CP ALL

รายงาน

การพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2567

เคียงคู่ชุมชน สร้างสรรค์สังคมยั่งยืน




SME

สารบัญ

01 รู้จัก 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 36
- ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร 53
- การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน 69
- การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน 85
- การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ 97
- สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต 114
- การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี 136
- ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต 157
- แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล) 185
- การพัฒนาทุนมนุษย์ 204
- การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ 217

04 การดำเนินงานประเด็นความยั่งยืนที่เป็นปัจจัยพื้นฐาน (Foundational Material Topics)



- การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ 233
- การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี 247
- ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย 258
- นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า 273

05 ภาคผนวก 285



คำจำกัดความ

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

แบบ 56-1 One Report ปี 2567

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2567

สารจากใจประธานกรรมการ

ซีพี ออลล์ ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน มุ่งสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างรับผิดชอบ



นายสุภกิต เจียรวนนท์
ประธานกรรมการ
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

เศรษฐกิจไทยในภาพรวม ปี 2567 มีแนวโน้มเติบโตโดยได้รับแรงหนุนสำคัญจากภาคการท่องเที่ยว การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ และการบริโภคภายในประเทศที่ยังขยายตัวอย่างต่อเนื่องช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างงาน

บริษัทเฝ้าติดตามความท้าทาย แนวโน้มและปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด ทั้งจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ปัญหาภูมิรัฐศาสตร์ ความขัดแย้งระหว่างมหาอำนาจ ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สภาพภูมิอากาศสุดขั้ว รวมถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ทำให้บริษัทตระหนักถึงโอกาสและความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่ท้าทายในทุกประเด็นสำคัญ ภายใต้แนวคิดความยั่งยืนทุกภาคส่วน (Sustainability for All) ที่สอดคล้องกับกรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ และหลักปรัชญาสามประโยชน์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อสร้างสรรค์ธุรกิจที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

บริษัทมุ่งมั่นสู่ความยั่งยืนด้วยกลยุทธ์ “2 ลด 4 สร้าง 1 DNA” โดยมีแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (ESG) เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจ

กลยุทธ์ 2 ลด : ลดการใช้ถุงพลาสติก และลดการใช้พลังงาน

ด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทสานต่อนโยบาย เซเว่น โก กรีน (7 Go Green) เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง ลดการใช้พลาสติก ด้วยแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) สร้างความร่วมมือกับลูกค้าในการลดการใช้ถุงพลาสติกมาอย่างต่อเนื่อง และลดการใช้พลังงานโดยการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน เพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon neutrality) ปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ภายในปี 2593

กลยุทธ์ 4 สร้าง : สร้างคน สร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างชุมชนอุ่นใจ

ด้านสังคม บริษัทสานต่อนโยบาย เซเว่น โก ทูเก็ตเตอร์ (7 Go Together) เพื่อส่งเสริมและสร้างคุณค่าที่หลากหลายต่อสังคม บริษัทสร้างคุณค่าผ่านการสร้างคน สร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างชุมชนอุ่นใจ โดยการส่งเสริมการศึกษา พัฒนาทักษะ สนับสนุนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม เกษตรกร และกลุ่มเปราะบาง เป็นแสงสว่างและที่พึ่งชุมชน เป็นเพื่อนที่ห่วงใย ยืนหยัดเคียงคู่ชุมชนและสังคม

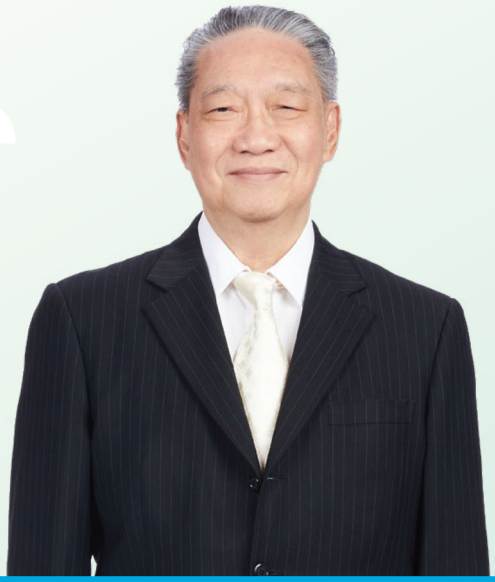
กลยุทธ์ 1 DNA : ส่งเสริมจิตสำนึกในการทำความดี

ด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ บริษัทสานต่อนโยบาย เซเว่น โก ไรท์ (7 Go Right) บริหารงานภายใต้กรอบธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่คุณค่า บริษัทเคารพสิทธิมนุษยชน ยึดมั่นธรรมาภิบาลและต่อต้านทุจริต โดยการขับเคลื่อน “DNA ความดี 24 ชั่วโมง” ผ่านโครงการแสนคนแสนความดี และกิจกรรมส่งเสริมความหลากหลายผ่านกิจกรรม ออลล์ ไพรด์ 2024 (ALL Pride 2024)

