Analysis) ของห้องปฏิบัติการตามมาตรฐาน ISO/IEC17025 และมีมาตรการทบทวนแผนเป็นระยะเพื่อป้องกันอย่างเหมาะสม
- ทดสอบความใช้ได้ของวิธี และเลือกใช้วิธีที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ตัวอย่าง
- เครื่องมือที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน ผ่านการสอบเทียบ ทวนสอบตามระบบมาตรฐานISO/IEC17025
- การทดสอบความชำนาญ (Proficiency Testing) เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานสากล รวมถึงมีนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง
- การควบคุมคุณภาพของผลการทดสอบ
- การควบคุมผลการทดสอบและได้รับการอนุมัติก่อนออกผลทุกครั้ง

ปัจจุบันศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ ALL FOOD TECH ให้บริการ ดังนี้

ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ	Sensory Evaluation Center
ให้บริการทดสอบทางด้านจุลินทรีย์ เคมีและค่าทางโภชนาการ และการศึกษาอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์	ให้บริการทดสอบทางประสาทสัมผัสสำหรับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงให้บริการให้การอบรมทางด้านประสาทสัมผัส ให้คำปรึกษาด้านต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

บริษัทร่วมลดภาระค่าใช้จ่ายด้านการทดสอบและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการพัฒนาสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพตามมาตรฐานสากล โดยในปี 2568 มีผู้ประกอบการเข้าใช้บริการและได้รับความช่วยเหลือมากกว่า 60 ราย

การส่งเสริม พัฒนาศักยภาพและให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ SME

โครงการต่อเนื่อง DIPROM Move to Modern Trade ปีที่ 4

ซีพี ออลล์ ร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จัดอบรมให้กับผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับการขาย ผ่านกิจกรรมเวิร์กชอปในหัวข้อ “เทคนิคการขายและการให้บริการ” และกิจกรรมเยี่ยมชมบูธสินค้าของผู้ประกอบการพร้อมให้คำแนะนำจากผู้บริหาร เพื่อเปิดช่องทางตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับนโยบาย “DIPROM CARE: ดีพร้อมแคร์” และการขยายพันธมิตรภาคธุรกิจ (E-Engagement) 22 กิจการ หรือกว่า 40 ราย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- มีผู้ประกอบการเข้าใช้บริการและได้รับความช่วยเหลือ 18 กิจการ หรือ 34 ราย

โครงการต่อเนื่อง Business Accelerator ปีที่ 7

ซีพี ออลล์ ร่วมมือกับ หอการค้าไทย สภาหอการค้าไทย เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการขยายสู่ช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ผ่านระบบประชุม Class Room และออนไลน์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ ส่งมอบองค์ความรู้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลา 4 เดือน ตลอดจนกิจกรรมนำเสนอความคิดเพื่อโน้มน้าวผู้ลงทุนและ/หรือหน่วยงานคัดเลือกสินค้าของธุรกิจค้าปลีก เพื่อชักชวมการนำเสนอสินค้าเสมือนจริงกับโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ ถือเป็นโครงการที่จะสร้างความเข้มแข็ง สร้างโอกาสในการขยายตลาด ขยายเครือข่ายพันธมิตรให้กับสมาชิกผู้ประกอบการ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- มีผู้ประกอบการเข้าใช้บริการและได้รับความช่วยเหลือ 42 ราย

โครงการต่อเนื่อง พี่ช่วยน้อง (Big Brother) ปีที่ 9

ซีพี ออลล์ ดำเนินกิจกรรมพี่เลี้ยงทางธุรกิจร่วมกับหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย พร้อมหน่วยงานพี่เลี้ยงกว่า 30 หน่วยงาน เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ดังนี้



- การดูแลแบบรวม 58 ราย เช่น การประชุมกับผู้บริหาร เยี่ยมพื้นที่ปฏิบัติการ ห้องเรียนด้านการเงิน และการสร้างแรงบันดาลใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ เป็นต้น
- การดูแลแบบเข้มข้น เฉพาะผู้ประกอบการที่ผ่านคัดเลือก 3 ราย ลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริง ประเมินหาโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ

ตลอดระยะเวลา 9 ปีของการดำเนินโครงการ บริษัทได้รวบรวมผลลัพธ์เชิงประจักษ์จากคู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 58 ราย พบว่าผู้ประกอบการมีศักยภาพที่โดดเด่นขึ้นอย่างชัดเจน โดยสามารถประเมินเป็นมูลค่ารายได้และกำไรที่เติบโตขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งคิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยรวมกว่า 1,300 ล้านบาท

โครงการต่อเนื่อง ให้คำปรึกษา SME (7SMEs Support Center) ปีที่ 4

ซีพี ออลล์ เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตสินค้า ซักถามข้อสงสัยและปรึกษาเกี่ยวกับกระบวนการผลิต เงินทุน และองค์ความรู้ในการพัฒนาธุรกิจ ในปี 2567 ให้คำปรึกษาแก่ SMEs ผ่านโครงการ SME DBank โครงการ SME Clinic โครงการ DIPROM และ DIMARC และโครงการ SME Support Center รวม 1,228 ราย โดยแบ่งการให้บริการและคำปรึกษาออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1. การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของสินค้า
2. การเตรียมพร้อมสู่ Modern Trade
3. การตลาด/สื่อประชาสัมพันธ์
4. การออกแบบ วิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์
5. การเพิ่มประสิทธิภาพระบบงาน การบริหารจัดการธุรกิจ
6. การจัดหาแหล่งเงินทุนและการระดมทุนในตลาดทุน

นอกจากนี้ ยังให้บริการเชื่อมโยงทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก เพื่อสนับสนุน SME อาทิ โครงการอุดหนุนจากทางกรมส่งเสริมอุสาหกรรม (กสอ.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) โปรแกรมสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมภายใต้สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ รวมถึงส่วนลดค่าบริการพิเศษจากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.), สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA), ALL Food Tech / All Now และพีไอเอ็ม Food Academy เป็นต้น

โครงการต่อเนื่อง ตลาดนัดโชห่วย ปีที่ 15

แม็คโคร ร่วมส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจค้าปลีก รายย่อยและ SME ในทุกด้าน โดยเฉพาะโชห่วยที่เป็นกำลังสำคัญของเศรษฐกิจไทย โดยพัฒนาให้ความรู้และสร้างโชห่วยยุคใหม่ผ่านโครงการ “มิตรแท้โชห่วย” ทำงานร่วมกับร้านค้าปลีกรายย่อยหรือโชห่วยกว่า 12,308 ราย ทั่วประเทศ เป็นศูนย์รวมองค์ความรู้และเทคโนโลยี รวมทั้งเทคนิคการบริหารร้านค้าให้พัฒนาขึ้นเป็นสมาร์ตโชห่วยที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ แต่ยังคงเสน่ห์ความเป็นศูนย์กลางชุมชนไว้ รวมถึงยังนำเสนอทางเลือกการทำร้านค้าปลีกแบบสำเร็จรูปที่ง่าย มีประสิทธิภาพ และเพิ่มผลกำไร ผ่านโมเดลร้านค้าปลีกชุมชน



โดยในปี 2568 จัดงานตลาดนัดโชห่วยภายใต้แนวคิด “แดนเนรมิตร เนรมิตรทุกสิ่งเป็นจริงเพื่อโชห่วย”รวบรวมองค์ความรู้ที่จะให้โชห่วยประสบความสำเร็จได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ผ่านกลยุทธ์ 3 ส. ได้แก่

- **สมาร์ต** คือ พร้อมสนับสนุนผู้ประกอบการให้ดำเนินธุรกิจได้สมาร์ตหรือทันสมัยขึ้น ให้คุณเป็นมืออาชีพด้วย “แม็คโครโปร” ที่ช่วยโชห่วยให้ สั่ง ขาย คุ้มในแอปเดียว พร้อมสิทธิพิเศษจากแม็คโครโปรพอยต์
- **สร้างกำไร** สินค้าขายดีที่โชห่วย ต้องมีติดร้าน จากแบรนด์ชั้นนำกว่า 130 แบรนด์ ในราคาพิเศษที่พบได้เฉพาะในงาน
- **ใส่ใจทุกความสำเร็จ** เคล็ดลับการเปลี่ยนโชห่วยธรรมดาให้เป็นโชห่วยสุดสมาร์ต ด้วยเวิร์กชอป

โครงการต่อเนื่อง Chef's club by makro เพื่อนคู่คิดแบบครบวงจร สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ปีที่ 18

แม็คโคร สานต่อโครงการ “สร้างงาน สร้างอาชีพ” ในทุกมิติ โดยแม็คโคร โฮเรก้า อคาเดมี หรือ MHA ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจัดอบรมหลักสูตร “Smart Restaurant Plus” แบ่งปันความรู้ เพิ่มทักษะด้านบริหารธุรกิจและการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารภาคตะวันออก สร้างรายได้ให้ชุมชน พร้อมเป็นร้านอาหารยุคใหม่ที่ตอบโจทย์ลูกค้าแบบครบวงจร ทั้งทักษะและองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ บัญชีและภาษี ความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการนำมาปรับใช้ในการบริหารจัดการ และสื่อสารทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยในปี 2568 ได้จัดกิจกรรมในพื้นที่ภาคเหนือ ภายใต้แนวคิด “THE NEW POSSIBLE ทุกสิ่งเป็นจริงได้” มุ่งพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจโฮเรก้า จังหวัดเชียงใหม่ และพื้นที่ใกล้เคียงให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สมาชิกผู้ประกอบการ Chef's club by makro ที่เข้าร่วมโครงการกว่า 179,593 ราย
- ยอดผู้ติดตามสะสมใน Facebook กว่า 166,000 ราย
- ผู้รับชม VDO ทุกช่องทาง มียอดสะสมกว่า 100 ล้านครั้ง



ช่องทางการรับชม

chefsclub.makro.pro

@ChefsClub.makro1468

chefsclub.makro

โครงการต่อเนื่อง ยกระดับผู้ประกอบการ Lotus's SMART SME ติวเข้ม SME สู่เถ้าแก่แฟรนไชส์ ปีที่ 2

โลตัส ร่วมกับ บริษัท พีเอ็มจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด ออกแบบหลักสูตรพิเศษ Lotus's SMART SME ยกระดับ SME สู่เถ้าแก่แฟรนไชส์ เพื่อส่งเสริมความรู้ด้านการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ พร้อมสนับสนุนพื้นที่เช่าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยในโลตัส กว่า 406 สาขาทั่วประเทศ รวมทั้งช่องทางออนไลน์ สนับสนุนให้มีผู้ประกอบการเข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด เปิดโอกาสให้เข้าร่วมกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ และร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ผู้ประกอบการผ่านการอบรมหลักสูตร Lotus's SMART SME ติวเข้ม SME สู่เถ้าแก่แฟรนไชส์ 604 ราย
- สนับสนุนพื้นที่เช่าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยในโลตัสกว่า 406 สาขาทั่วประเทศ

โครงการต่อเนื่อง ยกระดับมาตรฐานการผลิตกลุ่มสินค้าเกษตร ปีที่ 3

ซีพี ออลล์ จัดสัมนาออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME กลุ่มสินค้าเกษตร เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิต ด้วยการให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

- การออกแบบโรงคัดบรรจุ สำหรับผักและผลไม้
- การใช้สารชีวภัณฑ์ควบคุมโรค และแมลงศัตรูพืชอย่างมีประสิทธิภาพ
- การจัดการของเสียจากที่ เกิดจากโรงงานตัดแต่งผัก ผลไม้ และเนื้อสัตว์
- วิธีการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ (Lean Process) เน้นทำน้อยได้มาก
- กลยุทธ์การยกระดับด้านคุณภาพกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าเกษตร
- การผลิตผักอินทรีย์เชิงการค้า



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนเกษตรกรและผู้ประกอบการที่เข้าร่วม จำนวน 120 ราย

โครงการต่อเนื่อง “เรียนรู้ คู่ชุมชน” ภายใต้กิจกรรมศึกษาดูงานด้านการเกษตร

ส่วนวิชาการเกษตร บริษัท ซีพีแรม จำกัด ส่งเสริมความรู้และอาชีพให้กับเกษตรกรและชุมชน โดยการนำกลุ่มเกษตรกรและชุมชนในพื้นที่โดยรอบบริษัทในจังหวัดปทุมธานี ลำพูน ขอนแก่น และสุราษฎร์ธานี เข้าศึกษาดูงานแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตรเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้นำองค์ความรู้ วิธีการจัดการ และเทคโนโลยีด้านการเกษตรมาปรับใช้ในการประกอบอาชีพ และนำประสบการณ์ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้และต่อยอดให้เหมาะสมในการดำรงชีวิตประจำวัน ปี 2568 มีเกษตรกรและชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมศึกษาดูงาน จำนวน 60 ราย

โครงการเกษตรกรคู่ชีวิต

ส่วนวิชาการเกษตร บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินโครงการ “เกษตรกรคู่ชีวิต” อย่างต่อเนื่องกว่า 10 ปี โดยส่งเสริมการสร้างงานและอาชีพการเพาะปลูกวัตถุดิบกะเพรา เพื่อพัฒนาและยกระดับเกษตรกรในชุมชนโดยรอบบริษัท ให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐานส่งเสริมการรับรองระบบมาตรฐานทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agricultural Practice: GAP) รวมถึงส่งเสริมการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในการเพาะปลูก และมีการรับซื้อใบกะเพาะจากเกษตรกร เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเมนูข้าวกะเพราในร้าน 7-Eleven

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมการเพาะปลูกกว่า 129 ราย
- สร้างรายได้จากการขายวัตถุดิบกะเพรา มูลค่ากว่า 33.31 ล้านบาทต่อปี





โครงการต่อเนื่อง โครงการปลูกรัก ปีที่ 3

ส่วนวิชาการเกษตร บริษัท ซีพีแรม จำกัด ส่งเสริมความรู้ด้านการเกษตรให้กับเด็กนักเรียนและชุมชน โดยส่งมอบแหล่งการเรียนรู้ด้านการเกษตรผ่านโครงการปลูกรัก เพื่อใช้เป็นแหล่งการเรียนรู้ด้านการเกษตร เพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ และทักษะในการประกอบอาชีพให้แก่เด็กนักเรียนและชุมชนในพื้นที่จังหวัด ขอนแก่น ลำพูน และสุราษฎร์ธานี ทั้งนี้ได้จัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้ในหัวข้อ “การปลูกผักปลอดภัย” เพื่อส่งเสริมความรู้ เพิ่มทักษะ และวิธีการจัดการ พร้อมทั้ง สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเป็นรูปธรรม “ความปลอดภัยทางอาหาร” เป็นพื้นฐานของอาหารที่มีคุณภาพส่งผลให้ชีวิตมีคุณภาพ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เพิ่มแหล่งการเรียนรู้ด้านการเกษตรให้แก่ชุมชน จำนวน 3 แหล่ง
- จำนวนผู้ที่เข้าร่วมการฝึกอบรมจำนวน 210 ราย

3 ให้การเชื่อมโยงเครือข่าย: เป็นสะพานเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่าง SME เกษตรกร กับพันธมิตรทางธุรกิจ องค์กรผู้เชี่ยวชาญ และเครือข่ายความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน

โครงการ จับคู่ธุรกิจ และโครงการจับคู่โมเดลธุรกิจ (Synergy and Business matching)

ซีพี ออลล์ สนับสนุนเอสเอ็มอีให้มีโอกาสเติบโตและยกระดับสินค้าจากสินค้าชุมชนสู่ระดับประเทศ โดยคัดเลือกเอสเอ็มอีที่มีความมุ่งมั่นต้องการพัฒนาสินค้า พัฒนามาตรฐานความปลอดภัยของกระบวนการผลิต มาตรฐานโรงงาน พัฒนาสูตรสินค้าให้มีอายุยาวขายยาวนานขึ้น รวมถึงพัฒนาบรรจุภัณฑ์เข้าร่วมโครงการจับคู่ธุรกิจ เพื่อรับคำแนะนำและร่วมพัฒนาสินค้า รวมถึงได้รับการสนับสนุนการกระจายสินค้าผ่านร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ ปี 2568 มี SME เข้าร่วมโครงการ 384 ราย และมีสินค้าเข้าร่วมในการจับคู่ธุรกิจกว่า 1,071 รายการ



นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเท่าเทียมในสังคม โดยการเปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้ให้” สู่ “ผู้สร้าง” เราเชื่อมั่นในศักยภาพของกลุ่มเปราะบางที่อาจขาดโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร จึงได้ริเริ่มโครงการสร้างงาน ฝึกทักษะอาชีพ เพื่อส่งเสริมให้พวกเขาสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีรายได้ที่มั่นคง และกลับมาภาคภูมิใจในศักดิ์ศรีของตนเองอีกครั้ง ผ่านการเรียนรู้ที่จับต้องได้และพร้อมปรับใช้จริงในชีวิตประจำวัน ผ่านโครงการสำคัญ ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง ห้องเรียนกาแฟ ปีที่ 4

ซีพี ออลล์ บูรณาการความร่วมมือกับกลุ่มโรงเรียนโสตศึกษาในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร ร้อยเอ็ด เชียงใหม่ (อนุสารสุนทร) และตาก เพื่อถ่ายทอดวิชาชีพการชงกาแฟให้แก่เยาวชนที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาจำนวน 93 คน โดยมุ่งเน้นการลงมือทำจริงเพื่อให้เยาวชนมีความพร้อมนำไปประกอบอาชีพสร้างความภาคภูมิใจและยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่เยาวชนและครอบครัวอย่างเป็นรูปธรรม





โครงการต่อเนื่อง Young Barista Camp ปีที่ 4

จัดฝึกอบรมอาชีพและทักษะการชงกาแฟนักเรียนผู้พิการทางการได้ยินระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในปี 2568 โครงการต่อยอดการจัดอบรมทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติหลักสูตรการชงกาแฟเบื้องต้นให้แก่นักเรียนและครูโรงเรียนโสตศึกษา จังหวัดมุกดาหาร โรงเรียนโสตศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด โรงเรียนโสตศึกษาอนุสารสุนทร จังหวัดเชียงใหม่ โรงเรียนโสตศึกษา จังหวัดตาก จำนวน 32 ราย กิจกรรมประกอบด้วยการบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของกาแฟแต่ละสายพันธุ์ การใช้อุปกรณ์ในการชงกาแฟ และการฝึกปฏิบัติการชงเครื่องดื่มร้อน-เย็น โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้ความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์อย่างใกล้ชิด



โครงการต่อเนื่อง กาแฟสร้างสุขสร้างโอกาส ปีที่ 3

ซีพี ออลล์ ตอกย้ำปณิธานองค์กร “Giving & Sharing” ผ่านการยกระดับคุณภาพชีวิตกลุ่มคนพิการให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยดำเนินโครงการถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะวิชาชีพธุรกิจกาแฟแบบครบวงจร ตั้งแต่การเรียนรู้สายพันธุ์กาแฟ การเลือกทำเลที่ตั้ง การคำนวณต้นทุน ตลอดจนการใช้งานอุปกรณ์ชงกาแฟผ่านการฝึกปฏิบัติจริง เพื่อเปลี่ยนความรู้ให้เป็นทักษะติดตัวที่สร้างอาชีพได้จริง

โดยในปี 2568 บริษัทได้สร้างอาชีพให้แก่สมาชิกชมรมเพื่อคนพิการทางสติปัญญา กรุงเทพมหานคร (เขตมีนบุรี) และศูนย์พัฒนาทักษะและคุณภาพชีวิตคนพิการทางสติปัญญา จังหวัดพิษณุโลก รวมทั้งสิ้น 95 ราย พร้อมสนับสนุนเครื่องชงและเครื่องบดเมล็ดกาแฟให้แก่ทั้ง 2 หน่วยงาน รวมมูลค่ากว่า 500,000 บาท เพื่อใช้เป็นรากฐานสำคัญในการสร้างรายได้หมุนเวียนและพัฒนาขีดความสามารถของคนพิการสู่การเป็นบาริสต้ามืออาชีพอย่างเป็นรูปธรรม

โครงการต่อเนื่อง ก้าวที่พลาด สู่โอกาสสายอาชีพ ปีที่ 5

สร้างอาชีพด้านกาแฟและเบเกอรี่ให้กับผู้ก้าวพลาดในชีวิตที่ศูนย์สร้างโอกาส กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน โดยการสร้างต้นแบบเป็นศูนย์ฝึกเอกชน ได้แก่ ร้านเบลลินี่ สาขากระทรวงยุติธรรม เพื่อฝึกอาชีพเยาวชนกรมพินิจต่อเนื่องรุ่นที่ 10-13 โดยมีผู้อบรมรุ่นละ 15 คน รวมทั้งหมด 4 รุ่นจำนวน 60 คน ในปี 2568 มีเยาวชนที่ผ่านการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการรุ่นละ 2 คน รวมทั้งหมด 8 ราย และได้รับโอกาสการบรรจุเข้าทำงาน ณ ร้านเบลลินี่ จำนวน 4 ราย



โครงการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรมกลุ่มเปราะบาง

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ขอนแก่น) ร่วมกับ เครือเจริญโภคภัณฑ์ และบริษัท ทรู คอร์เปเรชั่น จำกัด (มหาชน) ให้ความรู้ด้านหลักเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติสุขอนามัยที่ดี (GHP หรือ Good Hygiene Practice) ก่อนส่งมอบ เช่น ใบมะกรูด ใบโหระพา พริกขี้หนูแดง หอมแดง หอมแขก กระเทียมไทย และต้นหอม เป็นต้น ให้ได้ตามมาตรฐาน GHP ให้กับกลุ่มคนเปราะบาง ณ สมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย (สาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง) ซึ่งวัตถุดิบทางการเกษตรดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ต่อในกระบวนการผลิตอาหารพร้อมรับประทานของ ซีพีแรม เช่น ข้าวกะเพราหมู ข้าวกะเพราไก่ไข่ดาว ปลาผัดพริกสด และข้าวพะแนงหมูไข่เจียวหมูสับ ฯลฯ ที่จำหน่ายในร้าน 7-Eleven ในพื้นที่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2568 มีปริมาณการจัดซื้อวัตถุดิบ 42.50 ตัน รวมมูลค่าการจัดซื้อ 3.45 ล้านบาท

โครงการ 60 ยังแจ๋ว มอบโอกาสให้ผู้สูงวัย

ซีพี แอ็กตร้า ร่วมกับกระทรวงแรงงาน รับสมัครผู้สูงอายุ 60 ปี ขึ้นไปร่วมงานอบรมเสริมทักษะ พร้อมเปิดพื้นที่ขายสินค้าภายใน แม็คโคร-โลตัส โดยการจ้างงานผู้สูงอายุเข้าปฏิบัติงานในสาขา 292 ราย หรือเข้าโครงการฝึกอาชีพ เพื่อสร้างรายได้ให้กับผู้สูงอายุที่ต้องการทำงานอิสระ หรือมีธุรกิจของตนเอง และมีการเปิดตลาดสุขใจวัยเก๋า ที่เปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้กับผู้สูงอายุ 60 ราย โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่งถือเป็นหนึ่งในความมุ่งมั่นขององค์กรในการสร้างคุณค่าและประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม โดยทั้งโครงการมีผู้สูงวัย เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 352 ราย



โครงการต่อเนื่อง ตลาดนัด ซีพี ออลล์ เปิดพื้นที่สร้างโอกาส ปีที่ 3

ด้วยความมุ่งมั่นในการสร้างรายได้ที่มั่นคง ซีพี ออลล์ ได้ดำเนินโครงการ “ตลาดนัด ซีพี ออลล์ เปิดพื้นที่สร้างโอกาส” ต่อเนื่องปีที่ 3 โดยใช้ศักยภาพด้านทำเลเชิงยุทธศาสตร์ของร้าน 7-Eleven สาขาธาราพัทยา (Stand Alone Model) ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดชลบุรี เป็นพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มวิสาหกิจคนพิการ 10 กลุ่ม ในสังกัดสมาคมคนพิการทุกประเภทจังหวัดชลบุรี มุ่งเน้นการกระตุ้นยอดขายในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ซึ่งเป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น เพื่อให้กลุ่มคนพิการสามารถเข้าถึงฐานลูกค้าและสร้างรายได้หมุนเวียนได้สูงสุด โดยในปี 2568 มีผู้พิการได้รับประโยชน์จากโครงการรวมทั้งสิ้น 100 ราย ถือเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตผ่านการส่งเสริมศักยภาพทางการค้า และขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างยั่งยืน

สร้างชุมชนอุ่นใจ

ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นเป็นที่พึ่งของชุมชน ที่พร้อมยืนหยัดเคียงข้างชุมชนในทุกสถานการณ์ เดินหน้าสร้างสรรค์สังคมไทยผ่านแนวคิดการเป็น “เพื่อนที่ห่วงใยใกล้ ๆ คุณ” ที่ไม่ได้เพียงแค่อยู่ใกล้ในเชิงระยะทาง แต่ยังยืนหยัดเคียงคู่ชุมชนและสังคม ยกระดับคุณภาพชีวิต ความปลอดภัย และสุขภาวะชุมชน โดยในปี 2568 มีการดำเนินโครงการสำคัญ ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง “จิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน”

บริษัทสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยหลัก 3 ประโยชน์ รับฟังและวิเคราะห์ความต้องการของชุมชนรอบร้านในพื้นที่รัศมีไม่เกิน 5 กิโลเมตร และตอบสนองความต้องการผ่านกิจกรรมหลัก 6 ด้าน ประกอบด้วย

- กิจกรรมสนับสนุนวันสำคัญต่าง ๆ ของชุมชน
- กิจกรรมส่งเสริมการแบ่งปันและสร้างความสะดวกให้ชุมชน อาทิ ตลาดนัดชุมชน ศูนย์รวมสุขภาพดีของชุมชน เป็นสะพานบุญร่วมรับบริจาคเพื่อส่งต่อธารน้ำใจให้ผู้ด้อยโอกาสในชุมชน
- กิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาเยาวชน อาทิ สนับสนุนอุปกรณ์การเรียน การสอน มอบทุนการศึกษา ปรับปรุงสภาพแวดล้อมโรงเรียน
- กิจกรรมด้านสาธารณประโยชน์โดยพนักงานร้าน 7-Eleven และพนักงานจิตสาธารณะของ ซีพี ออลล์
- กิจกรรมด้านส่งเสริมศาสนาซึ่งเป็นศูนย์กลางยึดเหนี่ยวจิตใจของชุมชน
- กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของชุมชน อาทิ การปลูกต้นไม้ การจัดการขยะชุมชน ซึ่งแนวทางดังกล่าวครอบคลุมถึงพื้นที่ดำเนินการที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ ศูนย์กระจายสินค้า ศูนย์จำหน่ายแม็คโครและโลตัส โรงงานผลิตอาหารซีพีแรม เป็นต้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมโครงการ 7,304 ราย
- จำนวนชั่วโมงรวมจิตอาสา 111,490 ชั่วโมง
- จำนวนคนในชุมชนเข้าร่วมโครงการ 591,313 ราย
- งบประมาณสนับสนุน 18.45 ล้านบาท



โครงการต่อเนื่อง บุญนิธิแสตมป์เซเว่นเพื่อสาธารณกุศลทุกภูมิภาค ปีที่ 3

แสตมป์ 7-Eleven นอกจากนำมาใช้เป็นส่วนลดแทนเงินสดแลกสินค้าพรีเมียมแล้ว สามารถนำไปทำบุญ ผ่านโครงการ “บุญนิธิแสตมป์เซเว่น เพื่อสาธารณกุศลทุกภูมิภาค” จากการติดแสตมป์ที่โปสเตอร์ในร้าน 7-Eleven หรือ บริจาค M-Stamp ผ่านทางแอปพลิเคชัน 7App เพื่อนำไปช่วยเหลือสาธารณกุศล 4 ด้าน ได้แก่

1 วัดและโรงเรียนในถิ่นทุรกันดาร 2 เด็กด้อยโอกาส 3 ครูและบุคลากรทางการศึกษา 4 สงเคราะห์สัตว์





โดยในปี 2568 สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับชุมชน ดังนี้

สิ่งก่อสร้างโรงเรียน **168 แห่ง** (12.3 ล้านบาท)	• ห้องน้ำ 161 แห่ง • กำแพงชำรุด 1 แห่ง • หลังคา 3 แห่ง • โรงอาหาร 1 แห่ง • เครื่องโทรมาตร 2 แห่ง
อุปกรณ์โรงเรียน **14 แห่ง** (1.85 ล้านบาท)	• อุปกรณ์กีฬา • อุปกรณ์การเรียน • เครื่องกรองน้ำ • เครื่องใช้ไฟฟ้า • ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 2 แห่ง
ทุนการศึกษา 40 ทุน **ทุนอาหารกลางวัน** **7 แห่ง** (0.44 ล้านบาท)	• มูลนิธิบ้านจริงใจ • ศูนย์การศึกษาพิเศษ จังหวัดสมุทรสาคร • โรงเรียนการศึกษาคนตาบอด จังหวัดขอนแก่น • โรงเรียนอนุบาลเมืองบ้านนา เมืองสุโขทัย • โรงเรียนป่าหวายวิทยายน • โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน • โครงการเฉลิมพระเกียรติ
ช่วยสัตว์จรจัด **3 โครงการ** (0.35 ล้านบาท)	• ทำหมันหมา-แมว • ศูนย์พักพิงสุนัขและแมวจรจัด • ทำ Wheelchair สำหรับสุนัขพิการ

โครงการต่อเนื่อง สร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้กับชุมชน ปีที่ 4

ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของสังคม ผ่านการพัฒนาชุมชน การบรรเทาสาธารณภัยและลดความสูญเสีย รวมถึงการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดี โดยส่งต่อความรู้ ทักษะ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ที่จำเป็นแก่ชุมชน และกลุ่มเปราะบาง ผ่านโครงการและกิจกรรมบรรเทาสาธารณภัย ดังนี้

- โครงการ ส่งกำลังใจให้ My Hero ครั้งที่ 3 ส่งมอบอุปกรณ์ดับเพลิงและอุปกรณ์กู้ชีพ เช่น หมวกดับเพลิงนอกอาคาร เสื้อคลุมดับเพลิงนอกอาคาร ถุงมือดับเพลิงนอกอาคาร รองเท้าดับเพลิง สายส่งน้ำดับเพลิง เป็นต้น
- ซีพี ออลล์ ร่วมกับกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ดำเนินการฝึกซ้อมดับเพลิงและฝึกซ้อมอพยพหนีไฟตามแผนป้องกันและระงับอัคคีภัย ให้กับศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุวาสนะ อยุธยา และโรงเรียนโสตศึกษาจังหวัดปราจีนบุรี
- การเข้าร่วมระงับเหตุภัยพิบัติต่าง ๆ อาทิ ตึกสำนักงานตรวจเงินแผ่นดินถล่ม ไฟไหม้ น้ำท่วม ช่วยเหลือกู้ภัยที่ประสบเหตุได้รับบาดเจ็บหรือเสียชีวิต พร้อมอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในเหตุการณ์น้ำท่วม ลงพื้นที่ช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย กองเรือเซเว่นอีเลฟเว่น และสนับสนุนอาหารและเครื่องดื่ม อาทิ น้ำดื่ม ข้าวสาร ปลากระป๋อง ในพื้นที่ภาคเหนือ ภาคกลางและภาคใต้ อาทิเช่น จังหวัดเชียงราย แพร่ น่าน สุโขทัย อยุธยา และจังหวัดสงขลา (หาดใหญ่)

- จัดกิจกรรมการเสวนาแบ่งปันประสบการณ์ เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือต่อเหตุภัยพิบัติ จากประสบการณ์เหตุภัยพิบัติน้ำท่วมครั้งใหญ่ในปี 2567 โดย USAR Thailand สมาคมศิริกรณ์เชียงรายบรรเทาสาธารณภัย และ Emergency Rescue Team






ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ยกระดับทักษะความปลอดภัยและลดความเสี่ยงจากการสูญเสียให้กับชุมชน หน่วยงานราชการ และกลุ่มเปราะบางกว่า **7,502 คน** ผ่านการจัดฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ รวมทั้งสิ้น **12 ครั้ง**
- ยกระดับทักษะการปฏิบัติงานร่วมกับภาคีเครือข่ายกู้ภัยและกู้ชีพรวม **30 หน่วยงาน** (แบ่งเป็นหน่วยงานกู้ภัย 15 หน่วยงาน และหน่วยงานกู้ชีพ 15 หน่วยงาน) เพื่อเตรียมความพร้อมในการเผชิญเหตุ
- สนับสนุนอุปกรณ์ปฏิบัติการให้แก่หน่วยงานกู้ภัยและกู้ชีพ 30 แห่ง รวม **600 ราย**
- งบประมาณสนับสนุน รวมทั้งหมด **1.94 ล้านบาท**

โครงการต่อเนื่อง “เสริมอาชีพ สร้างรายได้สู่ชุมชน” ปีที่ 6

ซีพีแรม (ลาดกระบัง) ร่วมกับศูนย์วิชาการเกษตรซีพีแรม และสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จัดโครงการ “เสริมอาชีพ สร้างรายได้สู่ชุมชน” ปีที่ 6 เพื่อส่งเสริมทักษะอาชีพให้กับสมาชิกในชุมชนโดยรอบนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง พร้อมต่อยอด และพัฒนาการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ นำไปสู่การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนกระจายสู่ครัวเรือน รวมถึงร่วมกันสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ ผ่านการจัดกิจกรรมฐานเพิ่มมูลค่าอาหาร พร้อมบรรยายให้ความรู้ด้านช่องทางการตลาด การเพิ่มรายได้ด้วยการตลาดออนไลน์ เพื่อสร้างทักษะอาชีพนำไปสู่การต่อยอดสร้างรายได้สู่ชุมชนในการพัฒนาเศษฐกิจอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังเปิดพื้นที่ให้ชุมชน นำสินค้าเข้ามาขายภายในโรงงาน เพื่อให้กับชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน **142 ราย**
- สร้างรายได้แก่ชุมชนมากกว่า **103,164 บาท**

โครงการต่อเนื่อง “รักน้องหมา 24 ชั่วโมง” ปีที่ 2

ซีพี ออลล์ จัดโครงการ “รักน้องหมา 24 ชั่วโมง 7 ครั้ง ในรูปแบบสัญจร ให้บริการทำหมันและฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย มีวัตถุประสงค์เพื่อดูแลสังคมชุมชน ลดการเกิดโรคทางระบบสืบพันธุ์ ลดพฤติกรรมก้าวร้าว และเพื่อสุขภาพที่ดีของสัตว์เลี้ยงในระยะยาว ที่หน้าร้าน 7-Eleven และในชุมชน อาทิเช่น สาขาชุมชนบ้านเกาะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, ร้าน 7-Eleven สาขาสายไหม 33 โดยเป็นการให้บริการทำหมัน และฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้าฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย พร้อมบริการฝังไมโครชิฟเพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดโรค อำนวยความสะดวก และประหยัดค่าใช้จ่ายให้กับประชาชน พร้อมมอบอาหารสุนัขและอาหารแมวจากแบรนด์ยอดนิยม อาทิ พีซีจี และเจอร์ไฮ ให้กับเจ้าของน้องหมาน้องแมวที่มาร่วมงาน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สุนัขและแมวที่ได้รับการฉีดวัคซีน จำนวน **549 ตัว**
- ลดความเสี่ยงด้านสุขภาพและอันตรายจากโรคพิษสุนัขบ้า รวมถึงปัญหาพฤติกรรมก้าวร้าวของสัตว์เลี้ยง ซึ่งเป็นการปกป้องสวัสดิภาพของประชาชน รวม **830,000 ราย**



โครงการเภสัชกรชุมชน

ดำเนินกิจกรรม ภายใต้ร้านยาเอ็กซ์ต้า พลัส หรือที่ปัจจุบันใช้ชื่อว่า ALL Care Pharmacy เพื่อเข้าถึงชุมชนในเชิงรุก และให้ความรู้ด้านสุขภาพกับประชาชนในพื้นที่โดยเฉพาะ ผ่านการให้บริการจากเภสัชกรในร้านยาที่ตั้งอยู่ในชุมชน มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ ความไว้วางใจ และความเป็นที่พึ่งด้านสุขภาพของชุมชน

โดยปีนี้ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็น เด็ก GEN Z และ GEN Alpha ได้แก่ นักเรียนระดับประถมศึกษา ถึงมัธยมต้น ให้ความรู้เรื่องสุขภาพกายและใจ การดูแลตนเองจากโรคตามฤดูกาล อันตรายของบุหรี่ไฟฟ้า ซึ่งเป็นปัญหาที่พบมากในหมู่นักเรียน จัดกิจกรรมสันทนาการและแจกผลิตภัณฑ์สุขภาพจากผู้สนับสนุน (suppliers) ประชาสัมพันธ์สิทธิบัตรทองและแอปพลิเคชัน ALL PharmaSee (บริการปรึกษาเภสัชกรออนไลน์) มอบตู้ยาพร้อมผลิตภัณฑ์สุขภาพให้กับโรงเรียน โดยมีการจัดกิจกรรมทั้งหมด 4 ครั้ง ใน 4 โรงเรียน ในปี 2568 มีนักเรียนที่ได้รับการถ่ายทอดทักษะการดูแลตนเองเชิงรุกที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตปัจจุบัน จำนวน 3,950 คน ลดความเสี่ยงทางสุขภาพภายในครอบครัวและสถานศึกษาอย่างยั่งยืน



โครงการ “พื้นที่ความสุขของชุมชน” (Happy Community)

ซีพี แอ็กซ์ตร้า มุ่งมั่นยกระดับศูนย์การค้า Lotus’s ให้เป็น “ศูนย์กลางการใช้ชีวิต” (Life Center) อย่างแท้จริง ที่เป็นมากกว่าแหล่งช้อปปิ้ง แต่เป็นจุดหมายของการสร้างสรรค์ความสุขและความผูกพันที่ยั่งยืนกับชุมชนและผู้คนทุกวัย โครงการนี้มุ่งเน้นการส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Health & Well-being) ของสังคม ผ่านกิจกรรมหลักที่เข้าถึงง่ายและไม่มีค่าใช้จ่าย ดังนี้

ส่งเสริมสุขภาพกาย

ขยายกิจกรรมแอโรบิกเพื่อชุมชน: ประสบความสำเร็จในการขยายพื้นที่ออกกำลังกายเต้นแอโรบิกฟรีครบ 100 สาขาทั่วประเทศ เพื่อสร้างโอกาสให้คนทุกวัยได้ออกกำลังกายร่วมกันเป็นประจำ

สร้างการตระหนักรู้ด้านสุขภาพ

- บริการตรวจสุขภาพเบื้องต้นฟรี จัดบริการตรวจสุขภาพเบื้องต้นในงาน “พื้นที่ความสุขของชุมชน” เช่น การวัดความดันโลหิต, ระดับน้ำตาลในเลือด, และการหาค่าดัชนีมวลกาย (BMI)
- บริการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 ด้วยเครื่องแมมโมแกรมเคลื่อนที่ให้กับประชาชนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อมอบให้แก่ผู้ป่วยมะเร็งผ่านสถาบันมะเร็งแห่งชาติ
- ร่วมมือกับกรุงเทพมหานคร (กทม.) มอบเครื่องฟอกอากาศให้ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนใน 50 เขต ทั่วกรุงเทพฯ พร้อมสร้างความรู้และสื่อรับมือ ฝุ่น PM 2.5 เพื่อดูแลสุขภาพของเยาวชน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เพิ่มโอกาสในการรักษาและลดอัตราการเสียชีวิตก่อนวัยอันควรจากการตรวจพบในระยะเริ่มต้นของโรคไม่ติดต่อที่สำคัญ (NCDs) ได้อย่างมีนัยสำคัญ
- ส่งเสริมการตระหนักรู้ ช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการสุขภาพที่จำเป็นโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ที่ขาดโอกาส

สนับสนุนการศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต



> เพราะการศึกษา คือ แสงนำทางสู่ชีวิตที่ดีกว่า ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นบ่มเพาะเมล็ดพันธุ์แห่งปัญญาและเปิดประตูแห่งโอกาสให้ทุกความฝันเติบโตอย่างเท่าเทียม เพื่อสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้ทุกคนพร้อมก้าวสู่ โลกที่เปลี่ยนแปลงและสร้างอนาคตที่ยั่งยืนไปพร้อมกัน

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG1

ขจัดความยากจนทุกรูปแบบในทุกพื้นที่

1.4 สร้างหลักประกันว่าชายและหญิงทุกคน โดยเฉพาะคนยากจนและกลุ่มผู้เปราะบาง มีสิทธิเท่าเทียมในการเข้าถึงทรัพยากรทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการเข้าถึงการบริการขั้นพื้นฐาน การถือกรรมสิทธิ์ และใช้ประโยชน์เหนือที่ดินและทรัพย์สิน



SDG4

สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

4.3 ให้ชายและหญิงทุกคนเข้าถึงการศึกษาวิชาเทคนิค อาชีวศึกษา อุดมศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัยที่มีราคาที่สามารถจ่ายได้และมีคุณภาพ

4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดีและการเป็นผู้ประกอบการ

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

ตลาดแรงงานไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี อาทิ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการนำเครื่องจักรมาใช้แทนคนในการทำงาน (Automation) ที่เข้ามาแทนแรงงานในบางภาคส่วน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการผลิตและบริการ ความต้องการแรงงานที่มีทักษะดิจิทัลเพิ่มขึ้น ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจโลก ความขัดแย้งทางการค้าและการเปลี่ยนแปลงภูมิรัฐศาสตร์ ส่งผลต่อการลงทุนและการจ้างงาน ความต้องการแรงงานของตลาดแรงงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทคำนึงถึงโครงสร้างทางสังคมซึ่งครอบคลุมถึงปัจจัยในการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐาน บริษัทมุ่งผลักดันและส่งเสริมให้แรงงานมีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี เตรียมความพร้อมเพื่อเป็นแรงผลักดันด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้ก้าวหน้าอย่างมีเสถียรภาพ และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก ดำเนินโครงการด้านการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยมุ่งเน้นทั้งภายในองค์กรและสังคมภายนอก ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ พนักงาน ชุมชน เด็ก เยาวชน และกลุ่มเปราะบางทางสังคม เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงการศึกษาขั้นพื้นฐานและการเรียนรู้อย่างเท่าเทียม ทั้งในระบบและนอกระบบ ผ่านโครงการด้านการศึกษาของบริษัทครอบคลุม การพัฒนาทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพ การเสริมทักษะเฉพาะทางเพื่อเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพ และการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งเชิงบวกและเชิงลบ บริษัทเชื่อมั่นว่าการลงทุนในด้านการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างสังคมที่เข้มแข็ง และมีส่วนในการสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ — พนักงาน, ชุมชน
2. การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า — พนักงาน, ชุมชน
3. การจัดส่ง และกระจายสินค้า — พนักงาน
4. การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ — ชุมชน, พนักงาน
5. การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย — พนักงาน

▶ ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

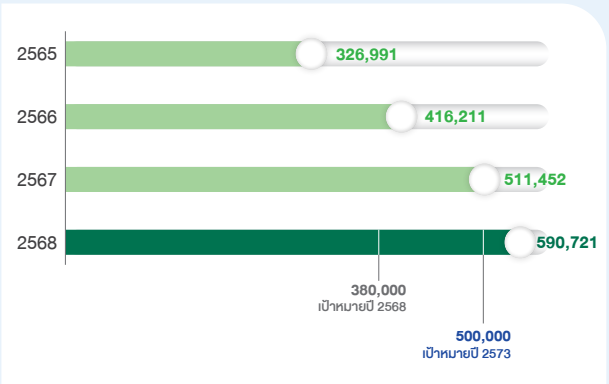
มิติด้านความยั่งยืน - มิติด้านสังคม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ - Significant Material Topics

▶ เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

สนับสนุนเด็ก เยาวชน รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ ให้มีทักษะทางเทคนิคและอาชีพที่จำเป็นต่อการทำงาน รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต

(หน่วย: รายสะสม)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

สนับสนุนทุนการศึกษา **36,132 ทุน** รวมมูลค่า **1,282 ล้านบาท**

พัฒนาทักษะอาชีพ ให้แก่ เด็ก เยาวชน และกลุ่มเปราะบาง **43,137 คน**

ส่งเสริมการเรียนรู้ให้แก่พนักงานจำนวน **3,509 คน** ด้วยงบประมาณสนับสนุนกว่า **126.73 ล้านบาท**

เปิดรับนักเรียน นักศึกษา เข้าฝึกปฏิบัติงานจริง **39,810 คน**





การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

โครงการต่อเนื่องขยายผลพัฒนาโรงเรียน CONNEXT ED เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษา พัฒนาสู่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ให้เกิดขึ้นกับทั้งผู้เรียนทั้งในและนอกระบบการศึกษา เพิ่ม **51** แห่งทั่วประเทศ

โครงการต่อเนื่อง คืนคนดีสู่สังคม ปีที่ 7 ร่วมกับศาลเยาวชนและครอบครัว กรมคุมประพฤติ กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรม มอบโอกาสทางการศึกษาและสนับสนุนทักษะอาชีพให้เยาวชนทั่วประเทศที่เคยกระทำความผิดเพื่อให้ผู้กระทำผิดสามารถกลับคืนสู่สังคมได้อย่างภาคภูมิและดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุข

โครงการต่อเนื่อง Creative AI Club และ Creative AI Club ปีที่ 8 ส่งเสริมเยาวชนในทุกมิติ ทั้งในด้านการเพิ่มพูนทักษะความรู้ ด้านเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ด้านธุรกิจ รวมไปถึงด้านปรัชญาความคิด อีกทั้งสร้างเวทีให้เยาวชนได้แสดงศักยภาพในการสร้างสรรค์ผลงานด้าน AI เพื่อเป็นก้าวสำคัญในการสร้างทรัพยากรมนุษย์อย่างยั่งยืน

โครงการประกวด “VEX Robotics Competition Thailand Scrimmage 2025 - 2026 Southern Region” จัดมหกรรมการแข่งขันหุ่นยนต์ระดับประเทศ เพื่อส่งเสริมเยาวชนไทยสู่เวทีระดับโลก” และขยายโอกาสให้เยาวชนไทยเข้าถึงเวทีการเรียนรู้และแข่งขันหุ่นยนต์มากขึ้น และเพื่อเฟ้นหาตัวแทนจากประเทศไทยเข้าร่วมการแข่งขัน VEX Robotics World Championship รับรองจาก กินเนสส์ เวิลด์ เรคคอร์ด โดยมีประเทศส่งทีมเข้าร่วมมากกว่า **77** ประเทศ

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ตลอดชีวิตในฐานะปัจจัยหลักในการเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม มุ่งส่งเสริมให้พนักงาน ชุมชน เด็ก เยาวชน และกลุ่มเปราะบางเข้าถึงการศึกษาและการพัฒนาทักษะอย่างเท่าเทียม เพื่อให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและแนวโน้มตลาดแรงงานโลก และการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัลและอุตสาหกรรมสีเขียว โดยมุ่งมั่นสานต่อแนวคิดการ “สร้างคน” โดยตั้งเป้ามอบทุนการศึกษาให้มากกว่า 37,000 ทุน (มูลค่ากว่า 1,181 ล้านบาท ภายในปี 2568) เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างยั่งยืน

พร้อมทั้ง พัฒนาทักษะใหม่และการปรับทักษะเดิม (Reskill & Upskill) ผ่านหลักสูตรที่ผสานการเรียนรู้ในห้องเรียนกับการฝึกปฏิบัติจริง นอกจากนี้ บริษัทยังร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาในการจัดตั้งสถาบันการเรียนรู้และศูนย์ฝึกอบรมที่ได้มาตรฐาน เพื่อพัฒนาแรงงานคุณภาพและสนับสนุนเส้นทางอาชีพอย่างยั่งยืนผ่านมอบทุนการศึกษาและโอกาสในการจ้างงาน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่บท
▶ **เรื่อง “การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง” ในบท “การพัฒนาทุนมนุษย์” หน้า 304 -323**

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

ส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ

นักเรียน นักศึกษา
สำเร็จการศึกษา
จำนวน **6,173 คน**

นักเรียน นักศึกษา ที่ทำงาน
กับบริษัท หลังสำเร็จการศึกษา
จำนวน **3,035 คน**

สนับสนุน
ทุนการศึกษา
จำนวน **36,132 ทุน**

มูลค่าการสนับสนุน
ทุนการศึกษา
จำนวน **1,282 ล้านบาท**

พัฒนาทักษะอาชีพ ที่จำเป็นในการประกอบอาชีพ

เด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ กลุ่มเปราะบาง
ที่ได้รับการพัฒนาทักษะอาชีพ 43,137 คน

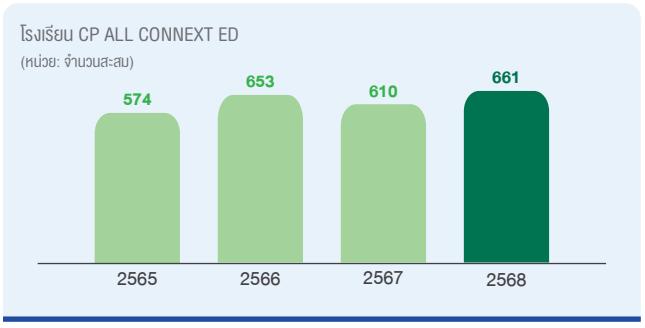
ร้อยละ 65 ของนักศึกษาจากวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT)
และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM)
ได้รับโอกาสเข้าร่วมทำงานกับบริษัท

นักศึกษา 7 คน (สะสม) ในกลุ่มของสถาบันปัญญาภิวัฒน์
ได้รับโอกาสพิเศษในการเข้าร่วมเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven
ประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner: SBP)

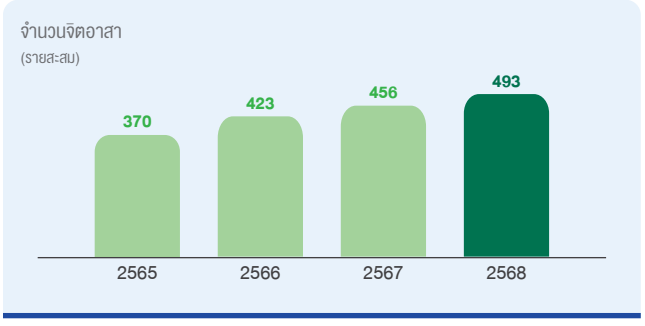
ส่งเสริมโรงเรียนต้นแบบ CONNEXT ED
ในการพัฒนาทักษะอาชีพ โครงการ “ผู้ประกอบการจิ๋ว”
ผ่านช่องทางการจำหน่ายแพลตฟอร์ม
ALL SME MARKET PLACE

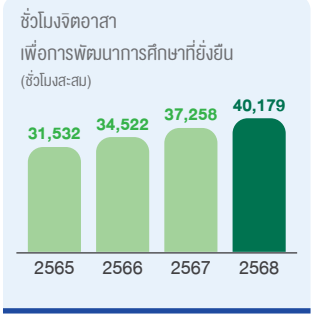
ส่งเสริมการฝึกอาชีพด้านกาแฟ
โดยศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพกาแฟปัญญาภิวัฒน์ (P-CoT)
ร่วมกับหน่วยงานคัดสรรและเบลลินี่ พรีเมียมคาเฟ่ ภายใต้โครงการ
“ส่งเสริมและพัฒนาทักษะเด็กและเยาวชนด้านวิชาชีพ”
ให้กับเยาวชนทั่วประเทศที่เคยกระทำความผิดเพื่อให้ผู้กระทำผิด
สามารถกลับคืนสู่สังคมได้อย่างภาคภูมิและดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุข

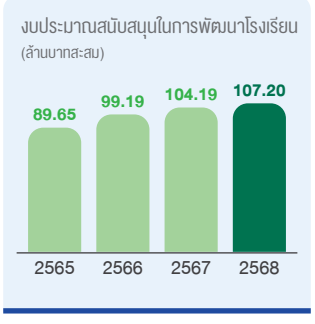
สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต ภายใต้โครงการ “สานอนาคตการศึกษา (CONNEXT ED)”



จิตอาสาเพื่อการพัฒนา







ขับเคลื่อนโอกาสที่เท่าเทียมผ่านการศึกษาที่มีคุณภาพ

โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED เฟส 7

ซีพี ออลล์ ยกระดับคุณภาพการศึกษา สนับสนุนให้โรงเรียนจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ (Learning Center) ที่เน้นให้นักเรียนเป็นศูนย์กลาง (Child Centric) ผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติจริง (Active Learning) ด้วยการเรียนการสอนแบบหลักสูตรบูรณาการ ช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านวิชาการควบคู่กับทักษะอาชีพให้แก่นักเรียน กระตุ้นกระบวนการคิดและวิเคราะห์โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) ในการเรียนรู้ รวมถึงพัฒนาสู่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ให้เกิดขึ้นกับทั้งผู้เรียนทั้งในและนอกระบบการศึกษา เดินหน้าโมเดล “ผู้ประกอบการจิ๋ว” เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้-ทักษะอาชีพ-ทักษะชีวิต เปิดโอกาสให้นักเรียนสามารถเข้าสู่เส้นทางผู้ประกอบการ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงโอกาสในการนำสินค้ามาวางขายภายในร้าน 7-Eleven ลงพื้นที่เป็นคู่คิดพัฒนาโรงเรียน ให้แก่โรงเรียนต่าง ๆ ทั่วประเทศ ในปี 2568 มีโรงเรียน จำนวน 6 แห่ง ที่สามารถบูรณาการหลักสูตรการเรียนการสอนด้านวิชาการและวิชาชีพ พร้อมทั้งมีผลิตภัณฑ์ชุมชนฝีมือเยาวชน ได้แก่ 1.โรงเรียนบ้านสันป่าสัก อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ นำเสนอผลิตภัณฑ์ยาดมสมุนไพร 2.โรงเรียนวังไพรพิทยาคม อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว นำเสนอผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้ามัดย้อมจากสีดอกดาวเรือง 3.โรงเรียนวัดประดู่หอม (สุขประชาสรรค์) อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง นำเสนอผลิตภัณฑ์ กระเป๋าจากกระจูด 4.โรงเรียนโคกงามวิทยาคาร อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น นำเสนอผลิตภัณฑ์น้ำตาลอ้อยก้อนและไซรัปอ้อย 5.โรงเรียนอนุบาลบ้านท่าพระยาจักร อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี นำเสนอผลิตภัณฑ์กรอบรูปถมทอง 6.โรงเรียนบ้านหนองคันนา อำเภอพนมดงรัก จังหวัดนำเสนอผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลินิลสุรินทร์ นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งเน้น เพื่อการพัฒนาทั้งทักษะอาชีพ และทักษะชีวิต ให้แก่เยาวชน สอดคล้องกับทิศทางโลก แบ่งออกเป็น 4 ด้าน



นอกเหนือจากการพัฒนาให้เกิดผู้ประกอบการจิ๋วแล้ว ยังมุ่งเพื่อพัฒนาเป็นหลักสูตรท้องถิ่น ก่อให้เกิดเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ช่วยเสริมสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชนที่ต้องการเรียนรู้ทักษะวิชาชีพ เพื่อนำไปสร้างรายได้

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ **การสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในหัวข้อ “โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED”**

ส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการ “สร้างคน” ผ่านการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ มาอย่างต่อเนื่องกว่า 18 ปี ผ่านการจัดตั้งสถาบันการศึกษาเฉพาะทางและพัฒนาระบบการเรียนรู้ออนไลน์ VDO Conference เพื่อขยายโอกาสทางการศึกษาไปยังกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ห่างไกล ช่วยลดความเหลื่อมล้ำและเสริมสร้างทักษะแห่งอนาคตผ่านนวัตกรรมการเรียนรู้ที่ทันสมัย ดังนี้

1. วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) เปิดโอกาสทางการศึกษาระดับอาชีวศึกษา
2. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ที่มอบโอกาสต่อยอดทางการศึกษาให้แก่เยาวชนในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก
3. โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม) ครอบคลุมระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย
4. ศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์ การศึกษาผ่านระบบออนไลน์ (VDO Conference) กว่า 20 แห่งทั่วประเทศ
5. ร่วมมือกับสถานศึกษาเครือข่าย ทั้งของภาครัฐและเอกชน เปิดสอนระดับอาชีวศึกษา และอุดมศึกษากว่า 200 สถานศึกษา

นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ โดยมอบโอกาสทางการศึกษาเป็นทุนสนับสนุนนักเรียนไทยตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาถึงระดับอุดมศึกษาเป็นประจำทุกปี โดยในปี 2568 มีการสนับสนุนสถาบันการศึกษาและการมอบทุนการศึกษา ดังนี้

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT)



บริษัทขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การเข้าถึงการศึกษาคุณภาพผ่านการจัดตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) กว่า 21 ปี เพื่อเปิดโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชน เป็นสถานศึกษาประเภทอาชีวศึกษา ต้นแบบทวิภาคี “Excellent Center” เปิดสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จัดการเรียนการสอนรูปแบบทวิภาคี “Work-based Learning” โดยเรียนภาคทฤษฎีในสถานศึกษา และเรียนภาคปฏิบัติในสถานประกอบการร้าน 7-Eleven และหรือบริษัทในเครือฯ ผู้เรียนจะได้เรียนรู้และบูรณาการองค์ความรู้ต่าง ๆ จากการปฏิบัติงานจริง พัฒนาผู้เรียนสู่ความเป็นเลิศด้านทักษะฝีมือ ส่งเสริมการเป็นนวัตกรด้วยนวัตกรรมทางการศึกษา พัฒนาคุณภาพครูสู่ Facilitator ให้ความรัก ความมั่นคงปลอดภัยและความมั่นใจแก่ผู้เรียน ด้วยหลักการ “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” เป็นองค์กรที่มีหน้าที่รับรองสมรรถนะของบุคคลตามมาตรฐานอาชีพ จากสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) ทำหน้าที่ทดสอบฝีมือแรงงานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545 ในเขตจังหวัดนนทบุรี เป็นหน่วยงานจัดการอบรมผู้ประกอบกิจการและผู้สัมผัสอาหาร จากกรมอนามัย มุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจ สร้างโอกาสทางการศึกษาให้กับเยาวชนไทย ตลอดจนกลุ่มชนเผ่าและกลุ่มชาติพันธุ์ ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศอย่างเท่าเทียม

ผู้เรียนจะได้รับทุนการศึกษาตลอดหลักสูตรในสาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก มีเบี้ยเลี้ยงระหว่างการฝึกภาคปฏิบัติและเมื่อจบการศึกษา บริษัท จะรับเข้าทำงานทันที (สำหรับสาขาวิชาอื่น ๆ ตามเงื่อนไขที่บริษัท กำหนด) ซึ่งมีหลักสูตรการเรียนการสอนทั้งหมด 4 หลักสูตร



นอกจากนี้ บริษัทได้เปิดศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์ จำนวน 20 ศูนย์ในจังหวัดสำคัญ ๆ ของประเทศ และลงนามความร่วมมือกับสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน (สอศ.) และสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ) กว่า 175 แห่ง ในการเปิดสอนหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกในระบบทวิภาคี ปัจจุบันมีเยาวชนที่อยู่ภายใต้การบ่มเพาะทักษะอาชีพในระบบนี้ มากกว่า 14,272 คน ถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ การสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต หัวข้อ “วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT)”

โครงการต่อเนื่อง Business for Young Program ต่อเนื่องปีที่ 10

ซีพี ออลล์ มุ่งเน้นเพื่อส่งเสริมและสร้างความเข้าใจให้กับเยาวชนในการเลือกเรียนและเข้าทำงานในสายอาชีพทางด้านธุรกิจค้าปลีกของศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์ จัดกิจกรรมเพื่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียน ผ่านการเรียนรู้แบบเล่นปนเรียน (Learn and Play) และการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ให้นักเรียนเข้าร่วมฐานการเรียนรู้ด้านธุรกิจค้าปลีก 5 หัวข้อ ได้แก่

ฐานที่ 1	ฐานที่ 2	ฐานที่ 3	ฐานที่ 4	ฐานที่ 5
มาตรฐานการให้บริการ	บุคลิกภาพกับการให้บริการ	การบัญชีเบื้องต้น	การจัดแสดง สินค้าหรือการจัดเรียงสินค้า	การออกแบบโลโก้และผลิตภัณฑ์ รวมถึงการศึกษาดูงานร้านค้าปลีก

ทั้งนี้ยังมีการจัดการเรียนรู้รูปแบบออนไลน์เพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการศึกษาต่อในสายอาชีพตลอดจนการให้ความสำคัญกับสายอาชีพด้านธุรกิจค้าปลีกมากขึ้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- นักเรียนและเยาวชนเข้าร่วมโครงการ 5,000 คน
- สถานศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ 80 แห่ง
- เพิ่มโอกาสทางการศึกษาให้แก่นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ
- ช่วยลดความเสี่ยงในการไม่เข้าใจระบบการเรียนการสอนระบบทวิภาคี
- ผู้เข้าร่วมโครงการมีแรงบันดาลใจในการศึกษาต่อสายอาชีพ

โครงการต่อเนื่อง อาชีวไร้ถัง ปีที่ 5

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ดำเนินโครงการอาชีวไร้ถัง จัดกิจกรรมการคัดแยกวัสดุ ธนาคารคุ้มค่า ให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้ความเข้าใจในการจัดการขยะในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ ลดการใช้ (Reduce) การนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) และรีไซเคิล (Recycle) และกิจกรรม PAT Go Green ลดการใช้พลาสติก รณรงค์การใช้ถุงผ้า และแก้วน้ำส่วนตัว เพื่อปลูกฝังสร้างจิตสำนึกบ่มเพาะนักเรียน นักศึกษา ในวิทยาลัยฯ ให้มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม และจัดการขยะในชีวิตประจำวันตั้งแต่ต้นทาง ดำเนินโครงการตั้งแต่ปี 2564 ต่อเนื่องถึงปี 2568 พร้อมขยายเครือข่ายการดำเนินงานอาชีวไร้ถัง เพื่อให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะ แนวทางการดำเนินงาน รวมถึงการสนับสนุนอุปกรณ์ในการดำเนินโครงการ โดยในปีการศึกษา 2568 มีสถานศึกษาที่เข้าร่วมโครงการอาชีวไร้ถังจำนวน 35 แห่ง และศูนย์การเรียน ปัญญาภิวัฒน์ กรุงเทพฯ จำนวน 20 ศูนย์การเรียน รวมผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 1,950 คน



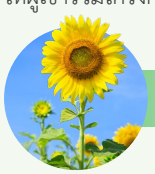


โครงการบริการวิชาการ และบริการวิชาชีพแก่ชุมชนและสังคม





วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ดำเนินโครงการบริการวิชาการ และบริการวิชาชีพให้กับนักเรียน และชุมชนในจังหวัดนนทบุรี ให้ผู้เข้าร่วมโครงการสามารถนำไปประกอบอาชีพเสริม เพื่อสร้างรายได้ โดยวิทยากรของวิทยาลัยฯ เผยแพร่ความรู้ผ่านกิจกรรม ดังนี้



การสอนปลูกผักอินทรีย์ทานตะวัน



การสอนปลูกผักไฮโดรโปนิกส์



การสอนทำกาแฟ



การทำปุ๋ยไส้เดือน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ผู้เรียนของสถานศึกษาในความร่วมมือที่เข้าร่วมโครงการ 13 โรงเรียน 720 คน
- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจ ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 80
- สร้างอาชีพ สร้างธุรกิจให้นักเรียน และ คนในชุมชน
- สร้างองค์ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกให้ชุมชน
- เยาวชนสามารถนำไปใช้สร้างอาชีพเสริม หรือทำเป็นอาชีพหลักได้เพื่อหารายได้สู่ครอบครัว

โครงการต่อเนื่อง “คืนคนดีสู่สังคม” ปีที่ 7







ซีพี ออล์ วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์ ร่วมกับกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน และกระทรวงยุติธรรม สนับสนุนการแก้ไข บำบัด ฟื้นฟู และให้โอกาสด้านการศึกษาแก่เด็กและเยาวชนทั่วประเทศที่กระทำความผิดจากศาลเยาวชนและครอบครัวกลาง และกรมกิจการเด็กและเยาวชน กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ได้ศึกษาต่อที่สถาบันในหลักสูตรธุรกิจค้าปลีก และหลักสูตรการจัดการธุรกิจค้าปลีก ในรูปแบบทวิภาคีโดยเรียนภาคทฤษฎีที่สถานศึกษา สลับกับการฝึกอาชีพที่ร้าน 7-Eleven จัดอบรมการฝึกอาชีพด้านกาแฟ โดยศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพกาแฟปัญญาภิวัฒน์ (P-CoT) ร่วมกับหน่วยงานคัดสรรและเบลลินี่ พรีเมียมคาเฟ่ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ให้ความรู้เรื่องการทำธุรกิจร้านกาแฟ การประกอบอาชีพ influencer เทคนิค Next Gen Maker ทำเงินจากมือถือ (ไม่ต้องลงทุนเยอะ) ด้วย TikTok & ALL Online ภายใต้โครงการ “ส่งเสริมและพัฒนาทักษะเด็กและเยาวชนด้านวิชาชีพ” อีกทั้งยังมีการสนับสนุนอุปกรณ์และเครื่องคอมพิวเตอร์ให้กับศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด เพื่อให้ผู้กระทำผิดสามารถกลับคืนสู่สังคมได้อย่างภาคภูมิและดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุข

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เด็กและเยาวชนเข้าร่วมโครงการ **42 คน**
- มอบทุนการศึกษา **42 ทุน**
- มูลค่าการสนับสนุน **2,146,850 บาท**
- สนับสนุนอุปกรณ์และคอมพิวเตอร์ **60 ชุด**
- มูลค่าการสนับสนุนอุปกรณ์และคอมพิวเตอร์ **300,000 บาท**
- เยาวชนได้รับโอกาสทางการศึกษา มีรายได้ระหว่างเรียนจบแล้วมีงานทำ มีอาชีพเสริม และดำเนินการสนับสนุนและมอบทุนการศึกษาต่อในปีการศึกษาต่อ ๆ ไป

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม: PIM)



สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) สถาบันสำหรับนักเรียนที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ตอนปลาย อาชีวศึกษา หรือเทียบเท่า เพื่อส่งมอบโอกาสศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี และสามารถต่อยอดไปยังปริญญาโท รวมไปถึงปริญญาเอก ผ่านระบบการเรียนการสอนที่เรียกว่า Work-based Education (WBE) ภายใต้จุดแข็ง 3 ด้าน ในการเชื่อมโยงความรู้ทางทฤษฎีเข้ากับภาคปฏิบัติแก่นักศึกษา ดังนี้

1. ความรู้เชิงวิชาการจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญและกรณีศึกษา ผ่านความร่วมมือที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ภายในประเทศและต่างประเทศ
2. ประสบการณ์การทำงานโดยตรงจากบริษัทในเครือและพันธมิตรทางธุรกิจที่สอดประสานไปกับการเป็น Corporate University หรือมหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจ ไปพร้อมกับการเป็น Network University
3. การพัฒนาองค์ความรู้ของอาจารย์และนักศึกษาโดยใช้โจทย์จริงในองค์กรกลับมาสู่การเรียนการสอนในห้องเรียน เพื่อให้พร้อมนำไปใช้ในทางปฏิบัติโดยตรง และอาจเกิดเป็นผลงานนวัตกรรมที่มีประโยชน์ต่อองค์กร

ซีพี ออลล์ ร่วมกับ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) มอบทุนการศึกษาให้กับเยาวชน และพนักงาน รวมกว่า 34,795 ทุน คิดเป็นมูลค่ากว่า 1,176 ล้านบาท เพื่อศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ในคณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มุ่งเน้นการเรียนรู้ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติงานจริงเครือข่ายพันธมิตรสถานประกอบการในการรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน เพื่อให้นักศึกษามีทักษะความสามารถพร้อมสำหรับการทำงานทันทีที่จบหลักสูตร รวมถึงโอกาสเข้าร่วมงานกับ ซีพี ออลล์ ในสายปฏิบัติการ ตำแหน่งผู้บริหารระดับต้น และพัฒนาไปสู่ผู้บริหารระดับสูง และยังสามารถเป็นเจ้าของร้าน Modern Trade, เจ้าของธุรกิจส่วนตัว, ผู้ประกอบการเพื่อผลิตสินค้าและบริการทั้งออนไลน์และออฟไลน์, นักธุรกิจและที่ปรึกษาในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าส่ง ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

โครงการ สร้าง New Gen ยุวเกษตรกร “พลิกโฉมเกษตรกรรมไทยด้วยนวัตกรรมการศึกษา”

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ด้านการศึกษาของ ซีพี ออลล์ ที่มุ่งเน้นการสร้างคนอย่างยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับการพัฒนาบุคลากรในสาขาที่สำคัญต่อเศรษฐกิจฐานราก ร่วมมือกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) และกรมส่งเสริมการเกษตร สร้างศักยภาพให้แก่คนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในสาขา เกษตรนวัตและการจัดการ เพื่อยกระดับอาชีพเกษตรกรให้ก้าวหน้าและยั่งยืน โดย สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) เป็นฐานการพัฒนาหลักสูตร Work-based Education (WBE) ที่มอบทุนการศึกษาและเน้นการเรียนรู้ควบคู่การปฏิบัติจริง ช่วยให้นักศึกษาได้รับทั้งความรู้ด้านทฤษฎีและทักษะการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเองหรือในชุมชนท้องถิ่นได้ทันที ช่วยให้เกษตรกรรุ่นใหม่มีมุมมองใหม่ในการทำธุรกิจเกษตร โดยเปลี่ยนจากการ “ทำสวน” เป็นการ “สร้างมูลค่าเพิ่ม” ด้วยนวัตกรรมและกลยุทธ์ตลาด







ตัวอย่างความสำเร็จที่ชัดเจน คือ นิ้ง-สิริยากร ธรรมจิตร์ บัณฑิต PIM ที่นำความรู้และทักษะที่ได้รับไป พลิกโฉมธุรกิจสวนทุเรียนครอบครัวที่ จ.จันทบุรี ด้วยการสร้างแบรนด์ “ลูกสาวกำนัน” และใช้กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ สวนขนาด 5 ไร่ จึงสามารถสร้างรายได้กว่า 6 ล้านบาท ภายใน 5 เดือนแรกของปี 2568 และตั้งเป้ายอดขายในระดับ 8 หลักในปีถัดไป ซึ่งเป็นโมเดลที่สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ยุวเกษตรกรรุ่นใหม่ทั่วประเทศ

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมกับ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) มอบทุนการศึกษาให้กับบุตรหลานพนักงาน ลูกค้า ทายาทโชห่วย และพนักงาน รวมกว่า 1,145 ทุน มูลค่ากว่า 101 ล้านบาท เพื่อศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ในคณะบริหารธุรกิจ คณะเกษตรนวัตและการจัดการ สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการเกษตร และคณะการจัดการธุรกิจอาหาร สาขาการจัดการธุรกิจค้าส่งสมัยใหม่ เปิดโอกาสเข้าทำงานร่วมกับ ซีพี แอ็กซ์ตร้า ในระดับหัวหน้างานหรือเจ้าของกิจการที่เป็นพันธมิตรกับ ซีพี แอ็กซ์ตร้า นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสต่อยอดการศึกษาให้กับพนักงาน ซีพี แอ็กซ์ตร้า ที่มีวุฒิปวส. และสนใจเรียนต่อปริญญาตรี แต่ขาดโอกาสและทุนทรัพย์ ให้สามารถประยุกต์ใช้ความรู้เข้ากับงานปัจจุบัน พร้อมรับวุฒิการศึกษาเมื่อจบหลักสูตร

กองทุนเพื่อชีวิตแห่งการเรียนรู้

การจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) จัดตั้ง “กองทุนเพื่อชีวิตแห่งการเรียนรู้” หรือ PIM SMART เพื่อสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งเป็นทุนที่ไม่มีข้อผูกมัดใด ๆ ปัจจุบันมีบัณฑิตจากกองทุน 1,024 คน ช่วยเหลือนักศึกษาแล้ว 2,851 ทุน คิดเป็นมูลค่า 61 ล้านบาท

โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)



บริษัทจัดตั้งโรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม) มอบโอกาสการศึกษาให้แก่เยาวชนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ผ่านการเรียนรู้แบบ Active learning ส่งเสริมการเรียนรู้ตามความสนใจและความถนัดเฉพาะทางของผู้เรียน ตลอดจนสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมต่อการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพในรูปแบบ Digital Class Room พร้อมทั้งปลูกฝังคุณธรรม ความรับผิดชอบ และความมีวินัย เพื่อพัฒนาเยาวชนให้เป็นคนเก่งและคนดีในสังคม ปัจจุบันมีนักเรียนกว่า 900 คน และสำเร็จการศึกษาแล้ว 348 คน

สร้างคนให้สำเร็จ ต้องเริ่มต้นจากรากฐานการศึกษาที่ดี

ปณิธานความมุ่งมั่นของ ซีพี ออลล์ เชื่อมั่นว่า เด็ก ๆ ทุกคนควรมีโอกาสเรียนในสิ่งที่เหมาะสมกับความสนใจ ควบคู่กับการปลูกฝังทักษะชีวิตที่จำเป็น คือการจัดการ การสื่อสาร และคุณธรรม เป็นจุดเริ่มต้นทำให้เกิดโรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เพื่อให้เยาวชนไทยได้เรียนรู้ผ่านหลักสูตรการศึกษาของไทยที่มีความทันสมัย สร้างทักษะที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพ

Happiness School สร้างสุขภาวะแห่งการเรียนรู้

นอกเหนือจากการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรอย่างเข้มข้น ซีพี ออลล์ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างสุขภาวะที่ดีในการเรียนรู้ ควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพที่ 21 เน้นย้ำหัวใจสำคัญของการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับจิตวิทยาการเรียนรู้ คือ Happiness School นักเรียนมีความสุขในการเรียนรู้ในสิ่งที่ทำ ความสำเร็จจะเกิดขึ้นตามมา เมื่อผู้เรียนมีความสุข รักความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ จะไม่หยุดยั้ง ไม่มีการตัดสินไม่เปรียบเทียบ ดำเนินตามปรัชญาพื้นฐาน “การให้คุณค่าแก่การศึกษาที่มีความสุข” เน้นความสุขและความสำเร็จของผู้เรียนเป็นสำคัญ ผ่าน Phenomenon-Based Learning (PhBL) เป็นกระบวนการให้ผู้เรียนสังเกตและสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง (Constructivism) ผ่านกระบวนการ Active Learning ซึ่งเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Child-Centered) ทำให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้อย่างตลอดชีวิต (Life-Long Learning) เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเข้าถึงการศึกษาได้อย่างเท่าเทียม อาทิ โรงเรียนไทยรัฐวิทยา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม) เป็นต้น รวมถึงการเตรียมความพร้อมรองรับการเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา (Anytime Anywhere) ควบคู่กับการลงมือปฏิบัติจริง (Active Learning) โดยการออกแบบการจัดการเรียนรู้โดยยึดหลักใน 4 มิติ ดังนี้

1 หลักสูตรเข้มข้น

ส่งเสริมการเรียนรู้โดยให้ผู้เรียนเกิดความสนุกระหว่างเรียนโดยครูผู้เชี่ยวชาญทั้งในและต่างประเทศ ด้วย Academic English ทักษะด้านวิชาการและภาษาที่โดดเด่น สร้างจุดแข็งด้วย 4 วิชาหลัก คือ คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน

2 รูปแบบการเรียนการสอน

- Active Learning การจัดการเรียนรู้ในห้องเรียน ผ่านการเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริงทำให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ตรง ไม่มีการแบ่งแยก ไม่มีการจัดอันดับ เพื่อไม่ให้เกิดการเปรียบเทียบหรือหรือสร้างแรงกดดันทางการเรียน
- Digital Literacy การใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน โดย ซีพี ออลล์ ถูกรับคัดเลือกจากผู้นำด้านเทคโนโลยีระดับโลกให้เป็น “Apple Distinguished School (ADS)” ต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 2 (2020 - 2026) สะท้อนถึงวิสัยทัศน์ในการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี
- กระบวนการวัดและประเมินผล รายคน รายข้อ และระบบดูแลนักเรียนเป็นรายบุคคล มีคุณครูดูแลและให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด เพื่อดึงศักยภาพ ความสามารถ และการค้นหาตัวเองก่อนก้าวเข้าสู่รั้วมหาวิทยาลัยอย่างมีคุณภาพ

3 กระบวนการค้นหาตัวเองและการพัฒนานักเรียน

กระบวนการแนะแนวที่เข้มแข็ง ดูแลใกล้ชิดโดยครู นักจิตวิทยา และทำงานร่วมกับนักเรียน ผู้ปกครอง สร้างแรงบันดาลใจผ่านการศึกษาดูงาน การฟังบรรยายจาก Guest Speaker ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสายงาน เป็นหนึ่งในกระบวนการค้นหาความถนัด เพื่อให้นักเรียนสามารถกำหนดเป้าหมายในการเรียนและเส้นทางสู่ความสำเร็จที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4 เครือข่ายทางการศึกษา

การมีพันธมิตรทางการศึกษาที่แน่นแฟ้นทั้งในและต่างประเทศ อาทิ สถานทูตฟินแลนด์ประจำประเทศไทย ร่วมกันจัดแคมป์ต่อยอดการเรียนรู้ให้นักเรียนที่ประเทศฟินแลนด์ การร่วมมือกับสถานทูตนิวซีแลนด์ จัดโปรแกรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับมหาวิทยาลัยในจีน และญี่ปุ่น รวมถึงการมีนักเรียนต่างชาติมาทำกิจกรรมร่วมกับนักเรียนไทย โครงการข้างต้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการศึกษาเพื่อพร้อมสนับสนุนให้นักเรียนมีความเป็นสากลพร้อมเป็นพลเมืองโลก

ผลลัพธ์ของกลยุทธ์ “สร้างคน” ขับเคลื่อนโอกาสที่เท่าเทียมผ่านการศึกษาที่มีคุณภาพ

บริษัทสนับสนุนการศึกษาพัฒนาเยาวชน ภายใต้กลยุทธ์ด้านสังคม “สร้างคน” โดยให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียนไทยระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ระดับอาชีวศึกษา (ปวช. และ ปวส.) และระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรีขึ้นไป) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 17 โดยในปี 2568 บริษัทได้สนับสนุนทุนการศึกษาไปแล้วทั้งสิ้น 36,132 ทุน คิดเป็นมูลค่า 1,282 ล้านบาท และมีผู้สำเร็จการศึกษาทุกหลักสูตรทั้งสิ้น 6,173 คน นอกจากนี้ บริษัทยังให้โอกาสแก่นักศึกษา โดยให้ทุนเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโทในกลุ่มสถาบันปัญญาภิวัฒน์ และโอกาสในการเข้าทำงานกับบริษัท โดยผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับอาชีวศึกษาสามารถเข้าทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการ และผู้ที่จบการศึกษาในระดับอุดมศึกษาสามารถเข้าทำงานในตำแหน่งผู้จัดการร้าน 7-Eleven ได้ทันที อีกทั้งยังมีโอกาสในการร่วมลงทุนเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven (Store Business Partner: SBP) ซึ่งในปีการศึกษานี้มีจำนวนบัณฑิตที่จบการศึกษาเข้าร่วมงานกับบริษัท จำนวน 3,035 คน

ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)

การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เป็นการดำเนินงานของบริษัทที่ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านสถาบันการศึกษา นอกเหนือจากองค์ความรู้พื้นฐาน บริษัทมุ่งผลักดันความสามารถและความสนใจเฉพาะทาง รวมถึงเติมเต็มทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคตให้เยาวชน ชุมชน และ บุคลากรของบริษัทสามารถตอบสนองต่อความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ โดยในปี 2568 มีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง “เครือข่ายสร้างสุข สู่ปลายด้ามขวาน” ปีที่ 6

บริษัทตระหนักถึงเหตุการณ์ความรุนแรงใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ส่งผลให้เยาวชนขาดโอกาสทางการศึกษา ซีพี ออลล์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) และศูนย์อำนวยการจังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงร่วมมือกันขยายโอกาสทางการศึกษา โดยการมอบทุนการศึกษา และสนับสนุนค่าครองชีพค่าที่พักระหว่างเรียนจากกองทุน PIM SMART และมีรายได้ระหว่างฝึกงาน นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษากลับไปประกอบอาชีพในพื้นที่บ้านเกิดของตัวเอง กระตุ้นการจ้างงานและเกิดการหมุนเวียนของเศรษฐกิจในพื้นที่ เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตให้กับชุมชน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- มอบทุนการศึกษา 4,046 ทุน คิดเป็นมูลค่า 890 ล้านบาท
- นักศึกษาในโครงการสำเร็จการศึกษาแล้ว 13 รุ่น จำนวน 1,975 คน
- นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำร้อยละ 100
- นักศึกษามีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 17,500 - 20,000 บาท หลังจากสำเร็จการศึกษา
- สร้างผู้ประกอบการชุมชน 34 ราย

โครงการต่อเนื่อง “พีไอเอ็ม (PIM) ส่งรอยยิ้มสู่ยอดดอย” ปีที่ 8

ซีพี ออลล์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค: NECTEC) และบริษัท ช้อยส์มินิสโตร์ จำกัด ร่วมกันมอบทุนการศึกษาในระดับอุดมศึกษาให้กับเยาวชนกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน อีกทั้งจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในรูปแบบการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Work-based Education: WBE) และด้านนวัตกรรมเพื่อพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีเอกลักษณ์ ด้วยระบบการศึกษาทางไกล (Distance Learning) รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน (Teacher-Student Relationship)

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- มอบทุนการศึกษา **409 ทุน** คิดเป็นมูลค่า **98.16 ล้านบาท**
- นักศึกษาในโครงการสำเร็จการศึกษาแล้ว **8 รุ่น** จำนวน **258 คน**
- นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำ**ร้อยละ 100**
- นักศึกษามีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย **14,000 - 16,000 บาท**
- สร้างผู้ประกอบการชุมชน **19 ราย**

โครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น ประจำปี 2568 ปีที่ 7





สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม) ร่วมกับธนาคารออมสินอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 เพื่อจัดโครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น ประจำปี 2568 ซึ่งเปิดโอกาสให้นักศึกษาจาก 4 คณะวิชา ได้แก่ คณะเกษตรนวัตและการจัดการ คณะการจัดการธุรกิจอาหาร คณะนิเทศศาสตร์ และคณะศิลปศาสตร์ ร่วมกันนำความรู้ในสาขาวิชาที่มีความเชี่ยวชาญมาพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้ก้าวไกลสู่ตลาดจริง ผ่านการบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการให้แก่วิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดนนทบุรี จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนผลิตและแปรรูป ผลิตภัณฑ์เลมอน จ.นนทบุรี วิสาหกิจชุมชนบ้านตาชายายสา คลองห้าร้อย วิสาหกิจชุมชนสหกรณ์ศาลากลางรักษ์พัฒนา วิสาหกิจชุมชนสวนชวนชม Home Organic Vegetables Bangbuathong และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีและครอบครัว ชุมชนศิริโชติ-สวัสดิ์กิจ การดำเนินโครงการทำให้สามารถลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ตลอดจนสร้างความยั่งยืนให้แก่ชุมชนผ่าน BCG Model และการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวการเงิน ซึ่งทำให้สามารถปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้แก่วิสาหกิจชุมชนได้อย่างหลากหลาย เช่น ลูกชิ้นหมูที่มีส่วนผสมของไข่ผำ แชมพูฟ้าทะลายโจร และยาดมสมุนไพรจากเปลือกเลมอน เป็นต้น

โครงการต่อเนื่อง “Creative AI Camp และ Creative AI Club” ปีที่ 8 และ Creative AI Club Hackathon ปีที่ 3”

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

New Learning Space	New Creative Community	New Innovations & Solutions
สร้างพื้นที่การเรียนรู้ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับต่อยอดความรู้ด้าน AI	สร้างชุมชนเพื่อแบ่งปันความรู้ สร้างสรรค์ผลงานด้าน AI และสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ของเยาวชนที่จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ในวันข้างหน้า	สร้างนวัตกรรมและพัฒนาวิธีการแก้ไขปัญหาใหม่ ๆ โดยใช้ความรู้ด้าน AI จากสมาชิกในคลับ

ในปี 2568 บริษัทดำเนินโครงการค่าย Creative AI Camp ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 ภายใต้แนวคิด “AI NEXUS : The Bridge to Infinite Possibilities” เพื่อให้ความรู้ไปพร้อม ๆ กับยกระดับทักษะ AI ให้เยาวชนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. ปวส. และอุดมศึกษา โดยมุ่งเน้นทั้งการประยุกต์ใช้ ในเชิงธุรกิจ และสร้างทักษะเชิงลึกด้านเทคโนโลยีให้ตอบโจทย์ประเด็นต่าง ๆ ในสังคม

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ การสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในหัวข้อ “Creative AI Camp”

Creative AI Club

ในปี 2568 Creative AI Club ได้จัดกิจกรรม Creative AI Club Hackathon 2025 เปิดโอกาสให้เยาวชนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อุดมศึกษา (มหาวิทยาลัยชั้นปีที่ 1-2) ระดับอาชีวศึกษา (ปวช. และ ปวส.) เข้าร่วมสร้างสรรค์ผลงานภายใต้แนวคิด “7-11 x AI What is the 7-11 of your dreams?” ได้รับการสนับสนุนจากหลายภาคส่วนทั้งภาคเอกชน ภาครัฐ สถาบันอุดมศึกษา และศิษย์เก่าจากโครงการ Creative AI Camp โดยเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการสามารถแสดงออกทางความคิดอย่างสร้างสรรค์โดยการนำ AI มาแก้ปัญหา โดยมีคณะกรรมการเข้าร่วมพิจารณาแนวทางนำเสนอ รวมถึงความเป็นไปได้ในการนำมาประยุกต์ใช้จริง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เยาวชนเข้าร่วมโครงการและได้รับการพัฒนาทักษะสะสม จำนวน 792 ราย
- มูลค่าการสนับสนุนงบประมาณกิจกรรมสะสม 3.45 ล้านบาท
- บูรณาการทักษะรอบด้าน: มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพแบบองค์รวม: ผสมผสานทักษะเทคโนโลยี AI, ความรู้เชิงธุรกิจ และกระบวนการคิดเชิงกลยุทธ์จาก ปรัชญาหมากล้อม เพื่อสร้างคนรุ่นใหม่ที่เก่งทั้งศาสตร์และศิลป์
- สร้างระบบนิเวศนวัตกรรม: ก่อให้เกิดเครือข่ายคนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพ และยกระดับสู่การเป็น ศูนย์กลางการเรียนรู้ด้าน AI เพื่อขับเคลื่อนสังคมแห่งภูมิปัญญาอย่างยั่งยืน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ การสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ในหัวข้อ “Creative AI Club”

โครงการประกวด “VEX Robotics Competition Thailand Scrimmage 2025 - 2026 Southern Region”

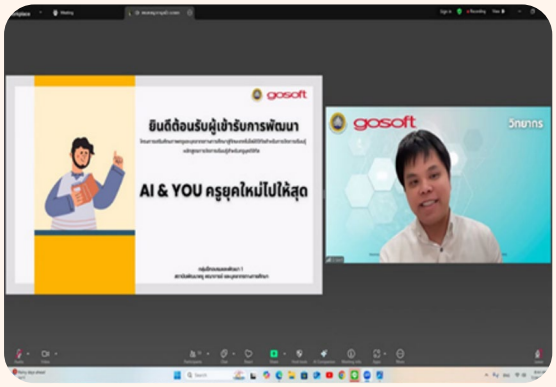
จัดมหกรรมการแข่งขันหุ่นยนต์ระดับประเทศ เพื่อส่งเสริมเยาวชนไทยสู่เวทีระดับโลก ” และขยายโอกาสให้เยาวชนไทยเข้าถึงเวทีการเรียนรู้และแข่งขันหุ่นยนต์มากขึ้นโดยเฉพาะในระดับภูมิภาค การแข่งขัน ครั้งนี้แบ่งเป็นหลายระดับ ตั้งแต่ การแข่งขันแบบเกมซ้อม (Scrimmage) การแข่งขันระดับภูมิภาค(Regional) การแข่งขันระดับประเทศ (National) ก่อนต่อยอดสู่การแข่งขันระดับเวิลด์แชมเปี้ยนชิพ (World Championship) การแข่งขันจะช่วยปลูกฝังทักษะทางสังคมและอารมณ์ (Soft Skills) ที่สำคัญ ได้เรียนรู้การทำงานเป็นทีม การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและการสื่อสารในทีม สิ่งเหล่านี้คือทักษะที่ติดตัวไปใช้ได้ทั้งในชีวิตจริงและการทำงานในอนาคต นับตั้งแต่ปี 2567 ALL Robotics และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม) ได้รับสิทธิเป็นเจ้าภาพอย่างเป็นทางการในการจัดการแข่งขัน “VEX Robotics Competition Thailand National Championship” เพื่อเฟ้นหาตัวแทนจากประเทศไทยเข้าร่วมการแข่งขัน VEX Robotics World Championship รับรองจาก กินเนสส์ เวิลด์ เรคคอร์ด โดยมีประเทศส่งทีมเข้าร่วมมากกว่า 77 ประเทศ

โครงการเสริมสร้างศักยภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา สู่ทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการเรียนรู้



บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด ร่วมกับ สถาบันพัฒนาครูคณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา (สคบศ.) สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ดำเนินโครงการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้สำหรับครูในยุคดิจิทัล โดยโกซอฟท์ถือเป็นองค์กรภาคเอกชนรายแรกที่ได้ร่วมมือกับ สคบศ. ในการขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพครูและบุคลากรทางการศึกษาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเป็นระบบ โครงการดังกล่าวมุ่งเสริมสร้างความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลให้แก่ครูและบุคลากรทางการศึกษา ผ่านหลักสูตรจำนวน 3 รายวิชา ได้แก่ ครูยุคดิจิทัลรู้ทันมิจฉาชีพออนไลน์, Data Analytics Insight และ AI & You ครูยุคใหม่ไปให้สุด โดยเน้นการนำองค์ความรู้และเครื่องมือดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความร่วมมือครั้งนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของโกซอฟท์ในการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษาและภาคเอกชน และมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนา คนและสังคม (Social Sustainability) ผ่านการยกระดับศักยภาพครูไทยและการสนับสนุนระบบการศึกษาที่มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ครู อาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา ที่เข้าร่วมโครงการจำนวน **240 คน / 208 หน่วยงาน / 65 จังหวัด**

โครงการส่งเสริมทักษะดิจิทัลและโอกาสทางอาชีพสำหรับนักศึกษาผู้พิการ

บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด ร่วมกับ วิทยาลัยเทคโนโลยีพัทยา (พระมหาไถ่) ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและทักษะการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพื่อพัฒนาศักยภาพและสร้างโอกาสทางอาชีพให้แก่นักศึกษาผู้พิการ โดยเปิดโอกาสให้คณะครูและบุคลากรเข้าศึกษาดูงาน ณ องค์กร พร้อมแนะนำเส้นทางสายอาชีพและแนวทางการเตรียมความพร้อมสำหรับการฝึกงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดการบรรยายถ่ายทอดประสบการณ์ในสายงาน Contact Center และ IT Helpdesk ควบคู่กับ workshop “ทักษะ Customer Service อย่างมืออาชีพ” ซึ่งเน้นการฝึกปฏิบัติจริงและการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเสริมสร้างทักษะและทัศนคติที่จำเป็นต่อการทำงานในยุคดิจิทัล ทั้งนี้ โครงการยังเปิดโอกาสให้ผู้ที่สนใจเข้าร่วม Walk-in Interview เพื่อสมัครงานและก้าวเข้าสู่การทำงานจริงอย่างเป็นรูปธรรม

บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้จัดตั้ง Contact Center Hub ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีพัทยา (พระมหาไถ่) เพื่อรองรับอัตรากำลังคน จำนวน 25 อัตรา สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการส่งเสริมความเท่าเทียม สร้างโอกาสทางอาชีพ และสนับสนุนการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- นักศึกษาผู้พิการและบุคคลทั่วไปเข้าร่วม workshop จำนวน **85 คน**





โครงการพัฒนานักเรียนและนักศึกษารุ่นใหม่ด้านดิจิทัล

บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินโครงการพัฒนานักเรียนและนักศึกษารุ่นใหม่ด้านดิจิทัล โดยออกแบบรูปแบบการฝึกงานและการเรียนรู้เชิงปฏิบัติที่บูรณาการทักษะด้านเทคโนโลยี การคิดเชิงกลยุทธ์ การสร้างนวัตกรรม และแนวคิดด้านความยั่งยืน (ESG) อย่างเป็นระบบ ผ่านโครงการสำคัญ อาทิ Gosoft Global Internship Program, Gosoft Rookie Program และห้องเรียนโกซอฟท์ ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จนถึงระดับปริญญาตรี

นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมมือกับสำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (NXPO), AWS Tech Alliance และ Pearson ในการจัดกิจกรรม Applied Learning Activities for Students เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและยกระดับศักยภาพของนักเรียนและนักศึกษาทั่วประเทศด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล การดำเนินโครงการดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของโกซอฟท์ในการพัฒนาทักษะดิจิทัลของเยาวชนและคนรุ่นใหม่ เสริมสร้างกำลังคนคุณภาพสำหรับอนาคตของประเทศ และสนับสนุนการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรวม **737 คน**





การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี



> “ซีพี ออลล์ ให้ความสำคัญสูงสุดกับคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ โดยยึดมั่นในมาตรฐานการผลิตและการสื่อสารข้อมูลโภชนาการที่โปร่งใส เข้าใจง่าย และตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความไว้วางใจ และส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการดูแลสุขภาพที่ถูกต้องและยั่งยืน”

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG2

ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการและส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

2.1 ยุติความหิวโหยและสร้างหลักประกันให้ทุกคน โดยเฉพาะที่ยากจนและอยู่ในภาวะเปราะบาง อันรวมถึงทารกได้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการ เพียงพอตลอดทั้งปี



SDG3

สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า รวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้



SDG12

สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและผลิตที่ยั่งยืน

12.4 บรรลุเรื่องการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตกลงกันแล้ว และลดการปลดปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดิน อย่างมีนัยสำคัญ เพื่อจะลดผลกระทบทางลบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

พฤติกรรมการดำเนินชีวิตวิถีใหม่ อาทิ การบริโภคอาหารออร์แกนิก การหลีกเลี่ยงอาหารที่ผ่านกระบวนการแปรรูปสูง (Ultra-processed Food) รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อการติดตามโภชนาการและการออกกำลังกาย ส่งผลให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความปลอดภัย และคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์สุขภาพมากยิ่งขึ้นการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ ลดความเสี่ยงต่อโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ตลอดจนสนับสนุนสิทธิพื้นฐานในการมีสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค เปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวทาง “โภชนาการเฉพาะบุคคล (Personalized Nutrition)”เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม เช่นกลุ่มผู้ต้องการสารอาหารสูง กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้ควบคุมน้ำหนักกลุ่มผู้มีภาวะสุขภาพเฉพาะ เป็นต้น พร้อมแสดงฉลากผลิตภัณฑ์และข้อมูลโภชนาการบนบรรจุภัณฑ์อย่างครบถ้วน โปร่งใส และเข้าใจง่าย ส่งเสริมให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกอาหารที่เหมาะสมกับสุขภาพของตนเอง พร้อมทั้งมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างครบวงจร ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ การผลิตไปจนถึงการจัดจำหน่ายให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ลดความเสี่ยงด้านปัญหาสุขภาพและตอบสนองต่อสิทธิพื้นฐานในการมีสุขภาพที่ดี ด้วยมาตรฐานการควบคุมคุณภาพสินค้า การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และการสื่อสารด้านโภชนาการที่สอดคล้องตามกฎหมายและมาตรฐานสากล นอกจากจะสามารถลดผลกระทบและความเสี่ยงต่อสุขภาพ และส่งเสริมการเข้าถึงสุขภาวะที่ดีอย่างเท่าเทียมแล้ว ยังช่วยให้ลูกค้ามีทางเลือกในการบริโภคที่หลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการได้ดียิ่งขึ้น สนับสนุนการมีสุขภาวะที่ดีของสังคมโดยรวม อีกทั้งยังเป็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้าและสร้างศักยภาพทางธุรกิจในตลาดที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ
2. การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า
3. การจัดส่ง และกระจายสินค้า
4. **การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ** — ลูกค้า
5. **การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย** — ลูกค้า

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

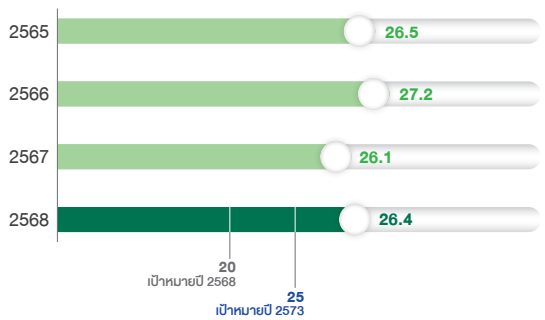
มิติด้านความยั่งยืน - มิติด้านสังคม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ - Significant Material Topics

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

เพิ่มสัดส่วนจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ที่มุ่งเน้นสุขภาพและโภชนาการที่ดี

(หน่วย: ร้อยละ)





ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี (New Nutritional Products) **1,634 รายการ**

ยอดขายผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี **ร้อยละ 27.62**

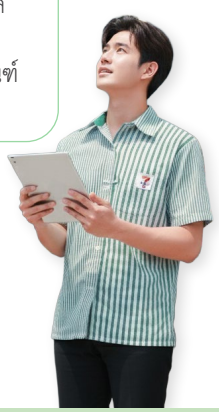
ยอดขายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก (กลุ่มอาหาร) **ร้อยละ 5.51**

ร้อยละ 1.26 ยอดขายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก (ไม่ใช่กลุ่มอาหาร)

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ได้รับรางวัล **ห้องปฏิบัติการดีเยี่ยม ประจำปี 2568** จากกรมปศุสัตว์ สะท้อนถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการยกระดับคุณภาพห้องปฏิบัติการ ให้ได้มาตรฐานในระดับสากล

บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด บริษัทวิจัยและพัฒนาอาหาร ได้รับการรับรองระบบ **มาตรฐาน ISO 9001:2015**

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ผ่านการรับรองความสามารถด้านการตรวจสอบคุณภาพ ตามมาตรฐาน **“ ISO/IEC 17020:2012 ”** ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่มีการกำหนดข้อกำหนดสำหรับหน่วยตรวจสอบ (Inspection Bodies) จาก สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

การพัฒนา
และผลิตอาหาร
เพื่อผู้สูงอายุ

ผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ
**“Chef Cares
Ready Meal”**

ข้าวกล่องสุขภาพ
“สุขภาพดี กับข้าวกล่องสุขภาพ”
ตรา อีซี่โก กินดี
“อร่อยง่าย ได้สุขภาพ”

การสร้างความตระหนักรู้
ด้านความปลอดภัย
และคุณภาพของผลิตภัณฑ์
ให้กับพนักงานและคู่ค้า

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการป้องกันและลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภค ภายใต้กลยุทธ์ส่งเสริมสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน (Product & Service: Place: People: Communication: Technology) สอดคล้องกับนโยบายสุขภาพและโภชนาการ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้มาตรฐานและปลอดภัย ตามระเบียบข้อบังคับของประเทศและมาตรฐานระดับสากล วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ลดส่วนประกอบที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ พร้อมทั้งเสริมคุณค่าทางโภชนาการ เพิ่มทางเลือกที่เหมาะสมแก่ผู้บริโภค ร่วมมือกับ บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด และสำนัก Product Development & Food Business Support บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล รวมถึงหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีอาหารเพื่อสุขภาพ กำหนดเกณฑ์การรับรองจากหน่วยงานภายนอกและเป็นไปตามมาตรฐานระดับสากล บริษัทยังคงมุ่งเน้นติดตามและตรวจสอบการแสดงฉลากผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของบริษัท ทบทวนการดำเนินงานในทุกขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มประชากรเปราะบาง สามารถเข้าถึงอาหารและโภชนาการที่มีคุณภาพได้อย่างทั่วถึงและในราคาที่สามารถจ่ายได้ ตลอดจนรวบรวมข้อมูลเพื่อการพัฒนานโยบายของบริษัท แผนปฏิบัติงานของบริษัท และแผนการวิจัยในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายสุขภาพและโภชนาการ

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

บุคลากรในหน่วยงานวิจัยและพัฒนา
250 ราย

ผลงานวิจัย
84 ผลงาน

งบประมาณที่ใช้
347 ล้านบาท

หน่วยงานด้านวิจัยและพัฒนา
4 หน่วยงาน

คู่ค้า/หน่วยงานภายนอกที่ร่วมวิจัยและพัฒนา
18 ราย

ยอดขายรวมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มพัฒนาร่วม จำแนกตามประเภท

ผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหาร (Food)	ยอดขายเทียบกับยอดขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด (ร้อยละ)	คิดเป็นรายได้ (ล้านบาท)
ออร์แกนิก	5.51	7,134
ลดไขมัน ไขมันทรานส์	0.0004	0.468
ลดโซเดียม	0.62	647
ลดน้ำตาล	0.56	702
เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ	0.58	727
ปรับปรุงสูตร	1.29	1,625
ลดสารปรุงแต่ง	0.0003	3.81
ลดการใช้ปุ๋ย หรือสารเคมี	1.36	1,716
ลดขนาดบรรจุภัณฑ์สินค้า	0.04	52.44

ผลิตภัณฑ์กลุ่มไม่ใช่อาหาร (Non Food)	ยอดขายเทียบกับยอดขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด (ร้อยละ)	คิดเป็นรายได้ (ล้านบาท)
ออร์แกนิก	1.26	10.64
ลดสารปรุงแต่ง	0.07	2.92
ส่วนประกอบหลักจากธรรมชาติ	0.43	18.42
ฉลากเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	0.25	10.64

หมายเหตุ : ข้อมูลที่รายงานครอบคลุมผลิตภัณฑ์พัฒนาร่วม (Private Brand: PB) ที่จำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ ของกลุ่ม ซีพี ออลล์ โดยข้อมูลที่นำมารายงานอ้างอิงตามหลักเกณฑ์เพื่อสุขภาพของบริษัท

การแสดงฉลากโภชนาการบนผลิตภัณฑ์



แสดงฉลากโภชนาการที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล บนผลิตภัณฑ์

ร้อยละ 100



แสดงฉลากโภชนาการแบบ จีดีเอ (Guideline Daily Amounts: GDA) ภาคสมัครใจ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มพร้อมทาน

ร้อยละ 46.13



สัดส่วนผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพตามเกณฑ์ Nutrition quality rating systems และหรือ เกณฑ์ Thai Healthier Logo

ร้อยละ 10.32

กลยุทธ์ส่งเสริมสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน

Product & Service
พัฒนาและสรรหาผลิตภัณฑ์ รสชาติดี หลากหลาย ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ

- การเพิ่มความหลายหลายของสินค้าเพื่อสุขภาพ
- การพัฒนาและสรรหาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพื่อให้ตอบความต้องการผู้บริโภค
- การพัฒนาอาหารมื้อหลักให้มีปริมาณโซเดียม น้อยกว่า 1,000 มิลลิกรัมต่อหนึ่งหน่วยบริโภค และคิดเป็นมากกว่า 80% ของเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด (<1000 mg./serve > 80%)
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ (Organic)
- การสรรหาบริการใหม่ ระบบการแพทย์ทางไกล/โทรเวชกรรม (Telemedicine)
  - แพทย์ทางไกล (Tele doctor): ทดลองการให้บริการ Tele doctor ร่วมกับ App Mordee
  - เภสัชกรรมทางไกล (Tele Pharmacy): ให้บริการปรึกษาจากเภสัชกรที่ร้านยา และจัดส่งยาสามัญประจำบ้านผ่าน 7Delivery

Place
สรรหาทำเลที่ใช้ สร้างบรรยากาศ กระตุ้นการบริโภคของลูกค้า

ช่องทางหน้าร้าน Offline

- การสร้างประสบการณ์ลูกค้า ด้วยการยกระดับภาพลักษณ์ โดยเน้นกลุ่มสินค้าส่งเสริมสุขภาพ (Health) สินค้าเสริมความงาม (Beauty) และสินค้าที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี (Wellness) (ภายใต้แบรนด์ All Care และ All Care Pharmacy / eXta plus)
- การปรับภาพลักษณ์การตกแต่งร้านสาขา การจัดเรียงสินค้าส่งเสริมสุขภาพ (Health) สินค้าเสริมความงาม (Beauty) และสินค้าที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี (Wellness) ให้โดดเด่นและเข้าถึงได้ง่าย
- การใช้เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) เพื่อเพิ่มช่องทางอำนวยความสะดวก

ช่องทางออนไลน์ O2O (7Delivery and All Online)

- การพัฒนาช่องทางการเข้าถึงสินค้าเพื่อสุขภาพให้สะดวกมากยิ่งขึ้น ผ่านช่องทางของ 7Delivery และ All Online Application

People
สร้างความรู้ ความเข้าใจให้ผู้บริโภค ชุมชน ควบคู่การพัฒนาทักษะพนักงาน

พนักงาน

- การพัฒนาพนักงาน 7-Eleven ในร้าน All Care ให้มีความรู้ทางด้านสุขภาพและความงาม เพื่อให้บริการ แนะนำแก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม สร้างเสน่ห์บริการและความผูกพันกับลูกค้า

ลูกค้าเป้าหมาย

- การสร้างความรู้ ความเข้าใจในกลุ่มผู้บริโภครักสุขภาพ กลุ่มผู้บริโภคสูงวัย

คู่ค้า

- การสนับสนุนความรู้ผลิตภัณฑ์ และสินค้าตัวอย่างเพื่อทดลอง และสร้างประสบการณ์

ชุมชน กลุ่มเปราะบาง

- การสร้างชุมชนสุขภาพดี ผ่านกิจกรรมสุขภาพ ร่วมกับเครือข่ายสุขภาพชุมชน เช่น สสส. สปสช. อนามัยชุมชน เป็นต้น

Communication
สร้างการเข้าถึงสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพ ซึ่งครอบคลุมทุกช่องทาง ทั้งออฟไลน์ และตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ

- การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) ดำเนินงานสื่อสารความเข้าใจเรื่องโภชนาการและการเข้าถึงอาหารที่ดี ครอบคุลมทุกช่องทาง Offline และ O2O

Technology
ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพ และต่อยอดเพื่อเพิ่มยอดขาย และสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

- การวิเคราะห์ข้อมูล All member ต่อยอดเพื่อเพิ่มยอดขาย และสินค้าที่ตอบความต้องการของลูกค้า

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ

หลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม

บริษัทมุ่งมั่นยกระดับคุณภาพอาหารและเครื่องดื่มผ่าน ระบบการประเมินปริมาณสารอาหาร (Nutrition Profiling System: NPS) ที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุข โดยใช้เกณฑ์ตัดสินแบบบูรณาการ ดังนี้

1

ประเมินและจำแนกคุณภาพผลิตภัณฑ์ตามปริมาณสารอาหาร (Nutrient-based) และส่วนประกอบวัตถุดิบ เพื่อเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบและขับเคลื่อนการปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งลดระดับน้ำตาล เกลือ (โซเดียม) และไขมัน พร้อมเพิ่มสารอาหารที่จำเป็น

2

อ้างอิงมาตรฐานระดับประเทศผ่านสัญลักษณ์ “ทางเลือกสุขภาพ” (Thailand Healthier Choice Logo) และมาตรฐานสากล อาทิ Health Star Rating (HSR) ≥ 3.5 หรือ NutriScore ระดับ A/B

3

ส่งเสริมให้คู่ค้าใช้ระบบ NPS และเกณฑ์มาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และสนับสนุนทางเลือกที่ดีต่อสุขภาวะของผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
- เว็บไซต์ “ทางเลือกสุขภาพ” https://healthierlogo.com/version-eng-2/
- ปริมาณสารอาหารที่กำหนดต่อวันสำหรับคนไทย หรือ Thai Reference Daily Intakes (Thai RDIs)
- อ้างอิงจากค่ามาตรฐานสารอาหาร Nutrient Reference Values (NRVs) และมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (Codex Alimentarius) โดยอ้างอิงจากปริมาณสารอาหารที่แนะนำบริโภคต่อวัน

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม

ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก:
ผักสลัดฟิลเลย์ไอซ์เบิร์กอินทรีย์ 120 กรัม



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก พันธุ์ Megan เก็บเกี่ยวภายในระยะเวลา 45-60 วัน เพื่อให้ได้ผักที่ห่อตัวสวย ผักออร์แกนิก ปลอดสารเคมี ยาฆ่าแมลงและฮอร์โมนเร่ง ผักสดกรอบ ใบฟู บรรจุแน่นเต็มถุง

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 6 เดือน กันยายน 2568

ผลิตภัณฑ์ปรับเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ:
นมถั่วเหลือง UHT วีซอย อัลมอนด์ 180 มล.



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

นมจากพืชที่ไม่เติมน้ำตาล ได้ประโยชน์สองเท่าจากแหล่งนมพืชและนมถั่วเหลือง โปรตีนสูง ผสมผสานกับอัลมอนด์ ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันอีกทั้งยังมีแคลเซียมและวิตามิน C D B6 และ Zinc

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 1 เดือน พฤษภาคม 2568

ผลิตภัณฑ์ลดปริมาณน้ำตาล ไขมัน หรือโซเดียม: ชาจิงหอมหมื่นลี้ 480 มล.



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

ชาจีนสมัยใหม่ ที่ผสมผสานระหว่างผู่เอ๋อและซีลอนเบลนด์เข้ากันอย่างลงตัวอบอวลด้วยกลิ่นดอกหอมหมื่นลี้ สูตรไม่มีน้ำตาล หอมละมุน นุ่มนวล

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 16 เดือน ตุลาคม 2568

ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงสูตร:
ครัวซองท์ธัญพืช



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

ครัวซองท์ผสมธัญพืช 5 ชนิด ได้แก่ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวบาร์เลย์ ข้าวโอ๊ต ลูกเดือย และงาดำ หอม อร่อย ได้ประโยชน์

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 24 เดือน เมษายน 2568

ผลิตภัณฑ์ลดสารปรุงแต่ง:
ทูน่าสเต็กในน้ำมันถั่วเหลือง ตราซีเล็ค 165 กรัม



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

ลดการใช้สารปรุงแต่งสังเคราะห์และวัตถุกันเสีย คงไว้เพียงรสชาติที่มันกลมกล่อมจากปลาทูน่าชิ้นใหญ่ คุณภาพส่งออกยุโรป ซึ่งเป็นแหล่งโปรตีนคุณภาพสูงและโอเมก้า 3 (Omega-3) เพื่อเป็นทางเลือกอาหารที่บริสุทธิ์และปลอดภัยสำหรับการปรุงอาหารในทุกมื้อ

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 3 เดือน ตุลาคม 2567

ผลิตภัณฑ์กลุ่มส่วนประกอบหลักจากธรรมชาติ:
น้ำมันรำข้าว โอรีซานอล 8000 ppm ตรามรกต 1 ลิตร



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

น้ำมันรำข้าวคุณภาพดี ที่สกัดจากรำข้าวและจมูกข้าวคุณภาพดี อุดมสมบูรณ์ไปด้วยวิตามิน โอรีซานอล ไฟโตสเตอรอล วิตามินซี ปราศจากไขมันทรานส์ ปลอดภัยในการประกอบอาหาร

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 29 เดือน กันยายน 2568

ผลิตภัณฑ์ลดการใช้ปุ๋ย:
ผักสลัดคอสอินทรีย์ 120 กรัม



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

ส่งเสริมเกษตรกรรมแบบไม่ใช้ปุ๋ยเคมีและสารกำจัดศัตรูพืช มุ่งเน้นการปรับปรุงบำรุงดินด้วยวิธีธรรมชาติ เพื่อลดการปลดปล่อยไนโตรเจนส่วนเกินสู่สิ่งแวดล้อมและรักษาความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่เพาะปลูก มั่นใจได้ในความสด กรอบ สะอาด ตามมาตรฐานออร์แกนิกที่ปลอดภัยต่อทั้งผู้บริโภคและระบบนิเวศ

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 6 เดือน เมษายน 2566

ผลิตภัณฑ์ลดขนาดบรรจุภัณฑ์สินค้า:
เบอร์ดี้ โรบัสต้า ลดขนาดจาก 180 มล. เป็น 170 มล.



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

เบอร์ดี้ กาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม โรบัสต้า ปรับขนาดบรรจุภัณฑ์ใหม่เป็น 170 มล. เพื่อส่งเสริมการบริโภคในปริมาณที่พอเหมาะ (Portion Control) โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ของกาแฟโรบัสต้าสายพันธุ์แท้ที่ให้รสชาติเข้มข้น กลมกล่อม และเพิ่มความสดชื่นอย่างมีประสิทธิภาพผ่านกระบวนการผลิตที่พิถีพิถัน เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับคุณค่าทางโภชนาการและรสชาติที่ดีเยี่ยมในปริมาณที่เหมาะสมต่อการบริโภคในแต่ละวัน

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 21 เดือน สิงหาคม 2568

หลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มไม่ใช่อาหาร

บริษัทให้ความสำคัญและส่งเสริมการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นอกเหนือกลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งครอบคลุมผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน โดยบริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มไม่ใช่อาหารเพื่อสุขภาพของบริษัท ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก
- ผลิตภัณฑ์ลดสารปรุงแต่ง
- ผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมประกอบจากธรรมชาติ
- ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มไม่ใช่อาหาร (Non-food)

ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและเครื่องสำอาง

ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก:
สบู่เหลวดีนี่ออร์แกนิคฟอร์นิวบอร์น 180 มล.



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

สบู่เหลวสูตรอ่อนโยนจากธรรมชาติสำหรับทารก เพื่อถนอมผิวอันบอบบางอย่างอ่อนโยน ด้วยสูตรที่พัฒนาขึ้นมาเป็นพิเศษผสานคุณค่ามอยซ์เจอร์ไรเซอร์จากสารสกัดธรรมชาติ ปราศจากพาราเบน สาร SLS สารสบู่ ซิลิโคน และกลูเตน

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 19 เดือน ธันวาคม 2562

ผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมประกอบจากธรรมชาติ: สเตอร์เจลมิซึมิ อโลพลัสซี 50 กรัม



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

เจลว่านหางจระเข้ออร์แกนิก 100% ผสมวิตามินซี 2 อนุพันธ์ เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าและผิวกายที่เน้นปลอบประโลมผิวแห้งกร้าน ให้ความชุ่มชื้น เผยผิวดูใส ฉ่ำน้ำ เย็นสบายผิว เนื้อเจลบางเบา ซึมไว

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 8 เดือน มกราคม 2567

ผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้าน

ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: ผ้าเปียกเซลล็อกซ์ออร์แกนิก 20 แผ่น



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

ผ้าเปียกเซลล็อกซ์ออร์แกนิกแอนตี้แบค เป็นผ้าเปียกสูตรออร์แกนิคลดการสะสมแบคทีเรีย ปราศจาก 4 สารระคายเคือง ได้แก่ น้ำหอม, แอลกอฮอล์, พาราเบนและเส้นใยระคายเคือง เนื้อผ้าหนานุ่มเป็นพิเศษ อ่อนโยนใช้ได้กับผิวเด็กพิเศษ มี 4 ลายให้สะสม เฉพาะที่ 7-Eleven เท่านั้น

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 25 เดือน เมษายน 2562

ผลิตภัณฑ์ที่ลดสารปรุงแต่ง:
โซฟีถนอมผิวเนเชอรัลเลิฟสลิม 25 ซม. 6 ชิ้น



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

โซฟี ผ้าอนามัยถนอมผิว เนเชอรัลเลิฟ สลิม สัมผัสอ่อนโยนแม้ผิวบอบบางด้วย ด้วยนวัตกรรมแผ่น Organic Cotton ใช้แผ่นสัมผัสจากฝ้ายออร์แกนิกธรรมชาติ มอบสัมผัสที่อ่อนโยนเป็นพิเศษสำหรับผิวบอบบาง นุ่มต่อผิว สลายลิ่มเลือดไม่เหนอะหนะ ลดฟอกขาว 50% ลดพลาสติก 20% และห่อบรรจุผลิตจากวัสดุรีไซเคิล

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 12 เดือน กันยายน 2567

ผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมประกอบจากธรรมชาติ: สกินโอเอซิส สเปรย์กันยุง พิงค์บลอสซั่ม 75 มล.



คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

สเปรย์ป้องกันยุง ไล่ยุงด้วยสารสกัดจากธรรมชาติจากน้ำมันลาเวนเดอร์ และยูคาลิปตัส สามารถปกป้องยุงได้นาน 7 ชั่วโมงปราศจากสาร DEET สามารถใช้ได้กับเด็กอายุ 1 ปีขึ้นไป

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 19 เดือน กันยายน 2567

การสร้างการรับรู้ สนับสนุนการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

บริษัทดำเนินการพัฒนาองค์ความรู้และและวิจัยผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านอาหาร อาทิ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด ร่วมกันพัฒนาวิจัยผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ รวมถึงให้บริการตรวจวิเคราะห์สารอาหารและโภชนาการ เช่น ปริมาณโซเดียม น้ำตาล ไขมัน และไขมันทรานส์ เป็นต้น ให้แก่หน่วยงานภายในและภายนอกองค์กร มุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับช่วงวัย ครอบคลุมตั้งแต่วัยเด็กเล็กอายุ 18 เดือน จนถึงผู้สูงอายุ รวมถึงตอบโจทย์ความต้องการโภชนาการเฉพาะทางสำหรับผู้ป่วยหรือผู้ที่มีข้อจำกัดทางอาหารเฉพาะเจาะจง นอกจากนี้ บริษัทระบุข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับส่วนประกอบหลัก วิธีการใช้อย่างปลอดภัย และข้อมูลโภชนาการบนผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมายหรือมาตรฐานพื้นฐาน อาทิ ค่าพลังงานต่อหน่วยบริโภค ไขมัน น้ำตาล และโซเดียม โดยในปี 2568 ได้ดำเนินการครอบคลุมทุกกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มพร้อมรับประทานตามกฎหมายหรือข้อบังคับ ร้อยละ 100 และแนวปฏิบัติอื่น ๆ ที่บริษัทยึดปฏิบัติ ร้อยละ 46.13 เพื่อให้ผู้บริโภครับทราบรายละเอียดของส่วนประกอบหลัก คุณค่าทางโภชนาการ และสามารถหลีกเลี่ยงอาหารที่อาจไม่เหมาะสม โดยเฉพาะสำหรับผู้ที่มีโรคประจำตัว พร้อมกันนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการแสดงฉลากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ข้อมูล Carbon Footprint มาตรฐาน Animal Welfare เป็นต้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและสนับสนุนการบริโภคที่ยั่งยืน

การจัดการด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทดำเนินการคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งที่มาด้วยความรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทาน พร้อมสนับสนุน คู่ค้าในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองผลิตภัณฑ์เสี่ยงที่กฎหมายกำหนด ส่งเสริมให้มีการแสดงฉลากผลิตภัณฑ์อย่างโปร่งใส ระบุข้อมูลส่วนประกอบ วัตถุดิบ หรือผลิตภัณฑ์ดัดแปลงพันธุกรรม เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน กำหนดมาตรฐานควบคุมคุณภาพ ตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูก การผลิต การรับสินค้า การจัดและกระจายสินค้า รวมถึงการจำหน่ายและให้บริการ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าและบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้ามีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน จัดตั้งหน่วยงานทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้าและมาตรฐานร้าน 7-Eleven ปฏิบัติตามนโยบายสินค้าจีเอ็มโอ (GMOs) ตามระเบียบข้อบังคับที่ประกาศใช้ในประเทศ เน้นย้ำความปลอดภัยของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภค

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายเกี่ยวกับจีเอ็มโอ (Genetically Modified Organisms: GMOs)

โครงการที่สำคัญ ปี 2568

ในปี 2568 บริษัทดำเนินงานสร้างการรับรู้ สนับสนุนผลิตภัณฑ์ และเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย ควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการที่เพียงพอ เหมาะสม ภายใต้กลยุทธ์ส่งเสริมสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน “Product & Service Place People Communication และ Technology” อย่างต่อเนื่องผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

1 การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ

โครงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสำหรับอาหารพร้อมรับประทาน

บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด ศูนย์กลางข้อมูลความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาการวิจัยและให้บริการเป็นที่ปรึกษา วิเคราะห์ทดสอบผลิตภัณฑ์และออกแบบทางวิศวกรรมสำหรับอาหารพร้อมรับประทานในเครือเจริญโภคภัณฑ์และบริษัทอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางประสานงานความร่วมมือด้านวิจัยพัฒนากับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารอย่างยั่งยืน

ในปี 2568 ซีพี ฟู้ดแล็บ ดำเนินการวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ และมีการเชื่อมต่อกันด้วยการวิจัยประยุกต์ผ่านการวิจัยนำร่องเพื่อเชื่อมโยงองค์ความรู้สู่การใช้งานจริงในอุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ดำเนินงานวิจัยเป็นจำนวน **4 โครงการ**
- มูลค่าการวิจัย **5.9 ล้านบาท**

โครงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ (VG for Love) (ต่อเนื่อง)

บริษัท ซีพีแรม จำกัด มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ส่งมอบอาหารที่ถูกหลักโภชนาการอย่างมีคุณภาพ ทั้งด้านความปลอดภัยทางอาหาร ด้านคุณค่าทางโภชนาการและด้านสุนทรียภาพในการบริโภค ภายใต้ตราสินค้า VG for Love ซึ่งตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ รวมถึงกลุ่มที่เน้นการบริโภคอาหารจากพืช (Plant-Based Diet) และกลุ่มที่เลือกรับประทานพืชเป็นบางมื้อ (Flexitarian) มาในรูปแบบ 4 ความรัก คือ รักสุขภาพ รักชีวิตสัตว์ รักสิ่งแวดล้อม และรักโลก ผลิตภัณฑ์ถูกพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคใน 5 ประเภทหลัก ได้แก่



Vgan-J อาหารเจ	Vgan อาหารวีแกน	Lacto Veggie อาหารมังสวิรัติกับนม	Ovo Veggie อาหารมังสวิรัติกับไข่	Lacto-Ovo Veggie อาหารมังสวิรัติกับนม และไข่

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เพิ่มสัดส่วนรายได้จากเมนูอาหารจากพืช (Plant-based Food) ไม่ต่ำกว่า**ร้อยละ 0.12 (37 ล้านบาท)** ของรายได้จากสินค้ากลุ่มอาหารและเบเกอรี่ทั้งหมด

โครงการสุขภาพดีกับข้าวกล่องสุขภาพ ตรา อีซี่โก “กินดี อร่อยง่าย ได้สุขภาพ”

การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน โดย 7-Eleven ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวกล่องสุขภาพตรา “อีซี่โก กินดี” เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ ผลิตภัณฑ์นี้ไม่มีการใช้ผงชูรสหรือวัตถุกันเสีย ใช้น้ำมันคาโนล่าซึ่งมีกรดไขมันอิ่มตัวต่ำ เป็นแหล่งของโปรตีน และควบคุมพลังงานต่อกล่องไม่เกิน 460 กิโลแคลอรี พร้อมมีเมนูหลากหลาย เช่น ข้าวหอมมันปูกะเพราอกไก่ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ลาบอกไก่ และข้าวหอมมันปูอกไก่ย่างจิ้มแจ่ว เป็นต้น การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่เพียงตอบโจทย์ความต้องการด้านสุขภาพของผู้บริโภค แต่ยังสอดคล้องกับเป้าหมายการส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการเลือกใช้วัตถุดิบคุณภาพ และสร้างความตระหนักรู้ในกลุ่มผู้บริโภคถึงความสำคัญของการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สร้างโอกาสให้ผู้บริโภคทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านเครือข่าย 7-Eleven ทั่วประเทศ เพื่อสุขภาวะที่ดีของชุมชนในราคาที่เหมาะสม
- ยอดขายข้าวกล่องผลิตภัณฑ์ข้าวกล่องสุขภาพตรา “อีซี่โก กินดี” จำนวน **5.4 ล้านกล่องต่อปี** คิดเป็นมูลค่า **287.26 ล้านบาท**

โครงการ ผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ “Chef Cares Ready Meal”

ซีพี ออลล์ คิดค้นผลิตภัณฑ์อาหารที่อุดมคุณค่าคนไทยให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารคุณภาพดีได้ง่าย “Chef Cares Ready Meal” ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน รังสรรค์เมนูโดยเชฟชั้นนำจากเวทีระดับโลก อาทิ Asia’s 50 Best Restaurants / The World’s 50 Best Restaurants โดยคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพสูง อาทิ ไก่เบญจา หมูคูโรบูตะ ปลาบุกทูน่าญี่ปุ่น มุ่งเน้นการส่งมอบสารอาหารที่จำเป็น ทั้งโปรตีน กรดอะมิโน และวิตามิน โดยมีจุดยืนสำคัญคือ ไม่ใส่สารกันเสียและไม่เติมผงชูรส พร้อมควบคุมปริมาณโซเดียมให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข กำไรสุทธิทั้งหมดจากการจำหน่าย (ร้อยละ 100) มอบคืนสู่สังคมผ่านมูลนิธิเชฟแคร์ส (Chef Cares Foundation) เพื่อขับเคลื่อนโครงการสาธารณกุศล โครงการสานฝันปั้นเชฟ มอบโอกาสและทุนการศึกษาให้แก่เยาวชนที่ขาดแคลนทุนทรัพย์เพื่อเข้าสู่เส้นทางอาชีพเชฟมืออาชีพ และคลังความรู้ออนไลน์เพื่อยกระดับทักษะด้านอาหารให้กับสังคม



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สร้างความเท่าเทียมด้านโภชนาการ (Nutritional Equity) โดยเปลี่ยนเมนูระดับโลกเป็นอาหารสุขภาพที่เข้าถึงง่าย ปราศจากสารกันเสีย และควบคุมโซเดียม เพื่อลดความเสี่ยงโรค NCDs ในสังคม
- ขยายช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชฟแคร์ริ่งรวม **5 รายการ** (SKUs) วางจำหน่ายผ่านเครือข่ายร้าน 7-Eleven
- สร้างรายได้กว่า **341 ล้านบาท** สะท้อนถึงการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค

โครงการส่งเสริมเกษตรกรผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก

ซีพี ออลล์ ดำเนินโครงการส่งเสริมเกษตรกรด้านการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Organic Products) เพื่อยกระดับศักยภาพเกษตรกรตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่กระบวนการผลิต การรับรองมาตรฐาน ไปจนถึงการเข้าถึงตลาด โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

- **อบรมและถ่ายทอดความรู้** เกี่ยวกับเทคนิคการทำเกษตรอินทรีย์ การจัดการดิน การควบคุมศัตรูพืชแบบธรรมชาติ
- **สนับสนุนการขอมาตรฐาน** ช่วยเหลือเกษตรกรในการยื่นขอมาตรฐาน เช่น Organic Thailand (มกท.) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค
- **ส่งเสริมการแปรรูป** เน้นการแปรรูปผลผลิต (ผัก ผลไม้ สมุนไพร) เพื่อเพิ่มมูลค่าและยืดอายุการเก็บรักษา
- **การจัดการฟาร์มยั่งยืน** ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรหมุนเวียน ปุ๋ยอินทรีย์ พืชคลุมดิน และการทำเกษตรแบบฟื้นฟู (Regenerative Farming) เพื่อคืนความสมบูรณ์สู่ดิน
- **ให้ช่องทางการจำหน่าย** สนับสนุนการเข้ามาจำหน่ายสินค้าในร้าน 7-Eleven หรือขยายช่องทางการจำหน่าย เช่น ภายในเครือฯ ช่องออนไลน์
- **สร้างเครือข่าย** เชื่อมโยงเกษตรกรเข้ากับผู้ซื้อโดยตรง และสร้างเครือข่ายเกษตรอินทรีย์เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้
- **สร้างมูลค่าเพิ่ม** เน้นการตลาดที่สื่อสารเรื่องความปลอดภัย คุณภาพ และความยั่งยืน เพื่อให้ได้ราคาที่ดีกว่า

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เกษตรกรมีสุขภาพดีขึ้นจากการลดใช้สารเคมี และได้รับการพัฒนาทักษะสู่มาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล **285 ราย**
- สร้างรายได้กว่า **7,134 ล้านบาท** สะท้อนถึงการตอบรับสินค้าออแกนิกที่ดีจากผู้บริโภค

โครงการอาหารผู้สูงอายุ

ซีพีแรม มุ่งมั่นในการสร้างอาหารคุณภาพให้กับสังคมไทย และผู้บริโภคทุกคนให้มีสุขภาพที่ดี มีความยืนยงที่ดี โดยได้พัฒนาอาหารสำหรับผู้สูงอายุ ที่เน้นให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพ “ครีเอเตอร์” เป็นอาหารที่คำนึงถึงปริมาณและประเภทของสารอาหารที่จำเป็น รวมถึงปัจจัยคุณสมบัติของอาหารหรือวัตถุดิบ ให้เหมาะสมกับการเคี้ยว ระบบการย่อยและดูดซึมสารอาหารตามวัยของผู้สูงอายุและสำหรับผู้ที่ต้องการอาหารที่เป็นอุปสรรคในการเลือกทาน “ครีเอเตอร์” ได้ในขณะผู้สูงอายุทานนั้น เพื่อให้ได้รับสารอาหารครบถ้วน “คือจ่ายกินง่าย” เป็นอาหารที่ต่อสุขภาพอุดมคุณค่าโภชนาการสูง รสชาติที่คนไทยที่สังคมสูงอายุในประเทศไทยและทั่วโลกที่กำลังเผชิญเป็นอย่างต่อเนื่อง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- วางจำหน่ายที่ 7-Eleven (65 สาขา), The Mall ,เอ็มโพเรียม, Villa Market, Makro, Lotus, ริมปิง ซุปเปอร์มาร์เก็ต, CPRAM เอาต์เลต (outlet) (รวม 28 สาขา) ทั้งหมด **93 สาขาทั่วประเทศ**
- สร้างยอดขายกลุ่มสินค้าใหม่ **440,000 บาทต่อปี**

2 การปลูกฝังวัฒนธรรมด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ซีพี ออลล์ มุ่งเน้นการสร้างความตระหนักรู้และปลูกฝังจิตสำนึกด้านความปลอดภัยแก่บุคลากรและคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการรักษามาตรฐานคุณภาพสูงสุด และร่วมกันส่งมอบความปลอดภัยที่เชื่อมั่นได้ให้แก่ผู้บริโภคในทุกกระบวนการ

การฝึกอบรม ให้ความรู้ กับพนักงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 65,591 คน

หัวข้อการมีส่วนร่วม	รายละเอียด	กลุ่มเป้าหมาย	ความถี่	รูปแบบ
หลักสูตรการสุขาภิบาลสำหรับผู้ประกอบกิจการด้านอาหาร	พัฒนาความรู้ ความเข้าใจเรื่องหลักการสุขาภิบาลอาหาร และกฎหมายที่เกี่ยวข้องแก่พนักงาน เพื่อนำความรู้ไปปฏิบัติอย่างถูกต้องในสถานที่จำหน่ายอาหาร และสามารถให้บริการอาหารอย่างปลอดภัยแก่ผู้บริโภค สอดคล้องกับข้อกำหนด ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอบรมผู้ประกอบกิจการและผู้สัมผัสอาหาร พ.ศ. 2561 และตามประกาศกรมอนามัย เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการจัดการอบรมผู้ประกอบกิจการและผู้สัมผัสอาหาร ผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	• ผู้จัดการร้านและรักษาการผู้จัดการร้านเข้าร่วมอบรม จำนวน 1,963 คน • ผู้บริหารร้าน SBP เข้าร่วมอบรม จำนวน 2,704 คน	รายเดือน	**ออนไลน์** (Virtual Classroom) E-learning
หลักสูตรการสุขาภิบาลสำหรับผู้สัมผัสอาหาร	พัฒนาพนักงานให้มีความรู้ ความเข้าใจหลักการสุขาภิบาลอาหาร และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมีสุขลักษณะส่วนบุคคลที่ดี สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและสามารถให้บริการอาหารอย่างปลอดภัยสู่ผู้บริโภค	• พนักงานร้านเข้าร่วมการอบรม จำนวน 35,260 คน • พนักงานร้าน SBP เข้าร่วมอบรม จำนวน 25,439 คน	รายเดือน	**ออนไลน์** (Virtual Classroom)
หลักสูตรการจัดการโปรแกรมพื้นฐานด้านสุขลักษณะอาหาร (GMP)	พัฒนาพนักงานให้มีความรู้ ความเข้าใจในระบบมาตรฐาน GMP เพื่อนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงาน และปรับปรุงกระบวนการในการทำงานในส่วนของศูนย์กระจายสินค้าให้สอดคล้องตามมาตรฐานที่กำหนดเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบต่อผู้บริโภค	หัวหน้าหน่วยศูนย์กระจายสินค้า เข้าอบรม จำนวน 88 คน	3 ครั้ง/ปี	**ออนไลน์** (Virtual Classroom)
หลักสูตรพัฒนาทักษะการตรวจติดตามมาตรฐานประกันคุณภาพ สำหรับหน่วยงาน QSSI	จัดอบรมเจ้าหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI) เพื่อเพิ่มทักษะในการให้คำแนะนำร้านสาขาในการควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการ และสามารถตรวจติดตามมาตรฐานประกันคุณภาพร้านสาขา ด้านความปลอดภัยอาหาร ได้เป็นมาตรฐานเดียวกัน	พนักงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI) เข้าร่วมการอบรม จำนวน 137 คน	1 ครั้ง/ปี	**ออนไซต์** (On-Site)
Listeria and Basic Microbiology for Environmental Monitoring in Food Industry	อบรมให้ความรู้ และให้เห็นถึงความสำคัญของ Listeria ที่สำคัญในอุตสาหกรรมอาหาร และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและผลกระทบในอุตสาหกรรมอาหาร รวมถึงแหล่งที่มาของการปนเปื้อนเชื้อ Listeria ในผลิตภัณฑ์อาหาร	พนักงานรายเดือนขึ้นไป	รายปี	**ออนไลน์และออนไซต์**
GHP(s) & HACCP Revision in 2022	ให้ความรู้ ความเข้าใจในการผลิตอาหารที่ปลอดภัยด้วยกระบวนการที่ถูกต้อง ในสภาพแวดล้อมที่สะอาด และถูกสุขลักษณะ เพื่อให้พนักงานสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	พนักงานรายเดือนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและ Supply Chain	รายปี	**ออนไลน์และออนไซต์**

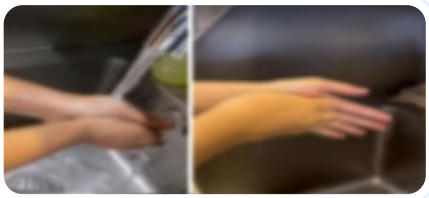
ภาคบรรยาย





ภาคปฏิบัติ





การฝึกอบรม ให้ความรู้กับคู่ค้าที่เกี่ยวข้อง จำนวนกว่า 675 คน

หัวข้อการมีส่วนร่วม	รายละเอียด	กลุ่มเป้าหมาย	ความถี่	รูปแบบ
อบรมให้ความรู้ ให้คำแนะนำ ด้านคุณภาพ และความปลอดภัย ของผลิตภัณฑ์	อบรมให้ความรู้ คำแนะนำให้กับคู่ค้า / ประสบการณ์การวางแผนการผลิต / สร้างความตระหนักมาตรฐาน GMP ให้กับคู่ค้า กลุ่มสินค้าขนมหวานแช่เย็น เบเกอรี่แช่เย็น Package Bakery มีการจัดอบรมให้ความรู้คู่ค้าในหลักสูตร แนวทางการป้องกันการปนเปื้อนของเชื้อจุลินทรีย์ ในอาหารและการป้องกันกำจัด	คู่ค้ากลุ่ม Fresh Food และกลุ่ม Dry Food โดยมีคู่ค้า จำนวน 17 ราย และมีผู้เข้าร่วมอบรม รวม 34 คน	1 ครั้ง/ปี	**ออนไลน์** (Virtual Classroom)
เตรียมความพร้อม ด้านฉลากสินค้า ให้ถูกต้อง ตามประกาศ กระทรวงสาธารณสุข	อบรมการเตรียมความพร้อมในด้านของการจัดทำ ฉลากสินค้าให้ถูกต้อง ตามประกาศ กระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 450 ซึ่งจะมีผลสิ้นสุด การผ่อนผัน ในวันที่ 18 กรกฎาคม 69 จึงจัดให้มีการอบรมให้ความรู้ในเรื่องของ “การเตรียมความพร้อมด้านฉลากสินค้า ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 450” เพื่อให้คู่ค้าได้มีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำ ฉลากสินค้า ให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้อย่างถูกต้อง	คู่ค้าเข้าร่วมการอบรม จำนวน 602 ราย มีจำนวนผู้เข้าร่วม 700 คน	1 ครั้ง/ปี	**ออนไลน์** (Virtual Classroom)
โครงการ QA-CP Group Relationship	ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคู่ค้ากลุ่ม CP ในทุกด้าน • การยกระดับ Value Chain และการนำ AI มาประยุกต์ใช้ในงานด้านคุณภาพ	คู่ค้าในกลุ่มเครือ CP เข้าร่วมจำนวน 23 ราย ผู้เข้าร่วม 80 คน	1 ครั้ง/ปี	**ออนไลน์** (Virtual Classroom)
อบรมให้ความรู้ ให้คำแนะนำ ด้านคุณภาพ และความปลอดภัย	อบรมให้ความรู้และสร้างความตระหนักทาง ด้านคุณภาพ และความปลอดภัยให้กับคู่ค้า (ด้านสิ่งแปลกปลอม) อบรมและ Coaching ให้กับคู่ค้า เพื่อพัฒนศักยภาพ ในการผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพและความปลอดภัย	คู่ค้ากลุ่ม Fresh Food และ กลุ่ม Dry Food โดยมีคู่ค้า จำนวน 13 รายและมีผู้เข้าร่วม จำนวน 26 คน	1 ครั้ง/ปี	**ออนไซต์** (On-Site)
อบรมให้ความรู้ ด้านฉลากสินค้า และการกำหนด คุณภาพมาตรฐาน ของภาชนะบรรจุ ที่ทำจากพลาสติก	อบรมให้ความรู้ในด้านของการจัดทำฉลากสินค้า ให้ถูกต้อง ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 450 และ Update ข้อมูลประกาศกระทรวง ฉบับที่ 435 การกำหนดคุณภาพมาตรฐาน ของภาชนะบรรจุที่ทำจากพลาสติก	คู่ค้าเข้าร่วมการอบรม จำนวน 20 ราย มีจำนวนผู้เข้าร่วม 32 คน	1 ครั้ง/ปี	**ออนไซต์** (On-Site)





3 ระบบการจัดการคุณภาพ (Quality Management System: QMS) ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

เพื่อตอกย้ำความมุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างสูงสุด ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย จึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการคุณภาพเชิงรุก โดยยึดถือมาตรฐาน ความสะอาด สุขอนามัย และความปลอดภัยเป็นหัวใจสำคัญ ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งกลุ่มธุรกิจ เราจึงได้วางรากฐานระบบการป้องกันเพื่อลดผลิตภัณฑ์ที่บกพร่อง (Preventive Actions) ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงมือผู้บริโภค ผ่านกลไกการบริหารจัดการของแต่ละบริษัท ตั้งแต่แหล่งที่มาของวัตถุดิบจนถึงมือผู้บริโภค ดังนี้

การปฏิบัติการป้องกันเพื่อลดผลิตภัณฑ์ที่บกพร่อง (Prevention actions)

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ต้นน้ำ: ใส่ใจความปลอดภัยด้านอาหารตั้งแต่เพาะปลูก (Food safety from farm)

หน่วยงานประกันคุณภาพของ ซีพี ออลล์

ดำเนินการให้ความรู้ในการควบคุมคุณภาพ และวิธีการจัดการที่จะลดปัญหาสิ่งแปลกปลอมของวัตถุดิบ ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ก่อนการนำมาผลิตสินค้า เพื่อนำมาจำหน่ายในร้าน 7-Eleven รวมถึงการตรวจสอบ (Inspections) การทดสอบ (Tests) การเช็คคุณภาพ และกระบวนการอื่น ๆ ที่บริษัทนำมาใช้เพื่อระบุและแก้ไขความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดในคุณภาพหรือประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนส่งถึงมือลูกค้า

ปี 2568

ซีพี ออลล์ ร่วมกับผู้ผลิตสินค้า กำหนดมาตรการคัดแยกสิ่งแปลกปลอมออกจากวัตถุดิบก่อนนำมาผลิต เช่น การเข้าไปแนะนำและวางแผนพื้นที่เพาะปลูก การปลูกพืชหมุนเวียนเพื่อลดการสะสมโรคและแมลง แนะนำการเลือกใช้สารเคมีที่ถูกวิธีและระยะเวลาที่เหมาะสมรวมทั้งการใช้เชื้อจุลินทรีย์ในการกำจัดสิ่งแปลกปลอม เป็นการลดการใช้สารเคมีลง การให้คำแนะนำเรื่องการเก็บเกี่ยวให้มีคุณภาพตามระยะเวลาที่สินค้าบริบูรณ์เพื่อที่จะได้ผลผลิตที่มีคุณภาพที่ดี

กลางน้ำ: ควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหาร ตลอดกระบวนการจัดส่งจัดจำหน่าย (Control food safety along the process)

หน่วยงานตรวจสอบคุณภาพ ศูนย์กระจายสินค้า

ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพและจัดเรียงสินค้าในระหว่างการส่งมอบสินค้า และในกรณีสินค้าควบคุมอุณหภูมิจะทำการตรวจสอบอุณหภูมิในห้องเย็น รวมถึงควบคุมคุณภาพและอุณหภูมิของรถขนส่งให้ได้มาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมถึงตรวจสอบพิจารณาไม่ส่งมอบสินค้าที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานให้ร้านค้า 7-Eleven

ปี 2568

มีการตรวจสอบสินค้าที่ชำรุดเสียหายระหว่างการรับจัดและกระจายสินค้า ร้อยละ 0.014

ปลายน้ำ: การตรวจประเมินคุณภาพโดยหน่วยงานภายใน (Internal Audit)

หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI)

ตรวจสอบการจัดการด้านบริการและคุณภาพสินค้า ตามนโยบาย

- S: การบริการของพนักงานแคชเชียร์ การบริการของพนักงานร้าน ความสะดวกสบาย
- A: สินค้าและบริการเสริม
- V: ความคุ้มค่าเงิน รายโปรโมชั่นส่งเสริมการขายต่าง ๆ
- E: สภาพอุปกรณ์และบรรยากาศของร้าน และความปลอดภัย
- Q: คุณภาพของสินค้า การตรวจสอบสินค้าหมดอายุ สินค้าเสื่อมคุณภาพ,การเตรียมและการจัดเก็บสินค้า
- C: ความสะอาด ร้าน อุปกรณ์ รวมถึงพิจารณาการรักษามาตรฐานร้าน บริการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ โดยกำหนดให้มีการตรวจสอบเป็นประจำทุกเดือน

นอกจากนี้ แบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ได้ผนวกข้อคำถามที่เกี่ยวข้องในด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ในหัวข้อ Q: Quality (คุณภาพสินค้า) เพื่อรับฟังเสียงของลูกค้า นำไปพัฒนาปรับปรุงยกระดับแนวทางการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น

ปี 2568

มีการตรวจสอบมาตรฐานร้าน ความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของลูกค้า โดยมีคะแนนมาตรฐานของร้านเฉลี่ยต่อสาขา ร้อยละ 94.89

หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้า (QA)

กำหนดมาตรฐานการปรับปรุงคุณภาพสินค้า การบริการ จัดการคุณภาพ การพิจารณาประเด็นการเรียกร้องในช่วงที่ผ่านมา รวมถึงการสุ่มเข้าตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้าการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับผลิตภัณฑ์ หรือฉลากแบบเชิงรุก พร้อมกับการดำเนินการเรียกคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

ปี 2568

มีการเรียกคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับ จำนวนทั้งหมด 126 ครั้ง 174 รายการ และมีการเรียกคืนสินค้าจากข้อร้องเรียนของลูกค้าทั้งหมด 42 ครั้ง 65 รายการ

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน)

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ยังคงมุ่งเน้นการดำเนินงานตามนโยบายด้านสุขภาพและโภชนาการที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ความยั่งยืนระยะยาวอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของ ซีพี แอ็กซ์ตร้า มากกว่า 20 ผลิตภัณฑ์ ได้รับการรับรองฉลากทางเลือกสุขภาพ และมุ่งเน้นการปรับปรุงสูตรอาหารสำเร็จรูปกลุ่มอาหารมื้อหลัก (Ready-to-Eat) ให้เป็นไปตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคลดความเสี่ยงของโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) รวมถึงให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าตลอดห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่า ดังนี้

ต้นน้ำ: ยกระดับความปลอดภัยด้านอาหารตั้งแต่เพาะปลูก (Food safety from farm)

ดำเนินการกำหนดแนวทางการผลิตสินค้าการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน GAP, ThaiGAP, GLOBAL G.A.P. และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (ออร์แกนิก) โดยให้ความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเกษตรกรและคู่ค้าเพื่อนำไปพัฒนากระบวนการผลิต จนได้รับการรับรองมาตรฐาน และสามารถผลิตสินค้าของบริษัทภายใต้แบรนด์ MQP (Makro Quality Pro), aro Gold และ Selected ที่มีคุณภาพ ปลอดภัยและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้จนถึงแหล่งที่มา

ปี 2568

แม็คโคร ดำเนินงานเพิ่มความรู้ด้านการผลิตสินค้าเกษตรให้แก่เกษตรกร คู่ค้า SME และวิสาหกิจชุมชน จนกระทั่งได้รับการรับรองมาตรฐาน จากผลดำเนินการดังกล่าว ปัจจุบันเกษตรกร คู่ค้า SME และวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน มีจำนวนทั้งสิ้น 900 ราย สามารถส่งมอบสินค้าแบรนด์ MQP (Makro Quality Pro), aro Gold และ Selected

กลางน้ำ: ควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหาร ตลอดกระบวนการจัดส่งจัดจำหน่าย (Control food safety along the process)

ดำเนินการพัฒนาต่อยอดระบบ Makro Initiative Accreditation (MIA) พลัส ESG (Environment Social Governance) ในการบริหารจัดการตลอดห่วงอุปทานอย่างยั่งยืนบูรณาการข้อมูลด้านคุณภาพ และพัฒนามาตรฐานโรงคัดบรรจุในเครือข่ายเกษตรกร คู่ค้า วิสาหกิจชุมชน ให้ได้การรับรองมาตรฐาน GMP และดำเนินงานร่วมกับกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ในการพัฒนาโรงคัดบรรจุให้ได้การรับรองศูนย์ห้องปฏิบัติการ ตรวจคัดกรองสารเคมี (HUB) ที่ครอบคลุมเครือข่ายการผลิตสินค้าการเกษตรทุกภูมิภาค ตลอดจนพัฒนามาตรฐานห้องปฏิบัติการฯ ที่ศูนย์กระจายสินค้าเพื่อช่วยเกษตรกร คู่ค้า วิสาหกิจชุมชน ตรวจสินค้าก่อนนำมาจำหน่าย โดยที่ศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทซึ่งได้การรับรองมาตรฐาน ISO 22000, GHP เพื่อให้มั่นใจในการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าตลอดทั้งกระบวนการจัดจำหน่าย

ปี 2568

แม็คโคร ดำเนินงานพัฒนายกระดับมาตรฐานโรงคัดบรรจุสินค้าการเกษตร จนได้การรับรองมาตรฐาน GMP จำนวน 939 ราย และพัฒนาศูนย์ห้องปฏิบัติการตรวจคัดกรองสารเคมี จนได้มาตรฐานการรับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษให้แก่ เครือข่ายเกษตรกร คู่ค้า SME และวิสาหกิจชุมชน ครอบคลุมทุกภูมิภาคและพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทฯ ให้ได้มาตรฐานรับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษ, ISO 22000 และ GHP

ปลายน้ำ: สามารถความตรวจสอบย้อนกลับได้ (Product traceability)

ปรับปรุงระบบ Makro i-Trace โดยใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ และข้อมูลด้านโภชนาการของสินค้า เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้าในด้านโภชนาการและสุขภาวะที่ดี (Health Literacy) โดยครอบคลุมสินค้ากลุ่มอาหารสด เบเกอรี่ สินค้าอาหารภายใต้แบรนด์ aro

ปี 2568

ระบบ Makro i-Trace ครอบคลุมสินค้ากลุ่มอาหารสดและกลุ่มเบเกอรี กว่า 12,985 รายการ (คิดเป็นร้อยละ 100 ของสินค้าอาหารภายใต้แบรนด์ aro ทั้งหมด) และสร้างความตระหนักรู้ด้านโภชนาการและสุขภาวะที่ดี โดยมียอดเข้าชมกว่า 209,254 ครั้ง

การทวนสอบระบบการจัดการคุณภาพจากหน่วยงานภายนอก (External verification)

ในปี 2568 บริษัทมุ่งมั่นยกระดับมาตรฐานกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยผ่านการตรวจประเมินและรับรองจากหน่วยงานภายนอก (External Verification) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นสูงสุดในด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ บริษัทได้ดำเนินการตรวจประเมินกลุ่มโรงงานผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พัฒนาร่วม (Co-Manufacturer) อย่างเข้มงวด โดยมีรายละเอียดผลการดำเนินงานดังนี้

- มาตรฐานหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (GMP/GHP) ได้รับการตรวจประเมินและผ่านการรับรองมาตรฐานรวมทั้งสิ้น **117 โรงงาน** หรือคิดเป็น **ร้อยละ 99.15** ของจำนวนโรงงานทั้งหมด
- มาตรฐานการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (HACCP) ได้รับการตรวจประเมินและผ่านการรับรองมาตรฐานรวมทั้งสิ้น **103 โรงงาน** หรือคิดเป็น **ร้อยละ 87.29** การทวนสอบจากหน่วยงานภายนอกนี้ เป็นกลไกสำคัญในการควบคุมความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ และสะท้อนถึงความโปร่งใสในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่อง

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์จากโรงงานผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พัฒนาร่วม (Co-Manufacturer) ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต และมาตรฐานการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม






การสนับสนุนองค์กรภายนอกและสมาคมทางการค้า ด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

บริษัทร่วมเป็นพันธมิตรกับทุกภาคส่วน เพื่อร่วมให้คำปรึกษาแสดงความคิดเห็น และรับทราบแนวโน้มความต้องการ รวมถึงให้การสนับสนุนงบประมาณ และผู้ทรงคุณวุฒิของบริษัทเข้าไปช่วยสมาคมต่าง ๆ เพื่อสนุนการดำเนินการด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมถึงมาตรฐานการผลิต ให้กับผู้ประกอบการผ่านโครงการร่วมเป็นพี่เลี้ยงทางธุรกิจร่วมกับหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย พร้อมหน่วยงานพี่เลี้ยงกว่า 22 หน่วยงานสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์การดำเนินงานเพื่อยกระดับผู้ประกอบการขนาดย่อมไปสู่ขนาดกลาง เพิ่มทักษะและองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจและสร้างวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจมิติต่าง ๆ

สร้างแผนธุรกิจที่ยั่งยืน

การตลาด MARKETING

สร้างแผนธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการ MANAGEMENT

เรียนรู้แผนบริหารจัดการจากบริษัทชั้นนำของประเทศ เพื่อแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ

การเงิน/บัญชี ACCOUNTING

ช่วยจัดการระบบอย่างมีประสิทธิภาพ และจัดหาแหล่งเงินทุน

การผลิต MANUFACTURING

ยกระดับประสิทธิภาพการผลิต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน

ลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริง ประเมินหาโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์






กลไกสำหรับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกในการร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่บกพร่อง

ซีพี ออลล์ มีกลไกการรับฟังความคิดเห็นและจัดการข้อร้องเรียนที่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อให้การแก้ไขปัญหาเป็นไปอย่างรวดเร็วและตรงประเด็น สำหรับลูกค้าและผู้บริโภค เน้นความสะดวกและเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อจัดการข้อร้องเรียนด้านคุณภาพสินค้า บริการ หรือความปลอดภัยด้านอาหาร ดังนี้

- **ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 7-Eleven (Call Center):** โทร 02-826-7744 (ให้บริการ 24 ชม.)
- **ช่องทางออนไลน์:**
  - > Email: faq@7eleven.co.th
  - > Website: www.7eleven.co.th หรือผ่านเมนู “ติดต่อเรา” (Contact Us)
  - > Facebook: 7-Eleven Thailand
- **ช่องทางหน้าสาขา:** สามารถแจ้งข้อร้องเรียนได้โดยตรงกับผู้จัดการร้าน ณ ร้าน 7-Eleven ทุกสาขา

กระบวนการป้องกันการเรียกคืนสินค้า

บริษัทพัฒนาระบบการปรับปรุงคุณภาพสินค้า และขั้นตอนการเรียกคืนสินค้าที่เกิดจากข้อร้องเรียนอย่างมีคุณภาพ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าจะมีความสะอาด ปลอดภัยและเชื่อถือได้ หน่วยงานประกันคุณภาพ (QA) ทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้าที่นำเข้ามาจำหน่ายในร้าน 7-Eleven ดังนี้

ระบบการประกันคุณภาพสินค้าที่นำเข้ามาจำหน่ายในร้าน 7-Eleven

Product Development พัฒนาสินค้า

- ออกแบบและพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- กำหนดส่วนประกอบ Spec สินค้าและฉลากให้อยู่ภายใต้ข้อกำหนดทางกฎหมาย
- ทดสอบวิธีการเตรียมจำหน่ายสินค้า เพื่อให้เหมาะสมกับการจำหน่ายที่หน้าร้านสาขา

Manufacturing ผู้ผลิต

- ตรวจประเมินระบบมาตรฐานการผลิตสินค้า และสถานที่ผลิตของคู่ค้า ตามข้อกำหนดของบริษัทฯ GHP & Food Safety Product Release System
- Monitor
  - Traceability System
  - Validation และตรวจประจำปี
  - Product Recall/ Complaint
  - Product Release
  - Cleaning & Swab/Air Test
  - Quality System, Etc.

Distribution Center คลังสินค้า/ขนส่ง

- กำหนดมาตรฐานสุ่มตรวจสอบสินค้าที่รับเข้าตาม AQL
  - สุ่มตรวจสอบตามรอบขนส่ง
  - กรณีไม่ได้ตามมาตรฐานจะทำการ Reject
- Monitor
  - สภาพรถขนส่ง และอุณหภูมิ
  - จำนวนรับเข้าและส่งออก
  - Complaint

Retail Store ร้าน 7-Eleven

- มาตรฐานคุณภาพร้านสาขา
  - GMP สถานที่จำหน่ายอาหาร
  - การจัดการสินค้า
  - สุขลักษณะส่วนบุคคล
- ระบบการสุ่มตรวจสอบคุณภาพที่หน้าร้านสาขา
  - ตรวจเชื้อจุลินทรีย์ในสินค้า
  - การปฏิบัติงานของพนักงานหน้าร้านสาขา
- ระบบ Product Recall
  - เรียกเก็บสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

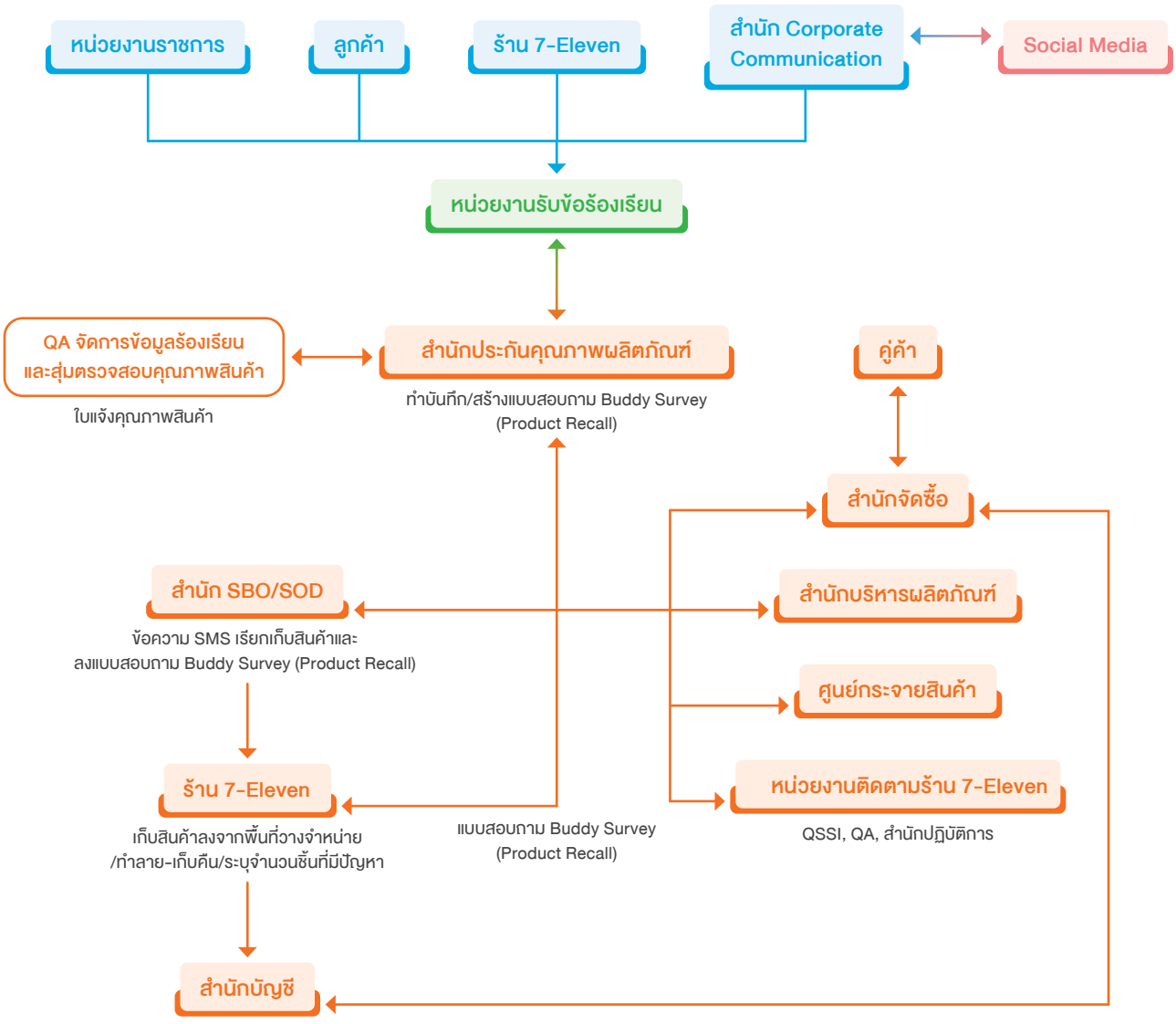
Consumer ผู้บริโภค

- ระบบการจัดการข้อร้องเรียน
  - VOC Case
  - Emergency Case
  - Normal Case

กระบวนการเรียกคืนสินค้า

บริษัทมี “ระบบตรวจสอบเชิงรุก” เพื่อให้สามารถเรียกคืนสินค้าได้ด้วยตนเอง (Own initiative) ก่อนที่จะเกิดผลกระทบวงกว้าง รวมถึงดูแลและตรวจสอบข้อร้องเรียนอย่างรอบด้าน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้บริโภคจะได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ โดยหน่วยงานประกันคุณภาพ (QA) ร่วมกับ Contact Center เมื่อได้รับข้อร้องเรียน ระบบจะประสานงานไปยังร้านสาขาทันทีเพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริง และรายงานผลกลับมายังหน่วยงานกลางเพื่อประเมินสถานการณ์โดยหลังจากที่ได้รับข้อร้องเรียนแล้วได้มีการแจ้งให้ทุกร้านสาขาทราบและให้มีการรายงานกลับมายังหน่วยงาน QA ตลอดจนจัดให้มีการตรวจสอบจากหน่วยงานอื่น ๆ ตามชนิดของผลิตภัณฑ์และตรวจสอบไปยังคู่ค้าที่เกี่ยวข้อง กระบวนการตามภาพ

แผนผังกระบวนการเรียกคืนสินค้า



โดยในปี 2568 บริษัทไม่มีประวัติการถูกปรับหรือลงโทษทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค การติดฉลาก และมาตรฐานการผลิตในช่วงปีที่ผ่านมา

ผลลัพธ์สำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (กลุ่มผลิตภัณฑ์พัฒนาร่วม)

ประวัติการเรียกคืนสินค้าจากการตรวจสอบเชิงรุกโดยบริษัท	2565	2566	2567	2568
จำนวนครั้งที่มีการเรียกคืนสินค้า (เคส)	0	0	0	0
ปริมาณสินค้าที่ถูกเรียกคืน (รายการ)	0	0	0	0

การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสุขภาวะที่ดี



> เพราะ ‘อาหารและน้ำ’ คือ หัวใจของชีวิต ซีพี ออลล์ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจว่าทุกคนสามารถเข้าถึงโภชนาการและน้ำดื่มที่สะอาดได้อย่างทั่วถึง พร้อมเคียงข้างสร้างสุขภาวะที่ดีและเติมเต็มรอยยิ้มให้กับชุมชนในทุกวิกฤต

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG2

ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

2.1 ยุติความหิวโหยและสร้างหลักประกันให้ทุกคนโดยเฉพาะคนที่ยากจนและอยู่ในภาวะเปราะบาง อันรวมถึงทารกได้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการ และเพียงพอตลอดทั้งปี



SDG3

สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดี และส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ารวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้



SDG11

ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิต้านทานและยั่งยืน

11.5 ลดจำนวนการตายและจำนวนคนที่ได้รับผลกระทบและลดการสูญเสียโดยตรงทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของโลกที่เกิดจากภัยพิบัติ ซึ่งรวมถึงภัยพิบัติที่เกี่ยวกับน้ำ โดยมุ่งเป้าปกป้องคนจนและคนที่อยู่ในสถานการณ์ที่เปราะบาง



SDG12

สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และผลิตที่ยั่งยืน

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืน และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

12.4 บรรลุเรื่องการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตกลงกันแล้ว และลดการปลดปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดิน อย่างมีนัยสำคัญ เพื่อจะลดผลกระทบทางลบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด



SDG17

การมีส่วนร่วมในเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

17.14 ยกระดับความสอดคล้องเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

การลดลงของผลผลิตการเกษตรจากปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยแล้งและน้ำท่วม ส่งผลต่อความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) เป็นอุปสรรคต่อการกระจายอาหารและน้ำอย่างทั่วถึง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตและราคาสินค้าสูงขึ้น และอาจเพิ่มความเสี่ยงต่อภาวะทุพโภชนาการในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเปราะบาง การรับมือกับสถานการณ์เหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญต่อการป้องกันการละเมิดสิทธิขั้นพื้นฐานในการเข้าถึงอาหารและน้ำที่เพียงพอและปลอดภัย และบรรเทาผลกระทบผ่านการสร้างเสถียรภาพด้านอาหาร (Food Stability) ที่ต้องอาศัยความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในภาคธุรกิจและภาคการเกษตร เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารและบรรเทาปัญหาการขาดแคลนอาหารอย่างยั่งยืน การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน การลงทุนในภาคเกษตรท้องถิ่น และการสนับสนุนระบบอาหารท้องถิ่น สามารถสร้างโอกาสในการยกระดับความมั่นคงทางอาหารและน้ำของชุมชน รวมถึงการกำหนดราคาสินค้าอย่างเป็นธรรมและเหมาะสม ในช่วงเกิดภัยพิบัติ จะช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงอาหารและน้ำได้อย่างเพียงพอและทั่วถึง เสริมสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากผู้บริโภค ตลอดจนสะท้อนถึงความรับผิดชอบของบริษัทต่อสังคมในภาวะวิกฤต

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ
2. การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า
3. การจัดส่ง และกระจายสินค้า
4. **การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ** — **ชุมชน**
5. การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย

▶ ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

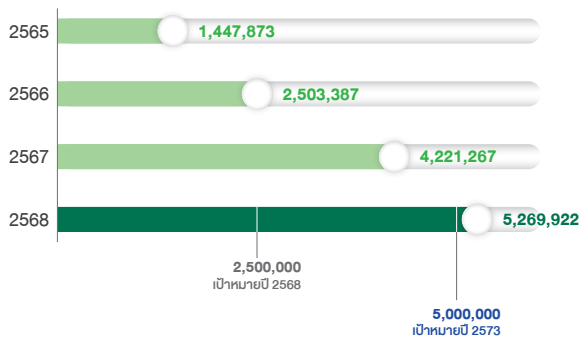
มิติด้านความยั่งยืน - มิติด้านสังคม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ - Significant Material Topics

▶ เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

สนับสนุนผู้ที่ขาดแคลน กลุ่มคนยากจนและกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงอาหาร น้ำที่ปลอดภัย และการมีสุขภาวะที่ดี

(หน่วย: ราย)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ส่งมอบมื้ออาหาร และน้ำ ให้กับเด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ ผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง และผู้ประสบภัย
5.27 ล้านราย
4.3 ล้านมื้ออาหาร
คิดเป็นมูลค่า **23.35 ล้านบาท**

การตรวจสอบย้อนกลับสินค้ามากกว่า **12,985 รายการ**

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

โครงการจิตสาธารณะ “เคียงข้างชุมชนในยามวิกฤต”

โครงการปลูกผักอินทรีย์วิถีพอเพียง





แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทติดตามและประเมินสถานการณ์ความมั่นคงทางอาหารอย่างต่อเนื่อง อ้างอิงตามประกาศและข้อกำหนดจากองค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) เพื่อเสริมสร้างเสถียรภาพด้านอาหารและลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงอาหารและน้ำที่เพียงพอและปลอดภัย ภายใต้นโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืนที่ครอบคลุมถึงคู่ค้าทั้งห่วงโซ่อุปทาน ตรวจสอบกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงดำเนินโครงการสนับสนุนกลุ่มเปราะบาง เด็ก ผู้พิการ ผู้สูงอายุ ผู้ประสบภัย และผู้มีรายได้น้อยให้สามารถเข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่มีคุณภาพ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัยอาหาร สวัสดิภาพสัตว์ และการตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการด้านอาหารและน้ำอย่างมีประสิทธิภาพไม่เพียงสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค แต่ยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตและจัดจำหน่ายของบริษัทและคู่ค้า การวางแผนการผลิตและการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพยังช่วยให้คู่ค้าสามารถลดของเสียและต้นทุนการดำเนินงาน ส่งเสริมความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในระยะยาว ด้วยความร่วมมือกับเกษตรกร ผู้ผลิต และผู้บริโภค โดยมีระบบติดตามและตรวจสอบกลับเพื่อใช้ข้อมูลในการทบทวนนโยบายและพัฒนาแผนงานให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุกสถานการณ์อย่างยั่งยืน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย

ส่งเสริมกลุ่มผู้ยากไร้และกลุ่มเปราะบางเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย	5.27 ล้านราย
มูลค่าการบริจาคและการสนับสนุนการเข้าถึงอาหาร	23.35 ล้านบาท

ผลผลิตทางการเกษตรที่ได้รับรองมาตรฐานด้านการผลิตอย่างยั่งยืน

	มาตรฐาน	ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)	ปริมาณการจัดซื้อเทียบกับการจัดซื้อวัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)
น้ำมันปาล์ม	RSPO	86.72	17.91
ถั่วเหลือง	RTRS, Pro terra, CRS, BRCGS	81.71	13.07
น้ำตาล	BONSUCRO , Vive,ICUMSA	82.46	10.82
โกโก้	FSSC220000, Rainforest Alliance, Fair Trade, GAP	47.19	3.55
กาแฟ	Rainforest Alliance, UTZ, Fair trade	35.66	23.46
ธัญพืช (ข้าว ข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ ข้าวโพด)	BRC, GAP, HACCP	51.23	19.53
สินค้าอื่น ๆ	GAP, Q Organic	31.54	8.79

ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการผลิตอย่างยั่งยืน

	มาตรฐาน	ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)	ปริมาณการจัดซื้อเทียบกับการจัดซื้อวัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)
 ผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ	ASC, BRC, GHPs, GAP, BAP	37.13	10.39
 ผลิตภัณฑ์จากโค	BRC, BBFAW, GAP, Livestock OK, AAWCS	35.87	1.67
 ผลิตภัณฑ์นม	BRC ,Codex Alimentarius, GAP, GMP, AAWCS	24.84	21.09
 ผลิตภัณฑ์จากสุกร	BRC, BBFAW, Livestock OK, GAP, AAWCS	66.76	31.28
 ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ปีก	BRC, BBFAW, Livestock OK, GAP, AAWCS	71.39	26.66
 ผลิตภัณฑ์จากการประมง	MSC, BRC, GAP, MarinTrust, GDST	30.61	8.90

โครงการที่สำคัญ ปี 2568

ซีพี ออลล์ ขับเคลื่อนนโยบายความยั่งยืนผ่านกรอบการบริหารจัดการความมั่นคงทางอาหาร ที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นการสร้างความสมดุลระหว่างการผลิตที่มีประสิทธิภาพและการกระจายทรัพยากรที่เท่าเทียม ผ่านแนวทาง 3 เสาหลักสำคัญ เพื่อเปลี่ยนผ่านจากเพียงการให้ความช่วยเหลือไปสู่การสร้างระบบนิเวศทางอาหารที่ยืดหยุ่นและเข้มแข็งต่อการเปลี่ยนแปลง

แนวทางการดำเนินงานด้านความมั่นคงทางอาหาร



การมีอาหารที่เพียงพอ (Food Availability)

ส่งเสริมเกษตรกรรมยั่งยืนและนวัตกรรมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างหลักประกันว่ามีทรัพยากรอาหารที่มีคุณภาพและเพียงพอต่อความต้องการอย่างต่อเนื่อง



การเข้าถึงอาหาร (Food Accessibility)

ขจัดปัญหาความอดอยาก โดยการสร้างช่องทางให้ผู้รับกลุ่มเป้าหมายเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีโภชนาการอย่างเท่าเทียม โดยเฉพาะในสภาวะวิกฤตและพื้นที่ห่างไกล



ความปลอดภัยและคุณค่าทางโภชนาการ (Food Utilization)

ยกระดับสุขอนามัยและโภชนาการ ควบคุมมาตรฐานการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความปลอดภัยสูงสุดตามหลักสุขลักษณะ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับคุณค่าทางโภชนาการที่เหมาะสมและปลอดภัย

1 ส่งเสริมเกษตรกรรมยั่งยืน และนวัตกรรมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ซีพี ออลล์ มุ่งยกระดับห่วงโซ่อุปทานอาหารด้วยเกษตรกรรมยั่งยืน (Sustainable Agriculture) และการบูรณาการนวัตกรรมกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการส่งมอบอาหารที่มีคุณภาพ เพียงพอต่อความต้องการและการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ โดยโครงการสำคัญที่บริษัทดำเนินการมีดังนี้

โครงการต่อเนื่อง ส่งเสริมลดการใช้น้ำ

การเกษตรแบบไม่ไถพรวน

โครงการปลูกกล้วย

โดยใช้ต้นตอเก่า เพื่อลดการไถพรวนลงได้ปีละ 1 ถึง 2 ครั้ง

กลุ่มเป้าหมาย: เกษตรกรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 42 ราย พื้นที่โครงการรวม 338 ไร่

ผลลัพธ์: ลดต้นทุนการผลิตเรื่องการไถพรวน ร้อยละ 13.20 ของต้นทุนการผลิต

การจัดการและเทคโนโลยี

โครงการพลาสติกคลุมแปลงกล้วย

การใช้พลาสติกคลุมดินเพื่อเก็บกักความชื้น และลดการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืชและแมลง โดยใช้บิวเวอร์เลีย (Beauveria) และเมตาไรเซียม (Metarhizium) ทดแทน ซึ่งเป็นเชื้อราธรรมชาติกำจัด หนอน และแมลง

กลุ่มเป้าหมาย: เกษตรกรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 25 ราย พื้นที่โครงการรวม 500 ไร่

ผลลัพธ์: ลดการใช้น้ำ ร้อยละ 50-70
ลดการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืช ร้อยละ 100
ลดการใช้สารเคมีกำจัดแมลง ร้อยละ 100

โครงการต่อเนื่อง ลดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์

โครงการผักเกษตรอินทรีย์

ส่งเสริมเกษตรอินทรีย์กลุ่มผักสลัด

กลุ่มเป้าหมาย: สินค้ากลุ่มผักสลัดอินทรีย์ 5 รายการ (SKUs) ได้แก่ ผักสลัดอินทรีย์รวม ผักสลัดกรีนโอ๊คอินทรีย์ ผักสลัดเรดโอ๊คอินทรีย์ ผักสลัดคอสอินทรีย์ ผักสลัดฟิลเลย์อินทรีย์ ตราอีซีเฟรช

ผลลัพธ์:
1. ลดการใช้สารเคมี เช่น Carbaryl, Difenoconazole, Abamectin, ปุ๋ยเคมีทุกชนิด ร้อยละ 100 เป็นต้น (เนื่องจากระบบการปลูกพืชแบบอินทรีย์จะต้องงดเว้นการใช้สารเคมีทุกชนิด 100%)
2. ผู้ประกอบการสามารถใช้ชื่อ อินทรีย์ต่อท้ายสินค้า และใช้ตราสัญลักษณ์ Organic Thailand ในสินค้า
3. คุณภาพเรื่องความปลอดภัยในสินค้าเพิ่มขึ้น ผู้บริโภครู้สึกปลอดภัย

ตัวอย่างสัญลักษณ์ Organic Thailand





การใช้สารกำจัดศัตรูพืชแบบ “ฉลาด”

โครงการติดกับดักแมลงที่แปลงปลูกพืช

เพื่อหาชนิดแมลงในแปลงปลูก และเลือกใช้สารเคมีที่จำเพาะต่อชนิดแมลง

กลุ่มเป้าหมาย สินค้ากลุ่มผักสลัด

ผลลัพธ์ ลดการใช้สารเคมี ร้อยละ 30



ระบบการผลิตแบบปิด

โครงการฟาร์มปลาชีวภาพสู่ความยั่งยืน

ส่งเสริมให้คู่ค้าเพาะเลี้ยงปลาดุกและปลานิลในระบบปิดแบบเบ็ดเสร็จที่สามารถควบคุมคุณภาพ ความสะอาดปลอดภัย ตลอดจนสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอน นอกจากนี้ยังเป็นการควบคุมปัจจัยในการผลิต ลดปัญหาการผลิตไม่เพียงพอจากวิกฤตทางน้ำ ลดการปล่อยน้ำเสียในน้ำสาธารณะ

กลุ่มเป้าหมาย เกษตรกรเพาะเลี้ยงปลาดุกและปลานิล

โครงการต่อเนื่อง รักษาคุณภาพของดิน

ความถี่และความเข้มของการไถพรวน

โครงการปลูกกล้วย

โดยใช้ต้นตอเก่า เพื่อลดการไถพรวนลงได้ปีละ 1 ถึง 2 ครั้ง

กลุ่มเป้าหมาย เกษตรกรไร่กล้วย



ผลลัพธ์

ลดต้นทุนการไถพรวนลงได้ ร้อยละ 10

โครงการต่อเนื่อง ป้องกันการทำลายระบบนิเวศ

การรับรองการผลิตที่ยั่งยืน MSC, ASC

โครงการสินค้าที่ได้รับการรับรอง Marine Stewardship Council (MSC) และ Aquaculture Stewardship Council (ASC)

เป็นการจัดหาสินค้าอาหารทะเลชั้นเลิศจากแหล่งที่ผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐานการทำประมงยั่งยืน อาทิ สินค้าภายใต้แบรนด์ Ocean Gems จากบริษัท Indoguna Lordly ในเครือซีพี แอ็กซ์ตร้า ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืน (MSC) และด้านการบริหารจัดการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ (ASC) เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางจากผู้เชี่ยวชาญระดับโลก ในฐานะเกณฑ์ที่ดีที่สุดสำหรับมาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืนและรับผิดชอบ บริษัทได้ตั้งเป้าขยายขอบเขตการรับรองสินค้าอาหารทะเลไปทุกประเทศที่จัดจำหน่าย

ผลลัพธ์

ในปี 2568 บริษัทมียอดซื้อสินค้าอาหารทะเลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน MSC และ ASC จำนวน 7,000 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 44 ของยอดซื้อผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำทั้งหมด

การรับรองการผลิตที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า

โครงการสนับสนุนการจัดหาอย่างยั่งยืน

ซีพี ออลล์ ตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสมดุลของระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มาจากป่าปลูกทดแทนเป็นหนึ่งในแนวทางสำคัญที่บริษัทให้ความสำคัญ เพื่อลดผลกระทบต่อป่าไม้ธรรมชาติ และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ผ่านการตรวจสอบแหล่งที่มา และสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่มาจากป่าไม้ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน FSC (Forest Stewardship Council) หรือมาตรฐาน PEFC (Program for the Endorsement of Forest Certification) เพื่อนำเสนอเป็นทางเลือก รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนให้กับผู้บริโภค

กลุ่มเป้าหมาย คู่ค้ากลุ่มบรรจุภัณฑ์ของซองแซนวิชอบร้อน ซองกระดาษหุ้มหลอด ซองกระดาษขนมปังปิ้ง คู่ค้ากลุ่ม Supply use ได้แก่ กระดาษใบเสร็จและกระดาษชำระ

ผลลัพธ์ ในปี 2568 บริษัทเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มาจากป่าปลูกทดแทนรวม 2,877 ตัน

โครงการต่อเนื่อง ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การลดระยะทางการขนส่ง

ซีพี ออลล์ สร้างแหล่งรับซื้อสินค้าเกษตรที่แหล่งผลิต และส่งเสริมให้ปลูกพืชรอบ ๆ แหล่งรับซื้อ รวมทั้งส่งสินค้าที่คลังสินค้าที่ใกล้ที่สุด

กลุ่มเป้าหมาย เกษตรกร และโรงคัดบรรจุ

ผลลัพธ์ สร้างแหล่งรับซื้อในชุมชนจากคู่ค้ากว่า 35 ราย กระจายทั่วภูมิภาคของประเทศ

การขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในร้านขายปลีก

ซีพี ออลล์ และโลตัส มุ่งมั่นยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน โดยการเปิดช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในร้าน 7-Eleven และโลตัส โดยให้ความสำคัญกับการยกระดับมาตรฐานสินค้าผ่านเกณฑ์คัดสรร ทั้งในด้านมาตรฐานความปลอดภัย (อย.) และระบบบาร์โค้ดสากล เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) โดยวางจำหน่ายในสาขาที่ตรงกับกลุ่มลูกค้า เพื่อทดลองขาย พร้อมสนับสนุนสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ และติดตามยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ กรณีผ่านเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดจะพิจารณาขยายผลการจำหน่ายไปสู่ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค และระดับประเทศตามลำดับ เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจฐานราก

กลุ่มเป้าหมาย วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ SMEs

ผลลัพธ์
1. สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน และผู้ประกอบการ SMEs รวมกว่า 212 รายการ
2. กระจายรายได้สู่ท้องถิ่นใน 72 ชุมชน
3. ขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านร้าน 7-Eleven 2,732 สาขา

2 เสริมสร้างการเข้าถึงอาหาร (Food Accessibility)

2.1 เคียงข้างชุมชนในยามวิกฤต

เพราะการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและเพียงพอเป็นหัวใจสำคัญของการดำรงชีวิต โดยเฉพาะในสภาวะวิกฤตที่ห่วงโซ่อุปทานและเส้นทางคมนาคมถูกตัดขาด ซีพี ออลล์ จึงมุ่งลดทุกข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการบริโภค ยึดมั่นในภารกิจการเป็นที่พึ่งของชุมชน เพื่อสร้างหลักประกันว่ากลุ่มเปราะบางและผู้ประสบภัยจะสามารถเข้าถึงอาหารคุณภาพได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียม และทันท่วงที ผ่านการดำเนินโครงการสำคัญ ดังนี้

ภายใต้โครงการ “จิตสาธารณะ”

ซีพี ออลล์ ร่วมกับสำนักปฏิบัติการพื้นที่ ทีมงานจิตสาธารณะ สำนักประสานรัฐกิจ ทีมเรือเจ็ทสกีชมรมบรรเทาภัยเฉพาะกิจ ลงพื้นที่เข้าช่วยเหลือฟื้นฟูพื้นที่ พร้อมส่งมอบน้ำดื่มสะอาด ขนมปัง ข้าวสาร ปลากระป๋อง แก่ผู้ประสบภัยจากเหตุการณ์น้ำท่วมในพื้นที่ทั่วประเทศ อาทิ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จังหวัดน่าน จังหวัดเชียงราย จังหวัดเพชบูรณ์ จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนและเสริมสร้างสุขอนามัยที่ดีให้แก่ผู้ประสบภัย โดยสนับสนุนงบประมาณ 1.94 ล้านบาท เพื่อส่งมอบอาหารและน้ำดื่มที่สะอาด ปลอดภัย ให้ถึงมือผู้ประสบภัยอย่างทั่วถึง รวม 516,780 ราย







ภายใต้โครงการต่อเนื่อง ซีพีแรม “เคียงข้างคนไทย ห่วงใยไม่ห่าง” ปีที่ 5



โดยการลงพื้นที่ประสบภัย จัดตั้งครัวกลาง ส่งมอบอาหารพร้อมรับประทาน เบเกอรี่ และน้ำดื่ม ให้กับผู้ประสบภัยในทุกวิกฤติ อาทิเช่น สนับสนุนอาหารพร้อมรับประทาน ให้กับทีมกู้ภัยอาคารถล่มเขตจตุจักร ช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อนผู้ประสบภัยน้ำท่วมหนักในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยจัดทำถุงห่วงใย กว่า 18,150 ชุด ส่งมอบกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ ผู้ป่วย บุคลากรทางการแพทย์ ผู้ประสบภัยน้ำท่วม ผู้ที่ขัดสนในการเข้าถึงอาหาร และกลุ่มเปราะบาง



นอกจากนี้ ยังร่วมจัดตั้งครัวกลางส่งมอบอาหารพร้อมรับประทาน ขนมปัง เลอแปง และกำลังใจให้ชาวบ้าน ทหาร เจ้าหน้าที่ และผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์และบุรีรัมย์ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนจากสถานการณ์ชายแดนไทย-กัมพูชา

โดยสนับสนุนงบประมาณ 924,613 บาท เพื่อส่งมอบอาหารและน้ำดื่มที่สะอาด ปลอดภัย ให้ถึงมือผู้ประสบภัยอย่างทั่วถึง รวม 35,400 ราย

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ลงพื้นที่ช่วยเหลือผู้ประสบภัยสถานการณ์ชายแดนไทย-กัมพูชา และน้ำท่วมภาคใต้ รวม 39 อำเภอ 18 จังหวัด

สนับสนุนสินค้าอุปโภคบริโภค พร้อมอุปกรณ์ทำความสะอาด สิ่งของที่จำเป็น มอบให้กับประชาชนในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบรวมถึงช่วยเหลือในการฟื้นฟูอาคารบ้านเรือนของประชาชนที่ได้รับผลกระทบ โดยจำนวนผู้ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงอาหาร 74,414 ราย มูลค่าการสนับสนุน 1.47 ล้านบาท





2.2 สร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่ปลอดภัย

ซีพี ออลล์ ตระหนักว่าการเข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่สะอาดเป็นสิทธิพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิต เราจึงมุ่งลดอุปสรรคจากข้อจำกัดเชิงโครงสร้างและเศรษฐกิจเพื่อสร้าง “โอกาสการเข้าถึงอาหาร” ให้เกิดขึ้นจริงอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในกลุ่มเด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และกลุ่มเปราะบาง ที่เผชิญกับความเสี่ยงในการขาดแคลนโภชนาการ ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงทรัพยากรอาหารที่มีคุณภาพสู่ชุมชน ผ่านความมุ่งมั่นในโครงการสำคัญดังต่อไปนี้

โครงการ “คอนเน็กซ์อีดี (CONNEXT ED)”

ซีพี ออลล์ ร่วมกับมูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี (CONNEXT ED) สนับสนุนโรงเรียนภายใต้สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) โดยบริษัทดำเนินโครงการ อาทิ โครงการปลูกผักอินทรีย์วิถีพอเพียง โครงการอุทยานการเรียนรู้แห่งยุวเกษตรกรรม โครงการศูนย์การเรียนรู้โคก หนอง นา และโครงการอุทยานการเรียนรู้แดนมหัศจรรย์เรื่องราวของพ่อ เพื่อสนับสนุนการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยผ่านแหล่งเรียนรู้การเกษตรอินทรีย์ และการผลิตน้ำดื่มที่สะอาด ปลอดภัย รวมถึงการฝึกทักษะอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้แก่นักเรียน จำนวนกว่า 620 ครัวเรือน จำนวน 2,040 คน โดยสนับสนุนงบประมาณ 639,500 บาท เพื่อส่งมอบอาหารและน้ำดื่มที่สะอาด ปลอดภัย



โครงการต่อเนื่อง อาหารดีพี่ให้น้อง ปีที่ 8

ซีพี แอ็กซ์ตร้า สนับสนุนอาหารกลางวัน และงบประมาณจัดซื้อวัตถุดิบคุณภาพสูง สำหรับปรุงอาหารกลางวันให้กับนักเรียนในโรงเรียนที่ขาดแคลนใน 77 จังหวัดทั่วประเทศ ให้สามารถเข้าถึงอาหารดีมีประโยชน์ ปลอดภัย และถูกต้องตามหลักโภชนาการ สนับสนุนการเติบโตอย่างมีสุขภาพที่ดีและมีพัฒนาการที่เหมาะสมตามวัน เอื้อต่อการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยปี 2568 บริษัทนำรายได้จากการจำหน่ายลำไยในโครงการ “ลำไย ปันสุข..คืนสุข สู่ชุมชน” ทุก ๆ 1 กิโลกรัม สมทบทุน 1 บาท เพื่อจัดซื้อและส่งมอบวัตถุดิบอาหารและอาหารสดคุณภาพสูงให้แก่โรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล เพื่อนำไปจัดทำเป็นมื้ออาหารกลางวันที่มีโภชนาการครบถ้วนและปลอดภัย



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ส่งเสริมเด็กและเยาวชนเข้าถึงอาหารที่มีโภชนาการครบถ้วนและปลอดภัย **19,915 ราย**
- มูลค่าการสนับสนุน **990,709 บาท**

โครงการ ซีพีแรม ปันสุข

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม ภาคีเครือข่ายในพื้นที่ และพนักงาน จิตสาธารณะซีพีแรมทั่วประเทศ จัดกิจกรรมส่งมอบอาหารคุณภาพ ปลอดภัย และให้ความรู้ด้านโภชนาการและความปลอดภัยให้กับประชาชน และนักเรียนในชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศ อีกทั้งยังร่วมกันทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เพื่อชุมชน สังคม และประเทศชาติ โดยสนับสนุนงบประมาณ 2.057 ล้านบาท เพื่อส่งมอบอาหารที่ดีมีประโยชน์ ปลอดภัย และถูกต้องตามหลักโภชนาการ ให้กับประชาชนและนักเรียนในชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวม 78,783 ราย



3 ความปลอดภัยและคุณค่าทางโภชนาการ

ซีพี ออลล์ เชื่อมั่นว่าอาหารที่มีคุณภาพต้องไม่ใช่เพียงแค่การอิ่มท้อง แต่ต้องปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพของผู้บริโภคอย่างยั่งยืน จึงมุ่งเน้นการยกระดับมาตรฐานอาหารผ่านศูนย์ปฏิบัติการทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อทำหน้าที่เป็น “ด่านคัดกรองสำคัญ” ในการวิเคราะห์คุณภาพอาหาร ทั้งในด้านรสชาติ เนื้อสัมผัส และคุณค่าทางโภชนาการที่เหมาะสม พร้อมทั้งทำงานร่วมกับคู่ค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อผลักดันการจัดหาวัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยสูงสุด ก่อนส่งต่อถึงมือผู้บริโภค

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ได้รับการรับรองความสามารถด้านการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐาน “ISO/IEC 17020: 2012” ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่มีการกำหนดข้อกำหนดสำหรับหน่วยตรวจสอบ (Inspection Bodies) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม องค์กรที่มีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อคุณภาพอาหารที่ปลอดภัย สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ “ปลอดภัย มั่นใจ ทุกขั้นตอน” ให้ความสำคัญสูงสุดในการควบคุมคุณภาพ ประกันคุณภาพและความปลอดภัยทางอาหาร ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานขององค์กร ตามแนวทาง FOOD 3S ขององค์กร เพื่อส่งมอบอาหารที่ปลอดภัยให้กับผู้บริโภค “อาหารปลอดภัย เพื่อโลกสดใส”



ใบรับรองระบบงาน

ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ ALL FOOD TECH

ภายใต้การกำกับดูแลของสำนัก Quality Assurance จัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ให้มีความรู้ความสามารถพัฒนามาตรฐานการผลิตและผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและปลอดภัย เพื่อส่งต่อผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยมีการจัดอบรมให้คำแนะนำด้าน Sensory Evaluation พร้อมทั้งให้บริการทดสอบวิเคราะห์ทั้งด้านจุลินทรีย์ เคมีในน้ำอุปโภคบริโภค และฉลากโภชนาการในอาหาร โดยห้องปฏิบัติการ ดำเนินงานภายใต้มาตรฐานสากล ISO/IEC 17025: 2017 ซึ่งเป็นมาตรฐานของห้องปฏิบัติการที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล เป้าหมายหลัก คือ เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาและผลักดันคู่ค้าผู้ประกอบการด้านอาหารให้สามารถส่งต่อผลิตภัณฑ์ที่ดีที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยสู่สังคม โดยมีวัตถุประสงค์การดำเนินงาน

1. ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ (Laboratory Testing Center)



เพื่อสนับสนุนหน่วยงานประกันคุณภาพ (Quality Assurance: QA) และหน่วยงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) หน่วยงานภายในองค์กร ด้านการทดสอบทางด้านจุลชีววิทยาและการทดสอบทางด้านเคมีในน้ำอุปโภคบริโภค ฉลากโภชนาการ อาหาร เครื่องดื่ม ผักผลไม้ และผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารที่นำเข้ามาจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven เพื่อสร้างความมั่นใจคุณภาพของสินค้าและอาหารปลอดภัย (Food Safety) ต่อผู้บริโภค

2. ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Evaluation Center)

เพื่อให้บริการด้านการวิจัยผู้บริโภคและการประเมินทางประสาทสัมผัสด้วยนวัตกรรมที่ทันสมัยกับผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับในตลาด

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สร้างมาตรฐานความปลอดภัยที่ตรวจสอบได้
- ลดความเสี่ยงด้านสุขอนามัยจากการบริโภคอาหารสร้างรากฐานสุขภาวะที่ดีให้แก่เยาวชนและชุมชน

โครงการยกระดับมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ในห่วงโซ่อุปทาน (Animal Welfare Stewardship)

ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย ซีพี แอ็กซ์ตร้า ยึดถือหลักการ “อิสระ 5 ประการ” (Five Freedoms) เป็นหัวใจสำคัญในการบริหารจัดการเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ เราเชื่อมั่นว่าสัตว์ที่มีสุขภาพดีและได้รับสวัสดิภาพที่ดี คือต้นทางของอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณภาพสูงสุด (Food Utilization) เราจึงมุ่งมั่นทำงานร่วมกับคู่ค้าเพื่อยกระดับมาตรฐานการเลี้ยงดูสัตว์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้



- ซีพี ออลล์ กำหนดให้คู่ค้าในกลุ่มเนื้อสัตว์ (หมู ไก่ ไข่ไก่) ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ ที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของกรมปศุสัตว์และมาตรฐานสากล โดยร่วมกับ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) คู่ค้าหลักของบริษัท ดำเนินงานภายใต้นโยบายและแนวทางด้านการจัดการสวัสดิภาพสัตว์ ส่งมอบวัตถุดิบที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารจากสถาบันและองค์กรชั้นนำระดับสากล เช่น การประเมินภาคธุรกิจด้านสวัสดิภาพสัตว์เลี้ยงในฟาร์ม (Business Benchmark on Farm Animal Welfare: BBFAW) มาตรฐานความยั่งยืนของสัตว์น้ำทางทะเล (MSC: Marine Stewardship Council) รวมถึงส่งเสริมการจำหน่ายไข่ไก่จากแม่ไก่ที่ไม่ขังกรงภายใต้แบรนด์ CP Selection ในร้าน 7-Eleven สาขาพรีเมี่ยม เป็นต้น

- ซีพี แอ็กซ์ตร้า มุ่งมั่นสนับสนุนเกษตรกรผู้ผลิตไข่จากแม่ไก่ที่ไม่ขังกรง ร่วมมือพันธมิตรธุรกิจ King Fresh Farm ผู้ประกอบการ SMEs ไทย ที่ผลิตไข่ไก่ออร์แกนิคคุณภาพผ่านการรับรองมาตรฐานจากทั้งในทวีปยุโรปและอเมริกา ได้แก่ EU, NOP & USDA (USA) รายแรกในประเทศไทย ผลิตไข่ไก่ ออร์แกนิคที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ ภายใต้แบรนด์ “Aro Gold” ร่วมมือกับเกษตรกรผู้ผลิตไข่ไก่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อบรมให้ความรู้แก่เกษตรกร พัฒนากระบวนการผลิตไข่ไก่แบบไม่ขังกรง พร้อมรณรงค์ให้ความรู้แก่ลูกค้าและประชาชนทั่วไป เป็นทางเลือกให้ลูกค้าได้ซื้อผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ส่งเสริมสวัสดิภาพ ไม่ใช้ยาปฏิชีวนะ สารเร่งฮอร์โมน และสารเร่งการเจริญเติบโตตลอดการเลี้ยง เพื่อเพิ่มความปลอดภัยและคุณค่าทางอาหาร นอกจากนี้ ยังร่วมมือกับผู้ผลิตไข่ไก่รายใหญ่อย่างซีพีเอฟ ตั้งเป้าเพิ่มปริมาณการผลิตไข่ไก่แบบไม่ขังกรงให้มากขึ้นทุกปี เพื่อช่วยให้สามารถจำหน่ายไข่จากแม่ไก่อารมณ์ดีในราคาที่เข้าถึงได้มากขึ้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- รับซื้อไข่ไก่ (Cage Free) **76.14 ล้านบาท**

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายด้านสวัสดิภาพสัตว์

การกำหนดคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์

ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นยกระดับสุขภาพของผู้บริโภคโดยใช้ ระบบการกำหนดคุณลักษณะทางโภชนาการ (Nutritional Profiling System: NPS) เป็นเกณฑ์มาตรฐานในการคัดเลือกและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม โดยอ้างอิงเกณฑ์ “ทางเลือกสุขภาพ” (Healthier Choice Logo) ของประเทศไทย รวมถึงมาตรฐานสากลและเกณฑ์ขององค์การอนามัยโลก (WHO) เพื่อจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Rating) ตามระดับโภชนาการ โดยมุ่งเน้นการลดสารอาหารที่เป็นความเสี่ยงต่อโรค NCDs (หวาน มัน เค็ม) และผลิตภัณฑ์กลุ่ม Functional Food ที่มีการเสริมสารอาหารที่เป็นประโยชน์

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บท “การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี” หน้า 128-147

โครงการตรวจสอบย้อนกลับ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- **12,985 รายการสินค้า** สามารถสื่อสารข้อมูลทางโภชนาการทางอาหาร
- สื่อสารความตระหนักรู้ด้านสุขภาวะที่ดีให้แก่ผู้บริโภคผ่านระบบ i-Trace โดยมียอดผู้เข้าชมสื่อความรู้กว่า **209,254 ครั้ง**
- **100%** ระบบ “i-Trace” ครอบคลุมสินค้าอาหารภายใต้แบรนด์ aro ทั้งหมด และ **>30%** ระบบ i-Trace ครอบคลุมสินค้าแบรนด์อื่น ๆ ของอาหารสดที่จำหน่ายในแม็คโคร

ซีพี แอ็กซ์ตร้า นำเสนอนโยบายอาหารปลอดภัยตรวจสอบย้อนกลับได้นโยบายด้านอาหารปลอดภัย เป็นแหล่งรวมอาหารสดและวัตถุดิบคุณภาพนำเทคโนโลยี QR Code เชื่อมการเข้าถึงข้อมูล เสริมประสิทธิภาพการตรวจสอบย้อนกลับสินค้ามากกว่า 12,000 รายการ (100% ของสินค้าอาหารภายใต้แบรนด์ aro ทั้งหมด) เพื่อให้ลูกค้าตรวจสอบย้อนกลับและเข้าถึงรายละเอียดเชิงลึก อาทิ แหล่งผลิต ข้อมูลทางโภชนาการ รวมถึงเมนูอาหาร โดยแม็คโครดำเนินงานภายใต้ระบบ “Makro i-Trace” และการดำเนินงานของโลตัสภายใต้ระบบ “e-traceability” ปัจจุบันฐานข้อมูลสำหรับการตรวจสอบย้อนกลับและข้อมูลด้านโภชนาการของแม็คโคร และโลตัส มีการพัฒนาขยายขอบเขตสินค้าอย่างต่อเนื่องในหลายกลุ่ม อาทิ เบเกอรี่ อาหารแปรรูป และขยายการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการตรวจสอบย้อนกลับไปยังสาขาในต่างประเทศของแม็คโคร อาทิ สาขาในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บท “การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี” หน้า 128-147

แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

(เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)



> ซีพี ออลล์ ดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ โดยยึดมั่นในความเสมอภาค ความเป็นธรรม และการไม่เลือกปฏิบัติ พร้อมสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและเอื้อต่อสุขภาวะที่ดีของพนักงาน ลูกค้า และชุมชน ตามมาตรฐานสากล

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG3
สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

3.4 ลดการตายก่อนวัยอันควรจากโรคไม่ติดต่อ ผ่านทางการป้องกันการรักษา สนับสนุนสุขภาพจิต และความเป็นอยู่ที่ดี
3.6 ลดจำนวนการตายและบาดเจ็บจากอุบัติเหตุทางถนน



SDG5
บรรลุความเท่าเทียมระหว่างเพศ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่สตรีและเด็กหญิง