บริษัทให้ความสำคัญกับการประเมินประเด็นความยั่งยืนอย่างรอบด้าน โดยใช้เกณฑ์ประเมินแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Assessment) พิจารณาทั้งผลกระทบทางการเงินและผลกระทบต่อผู้มีส่วนร่วมตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อให้เข้าใจผลกระทบและความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ บริษัทยังได้ยกระดับการจัดการความเสี่ยงที่เกิดใหม่ 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การเตรียมความพร้อมด้านเทคโนโลยีเอไอ (Generative AI) ในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน 2) การเตรียมรับมือสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ด้วยการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร เพื่อสุขภาพและสุขอนามัยที่ดีของผู้บริโภค และ 3) การเตรียมแผนงานมุ่งสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนทั้งห่วงโซ่อุปทาน ด้วยการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon neutrality) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ภายในปี 2593 ทั้งนี้การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ขององค์กรจะผ่านกระบวนการตรวจสอบตามแนวทางของเป้าหมายที่อิงหลักวิทยาศาสตร์ (Science Based Targets initiative: SBTi)

ในโอกาสนี้ ผมขอขอบคุณเพื่อนพนักงานทุกคนที่ให้การสนับสนุนและยืนหยัดในค่านิยมขององค์กรร่วมกันสร้างความเปลี่ยนแปลงทางบวกทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตลอดมา ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่สังคมในด้านต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ผ่านพ้นทุกความท้าทายไปได้ ผมเชื่อมั่นว่าด้วยความร่วมมือและสามัคคีของเพื่อนพนักงานทุกคนจะทำให้องค์กรของเราประสบความสำเร็จเติบโตอย่างมั่นคงและสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างยั่งยืน

สารจากใจประธานกรรมการบริหาร



นายก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์
ประธานกรรมการบริหาร
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ปี 2567 เป็นปีที่บริษัทต้องเผชิญกับความท้าทายรอบด้าน ทั้งจากเศรษฐกิจโลกที่ผันผวนและวิกฤตทรัพยากรธรรมชาติอันเนื่องมาจากสภาพอากาศสุดขั้ว ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ด้วยกลยุทธ์และเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่แข็งแกร่ง เรายังคงรักษามาตรฐานและสร้างความสำเร็จได้อย่างน่าพอใจ ความสำเร็จนี้สะท้อนผ่านรางวัล “Sustainability Excellence” ประเภท “Highly Commended in Sustainability Awards 2024” จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงการเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนระดับโลกอย่างต่อเนื่อง อาทิ สมาชิกกลุ่มดัชนี Dow Jones Best-in-Class Emerging Markets Index ต่อเนื่องปีที่ 8 (2560-2567) และ Dow Jones Best-in-Class World Index ต่อเนื่องปีที่ 7 (2561-2567) ในกลุ่มอุตสาหกรรม Food & Staples Retailing รวมถึงเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนระดับโลก FTSE4Good Index ในกลุ่ม Food Retailers & Wholesalers ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 ตลอดจนได้รับคะแนนระดับ B จากการประเมิน CDP ด้านการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และระดับ A จากการประเมิน MSCI ด้านการดำเนินงาน ESG ความสำเร็จเหล่านี้เป็นเครื่องยืนยันถึงความมุ่งมั่นของเราในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน และเป็นแรงผลักดันให้เราก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง

เรามุ่งมั่นพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นแก่คู่ค้าและลูกค้า รวมถึงเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการขยะพลาสติก ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ผ่านการเพิ่มพื้นที่สีเขียว ด้านสังคม บริษัทส่งเสริมและสร้างคุณค่าที่หลากหลายต่อสังคม โดยการส่งเสริมการศึกษา พัฒนาทักษะ สนับสนุนเอสเอ็มอี เกษตรกร และกลุ่มเปราะบาง เป็นแสงสว่างและที่พึ่งชุมชน ด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ บริษัทเคารพและส่งเสริมสิทธิมนุษยชนตามหลักสากล แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกระดับ พร้อมทั้งขับเคลื่อน “DNA ความดี 24 ชั่วโมง”

ทั้งหมดนี้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามหลักค่านิยมสามประโยชน์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ ประชาชน และองค์กรอย่างยั่งยืน







เสริมสร้างสังคมสู่การเติบโตที่ดีขึ้น

ซีพี ออลล์ สร้างคน ด้วยการศึกษาที่มีคุณภาพ สร้างงานเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี สร้างอาชีพให้ SME และเกษตรกรโตไกลไปด้วยกัน พร้อมทั้งสร้างชุมชนอุ่นใจ เป็นที่พึ่งและสนับสนุนชุมชนในทุกด้าน เพื่อร่วมขับเคลื่อนสังคมให้เติบโตอย่างยั่งยืน





สร้างสังคมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อโลกที่น่าอยู่และยั่งยืน

ซีพี ออลล์ ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด ผ่านการสานต่อนโยบาย “7 Go Green” เพื่อสิ่งแวดล้อมตลอด 24 ชั่วโมง มุ่งเน้นลดปริมาณพลาสติกที่เข้ากระบวนการฝังกลบ และใช้พลังงานให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อสร้างสังคมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน





ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสู่ธรรมาภิบาลอย่างยั่งยืน

ซีพี ออลล์ มุ่งสู่องค์กรแห่งธรรมาภิบาล ขับเคลื่อน DNA ความดี 24 ชั่วโมง สนับสนุนความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการมีส่วนร่วม (DEI: Diversity, Equity, and Inclusion) พร้อมส่งต่อ DNA ความดีสู่คู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน และพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อร่วมสร้างสังคมที่น่าอยู่เป็นธรรมและเท่าเทียม



ถักทอห่วงโซ่คุณค่าปรารถนาทุกกลุ่มมีความสุข

CP ALL

รายได้รวม 987,794 ล้านบาท

สัดส่วนรายได้

- ธุรกิจร้านสะดวกซื้อและธุรกิจอื่น ๆ ร้อยละ 52
- ธุรกิจค้าส่ง ค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ร้อยละ 48

กำไรสุทธิ 25,346 ล้านบาท



ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร
165 สาขา

ร้าน 7-Eleven
15,245 สาขา ทั่วประเทศ

ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส
2,483 สาขา

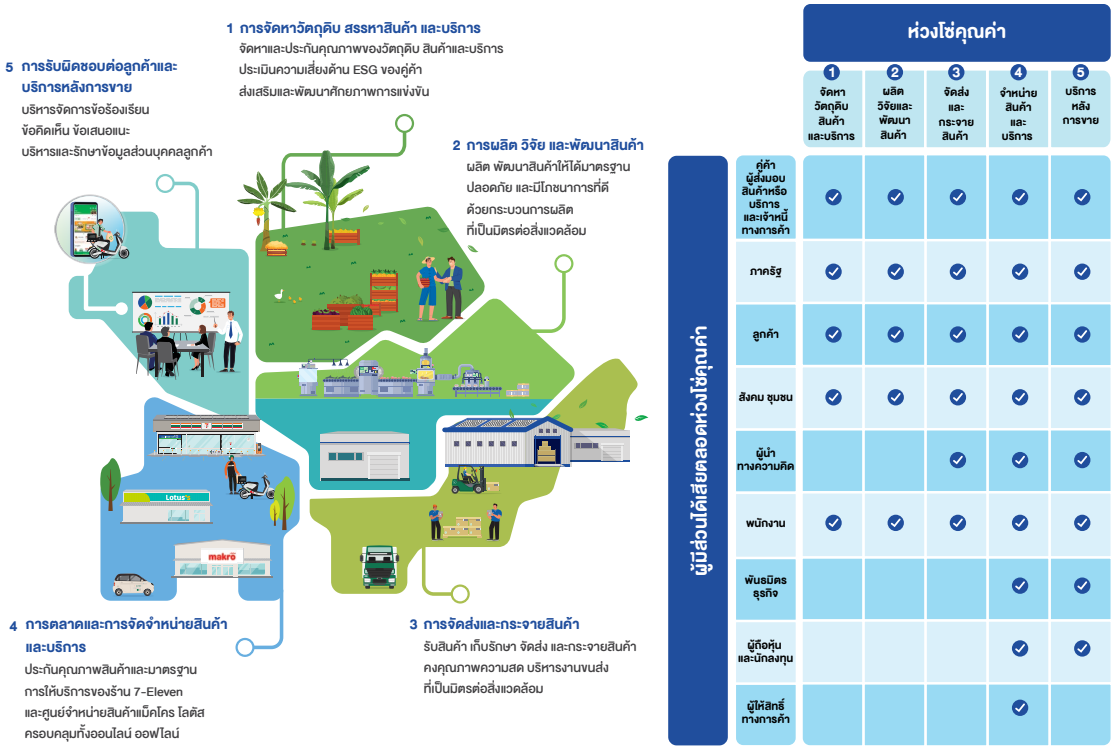


พนักงานรวมทั้งหมด 204,701 คน

นับเป็นระยะกว่า 37 ปี ที่ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ในฐานะผู้ดำเนินธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้เครื่องหมายการค้า 7-Eleven และให้สิทธิในการดำเนินธุรกิจร้าน 7-Eleven ในประเทศกัมพูชาและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ภายใต้สัญญาแฟรนไชส์หลัก และลงทุนในธุรกิจสนับสนุนธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อ อาทิ ผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปและเบเกอรี่ ตัวแทนรับชำระเงินค่าสินค้าและบริการ รวมทั้งการลงทุนในธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ทั้งนี้ บริษัทมุ่งดำเนินงานเพื่อสร้างความสะดวกสบายในการเลือกสินค้าและบริการ พร้อมทั้งยกระดับการส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศไทย โดยเสนอช่องทางการให้บริการทั้งทางหน้าร้าน และร้านค้าออนไลน์ รวมถึงช่องทางการบริการจัดส่งถึงที่

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งดำเนินงานเพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานตลอดทั้งสายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน สร้างอาชีพให้กับเกษตรกร สร้างโอกาสทางการขายให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย ส่งเสริมผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการ และกลุ่มเปราะบาง ตลอดจนการให้โอกาสทางการศึกษา