5.1 ยุติการเลือกปฏิบัติทุกรูปแบบที่มีต่อผู้หญิงและเด็กหญิงในทุกที่



SDG8
ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

8.5 บรรลุการจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพและการมงานที่สมควรสำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพลภาพ และให้มีการจ่ายที่เท่าเทียมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน
8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคงสำ หรับผู้ทำงานทุกคน รวมถึงผู้ทำงานต่างด้าว โดยเฉพาะหญิงต่างด้าว และผู้ที่ทำงานเสี่ยงอันตราย



SDG10
ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ

10.3 สร้างหลักประกันว่าจะมีโอกาสที่เท่าเทียม และลดความไม่เสมอภาคของผลลัพธ์ รวมถึงโดยการขจัดกฎหมายนโยบาย และแนวปฏิบัติที่เลือกปฏิบัติ และส่งเสริมการออกกฎหมาย นโยบาย และการกระทำที่เหมาะสม



SDG16
ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

16.3 ส่งเสริมนิติธรรมทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ และสร้างหลักประกันว่าจะมีการเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมแก่ทุกคน

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

องค์การสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (UNGP) ได้วางแนวทางมาตรฐานให้องค์กร ดำเนินธุรกิจอย่างเคารพสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อคุ้มครองสิทธิและสวัสดิการของพนักงาน ลดความเสี่ยงและอุบัติเหตุในที่ทำงาน สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีและเป็นธรรม ด้วยเสรีภาพ ในการแสดงความคิดเห็นและการรวมกลุ่มจัดตั้งสหภาพแรงงาน ด้วยเหตุนี้แนวปฏิบัติการใช้แรงงานและอาชีวอนามัยและความปลอดภัยถือเป็นประเด็นสำคัญในระดับสากลที่บริษัทต้องให้ความสำคัญ เพื่อลดความเสี่ยงในประเด็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน การเลือกปฏิบัติ การคุกคามทางเพศ การใช้แรงงานเด็ก หรือการบังคับใช้แรงงานภายในองค์กร ทั้งนี้ หากบริษัทไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานด้านแรงงาน รวมถึงอาชีวอนามัยและความปลอดภัยได้อย่างเหมาะสม ขาดการตรวจสอบและบริหารจัดการผลกระทบอย่างมีประสิทธิภาพ อาจส่งผลต่อชื่อเสียงขององค์กร และกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านสวัสดิการและความปลอดภัยของพนักงาน และทำให้การดำเนินงานหยุดชะงัก ตลอดจนความเสี่ยงด้านกฎหมายและการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด ซึ่งอาจนำไปสู่ค่าปรับหรือบทลงโทษที่กระทบต่อองค์กรในระยะยาว

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ
   - คู่ค้า
   - ชุมชน
2. การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า
   - คู่ค้า
   - ภาครัฐ
3. การจัดส่ง และกระจายสินค้า
   - คู่ค้า
   - ชุมชน
4. การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ
   - พันธมิตรทางธุรกิจ
   - ชุมชน
   - ลูกค้า
   - พนักงาน
5. การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย
   - ลูกค้า
   - ผู้นำทางความคิด
   - ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน

▶ ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

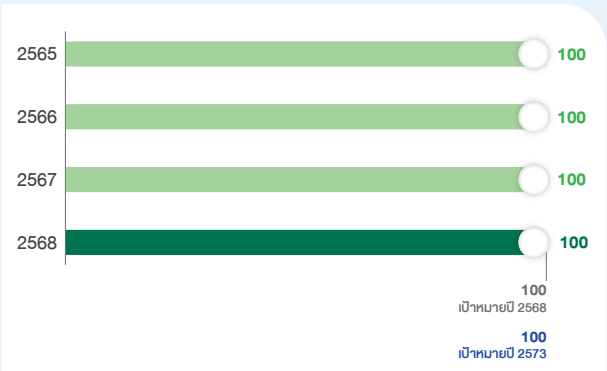
มิติด้านความยั่งยืน - มิติด้านธรรมาภิบาล และเศรษฐกิจ

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ - Significant Material Topics

▶ เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ดำเนินการให้เกิด “การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน” อย่างต่อเนื่องตามแนวทางขององค์การสหประชาชาติทั้งในขอบเขตการดำเนินงานของบริษัท และคู่ค้าความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืน

(หน่วย: ร้อยละ)





ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ซีพีแรม ได้รับรางวัลในฐานะ **องค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน** ประจำปี 2568 ระดับดีเด่น ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ จากกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม

ซีพี ออลล์ ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณกิจกรรมการรณรงค์ลดสถิติอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ ระดับทอง รวมทั้งสิ้น **4 รางวัล**

ร้อยละ 100 ของ FTE พื้นที่ดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทได้รับการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน

ร้อยละ 100 ของ FTE พื้นที่ดำเนินการที่มีความเสี่ยงมีมาตรการป้องกัน บรรเทาและเยียวยา (Mitigation plan)

ร้อยละ 100 ของพื้นที่เป้าหมายได้รับการรับรองมาตรฐานสากลเพื่อการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO45001: 2018



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ซีพีแรม เข้าร่วมการประเมินองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ปี 2568

ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment: HRIA) จากกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process: HRDD)

จัดทำ / ทบทวน ติดตาม มาตรการป้องกัน บรรเทาและเยียวยา (Mitigation plan) ของประเด็นที่พบจากการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน

จัดกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริม DEI คือ ความหลากหลาย (Diversity) ความเสมอภาคและความเท่าเทียม (Equity) การอยู่ร่วมกัน (Inclusion) ผ่านกิจกรรม ALL PRIDE 2025 เท่าเทียมและภาคภูมิใจเพื่อสนับสนุนความหลากหลาย เท่าเทียม และการอยู่ร่วมกัน

ยกระดับความปลอดภัยในการขนส่งครอบคลุมทั้งพนักงานและผู้รับเหมาตลอดห่วงโซ่อุปทานเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมาย “อุบัติเหตุเป็นศูนย์” ภายในปี 2573

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทดำเนินงานตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน ครอบคลุมทุกส่วนของการดำเนินธุรกิจ รวมถึงคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ โดยยึดหลักตามแนวทางของหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานตามมาตรฐานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization: ILO) และกฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ นโยบายนี้ยังให้ความสำคัญกับประเด็นหลักด้านสิทธิมนุษยชน เช่น การป้องกันการเลือกปฏิบัติและการคุกคามทางเพศ การไม่ใช้แรงงานเด็ก และการยุติการใช้แรงงานบังคับ ทั้งนี้ บริษัททำการประเมินประเด็นสำคัญ ผลกระทบ และความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุก 3 ปี ครอบคลุมทุกพื้นที่การดำเนินงานและกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร รวมถึงการวิเคราะห์กระบวนการทำงาน (Full Time Equivalent) ในหน่วยงานที่มีความเสี่ยงสูง โดยบริษัทกำหนดมาตรการเชิงป้องกัน บรรเทาและเยียวยา เพื่อลดผลกระทบจากประเด็นที่มีความเสี่ยงสูงอย่างเป็นระบบ ผ่านกระบวนการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนดังต่อไปนี้

การตรวจสอบสิทธิมนุษยชนรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD)

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กร (Human Right Risk Assessment: HRRA)

การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Impact Assessment: HRIA)

บริษัทให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการเคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากลแก่พนักงานทุกระดับ พันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้าลำดับที่ 1 ผ่านการดำเนินโครงการและกิจกรรมหลากหลายรูปแบบเพื่อส่งเสริมความเข้าใจในประเด็นดังกล่าว ดำเนินงานด้านความเท่าเทียมของค่าครองชีพและปัจจัยในการจ้างงานให้สอดคล้องกับนโยบายการกำหนดค่าตอบแทนและผลประโยชน์ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกฝ่ายได้รับค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม ตามเป้าหมายการดำเนินงานให้ครอบคลุมพนักงานทั้งหมดร้อยละ 100 ภายในปี 2568 และมีแผนขยายการประเมินดังกล่าวไปยังคู่ค้าและผู้รับเหมาต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้าน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย ในการทำงานในทุกพื้นที่อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งจัดทำโครงการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี (Well-being) สำหรับพนักงานและครอบครัว ผ่านสวัสดิการและมาตรการสนับสนุนหลากหลายรูปแบบ เช่น ทุนการศึกษาสำหรับบุตรหลาน ความช่วยเหลือด้านสุขภาพ การส่งเสริมรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่น เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว เป็นต้น

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
- นโยบายและหลักการด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

1. การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

พื้นที่ดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท

ร้อยละ 100
ของ FTE ได้รับการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน

ร้อยละ 54.77
ของ FTE มีความเสี่ยงสูงที่สำคัญด้านสิทธิมนุษยชน

ร้อยละ 100
ของ FTE ที่ถูกระบุว่ามีความเสี่ยงมีมาตรการป้องกัน บรรเทาและเยียวยา (Mitigation plan)

2. การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment: HRIA)

เพื่อตรวจสอบและยืนยันข้อค้นพบเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนและผลกระทบ ที่ได้จากการประเมินความเสี่ยง (Human Rights Risk Assessment: HRRA) ซึ่งอ้างอิงข้อมูลโดยตรงจากกผู้ทรงสิทธิ (Rights Holder) ได้แก่ พนักงานและลูกค้า เพื่อสะท้อนประสบการณ์จริงและมุมมองของผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment: HRIA)

คู่ค้าลำดับที่ 1 ของบริษัท

ร้อยละ 100
(2,471 ราย)
ได้รับการสื่อสาร

ร้อยละ 0.61
(15 ราย)
คู่ค้าที่มีความเสี่ยง

ร้อยละ 100
(15 ราย)
คู่ค้าที่มีความเสี่ยงมีมาตรการบรรเทาผลกระทบ

ประเด็นความเสี่ยงสูงที่สำคัญ

อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานร้าน (7-Eleven และ CPRAM)

ประเด็นอุบัติเหตุระหว่างการทำงาน รวมถึง อุบัติเหตุบนท้องถนนระหว่างการส่งสินค้าการใช้ ยานพาหนะที่ไม่เหมาะสมสำหรับผู้ขับขี่

ประเด็นอุบัติเหตุระหว่างการทำงาน รวมถึง อุบัติเหตุจากการใช้งานเครื่องจักร อุบัติเหตุจากการใช้งานเครื่องจักร การชนกันของชั้นวางสินค้า อุบัติเหตุเล็กน้อย (เช่น บาดแผลจากมีด ฟกช้ำ)

ข้อร้องเรียนการละเมิดสิทธิมนุษยชน

0 กรณี
การละเมิดสิทธิมนุษยชน

0 กรณี
การเลือกปฏิบัติ

0 กรณี
การล่วงละเมิดหรือคุกคามทางเพศ

0 กรณี
การละเมิดสิทธิชนเผ่าพื้นเมือง

มาตรการบรรเทาผลกระทบและดำเนินการแก้ไข

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีระบบและมาตรการดำเนินการแก้ไขอย่างเหมาะสมในกรณีที่เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน โดยมีการติดตาม ตรวจสอบ และรายงานผลอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งพิจารณามาตรการชดเชยและเยียวยาในทุกรูปแบบ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนจะได้รับการดูแลและบรรเทาความเสียหายอย่างเหมาะสม ทั้งในด้านการแสดงความขอโทษ การชดใช้ความเสียหาย การฟื้นฟูสมรรถภาพ การให้ค่าชดเชยในรูปแบบตัวเงินหรือไม่ใช่ตัวเงิน การดำเนินการทางวินัยและการป้องกันอันตราย เช่น คำสั่งห้าม หรือการออกมาตรการป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์ซ้ำในอนาคต เป็นต้น

การเสริมสร้างความตระหนักรู้

ร้อยละ 100
ของพนักงานได้รับการฝึกอบรม

ร้อยละ 100
ของสโตร์พาร์ทเนอร์ (พันธมิตรทางธุรกิจ) ได้รับการฝึกอบรม

ร้อยละ 100
ของคู่ค้าลำดับที่ 1 ของบริษัท ได้รับการฝึกอบรม

เสรีภาพในการสมาคม

ร้อยละ 100 การดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัทครอบคลุมพนักงาน

กระบวนการด้านสิทธิมนุษยชน

การตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

บริษัทมีกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านที่มีประสิทธิภาพ และมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านเป็นประจำทุก ๆ 3 ปี เพื่อกำหนดประเด็นความเสี่ยงที่ต้องบริหารจัดการก่อนของกลุ่มผู้ถือครองสิทธิ์ที่ได้รับผลกระทบ โดยครอบคลุมทุกพื้นที่การดำเนินงานธุรกิจของบริษัท ไปจนถึงคู่ค้า ผู้จัดหา ผู้รับเหมา กิจการร่วมค้า (Joint Venture) และกิจการควบรวมและกิจการเข้าซื้อ (Mergers and Acquisition)

การประเมินดังกล่าวครอบคลุมประเด็นสิทธิมนุษยชนที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น การใช้แรงงานบังคับ การค้ามนุษย์ การใช้แรงงานเด็ก สิทธิและเสรีภาพในการสมาคม สิทธิในการรวมตัว และเจรจาต่อรองการให้ค่าตอบแทนที่เท่าเทียม การเลือกปฏิบัติ และการคุกคามทางเพศ และอื่น ๆ รวมถึงความมั่นคง ปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และสิทธิลูกค้า ผ่านการรับฟังความคิดเห็นและประเด็นจากผู้มีส่วนได้เสียที่มีความเสี่ยงต่อการถูกละเมิดสิทธิมนุษยชน ได้แก่ พนักงาน ชุมชนและคนในท้องถิ่น คู่ค้า ผู้จัดหา ผู้รับเหมา ลูกค้าและผู้บริโภค ซึ่งครอบคลุมถึงกลุ่มเปราะบาง อาทิ ผู้หญิง เด็ก ชนพื้นเมือง แรงงานต่างด้าว แรงงานที่ว่าจ้างผ่านบุคคลที่สาม ผู้พิการ ผู้สูงอายุ เพศทางเลือก (LGBTQI+) เพื่อให้แน่ใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะไม่ส่งผลให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน

1 ความมุ่งมั่น	2 ปลูกฝังในองค์กร	3 ประเมินผลกระทบ	4 การบูรณาการ	5 ติดตามประสิทธิผล	6 การสื่อสาร	7 มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	8 การเยียวยาและรับข้อร้องเรียน
• นโยบายสิทธิมนุษยชน		• ระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจ ทั้งที่เกิดขึ้นแล้วและอาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต • ระบุผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่อาจจะได้รับผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงพิจารณาสถานะของผู้ที่อยู่ในกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้หญิงและเด็ก แรงงานอพยพ บุคคลทุพพลภาพ และผู้สูงอายุ เป็นต้น • การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Risk Assessment: HRRA) • การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Impact Assessment: HRIA)	• ออกแบบมาตรการป้องกันและลดผลกระทบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน • นำมาตรการในเบื้องต้นไปปฏิบัติใช้สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • ติดตามผลและทบทวนกระบวนการ	• มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เช่น พนักงาน ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคประชาสังคม เป็นต้น เพื่อสื่อสารผลลัพธ์การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัท	• การเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน • การจัดตั้งกลไกรับข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ คู่มือการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment: HRRA) เป็นประจำทุก 3 ปี โดยทำการระบุประเด็นความเสี่ยงที่ต้องบริหารจัดการก่อน และกลุ่มผู้ถือครองสิทธิ์ ที่ได้รับผลกระทบตลอดห่วงโซ่คุณค่า ภายใต้กระบวนการตรวจสอบและติดตามการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) การประเมินครอบคลุมหน่วยธุรกิจหลักทั้งหมด 8 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 100 ของพื้นที่ดำเนินงานและกิจกรรมทางธุรกิจ โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การปฏิบัติต่อพนักงาน (Employee Practice) สิทธิชุมชน (Community Rights) สิทธิลูกค้า (Customer Rights) และสิทธิของคู่ค้าและผู้รับเหมา (Supplier & Contractor Rights)

จากการทบทวนและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจจะเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อพิจารณาประเด็นความเสี่ยงเดิม ความเสี่ยงปัจจุบัน และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยมุ่งเน้นประเด็นสำคัญ เช่น สิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (The Rights of Stakeholders) สภาพการทำงาน (Working Conditions) อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Safety and Health) การเลือกปฏิบัติและการคุกคาม (Discrimination and Harassment) ประเด็นด้านการใช้แรงงานผิดกฎหมาย (Illegal of Labor Used) ประเด็นด้านมาตรฐานการครองชีพ (Standard of Living) และประเด็นด้านข้อมูลและความเป็นส่วนตัว (Data Privacy) ทั้งนี้ บริษัทได้ระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่มีนัยสำคัญ (Salient Human Rights Issues) สำหรับกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven คลังสินค้า CP ALL CPRAM และ 24Shopping ได้แก่

1. อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
2. การเลือกปฏิบัติและการถูกคุกคามทางเพศ
3. อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของคู่ค้า
4. สุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน
5. มาตรฐานการครองชีพของชุมชน
6. สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า (ความปลอดภัยด้านอาหารและความเป็นอยู่ที่ดี)

บริษัทได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในคู่ค้าลำดับที่ 1 ครอบคลุมทั้งหมด 2,471 ราย โดยมุ่งเน้นการประเมินประเด็นสำคัญ ผ่านการจัดอบรมด้านความปลอดภัยในการทำงาน การตรวจสอบสภาพอุปกรณ์และระบบระงับเหตุ การซ้อมหนีไฟ นอกจากนี้ รวมถึงการส่งเสริมให้คู่ค้าจัดทำแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนอย่างครบถ้วน บริษัทพร้อมรับมือประเด็นดังกล่าวตามมาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของประเด็นที่มีความเสี่ยงสูงแบบบูรณาการ ผ่านกระบวนการติดตาม ตรวจสอบ พร้อมรายงานต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ถือครองสิทธิ์ที่ได้รับผลกระทบจากกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน มั่นใจว่าจะได้รับการชดเชยและเยียวยาอย่างเหมาะสม รวมไปถึงบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมหรือดีขึ้น เช่น การแสดงความขอโทษ การชดใช้ความเสียหาย การฟื้นฟูสมรรถภาพ การชดเชยในรูปแบบของตัวเงินหรือไม่ใช่ตัวเงิน การลงโทษและการป้องกันอันตราย เช่น คำสั่งห้าม หรือการรับประกันไม่ให้เกิดเหตุซ้ำ



การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทได้ดำเนินการขยายขอบเขตการดำเนินการโดยการ ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment: HRIA) ของผู้ถือครองสิทธิ์ ที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ โดยมีการประเมินร่วมกับ บริษัท อีอาร์เอ็ม-สยาม จำกัด ในประเด็นความเสี่ยงที่ต้องบริหารจัดการก่อนผ่านการเก็บข้อมูล การสำรวจความคิดเห็นของผู้ถือครองสิทธิ์ครอบคลุมพนักงานและลูกค้าทั้งหมดในทุกพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสำคัญ (Salient Issues) และมีประเด็นความเสี่ยงสูง (High Risk) ที่ต้องบริหารจัดการก่อนเพื่อเป็นแนวทางให้บริษัทกำหนดมาตรการที่เหมาะสม โดยเก็บข้อมูลและสำรวจความคิดเห็นจากผู้ถือครองสิทธิ์ ครอบคลุมพนักงานในทุกพื้นที่การดำเนินงานที่มีความเสี่ยงดังกล่าว โดยมีการประเมินครอบคลุม 5 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. สายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven
2. ศูนย์กระจายสินค้า ซีพีออลล์
3. สายงานการผลิตและโลจิสติกส์ ซีพีแรม
4. พนักงาน ซีพี รีเทลลิงค์
5. ลูกค้าของร้าน 7-Eleven

เมื่อพบผลกระทบที่เกิดขึ้น บริษัทจะดำเนินการยกระดับมาตรการป้องกัน บรรเทาและเยียวยาผลกระทบ และสื่อสารการปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียมตามหลักการด้านสิทธิมนุษยชน ผ่านการสื่อสารภายในองค์กรในหลายรูปแบบ เช่น การจัดทำภาพกราฟิก (Infographic) การเดินรณรงค์สร้างความตระหนักรู้ การส่งสารจากผู้บริหารระดับสูงผ่านการจัดทำตัวบันทึกถึงพนักงานทั้งองค์กร การอบรมด้านความปลอดภัย การใช้กล้อง CCTV ตรวจจับพฤติกรรมการขับขี่ของพนักงาน การใช้เทคโนโลยีการบริหารจัดการข้อมูล Rider เป็นต้น

นอกจากนี้ ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินจัดทำแผนประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน ต่อเนื่องมาจากแผนการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในประเด็นสำคัญและความเสี่ยงสูงใน ปี 2567 ครอบคลุมพนักงานร้าน 7-Eleven พนักงานศูนย์กระจายสินค้า ซีพี ออลล์ พนักงานสายงานผลิตและโลจิสติกส์ ซีพีแรม พนักงานซีพี รีเทลลิงค์ และลูกค้าของร้าน 7-Eleven โดยมีมาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน ดังนี้

มาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของประเด็นที่เสี่ยงสูงแบบบูรณาการภายใต้ขอบเขตความรับผิดชอบของบริษัท สโตร์พาร์ทเนอร์ (พันธมิตรทางธุรกิจ)

ผู้ถือครองสิทธิ์	พนักงานร้าน 7-Eleven พนักงานศูนย์กระจายสินค้า ซีพี ออลล์, ซีพีแรม และ 24Shopping
ประเด็นที่มีความเสี่ยงสูง	• ประเด็นอุบัติเหตุระหว่างปฏิบัติงาน ได้แก่ อุบัติเหตุจากการจัดส่งสินค้า • ประเด็นการล่วงละเมิดทางเพศ ได้แก่ พนักงานถูกเพื่อนในที่ทำงานล่วงละเมิดทางเพศภายในร้าน • ประเด็นอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นภายในศูนย์กระจายสินค้าและอุบัติเหตุบนท้องถนนระหว่างการส่งสินค้า • ประเด็นอุบัติเหตุในระหว่างปฏิบัติงาน ได้แก่ พนักงานถูกเครื่องจักหนีบ, การถูกชนกระแทกจากการเคลื่อนย้าย • ประเด็นมลพิษทางอากาศจากควันไอเสียของรถบรรทุกโลจิสติกส์ • ประเด็นสุขภาพรถขนส่งกีดขวางการจอดรถที่ป้ายรถเมล์ • ประเด็นสุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน ได้แก่ อุบัติเหตุทางถนนในการขนส่ง
มาตรการป้องกันและลดผลกระทบ	• คู่มือความปลอดภัย • ดำเนินการวิเคราะห์ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน • ใช้เทคโนโลยีการบริหารจัดการข้อมูล Rider • ใช้กล้อง CCTV ตรวจจับพฤติกรรมการขับขี่ของพนักงานร้าน • คลินิกขับขี่ปลอดภัยสำหรับพนักงานไม่ปฏิบัติตามกฎจราจรและเกิดอุบัติเหตุ • ใบรับรอง ISO45001/มอก.18001 • อบรมด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยสำหรับพนักงาน • อบรมการขับขี่อย่างปลอดภัยบนท้องถนนสำหรับพนักงาน • จัดหาอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล และเครื่องทุ่นแรงสำหรับพนักงาน • ปฏิบัติตามข้อปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน • กำหนดบทลงโทษ • มีประกาศการปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียม • มีการสื่อสาร การปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียม และการห้ามล่วงละเมิด ผ่านช่องทาง เช่น กลุ่มไลน์, CPALL Connect, ประชุม FC Conference, OPT-Meeting • จัดทำบันทึกขอให้ปฏิบัติต่อกันอย่างเหมาะสม เพื่อความสุขในการทำงานร่วมกัน ติดหลังร้าน 7-Eleven ให้พนักงานได้รับทราบ • ประเมินผลกระทบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน กลุ่มพนักงาน • ตรวจสอบอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคลประจำเดือน โดยคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และตรวจอบทุกครั้งก่อนใช้งาน โดยผู้จัดการสายงาน • กำหนดมาตรฐานการยกเคลื่อนย้าย และสอนวิธีการปฏิบัติงาน • ตรวจสอบการปฏิบัติของพนักงานทุกวัน • อบรมพนักงานขนส่งที่เกิดอุบัติเหตุใหม่อีกครั้งเพื่อเตรียมความพร้อมในการทำงาน และขับขี่อย่างปลอดภัย • กำหนดตารางการตรวจสภาพรถขนส่ง
การบูรณาการมาตรการ	• นโยบายองค์กร (เช่น นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน นโยบายสิทธิมนุษยชน เป็นต้น) • กฎระเบียบสำหรับสถานที่ปฏิบัติงาน • คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน • ประกาศเป้าหมายการดำเนินงานความปลอดภัยยานยนต์ • มาตรฐานการปฏิบัติงาน

โครงการยกระดับความปลอดภัยอาชีวอนามัยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ศูนย์กระจายสินค้า (Smart Safety in Distribution Center)

จากการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HRRA) และการประเมินผลกระทบ (HRIA) บริษัทระบุให้ประเด็นอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานศูนย์กระจายสินค้าและพนักงานขนส่ง เป็นประเด็นความเสี่ยงระดับสูง (High Risk) เนื่องจากส่งผลกระทบโดยตรงต่อสิทธิพื้นฐานในชีวิตและความปลอดภัย บริษัทจึงบูรณาการเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อลดความเสี่ยง ป้องกันอุบัติเหตุซ้ำ และยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยในห่วงโซ่คุณค่า ผ่านมาตรการสำคัญดังนี้

1. พัฒนาแอปพลิเคชัน SHE Accident Details Report (Power Apps) เพื่อรายงานอุบัติเหตุแบบทันท่วงที พร้อมเชื่อมต่อข้อมูลสู่ Dashboard เพื่อการวิเคราะห์สาเหตุที่แท้จริงได้อย่างแม่นยำ
2. ติดตั้งระบบ GPS และ Telematics เพื่อติดตามและประเมินพฤติกรรมการขับขี่ของรถขนส่งสินค้า พร้อมระบบแจ้งเตือนเชิงรุกเพื่อป้องกันอุบัติเหตุบนท้องถนน
3. การใช้มีดคัตเตอร์นิรภัยในศูนย์กระจายสินค้า เพื่อลดสถิติการบาดเจ็บจากการทำงานด้วยอุปกรณ์มีคม
4. การปลูกฝังวัฒนธรรมความปลอดภัยเชิงรุก ผ่านการจัดกิจกรรม Driving Contest โดยใช้ข้อมูลจากระบบ GPS มาประเมินเพื่อมอบรางวัลแก่พนักงานขับรถที่มีพฤติกรรมปลอดภัย เพื่อสร้างแรงจูงใจเชิงบวก รวมถึงส่งเสริมกิจกรรม KYT (Kiken Yochi Training) “มือชี้ ปากย้ำ” ก่อนเริ่มปฏิบัติงานทุกวัน เพื่อสร้างและความตระหนักรู้ถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงาน และวิธีการจัดการอันตรายเหล่านั้น เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในหน้างานจริง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สามารถวิเคราะห์ข้อมูลอุบัติเหตุเชิงลึกผ่าน Dashboard เพื่อกำหนดมาตรการป้องกันเชิงรุกและแก้ไขจุดเสี่ยงได้ทันท่วงที
- สร้างมาตรฐานความปลอดภัยในการขับขี่รถบรรทุกสินค้า โดยมีการอบรมพนักงานขับรถได้ตามเป้าหมาย 100%
- ลดความถี่และความรุนแรงของอุบัติเหตุในพื้นที่ปฏิบัติงานและบนท้องถนน ผ่านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานด้วยกลไกการให้รางวัลและการใช้อุปกรณ์นิรภัยที่เหมาะสม

โครงการบริหารจัดการคุณภาพและความปลอดภัยอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Level Up the Food Chain: Farm to Store)

สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า (Health and Safety of Customers) เป็นประเด็นสิทธิมนุษยชนที่สำคัญยิ่ง (Salient Issue) ของธุรกิจค้าปลีกอาหาร โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) การปนเปื้อน และสินค้าหมดอายุ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค จากการสำรวจพบว่ากระบวนการจัดการสินค้าและการตรวจสอบอายุวัตถุดิบที่ร้านสาขามีความซับซ้อนและอาจเกิดความผิดพลาดจากบุคลากร (Human Error) ได้ บริษัทโดยด้าน Stores QA สำนักQuality Assurance จึงริเริ่มโครงการบริหารจัดการคุณภาพและความปลอดภัยอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Level Up the Food Chain: Farm to Store) เพื่อเชื่อมโยงมาตรฐานครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำ (โรงงานผลิตในภูมิภาคต่าง ๆ เช่น ปทุมธานี, ชลบุรี, ลำพูน, ขอนแก่น, สุราษฎร์ธานี, สงขลา) จนถึงปลายน้ำ (ร้านสาขา 7-Eleven ทั่วประเทศ) เพื่อสร้างความมั่นใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค บริษัทได้ดำเนินการผ่านนวัตกรรมดิจิทัลและการพัฒนาศักยภาพบุคลากรตลอดห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้

- **นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อความปลอดภัย (Digital Innovation):** พัฒนา Application ช่วยคำนวณอายุวัตถุดิบและแจ้งเตือนเมื่อหมดอายุมาใช้แทนการจดบันทึกเอกสาร เพื่อช่วยพนักงานในการบริหารจัดการสต็อกวัตถุดิบที่ร้านสาขา ลดความผิดพลาดในการคำนวณวันหมดอายุ และมีระบบแจ้งเตือนอัตโนมัติเมื่อสินค้าใกล้หมดอายุ
- **การพัฒนาศักยภาพตลอดห่วงโซ่ (Capacity Building):** ดำเนินโครงการ “Level Up the Food Chain” โดยพาผู้บริหารร้านสาขาและผู้เกี่ยวข้อง (FC/Area Manager) ลงพื้นที่จริง (On-site Visit) เยี่ยมชมกระบวนการผลิตตั้งแต่ฟาร์มและโรงงานของผู้ผลิต (Supplier) เพื่อให้เข้าใจจุดควบคุมคุณภาพที่สำคัญ (Critical Control Points) ก่อนสินค้าส่งถึงร้าน

- **การจัดการคู่ค้า (Supplier Engagement):** จัดอบรมให้ความรู้แก่คู่ค้า (Supplier) จำนวนกว่า 898 ราย เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง มาตรฐานคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตร่วมกัน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้า (Call Complaint) เกี่ยวกับคุณภาพสินค้าในร้านสาขาที่ผ่านการอบรมโครงการ Level Up the Food Chain ลดลงถึง **ร้อยละ 68** (ข้อมูลจากการติดตามผลในกลุ่มนำร่อง)
- ร้านสาขาสามารถจัดการสินค้าหมดอายุได้อย่างแม่นยำ ลดความเสี่ยงด้าน Food Safety ที่จะเกิดกับผู้บริโภค และลดภาระงานของพนักงานหน้าร้าน
- พนักงานและผู้บริหารจัดการร้านมีความเข้าใจในมาตรฐานความปลอดภัยของอาหารอย่างลึกซึ้งและเห็นภาพรวมทั้งกระบวนการตั้งแต่ต้นทางจนถึงมือผู้บริโภค

การสร้างความตระหนักด้านสิทธิมนุษยชน

การอบรมหลักสูตร นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน และ ESG Quiz

เพื่อสร้างความเข้าใจและส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนอย่างเหมาะสม รวมถึงป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนภายในและภายนอกองค์กร บริษัทจัดอบรมหลักสูตร “นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน” ผ่านระบบ e-Learning หลักสูตรความยั่งยืนและธรรมาภิบาล หรือเรียกว่า ESG Quiz ภายใต้หัวข้อดังนี้

1. นโยบายและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนและแรงงาน
2. นโยบายความหลากหลาย ความเท่าเทียมและการอยู่ร่วมกัน
3. นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติและการต่อต้านการคุกคาม
4. นโยบายสรรหาแรงงานต่างด้าว
5. แนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชน
6. วัฒนธรรมองค์กรกับการเคารพสิทธิมนุษยชน

ในปี 2568 มีผู้ได้รับการอบรมผ่านระบบ e-Learning หลักสูตรความยั่งยืนและธรรมาภิบาล หรือเรียกว่า ESG Quiz จำนวน 109,461 คน และอบรม “นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและหลักสูตรการปฏิบัติด้านแรงงาน” สำหรับผู้บริหารเข้าใหม่ (on boarding) จำนวน 43 คน ทั้งนี้ บริษัทมีแผนขยายขอบเขตการสร้างความตระหนัก และสร้างความเข้าใจให้แก่พนักงานทุกระดับในทุกพื้นที่ รวมถึงคู่ค้า และสโตร์พาร์ทเนอร์ (พันธมิตรทางธุรกิจ) ผ่านระบบออนไลน์ ครบร้อยละ 100 ภายในปี 2568

นอกจากนี้ พนักงานยังสามารถเข้าถึงความรู้ด้านสิทธิมนุษยชนผ่านพอร์ทัลของบริษัท “CPALL Connect” การอบรมสัมมนาออนไลน์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หน้าจอคอมพิวเตอร์ของพนักงาน การประชุมเตรียมพร้อมก่อนการทำงาน และสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ อาทิ สื่อดิจิทัล วิดีโอ โปรสเตอร์ ป้ายประกาศ มาสคอต สัญลักษณ์ตัวแทน รวมถึงกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริม เช่น กิจกรรมส่งเสริมความหลากหลาย “ALL Pride 2025” เป็นต้น





การส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียม และความหลากหลายของบุคลากร

บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความหลากหลายและการยอมรับความแตกต่างของบุคลากร โดยยึดหลักความเสมอภาคและไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา เพศ สีผิว ภาษา อายุ หรือความพิการ ปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม สนับสนุนให้ได้รับโอกาสในการจ้างงาน การพัฒนาศักยภาพ และความก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างเป็นธรรม นอกจากนี้บริษัทได้ส่งเสริมการจ้างงานผู้พิการในตำแหน่งที่เหมาะสม รวมถึงจัดกิจกรรมรณรงค์และโครงการต่าง ๆ เพื่อเปิดพื้นที่ให้พนักงานได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น และสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมและความหลากหลาย ลดความเหลื่อมล้ำทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ในปี 2568 บริษัทได้จัดงาน ALL PRIDE 2025: เท่าเทียมและภาคภูมิใจภายใต้แนวคิดความหลากหลาย (Diversity) ความเสมอภาคและความเท่าเทียม (Equity) การอยู่ร่วมกัน (Inclusion) ภายในงานมีกิจกรรมขบวนพาเหรด การสัมมนาแบ่งปันแนวคิด ประสบการณ์การใช้ชีวิตจากอินฟลูเอนเซอร์ การประกวดนำเสนอชุดและไอเดียที่สะท้อนแนวคิด “หลากหลาย เท่าเทียม และการอยู่ร่วมกัน” นอกจากนี้ การจำหน่ายสินค้า Pride Collection และเสื้อกิจกรรม มอบให้แก่องค์กรการกุศลหลายแห่ง เช่น สภากาชาดไทย (ยอดบริจาคกว่า 1.1 ล้านบาท) และสถานสงเคราะห์เด็กอ่อนปากเกร็ด (กว่า 1.2 แสนบาท) เพื่อช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสและเยาวชน ตามปณิธาน “Giving and Sharing”





ทั้งนี้บริษัทภายใต้การดำเนินการของ ซีพีแรม ได้เปิดโอกาสให้พนักงานต่างชาติมีส่วนร่วมในการแสดงความสามารถและเข้าร่วมกิจกรรมสำคัญต่าง ๆ ของบริษัท ด้วยสิทธิเท่าเทียมกับพนักงานสัญชาติไทย เช่น กิจกรรมการประกวดนางสงกรานต์ เป็นต้น





การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทคำนึงถึงสิทธิแรงงาน และการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรมของพนักงาน โดยยึดตามหลักกฎหมายและนโยบายต่าง ๆ ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานไทยและสากล นอกจากนี้ บริษัทยังคำนึงถึงความเหมาะสมด้านการจ้างงาน ค่าจ้าง ชั่วโมงการทำงาน วันหยุด และสวัสดิการ รวมถึงสถานที่ปฏิบัติงานที่มีความปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดี บริษัทมอบสวัสดิการสำหรับพนักงาน ได้แก่

สวัสดิการ	สิทธิตามกฎหมายกำหนด	สิทธิที่บริษัทมอบให้พนักงาน
วันลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร สำหรับพนักงานหญิง	98 วัน	**120 วัน**
วันลาเพื่อดูแลบุตรที่คลอดใหม่ สำหรับพนักงานชายโดยได้รับค่าจ้าง	15 วัน	**15 วัน**
วันลาเพื่อดูแลบุตรบุญธรรม สำหรับพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ	0 วัน	**7 วัน**
วันหยุดนักขัตฤกษ์ (Holiday)	ไม่น้อยกว่าปีละ 13 วัน	**14-18 วัน**
วันหยุดประจำปี	ไม่น้อยกว่าปีละ 6 วัน	**6-12 วัน**
วันลากิจ	3 วัน	**3-7 วัน**
วันลากิจธุระส่วนตัว เพื่อสร้างสมดุลในชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว	0 วัน	**7 วัน ลาโดยได้รับค่าจ้าง และไม่นับรวมวันหยุดที่คั่นกลางระหว่างการลา**

นอกเหนือจากสวัสดิการที่กำหนดตามกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องแล้ว บริษัทยังมอบสวัสดิการเพิ่มเติมที่หลากหลายและครอบคลุม เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานระหว่างการทำงานกับองค์กร เช่น สวัสดิการเงินกู้ฉุกเฉินจากสถาบันการเงินในอัตราดอกเบี้ยพิเศษ เงินช่วยเหลือค่าเช่าที่พัก และเงินช่วยเหลือสำหรับการปฏิบัติงานในพื้นที่ต่างจังหวัด (เบี้ยกันดาร) รวมถึงสวัสดิการด้านความมั่นคงในชีวิต เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันชีวิตและประกันอุบัติเหตุ ตลอดจนประกันสุขภาพกลุ่มภาคสมัครใจที่ครอบคลุมทั้งพนักงานและครอบครัว เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเงินยืมฉุกเฉินสำหรับพนักงานและครอบครัว รวมถึงเงินช่วยเหลือกรณีประสบภัยพิบัติอีกด้วย

บริษัทให้ความสำคัญกับสุขภาพของพนักงานโดยมอบบริการศูนย์สุขภาพ (CPALL Health Care Center) และศูนย์ออกกำลังกายสำหรับพนักงาน (The Tara Fitness Club) ฝึกสอนด้วยผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายด้าน และส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีของพนักงานบริการตรวจวัดสุขภาพโดยเภสัชกรด้วยเครื่องมือที่ทันสมัยในโครงการ “Exercise My Way”

หมายเหตุ: พื้นที่สำคัญในการดำเนินการให้การสนับสนุน ครอบคลุมพนักงานที่ปฏิบัติในพื้นที่สำนักงาน พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า และพื้นที่ปฏิบัติการร้าน 7-Eleven

เสรีภาพในการสมาคม

บริษัทเคารพเสรีภาพในการแสดงออกความคิดเห็นและข้อกังวลของพนักงานทุกระดับ ผ่านช่องทางรับฟังความคิดเห็นที่หลากหลาย อาทิ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ศูนย์แจ้งข้อมูล สื่อออนไลน์ของบริษัท ระบบ Voice of Employee รวมทั้งผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ (คสส.) ที่ถูกจัดตั้งตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ปัจจุบันมีพนักงานตัวแทนคณะกรรมการสวัสดิการ จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด โดยกำหนดให้มีการประชุมหารือร่วมกันทุกไตรมาส ในปี 2568 มีประเด็นข้อเสนอแนะที่ได้รับการอนุมัติดำเนินการเพิ่มเติม ดังนี้

1 โครงการสวัสดิการเงินยืมเพื่อการศึกษาสำหรับบุตรพนักงาน

2 โครงการค่ารักษาพยาบาลสำหรับบิดา-มารดาของพนักงาน กรณีคนไข้ใน (IPD)

ระยะเวลาแจ้งล่วงหน้าขั้นต่ำเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมต่อพนักงาน โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงที่อาจส่งผลกระทบต่อการจ้างงาน โครงสร้างงาน หรือสภาพการทำงานหรือสถานที่ทำงาน เพื่อให้พนักงานมีเวลาเพียงพอในการปรับตัวและเตรียมการอย่างเหมาะสม ตามนโยบายและแนวปฏิบัติของบริษัท การแจ้งล่วงหน้าสำหรับการเปลี่ยนแปลงจะแจ้งให้พนักงานทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน ทั้งนี้บริษัทจะสื่อสารข้อมูลการเปลี่ยนแปลงผ่านช่องทางที่เหมาะสม เช่น การประชุมภายใน หนังสือเวียน หรือระบบสารสนเทศภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานได้รับข้อมูลอย่างทั่วถึงและทันเวลา

นอกจากนี้ บริษัทส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน ในกระบวนการปรึกษาหารือก่อนดำเนินการเปลี่ยนแปลงสำคัญ เพื่อให้สามารถสะท้อนความคิดเห็นและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น โดยมุ่งสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างฝ่ายบริหารและพนักงาน ตลอดจนรักษาความสัมพันธ์แรงงานที่ดีและยั่งยืนในระยะยาว



ค่าครองชีพและค่าตอบแทน

บริษัทให้ความสำคัญกับพนักงานซึ่งเป็นเสาหลักสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานจะได้รับการดูแลที่เหมาะสม บริษัทมอบสวัสดิการ บรรยากาศในการทำงานที่ดี และสถานที่ทำงานที่ปลอดภัย รวมทั้งได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม ผ่านการกำหนดนโยบายและวางแนวทางการจัดการค่าตอบแทนและผลประโยชน์ พร้อมทั้งพิจารณาเงินเดือนและสวัสดิการสำหรับพนักงานและพันธมิตรทางธุรกิจ (สโตร์พาร์ตเนอร์) ในแต่ละพื้นที่อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม โดยปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัดพร้อมทั้งกำหนดค่าตอบแทนที่สอดคล้องและสามารถแข่งขันได้เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน พร้อมกันนี้ บริษัทให้เงินสนับสนุน และค่าตอบแทนที่สูงกว่าค่าจ้างขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนด มอบเงินเพิ่มเติมสำหรับค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเดินทาง เบี้ยพิเศษ ค่าเช่าบ้าน ค่าอาหาร เบี้ยขยัน เป็นต้น เพื่อให้พนักงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับการดำรงชีพ นอกจากนี้ บริษัทให้คำมั่นในการดูแลพนักงาน โดย รับรองว่าพนักงานได้รับค่าตอบแทนการทำงานล่วงเวลาอย่างถูกต้องตามอัตราที่กฎหมายกำหนด พร้อมทั้งส่งเสริมให้พนักงานใช้สิทธิวันลาพักผ่อนประจำปีอย่างครบถ้วนเพื่อสนับสนุน สมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน รวมถึง เสริมสร้างสุขภาวะที่ดีทั้งกายและใจของพนักงาน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- จำนวนพนักงานทั้งหมดที่มีสิทธิ์ลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร จำแนกตามเพศ
- อัตราการกลับเข้าทำงานและอัตราคงอยู่ของพนักงานที่ลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร จำแนกตามเพศใน “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2568 ข้อมูลด้านบุคลากร, ภาคผนวก”
- นโยบายและหลักการด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์
- นโยบายการบริหารความหลากหลายและยอมรับความแตกต่าง

บริษัทได้กำหนดให้มีการประเมินค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยร่วมมือกับบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำระดับโลกได้แก่ บริษัท เฮย์กรุ๊ป จำกัด (Korn Ferry Hay Group) และสมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (PMAT) เป็นสมาคมวิชาชีพการบริหารทรัพยากรบุคคลชั้นนำในประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีการวิเคราะห์ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของค่าครองชีพและปัจจัยด้านการจ้างงานในแต่ละแง่มุมของธุรกิจ โดยตั้งเป้าหมายให้ครอบคลุมพนักงานทั้งหมดร้อยละ 100 ภายในปี 2568 พร้อมทั้งวางแผนขยายการประเมินไปยังคู่ค้าและผู้รับเหมาในอนาคตเพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและแข่งขันได้

การยกระดับอาชีวอนามัย สร้างความปลอดภัยน่าทำงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานและผู้รับเหมาที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัท โดยมีการกำหนดนโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัย รวมถึงการจัดการพื้นที่ทำงานให้มีความปลอดภัยตามมาตรฐานสากลและกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เป้าหมาย คือ การสร้างองค์กรที่ปราศจากอุบัติเหตุภายในปี 2573

บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำกับ ดูแล และประเมินผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม โดยมีหน้าที่กำหนดนโยบาย แนวทางปฏิบัติ และแผนพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยให้มีประสิทธิภาพ คณะกรรมการยังดำเนินการตรวจสอบผลการดำเนินงานร่วมกับเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุร้ายแรงและลดความเสี่ยงจากผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังจัดการสัมมนาเชิงปฏิบัติการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) เป็นประจำทุกปี เพื่อยกระดับมาตรฐานการจัดการให้เทียบเท่าสากล พร้อมทั้งมุ่งมั่นลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร และสร้างความมั่นใจว่าพนักงานทุกคนสามารถปฏิบัติงานได้ในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยอย่างแท้จริง

พร้อมกันนี้ บริษัทมีการเปิดโอกาสให้พนักงานได้เข้ามารายงานอุบัติเหตุและกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง พร้อมทั้งกำหนดขั้นตอนการสืบสวนอุบัติเหตุ โดยมีคณะกรรมการสอบสวนอุบัติเหตุเป็นผู้รับผิดชอบในการสอบสวนและวิเคราะห์เหตุการณ์ รวมถึงการวางแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม จากการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ในปี 2568 พบว่ามีกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูงทั้งหมด 2 กิจกรรม ได้แก่ การส่งสินค้าเดลิเวอรี (Rider Delivery) การทำงานของผู้รับเหมาขนส่งสินค้า มีอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิตจากกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง และสามารถสรุปผลได้ ดังนี้

กิจกรรมความเสี่ยงสูง	(สาเหตุ) สภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัย	(สาเหตุ) การกระทำที่ไม่ปลอดภัย	แนวทางแก้ไข/ป้องกัน
การส่งสินค้าเดลิเวอรี่	• ถนนสวนเลน 2 ช่องที่มีความเสี่ยงจากการตัดหน้าหรือเลี้ยวกะทันหัน	• ไม่ชะลอความเร็วเมื่อผ่านจุดเสี่ยงหรือเห็นสิ่งกีดขวาง • การแซงหรือเปลี่ยนเลนขาดการประเมินล่วงหน้า • ขับขี่รถจักรยานยนต์ใช้ความเร็วเกิน (50 กม./ชม.)	• ปฏิบัติตามมาตรการ 7 ต้อง 11 ห้าม ✓ สวมหมวกกันน็อก และล็อกสายรัดคาง ✓ เตรียมร่างกายให้พร้อมต่อการขับขี่ ✓ ศึกษาเส้นทางจราจร และสภาพอากาศ ✗ ขับรถเร็วเกิน 50 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ✗ ขับรถเร็วเมื่อขับผ่านทางแยก, ทางโค้ง ✗ ขับรถใกล้จุดบอดรถหรือตามหลังกระชั้นชิด • อบรมหลักขับขี่ปลอดภัยสำหรับพนักงาน Rider • การตรวจสอบกำกับดูแลพนักงาน Rider โดยหัวหน้างาน
การทำงานของผู้รับเหมาขนส่งสินค้า	• เส้นทางวิ่งเป็นทางตรงระยะยาว ทำให้เกิดความล้าสะสม	• การหลับในจากความอ่อนเพลียสะสม • การขับขี่ในช่วงเวลาเสี่ยงที่ร่างกายต้องการพักผ่อนทำให้สะสมความล้ามาถึงช่วงสาย	• จัดรอบการทำงานของผู้ขนส่งให้ม่อายุงานน้อยกว่า 1 เดือน ไม่ทำงานสายดึก และสายไกล และรับงาน 1 เที่ยว ทำงานไม่กิน 12 ชั่วโมง พัก 12 ชั่วโมง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน

แผนการพัฒนาระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ปี 2568

บริษัทยกระดับการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในพื้นที่ปฏิบัติงานของพนักงานและผู้รับเหมาให้ได้มาตรฐาน ISO 45001: โดยมีการจัดอบรมให้ความรู้ และจัดทีมผู้เชี่ยวชาญของศูนย์กระจายสินค้าที่ได้รับการรับรอง เพื่อดำเนินการพัฒนาระบบร่วมกับพื้นที่เป้าหมาย พร้อมกันนี้ บริษัทจัดทำแนวทาง เพื่อพิจารณาคัดเลือกพื้นที่ที่มีความพร้อมเพื่อยื่นขอรับรอง ตรวจประเมินโดยผู้ตรวจสอบภายนอก (Third Party) และเตรียมความพร้อมก่อนรับการตรวจจริง รวมถึงตรวจประเมินประจำปี (Surveillance Audit) เพื่อรักษามาตรฐานของระบบ

ปี 2568 บริษัทได้รับการรับรอง ISO 45001:2018 เพิ่มอีก 1 พื้นที่ ได้แก่ ALL COMPLEX ส่งผลให้พื้นที่เป้าหมายของบริษัทได้รับการรับรองครอบคลุมร้อยละ 100 จากศูนย์กระจายสินค้ากลุ่มเป้าหมาย รวม 30 พื้นที่ และมีแผนดำเนินการรักษามาตรฐานของระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ในปี 2569

2562 – 2564 (Phase 1)	2565 (Phase 2)	2566	2567	2568	2569
• อบรมให้ความรู้ • ประยุกต์ใช้มาตรฐาน ISO 45001:2018 ทุกพื้นที่ • วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap) ระบบปัจจุบันเทียบ ISO 45001:2018 • จัดทำแผนยกระดับรายพื้นที่	• ขอการรับรองเพิ่ม 10 พื้นที่	• ขอการรับรองเพิ่ม 8 พื้นที่	• ขอการรับรองเพิ่ม 5 พื้นที่	• ขอการรับรองเพิ่ม 5 พื้นที่	• ขอการรับรองเพิ่ม 1 พื้นที่	• รักษามาตรฐานของระบบ
• Pre-Audit โดยหน่วยงานภายนอก • ตรวจประจำปี (Surveillance Audit) Maintain Certification ISO 45001:2018 • ตรวจติดตามโดยผู้ตรวจประเมินภายใน (Internal Audit)						

นโยบาย เป้าหมาย และการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

บริษัทได้กำหนดนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน และตั้งเป้าหมายลดจำนวนและอัตราผู้เสียชีวิตจากการทำงานของพนักงานและผู้รับเหมา รวมถึงลดอัตราการ บาดเจ็บจนต้องหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) ให้ลดลง ร้อยละ 40 ตั้งแต่ ปี 2565 และเป็นศูนย์ภายในปี 2573 เพื่อบรรลุเป้าหมายนี้ บริษัทได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงในสถานที่ทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมี 4 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่

1. ระบุกิจกรรม พื้นที่ และลักษณะงานที่เกี่ยวข้อง
2. ชี้บ่งอันตรายที่อาจเกิดขึ้น
3. ประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง
4. จัดทำทะเบียนความเสี่ยง พร้อมจัดลำดับความสำคัญ

อีกทั้ง บริษัทได้นำลำดับความสำคัญของความเสี่ยงมาบูรณาการเข้ากับแผนปฏิบัติการกับเป้าหมายเชิงปริมาณเพื่อกำหนดมาตรการการจัดการความเสี่ยง พร้อมนำเสนอต่อคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) เพื่อพิจารณาอนุมัติแผนงานประจำเดือนและประจำปี นอกจากนี้ บริษัทสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วม โดยเปิดช่องทางสำหรับรายงานอุบัติเหตุหรือความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่การลด ควบคุม และป้องกันอุบัติเหตุอย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างความปลอดภัยในทุกมิติของการดำเนินงาน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

การบูรณาการการดำเนินการ เพื่อเตรียมพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน

ในปี 2568 บริษัทเสริมสร้างความพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พร้อมทั้งมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานในองค์กรผ่าน 3 โปรแกรมหลัก ดังนี้

1 โปรแกรมสนับสนุนพนักงานและครอบครัวพนักงาน เพื่อความเป็นอยู่ที่ดี

โครงการจัดรูปแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น (Flexible Work Arrangement)

บริษัทดำเนินงานสร้างความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว (Work-life Balance) ของพนักงาน โดยเปิดโอกาสให้พนักงานประจำสำนักงานเลือกเวลาการทำงานให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของตนเอง ภายใต้ช่วงเวลาที่บริษัทกำหนด ได้แก่

- 07.30 – 17.00 น.
- 08.00 – 17.30 น.
- 08.30 – 18.00 น.
- 09.00 – 18.30 น.
- 09.30 – 19.00 น.

บริษัทได้กำหนดนโยบายและแนวทางการทำงานที่ยืดหยุ่น เพื่อให้พนักงานสามารถเลือกทำงานจากสถานที่ใดก็ได้ (Work from Anywhere) รวมถึงทางเลือกในการทำงานจากที่บ้าน (Work from Home) ได้สูงสุด 3 วันต่อสัปดาห์ โดยบริษัทได้พัฒนาระบบสนับสนุนการทำงานที่ช่วยให้พนักงานสามารถติดต่อสื่อสารและเข้าถึงทรัพยากรการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การประชุมออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ อาทิ Webex, BlueJeans, Microsoft Teams และ Zoom รวมถึงการใช้ระบบสื่อสารภายในองค์กร เช่น CPALL Connect และ True Virtual Connect รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานใช้โน้ตบุ๊กที่ติดตั้งโปรแกรมของบริษัท แทนการใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop Computer) เพื่อเพิ่มความสะดวกและความคล่องตัวในการทำงานทุกที่ทุกเวลา

นอกจากนี้ กรณีพนักงานมีเหตุจำเป็นหรือมีภาระหน้าที่ในการดูแลครอบครัว ดูแลสุขภาพ หรือการศึกษาของพนักงาน เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานได้เต็มเวลาตามสัญญาการจ้างงานที่กำหนดไว้ พนักงานสามารถแจ้งหรือแสดงความประสงค์จากผู้บังคับบัญชาเพื่อพิจารณาขอปรับวันและจำนวนชั่วโมงการทำงาน รวมถึงกรอบเวลาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับเหตุจำเป็นและภาระหน้าที่ของพนักงานภายใต้ระเบียบและแนวปฏิบัติ โดยยังคงสิทธิ์ความเป็นพนักงานและได้รับการจ่ายค่าจ้างตามสัดส่วนตามวันและเวลาการทำงานจริง (Part-time working options)

โครงการสวัสดิการเพื่อครอบครัวพนักงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ที่ดีของทั้งพนักงานและครอบครัวของพนักงาน เพื่อสนับสนุนความสัมพันธ์ที่ดี รวมทั้งความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยในครอบครัว ซึ่งช่วยลดปัญหาและความวิตกกังวลของพนักงาน และสามารถสร้างความผูกพันที่ดีต่อองค์กร โดยบริษัทมุ่งสนับสนุนสวัสดิการสำหรับคุณภาพชีวิตที่ดีของครอบครัวพนักงาน ดังนี้

กิจกรรมการเรียนรู้เพิ่มเติมสำหรับบุตรหลานของพนักงาน

เพื่อแบ่งเบาภาระของผู้ปกครอง สร้างประสบการณ์การเรียนรู้และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ อาทิ

- กิจกรรม “SPIM Active Learning Science” ผ่านกิจกรรมการทดลองออนไลน์กับคุณครูชีววิทยาระดับประเทศ พร้อมอุปกรณ์การทดลองส่งตรงถึงบ้านแบบไม่มีค่าใช้จ่าย



- กิจกรรมการอบรมหลักสูตร “หุ่นยนต์ละโค้ดดิ้ง” และ “Coding Camp” สำหรับบุตรหลานพนักงาน
- กิจกรรมสำหรับบุตรหลานบุคลากร PIM “ค่ายการ์ตูนหรรษาฯ All Art for Kids”
- กิจกรรม CP ALL KIDS DAY 2025 เปิดประสบการณ์ให้เด็ก ๆ ร่วมสวมบทบาทเป็นพนักงาน อาทิ พนักงานขาย แคชเชียร์ พนักงานเติมสินค้า ชงเมนูเครื่องดื่ม และเป็นนักช้อปออนไลน์ใน 7 Kids Club หรือร้าน 7-Eleven จำลองขนาดเล็ก รวมถึงร่วมกิจกรรมฐานต่าง ๆ อาทิ ส่งเสริมนวัตกรรมรักสิ่งแวดล้อม กิจกรรมเพ้นท์ระบายและปลูกต้นไม้ กิจกรรม 7 Art ฝึกศิลปะหน้ากากแห่งความฝัน ที่บริษัทฯ รังสรรค์ออกมาให้เป็นสถานที่แห่งความสุขของเด็ก ๆ



บริการวิเคราะห์ศักยภาพและบุคลิกภาพเด็กและเยาวชน

โครงการ “สื่อสารด้วยหัวใจ สร้างแรงใจให้เรียนรู้”

เน้นความสำคัญของการค้นหาและทำความเข้าใจศักยภาพและบุคลิกภาพของลูกหรือนักเรียน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนด้านการเรียน การประกอบอาชีพ รวมถึงการพัฒนาทักษะการสื่อสาร และการเลี้ยงดูที่เหมาะสมสำหรับผู้ปกครอง อันจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในครอบครัว และนักเรียนกับคุณครู

โครงการ “มุม นมแม่ ปีที่ 9”

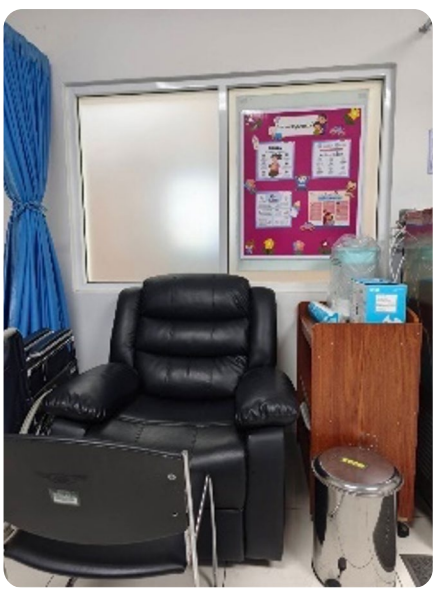
บริษัทมอบสวัสดิการสำหรับพนักงานหญิงเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นคุณแม่ ตั้งแต่เริ่มตั้งครรภ์ คลอดบุตร จนถึงการเลี้ยงดูบุตรให้เติบโต ดังนี้

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ปรับลักษณะงานให้เหมาะสมกับคุณแม่ ระหว่างการตั้งครรภ์
- กิจกรรมเยี่ยมคุณแม่หลังคลอด เพื่อสร้างขวัญกำลังใจ และความสัมพันธ์อันดี
- จัดสถานที่ให้คุณแม่สำหรับให้นมบุตร ภายในพื้นที่ปฏิบัติงานศูนย์กระจายสินค้าซีพี ออลล์ 10 พื้นที่







โครงการ Health for ALL

บริษัทให้ความสำคัญและเคารพสิทธิด้านสุขภาพของพนักงาน โดยส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมและออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดี ลดความเสี่ยงจากโรคต่าง ๆ เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน เป็นต้น ปัจจุบันมีพนักงานเข้าร่วมโครงการกว่า 5,000 คน

- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับสุขภาวะและความปลอดภัยของผู้บริหารและพนักงาน โดยดำเนินกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลาย อาทิ Good Health & Happy Family (เดิน-วิ่ง) ปิงปอง แบดมินตัน วอลเลย์บอล บาสเก็ตบอล E-Sport และกิจกรรมออกกำลังกายรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพกาย สุขภาพใจ ลดความเสี่ยงด้านสุขภาพ และส่งเสริมความผูกพันในองค์กร ภายใต้แนวทางอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่เหมาะสม มีอุปกรณ์ได้มาตรฐาน และสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดเตรียมอุปกรณ์ออกกำลังกายส่วนกลางในสำนักงาน เพื่อสนับสนุนการดูแลสุขภาพอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2 โปรแกรมลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

โครงการต่อเนื่อง ขับขี่ปลอดภัย สำหรับพนักงานจัดส่งสินค้า (Rider) ปีที่ 5

บริษัทกำหนดมาตรการให้พนักงานจัดส่งสินค้าปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด เช่น สวมหมวกกันน็อก มีใบขับขี่ มี พ.ร.บ. และประกันภาคสมัครใจ รวมถึงการผ่านการอบรมขับขี่ปลอดภัย เป็นต้น

โดยบริษัทจะทบทวนและสื่อสารเรื่องความปลอดภัยในการขับขี่ขณะปฏิบัติงาน ดังนี้

ปรับปรุงมาตรการความปลอดภัยในการใช้ยานยนต์	• ทบทวนประกาศมาตรการความปลอดภัยในการใช้ยานยนต์ สายปฏิบัติการ ร้านสาขา ปี 2568 ขยายขอบเขตมาตรการไปยังพนักงานที่ใช้รถจักรยานยนต์ ทั้งในงานและนอกงาน การประเมินแผนที่กำหนดจุดเสี่ยง รวมถึงการเพิ่มบทลงโทษตามระเบียบข้อบังคับของบริษัท • 7 ข้อควรปฏิบัติ และ 11 ข้อห้ามปฏิบัติของพนักงาน สำหรับร้าน 7-Eleven • การตรวจสอบความพร้อมของยานยนต์ • การตรวจเช็คความพร้อมร่างกาย การควบคุมชั่วโมงการปฏิบัติงาน (ห้ามเกินกฎหมายกำหนด) และควบคุมจำนวนบิลในการส่งต่อวันต่อคน เพื่อป้องกันความเมื่อยล้า • ข้อร้องเรียน บทบาทผู้เกี่ยวข้อง และบทลงโทษ
สร้างวัฒนธรรมการขับขี่ปลอดภัย	• อบรมให้ความรู้เรื่อง “ขับขี่ปลอดภัย” • การสื่อสารเชิงรุกด้วยสื่อรณรงค์ที่เข้าใจง่ายสำหรับพนักงานร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ อาทิ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Books) คลิปวีดีโอ โปสเตอร์ 7 ต้อง 11 ห้ามกฎพิทักษ์ชีวิต เครื่องเจริญโภคภัณฑ์ และการวัดผลการรับรู้ข่าวสาร (Safety Tips) ของพนักงานเป็นรายสัปดาห์
สนับสนุนอุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุ	• อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลขณะขับขี่ สำหรับพนักงานจัดส่งสินค้า (Rider) อาทิ เสื้อพนักงานติดแถบสะท้อนแสง ชุดจับมือถือจักรยานยนต์ ใช้อุปกรณ์สำหรับบรรจุสินค้าในการขนส่งสินค้าตามมาตรฐานเพื่อป้องกันอุบัติเหตุ
เพิ่มความเข้มข้นมาตรการการกำกับดูแล และตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงานจัดส่งสินค้า (Rider)	• กำหนดมาตรการความปลอดภัยในการใช้ยานยนต์ สำหรับร้าน 7-Eleven • จัดทำทะเบียนพนักงานจัดส่งสินค้า และติดตามคุณสมบัติพนักงานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด” • ตรวจสอบข้อมูลพนักงานจัดส่งสินค้า และวัดผลการรับรู้ข้อมูล “ขับขี่ปลอดภัย” • ตรวจสอบหน่วยงาน QSSI การสวมใส่หมวกกันน็อคและใส่สายรัดคาง ใบขับขี่ พรบ./ประกันภัย การปฏิบัติตามกฎจราจร (เชิงรุกและห้ามพบความผิดซ้ำ) • พนักงานจัดส่งสินค้าตรวจสอบความพร้อมก่อนขับขี่ด้วยตนเองและโดยหัวหน้างาน ตามหัวข้อในแบบบันทึกข้อมูล ขับขี่ปลอดภัย • สุ่มตรวจสอบพฤติกรรมการขับขี่ที่ไม่ปลอดภัย พร้อมหลักฐานการขับขี่จากกล้อง CCTV โดยหน่วยงานประกันคุณภาพมาตรฐานร้านทุกเดือน • รายงานอุบัติเหตุผ่านระบบ Call Center ภายใน 15 นาที และไต่สวนอุบัติเหตุภายใน 5 วัน • ติดตั้ง Application Last Mile สำหรับตรวจสอบพฤติกรรมการขับขี่ของพนักงานจัดส่งสินค้า รวมถึงแจ้งเตือนล่วงหน้า 30 วัน ก่อนใบขับขี่ ภาษีรถจักรยานยนต์ และพ.ร.บ. หมดอายุ
ทดลองใช้รถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้า	จำกัดความเร็วไม่เกิน 50 กิโลเมตรต่อชั่วโมงเพื่อควบคุมความเร็ว ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ อีกทั้งยังช่วยลดมลพิษให้กับชุมชน ปัจจุบันอยู่ระหว่างการทดลองใช้ในร้าน 7-Eleven จำนวน 1,650 สาขา

บริษัทได้มีการติดตามรายงานการเกิดอุบัติเหตุอย่างสม่ำเสมอ โดยในปี 2568 บริษัทได้ร่วมมือกับศูนย์ฝึกขับขี่ฮอนด้า เพื่อจัดอบรมให้แก่พนักงาน โดยมีอาจารย์ผู้ฝึกสอนที่เชี่ยวชาญด้านการขับขี่ปลอดภัย มีกิจกรรมอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในสนามฝึกที่ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ บริษัทตั้งเป้าหมายให้พนักงานทุกคนทั่วประเทศได้รับการอบรมตามมาตรฐาน เพื่อช่วยลดสถิติอุบัติเหตุให้เป็นศูนย์

พร้อมกันนี้ บริษัทได้พัฒนาแอปพลิเคชัน Last Mile เพื่อใช้ติดตามการทำงานของพนักงาน Rider โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างปลอดภัยและได้มาตรฐาน พร้อมทั้งสามารถติดตามผลการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการขับขี่ปลอดภัย ไรเดอร์

ซีพี ออลล์ ตระหนักถึงความเสี่ยงเฉพาะด้านของกลุ่มบุคลากรที่ปฏิบัติงานนอกสถานที่ โดยเฉพาะพนักงานส่งสินค้า (ไรเดอร์) ซึ่งต้องเผชิญกับปัจจัยสภาพแวดล้อมบนท้องถนนที่ควบคุมได้ยาก จึงได้ริเริ่มโครงการยกระดับทักษะ “การขับขี่อย่างปลอดภัย” (Safe Driving) เพื่อสร้างมาตรฐานความปลอดภัยเชิงรุก ผ่านมาตรการสำคัญ ดังนี้

- จัดอบรมให้ความรู้เชิงปฏิบัติการด้านการขับขี่ที่ถูกต้องตามหลักสากล เพื่อเสริมสร้างทักษะการตัดสินใจในสภาวะคับขันและความเข้าใจในกฎจราจรอย่างถ่องแท้
- ส่งเสริมและตรวจสอบให้บุคลากรทุกคนมีใบอนุญาตขับขี่ที่ถูกต้องตามกฎหมาย พร้อมจัดทำประกันภัยที่ครอบคลุมการคุ้มครองอย่างเหมาะสม เพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคงในการทำงานและลดภาระความเสี่ยงให้แก่พนักงาน
- ปลูกฝังจิตสำนึก “ความปลอดภัยเริ่มที่ตัวเรา” เพื่อให้ไรเดอร์เป็นส่วนหนึ่งในการลดอุบัติเหตุบนท้องถนนร่วมกับสังคม





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- พนักงานกลุ่มไรเดอร์ที่เข้าร่วมโครงการมีใบอนุญาตขับขี่ถูกต้องตามกฎหมาย และได้รับสวัสดิการคุ้มครองผ่านระบบประกันภัยครบถ้วน **ร้อยละ 100** สร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงาน
- พัฒนาทักษะไรเดอร์ให้ขับขี่อย่างมีวินัย มีส่วนช่วยเสริมสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้รถใช้ถนนร่วมกันในชุมชน ลดผลกระทบทางสังคมที่เกิดจากอุบัติเหตุจราจร
- ลดสถิติอุบัติเหตุบนท้องถนนระหว่างการปฏิบัติหน้าที่ของไรเดอร์

โครงการต่อเนื่อง บริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า ปีที่ 3

ซีพี ออลล์ มุ่งลดความเสี่ยงด้านอุบัติเหตุในการทำงานให้กับผู้รับเหมาขนส่ง ผ่านโครงการบริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ

1. สร้างมาตรฐานความปลอดภัยของการขนส่งสินค้า
2. สร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยต่อผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ พนักงาน หน่วยงานจัดส่งสินค้า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ตลอดจนพนักงานขนส่งสินค้าอย่างต่อเนื่อง ปลูกจิตสำนึกในการขับขี่อย่างปลอดภัย ป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นกับรถขนส่ง
3. ลดความสูญเสียจากอุบัติเหตุรถขนส่ง ทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สิน โดยลดอุบัติเหตุรถขนส่งได้ และการลดการส่งสินค้าล่าช้าจากอุบัติเหตุรถขนส่ง
4. ตอบสนองต่อเป้าหมายยุทธศาสตร์ความยั่งยืนของเครือเจริญโภคภัณฑ์ “อุบัติเหตุเป็นศูนย์” ภายในปี 2573

ในปี 2568 บริษัทมีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

TRAIN-THE-TRAINER

บริษัทสร้างวิทยากรด้านมาตรฐานความปลอดภัยในการขับขี่ของพนักงานขนส่งด้วยรูปแบบ TRAIN-THE-TRAINER เพื่ออบรมให้ความรู้ด้านการขับขี่รถขนส่งอย่างปลอดภัยให้กับผู้รับเหมาขนส่ง และตรวจสอบมาตรฐานของรถขนส่งและวิเคราะห์อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นในศูนย์กระจายสินค้าเพื่อหาแนวทางป้องกันแก้ไข ปัจจุบันมีวิทยากรหรือครูฝึก หลักสูตร ความปลอดภัยในการขับขี่รถบรรทุก 25 ท่าน ประจำอยู่ใน DC แต่ละพื้นที่ทั่วทุกภูมิภาค และปี 2569 จะสร้างวิทยากรใหม่ จำนวน 30 ท่าน



DRIVING CONTEST

บริษัทจัดการแข่งขันการขับขี่อย่างปลอดภัยและประหยัดของพนักงานขนส่ง โดยการติดตามและบันทึกข้อมูลของระบบ GPS ติดตามรถขนส่ง เพื่อ 1) กระตุ้นพฤติกรรมการขับขี่ที่ปลอดภัย และประหยัด อย่างต่อเนื่องในกลุ่มพนักงานขนส่ง 2) ใช้เทคโนโลยี GPS ติดตามรถขนส่งที่มีอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์ 3) ลดอุบัติเหตุและความสูญเสียที่เกิดจากอุบัติเหตุของรถขนส่ง ทั้งนี้ได้ให้รางวัลแก่พนักงานขนส่งที่มีพฤติกรรมการขับขี่ที่ดี และปลอดภัย โดยปี 2568 ได้จัดกิจกรรม Driving Contest รอบปกติต่อเนื่อง 4 ไตรมาส และรอบพิเศษ “ไปด้วยกันไปทั้งทีม” ประจำปี ซึ่งจะมีการมอบรางวัลในปี 2569









DRIVING BEHAVIOR MONITORING

บริษัทยกระดับการติดตามพฤติกรรมการขับขี่ของพนักงานขนส่ง ด้วยระบบ GPS โดยจะมีการตรวจสอบพฤติกรรมการขับขี่ของพนักงานขนส่งด้วยระบบ GPS และมีระบบออกใบเตือนอัตโนมัติ กรณีตรวจพบความเร็วเกินมาตรฐานกำหนด และการได้รับใบเตือนจะมีผลต่อการรับงาน และเมื่อครบสัญญาจะประเมินผลการจัดซื้อจัดจ้าง เนื่องจากมีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุและทำให้บริษัทเสียหาย พร้อมทั้งกำหนดจุดพักรถขนส่งเส้นทางไกลสำหรับผู้รับเหมาขนส่งสินค้าในเส้นทางขนส่งระยะไกลที่มีระยะทางมากกว่า 250 กิโลเมตร หรือใช้เวลาในการเดินทางต่อเนื่องมากกว่า 4 ชั่วโมง รวมถึงสายระยะปานกลางที่มีความเสี่ยงต่ออุบัติเหตุที่เกิดจากความเมื่อยล้าของพนักงานขับรถ เช่น สายงานข้ามคืน เป็นต้น โดยจุดพักต้องเป็นพื้นที่จอดรถได้อย่างปลอดภัย เพื่อให้ผู้รับเหมาขนส่งสามารถพักผ่อน และลดความเมื่อยล้าจากการขับขี่

โครงการฝึกอบรมพนักงานรักษาความปลอดภัย

ซีพี ออลล์ กำหนดให้บริษัทรักษาความปลอดภัยจัดฝึกอบรมความรู้ด้านนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงานภายใต้ข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชน ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานตามหน้าที่ให้แก่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทุกคนก่อนเริ่มปฏิบัติงาน เพื่อเสริมสร้างวินัย ทัศนคติที่ดี และทักษะการเผชิญเหตุฉุกเฉินอย่างเหมาะสม โดยในปี 2568 ไม่พบข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของบริษัท ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการดำเนินการควบคู่ไปกับการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี และความปลอดภัย





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- พนักงานรักษาความปลอดภัยสัญญาจ้างจากบริษัทภายนอกได้รับการฝึกอบรม **ร้อยละ 100**

โครงการลดอุบัติเหตุแบบมีส่วนร่วม Modular Safety -KYT Safety Life

บริษัท ซีพี ออลล์ (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้ดำเนินการตาม “มาตรการแนวทางการลดอุบัติเหตุ ในการทำงานตามหลัก “Modular Safety - KYT Safe Life อุบัติเหตุป้องกันได้ที่ตัวคุณ” เพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยในทุกกระบวนการทำงาน มุ่งเน้นการสร้างจิตสำนึกและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการลดอุบัติเหตุอย่างยั่งยืน โดยกำหนดให้หัวหน้างานทุกคนปฏิบัติหน้าที่เป็น “หัวหน้า Modular” ที่รับผิดชอบโดยตรงในการสนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนทำ KYT ตามความเสี่ยงทุกวัน ทั้งนี้ผู้บังคับบัญชาและผู้บริหารทุกระดับให้การสนับสนุนและติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อขับเคลื่อนนโยบายจากระดับบริหารสู่ผู้ปฏิบัติงานทั่วทั้งองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการลดอัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานลง ร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา เพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย “อุบัติเหตุเป็นศูนย์ (Zero Accident)” ภายในปี พ.ศ. 2573 ตามยุทธศาสตร์ความยั่งยืนขององค์กร ส่งผลให้สถิติอุบัติเหตุลดลงอย่างเป็นรูปธรรม





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- **ยกระดับความตระหนักรู้:** พนักงานสามารถระบุอันตรายและกำหนดมาตรการป้องกันได้ด้วยตนเองผ่านเทคนิค KYT
- **ลดความสูญเสีย:** ป้องกันการบาดเจ็บและการเจ็บป่วยจากการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- **สร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย:** ส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่านแนวทาง “มือชี้ ปากย้ำ” อย่างยั่งยืน
- **ผลลัพธ์เชิงสถิติ:** อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (IR) ลดลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

โครงการห่วงใยความปลอดภัยเพื่อนพนักงาน

ศูนย์กระจายสินค้าสุวรรณภูมิ จัดฝึกซ้อมแผนฉุกเฉินกรณีสารเคมีหกรั่วไหล เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะการตอบสนองต่อเหตุการณ์อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และปลอดภัย โดยจำลองสถานการณ์สารเคมีหกรั่วไหลที่อาจเกิดขึ้นจริงเพื่อประเมินผลกระทบต่อพนักงาน ทรัพย์สิน และสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งทดสอบประสิทธิภาพของขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อตอกย้ำความเชื่อมั่นในการบริหารจัดการความปลอดภัยให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยสูงสุด



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- พนักงานมีความเข้าใจและทักษะในการปฏิบัติงาน เมื่อเกิดเหตุการณ์จริงอย่างเป็นระบบ
- ความตระหนักด้านความปลอดภัยของพนักงานในการปฏิบัติงานร่วมกับสารเคมีอย่างถูกต้อง

โครงการจัดฝึกซ้อมกรณีเกิดเหตุแผ่นดินไหว

ศูนย์อำนวยการเหตุฉุกเฉิน พื้นที่ธาราพาร์ค จัดฝึกซ้อมอพยพหนีภัยกรณีเกิดเหตุแผ่นดินไหว เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้และทักษะการปฏิบัติอย่างถูกต้องให้พนักงาน พร้อมทดสอบสมรรถนะของทีมบริหารจัดการเหตุฉุกเฉินในการตอบโต้สถานการณ์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการฝึกซ้อมครอบคลุมพื้นที่ 14 อาคาร พนักงานรวมกว่า 4,000 คน ผ่านการดำเนินงานของกองอำนวยการฉุกเฉินและจุดรวมพล 5 จุด เพื่อรองรับการอพยพที่ปลอดภัยและเป็นระบบ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ความพร้อมในการอพยพอย่างเป็นระบบ ถูกต้องและปลอดภัย
- บุคลากรทุกคนเข้าใจหน้าที่ความรับผิดชอบ และสามารถปฏิบัติงานตามแผนฉุกเฉินได้อย่างถูกต้อง







3 โปรแกรมลดความเสี่ยงด้านการยศาสตร์ และการจัดการความเครียด

โครงการศูนย์สุขภาพ CPALL Health Care Center

บริษัทร่วมมือกับบุคลากรทางการแพทย์ ทั้งทีมแพทย์ พยาบาล และนักกายภาพบำบัด จากโรงพยาบาลรามาธิบดี ดำเนินโครงการศูนย์สุขภาพ Health Care Center เพื่อส่งเสริมสุขภาพของพนักงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง โดยมีการดูแลผ่านบริการ 5 ด้าน ดังนี้

1. ตรวจรักษาโรคทั่วไป
2. ตรวจรักษาโรคเฉพาะทาง อาทิ โรคกระดูก โรคผิวหนัง โรคตา-หู-คอ-จมูก ฯลฯ

3 กายภาพบำบัด (ตามดุลยพินิจของแพทย์)

4 เตียงสังเกตอาการหรือพักฟื้น

5 ให้บริการช่วยเหลือกรณีเจ็บป่วยฉุกเฉินหรือวิกฤต ตลอดจน สวัสดิการอื่น ๆ อาทิ ใบสั่งยาสำหรับพนักงานที่มีใบสั่งยาหรือใบรับรองแพทย์ โดยพนักงานไม่ต้องสำรองจ่าย และสามารถเลือกรักยาได้จากที่บ้านหรือที่ทำงาน

ทั้งนี้ บริษัทยังส่งเสริมการเข้าถึงวัคซีนตามสิทธิให้กับพนักงานทุกระดับ ให้บริษัทบำบัดฟื้นฟูอาการออฟฟิศซินโดรม พร้อมทั้งจัดบริการให้คำปรึกษาและดูแลสุขภาพ โดยนักกายภาพบำบัดผู้เชี่ยวชาญ ในปี 2568 มีพนักงาน และผู้บริหาร เข้าร่วมโครงการ จำนวน 2,916 คน

โครงการต่อเนื่อง ยืดเหยียดลดโรค ปีที่ 6

บริษัทดำเนินโครงการยืดเหยียดลดโรคต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยจัดขึ้นในรูปแบบออนไลน์ เชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้ความรู้เกี่ยวกับโรคออฟฟิศซินโดรม (Office Syndrome) กายภาพบำบัด และแพทย์แผนไทย eXta Health & Wellness มาให้ความรู้แก่พนักงาน พร้อมคำแนะนำเรื่องท่าทางการทำงานที่ถูกต้องเพื่อป้องกันอาการปวดกล้ามเนื้อ ในปี 2568 มีพนักงานและผู้บริหารเข้าร่วม จำนวน 190 คน





โครงการบริการปรึกษาและคัดกรองสุขภาพออนไลน์

ซีพี ออลล์ ร่วมมือกับทีมผู้เชี่ยวชาญจาก exta Health Center บูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลผ่านระบบออนไลน์ (MS Teams) เพื่อส่งมอบบริการให้คำปรึกษาและคัดกรองสุขภาพเชิงรุกแก่พนักงาน ภายใต้แนวคิด “รู้เร็ว รักษาเร็ว” โดยมุ่งเน้นการดูแลกลุ่มพนักงานที่มีความเสี่ยงต่อโรคออฟฟิศซินโดรม (Office Syndrome) และกลุ่มโรคข้อไหล่ยึดติด ซึ่งเป็นปัญหาสุขภาพหลักจากการทำงานในยุคปัจจุบัน ผ่านกิจกรรมพนักงานได้รับคำแนะนำโดยตรงจากผู้เชี่ยวชาญในการปรับพฤติกรรมการทำงานตามหลักการยศาสตร์ (Ergonomics) มุ่งเน้นการบรรเทาอาการปวดในเบื้องต้น ลดความเครียดสะสมของกล้ามเนื้อ และป้องกันการพัฒนาไปสู่ภาวะการเจ็บป่วยเรื้อรังในระยะยาว

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- พนักงานมีความเข้าใจในการดูแลสุขภาพและสามารถปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมการทำงานให้เหมาะสมด้วยตนเอง
- พนักงานกลุ่มเสี่ยงเข้าร่วมโครงการและได้รับการดูแลเฉพาะบุคคลจำนวน 20 คน
- ช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงานและยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับบุคลากรอย่างยั่งยืน

โครงการชีวีเปี่ยมสุข Happy Workplace ด้วยมิติ: สุขภาพแข็งแรง (Happy Body)

บริษัท ซีพีแรม จำกัด มีความมุ่งมั่นในการส่งเสริมสุขภาพให้พนักงานแข็งแรงทั้งกายและใจ เพราะมีความเชื่อที่ว่าถ้ามนุษย์มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง ก็จะมีจิตใจที่ดีพร้อมรับมือกับปัญหาที่จะเข้ามาได้เป็นอย่างดี จึงได้จัดทำแผนงานเพื่อทำกิจกรรมหรือโครงการที่เสริมสร้างร่างกายพนักงานให้แข็งแรง ด้วยชมรมกีฬา เช่น ชมรมฟุตบอล ชมรมแบตมินตัน ชมรมวิ่ง ชมรมโยคะ เป็นต้น ในปี 2568 มีพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมของชมรม ทั้งหมด 7,012 คน

นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า



> “ซีพี ออลล์ ผสานพลังแห่งความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยี เป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร เพื่อยกระดับประสบการณ์การบริการที่เหนือระดับและตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้บริโภค ควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่สร้างผลลัพธ์เชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน”

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG1
ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่

1.2 ลดสัดส่วนชาย หญิง และเด็กในทุกช่วงวัย ที่อยู่ภายใต้ความยากจนในทุกมิติ ตามนิยามของแต่ละประเทศให้ลดลงอย่างน้อยครึ่งหนึ่ง



SDG3
สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดี และส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ารวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้



SDG8
ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

8.2 บรรลุการมีผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้นผ่านการทำให้หลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้นในภาคส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้แรงงานเข้มข้น

8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพการสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน

8.5 บรรลุการจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพพลภาพและให้มีการจ่ายที่เท่าเทียม สำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

ปัจจุบันนวัตกรรมและเทคโนโลยีเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะการเติบโตของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคมุ่งเน้นการเข้าถึงสินค้าและบริการที่รวดเร็ว สะดวก และตอบโจทย์เฉพาะบุคคลมากยิ่งขึ้น ช่องทางออนไลน์จึงสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค การพัฒนาและประยุกต์ใช้ AI อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจในยุคดิจิทัล ขณะเดียวกันการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยียังส่งผลกระทบต่อโครงสร้างการดำเนินงานและบทบาทของพนักงานและคู่ค้า โดยเฉพาะการใช้ระบบอัตโนมัติทดแทนงานซ้ำซ้อนและกระบวนการที่ใช้แรงงานคน ส่งผลให้องค์กรจำเป็นต้องเร่งสนับสนุนงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสินค้าหรือบริการ พัฒนาทักษะบุคลากร (Reskilling & Upskilling) เพื่อรองรับการทำงานร่วมกับเทคโนโลยีและสร้างความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว นอกจากนี้นวัตกรรม AI เป็นโอกาสเชิงกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน ยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและพันธมิตรทางธุรกิจได้อย่างแม่นยำมากขึ้น องค์กรสามารถประยุกต์ใช้ AI เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก คาดการณ์ความต้องการสินค้า ลดของเสียจากการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ซึ่งไม่เพียงช่วยเพิ่มความคล่องตัวทางธุรกิจ แต่ยังมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนคุณค่าร่วมระหว่างองค์กร ผู้บริโภค และสังคม สู่การเติบโตในระยะยาว

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ — คู่ค้า
2. การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า — พนักงาน
3. การจัดส่ง และกระจายสินค้า — พนักงาน
4. การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ — ชุมชน, พนักงาน, พันธมิตรทางธุรกิจ
5. การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย — พนักงาน

▶ ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

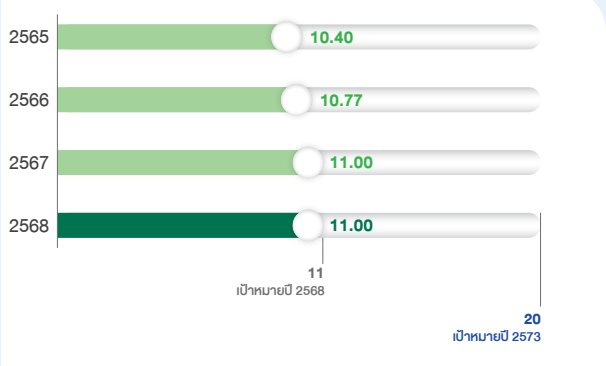
มิติด้านความยั่งยืน - มิติด้านธรรมาภิบาล และเศรษฐกิจ

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ - Significant Material Topics

▶ เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

รายได้ที่มาจากนวัตกรรมด้านสินค้าบริการ และธุรกิจใหม่ ตลอดจนนวัตกรรมด้านกระบวนการ

(หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ผลงานนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และการปรับปรุงกระบวนการที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ **9 ผลงาน** เป็นมูลค่า **961 ล้านบาท**

ผลงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ **893 ผลงาน**

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

- โครงการส่งเงินด่วนทั่วโลก รับเงินทั่วไทย ปลอดภัยทุกธุรกรรม
- โครงการพัฒนากระบวนการสืบย้อนกลับสินค้าเกษตร
- โครงการต่อเนื่อง นวัตกรรมตู้ Open Showcase ประหยัดพลังงาน
- โครงการสร้าง SME ปั้นผลไม้ไทยเติบโตอย่างยั่งยืน





แนวทางการดำเนินงาน

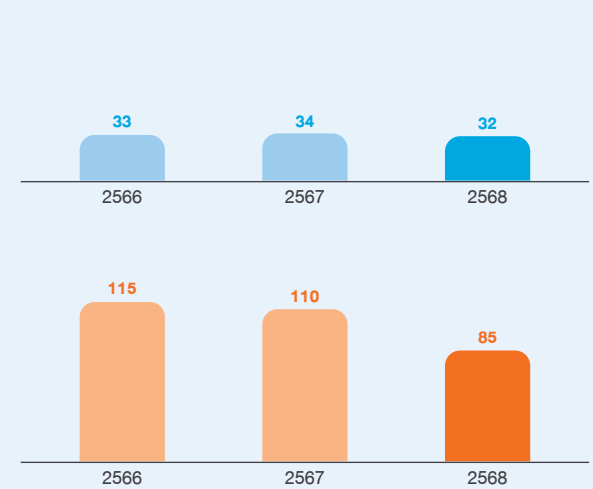
บริษัทมุ่งมั่นขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อเสริมศักยภาพการแข่งขันและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างฉับไว โดยดำเนินกลยุทธ์ “นวัตกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม” เป็นแกนหลักในการดำเนินงาน ผ่านการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีสีเขียว รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นกลไกสำคัญในการป้องกันและลดผลกระทบเชิงลบ (Mitigate Negative Impacts) ที่อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการบริหารจัดการและขยายผลกระทบเชิงบวก (Manage Positive Impacts) ในปี 2568 บริษัทได้จัดโครงการประกวดนวัตกรรม “CP Innovation Pitching 2025” ซึ่งเป็นการรวบรวมนวัตกรจากเครือเจริญโภคภัณฑ์มานำเสนอแนวคิดและต่อยอดโครงการที่สามารถสร้างคุณค่าร่วมให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม ควบคู่ไปกับการยกระดับศักยภาพบุคลากรผ่านการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในหลากหลายมิติ เพื่อเสริมความเป็นผู้นำด้านการบริหารจัดการนวัตกรรมและขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จในอนาคตอย่างยั่งยืน

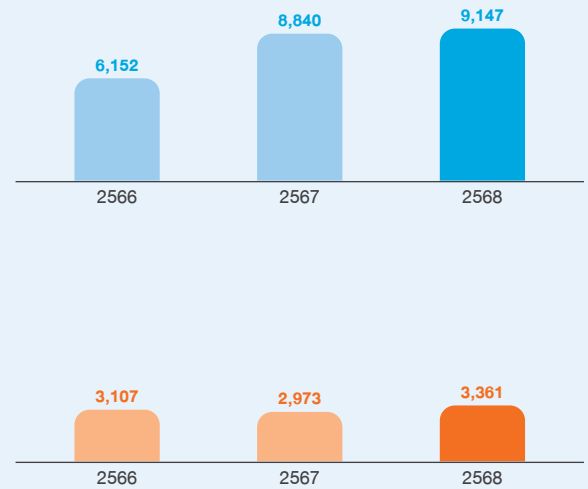
สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

นวัตกรรมแบบเปิด นวัตกรรมแบบปิด

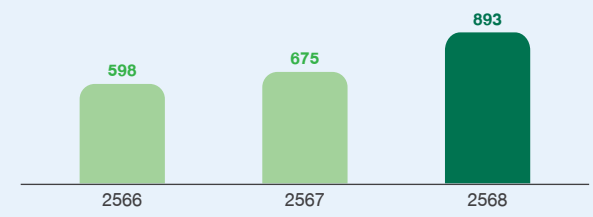
ผลงานที่ได้รับรางวัลจากการประกวดนวัตกรรม
(ผลงาน)



มูลค่านวัตกรรมจากผลงานที่ได้รับรางวัล
(ล้านบาท)



จำนวนผลงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
(ผลงาน)



	2566	2567	2568
จำนวนนวัตกร (รายสะสม)	16,507	18,074	19,596
จำนวนสิทธิบัตร (สะสม)	16	18	9
จำนวนอนุสิทธิบัตร (สะสม)	15	24	21

บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา	250 ราย
งบประมาณด้านวิจัยและพัฒนา	395.88 ล้านบาท

1 ศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรม

บริษัทสนับสนุนการพัฒนางานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านอาหารอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีให้กับลูกค้าเป็นสำคัญ ผ่านการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ อีกทั้งบริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ในปี 2568 บริษัทมีศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่

ศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้านอาหาร บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด

บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด มุ่งเน้นพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีอาหาร เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและสุขภาวะของผู้บริโภคทุกกลุ่ม โดยใช้เทคนิคทางวิทยาศาสตร์ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารให้เหมาะสมกับช่วงวัย อาชีพ และความต้องการทางโภชนาการเฉพาะด้าน ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยยังทำหน้าที่เป็นแหล่งบ่มเพาะนวัตกรรมผ่านทีมพัฒนาสินค้าใหม่ (New Product Development: NPD) เพื่อสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารอย่างยั่งยืน ทั้งในภาครัฐและเอกชน ภายใต้แนวคิดการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมควบคู่กัน นอกจากนี้ บริษัทยังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านวิจัย ให้บริการที่ปรึกษา การทดสอบและออกแบบผลิตภัณฑ์ ตลอดจนประสานความร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันวิจัย มหาวิทยาลัย และพันธมิตรธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ภายใต้พื้นที่นวัตกรรมแบบเปิด (Food Technology Exchange Center: FTEC) เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และยกระดับอุตสาหกรรมอาหารไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน ในปี 2568 มีตัวอย่างผลงานวิจัย ดังนี้

- การร่วมมือกับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ในการศึกษาศักยภาพของการนำ “ส่วนคัดทิ้งของกะเพรา” จากกระบวนการผลิตมาวิจัยและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและสมุนไพรเพื่อสุขภาพ โดยเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ โครงการดังกล่าวมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบเหลือใช้ และต่อยอดเป็นนวัตกรรมเพื่อสุขภาพที่ช่วยป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) เช่น โรคเบาหวานและความดันโลหิตสูง ทั้งยังเป็นตัวอย่างของการเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์กับการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารไทยอย่างยั่งยืน
- ดำเนินโครงการวิจัยและพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับแต่ละช่วงวัย (Food for Age Group) ได้แก่ อาหารสำหรับผู้สูงอายุ เด็กเล็ก และผู้ป่วยเฉพาะกลุ่ม เพื่อส่งเสริมสุขภาวะและโภชนาการที่เหมาะสมต่อความต้องการของแต่ละกลุ่ม

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- 14 บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา
- 8 ผลงานวิจัยและพัฒนา
- 18 ล้านบาท งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา

ด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ สายงานบริหารและพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทดำเนินงานด้านการศึกษาและพัฒนานวัตกรรมการจัดการอาหาร รวมถึงการบริหารจัดการความปลอดภัยของอาหารให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับหลักสุขอนามัยและสุขภาวะที่ดี ภายใต้แนวทางที่สมดุลต่อห่วงโซ่อาหารและคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังให้คำปรึกษาด้านวิชาการเพื่อสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์แก่ผู้ประกอบการ โดยมีหน้าที่หลัก ดังนี้

- พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ซึ่งคำนึงถึงทุกขั้นตอนในวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ตั้งแต่การผลิตจนถึงการกำจัด เพื่อลดและป้องกันผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งส่งเสริมการจัดการขยะอย่างเหมาะสมและยั่งยืน
- พัฒนาสูตรอาหารและกระบวนการผลิตในระดับอุตสาหกรรม ครอบคลุมกลุ่มอาหาร เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ภายใต้แบรนด์ของบริษัท โดยยึดหลักโภชนาการและสุขอนามัยของอาหาร เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการให้คำปรึกษา วิเคราะห์ทดสอบผลิตภัณฑ์ และพัฒนานวัตกรรมอาหารเพื่อการบริโภคที่ดีต่อสุขภาพ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารอย่างยั่งยืน ทั้งยังมุ่งเพิ่มมูลค่าสินค้าและตอบสนองต่อแนวโน้มการบริโภคเพื่อสุขภาพที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2568 บริษัทมีตัวอย่างผลงานการวิจัยและพัฒนา สินค้าพัฒนาร่วม Private Brand อาทิ

ต้มเลือดหมู

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ มีโปรตีนสูง และมีธาตุเหล็กสูง

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 27 เดือนมีนาคม 2568

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย ทั่วประเทศ



แซนวิชโฮลวีทสลัดกุ้งควีนัวฟักทอง

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ เป็นแหล่งของโปรตีน เป็นแหล่งของใยอาหาร

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 4 เดือนกันยายน 2568

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย ทั่วประเทศ



ลาบเห็ดปั้นก้อน

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ เป็นแหล่งของโปรตีน เป็นแหล่งของใยอาหาร

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 29 เดือนกันยายน 2568

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย ทั่วประเทศ



น้ำลิ้นจี่

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ มีวิตามิน C

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 6 เดือนพฤศจิกายน 2568

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย ทั่วประเทศ



ผักสลัดฟิลเลย์ไอซ์เบิร์กอินทรีย์ 120 กรัม

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ ผักอินทรีย์ ผักสลัดอินทรีย์ พร้อมทาน สดกรอบ

วันที่วางจำหน่าย วันที่ 28 เดือนสิงหาคม 2568

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย 1,000 สาขา



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา จำนวน **54 ท่าน**
- ผลงานวิจัยและพัฒนาสินค้า **885 รายการ**
- งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาปีละ **3.46 ล้านบาท**

2 ต่อยอดสินค้านวัตกรรม เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

ในปี 2568 บริษัทมุ่งตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อสนับสนุนการเติบโตทางธุรกิจ และเสริมศักยภาพให้กับผู้ประกอบการ SMEs ในการพัฒนาและนำนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยมีผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการพัฒนาสูตรต่อเนื่อง สลัดโรล อร่อยครบจบในกล่องเดียว

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มุ่งพัฒนากระบวนการผลิตสลัดโรล ซึ่งเป็นสินค้าสุขภาพที่ตอบโจทย์แนวโน้มการบริโภคเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค โดยนำนวัตกรรม Postharvest มาประยุกต์ใช้เพื่อคงความสดของผักสลัด และพัฒนาสูตรเฉพาะสำหรับการแช่แป้ง (Only at 7-Eleven) ช่วยรักษาความนุ่มของแป้งได้ยาวนานขึ้น พร้อมควบคุมคุณภาพการผลิตด้วยการใช้วัตถุดิบที่ปราศจากเชื้อจุลินทรีย์ก่อโรค ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีอายุการจำหน่ายได้ถึง 5 วัน ทั้งนี้ การพัฒนานวัตกรรมดังกล่าวไม่เพียงตอบโจทย์ด้านสุขภาพของผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรท้องถิ่น และยกระดับมาตรฐานการผลิตของผู้ประกอบการ SMEs ในห่วงโซ่อุปทานให้มีความยั่งยืนมากขึ้นอีกด้วย ปัจจุบันมีการขยายผลเพิ่มเมนูในกลุ่ม สลัดโรลอีก 3 รายการ (SKU) ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทมีแผนการพัฒนาปรับปรุงสูตรแป้งเพื่อยืดอายุผลิตภัณฑ์ให้ได้นานขึ้นอีก



วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

ลูกค้า	บริษัท	เกษตรกร
เพิ่ม ความหลากหลายของสินค้า	เพิ่ม ยอดขายกลุ่มสินค้า Ready to Eat	ส่งเสริม สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร
เพิ่ม ทางเลือกผู้บริโภค		ยกระดับ เกษตรกรรมของประเทศ

ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ

- เพิ่มโอกาสการขายสินค้า โดยการยืดอายุสินค้า เพิ่มจาก 2 วัน **เป็น 5 วัน**
- เพิ่มสาขาวางจำหน่ายจาก 11,170 สาขา เป็น **14,109 สาขา**
- มูลค่าเพิ่มที่ได้จากโครงการ **200 ล้านบาทต่อปี**

แนวคิดนวัตกรรม

ค้นหา คัดเลือก ควบคุม
ค้นหาพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม/ คัดเลือกวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพ/ ควบคุมการดูแลให้เป็นไปตามกำหนด

↓ เพื่อวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน

เทคโนโลยี
Pre-Cooling/เทคนิคการตัดแต่ง/ Hydro-Cooling/ลดเชื้อจุลินทรีย์/ เพิ่มความแข็งแรงของเซลล์/ ลดการเกิดอาหารสีน้ำตาล/ Modify Atmosphere

↓ เพื่อคงความสดของผัก

นวัตกรรม
ชนิดของแผ่นแป้ง/ ส่วนประกอบของแผ่นแป้ง/ สารแช่แผ่นแป้ง

↓ เพื่อคงความนุ่มชุ่มชื่นของแผ่นแป้ง

ทักษะ และเทคนิค
การตัดแต่ง/การวางวัตถุดิบ/ การแช่แป้ง/การม้วน/ การควบคุมอุณหภูมิ

↓ เพื่อคงคุณภาพของสินค้า

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ
- เพิ่มยอดขายสินค้าสลัดโรล
- เพิ่มพื้นที่การวางจำหน่าย
- สินค้ามีความหลากหลาย