ห่วงโซ่คุณค่าของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



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 www.7eleven.co.th

ร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส

“ร้านยาเพื่อชุมชน” จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ยา อาหารเสริม เวชสำอาง อุปกรณ์การแพทย์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยมีเภสัชกรเป็นผู้ให้คำปรึกษา และแนะนำ

รายละเอียดเพิ่มเติม www.exta.co.th



ออลล์ คาเฟ่

เฟรชไม่หยุด สุดทุกไลฟ์สไตล์

คัดสรร

ภายใต้สโลแกน “THE CHOSEN RECIPE” คัดสิ่งดีดี สรรสร้างความอร่อย มุมเบเกอรี่อบสด และเครื่องดื่มชงสดในร้าน 7-Eleven โดยมุ่งเสริฟความสดใหม่ โดยเบเกอรี่อบสดใหม่แบบวันต่อวัน และชงเครื่องดื่มสดโดยได้คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และทีมงานที่มีทักษะเฉพาะ เพื่อส่งมอบสินค้าที่ทำสดใหม่ทุกวัน อร่อยทุกครั้งที่ทาน อีกทั้งยังสร้างประสบการณ์การชอปปิงสไตล์คาเฟ่ในร้าน 7-Eleven

เบลลินี่ เบค แอนด์ บรู

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

รายละเอียดเพิ่มเติม www.bellinee.co.th

บริษัท ทเวนตี้โฟร์ ช้อปปิ้ง จำกัด

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

รายละเอียดเพิ่มเติม www.24shopping.co.th

บริษัท ออลล์ เวลเนส จำกัด

บริการด้านการดูแลสุขภาพด้วยนวัตกรรมดิจิทัล และสร้างความสะดวกในการดูแลสุขภาพให้แก่ชุมชน รวมถึงให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์

บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด

ครบเครื่องเรื่องอุปกรณ์ค้าปลีก บริการหลังการขาย ที่ให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง

รายละเอียดเพิ่มเติม www.cpretailink.co.th

กลุ่มธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค และธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

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

รายละเอียดเพิ่มเติม https://www.cpaxtra.com/th

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 https://www.makro.co.th/

กลุ่มธุรกิจค้าปลีก ประกอบธุรกิจค้าปลีกและบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า ดำเนินงานโดย Lotus's ในประเทศไทย และประเทศมาเลเซีย สำหรับธุรกิจค้าปลีกของ Lotus's ในประเทศไทยมีความมั่นคงด้วยระบบห่วงโซ่อุปทานภายในประเทศที่แข็งแกร่ง และระบบการกระจายสินค้าและเครือข่ายงานด้านโลจิสติกส์ ที่มีประสิทธิภาพ ธุรกิจค้าปลีกของ Lotus's พัฒนาขึ้นจากความแข็งแกร่งของแบรนด์ Lotus's และกลยุทธ์ที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าสามารถสร้างการเติบโตที่มีผลกำไรในการดำเนินธุรกิจได้ ทั้งยังมี SMART Community Center ที่เป็นศูนย์รวมการใช้ชีวิตแบบสมาร์ทของทุกคนในชุมชน โดยมีรูปแบบดีไซน์สาขา สินค้าและบริการ ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันของคนในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้ลูกค้า รู้สึกดีดี ทุกวัน ที่โลตัส

แพลตฟอร์มการจำหน่ายและให้บริการแบบออนไลน์ โลตัส มีช่องทางออนไลน์ ให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าแบบออนไลน์จากร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตมากกว่า 200 สาขา โดยเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบชอปปิงออนไลน์ สามารถเลือกรับสินค้าที่หน้าร้าน หรือจัดส่งถึงบ้านในวันถัดไป และได้มีการร่วมมือกับแพลตฟอร์มออนไลน์ชั้นนำอื่น ๆ เช่น Grab Lazada Robinhood Shopee และ FoodPanda ซึ่งจะให้บริการจัดส่งแบบเร่งด่วน หรือภายใน 1-2 วันนับจากวันสั่งซื้อ

รายละเอียดเพิ่มเติม https://corporate.lotuss.com/homepage/

Lotus's Me Style ALIV Cute & Care คุ้มค่า momento NaxNax Prestigo

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 www.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) ผ่านบัตรสมาร์ทคาร์ด รวมถึงเครื่องมือทำการตลาดในรูปแบบ Loyalty Program และการบริหารระบบสมาชิกให้กับสมาชิกของ 7-Eleven

รายละเอียดเพิ่มเติม www.thaismartcard.co.th

บริการผลิตและจำหน่ายเบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง

บริษัท ซีพีแรม จำกัด

ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทาน จำหน่ายผ่านช่องทางร้าน 7-Eleven ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร และร้านค้าชั้นนำทั่วประเทศกว่า 20,000 แห่ง รวมถึงส่งออกไปยัง 18 ประเทศทั่วโลก โดยมีผลิตภัณฑ์และบริการในกลุ่มบริษัท ซีพีแรม เช่น แบรนด์เลอแปง แบรนด์เจดดราก้อน แบรนด์วีจีฟอร์เลิฟ แบรนด์เดลี่ไทย แบรนด์เดลิกาเซีย แบรนด์โอแรมปัง แบรนด์เลอเชอรีน และแบรนด์ครีเอเตอร์ เป็นต้น