คุณค่าทางเศรษฐกิจ
- เพิ่มยอดขายสินค้า สลัดโรล มากกว่า 200 ล้านบาทต่อปี
- เพิ่มพื้นที่การวางจำหน่าย 14,109 สาขา

ผลกระทบด้านสังคม
- สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร
- สร้างอาชีพให้คนในชุมชน
- ยกระดับมาตรฐานการผลิต

คุณค่าทางสังคม
- เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 285 ราย

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
- ประชาชนคนไทยกินของดี สุขภาพดี
- เพิ่มพื้นที่และพัฒนาเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน

คุณค่าทางสิ่งแวดล้อม
- เพิ่มพื้นที่และพัฒนาเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน รวม 210 ไร่

โครงการต่อเนื่อง “Collaboration Brand – by Own Brand CP Axtra”

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมมือกับแบรนด์ชั้นนำ ร้านอาหารชื่อดัง และบุคคลที่มีชื่อเสียง ในการพัฒนา ผลิต และจำหน่ายสินค้า ภายใต้ Makro house brand โดยผสานจุดแข็งของแต่ละพันธมิตร ทั้งด้านชื่อเสียง ความเชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเครือข่ายช่องทางจัดจำหน่ายของลูกค้าผู้ประกอบการร่วมกันสร้างสรรค์สินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน โครงการดังกล่าวยังช่วยขยายฐานลูกค้าจาก B2B สู่ B2C อย่างมีประสิทธิภาพ



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- มีสินค้าภายใต้แบรนด์กว่า 10 รายการ
- สร้างยอดขายเพิ่มขึ้น เป็นมูลค่า 10 ล้านบาทต่อปี







โครงการ Long lasting Shelf-Life 21 days



บริษัท ซีพีแรม จำกัด พัฒนาโครงการ Long Shelf Life เพื่อสร้างสินค้าใหม่ในกลุ่มซุปแช่เย็นที่มีอายุการจำหน่ายนานถึง 21 วัน โดยเริ่มจากเมนู “ซุปโอเด้ง” ซึ่งเป็นซุปนานาชาติยอดนิยม พัฒนาด้วยกระบวนการพาสเจอร์ไรซ์ร่วมกับการปรับสูตรและบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมตามหลัก Food Safety เพื่อคงรสชาติและคุณภาพแบบญี่ปุ่นแท้ ปัจจุบันวางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven 1,244 สาขาทั่วประเทศ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สร้าง New category ที่มีอายุการจำหน่ายยาวขึ้นให้กับร้าน 7-Eleven
- สร้างนวัตกรรมใหม่ในการผลิตสินค้ากลุ่ม Long shelf life เพื่อลดการตัดจ่ายสินค้า
- สร้างยอดขายเพิ่ม 13 ล้านบาทต่อปี

3 สร้างนวัตกรรมบริการ เพื่อส่งมอบประสบการณ์ความสะดวกแก่ผู้บริโภคด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

บริษัทศึกษาแนวโน้มและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้ช่องทางออนไลน์ในการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มความหลากหลายของช่องทางจำหน่ายและสร้างความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการของผู้บริโภค ควบคู่กับการยกระดับประสิทธิภาพการซื้อขายให้รวดเร็วและตอบโจทย์ความต้องการได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ บริษัทได้ดำเนินโครงการสำคัญหลายโครงการเพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ดังนี้

โครงการต่อเนื่องการพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ Online to Offline (O2O)

บริษัทยังคงพัฒนาและปรับปรุงแพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน 7-Eleven บนโทรศัพท์มือถืออย่างต่อเนื่อง ให้เป็นแพลตฟอร์มที่ส่งมอบสินค้าและบริการแบบสะดวกครบวงจร หรือ “All Convenience” เพื่อมุ่งสร้างคุณค่าและเพิ่มประสบการณ์ที่ดีรู้ใจลูกค้าเป็นรายบุคคลตามพฤติกรรมความต้องการ และกำลังซื้อที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มแต่ละพื้นที่ โดยทำให้การเข้าถึง การค้นหา รวมถึงระบบการแนะนำสินค้าโปรโมชันมีความง่าย สะดวกขึ้น ภายใต้

- บริการ “7Delivery” สั่งสินค้าจากร้านสาขาและส่งสินค้าถึงบ้านทันที สามารถเลือกรับสินค้าเองที่ร้าน หรือกำหนดเวลาในการจัดส่งสินค้าได้เองภายในรอบวัน ทำให้ลูกค้าสามารถวางแผนการสั่งซื้อของได้ล่วงหน้า และรับของในเวลาที่สะดวกรับ เพื่อตอบโจทย์ การกิน การใช้ และไลฟ์สไตล์ อย่างครบครันในการซื้อสินค้าเข้าบ้าน

- บริการ “All Online” เติมเต็ม ไลฟ์สไตล์ เป็นสินค้านอกเหนือ จากที่มีจำหน่ายในร้านสาขา หลากหลายกว่า 8 หมื่นรายการลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าล่วงหน้าผ่านแอพพลิเคชั่น บนมือถือของตนเองหรือจะให้พนักงานที่ร้านสาขาช่วยทำการสั่งสินค้าในระบบออนไลน์ และเลือกมารับสินค้าได้ด้วยตนเองที่ร้าน 7-Eleven ด้วยบริการที่สะดวกสบายตลอด 24 ชั่วโมง หรือจะเลือกให้นำสินค้าไปส่งที่บ้าน

พร้อมกันนี้บริษัทยังพัฒนาและยกระดับระบบสมาชิก“ออลล์เมมเบอร์(AllMember)”ผ่านแอพพลิเคชั่นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสมาชิกในระบบกว่า 22 ล้านคน ใช้เป็นช่องทางการสื่อสารสร้างความผูกพัน ที่ใกล้ชิดกับลูกค้าพร้อมกันกับการพัฒนาสิทธิประโยชน์ที่สอดรับกับพฤติกรรมและความต้องการ ที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละคนเพื่อให้ลูกค้าทุกคนได้รับประโยชน์จากระบบสมาชิกและการดูแล ที่ตรงจุดตรงใจอย่างแท้จริง

โครงการต่อเนื่อง เปย์ง่าย ขายคล่อง

บริษัท เคาน์เตอร์ เซอร์วิส จำกัด มุ่งยกระดับประสบการณ์การชำระเงินให้สะดวก รวดเร็ว และครอบคลุมผู้ใช้ทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้าทั่วไปและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยร่วมมือกับพันธมิตรสำคัญ Alipay Global เพื่อพัฒนาระบบการรับชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้าน 7-Eleven ให้รองรับการชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง ผ่านเครือข่าย Alipay Plus ซึ่งเชื่อมต่อกับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet) ชั้นนำระดับโลกมากถึง 8 ประเทศ รวมกว่า 12 กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ช่วยให้ลูกค้าสามารถเลือกชำระเงินได้ตามความสะดวก สามารถสแกนจ่ายผ่านมือถือหรือกระเป๋าเงินดิจิทัล ลดระยะเวลาในการทำธุรกรรมหน้าร้าน ลดข้อผิดพลาดในการสื่อสารของพนักงาน และเพิ่มความปลอดภัยในการจัดการเงินสดของร้าน 7-Eleven ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



มาเลเซีย: Touch 'n Go eWallet, MyPB
สิงคโปร์: SG, CHANGI Pay
ฟิลิปปินส์: GCash
ฮ่องกง: HK
เกาหลีใต้: pay, Npay, toss payments
มาเก๊า: MPay
มองโกเลีย: hipay
อิตาลี: tinaba

โครงการส่งเงินด่วนทั่วโลก รับเงินทั่วไทย ปลอดภัยทุกธุรกรรม

บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด พัฒนาบริการรับ-ส่งเงินระหว่างประเทศ ด้วยค่าธรรมเนียมเริ่มต้น 40 บาท ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรระดับโลก เช่น Western Union และ Ria Money Transfer ครอบคลุมกว่า 200 ประเทศทั่วโลก โดยมีจุดให้บริการมากที่สุดในประเทศ เพื่อให้ลูกค้าทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงบริการได้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย พร้อมยกระดับภาพลักษณ์ของร้าน 7-Eleven ในฐานะผู้นำด้านธุรกรรมทางการเงินที่ทันสมัยและเชื่อถือได้

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สร้างรายได้จากการให้บริการรับ ส่งเงินระหว่างประเทศ
- เพิ่มความสะดวกสบายให้ลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
- ส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกรรมการเงินที่ทันสมัย และปลอดภัย



โครงการ ALL ONLINE Affiliate ระบบสร้างรายได้เสริมของคนไทย เพื่อคนไทย

บริษัท ทเวนตี้โฟร์ ช้อปปิ้ง จำกัด พัฒนาระบบ ALL ONLINE Affiliate เพื่อเปิดโอกาสให้คนไทยสามารถรีวิวสินค้า และรับค่าคอมมิชชั่นจากการขายโดยเป็นกลุ่มธุรกิจแบบ E-Retail รายแรกในไทยที่พัฒนาแพลตฟอร์มครอบคลุมสินค้าคู่ค้ากว่า 80,000 รายการ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ผู้สนใจใช้งานกว่า **49,714 คน** ผ่านเครื่องมือการตลาดออนไลน์
- สร้างรายได้เสริมให้แก่คนไทยรวมกว่า **1.37 ล้านบาท** ภายในระยะเวลาเพียง 1 ปี
- เพิ่มยอดขายให้ธุรกิจและคู่ค้า กว่า **54 ล้านบาท** และลดต้นทุนค่าโฆษณาให้กับบริษัท



4 ใช้นวัตกรรมเพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน

ในปี 2568 บริษัทนำเทคโนโลยีเข้ามาเพื่อยกระดับกระบวนการทำงานให้มีความรวดเร็ว คล่องตัว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มุ่งเสริมศักยภาพการทำงานของพนักงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิผลและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ บริษัทได้ดำเนินโครงการสำคัญที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง Intelligent Planning Routes ปีที่ 3

บริษัท ซีพี แรม จำกัด ยกระดับประสิทธิภาพกระบวนการตรวจสอบและอนุมัติให้มีความรวดเร็วและแม่นยำมากยิ่งขึ้น โดยลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน และเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานผ่านการพัฒนาเว็บไซต์ “NPD Status” ซึ่งทำหน้าที่เป็นระบบ Data Integration สำหรับติดตามและตรวจสอบความพร้อมก่อนการผลิตแบบอัตโนมัติ แทนการดำเนินงานในรูปแบบ Manual เดิม

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดขั้นตอนการทำงานจาก 16 ขั้นตอนเหลือ 10 ขั้นตอน ลดขั้นตอนการอนุมัติได้ **ร้อยละ 100**
- ยกเลิกการใช้เอกสารได้ **ร้อยละ 100**
- ลดค่าใช้จ่ายได้ **3.89 ล้านบาทต่อปี**

พร้อมกันนี้ บริษัทยังได้พัฒนาโปรแกรม “Postpone PO Delivery Date” บนระบบ SAP เพื่อใช้ในการคำนวณและสามารถแนะนำข้อมูลวันที่เหมาะสม สำหรับการปรับเปลี่ยนวันที่จัดส่งวัตถุดิบเข้าสู่โรงงานได้แบบอัตโนมัติ ส่งผลให้กระบวนการผลิตมีความเป็นระบบมากขึ้น ลดระยะเวลาและความล่าช้าในการดำเนินงาน รวมทั้งช่วยให้สามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงตามแผน อีกทั้งยังช่วยลดภาระงานของพนักงาน สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

โครงการเครื่องพ่นไข่

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดกระบัง) พัฒนานวัตกรรมเครื่องพ่นไข่ เพื่อแก้ไขปัญหาคอขวดในกระบวนการผลิต และลดความเสี่ยงด้านสุขภาพของพนักงานจากการฟุ้งกระจายของละอองไข่ โดยออกแบบห้องพ่นไข่ใหม่ พร้อมติดตั้งระบบกรองอากาศและ ฮูดดูดอากาศ รวมถึงปรับปรุงชุดหัวพ่นและระบบเติมไข่ให้เป็นแบบแรงโน้มถ่วง ส่งผลให้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นจาก 4,200 เป็น 8,000 แพ็คต่อชั่วโมง และสามารถลดปริมาณละอองไข่จาก 2.4 กิโลกรัมต่อชั่วโมง เหลือเพียง 0.05 กิโลกรัมต่อชั่วโมง นวัตกรรมดังกล่าวช่วยยกระดับประสิทธิภาพการผลิตอย่างมีนัยสำคัญและอยู่ระหว่างกระบวนการยื่นขอรับสิทธิบัตร



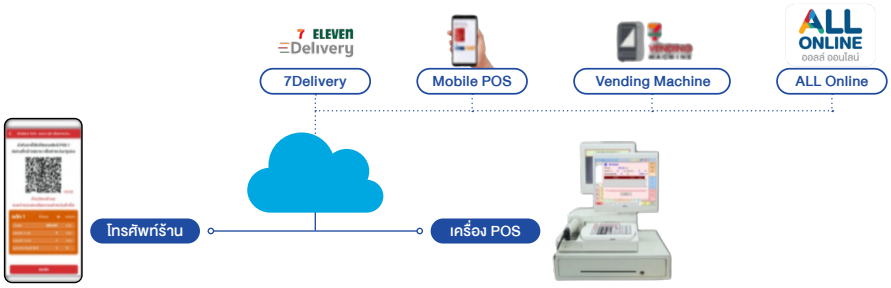


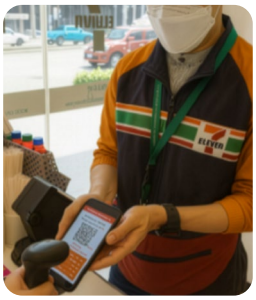
ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดต้นทุนแรงงาน ประหยัดค่าแรงงาน **10 คนต่อวัน** คิดเป็น **1.39 ล้านบาทต่อปี**
- ลดการใช้ไข่ **1.5 ตันต่อเดือน** ประหยัดได้ **2.1 ล้านบาทต่อปี**
- ลดค่าใช้จ่ายจากการใช้อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล PPE ประหยัดได้ **52,925 บาทต่อปี**
- ลดอัตราพนักงานลาออก **ร้อยละ 40** ส่งผลดีต่อความปลอดภัยในการทำงาน

โครงการระบบจัดการเงินสดขายนอกเครื่อง POS

บริษัทนำนวัตกรรมดิจิทัลเข้ามาใช้กับกระบวนการจัดการเงินสดจากช่องทางขายนอกเครื่อง POS (เช่น 7Delivery, Mobile POS, All Online และ Vending Machine) ซึ่งเดิมอาศัยการตรวจสอบแบบ Manual ที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงสูงต่อความผิดพลาดของยอดเงินสด การตรวจสอบซ้ำซ้อน และการใช้แบบฟอร์มกระดาษจำนวนมาก การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาระบบจัดการและสำรองเงินทอนผ่านเครื่อง POS ซึ่งช่วยยกเลิกการใช้แบบฟอร์มกระดาษ ได้อย่างสมบูรณ์ และสร้างนวัตกรรมการฝากเงินผ่าน QR Code ที่เชื่อมต่อข้อมูลระหว่างมือถือของพนักงานกับ POS ได้ทันที นอกจากนี้ยังมีการสร้างระบบติดตามเงินฝากแบบ Real-Time พร้อมการแจ้งเตือนอัตโนมัติเมื่อมีการนำฝากไม่ครบถ้วน ทำให้การจัดการเงินสดนอกเครื่อง POS เป็นไปตาม มาตรฐานเดียวกันทุกช่องทาง ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงข้อผิดพลาด เพิ่มประสิทธิภาพ และลดภาระงานได้อย่างโดดเด่น





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดเวลาทำงานเหลือ **33 นาทีต่อสาขาต่อวัน** จากเดิม 121.5 นาที
- ลดการใช้กระดาษได้ 19.2 ล้านแผ่นต่อปี คิดเป็นมูลค่า **6.98 ล้านบาทต่อปี**
- ประหยัดต้นทุนรวมได้ถึง **379.2 ล้านบาทต่อปี** และคืนทุนภายใน 4 วัน

5 สร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการพัฒนา นวัตกรรมที่สร้างคุณค่าเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยดำเนินโครงการส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องผ่านการอบรม ให้คำปรึกษา และจัดกิจกรรมประกวด “CP Innovation Pitching 2025” ซึ่งเป็นเวทีที่เปิดโอกาสให้พนักงานจากเครือเจริญโภคภัณฑ์ นำเสนอแนวคิดนวัตกรรมที่น่าสนใจ เพื่อต่อยอดการดำเนินธุรกิจภายใต้กลยุทธ์ “นวัตกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม”

โครงการพัฒนากระบวนการสืบย้อนกลับสินค้าเกษตร

ซีพี ออลล์ จำหน่ายกล้วยหอมทองทั่วประเทศเข้าสู่ปีที่ 13 โดยมีเครือข่ายพื้นที่ปลูกขนาดใหญ่ ถึง 27,994 ไร่ มีลูกสวนในระบบกว่า 2,100 ราย และมีโรงงานเอสเอ็มอีที่ร่วมผลิตรวม 21 แห่ง ปัจจุบันบริษัทมียอดจำหน่ายสูงถึง 340,000-370,000 ลูกต่อวัน หรือมากกว่า 120 ล้านลูกต่อปี

เพื่อยกระดับมาตรฐานและความโปร่งใส สายงานบริหารผลิตภัณฑ์ได้ร่วมกับ Axons ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ พัฒนาระบบการจัดการข้อมูลสินค้ากล้วยหอมทองด้วยเทคโนโลยี Blockchain ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) อย่างครบวงจรใน 3 มิติหลัก ได้แก่ Supply (แหล่งเพาะปลูก), Internal Process (กระบวนการภายใน) และ Farm Story (เรื่องราวของฟาร์ม) พัฒนาการติดตามและตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ได้อย่างสมบูรณ์ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ทำให้ผู้บริโภคสามารถทราบกระบวนการทั้งหมดตั้งแต่การปลูกจนกระทั่งสินค้าถึงมือลูกค้า

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สามารถประมาณการผลิต ทราบ Supply ล่วงหน้า ป้องกันการเสียโอกาสจากการขาย
- สามารถตรวจประเมินการปลูก และการผลิตกล้วยผ่านระบบวิเคราะห์ข้อมูลได้หลายมิติในทันที ลดขั้นตอน เพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน และลดการใช้กระดาษ **ร้อยละ 100**
- ลูกค้าทราบแหล่งที่มาได้ทันที สามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เช่น ประโยชน์ของกล้วย การส่งเสริมเษตร และ SMEs รวมถึง Shop online ของบริษัท



ในปี 2568 บริษัทได้สนับสนุนการเข้าร่วมประกวดภายใต้เวที 7 Innovation Awards 2025 และโครงการ “Thailand Synergy เพื่อ SMEs ไทยสู่ IDEs” ซึ่งได้ความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐและเอกชน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ SMEs และสตาร์ทอัพไทยนำเสนอผลงานนวัตกรรมเชิงเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี โดยในปี 2568 มีผลงานส่งเข้าประกวดรวม 180 ชิ้น และได้รับรางวัลทั้งสิ้น 32 รางวัล แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ 12 รางวัล ด้านสังคม 12 รางวัล และด้านเทคโนโลยี 8 รางวัล

การดำเนินงานด้านนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการส่งเสริมนวัตกรรมที่ขับเคลื่อนคุณค่าให้แก่ธุรกิจและสังคมควบคู่กัน (Creating Shared Value: CSV) รวมถึงสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) โดยเฉพาะในด้านนวัตกรรม อุตสาหกรรม และโครงสร้างพื้นฐาน (SDG 9) และการผลิตและบริโภคอย่างยั่งยืน (SDG 12)

โครงการต่อเนื่องนวัตกรรมตู้ Open Showcase ประหยัดพลังงาน

นวัตกรรมตู้ Open Showcase เป็นอุปกรณ์หลักที่มีบทบาทสำคัญในการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน 7-Eleven ซึ่งมีผลิตภัณฑ์หลากหลายตอบโจทย์ผู้บริโภคทุกกลุ่ม โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผ่านการปรับปรุง ออกแบบ และวิจัยเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของตู้ให้สามารถ ประหยัดพลังงานมากขึ้น และรองรับการใช้งานได้อย่างมีเสถียรภาพ สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

- สามารถลดต้นทุนการใช้พลังงานจากเดิมได้มากกว่า**ร้อยละ 60** หรือ **200 ล้านบาทต่อปี**
- ยืดอายุการใช้งานอุปกรณ์ของร้านสาขาได้ยาวนานขึ้น**ร้อยละ 30**

โครงการสร้าง SMEs ปั้นผลไม้ไทยเติบโต

เพื่อแก้ไขปัญหาการผลิต การแปรรูป และการตลาดของผลไม้ไทย ที่ส่งผลให้เกษตรกรได้รับผลกระทบจากปัญหาราคาตกต่ำอย่างยั่งยืน บริษัทใช้แนวทางการผลิตผลไม้แบบครบวงจร โดยใช้กลยุทธ์ “3 ให้” ได้แก่ ให้ช่องทางขาย ให้ความรู้ และให้การเชื่อมโยงเครือข่าย เน้นหลักการตลาดนำการผลิต มีการวางแผนปริมาณผลผลิตให้สอดคล้องกับยอดขาย เพื่อป้องกันปัญหาผลผลิตล้นตลาด พร้อมทั้งสร้างระบบประกันราคาที่แน่นอนและสูงกว่าราคาตลาด

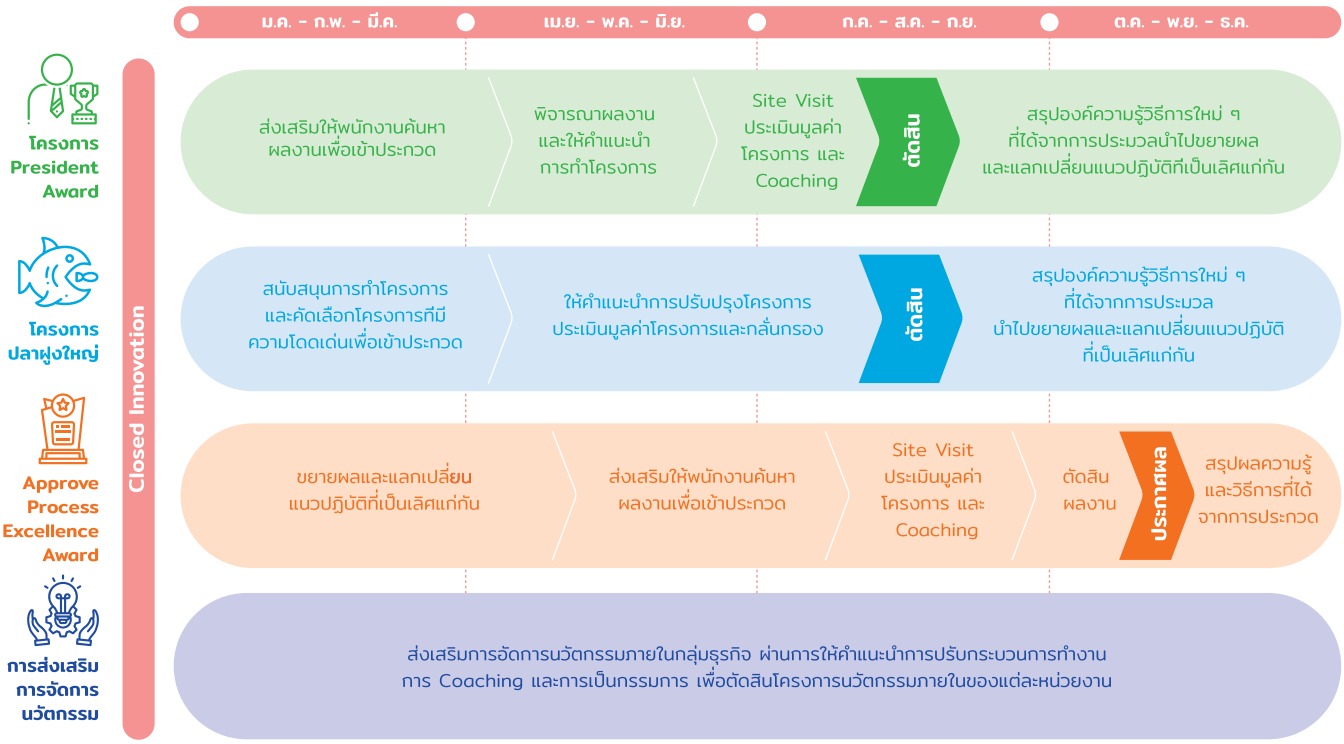


ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ยกระดับพื้นที่เกษตรกรรม **10,000 ไร่** สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร มากกว่า **1,000 ครอบครัว**
- รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร **16,000 ตันต่อปี**
- พัฒนา SMEs ธุรกิจเกษตร **15 ราย**
- สร้างรายการสินค้าใหม่ **74 SKUs**

6 สร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม

บริษัทยังคงส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมภายในองค์กร ผ่านการอบรมและกิจกรรมประกวดโครงการนวัตกรรมภายในกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานนำเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ที่สร้างคุณค่าในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และแนวทางการทำงานใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความยืดหยุ่น และสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมที่เปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืน



การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ



> การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของ ซีพี ออลล์ มุ่งเน้นความรับผิดชอบ ความโปร่งใส และการบริหารความเสี่ยงอย่างรอบด้าน ตั้งแต่ต้นทางของการจัดซื้อวัตถุดิบคุณภาพ จนถึงการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย และได้มาตรฐานแก่ผู้บริโภค

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG4

สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็นรวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดีและการเป็นผู้ประกอบการ



SDG8

ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน



SDG12

สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและผลิตที่ยั่งยืน

12.7 ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างภาคสาธารณะที่ยั่งยืนตามนโยบายและการให้ลำดับความสำคัญของประเทศ

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

การดำเนินธุรกิจต้องเผชิญการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มุ่งเน้นความสะดวก รวดเร็ว และประสบการณ์การซื้อสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์เฉพาะบุคคลมากยิ่งขึ้น การพัฒนาเทคโนโลยีอัจฉริยะ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ระบบวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูง และระบบขนส่งอัตโนมัติ จึงเข้ามามีบทบาทในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการดำเนินงานของธุรกิจ ทั้งนี้ หากองค์กรไม่สามารถปรับตัวหรือบูรณาการเทคโนโลยีเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม อาจเกิดความเสี่ยงด้านความผิดพลาดของข้อมูล ความล่าช้าในการจัดส่ง หรือภัยคุกคามทางไซเบอร์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อคู่ค้า ผู้บริโภค ตลอดจนความต่อเนื่องทางธุรกิจและภาพลักษณ์ขององค์กรในระยะยาว บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ โดยนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อยกระดับคุณภาพการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการส่งมอบสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภค โดยสร้างระบบความร่วมมือกับคู่ค้าอย่างใกล้ชิด ส่งเสริมให้คู่ค้ามีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน กฎหมายแรงงาน และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด แนวทางดังกล่าวช่วยลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เช่น ต้นทุนการผลิตที่ผันผวน การขาดแคลนวัตถุดิบ หรือการละเมิดข้อกำหนดด้านจริยธรรม อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมร่วมกัน เสริมความแข็งแกร่งของเครือข่ายธุรกิจ และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทและคู่ค้าให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ — คู่ค้า
2. การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า
3. การจัดส่ง และกระจายสินค้า — คู่ค้า
4. การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ — พันธมิตรทางธุรกิจ
5. การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย — พันธมิตรทางธุรกิจ

▶ ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

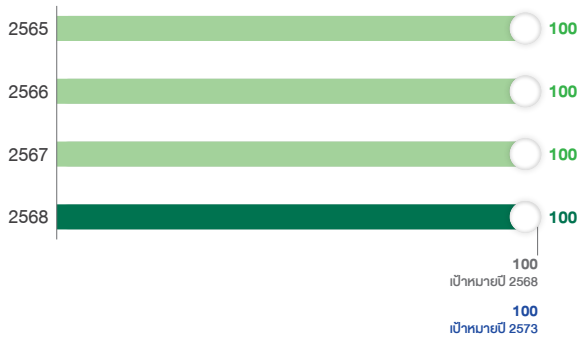
มิติด้านความยั่งยืน - มิติด้านธรรมาภิบาล และเศรษฐกิจ

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- Significant Material Topics

▶ เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) ที่มีนัยสำคัญ (Significant Suppliers) ต้องถูกตรวจประเมินแบบเชิงรุกและเกิดการพัฒนาปรับปรุง (หน่วย: ร้อยละ)





ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

- คู่ค้าลำดับที่ 1 และคู่ค้าที่สำคัญลำดับถัดไป ผ่านการคัดกรองความเสี่ยง (Screening) **ร้อยละ 100**
- คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ ลำดับที่ 1 และลำดับถัดไป ได้รับการตรวจประเมิน (Assessment) **ร้อยละ 100**
- คู่ค้าที่มีนัยสำคัญซึ่งตรวจพบว่ามีผลกระทบด้านลบต่อ ESG มีแผนดำเนินการแก้ไข (Corrective Action Plan) **ร้อยละ 100**
- คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ ซึ่งตรวจพบว่ามีผลกระทบด้านลบต่อ ESG ได้รับการพัฒนาศักยภาพเพื่อปรับปรุงแนวปฏิบัติและผลดำเนินการ ESG **ร้อยละ 100**



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ส่งเสริมความรู้และสนับสนุนเอสเอ็มอีให้เข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต CAC

จัดอบรมให้ความรู้คู่ค้าเรื่องการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

จัดโครงการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพ (Capacity Building) ของคู่ค้ากลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างและผู้รับเหมาขนส่ง เพื่อปรับปรุงแนวปฏิบัติและผลดำเนินการ ESG

โครงการ **“ส้มปลอดภัย คนไทยยิ้มได้”** ปีที่ 11 ส่งเสริมให้เกษตรกรหยุดใช้สารเคมีฆ่าแมลงและหันมาใช้สมุนไพรท้องถิ่น

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยบูรณาการนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนเข้ากับคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติของคู่ค้าที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และเคารพสิทธิมนุษยชนในทุกขั้นตอน โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่ สิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน แรงงานเด็ก สภาพการทำงาน การจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสม อาชีวอนามัยและความปลอดภัย จริยธรรมทางธุรกิจ และมาตรฐานสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตของคู่ค้า บริษัทมุ่งบริหารจัดการความเสี่ยงของคู่ค้า โดยดำเนินการคัดกรองและประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า ครอบคลุมในมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาล (ESG) และความสำคัญเชิงกลยุทธ์ต่อธุรกิจ เพื่อระบุ “คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ” (Significant Suppliers) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน ทั้งในด้านมูลค่ายอดซื้อ ความสำคัญเชิงกลยุทธ์ หรือความสามารถในการทดแทน จากนั้นดำเนินการตรวจประเมิน (Assessment) คู่ค้ากลุ่มดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน หรือผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชนและสังคม โดยส่งเสริมให้คู่ค้าทุกรายกำหนดนโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืน และร่วมมือกันดำเนินกิจกรรมที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของแรงงาน ชุมชน และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรในการขับเคลื่อนธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน และแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจ

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

การระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ ลำดับที่ 1 และลำดับถัดไป

คู่ค้าลำดับที่ 1 (ราย)	คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ ลำดับที่ 1* (ราย)	คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ ลำดับถัดไป* (ราย)
2,471	291	17

หมายเหตุ: บริษัทระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. ความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่สำคัญ หมายถึง คู่ค้าที่มีความเสี่ยงจากการพึ่งพาของบริษัท ได้แก่
   - คู่ค้าที่มีมูลค่ายอดซื้อสูง
   - คู่ค้าที่ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของตลาด
   - คู่ค้าที่ไม่สามารถทดแทนได้ หรือ มีน้อยราย
2. ความเสี่ยงสูงด้าน ESG หมายถึง คู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดผลกระทบเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ CP ALL Spending Analysis

มูลค่าการใช้จ่ายจำแนกตามแหล่งที่ใช้จ่าย (ล้านบาท)

การใช้จ่ายทั้งหมดกับคู่ค้าภายในประเทศ ลำดับที่ 1	การใช้จ่ายทั้งหมดกับคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ ลำดับที่ 1	การใช้จ่ายทั้งหมดกับเอสเอ็มอี*
ภายในประเทศ 760,144 ล้านบาท (ร้อยละ 97.85) ต่างประเทศ 16,712 ล้านบาท (ร้อยละ 2.15)	289,386 ล้านบาท (ร้อยละ 82.89)	46,985 ล้านบาท (ร้อยละ 13.46)

หมายเหตุ: *มูลค่าการใช้จ่ายทั้งหมดกับเอสเอ็มอี ครอบคลุม ผลิตภัณฑ์การเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

การส่งเสริมจริยธรรมและการกำกับดูแลคู่ค้าลำดับที่ 1

สร้างการรับรู้ด้านจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า*	การลงนามรับทราบจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า*	การคัดกรองความเสี่ยงด้าน ESG
2,471 ราย (ร้อยละ 100)	2,471 ราย (ร้อยละ 100)	2,471 ราย (ร้อยละ 100)

หมายเหตุ: *เป้าหมาย 2568: ร้อยละ 100

การส่งเสริมจริยธรรมและการกำกับดูแลคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ ลำดับที่ 1 และลำดับถัดไป

สร้างการรับรู้ด้านจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า*	การลงนามรับทราบจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า*	การคัดกรองความเสี่ยงด้าน ESG	การพัฒนาศักยภาพคู่ค้าสำหรับกลุ่มที่มีความเสี่ยงด้าน ESG
308 ราย (ร้อยละ 100)	308 ราย (ร้อยละ 100)	308 ราย (ร้อยละ 100)	308 ราย (ร้อยละ 100)

หมายเหตุ: *เป้าหมาย ปี 2568: ร้อยละ 100

การบริหารความเสี่ยงคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ ลำดับที่ 1 และลำดับถัดไป

จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงผ่านการตรวจสอบเอกสาร หรือการตรวจประเมินหน้างาน

ผลการดำเนินการ	ร้อยละ 100 (308 ราย)
เป้าหมาย	ร้อยละ 100

คู่ค้าที่ตรวจพบผลกระทบเชิงลบด้าน ESG ทั้งที่เกิดขึ้นจริงและที่มีโอกาสเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการดำเนินการ	ร้อยละ 4.22 (13 ราย)

จำนวนคู่ค้าที่ถูกยกเลิกสัญญาเนื่องจากตรวจพบผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญด้าน ESG

0 ราย

จำนวนคู่ค้าที่ตรวจพบผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญที่มีการจัดทำแผนปฏิบัติการแก้ไข

ผลการดำเนินการ	ร้อยละ 100 (13 ราย)
เป้าหมาย	ร้อยละ 100

จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการสนับสนุนในการดำเนินการตามแผนแก้ไข

ผลการดำเนินการ	ร้อยละ 100 (13 ราย)
เป้าหมาย	ร้อยละ 100

จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

ผลการดำเนินการ	ร้อยละ 100 (13 ราย)
เป้าหมาย	ร้อยละ 100

กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานขององค์กร

บริษัทดำเนินการพัฒนากลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้หลักการสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1

การจัดหา การจัดซื้อ การทำสัญญา การจัดการจัดซื้อจัดจ้างอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ บริการ และการก่อสร้าง โดยมุ่งเน้นการรักษา Service Level Agreement (SLA) ในระดับสูงสุด ทั้งในด้านคุณภาพที่ได้มาตรฐาน การบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ การส่งมอบที่ตรงกำหนด และการบริการหลังการขายที่ครบวงจร

2

การยกระดับการจัดการอุปสงค์และห่วงโซ่อุปทานแบบบูรณาการ (บนการสร้างสมดุลของปริมาณการใช้ข้อมูลและสะท้อนถึงการจัดการต้นทุนและอุปทาน)

3

การยกระดับความร่วมมือกับพันธมิตร/คู่ค้า เพื่อร่วมสร้างสรรค์ (Co-create) ผลิตภัณฑ์ บริการ และนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ช่วยเพิ่มความหลากหลายและขีดความสามารถในการดำเนินงาน

4

เสริมสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์และการจัดการหุ้นส่วนทางธุรกิจที่ยั่งยืน

จริยธรรมและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

ในปี 2568 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ยังคงมุ่งมั่นส่งเสริมให้คู่ค้าดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบและสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล โดยสนับสนุนให้คู่ค้าปฏิบัติตามคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Suppliers' Code of Conduct and Guideline) ซึ่งครอบคลุมทั้ง คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier-1 Suppliers) และ คู่ค้าสำคัญลำดับถัดไป (Critical Non Tier-1 Suppliers) ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) โดยคู่มือดังกล่าวประกอบด้วยแนวปฏิบัติหลัก 16 ข้อ ครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น สิทธิมนุษยชน จริยธรรมธุรกิจ ความปลอดภัยในการทำงาน การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม และการสื่อสารข้อมูลอย่างโปร่งใส

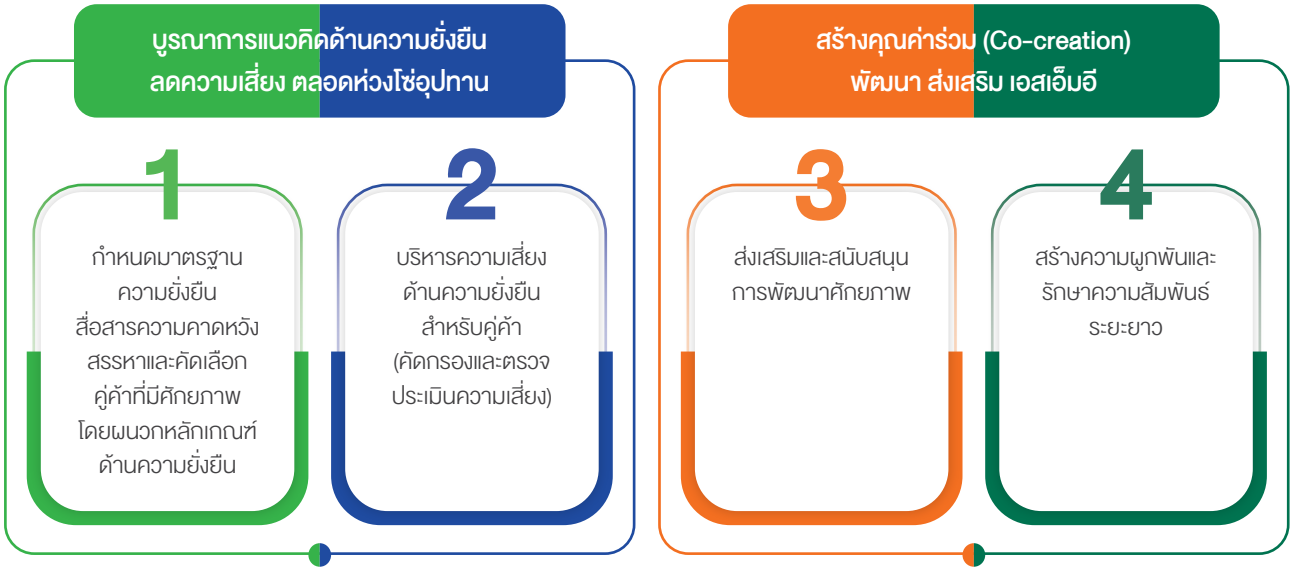
นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินการสื่อสารและย้ำแนวทางตามคู่มือจริยธรรมไปยังคู่ค้าทุกรายอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมทั้งคู่ค้าปัจจุบันและรายใหม่ คิดเป็นร้อยละ 100 ของคู่ค้าทั้งหมด พร้อมจัดอบรม หลักสูตรพัฒนาผู้จัดการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน (Buyer Development Training on Sustainable Procurement) ให้กับพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึกในการจัดหาที่มีความรับผิดชอบตามหลักการความยั่งยืน



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ คู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน



1 กำหนดมาตรฐานความยั่งยืน สื่อสารความคาดหวัง สรรหาและคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ

บริษัทดำเนินการคัดเลือกคู่ค้าอย่างมีความรับผิดชอบ โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ โดยบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้ากับทุกขั้นตอนของกระบวนการสรรหาและพิจารณาคู่ค้ารายใหม่ โดยได้กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพและคุณสมบัติของคู่ค้าใหม่ โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1. คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์
2. ความสามารถในการผลิตและการบริหารต้นทุน ที่เหมาะสม
3. การดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
4. ความสามารถในการส่งมอบและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG) ซึ่งพิจารณาจากคะแนนการคัดเลือกคู่ค้าตามเกณฑ์ด้านความยั่งยืนที่บริษัทกำหนด

คู่ค้าที่ไม่ผ่านเกณฑ์คะแนนขั้นต่ำ และไม่สามารถพัฒนาคะแนนด้านความยั่งยืนได้ตามระยะเวลาที่กำหนดจะไม่ได้รับการพิจารณาทำสัญญากับบริษัท ทั้งนี้ บริษัทได้สื่อสารความคาดหวังขององค์กรตามคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Suppliers' Code of Conduct and Guideline) ให้คู่ค้ารับทราบและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับหลักธรรมาภิบาลและความยั่งยืนของบริษัท

ในปี 2568 มีคู่ค้ารายใหม่จำนวน 376 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ที่ผ่านการคัดเลือกตามหลักเกณฑ์ที่บูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืน ครอบคลุมทั้งมิติ สิ่งแวดล้อม สังคมและสิทธิมนุษยชน ธรรมาภิบาล และเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ บริษัททบทวนและปรับปรุงแนวทางการจัดซื้ออย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับคู่มือจริยธรรมสำหรับคู่ค้า และลดความเสี่ยงจากการไม่เป็นไปตามข้อกำหนดด้าน ESG ขององค์กร พร้อมทั้งจัดอบรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้บริหาร พนักงานหน่วยงานจัดซื้อ รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียภายนอก เช่น ผู้รับเหมาและพันธมิตรธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้กระบวนการจัดซื้อจัดหาเป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืนในทุกขั้นตอน

2 บริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้า (การคัดกรอง และตรวจประเมินความเสี่ยง)

การคัดกรอง (Screening) เพื่อระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ (Significant Suppliers)

บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดกรองและบริหารจัดการคู่ค้าอย่างรอบคอบและเป็นระบบ โดยดำเนินการคัดกรองทั้งคู่ค้าลำดับที่ 1 และ คู่ค้าที่สำคัญลำดับถัดไป ครอบคลุมทั้งคู่ค้าปัจจุบัน (Existing Suppliers) และคู่ค้ารายใหม่ (New Suppliers) เพื่อระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจ กระบวนการดังกล่าวดำเนินการโดยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานจัดซื้อและหน่วยงานตรวจประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ในห่วงโซ่อุปทานในการประเมินระดับความเสี่ยงตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อธุรกิจ (Business Relevance) โดยประเมินจากมูลค่ายอดซื้อ (High Spending) การไม่สามารถทดแทนได้ง่าย (Non-Substitutable) และบทบาทของคู่ค้าต่อกระบวนการผลิตหรือการดำเนินงานที่สำคัญของบริษัท
2. ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) ซึ่งครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and Governance) เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าทุกรายดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ โปร่งใส และสอดคล้องกับมาตรฐานด้านความยั่งยืนของบริษัท

หัวข้อการคัดกรองประเด็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่สำคัญ รายอุตสาหกรรม รายประเทศ และรายผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย

สิ่งแวดล้อม (Environmental : E)	สังคม (Social : S)	การกำกับดูแลกิจการ (Governance : G)	ความเกี่ยวข้องทางธุรกิจ (Business Relevance)
• การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าเกษตร พิจารณาความเสี่ยงเรื่องการขาดแคลนน้ำ แหล่งที่มาของวัตถุดิบ พื้นที่เพาะปลูก เป็นต้น • การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	• สิทธิมนุษยชนและแนวปฏิบัติการใช้แรงงาน เช่น อุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าเกษตร พิจารณาความเสี่ยงเรื่องแรงงานข้ามชาติ เป็นต้น • สุขภาวะของพนักงาน สุขภาพและความปลอดภัย	• การต่อต้านการทุจริต เช่น อุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าเกษตร พิจารณาความเสี่ยงเรื่องการครอบครองสิทธิ์ในที่ดิน เป็นต้น	• ปริมาณการใช้จ่ายของบริษัทต่อคู่ค้า • การไม่สามารถทดแทนได้

บริษัทได้ดำเนินการประเมินระดับความสำคัญของคู่ค้าต่อธุรกิจควบคู่กับการประเมินระดับความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) เพื่อให้สามารถระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจได้อย่างแม่นยำและสอดคล้องกับบริบทการดำเนินงาน โดยพิจารณาความเสี่ยงจากปัจจัยหลัก 3 ด้าน ได้แก่

- ความเสี่ยงตามบริบทประเทศ (Country-Specific Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากความผันผวนของสภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง หรือภัยธรรมชาติในพื้นที่ที่คู่ค้าดำเนินงานอยู่
- ความเสี่ยงตามบริบทอุตสาหกรรม (Sector-Specific Risk) ที่สะท้อนความเปราะบางของอุตสาหกรรม เช่น ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเคมี หรือความเสี่ยงด้านแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอ
- ความเสี่ยงตามบริบทของสินค้า (Commodity-Specific Risk) อาทิ ความเสี่ยงด้านคุณภาพหรือความปลอดภัยของสินค้า

ผลการประเมินระดับความสำคัญและความเสี่ยงด้านความยั่งยืนดังกล่าวถูกนำมาประกอบการพิจารณาระบุ “คู่ค้าที่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจ” โดยคู่ค้าที่มีทั้งความสำคัญต่อธุรกิจสูงและ/หรือที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืนสูง จะถูกระบุเป็นคู่ค้าที่มีนัยสำคัญจากกระบวนการคัดกรอง (Screening)

ในปี 2568 บริษัทได้ระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 จำนวน 291 ราย และคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับถัดไป จำนวน 17 ราย รวมทั้งหมด 308 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.46 ของคู่ค้าทั้งหมด พร้อมทั้งดำเนินการทบทวนการประเมินอย่างสม่ำเสมอทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าการระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญมีความถูกต้อง เหมาะสม และสะท้อนสถานการณ์ปัจจุบันของห่วงโซ่อุปทานอย่างแท้จริง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ ผลการตรวจประเมินและมาตรการลดและป้องกันผลกระทบด้าน ESG ของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ

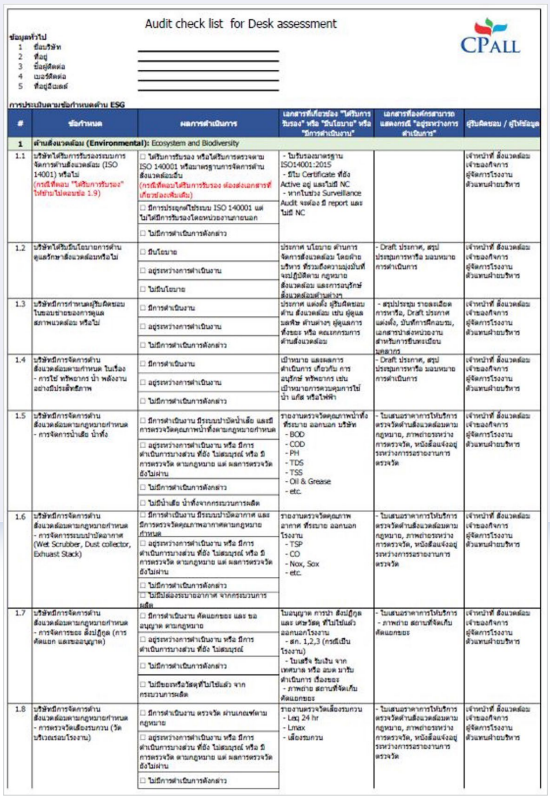
การตรวจประเมิน (Assessment) คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ (Significant Supplier)

บริษัทบูรณาการแนวทางการประเมินคู่ค้าที่หลากหลายเพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้อง ครบถ้วน และสอดคล้องกับบริบททางธุรกิจของคู่ค้าแต่ละราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กระบวนการตรวจประเมินในรูปแบบเอกสาร (Desk Assessment)

กระบวนการนี้ดำเนินการโดยหน่วยงานตรวจประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นหน่วยงานภายในของบริษัทที่มีหน้าที่วิเคราะห์ความเสี่ยงเชิงลึกอย่างรอบด้าน ตรวจสอบและยืนยันข้อมูล โดยพึ่งพาแหล่งข้อมูลหลัก 3 ประเภท ดังนี้

1. แบบประเมินตนเองด้านความยั่งยืน เพื่อรวบรวมข้อมูลโครงสร้างองค์กร นโยบาย และระบบการบริหารจัดการประเด็นสาระสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) รวมถึงแนวทางการจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องของคู่ค้า
2. เอกสารหลักฐานเชิงประจักษ์ การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลผ่านเอกสารทางการ เช่น รายงานทางการเงิน รายงานความยั่งยืน และใบรับรองมาตรฐานสากล เพื่อยืนยันว่าการดำเนินงานจริงสอดคล้องกับนโยบายที่ประกาศไว้
3. การตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งภายนอก การสืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลที่คู่ค้าเปิดเผยต่อสาธารณะ รวมถึงข่าวสารและรายงานจากหน่วยงานภายนอก เพื่อประกอบการตรวจสอบความโปร่งใสในทุกมิติ


Audit check list for Desk assessment

CPALL

#	ข้อกำหนด	ผลการดำเนินการ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง "ได้รับการรับรอง" หรือ "มีการดำเนินการ"	เอกสารที่องค์กรสามารถแสดงถึง "อยู่ระหว่างการดำเนินการ"	ผู้รับผิดชอบ / ผู้ให้ข้อมูล
1	ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental): Ecosystem and Biodiversity				
1.1	บริษัทได้รับการรับรองระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) หรือไม่ (กรณีที่ตอบ "ได้รับการรับรอง" ให้ทำไปตอบข้อ 1.9)	☐ ได้รับการรับรอง หรือได้รับการตรวจตามISO 14001 หรือมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (กรณีที่ตอบได้รับการรับรอง ต้องส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม) ☐ มีการประยุกต์ใช้ระบบ ISO 14001 แต่ไม่ได้มีการรับรองโดยหน่วยงานภายนอก ☐ ไม่มีการดำเนินการดังกล่าว	- ใบรับรองมาตรฐาน ISO14001:2015 - ISTU Certificate หรือ Active อยู่ และไม่มี NC - หากไม่ปรับ Surveillance Audit จะต้อง มี report และ ไม่มี NC		เจ้าหน้าที่ สิ่งแวดล้อม เจ้าของกิจการ ผู้จัดการโรงงาน ตัวแทนฝ่ายบริหาร
1.2	บริษัทได้จัดนโยบายการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมหรือไม่	☐ มีนโยบาย ☐ อยู่ระหว่างการดำเนินงาน ☐ ไม่มีนโยบาย	ประกาศ นโยบาย ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยด้านบริหาร ที่รวมถึงความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตาม กฎหมายสิ่งแวดล้อม และการมุ่งให้สิ่งแวดล้อมดำเนินต่างๆ	- Draft ประกาศ, สรุปประชุมการหรือ แนวทางการดำเนินการ	เจ้าหน้าที่ สิ่งแวดล้อม เจ้าของกิจการ ผู้จัดการโรงงาน ตัวแทนฝ่ายบริหาร
1.3	บริษัทมีการกำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละสถานของสถานที่ตั้งหรือไม่	☐ มีการดำเนินงาน ☐ อยู่ระหว่างการดำเนินงาน ☐ ไม่มีการดำเนินการดังกล่าว	ประกาศ แต่งตั้ง ผู้รับผิดชอบด้าน สิ่งแวดล้อม เช่น ผู้ดูแลเครื่องจักร ด้านต่างๆ ผู้ดูแลการที่ของ หรือ คณะกรรมการด้านสิ่งแวดล้อม	- สรุปประชุม รายละเอียดการหรือ, Draft ประกาศ แต่งตั้ง, บันทึกการฝึกอบรม, เอกสารอ้างหน่วยงานสำหรับการรับผิดชอบเฉพาะ	เจ้าหน้าที่ สิ่งแวดล้อม เจ้าของกิจการ ผู้จัดการโรงงาน ตัวแทนฝ่ายบริหาร
1.4	บริษัทมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในเรื่อง - การใช้ ทรัพยากร น้ำ พลังงาน อย่างมีประสิทธิภาพ	☐ มีการดำเนินงาน ☐ อยู่ระหว่างการดำเนินงาน ☐ ไม่มีการดำเนินการดังกล่าว	เป้าหมาย และผลการดำเนินการ เกี่ยวกับ การอนุรักษ์ ทรัพยากร เช่น เป้าหมายการควบคุมการใช้น้ำ แก๊ส หรือไฟฟ้า	- Draft, ประกาศ, สรุปประชุมการหรือ แนวทางการดำเนินการ	เจ้าหน้าที่ สิ่งแวดล้อม เจ้าของกิจการ ผู้จัดการโรงงาน ตัวแทนฝ่ายบริหาร
1.5	บริษัทมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายกำหนด - การจัดการน้ำเสีย น้ำทิ้ง	☐ มีการดำเนินงาน มีระบบบำบัดน้ำเสีย และมีการตรวจวัดคุณภาพน้ำทิ้งตามกฎหมายกำหนด ☐ อยู่ระหว่างการดำเนินงาน หรือ มีการดำเนินงานบางส่วน หรือ ไม่สอบรูป หรือ มีการตรวจวัด ตามกฎหมาย แต่ ผลการตรวจวัดยังไม่ผ่าน ☐ ไม่มีการดำเนินการดังกล่าว ☐ ไม่มีน้ำเสีย น้ำทิ้งจากกระบวนการผลิต	รายงานตรวจวัดคุณภาพน้ำทิ้ง ที่ระบาย ออกนอก บริษัท - BOD - COD - PH - TDS - TSS - Oil & Grease - etc.	- ใบแสดงราคาการให้บริการ ตรวจวัดด้านสิ่งแวดล้อมตามกฎหมาย, ภาพถ่ายระหว่างการตรวจวัด, หนังสือแจ้งอยู่ระหว่างการรอรายงานการตรวจวัด	เจ้าหน้าที่ สิ่งแวดล้อม เจ้าของกิจการ ผู้จัดการโรงงาน ตัวแทนฝ่ายบริหาร
1.6	บริษัทมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายกำหนด - การจัดการระบบบำบัดอากาศ (Wet Scrubber, Dust collector, Exhaust Stack)	☐ มีการดำเนินงาน มีระบบบำบัดอากาศ และมีการตรวจวัดคุณภาพอากาศตามกฎหมายกำหนด(ถ้ามี) ☐ อยู่ระหว่างการดำเนินงาน หรือ มีการดำเนินการบางส่วน หรือ ไม่สอบรูป หรือ มีการตรวจวัด ตามกฎหมาย แต่ ผลการตรวจวัดยังไม่ผ่าน ☐ ไม่มีการดำเนินการดังกล่าว ☐ ไม่มีระบบระบายอากาศ จากกระบวนการผลิต	รายงานตรวจวัดคุณภาพอากาศ ที่ระบาย ออกนอกโรงงาน - TSP - CO - Nox, Sox - etc.	- ใบแสดงราคาการให้บริการ ตรวจวัดด้านสิ่งแวดล้อมตามกฎหมาย, ภาพถ่ายระหว่างการตรวจวัด, หนังสือแจ้งอยู่ระหว่างการรอรายงานการตรวจวัด	เจ้าหน้าที่ สิ่งแวดล้อม เจ้าของกิจการ ผู้จัดการโรงงาน ตัวแทนฝ่ายบริหาร
1.7	บริษัทมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายกำหนด - การจัดการของเสียอันตราย (ที่ต้องออก และขออนุญาต)	☐ มีการดำเนินงาน ที่ต้องออก และ ขออนุญาต ตามกฎหมาย ☐ อยู่ระหว่างการดำเนินงาน หรือ มีการดำเนินการบางส่วน หรือ ไม่สอบรูป ☐ ไม่มีการดำเนินการดังกล่าว ☐ ไม่มีของเหลือใช้ที่ไม่ใช่ จากกระบวนการผลิต	ใบอนุญาต การนำ สิ่งอันตราย และ เศษวัสดุ ที่ไม่ใช้แล้ว ออกนอกโรงงาน - สก. 1,2,3 (กรณีเป็นโรงงาน) - ใบเสร็จ รับเงิน จาก เทศบาล หรือ อบต มาชี้ตำเนินการ เรื่องของ - ภาพถ่าย สถานที่จัดเก็บต้องออก	- ใบแสดงราคาการให้บริการ - ภาพถ่าย สถานที่จัดเก็บต้องออก	เจ้าหน้าที่ สิ่งแวดล้อม เจ้าของกิจการ ผู้จัดการโรงงาน ตัวแทนฝ่ายบริหาร
1.8	บริษัทมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายกำหนด - การตรวจวัดเสียงรบกวน (ในบริเวณรอบโรงงาน)	☐ มีการดำเนินงาน ตรวจวัด ผ่านเกณฑ์ตามกฎหมาย ☐ อยู่ระหว่างการดำเนินงาน หรือ มีการดำเนินการบางส่วน หรือ ไม่สอบรูป หรือ มีการตรวจวัด ตามกฎหมาย แต่ ผลการตรวจวัดยังไม่ผ่าน ☐ ไม่มีการดำเนินการดังกล่าว	รายงานตรวจวัดเสียงรบกวน - Leq 24 hr - Lmax - เสียงรบกวน	- ใบแสดงราคาการให้บริการ ตรวจวัดด้านสิ่งแวดล้อมตามกฎหมาย, ภาพถ่ายระหว่างการตรวจวัด, หนังสือแจ้งอยู่ระหว่างการรอรายงานการตรวจวัด	เจ้าหน้าที่ สิ่งแวดล้อม เจ้าของกิจการ ผู้จัดการโรงงาน ตัวแทนฝ่ายบริหาร

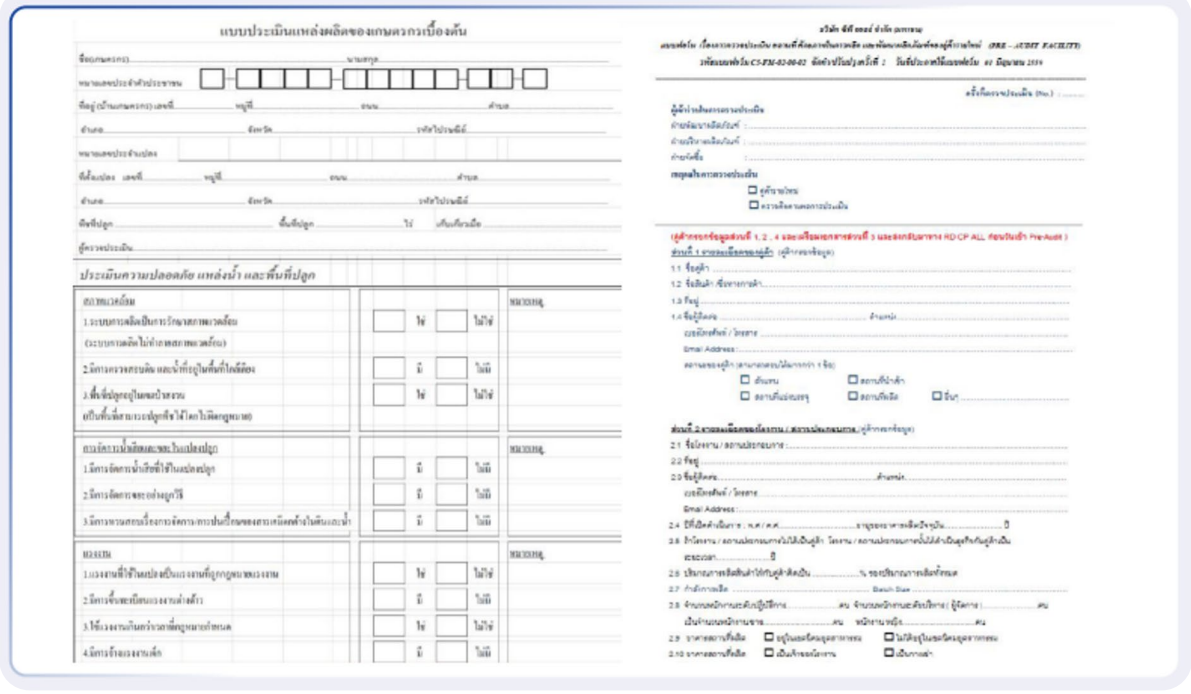
เมื่อรวบรวมข้อมูลครบถ้วน หน่วยงานตรวจประเมินฯ จะดำเนินการวิเคราะห์เพื่อจัดระดับความเสี่ยงในแต่ละมิติ พร้อมประเมินประสิทธิภาพของมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงของคู่ค้า เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกับจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า และหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัท

การตรวจประเมินคู่ค้า ณ สถานที่ประกอบการ

ในกรณีที่ผลการประเมินเอกสารบ่งชี้ว่าคู่ค้ายังขาดหลักฐานเชิงประจักษ์ หรือมีมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ไม่เพียงพอ บริษัทจะยกระดับความเข้มข้นสู่กระบวนการ ตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Assessment) โดยทีมผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานตรวจสอบภายในของบริษัท (2nd Party Auditor) เพื่อระบุและวิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงหน้างานอย่างละเอียด โดยใช้แบบรายการตรวจสอบที่อ้างอิงและสอดคล้องกับแนวทางการตรวจประเมินและเกณฑ์มาตรฐานสากล อาทิ SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) ซึ่งครอบคลุมประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน ดังนี้

- การจ้างงานและค่าตอบแทนที่เป็นธรรม การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเท่าเทียม และการเคารพสิทธิมนุษยชน
- การจัดการสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยและถูกสุขลักษณะตามมาตรฐานสากล
- การบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกระบวนการผลิต
- การดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส และการจัดวางระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ของวัตถุดิบไปจนถึงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

การตรวจประเมินเชิงลึกนี้มีเป้าหมายเพื่อยืนยันว่าคู่ค้ามีการนำนโยบายไปปฏิบัติจริงอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าห่วงโซ่อุปทานของบริษัทดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ และสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนในระยะยาว



การตรวจประเมินคู่ค้า ณ สถานที่ประกอบการโดยหน่วยงานอิสระภายนอก



บริษัทกำหนดให้คู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 โดยเฉพาะกลุ่มที่มีกิจกรรมส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศต้องผ่านกระบวนการตรวจประเมินความเสี่ยงด้าน ESG โดยผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานอิสระภายนอก (Third-party Assessment) เพื่อยกระดับการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานระดับสากลที่บริษัทยึดถือ อาทิ ISO 14001, SA8000, ISO 45001, ISO 22000, ISO 22301 (BCM),และ ISO 50001 เป็นต้น

เพื่อให้เกิดความโปร่งใสสูงสุดบริษัทได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานรับรองมาตรฐานระดับสากล (Certification Bodies: CB) ในการตรวจประเมินคู่ค้าที่มีนัยสำคัญของบริษัท โดยอ้างอิงกรอบมาตรฐานที่ทั่วโลกยอมรับ เช่น SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) ทั้งนี้ คู่ค้ามีหน้าที่นำเสนอผลการตรวจประเมินและใบรับรองมาตรฐานเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการติดตามผลและตรวจสอบระบบมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง (Surveillance Audit) โดยข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อประเมินแนวทางการจัดการความเสี่ยงด้าน ESG และตรวจสอบว่าคู่ค้ามีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานของบริษัทและมาตรฐานสากล

จากการดำเนินการเชิงรุกในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินการตรวจประเมินคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 จำนวน 291 ราย และคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับถัดไปจำนวน 17 ราย รวมทั้งสิ้น 308 ราย พบคู่ค้าที่มีผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริงหรืออาจเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 13 ราย (คิดเป็นร้อยละ 4.22 ของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญทั้งหมด)

บริษัทได้ผลักดันให้คู่ค้ากลุ่มดังกล่าวจัดทำและดำเนินการตามแผนปฏิบัติการแก้ไข (Corrective Action Plan) เพื่อบรรเทาผลกระทบและยกระดับมาตรฐานความยั่งยืน การดำเนินงานด้านความยั่งยืน โดยมีคู่ค้าที่ดำเนินการตามแผนแล้วเสร็จ คิดเป็นร้อยละ 100 นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการให้คำปรึกษาและสนับสนุนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 มีคู่ค้าที่ได้รับการสนับสนุนตามแผนคิดเป็นร้อยละ 100 (จำนวน 13 ราย)



GLOBAL CERTIFICATION SERVICE LIMITED

GLOBAL CERTIFICATION SERVICE LIMITED
3 Soi Rattanathibeth 36, Bangkrasor, Muang, Nonthaburi 11000

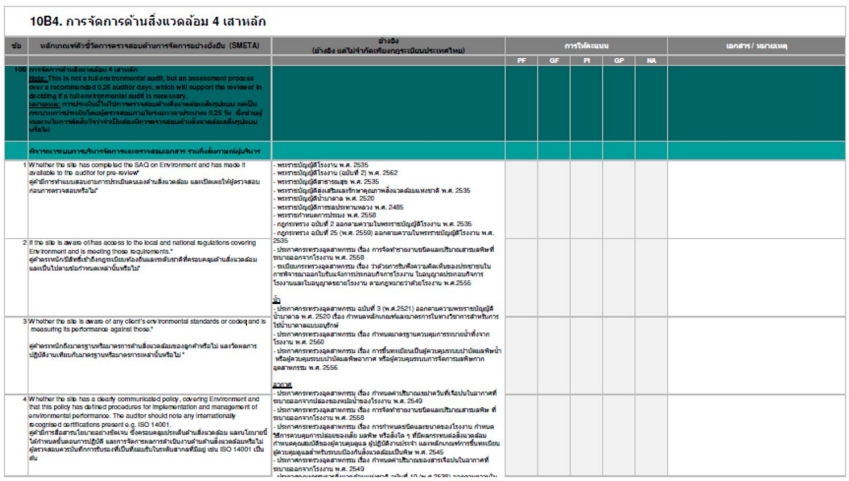
This certificate has been awarded to

KORN THAI COMPANY LIMITED
64 Moo 3, Samrucan, Muangratchaburi, Ratchaburi 70000

Has achieved the Requirements of Thai Corporate Social Responsibility

TLS 8001:2020
Certificate Completion Level
Scope of supply

Processing of Drying for Glucose Powder, Emulsifier Powder, Honey Powder, Ginger Powder, Non-Dairy Creamer, Coffee Creamer, Coffee Enhancer (Reduced Fat Low Fat Formula), Fat Powder, Coconut Cream Powder and Soy Sauce Powder (Japanese Soy Sauce Powder, Chinese Soy Sauce Powder and Seasoning Soy Sauce Powder) and Processing of Mixing of Instant Beverage Powder for Coffee Beverage, Cocoa Beverge, Chocolate Malt Beverage, Iced Tea Beverage and Ginger Beverage



10B4. การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม 4 เสาหลัก

ข้อ	หลักเกณฑ์ตัวชี้วัดการตรวจสอบด้านการจัดการอย่างยั่งยืน (SMETA)	ข้างอิง (อ้างอิง แต่ไม่จำกัดเพียงกฎระเบียบประเทศไทย)	การให้คะแนน PF	GF	PI	GP	NA	เอกสาร / หลักฐาน
10B	การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม 4 เสาหลัก Note: This is not a full environmental audit, but an assessment process over a recommended 0.25 auditor days, which will support the reviewer in deciding if a full environmental audit is necessary. หมายเหตุ: การประเมินนี้ไม่ใช่การตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเต็มรูปแบบ แต่เป็นกระบวนการประเมินที่ใช้เวลาประมาณ 0.25 วัน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ตรวจสอบตัดสินใจว่าจำเป็นต้องมีการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเต็มรูปแบบหรือไม่							
1	Whether the site has completed the SAQ on Environment and has made it available to the auditor for pre-review" ผู้ตรวจสอบมีการตรวจสอบเอกสารการประเมินตนเองด้านสิ่งแวดล้อม และมีเอกสารให้ผู้ตรวจสอบก่อนการตรวจสอบหรือไม่"	- พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 - พระราชบัญญัติโรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 - พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 - พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 - พระราชบัญญัติป่าชุมชน พ.ศ. 2562 - พระราชบัญญัติการชลประทานหลวง พ.ศ. 2485 - พระราชกำหนดการประมง พ.ศ. 2558 - กฎกระทรวง ฉบับที่ 2 (แก้ไขความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 - กฎกระทรวง ฉบับที่ 25 (พ.ศ. 2559) (แก้ไขความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 - ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การจัดทำรายงานผลและปริมาณมลพิษที่ระบายออกจากโรงงาน พ.ศ. 2558 - ระเบียบกระทรวงอุตสาหกรรม ว่าด้วยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในการพิจารณาออกใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน ในอนุญาตประกอบกิจการโรงงานและในอนุญาตขยายโรงงาน ตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน พ.ศ.2555 หรือ - ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2521) ออกตามความพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 (ที่ กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการปฏิบัติงานสำหรับการใช้งานตามแบบมาตรฐาน - ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง กำหนดมาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากโรงงาน พ.ศ. 2560 - ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การขึ้นทะเบียนเป็นผู้ตรวจสอบระบบน้ำเพื่อผลิตน้ำหรือผู้ตรวจสอบระบบน้ำเพื่อผลิตอาหาร หรือผู้ตรวจสอบระบบการจัดการมลพิษจากอุตสาหกรรม พ.ศ. 2556 และ - ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง กำหนดค่าปริมาณมลพาวิษที่เจือปนในอากาศที่ระบายออกจากโรงงาน พ.ศ. 2549 - ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การจัดทำรายงานผลและปริมาณมลพิษ ที่ระบายออกจากโรงงาน พ.ศ. 2558 - ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบการปล่อยของเสีย มลพิษ หรือสิ่งใด ๆ ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม กำหนดคุณสมบัติของผู้ตรวจสอบ ผู้ปฏิบัติงานประจำ และหลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนผู้ตรวจสอบสำหรับกรมโรงงานอุตสาหกรรม พ.ศ. 2545 - ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง กำหนดค่าปริมาณของสารเจือปนในอากาศที่ระบายออกจากโรงงาน พ.ศ. 2549						

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ ผลการตรวจประเมินและมาตรการลดและป้องกันผลกระทบด้าน ESG ของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ

3 ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพ

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน บริษัทดำเนินโครงการและกิจกรรม ทั้งในรูปแบบการอบรมเชิงปฏิบัติการ การเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ และการสัมมนาแบบออฟไลน์ โดยครอบคลุมเนื้อหาสำคัญด้านการดำเนินธุรกิจตามหลัก สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) การพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจ และการปฏิบัติตามคู่มือแนวทางสำหรับคู่ค้า รวมถึงการแลกเปลี่ยนตัวอย่างแนวทางการดำเนินงานที่ดี เพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าสามารถยกระดับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจและเติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างยั่งยืน

การสร้างความตระหนักรู้และฝึกอบรมคู่ค้าเกี่ยวกับโปรแกรม กระบวนการและข้อกำหนดด้านความยั่งยืนของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญกับการเติบโตไปพร้อมกับคู่ค้าอย่างยั่งยืน จึงกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารและการพัฒนาทักษะด้าน ESG (Environment, Social, and Governance) ผ่านกระบวนการ ดังนี้

- การสื่อสารความคาดหวังด้าน ESG ของบริษัทไปยังคู่ค้า โดยดำเนินการสื่อสาร “จรรยาบรรณธุรกิจคู่ค้า” และมาตรฐาน ESG อย่างชัดเจน มุ่งเน้นการสร้างความเข้าใจถึงความเชื่อมโยงระหว่างการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลกับความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทานในระยะยาว เพื่อให้คู่ค้าตระหนักถึงบทบาทสำคัญในการบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนร่วมกัน
- จัดโปรแกรมพัฒนาศักยภาพและถ่ายทอดองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คู่ค้ามีความเข้าใจในหลักการและแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ ครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น การจัดการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ การบริหารจัดการแรงงานตามหลักสิทธิมนุษยชน และการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อให้คู่ค้าสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2568 บริษัทดำเนินโครงการที่สำคัญ ดังนี้

โครงการต่อเนื่องสัมมนาหัวข้อ “การรวมพลังลดคาร์บอน ร่วมสร้างสังคมยั่งยืน” ปีที่ 2

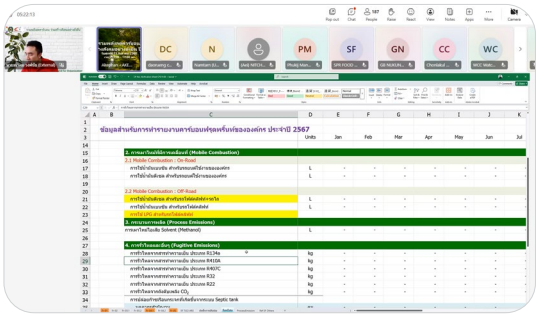
ซีพี ออลล์ ยึดมั่นในการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ความยั่งยืน “3 สร้าง 2 ลด” มุ่งลดการใช้พลาสติกและลดคาร์บอน โดยตั้งเป้าหมายสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593

เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายดังกล่าวให้เกิดขึ้นจริงตลอดห่วงโซ่อุปทาน บริษัทจึงได้จัดสัมมนา “การรวมพลังลดคาร์บอน ร่วมสร้างสังคมยั่งยืน” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยเชิญคู่ค้าธุรกิจกว่า 100 บริษัท เข้าร่วมเตรียมความพร้อมในการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ การสัมมนาครั้งนี้มุ่งเน้นการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงลึก ตั้งแต่หลักการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก ความสำคัญของเป้าหมาย การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ในระดับสากล ไปจนถึงการวิเคราะห์ผลกระทบจากกฎระเบียบและกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่กำลังจะเกิดขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ส่งมอบเครื่องมือและแนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม ผ่านการแนะนำแบบฟอร์มมาตรฐานที่ช่วยระบุแหล่งกำเนิดและวางแผนลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมเปิดเวทีให้คู่ค้าได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและซักถามประเด็นที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็ง ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวนับเป็นการสะท้อนปณิธาน “Giving & Sharing” ของ ซีพี ออลล์ ที่ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นการเติบโตทางธุรกิจ แต่ยังมุ่งมั่นสร้างศักยภาพให้แก่คู่ค้าในการร่วมดูแลสิ่งแวดล้อมและสร้างโลกที่น่าอยู่อย่างยั่งยืนร่วมกัน







โครงการต่อเนื่อง “Vendor Conference 2025”



ซีพีแรม มีความมุ่งมั่นในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ส่งมอบและคู่ค้าในฐานะหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ขององค์กร พร้อมทั้งสื่อสารนโยบาย แนวทาง และทิศทางขององค์กร รวมถึงการแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการจัดการกระบวนการผลิตในห่วงโซ่อุปทานและการประกันคุณภาพในยุคไร้พรมแดน จึงได้จัดงาน “Vendor Conference 2025” ภายใต้แนวคิด ภายใต้แนวคิด “Synergy Powering Growth Together” ประสานพลังขับเคลื่อนการเติบโตร่วมกัน ซึ่งมีผู้ส่งมอบและคู่ค้าสำคัญในฐานะหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์เข้าร่วมงานมากกว่า 200 ราย

โครงการต่อเนื่อง ALL Delica Alliance (ADA) ปีที่ 3

ซีพีแรม มุ่งมั่นในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสมตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า เพื่อรักษามาตรฐานและคุณค่าของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยจัดตั้งโครงการ ALL Delica Alliance (ADA) พันธมิตรทางอาหารเพื่อความยั่งยืน นำแนวคิด FOOD 3S (Food Safety, Food Security, Food Sustainability) มาบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหารของผู้ส่งมอบในเชิงลึกและกว้างยิ่งขึ้น บริษัทได้ถ่ายทอดและแบ่งปันองค์ความรู้ รวมถึงประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการธุรกิจ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด การปรับปรุงกระบวนการผลิต การประกันคุณภาพ และการบริหารต้นทุน ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งจะสนับสนุนธุรกิจของพันธมิตร นำไปสู่ความแข็งแกร่งทางธุรกิจและการก้าวไปข้างหน้าร่วมกัน เพื่อเศรษฐกิจ สังคม และระบบชัพพลายเชนให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน





การเปรียบเทียบเกณฑ์มาตรฐานและแนวทางการยกระดับผลการดำเนินงานด้าน ESG ของคู่ค้า

บริษัทมุ่งมั่นสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ห่วงโซ่อุปทานด้วยการสนับสนุนข้อมูลและเครื่องมือเชิงวิเคราะห์ ที่ช่วยให้คู่ค้าสามารถประเมินตนเองและเปรียบเทียบผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) กับค่ามาตรฐานในอุตสาหกรรมเดียวกันได้อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการส่งมอบ “รายงานประเมินผลคะแนนเปรียบเทียบ” (ESG Benchmarking Report) ที่แสดงศักยภาพของคู่ค้าทั้งในภาพรวมและรายมิติเมื่อเทียบกับกลุ่มคู่ค้าในระดับเดียวกัน (Peers) เพื่อระบุจุดแข็งและโอกาสในการพัฒนาอย่างตรงจุด รวมถึงดำเนินการจัดหาข้อมูลและเครื่องมือที่ช่วยให้คู่ค้าสามารถประเมินและเปรียบเทียบผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ของตนเองกับคู่ค้าในอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการยกระดับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- ส่งมอบรายงานแสดงคะแนนเปรียบเทียบผลการดำเนินงานทั้งในภาพรวมและรายมิติกับคู่ค้ารายอื่น ๆ
- แบ่งปันกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ เกณฑ์มาตรฐาน แนวปฏิบัติที่ดี และตัวอย่างในการจัดการด้าน ESG เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและให้คำแนะนำในการวางรากฐานด้าน ESG อย่างเป็นระบบ

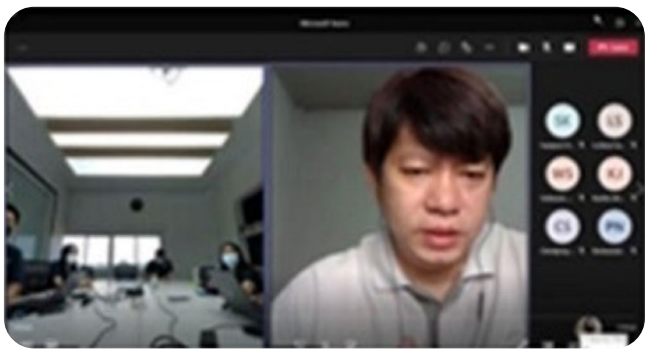
- ส่งมอบองค์ความรู้ คำแนะนำและความรู้ในด้าน ESG อย่างหลากหลาย อาทิ มาตรฐานการจัดทำรายงานความยั่งยืน (Sustainability Reporting Standards) ให้กับคู่ค้า เพื่อสนับสนุนให้คู่ค้ามีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- ส่งเสริมให้คู่ค้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมสัมมนาออนไลน์ การประชุมวิชาการ และการประชุมเชิงปฏิบัติการด้าน ESG เพื่อติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบและแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศร่วมกัน อันจะนำไปสู่การยกระดับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานให้สอดคล้องกับมาตรฐานความยั่งยืนในระดับสากล

การสนับสนุนคู่ค้าในการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการแก้ไข

บริษัทมุ่งเน้นการทำงานร่วมกับคู่ค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อเปลี่ยนประเด็นความเสี่ยงที่ตรวจพบให้เป็นการพัฒนาศักยภาพอย่างยั่งยืน โดยจัดเตรียมระบบสนับสนุนที่ครอบคลุม เพื่อช่วยเหลือให้คู่ค้าสามารถนำมาตรการแก้ไขและแผนปฏิบัติการไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพและเห็นผลเป็นรูปธรรม ดังนี้

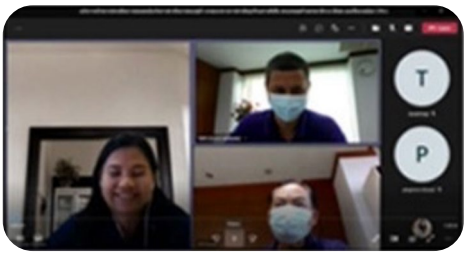
- การให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน บริษัทจัดตั้งทีมงานเฉพาะของที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อให้คำแนะนำเชิงลึกและร่วมพัฒนาแนวทางการปรับปรุงผลการดำเนินงานด้าน ESG ให้สอดคล้องกับมาตรฐานของบริษัทและสากล โดยคู่ค้าสามารถเข้าถึงคำปรึกษาผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น วิดีโอคอลและอีเมล เพื่อความรวดเร็วและต่อเนื่องในการแก้ไขปัญหา
- อำนวยความสะดวกในการจัดหาผู้เชี่ยวชาญภายนอกเพื่อให้คำแนะนำเชิงเทคนิคเฉพาะทาง ซึ่งจะช่วยยกระดับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าให้ก้าวข้ามข้อจำกัดเดิม และสร้างความยืดหยุ่นในห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน
- สนับสนุนการเข้าถึงเครื่องมือและแพลตฟอร์มการประเมินผลด้าน ESG เพื่อช่วยให้คู่ค้าสามารถวิเคราะห์หาต้นเหตุของข้อบกพร่อง ติดตามความคืบหน้าของการแก้ไข และวัดผลสำเร็จของการพัฒนาได้อย่างแม่นยำด้วยตนเอง











สนับสนุนด้านเทคนิคเชิงลึกเพื่อยกระดับศักยภาพและผลการดำเนินงานด้าน ESG ของคู่ค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมศักยภาพ ให้กับคู่ค้า เพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานให้สอดคล้องกับหลัก สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) โดยดำเนินโครงการอบรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของคู่ค้า รวมถึงประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อใช้เป็นตัวชี้วัดความก้าวหน้าและประสิทธิผลของการดำเนินโครงการ ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินโครงการสำคัญเพื่อยกระดับขีดความสามารถของคู่ค้า ดังนี้

โครงการสนับสนุนด้านเทคนิคเชิงลึกเพื่อยกระดับมาตรฐานอาชีวอนามัยและความปลอดภัยสำหรับผู้รับเหมาขนส่ง

จากกระบวนการวิเคราะห์ข้อบกพร่องและการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย (Non-Compliance Potential Fact Finding: PF) ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทพบว่าประเด็นด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ยังคงเป็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการขยายตัวของภาคขนส่งและปัจจัยภายนอกที่ซับซ้อนขึ้น ในปี 2568 บริษัทจึงได้ดำเนินโครงการสนับสนุนด้านเทคนิคเชิงลึก ยกระดับมาตรการสู่การบริหารความปลอดภัยเชิงรุกแบบมีส่วนร่วมกับผู้รับเหมาขนส่งสินค้าทั่วประเทศ โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ ดังนี้

- **กำหนดกลไกการกำกับดูแลและความร่วมมือ** ผ่านการจัดตั้งคณะทำงานด้านความปลอดภัยการขนส่งและมาตรฐานคุณภาพสินค้า ซึ่งเป็นการบูรณาการความร่วมมือระหว่างตัวแทนผู้บริหารของบริษัท และกลุ่มผู้รับเหมาขนส่ง โดยมีการประชุมร่วมกันเป็นประจำทุกเดือน เพื่อกำหนดมาตรการลดความเสี่ยงอุบัติเหตุและวางมาตรฐานการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ระหว่างจัดส่ง พร้อมทั้งสื่อสารข้อมูลความปลอดภัยผ่านช่องทางดิจิทัล (Line OA และ Line Group) เป็นประจำทุกวัน เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลเข้าถึงพนักงานขนส่งระดับปฏิบัติการทุกคนอย่างทั่วถึง
- **เสริมสร้างทักษะ** มุ่งเน้นการสร้างความยั่งยืนผ่านโมเดล Train-the-Trainer ในหลักสูตร “มาตรฐานความปลอดภัยในการขับขี่รถบรรทุก” เพื่อสร้างวิทยากรประจำศูนย์กระจายสินค้า (DC) ทุกภูมิภาคในการถ่ายทอดความรู้ ปัจจุบันมีวิทยากรที่ผ่านหลักสูตรนี้แล้วจำนวน 25 คน ควบคู่ไปกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการตรวจสอบ
- **สร้างนวัตกรรมการตรวจสอบ** ประเมินความพร้อมของผู้ขับขี่และยานพาหนะ กำหนดมาตรฐานความปลอดภัยสำหรับยานพาหนะขนส่ง ตรวจสอบสภาพของยานพาหนะก่อนการเดินทาง รวมถึงติดตั้งระบบ GPS ครบถ้วนร้อยละ 100 ในรถขนส่งทุกคัน เพื่อติดตามพฤติกรรมการขับขี่และแจ้งเตือน (ความเร็วไม่เกิน 70 กิโลเมตรต่อชั่วโมงในสภาวะปกติ, 60 กิโลเมตรต่อชั่วโมงเมื่อฝนตก และ 30 กิโลเมตรต่อชั่วโมงเมื่อเข้าเขตชุมชน และหยุดพักอย่างน้อย 30 นาที เมื่อปฏิบัติหน้าที่ติดต่อกันครบ 4 ชั่วโมง) แบบ Real-time พร้อมทั้งจัดทำ Dashboard เพื่อรายงานผู้บริหารเป็นรายวัน และสรุปเป็นข้อมูลรายสัปดาห์ และรายเดือน เพื่อนำเสนอผู้บริหารในวงประชุมที่กำหนด
- **กำหนดจุดแวะพัก** บนเส้นทางขนส่งทางไกลที่มีระยะทางมากกว่า 250 กิโลเมตร หรือการเดินทางมากกว่า 4 ชั่วโมงขึ้นไป รวมถึงสายงานระยะกลางอื่นที่มีความเสี่ยงต่ออุบัติเหตุที่เกิดจากความเมื่อยล้าของพนักงานขนส่ง
- **จัดทำระบบรายงานสภาพถนน และสถานการณ์ฉุกเฉิน** รวมถึงจุดเสี่ยงอุบัติเหตุในแต่ละพื้นที่ที่เป็นเส้นทางน้ำท่วมและทางเลี่ยงเพื่อการวางแผนเส้นทางที่ปลอดภัย
- **การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสู่ “วัฒนธรรมความปลอดภัยเชิงรุก”** นำเทคนิค KYT (Kiken Yoshi Training) หรือการพยากรณ์อันตรายล่วงหน้ามาใช้อย่างเข้มข้นภายใต้แนวคิด “Modular Safety KYT” เพื่อลดความผิดพลาดจากปัจจัยบุคคล (Human Error) โดยเน้นเทคนิค “มือชี้ ปากย้ำ” ก่อนเริ่มปฏิบัติงานทุกครั้ง และมีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับความเสี่ยงเฉพาะพื้นที่ (Location-based Risk) เช่น การเฝ้าระวังพื้นที่ก่อสร้างในเขตมหาชัย หรือการใช้อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลในเขตโคราช
- **จัดกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย** “CP ALL DRIVING CONTEST” แข่งขันต่อเนื่องรายไตรมาส

ความมุ่งมั่นในการสนับสนุนด้านเทคนิคเชิงลึกนี้ เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานที่ชัดเจนในการลดผลกระทบเชิงลบในห่วงโซ่อุปทาน ส่งผลให้ในปี 2568 ผู้ประกอบการขนส่ง ผู้ประสานงานขนส่งประจำพื้นที่ และพนักงานขนส่ง มีความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยในการขับขี่รถบรรทุกมากขึ้น จำนวนผู้รับเหมาขนส่งเสียชีวิตจากอุบัติเหตุ 1 เคส ทั้งนี้ บริษัทยังคงเดินหน้าพัฒนาศักยภาพผู้รับเหมาอย่างต่อเนื่องเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายอุบัติเหตุด้านยานยนต์เป็นศูนย์ (Zero Accident) ภายในปี 2030 ตามเป้าหมายความยั่งยืนในระดับสากล

4 สร้างความผูกพันและรักษาความสัมพันธ์กับคู่ค้า

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจที่เข้มแข็ง เพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าเติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์และการร่วมมือในระยะยาว ผ่านกลไกการสื่อสารที่โปร่งใส อาทิ การจัดประชุมแถลงทิศทางธุรกิจ (Supplier Conference) และการเยี่ยมเยียนคู่ค้าเพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ (Voice of Supplier) อันนำไปสู่การแลกเปลี่ยนนวัตกรรม เทคโนโลยี และองค์ความรู้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน การจัดทำแผนธุรกิจร่วมกับคู่ค้าเชิงกลยุทธ์เพื่อวางแนวทางการพัฒนาและขับเคลื่อนการเติบโตทางธุรกิจ

นอกจากนี้ บริษัทยังได้บูรณาการความร่วมมือในมิติสิ่งแวดล้อม เช่น การร่วมพัฒนาบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก และวางระบบจัดการของเสียอย่างครบวงจร เพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานของคู่ค้าให้สอดคล้องกับหลักการความยั่งยืน (ESG) ผ่าน 3 แนวทางหลัก ดังนี้

- **Joint Business Plan (JBP):** การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ทางธุรกิจร่วมกับคู่ค้าเชิงกลยุทธ์ เพื่อวางเป้าหมายการเติบโตและแนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของทั้งสององค์กร
- **Projects & Initiatives:** การริเริ่มโครงการความร่วมมือเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ ผ่านกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพที่หลากหลาย มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม
- **Implementation & Evaluation:** การส่งเสริมการนำแผนงานไปปฏิบัติจริง พร้อมจัดฝึกอบรมหลักสูตรด้านความยั่งยืนเชิงลึก และติดตามประเมินผลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้มั่นใจว่าการพัฒนาศักยภาพคู่ค้าเป็นไปอย่างต่อเนื่องและเห็นผลเป็นรูปธรรม

นวัตกรรมถุงห่อเครือเพิ่มผลผลิตกล้วยหอมทอง



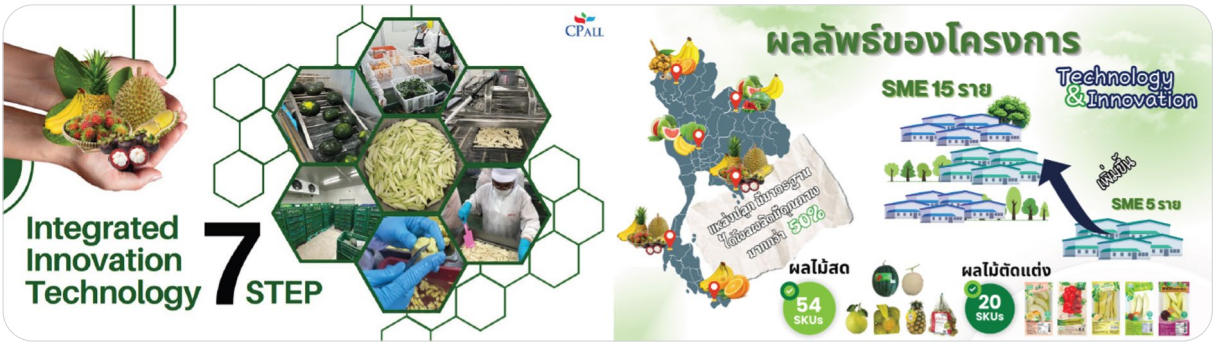
กล้วยหอมทองถือเป็นผลิตภัณฑ์ทางเกษตรเชิงกลยุทธ์ที่จำหน่ายในร้าน 7-Eleven มาอย่างยาวนานกว่า 10 ปี และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่เกษตรกรในหลายภูมิภาค อย่างไรก็ตามความท้าทายหลักในการเพาะปลูกที่เกษตรกรต้องเผชิญคือการควบคุมโรคและแมลงศัตรูพืช รวมถึงข้อจำกัดทางกายภาพที่มักพบว่าผลกล้วยในบริเวณ 2 หวีล่างของเครือมีขนาดเล็กกว่ามาตรฐานที่กำหนด ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อมูลค่าผลผลิตและรายได้ของเกษตรกร

ด้วยความมุ่งมั่นในการก้าวข้ามข้อจำกัดดังกล่าว ทีมงานของ ซีพี ออลล์ จึงได้วิจัยและพัฒนานวัตกรรม “ถุงห่อเครือกล้วย” โดยมุ่งเน้นการคัดเลือกวัสดุและคุณสมบัติของสีถุงที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานใน 2 มิติหลัก คือการปกป้องผลผลิตจากการทำลายของแมลง ซึ่งช่วยลดความจำเป็นในการใช้สารเคมี และการส่งเสริมกระบวนการสังเคราะห์แสงที่พอเหมาะเพื่อกระตุ้นการเจริญเติบโตของผลกล้วยอย่างสม่ำเสมอทั้งเครือ ผลลัพธ์จากการนำนวัตกรรมนี้มาใช้พบว่าสามารถเพิ่มปริมาณผลผลิตให้แก่เกษตรกรได้มากกว่าร้อยละ 10 โดยเฉพาะการยกระดับคุณภาพของกล้วยหวีล่างให้ได้ขนาดตามมาตรฐานทางการค้า ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มรายได้และลดปริมาณของเสียในกระบวนการเพาะปลูก แต่ยังเป็นต้นแบบของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการเกษตร (Agri-Tech) เพื่อยกระดับมาตรฐานเกษตรกรรมไทยให้สามารถเติบโตได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานระดับประเทศ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เพิ่ม Supply กล้วยหอมทองให้กับร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ ได้มากกว่า **130 ล้านลูก/ปี**
- สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรมากกว่า **390 ล้านบาท/ปี**
- ถุงห่อเครือสามารถใช้ซ้ำ ได้ และลดต้นทุนให้กับเกษตรกรได้มากกว่า **8.4 ล้านบาท**
- ต่อยอดพัฒนากระบวนการจัดการพลาสติกแบบยั่งยืน โดยรีไซเคิลจากถุงเก่าเป็นถุงใหม่ได้ (เก็บกลับรับคืน)

สร้าง SMEs ปั้นผลไม้ไทยเติบโตอย่างยั่งยืน



การผลิตผลไม้ไทยเผชิญปัญหาด้านการผลิต แปรรูป และการตลาดอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรได้รับผลกระทบจากราคาตกต่ำ แม้มีการแทรกแซงราคาชั่วคราวจากภาครัฐ ขณะที่ผู้ประกอบการแปรรูปผลไม้ (SMEs) ขาดความรู้และระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ บริษัทจึงเสนอแนวทางการผลิตผลไม้แบบครบวงจรเพื่อสร้างเกษตรกรรมที่ยั่งยืน โดยใช้กลยุทธ์ “3 ให้” ได้แก่ ให้ช่องทางขาย ให้ความรู้ และให้การเชื่อมโยงเครือข่าย เน้นการตลาดนำการผลิต มีการวางแผนปริมาณผลผลิตให้สอดคล้องกับยอดขาย แก้ไขปัญหาผลผลิตล้นตลาด พร้อมระบบประกันราคาที่แน่นอนและสูงกว่าราคาตลาด

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ยกระดับพื้นที่เกษตรกรรม **10,000 ไร่** สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร มากกว่า **1,000 ครอบครัว**
- รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร **16,000 ตัน/ปี**
- พัฒนา SMEs ธุรกิจเกษตร **15 ราย**
- สร้างรายการสินค้าใหม่ **74 SKUs**

โครงการต่อเนื่อง “ส้มปลอดภัย คนไทยยิ้มได้” ปีที่ 11

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมมือกับ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พัฒนาโครงการ “ส้มปลอดภัย คนไทยยิ้มได้” เพื่อยกระดับการผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกส้มให้ได้มาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practices) โดยมุ่งส่งเสริมให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช และหันมาใช้สมุนไพรท้องถิ่นเป็นทางเลือกที่ปลอดภัยแทน นอกจากนี้ ยังมีการตรวจสอบสารตกค้างในผลผลิตผ่านห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน พร้อมพัฒนาแอปพลิเคชัน Makro i-Trace เพื่อให้ลูกค้าสามารถสแกน QR Code บนบรรจุภัณฑ์หรือป้ายสินค้า เพื่อตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งผลิตได้อย่างโปร่งใสและเชื่อถือได้





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เกษตรกรเข้าร่วมโครงการ **60 ราย** ครอบคลุมพื้นที่ **23,000 ไร่** จากทั้งสิ้น **7 จังหวัด**
- สนับสนุนส้มจากเกษตรกรจำนวน **8,400 ตันต่อปี**

โครงการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานที่ยืดหยุ่นและเป็นธรรม

ซีพี แอ็กซ์ตร้า สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรหลัก (ศูนย์พัฒนานวัตกรรมเกษตร กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ พาณิชย์จังหวัด กลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกมะนาวบ้านแพ้วดำเนินสะดวก จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร) เพื่อแก้ไขปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำและสร้างความมั่นคงด้านรายได้ให้เกษตรกร ผ่านกลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

- **การลดของเสีย** นำผลผลิตส่วนเกินหรือผลผลิตที่ไม่ได้ขนาด (ซึ่งมักถูกตีราคาต่ำ) เข้าสู่กระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการเก็บรักษานาน และมีมูลค่าสูงขึ้น ช่วยให้เกษตรกรมีช่องทางระบายผลผลิตที่หลากหลายนอกเหนือจากการขายผลสด ลดความเสียหายจากผลผลิตล้นตลาด
- **การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์** แปรรูปมะนาวให้เป็นสินค้าที่มีอายุยาวและมีศักยภาพในตลาดอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ผงมะนาว และน้ำมะนาวแช่แข็งพร้อมใช้
- **การสร้างความมั่นคงด้านรายได้ให้แก่เกษตรกร** โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ จัดส่งทีมงานผู้เชี่ยวชาญ (ทีม QA และทีม Commercial) ลงพื้นที่ให้คำแนะนำแก่กลุ่มเกษตรกร ด้านการจัดการคุณภาพผลผลิตให้ได้มาตรฐานที่เหมาะสมสำหรับการแปรรูป เพื่อให้สินค้าแปรรูปมีคุณภาพสูงตามความต้องการของตลาด รวมถึง สร้างอุปสงค์ตลอดปี โดยการเชื่อมโยงเกษตรกรเข้าสู่ห่วงโซ่การผลิตสินค้าแปรรูป เพื่อสร้าง ความต้องการซื้อที่สม่ำเสมอ และทำให้เกษตรกรมีรายได้มั่นคง ลดการพึ่งพาตลาดผลสดที่ผันผวนตามฤดูกาล ซึ่งช่วยให้เกษตรกรมีช่องทางระบายสินค้าที่หลากหลายและยั่งยืน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ ผลการตรวจประเมินและมาตรการลดและป้องกันผลกระทบด้าน ESG ของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ



การบูรณาการความยั่งยืน (ESG) ในกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยมุ่งเน้นการเปลี่ยนผ่านจากการจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบดั้งเดิมไปสู่ “ห่วงโซ่อุปทานที่รับผิดชอบและยืดหยุ่น” ผ่านการบูรณาการมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) เข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์หลักในการดำเนินธุรกิจ

ครอบคลุมตั้งแต่การกำหนดนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นธรรม การคัดเลือกและประเมินคู่ค้าด้วยเกณฑ์ด้านความยั่งยืน การบริหารจัดการความเสี่ยงเชิงรุก ตลอดจนการสร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับคู่ค้าเพื่อพัฒนาศักยภาพร่วมกัน ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานไม่เพียงแต่ส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ แต่ยังสร้างคุณค่าร่วมให้แก่สังคม ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) และการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว



ตารางแสดงการบูรณาการความยั่งยืนในกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

วัตถุประสงค์หลัก	วัตถุประสงค์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ที่เชื่อมโยงกับ ESG	กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ที่เชื่อมโยงกับ ESG
เพิ่มขีดความสามารถของ SMEs	การเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาศักยภาพการบริหารห่วงโซ่อุปทาน อาทิ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ การเงิน การขนส่ง ตลอดจนด้านความยั่งยืน ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ข้อที่ 8.2 โดยมุ่งหวังผลลัพธ์คือการสร้างผลกระทบเชิงบวกทางด้านเศรษฐกิจ ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคม ชุมชน	สร้างคุณค่าร่วม “พัฒนาส่งเสริม SMEs” ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นยกระดับศักยภาพ คู่ค้าโดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยการให้การอบรมการให้คำปรึกษาและคำแนะนำการตรวจสอบมาตรฐาน การบริหารต้นทุน รวมถึงการร่วมคิดค้นนวัตกรรม เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงาน การรักษาสิ่งแวดล้อม และการเป็นมิตรต่อสังคม ชุมชน
ลดปริมาณขยะพลาสติกจากการใช้บรรจุภัณฑ์	ลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์จากคู่ค้าในกระบวนการจัดการขยะ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายเศรษฐกิจหมุนเวียนของ ซีพี ออลล์ โดยแนวคิดนี้เพื่อตอบรับกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ข้อที่ 12.6 และกรอบการทำงานด้านความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์ ในการ “ปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ” ผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเลือกใช้วัสดุ โดยมุ่งลดจำนวนขยะพลาสติก โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นมิตรต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม	7 Go Green “บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” ลดการใช้พลาสติกในบรรจุภัณฑ์ และบูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืนในการดำเนินงานต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการเลือกใช้วัสดุ โดยได้มีโครงการร่วมกันระหว่างคู่ค้าด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น การพัฒนากระบวนการที่ลดปริมาณการใช้วัสดุ เป็นต้น

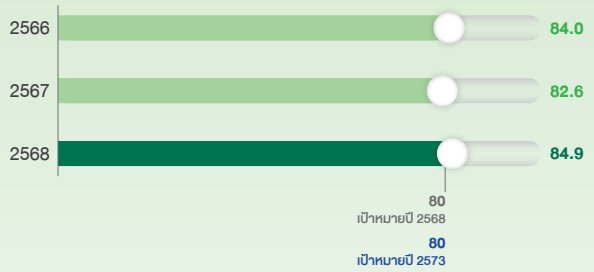
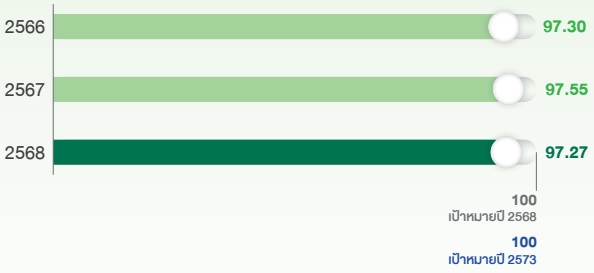
นอกจากนี้ บริษัทได้นำเกณฑ์ด้านความยั่งยืนมาประยุกต์ใช้ในการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าปัจจุบันและคู่ค้ารายใหม่ที่เป็นผู้ผลิตสินค้าที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand: PB) โดยคู่ค้ามีหน้าที่ประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนผ่านระบบการประเมินตนเองสำหรับคู่ค้า (Suppliers Self-Assessment Questionnaires: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



ดัชนีวัดความสำเร็จการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทกำหนดดัชนีวัดความสำเร็จการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยในปี 2568 มีดัชนีชี้วัดความสำเร็จ เป้าหมาย และมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ห่วงโซ่อุปทาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงานย้อนหลัง 3 ปี
คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier-1 Suppliers) ที่มีนัยสำคัญ (Significant Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้องถูกตรวจประเมินแบบเชิงรุก (Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง	**ร้อยละ 100** คู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 จะต้องถูกตรวจประเมิน (Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุงภายในปี 2573	
การเติบโตของยอดซื้อเอสเอ็มอี (Procurement Spent)	ยอดซื้อสินค้า เอสเอ็มอี (SMEs) เติบโต**ร้อยละ 10** ภายในปี 2568 (เทียบปีฐาน 2563)	

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ห่วงโซ่อุปทาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงานย้อนหลัง 3 ปี
ระดับความผูกพันของคู่ค้า (Supplier Engagement)	**ร้อยละ 80** ระดับความผูกพันของคู่ค้า ภายในปี 2573	
บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ	**ร้อยละ 100** ของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในประเทศไทย ภายในปี 2568 สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในต่างประเทศ ภายในปี 2573	

ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และทรัพยากร



> ซีพี ออลล์ มุ่งสร้างสรรค์นวัตกรรม และเทคโนโลยีประหยัดพลังงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การออกแบบอาคาร การเลือกใช้อุปกรณ์ภายในร้านสะดวกซื้อ จนถึงระบบโลจิสติกส์สีเขียว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ควบคู่กับการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนและสมดุลในทุกมิติ

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG6
สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัยสำหรับทุกคน และมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน

6.3 ยกระดับคุณภาพน้ำโดยลดมลพิษ ขจัดการทิ้งขยะ และลดการปล่อยสารเคมีและวัสดุอันตราย ลดสัดส่วนน้ำเสียที่ไม่ผ่านกระบวนการลงครึ่งหนึ่งและเพิ่มการนำกลับมาใช้ใหม่

6.4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในทุกภาคส่วนและสร้างหลักประกันว่าจะมีการใช้น้ำ และจัดหาน้ำที่ยั่งยืน เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำและลดจำนวนประชาชนที่ประสบความทุกข์จากการขาดแคลนน้ำ



SDG7
สร้างหลักประกันให้ทุกคนสามารถเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ที่ยั่งยืนในราคาที่ย่อมเยา

7.2 เพิ่มสัดส่วนของพลังงานทดแทนในการผสมผสานการใช้พลังงานของโลก

7.3 เพิ่มอัตราการปรับปรุง ประสิทธิภาพการใช้ พลังงานของโลกให้เพิ่มขึ้น



SDG12
สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และผลิตที่ยั่งยืน

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ



SDG13
เร่งต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น

13.1 เสริมภูมิต้านทานและขีดความสามารถในการปรับตัวต่ออันตรายและภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศ

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

การเปลี่ยนผ่านพลังงานของโลก (Global Energy Transition) เกิดขึ้นเป็นวงกว้างในหลายภาคอุตสาหกรรม โดยเปลี่ยนจากการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลไปสู่การใช้พลังงานคาร์บอนต่ำและพลังงานหมุนเวียน ซึ่งส่งผลต่อเศรษฐกิจ สังคม และภูมิรัฐศาสตร์ทั่วโลก ความผันผวนของราคาพลังงาน การขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดด้านพลังงานสะอาด ตลอดจนความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียต่อการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้น หากบริษัทปรับตัวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ อาจส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้น สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน และพลาดโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนสีเขียว จากรายงานของ World Economic Forum ระบุว่าร้อยละ 60 ของประเทศทั่วโลกมีพัฒนาการด้านระบบพลังงานที่ดีขึ้น แต่ยังคงมีความเหลื่อมล้ำระหว่างภูมิภาคเนื่องจากความแตกต่างของทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐาน และนโยบาย ซึ่งเป็นความท้าทายสำคัญที่ภาคธุรกิจ รวมถึงบริษัท ต้องเตรียมพร้อมรับมืออย่างรอบคอบ ทั้งนี้ การขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านพลังงานจำเป็นต้องอาศัยการลงทุนสีเขียว (Green Investment) เพื่อสนับสนุนโครงการด้านพลังงานสะอาด ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และเทคโนโลยีคาร์บอนต่ำ ผ่านกลไกทางการเงินที่ยั่งยืน เช่น Green Bond หรือ Sustainability-Linked Loan เป็นต้น ซึ่งช่วยเพิ่มแหล่งเงินทุนสำหรับโครงการที่สอดคล้องกับเป้าหมาย Net Zero และการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

การเปลี่ยนผ่านพลังงานถือเป็นโอกาสเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร รวมถึงการลดการปล่อยคาร์บอน เช่น การใช้เทคโนโลยีด้านพลังงานสะอาด (Clean Energy Technology) การใช้นวัตกรรมดิจิทัล (Digital Smart Energy Technology) และการจัดการพลังงานอัจฉริยะ (Intelligent Energy Management Systems) เป็นต้น พร้อมส่งเสริมการพัฒนาอย่างเท่าเทียมผ่านการร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดเป็นไปอย่างเป็นธรรม ปลอดภัย มีส่วนร่วมครอบคลุมห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้า เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชน ลดปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต ต้นทุนการผลิต ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับ ความต้องการของตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไป

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ
2. **การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า** — ชุมชน
3. **การจัดส่ง และกระจายสินค้า** — คู่ค้า, ชุมชน
4. **การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ** — ชุมชน
5. การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย

▶ ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน – มิติด้านสิ่งแวดล้อม

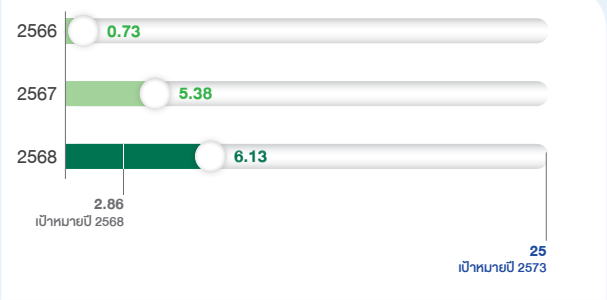
ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

– Foundational Material Topics

▶ เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ควบคุมการเติบโตการใช้พลังงานรวมสุทธิ ให้ลดลงเปรียบเทียบกรณีการดำเนินธุรกิจตามปกติ

(หน่วย: ร้อยละ)





ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ลดการใช้พลังงาน **301,423 เมกะวัตต์ชั่วโมง** จากการดำเนินโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ **350,585 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า** จากการดำเนินโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การใช้พลังงานหมุนเวียนเปรียบเทียบกับการใช้พลังงานทั้งหมด **ร้อยละ 9.12** (372,247 เมกะวัตต์-ชั่วโมง)

ประเมินความเสี่ยงพื้นที่ที่มี “ความเครียดน้ำ (Water Stress)” ของบริษัทและคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 กลุ่มสินค้าเกษตร **ร้อยละ 100**

ความเข้มข้นการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ **8.94 ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท**

การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำ เปรียบเทียบกับปริมาณน้ำที่นำมาใช้ทั้งหมด **ร้อยละ 6.14**



การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

- โครงการขยายผลระบบ IoT for Equipment Monitoring & Controlling สำหรับอุปกรณ์เครื่องเย็น
- โครงการต่อเนื่องการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ชนิดติดตั้งบนหลังคา (Solar PV Rooftop)
- โครงการอนุรักษ์น้ำ
- โครงการสร้างการมีส่วนร่วมกับคู่ค้าและพนักงานในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
- โครงการต่อเนื่องประเมินความเสี่ยงด้านสภาวะขาดแคลนน้ำของพื้นที่ดำเนินการของบริษัทและคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 กลุ่มสินค้าเกษตร

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทตระหนักถึงแนวโน้มด้านการเปลี่ยนผ่านพลังงาน (Energy Transition) และการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นความท้าทายและโอกาสในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ โดยกำหนดนโยบายสิ่งแวดล้อมและพลังงานตามมาตรฐานสากล ISO 14001 และ ISO 50001 ภายใต้แนวคิด “เซเว่น โก กรีน (7 Go Green)” ซึ่งอยู่ภายใต้กรอบกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน 2567-2568 (CPALL Sustainability Framework) “3 สร้าง 2 ลด” ดำเนินการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกมิติ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนทรัพยากรและการเปลี่ยนแปลงด้านพลังงาน บริษัทมุ่งขับเคลื่อนการใช้พลังงานหมุนเวียน อาทิ พลังงานแสงอาทิตย์ ลม ความร้อนใต้พิภพ และชีวมวล รวมถึงการใช้ยานพาหนะไฟฟ้าในระบบโลจิสติกส์ นอกจากนี้ บริษัทยังบริหารความเสี่ยงด้านน้ำ โดยการนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำ และการจัดทำแผนที่พื้นที่เสี่ยงภัยน้ำ (Water Stress) รวมถึงการประเมินคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers) โดยจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มคู่ค้าและปริมาณสินค้าเกษตรกรรมที่มาจากพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง และวางแผนลดผลกระทบด้านความเครียดน้ำ (Water Stress) ในห่วงโซ่อุปทาน

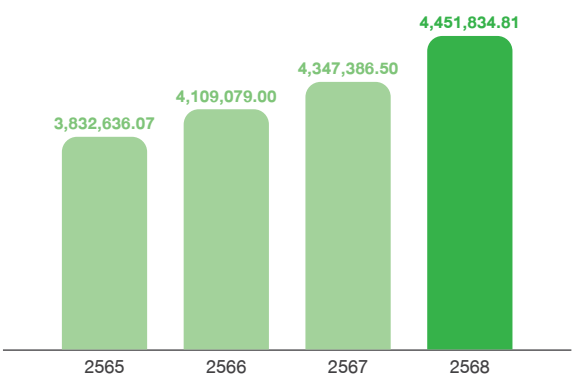
ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวด้านการอนุรักษ์พลังงานและทรัพยากรน้ำ พร้อมติดตาม วิเคราะห์ และปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและตอบสนองต่อแนวโน้มเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำของโลก

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายสิ่งแวดล้อม

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

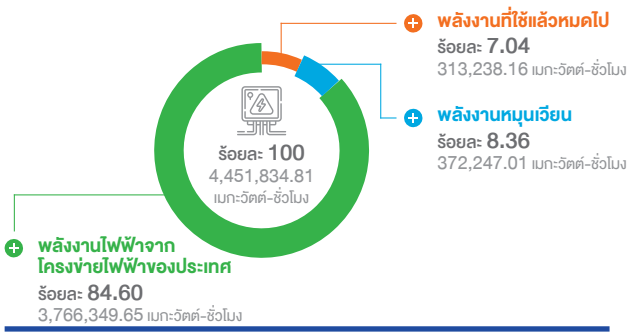
พลังงานที่ใช้ทั้งหมดของกลุ่ม ซีพี ออลล์

(หน่วย: เมกะวัตต์-ชั่วโมง)



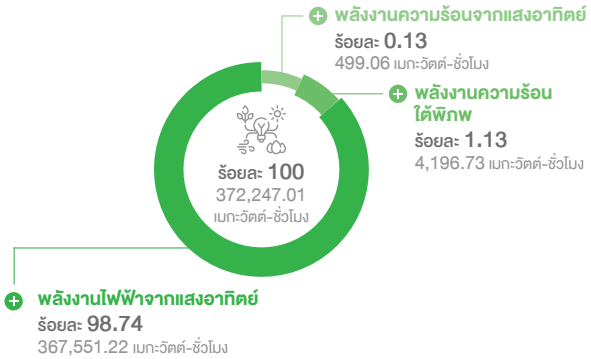
ปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด จำแนกตามประเภทที่มาของกลุ่ม ซีพี ออลล์

(หน่วย: ร้อยละ)



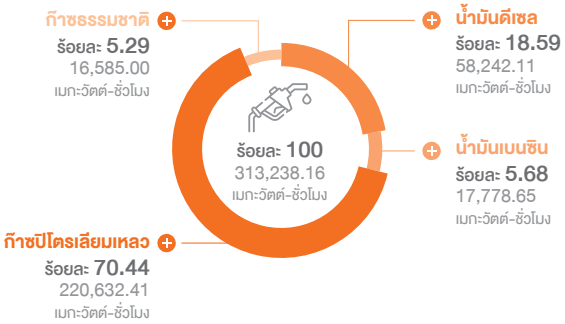
ปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียนทั้งหมด จำแนกตามประเภท กลุ่ม ซีพี ออลล์

(หน่วย: ร้อยละ)



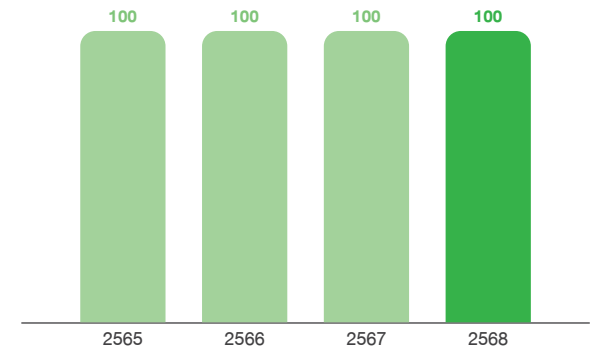
ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ของกลุ่ม ซีพี ออลล์

(หน่วย: ร้อยละ)



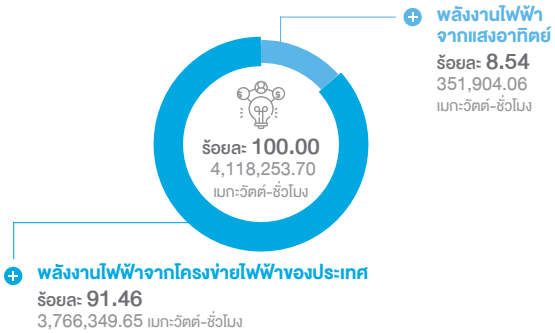
ความครอบคลุมของข้อมูลปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด ของกลุ่ม ซีพี ออลล์

(หน่วย: ร้อยละของรายได้)



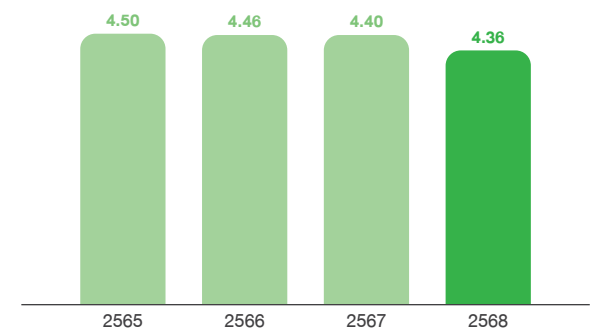
ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก จำแนกตามแหล่งที่มาของกลุ่ม ซีพี ออลล์

(หน่วย: ร้อยละ)



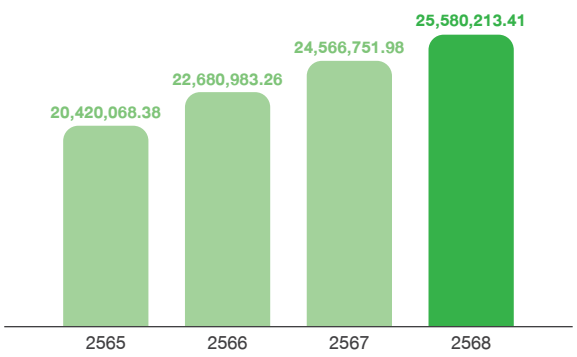
ความเข้มข้นการใช้พลังงาน ต่อหน่วยรายได้ของกลุ่ม ซีพี ออลล์

(หน่วย: เมกะวัตต์-ชั่วโมง ต่อล้านบาท)



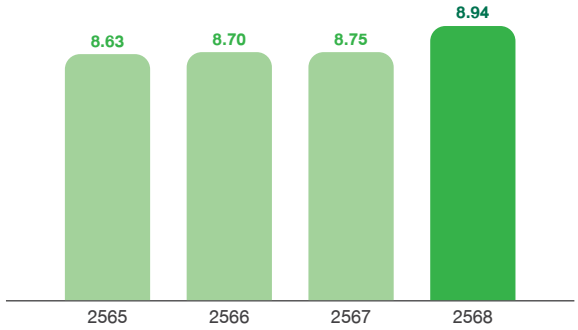
ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด

(หน่วย: ลูกบาศก์เมตร)



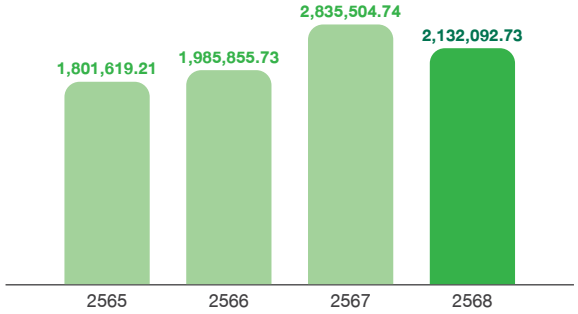
ความเข้มข้นการใช้น้ำสุทธิต่อหน่วยรายได้

(หน่วย: ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท)



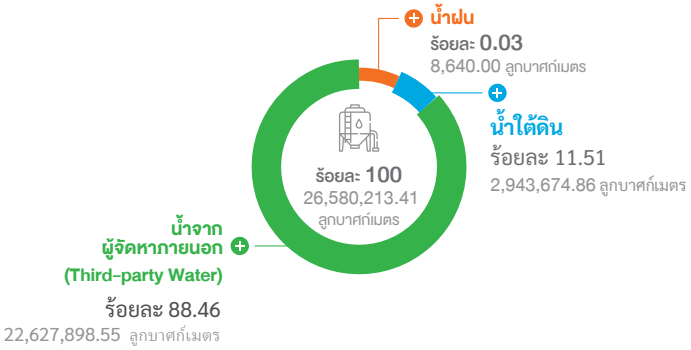
ปริมาณน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด

(หน่วย: ลูกบาศก์เมตร)

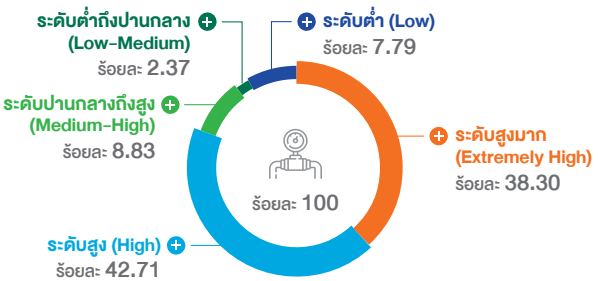


ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด จำแนกตามแหล่งที่มา

(หน่วย: ลูกบาศก์เมตร)



สัดส่วนปริมาณการใช้น้ำ จากพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ ในพื้นที่ดำเนินการของบริษัท (หน่วย: ร้อยละ)



โครงการด้านการอนุรักษ์พลังงาน (Eenergy Conservation)

บริษัทพัฒนาระบบการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงานอย่างต่อเนื่อง ให้สอดคล้องและครอบคลุมตามมาตรฐานสากล ได้แก่ ISO 14001: Environmental Management Systems และ ISO 50001: Energy Management Systems เพื่อสร้างระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพและสามารถติดตามผลได้อย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้ง บริษัทได้ดำเนินการตรวจสอบและประเมินผลการใช้พลังงานในทุกพื้นที่ปฏิบัติงานเป็นประจำทุกเดือน เพื่อระบุโอกาสในการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมทั้งเก็บรวบรวม วิเคราะห์และทบทวนข้อมูลการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาแนวทางลดการใช้พลังงานผ่านรูปแบบพื้นที่ปฏิบัติงานหลัก 3 รูปแบบของบริษัทอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ดังนี้



โรงงานผลิต
และศูนย์กระจายสินค้า



โรงงานที่ตั้ง
อยู่ในนิคมอุตสาหกรรม



ศูนย์จำหน่ายและสำนักงาน
ที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ การอนุรักษ์พลังงาน

โครงการกลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพ-ลดการใช้พลังงาน

ในปี 2568 บริษัทดำเนินมาตรการด้านการบริหารจัดการพลังงานภายใต้กลยุทธ์ 2 ลด “ลดคาร์บอน” มุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการลดต้นทุนพลังงาน โดยมีรายละเอียดการดำเนินโครงการเชิงกลยุทธ์ดังนี้

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2568
เทคโนโลยีประหยัดพลังงาน Open Showcase version 4	ร้าน 7-Eleven	• ลดการใช้ไฟฟ้า **13,567 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขาต่อปี** • ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **77 ล้านบาทต่อปี** • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **5,970 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
เพิ่มประสิทธิภาพเครื่องปรับอากาศ	ร้าน 7-Eleven	• ลดการใช้ไฟฟ้า **7,809 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขาต่อปี** • ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **44.2 ล้านบาทต่อปี** • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **3,436 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
เพิ่มประสิทธิภาพเครื่องทำความเย็น	ร้าน 7-Eleven	• ลดการใช้ไฟฟ้า **1,413 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขาต่อปี** • ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **8 ล้านบาทต่อปี** • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **622 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
เพิ่มประสิทธิภาพ Condensing Unit Vault เป็นระบบอินเวอร์เตอร์	ร้าน 7-Eleven	• ลดการใช้ไฟฟ้า **734 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขาต่อปี** • ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **4 ล้านบาทต่อปี** • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **323 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
พัฒนาอุปกรณ์เตาอบไมโครเวฟเป็นระบบอินเวอร์เตอร์ (Inverter) จำนวน 2,000 เครื่อง	ร้าน 7-Eleven	• ลดการใช้ไฟฟ้า **954 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขาต่อปี** • ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **5.4 ล้านบาทต่อปี** • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **420 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2568
โครงการขยายผลระบบ IoT for Equipment Monitoring & Controlling สำหรับอุปกรณ์เครื่องเย็น เครื่องปรับอากาศ, ตู้แช่แบบเปิด (Open Showcase), ห้องเย็นเก็บสต็อก (Vault Room)	ร้าน 7-Eleven	• ติดตั้ง **700 สาขา** • ลดการใช้ไฟฟ้ารวม **380 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี** • ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **2.13 ล้านบาทต่อปี** • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **166.76 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
ทดแทนหลอดไฟชนิดเก่าเป็นหลอดไฟแอลอีดี (LED)	ร้าน 7-Eleven 1,068 สาขา ศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven 23 แห่ง ซีพี แอ็กซ์ตร้า ศูนย์จำหน่ายสินค้า	• ลดการใช้ไฟฟ้า **88,559 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขาต่อปี** • ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน **35.5 ล้านบาทต่อปี** • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **62,331 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
ใช้เครื่องปรับแรงดันอัตโนมัติ (Automatic Voltage Regulator: AVR)	ซีพี แอ็กซ์ตร้า ศูนย์จำหน่ายสินค้า 23 สาขา	• ลดการใช้ไฟฟ้ารวม **21,324.36 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี** • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **10,661.43 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
ติดตั้งระบบจัดการพลังงาน (Building Energy Management System: BEMS)	ซีพี แอ็กซ์ตร้า ศูนย์จำหน่ายสินค้า 127 สาขา	
ใช้ระบบควบคุมอัตโนมัติ (Building Automation System: BAS) ในอาคาร	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตอีอีซี อาคาร SKY BRIGHT CENTER	• ลดการใช้ไฟฟ้า **10 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี** • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **4.43 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

โครงการกลยุทธ์ลดความสูญเปล่าจากการใช้พลังงาน

บริษัทยึดถือหลักการ “ใช้เท่าที่จำเป็นและเกิดประโยชน์สูงสุด” โดยมุ่งเน้นการขจัดความสูญเปล่าทางพลังงาน (Energy Waste) ที่แฝงอยู่ในกระบวนการทำงานประจำวัน ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากพฤติกรรมการใช้งานที่เกินความจำเป็นและอุปกรณ์ที่ไม่ได้รับการปรับตั้งค่าอย่างเหมาะสม โดยมีรายละเอียดการดำเนินโครงการเชิงกลยุทธ์ดังนี้

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2568
จัดกิจกรรมรณรงค์การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในระดับกลุ่มสาขา เพื่อกระตุ้นพนักงานให้เกิดการตระหนักถึงการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดการประหยัดพลังงาน	ซีพี แอ็กซ์ตร้า ศูนย์จำหน่ายสินค้า และศูนย์กระจายสินค้า	• จำนวนพนักงานเข้าร่วมโครงการ **25,282 ราย**
มาตรการปิดไฟช่วงพักเที่ยง	สำนักงาน อาคาร THE TARA แจ้งวัฒนะ	• ประหยัดพลังงานได้ **1,180 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี** • ลดค่าใช้จ่าย **5.17 ล้านบาทต่อปี**
ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในอาคารสำนักงาน • จัดพื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working Space) จัดพื้นที่ส่วนกลางสำหรับพนักงานที่ต้องการทำงานหลังเวลา 19.00 น. เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในพื้นที่ทำงานส่วนตัว • นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ควบคุมระบบปรับอากาศและระบายอากาศภายในอาคารอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อปรับอุณหภูมิและปริมาณอากาศให้เหมาะสมกับการใช้งาน ลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น • จัดทำระบบการจัดอันดับ (Ranking) การใช้พลังงานของผู้ใช้อาคารในแต่ละชั้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน และสร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อการใช้พลังงาน • กำหนดเป้าหมายดัชนีการใช้พลังงานของอาคารสำนักงานไว้ที่ 185.5 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อตารางเมตรต่อปี เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานและประเมินผล	สำนักงาน อาคาร THE TARA แจ้งวัฒนะ	• จำนวนพนักงานใช้อาคารมากกว่า **1,803 ราย/วัน** • จำนวนชั้นที่เข้าร่วมโครงการ Ranking การใช้พลังงาน**ร้อยละ 80 ของอาคาร** • สามารถประหยัดพลังงานอาคารสำนักงานได้ **180 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อตารางเมตรต่อปี** เปรียบเทียบก่อนเข้าร่วมโครงการ โดยลดลง**ร้อยละ 3**

โครงการกลยุทธ์เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

บริษัทเล็งเห็นว่าการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนไม่ใช่เพียงมาตรการเพื่อความยั่งยืนเท่านั้น แต่ยังเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้าง “ความมั่นคงทางพลังงาน” (Energy Security) และบริหารจัดการต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาวอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงได้วางแผนการเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสมกับบริบทของธุรกิจค้าปลีกและโลจิสติกส์ โดยมีรายละเอียดการดำเนินโครงการเชิงกลยุทธ์ดังนี้

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2568
ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป	ร้าน 7-Eleven ติดตั้ง Solar Rooftop สะสม ณ สิ้นปี 2025 จำนวน **3,201 สาขา** (รวมติดตั้งใหม่ จำนวน **624 สาขา** และขยายกำลังการผลิต จำนวน **1,512 สาขา**) ศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven **20 แห่ง** ซีพี แอ็กซ์ตร้า ศูนย์จำหน่ายสินค้า, ศูนย์กระจายสินค้า **1,384 สาขา** โรงงานผลิต ซีพีแรม **7 แห่ง**	• เพิ่มสัดส่วนพลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อปโดยติดตั้งใหม่ และขยายการติดตั้ง • ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป **165,873 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี** • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **76,782 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
พลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์ (Solar Water Tube) เพื่อใช้ในกระบวนการต้มน้ำและระบบทำน้ำร้อน	โรงงานผลิต ซีพีแรม (ลาดกระบัง)	• ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป **800 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี** • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **400 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
นำพลังงานความร้อนจากน้ำร้อนใต้ดินมาใช้ล้างอุปกรณ์ในกระบวนการผลิต สามารถใช้ทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้าในขั้นตอนการอุ่นน้ำได้	โรงงานผลิต ซีพีแรม (ลาดหลุมแก้ว)	

โครงการด้านการอนุรักษ์น้ำ

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและการลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ โดยมุ่งเน้นการลดปริมาณน้ำเสียและการอนุรักษ์แหล่งน้ำธรรมชาติ สอดคล้องกับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร ภายใต้นโยบาย “การใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า” เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจกับการดูแลทรัพยากรน้ำของชุมชนและธรรมชาติ ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดเป้าหมาย “ลดการใช้น้ำต่อรายได้ลงร้อยละ 20 ภายในปี 2573 เทียบกับฐานปี 2563” พร้อมดำเนินการรวบรวม ตรวจสอบ ทบทวน และวิเคราะห์ข้อมูลการใช้น้ำและคุณภาพน้ำในทุกพื้นที่ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมโรงงานผลิต ศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร โลตัส และสำนักงานทั่วประเทศ โดยมีการประเมินผลตามมาตรฐานสากลเป็นรายไตรมาส ดังนี้

1. **โรงงานผลิตและศูนย์กระจายสินค้า:** ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำตามมาตรฐาน ISO 14001:2015 โดยในปี 2568 โรงงานของซีพีแรม ลาดหลุมแก้ว บ่อวิน ลาดกระบัง ชลบุรี สุราษฎร์ธานี ขอนแก่น ลำพูน คลอบคลุมโรงงานของ ซีพีแรม ทั้ง 7 แห่ง ได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

2. **สถานประกอบการที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม:** การบำบัดน้ำเสียและประสิทธิภาพการใช้น้ำได้รับการประเมินและตรวจสอบจากนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) หรือหน่วยงานตรวจประเมินอิสระภายนอก โดยดำเนินการตามมาตรฐานสากล เช่น ISO 14001:2015 รวมถึงมาตรฐานอุตสาหกรรมและข้อกำหนดอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับรองความถูกต้องและความโปร่งใสในการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน

3. **ศูนย์จำหน่ายสินค้าและสำนักงานที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม:** หน่วยงานกำกับดูแลส่วนกลางดำเนินการประเมินการบริหารจัดการน้ำอย่างต่อเนื่อง เพื่อค้นหาแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้น้ำ และลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อทรัพยากรน้ำและระบบนิเวศโดยรอบ

ในปี 2568 บริษัทดำเนินการยกระดับการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการนำน้ำเสียกลับมาใช้ใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและลดการปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะและสิ่งแวดล้อม โดยดำเนินงานผ่านโครงการต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบการดำเนินงานหลัก ดังนี้

1. **ลดการใช้น้ำ**
(Reducing water use)

2. **เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและการหมุนเวียนน้ำเสียให้กลับมาใช้ใหม่**
(Water efficiency and recycle wastewater)

3. **ปรับปรุงระบบบำบัดน้ำทิ้งสู่สาธารณะ**
(Treated wastewater discharge)

4. **ปลูกจิตสำนึก การอนุรักษ์และการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ**
(Raising awareness)

1. ลดการใช้น้ำ

โครงการส่งเสริมการใช้อุปกรณ์ประหยัดน้ำ

ศูนย์กระจายสินค้าบางบัวทอง ติดตั้งสุขภัณฑ์ อ่างล้างมือ และชักโครก แบบประหยัดน้ำ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการประหยัดน้ำ ซึ่งสามารถประหยัดการใช้น้ำประปาได้ 128 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดการใช้น้ำประปาได้ 128 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

2. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ และการหมุนเวียนน้ำเสียให้กลับมาใช้ใหม่

โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในกระบวนการผลิต

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ลาดหลุมแก้ว นำน้ำใต้ดินที่มีอุณหภูมิสูงตามธรรมชาติมาใช้ชำระล้างอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อลดการใช้ไฟฟ้าเพื่ออุ่นน้ำ รวมถึงบำบัดน้ำจากกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพดีกว่าน้ำทิ้งทั่วไปตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างสมบูรณ์ เช่น การนำไปใช้เป็นน้ำดิบในระบบระบายความร้อนหอผึ่งเย็น ใช้รดน้ำต้นไม้และชำระล้างบริเวณพื้น เป็นต้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดการใช้น้ำประปาได้ 1,453,352 ลูกบาศก์เมตรต่อปี
- ลดการใช้ไฟฟ้าในระบบลง 379.89 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี
- ลดค่าใช้จ่ายจากการลดใช้ไฟฟ้าได้กว่า 1.33 ล้านบาทต่อปี
- นำน้ำทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์ 705,201 ลูกบาศก์เมตร

โครงการธนาคารน้ำใต้ดิน

ซีพี แอ็กซ์ตร้า นำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมากักเก็บไว้ใช้ยามจำเป็นและผันน้ำส่วนเกินไปยังพื้นที่ที่จัดสรร ลงสู่พื้นดิน เพื่อลดการใช้น้ำและใช้ประโยชน์สำหรับการเพาะปลูก สามารถลดผลกระทบจากสภาวะขาดแคลนน้ำ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน โดยบริษัทมีแผนที่จะขยายผลโครงการต้นแบบนี้ไปสู่สาขาอื่นต่อไป

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ปริมาณน้ำที่บำบัดผันลงสู่ธนาคารน้ำใต้ดินกว่า 32 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน
- ลดค่าใช้จ่ายได้กว่า 155,520 บาทต่อปี

โครงการรักษ์น้ำ รักอนาคต

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อนำน้ำทิ้งกลับมาใช้ใหม่สำหรับรดน้ำต้นไม้ ภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า 77 สาขา และศูนย์กระจายสินค้า 1 แห่ง โดยสามารถลดปริมาณน้ำที่ดึงมาใช้ รวมทั้งประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดการน้ำอีกด้วย

3. ปรับปรุงระบบบำบัดน้ำทิ้งสู่สาธารณะ

โครงการต่อเนื่อง ปันน้ำใสให้ชาวนา

บริษัท ซีพีแรม จำกัด โรงงานลำพูน ขออนุญาตระบายน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิตที่ผ่านการบำบัดตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากโรงงานตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมให้กับเกษตรกรที่มีพื้นที่ทำนาใกล้เคียง เพื่อให้เกษตรกรที่ขาดแคลนน้ำในการทำนาให้สามารถทำนานอกฤดู (นาปรัง) ได้

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดการดึงน้ำจากแหล่งน้ำชุมชนได้กว่า 100,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี
- เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรมากกว่า 68,890 บาท ต่อคนต่อปี

4. ปลูกจิตสำนึก การอนุรักษ์และการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการอนุรักษ์และการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงานผ่านกิจกรรม “7ส” โดยได้กำหนดนโยบายและหัวข้อรณรงค์ของการดำเนินงาน “7ส” มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างคุ้มค่า พร้อมทั้งจัดทำสื่อให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับแนวปฏิบัติในการลดการใช้น้ำ ผ่านพอร์ทัลของบริษัท กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมและสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ อาทิ วิดีโอ โปสเตอร์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนพนักงานเข้าร่วมโครงการกิจกรรม 99,771 คน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

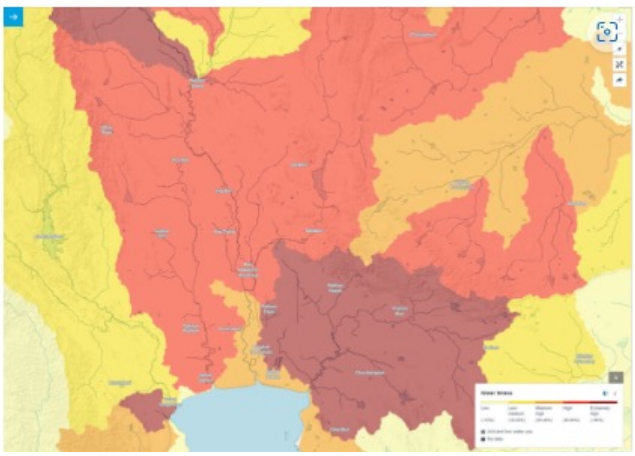
โครงการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำ

บริษัทดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงจากภาวะขาดแคลนน้ำ พร้อมทั้งสนับสนุนการรักษาสมดุลของระบบนิเวศอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทยังมีการติดตามและประเมินความเสี่ยงด้านการจัดการน้ำของคู่ค้าหลักอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการตรวจสอบแหล่งที่มาและปริมาณสินค้าเกษตรจากคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier) ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ซึ่งมีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress)

การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน

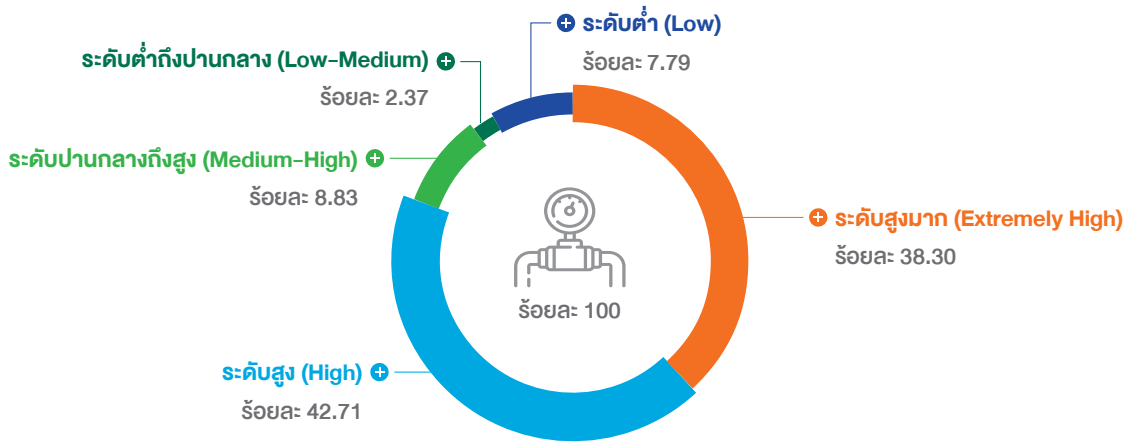
บริษัทดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำอย่างเป็นระบบ เพื่อป้องกันและลดผลกระทบจากภาวะขาดแคลนน้ำ ทั้งจากแหล่งน้ำประปาและน้ำบาดาล ซึ่งอาจส่งผลต่อกระบวนการดำเนินธุรกิจ เช่น การผลิต การชักล้าง การทำความสะอาด รวมถึงกิจกรรมของบริษัทในเครือ ได้แก่ บริษัท ซีพีแรม จำกัด และบริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) จัดทำการประเมินความเสี่ยงด้านการขาดแคลนน้ำ (Water Stress) แบบเจาะจงพื้นที่ ด้วยเครื่องมือ Aqueduct จาก World Resource Institute (WRI) ซึ่งครอบคลุมทุกพื้นที่การดำเนินธุรกิจของบริษัท และพื้นที่ดำเนินธุรกิจของคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier)

จากผลการประเมิน พบว่าพื้นที่ดำเนินงานของบริษัท ร้อยละ 30.67 อยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงระดับสูงมาก (Extremely High) ขณะที่คู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier) จำนวน 46 ราย ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เผชิญความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำในระดับเดียวกัน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวถูกนำไปใช้ในการกำหนดแผนบริหารจัดการน้ำและพัฒนามาตรการลดความเสี่ยงตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน



ทั้งนี้ บริษัทมอบหมายคณะทำงานด้านการบริหารจัดการน้ำ เพื่อทำหน้าที่จัดทำแผนลดการใช้น้ำ พร้อมทั้งดำเนินโครงการต่าง ๆ ในพื้นที่ดำเนินธุรกิจทั่วประเทศ เพื่อสนับสนุนการลดการใช้น้ำอย่างเหมาะสม มีการติดตามและประเมินความเสี่ยงสำหรับคู่ค้ากลุ่มเป็นประจำ เช่น ติดตามแหล่งที่มาของสินค้าเกษตรกรรมในพื้นที่ขาดแคลนน้ำ เป็นต้น เพื่อควบคุมปริมาณและคุณภาพการใช้น้ำ การปฏิบัติงานที่สอดคล้องตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาแหล่งน้ำและระบบนิเวศในพื้นที่ชุมชน บริษัทได้รับความร่วมมือกับคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 ที่มีความเสี่ยงสูง ร้อยละ 100 และดำเนินการลดความเสี่ยงและผลกระทบด้านน้ำอย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการด้านน้ำร่วมมือกับคู่ค้า หน่วยงาน และชุมชน นอกจากเป็นการลดความเสี่ยงและผลกระทบจากภาวะด้านน้ำ ยังเป็นการลดข้อกังวลที่อาจนำมาซึ่งความขัดแย้งกับชุมชนโดยรอบพื้นที่ดำเนินธุรกิจอีกด้วย

สัดส่วนพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress) (หน่วย: ร้อยละ)



สัดส่วนสินค้าเกษตรกรรมจากคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1) ในพื้นที่ขาดแคลนน้ำ

(หน่วย: ร้อยละ)

	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ (Cattle Products)	70.88
ข้าวโพด (Maize)	20.04
น้ำมันปาล์ม (Palm Oil)	45.73
ข้าว (Rice)	46.64
ถั่วเหลือง (Soy)	44.17
น้ำตาล (Sugar)	9.17
ยาสูบ (Tobacco)	94.30
ฝ้าย (Cotton)	62.06

ในปี 2568 บริษัทได้สานต่อความร่วมมือกับคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 ที่มีพื้นที่ดำเนินงานตั้งอยู่ในเขตที่มีความเสี่ยงด้านน้ำ ร่วมกันจัดทำและพัฒนาแผนการบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงด้านน้ำ โดยแบ่งแนวทางการดำเนินงานออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1 **ความเสี่ยงด้านปริมาณและคุณภาพของน้ำ** (Quantity and quality of water)

2 **ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง** (Regulatory changes)

3 **ความเสี่ยงด้านความขัดแย้งระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย** (Stakeholder conflicts)

1 ความเสี่ยงด้านปริมาณและคุณภาพของน้ำ (Quantity and quality of water)

- **การประเมินตนเอง:** บริษัทพัฒนาและส่งแบบประเมินตนเองด้านน้ำให้คู่ค้าผ่านโครงการจัดหาที่ยั่งยืนสำหรับตรวจสอบแหล่งน้ำที่ใช้และมาตรการลดความเสี่ยงด้านปริมาณและคุณภาพของน้ำ
- **ความร่วมมือและการเสริมสร้างศักยภาพ:** บริษัทร่วมมือกับคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 ในพื้นที่เสี่ยงด้านน้ำ และหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องเพื่อเสริมสร้างการจัดการอย่างยั่งยืน และสร้างความตระหนักด้านความเสี่ยงของการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงจัดการอบรมให้คู่ค้ากลุ่มเกษตรกร สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีประหยัดน้ำ การรีไซเคิลน้ำ และปรับปรุงกระบวนการเพื่อลดการใช้น้ำ
- **แนวทางปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี** (Good Agricultural Practices - GAP): บริษัทสนับสนุนคู่ค้ากลุ่มเกษตรกรในการนำแนวทาง GAP มาใช้เพื่อสร้างความโปร่งใสและยั่งยืนในกระบวนการผลิตทางการเกษตร

2 ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ หรือโครงสร้างการกำหนดราคา

- **การติดตามกฎระเบียบ:** ฝ่ายกฎหมายติดตามการเปลี่ยนแปลงในกฎหมาย กฎระเบียบ และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างใกล้ชิด หากมีการเปลี่ยนแปลงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ฝ่ายกฎหมายจะแจ้งฝ่ายจัดซื้อ เพื่อสื่อสารและเตรียมรับมือร่วมกับคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 ควบคู่ไปกับการสนับสนุนคู่ค้าที่มีการจัดหาที่ยั่งยืน พัฒนากระบวนการผลิตและจัดหาแหล่งวัตถุดิบทางเลือก เพื่อลดความเสี่ยงองค์กรในการพึ่งพาคู่ค้าที่ไม่สามารถรับมือกับความเสี่ยง ซึ่งอาจก่อให้เกิดการผิดกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับในอนาคต
- **การมีส่วนร่วมในอุตสาหกรรม:** บริษัทร่วมมือกับสมาคมต่าง ๆ ทั้งเครือข่ายและพัฒนาความสัมพันธ์กับหน่วยงานรัฐบาล องค์กรเอกชน และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและแนวทางของนโยบาย และแนวทางการดำเนินงาน เพื่อลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจทางการเกษตร และสร้างความตระหนักให้กับคู่ค้าในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านน้ำ

3 ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- **การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย:** บริษัทจัดช่องทางรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากชุมชนในพื้นที่ปฏิบัติงานของคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านน้ำ รวมถึงรับฟังผู้ปฏิบัติงานของบริษัทที่อาจเกิดความขัดแย้ง โดยสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์น้ำและแผนบรรเทาความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง
- **การบรรเทาความเสี่ยงด้านน้ำร่วมกัน:** บริษัทร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อบรรเทาความเสี่ยงด้านน้ำอย่างถูกกฎหมาย มีประสิทธิภาพและเหมาะสม โดยพัฒนาแผนบรรเทาความเสี่ยงด้านน้ำร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชน
- **การติดตามข้อร้องเรียนของคู่ค้า:** บริษัทติดตามและบันทึกข้อร้องเรียนของคู่ค้าในกระบวนการตรวจสอบโรงงานประจำปีและกระบวนการประเมินซัพพลายเออร์ ในการติดตามข้อร้องเรียน คู่ค้าจะดำเนินการแก้ไขก่อนการทำกิจกรรมทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยฝ่ายจัดซื้อและฝ่ายประกันคุณภาพรับผิดชอบในการติดตามผลการแก้ไขดังกล่าว



การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ



> “การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นหัวใจสำคัญของ ซีพี ออลล์ สะท้อนผ่านการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืน การลดการสูญเสีย ส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ และความร่วมมือกับทุกภาคส่วน เพื่อปกป้องระบบนิเวศและสร้างอนาคตที่น่าอยู่สำหรับคนรุ่นหลัง”

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG6

สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัยสำหรับทุกคน และมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน

6.6 ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำรวมถึงภูเขาป่าไม้ พื้นที่ชุ่มน้ำ แม่น้ำ ชั้นหินอุ้มน้ำ และทะเลสาบ



SDG14

อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเลและทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

14.1 ป้องกันและลดมลพิษทางทะเลทุกประเภทโดยเฉพาะจากกิจกรรมบนแผ่นดิน รวมถึงขยะทะเลและมลพิษของสารอาหาร (Nutrient Pollution)



SDG15

ปกป้อง ฟื้นฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน

15.1 สร้างหลักประกันว่าจะมีการอนุรักษ์ การฟื้นฟูและการใช้ระบบนิเวศบนบกและในน้ำจืดในแผ่นดิน รวมทั้งบริการทางระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ป่าไม้พื้นที่ชุ่มน้ำ ภูเขา และเขตแห้งแล้ง โดยเป็นไปตามข้อบังคับภายใต้ความตกลงระหว่างประเทศ

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

ความเสื่อมโทรมของความหลากหลายทางชีวภาพอาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และผู้คนโดยตรงและโดยอ้อม การสูญเสียถิ่นอาศัย การตัดไม้ทำลายป่า และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลให้ชนิดพันธุ์หลายชนิดเสี่ยงต่อการสูญพันธุ์และความสมดุลของระบบนิเวศ ด้านเศรษฐกิจความเสื่อมโทรมของความหลากหลายทางชีวภาพอาจสร้างความเสี่ยงต่อห่วงโซ่อุปทาน การสูญเสียทรัพยากรและความมั่นคงทางอาหาร ซึ่งอาจกระทบต่อสิทธิในการดำรงชีพและสิทธิมนุษยชน ความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ พื้นที่เกษตรกรรม ตลอดจนสิทธิในการถือครองที่ดิน การประกอบอาชีพ ความท้าทายนี้ได้สร้างการดำเนินงานเพื่อการเปลี่ยนผ่านสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน อาทิ เป้าหมาย 30X30 ว่าด้วยการอนุรักษ์พื้นที่ทางทะเลและป่าไม้ร้อยละ 30 ภายในปี 2030 เพื่อป้องกันการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ สนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศในการดำเนินงานด้านความหลากหลายทางชีวภาพ การแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมด้วยแนวทาง Nature-based Solutions การปลูกป่าและฟื้นฟูพื้นที่ชุ่มน้ำ นำไปสู่การปฏิบัติจริงในระดับประเทศ (National Biodiversity Strategies and Action Plans: NBSAPs) และบรรลุเป้าหมายรวมถึงตัวชี้วัดของแผนงานความหลากหลายทางชีวภาพในระดับโลกร่วมกัน ภายใต้กรอบการกำกับดูแลที่เข้มงวดจากทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ — ชุมชน
2. การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า — ชุมชน
3. การจัดส่ง และกระจายสินค้า — ชุมชน
4. การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ
5. การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย

▶ ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

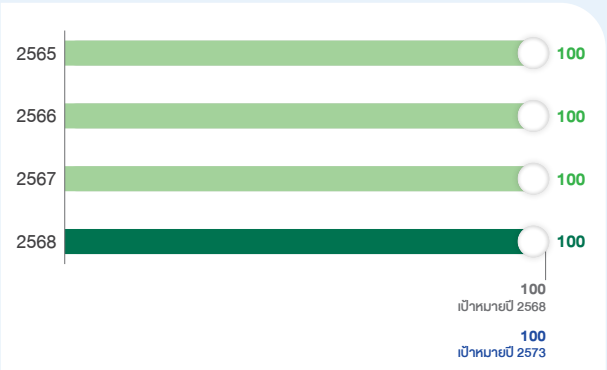
มิติด้านความยั่งยืน - มิติด้านสิ่งแวดล้อม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- Foundational Material Topics

▶ เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ทุกพื้นที่การดำเนินการของธุรกิจมีโครงการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ หรือองค์กรอิสระภายนอกเพื่อช่วยสนับสนุนการลดผลกระทบเชิงลบต่อระบบนิเวศหรือความหลากหลายทางชีวิตภาพ (หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ประเมินและจัดการความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่เสี่ยง **ร้อยละ 100**

ปลูกต้นไม้สะสม **1.2 ล้านต้น**

ปล่อยลูกพันธุ์ปูม้าระยะ Young Crab สะสมกว่า **1.6 ล้านตัว**





การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

โครงการต่อเนื่องฟื้นฟูระบบนิเวศในชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติการ เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีจิตอาสา ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่โดยรอบพื้นที่ปฏิบัติ

การดำเนินการร่วมกับคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และภาคีเครือข่าย เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ อาทิ
โครงการ **“สร้างบ้านให้ปลา สร้างอาชีพให้คน”**
โครงการ **“ปลูกป่าชายเลน”**

โครงการ **“ปลูกป่า ปลูกอนาคต”** ภายใต้กรอบความร่วมมือเพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศและความหลากหลาย ร่วมกับโรงเรียน วัด และชุมชนทั่วภูมิภาค

โครงการสนับสนุนกิจกรรมชุมชนให้ตระหนักถึงการลดก๊าซเรือนกระจก เพื่อขอการรับรอง **LESS (Low Emission Support Scheme)**

แนวทางการดำเนินงาน

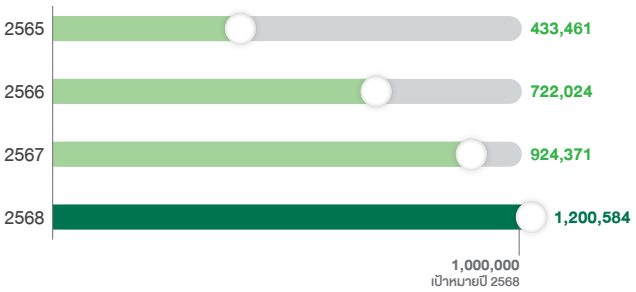
บริษัทดำเนินงานตามนโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ กำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบจากกิจกรรมทางธุรกิจต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Exposure & Assessment) ครอบคลุมทั้งพื้นที่และการดำเนินงานของบริษัท รวมถึงคู่ค้าลำดับที่ 1 ลำดับถัดไป และพันธมิตรทางธุรกิจในห่วงโซ่คุณค่า ทั้งนี้เพื่อป้องกันการดำเนินกิจกรรมที่อาจสร้างผลกระทบต่อพื้นที่อนุรักษ์หรือพื้นที่คุ้มครอง ตามนิยามและข้อกำหนดของสหภาพนานาชาติเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ (IUCN) รวมถึงพื้นที่มรดกโลกที่ขึ้นทะเบียนโดยองค์การยูเนสโก (UNESCO) ทั้งนี้ได้จัดทำแผนการป้องกันเพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ พร้อมกับขยายแนวทางการพัฒนาร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อไม่ให้การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทและคู่ค้าตั้งอยู่ในพื้นที่เขตคุ้มครองใด ๆ และไม่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งทางบกและทางน้ำ บริษัทได้จัดทำแนวทางการบริหารจัดการผลกระทบเชิงลบโดยอ้างอิงลำดับขั้นการบรรเทา (Mitigation Hierarchy) เพื่อป้องกัน ลด และควบคุมความเสี่ยงจากการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ ภายใต้หลักการ “ไม่ให้เกิดการสูญเสียสุทธิ” (No Net Loss: NNL) และ “ไม่ให้เกิดการตัดไม้ทำลายป่าสุทธิ” (No Net Deforestation) โดยให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรอย่างรอบคอบ ควบคู่ไปกับการสร้างกลไกการมีส่วนร่วมที่โปร่งใสและครอบคลุมทุกภาค มุ่งสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรและผู้มีส่วนได้เสียในการพัฒนาและขับเคลื่อนโครงการอนุรักษ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการสร้างผลกระทบเชิงบวกสุทธิ (Net Positive Impact: NPI) คืนความสมดุลและความอุดมสมบูรณ์ให้แก่ระบบนิเวศ และสนับสนุนความมั่นคงทางอาหาร ความเป็นอยู่ของชุมชน และการพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว



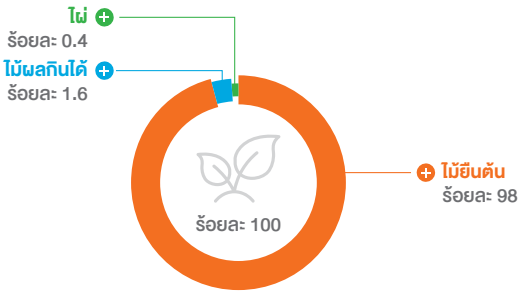
สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
- นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ
- การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

จำนวนต้นไม้ที่ปลูก เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ (หน่วย: ต้นสะสม)



ต้นไม้ที่ปลูก จำแนกตามประเภท (หน่วย: ร้อยละ)



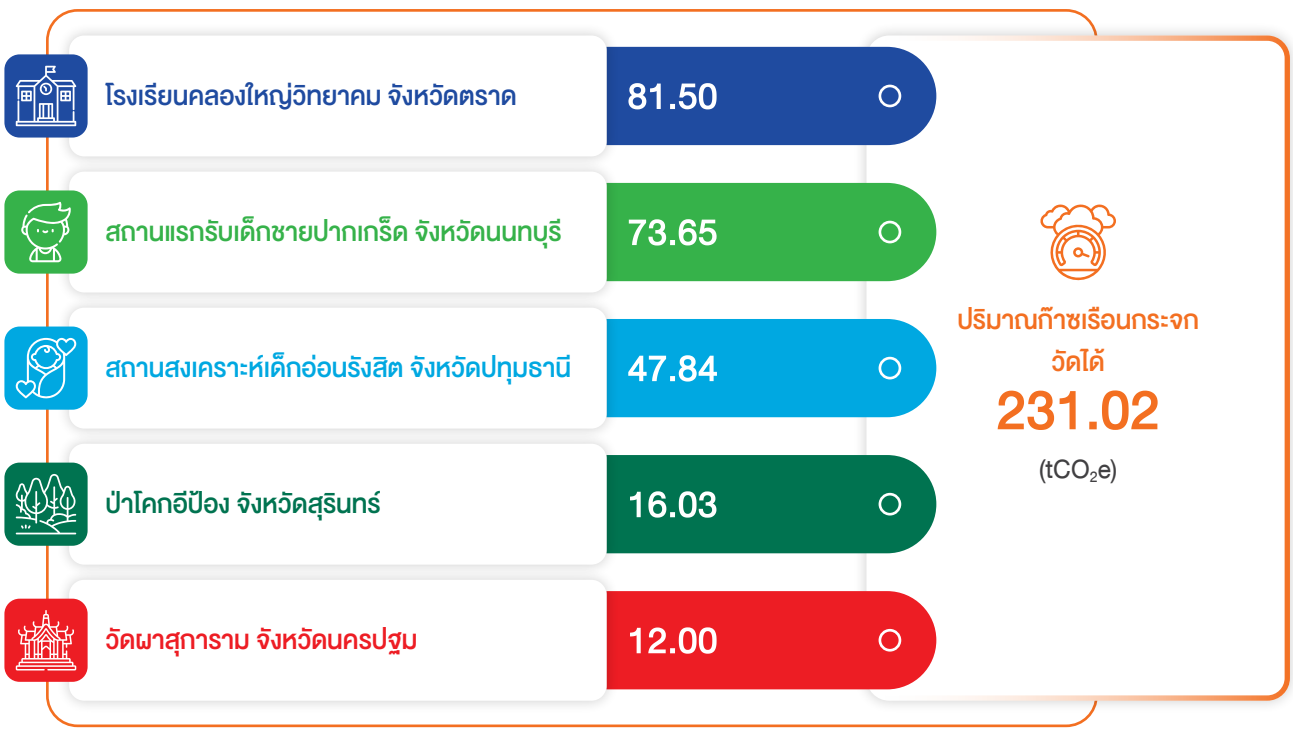
ความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ

ภาคส่วน	จำนวน (ต้นไม้สะสม)	พื้นที่ปลูก (ไร่สะสม)	คาดการณ์ดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) (กรณีต้นไม้โตเต็มวัย*)
ภาครัฐ วัด โรงเรียน	1,041,408	9,195	44,772.48 tCO_2e
เครือข่ายเอกชน ชุมชนใกล้เคียง	91,485	659	3,933.15 tCO_2e
พนักงาน	45,728	231	1,965.95 tCO_2e

*การคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจก อ้างอิงเทียบเท่ากับอัตราการกักเก็บคาร์บอนของต้นสักอายุ 5 ปี จำนวน 1 ต้น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 23.26 tCO_2e ต่อ ต้นไม้ 1 ต้น

กิจกรรมด้านป่าไม้เพื่อขอการรับรอง LESS (หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

โครงการสนับสนุนกิจกรรมชุมชนและสังคม ลดก๊าซเรือนกระจก



การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพภายใต้นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติขององค์กร ตลอดจนข้อกำหนดและปฏิบัติตามกฎหมายท้องถิ่น รวมถึงประเมินความเสี่ยงและผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศทางบกและทางน้ำ รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพในขอบเขตพื้นที่การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดที่เป็นพื้นที่โรงงานผลิต พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า และพื้นที่การจำหน่ายสินค้า (คิดเป็นร้อยละ 100) ตลอดจนครอบคลุมพื้นที่การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 ร้อยละ 100 บริษัทประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศรวมกับฐานข้อมูลความหลากหลายทางชีวภาพ มาใช้ในการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อความหลากหลายทางชีวภาพ และจัดทำแผนการป้องกันหรือลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ พร้อมกับขยายแนวทางการพัฒนาร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อไม่ให้การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทและคู่ค้าตั้งอยู่ในพื้นที่เขตคุ้มครองใด ๆ และไม่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งทางบกและทางน้ำ

ขั้นตอนการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบความหลากหลายทางชีวภาพ

1 กำหนดขอบเขตการประเมินและพื้นที่ศึกษา

- พื้นที่ดำเนินการของธุรกิจครอบคลุม ตั้งแต่ต้นน้ำ การดำเนินงานของบริษัท ตลอดจนปลายน้ำ
- กิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องและอยู่ในขอบเขตการประเมิน
- พื้นที่ดำเนินการใหม่ ครอบคลุมถึงการควบรวมการร่วมทุน (Joint Venture) และบริษัทในเครือ (Subsidiary)

2 คัดกรองและประเมินขั้นต้น

- นำเข้าพิกัดของพื้นที่ศึกษาและทำการเปรียบเทียบกับขอบเขตพื้นที่เพื่อการอนุรักษ์
- ดำเนินการประเมินความเสี่ยงขั้นพื้นฐาน โดยใช้เครื่องมือ Biodiversity and Ecosystem Services Trends and Conditions Assessment Tool (BESTCAT) เพื่อคัดกรองพื้นที่อ่อนไหว (Sensitive Areas) และประเด็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ (Material Risks)
- ระบุประเภทของความเสี่ยง ทั้งที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ และการพึ่งพิงระบบนิเวศ ผ่านเมทริกซ์สาระสำคัญของอุตสาหกรรม (Industry Materiality Matrix) จากเครื่องมือ WWF Biodiversity Risk Filter

3 คัดเลือกพื้นที่อ่อนไหวเพื่อทำการดำเนินการประเมินเชิงลึก ครอบคลุม 3 ด้าน

- กำหนดพื้นที่เป้าหมายจากผลการศึกษาคัดกรองพื้นที่อ่อนไหว จากการประเมินขั้นต้น
- นำเข้าพิกัดในฐานข้อมูล Integrated Biodiversity Assessment Tool (IBAT) พร้อมทั้งทำการประเมินครอบคลุม 3 มิติ
  - > IUCN Red List
  - > Protected Areas (PA)
  - > Key Biodiversity Areas (KBAs)

4 จัดทำแผนป้องกันผลกระทบและดำเนินการตามแผน

- ดำเนินการออกแบบมาตรฐานป้องกันผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติร่วมกับผู้เชี่ยวชาญหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้การออกแบบแผนให้ยึดหลักการ No-Net-Loss หรือ No Net Deforestation และแนวทางการมีส่วนร่วม
- ดำเนินการตามแผนและเปิดเผยความก้าวหน้าของการดำเนินการเพื่อแสดงถึงความโปร่งใส

5 สร้างการมีส่วนร่วมและแนวทางพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

- รับฟังความคิดเห็น เพื่อนำมาประยุกต์และเพื่อพัฒนาการดำเนินการโครงการให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับบริบทของระบบนิเวศและสังคมท้องถิ่นนั้น
- ส่งเสริม สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย อาทิ คู่ค้า ลูกค้า และชุมชน ในการร่วมอนุรักษ์ ฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

ผลการประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (Results of Biodiversity Risk Assessment)

บริษัทพิจารณาความเฉพาะเจาะจงของพื้นที่ (Location-specificity) ตามกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ ทั้งภายในพื้นที่ปฏิบัติงานของบริษัท พื้นที่โดยรอบในรัศมี 0 ถึง 5 กิโลเมตร กิจกรรมต้นน้ำของโรงงานผลิตสินค้า และกิจกรรมปลายน้ำของศูนย์กระจายสินค้าในการส่งมอบสินค้าไปยังร้านค้าและผู้บริโภค ได้แก่ ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส และศูนย์กระจายสินค้าที่ตั้งอยู่นอกพื้นที่ชุมชน รวม 457 แห่ง ควบคู่ไปกับการพิจารณาพื้นที่อนุรักษ์ พื้นที่คุ้มครอง พื้นที่ความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ พื้นที่สำคัญทางธรรมชาติ อาทิ ป่าไม้ แหล่งน้ำขนาดใหญ่ลุ่มน้ำที่ระบุตามกระบวนการวิเคราะห์ของเครื่องมือประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (IBAT/BESTCAT)

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมทางด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ปี 2568

พื้นที่ดำเนินการ (Number of sites)	จำนวนพื้นที่ดำเนินการ (Number of sites)	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ (เฮกตาร์)
พื้นที่ดำเนินการทั้งหมด (Overall)	457	8,328.44	1,332.55
พื้นที่ดำเนินการที่มีการประเมินผลกระทบ(Assessment) ด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา)	457	8,328.44	1,332.55
พื้นที่ดำเนินการที่มีแนวโน้มจะส่งผลกระทบ (Exposure) ต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา)	26	471.31	75.41
พื้นที่ดำเนินการที่ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ และได้พัฒนาระบบการบริหารจัดการและติดตามผลกระทบ (Management Plans) ต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา)	26	471.31	75.41

การระบุประเด็นความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Risk Identification)

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

1. ผลกระทบต่อความอุดมสมบูรณ์ของสายพันธุ์ทั่วโลก (Global Species Richness Impact)
2. ผลกระทบต่อสายพันธุ์ที่ถูกคุกคาม (Threatened Species Impact)
3. การพึ่งพาดินและน้ำ (Soil and Water Dependency)

บริษัททบทวนประเด็นความเสี่ยงตามบริบทและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มาซึ่งประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญ(Critical Risk) เพื่อจัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยงและมาตรการการดำเนินงานตามแนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) ซึ่งครอบคลุมร้อยละ 100 จาก 26 พื้นที่ดำเนินการที่พบประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญ

แนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy)

จากกระบวนการประเมินประเด็นความเสี่ยงทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมถึงผลกระทบที่สำคัญทั้งเชิงลบและเชิงบวกในด้านความหลากหลายทางชีวภาพ อาทิ การรุกรานของศัตรูพืช การลดลงของสายพันธุ์พืชและสัตว์ การย้ายถิ่นฐาน และการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศวิทยา บริษัทพบประเด็นผลกระทบที่สำคัญ ได้แก่ ประเด็นผลกระทบต่อสายพันธุ์ที่ถูกคุกคาม (Threatened Species) ในพื้นที่ดำเนินการทางภาคเหนือและภาคใต้ของประเทศ อาทิ พื้นที่ดำเนินการ จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดกระบี่

บริษัทกำหนดให้มีมาตรการ ครอบคลุมพื้นที่ที่ให้ความสำคัญ (Priority Areas) ตลอดการดำเนินการและกิจกรรมธุรกิจของบริษัทตามการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพตามลำดับความสำคัญที่สอดคล้องกับความมุ่งมั่นของบริษัทภายใต้นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพ และทรัพยากรธรรมชาติ

ทั้งนี้ บริษัทเคารพและติดตามข้อกำหนดและกฎหมายท้องถิ่นทางด้านการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ท้องถิ่น ทบทวนมาตรการในการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด พร้อมกำหนดแนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) จากการหลีกเลี่ยงไปจนถึงการฟื้นฟู พร้อมกับการศึกษาสายพันธุ์พืชและสัตว์ในพื้นที่ที่ถูกประเมินว่ามีความอ่อนไหว บรรเทาผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพในระยะยาว





แนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น

การชดเชย (Offset)

คืนความสมดุลหรือเกิดการเปลี่ยนแปลง

- การเปลี่ยนแปลงแปลงแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ธรรมชาติร่วมกับชุมชนต้นน้ำ (หัวข้อ **“โครงการภาคีเครือข่ายชุมชนต้นน้ำปลูกป่า”** หน้า 247)

การฟื้นฟู (Restoration)

ฟื้นฟูระบบนิเวศในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ

- การฟื้นฟูพืชท้องถิ่น (หัวข้อ **“โครงการปลูกป่า ปลูกอนาคต”** หน้า 247-250)
- การฟื้นฟูน้ำในกระบวนการผลิต (หัวข้อ **“โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในกระบวนการผลิต บริษัท ซีพีแรม จำกัด ลาดหลุมแก้ว”** หน้า 229 ในบท **“ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร”**)
- การฟื้นฟูน้ำในการเกษตร (หัวข้อ **“โครงการปันน้ำใสให้ชาวนา บริษัท ซีพีแรม จำกัด โรงงานลำพูน”** หน้า 230 ในบท **“ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร”**)
- การฟื้นฟูน้ำในการปลูกต้นไม้ (หัวข้อ **“โครงการรักษ์น้ำ รักอนาคต บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน)”** หน้า 229 ในบท **“ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร”**)
- การฟื้นฟูระบบนิเวศในชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติการ (หัวข้อ **“โครงการต่อเนื่อง ฟื้นฟูระบบนิเวศในชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติการ”** หน้า 244)
- การฟื้นฟูระบบนิเวศชายฝั่ง (หัวข้อ **“โครงการปูม้ายั่งยืน คู่ทะเลไทย”** หน้า 245) หัวข้อ **“โครงการสร้างบ้านให้ปลา สร้างอาชีพให้คน”** หน้า 246)

การลดผลกระทบ (Minimisation)

บรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้น หรือที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด

- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการขยายสิ่งก่อสร้างและน้ำ (หัวข้อ **“ไม่จับ-ไม่ซื้อ-ไม่ขาย”** สัตว์น้ำทะเลวัยอ่อน หน้า 246)
- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ (หัวข้อ **“การบูรณาการความยั่งยืน (ESG) ในกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน”** หน้า 215 ในบท **“การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ”**)
- การลดปัญหาน้ำขาดแคลน (หัวข้อ **“โครงการธนาคารน้ำใต้ดิน บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน)”** หน้า 229 ในบท **“ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร”**)

การหลีกเลี่ยง (Avoidance)

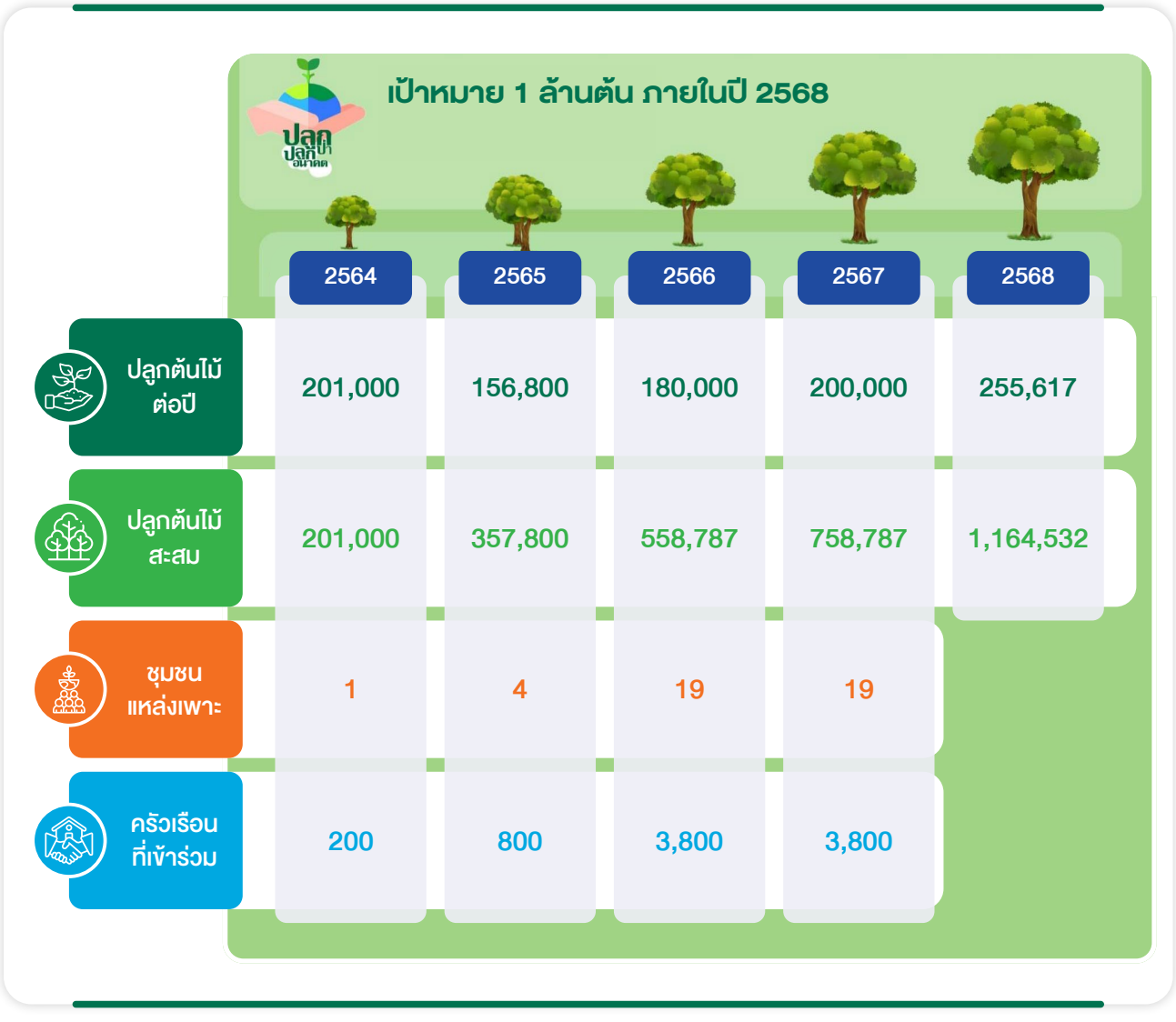
ป้องกันและหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่อาจส่งผลกระทบที่รุนแรง

- การหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress Area) (หัวข้อ **“โครงการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำ”** หน้า 230-232 ในบท **“ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร”**)
- แนวทางปฏิบัติเพื่อหลีกเลี่ยงสารเคมีและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (หัวข้อ **“นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน”**)

ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ

ซีพี ออลล์ ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งคู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ ชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนภาคีเครือข่ายของบริษัท เพื่อการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพในชุมชนรอบข้างพื้นที่ดำเนินการ และเพื่อรักษาระบบนิเวศให้มีความสมบูรณ์

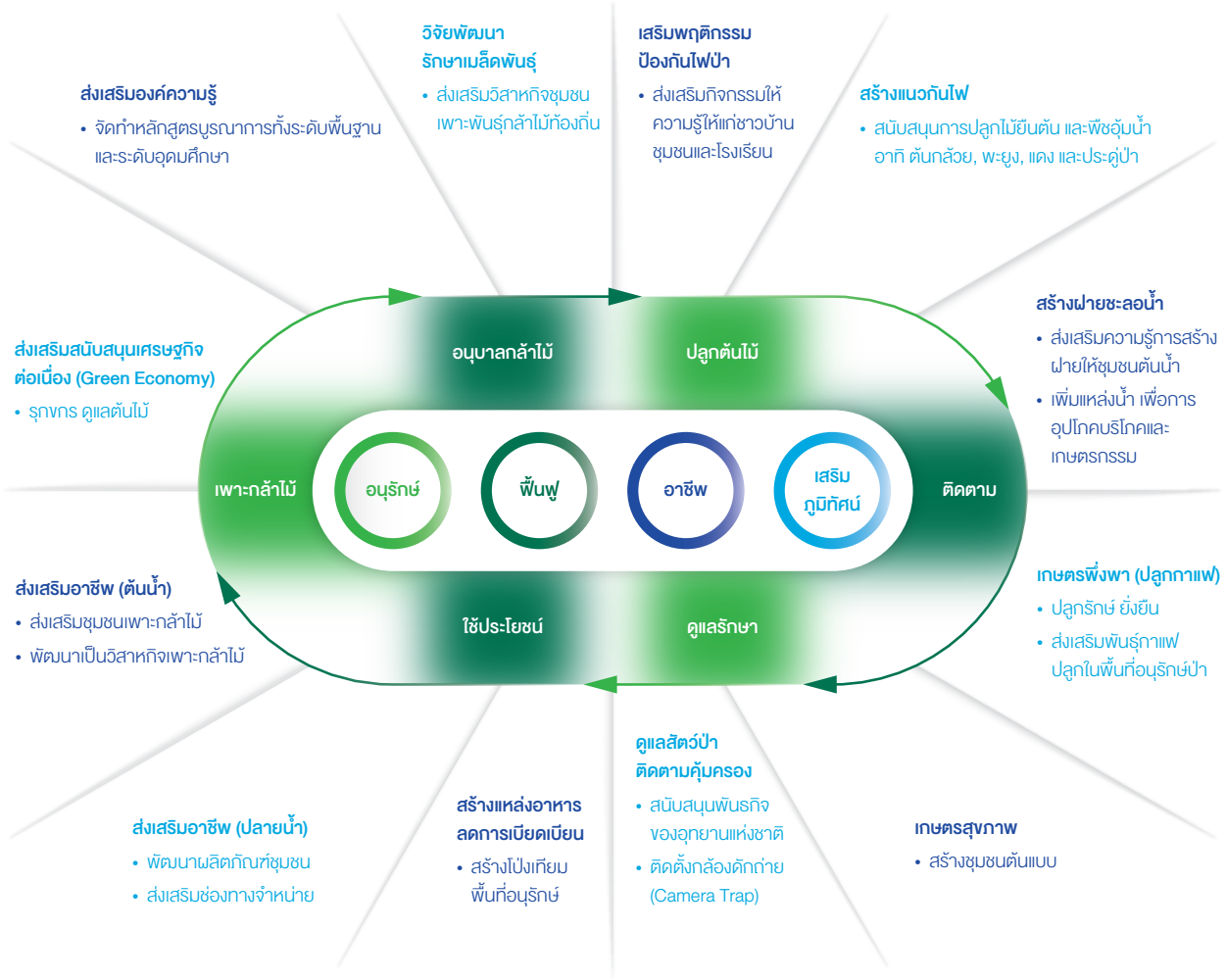
แผนงานปลูกป่า ปลูกอนาคต 5 ปี (2564-2568)





บริษัทตั้งเป้าหมายในการปลูกต้นไม้ จำนวน 1,000,000 ต้น ภายในปี 2568 และดำเนินโครงการสนับสนุนการปลูกต้นไม้เพื่อชุมชน โดยมีคณะทำงานปลูกไม้ยืนต้นเพื่อชุมชนที่ยั่งยืน ดำเนินงานด้านฟื้นฟูป่าไม้ และติดตามโครงการ ภายใต้กรอบการดำเนินการทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

กรอบการดำเนินงานร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ



โครงการที่สำคัญ ปี 2568

1 โครงการต่อเนื่องฟื้นฟูระบบนิเวศในชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติการ ปีที่ 5

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีจิตอาสา ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่โดยรอบพื้นที่ปฏิบัติการ ทั้งร้าน 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร โลตัส พื้นที่สถาบันการศึกษา ศูนย์กระจายสินค้า และอาคารสำนักงานทั่วประเทศ โดยสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน หน่วยงานรัฐ องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น ผ่านกิจกรรมปลูกต้นไม้ ขยายพันธุ์ไม้สู่ชุมชน ปฏิบัติงานเป็นประจำอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว สร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และฟื้นฟูระบบนิเวศให้ดียิ่งขึ้น

พื้นที่ร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า และสำนักงาน	พื้นที่สถาบันการศึกษา ในกลุ่ม ซีพี ออลล์	พื้นที่อาคารสำนักงานและ ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร โลตัส ทั่วประเทศ	พื้นที่ภายในความรับผิดชอบ ของ บริษัท ซีพี แรม จำกัด
จำนวนต้นไม้ 5,940 ต้น	จำนวนต้นไม้ 6,357 ต้น	จำนวนต้นไม้ 7,204 ต้น	จำนวนต้นไม้ 2,462 ต้น

2 การดำเนินงานร่วมกับคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจและภาคีเครือข่าย เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

2.1 ลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางบก

โครงการ ซีพี ออลล์ เพิ่มพื้นที่สีเขียว ศูนย์กระจายสินค้านครสวรรค์

ซีพี ออลล์ ตระหนักถึงความสำคัญของการแก้ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ จึงได้ดำเนินโครงการ “ซีพี ออลล์ เพิ่มพื้นที่สีเขียว ประจำปี 2568” เพื่อเพิ่มพื้นที่ดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และสร้างร่มเงาให้กับชุมชน






ศูนย์กระจายสินค้าจังหวัดนครสวรรค์ ร่วมสืบสานเจตนารมณ์ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติผ่านกิจกรรม “ปลูกต้นไม้เพื่อฟื้นฟูระบบนิเวศท้องถิ่น” ณ วัดลาดค้าว อ.เก้าเลี้ยว จ.นครสวรรค์ โดยมุ่งเน้นการคัดเลือกพันธุ์ไม้ที่สอดคล้องกับสภาพทางนิเวศวิทยาและสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 ต้น ได้แก่

- ต้นอินทนิล จำนวน **200 ต้น**
- ต้นเสลา จำนวน **100 ต้น**
- ต้นพะยูง จำนวน **100 ต้น** ซึ่งเป็นไม้เศรษฐกิจและไม้หวงห้ามที่มีมูลค่าสูง ช่วยส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพในระยะยาว

กิจกรรมนี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มพื้นที่สีเขียว แต่ยังเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างองค์กรและชุมชน รวมถึงปลูกฝังจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานอีกด้วย

2.2 ลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางน้ำ

โครงการต่อเนื่อง “ปูม้ายั่งยืน คู่ทะเลไทย” ปีที่ 14



บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินโครงการปูม้ายั่งยืน คู่ทะเลไทย อนุรักษ์พันธุ์ปูม้าในพื้นที่ทะเลอ่าวไทยและพื้นที่อันดามันเพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ให้คงความสมบูรณ์และสมดุลของระบบนิเวศในท้องทะเล ดำเนินโครงการต่อเนื่องเป็นปีที่ 14 ผนึกกำลังกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี กรมประมง โดยศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง เขต 3 (สุราษฎร์ธานี) รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ อันได้แก่ บริษัท วิยะเครป โปรดักส์ จำกัด กลุ่มอนุรักษ์พันธุ์ปูม้า(ธนาคารปู)ชาวประมงพื้นบ้านและชาวบ้านพุมเรียง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จัดกิจกรรมปล่อยลูกพันธุ์ปูม้าระยะ Young Crab สู่ท้องทะเลไทย พร้อมทั้งช่วยกันเก็บและแยกขยะในบริเวณชายหาดที่ปล่อยลูกพันธุ์ปูม้า เพื่อสร้างความอุดมสมบูรณ์ อนุรักษ์ คุ้มครอง และพัฒนาการประมงปูม้าในทะเลไทยให้บรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหาร ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการเสริมแกร่งห่วงโซ่อุปทานอาหารที่ยั่งยืน เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ FOOD 3S (Food Safety-Food Security-Food Sustainability) สะท้อนความมั่นคงทางอาหารของประเทศไทยอย่างยั่งยืน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ร่วมปล่อยลูกพันธุ์ปูม้า ระยะ Young Crab คืนสู่ท้องทะเลไทยกว่า **200,000 ตัว**
- สะสม **1.6 ล้านตัว**

โครงการ “สร้างบ้านให้ปลา สร้างอาชีพให้คน”

พื้นที่อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย เป็นแหล่งที่อยู่อาศัย ที่หลบภัย วางไข่และอนุบาลสัตว์น้ำ ซีพี ออลล์ ร่วมกับศูนย์วิจัยและพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลน รวมถึงภาคีเครือข่ายกลุ่มประมงพื้นบ้านเทศบาลคลองใหญ่ สภาเด็กและเยาวชนจังหวัดตราด จัดกิจกรรม (บ้านปลา) จากเชือกป่านศรนารายณ์อันเป็นวัสดุธรรมชาติ ลดการปล่อยไมโครพลาสติกลงสู่ระบบนิเวศทางทะเล พร้อมทั้งเก็บขยะบริเวณแนวกันคลื่น ช่วยเสริมสร้างความสมัครสมานสามัคคีแก่คนในชุมชนอำเภอคลองใหญ่ และส่งต่อองค์ความรู้เพื่ออนุรักษ์ท้องทะเลจากรุ่นสู่รุ่นสืบไป





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดขยะพลาสติกได้ **50 กิโลกรัม**
- เก็บขยะบริเวณแนวกันคลื่น ได้ **420 กิโลกรัม**

โครงการ “ไม่จับ-ไม่ซื้อ-ไม่ขาย” สัตว์น้ำทะเลวัยอ่อน

การอนุรักษ์ปริมาณสัตว์น้ำวัยอ่อน ซึ่งเป็นฐานที่สำคัญในห่วงโซ่อาหารของสัตว์ต่าง ๆ ในทะเล แม็คโครและโลตัสร่วมประกาศนโยบายสื่อสารและกำหนดมาตรการต่าง ๆ ต่อคู่ค้าที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่การตรวจสอบถึงแหล่งที่มา กำหนดและตรวจสอบขนาดชนิดพันธุ์ของสัตว์น้ำ อุปกรณ์และวิธีการทำประมง รวมถึงการอบรมสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้ผลิต คู่ค้าและกลุ่มประมงตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผลักดันให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจับสัตว์น้ำวัยอ่อนผ่านกลไกอุปสงค์อุปทานเพื่อผลักดันให้เกิดการทำประมงอย่างยั่งยืน

3 ปลูกป่า ปลูกอนาคต (ภายใต้การดำเนินการของ ซีพี ออลล์)

ภายใต้กรอบความร่วมมือเพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศและความหลากหลาย ร่วมกับชุมชน โรงเรียน และวัด และชุมชนทั่วภูมิภาค พร้อมกับจัดงานสัมมนาสร้างเครือข่ายปลูกป่า ปลูกอนาคต ปี 2568 ส่งมอบกล้าไม้ให้กับพนักงานและชุมชน จำนวน 2,000 ต้น ให้แก่โรงเรียนบ้านหนองเม็กและโรงเรียนบ้านหนองมั่ง จังหวัดสระแก้ว ครอบคลุมพื้นที่ 15 ไร่ โดยมีตัวอย่างโครงการ ดังนี้

พลังชุมชน (บ้าน)

- ดูแลป่า
- ดูแลสิ่งแวดล้อม
- เกษตรปลอดสารพิษ
- พัฒนาผลิตภัณฑ์

พลังศรัทธา (วัด)

- สร้างทุนความคิด
- สร้างทุนทรัพยากร
- สร้างทุน(ภูมิ)ชีวิต

พลังความรู้ (โรงเรียน)

- ต้นกล้าไร้ถัง
- โรงเรียนป่าไม้
- ส่งเสริมเกษตรยั่งยืน
- พัฒนาหลักสูตร
- ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน

โครงการต่อเนื่อง “ภาคีเครือข่ายชุมชนต้นน้ำปลูกป่า” ปีที่ 5

บริษัทร่วมกับกลุ่มชุมชน 9 แห่ง และภาคีต้นน้ำ ส่งเสริมการปลูกฝังการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ผ่านการสนับสนุนแหล่งเพาะกล้าไม้ งบประมาณสร้างโรงเรือนเพาะพันธุ์ โรงเรือนอนุบาลกล้าไม้และการดูแลรักษา ทั้งนี้ กล้าไม้จากแหล่งเพาะภายในโครงการ “ปลูกป่า” จะถูกส่งต่อผ่านโครงการป่าล้อมวัด เพื่อไปปลูกที่บ้าน วัด โรงเรียน ชุมชนรวมถึงโครงการ “WE GROW for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน” ให้พนักงานร่วมปลูกไม้ยืนต้นต่อไป





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เพาะพันธุ์กล้าไม้ **262,200 ต้น**
- ครอบคลุมพื้นที่ **1,310 ไร่**
- คนในชุมชนเข้าร่วมโครงการ **5,600 คน**
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก **2,490 ตันคาร์บอนไดออกไซด์**
- เงินสนับสนุน **1.87 ล้านบาท**

โครงการต่อเนื่อง “WE GROW for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน” ปีที่ 5





สนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานมีจิตอาสา ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม ปลูกต้นไม้ในพื้นที่อาคารสำนักงานต่าง ๆ ทั้งร้าน 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร โลตัส พื้นที่สถาบันการศึกษา ศูนย์กระจายสินค้า และอาคารสำนักงานทั่วประเทศ โดยสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน หน่วยงานภาครัฐ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ผ่านกิจกรรมปลูกต้นไม้ ขยายพันธุ์ไม้สู่ชุมชน เป็นประจำทุกปีอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว สร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และฟื้นฟูระบบนิเวศให้ดียิ่งขึ้น ดำเนินโครงการต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ในการจัดสรรพันธุ์กล้าไม้และสนับสนุนกิจกรรม “อวดต้นไม้ของเรา” ให้พนักงานร่วมปลูกไม้ยืนต้นในพื้นที่ส่วนตัวของพนักงาน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- แจกจ่ายพันธุ์กล้าไม้ **5,000 ต้น** ให้กับพนักงาน **1,650 คน**



โครงการต่อเนื่อง “ป่าล้อมวัด” ปีที่ 5

ซีพี ออลล์ นำพันธุ์กล้าไม้จากโครงการชุมชนต้นน้ำปลูกป่าส่งมอบให้กับวัดและชุมชน เพื่อฟื้นฟูและคืนความสมบูรณ์ให้กับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ มุ่งส่งเสริมการปลูกป่าทดแทน เพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับชุมชน และสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน รวมถึงบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีคุณค่า



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ส่งมอบพันธุ์กล้าไม้ **158,350 ต้น**
- จำนวนวัด เข้าร่วมโครงการ **150 วัด**
- จำนวนคนในชุมชนเข้าร่วมโครงการ **663,962 คน**
- มูลค่าสนับสนุน **950,000 บาท**
- คาดการณ์ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกได้ **1,504 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**



โครงการต่อเนื่อง “ไผ่พอเพียง...สู่อนาคตที่ยั่งยืน (Bamboo Project)” ปีที่ 5





บริษัทร่วมกับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “สานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED” ภายใต้ภาคีไผ่ยั่งยืน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 สร้างรายได้ให้แก่โรงเรียน โดยการให้ความรู้เรื่องประโยชน์ของไผ่การเพาะพันธุ์ การปลูก การดูแลรักษา การใช้ประโยชน์ และการแปรรูปไผ่ ควบคู่ไปกับการรักษาสิ่งแวดล้อม จัดสรรทรัพยากรน้ำและดิน ผ่านรูปแบบการสัมมนาออนไลน์ ตลอดจนสนับสนุนพันธุ์กล้าไผ่ให้แก่โรงเรียนภาคีเครือข่าย

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- โรงเรียนและชุมชนเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการ **3 ราย**
- ผู้เข้าร่วมโครงการ **14,625 คน** (นักเรียน **168 คน** ครู **10 คน** และคนในชุมชน **14,447 คน**)
- สนับสนุนพันธุ์กล้าไผ่ **500 ต้น**
- มูลค่าสนับสนุน **35,000 บาท**
- คาดการณ์ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกได้ **4.75 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**

โครงการต่อเนื่อง “โรงเรียนป่าไม้ (Forestry School Concept)” ปีที่ 4



บริษัทต่อยอดโครงการ “ไผ่พอเพียง...สู่อนาคตยั่งยืน” สู่โครงการ “โรงเรียนป่าไม้” ส่งต่อองค์ความรู้ให้กับโรงเรียน โดยบูรณาการความรู้การปลูกต้นไม้ ในเนื้อหากลุ่มสาระต่าง ๆ ตามหลักสูตรแกนกลาง ประกอบด้วย



เรียนรู้การเพาะพันธุ์กล้าไม้	รู้จักชนิด ประเภทของต้นไม้	การอนุบาลดูแลรักษากล้าไม้	การปลูก
การดูแลรักษาและใช้ประโยชน์	การรายงานผล การเก็บข้อมูลการเจริญเติบโต		การรณรงค์การปลูกและดูแลรักษาป่าไม้

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- โรงเรียนและสถานศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ **8 แห่ง**
- ผู้เข้าร่วมโครงการ **12,245 คน** (นักเรียน **2,264 คน** ครู **158 คน** และคนในชุมชน **9,823 คน**)
- คาดการณ์ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกได้ **386.65 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**
- มูลค่าการสนับสนุน **320,000 บาท**

4 CPRAM Green Life

โครงการต่อเนื่อง CPRAM Green Life #แสนกล้าสู่แสนต้น ปีที่ 5





บริษัท ซีพีแรม จำกัด ส่งมอบกล้าไม้ยืนต้นให้กับพนักงาน ชุมชน และผู้ที่สนใจทั่วประเทศ ผลักดันการนำกล้าไม้ไปปลูกยังพื้นที่อาศัย และพื้นที่สาธารณะในชุมชนตามภูมิลำเนา ช่วยกระจายพื้นที่สีเขียว ฟื้นฟู และรักษาสมดุลของระบบนิเวศ และเพิ่มปริมาณต้นไม้ในการดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ส่งมอบกล้าไม้ 7,879 ต้น สะสมกว่า 88,179 ต้น

โครงการต่อเนื่อง CPRAM Green Life #ปลูกเพื่อโลกยั่งยืน ปีที่ 5

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินโครงการต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ปลูกต้นไม้ยืนต้น ต้นไม้เศรษฐกิจ และต้นไม้พื้นถิ่น เพิ่มพื้นที่สีเขียว ฟื้นฟู และรักษาสมดุลของระบบนิเวศ ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มปริมาณต้นไม้ในการดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ให้กับประเทศไทย รวมถึงแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ลดวิกฤตโลกร้อน และลดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สูงขึ้น



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ปลูกต้นไม้ 12,250 ต้น
  บนพื้นที่กว่า 38,000 ตารางเมตร หรือกว่า 23.75 ไร่







ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



> สร้างรากฐานความไว้วางใจผ่านการรับฟังและสื่อสารอย่างเปิดกว้าง ซีพี ออลล์ มุ่งเน้นการสร้าง ความผูกพันที่ใกล้ชิดกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อก้าวข้ามทุกความท้าทายและผสานความร่วมมือในการขับเคลื่อนคุณค่าร่วมกันอย่างยั่งยืน

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG16

ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรมและสร้างสถาบันที่มีประสิทธิผลรับผิดชอบและครอบคลุมในทุกระดับ

16.7 สร้างหลักประกันว่าจะ มีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วมและมีความเป็นตัวแทนที่ดีในทุกระดับการตัดสินใจ

16.10 สร้างหลักประกันว่าสาธารณชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีการปกป้องเสรีภาพขั้นพื้นฐานโดยเป็นไปตามกฎหมายภายในประเทศและความตกลงระหว่างประเทศ

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

การดำเนินธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบร้านสะดวกซื้ออาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการในชุมชน เช่น การลดโอกาสทางธุรกิจหรือสร้างการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งอาจนำไปสู่ความกังวล ความขัดแย้งระหว่างองค์กรกับชุมชน กระทบต่อภาพลักษณ์ และอาจถึงขั้นทำให้การดำเนินธุรกิจสะดุดได้ ในทางกลับกัน หากบริษัทมีการสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการท้องถิ่นและฟังเสียงผู้บริโภคและชุมชน บริษัทจะสามารถเปิดโอกาสการสร้างธุรกิจใหม่และพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการมากขึ้น ดังนั้น การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียจึงควรดำเนินอย่างรอบคอบ โปร่งใส และยุติธรรม โดยให้ความสำคัญกับความต้องการและความคาดหวังของทุกฝ่าย สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างเปิดกว้าง และปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียด้วยความเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน วิธีการดังกล่าวจะช่วยลดความขัดแย้ง สร้างความร่วมมือระยะยาว เสริมสร้างความเชื่อมั่นในองค์กร และผลักดันการเติบโตของธุรกิจที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมทั้งสร้างคุณค่าเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรอบ

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ
2. การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า
   - คู่ค้า
3. การจัดส่ง และกระจายสินค้า
   - ชุมชน
   - ผู้นำทางความคิด
   - ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน
4. การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ
   - ลูกค้า
   - พันธมิตรทางธุรกิจ
   - ชุมชน
   - ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน
5. การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย
   - ลูกค้า
   - ชุมชน
   - ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน

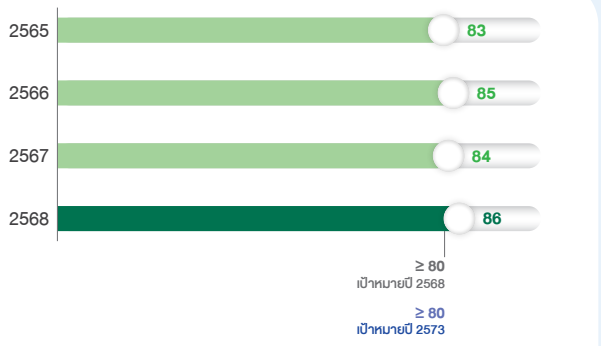
▶ ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน - มิติด้านสังคม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ - Foundation Material Topics

▶ เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่มีต่อบริษัท (หน่วย: ร้อยละ)





ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ซีพี ออลล์ ได้รับรางวัล **“นักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยม (Institutional Investor Extel Awards) 2568”** จัดโดย Institutional Investor Research ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5

ซีพีแรม รับรางวัลดีเด่น **องค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน** ปี 2568 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5

โกซอฟท์ ได้รับรางวัล **“ASIA’S BEST EMPLOYER BRAND AWARDS 2025”** จัดโดย Employer Branding Institute ร่วมกับ World HRD Congress, CHRO Asia และ World CSR Day and World Sustainability จากประเทศสิงคโปร์