รายละเอียดเพิ่มเติม www.cpram.co.th

บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด

บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด บริการด้านวิจัยและพัฒนา ให้บริการเป็นที่ปรึกษาและวิเคราะห์ทดสอบ ผลิตภัณฑ์และออกแบบทางวิศวกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารให้กลุ่มธุรกิจในเครือฯ และบริษัทอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลาง ในการประสานงานร่วมมือด้านวิจัยพัฒนากับหน่วยงานต่าง 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 https://satit.pim.ac.th/

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

สถานศึกษาประเภทอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จัดการเรียนการสอนรูปแบบทวิภาคี เรียนทฤษฎีในสถานศึกษา เรียนภาคปฏิบัติ ในสถานประกอบการ เรียนรู้ด้วยการปฏิบัติจริง “Work-based Learning” มุ่งพัฒนาหลักสูตร ให้ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจเพื่อสร้างโอกาสการเรียนรู้ให้กับเยาวชนทุกพื้นที่อย่างเท่าเทียม

รายละเอียดเพิ่มเติม www.panyapiwat.ac.th

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม)

มหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจ (Corporate University) ที่เน้นเสริมสร้างประสบการณ์ การทำงานให้แก่นักศึกษาอย่างจริงจังและครบถ้วน โดยเน้นรูปแบบการเรียนทฤษฎีควบคู่กับการฝึกปฏิบัติตรงกับสาขาวิชาที่เรียน (Work-based Education) เพื่อสร้างบัณฑิตที่พร้อมทำงาน (Ready to Work) มีคุณภาพสู่สังคม เพื่อตอบสนองความยั่งยืนให้แก่องค์กร

รายละเอียดเพิ่มเติม www.pim.ac.th

บริษัท ปัญญธารา จำกัด และ บริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด

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

รายละเอียดเพิ่มเติม https://panyatara.co.th/

บริการด้านสารทนเทศ

บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริการให้คำแนะนำ และพัฒนาซอฟต์แวร์ให้มีประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของกลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ

รายละเอียดเพิ่มเติม www.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 ผ่านกระบวนการเครื่องมือและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อสนับสนุนลูกค้า ให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจและเติบโตอย่างยั่งยืน

บริการด้านการบริหารโลจิสติกส์

บริษัท ออลล์ สปีดดี้ จำกัด

ให้บริการรับ-ส่งพัสดุ และเป็นตัวแทนให้บริการ จุดรับ-ส่งพัสดุ และเป็นตัวแทนให้บริการจุดรับพัสดุ ผ่านหน้าร้าน 7-Eleven ภายใต้เครื่องหมายการค้า สปีด ดี (SPEED-D) โดยให้บริการรับ-ส่งพัสดุภายในประเทศไทย ที่เปิดให้บริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งยังสามารถเลือกจัดส่งไปยังปลายทางที่ต้องการได้ทั้งปลายทางที่กำหนด และปลายทางร้าน 7-Eleven เพื่อรองรับกรณีลูกค้าปลายทางไม่สะดวกรับพัสดุตามที่อยู่ ซึ่งลูกค้าสามารถใช้บริการได้อย่างมั่นใจ มีมาตรฐานของพัสดุด้วยระบบแสดงสถานะพัสดุที่ลูกค้าตรวจสอบสถานะพัสดุได้ตลอดเวลา ปัจจุบัน SPEED-D เปิดให้บริการที่ร้าน 7- Eleven ทั่วประเทศกว่า 13,000 สาขาทั่วประเทศ และพร้อมให้บริการลูกค้า ภายใต้ สโลแกนที่ว่า สปีดดี รับ-ส่งพัสดุทั่วไทย ใกล้บ้านคุณ

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

ทั้งนี้ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ได้ที่ แบบ 56-1 One Report รายงานประจำปี 2567

- การดำเนินธุรกิจของบริษัท
- ขนาดขององค์กร
- งบการเงิน

ช่องทางการติดต่อ

หากท่านต้องการสอบถามข้อมูลหรือมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้สามารถติดต่อได้ที่สำนักบริหารความยั่งยืนองค์กร สายงานพัฒนาความยั่งยืน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
สำนักงานใหญ่ เลขที่ 313 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

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

โทรสาร: 0-2679-0580

อีเมล: SDstrategyoffice@cpall.co.th

เว็บไซต์: www.cpall.co.th

เส้นทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ตลอดระยะเวลา 37 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

- ก่อตั้ง บริษัท 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) (ปี 2547)
- 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)
- เข้าซื้อกิจการ บริษัท 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 Awards ประเภทรางวัล Highly 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



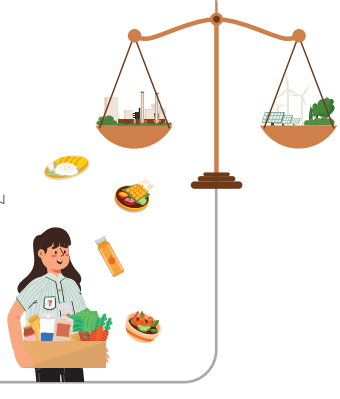
ปี 2564

พัฒนากรอบยุทธศาสตร์ใหม่ และการสนับสนุน เอสเอ็มอี เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน

- ทบทวนกรอบ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนดำเนินการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2564-2573
- เข้าร่วมโครงการประเมินและจัดระดับธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืน (LCSi) และได้รับรางวัล ในระดับโดดเด่น 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) ร่วมส่งเสริมและสนับสนุนคู่ค้าให้ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส 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

มุ่งสร้างความเข้มแข็งด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและการจัดการสู่ความยั่งยืนในทุกมิติ

- จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนที่นำทางรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ได้รับการจัดอันดับดัชนีหุ้นยั่งยืน SET ESG Rating ปี 2566 กลุ่มบริการ ในระดับ AAA
- ได้รับการรับรองมาตรฐานจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO 27001:2022 และมาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO/IEC 27701:2019 ขอบเขตการซื้อขายสินค้าผ่านทาง 24Shopping
- 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
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก Dow Jones Best-in-Class Emerging Markets Index ต่อเนื่องปีที่ 8 และ Dow Jones Best-in-Class World Index ต่อเนื่องปีที่ 7
- ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนี FTSE4Good ต่อเนื่องปีที่ 7
- ได้รับการจัดอันดับที่ A (ช่วงระดับ “CCC” to “AAA”) ต่อเนื่องปีที่ 3 จากการประเมินโดย MSCI ESG Reserch
- ได้รับการจัดอันดับดัชนีหุ้นยั่งยืน SET ESG Rating ปี 2567 กลุ่มบริการ ในระดับ AAA ต่อเนื่องปีที่ 2
- อยู่ใน Universe ของกลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ต่อเนื่องปีที่ 7
- ได้รับการจัดอันดับระดับ B หรือเทียบเท่า Management Level ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ในระดับสากล CDP
- ได้รับรางวัล SET Awards ประเภทรางวัล Highly Commended เป็นปีที่ 5



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ปี 2567

PEOPLE
การส่งเสริมคุณภาพชีวิตประชาชน

178,177 ราย
เกษตรกร ผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการรายย่อยได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

7,745 ราย
กลุ่มเปราะบาง ได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

90,134 ล้านบาท
สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

4,221,267 ราย
สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการและเพียงพอ

291,000 ราย
เข้าถึงบริการสุขภาพที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ

94,729 ราย
เด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาและพัฒนาทักษะที่จำเป็น

37,523 ทุน
สนับสนุนทุนการศึกษา ระดับอาชีวศึกษา และระดับอุดมศึกษา

1,186 ล้านบาท
มูลค่าการสนับสนุนทุนการศึกษา

ร้อยละ 60.33
ผู้บริหารหญิงต่อผู้บริหารทั้งหมด

ร้อยละ 49.12
ผู้บริหารหญิงต่อผู้บริหารระดับสูงทั้งหมด

30.11 : 29.37
ชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยต่อ FTE ของพนักงานหญิงและพนักงานชาย

PROSPERITY
การสร้างความเจริญก้าวหน้า

286,259.63 เมกะวัตต์-ชั่วโมง
ปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียน

ร้อยละ 6.58
การใช้พลังงานหมุนเวียนเทียบกับปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด

44,540 ราย
การจ้างแรงงานท้องถิ่นของกลุ่มซีพี ออลล์

1,691 ราย
การจ้างงานผู้พิการ

259 ล้านบาท
มูลค่านวัตกรรม

46 ผลงานนวัตกรรม

7,745 ราย
กลุ่มเปราะบาง ได้รับการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิต

287 ล้านบาท
มูลค่าการจ้างงานและสนับสนุนการสร้างรายได้ของกลุ่มเปราะบาง

1,736 ราย
กลุ่มเปราะบาง หน่วยงานราชการ และชุมชน ได้รับการฝึกอบรมฝึกซ้อมดับเพลิงขั้นต้น และการอพยพหนีไฟ รวมถึงการบรรเทาสาธารณภัยที่เกี่ยวกับน้ำ

PLANET
การอนุรักษ์โลก

8.75 ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท
ปริมาณการนำน้ำสุทธิมาใช้ต่อหน่วยรายได้

24.56 ล้านลูกบาศก์เมตร
ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด

1,432 ตัน
การลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ในบรรจุภัณฑ์

14,719 ตัน
ลดปริมาณการสร้างขยะ จากการนำกลับมาใช้ใหม่ และนำมาใช้ซ้ำ

1,830 ตัน
บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล

ร้อยละ 75.04
ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์

2.12 ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อหน่วยรายได้

89,902.76 ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการใช้พลังงานหมุนเวียน

4 ผลิตภัณฑ์
ขึ้นทะเบียนรับรองฉลากสินค้าคาร์บอน (Carbon Footprint Product Label)

1 ผลิตภัณฑ์
ขึ้นทะเบียนฉลากลดการปล่อยคาร์บอน (Carbon Footprint Reduction Label)