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

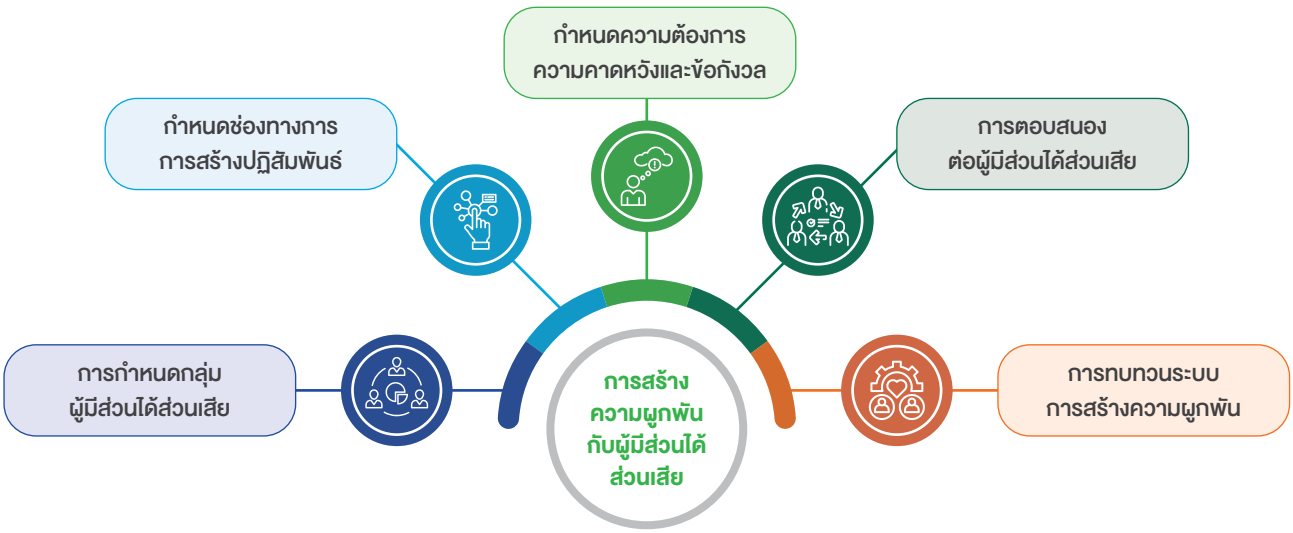
พัฒนากลยุทธ์สร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



แนวทางการดำเนินงาน

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทจึงนำมาตรฐาน AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000 SES) มาใช้เป็นกรอบการดำเนินงาน เพื่อสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสียหลัก 9 กลุ่ม ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า (ผู้ส่งมอบสินค้า บริการ และเจ้าหนี้การค้า) สังคมและชุมชน (รวมถึงกลุ่มเปราะบาง) พนักงานและครอบครัว ผู้นำทางความคิด (สื่อมวลชน องค์กรภาคประชาสังคม และองค์กรพัฒนาเอกชน) พันธมิตรธุรกิจ (ผู้ให้เช่าสถานที่และสโตร์พาร์ทเนอร์) หน่วยงานภาครัฐทั้งระดับประเทศและท้องถิ่น ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน รวมถึงผู้ให้สิทธิ์ใช้เครื่องหมายทางการค้า นอกเหนือจากนั้น บริษัทยังเปิดกว้างต่อการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทั้งในสถานการณ์ปกติและช่วงภาวะวิกฤต ผ่านกระบวนการสัมภาษณ์และช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การระบุประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญใน 3 มิติหลัก ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ข้อมูลที่ได้รับไม่เพียงช่วยให้บริษัทสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังเป็นแนวทางสำคัญในการกำหนดกรอบการดำเนินงานและการจัดทำรายงานความยั่งยืนอีกด้วย

เพื่อให้การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วยเสียได้รับการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทได้มีการใช้กรอบการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด 5 ขั้นตอนดังนี้



ขั้นตอน	รายละเอียด
1. การกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ระบุและจัดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมจัดลำดับความสำคัญตามความเกี่ยวข้องและผลกระทบ
2. กำหนดช่องทางการสร้างปฏิสัมพันธ์	อธิบายลักษณะการปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อเลือกช่องทางที่เหมาะสมและออกแบบโมเดลการมีส่วนร่วม
3. กำหนดความต้องการความคาดหวังและข้อกังวล	ระบุประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมวิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้อง
4. การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ออกแบบแผนปฏิบัติการเพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกสูงสุดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. การทบทวนระบบการสร้างความผูกพัน	ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน พร้อมนำเสนอผลลัพธ์เพื่อปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

สรุปผลการดำเนินงานปี 2568

การสนับสนุนองค์กรภายนอกและสมาคมต่าง ๆ

กิจกรรม	2565	2566	2567	2568
การวิ่งเต้นเพื่อเปลี่ยนแปลงหรือโน้มน้าวความคิดของสมาชิกสภานิติบัญญัติ	0	0	0	0
การรณรงค์การหาเสียงทางการเมือง/สมาคม/ผู้สมัคร	0	0	0	0
สมาคมการค้าหรือกลุ่มที่ได้รับการยกเว้นภาษี (เช่น กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ)	4,282,157.29	5,580,115.21	4,673,589.10	4,126,182.16
อื่นๆ (เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับมาตรการการลงคะแนนเสียงหรือประชามติ)	0	0	0	0
รวมทั้งหมด	**4,282,157.29**	**5,580,115.21**	**4,673,589.10**	**4,126,182.16**

การมีส่วนร่วมกับสมาคม หน่วยงานภาครัฐ ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

บริษัทเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับทุกภาคส่วน เพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมไทย โดยสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินโครงการ พร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้ทรงคุณวุฒิของบริษัททำหน้าที่ให้คำปรึกษาแก่สมาคมต่าง ๆ โดยมีสมาคม ดังนี้

ลำดับ	สมาคม/ หน่วยงาน	งบประมาณปี 2568 (บาท)
1	หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	5,245,073
2	สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย	2,575,000
3	สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	566,700
4	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	546,992
5	กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม	50,000

การเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับทุกภาคส่วน ระดับประเทศ และระดับสากล

บริษัทเข้าร่วมเครือข่ายความร่วมมือขององค์กรระดับประเทศและระดับสากล เพื่อร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน และส่งเสริมการบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัท ผ่านการร่วมยกร่างมาตรฐาน วางแผนและขับเคลื่อนโครงการ หรือกิจกรรม พร้อมทั้งเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมถึงร่วมประเมินผลและรายงานความคืบหน้าของการดำเนินการ ดังนี้

		ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน									
		แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน และอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า	การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ	สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต	การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี	การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน
UN Global Compact (UNGC)	United Nations Global Compact	●		●				●	●	●	●
CDP	CDP								●		
สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (Global Compact Network Thailand: GCNT)	United Nations Global Compact	●		●					●		●
สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	IOD			●							
แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย	CAC		●								
หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย				●	●		●	●		●	
มูลนิธิสานอนาคตการศึกษาคอนเน็กซ์ อีดี	CONNEXTED			●		●				●	●

		ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน									
		แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน และอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า	การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ	สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต	การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี	การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน
เครือข่ายอุดมศึกษา เครือข่ายอาชีวศึกษา ทั้งภาครัฐ และเอกชน	HEDNet			●		●					●
เครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network: TCNN)	carbon neutral network			●					●	●	
ภาคีเครือข่ายกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม										●	
มูลนิธิรักษ์อาหาร (SOS Thailand)								●			●
มูลนิธิ W Share Foundation	W share							●			●
สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย	TEI THAILAND ENVIRONMENT INSTITUTE								●	●	

โดยในปี 2568 ซีพี ออลล์ ได้เข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับทุกภาคส่วน ให้การสนับสนุนโครงการแก่หน่วยงานต่าง ๆ อาทิ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม และกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนองค์กรภายนอกและสมาคมต่าง ๆ เพื่อการสนับสนุน ขับเคลื่อน รวมถึงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งกับสังคมและประเทศชาติ โดยให้การสนับสนุนโครงการในหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้าร่วม ตามประเด็นและกิจกรรม ดังนี้

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ การสนับสนุนองค์กรภายนอกและสมาคมต่าง ๆ



ประเด็นที่บริษัทมีส่วนร่วมกับสมาคม ผลักดันในปี 2568	ร่วมกับกับหน่วยงาน	รายละเอียดและการมีส่วนร่วม	จำนวนเงินสนับสนุน (บาท)
การส่งเสริม พัฒนาศักยภาพและโอกาสการประกอบธุรกิจของเอสเอ็มอี (SMEs)	หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย • หอการค้า และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นสถาบันกลางในการประสานงานทางการค้าและเศรษฐกิจระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐบาล ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อรัฐบาล เกี่ยวกับนโยบายและมาตรการส่งเสริมพัฒนาและแก้ไขปัญหาการประกอบธุรกิจ และการพัฒนาเศรษฐกิจและการค้าของประเทศ	• ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการยุทธศาสตร์หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย วาระปี 2568-2569 รวม 15 คณะ อาทิ คณะการค้าและการลงทุน กลุ่มค้าปลีกและบริการ, คณะเกษตรและอาหาร-เพิ่มมูลค่าพืชเกษตร, คณะ Logistics & Supply Chain และคณะแรงงานและพัฒนาฝีมือแรงงาน • ร่วมดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมพัฒนาแผนการปรับตัวทางธุรกิจของเอสเอ็มอี รวมถึงให้คำแนะนำเพื่อแก้ไขปัญหาการประกอบธุรกิจสำหรับเอสเอ็มอีผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้ - โครงการ Big Brother Season 9 - เป็นพี่เลี้ยงให้กับเอสเอ็มอี (SMEs) ผ่านกระบวนการ Coaching and Mentoring ให้คำปรึกษา แนะนำ อบรม ให้ความรู้ด้านการทำธุรกิจ เพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขัน ลดต้นทุน เพิ่มผลกำไร ช่วยให้ขยายออกสู่ตลาดต่างประเทศ - โครงการ Business Accelerator รุ่น 7 ร่วมเป็นวิทยากร ให้ความรู้และคำปรึกษาสำหรับเอสเอ็มอี เพื่อช่วยเอสเอ็มอีค้นหาโอกาสในการปรับปรุง รวมถึงการเข้ารับการอบรมตามหลักสูตรที่เหมาะสมเฉพาะกลุ่มตามศักยภาพของเอสเอ็มอี นอกจากนี้ภายหลังการประเมินตนเอง สัมภาษณ์และเรียนรู้จบหลักสูตรที่กำหนด บริษัทส่งเสริมและสนับสนุนให้เอสเอ็มอีได้มีโอกาสนำเสนอ (Pitching) สินค้าสหรือบริการกับผู้เชี่ยวชาญที่จะให้มุมมองและพิจารณาโอกาสทางธุรกิจจากพันธมิตรค้าปลีก	5,245,073

ประเด็นที่บริษัทมีส่วนร่วมกับสมาคม ผลักดันในปี 2568	ร่วมกับกับหน่วยงาน	รายละเอียดและการมีส่วนร่วม	จำนวนเงินสนับสนุน (บาท)
การส่งเสริมนวัตกรรมและเทคโนโลยียกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย • สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) เป็นองค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร รวมทั้งเป็นตัวแทนของภาคอุตสาหกรรมไทยและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อขยายความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาอุตสาหกรรมไปยังภาครัฐทั้งในและต่างประเทศ	• ถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานที่สำคัญต่อความปลอดภัยของผู้บริโภค ข้อกฎหมาย และการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการเข้าสู่ Modern Trade • จัดงาน “เจรจาธุรกิจ (Business Matching)” เพื่อเปิดโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี รวมถึงให้คำปรึกษา • นำเสนอนวัตกรรมและเทคโนโลยีช่วยลดการใช้พลังงาน ผ่านการทำงานความร่วมมือ 11 องค์กร ภายใต้โครงการ Thailand Synergy เพื่อเอสเอ็มอีไทย	546,992
นโยบายระดับประเทศในการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน	กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม • กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม เผยแพร่ และประชาสัมพันธ์การมีส่วนร่วมในเรื่องสิ่งแวดล้อม การพัฒนาทรัพยากรมนุษยกระบวนการมีส่วนร่วมและเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อมในการส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม	• เข้าร่วมเป็นคณะทำงาน Public Private Partnership Plastic (PPP Plastic) ร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากขยะพลาสติก เพื่อแก้ไขปัญหาขยะพลาสติกในประเทศไทยให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน • ร่วมให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการจัดทำ Roadmap การจัดการขยะพลาสติก • ร่วมลงนามความร่วมมือ (MOU) โครงการ “Green coffee shop” กับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ความเข้าใจให้สังคม ในการมีส่วนร่วมลดปริมาณขยะและลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง และส่งเสริมขับเคลื่อนความร่วมมือร้าน 7-leven ที่มีร้านกาแฟเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมี All cafe ทั่วประเทศเป็นแบบอย่างในการลดการใช้พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง ภายใต้แนวคิด “7 Go Green” ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ และเห็นคุณค่าความสำคัญของการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	50,000
	• กรมควบคุมมลพิษจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบริหารจัดการ ควบคุม กำกับดูแล และปกป้องสิ่งแวดล้อมจากมลพิษ	• ภาคีเครือข่าย Roadmap การจัดการขยะพลาสติก ระยะที่ 2 (2561-2573)	

หมายเหตุ : ข้อมูลงบประมาณ ครอบคลุมค่าสมาชิก และ/หรือค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

บริษัทกำหนดรูปแบบการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้ง 9 กลุ่ม ดังนี้

1 ลูกค้า

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การรับฟังความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 7-Eleven (Call Center) โทร 0 2711 7744, เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์, ร้าน 7-Eleven • สำรวจความคิดเห็น	• นวัตกรรมและมาตรฐานการให้บริการ	• พัฒนานวัตกรรมด้านสินค้าและบริการของพนักงาน ภายใต้หลักการ SAVEQC • ขยายช่องทางจำหน่ายจากออฟไลน์สู่ออนไลน์ พร้อมระบบขนส่งและชำระเงินที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น • โครงการ Signature Service และ Greeting Service
	• ผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสนับสนุนชุมชน อาทิ สินค้าชุมชน	• สนับสนุนสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรชุมชน สินค้าชุมชน สินค้าวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (OTOP)
	• การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมสังคม	• โครงการจิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน • โครงการ นำแก้วมาราคาพิเศษ และ No Cup • โครงการเก็บกลับคืน (Take-back)
	• การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี	• ให้ข้อมูลโภชนาการและการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน รวมถึงการแสดงฉลากโภชนาการและฉลาก GDA • เรียกคืนผลิตภัณฑ์ กรณีตรวจพบสินค้าไม่ได้มาตรฐาน
	• การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไม่ให้รั่วไหล เช่น ข้อมูลติดต่อลูกค้า และข้อมูลความลับโดยพนักงานที่มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูล	• กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล • โครงการสร้างความตระหนักในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้กับพนักงาน
	• การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	• โครงการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจร ตั้งแต่การออกแบบ ลดการใช้ ทดแทนวัสดุ ไปจนถึงการจัดการหลังการบริโภคตามกลยุทธ์ “ลดใช้พลาสติก” ภายใต้นโยบาย “7 Go Green”
	• ความปลอดภัย สุขภาพของลูกค้า การจัดการขนส่งรวมถึงการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมต่อลูกค้า	• พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพ มีความปลอดภัยตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล • การตรวจสอบมาตรฐานร้านและเรียกคืนสินค้า กรณีตรวจพบสินค้าไม่ได้มาตรฐาน • โครงการบริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
	• ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพ โภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของผู้บริโภค พร้อมสนับสนุนการเข้าถึงอาหาร และน้ำที่ปลอดภัย	• โครงการสุขภาพดีกับข้าวกล่องสุขภาพ ตรา อีซีโก “กินดี อร่อยง่าย ได้สุขภาพ” • โครงการต่อเนื่อง อาหารดีพี่ให้น้อง • โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ

2 คู่ค้า ครอบคลุมผู้ส่งมอบสินค้า หรือบริการ และเจ้าหนี้ทางการค้า

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้า หรือบริการ: • การสำรวจความพึงพอใจคู่ค้าทางธุรกิจ ปีละครั้ง • การจัดประชุมสัมมนาและการแถลงทิศทางนโยบายขององค์กร • การเยี่ยมเยียนคู่ค้า พร้อมรับฟังความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียน • การประเมินผลงาน การให้คำปรึกษาและการพัฒนาศักยภาพ • การจัดประชุม สัมมนาแบ่งปันความรู้กับคู่ค้าทุกกลุ่มในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน • ศูนย์คู่ค้าสัมพันธ์ โทร 0 2826 7771	• มีการสื่อสารเป้าหมาย ระบบ ระเบียบ และแผนธุรกิจในการทำงานร่วมกันอย่างชัดเจน เพื่อสร้างการเติบโตไปด้วยกัน	• สื่อสารนโยบายแนวทางปฏิบัติการจัดหาอย่างยั่งยืน จริยธรรม และแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้า ให้คู่ค้าทุกกลุ่มรับทราบ • Joint Business Plan: จัดทำแผนธุรกิจร่วมกับคู่ค้าเชิงกลยุทธ์
	• ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน จัดซื้อจัดจ้างอย่างเป็นธรรม รวมไปถึงการเจรจาสัญญา ราคา และเงื่อนไขการชำระเงินอย่างเป็นธรรม	• กำหนดนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน และแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าทางธุรกิจ • อบรม ให้ความรู้หัวข้อ การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ • กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพและคุณสมบัติในการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ ครอบคลุมความสำคัญทางธุรกิจ และเกณฑ์ด้านความยั่งยืน • โครงการส่งเสริม ให้ความรู้ และสนับสนุนเอสเอ็มอี (SMEs) เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านการต่อต้านการทุจริตและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจด้วยความสุจริตโปร่งใส และร่วมประกาศเจตนารมณ์ในการต่อต้านทุจริตกับสถาบันแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย
	เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน • สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมที่ดี เอื้ออำนวยต่อการขนส่ง • สิทธิในการจ้างงาน ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมเพียงพอต่อการครองชีพ	• โครงการบริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า • โปรแกรมสนับสนุนด้านเทคนิคเชิงลึกเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยสำหรับผู้รับเหมาด้านการขนส่ง • การส่งเสริมให้มีการประเมินค่าครองชีพผ่านโปรแกรมการประเมินความเสี่ยงคู่ค้า
	• การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขัน การเติบโต เพิ่มช่องทางการจำหน่าย การเข้าถึงเทคโนโลยี นวัตกรรม และการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบตามแนวคิด ESG	• โครงการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพและให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ เอสเอมอี (SMEs) • โครงการศูนย์ 7 สนับสนุน เอสเอมอี (SMEs) • “MAKRO HORECA ACADEMY (MHA) เพื่อนคู่คิดแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร” • โปรแกรม 3 ให้ ให้ช่องทางการขาย ให้ความรู้ การพัฒนา และให้การเชื่อมโยง

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
	• การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ ESG ควบคู่ไปกับการบริหารต้นทุนที่เหมาะสม	• การคัดกรองและประเมินความเสี่ยงด้าน ESG • การพัฒนาคู่ค้าเพื่อยกระดับผลการดำเนินการด้าน ESG • การจัดการอุปสงค์และห่วงโซ่อุปทานแบบบูรณาการ • พัฒนา ร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ และนวัตกรรมใหม่ร่วมกับพันธมิตร/คู่ค้า เพื่อเพิ่มความหลากหลายและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
	• การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามนโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับของภาครัฐ	• โครงการอบรมหลักสูตรธรรมาภิบาลการบริหารธุรกิจผ่านระบบ e-Learning
	• ความร่วมมือเพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งในกระบวนการผลิต ส่งมอบ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์	• โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม • โครงการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ • โครงการสรรหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ • โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน • โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน • โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้รถไฟฟ้าในระบบการขนส่ง • โครงการสร้างการมีส่วนร่วมกับคู่ค้าและพนักงานในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม • โครงการประเมินานสภาวะขาดแคลนน้ำของพื้นที่ดำเนินการของบริษัทและคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 กลุ่มสินค้าเกษตร
เจ้าหนี้ทางการค้า: • การประชุมหารือร่วม	• ชำระหนี้ตรงตามเวลาและครบถ้วน	• ชำระตามงวด หรือตามเครดิตเทอมที่เป็นไปตามเงื่อนไข ยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใส ตรงเวลา

3 สังคม ชุมชน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การรับฟังความคิดเห็นและข้อกังวล ผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ - ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ 7-Eleven (Call Center) โทร 0 2711 7744 - เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ - ร้าน 7-Eleven - ตู้รับความคิดเห็นหน้าองค์การบริหารส่วนตำบล ศูนย์กระจายสินค้า • การสำรวจความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ปีละครั้ง • การลงพื้นที่เพื่อเยี่ยมเยียนชุมชนของศูนย์กระจายสินค้าทุกไตรมาส	• การเคารพต่อสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ในประเด็นความปลอดภัย สุขภาพของลูกค้า การจัดการขนส่ง	• โครงการบริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า • พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพ มีความปลอดภัยตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล • การตรวจสอบมาตรฐานร้านและเรียกคืนสินค้ากรณีตรวจพบสินค้าไม่ได้มาตรฐาน • การติดตั้งกล้อง CCTV

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ตามพื้นที่ ชุมชนโดยรอบโรงงาน ร้าน 7-Eleven ตามช่วงเทศกาลหรืองานประชุมปีของชุมชน • ป้ายประกาศ สื่อประชาสัมพันธ์	• การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำให้กับชุมชนและสังคม รวมถึงการสร้างโอกาสในความร่วมมือกับธุรกิจท้องถิ่น ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของชุมชน	• โครงการเปิดโอกาส สร้างอาชีพ กับ ALL SME MARKET PLACE • การจ้างงานท้องถิ่น • โครงการจิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน • โครงการสร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้กับชุมชน • โครงการก้าวที่พลาดสู่โอกาสสายอาชีพ • โครงการต่อเนื่อง กาแฟสร้างสุขสร้างโอกาส • โครงการ ส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรมกลุ่มเปราะบาง
	• ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพ โภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของผู้บริโภค พร้อมสนับสนุนการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ผู้บริโภค และคนในสังคม ชุมชนมีสุขภาพ โภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมถึงกลุ่มเปราะบางสามารถเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย	• การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ • พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพและความปลอดภัยตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล • คนดีซีพีแรม X ครัวรักษ์อาหาร SOS • โครงการต่อเนื่อง อาหารดีพี่ให้น้อง • โครงการต่อเนื่อง กินได้ไม่ทิ้งกัน • โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ
	• สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาของผู้ด้อยโอกาส พัฒนาทักษะทางอาชีพ	• โครงการให้ทุนการศึกษาคืนคนดีสู่สังคม • โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED • โครงการมอบทุนการศึกษาให้กับเยาวชนได้เข้าศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
	• ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อสภาพความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน อาทิ การจัดการขยะและของเสีย รักษาและฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ	• โครงการต้นกล้าไร้ถัง • โครงการปลูกป่า ปลูกอนาคต • โครงการปันน้ำให้ชาวนา • โครงการอนุรักษ์น้ำ • โครงการ “สร้างบ้านให้ปลา สร้างอาชีพให้คน”

4 พนักงานและครอบครัวพนักงาน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การสื่อสารสองทาง อาทิ การสัมมนาพนักงานในระดับต่าง ๆ ได้แก่ Harmony พลังทีม CPALL • การสื่อสารทางเดียว ระบบ Intranet วารสารภายใน การแจ้งข่าวประจำวันผ่านช่องทางดิจิทัล ได้แก่ CP ALL Connect	• การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ไม่เกี่ยวข้องกับการทุจริตทุกรูปแบบ รวมถึงความปลอดภัยข้อมูลลูกค้า	• โครงการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ด้านธรรมาภิบาล Mister & Miss Good Governance • โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2568 • โครงการสื่อสารให้ความรู้และสร้างกิจกรรมรณรงค์สร้างความตระหนัก • รณรงค์สื่อสาร ประชาสัมพันธ์ช่องทางแจ้งเบาะแสและเรื่องร้องเรียนให้กับพนักงานผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อโปสเตอร์ CPALL Connect บอร์ดประชาสัมพันธ์และร้าน 7-Eleven

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การรับความคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องทุกข์ เช่น จดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ ไปรษณีย์ ศูนย์แจ้งข้อมูลสื่อออนไลน์ของบริษัท เป็นต้น • การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันประจำปี • การสำรวจความสุขของพนักงานระดับผู้จัดการร้าน • การมีส่วนร่วมผ่านเวทีการนำเสนอผลงานนวัตกรรมการประกวด การระบุและประเมินความเสี่ยง • การดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัทครอบคลุมพนักงานร้อยละ 100	• การให้ความรู้ การพัฒนาศักยภาพและความก้าวหน้าในงาน รวมถึงความสามารถที่จำเป็นในอนาคต	• เตรียมความพร้อมและพัฒนาผู้นำ รวมถึงอบรมให้ความรู้ ทักษะที่เหมาะสม และตรงตามความสนใจ • การพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูง เพื่อพัฒนา “ความเป็นผู้นำ” และ “พัฒนาตนเอง” พัฒนาผู้นำเพื่อสร้างขีดความสามารถให้ผู้นำขับเคลื่อนธุรกิจได้ตามเป้าหมาย ผ่านการลงมือทำโครงการในลักษณะข้ามสายงาน (Action Learning) • โปรแกรมการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital transition program) • ยึดหลักสิทธิมนุษยชนเป็นแนวปฏิบัติต่อพนักงาน ส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียมและความหลากหลาย • ปรับปรุงระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน
	• กระบวนการทำงานที่ช่วยเพิ่มความสามารถและประสิทธิผลในการทำงาน และการให้บริการ รวมถึงลดเวลาการทำงานที่ไม่จำเป็นของพนักงาน และกระบวนการสื่อสารระหว่างหัวหน้างานและทีมงาน	• โครงการ Approve Process Excellence Awards • การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลปรับปรุงกระบวนการทำงาน เช่น O2O, IT Platform, ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นต้น • โครงการ “เพิ่มผลผลิต” • พัฒนาทักษะการสร้างยอดขายและสร้างความประทับใจในการให้บริการของพนักงานร้านสาขา 7-Eleven
	• สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย การมีสุขภาพกาย สุขภาพจิตที่ดี และมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานและการให้บริการ	• ประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยง • โครงการขับขี่ปลอดภัย สำหรับพนักงานจัดส่งสินค้า • จัดเตรียมสถานประกอบการและพื้นที่ปฏิบัติงานตามมาตรฐานแรงงาน พร้อมผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี • โครงการลดอุบัติเหตุแบบมีส่วนร่วม Modular Safety -KYT Safety Life • โครงการบริการปรึกษาและคัดกรองสุขภาพออนไลน์ • ศูนย์สุภาพ CPALL Health Care Center • โครงการยืดเหยียดลดโรค
	• การให้รางวัล สิ่งจูงใจในการทำความดี การสร้างความประทับใจ ใส่ใจในการบริการให้กับลูกค้า	• กำหนดสิทธิวันลาและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาวะที่ดีของพนักงานและครอบครัว • โครงการ DNA ความดี 24 ชั่วโมง • โครงการ Reward & Recognition
	• การมีส่วนร่วมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	• โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า โรงงาน และสำนักงาน • โครงการ “ลด และ ทดแทน” พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง • โครงการเสื้อพนักงานจากขวดพลาสติก • โครงการ “WE GROW for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน”

5 ผู้นำทางความคิด ครอบคลุมสื่อมวลชน องค์กรภาคประชาสังคม (CSOs) และองค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs)

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
องค์กรภาคประชาสังคม (CSOs) **องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs)** • รับฟังและแลกเปลี่ยนมุมมองผ่านเวทีการประชุมหารือ และร่วมกันทำงานในกิจกรรมต่าง ๆ • สนับสนุนกิจกรรม หรือโครงการขององค์กรในประเด็นที่สอดคล้องตามกรอบการแบ่งปันและสร้างสรรค์โอกาส และเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัท • การสร้างความพันธ์ที่ดี ผ่านการเข้าพบหารือและแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล	• พัฒนาทักษะการผลิตและขยายโอกาสทางการตลาดแก่กลุ่ม SMEs และวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ	• ร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคมพัฒนาศักยภาพของเกษตรกร เพื่อการผลิตและการกระจายสินค้าที่สอดคล้องกับความจำเป็น • โครงการเปิดโอกาส สร้างอาชีพ กับ ALL SME MARKET PLACE • โครงการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืนด้วย “กล้วยหอมทอง”
	• เพิ่มความหลากหลายสินค้า SMEs ในร้าน 7-Eleven มากขึ้น	• สนับสนุนการกระจายผลผลิตและผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้แก่เกษตรกรและกลุ่มเปราะบางต่าง ๆ • โครงการต่อเนื่อง สรรหาเอสเอ็มอีและวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด • โครงการสนับสนุนผลผลิตจากเกษตรกรช่วงฤดูกาลผลไม้ล้นตลาด
	• สนับสนุนความร่วมมือภาคประชาสังคมและภาคธุรกิจ เพื่อความยั่งยืนด้านการลดก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม อาทิ การจัดการขยะของชุมชนอย่างครบวงจร การเกษตรกรรมยั่งยืน	• ร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคมและชุมชนดำเนินโครงการด้านการจัดการขยะครบวงจรในพื้นที่นำร่อง • โครงการเกษตรกรรมยั่งยืน
	• สร้างความเข้าใจและรับฟังประเด็นปัญหาจากชุมชนและภาคประชาสังคม ผ่านการสื่อสารให้ข้อมูลที่ถูกต้อง รวมทั้งจัดช่องทางรับฟังความคิดเห็น เพื่อแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันท่วงที	• สนับสนุนเวทีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการจัดทำแผนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเครือข่ายภาคประชาสังคมในระดับจังหวัด • เปิดรับข้อสงสัย ร้องเรียน ข้อแนะนำโดยตรงจากองค์กรภาคประชาสังคม เพื่อการชี้แจงข้อมูลหรือแก้ปัญหาทันท่วงทีก่อนการขยายผลลุกลาม
	• ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการศึกษากลุ่มเปราะบางต่าง ๆ	• โปรแกรมส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ • โครงการห้องเรียนกาแฟ • โครงการก้าวที่พลาด สู่โอกาสสายอาชีพ • โครงการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรมกลุ่มเปราะบาง
	• การมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมผ่านการบริจาค	• โครงการบุญนิธิ แสตมป์เซเว่นเพื่อสาธารณกุศลทุกภูมิภาค • โครงการ “จิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน” โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ
	• พัฒนา ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ผู้บริโภคมีสุขภาพ โภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และสามารถเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย	• โครงการสุขภาพดีกับข้าวกล่องสุขภาพ ตราอีซี่โก “กินดี อร่อยง่าย ได้สุขภาพ” • โครงการต่อเนื่อง อาหารดีพี่ให้น้อง • โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
สื่อสารมวลชน: • สนับสนุนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสื่อมวลชน • มอบทุนการศึกษาแก่สายวิชาชีพสายสื่อสารมวลชน หลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ • โครงการส่งเสริมกิจกรรมสื่อประจำปี • รางวัลข่าวดิจิทัลยอดเยี่ยมแห่งปี	• ส่งเสริมการเกษตรยั่งยืนและการจัดการของเสียจากการเพาะปลูก หรือปศุสัตว์	• โปรแกรมเกษตรกรรมยั่งยืน
	• การพัฒนาชุมชนหรือกิจกรรมร่วมกับชุมชน	• โครงการจิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน • โครงการพัฒนาศักยภาพ และส่งเสริมวิชาชีพสื่อสารมวลชน
• รางวัลคนดีประเทศไทย สาขาสื่อมวลชนสร้างสรรค์สังคม • รางวัล “Anti-corruption Awards” ส่งเสริมการต่อต้านคอร์รัปชัน • ให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูลกับสื่อมวลชน • จัดโครงการ Co Project with Media/ Influencer • นำคณะสื่อสารมวลชน ผู้มีอิทธิพลทางความคิดลงพื้นที่เยี่ยมชมการดำเนินงานธุรกิจของ SMEs และเกษตรกร รวมถึงร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคม • สัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม • แลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการจัดสัมมนาเพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารร่วมกัน • สนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมสื่อออนไลน์คนรุ่นใหม่	• การสื่อสารสร้างความเข้าใจ และลดข้อขัดแย้งกับสังคมชุมชน ในการแก้ปัญหาเจาะจงอย่างทันท่วงที	• สื่อสารให้ข้อมูลที่ถูกต้องผ่านสื่อทุกช่องทาง ทั้งสื่อสังคมออนไลน์ สื่อมวลชน และช่องทางออนไลน์ขององค์กร รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มและพนักงาน
	• ดูแลและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งส่งเสริมการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	• โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการลดใช้พลังงานและการนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ในร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า และโรงงาน
	• เคารพต่อสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ในการจัดการควบคุมธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบ	• ส่งเสริมให้สถานประกอบการดำเนินงานตามมาตรฐานแรงงาน พร้อมทั้งผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี • ยึดหลักสิทธิมนุษยชนเป็นแนวปฏิบัติต่อพนักงาน รวมทั้งส่งเสริมความหลากหลายความเสมอภาคและความเท่าเทียมและเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนอยู่ร่วมกัน อย่างเท่าเทียม
	• การจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐสามารถหมุนเวียนเอากลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด	• ประกาศใช้นโยบายด้านบรรจุภัณฑ์ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบและคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การลดและทดแทน ณ ขั้นตอนการบริโภค และการจัดการหลังการบริโภคโดยคำนึงถึงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ภายใต้กลยุทธ์ “7 Go Green”
	• ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อต้านการทุจริต และปฏิบัติตามหลัก ESG • คำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	• กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการและการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด • คำนึงถึงความเท่าเทียมของผู้ถือหุ้นและรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
	• การมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีคุณภาพมาตรฐาน และมีการบริการที่ดี ตอบสนองความต้องการ • การดำเนินการส่งมอบผลิตภัณฑ์และโลจิสติกส์ที่ยั่งยืน	• คัดสรรและพัฒนาสินค้าเพื่อสุขภาพ • ปรับปรุงและพัฒนาการบริการอย่างสม่ำเสมอ • พัฒนาสู่การค้าออนไลน์ โดยมีระบบขนส่งและช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าสะดวกมากขึ้น

6 พันธมิตรทางธุรกิจ ครอบคลุมผู้ให้เช่าสถานที่ สโตร์พาร์ทเนอร์ และผู้รับสิทธิ์ช่วงอาณาเขต

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
ผู้ให้เช่าสถานที่: ช่องทางการสื่อสารและรับเรื่องร้องเรียน เช่น • การให้ข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียน ผ่านหน่วยงานรับข้อร้องเรียน Call Center 722 ครั้ง • สำรวจความพึงพอใจประจำปี • การประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทาง SMS อีเมล • เยี่ยมเยียนเจ้าของสถานที่อย่างน้อยไตรมาสละครั้ง • ส่ง SMS อวยพรเนื่องในโอกาสต่าง ๆ และมอบของขวัญช่วงเทศกาลปีใหม่ • ส่ง SMS แจ้งเรื่องค่าเช่าล่วงหน้า • ส่ง SMS แจ้งวันที่จะได้รับเงินค่าภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง • เชื่อมแอปพลิเคชัน 7-Eleven เพื่อให้บริการลูกบ้านแต่ละโครงการอสังหาริมทรัพย์ (Delivery & ALL Online) • สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ	• การดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่องตามหลักธรรมาภิบาล • การประชาสัมพันธ์และชี้แจ้งข่าวสารนโยบายบริษัท	• มีระบบดูแล ติดตาม และแก้ปัญหาข้อร้องเรียน • ยกระดับการสำรวจความพึงพอใจของเจ้าของสถานที่ที่มีต่อบริษัท • เยี่ยมเยียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเจ้าของสถานที่อย่างน้อยไตรมาสละครั้ง • การประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทาง SMS และอีเมล • สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของเจ้าของสถานที่ กลุ่มทำเลพิเศษ คู่ค้ากลยุทธ์
	• ได้รับค่าเช่าตรงเวลา	• จัดทำระบบสำหรับการจ่ายค่าเช่าภายในเวลาที่กำหนด
	• การดูแลสถานที่เช่าให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยทั้งระหว่างอายุสัญญาเช่าและหลังจากเลิกสัญญา • การดูแลสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ร้าน และชุมชน	• มีมาตรการดูแลสถานที่เช่า และสภาพแวดล้อมบริเวณสถานที่เช่า
สโตร์พาร์ทเนอร์: • สำรวจความผูกพันประจำปี • ช่องทางการสื่อสารและรับเรื่องร้องเรียน เช่น การให้ข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียนผ่าน Call Center 486 ครั้งเป็นต้น • การสำรวจความพึงพอใจผ่านเว็บไซต์รายไตรมาส • วารสาร (รายเดือน) • ช่องทางเว็บไซต์ SBP MALL • ช่องทาง CPALL Connect • การประชุม สัมมนา และกิจกรรม • งานประกาศนโยบายและทิศทางของบริษัทไปถึงสโตร์พาร์ทเนอร์	• การดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่องตามหลักธรรมาภิบาล • ความมั่นคงทางธุรกิจ ขยายธุรกิจและดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง • การได้รับความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว	• การสื่อสารแนวทางและหลักปฏิบัติทางด้านธรรมาภิบาล และจริยธรรมธุรกิจ • ส่งเสริมและสนับสนุน ถ่ายทอดความรู้ด้านธรรมาภิบาล และการต่อต้านการทุจริตและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจด้วยความสุจริตโปร่งใส
	• ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและการบริหารจัดการธุรกิจ • การให้ความรู้และสร้างความตระหนักด้านการบริหารธุรกิจตามกรอบแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต • การประชาสัมพันธ์ ชี้แจงข่าวสารและนโยบายของบริษัท	• ส่งเสริม ดูแล ฝึกอบรมผู้ประกอบธุรกิจเพื่อเพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการ • บริหารจัดการต้นทุนสินค้าและการดำเนินการ • เพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด • แบ่งปันสารสนเทศและข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
	• การบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ มีการสื่อสารที่ชัดเจน มีการสนับสนุนเพื่อการเติบโตร่วมกัน • การพัฒนานวัตกรรมเพื่อลูกค้าและสังคม พร้อมทั้งปรับปรุงองค์กรให้มีความคล่องตัวและทันต่อสถานการณ์โลก	• การสนับสนุนสโตร์พาร์ทเนอร์ให้มีผู้สืบทอดทางธุรกิจ เพื่อความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน • การพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ • นวัตกรรมการบริการทางการเงินใกล้ชุมชน • ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพและต่อยอดเพื่อเพิ่มยอดขายและสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
	• การส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน การบริหารจัดการธุรกิจ และสร้างความประทับใจในการให้บริการของพนักงานร้านสาขา 7-Eleven ผ่านโปรแกรมการพัฒนา	• พัฒนาทักษะการสร้างยอดขายและสร้างความประทับใจในการให้บริการของพนักงานร้านสาขา 7-Eleven
	• สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย การมีสุขภาพกาย สุขภาพจิตที่ดี และมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานและการให้บริการ	• การประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยง • โครงการขับขี่ปลอดภัย สำหรับพนักงานจัดส่งสินค้า • จัดเตรียมสถานประกอบการและพื้นที่ปฏิบัติงานตามมาตรฐานแรงงาน พร้อมผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี

7 ภาครัฐ ครอบคลุมทั้งหน่วยงานระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ผ่านการ • สนับสนุนโครงการ/กิจกรรม ความร่วมมือและการช่วยเหลือต่าง ๆ กับหน่วยงานภาครัฐ • การเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการในโครงการภาครัฐ ร่วมแสดงความคิดเห็น และสร้างสัมพันธภาพที่ดีอย่างเปิดเผย • การติดต่อประสานงานขอรับบริการภาครัฐและการตรวจเยี่ยมกิจการ • การมีส่วนร่วมในการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากขยะพลาสติกร่วมกับคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติผ่านโครงการ “ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน”	• การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียนปฏิบัติที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัดตามหลักสิทธิมนุษยชน	• กำกับดูแลและสนับสนุนให้ทุกหน่วยงานดำเนินงานสอดคล้องกับกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการดำเนินการเชิงรุก อาทิ การติดตามและประเมินผลกระทบทางกฎหมายใหม่ที่ประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษาและร่างกฎหมายที่อยู่ระหว่างการพิจารณาเพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงและกำหนดแนวทางการปฏิบัติที่จำเป็น • การถ่ายทอดความรู้ ทางกฎหมายผ่านการจัดอบรมให้ความรู้แก่หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้องและแม่นยำ • ปฏิบัติตามกฎหมายหรือระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
	• การดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมกับคู่ค้า	• กำหนดนโยบายการทำรายการระหว่างกันและป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างชัดเจน
	• เป็นตัวอย่างแก่ภาคธุรกิจในการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม • การพัฒนาร่วมกับชุมชนและสนับสนุนการศึกษาให้เด็กนักเรียน	• นำเสนอมุมมองผ่านสมาคม การรวมกลุ่มทางการค้าต่าง ๆ • สนับสนุนการตรวจประเมินเบื้องต้นของภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มการพัฒนาความยั่งยืน • โครงการ “จิตสาธารณะ” ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
		• สนับสนุนการศึกษา สร้างโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ • โครงการสร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้กับชุมชน
	• พัฒนา ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ผู้บริโภคและคนในสังคม มีสุขภาพโภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น	• การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ • พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพและความปลอดภัยตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล
	• ส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกรและSMEs พร้อมทั้งสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำให้กับชุมชนและสังคม	• โครงการสนับสนุนผลผลิตจากเกษตรกรช่วงฤดูกาลผลไม้ล้นตลาด • โครงการต่อเนื่อง สร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืนด้วย “กล้วยหอมทอง” • โครงการส่งเสริมและสนับสนุน SMEs • โครงการ Business Accelerator • โครงการ Big Brother • โครงการต่อเนื่อง รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร (โนนเขวาโมเดล)
	• การพิจารณารับคนในชุมชนเป็นพนักงานร้านค้าปลีก เพื่อส่งเสริมการทำงานในท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน	• โครงการจ้างงานท้องถิ่น
	• การจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกให้สามารถหมุนเวียนเอากลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด	• โครงการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำ • โครงการบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล • โปรแกรมการนำบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภคกลับมาใช้ใหม่ • โครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	• การผลิตที่เป็นนวัตกรรม ในการดำเนินธุรกิจตามนโยบายการผลิตที่ยั่งยืน สร้างการรับรู้เพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • เพิ่มการใช้พลังงานทางเลือกอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ พลังงานแสงอาทิตย์ ในการผลิตกระแสไฟเพื่อร้านค้าปลีก (24 ชั่วโมง)	• โครงการต้นกล้าไร้ถัง ขยายผลสู่โรงเรียนเครือข่ายชุมชน ผู้ประกอบการ • โครงการติดตั้ง Solar Rooftop ที่ร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า โรงงาน • การเพิ่มการใช้งานรถไฟฟ้า (EV vehicle)
	• สินค้าและบริการเพื่อให้ผู้บริโภคและคนในสังคม มีสุขภาพ โภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น	• โครงการอาหารเพื่อสุขภาพที่มีการเพิ่ม หรือลด หรือปราศจากสารอาหารตามที่กฎหมาย หรือมาตรฐานที่ยอมรับ • การแสดงฉลากคุณค่าทางโภชนาการ • การส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสังคมผู้สูงอายุ อาทิ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาหารคอเลสเจอรอลต่ำ • โครงการสายใยและน้ำใจ

8 ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• บรรยายสรุปผลการดำเนินงานต่อนักวิเคราะห์ (Analysis Meeting) ทุกไตรมาส • บรรยายสรุปผลการดำเนินงาน ต่อนักลงทุนต่างประเทศ (Global Investor Conference) ทั่วไปทุกไตรมาส • บรรยายสรุปผลการดำเนินงานร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย “Set Opportunity Dat” ต่อนักลงทุนทั่วไปทุกไตรมาส • รายงานคำอธิบายและวิเคราะห์ ของฝ่ายจัดการทุกไตรมาส • ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี • แสดงงบการเงิน • แบบ 56-1 One Report รายงานประจำปี • จัดทำรายงานการพัฒนาความยั่งยืน • จัดทำหนังสือชี้ชวน เอกสาร สื่อสารสนเทศ • สื่อสารข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล และจดหมาย • กิจกรรมโรดโชว์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ • ลงพื้นที่เยี่ยมชมร้านค้า โรงงาน และคลังสินค้าของบริษัท • รับประเมินโดยหน่วยงานอิสระจากภายนอก เพื่อแสดงว่าบริษัทเป็นหลักทรัพย์ที่มีคุณภาพ มีคุณค่าและมีความยั่งยืนทั้งในระดับชาติและระดับโลก เช่น IOD, สถาบันส่งเสริมผู้ลงทุนไทย, SET ESG Ratings, S&P Global CSA, FTSE Russell, MSCI เป็นต้น • รับการประเมินอันดับความน่าเชื่อถือหุ้นกู้ของบริษัท โดย Credit Rating Agency • ให้ข้อมูลต่อหน่วยงานด้านสถิติและเศรษฐกิจของรัฐ	• ผลการดำเนินงานและการเติบโตของธุรกิจมีเสถียรภาพ มั่นคง และได้รับการยอมรับจากสังคม	• บริหารจัดการธุรกิจให้เติบโต ลดความเสี่ยง และเพิ่มความโปร่งใส
	• มีความโปร่งใสในการดำเนินงาน การเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานของธุรกิจครบถ้วนเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถช่วยนักลงทุนในการตัดสินใจลงทุนได้ดี ทั้งข้อมูล Financial และ Non-Financial	• รับฟังความคิดเห็นจากผู้ถือหุ้นและนักลงทุน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณากำหนดกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานของบริษัท • กำหนดนโยบายการทำข้อตกลงระหว่างกัน และป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างชัดเจน
	• การกำกับดูแลกิจการที่ดี และคำนึงถือผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อย (minority shareholder) และมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อสร้างความเชื่อมั่น	• กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด • การให้ความเท่าเทียมของผู้ถือหุ้น และรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
	• ได้รับการประเมินการกำกับดูแลในระดับดีเลิศ โดย IOD และสถาบันส่งเสริมผู้ลงทุนไทย • ได้รับการคัดเลือกเป็นสมาชิกชั้นนำของประเทศและของโลก เช่น รายชื่อหุ้นยั่งยืน, S&P Global CSA, FTSE4Good Index, MSCI เป็นต้น	• ยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล • ปรับปรุงแก้ไขกฎบัตร นโยบายแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการทุจริต ความยั่งยืน สิ่งแวดล้อม และสังคม ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล
	• หลักทรัพย์ของบริษัทอยู่ในความต้องการของตลาด มีการซื้อขายในตลาดรอง เนื่องจากมูลค่าหลักทรัพย์ในตลาดรองสะท้อนถึงราคายุติธรรมเป็นอย่างน้อย	• จัดตั้งหน่วยงานลงทุนสัมพันธ์ทำหน้าที่รับผิดชอบการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุนและนักวิเคราะห์ทั้งไทยและต่างประเทศ มีการเขียนบทวิเคราะห์เพื่อให้หลักทรัพย์ของบริษัทอยู่ในความต้องการของตลาดเสมอ
	• มีการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาล และเศรษฐกิจ (ESG)	• การกำหนดกรอบแนวทาง เป้าหมาย ตัววัด และโครงการกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน
	• มีความมุ่งมั่นต่อการจัดการก๊าซเรือนกระจก เพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน และคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์	• กำหนดกรอบแนวทาง เป้าหมาย ตัวชี้วัด และโครงการกลยุทธ์ ตลอดจนมาตรการที่ชัดเจนด้านความยั่งยืน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
	• สื่อสารการดำเนินงานอย่างโปร่งใส	• จัดประชุม “CP ALL: Analysts’ Meeting” ผ่านระบบวีดีโอคอนเฟอเรนซ์ เพื่อรายงานผลประกอบการของบริษัทและบริษัทในกลุ่มซีพี ออลล์ ให้กับนักวิเคราะห์หลักทรัพย์และนักลงทุน • จัดประชุมผู้ถือหุ้นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Meeting) ตามกฎหมายว่าด้วยการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และประกาศที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจำกัดจำนวนกรรมการ ผู้บริหาร และผู้จัดประชุม ณ สถานที่ทำการถ่ายทอดสด

9 ผู้ให้สิทธิ์ใช้เครื่องหมายทางการค้า

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• ประชุมหารือร่วม เมื่อได้รับการร้องขอ • สิ่งพิมพ์ จดหมาย สื่อสารสนเทศ	• ปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัด • สร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้าผ่านสินค้าและบริการ รวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดีในด้านต่าง ๆ ตามความคาดหวังหรือเหนือความคาดหวังของลูกค้า • ความร่วมมือในการดำเนินการด้านความยั่งยืน • การแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ทางธุรกิจ • ยอดขาย ผลกำไร และการเติบโตของธุรกิจ	• ปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาเบื้องต้นหน่วยงานต้นสังกัดรับผิดชอบดูแลบริหารจัดการ ให้เป็นไปอย่างถูกต้อง โดยมีฝ่ายกฎหมายกำกับดูแล • จ่ายชำระค่าสิทธิตรงตามระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา • แลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดีระหว่างผู้รับสิทธิ์ทางการค้าและเจ้าของสิทธิ์ทางการค้าในการประชุมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นหรือทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ • สร้างภาพลักษณ์ รักษาชื่อเสียงทางเครื่องหมายการค้าให้ดีอย่างต่อเนื่อง • สร้างสัมพันธ์ทางธุรกิจอันดี สนับสนุนกิจกรรมและการให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ผ่านโครงการความร่วมมือด้าน ESG

ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต



> “ซีพี ออลล์ ยึดหลักธรรมาภิบาล ความซื่อสัตย์และความโปร่งใส เป็นพื้นฐานในการดำเนินงาน เพื่อป้องกันการทุจริต เสริมสร้างความเชื่อมั่นและสร้างคุณค่าระยะยาวให้แก่ทุกภาคส่วน”

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG12

สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และผลิตที่ยั่งยืน

12.6 สนับสนุนให้บริษัท โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติ และบริษัทขนาดใหญ่ รับแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนไปใช้ และผนวกข้อมูลด้านความยั่งยืนลงในวงจรการรายงานของบริษัทเหล่านั้น



SDG16

ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบัน ที่มีประสิทธิผล รับผิดรับชอบและครอบคลุมในทุกระดับ

16.3 ส่งเสริมนิติธรรมทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ และสร้างหลักประกันว่าจะมีการเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมแก่ทุกคน

16.5 ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ

16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วม และมีความเป็นตัวแทนที่ดี ในทุกระดับการตัดสินใจ

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

บริษัท ตระหนักดีว่าความโปร่งใสและธรรมาภิบาลเป็นรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน การไม่ปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลหรือการขาดกลไกป้องกันการทุจริตที่มีประสิทธิภาพอาจส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียง ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ในทางกลับกัน บริษัทเล็งเห็นว่าการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริตอย่างเข้มแข็ง เป็นโอกาสสำคัญในการยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาประสิทธิภาพของคณะกรรมการ ความเป็นอิสระของสมาชิกคณะกรรมการ และความหลากหลายในด้านทักษะและประสบการณ์ อีกทั้งบริษัทยังดำเนินการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า การมีระบบติดตามและประเมินความเสี่ยงด้านจริยธรรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการให้ความรู้แก่พนักงานและคู่ค้าธุรกิจ ช่วยลดโอกาสการเกิดพฤติกรรมที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้ องค์กรยังคงพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงด้านธรรมาภิบาลอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมายและการกำกับดูแลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ลดโอกาสการเกิดการละเมิดกฎหมายหรือจริยธรรม แต่ยังเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ลงทุน คู่ค้า และผู้บริโภคว่าองค์กรดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความรับผิดชอบ โปร่งใส และเคารพสิทธิมนุษยชน

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ — คู่ค้า
2. การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า — คู่ค้า
3. การจัดส่ง และกระจายสินค้า
4. การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ — พันธมิตรทางธุรกิจ, พนักงาน, ภาครัฐ
5. การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย — ลูกค้า, ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน

▶ ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

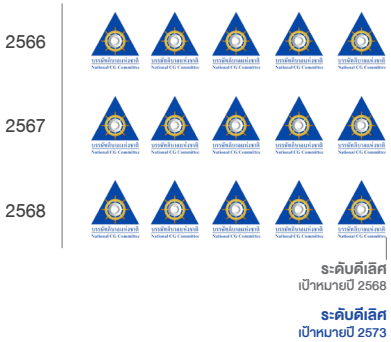
มิติด้านความยั่งยืน – มิติด้านธรรมาภิบาล และเศรษฐกิจ

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

– Foundational Material Topics

▶ เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Rating) ในระดับดีเลิศ (Excellence) โดยสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลหรือเทียบเท่า (หน่วย: ระดับ)





ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ได้รับการประเมินระดับดีเลิศ (Excellence) หรือระดับ **5 ดาว** จากการเปิดเผยรายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ต่อเนื่องเป็น ปีที่ 7

รับรางวัล CAC Change Agent Award 2025 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ต่อเนื่องปีที่ 5

ส่งเสริมและสนับสนุนให้บริษัทย่อยของบริษัทประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย โดยมีบริษัทย่อย **5 แห่ง** เข้ารับการประเมินเพื่อขอยื่นรับรองการเป็นสมาชิกครั้งแรก

ส่งเสริมคู่ค้าเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย จำนวน **15 ราย** คิดเป็น **ร้อยละ 27** (15 จาก 55) ของคู่ค้าที่เข้ารับการอบรมทั้งหมด



ได้รับการรับรอง ISO27701 มาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ส่วนขยายจาก ISO/IEC 27001 มาตรฐานจัดการความปลอดภัยของข้อมูล) ในขอบเขตงาน

- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ในระบบสมาชิก (ALL Member) ระบบการบริหานงานบุคคล และการจัดการศูนย์คอมพิวเตอร์ธาราพาร์ค (IT Data Center)
- บริษัท ทเวนตี้โฟร์ ช้อปปิ้ง จำกัด ในขอบเขตการซื้อขายสินค้าผ่าน 24Shopping
- บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด
- บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด การจัดการศูนย์คอมพิวเตอร์ธาราพาร์ค (IT Data Center)

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

ได้รับรางวัล Privacy Self-Assessment Excellence Award ด้านความเป็นเลิศจากการประเมินตนเอง ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

ร่วมขยายเครือข่ายความโปร่งใสไปยังบริษัทคู่ค้า ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี เพื่อประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านคอร์รัปชัน สร้างแนวทางในการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างมีธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่อุปทาน

อบรม ให้ความรู้มาตรการป้องกันความเสี่ยงด้านกฎหมายให้แก่สำนักงาน ร้าน 7-Eleven และบริษัทย่อย ครอบคลุมพันธมิตรทางการค้า (สโตร์บิซิเนสพาร์ทเนอร์)

อบรม ให้ความรู้และจัดทดสอบวัคซีนไซเบอร์ให้กับพนักงานทุกระดับ เพื่อได้รู้ทันมิจฉาชีพ และใช้ไซเบอร์ที่ปลอดภัย

นำเอามาตรฐานความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศ และระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISO 27001 และ ISO 27701) มาประยุกต์ใช้และปฏิบัติอย่างต่อเนื่องกับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ประเมินผลกระทบด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Impact Assessment: DPIA) ในทุกกิจกรรมที่มีการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ตรวจเยี่ยมหน่วยงานที่มีการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อสร้างความตระหนัก และทบทวนความสอดคล้องของกิจกรรมที่มีข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และกฎหมายลำดับรอง

จัดอบรมหลักสูตรด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านธรรมาภิบาล และการต่อต้านการทุจริต ซึ่งครอบคลุมถึงการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การไม่ใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ รวมถึงการบริหารความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ พร้อมวัดระดับความรู้หลังจบการอบรมให้แก่พนักงานทุกระดับผ่านระบบ E-Learning

มีการจำลองทดสอบโจมตีเสมือนจริงจากภายนอก มายังเครือข่ายของบริษัท (Breach & Attack Simulation) จำนวน 1 ครั้ง เพื่อทราบถึงช่องโหว่จากมุมมองของผู้โจมตี (Hacker) นำผลดังกล่าวมาพิจารณา และปรับปรุงเพื่อยกระดับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ที่ดียิ่งขึ้น

ได้รับรางวัล ANTI-CORRUPTION AWARDS 2025 ตอกย้ำจุดยืนองค์กรโปร่งใส ดำเนินธุรกิจด้วยธรรมาภิบาล อีกหนึ่งความภาคภูมิใจ ที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการยืนหยัดต่อต้านการทุจริต และการกำกับดูแลองค์กรด้วยหลักธรรมาภิบาลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

องค์ประกอบคณะกรรมการบริษัท

- กรรมการที่เป็นผู้บริหาร **5** คน
- กรรมการอิสระจำนวน **6** คน
- กรรมการที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการบริหาร **5** คน

เพศ

ชาย **15** คน

หญิง **1** คน

ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง

ระยะเวลาดำรงตำแหน่งเฉลี่ย

16.75 ปี

การอบรมและสื่อสารด้านธรรมาภิบาลและต่อต้านการทุจริต

	พนักงาน ซีพี ออลล์	พนักงาน บริษัทย่อย	คู่ค้าลำดับที่ 1
ได้รับการสื่อสาร	99,771 ราย ร้อยละ 100	97,247 ราย ร้อยละ 100	2,471 ราย ร้อยละ 100
ลงนามรับทราบ	99,771 ราย ร้อยละ 100	97,247 ราย ร้อยละ 100	2,471 ราย ร้อยละ 100
ได้รับการฝึกอบรม	99,771 ราย ร้อยละ 100	97,247 ราย ร้อยละ 100	2,471 ราย ร้อยละ 100

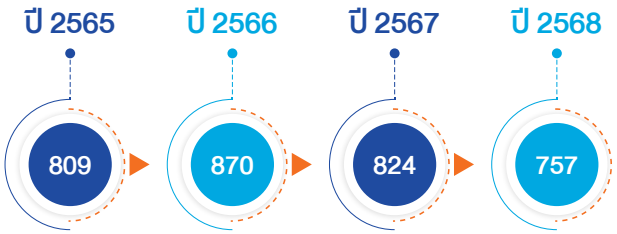
สร้างวัฒนธรรมการทำงานให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ

หน่วยงานที่มีความเสี่ยงด้านกฎหมายและการทุจริต
ได้รับการประเมินความเสี่ยงร้อยละ 100

หน่วยงานที่มีความเสี่ยงมีมาตรการ
การจัดการความเสี่ยง ร้อยละ 100

รายงานการละเมิดการทุจริต คอร์รัปชันและติดสินบน

จำนวนการทุจริต คอร์รัปชัน และติดสินบน ที่ตรวจสอบแล้วพบว่าผิดจริง (กรณี)



สัดส่วนของพื้นที่ดำเนินการที่เกิดปัญหาการทุจริต คอร์รัปชัน และติดสินบน (ร้อยละ)



ข้อร้องเรียนการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลที่ผ่านการพิสูจน์แล้วว่าผิดจริง (กรณี)

ข้อมูลลูกค้า	ข้อมูลคู่ค้า	หน่วยงานกำกับดูแล
1	1	0

แนวทางการดำเนินงาน

องค์กรให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีในทุกระดับ โดยได้จัดตั้งโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจนภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริษัทซึ่งมีบทบาทในการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ และแนวทางการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริตอย่างรอบด้าน ทั้งนี้ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยที่รับผิดชอบด้านการกำกับดูแลความโปร่งใสและจริยธรรมทางธุรกิจโดยเฉพาะ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการกระทำที่ขัดต่อกฎหมายหรือจรรยาบรรณทางธุรกิจ

ในระดับการปฏิบัติ องค์กรใช้นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี นโยบายความยั่งยืน นโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องรวมถึงจริยธรรมทางธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ครอบคลุมถึงพนักงาน คู่ค้า ผู้รับจ้าง และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม พร้อมทั้งจัดให้มีการอบรมและสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บุคลากรทุกระดับเข้าใจบทบาทและความรับผิดชอบของตนในการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม นอกจากนี้ องค์กรยังได้พัฒนาช่องทางการแจ้งเบาะแส (Whistleblowing Channel) ที่ปลอดภัย โปร่งใส และไม่เปิดเผยตัวตน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการตรวจสอบและรายงานเหตุการณ์ที่อาจเข้าข่ายการทุจริตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่พนักงานทุกระดับ ปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โปร่งใส และเป็นผู้นำในด้านความยั่งยืนและการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในส่วนของการติดตามและประเมินผล องค์กรได้กำหนดให้มีการทบทวนผลการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริตเป็นประจำทุกปี โดยคณะกรรมการตรวจสอบจะทำหน้าที่ประเมินประสิทธิผลของระบบควบคุมภายใน และรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้สามารถพัฒนาและปรับปรุงมาตรการให้สอดคล้องกับกฎหมาย ข้อกำหนด และแนวปฏิบัติสากลที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ ผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม เช่น จำนวนข้อร้องเรียน การดำเนินการทางวินัย หรือมาตรการแก้ไข จะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความซื่อสัตย์ โปร่งใส และมีความรับผิดชอบต่อสังคมในระยะยาว

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- นโยบายกำกับดูแลกิจการ
- นโยบายการต่อต้านการคอร์รัปชัน
- นโยบายความยั่งยืน

หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

1. ตระหนักถึงบทบาท และความรับผิดชอบในฐานะผู้นำที่สร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน
2. กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลักของกิจการที่เปลี่ยนไปเพื่อความยั่งยืน
3. เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิผล
4. สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูงและการบริหารบุคคล
5. เสริมสร้างนวัตกรรมและการประกอบธุรกิจ
6. ดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม
7. รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล
8. สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานการลงทุน (ESG Issue that May Impact Investment Performance)

1 สิ่งแวดล้อม

- การจัดการทรัพยากร
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- อุบัติการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม
- การบรรเทาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

2 สังคม

- สิทธิมนุษยชน
- สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน
- การตรวจสอบห่วงโซ่อุปทาน



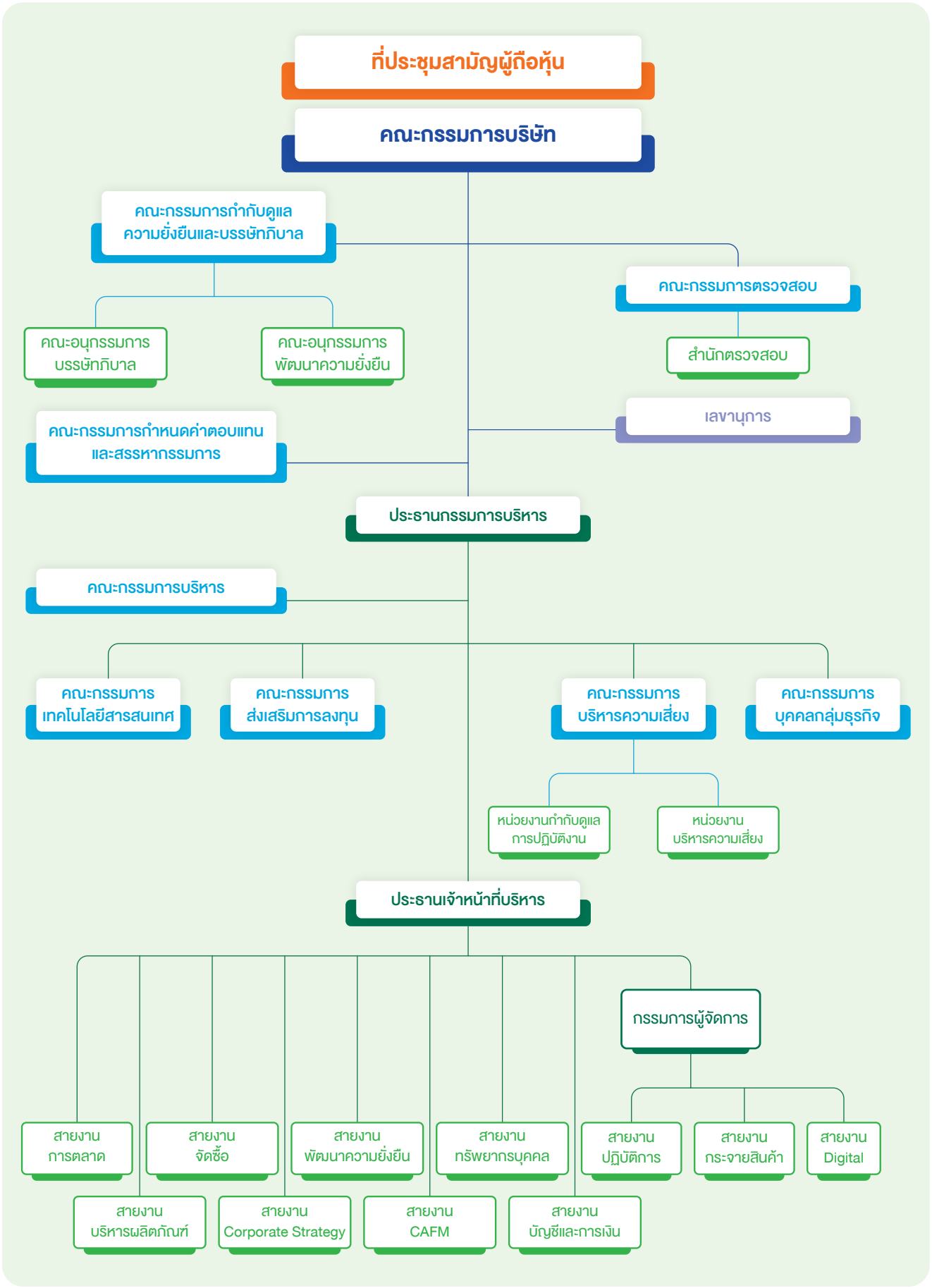
3 ธรรมาภิบาล

- ค่าตอบแทนผู้บริหาร
- สิทธิของผู้ถือหุ้น
- ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
- วิสัยทัศน์





โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ



คณะกรรมการชุดย่อย

บริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยดำเนินงานอย่างอิสระภายใต้ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่สำคัญ ประกอบด้วย

คณะกรรมการตรวจสอบ

- สอบทานงบการเงิน
- สอบทานการดำเนินงานให้ถูกต้องตามนโยบาย ระเบียบข้อบังคับ กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ และข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล
- สอบทานให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี รวมถึงระบบตรวจสอบภายใน และระบบบริหารความเสี่ยงให้รัดกุม
- หารือร่วมกับผู้สอบบัญชีในเรื่องเกี่ยวกับงบการเงิน และการควบคุมภายใน
- พิจารณาการทำรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน ที่มีมูลค่านัยสำคัญและรายการที่เกี่ยวโยงกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์
- รายงานผลสรุปผลการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง และให้คำปรึกษาข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการบริษัท ปีละ 4 ครั้ง

คณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล

- จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน นโยบายความยั่งยืน และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน
- ทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้องให้มีความต่อเนื่องและเป็นปัจจุบันอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- กำกับดูแลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงานให้เป็นไปตามนโยบายที่เกี่ยวข้อง
- สอบทานและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายร่วมกับกรรมการและฝ่ายจัดการ
- รายงานผลสรุปผลการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง และให้คำปรึกษาข้อเสนอแนะ ต่อคณะกรรมการบริษัท ปีละ 2 ครั้ง

คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ

- พิจารณาหลักเกณฑ์ในการจ่ายและรูปแบบค่าตอบแทนของคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง พร้อมทั้งเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท โดยคณะกรรมการบริษัทเป็นผู้อนุมัติค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง ส่วนค่าตอบแทนของคณะกรรมการ คณะกรรมการบริษัทนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้อนุมัติเป็นประจำทุกปี
- ประเมินค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูงให้สอดคล้องกับผลปฏิบัติงาน
- พิจารณาหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหาบุคคลที่เหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งคณะกรรมการบริษัท
- คัดเลือกบุคคลตามกระบวนการสรรหาที่กำหนดไว้ รวมถึงบุคคลที่เสนอผู้ถือหุ้นรายย่อย
- เสนอความเห็นต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้แต่งตั้งกรรมการ
- ติดตามการดำเนินงานแผนสืบทอดตำแหน่งงานของผู้บริหารระดับสูง หรือผู้นำที่สำคัญ

โครงสร้างคณะกรรมการบริษัท

บริษัทมีคณะกรรมการบริษัทจำนวน 16 คน ประกอบด้วยกรรมการที่เป็นผู้บริหารจำนวน 5 คน กรรมการอิสระจำนวน 6 คน และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารจำนวน 5 คน ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดการแบ่งแยกอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบระหว่างประธานกรรมการ (Chairman) และประธานกรรมการบริหาร (Chairman of Executive Committee: CEC) ไว้อย่างชัดเจนและไม่เป็นบุคคลเดียวกัน เพื่อให้การกำกับดูแลกิจการเป็นไปอย่างโปร่งใสและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้านของคณะกรรมการบริษัท เพื่อแสดงถึงความเชี่ยวชาญ ทักษะและประสบการณ์ ตลอดจนคุณสมบัติของคณะกรรมการแต่ละท่าน เพื่อสะท้อนถึงความเหมาะสมในตำแหน่งกรรมการบริษัทตามมาตรฐานการจำแนกอุตสาหกรรมระดับโลก (Global Industry Classification Standard: GICS) กลุ่มสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต (Consumer Staples) ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ เป้าหมายทางธุรกิจ และการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- ▶ การจัดโครงสร้างการบริหารงานด้านงานกำกับดูแลโดยคณะกรรมการบริษัท
- ▶ เมทริกซ์ความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านของคณะกรรมการบริษัท (Board Skills Matrix)
- ▶ ประสบการณ์ตาม GICS Level 1classification ของกรรมการอิสระ และกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร

กลยุทธ์และแผนดำเนินการด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต

ซีพี ออลล์ ตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นองค์กรที่มีธรรมาภิบาล (Good Governance) และการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตามหลักจริยธรรม โดยกำหนดให้ “1 DNA ขับเคลื่อน DNA ความดี 24 ชั่วโมง” เป็นกลยุทธ์หลักในการผนวกเรื่องคุณธรรมและความโปร่งใสเข้ากับการดำเนินงานในทุกระดับ

เพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ดังกล่าวให้เกิดผลสัมฤทธิ์ บริษัทได้จัดทำแผนการดำเนินงานระยะยาวด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต โดยมี 6 แนวทางการดำเนินงานหลัก ดังนี้

- การรักษาและยกระดับกระบวนการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล
- การยกระดับวัฒนธรรมการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล โดยขับเคลื่อนผ่าน “DNA ความดี 24 ชม.”
- การกำกับดูแลองค์กรให้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ
- การบริหารความเสี่ยงและลดความเสียหายที่อาจเกิดความเสี่ยง
- การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์และข้อมูล
- การเปิดเผยข้อมูลให้สอดคล้องกับกรอบรายงานสากล

1 การรักษาและยกระดับกระบวนการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

โครงการต่อเนื่อง การสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2568

บริษัทเข้ารับการประเมินการเปิดเผยรายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2568 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD) ได้รับผลการประเมินในระดับดีเลิศ (Excellence 5) หรือ 5 ดาว ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการในทุกหมวด โดยมีหลักเกณฑ์การประเมินใน 4 หมวด ได้แก่ 1) สิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน 2) การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน 3) การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และ 4) ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับ SET Awards กลุ่มรางวัล Sustainability Excellence ในด้าน Sustainability Awards ของบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดขนาดสูงกว่า 100,000 ล้านบาทต่อเนื่องเป็นปีที่ 5

โครงการต่อเนื่อง ส่งเสริมและสนับสนุนคู่ค้ากลุ่มเอสเอ็มอี ในการเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC สำหรับธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดเล็ก (CAC SME Certification) ปีที่ 5





ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นขยายหลักธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผ่านกลยุทธ์ “1 DNA ขับเคลื่อน DNA ความดี 24 ชั่วโมง” โดยในปี 2568 ได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้บริษัทย่อยของบริษัทจำนวน 5 แห่งเข้ารับการประเมินเพื่อขอยื่นรับรองการเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทยเป็นครั้งแรก และยังได้จัดอบรม โครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC-SME) ในรูปแบบออนไลน์ให้แก่คู่ค้า SME จำนวน 55 ราย เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านการต่อต้านการทุจริตและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจด้วยความสุจริตโปร่งใส ผลจากการดำเนินการอย่างต่อเนื่องทำให้บริษัทฯ ได้รับรางวัล CAC Change Agent Awards ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 และมีคู่ค้าร่วมลงนามในการประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านคอร์รัปชัน 15 ราย (ร้อยละ 27.27) นอกจากนี้ บริษัทยังสนับสนุนคู่ค้าด้วยสิทธิประโยชน์ด้านการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการรับรองมาตรฐาน อาทิ คูปองเงินสดสำหรับบริการ ให้คำปรึกษาด้านวัตถุดิบ การทดสอบผลิตภัณฑ์กับ ALL FOOD TECH และการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการแสดงเจตนารมณ์ฯ ให้กับคู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการ สะท้อนความมุ่งมั่นในการสร้างคนดีตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นรูปธรรม

จริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีจริยธรรม โดยกำหนดคู่มือจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานที่ครอบคลุมบุคลากรทุกระดับในองค์กร ตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงพนักงาน ตลอดจนคู่ค้าและผู้รับเหมา เพื่อยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และไม่เกี่ยวข้องกับการทุจริตทุกรูปแบบ รวมถึงยึดมั่นในการเคารพสิทธิมนุษยชน ในปี 2568 พนักงาน ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย สโตร์บิซิเนสพาร์ทเนอร์ และคู่ค้าทุกกลุ่ม ได้รับการสื่อสารและทำความเข้าใจนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันผ่านคู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานครบ ร้อยละ 100

การจัดการข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

ประเภทของข้อร้องเรียน ข้อสงสัย	ข้อร้องเรียนทั้งหมด	ข้อร้องเรียนที่ตรวจสอบแล้วพบว่าผิดจริง	มาตรการพิจารณาโทษทางวินัย				มูลค่าการเยียวยา (บาท)
			ตักเตือนด้วยวาจา	ตักเตือนด้วยลายลักษณ์อักษร	พักงาน	เลิกจ้าง	
ทุจริตคอร์รัปชันและติดสินบน	757	757	0	24	0	733	0
ความขัดแย้งทางผลประโยชน์	0	0	0	0	0	0	0
การแข่งขันทางการค้า การผูกขาดทางการค้า	0	0	0	0	0	0	0
ไม่ปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติงาน หรือมีพฤติกรรมไม่เหมาะสม	180	98	38	46	6	8	0
การเก็บรวบรวม ใช้ และ/หรือ การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	1	1	0	0	0	1	0
การฟอกเงินหรือการซื้อขายภายใน	0	0	0	0	0	0	0
การเลือกปฏิบัติหรือการคุกคาม	0	0	0	0	0	0	0
รวม	**938**	**856**	**38**	**70**	**6**	**742**	**0**

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- คู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน สำหรับพนักงาน
- คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจและแนวทางปฏิบัติ สำหรับคู่ค้า

2 การยกระดับวัฒนธรรมการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล

การสื่อสารให้ความรู้และสร้างกิจกรรมรณรงค์สร้างความตระหนัก

บริษัทมุ่งสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล โดยสื่อสารกับพนักงานทุกระดับ ตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงพนักงานสายสำนักงานและสายปฏิบัติการ รวมถึงบริษัทในกลุ่ม ซีพี ออลล์ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรเป็นไปตามคาถาบรรษัทภิบาล “ซื่อสัตย์ โปร่งใส ยุติธรรม คำนึงถึงชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม” พร้อมกันนี้ บริษัทได้พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เน้นให้ความรู้เชิงรุกแก่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ รวมทั้งจัดกิจกรรมให้กับผู้บริหารและพนักงานเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในด้านธรรมาภิบาล อาทิ การทบทวนความรู้และสอบประเมินผลการเรียนรู้ ESG Quiz ให้กับพนักงานทุกระดับ

- โปสเตอร์ในสำนักงาน (อาทิ สื่อ Digital Signage, บอร์ดประชาสัมพันธ์) และร้าน 7-Eleven
- วิดีโอสื่อสารและอบรม “พร้อมเป็นที่พึ่ง เคียงข้างสังคมและชุมชน”
- เฟซบุ๊กกรุ๊ป “คน ซีพี ออลล์”
- ข้อมูลประชาสัมพันธ์ทางอีเมล, แอปพลิเคชัน CPALL Connect และ LINE Group
- ประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านเว็บไซต์ CP ALL, เพจเฟซบุ๊ก CP ALL, Digital Media และ Social Media
- ประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่อกระแสหลัก (Mass Media)
- ติดตั้งการ์ดสำหรับตั้งโชว์ (Tent Card) และสื่อโปสเตอร์ “ช่องทางแจ้งเบาะแสและเรื่องร้องเรียน” กลุ่มธุรกิจ
- วิดีโอสื่อสารเรื่องธรรมาภิบาล
- เดินรณรงค์สื่อสารตอกย้ำสร้างความเข้าใจคาถาบรรษัทภิบาล
- โครงการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ด้านธรรมาภิบาล Mister & Miss Good Governance สร้างตัวแทนผู้นำรุ่นใหม่ เป็น “แอมบาสเดอร์” เป็นแบบอย่างที่ดีและนำสิ่งที่ได้ไปถ่ายทอดให้เพื่อนร่วมงานเกิดความเข้าใจด้านธรรมาภิบาล และสามารถนำไปปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง ร่วมศึกษาดูงาน เพื่อวางแนวทางการดำเนินงาน ส่งเสริมธรรมาภิบาลขององค์กรอย่างยั่งยืน และเผยแพร่องค์ความรู้ร่วมกับผู้แทนที่ผ่านการคัดเลือกทั้งหมด 549 คน

ในปี 2568 ซีพี ออลล์ ตอกย้ำความสำคัญของธรรมาภิบาล โดยจัดอบรมเสริมสร้างความรู้และประเมินความเข้าใจด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันแก่พนักงานทุกระดับทั่วประเทศ จำนวน 127,845 คน ผลการประเมินแสดงให้เห็นว่า พนักงานร้อยละ 100 มีความรับรู้และเข้าใจในหลักการดังกล่าวเป็นอย่างดี รวมถึงดำเนินโครงการ “DNA ความดี 24 ชั่วโมง” อย่างต่อเนื่อง เพื่อยกย่องชมเชยและสร้างขวัญกำลังใจแก่พนักงานที่ทำความดี ช่วยเหลือสังคม และสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า อาทิ กรณีระงับเหตุเพลิงไหม้ หรือการเก็บและส่งคืนทรัพย์สินแก่ลูกค้า โดยพนักงานที่ทำความดีจะได้รับแต้ม ALL Member ซึ่งในปีนี้มีพนักงานได้รับรางวัลรวม 300 ราย คิดเป็นมูลค่า 225,800 บาท

นอกจากนี้ เพื่อขยายผลความซื่อสัตย์สุจริตสู่สังคม บริษัทยังได้สนับสนุนสมาคมผู้สื่อข่าวด้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) จัดพิธีมอบรางวัล ANTI-CORRUPTION AWARDS 2025 ซึ่งเป็นเวทีสำคัญในการยกย่องบุคคลและองค์กรที่ยึดมั่นในการทำงานตามหลักธรรมาภิบาลและมีจริยธรรมสูง





การบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน และการบริหารจัดการกรณีทุจริต

บริษัทกำหนดนโยบายการแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส (Whistleblowing Policy) รวมถึงเปิดเผยช่องทางแจ้งข้อมูลหรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตหรือพฤติกรรมที่ผิดจริยธรรมภายในองค์กร ผ่านช่องทางการรับข้อร้องเรียนที่หลากหลาย ดังนี้

ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน

ช่องทางการติดต่อ	ผู้รับเรื่อง
หมายเลขโทรศัพท์ 02 826 7744	Call Service
หมายเลขโทรศัพท์ 02 071 2770 **หมายเลขโทรสาร (FAX)** 02 071 8623	สำนักตรวจสอบ
ไปรษณีย์จ่าหน้าซองถึง **สำนักตรวจสอบ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)** เลขที่ 119 ชั้น 16 อาคารธาราสาทร ซอยสาทร 5 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120	สำนักตรวจสอบ
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ AuditCommittee@cpall.co.th CGcommittee@cpall.co.th BOD@cpall.co.th	คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล คณะกรรมการบริษัท
สื่อออนไลน์บริษัท https://www.cpall.co.th/whistleblowing https://www.facebook.com/CPALL7 (Inbox)	สำนักตรวจสอบ สำนักบริหารการสื่อสารองค์กร
แอปพลิเคชัน (สำหรับพนักงาน) CP ALL Connect>Portal>Whistleblowing	สำนักตรวจสอบ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ **นโยบายการแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส**

บริษัทให้ความสำคัญกับการมีระบบบริหารจัดการข้อร้องเรียนและการแจ้งเบาะแส (Whistleblowing System) ที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ เพื่อส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยเปิดช่องทางที่หลากหลายให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถรายงานเหตุการณ์ไม่เหมาะสมหรือการทุจริตได้อย่างมั่นใจ ยึดมั่นในการตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างเป็นธรรม โดยมอบหมายให้หน่วยงานที่เป็นอิสระดำเนินการสอบสวนทุกกรณี และหากพิสูจน์ได้ว่ามีการกระทำผิดจริง จะดำเนินการลงโทษทางวินัยอย่างเคร่งครัด พร้อมรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อความโปร่งใสสูงสุด

ในปี 2568 บริษัทได้รับรายงานการทุจริตและข้อร้องเรียนรวม 757 กรณี คิดเป็นมูลค่าความเสียหายรวม 11.90 ล้านบาท ทุกกรณีได้ถูกตรวจสอบและดำเนินการอย่างเป็นไปตามกระบวนการที่กำหนด บริษัทยังคงทบทวนและปรับปรุงมาตรการป้องกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอกย้ำความมุ่งมั่นในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรมและปราศจากการทุจริตตลอดไป

ตัวอย่างการดำเนินการแก้ไข รวมถึงมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำ

กรณีทุจริต ประเภทการยักยอกทรัพย์ พื้นที่สายงานปฏิบัติการร้าน 7-Eleven

กำกับดูแลให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดอย่างถูกต้อง

- กำหนดเป้าหมายลดการทุจริตของสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven
- คณะทำงานปรับปรุงกระบวนการเพื่อป้องกันการทุจริตสายปฏิบัติการร้าน
- ทบทวนระเบียบ และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการขายสินค้าของร้านสาขา
- ปรับปรุงมาตรฐานการทำงานของร้าน 7-Eleven เช่น การทำธุรกรรมทางการเงินส่วนตัวของพนักงาน เป็นต้น
- ปรับปรุงมาตรฐานการตรวจสอบระบบร้านคุณภาพ เช่น การตรวจสอบเงินสดของ Field Consultant: FC การเข้าเครื่องคิดเงิน การทำธุรกรรมการเงินส่วนตัวของพนักงาน การตรวจสอบและตรวจนับเงินสดทันทีเมื่อถึงร้าน เป็นต้น
- ปรับปรุงมาตรฐานการยืนยันตัวตนด้วย การใช้ Two Factor Authentication (2FA) โดยการใช้ One-Time-Password (OTP) ร่วมกับรหัส User เพื่อเพิ่มระดับความปลอดภัยการเข้าถึงระบบปฏิบัติงาน เช่น เปลี่ยนรหัสเข้า Mobile POS โดยเพิ่มขั้นตอนให้มีการแจ้งรหัส OTP (One-Time-Password) เข้าเบอร์มือถือส่วนตัวของพนักงานเจ้าของ User ID เพื่อนำมาใช้ยืนยันตัวตนร่วมกับเลขบัตรประชาชนและข้อมูลส่วนตัวอื่นในการเปลี่ยนรหัสผ่าน
- ติดตามผลกรณีการทุจริตในที่ประชุมผู้บริหารระดับสูงเป็นประจำทุกเดือน
- โปรแกรม Cycle Count Audit By Store ตรวจนับสินค้า ที่ Audit Short และ คู่มือ VDO การใช้งาน
- จัดอบรมสอน ผจก. / FC ร้าน Short เกิน 0.40 % ต่อเนื่อง 3 รอบ Audit
- Update Action List ตรวจสอบร้าน Audit Short และคู่มือปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อ Audit Short ในระบบ SC

สื่อสาร และสร้างความตระหนักให้กับพนักงานร้าน 7-Eleven

- สื่อสารเกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ผ่านการประชุม ของสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven แต่ละพื้นที่ ทุกเดือน รวมถึงผ่านสื่อโปสเตอร์ “น้องจีจี้ขอบอก”
- สื่อสารเน้นย้ำให้พนักงานทุกระดับปฏิบัติตามนโยบายฯ และแนวปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เช่น 1.) การตัดจ่ายสินค้าต้องทำลายหน้ากล้อง CCTV / พนักงาน ซื้อสินค้าต้องลงบันทึก PCL (Product Consumption List) ทุกครั้ง เป็นต้น 2.) การจำหน่ายสินค้าจัดรายการโปรโมชั่น ทั้งช่องทาง Offline และ Online ให้ถูกต้อง ถูกวิธี เช่น การห้ามขายเหมาซอยบิล/ห้ามเปลี่ยนช่องทางการชำระเงินของลูกค้า
- จัดอบรมให้ความรู้ตัวแทนสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven ผ่านโครงการ Mister & Miss Good Governance
- จัดทำแบบทดสอบเกี่ยวกับระเบียบ ข้อบังคับการขายต่าง ๆ ของบริษัทให้กับพนักงานสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven เพื่อให้พนักงานได้เกิดความรู้ความเข้าใจ ในระเบียบข้อบังคับการขายต่าง ๆ ของบริษัท
- เน้นย้ำให้ผู้จัดการร้านต้องบันทึกข้อมูลพนักงานเข้าระบบให้เป็นปัจจุบัน
- ประชุมสร้างภูมิคุ้มกันกับกับดักชีวิตเพื่อปลูกฝังทัศนคติในการใช้ชีวิตและการทำงานของพนักงาน
- สื่อสารป้องปรามรวมรวมสถิติการตรวจพบทุจริต/การกระทำที่ไม่ถูกต้อง พร้อมแจ้ง Do/Don’t เพื่อนำไปปฏิบัติผ่านการประชุม FC Conference ทั่วประเทศ เดือนละ 1 ครั้ง

กลไกการติดตาม ตรวจสอบ

- ผู้บังคับบัญชาติดตาม/สอบทานการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เช่น 1.) สุ่มตรวจนับเงินสดที่ร้านสาขาโดยไม่แจ้งล่วงหน้า 2.) ตรวจสอบการเบิกค่าแรง โดยทำการตรวจสอบตารางมอบหมายงานของร้านสาขา เปรียบเทียบกับการทำใบรับรองปฏิบัติงานในระบบ 3.) สุ่มตรวจสอบการทำลายสินค้าตัดจ่าย หน้ากล้อง CCTV กับรายงานการตัดจ่ายสินค้าในระบบ
- พัฒนาระบบแจ้งเตือนการทำธุรกรรมผ่านแบงก์กิ้ง เอเจนท์ (Alert Banking Agent) เพื่อคัดแยกประเภทการทำธุรกรรม บันทึกข้อมูลรายการที่ผิดปกติ และรายการต้องสงสัยที่รับชำระผ่านช่องทางเคาน์เตอร์เซอร์วิส ซึ่งสามารถตรวจพบสิ่งผิดปกติและป้องกันการสูญเสียได้รวดเร็วขึ้น
- พัฒนาช่องทาง Alert ธุรกรรม Banking Agent/เติมเงิน TMW เสี่ยงทุจริต ให้ง่ายต่อการตรวจสอบ
- มีระบบตรวจสอบและ Lock ไม่ให้พนักงานทำรายการ Banking Agent และการเติมเงิน TMW ในสาขาที่ตนเองปฏิบัติงาน ฝากเงิน Banking Agent ต่างสาขาไม่เกิน 10,000 บาท/วัน
- Monitor CCTV Online ธุรกรรม Banking Agent/เติมเงิน TMW เสี่ยงทุจริต
- การขายทุกช่องทาง (Offline/Delivery/All Online) ผ่าน Website “Buddy” เพื่อตรวจติดตามและปิดงานการขายของร้านสาขาที่มีรายการผิดปกติ
- ปรับปรุงระบบการปิดงานภายหลัง การติดตามความผิดปกติใน Website “Buddy” โดยผู้ปิดงานต้องแนบหลักฐานประกอบการตรวจสอบทุกครั้ง
- พัฒนาระบบแจ้งเตือน (Alert) และการตรวจสอบการเติมและชำระเงินผ่าน App 7 Delivery และ Mobile POS ที่ผิดปกติ เช่น ไรเดอร์ที่มียอดเงินความถี่ และจำนวนครั้งการเติมเงิน TMW สูง หรือลูกค้าแจ้งต้องการชำระเป็นเงินสด แต่การชำระจริงเป็น TMW เป็นต้น
- เพิ่มความเข้มงวดในมาตรการดำเนินการเมื่อพบว่ามีการขายไม่เป็นไปตามกฎระเบียบฯ
- พัฒนาระบบให้มีการควบคุมความเหมาะสมของปริมาณสินค้าที่จัดเก็บไว้เป็นสต็อกให้สอดคล้องกับปริมาณสินค้าที่ขาย พร้อมทั้งตรวจติดตามการสั่งสินค้าโปรโมชั่นที่เกินปกติของร้านสาขา และนำไปขายไม่ถูกต้อง ไม่ถูกวิธี ผิดระเบียบบริษัทฯ เช่น การขายเหมา ซอยบิล
- ติดตามความผิดปกติของรายการยกเลิกการขาย (ยกเลิกใบเสร็จรับเงิน) มีระบบ Alert ส่งสัญญาณความผิดปกติ
- มีระบบการควบคุมและตรวจติดตามการขายสินค้าช่วงโปรโมชั่นต่าง ๆ เช่น มีรายงานการขายที่ผิดปกติช่วงโปรโมชั่นแสตมป์ และแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาตรวจสอบการขายของร้านสาขา เป็นต้น มีระบบ Alert ส่งสัญญาณความผิดปกติ
- ปรับปรุงระบบการจัดเก็บข้อมูลโดยจัดเก็บ log เพิ่มเติมเมื่อทำรายการขายสินค้าผ่าน Mobile POS เช่น ข้อมูลอุปกรณ์, location, mac address
- พัฒนาระบบการตรวจสอบอุปกรณ์ที่ใช้งาน (Mobile POS) ให้ตรงตาม มาตรฐานความปลอดภัยของบริษัท หากไม่ใช่เครื่องที่ลงทะเบียนของบริษัทจะไม่สามารถทำรายการได้
- ตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของสินค้าร้านสาขาบัญชีโดยทีมตรวจนับสินค้าร้านสาขา (Audit)
- ติดตามการปฏิบัติงานผ่านกล้อง CCTV ในรูปแบบออนไลน์
- การตรวจสอบระบบร้านคุณภาพโดยหน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ
- ทีม Loss Prevention Monitor CCTV Online การขายสินค้าเพื่อตรวจสอบหาความผิดปกติพร้อมทั้งแนะนำแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องแก่ร้านสาขา และมีการลงพื้นที่ On site ร้านสาขาที่ผลการตรวจนับสินค้าของร้านที่มีอยู่จริง ไม่ตรงกับมูลค่าทางบัญชี
- ยกระดับเพื่อป้องกันการทุจริตในการสวมรอยแอบอ้างทำรายการแทน ทั้งช่องทางการขาย Offline และ Online โดยให้มีการยืนยันตัวตน และอนุมัติด้วย Face Scan แทนการใช้ PIN 6 หลัก ขยายผล Q2/2569
- Monitor พบร้านทุจริตจากการกดปุ่มป้ายราคาผิด ทำการเปลี่ยนแปลงราคา เพื่อทุจริตเงินสด และลดราคาสินค้าให้กับตนเอง รวมถึงการนำมาทำผิด Process การทำป้ายเหลือง หรือ Markdown

3 การกำกับดูแลองค์กรให้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ



ยกระดับวัฒนธรรมการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ

ซีพี ออลล์ จัดตั้งหน่วยงานกำกับดูแลและการปฏิบัติตามกฎหมาย (Legal & Compliance) เพื่อทำหน้าที่หลักในการ สร้างความมั่นใจในการปฏิบัติตามกฎหมาย (Regulatory Compliance) ตลอดทั้งองค์กร หน่วยงานดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลและสนับสนุนให้ทุกหน่วยงานดำเนินงานสอดคล้องกับกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการดำเนินการเชิงรุก อาทิ การติดตามและประเมินผลกระทบทางกฎหมายใหม่ที่ประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษาและร่างกฎหมายที่อยู่ระหว่างการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงและกำหนดแนวทางการปฏิบัติที่จำเป็น การถ่ายทอดความรู้ทางกฎหมายผ่านการจัดอบรมให้ความรู้แก่หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้องและแม่นยำ การดำเนินการเหล่านี้มีเป้าหมายเพื่อมุ่งสร้าง วัฒนธรรมองค์กร ที่ยึดมั่นในความถูกต้อง โปร่งใส และรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน

ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินการฝึกอบรมและสื่อสารความรู้ด้านกฎหมายและจริยธรรมให้แก่พนักงานทั่วประเทศ รวมถึงกิจกรรมอบรมร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อยกระดับความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายใหม่ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น กฎหมายการแข่งขันทางการค้า กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาและการจัดรายการส่งเสริมการขาย กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และกฎหมายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยมีพนักงานเข้าร่วมอบรมจำนวน 2,190 คน และขยายช่องทางการสื่อสารความรู้ด้านกฎหมายผ่านร้าน 7-Eleven จำนวน 3,269 สาขา เพื่อสร้างการรับรู้ให้เข้าถึงพนักงานและผู้เกี่ยวข้องได้อย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง

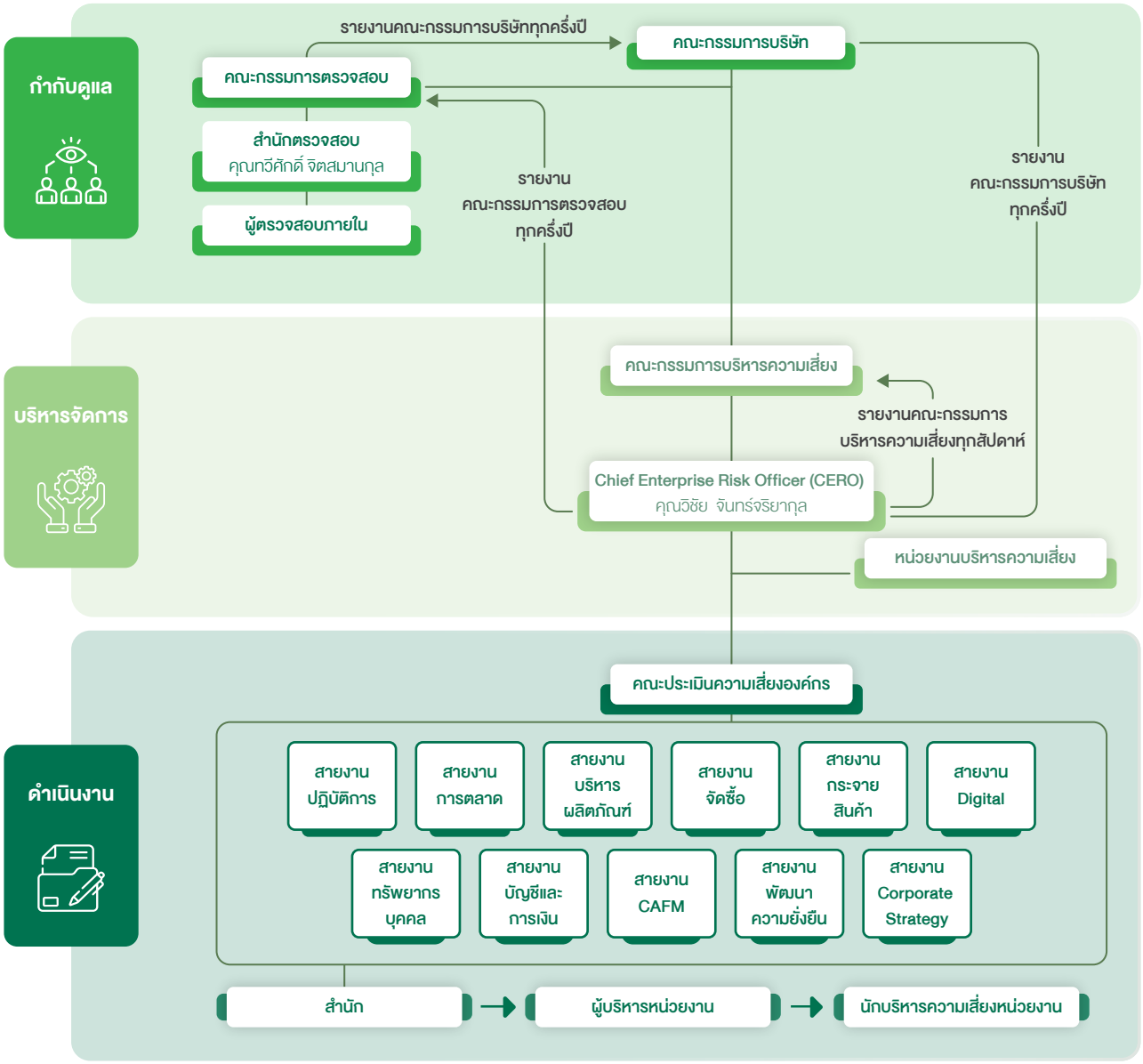
ยกระดับระบบกลไกการกำกับดูแล ระบบการตรวจสอบ และรายงานผล

ซีพี ออลล์ ส่งเสริมให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับ โดยการประกาศนโยบายการกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายและ กฎเกณฑ์ (Compliance Policy) และกฎบัตรหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ (Compliance Charter) เพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคลที่เกี่ยวข้องตั้งแต่คณะกรรมการบริหาร ผู้บริหาร พนักงาน รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ปฏิบัติตามนโยบายและกฎบัตร ดังกล่าว รวมไปถึงการกำหนดอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย ที่อยู่ภายใต้สำนักกฎหมาย กลุ่มธุรกิจฯ ให้มีอำนาจ อย่างเป็นรูปธรรมในการกำกับดูแลการดำเนินงานของทุกหน่วยงานของบริษัทและบริษัทย่อย ให้ปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ เพื่อลดความเสี่ยงให้กับองค์กร อีกทั้งเป็นแบบอย่างที่ดี ให้ได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสีย และยังเป็นการส่งเสริมหลักธรรมาภิบาล (Good Governance Principles) อีกด้วย โดยหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย มีหน้าที่ให้คำปรึกษาและให้ความเห็นทางกฎหมาย ทุกประเภทคดีแก่หน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงการประเมินขั้นตอนที่อาจมีความเสี่ยง และจัดทำรายการตรวจสอบที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับ เพื่อสนับสนุนหน่วยงานที่มีความเสี่ยงสูงในการลดความเสี่ยงและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติตามกฎหมาย ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ปัจจุบันบริษัทมีการนำระบบไอที และแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยดำเนินการ เรียกว่า “Compliance Universe System” เพื่อใช้เป็นรวบรวมและเป็นตัวกรองกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแต่ละหน่วยงานของ ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย

พร้อมกันนี้ บริษัทยังพัฒนากลไกการกำกับดูแล และระบบการตรวจสอบและรายงานผลการปฏิบัติตามกฎหมายของแต่ละสายงานของบริษัทและบริษัทย่อยอีกด้วย

4 การบริหารความเสี่ยง และลดความเสียหายที่อาจเกิดจากความเสี่ยง

โครงสร้างบริหารความเสี่ยงองค์กร



บริษัทดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยผนวกการทบทวนแผนกลยุทธ์และเป้าหมายทางธุรกิจเข้ากับการวิเคราะห์ประเด็นความยั่งยืนสำคัญ (Materiality Topics) เพื่อพัฒนาแนวทางการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมทุกมิติ โดยครอบคลุมความเสี่ยงหลัก 4 ประเภท ได้แก่ ความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business Risk), ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Sustainability Risk), ความเสี่ยงด้านภัยมืด (Black Swan) หรือเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ และความเสี่ยงใหม่ (Emerging Risk) ทั้งนี้ กระบวนการบริหารความเสี่ยงมุ่งเน้นการป้องกันและลดผลกระทบเชิงลบอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายขององค์กรและสร้างคุณค่าร่วมให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

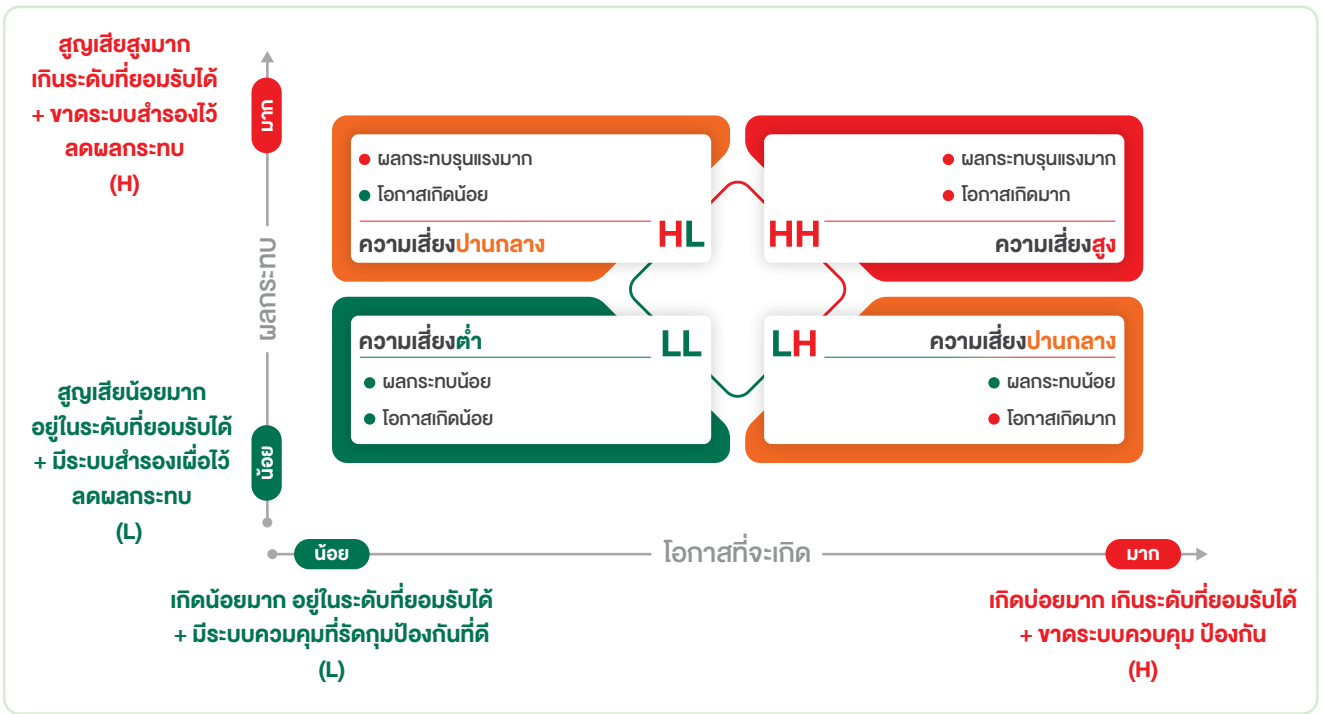
บริษัทได้แต่งตั้ง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย แผน และกรอบการบริหารความเสี่ยง รวมถึงกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) โดยมีการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานบริหารความเสี่ยงและหน่วยงานกำกับดูแล เพื่อให้การดำเนินงานด้านความเสี่ยงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลองค์กร (Good Corporate Governance) ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงยังมีหน้าที่รายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท ปีละ 2 ครั้ง เพื่อประเมินกระบวนการบริหารความเสี่ยงโดยรวม พร้อมเสนอแนวทางปรับปรุงเพื่อยกระดับประสิทธิภาพและลดความสูญเสียจากความเสี่ยงในทุกมิติ

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้มีการประเมินตนเองรายคณะ ซึ่งใช้แบบประเมินที่ประยุกต์มาจากแบบของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยโดยเปรียบเทียบกับกฎบัตร ในปี 2568 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้ผลคะแนนการดำเนินงานระดับดีเยี่ยม ร้อยละ 86 และได้ผลคะแนนการดำเนินงานระดับดี ร้อยละ 13

การวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยง (Risk Analysis and Assessment)

บริษัทมีการจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง โดยมีเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) เป็นผู้รับผิดชอบในการระบุ และวิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงที่ค้นพบทั้งด้านโอกาสเกิดความเสี่ยง (Probability Rating Scale) และผลกระทบของความเสี่ยง (Impact Rating Scale) โดยใช้แผนภูมิความเสี่ยง (Risk Matrix) ซึ่งมีหลักการ และแนวทางดังนี้

แผนภูมิความเสี่ยง (Risk Matrix)



บริษัทจัดทำแผนควบคุมความเสี่ยงจะพิจารณาจากการจัดลำดับ ความเสี่ยง (Risk Prioritization) โดยใช้การวิเคราะห์แผนภูมิความเสี่ยง (Risk Matrix) ที่ประเมินทั้งโอกาสเกิดและผลกระทบของแต่ละความเสี่ยง รวมถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริต และคอร์รัปชัน อีกทั้งยังต้องกำหนดดัชนีชี้วัดประสิทธิผลการบริหารความเสี่ยง (Key Risk Indicator: KRI) เพื่อใช้ติดตามผลอย่างต่อเนื่อง พร้อมจัดเตรียมแผนฟื้นฟูความเสียหายที่เหมาะสมเพื่อรองรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น ทั้งหมดนี้มีเป้าหมายเพื่อสนับสนุน การดำเนินธุรกิจขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัทกำหนดแนวทางและกรอบการดำเนินงานด้านการจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤตประกอบด้วยการบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กร โดยมุ่งเน้นการวางแผนและจัดการความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานในภาพรวม ควบคู่ไปกับการบริหารความเสี่ยงในระดับปฏิบัติการ ซึ่งเน้นควบคุมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงานในแต่ละหน่วยงาน นอกจากนี้ องค์กรต้องสื่อสารข้อมูลด้านความเสี่ยงอย่างชัดเจน เพื่อสร้างความเข้าใจแก่พนักงานทุกระดับ การจัดทำแผนควบคุมความเสี่ยงจะพิจารณาจากการจัดลำดับความเสี่ยง (Risk Prioritization) โดยใช้การวิเคราะห์แผนภูมิความเสี่ยง (Risk Matrix) ที่ประเมินทั้งโอกาสเกิดและผลกระทบของแต่ละความเสี่ยง รวมถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตและคอร์รัปชัน อีกทั้งยังต้องกำหนดดัชนีชี้วัดประสิทธิผลการบริหารความเสี่ยง (Key Risk Indicator: KRI) เพื่อใช้ติดตามผลอย่างต่อเนื่อง พร้อมจัดเตรียมแผนฟื้นฟูความเสียหายที่เหมาะสมเพื่อรองรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น ทั้งหมดนี้มีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน.

บริษัทได้จัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปอย่างต่อเนื่องและไม่หยุดชะงัก นอกจากนี้ ทุก ๆ 6 เดือน จะมีการรายงานความคืบหน้าของการดำเนินงานจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงให้แก่คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัททราบ

สำนักตรวจสอบจะทำหน้าที่ตรวจสอบและประเมินการดำเนินงานตามมาตรการลดความเสี่ยง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงกรอบการควบคุมภายในของ The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) และมาตรฐานสากลด้านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ISO 22301: Business Continuity Management (BCM) เป้าหมายสำคัญคือเพื่อให้ความเสี่ยงของบริษัทอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับและจัดการได้ ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทในกลุ่มได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (ISO 22301: BCM) เพิ่มขึ้นอีกจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ ศูนย์กระจายสินค้า RDC ลำพูน, ศูนย์กระจายสินค้า CDC เชียงใหม่, ศูนย์กระจายสินค้า BDC เชียงใหม่ และศูนย์กระจายสินค้า CDC ภูเก็ต รวมพื้นที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบ แล้ว 17 แห่งทั่วประเทศ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
- ▶ นโยบายการบริหารความเสี่ยง
- ▶ คู่มือการบริหารความเสี่ยง

กรอบการบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤตเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน



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

บริษัทดำเนินการประเมินและทบทวนการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง โดยผสานแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจเข้ากับการวิเคราะห์ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality Analysis) กระบวนการนี้มุ่งเน้นการบริหารจัดการความเสี่ยงสำคัญอย่างครอบคลุม 4 ประเภท ได้แก่ ความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business), ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Sustainability), ความเสี่ยงใหม่ (Emerging), และ ความเสี่ยงภัยมืด (Black Swan) ระบบบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพนี้ไม่เพียงแต่กำหนดมาตรการป้องกันและลดผลกระทบ แต่ยังช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายและสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ บริษัทดำเนินงานประเมินความเสี่ยงเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อให้การบริหารจัดการความเสี่ยงมีประสิทธิภาพเป็นไปตามเป้าหมาย พร้อมทั้งระบุกลุ่มความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business Risk)
2. กลุ่มความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Sustainability Risk)
3. กลุ่มความเสี่ยงที่เกิดใหม่ (Emerging Risks)
4. กลุ่มความเสี่ยงภัยมืด (Black Swan) หรือความเสี่ยงที่คาดไม่ถึง

เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการบริหารความเสี่ยงและสามารถรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างทันท่วงที บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความรู้และกลไกการควบคุมภายใน ดังนี้:

กลไกการควบคุมภายในและตรวจติดตามความเสี่ยง

ประเมินกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง

- ดำเนินการโดย Risk Champion
- ความเสี่ยงที่มีการประเมิน ได้แก่
  1. การปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
  2. การปฏิบัติตามมาตรฐานกระบวนการ กฎหมาย กฎระเบียบบริษัท สำหรับกิจกรรมเกี่ยวข้อง กับความต่อเนื่องทางธุรกิจ BCP
  3. การร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้เสีย

กำหนดมาตรการควบคุมความเสี่ยง

ปี 2568 กระบวนการที่มีความเสี่ยงสูง มีการกำหนดมาตรการควบคุมทั้งหมด 3 มาตรการ ได้แก่ การทบทวนความเสี่ยงอย่างรอบด้านด้วยการพัฒนาแอพพลิเคชั่น ARI เพื่อให้สามารถติดตามรายงานความเสี่ยงสำคัญ การสื่อสารในภาวะวิกฤต และการจัดการฝึกซ้อม BCM ให้สอดคล้องความเสี่ยงปัจจุบัน และมีการสื่อสารมาตรการควบคุมความเสี่ยงให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบโดยตรงและผ่านการสัมนา Risk Champion รายไตรมาส

คัดเลือกกระบวนการที่มีความเสี่ยงสูง

ปี 2568 มีกระบวนการที่มีความเสี่ยงสูงจำนวน 47 กระบวนการ จากการประเมินทั้งหมด จำนวน 232 กระบวนการ ครอบคลุมกระบวนการของสายงานพัฒนาความยั่งยืน สายงานทรัพยากรบุคคล สายงานการตลาด สายงานบริหารผลิตภัณฑ์ สายงานจัดซื้อ สายงานปฏิบัติการ สายงานกลยุทธ์องค์กร สายงาน CAFM และสายงานกระจายสินค้า

สุ่มตรวจประเมินมาตรการควบคุมโดยผู้ตรวจสอบ

ผู้ตรวจสอบประกอบด้วย หน่วยงานบริหารความเสี่ยง หน่วยงาน Corporate Process Simplification และหน่วยงานตรวจสอบ

พร้อมกันนี้ บริษัทจัดอบรมให้ความรู้เรื่องมาตรการลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องแก่หน่วยงานต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยมีผู้ประสานงานด้านความเสี่ยง (Risk Champion) ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้เชิงรุกทุกไตรมาส การดำเนินการนี้เป็นการสนับสนุนการขับเคลื่อนกลยุทธ์องค์กร และสร้างความตระหนักรู้ร่วมกัน

โครงการต่อเนื่อง อบรมการบริหารความเสี่ยงและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ สำหรับ Risk Champion

หน่วยงานบริหารความเสี่ยงร่วมกับบริษัท ปัญญธารา จำกัด และบริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด ได้จัดอบรมออนไลน์ในหัวข้อ “การบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจสำหรับ Risk Champion ประจำปี 2568” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะและสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ ๆ ที่สามารถนำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการบริหารความเสี่ยงสำหรับกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ รวมถึงเพิ่มศักยภาพในการตรวจประเมินการบริหารความเสี่ยงของหน่วยงานตามเกณฑ์ Risk Score

ผู้เข้าร่วมโครงการจะต้องทำแบบทดสอบหลังการอบรมเพื่อประเมินความเข้าใจ พร้อมทั้งเสริมสร้างความตระหนักในกระบวนการค้นหาความเสี่ยงและแนวทางป้องกัน เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและไม่หยุดชะงัก สำหรับปีนี้ มี Risk Champion จากกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ เข้าร่วมโครงการมากกว่า 1,462 คน นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดสัมมนาผู้ประสานงานด้านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจเป็นปีแรก โดยมีผู้เข้าร่วมสัมมนาจำนวน 472 คน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการเตรียมความพร้อมและรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดของหน่วยงาน

โครงการต่อเนื่อง ค้นหาภัยมืด

บริษัทดำเนินโครงการค้นหาภัยมืด (Black Swan) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 12 เพื่อสร้างความตระหนักเรื่องความเสี่ยงให้แก่บุคลากรในองค์กร พร้อมทั้งสนับสนุนให้ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนร่วมในการค้นหาความเสี่ยงซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานและเป้าหมายขององค์กร โดยจัดกิจกรรมการส่งประเด็นความเสี่ยงเข้าประกวดผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยประเด็นความเสี่ยงที่แบ่งเป็น 6 ประเด็น ดังนี้

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

ประเด็นความเสี่ยงที่ได้รับรางวัลจะถูกนำมาพิจารณาเพื่อออกมาตรการรองรับและจัดการให้เหมาะสม เพื่อพัฒนาไปสู่การปฏิบัติจริงอย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2568 มีประเด็นที่พนักงานส่งเข้าประกวดทั้งสิ้นกว่า 2,295 ประเด็นความเสี่ยง โดย 5 อันดับความเสี่ยงที่มีผู้ส่งผลงานเข้าร่วมสูงสุด ได้แก่ 1. ความเสี่ยงที่เกี่ยวเนื่องมาจากสุขภาพและความปลอดภัย 2. ความเสี่ยงในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ (Information Access Risk) 3. ความเสี่ยงภัยที่เป็นมหันตภัย (CATASTROPHIC RISK) 4. ความเสี่ยงที่เกิดจากกระบวนการทำงานภายใน 5. ความเสี่ยงเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ประสิทธิผลจากการลงมือปฏิบัติ

นอกจากนี้ บริษัทจัดให้มีการประเมิน Risk Score เพื่อวัดประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยงของหน่วยงานโดยรวม และนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาและปรับปรุงระบบบริหารความเสี่ยงทุกพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ครอบคลุมกว่า 83 หน่วยงาน ในทุกไตรมาส พร้อมกันนี้ บริษัทเปิดบริการให้คำแนะนำและแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านระบบออนไลน์ ตลอดจนนำเสนอตัวอย่างที่ดีของการบริหารความเสี่ยง เพื่อยกระดับความรู้ความสามารถผ่านโครงการ Risk Score Clinic ทุกสัปดาห์ สำหรับหน่วยงานที่มีผลการดำเนินงานที่ดีสม่ำเสมอ จะได้รับประกาศเชิดชูโดย Chief Enterprise Risk Officer และประธานกรรมการบริหาร เพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้กับบุคคลากรด้านความเสี่ยงของหน่วยงาน

ความเสี่ยงที่เกิดใหม่ (Emerging Risks)

บริษัทให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจอย่างรอบด้าน โดยกำหนดมาตรการและแนวทางในการติดตาม ประเมินและตอบสนองต่อความเสี่ยงอย่างทันท่วงที อีกทั้งยังมีการทบทวนประเด็นความเสี่ยงและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี เพื่อระบุและประเมินความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยในปีนี้บริษัทได้ระบุความเสี่ยงเกิดใหม่จำนวน 3 ประเด็น พร้อมทั้งดำเนินการวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและกำหนดมาตรการจัดการเบื้องต้น ดังต่อไปนี้

1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี Generative AI ในธุรกิจ E-Commerce

แนวโน้มการขายผ่านช่องทาง Online ปี 2568 มีการนำเทคโนโลยี Generative AI เข้ามาใช้มากขึ้นในธุรกิจ E-Commerce ซึ่งเป็นปีแห่ง Live Commerce Cross-border และ E-Commerce สินค้าจีนได้ขยายตลาดมาสู่ไทยมากขึ้น คาดการณ์ว่าจะมีคู่แข่งทางการตลาดรายใหม่เข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้น อาทิ แพลตฟอร์มช้อปออนไลน์จากต่างประเทศที่เน้นสินค้าราคาถูก ส่งผลให้ธุรกิจ E-Commerce ในประเทศไทยเติบโตสูงขึ้นคิดเป็นร้อยละ 19 อ้างอิงจากสรุปรายงานเศรษฐกิจดิจิทัลเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของ Google ปีที่ผ่านมา และยังส่งผลให้ธุรกิจ E-Commerce ของ ซีพี ออลล์ เติบโตขึ้นในสัดส่วนร้อยละ 11 ของยอดขายรวม

ผลกระทบต่อธุรกิจ

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี Generative AI ในธุรกิจ E-Commerce ก่อให้เกิดความเสี่ยงเกิดใหม่ต่อ ซีพี ออลล์ จากการแข่งขันในตลาดออนไลน์ที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะการเข้ามาของแพลตฟอร์มต่างประเทศที่ใช้ AI ลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการนำเสนอสินค้าเฉพาะบุคคลในระดับสูง ซึ่งอาจส่งผลให้สัดส่วนยอดขาย Online ของ ซีพี ออลล์ เติบโตช้ากว่าตลาด และทำให้ความสามารถในการดึงดูดลูกค้าในช่องทางดิจิทัลลดลง

นอกจากนี้ การปรับตัวอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี AI ยังสร้างแรงกดดันด้านต้นทุนและการลงทุนในระบบเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูล บริษัทย่อย และศูนย์กระจายสินค้า เพื่อตอบสนองต่อประสบการณ์ลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง หาก AI ถูกนำมาใช้เต็มรูปแบบในตลาดภายใน 3-5 ปีข้างหน้า บริษัทอาจต้องเผชิญต้นทุนลงทุนที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงความเสี่ยงจากความคลาดเคลื่อนของระบบแนะนำสินค้า/สั่งสินค้าแบบอัตโนมัติ (AI Ordering) ซึ่งอาจทำให้เกิดสต๊อกเกิน/ขาด กระทบยอดขาย และคุณภาพประสบการณ์ลูกค้า

ความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนบุคคลและไซเบอร์ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการใช้ AI วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าปริมาณมาก หากไม่มีมาตรการกำกับดูแลที่เพียงพอ อาจนำไปสู่เหตุการณ์ด้านชื่อเสียง ความเชื่อมั่นของลูกค้า และความไม่สอดคล้องตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูล

โดยรวมความเสี่ยงเหล่านี้อาจกระทบประสิทธิภาพการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการลงทุน ความสามารถในการแข่งขันในตลาด Online และภาพลักษณ์แบรนด์ 7-Eleven ในระยะยาว หาก ซีพี ออลล์ ปรับตัวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี Generative AI ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

มาตรการและแนวทางจัดการ

ซีพี ออลล์ มุ่งลงทุนด้านเทคโนโลยี Generative AI เป็นเครื่องมือช่วยวิเคราะห์ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการของลูกค้าแต่ละราย ในการระบุสินค้าหรือหมวดหมู่สินค้าที่ลูกค้าสนใจแบบเฉพาะตัวบุคคล (Personalization) เพื่อคัดเลือกและสั่งสินค้า (AI Ordering) ได้อย่างเหมาะสม ตรงตามสถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ สามารถเพิ่มรายได้เฉลี่ยต่อร้านต่อวันให้สูงขึ้นประมาณร้อยละ 3.7 รวมทั้งพัฒนาช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่มีความหลากหลายและสอดคล้องกับพฤติกรรมการสื่อสารของลูกค้า โดยเฉพาะช่องทาง Online ผ่านสื่อสังคม Online ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันอย่าง TikTok, Instagram, X (Twitter), Line, YouTube และ Facebook รวมไปถึงการ Streaming Live เพื่อวิเคราะห์เชิงลึก และเข้าใจความต้องการของลูกค้าด้วยเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น นำไปสู่การนำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต

ซีพี ออลล์ ติดตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี Generative AI ที่เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจบริษัทฯ อย่างใกล้ชิด โดยกำหนดยุทธศาสตร์ธุรกิจ การเติบโตจากจุดแข็ง ตอบรับวิถีชีวิตใหม่และสังคมดิจิทัล เพื่อรับมือแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวผ่านการปรับปรุงรูปแบบการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า เช่น นำเสนอสินค้าใหม่ ๆ พร้อมกับการส่งเสริมการขายผสมผสานกับการบริการแบบ Signature-service ของพนักงานภายในร้าน ที่ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้จัดสินค้า และผู้ส่งมอบสินค้า เป็นต้น ซึ่งจะสร้างความผูกผัน ความไว้ใจให้กับลูกค้าและทำให้พนักงานในร้านรับทราบความต้องการของลูกค้าและเสนอสินค้า ให้ได้ตามความต้องการจริงของลูกค้า รวมทั้งเพิ่มรูปแบบของช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการด้วยความสะดวกในการซื้อผ่านทั้งรูปแบบร้านสาขา ตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) รวมไปถึงแพลตฟอร์มบนช่องทาง Online ได้แก่ 7Delivery ที่เป็นการให้บริการสั่งและส่งสินค้าตามความต้องการ (On-demand Delivery) และ All Online ห้างใกล้บ้าน ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวได้รับการตอบรับในระดับดีอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะร้านสาขาที่เป็นจุดที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก

2 ความเสี่ยงจากการไม่บรรลุเป้าหมายการปล่อยคาร์บอนสุทธิเท่ากับศูนย์จากห่วงโซ่อุปทาน (The Risk of Failing to Achieve Net Zero Target due to Scope 3 emissions)

บริษัทมอบหมายให้คณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนกำกับดูแล ด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และทีมปฏิบัติงานเฉพาะด้าน เช่น ทีมเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน ทีมติดตั้งพลังงานแสงอาทิตย์ ทีมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ทำหน้าที่บริหารงานที่เกี่ยวข้องกับการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภายใต้กลยุทธ์ “เซเว่น โก กรีน (7 Go Green)” ซึ่งมุ่งเน้นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมาย มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ภายในปี 2593 การบริหารการจัดการก๊าซเรือนกระจกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) การปล่อยก๊าซ เรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2) การปล่อยก๊าซ เรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (Scope 3) อีกทั้งบริษัทได้บริษัทได้กำหนดและประกาศเป้าหมาย Net Zero ขององค์กรอย่างเป็นทางการ และผ่านการตรวจสอบความ (Validation) ตามแนวทางของ เป้าหมายที่อิงหลักวิทยาศาสตร์ (Science Based Targets initiative: SBTi) แล้ว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักวิทยาศาสตร์อย่างแท้จริง นอกจากนี้ บริษัทกำหนดกรอบการดำเนินงานและแนวทางในการ ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของคณะทำงาน เปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosure: TCFD) รวมทั้งการเปิดเผยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (IFRS S2 Climate-related Disclosures) อีกด้วย

ในการบรรลุเป้าหมายนี้มีความสำคัญเนื่องจาก ก๊าซเรือนกระจกส่วนใหญ่ของบริษัทมาจากกิจกรรมทางอ้อมอื่น ๆ (Scope 3) ที่เกิดจากกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานทั้งหมดขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตสินค้าที่บริษัทซื้อมาใช้หรือใช้ในการผลิตสินค้าของตัวเอง การขนส่ง การกระจายสินค้า การใช้ผลิตภัณฑ์ และการกำจัดขยะ ซึ่งเป็นส่วนที่มีสัดส่วนของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากที่สุดถึงร้อยละ 88 ของก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด คิดเป็น 13 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์ ในปี 2573 อาจส่งผลให้ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้นจากการจ่ายค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจำนวนดังกล่าว

ผลกระทบต่อธุรกิจ

การบรรลุเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศที่ผ่านการตรวจสอบจาก SBTi ที่บริษัทกำหนดไว้ ส่งผลให้บริษัทต้องเร่งดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานให้ปรับตัวสู่สังคมคาร์บอนต่ำ ทั้งผู้ประกอบการรายเล็กและรายใหญ่จำเป็นต้องปรับกระบวนการผลิต การจัดการพลังงาน และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำไปสู่ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น โดยเฉพาะคู่ค้ารายเล็กที่มักเผชิญข้อจำกัดด้านศักยภาพบุคลากร ระบบจัดเก็บข้อมูล และการรายงานข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทำให้ต้องได้รับการสนับสนุนด้านองค์ความรู้และเงินทุนจากบริษัทเพิ่มเติม สำหรับการดำเนินงานภายในของบริษัทเอง จำเป็นต้องลงทุนในโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มเติม เช่น การปรับรูปแบบการเดินทางของพนักงาน โครงการด้านพลังงาน และการจัดการของเสีย ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานโดยรวมเพิ่มขึ้นรวม 8,976 ล้านบาท แม้บริษัทมีความมุ่งมั่นชัดเจนในการดำเนินงานตามเป้าหมาย Net Zero ที่ได้รับการรับรองจาก SBTi แต่การบรรลุเป้าหมายในระยะยาวยังขึ้นอยู่กับความพร้อมและความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่สามารถดำเนินงานได้ตามแนวทางที่กำหนด อาจเกิดความเสี่ยงต่อการไม่บรรลุเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศ ซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัท รวมถึงความเสี่ยงต่อการถูกกล่าวหาว่าดำเนินงานในลักษณะ “ฟอกเขียว” (Greenwashing) และอาจนำไปสู่แรงต่อต้านจากสังคมในอนาคต

มาตรการและแนวทางจัดการ

บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ความยั่งยืน ครอบคลุมมิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กลยุทธ์ 7 Go green 7 Go Together และ 7 Go Right รวมถึงการประเมินความเสี่ยงถึงผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มครอบคลุมผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอันเนื่องมาจากคู่ค้า บริษัทได้กำหนดนโยบายและคู่มือการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน เพื่อคัดเลือกและส่งเสริมคู่ค้า เช่น การทำการเกษตรอย่างยั่งยืน การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากคู่ค้า อีกทั้งบริษัทได้จัดทำการประเมินขีดความสามารถ และความพร้อมของคู่ค้าในการปรับตัวสู่สังคมคาร์บอนต่ำ และได้มีมาตรการในการส่งเสริมที่เหมาะสมในแต่ละกลุ่ม เช่น การเสริมสร้างความตระหนักและองค์ความรู้พื้นฐานในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้กับกลุ่มคู่ค้ารวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขัน การเติบโตเพิ่มช่องทางการจำหน่าย การเข้าถึงเทคโนโลยีนวัตกรรม และการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบตามแนวคิด ESG ผ่านโครงการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพและให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ SMEs,

โครงการศูนย์ 7 สนับสนุน SMEs และ โปรแกรม 3 ให้ ให้ช่องทางการขาย ให้ความรู้ การพัฒนา และให้การเชื่อมโยง รวมทั้งการมอบสิทธิประโยชน์ให้แก่คู่ค้าที่ให้ความร่วมมือกับบริษัทในการขับเคลื่อนเป้าหมายการลดการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกของประเทศ เป็นต้น บริษัทได้ลงทุนการพัฒนาระบบการผลิต ตลอดจนการจัดการและลดของเสียภายในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัท

บริษัทยังเข้าร่วมเป็นหนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้งสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (GCNT) มุ่งบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืน รวมถึงเป้าหมายการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ โดยบริษัทร่วมกับสมาคมผลักดันความมุ่งมั่น ของภาคเอกชนและภาคประชาสังคม รวมถึงร่วมแลกเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติที่ดีในการมุ่งสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์อีกด้วย

3 ความเสี่ยงจากการโจมตีด้วยปัญญาประดิษฐ์ขั้นสูงและข้อมูลบิดเบือน (Gen AI & Deepfake Weaponization)

ในสภาวะที่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์แบบสร้างสรรค์ (Generative AI) พัฒนาไปอย่างก้าวกระโดดบริษัทเผชิญกับความเสี่ยงจากการถูกคุกคามในรูปแบบ “สงครามข้อมูลสารสนเทศ” (Information Warfare) ผ่านการสร้างสื่อประดิษฐ์ที่บิดเบือนข้อเท็จจริง หรือ Deepfake ทั้งในรูปแบบภาพ วิดีโอ และเสียง ซึ่งมีความแนบเนียนระดับที่การตรวจสอบด้วยสายตาหรือซอฟต์แวร์ Social Listening รูปแบบเดิมไม่สามารถตรวจจับได้ทันท่วงทีในสภาวะที่ Generative AI พัฒนาอย่างก้าวกระโดด ธุรกิจร้านสะดวกซื้อต้องเผชิญกับ “สงครามข้อมูลสารสนเทศ” ผ่านเทคโนโลยี Deepfake ที่สามารถสร้างภาพ เสียง และวิดีโอปลอมได้แนบเนียนจนระบบตรวจสอบเดิมไม่สามารถตรวจจับได้ทัน ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อ “ความเชื่อมั่น” ของผู้บริโภคผ่านการสร้างข่าวปลอมเรื่องสุขอนามัยหรือสินค้าปลอมปนจนเกิดการบอยคอตในวงกว้าง อีกทั้งยังสร้างความเสี่ยงต่อ “ระบบปฏิบัติการ” เช่น การใช้ AI เลียนเสียงผู้บริหารเพื่อหลอกสั่งการโอนเงินจากสาขา หรือการปลอมอัตลักษณ์เพื่อเจาะระบบชำระเงินดิจิทัลและฐานข้อมูลสมาชิก ซึ่งหากแบรนด์ไม่สามารถพิสูจน์ความจริงได้ทันท่วงที ความเสียหายจะลุกลามจากแค่การเสียชื่อเสียงไปสู่ความสูญเสียทางรายได้และความปลอดภัยของระบบสาขาทั่วประเทศอย่างมหาศาล

ผลกระทบต่อธุรกิจ

ความเสี่ยงที่บริษัทต้องเผชิญครอบคลุมทั้งด้านชื่อเสียง การดำเนินงาน การเงิน และความปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ซึ่งอาจเกิดจากการสร้างสถานการณ์เท็จผ่านสื่อประดิษฐ์ เช่น ข่าวลือเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร พฤติกรรมไม่เหมาะสมของพนักงาน หรือเนื้อหาที่สร้างความเข้าใจว่าบริษัทละเมิดจริยธรรมองค์กร ซึ่งล้วนส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและอาจนำไปสู่การคว่ำบาตรในวงกว้าง และอาจเกิดการทุจริตจากการโจมตีด้วยวิศวกรรมสังคมโดยใช้เทคโนโลยีปลอมแปลงอัตลักษณ์ทางเสียงหรือบุคคลเพื่อหลอกลวงพนักงานให้โอนเงินหรือเปิดทางเข้าถึงข้อมูลสำคัญ ซึ่งยิ่งทวีความรุนแรงเมื่อเกิดควบคู่กับวิกฤตข้อมูลออนไลน์ที่บิดเบือน ทำให้พนักงานหน้าร้านจำนวนมากเกิดความเครียด ขวัญกำลังใจถดถอย และอาจนำไปสู่การหยุดชะงักของกระบวนการขนส่งหรือการสั่งซื้อจากการตัดสินใจผิดพลาดบนข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์จากการใช้สื่อสังเคราะห์เพื่อข้ามผ่านระบบยืนยันตัวตนด้วยชีวมิติ เช่น การปลอมใบหน้า ลายนิ้วมือ หรือเสียง เพื่อเข้าถึงระบบชำระเงินและระบบสมาชิก ALL Member ซึ่งไม่เพียงกระทบต่อความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลแต่ยังอาจนำไปสู่การละเมิดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและสร้างภาระด้านกฎหมายเพิ่มเติม พร้อมกันนี้ยังมีความเสี่ยงด้านการเงินและมูลค่าผู้ถือหุ้นจากการแพร่กระจายข่าวปลอมที่อาจถูกใช้เพื่อปั่นราคาหุ้น (Market Manipulation) รวมถึงต้นทุนการบริหารจัดการวิกฤตที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ตลอดจนความเสี่ยงด้านกฎหมายและข้อบังคับจากการถูกแอบอ้างชื่อบริษัททำ Phishing รูปแบบใหม่เพื่อหลอกข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ซึ่งอาจนำไปสู่ความเสียหายทั้งด้านกฎหมาย ความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นในระบบดิจิทัลของบริษัทในระยะยาว

มาตรการและแนวทางจัดการ

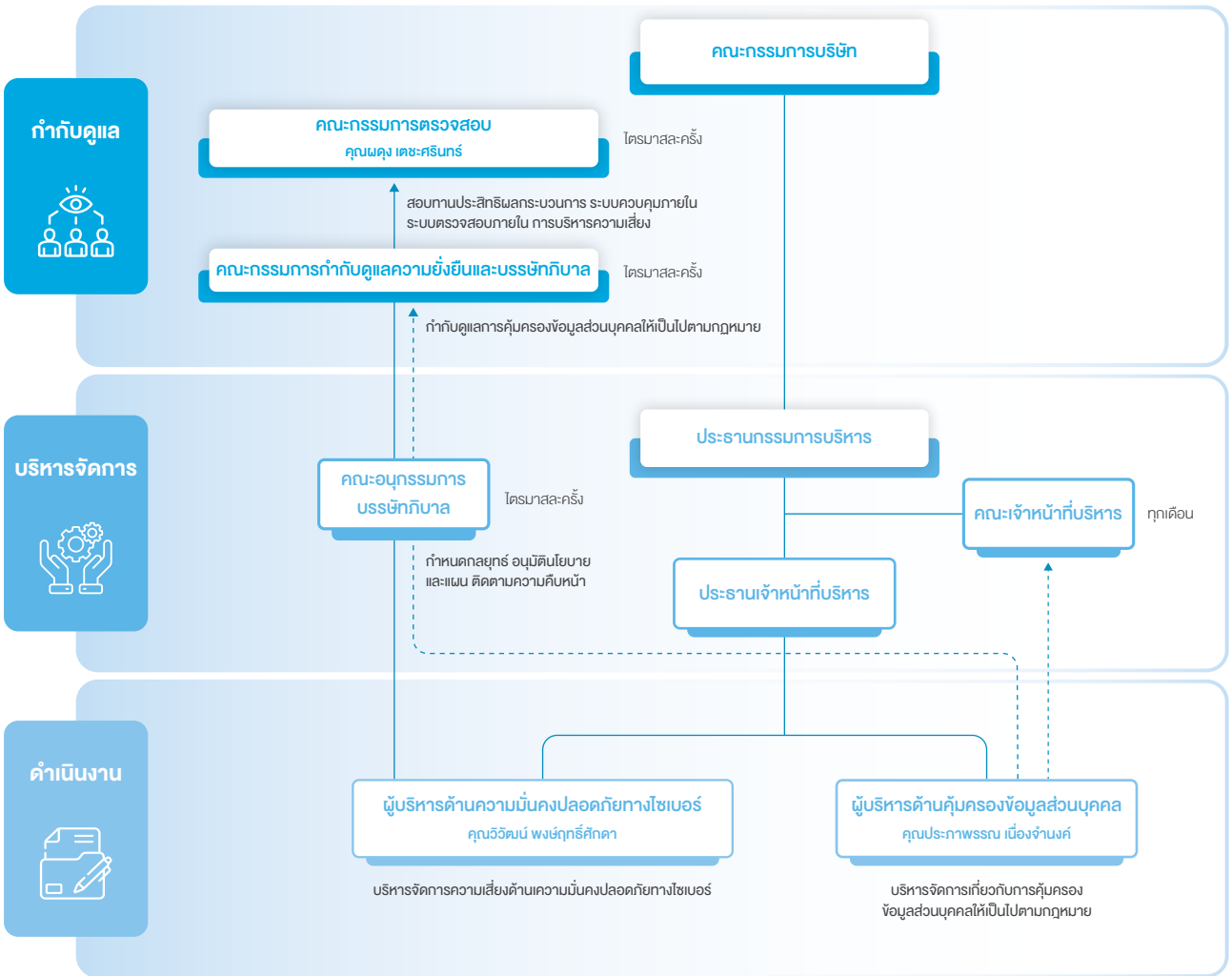
บริษัทได้ประเมินถึงความเสี่ยงในมุมมองด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่สำคัญ (Cyber Threat Risk Assessment) และสอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากล NIST (Cyber Security Framework) โดยนำมาทบทวนร่วมกับเป้าหมายทางธุรกิจ และสภาพแวดล้อมปัจจุบัน เพื่อนำสู่ นโยบายการรักษาความปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสม และนำสู่การปฏิบัติทั้งด้านบุคลากร กระบวนการ และเทคโนโลยี ผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น จัดอบรมความปลอดภัยทางใจเบอร์ Cyber Security Awareness Training ในหัวข้อที่หลากหลายให้แก่พนักงานทุกคนทั้งในรูปแบบออนไลน์และโดยตรง มีการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ และรวมถึงจัดให้มีการทำแบบทดสอบวัดซีนไซเบอร์ให้กับพนักงานและผู้บริหารของบริษัท การทบทวนนโยบายให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO 27001) และด้านระบบการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISO 27701) ประเมินความเสี่ยงจากภัยไซเบอร์ ทบทวนมาตรการความมั่นคงปลอดภัยปีละ 1 ครั้ง และติดตั้งเทคโนโลยีระบบความปลอดภัยตามแผนงาน (Cyber Security Roadmap) เพื่อคงไว้ซึ่งการรักษาความลับ (Confidentiality) ความถูกต้องสมบูรณ์ (integrity) และความพร้อมใช้งาน (Availability) ของสารสนเทศทั้งหมด จัดอบรมและสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ให้กับพนักงานใหม่ผ่าน On-boarding Program พนักงานปัจจุบันในทุกระดับของ ซีพี ออล์ และบริษัทย่อย และสื่อสารและส่งเสริมคู่ค้าเรื่องการใช้ข้อมูลที่เชื่อมต่อกับระบบไอทีของบริษัทอย่างปลอดภัย รวมทั้งลงนามรับทราบเพื่อปฏิบัติตามขั้นตอนความปลอดภัยก่อนปฏิบัติงาน ทั้งยังให้ความรู้ถูกค้าด้านความปลอดภัยไซเบอร์ในหัวข้อ “วัคซีนไซเบอร์ รู้ทันกลโกง ด้านภัยออนไลน์” แจ้งเตือนภัยที่สำคัญเกี่ยวกับการใช้บริการออนไลน์ และป้องกันภัยไซเบอร์ผ่านของทางสื่อโซเชียลมีเดีย จัดทดสอบรับมือภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Security Drills Test) ทุกโตรมาส โดยจำลองสถานการณ์เสมือนจริงเกี่ยวกับเมล์หลอกลวง (Phishing Simulation Test) สำหรับพนักงานทุกคนทุกระดับ เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับภัยไซเบอร์ ลดความเสี่ยงจากการ ตกเป็นเหยื่อ และพัฒนาความสามารถในการตอบสนองอย่างถูกต้องและรวดเร็ว จัดอบรม ทดสอบ และสนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานด้านความมั่นคงปลอดภัยผ่านการรับรองมาตรฐานสากล เช่น CISSP CISA COPSE CEH (Certified Ethical Hacker) CompTIA และSecurity+ เป็นต้น มีทีมปฏิบัติการ Security Operation Center (SOC) ที่พร้อมปฏิบัติงานตลอด 24 ชั่วโมง ทำหน้าที่เฝ้าระวังและดูแลระบบความปลอดภัยฯ ตลอดเวลา ผู้ใช้งานสามารถแจ้งเหตุการณ์การละเมิดความปลอดภัย (Security Incident) หรืออื่น ๆ ได้ผ่านทางเจ้าหน้าที่ Call Center 1500 ได้ตลอดเวลา โดยยึดกระบวนการ Incident Management ตามมาตรฐาน 120000 จัดซ้อมการตอบสนองเหตุการณ์ละเมิดความปลอดภัยไซเบอร์และข้อมูลรั่วไหล (Data Breach & Cyber Security Incident Response Workshop) สำหรับระดับปฏิบัติการและระดับบริหาร ตามแผนที่กำหนดบนสถานการณ์เสมือนจริง เพื่อสร้างความเข้าใจในการตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งนำผลลัพธ์ที่ได้จากการซ้อมมาปรับปรุงปีละ 2 ครั้ง



5 การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูล

บริษัทกำหนดโครงสร้างการบริหารเพื่อให้เกิดบูรณาการจากส่วนกลางและกลุ่มธุรกิจ โดยมีหน่วยงานกลางรับผิดชอบและให้การสนับสนุน คณะทำงานประกอบด้วยคณะกรรมการรักษาความปลอดภัยระบบสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์ (IT Governance Committee) ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย และแนวทางการใช้งานระบบ การติดตามโครงการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ

โครงสร้างการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูล



บริษัทได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Policy) เพื่อเป็นแนวทางในการใช้งานข้อมูล การปฏิบัติงาน การพัฒนา และการบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นไปอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับทั้งพนักงานและคู่ค้าธุรกิจ รวมถึงนำมาตรฐานการรับรองด้านการให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีคุณภาพ ISO 20000 และมาตรฐานการรับรองด้านการให้บริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างปลอดภัย ISO 27001 มาใช้เป็นกรอบในการดำเนินการในส่วนของการบริหารงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์ และมาตรฐานความปลอดภัยเกี่ยวกับธุรกรรมการเงิน PCI/DSS V.3

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ นโยบายการรักษาความปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

การบริหารด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์กลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์

บุคลากร

- กำหนดความรับผิดชอบของผู้บริหารระดับสูง CSO (Cyber Security Officer) บริหารจัดการรายงานต่อคณะกรรมการ เจ้าหน้าที่ผู้บริหารระดับสูง (Executive Committee)
- กำหนดหน่วยงานด้านการบริหารระบบความปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศและหน่วยงานด้านปฏิบัติการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์
- กำหนดการให้กับพนักงานทุกระดับ มีการสุ่มทดสอบเสมือนจริงต่อการรับมือการคุกคามทางไซเบอร์ (Phishing Simulation Test)

กระบวนการ

- กำหนดนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศของระบบเครือข่ายซีพี ออลล์
- กำหนดหน่วยงานผู้ให้บริการระบบสารสนเทศในกลุ่มเครือข่าย ซีพี ออลล์ ที่ผ่านการรับรองด้วยมาตรฐาน ISO20000, ISO27001
- กำหนดแผนการตอบสนองและจัดการกับเหตุการณ์ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security Incident Response Plan)

เทคโนโลยี

- ติดตั้งระบบเทคโนโลยีที่ทำงานเชิงป้องกัน และสอดคล้องตามแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยระดับสากล คือ NIST Cyber Security Framework
- ระบบข้อมูลถูกติดตั้งในเครือข่ายและเป็นศูนย์คอมพิวเตอร์ที่เป็น Private ของบริษัท โดยมีการแบ่งโซนความปลอดภัย ที่มีการป้องกันตรวจเฝ้าระวังตลอดเวลา ทั้งการบริหารจัดการอุปกรณ์ระบบ และการเข้าถึงข้อมูลได้ตามสิทธิที่กำหนด
- มีการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีภัยคุกคามกับผู้บริหารเครือฯ และคู่ค้าเพื่อนำมาปรับปรุงที่เหมาสมเครือข่ายและภัยคุกคามใหม่ ๆ

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่สำคัญ (Cyber Threat Risk Assessment) อย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับแนวปฏิบัติตามกรอบงาน NIST CSF (Cyber Security Framework) การประเมินนี้ถูกนำมาทบทวนร่วมกับเป้าหมายทางธุรกิจและสภาพแวดล้อมปัจจุบัน เพื่อกำหนด นโยบายการรักษาความปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมและแปลงไปสู่การปฏิบัติในสามมิติหลัก ได้แก่ บุคลากร กระบวนการ และเทคโนโลยี ผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง สร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security)

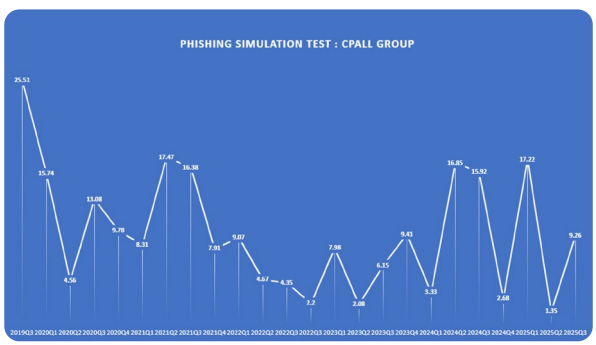
ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ การรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรไม่ควรมองข้าม บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากการถูกคุกคามทางไซเบอร์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงดำเนินการวางแผนและจัดให้มีมาตรการป้องกันอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่พนักงาน การพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย และการปรับปรุงโปรแกรมและระบบปฏิบัติการให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงจากภัยไซเบอร์อย่างมีประสิทธิภาพ

Cyber Hygiene Culture	Cyber Assurance	Cyber Operation
งานสร้างวัฒนธรรมองค์กร ที่มีสุขอนามัยใช้ไซเบอร์อย่างปลอดภัย	งานควบคุมมาตรฐาน ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์	งานปฏิบัติการป้องกัน จัดการ และเฝ้าระวังภัยคุกคามไซเบอร์

ในปี 2568 บริษัทยังคงดำเนินงานภายใต้กรอบความรับผิดชอบในการบริหารและจัดการข้อมูลอย่างเหมาะสม ส่งเสริมความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร พร้อมดำเนินการตามแนวทาง ดังต่อไปนี้

- ส่งเสริมนโยบายสำคัญด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่ใกล้ตัว และต้องระวัง รวมถึงแนวปฏิบัติข้อแนะนำเพื่อการใช้งานอย่างถูกต้อง และปลอดภัยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์บริษัท อีเมล CPALL Connect Cyber Security Portal เป็นต้น
- จัดอบรมความปลอดภัยทางไซเบอร์ Cyber Security Awareness Training ในหัวข้อที่หลากหลาย ให้แก่พนักงานทุกคนในรูปแบบออนไลน์ และโดยตรง ที่มีการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ CPALL Connect Cyber Security Portal อีเมล และรวมถึงจัดให้มีการทำแบบทดสอบวัคซีนไซเบอร์ให้กับพนักงานและผู้บริหารของบริษัท จำนวน 109,092 คน





- ทบทวนนโยบายให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO 27001) และด้านระบบการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISO 27701)
- ประเมินความเสี่ยงจากภัยไซเบอร์ ทบทวนมาตรการความมั่นคงปลอดภัยปีละ 1 ครั้ง และติดตั้งเทคโนโลยีระบบความปลอดภัยตามแผนงาน (Cyber Security Roadmap) เพื่อคงไว้ซึ่งการรักษาความลับ (Confidentiality) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Integrity) และความพร้อมใช้งาน (Availability) ของสารสนเทศทั้งหมด
- จัดซ้อมการตอบสนองเหตุการณ์ละเมิดความปลอดภัยไซเบอร์และข้อมูลรั่วไหล (Data Breach & Cyber Security Incident Response Workshop) สำหรับระดับปฏิบัติการและระดับบริหาร ตามแผนที่กำหนดบนสถานการณ์เสมือนจริง เพื่อสร้างความเข้าใจในการตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งนำผลลัพธ์ที่ได้จากการซ้อมมาปรับปรุงปีละ 2 ครั้ง
- จัดอบรมและสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์
  - > อบรมพนักงานใหม่พร้อมทั้งลงนามรับทราบนโยบายและแนวปฏิบัติเป็นจำนวน 55,642 ราย คิดเป็นร้อยละ 100
  - > ให้ความรู้สร้างความตระหนักให้กับพนักงานปัจจุบันทุกระดับของ ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย 127,845 ราย คิดเป็นร้อยละ 100
  - > สื่อสารและส่งเสริมคู่ค้าเรื่องการใช้ข้อมูลที่เชื่อมต่อกับระบบไอทีของบริษัทอย่างปลอดภัย ลงนามรับทราบเพื่อปฏิบัติตามขั้นตอนความปลอดภัยก่อนปฏิบัติงาน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 100
  - > ให้ความรู้ลูกค้าด้านความปลอดภัยไซเบอร์ในหัวข้อ “วัคซีนไซเบอร์ รู้ทันกลโกง ต้านภัยออนไลน์” แจ้งเตือนภัยที่สำคัญเกี่ยวกับการใช้บริการออนไลน์ และป้องกันภัยไซเบอร์ ผ่านช่องทางสื่อโซเชียลมีเดีย

- จัดทดสอบรับมือภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Security Drills Test) ทุกไตรมาส โดยจำลองสถานการณ์เสมือนจริงเกี่ยวกับเมล์หลอกลวง (Phishing Simulation Test) สำหรับพนักงานทุกระดับ เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับภัยไซเบอร์ ลดความเสี่ยงจากการตกเป็นเหยื่อ และพัฒนาความสามารถในการตอบสนองอย่างถูกต้องและรวดเร็ว
- จัดอบรมทดสอบ และสนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานด้านความมั่นคงปลอดภัยผ่านการรับรองมาตรฐานสากล เช่น CISSP, CISA, CDPSE, CHE (Certified Ethical Hacker), CompTIA Security+, CC เป็นต้น
- มีทีมปฏิบัติการ Security Operation Center (SOC) ที่พร้อมปฏิบัติงานตลอด 24 ชั่วโมง ทำหน้าที่เฝ้าระวังและดูแลระบบงานตลอดเวลา ผู้ใช้งานสามารถแจ้งเหตุการณ์การละเมิดความปลอดภัย (Security Incident) หรืออื่น ๆ ได้ผ่านทางเจ้าหน้า Call Center 1500 ได้ตลอดเวลา โดยยึดกระบวนการ Incident Management ตามมาตรฐาน ISO20000
- ดำเนินการซ้อมการตอบสนองเหตุการณ์ละเมิดความปลอดภัยไซเบอร์และข้อมูลรั่วไหล (Data Breach & Cyber Security Incident Response Workshop) สำหรับระดับปฏิบัติการและระดับบริหารตามแผนที่กำหนดบนสภานการณ์เสมือนจริง เพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว พร้อมทั้งนำผลลัพธ์ที่ได้จากการฝึกซ้อมมาปรับปรุงปีละ 2 ครั้ง
- ทดสอบการรับมือเสมือนจริงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Phishing Simulation Test) ทุกไตรมาส สำหรับพนักงานทุกระดับ เพื่อสร้างความเข้าใจและการตอบสนองที่ถูกต้อง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- **ร้อยละ 100** ของระบบข้อมูลเครือข่ายบริษัทที่ติดตั้งและให้บริการผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ (ISO 27001)
- **ร้อยละ 100** ของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านระบบความมั่นคงความปลอดภัยไซเบอร์ (34 ราย) ผ่านการอบรมและทดสอบความรู้หัวข้อความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์
- **ร้อยละ 100** ของพนักงานผ่านการทำ Phishing Simulation Test
- **ร้อยละ 100** ของระบบและเว็บไซต์บริษัทบทเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ที่ถูกค้นหาประเมินช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) โดยบริษัทภายนอกและหน่วยงานผู้เชี่ยวชาญการเจาะระบบภายใน (Red Team) นำสู่การพิจารณาปรับปรุงโดยทีมปฏิบัติการให้มีความปลอดภัยยิ่งขึ้น

การบริหารด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) ซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานสำคัญในความเป็นส่วนตัว (Privacy Right) ที่ต้องได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย และหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights) รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นในผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนของห่วงโซ่คุณค่า โดยมีการกำกับดูแล ดังนี้

- การกำหนดและทบทวนนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- การกำกับดูแลการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่
  - > การจัดการบันทึกรายการกิจกรรมการประมวลข้อมูลส่วนบุคคล และการกำหนดฐานทางกฎหมาย
  - > การแจ้งการประมวลข้อมูลส่วนบุคคล
  - > การจัดการความยินยอม
  - > การจัดการสิทธิและข้อร้องเรียนของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
  - > การจัดการข้อตกลงการประมวลข้อมูลส่วนบุคคล
  - > การประเมินผลกระทบด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
  - > การดำเนินการเมื่อเกิดเหตุการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

- ทบทวนและปรับปรุงกิจกรรมให้สอดคล้องกับกฎหมาย PDPA และกฎหมายลำดับรอง อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- การพัฒนาและนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ในการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงการดูแลรักษาความมั่นคงปลอดภัยและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตั้งแต่กระบวนการออกแบบ (Security and Privacy by Design) รวมถึงระบบควรจะมีสามารถในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างอัตโนมัติตั้งแต่เริ่มต้น (Privacy by Default)
- PDPA on Tour (site visit) เพื่อทบทวนการปฏิบัติงานของกิจกรรมที่มีข้อมูลส่วนบุคคลให้ความสอดคล้องตามกฎหมาย PDPA และกฎหมายลำดับรอง
- ขยายผลการประยุกต์ใช้ มาตรฐานสากลระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล ISO 27001 และมาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO 27701 กับบริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด ขอบเขตการให้บริการ Contact Center
- ทบทวนกระบวนการและซักซ้อมเหตุละเมิดและข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล ร่วมกับผู้บริหารระดับสูง และทีมปฏิบัติการตอบสนองเหตุการณ์การละเมิดและข้อมูลรั่วไหล พร้อมทั้งนำผลลัพธ์ที่ได้จากการซ้อมมาปรับปรุงปีละ 1 ครั้ง

โครงการต่อเนื่อง สร้างความตระหนักในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

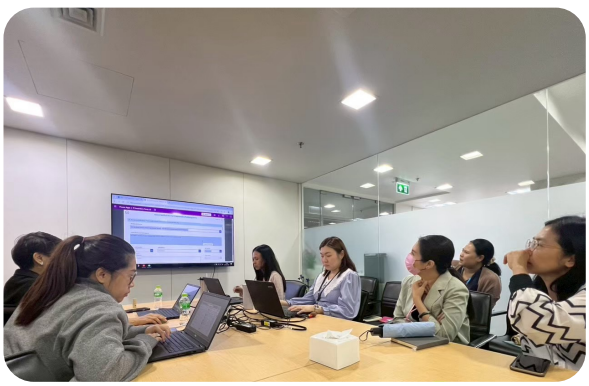
บริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่พนักงานทุกระดับ โดยยึดตามแนวทางที่กำหนดไว้ในกลยุทธ์และแผนงานที่สำคัญขององค์กร เพื่อช่วยลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัท ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินการยกระดับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้มีมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากล โดยมีรายละเอียดดังนี้

- สื่อสารและส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านกับกฎหมาย PDPA สำหรับพนักงานทุกระดับ พร้อมทั้งเผยแพร่และส่งเสริม PDPA Mindsets ให้แก่พนักงาน ประกอบด้วย 1) เคารพความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น (Respect) 2) ซื่อสัตย์ โปร่งใส (Transparency) และ 3) รับผิดชอบในการกระทำ (Accountability) ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น โปสเตอร์, เว็บไซต์บริษัท, อีเมล PDPA, Portal CPALL Connect เป็นต้น













- จัดกิจกรรมสนับสนุนการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้กับพนักงานทุกระดับ เช่น การฝึกอบรมพร้อมทดสอบวัดความรู้ การจัดสัมมนา การจัด Workshop หรือ Webinar เป็นต้น เพื่อให้ความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับ PDPA ต่อพนักงานในบริษัทและบริษัทย่อย รวมถึงคู่ค้าและพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล โดยหลักสูตรการฝึกอบรม / สัมมนาจะปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับผู้เข้าอบรม เช่น พนักงานทั่วไป, พนักงานที่เข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล, ผู้บริหาร, ผู้ดูแล / พัฒนาระบบสารสนเทศ เป็นต้น





- สร้าง PDPA Champion เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องตามกฎหมาย ตลอดจนเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการดูแลข้อมูลส่วนบุคคลภายในองค์กร และส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญ และเคารพสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคล







ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- **ร้อยละ 99.74** กิจกรรมที่มีข้อมูลส่วนบุคคลสอดคล้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- **ร้อยละ 100** พนักงานผ่านการอบรมและทดสอบความรู้ ความเข้าใจแนวปฏิบัติ PDPA
- **ร้อยละ 100** การตอบสนองของการใช้สิทธิ์ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามเวลาที่กำหนด
- การรั่วไหลละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลระดับร้ายแรง **0 ครั้ง**
- การร้องเรียนระดับร้ายแรง **0 ครั้ง**
- มูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการรั่วไหล หรือละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล **0 บาท**

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

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- ▶ นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ▶ การแจ้งการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
- ▶ นโยบายการบริหารจัดการและรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ
- ▶ ข้อมูลแสดงรายงานภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Attack) และข้อมูลแสดงรายงานการรับแจ้งจากผู้ใช้งาน (User Security Incident)

6 การเปิดเผยข้อมูลให้สอดคล้องกับกรอบรายงานตามมาตรฐานสากล



นอกจากการพัฒนาโครงสร้างและกลไกการกำกับดูแล รวมถึงการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริตแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของการจัดทำรายงาน ทั้งรายงานประจำปี (One Report) และรายงานความยั่งยืน (Sustainability Report) โดยดำเนินการจัดทำตามหลักเกณฑ์และกรอบรายงานมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่องในทุกปี เพื่อสะท้อนความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและยั่งยืน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- ▶ รายงาน 56-1 One Report
- ▶ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การพัฒนาทุนมนุษย์



> ซีพี ออลล์ ยึดมั่นว่าศักยภาพของบุคลากร คือ รากฐานของการเติบโตอย่างยั่งยืน จึงมุ่งยกระดับทักษะ และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง พร้อมเปิดโอกาสการพัฒนาอย่างเท่าเทียมสำหรับทุกคน

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG4

สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็น รวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ



SDG5

บรรลุความเท่าเทียมระหว่างเพศ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่สตรีและเด็กหญิง

5.5 สร้างหลักประกันว่าผู้หญิงจะมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และมีประสิทธิผลและมีโอกาสที่เท่าเทียมในการเป็นผู้นำในทุกระดับของการตัดสินใจ



SDG8

ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

8.2 บรรลุการมีผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้นผ่านการทำให้หลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้นในภาคส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้แรงงานเข้มข้น

ผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาส

การเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ การพัฒนาบุคลากรให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำทางธุรกิจจากการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้พร้อมด้วยทักษะที่รอบด้าน สร้างสรรค์ ยืดหยุ่น ด้วยโอกาสเข้าถึงการพัฒนาตนเองอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ ล้วนเป็นเรื่องที่บริษัททั่วโลกให้ความสนใจ ทั้งทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะการเติบโตในสายอาชีพ และทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินงานที่รวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ส่งผลให้กระบวนการผลิตหรือการให้บริการมีมาตรฐานสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สามารถลดข้อผิดพลาดและต้นทุนที่ไม่จำเป็น เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัท อีกทั้งเปิดโอกาสในการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจภายในห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การไม่เตรียมความพร้อมบุคลากรอาจสร้างความเครียดและความกดดันให้แก่พนักงาน เนื่องจากพนักงานขาดศักยภาพและความรู้ในการดำเนินงาน ไม่สามารถพัฒนาทักษะได้เท่าทันความต้องการของตลาด อาจทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างยากลำบาก ดังนั้น บริษัทจึงจำเป็นต้องมีแผนพัฒนาที่ชัดเจนเพื่อให้ทุกคนเติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างมั่นคง

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

1. การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ
   - พนักงาน
2. การผลิตวิจัย และพัฒนาสินค้า
   - พนักงาน
3. การจัดส่ง และกระจายสินค้า
   - พนักงาน
4. การตลาด และการจัดจำหน่าย สินค้าและบริการ
   - พนักงาน
   - พันธมิตรทางธุรกิจ
5. การรับผิดชอบต่อลูกค้า และบริการหลังการขาย
   - พนักงาน
   - พันธมิตรทางธุรกิจ

▶ ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน - มิติด้านธรรมาภิบาล และเศรษฐกิจ

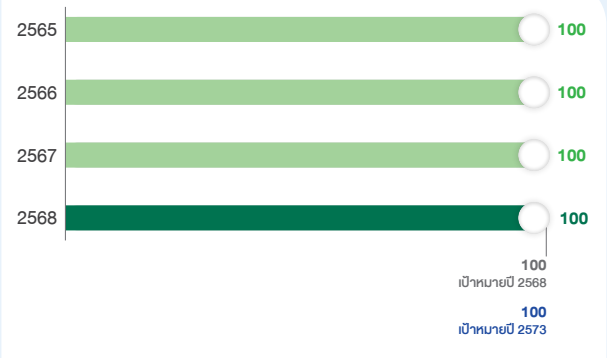
ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- Foundational Material Topics

▶ เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ผู้นำและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้และโครงการหรือกิจกรรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี

(หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

- ชั่วโมงการฝึกอบรมและพัฒนาเฉลี่ยต่อพนักงาน **26.53 ชั่วโมง/คน/ปี**
- พนักงานทุกระดับที่ได้รับการให้ความรู้สร้างความตระหนักเรื่อง “สิทธิมนุษยชน” **ร้อยละ 100**
- พนักงานที่มีความรู้ด้าน Science, Technology, Engineering and Mathematics หรือ STEM **จำนวน 5,422 คน**
- พนักงานทุกระดับที่ได้รับการให้ความรู้สร้างความตระหนักเรื่อง “สิ่งแวดล้อม” **ร้อยละ 100**
- พนักงานสายสำนักงานทุกระดับ ผ่านการเรียนรู้และทดสอบ AI Literacy **ร้อยละ 100**
- พนักงานทุกระดับที่ได้รับการให้ความรู้หลักสูตร “การพัฒนาองค์กร เพื่อความยั่งยืน (ESG)” ผ่านระบบ e-learning **ร้อยละ 100**





การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2568

พัฒนาผู้นำ เพื่อสร้างขีดความสามารถให้ผู้นำขับเคลื่อนธุรกิจได้ตามเป้าหมาย ผ่านการลงมือทำโครงการในลักษณะข้ามสายงาน (Action Learning) โดยมีผู้บริหารเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำ และวัดผลลัพธ์

โปรแกรมเตรียมความพร้อมสำหรับพนักงานก่อนที่เกษียณอายุ มุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมให้พนักงานปรับตัวเข้าสู่บทบาทใหม่ในชีวิตหลังวัยทำงาน (Life after work) เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีและลดความกังวล

พัฒนาทักษะการสร้างยอดขายและสร้างความประทับใจในการให้บริการของพนักงานร้านสาขา 7-Eleven ผ่านโปรแกรมการพัฒนา เช่น การยกระดับความสามารถบุคลากรในการบริหาร สินค้าคู่บ้าน คู่ครัว (ALL GROCER'S), การพัฒนาทักษะการขายสินค้าและบริการเครื่องดื่ม All select, และโครงการ Signature Service

โครงการเตรียมพร้อมบุคลากรให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Digital & AI Literacy) มุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจพื้นฐานการประยุกต์ใช้ AI กับงานอย่างมีจริยธรรม ให้ความรู้ สร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและน้ำให้กับพนักงานทุกระดับผ่านหลักสูตร "การจัดการพลังงานและสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน"

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทยึดมั่นในปณิธาน "Giving and Sharing" โดยมุ่งปลูกฝังจิตสำนึกสาธารณะให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร (DNA) พร้อมขับเคลื่อนผ่านกลยุทธ์ความยั่งยืนปี 2567-2569 "3 สร้าง 2 ลด" เพื่อผลักดันให้พนักงานแสดงศักยภาพได้อย่างสูงสุด บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ต่อเนื่อง (Lifelong Learning) และส่งเสริมความเท่าเทียมในการเข้าถึงโอกาสการพัฒนาตนเอง โดยในปี 2568 บริษัทได้ยกระดับการบริหารทรัพยากรบุคคลตามแผน Digital and AI Development Roadmap เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว มุ่งเน้นการเสริมทักษะและความเข้าใจในเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Digital Development & AI Literacy) สำหรับพนักงานสายสำนักงาน (White Collar) โดยแบ่งการพัฒนาเป็น 3 ระดับเชิงกลยุทธ์ ได้แก่

ระดับพื้นฐาน (Basic)

สร้างความเข้าใจพื้นฐานในการใช้ Digital & AI อย่างถูกต้อง เหมาะสม และคำนึงถึงจริยธรรมและความปลอดภัยในการใช้งาน

ระดับกลาง (Intermediate)

พัฒนาทักษะให้พนักงานสามารถประยุกต์ใช้ Digital & AI ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (AI Adoption)

ระดับสูง (Advanced)

ผลักดันการใช้ Digital & AI เพื่อปรับปรุงการทำงาน และคิดค้น ทำให้เกิดสิ่งใหม่

การดำเนินงานดังกล่าวไม่เพียงแต่เป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานในอนาคต แต่ยังควบคู่ไปกับการประเมินผลการปฏิบัติงานและการสำรวจความผูกพันของพนักงานอย่างเป็นระบบ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานให้พนักงานมีความสุข เสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร และสามารถขับเคลื่อนเป้าหมายทางธุรกิจให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

กรอบการดำเนินงานพัฒนาทักษะและโอกาสทางอาชีพของบุคลากรอย่างยั่งยืน

การสรรหาบุคลากร (เชิงรุก)

- ดึงดูดคนรุ่นใหม่ที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับงานและค่านิยมขององค์กร
- เตรียมความพร้อมก่อนบรรจุเป็นพนักงาน

การพัฒนาและรักษาบุคลากร

- ภายหลังบรรจุเป็นพนักงาน
- บุคลากรที่มีศักยภาพสูง
- การวางแผนสืบทอดตำแหน่ง

การประเมินผล

- ประเมินคุณลักษณะรายบุคคลเพื่อทราบจุดที่ควรพัฒนา
- การวางแผนพัฒนาความก้าวหน้าตามสายอาชีพ

การดูแลและการเตรียมความพร้อม

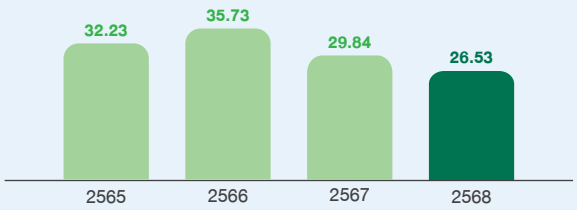
- ก่อนเกษียณอายุ
- การดูแลและมอบโอกาสกับบุคลากรเกษียณอายุ

โครงสร้างหลักสูตรการเรียนรู้ จำแนกตามกลุ่มลักษณะงาน

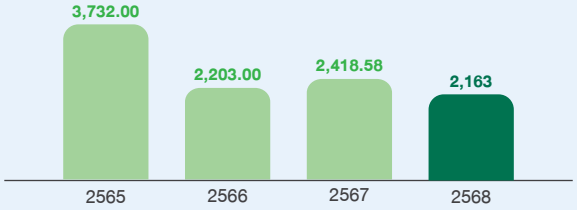
สายปฏิบัติการ	สายกระจายสินค้า	สายสำนักงาน
พื้นฐานและวัฒนธรรมองค์กรสำหรับพนักงานใหม่		
กฎหมายระเบียบข้อบังคับ และนโยบายความยั่งยืน		
พัฒนาทักษะดิจิทัลในการทำงาน		
พัฒนาผู้นำและทักษะการบริหารจัดการแต่ละระดับ		
พัฒนาสุขภาวะแบบองค์รวม		
• มาตรฐานการทำงานร้านสาขา	• มาตรฐานการทำงานคลังสินค้า	• พัฒนาวิชาชีพตามกลุ่มงาน • พัฒนาผู้นำที่มีศักยภาพ • พัฒนาเถ้าแก่

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2568

ชั่วโมงการฝึกอบรมและพัฒนาเฉลี่ยต่อพนักงานเทียบเท่า
(ชั่วโมง/FTE)



ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อพนักงานเทียบเท่าสำหรับการฝึกอบรมและพัฒนา
(บาท/FTE)



จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาผู้นำตามแนวทาง Action Learning
(ราย)

	เพศหญิง	เพศชาย
FLP: Future Leaders Development Program (เถ้าแก่น้อย)	67	44
PLP: Potential Leaders Development Program (เถ้าแก่เล็ก)	147	77
LDP: Leader Development Program (เถ้าแก่กลาง)	144	107
SLP: Senior Leaders Development Program (เถ้าแก่ใหญ่)	0	6



บริษัทมุ่งเน้นยกระดับศักยภาพบุคลากรผ่านการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่นและต่อเนื่อง โดยส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับเข้าถึงการพัฒนาทักษะในรูปแบบใหม่ (Modernized Work Methods) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานและพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ สำหรับการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2568 บริษัทมุ่งเน้นการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการพัฒนาทักษะแห่งอนาคต ดังนี้

โครงการที่สำคัญ ปี 2568

โปรแกรมการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital transition program)

มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง ทัศนคติ และทักษะของบุคลากร เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัลได้อย่างเต็มรูปแบบ

โครงการต่อเนื่อง ยกระดับทักษะ Digital Development & AI Literacy

บริษัทให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัลอย่างเป็นระบบ ผ่านโครงการยกระดับทักษะ Digital Development & AI Literacy โดยพัฒนาพนักงานสายสำนักงาน จากระดับพื้นฐาน (Basic) สู่ระดับกลาง (Intermediate) ผ่านหลักสูตร “Intermediate Digital Capability Development” อย่างต่อเนื่อง และมุ่งเน้นยกระดับจากระดับกลางสู่ระดับสูง (Advanced) ผ่านหลักสูตรที่หลากหลายตามกลุ่ม Skill พร้อมวัดผลสัมฤทธิ์ของทักษะ (Skill Assessment)





- Data Analytics Skill พัฒนาทักษะการจัดการข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก รวมถึงการนำเสนอข้อมูลให้เห็นภาพ (Data Visualization) ผ่านโปรแกรม Advanced Excel เพื่อเปลี่ยนข้อมูลให้เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ
- Automation Skill (Action Learning) มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการทำงานผ่านการฝึกปฏิบัติจริงด้วยเครื่องมือ Power App และ Power Automate เพื่อลดขั้นตอนซ้ำซ้อนและเปลี่ยนผ่านสู่ระบบการทำงานอัตโนมัติ
- Digital Marketing Skill (Strategic Implementation) ยกระดับการใช้แนวคิดและกรอบการทำงานการตลาดดิจิทัลระดับสูง (Advanced Framework) เพื่อขับเคลื่อนการเติบโต ของธุรกิจในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน ผ่านหลักสูตร “Advanced Digital Marketing Program”

นอกจากนี้ เพื่อให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงในการนำ AI มาใช้ในการทำงาน จึงมุ่งเสริมสร้าง AI Literacy เพื่อให้พนักงานรู้เข้าใจและประยุกต์ใช้ AI ในบริบทต่าง ๆ อย่างรับผิดชอบและมีจริยธรรม ผ่านการเรียนรู้และวัดประเมิน ตลอดจนพัฒนาทักษะในการนำ AI มาใช้เพื่อยกระดับการทำงาน ผ่านหลักสูตร “Enhance Modern Work Generative AI for Business” ซึ่งเรียนรู้ผ่านการลงมือทำโครงการจริงและมีการวัดผลลัพธ์

ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อองค์กร

1. สร้างความพร้อมให้บุคลากร ยกระดับขีดความสามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลในการทำงานจริง

- มีผู้เข้าร่วมรับการพัฒนาศักยภาพ รวมทั้งสิ้น 18,199 คน
  - หลักสูตร Intermediate Digital Capability Development 522 คน
  - หลักสูตร Data Analytics with Microsoft Excel 72 คน
  - หลักสูตร Data story telling for business ยกระดับทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ 92 คน
  - หลักสูตร ยกระดับการจัดการข้อมูล Data Cleansing and transformation ด้วย Power Query และ Power Pivot 36 คน
  - หลักสูตร ยกระดับการจัดการข้อมูลด้วย Excel365 34 คน
  - หลักสูตร เพิ่มทักษะการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานร้านสาขา 3,929 คน
  - หลักสูตรการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วย Power App & Power Automate 61 คน
  - หลักสูตร Advanced Digital Marketing 56 คน
  - หลักสูตร AI Literacy 9,609 คน
  - หลักสูตร ทักษะการปฏิบัติงานยุคดิจิทัลสู่องค์กรยั่งยืน สำหรับพนักงานศูนย์กระจายสินค้า 3,611 คน
  - หลักสูตร Enhance Modern Work Generative AI for Business 177 คน
- ร้อยละ 100 ของผู้เข้าอบรม ผ่านการทดสอบวัดระดับทักษะ ตามเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัทกำหนด

ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อองค์กร

2. เพิ่มประสิทธิภาพและสร้างนวัตกรรมให้กับองค์กร

- เกิดโครงการปรับปรุงกระบวนการทำงาน (Process Improvement) โดยใช้เครื่องมือ Power App & Power Automate จากไอเดียของพนักงานรวม **56 โครงการ** ส่งผลให้เกิด Efficiency Increase เฉลี่ย**ร้อยละ 57.93** และมูลค่าเทียบเคียง **198.497.69 บาทต่อเดือน**
- เกิดโครงการปรับปรุงกระบวนการทำงาน (Process Improvement) โดยใช้ AI จากไอเดีย ของพนักงานรวม **177 โครงการ** ส่งผลให้เกิด Efficiency Increase เฉลี่ย**ร้อยละ 59.14** และมูลค่าเทียบเคียง **396,995.38 บาทต่อเดือน**

โครงการ go Tech Talk: แบ่งปันองค์ความรู้เพื่อสังคมดิจิทัล

บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินโครงการ go Tech Talk ซึ่งเป็นกิจกรรมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งรูปแบบออนไซต์และออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงาน บุคคลทั่วไป นักเรียน นักศึกษา รวมถึงครูและบุคลากรทางการศึกษา ได้เข้าถึงองค์ความรู้ เทรนด์ และนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีจากผู้เชี่ยวชาญของบริษัทและพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อยกระดับความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีให้กับทุกกลุ่ม อันจะนำไปสู่การรองรับรูปแบบการทำงานยุคใหม่ที่มีมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนการสร้างและพัฒนากำลังคนสายเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความพร้อมรองรับความต้องการของธุรกิจในอนาคต และสอดคล้องกับทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ขององค์กรและประเทศอย่างยั่งยืน





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

สร้างความตระหนักรู้และยกระดับทักษะดิจิทัลในวงกว้าง

- สร้างการเข้าถึงองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีรวม **4,003 ครั้ง** (Participations) ครอบคลุมพนักงาน ผู้สนใจทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ตลอดจนครู อาจารย์ทั่วประเทศ
- จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างเข้มข้นรวม **23 เซสชัน** ครอบคลุมหัวข้อ เทคโนโลยีที่สำคัญและทันสมัย

โครงการ Godev Next Gen - Automated Test Bootcamp 2025

บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด มุ่งเน้นการสร้างระบบนิเวศแห่งการเรียนรู้ที่ยั่งยืนผ่านโครงการ “Godev Next Gen - Automated Test Bootcamp 2025” โครงการนี้ถูกออกแบบมาเพื่อเป็นกลไก เชิงยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมโอกาสความก้าวหน้าในสายงานใหม่ผ่านกระบวนการพัฒนาและยกระดับทักษะ (Reskill & Upskill) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเป็นระบบและครบวงจร

ในปี 2568 บริษัทมุ่งเน้นการบ่มเพาะความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในด้าน Automated Testing ซึ่งเป็นทักษะวิชาชีพชั้นสูงที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาซอฟต์แวร์ยุคใหม่ โดยผู้เข้าร่วมโครงการจะได้เรียนรู้เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงในภาคอุตสาหกรรม ผสมผสานกับการฝึกปฏิบัติจริง (Hands-on Experience) เพื่อให้เกิดความพร้อมในการแก้ไขปัญหาในโจทย์ธุรกิจที่ซับซ้อน นอกจากนี้ผู้ที่สำเร็จหลักสูตรจะได้รับประกาศนียบัตร (Certificate) เพื่อรับรองมาตรฐานความรู้ และความสามารถ ซึ่งเปรียบเสมือนก้าวสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่เส้นทางอาชีพดิจิทัลได้อย่างมั่นคง



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เพิ่มจำนวนผู้เชี่ยวชาญด้าน Automated Test **89 คน** ช่วยยกระดับมาตรฐานการพัฒนาซอฟต์แวร์ของบริษัท และยกระดับสมรรถนะกำลังคนด้านดิจิทัลให้กับประเทศ
- จำนวนผู้ที่ได้เรียนรู้ในทักษะทางด้านดิจิทัล ผ่านระบบ e-Learning **880 คน**
- จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ Workshop Automated Test Bootcamp **120 คน**



โปรแกรมส่งเสริมการทำงานในลักษณะทีมข้ามสายงาน (Teams and Networks)

โครงการ AI Champion รุ่นที่ 1: กำลังคนดิจิทัลที่พร้อมขับเคลื่อนองค์กรสู่ยุค AI

บริษัทได้ริเริ่มโครงการ “AI Champion รุ่นที่ 1” ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในกลยุทธ์ AI Tranformation เพื่อเสริมทักษะของบุคลากร (Reskilling & Upskilling) ให้สอดรับกับการก้าวกระโดดของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ โดยมุ่งเน้นการเปลี่ยนพนักงานจาก “ผู้ใช้งาน” สู่การเป็น “ผู้นำการเปลี่ยนแปลง” (Change Agents) ภายใต้กลยุทธ์

- Action-Based Learning โครงการมุ่งเน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง โดยพนักงานจะได้รับสิทธิ์เข้าถึง AI Tools ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ควบคุม (Sandbox) เพื่อทดลองสร้างนวัตกรรมตามกรอบ AI Governance & Security Policy ขององค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าการเปลี่ยนผ่านจะเป็นไปอย่างปลอดภัยและมีจริยธรรม
- ผู้เข้าร่วมโครงการจากหลากหลายสายงานต้องระบุปัญหาในหน้างานจริง (Pain Points) และนำเทคโนโลยี AI มาออกแบบโซลูชันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการ (Efficiency) และ ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน (Automation)



จากความสำเร็จในรุ่นที่ 1 บริษัทมีแผนขยายผลอย่างเป็นรูปธรรมในปี 2569 โดยตั้งเป้าสร้าง AI Champion เพิ่มขึ้นเป็น 60 คน ครอบคลุมไม่ต่ำกว่า 10 สำนัก เพื่อสร้างเครือข่ายความเชี่ยวชาญให้กระจายตัวอยู่ทั่วทั้งองค์กร

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- พนักงานสามารถพัฒนา AI Use Cases ที่โดดเด่นและสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้จริง ในระดับหน่วยงาน ช่วยสร้างต้นแบบการทำงานรูปแบบใหม่ที่ลดภาระงานรูทีน
- สร้าง AI Champion จำนวน **20 คน** ครอบคลุม **11 สำนัก** และ **4 บริษัทในกลุ่ม**

โครงการ Cross-Functional Strategy Team

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างโครงสร้างองค์กรที่ยืดหยุ่นและลดการทำงานแบบแนวดิ่งโดยใช้กลยุทธ์ “Silo Transformation” เพื่อทลายข้อจำกัดระหว่างหน่วยงาน และเปลี่ยนผ่านไปสู่การทำงานรูปแบบ Network of Teams อย่างเต็มตัว ผ่านการจัดตั้งทีมขับเคลื่อนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการข้ามสายงาน (Cross-Functional Strategy Team) ที่รวมตัวแทนผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายสายงานอาทิ สายงานปฏิบัติการ การตลาด จัดซื้อ เทคโนโลยีสารสนเทศ กลยุทธ์ธุรกิจ และสายงานสนับสนุน ภายใต้โครงสร้างแบบ Integrated Agile Squads ที่สมาชิกในทีมไม่ได้ทำงานตามคำสั่งของสายบังคับบัญชาเดิมเพียงอย่างเดียว แต่มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือภายใน และเครือข่ายความรู้ระหว่างกัน ซึ่งช่วยให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การทำงานในรูปแบบนี้ยังช่วยสร้างระบบนิเวศแห่งการเรียนรู้ที่พนักงานสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ข้ามสายงานได้อย่างไร้รอยต่อ

นอกจากนี้ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของเครือข่ายทีมให้เข้มแข็ง บริษัทได้จัดหลักสูตรพัฒนาบุคลากรที่เน้น Future Skills & Collective Mindset เช่น Strategic Thinking, Agility และ EQ Leadership เพื่อให้ทีมสามารถบริหารจัดการความขัดแย้งและประสานพลังได้อย่างมืออาชีพ พร้อมทั้งจัดให้มีเวทีแสดงศักยภาพที่เปิดกว้าง ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการระบุกลุ่มพนักงานศักยภาพสูง เพื่อเข้าสู่เส้นทางการเติบโตแบบ Fast Track โดยพิจารณาจากขีดความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและการสร้างผลลัพธ์เชิงกลยุทธ์ร่วมกัน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ปี 2568 มีพนักงานที่ได้รับการพัฒนาทักษะผ่านโครงการ Cross-Functional Strategy Team จำนวน 29 คน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- พนักงานได้รับการยกระดับทักษะนอกเหนือจากสายงานหลักของตนเอง (Cross-skilling) สร้างความพร้อมในการเติบโตสู่บทบาทผู้นำในอนาคต
- สร้างเครือข่ายทีม (Teams and Network) แบบข้ามสายงาน ส่งผลให้การทำงานราบรื่น และมีประสิทธิภาพ

โครงการต่อเนื่องการเพิ่มผลผลิต (Productivity Improvement Program)

บริษัทมุ่งส่งเสริมให้พนักงานยกระดับกระบวนการทำงานผ่านการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การสนับสนุนอย่างใกล้ชิดจากผู้บริหารระดับสูงในฐานะที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ (Mentorship & Coaching) เพื่อถ่ายทอดเทคนิคและกำกับดูแลโครงการให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้แบบลงมือทำจริง (Active Learning) ที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้ฝึกทักษะการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และแลกเปลี่ยนมุมมองผ่านการทำงานร่วมกันข้ามสายงาน (Cross-Functional Team) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลูกฝังแนวคิดและทัศนคติที่มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร ผ่านโครงการไฮไลท์ อาทิ การนำระบบปัญญาประดิษฐ์ AI Tanpin Kanri (AITK) มาใช้ในการคาดการณ์และจัดสรรสินค้าอัตโนมัติ เพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ NEXTSS ให้เกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งสร้างวัฒนธรรมการปรับปรุงงานอย่างเป็นอิสระ (Autonomous Improvement) ภายใต้มาตรการ “4 เพิ่ม 1 ควบคุม” เพื่อส่งเสริมการพัฒนากระบวนการและบริการที่มีคุณภาพ พร้อมลดต้นทุนการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับต่อพนักงาน

- พนักงานได้รับการพัฒนาทักษะการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจและแก้ปัญหาหน้างานจริงได้อย่างแม่นยำ
- ช่วยลดเวลาการทำงานของพนักงาน 6,012 ชั่วโมงต่อปี
- พนักงานเข้าร่วมโครงการ 17,000 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด

ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อองค์กร

- เพิ่มรายได้ 98 ล้านบาทต่อปี
- เพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน ร้อยละ 30
- ลดต้นทุน 337 ล้านบาทต่อปี
- มูลค่าที่ได้จากการปรับปรุงกระบวนการรวม 436 ล้านบาท

โปรแกรมช่วยเหลือและเตรียมความพร้อมสำหรับพนักงานที่กำลังจะเกษียณ

บริษัทมุ่งมั่นดูแลบุคลากรอย่างครบวงจรในทุกช่วงเวลาของเส้นทางอาชีพ โดยเฉพาะการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุ (Pre-retirement Transition) เพื่อปลูกฝังทัศนคติเชิงบวกและเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นในการปรับตัวเข้าสู่การใช้ชีวิตหลังเกษียณอย่างสมดุลและทรงคุณค่า ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินโครงการพัฒนาชีวิตแบบองค์รวมผ่านหลักสูตรที่ออกแบบให้เหมาะสมกับพนักงานในแต่ละช่วงวัยครอบคลุมมิติต่าง ๆ ดังนี้

- หลักสูตรด้าน Financial Health ความรู้ด้านเงินทุกช่วงวัย เพื่อวางแผนความมั่นคงทางการเงิน
- หลักสูตร “การสร้างงานสร้างอาชีพ” เสริมทักษะอาชีพทางเลือกสำหรับการพึ่งพาตนเองในอนาคต
- หลักสูตร “อิคิไก บ่มเพาะเมล็ดพันธุ์แห่งความสุขและคุณค่าของชีวิต” สร้างความสุข เสริมภูมิคุ้มกันทางจิตใจ ค้นหาคุณค่าและความหมายของชีวิต
- หลักสูตร “ออกแบบชีวิตเส้นทางชีวิตและการงาน” เน้นการออกแบบเส้นทางชีวิตและการงาน เพื่อการใช้ชีวิตอย่างมีเป้าหมายและเกิดสมดุลในชีวิต



นอกจากนี้ บริษัทดำเนินงานช่วยเหลือพนักงานกรณีเลิกจ้าง หรือสนับสนุนการจ้างงานต่อเนื่องหลังจากบุคลากรของบริษัทมีการเกษียณอายุ โดยมอบสิทธิประโยชน์ทางด้านการเงินและสวัสดิการค่ารักษาพยาบาล พร้อมทั้งจัดตั้งชมรมผู้เกษียณอายุ และเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถเลือกเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven หรือได้รับการว่าจ้างต่อในฐานะที่ปรึกษาของบริษัท ในปี 2568 มีพนักงานหลังเกษียณอายุได้รับการว่าจ้างต่อในฐานะที่ปรึกษา จำนวน 36 คน

โครงการดังกล่าวสะท้อนความมุ่งมั่นของบริษัทในการเตรียมความพร้อมให้พนักงานก้าวสู่บทบาทใหม่ หลังเกษียณอย่างมั่นคง โดยบูรณาการการสร้างความสุขควบคู่ไปกับการรักษาสมดุลทั้งด้านสุขภาพและเสถียรภาพทางการเงินอย่างยั่งยืน





ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อพนักงาน

- พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการทรัพย์สินและสวัสดิการหลังเกษียณเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดความมั่นคงทางการเงินในระยะยาวและลดความวิตกกังวลต่ออนาคต
- ร้อยละ 41.77 ของพนักงานกลุ่มเป้าหมายได้รับการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุ
- ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมระบุว่า พนักงานมีความเชื่อมั่นและมีทัศนคติเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลง (Transition Mindset) สามารถปรับตัวเข้ากับบทบาทใหม่ในสังคมได้อย่างมีความสุขคิดเป็นร้อยละ 96.61
- พนักงานเกษียณอายุได้รับการจ้างงานต่อเนื่องของผู้เกษียณอายุทั้งหมด 522 คน คิดเป็นร้อยละ 74.36

โปรแกรมการสร้างการรับรู้และปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กร

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เชื่อมั่นว่ารากฐานสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืนคือ “คน” โดยมีวัฒนธรรมองค์กร “Harmony” เป็นหัวใจหลักในการหล่อหลอมพนักงานกว่าแสนคนให้มีทัศนคติและพฤติกรรมไปในทิศทางเดียวกัน มุ่งเน้นการประสานความหลากหลายให้กลายเป็นพลังสร้างสรรค์ โดยมีหัวใจสำคัญคือหลักปฏิบัติ “Clear Care Share Fun” ที่ถูกปลูกฝังลงในกระบวนการทำงานและการสื่อสารทั่วทั้งองค์กร โดยบริษัทได้วางระบบการเรียนรู้และปลูกฝังวัฒนธรรม Harmony ผ่านกระบวนการที่เข้มข้น ดังนี้

- ปลูกฝังค่านิยมหลักผ่านโปรแกรมปฐมนิเทศและการอบรมสัมมนาที่เข้มข้น เพื่อให้พนักงานใหม่เข้าใจและพร้อมปรับตัวเข้ากับวิถีของบริษัทที่เน้นการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม
- ส่งเสริมให้ผู้บริหารทุกระดับทำหน้าที่เป็น “Culture Ambassador” ที่ถ่ายทอดทัศนคติและพฤติกรรมตามหลัก Harmony ผ่านการปฏิบัติจริง (Leading by Example) และการให้คำปรึกษา (Coaching) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับทีมงาน
- จัดกิจกรรมรณรงค์และ Workshop อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และทำความเข้าใจในความแตกต่างของแต่ละบุคคล (Diversity & Inclusion) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความเคารพซึ่งกันและกันภายใต้หลัก “Harmony”





ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อพนักงาน

- พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ ในวัฒนธรรม Harmony และเข้าใจถึงความสำคัญของการสร้างพลังองค์กร
- พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเข้าใจในนโยบายและทิศทางของบริษัทฯ
- พนักงานสามารถสร้างสรรค์บรรยากาศในการทำงานร่วมกันเป็นทีม และร่วมมือในการสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืนบนพื้นฐานของวัฒนธรรมองค์กร

โครงการต่อเนื่อง 7ส ให้ความรู้ สร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทกำหนดนโยบายและหัวข้อการรณรงค์การดำเนินงาน 7ส เพื่อสร้างความเข้าใจรวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรจากการทำงานอย่างคุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุด ลดผลกระทบต่อธรรมชาติน้อยที่สุด ช่วยลดภาวะโลกร้อน และรักษาสภาพแวดล้อมให้สะอาดน่าอยู่ด้วยหลักการ 1A3R หลีกเลี่ยง (Avoid) ลดการใช้ (Reduce) นำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) พร้อมทั้งจัดทำสื่อให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับแนวปฏิบัติในการลดการใช้ไฟฟ้าและน้ำ ลดการใช้วัสดุ การลดและจัดการขยะผ่านพอร์ทัลของบริษัท กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริม และสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ อาทิ วิดีโอโปสเตอร์ ครอบคลุมพนักงานทุกระดับ ทุกพื้นที่ปฏิบัติงานครอบคลุมพื้นที่สายปฏิบัติการ พื้นที่สายกระจายสินค้า และพื้นที่สำนักงาน



ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อพนักงาน

- มีพนักงานเข้าร่วมกิจกรรม สร้างความตระหนักรู้ **127,845 คน** คิดเป็น**ร้อยละ 100** ของพนักงานประจำทั้งหมด





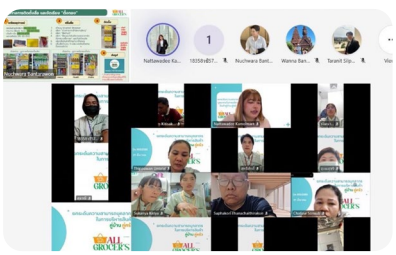
โปรแกรมการพัฒนาทักษะทางอาชีพและการเติบโต

โปรแกรมการอบรมหลักสูตร ยกระดับความสามารถบุคลากรในการบริหารสินค้าคู่บ้าน คู่ครัว (ALL GROCER'S)

จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปหลังสถานการณ์โควิด19 ซึ่งหันมานิยมเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นผ่านร้านสะดวกซื้อทดแทนการเข้าห้างสรรพสินค้ามากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มสินค้า "คู่บ้าน" (ของใช้ในครัวเรือนและกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด) และ "คู่ครัว" (อาหารแห้งและนมยูเอชที) บริษัทจึงได้ดำเนินการจัดอบรมผ่านหลักสูตร "ALL GROCER'S" เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านมาตรการหลัก ดังนี้

- มุ่งเน้นการสร้างความเข้าใจในเป้าหมายและกลยุทธ์การบริหารจัดการสินค้ากลุ่มคู่บ้านและคู่ครัวอย่างเป็นระบบ เพื่อให้พนักงานสามารถบริหารจัดการสต็อกและวางแผนการขายได้อย่างแม่นยำตามกระบวนการที่ถูกต้อง
- พัฒนาทักษะการวิเคราะห์และนำเสนอสินค้าตามจำแนกกลุ่มลูกค้า (Customer Segmentation) เพื่อส่งมอบบริการที่ตรงใจและสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่
- บูรณาการการเรียนรู้แบบผสมผสาน ทั้งรูปแบบเสมือนจริง (Virtual) และการลงมือปฏิบัติจริง ณ ร้านสาขา (Action Learning) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้จัดการร้านและผู้ช่วยผู้จัดการเขต สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้ทันที
- กำหนดระบบติดตามและประเมินผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม โดยวัดผลจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นจริงภายในระยะเวลา 30 วันหลังการอบรม เพื่อทวนสอบความสำเร็จของโครงการและการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน









โปรแกรมการอบรมหลักสูตร มาตรฐานสินค้าและบริการเครื่องดื่ม All Select

เพื่อตอบสนองต่อกลยุทธ์การขยายธุรกิจเครื่องดื่มระดับพรีเมี่ยมภายใต้แบรนด์ All Select และสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นในตลาดกาแฟ เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการกาแฟ ระดับพรีเมี่ยมมากขึ้น บริษัทได้ยกระดับศักยภาพบุคลากรตั้งแต่ระดับพนักงานร้านจนถึงผู้จัดการร้าน ผ่านหลักสูตร “มาตรฐานสินค้าและบริการเครื่องดื่ม All Select” เพื่อเปลี่ยนผ่านสู่การเป็นผู้เชี่ยวชาญที่สามารถส่งมอบประสบการณ์เหนือระดับให้แก่ลูกค้าได้อย่างเป็นมืออาชีพ ในรูปแบบ Classroom โดยมีหัวข้อการอบรม ดังนี้

- เสริมสร้างความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับที่มาของกาแฟ การบริหารจัดการพื้นที่หน้าร้าน รวมถึงแนวทางการบริหารจัดการวัตถุดิบและอุปกรณ์ให้คงประสิทธิภาพสูงสุด
- พัฒนาทักษะการปฏิบัติงานที่ต้องใช้ความแม่นยำสูง ได้แก่ การวิเคราะห์และแยกแยะรสชาติกาแฟ (Sensory Skills) เทคนิคการสกัดช็อตกาแฟตามมาตรฐาน การชงเครื่องดื่มที่ซับซ้อน และการดูแลบำรุงรักษาอุปกรณ์ระดับมืออาชีพ
- การบริการตามมาตรฐานระดับพรีเมี่ยม ตั้งแต่ขั้นตอนการจัดเตรียมจนถึงการส่งมอบ เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ที่น่าประทับใจ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อแบรนด์







โปรแกรมการอบรมหลักสูตร ยกระดับการขับขี่ปลอดภัยในการบริการ สำหรับพนักงานส่งสินค้า 7-Delivery

เพื่อตอบสนองต่อการขยายตัวของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) และพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ที่เน้นความสะดวกและรวดเร็ว บริษัทมุ่งมั่นยกระดับมาตรฐานพนักงานส่งสินค้า 7-Delivery โดยการเสริมสร้างทักษะรอบด้านภายใต้หลักสูตร “ยกระดับการบริการและการขับขี่ปลอดภัย” เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดควบคู่ไปกับความปลอดภัยบนท้องถนน โดยมีหัวข้อหลักในการอบรม ดังนี้

- สร้างความตระหนักรู้และจิตสำนึกด้านความปลอดภัย เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ (Zero Accident) ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการปกป้องบุคลากรและรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมทางในสังคม
- พัฒนาทักษะการขับขี่เชิงป้องกัน ผ่านการฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เพื่อให้พนักงาน มีความเชี่ยวชาญในการควบคุมยานพาหนะภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เสริมสร้างความเข้าใจในมาตรฐานการบริการระดับพรีเมี่ยม ตั้งแต่กระบวนการตรวจสอบ ความถูกต้องของสินค้าก่อนส่งมอบ ไปจนถึงเทคนิคการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างสุภาพและถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐานของบริษัท

โดยมีการเรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับต่อพนักงาน

- พนักงานเข้าร่วมพัฒนาในหลักสูตร “ยกระดับความสามารถบุคลากรในการบริหารสินค้าคู่บ้าน คู่ครัว (ALL GROCER’S)” จำนวนสะสม **1,773 คน** และผ่านการทดสอบ **ร้อยละ 100** ของผู้เข้าร่วมพัฒนา
- พนักงานเข้าร่วมพัฒนา และผ่านการทดสอบทักษะ ในหลักสูตร มาตรฐานสินค้าและบริการ เครื่องดื่ม All Select” จำนวนสะสม **2,528 คน**
- พนักงานเข้าร่วมพัฒนา และผ่านการทดสอบทักษะ ในหลักสูตร “ยกระดับการขับขี่ปลอดภัย ในการบริการ สำหรับพนักงานส่งสินค้า 7-Delivery” จำนวนสะสม **4,913 คน**

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับต่อองค์กร

- หลังเข้าร่วมการพัฒนาในหลักสูตร “ยกระดับความสามารถบุคลากรในการบริหารสินค้าคู่บ้าน คู่ครัว (ALL GROCER’S)” พนักงานสามารถสร้างยอดขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้น **ร้อยละ 18** เมื่อเทียบกับช่วงก่อนเข้าอบรม



โครงการต่อเนื่อง Signature Service (เสน่ห์คนบริการ)

บริษัทมุ่งมั่นยกระดับการให้บริการของพนักงานร้าน 7-Eleven เพื่อส่งมอบประสบการณ์” ที่ดีให้กับลูกค้า โดยเริ่มจากการถ่ายทอดวัฒนธรรม 5-7-11 Harmony เพื่อให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจ พร้อมดูแลลูกค้า สังคม และชุมชน โดยในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินกลยุทธ์สร้างระบบนิเวศการเรียนรู้และติดตามผลอย่างเป็นระบบ ดังนี้