200,000 ตัว
ปล่อยลูกปูลงสู่ทะเล เพิ่มความหลากหลาย

202,347 ต้น
ปลูกต้นไม้ฟื้นฟูระบบนิเวศ

PEACE
การสร้างสันติภาพ

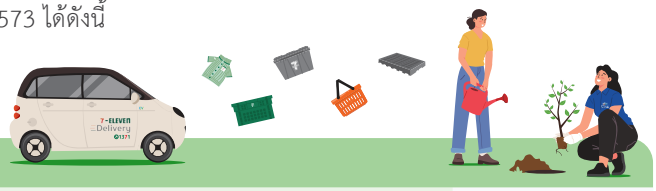
- กำหนดแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับบทบัญญัติที่กำหนดไว้ในกฎหมายไทย และกฎหมายต่างประเทศที่บริษัทดำเนินกิจการ รวมถึงหลักการชี้แนะว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights หรือ UNGP)
- ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต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

Partnership
การยกระดับความเป็นหุ้นส่วนเพื่อความร่วมมือ

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

ความก้าวหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนปี 2573

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อความยั่งยืนระยะที่ 2 ปี 2564-2573 ที่กำหนดไว้ โดยสรุปความก้าวหน้าของการดำเนินงานปี 2567 เทียบเป้าหมาย ปี 2573 ได้ดังนี้



สิ่งแวดล้อม
เซเว่น โก กรีน (7 Go Green)

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593

เป้าหมาย **Carbon Neutral**
ผลการดำเนินงาน
ปล่อยสุทธิ **2.09** ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน
บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัทสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสลายตัวได้ทางชีวภาพ

เป้าหมาย **ร้อยละ 100**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 97.17

การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
ทุกพื้นที่การดำเนินการของบริษัทมีโครงการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศหรือองค์กรอิสระภายนอก

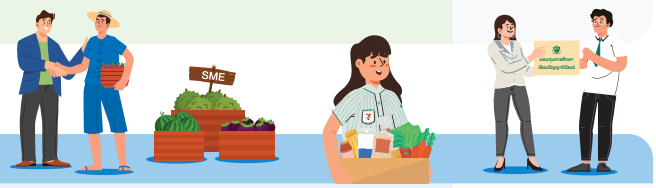
เป้าหมาย **ร้อยละ 100**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 100

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

เป้าหมาย **ร้อยละ 25**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 5.38

การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน
ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้งและลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินการของบริษัทที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบ

เป้าหมาย **ร้อยละ 100**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 75.05



สังคม
เซเว่น โก ทูเก็ตเตอร์ (7 Go Together)

การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ
พัฒนาทักษะ ส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้สำหรับเกษตรกร เอสเอ็มอี ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง

เป้าหมาย **250,000 ราย**
ผลการดำเนินงาน
730,257 ราย

การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี
เพิ่มสัดส่วนจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่มุ่งเน้นสุขภาพและโภชนาการที่ดี

เป้าหมาย **ร้อยละ 25**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 26.10

ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย
ระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย

เป้าหมาย **ร้อยละ 80**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 84

สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
สนับสนุนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษามีทักษะทางเทคนิคและอาชีพที่จำเป็น

เป้าหมาย **500,000 ราย**
ผลการดำเนินงาน
545,534 ราย

การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี
สนับสนุนให้ผู้ที่ขาดแคลน กลุ่มคนยากจนและกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงอาหาร น้ำที่ปลอดภัยและมีสุขภาวะที่ดี

เป้าหมาย **5,000,000 ราย**
ผลการดำเนินงาน
9,063,604 ราย



ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ
เซเว่น โก ไรท์ (7 Go Right)

ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต
ได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการโดยสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลหรือเทียบเท่า

เป้าหมาย **ดีเลิศ**
ผลการดำเนินงาน
ดีเลิศ

การพัฒนาทุนมนุษย์
ผู้นำและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้และกิจกรรมด้านความยั่งยืน

เป้าหมาย **ร้อยละ 100**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 100

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) ที่มีนัยสำคัญ (Significant Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้องถูกตรวจประเมิน (Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง

เป้าหมาย **ร้อยละ 100**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 100

เคารพและปฏิบัติตามสิทธิมนุษยชน
ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนตามแนวทางขององค์การสหประชาชาติ ทั้งในขอบเขตการดำเนินงานของบริษัทและคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง

เป้าหมาย **ร้อยละ 100**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 100

นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า
รายได้ที่มาจากนวัตกรรมด้านสินค้า บริการ ธุรกิจใหม่ ตลอดจนนวัตกรรมด้านกระบวนการ

เป้าหมาย **ร้อยละ 20**
ผลการดำเนินงาน
ร้อยละ 11

ผลสำเร็จและรางวัลที่บริษัทภาคภูมิใจ ปี 2567

ได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

S&P Dow Jones Indices
A Division of S&P Global

สมาชิกกลุ่มดัชนีดาวโจนส์ ปี 2567

Dow Jones Best-in-Class World Index ต่อเนื่องปีที่ 7 และ Dow Jones Best-in-Class Emerging Markets Index ต่อเนื่องปีที่ 8 ในกลุ่มอุตสาหกรรม Food & Staples Retailing