- จัดกิจกรรม Mini workshop เพื่อเสริมเทคนิคการบริการ ให้ได้ตามมาตรฐาน PSAO (Polite Speed Accuracy Offer value) “ประทับใจ ฉับไว ครบถ้วน และคุ้มค่า” ผ่านการเรียนรู้ แบบกลุ่มย่อย เน้น Role play โดยมีพี่เลี้ยงในระดับผู้ช่วยผู้จัดการเขต (FC) และผู้จัดการเขตเป็นต้นแบบในการถ่ายทอด เพื่อเน้นย้ำทักษะการสื่อสารและบริการด้วยใจ
- จัดกิจกรรมเฟ้นหาสุดยอดการบริการ “Signature Service Award” เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับร้านที่สามารถนำเรื่องการบริการลูกค้า การดูแลลูกค้าเหนือความคาดหมาย สะท้อนไปยังยอดขาย ตามแนวคิด “Butler Service: Emotion to commercial” โดยวัดผลครอบคลุม 3 มิติสำคัญ ได้แก่ การบริการลูกค้า การบริหารทีมงาน และการสร้างยอดขาย
- กำหนดมาตรฐานพฤติกรรมการบริการที่พึงประสงค์ (Key Service Behaviors) พร้อมนำเทคโนโลยี CCTV มาใช้ในการติดตามผลเชิงสร้างสรรค์แบบ “จับถูก” (Positive Audit) เพื่อชื่นชมพฤติกรรมที่ดีและให้คำแนะนำในการปรับปรุงอย่างทันท่วงที ควบคู่กับการสื่อสารเทคนิคการให้บริการผ่านสื่อการเรียนรู้ที่เข้าถึงง่าย





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- คะแนนความง่ายในการใช้บริการ (Customer Effort Score: CES) **4.66 คะแนน** จากคะแนนเต็ม 5
- จำนวนคำชมเชยจากลูกค้าที่ประทับใจในบริการของพนักงาน เพิ่มขึ้น**ร้อยละ 10.3**
- พนักงานร้านที่ผ่านกิจกรรมเรียนรู้ด้านบริการ จำนวน **11,759 คน**
- พนักงานร้านที่ผ่านหลักสูตรยกระดับการให้บริการแบบ Butler Service จำนวน **2,500 สาขา**



การพัฒนาทักษะ สร้างความตระหนักด้านความยั่งยืนและธรรมาภิบาล

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานทุกระดับให้สามารถรับมือกับความเสี่ยงและโอกาสการเติบโตของธุรกิจ และส่งเสริมการสร้างความตระหนักรู้ด้านความยั่งยืนตาม ESG ตั้งแต่พนักงานเริ่มงานใหม่ตามกระบวนการ On-boarding ในปี 2568 บริษัทได้เน้นย้ำสร้างความตระหนัก ถึงความสำคัญของพลังงานและสิ่งแวดล้อมแก่พนักงานทุกระดับ ด้วยหลักสูตร “การจัดการพลังงานและสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน” และดำเนินการ ฝึกอบรมทบทวน (Refresher Training) รูปแบบ e-Learning ในหลักสูตรความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (ESG Quiz) พร้อมทั้งจัดการประเมินระดับความรู้และความเข้าใจหลังการอบรมแก่พนักงานทุกระดับ โดยมีจำนวนพนักงานเข้าร่วม การฝึกอบรมทบทวนคิดเป็นร้อยละ 100 และสอบผ่านการประเมินระดับความรู้และความเข้าใจหลังการอบรมคิดเป็นร้อยละ 100 นอกจากนี้พนักงานยังสามารถเข้าถึงความรู้ด้านความยั่งยืนและธรรมาภิบาลผ่านพอร์ทัลของบริษัท การอบรมสัมมนาออนไลน์ กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริม อาทิ กิจกรรมการประกวดประหยัดพลังงานไฟฟ้าในพื้นที่อาคารสำนักงานเดอะธารา และสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ ผ่านวิดีโอ โปสเตอร์ มาสคอตสัญลักษณ์ตัวแทน

เนื้อหาหลักสูตรความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (ESG Quiz)

- ธรรมาภิบาลและต่อต้านการทุจริต
- ความตระหนักด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์
- การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
- สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การพัฒนาผู้นำ (Leadership Development Program)

โครงการเถ้าแก่

ซีพี ออลล์ มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาผู้นำเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกและเทคโนโลยี ผ่านหลักสูตรพัฒนาผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็นในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงองค์กร ลดขั้นตอนการทำงานและเพิ่มอำนาจการตัดสินใจ อีกทั้งเป็นการเพิ่มการผสานพลังกันภายในเครือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างผลประโยชน์สูงสุด โดยดำเนินการพัฒนาผู้นำแยกตามระดับ ดังนี้

เถ้าแก่ใหญ่ (Senior Leaders Development Program)	เถ้าแก่กลาง (Leaders Development Program)	เถ้าแก่เล็ก (Potential Leaders Development Program)	เถ้าแก่น้อย (Future Leaders Development Program)
มุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนากลุ่ม ซีพี ออลล์ และเครือเจริญโภคภัณฑ์	พัฒนาผู้นำระดับปฏิบัติการ เน้นการปฏิรูปกระบวนการทำงาน	พัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ เน้นการพัฒนาธุรกิจ	สำหรับพนักงานรุ่นใหม่

ทั้งนี้ บริษัทดำเนินการพัฒนาผู้นำผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลาย อาทิ การลงมือทำโครงการพัฒนาธุรกิจจริง (Action Learning) โดยมีผู้บริหารเป็นที่ปรึกษาร่วมลงคำแนะนำ (Coaching) การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop) การแบ่งปันความรู้หรือประสบการณ์จากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอก (Guest Speaker) รวมถึงการสัมมนาทางไกล (Online Conference) โดยมีการวัดผลลัพธ์โครงการ อีกทั้งมีการมอบประกาศนียบัตรแก่ผู้ร่วมโครงการ เพื่อเป็นการแสดงความยินดีและเป็นกำลังใจให้แก่บุคลากรที่มุ่งมั่นพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- พนักงานที่เข้าร่วมการพัฒนาผู้นำผ่านโครงการเถ้าแก่ ปี 2568 **586 คน**
- โครงการธุรกิจที่นำไปดำเนินการจริง **76 โครงการ**
- สร้างรายได้แก่องค์กร (หน่วย: ล้านบาท)

  FLP: **413.66 ล้านบาท**

  PLP: **18,745.99 ล้านบาท**

  LDP: **129,071.54 ล้านบาท**

การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง

การพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูง บริษัทได้จัดทำโครงการพัฒนา “ความเป็นผู้นำ” และ “พัฒนาตนเอง” โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. การพัฒนาความเป็นผู้นำ (Leadership Development) มุ่งเน้นการเสริมทักษะแห่งอนาคต (Future Skills) ทั้งด้าน Hard Skills และ Soft Skills และการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ (Action-based Learning) พร้อมเสริมทักษะที่ทันต่อสถานการณ์โลกยุคใหม่ เช่น Digital & AI

2. การพัฒนาตนเองจากภายใน (Self Development) มุ่งเน้นการถอดรหัสตัวตน สร้างพลังบวกจากภายใน และเพิ่มความสุขในการทำงาน

3. การสร้างโอกาสในการแสดงศักยภาพ (Opportunities) บริษัทเปิดพื้นที่ให้กลุ่มผู้มีศักยภาพสูงและผู้สืบทอดตำแหน่งสำคัญได้แสดงศักยภาพผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยออกแบบแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) ใน 3 รูปแบบ ได้แก่

- การขยายขอบเขตความรับผิดชอบ (Job Enlargement) มอบหมายภารกิจที่ท้าทายขึ้น ทั้งในเชิงลึก (งานซับซ้อนที่ต้องใช้การตัดสินใจสูง) และเชิงกว้าง (เพิ่มความหลากหลายของหน้าที่)
- การหมุนเวียนงาน (Job Rotation) ส่งเสริมการเรียนรู้ข้ามสายงาน เพื่อพัฒนาทักษะการปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ และสร้างมุมมองทางธุรกิจที่หลากหลาย
- การเข้าร่วมโครงการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Project) เปิดโอกาสให้เป็นคณะทำงานในโครงการระดับองค์กร เพื่อฝึกฝนทักษะการแก้ปัญหาเชิงกลยุทธ์และการตัดสินใจในระดับบริหาร

4. การพัฒนาเชิงกลยุทธ์ผ่านการทำงานข้ามสายงาน (Cross-Functional Team) บริษัท มุ่งเน้นกระบวนการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง โดยจัดตั้งคณะทำงานข้ามสายงาน ซึ่งคัดเลือกจากกลุ่มผู้มีศักยภาพสูงและผู้สืบทอดตำแหน่งสำคัญ เพื่อเป็นเวทีในการขับเคลื่อนกลยุทธ์องค์กรและส่งเสริมบทบาทในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง

โปรแกรมจูงใจระยะยาว

บริษัทได้ออกแบบโปรแกรมการจูงใจระยะยาวที่มีประสิทธิภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดและรักษาพนักงาน รวมถึงผู้บริหารที่มีความสามารถและผลงานโดดเด่นให้ทำงานกับบริษัทในระยะยาว นอกจากนี้ยังช่วยให้พนักงานรู้สึกเป็นเจ้าของบริษัทมากขึ้น และสร้างแรงจูงใจพร้อมความผูกพันในการทำงาน เพื่อบรรลุเป้าหมายระยะยาวของบริษัท โดยบริษัทได้ดำเนินการ 2 รูปแบบดังนี้

Performance Shares

หุ้นที่บริษัทมอบให้กับพนักงานที่มีอายุงานไม่น้อยกว่า 3 ปี (ภายใต้โครงการ EJIP) ซึ่งพนักงานสามารถเลือกที่จะขายหุ้นเพื่อรับผลกำไรภายหลังครบระยะเวลา 3 ปี ตามที่บริษัทกำหนดไว้ หรือเลือกถือหุ้นเพื่อสร้างผลตอบแทนในระยะยาวต่อได้ ในปี 2568 ร้อยละของพนักงานที่ต่ำกว่าระดับผู้บริหารระดับสูงที่นำโปรแกรมไปใช้ คือ ร้อยละ 70

Performance-based cash

โบนัสพิเศษที่มอบให้กับพนักงาน จำนวนโบนัสพิเศษที่จ่ายให้พนักงานขึ้นอยู่กับผลงานของพนักงาน รวมถึงผลงานของบริษัทในการบรรลุเป้าหมายระยะยาวที่บริษัทกำหนดไว้ ครอบคลุมเป้าหมายทางด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ เป้าหมายการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี 2573 เป้าหมายด้านสังคม อาทิ ความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมากกว่าร้อยละ 80 ภายในปี 2568

ตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรที่เชื่อมโยงกับโครงการจูงใจระยะยาวสำหรับพนักงาน

ประเภท	มิติ	ตัวชี้วัด
ผลการดำเนินธุรกิจ	การทำกำไร	• ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) • ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)
ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน	สิ่งแวดล้อม	ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน (ลดลง) -25% เทียบ BAU” ภายในปี 2573
	สังคม	ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย >80% by 2573
	ธรรมาภิบาล	บริษัทได้รับการจัดลำดับการกำกับดูแลกิจการในระดับดีเลิศ โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

เพื่อให้เป้าหมายและกลยุทธ์ระยะยาวของบริษัทบรรลุผล ตั้งแต่ปีฐาน พ.ศ. 2564 บริษัทได้ดำเนินโครงการจูงใจระยะยาวสำหรับพนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรภายในระยะเวลา 5 ปี ซึ่งถือเป็นหมุดหมายสำคัญในการบรรลุเป้าหมายด้านธุรกิจและความยั่งยืนขององค์กร โดยโครงการนี้มีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานและความก้าวหน้าของพนักงานเมื่อเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่องเป็นรายปี

เป้าหมายการดำเนินงานจะได้รับการกำหนดเฉพาะสำหรับแต่ละหน่วยปฏิบัติการ เพื่อให้มั่นใจว่าสอดคล้องกับเป้าหมายหลักในภาพรวมขององค์กร และแต่ละหน่วยปฏิบัติการจะได้รับมอบหมายระดับความสำเร็จเมื่อเทียบกับเป้าหมายเฉพาะให้กับคณะทำงานที่รับผิดชอบ อัตราค่าตัวคูณเฉลี่ยของโบนัสพิเศษที่เกี่ยวข้องกับค่าตอบแทนตามผลการปฏิบัติงานสำหรับพนักงานระดับต่ำกว่าผู้บริหารระดับสูงจะอยู่ระหว่าง ร้อยละ 0 ถึง ร้อยละ 180 โดยขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานของบริษัท เช่น ยอดขาย จำนวนสาขา ความพึงพอใจของลูกค้า การมีส่วนร่วมของพนักงาน ภาพลักษณ์องค์กร และระดับความสำเร็จเมื่อเทียบกับเป้าหมายระยะยาวที่บริษัทกำหนดไว้ เป็นต้น

พนักงานระดับต่ำกว่าผู้บริหารระดับสูง (ตั้งแต่ผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่าถึงผู้จัดการทั่วไปหรือเทียบเท่า) จะเข้าร่วมโครงการจูงใจระยะยาวดังกล่าวในอัตราร้อยละ 10

การประเมินผลการปฏิบัติการ

บริษัทขับเคลื่อนองค์กรด้วยระบบการบริหารผลงานที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ผ่าน Management by Objectives (MBO) โดยใช้ดัชนีชี้วัดผลงาน (Key Performance Indicators: KPI) ที่สอดประสานกันตั้งแต่ระดับกลยุทธ์องค์กร (Corporate KPI) ถ่ายทอดลงสู่ระดับหน่วยงาน (Business Unit KPI) และระดับบุคคล (Individual KPI) ครอบคลุมทั้งภารกิจหลักและโครงการเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อสร้างความผูกพันและผลักดันให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการบรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ เพื่อให้ได้มุมมองที่รอบด้านและเป็นธรรม บริษัทได้นำระบบการประเมินผลแบบ 360 องศา (360-Degree Feedback) มาใช้ในการพิจารณาพฤติกรรมและศักยภาพด้านภาวะผู้นำ โดยบูรณาการข้อมูลจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา และลูกค้า ซึ่งกระบวนการประเมินแบบหลายมิตินี้ (Multidimensional Performance Appraisal) เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้พนักงานรับรู้ถึงจุดแข็งและโอกาสในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง



การเชื่อมโยงระบบบริหารผลการปฏิบัติงานดังกล่าว ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างความโปร่งใสและความเป็นธรรมในการพิจารณาผลตอบแทน แต่ยังเป็นรากฐานสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อส่งผลให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีเยี่ยมและเติบโตอย่างยั่งยืน

องค์ประกอบที่บริษัทใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับงาน ประกอบด้วยตัวชี้วัดระดับองค์กร หน่วยงาน และระดับบุคคล

ตัวชี้วัดด้านพฤติกรรมการทำงานของแต่ละบุคคลที่มีต่อค่านิยมหลักขององค์กร ประกอบด้วย

- การยอมรับการเปลี่ยนแปลง (Accept Change)
- การทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย (Simplification)
- การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Innovation)
- ปฏิบัติงานด้วยความเร็วและมีคุณภาพ (Speed & Quality)
- ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ เป็นธรรม ยึดมั่นในข้อบังคับและจรรยาบรรณ (Integrity & Honesty)
- ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ ได้แก่ องค์กร ประชาชน และประเทศชาติ (3 Benefits)

ตัวชี้วัดด้านภาวะผู้นำ (Leadership Competency) ได้แก่

- ความสามารถในการคิด (Ability to think)
- ความสามารถในการสื่อสาร (Ability to Communicate)
- ความสามารถในการทำงานให้สำเร็จ (Ability to Drive Results)
- ความสามารถในการทำงานกับบุคคลต่าง ๆ (Ability to work with others)

บริษัทให้ความสำคัญกับการทำงานที่เน้นความร่วมมือข้ามสายงาน โดยนอกเหนือจากการประเมินผลสัมฤทธิ์ระดับบุคคล (Individual KPI) แล้ว พนักงานที่เข้าร่วมโครงการกลยุทธ์หรือคณะทำงานพิเศษจะได้รับการประเมินผลผ่านตัวชี้วัดร่วมระดับทีม (Team-Based KPIs) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบบูรณาการ (Team-Based Performance Appraisal) แนวทางนี้มุ่งเน้นการวัดผลความสำเร็จทั้งในภารกิจหลักและความร่วมมือในโครงการพิเศษ เพื่อส่งเสริมให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกันและบรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร และเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทได้นำกระบวนการสื่อสารเชิงรุกแบบสองทาง (Agile Conversations) มาใช้เป็นกลไกหลักในการพัฒนาพนักงาน โดยส่งเสริมให้ผู้บังคับบัญชาดำเนินการชี้แนะและให้ข้อเสนอแนะเชิงสร้างสรรค์ (Continuous Feedback) อย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี ผ่านระบบดิจิทัล All Perform Plus และการประชุมทีมที่เป็นระบบ (Recurring Team Meetings)

กระบวนการดังกล่าวช่วยให้พนักงานสามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการทำงานได้ทันต่อสถานการณ์ (Real-time Adjustment) และมั่นใจว่าผลการปฏิบัติงานในทุกระดับมีความสอดคล้อง (Alignment) กับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และกลยุทธ์การเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน ในปี 2568 มีพนักงานได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานผ่านรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

ประเภทการบริหารผลการปฏิบัติงาน	รอบการประเมิน	ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการประเมิน
การบริหารโดยใช้เป้าหมาย (Management by Objectives) ประเมินผลโดยผู้บังคับบัญชาโดยตรง	ไตรมาสละครั้ง	54.30
การประเมินผลการปฏิบัติงานระดับทีม (Team-based Appraisal) ประเมินผลโดยผู้บังคับบัญชาและบุคคลอื่น ๆ ที่ทำงานโครงการร่วมกับพนักงาน	ไตรมาสละครั้ง	0.63
การประเมินแบบ 360 องศา (Multidimensional Performance Appraisal) ประเมินโดยผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา ลูกค้า	ปีละครั้ง	12.77
การบริหารผลการปฏิบัติงานแบบต่อเนื่อง (Agile Conservation)	ต่อเนื่อง	50.64

การประเมินความผูกพันของพนักงาน

บริษัทเชื่อมั่นว่าเสียงสะท้อนของพนักงาน คือ หัวใจสำคัญในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน จึงได้ร่วมมือกับแกลลัพ (Gallup) องค์กรผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยระดับสากลในการดำเนินการสำรวจความผูกพันของพนักงานฉบับสมบูรณ์ (Full Survey) ปีเว้นปี เพื่อรับประกันความเป็นกลาง ความน่าเชื่อถือ และคุณภาพของผลวิเคราะห์ของข้อมูล

ในปีที่ไม่ได้ทำการสำรวจฉบับสมบูรณ์ (Full Survey) บริษัทได้ดำเนินการแบบสำรวจภายในองค์กรเพื่อประเมินอุณหภูมิองค์กร (Pulse Survey) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่ากิจกรรมและมาตรการด้านประสบการณ์พนักงานตอบสนองต่อความต้องการของพนักงานอย่างแท้จริง

โดยการสำรวจครอบคลุมข้อคำถามจำนวน 15 ข้อ ในรูปแบบคำถามปลายปิด และปลายเปิด ครอบคลุมมิติหลักด้านประสบการณ์พนักงานและสภาพแวดล้อมการทำงาน ข้อมูลที่ได้รับถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อระบุปัจจัยเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล วางแผนพัฒนาผู้นำ และปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานในเชิงระบบ เพื่อสนับสนุนประสิทธิภาพการทำงานและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร ดังนี้



นอกเหนือจากการสำรวจความผูกพันแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการศึกษาปัจจัยเชิงลึกที่ส่งผลต่อสุขภาวะทางจิต โดยดำเนินการวัดปัจจัยด้าน “ความสุขและความเครียด” ของพนักงานอย่างเป็นระบบ เพื่อระบุสาเหตุและข้อกังวลที่แท้จริง (Root Cause Analysis) พร้อมทั้งแสวงหาแนวทางบริหารจัดการความเครียดอย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและยกระดับความสุขในที่ทำงานตามปรัชญาองค์กรที่ว่า “เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้า ด้วยทีมงานที่มีความสุข” บริษัทจึงได้ออกแบบเครื่องมือประเมินที่ครอบคลุมทั้งข้อคำถามแบบปลายปิดเพื่อการวัดผลเชิงสถิติ และข้อคำถามแบบปลายเปิดเพื่อรับฟังเสียงสะท้อนอย่างรอบด้าน โดยมุ่งเน้นในมิติต่าง ๆ ดังนี้

ระดับความสุข (Degree of Happiness)	ระดับความเครียด (Degree of Stress)	ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเครียด (Stressors of Stress Factors)
ตัวอย่างคำถาม		
คุณมีความสุขมากน้อย ในระดับใด	คุณมีความกังวลมากน้อย ในระดับใด	คุณรู้สึกเครียดเกี่ยวกับเรื่องอะไรมากที่สุด • ด้านงาน • ปัญหาส่วนตัว (เงิน ครอบครัว สุขภาพ ปัญหาอื่น ๆ โปรดระบุ)

ข้อมูลและข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการสำรวจความผูกพันและผลการประเมินสุขภาวะ ถูกนำมาวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อพัฒนาเป็นนโยบายด้านทรัพยากรบุคคลและกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก โดยบริษัทได้ทบทวนแนวทางปฏิบัติและออกแบบโครงการยกระดับความผูกพันผ่านความร่วมมือระหว่างผู้บริหารระดับสูงและตัวแทนคณะทำงานด้านความผูกพันจากแต่ละสายงาน ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินโครงการสำคัญเพื่อยกระดับความสุขและลดความเครียดของพนักงานอย่างเป็นรูปธรรม อาทิ

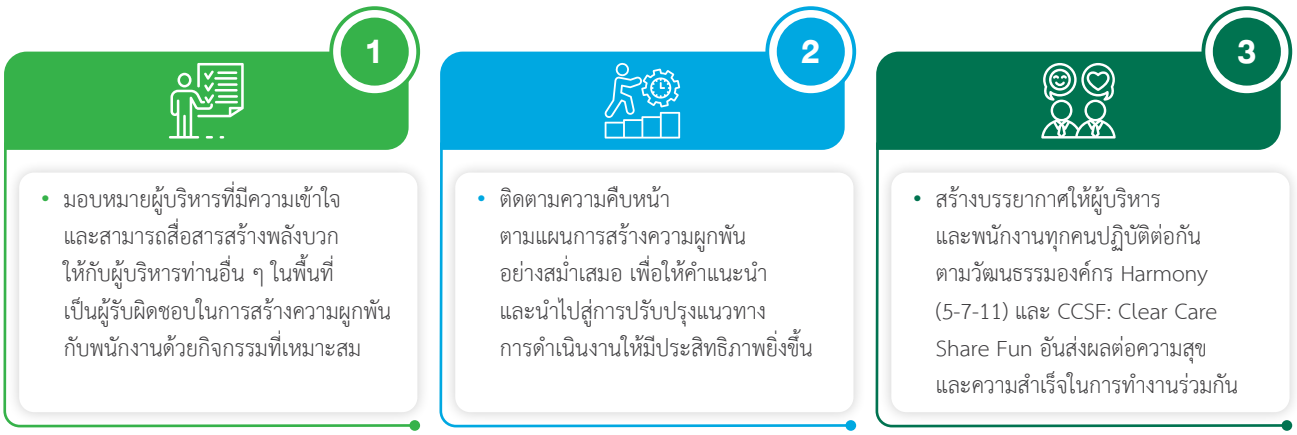
- กิจกรรมพลังทีม: การเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีและทลายกำแพงการทำงานทั้งภายในและระหว่างหน่วยงาน เพื่อขับเคลื่อนวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมที่เข้มแข็ง
- Workplace Environment Enhancement: การปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เอื้อต่อสุขภาวะและความคล่องตัว (Agility)
- Effective Performance Feedback: การส่งเสริมวัฒนธรรมการยกย่องชมเชยและสื่อสารผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความมั่นใจและแรงจูงใจในการเติบโต
- Employee Stress Management: การจัดโปรแกรมบริหารจัดการความเครียดอย่างเป็นระบบเพื่อดูแลสุขภาพจิตของพนักงานในเชิงรุก

โครงการเหล่านี้มีเป้าหมายสำคัญ เพื่อดึงดูด รักษา และพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง พร้อมทั้งสร้างแรงขับเคลื่อนให้พนักงานมีส่วนร่วมกับองค์กรอย่างเต็มกำลัง ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการนำพาบริษัทให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

แนวทางยกระดับความผูกพันของพนักงาน

1. แต่งตั้งคณะทำงานสร้างความผูกพันของกลุ่ม ซีพี ออลล์
2. ที่ปรึกษาด้านทรัพยากรบุคคลประจำหน่วยธุรกิจร่วม (HRBP) ร่วมกับตัวแทนสร้างความผูกพันของพนักงานแต่ละพื้นที่ กำหนดแนวทางปรับปรุงสำคัญที่มีผลต่อความผูกพัน และดำเนินการภายใต้หลักการ PDCA พร้อมทั้งนำเสนอความคืบหน้าต่อคณะทำงานสร้างความผูกพันของพนักงาน เดือนละ 1 ครั้ง จนครบทุกหน่วยงาน
3. ดำเนินการสำรวจความผูกพันของพนักงานเพิ่มเติม สอบถาม Pulse Survey และ Full Survey เป็นประจำ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงกลยุทธ์และพัฒนาแนวทางให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
4. รายงานผลความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

พร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้บริหารระดับสายงานของแต่ละพื้นที่เป็นแบบอย่างที่ดี (Role Model) ในการดำเนินการเพื่อยกระดับความผูกพันของพนักงาน ดังนี้



บริษัทจึงมุ่งมั่นดำเนินมาตรการและดำเนินกิจกรรมส่งเสริมความผูกพันพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อความเป็นอยู่ที่ดี การมีส่วนร่วม และการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในระยะยาว กิจกรรมดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความผูกพัน ความภาคภูมิใจและความไว้วางใจต่อองค์กรทั้งในระดับบริษัทและกลุ่มธุรกิจย่อย อันเป็นรากฐานของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

โปรแกรมให้รางวัลและยกย่องชมเชย

บริษัทเชื่อว่าความยั่งยืนขององค์กรเกิดจากความผูกพันที่ดีของพนักงาน จึงส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน เพื่อนร่วมงาน และหัวหน้างาน ผ่านโครงการต่าง ๆ เพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง ผ่านการดำเนินโครงการต่าง ๆ อาทิ โครงการ Reward & Recognition เพื่อยกย่อง ชมเชย และให้รางวัลสำหรับพนักงานที่ทำความดี โครงการพนักงานใหม่พบผู้บริหาร (พี่พบน้อง) สร้างความคุ้นเคยและเชื่อมโยงระหว่างพนักงานใหม่กับผู้บริหาร กิจกรรมสวัสดีทักทายยามเช้า ที่ให้หน่วยงานทรัพยากรบุคคลคอยต้อนรับเพื่อน ๆ พนักงานที่ปฏิบัติงานในอาคาร THE TARA เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนพนักงานและปลูกฝังทัศนคติเชิงบวกอันดีงาม โครงการ Happy Survey เพื่อตรวจสอบและพัฒนาความพึงพอใจของพนักงาน โครงการหอเกียรติยศ (Hall of Fame) เพื่อเชิดชูบุคลากรที่มีผลงานโดดเด่นสร้างคุณงามความดีให้แก่องค์กร โครงการ Happy Friday โดยการสร้างความรัก ความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กร ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เช่น การแข่งขันกีฬา อาทิ วอลเลย์บอล บาสเกตบอล ปิงปอง แบดมินตัน และการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมความสามารถพิเศษของพนักงาน เช่น โครงการจุดประกายพรสวรรค์ เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการบริหารผลตอบแทนและสวัสดิการอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง กำหนดนโยบายและปรับเงินเดือนประจำปี เพื่อดึงดูดและรักษาบุคลากรคุณภาพ พร้อมเสริมสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กรอย่างยั่งยืน.

ผลการดำเนินงานความยั่งยืน ปี 2568

ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2565	2566	2567	2568
302-1 (e) 2016	ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด	กิกะจูล	13,797,489.83	14,792,684.40	15,650,591.41	16,026,605.33
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	3,832,636.09	4,109,079.01	4,347,386.50	4,451,834.81
	ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	กิกะจูล	942,437.98	955,098.47	1,081,134.47	1,127,657.37
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	261,788.35	265,305.14	300,315.13	313,238.16
	การเผาไหม้อยู่กับที่	กิกะจูล	683,865.36	723,183.25	784,868.62	866,479.89
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	189,962.61	200,884.24	218,019.06	240,688.85
	• น้ำมันเตา	กิกะจูล	0	0	0	0
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	0	0	0	0
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	23,604.47	17,569.10	16,654.03	15,920.89
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	6,556.80	4,880.31	4,626.12	4,422.47
	• น้ำมันเบนซิน	กิกะจูล	11.33	50.37	0	0
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	3.15	13.99	0	0
	• ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิกะจูล	596,281.45	641,826.03	702,501.05	790,946.26
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	165,633.74	178,285.01	195,139.18	219,707.29
	• ก๊าซธรรมชาติ	กิกะจูล	63,968.11	63,737.75	65,713.54	59,612.74
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	17,768.92	17,704.93	18,253.76	16,559.09
	การเผาไหม้ที่มีการเคลื่อนที่	กิกะจูล	258,572.62	231,915.22	296,265.86	261,177.47
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	71,825.74	64,420.90	82,296.07	72,549.30
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	191,812.38	163,816.78	223,890.52	193,750.69
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	53,281.22	45,504.66	62,191.81	53,819.64
	• น้ำมันเบนซิน	กิกะจูล	62,713.21	66,963.95	69,662.28	64,003.13
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	17,420.34	18,601.10	19,350.63	17,778.65
	• ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิกะจูล	4,044.88	1,134.49	2,705.84	3,330.40
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	1,123.58	315.14	751.62	925.11
	• ก๊าซธรรมชาติ	กิกะจูล	2.15	-	7.22	93.25
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	0.60	-	2.01	25.90
302-1 (b) 2016	ปริมาณพลังงานหมุนเวียน	กิกะจูล	47,897.77	360,808.02	69,746.24	73,234.63
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	13,304.94	100,224.45	19,373.95	20,342.95
	• พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	31,798.80	345,500.58	51,639.01	56,329.78
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	8,833.00	95,972.38	14,344.17	15,647.16
	• พลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	2,079.65	1,512.00	1,512.00	1,796.62
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	577.68	420.00	420.00	499.06
	• พลังงานความร้อนใต้พิภพ	กิกะจูล	14,019.32	13,795.44	16,595.23	15,108.23
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	3,894.26	3,832.07	4,609.78	4,196.73

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2565	2566	2567	2568
302-1 (c) 2016	**ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก**	**กิกะจูล**	**12,807,154.08**	**13,476,777.91**	**14,499,710.70**	**14,825,713.33**
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	**3,557,542.80**	**3,743,549.42**	**4,027,697.42**	**4,118,253.70**
	• พลังงานไฟฟ้าจากโครงข่ายไฟฟ้าของประเทศ	กิกะจูล	12,357,770.77	12,608,745.11	13,538,922.26	13,558,858.73
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	3,432,714.10	3,502,429.20	3,760,811.74	3,766,349.65
	• พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	449,383.31	868,032.80	960,788.44	1,266,854.60
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	124,828.70	241,120.22	266,885.68	351,904.06
302-3 (a) 2016	**ความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้**	**กิกะจูลต่อล้านบาท**	**16.18**	**16.06**	**15.84**	**15.68**
		เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อล้านบาท	**4.50**	**4.46**	**4.40**	**4.36**
303-3 (a) 2018	**ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**20.42**	**22.68**	**24.57**	**25.58**
	• น้ำใต้ดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	2.83	2.74	2.95	2.94
	• น้ำฝน	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.00	0.00	0.01	0.01
	• น้ำจากผู้จัดหาภายนอก (Third-Party Water)	ล้านลูกบาศก์เมตร	17.59	19.94	21.61	22.63
	น้ำประปาจากผิวดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	17.43	19.74	21.42	22.43
	น้ำประปาจากน้ำบาดาล	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.16	0.20	0.19	0.20
303-3 (b) 2018	**ปริมาณการนำน้ำจากแหล่งขาดแคลนน้ำมาใช้ทั้งหมด**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**9.93**	**8.62**	**8.20**	**18.01**
	• น้ำใต้ดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	2.50	2.37	1.39	2.76
	• น้ำจากผู้จัดหาภายนอก (Third-Party Water)	ล้านลูกบาศก์เมตร	7.43	6.25	6.81	15.25
	น้ำประปาจากผิวดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	7.33	6.08	6.70	15.08
	น้ำประปาจากน้ำบาดาล	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.10	0.17	0.11	0.17
303-3 (C) 2018	**ปริมาณน้ำสะอาดที่ถูกนำมาใช้ทั้งหมด**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**20.42**	**21.66**	**24.57**	**25.58**
	• น้ำสะอาด (≤1,000 mg/L Total Dissolved Solids)	ล้านลูกบาศก์เมตร	20.42	21.66	24.57	25.58
	น้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำทั้งหมด	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**0.93**	**1.75**	**1.46**	**1.57**
	ความเข้มข้นการนำน้ำสุทธิมาใช้ต่อหน่วยรายได้	**ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท**	**8.63**	**8.70**	**8.75**	**8.94**
303-3(c) 2018	**ปริมาตรน้ำเสียที่ถูกบำบัดและปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมผ่านผิวดิน (TDS≤1,000 mg/L)**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**1.02**	**1.07**	**1.87**	**1.20**
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	33.84	35.29	36.64	37.22
		กิโลกรัม	34,622.49	37,756.36	68,599.93	44,718.08
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	2.68	2.37	2.25	2.38
		กิโลกรัม	2,740.22	2,532.74	4,214.16	2,858.88
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	528.86	473.09	515.05	510.47
		กิโลกรัม	541,139.37	506,142.71	964,252.63	613,311.17

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2565	2566	2567	2568
303-4 (b) 2018	**ปริมาตรน้ำเสียที่ถูกบำบัดและปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมผ่านผิวดิน (TDS> 1,000 mg/L)**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**0.17**	**0.20**	**0.22**	**0.15**
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	41.54	44.62	46.32	56.61
		กิโลกรัม	6,885.05	9,039.95	10,408.27	8,527.63
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	2.34	1.46	2.23	4.54
		กิโลกรัม	388.46	295.30	500.84	683.49
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	1,240.56	1,501.86	1,548.33	1,363.09
		กิโลกรัม	205,607.63	304,281.84	347,915.23	205,325.56
303-4 (b) 2018	**ปริมาตรน้ำเสียที่ถูกบำบัดและปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมส่งบุคคลที่ 3 บำบัดต่อ (TDS≤ 1,000 mg/L)**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**0.25**	**0.30**	**0.35**	**0.35**
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	50.76	92.51	95.95	60.13
		กิโลกรัม	12,622.52	27,927.46	33,124.49	21,236.99
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	10.13	17.77	43.41	18.65
		กิโลกรัม	2,519.93	5,364.51	14,985.18	6,588.06
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	577.20	557.14	462.84	244.67
		กิโลกรัม	143,541.21	168,195.91	159,785.23	86,418.99
303-4 (b) 2018	**ปริมาตรน้ำเสียที่ถูกบำบัดและปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมส่งบุคคลที่ 3 บำบัดต่อ (TDS>1,000 mg/L)**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**0.36**	**0.41**	**0.39**	**0.43**
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	422.85	40.97	49.24	51.33
		กิโลกรัม	153,905.29	16,859.08	19,373.35	21,908.12
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	42.12	7.60	9.15	6.62
		กิโลกรัม	15,330.82	3,129.32	3,598.00	2,824.83
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	1,211.18	1,334.97	1,176.69	1,409.59
		กิโลกรัม	440,835.69	549,345.27	462,936.98	601,608.85
303-5	**ปริมาณการใช้น้ำสุทธิ**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**7.36**	**8.01**	**8.64**	**9.14**
305-1(a), 305-2(a)	**ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด (Scope 1, Scope 2)**	**ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**	**1,977,571.52**	**2,353,527.77**	**2,395,688.82**	**2,267,944.90**
305-1 (a) 2016	**ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1)**	**ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**	**448,979.21**	**805,279.32**	**740,931.65**	**701,143.44**
	• ก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากการรั่วไหลและอื่น ๆ (Fugitive Emissions)	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	385,615.37	741,260.87	668,339.63	625,926.06
	• ก๊าซมีเทนจากระบบบำบัดน้ำเสีย	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	557.34	728.44	598.80	715.79
	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงอยู่กับที่	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	42,816.28	45,266.14	49,139.87	54,338.97
	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่มีการเคลื่อนที่	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	18,600.09	16,784.84	21,302.90	18,795.33

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2565	2566	2567	2568
305-1 (c) 2016	• **การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ (Biogenic)**	**ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า**	**1,390.13**	**1,239.03**	**1,550.45**	**1,367.29**
305-2 (a) 2016	**ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2)**	**ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า**	**1,528,592.30**	**1,548,248.45**	**1,654,757.17**	**1,566,801.45**
	• พลังงานที่ซื้อ Market-Based	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	1,528,592.30	1,548,248.45	1,654,757.17	1,566,801.45
	• พลังงานที่ซื้อ Location-based	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	1,584,141.08	1,654,823.58	1,772,186.86	1,713,193.54
	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการใช้พลังงานทดแทน	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	55,548.77	106,575.14	117,429.70	146,392.09
305-4 (a) 2016	**ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อหน่วยรายได้**	**ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่าต่อล้านบาท**	**2.32**	**2.55**	**2.43**	**2.22**
305-3 (a) 2016	**ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (Scope 3)**	**ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า**	**13,191,694.60**	**15,186,203.55**	**17,031,697.10**	**19,722,026.79**
	• การซื้อสินค้าและบริการ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	12,525,820.40	13,964,445.28	14,757,418.81	16,834,579.12
	• สินค้าทุน	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	47,305.39	36,591.80	46,549.92	123,113.54
	• การได้มาซึ่งเชื้อเพลิงและพลังงานขององค์กร	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	N/A	345,694.47	604,982.16	599,501.49
	• การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าต้นน้ำ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	268,798.35	205,168.47	553,599.02	322,863.35
	• การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	90,303.47	99,349.12	105,413.69	80,741.99
	• การเดินทางเพื่อธุรกิจ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	2,077.74	1,355.88	1,555.97	1,951.90
	• การเดินทางของพนักงาน	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	153,865.70	400,005.84	657,398.39	640,836.91
	• การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าปลายน้ำ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	94,192.64	81,390.99	71,186.88	1,089,223.88
	• การใช้งานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จำหน่าย	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	0.00	41,060.17	13,086.80	12,003.57

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2565	2566	2567	2568
	• การจัดการซากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	9,330.91	11,141.53	12,665.12	15,636.07
	• สินทรัพย์ให้เช่าขั้นปลายน้ำ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	207,840.34	1,574.97
	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง	**ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**	**250,615.62**	**248,352.23**	**238,617.29**	**252,453.00**
	สัดส่วนของร้านในพื้นที่ตั้งเสี่ยงต่ออุทกภัย ที่ได้รับการออกแบบและปรับปรุงให้สามารถรองรับความเสี่ยง	**ร้อยละ**	**52**	**6.16**	**29.63**	**39.60**
306-3 (a) 2020	**ปริมาณของเสียทั้งหมด**	**ตัน**	**213,659.35**	**162,427.09**	**250,711.60**	**279,879.20**
306-4 (a) 2020	**ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์ทั้งหมด**	**ตัน**	**154,818.97**	**104,890.74**	**188,147.20**	**231,663.88**
306-4 (b) 2020	**ปริมาณของเสียอันตราย**	**ตัน**	**190.94**	**184.54**	**96.97**	**132.03**
	• ใช้ซ้ำ	ตัน	67.64	0.00	14.91	0.93
	• นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	122.64	184.54	82.06	131.11
	• อื่น ๆ	ตัน	0.66	0.00	0.00	0.00
306-4 (c) 2020	**ปริมาณของเสียไม่อันตราย**	**ตัน**	**154,628.03**	**104,706.20**	**188,050.23**	**231,531.84**
	• ใช้ซ้ำ	ตัน	1,079.54	986.77	72,216.66	76,451.38
	• นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	140,153.02	89,151.12	81,217.98	98,524.79
	• ปุ๋ยหมัก	ตัน	13,299.22	13,021.68	17,225.30	23,955.04
	• อื่น ๆ (เลี้ยงสัตว์)	ตัน	96.25	1,546.63	17,390.29	32,600.63
306-5 (a) 2020	**ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัดทั้งหมด**	**ตัน**	**58,840.38**	**57,536.35**	**62,564.40**	**48,215.32**
306-5 (b) 2020	**ปริมาณของเสียอันตราย**	**ตัน**	**233.80**	**24.62**	**897.81**	**130.56**
	• นำไปเป็นเชื้อเพลิงผสม	ตัน	19.75	20.57	25.83	21.05
	• เผาทำลาย	ตัน	14.25	1.03	3.71	8.31
	• ฝังกลบ	ตัน	199.80	3.02	868.27	101.20
306-5 (c) 2020	**ปริมาณของเสียไม่อันตราย**	**ตัน**	**58,606.58**	**57,511.73**	**61,666.59**	**48,084.76**
	• นำไปเป็นเชื้อเพลิงผสม	ตัน	3,572.64	3,562.18	5,636.32	4,893.83
	• เผาทำลาย	ตัน	36.91	39.07	25.19	38.43
	• ฝังกลบ	ตัน	54,997.03	53,910.48	56,005.08	43,152.50
	ร้อยละปริมาณของเสียที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ต่อปริมาณของเสียทั้งหมด	**ร้อยละ**	**72.46**	**64.58**	**75.05**	**82.77**
306-3 (a) 2020	**ปริมาณขยะอาหารทั้งหมด**	**ตัน**	**66,157.98**	**68,429.35**	**68,147.15**	**70,632.23**
	• พืช ผัก และผลไม้	ตัน	21,304.13	22,504.43	21,932.41	17,750.78
	• เนื้อสัตว์และอาหารทะเล	ตัน	4,534.33	5,870.18	6,157.14	5,904.82
	• ผลิตภัณฑ์จากนม	ตัน	3,582.20	813.20	2,365.95	3,355.47
	• อาหารพร้อมรับประทาน	ตัน	18,133.14	21,008.53	19,234.27	19,049.35
	• เครื่องดื่ม	ตัน	1,503.45	1,425.32	1,498.55	1,400.47

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2565	2566	2567	2568
	• อาหารสำเร็จรูป	ตัน	1,962.90	1,962.29	1,995.33	4,340.75
	• เบเกอรี่	ตัน	14,750.26	14,037.27	14,113.07	16,881.57
	• อื่น ๆ	ตัน	387.57	808.13	850.43	1,949.02
306-4 (a) 2020	**ปริมาณขยะอาหารที่นำไปใช้ประโยชน์ทั้งหมด**	**ตัน**	**17,815.13**	**18,925.62**	**21,810.09**	**39,884.66**
	• นำส่งไปบริโภคต่อ (Reduce)	ตัน	0.00	219.74	0.00	0.00
	• นำไปเป็นอาหารสัตว์ (Reuse)	ตัน	16,145.80	17,185.68	18,302.56	32,721.57
	• นำกลับไปใช้ใหม่ ทำปุ๋ย, ก๊าซชีวภาพ (Recycle)	ตัน	1,656.39	1,300.12	3,209.72	6,853.53
	• นำไปผลิตเป็นพลังงาน (Energy Recovery)	ตัน	12.94	220.08	297.81	309.56
306-5 (a) 2020	**ปริมาณขยะอาหารที่นำไปกำจัดทั้งหมด**	**ตัน**	**48,342.83**	**49,503.73**	**46,337.08**	**30,747.58**
	• ฝังกลบ	ตัน	48,342.83	49,503.73	46,337.08	30,747.58
	การป้องกันก่อนเกิดเป็นอาหารส่วนเกิน	**ตัน**	**31,230.11**	**28,634.86**	**11,649.97**	**21,043.03**
	• กำหนดมาตรฐานการสั่งและการทิ้ง	ตัน	7,293.17	7,371.25	7,827.19	6,827.41
	• ทำผลิตภัณฑ์ใหม่	ตัน	9,848.36	6,650.00	140.00	100.00
	• ผลิตอาหารสัตว์	ตัน	13,740.13	14,096.63	2,912.29	13,091.26
	• บริโภคต่อ (Reduce)	ตัน	348.45	516.98	770.49	1,024.36

การวิเคราะห์และแจกแจงข้อมูลปริมาณขยะอาหาร ซึ่งเป็นชุดข้อมูลย่อยที่ถูกรวมอยู่ในข้อมูลของเสียที่ปรากฏข้างต้นแล้ว

หมายเหตุ

- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ (Not available)
- ปริมาณพลังงานที่ใช้ในหน่วยจูล คำนวณจากปริมาณการใช้เชื้อเพลิงคูณกับค่าความร้อนของเชื้อเพลิงแต่ละประเภท อ้างอิงกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.)
- ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด เท่ากับผลรวมของปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ปริมาณพลังงานหมุนเวียน และปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก
- ความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ เท่ากับสัดส่วนปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมดต่อรายได้หน่วยล้านบาท
- ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด เท่ากับผลรวมปริมาณการใช้น้ำใต้ดิน และปริมาณการใช้น้ำจากผู้จัดหาภายนอก ได้แก่ การประปานครหลวง การประปาส่วนภูมิภาค และผู้ให้เช่าพื้นที่
- ปริมาณการนำน้ำจากแหล่งขาดแคลนน้ำมาใช้ทั้งหมด ถูกวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas (Aqueduct Global Maps 3.0) ของสถาบันทรัพยากรโลก (WRI)
- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก คำนวณจากปริมาณกิจกรรมที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกคูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก อ้างอิง IPCC 5th Assessment Report องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และรายงานให้อยู่ในรูปก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ตามมาตรฐานในการคำนวณการจัดการและการรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG Protocol) สำหรับการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1, 2 และ 3
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางตรงทั้งหมด ครอบคลุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการบำบัดน้ำเสีย การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่มีการเคลื่อนที่ การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่อยู่กับที่ และการรั่วไหลของสารทำความเย็น (ยกเว้น R22)
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน เท่ากับปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอกองค์กรคูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก อ้างอิงสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.)
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก คำนวณจากปริมาณลดใช้ถุงพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (single-use plastic) เช่น ช้อน ส้อม หลอด แก้ว เป็นต้น ในร้าน 7-Eleven คูณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ผลการดำเนินงานความยั่งยืน ปี 2568

ข้อมูลด้านบุคลากร

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2565			2566			2567			2568		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
2	ข้อมูลบุคลากร (Workforce)													
2-7	จำนวนพนักงาน (Employee)	คน	59,367	108,034	167,401	64,189	116,919	181,108	74,317	130,384	204,701	69,557	127,461	197,018
		FTE	57,057	99,797	156,854	62,707	110,934	173,641	74,897	127,128	202,025	68,973	122,862	191,835
2-7a	จำแนกพนักงานตามภูมิลำเนา (By Region)													
	• ไทย	คน	57,493	106,117	163,610	62,132	114,853	176,985	74,284	130,377	204,661	69,386	127,101	196,487
		FTE	54,792	97,482	152,274	60,219	108,413	168,631	74,862	127,121	201,983	68,802	122,502	191,305
	• กัมพูชา	คน	629	623	1,252	742	748	1,490	1	0	1	1	0	1
		FTE	762	757	1,519	921	929	1,850	1	0	1	1	0	1
	• ลาว	คน	N/A	N/A	N/A	96	22	118	1	1	2	1	2	3
		FTE	N/A	N/A	N/A	94	22	116	1	1	2	1	2	3
	• มาเลเซีย	คน	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
		FTE	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
	• จีน	คน	N/A	N/A	N/A	13	7	20	1	2	3	4	2	6
		FTE	N/A	N/A	N/A	13	7	20	1	2	3	4	2	6
	• เวียดนาม	คน	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		FTE	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	• อื่น ๆ	คน	1,244	1,294	2,538	1,205	1,289	2,494	30	4	34	165	356	521
		FTE	1,501	1,558	3,059	1,460	1,564	3,024	32	4	36	165	356	521
2-7b	จำนวนพนักงานจำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง (By Employment Contract)													
	• พนักงานประจำ (Permanent employee)	คน	58,561	107,086	165,647	62,487	115,249	177,736	63,918	118,490	182,408	68,391	125,541	193,932
		FTE	56,253	98,859	155,112	60,878	109,197	170,075	64,038	114,997	179,035	67,809	120,943	188,752
	• พนักงานชั่วคราว (Temporally employee)	คน	806	948	1,754	1,702	1,670	3,372	10,399	11,894	22,293	1,166	1,920	3,086
		FTE	803	938	1,741	1,829	1,738	3,567	10,858	12,132	22,990	1,165	1,920	3,085
405-1	จำนวนพนักงานจำแนกตามความหลากหลายของพนักงาน (Diversity of Employees)													
	จำแนกตามระดับตำแหน่ง (By Management Level)													
	• ผู้บริหารระดับสูง	คน	96	56	152	122	102	224	116	112	228	73	56	129
		FTE	N/A	N/A	N/A	120	101	221	117	114	231	71	55	126
	• ผู้บริหารระดับกลาง	คน	1,656	2,173	3,829	1,525	1,927	3,452	1,326	1,746	3,072	1,191	1,506	2,697
		FTE	N/A	N/A	N/A	1,486	1,871	3,357	1,292	1,687	2,979	1,149	1,448	2,597
	• ผู้บริหารระดับต้น	คน	3,218	5,018	8,236	2,323	3,994	6,317	2,555	4,221	6,776	2,863	4,596	7,459
		FTE	N/A	N/A	N/A	2,258	3,870	6,128	2,498	4,090	6,588	2,863	4,596	7,459
	• เจ้าหน้าที่	คน	54,397	100,787	155,184	60,219	110,896	171,115	70,320	124,305	194,625	65,430	121,303	186,733
		FTE	N/A	N/A	N/A	58,844	105,093	163,937	70,989	121,237	192,226	64,970	116,917	181,887
	จำแนกตามสัญชาติ (By Nationality)													
	• ไทย	คน	57,490	106,119	163,609	61,424	114,409	175,833	51,764	98,162	149,926	66,621	124,668	191,289
		FTE	N/A	N/A	N/A	59,364	107,879	167,243	50,588	92,744	143,332	65,517	119,545	185,062
	• กัมพูชา	คน	629	623	1,252	1,097	998	2,095	740	769	1,509	285	297	582
		FTE	N/A	N/A	N/A	1,355	1,225	2,580	1,005	1,031	2,036	353	377	730
	• เมียนมาร์	คน	1,171	1,282	2,453	1,515	1,475	2,990	1,241	1,313	2,554	2,286	1,966	4,252
		FTE	N/A	N/A	N/A	1,838	1,794	3,632	1,601	1,721	3,323	2,732	2,399	5,131
	• เกาหลี	คน	1	0	1	1	1	2	2	3	5	7	6	13
		FTE	N/A	N/A	N/A	1	1	2	2	3	5	7	6	13

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2565			2566			2567			2568		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	• อินเดีย	คน	35	3	38	10	1	11	62	4	66	18	1	19
		FTE	N/A	N/A	N/A	10	1	11	66	4	70	18	1	19
	• ออสเตรเลีย	คน	2	1	3	2	1	3	2	0	2	1	0	1
		FTE	N/A	N/A	N/A	2	1	3	2	0	2	1	0	1
	• อื่น ๆ	คน	39	6	45	140	34	174	20,506	30,133	50,639	211	178	389
		FTE	N/A	N/A	N/A	138	34	171	21,632	31,625	53,257	217	190	407
	• ไม่เปิดเผย	คน	39	6	45	140	34	174	20,274	30,007	50,281	128	345	473
		FTE	N/A	N/A	N/A	138	34	171	65,677	105,275	170,953	128	345	473
	จำแนกตามอายุ (By Age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	33,149	60,148	93,297	36,001	64,972	100,973	44,288	73,783	118,071	38,732	67,787	106,519
		FTE	31,655	54,984	86,639	35,038	61,302	96,340	44,447	71,454	115,900	38,189	64,788	102,976
	• อายุ 30-50 ปี	คน	24,932	45,799	70,731	26,665	49,524	76,189	28,248	53,720	81,968	28,817	56,438	85,255
		FTE	24,138	42,750	66,888	26,190	47,249	73,438	28,674	52,764	81,438	28,670	54,469	83,140
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	1,286	2,087	3,373	1,523	2,423	3,946	1,781	2,881	4,662	2,008	3,236	5,244
		FTE	1,264	2,063	3,327	1,479	2,384	3,863	1,776	2,910	4,686	1,987	3,261	5,248
2-8a	**จำนวนคนงาน (Workers)**	**คน**	**89,026**	**84,095**	**173,121**	**85,022**	**90,497**	**175,519**	**76,870**	**81,759**	**158,629**	**82,628**	**76,775**	**159,403**
401-1	**การจ้างงาน**													
	จำนวนการจ้างงานใหม่	คน	36,230	63,223	99,453	34,420	62,351	96,771	47,956	74,895	122,851	46,870	72,845	119,715
	อัตราการจ้างงานใหม่	ร้อยละ			59.41			53.43			60.01			60.76
	จำแนกตามระดับตำแหน่ง (By Management Level)													
	• ผู้บริหารระดับสูง	คน	8	4	12	9	14	23	7	6	13	10	7	17
		FTE	N/A	N/A	N/A	9	14	23	6	6	13	10	7	17
	• ผู้บริหารระดับกลาง	คน	243	318	561	167	141	308	111	131	242	150	145	295
		FTE	N/A	N/A	N/A	164	138	301	131	365	496	150	144	294
	• ผู้บริหารระดับต้น	คน	319	451	770	161	207	368	209	268	477	241	291	532
		FTE	N/A	N/A	N/A	158	204	363	271	271	542	241	290	530
	• เจ้าหน้าที่	คน	35,660	62,450	98,110	34,083	61,989	96,072	47,629	74,490	122,119	46,469	72,402	118,871
		FTE	N/A	N/A	N/A	33,357	59,033	92,390	73,881	73,881	147,762	46,170	71,215	117,385
	จำแนกตามสัญชาติ (By Nationality)													
	• ไทย	คน	35,511	62,537	98,048	33,493	61,537	95,030	25,101	42,826	67,927	24,197	40,605	64,802
		FTE	N/A	N/A	N/A	32,512	58,392	90,904	24,582	40,493	65,075	23,875	39,392	63,267
	• กัมพูชา	คน	438	373	811	642	586	1,228	243	229	472	211	208	419
		FTE	N/A	N/A	N/A	804	706	1,510	306	284	590	210	243	453
	• เมียนมาร์	คน	236	307	543	265	218	483	240	204	444	651	519	1,170
		FTE	N/A	N/A	N/A	353	280	633	271	237	508	671	518	1,189
	• เกาหลี	คน	1	0	1	1	1	2	3	1	4	5	5	10
		FTE	N/A	N/A	N/A	0.98	0.98	2	3	1	4	5	5	10
	• อินเดีย	คน	30	3	33	3	0	3	19	0	19	59	5	64
		FTE	N/A	N/A	N/A	2.94	0	3	20	0	20	59	5	64
	• ออสเตรเลีย	คน	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
		FTE	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	• อื่น ๆ	คน	13	3	16	16	9	25	22,350	31,635	53,985	288	204	492
		FTE	N/A	N/A	N/A	16	10	26	23,492	33,274	56,766	291	194	485
	• ไม่เปิดเผย	คน	13	3	16	16	9	25	22,219	31,605	53,824	21,458	31,299	52,757
		FTE	N/A	N/A	N/A	16	10	26	64,029	93,659	157,688	21,458	31,299	52,757

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2565			2566			2567			2568		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	จำแนกตามอายุ (by age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	30,217	50,945	81,162	28,560	50,151	78,711	40,676	60,416	101,092	39,468	58,031	97,499
		FTE	N/A	N/A	N/A	27,705	47,252	74,957	41,028	59,410	100,437	39,135	56,960	96,096
	• อายุ 30-50 ปี	คน	5,924	12,166	18,090	5,811	12,102	17,913	7,194	14,314	21,508	7,251	14,477	21,728
		FTE	N/A	N/A	N/A	5,932	12,033	17,965	7,556	14,701	22,258	7,285	14,360	21,645
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	89	112	201	49	98	147	86	165	251	151	337	488
		FTE	N/A	N/A	N/A	50	105	155	91	178	269	150	336	486
	จำแนกตามลักษณะกายภาพ													
	• จำนวนพนักงานทุพพลภาพ	คน			1,104			1,215			1,303			1,377
	• อัตราการจ้างงาน	ร้อยละ/FTE			0.69			0.70			0.52			0.70
	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการสรรหาพนักงานใหม่													
	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการสรรหาพนักงานใหม่	บาท/FTE	3,415	3,215	3,290	N/A	N/A	2,860	3,924	281	1,723	7,706	1,556	3,908
401-1	**การลาออก (Turnover)**													
	จำนวนพนักงานลาออกทั้งหมด	คน	36,743	61,456	98,199	31,600	55,815	87,415	30,704	51,462	82,166	30,475	49,240	79,715
	อัตราการลาออก	ร้อยละ			58.66			48.27			40.14			40.46
	จำแนกตามสัญชาติ (By Nationality)													
	• ไทย	คน	36,349	61,112	97,461	30,937	55,264	86,201	19,303	33,970	53,273	20,740	35,164	55,904
	• กัมพูชา	คน	177	168	345	379	346	725	236	205	441	753	731	1,484
	• เมียนมาร์	คน	206	174	380	278	202	480	173	176	349	182	120	302
	• เกาหลี	คน	3	0	3	1	0	1	0	0	0	0	0	0
	• อินเดีย	คน	0	0	0	0	1	1	10	2	12	1	1	2
	• ออสเตรเลีย	คน	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1
	• อื่น ๆ	คน	8	2	10	5	2	7	10,981	17,108	28,089	8,798	13,224	22,022
	จำแนกตามอายุ (By Age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	28,849	46,631	75,480	24,701	42,101	66,802	24,275	38,756	63,031	16,726	24,209	40,935
	• อายุ 30-50 ปี	คน	7,687	14,525	22,212	6,734	13,437	20,171	6,201	12,386	18,587	5,657	9,826	15,483
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	207	300	507	165	277	442	228	320	548	8,092	15,205	23,297
401-1	**การลาออกโดยความสมัครใจ (Voluntary Turnover)**													
	จำนวนพนักงานลาออกโดยความสมัครใจทั้งหมด	คน	31,669	55,312	86,981	23,930	43,539	67,469	24,439	42,385	66,824	27,024	44,696	71,720
	อัตราการลาออกโดยความสมัครใจ	ร้อยละ			51.96			37.25			32.64			36.40
	จำแนกตามสัญชาติ (By Nationality)													
	• ไทย	คน	31,277	54,969	86,246	23,531	43,149	66,680	18,635	33,078	51,713	20,015	34,028	54,043
	• กัมพูชา	คน	177	168	345	275	272	547	235	205	440	751	730	1,481
	• เมียนมาร์	คน	204	173	377	119	115	234	164	174	338	178	116	294
	• เกาหลี	คน	3	0	3	1	0	1	0	0	0	0	0	0
	• อินเดีย	คน	0	0	0	0	1	1	9	2	11	1	1	2
	• ออสเตรเลีย	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	• อื่น ๆ	คน	8	2	10	4	2	6	5,396	8,926	14,322	7	1	8
	• ไม่เปิดเผย	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6,072	9,820	15,892

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2565			2566			2567			2568		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	จำแนกตามอายุ (By Age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	25,060	42,439	67,499	18,851	33,243	52,094	19,424	32,238	51,662	14,561	21,636	36,197
	• อายุ 30-50 ปี	คน	6,452	12,670	19,122	5,011	10,163	15,174	4,939	10,024	14,963	4,645	8,284	12,929
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	157	203	360	68	133	201	76	123	199	7,818	14,776	22,594
	• ไม่เปิดเผย	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
401-3	**การลาคลอด และดูแลบุตรแรกเกิด**													
401-3a	• จำนวนพนักงานที่มีสิทธิ	คน	50,705	107,073	157,778	52,763	115,869	168,632	55,695	125,541	181,236	40,971	86,874	127,845
401-3b	• จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิ	คน	785	4,546	5,331	1,135	5,154	6,289	1,138	4,757	5,895	1,259	4,700	5,959
401-3c	• จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังใช้สิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตร	คน	773	3,977	4,750	1,058	4,661	5,719	1,132	4,638	5,770	1,252	4,614	5,866
401-3d	• จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังใช้สิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตร และยังคงทำงานอยู่กับบริษัทต่อไปอีกจนครบ 12 เดือน	คน	597	3,368	3,965	905	4,116	5,021	901	3,567	4,468	1,128	4,038	5,166
401-3e	• อัตราการรักษาพนักงานที่ลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรในปีที่รายงานข้อมูล	ร้อยละ	14.50	74.60	89.10	0.93	0.90	90.94	99.47	97.50	97.88	90.10%	87.52%	88.07%
	• อัตราคงอยู่ในตำแหน่ง	ร้อยละ	76.05	74.09	74.38	79.74	79.86	79.84	79.17	74.98	75.79	89.59%	85.91%	86.69%
	ข้อตกลงการเจรจาต่อรอง													
	• จำนวนพนักงานตัวแทนเข้าร่วมคณะกรรมการสวัสดิการ	ร้อยละ			100			100			100			100
	ความผูกพันของพนักงาน (Employee engagement)													
	• คะแนนความผูกพันของพนักงาน	ร้อยละ			73			91			94			94
	• อัตราพนักงานที่เข้าร่วมประเมินความผูกพัน	ร้อยละ			100			100			100			100

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2565			2566			2567			2568		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	ผลตอบแทนจากการลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์													
	• ผลตอบแทนจากการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์	ร้อยละ			12.11			11.85			11.55			11.45
404-1	**การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน (Training And Education)**													
	• จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมและการพัฒนาเฉลี่ย	ชั่วโมง/คน/ปี	30.03	30.29	30.20	35.18	33.74	34.25	29.60	29.36	29.45	25.01	25.69	25.42
		ชั่วโมง/FTE	31.25	32.79	32.23	36.01	35.56	35.73	29.37	30.11	29.84	29.42	30.44	26.53
	จำแนกตามระดับตำแหน่ง (By Management Level)													
	• ผู้บริหารระดับสูง	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	64	72	67	60.29	50.66	55.53	34.96	29.41	32.62
	• ผู้บริหารระดับกลาง	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	62	51	56	35.47	42.05	39.20	128.25	155.56	142.63
	• ผู้บริหารระดับต้น	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	54	57	56	56.62	63.42	60.84	34.43	32.97	33.53
	• เจ้าหน้าที่	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	35	34	35	28.25	28.80	28.60	25.03	27.04	40.97
	จำแนกตามสัญชาติ (By Nationality)													
	• ไทย	ชั่วโมง/FTE	32.03	33.19	32.77	37.29	36.26	36.63	32.51	31.68	31.98	30.87	31.22	31.11
	• กัมพูชา	ชั่วโมง/FTE	9.78	10.05	9.92	10.45	10.22	10.34	4.34	3.30	3.81	14.43	11.54	12.86
	• เมียนมาร์	ชั่วโมง/FTE	9.64	10.55	10.11	10.93	9.98	10.46	11.02	6.62	8.74	5.11	3.68	4.40
	• เกาหลี	ชั่วโมง/FTE	4.13	0.00	4.51	9.18	9.18	9.18	4.00	0.22	1.73	0.00	0.00	0.00
	• อินเดีย	ชั่วโมง/FTE	68.50	3.5	46.83	2.79	0.51	2.58	0.05	0.00	0.04	0.00	0.00	0.00
	• ออสเตรเลีย	ชั่วโมง/FTE	9.00	0.00	9.00	59.69	3.06	40.82	51.05	0.00	51.05	0.00	0.00	0.00
	• อื่น ๆ	ชั่วโมง/FTE	25.67	0.00	25.67	74.47	74.55	74.49	697.50	1,531.27	992.81	14.91	16.06	15.50
	จำแนกตามอายุ (By Age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	ชั่วโมง/FTE	30.68	32.81	32.03	44.42	47.93	46.65	30.04	30.36	30.24	26.55	27.47	27.13
	• อายุ 30-50 ปี	ชั่วโมง/FTE	34.35	39.71	39.24	25.73	20.34	22.26	28.16	29.90	29.29	22.60	23.92	23.37
	• อายุมากกว่า 50 ปี	ชั่วโมง/FTE	35.99	35.67	35.79	19.00	19.24	19.15	31.93	27.62	29.25	21.09	20.27	20.44
	จำแนกตามลักษณะการทำงาน (by Function)													
	• ปฏิบัติการ (ฝ่ายผลิต ฝ่ายขาย ที่ร้านสาขา ศูนย์จำหน่าย)	ชั่วโมง/FTE	28.44	28.18	28.22	40.74	37.03	38.26	25.48	25.05	25.20	25.15	25.28	25.10
	• ขนส่ง และกระจายสินค้า	ชั่วโมง/FTE	8.08	7.02	7.69	12.37	10.97	11.72	47.48	85.03	64.93	18.59	15.65	17.10
	• สำนักงาน	ชั่วโมง/FTE	87.86	77.49	80.95	37.73	41.31	39.89	31.94	31.63	31.76	45.40	49.40	47.76

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2565			2566			2567			2568		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	จำแนกตามฝึกอบรม (by type)													
	• การพัฒนาภาวะผู้นำ (Leadership development)	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	4.25	4.80	4.61	3.59	3.10	3.28	4.43	4.62	4.56
	• การอบรมการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance training)	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	4.43	4.11	4.22	5.80	5.40	5.55	6.05	5.43	5.64
	• การอบรมความปลอดภัยด้านไอทีและความปลอดภัยทางไซเบอร์ (IT Security & Cyber Security training)	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	0.74	0.84	0.81	0.99	0.95	0.97	0.99	1.06	1.04
	• การอบรมอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Health and Safety)	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	4.06	3.38	3.63	1.26	0.85	1.00	1.35	0.71	0.92
	• อื่น ๆ	ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	22.53	22.42	22.46	17.72	19.81	19.04	16.61	18.61	17.95
	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน													
	• ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน	บาท/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	1,983	2,323	2,203	2,277	2,450	2,387	2,194	2,193	2,292
		บาท/FTE	3,703	3,748	3,732	1,983	2,323	2,203	2,259	2,512	2,419	3,710	2,275	2,163

405-1	การส่งเสริมขีดความสามารถของพนักงานหญิงในองค์กร (ร้อยละ)				
	จำแนกตามระดับ	2565	2566	2567	2568
	• พนักงานหญิงต่อพนักงานทั้งหมด	64.54	64.56	63.69	64.70
	• ผู้บริหารหญิงต่อผู้บริหารทั้งหมด	59.60	60.27	60.33	59.87
	• ผู้บริหารหญิงต่อผู้บริหารระดับสูงทั้งหมด	36.84	45.54	49.12	43.41
	• ผู้บริหารหญิงต่อผู้บริหารระดับต้นทั้งหมด	60.93	60.61	60.59	62.96
	• ผู้บริหารหญิงที่อยู่ในหน่วยงานที่สร้างรายได้ให้แก่องค์กร	66.44	61.38	62.78	66.65
	• พนักงานหญิงในตำแหน่ง STEM	44.51	47.85	57.66	55.39

405-2	สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงาน (เพศหญิง : เพศชาย)				
	จำแนกตามระดับ	2565	2566	2567	2568
	• ผู้บริหารระดับสูง (เฉพาะเงินเดือน)	0.94	0.65	0.75	0.67
	• ผู้บริหารระดับสูง (เงินเดือน และค่าตอบแทนอื่นๆ)	0.96	0.63	0.71	0.64
	• ผู้บริหาร (เฉพาะเงินเดือน)	0.92	0.93	0.89	0.91
	• ผู้บริหาร (เงินเดือนและค่าตอบแทนอื่นๆ)	0.90	0.91	0.88	0.91
	• เจ้าหน้าที่ (เฉพาะเงินเดือน)	N/A	N/A	1.05	1.06
	• เจ้าหน้าที่ (เงินเดือนและค่าตอบแทนอื่นๆ)	0.97	0.95	1.00	1.03

หมายเหตุ

- N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้
- อัตราพนักงานที่เข้าประเมินความผูกพัน ตั้งแต่ปี 2567 คำนวณจากพนักงานประจำทั้งหมด โดยกลุ่มเป้าหมายหลัก (อายุงาน 6 เดือนขึ้นไป) ยังคงได้รับการประเมินครบถ้วนร้อยละ 100

ผลการดำเนินงานความยั่งยืน ปี 2568
ข้อมูลด้านการดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

มาตรฐาน GRI	ข้อมูล	หน่วย	2565		2566		2567		2568	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
พนักงาน										
403-9 (a) (2018)	จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงาน	ราย	0		2		2		3	
			0	0	1	1	1	1	1	2
	อัตราผู้เสียชีวิต	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.000		0.004		0.004		0.006	
			0.000	0.000	0.006	0.004	0.006	0.003	0.005	0.006
	จำนวนผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	ราย	2		6		0		2	
			1	1	2	4	0	0	1	1
	อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.005		0.013		0.000		0.004	
			0.005	0.004	0.012	0.014	0.000	0.000	0.005	0.003
	จำนวนผู้บาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	ราย	720		969		1,086		1,246	
			366	354	480	489	548	538	595	651
	อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	1.93		2.17		2.44		2.37	
			2.70	1.49	2.96	1.73	3.50	1.87	3.07	1.96
	อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	1.65		1.83		2.03		2.08	
			2.22	1.29	2.36	1.52	2.76	1.63	2.61	1.77
	จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม	ชั่วโมง	372,331,111		445,788,461		444,901,381		525,827,127	
			135,490,551	236,840,560	162,351,256	283,437,205	156,706,697	288,194,684	193,884,195	331,942,932
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
	อัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงานทั้งหมด (OIFR)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
ผู้รับเหมา										
403-9 (b) (2018)	จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงาน	ราย	12		6		3		4	
			7	5	2	4	2	1	0	0

มาตรฐาน GRI	ข้อมูล	หน่วย	2565		2566		2567		2568	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
403-9 (b) (2018)	อัตราผู้เสียชีวิต	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.045		0.021		0.009		0.01	
			0.065	0.032	0.017	0.024	0.015	0.005	0.02	0.00
	จำนวนผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	ราย	1		0		0		2	
			0	1	0	0	0	0	2	0
	อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.004		0.000		0.000		0.005	
			0.000	0.006	0.000	0.000	0.000	0.000	0.011	0.000
	จำนวนผู้บาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	ราย	267		329		471		515	
			153	114	187	142	266	205	302	213
	อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	1.01		1.13		1.47		1.33	
			1.42	0.72	1.55	0.84	1.99	1.09	1.66	1.04
	อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.80		0.94		1.25		1.21	
			1.10	0.59	1.29	0.70	1.70	0.92	1.50	0.96
	จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม	ชั่วโมง	264,671,376		290,222,104		321,199,409		386,156,851.107	
			107,389,032	157,282,344	120,393,505	169,828,598	133,761,203	187,438,206	181,431,113.68	204,725,737.42
403-10 (b) (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
	อัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงานทั้งหมด (OIFR)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0

หมายเหตุ: 1) ข้อมูลที่รายงานไม่รวมข้อมูลร้าน 7-Eleven ที่ได้รับสิทธิ์ช่วงในอาณาเขต (Sub-area)

2) ข้อมูลจำนวนผู้เสียชีวิตครอบคลุมพนักงานที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ของ ซีพี ออลล์ (1 ราย) และ ซีพี แอ็กซ์ตร้า (2 ราย)

3) ข้อมูลจำนวนผู้เสียชีวิตครอบคลุมผู้รับเหมาที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ของ ซีพี ออลล์ (1 ราย) ซีพีแรม (1 ราย) และ ซีพี แอ็กซ์ตร้า (2 ราย)

ผลการดำเนินงานความยั่งยืน ปี 2568

ข้อมูลด้านสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2565	2566	2567	2568
ข้อมูลด้านสุขภาพและสุขภาวะที่ดี						
G4 - FP6	ยอดขายสินค้าที่มีการปรับลดไขมัน ไขมันทรานส์ โซเดียมและน้ำตาล	ร้อยละ	2.68	2.36	1.71	1.06
	กลุ่มอาหารพร้อมทาน		2.16	2.05	1.40	0.85
	กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		0.40	0.23	0.21	0.17
	กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)		0.12	0.08	0.10	0.04
G4 - FP7	ยอดขายสินค้าที่มีการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ	ร้อยละ	0.35	0.55	0.62	0.58
	กลุ่มอาหารพร้อมทาน		0.17	0.26	0.38	0.41
	กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		0.18	0.29	0.24	0.17
	กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)		0.00	0.00	0.00	0.00
	ยอดขายสินค้าที่มีการปรับปรุงสูตร	ร้อยละ	0.02	0.49	1.10	1.29
	กลุ่มอาหารพร้อมทาน		0.02	0.07	0.92	1.17
	กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		0.00	0.20	0.13	0.09
	กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)		0.00	0.22	0.05	0.03

หมายเหตุ:

- ข้อมูลที่รายงานครอบคลุมเฉพาะผลิตภัณฑ์พัฒนาร่วม (Private Brand: PB) ที่จำหน่ายผ่านช่องต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ ของ ซีพี ออลล์ เท่านั้น
- ข้อมูลที่นำมารายงานนับเฉพาะสินค้าที่ผ่านหลักเกณฑ์หรือได้รับการรับรองสัญลักษณ์ทางโภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ” และหรืออาหารที่มีการเพิ่ม หรือลดหรือปราศจากสารอาหารตามที่กฎหมายหรือมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศ หรือ สากล อาทิ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 445) พ.ศ.2566

GRI Content Index

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
				REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
General Standard Disclosure								
GRI 2: General Disclosures 2021								
Organization and its reporting practices								
	2-1	Organization details	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	6-11				
			The Road to Sustainable Development	12-13				
			CPALL Website: About CPALL	https://www.cpall.co.th/en/about-us				
	2-2	Entities included in the organization's sustainability reporting	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	27				
			56-1 One Report	13				
			CPALL Website: Our Business	https://www.cpall.co.th/en/about-us/our-business				
	2-3	Reporting period, frequency and contact point	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	11				
			Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	27				
			CPALL Website: Contact Us	https://www.cpall.co.th/en/contact-us				
	2-4	Restatements of information	56-1 One Report	There was no significant change from the previous reporting period				
	2-5	External assurance	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	27, 32-33				
			Appendix	353-354				
Activities and workers								
	2-6	Activities, value chain and other business relationships	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	6-11				
			56-1 One Report	96-88				
			CPALL Website: Our Business	https://www.cpall.co.th/en/about-us/our-business				
	2-7	Employees	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	6				
			Appendix	330				
			CPALL Website: Our Workforce	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel				
	2-8	Workers who are not employees	Appendix	330				
			CPALL Website: Our Workforce	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel				

Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
				REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
Governance								
	2-9	Governance structure and composition	Corporate Governance and Anti-Corruption	279	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.			
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
	2-10	Nomination and selection of the highest governance body	56-1 One Report	243-244				
	2-11	Chair of the highest governance body	56-1 One Report	5-6, 240				
	2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	Corporate Governance and Anti-Corruption	272-303				
			56-1 One Report	5-6, 238-241				
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
	2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	56-1 One Report	239-240				
	2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	Corporate Governance and Anti-Corruption	272-303				
			56-1 One Report	207				
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
	2-15	Conflicts of interest	56-1 One Report	194				
			Conflict of Interest Policy and Guidelines	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/Conflict-of-Interest-Policy-and-Guidelines.pdf				
	2-16	Communication of critical concerns	Corporate Governance and Anti-Corruption	272-303				
			CPALL Website: Anti Corruption	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption				
	2-17	Collective knowledge of the highest governance body	Corporate Governance and Anti-Corruption	272-303	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.			
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
	2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	56-1 One Report	239-246				
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
	2-19	Remuneration policies	56-1 One Report	263				
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
	2-20	Process to determine remuneration	56-1 One Report	263-264				
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance				
	2-21	Annual total compensation ratio	56-1 One Report	263				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
				REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
Strategy, policies and practices								
	2-22 Statement on sustainable development strategy	Message from Chairman	2-3	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.				
	2-23 Policy commitments	Building on Ambition, Strategy for Sustainability	20-26					
		Corporate Governance and Anti-Corruption	272-303					
		CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					
	2-24 Embedding policy commitments	Message from Chairman	2-3					
	2-25 Processes to remediate negative impacts	Corporate Governance and Anti-Corruption	272-303					
		CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	Corporate Governance and Anti-Corruption	272-303	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.				
		CPALL Website: Anti Corruption	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption					
	2-27 Compliance with laws and regulations	Corporate Governance and Anti-Corruption	272-303					
		CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					
	2-28 Membership associations	Stakeholder Engagement	256					
		CPALL Website: Contributions to External Organization and Association	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/contributions-to-external-organization-and-association					
Stakeholder engagement								
	2-29 Approach to stakeholder engagement	Stakeholder Engagement	252-271	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.				
		CPALL Website: Stakeholder Engagement Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/stakeholder-engagement-management					
	2-30 Collective bargaining agreements	Stakeholder Engagement	263-264					
		Occupational Health and Safety & Labor Practices	171					
		CPALL Website: Stakeholder Engagement Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/stakeholder-engagement-management					
		Appendix	333					
Significant Material Topics								
GRI 3: Material Topics 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Process to determine material topics	"Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions"	27-33				×	
		CPALL Website: Material Issues	https://www.cpall.co.th/en/sustain/materiality-issues					
	3-2 List of material topics	"Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions"	27-33					
		CPALL Website: Material Issues	https://www.cpall.co.th/en/sustain/materiality-issues					
	3-3 Management of material topics	"Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions"	27-33					
		CPALL Website: Material Issues	https://www.cpall.co.th/en/sustain/materiality-issues					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE		DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
					REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
Climate Resilience									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Climate Resilience	34-55					
			CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management					
Emissions									
GRI 305: Emissions 2016	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	Climate Resilience	38					
			Appendix	326				×	
			CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management					
	305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	Climate Resilience	38					
			Appendix	327				×	
			CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management					
	305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions • Purchase good and service • Capital goods • Fuel-and energy related activities • Upstream transportation and distribution • Waste generated in operations • Business Travel • Downstream Transportation and Distribution • Processing of sold products • Use of sold products • End-of-life treatment of sold products • Downstream Leased Assets	Climate Resilience	38					
			Appendix	327-328				×	
			CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management					
	305-4	GHG emissions intensity	Climate Resilience	40					
			Appendix	327				×	
			CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management					
	305-5	Reduction of GHG emissions	Climate Resilience	34-55					
			CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management					
Sustainable Packaging Management									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Sustainable Packaging Management	56-73					
			CPALL Website: Sustainable Packaging Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-packaging-and-waste-management					
Materials									
GRI 301: Materials 2016	301-1	Materials used by weight or volume	Sustainable Packaging Management	56-73				×	
			CPALL Website: Sustainable Packaging Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-packaging-and-waste-management					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE		DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
					REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
	301-2	Recycled input materials used	Sustainable Packaging Management	56-73				×	
			CPALL Website: Sustainable Packaging Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-packaging-and-waste-management					
	301-3	Reclaimed products and their packaging materials	Sustainable Packaging Management	56-73					
			CPALL Website: Sustainable Packaging Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-packaging-and-waste-management					
Sustainable Waste and Surplus Food Management									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Sustainable Waste and Surplus Food Management	74-89					
			CPALL Website: Sustainable Waste Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-waste-management					
Waste									
GRI 306: Waste 2020	306-1	Waste generation and significant waste-related impacts	Sustainable Waste and Surplus Food Management	74-89					
			CPALL Website: Sustainable Waste Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-waste-management					
	306-2	Management of significant waste-related impacts	Sustainable Waste and Surplus Food Management	74-89					
			CPALL Website: Sustainable Waste Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-waste-management					
	306-3	Waste generated	Sustainable Waste and Surplus Food Management	74-89					
			Appendix	328				×	
			CPALL Website: Sustainable Waste Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-waste-management					
	306-4	Waste diverted from disposal	Sustainable Waste and Surplus Food Management	74-89					
			Appendix	328-329				×	
			CPALL Website: Sustainable Waste Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-waste-management					
	306-5	Waste directed to disposal	Sustainable Waste and Surplus Food Management	74-89					
			Appendix	328-329				×	
			CPALL Website: Sustainable Waste Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-waste-management					
Social Impact & Economic Contribution									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Social Impact & Economic Contribution	90-109					
			CPALL Website: Creating Value for Society	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/creating-value-for-society					
Procurement practices									
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1	Proportion of spending on local suppliers	Social Impact & Economic Contribution	90-109					
			CPALL Website: Creating Value for Society	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/creating-value-for-society					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
				REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
Local communities								
GRI 413: Local Communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assesments, and development programs	Social Impact & Economic Contribution	90-109					
		CPALL Website: Creating Value for Society	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/creating-value-for-society					
	413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	Social Impact & Economic Contribution	90-109					
		CPALL Website: Impact Measurement and Valuation	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/impact-measurement-and-valuation					
Education and Lifelong Learning								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Education & Lifelong Learning	110-127					
		CPALL Website: Educational Support	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/educational-support					
Training and education								
GRI 404: Training and Education 2016	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Education & Lifelong Learning	114-127					
		CPALL Website: Educational Support	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/educational-support					
Good Health and Well Being								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Good Health & Well-being	126-147					
		CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition					
Marketing and labeling								
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1 Requirements for product and service information and labeling	Good Health & Well-being	132, 136-137					
		CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition					
	417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	Good Health & Well-being	132, 143-147					
		CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition					
	417-3 Incidents of non-compliance concerning marketing communications	Good Health & Well-being	132, 143-147					
		CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition					
GRI Sector Disclosure: Food Processing Sector								
GRI Sector Disclosure: Food Processing Sector	FP6 Percentage of Total Sales Volume of Consumer Products, by Product Category, that are Lowered in Saturated Fat, Trans Fats, Sodium and Added Sugars	Good Health & Well-being	132					
		Appendix	338				×	
		CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition					
	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	132					
		Appendix	338				×	
		CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
				REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
Food and Water Security and Acess to Well Being								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Food and Water Security and Access to Well Being	148-159					
		CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition					
Customer health and safety								
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	Food and Water Security and Access to Well Being	157-158					
		Supplier Code of Conduct and Guideline	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf					
		CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition					
	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	Food and Water Security and Access to Well Being	150					
		CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition					
Occupational Health and Safety & Labor Practices								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Occupational Health and Safety & Labor Practices	160-181					
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety					
Employment								
GRI 401: Employment 2016	401-3 Parental leave	Occupational Health and Safety & Labor Practices	170					
		Appendix	333					
		CPALL Website: Our Workforce	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel					
Labor/management relations								
GRI 402: Labor/ Management Relations 2016	402-1 Minimum notice periods regarding operational changes	Occupational Health and Safety & Labor Practices	171					
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety					
Diversity and equal opportunity								
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	Occupational Health and Safety & Labor Practices	170					
		Appendix	330-331					
		CPALL Website: Our Workforce	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel					
		CPALL Website: Human Rights	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/human-rights					
	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	Appendix	335				×	
Non-discrimination								
GRI 406: Non-discrimination 2016	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	Occupational Health and Safety & Labor Practices	164					
		CPALL Website: Human Rights	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/human-rights					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE		DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
					REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
Freedom of association and collective bargaining									
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining 2016	407-1	Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	Supplier Code of Conduct and Guideline	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf					
Child labor									
GRI 408: Child Labor 2016	408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	Supplier Code of Conduct and Guideline	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf					
Forced or compulsory labor									
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	Supplier Code of Conduct and Guideline	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf					
Security practices									
GRI 410: Security Practices 2016	410-1	Security personnel trained in human rights policies or procedures	Occupational Health and Safety & Labor Practices	179					
			CPALL Website: Our Workforce	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel					
			CPALL Website: Human Rights	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/human-rights					
Rights of indigenous peoples									
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016	411-1	Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	Occupational Health and Safety & Labor Practices	164					
			CPALL Website: Human Rights	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/human-rights					
Occupational health and safety									
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1	Occupational health and safety management system	Occupational Health and Safety & Labor Practices	172-173					
			CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety					
	403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	Occupational Health and Safety & Labor Practices	173					
			CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety					
	403-3	Occupational health services	Occupational Health and Safety & Labor Practices	180-181					
			CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety					
	403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	Occupational Health and Safety & Labor Practices	176-180					
			CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety					
	403-5	Worker training on occupational health and safety	Occupational Health and Safety & Labor Practices	176-180					
			CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety					
	403-6	Promotion of worker health	Occupational Health and Safety & Labor Practices	176-180					
			CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
				REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	Occupational Health and Safety & Labor Practices	176-180					
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety					
	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system	Occupational Health and Safety & Labor Practices	172-173					
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety					
	403-9 Work-related injuries	Appendix	336-337				×	
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety					
	403-10 Work-related ill health	Appendix	336-337				×	
		CPALL Website: Occupational Health and Safety	172-174					
Innovation and Value Creation								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Innovation and Value Creation	182-195					
		CPALL Website: Innovation Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/innovation-management					
Indirect economic impacts								
GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016	203-1 Infrastructure investments and services supported	Innovation and Value Creation	182-195					
		CPALL Website: Innovation Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/innovation-management					
	203-2 Significant indirect economic impacts	Innovation and Value Creation	182-195					
		CPALL Website: Innovation Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/innovation-management					
Responsible Supply Chain Management								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Process to determine material topics	Responsible Supply Chain	196-217					
		CPALL Website: Responsible Supply Chain	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/supply-chain-management					
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Responsible Supply Chain	196-217					
		CPALL Website: Responsible Supply Chain	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/supply-chain-management					
Supplier environmental assessment								
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	Responsible Supply Chain	196-217				×	
		CPALL Website: Responsible Supply Chain	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/supply-chain-management					
	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	Responsible Supply Chain	196-217					
		CPALL Website: Responsible Supply Chain	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/supply-chain-management					
DJSI	1.7.3 Supplier Screening	CPALL Website: Responsible Supply Chain	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/supply-chain-management					
	1.7.4 Supplier Assessment and Development							
	1.7.5 KPIs for Supplier Screening	Responsible Supply Chain	200					
	1.7.6 KPIs for Supplier Assessment and/or Development	Responsible Supply Chain	201					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE		DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
					REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
Supplier social assessment									
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1	New suppliers that were screened using social criteria	Responsible Supply Chain	204-205					
			CPALL Website: Responsible Supply Chain	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/supply-chain-management					
	414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	Responsible Supply Chain	204-207					
			CPALL Website: Responsible Supply Chain	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/supply-chain-management					
DJSI	1.7.3	Supplier Screening	CPALL Website: Responsible Supply Chain	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/supply-chain-management				×	
	1.7.4	Supplier Assessment and Development							
	1.7.5	KPIs for Supplier Screening	Responsible Supply Chain	200					
	1.7.6	KPIs for Supplier Assessment and/or Development	Responsible Supply Chain	201					
Foundational Material Topics									
Efficient use of resources and Energy									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Efficient use of resources and Energy	218-233					
			CPALL Website: Energy Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/energy-conservation-management					
Energy									
GRI 302: Energy 2016	302-1	Energy consumption within the organization	Efficient use of resources and Energy	218-233					
			Appendix	324				×	
			CPALL Website: Energy Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/energy-conservation-management					
	302-3	Energy intensity	Efficient use of resources and Energy	218-233					
			Appendix	325				×	
			CPALL Website: Energy Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/energy-conservation-management					
	302-4	Reduction of energy consumption	Efficient use of resources and Energy	218-233					
			CPALL Website: Energy Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/energy-conservation-management					
	302-5	Reductions in energy requirements of products and services	Efficient use of resources and Energy	218-233					
			CPALL Website: Energy Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/energy-conservation-management					
Water and effluents									
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-1	Interactions with water as a shared resource	Efficient use of resources and Energy	228-233					
			CPALL Website: Water Stewardship	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/water-stewardship					
	303-2	Management of water discharge-related impacts	Efficient use of resources and Energy	228-233					
			CPALL Website: Water Stewardship	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/water-stewardship					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
				REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
	303-3 Water withdrawal	Efficient use of resources and Energy	228-233					
		Appendix	325				×	
		CPALL Website: Water Stewardship	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/water-stewardship					
	303-4 Water discharge	Efficient use of resources and Energy	228-233					
		Appendix	325-326					
		CPALL Website: Water Stewardship	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/water-stewardship					
	303-5 Water consumption	Efficient use of resources and Energy	228-233					
		Appendix	325					
		CPALL Website: Water Stewardship	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/water-stewardship					
Ecosystem and Biodiversity Protection and Restoration								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Ecosystem and Biodiversity Protection and Restoration	234-251					
		CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection					
Biodiversity								
GRI 101: Biodiversity 202.6	101-1 Policies to halt and reverse biodiversity loss	Ecosystem & Biodiversity Protection	237					
		CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection					
		CPALL Biodiversity and Natural Resources Policy	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Biodiversity-Policy-2021-EN.pdf					
	101-2 Management of biodiversity impacts	Ecosystem & Biodiversity Protection	241-242					
		CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection					
	101-3 Access and benefit-sharing	Ecosystem & Biodiversity Protection	243-244					
		CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection					
	101-4 Identification of biodiversity impacts	Ecosystem & Biodiversity Protection	239-240					
		CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection					
	101-5 Locations of biodiversity impacts	Ecosystem & Biodiversity Protection	240					
		CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection					
	101-6 Direct drivers of biodiversity loss	Ecosystem & Biodiversity Protection	235, 240					
		CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE		DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
					REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
	101-7	Changes to the state biodiversity	Ecosystem & Biodiversity Protection	238					
			CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection					
	101-8	Ecosystem services	Ecosystem & Biodiversity Protection	243-244					
			CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection					
Corporate Governance and Anti-Corruption									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Process to determine material topics	Corporate Governance and Anti-Corruption	272-303					
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					
Economic performance									
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1	Direct economic value generated and distributed	56-1 One Report	14-15					
	201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	56-1 One Report	78-94					
	203	Defined benefit plan obligations and other retirement plans	56-1 One Report	290					
	201-4	Financial assistance received from government	56-1 One Report	154					
Anti-corruption									
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1	Operations assessed for risks related to corruption	Corporate Governance and Anti-Corruption	288-292					
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					
	205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	Corporate Governance and Anti-Corruption	276-277, 283-284					
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					
	205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	Corporate Governance and Anti-Corruption	276-277, 282, 285-286					
			CPALL Website: Anti Corruption	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption					
Anti-competitive behavior									
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016	206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	Guideline and Policy on Trade Competition	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2020/11/CPALL_Guidelines-Trade-Competition-Policy_Rev01.pdf					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE		DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
					REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
Tax									
GRI 207: Tax 2019	207-1	Approach to tax	Tax Strategy and Tax Policies	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf					
	207-2	Tax governance, control, and risk management	Tax Strategy and Tax Policies	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf					
	207-3	Stakeholder engagement and management of concerns related to tax	Tax Strategy and Tax Policies	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf					
	207-4	Country-by-country reporting	Tax Strategy and Tax Policies	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2021/06/Tax-Policy-2021-EN.pdf					
Public policy									
GRI 415: Public Policy 2016	415-1	Political contributions	Financial Statements	https://www.cpall.co.th/en/investor/financial-info/financial-statements					
Customer privacy									
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	Corporate Governance and Anti-Corruption	277, 282					
			CPALL Website: Information Security / Cybersecurity & System Availability	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/information-security-cybersecurity-system-availability					
Human Capital Development									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Human Capital Development	304-323					
			CPALL Website: Leadership and Human Capital Development	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/leadership-and-human-capital-development					
Employment									
GRI 401: Employment 2016	401-1	New employee hires and employee turnover	Appendix	331-333					
	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	Occupational Health and Safety & Labor Practices	170					
			CPALL Website: Our Workforce	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel					
Training and education									
GRI 404: Training and Education 2016	404-1	Average hours of training per year per employee	Human Capital Development	306, 308					
			Appendix	334-335					
			CPALL Website: Human Capital Development	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/leadership-and-human-capital-development					
	404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Human Capital Development	309-317					
			CPALL Website: Human Capital Development	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/leadership-and-human-capital-development					
	404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	Human Capital Development	320-321					
			CPALL Website: Human Capital Development	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/leadership-and-human-capital-development					

United Nations Sustainability Development Goals

Goal	Description	Chapter
	End poverty in all its forms everywhere	• Social Impact and Economic Contribution • Education and Lifelong Learning • Innovation and Value Creation
	End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture	• Social Impact and Economic Contribution • Good Health & Well-being • Food and Water Security & Access to Well-being
	Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages	• Sustainable Waste and Surplus Food Management • Good Health & Well-being • Occupational Health and Safety & Labor Practices (Human Rights) • Food and Water Security & Access to Well-being • Innovation and Value Creation
	Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all	• Responsible Supply Chain • Education and Lifelong Learning • Human Capital Development
	Achieve gender equality and empower all women and girls	• Occupational Health and Safety & Labor Practices (Human Rights) • Human Capital Development
	Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all	• Efficient use of resources and Energy • Sustainable Waste and Surplus Food Management • Ecosystems and Biodiversity Protection and Restoration
	Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all	• Efficient use of resources and Energy
	Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all	• Sustainable Packaging Management • Social Impact and Economic Contribution • Occupational Health and Safety & Labor Practices (Human Rights) • Responsible Supply Chain • Stakeholders Engagement • Innovation and Value Creation • Human Capital Development
	Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation	-

Goal	Description	Chapter
	Reduce inequality within and among countries	• Social Impact and Economic Contribution • Occupational Health and Safety & Labor Practices (Human Rights)
	Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable	• Sustainable Waste and Surplus Food Management • Social Impact and Economic Contribution • Food and Water Security & Access to Well-being
	Ensure sustainable consumption and production patterns	• Climate Resilience • Efficient use of resources and Energy • Sustainable Packaging Management • Sustainable Waste and Surplus Food Management • Good Health & Well-being • Occupational Health and Safety & Labor Practices (Human Rights) • Responsible Supply Chain • Food and Water Security & Access to Well-being
	Take urgent action to combat climate change and its impacts	• Climate Resilience • Efficient use of resources and Energy
	Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development	• Ecosystems and Biodiversity Protection and Restoration
	Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse	• Ecosystems and Biodiversity Protection and Restoration
	Promote peaceful land inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels	• Occupational Health and Safety & Labor Practices (Human Rights) • Corporate Governance and Anti-Corruption • Stakeholders Engagement
	Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development	• Food and Water Security & Access to Well-being

LRQA Independent Assurance Statement

Relating to CP ALL Public Company Limited's Sustainability Report for the calendar year 2025

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 2025 "the report" against the assurance criteria below to a moderate level of assurance and at the materiality of the professional judgement of the verifier, using AccountAbility's AA1000AS v3[1], where the scope was a Type 2 engagement.

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

- Evaluating CP ALL's adherence to AA1000 AccountAbility Principles (2018) of Inclusivity, Materiality, Responsiveness and Impact.
- Confirming that the report is in accordance with GRI Standards (2021).
- Reviewing GRI 3-1 double materiality assessment and integrity of CP ALL's supplier assessment processes.
- Reviewing GRI 2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns, GRI 2-27 Compliance with laws and regulations, Codes of conduct and compliance system including tracking and reporting of breaches.
- Evaluating the reliability of data and information for only the selected standard disclosures listed below: [1]
  - *Environmental*:
    GRI 301-1 Materials used by weight or volume, GRI 301-2 Recycled input materials used, GRI 302-1 Energy consumption within the organization, GRI 302-3 Energy intensity, GRI 303-3 Water withdrawal, GRI 303-4 Water discharge, GRI 303-5 Water consumption, GRI 305-1 Direct (scope 1) GHG emissions, GRI 305-2 Energy indirect (scope 2) GHG emissions, GRI 305-3 Other indirect (scope 3) GHG emissions (Purchased goods and services, Capital goods, Fuel and energy related activities, Upstream transport & distributions, waste generated in operations, Business travel, Employee commuting, Downstream transport & distributions, Use of sold products, End-of-life treatment of sold products and Downstream leased assets only), GRI 305-4 GHG emissions intensity, GRI 306-3 Waste generated, GRI 306-4 Waste diverted from disposal and GRI 306-5 Waste directed to disposal and food waste/food loss, GRI 308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria and GRI 308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken.
  - *Social*:
    GRI 403-9 to 10 Work-related injuries and ill health, FPSS FP6 Percentage of total sales volume of consumer products, by product category, that are lowered in saturated fat, trans fats, sodium and added sugars, FPSS FP7 Percentage of total sales volume of consumer products, by product category, that contain increased nutritious ingredients like fiber, vitamins, minerals, phytochemicals or functional food additives, GRI 405-2 gender pay gaps (average and median), GRI 414-1 New suppliers that were screened using social criteria and GRI 414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken.

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

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

LRQA's Opinion

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

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

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

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

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

LRQA's approach

LRQA's assurance engagements are carried out in accordance with AA1000AS v3. The following tasks though were undertaken as part of the evidence gathering process for this assurance engagement:

- Assessing CP ALL's approach to stakeholder engagement to confirm that issues raised by stakeholders were captured correctly. We did this by interviewing CP ALL's management who engage directly with stakeholder groups as well as reviewing documents and associated records.
- Reviewing CP ALL's processes for identifying and determining material issues to confirm that the right issues were included in their report, the company's codes of conduct and compliance systems for enforcing these codes, including tracking and reporting of breaches. We also tested the filters used in determining material issues and confirmed breaches to evaluate whether CP ALL makes informed business decisions that may create opportunities which contribute towards sustainable development.
- Auditing CP ALL's data management systems to confirm that there were no significant errors, omissions or mis-statements in the report. We did this by reviewing the effectiveness of data handling process, and systems, including those for internal verification. We also spoke with key people in various departments responsible for compiling the data and drafting the report.
- Visited CP ALL's operations as business representatives 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:

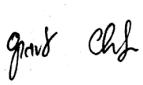
- Stakeholder inclusivity: We are not aware of any key stakeholder groups that have been excluded from CP ALL's stakeholder engagement process. CP ALL has addressed the key stakeholder group's opinion regarding their impacts.
- Materiality: We are not aware of any material issues concerning CP ALL's sustainability performance that have been excluded from the report. CP ALL has processes for identifying and determining double material issues based on a set of unbiased criteria together with qualitative risk and impact valuation.
- Responsiveness: CP ALL has addressed the concerns of stakeholders in relation to impacts of food loss and food waste and transition plan for climate change. However, we believe that future reports should disclose effectiveness of control over of third party service.
- Reliability: Data management systems are well defined, we believe that future report should disclose internal verification outcome as part of corporate governance.
- Impact: CP ALL has addressed impacts valuation of an agriculture products, food loss & food waste and climate change related.

LRQA's standards, competence and independence

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

This verification together with report verifications for CP ALL's subsidiaries are the only works undertaken by LRQA for CP ALL and as such does not compromise our independence or impartiality.

Dated: 7 March 2025



Opart Charuratana
Lead Verifier
On behalf of LRQA (Thailand) Limited
No. 252/123 (C), Muang Thai – Phatra Complex Tower B.
26th floor, Ratchadaphisek Road., HuayKwang, Bangkok, 10310, THAILAND
LRQA reference: BGK000001270

LRQA Group Limited, its affiliates and subsidiaries, including LRQA (Thailand) Limited, and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'LRQA'. LRQA assumes no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant LRQA entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract.
The English version of this Assurance Statement is the only valid version. LRQA Group Limited assumes no responsibility for versions translated into other languages.
This Assurance Statement is only valid when published with the Report to which it refers. It may only be reproduced in its entirety.
Copyright © LRQA Group Limited, 2026.



CPALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
313 อาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ ชั้น 24
ถ.สีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
www.cpall.co.th CPALL