ได้รับการจัดอันดับด้านความยั่งยืน

จากหน่วยงาน S&P Global ระดับ Top 5% ใน The Sustainability Yearbook 2024



สมาชิกกลุ่มดัชนี MSCI All Country World และ MSCI Emerging Market

กลุ่มอุตสาหกรรม Retail Food & Staples ได้รับการจัดอันดับการประเมินความยั่งยืน ESG Rating ที่ A (ช่วงระดับ CCC-AAA) ต่อเนื่องปีที่ 3



FTSE4Good

สมาชิกกลุ่มดัชนี FTSE4Good Emerging Index และ FTSE4 Good ASEAN 5 Index

ในกลุ่มอุตสาหกรรม Food Retailers & Wholesalers ต่อเนื่องปีที่ 7 (ดัชนี FTSE4Good Index จัดทำโดย FTSE Russell) โดยมีคะแนนสูงสุดของกลุ่ม



ได้รับการจัดอันดับดัชนีหุ้นยั่งยืน SET ESG Rating ปี 2567 ระดับ AAA

ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืนต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



กลุ่มหลักทรัพย์ ESG100 ประจำปี 2567

บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) กลุ่มบริการต่อเนื่องปีที่ 7 (คัดเลือกโดยหน่วยงาน ESG Rating ในสถาบันไทยพัฒน์)

ได้รับรางวัลหรือประกาศเกียรติคุณด้านความยั่งยืนที่สำคัญทั้งในระดับประเทศและระดับสากล





รางวัล SET Awards ปี 2567 กลุ่ม Sustainability Excellence

ประเภท Highly Commended in Sustainability Awards ต่อเนื่องปีที่ 5 จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ร่วมกับวารสารการเงินธนาคาร

ด้านสิ่งแวดล้อม

ได้รับการจัดอันดับระดับ B หรือเทียบเท่า Management Level

ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปี 2567 โดยองค์กรประเมินความยั่งยืนที่มีมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลและเป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากล CDP



ซีพี ออลล์ รับรางวัล MEA ENERGY AWARDS ปีที่ 7

จากการไฟฟ้านครหลวง (MEA) ในประเภทอาคารสำนักงาน มหาวิทยาลัย และโรงเรียนทั้งระดับ PLATINUM และ STANDARD จากโครงการส่งเสริมการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในอาคาร ภายใต้แนวคิด “การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพอากาศได้มาตรฐาน”



7-Eleven ประเทศไทย คว้ารางวัลจาก 7-Eleven International LLC (7IN) จากแคมเปญ “แค่ไม่รับ=ปลูกต้นไม้”

ภายใต้นโยบาย 7 GO Green เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง ที่เชิญชวนลูกค้าทั่วประเทศร่วมปลูกต้นไม้ผ่าน 7App ก่อนนำไปปลูกจริง 1 ล้านต้น ภายในปี 2568 เพื่อส่งเสริมความตระหนักถึงความสำคัญของการตอบแทนสังคมและชุมชน ภายใต้แนวคิด “Think Globally, ImpactLocally”

ด้านสังคม



ซีพีแรม รับรางวัลดีเด่นองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ปี 2567 ต่อเนื่องปีที่ 4

ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ จากกระทรวงยุติธรรม





ศูนย์กระจายสินค้า ซีพี ออลล์ DC และ CFDC สุราษฎร์ธานี รับรางวัลกิจกรรม รณรงค์ลดสถิติอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ ประจำปี 2567

ระดับแพลทินัม ปีที่ 1 จากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน



วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ได้รับประกาศนียบัตรเครือข่ายผู้สนับสนุนกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน

ด้านการศึกษาและการมีอาชีพมาอย่างต่อเนื่อง ร่วมสร้างเครือข่าย สร้างโอกาส สร้างคนดีสู่สังคม เพื่อแสดงถึงพลังความร่วมมือของเครือข่ายต่าง ๆ ที่สนับสนุนภารกิจของกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน



ซีพี ออลล์ รับรางวัลองค์กรช่วยเหลือคนพิการดีเด่น ประจำปี 2567 ในระดับดีเยี่ยม

ต่อเนื่อง ปีที่ 11 จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) โดยกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ



ซีพี ออลล์ ได้รับการยกย่อง 1 ใน 45 องค์กรต้นแบบ สร้างคุณค่าให้กับผู้พิการปี 2567

จากคณะกรรมาธิการ การพัฒนาสังคม และกิจการเด็ก เยาวชน สตรีผู้สูงอายุ คนพิการ และผู้ด้อยโอกาส วุฒิสภามอบเกียรติบัตร “องค์กรที่ทำคุณประโยชน์เพื่อคนพิการ” ประจำปี 2567 ที่ได้ทำคุณประโยชน์เพื่อสังคม ซึ่งเป็นต้นแบบขององค์กรที่ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริม สนับสนุนและสร้างคุณค่าให้กับคนพิการ



ซีพี แอ็กซ์ตร้า ได้รับรางวัลองค์กรต้นแบบส่งเสริมการสร้างงาน สร้างรายได้ผู้สูงอายุ ปี 2567

จาก กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ รางวัลนี้สะท้อนให้เห็นถึงการเป็นองค์ต้นแบบที่มุ่งสนับสนุนการสร้างงาน สร้างอาชีพให้แก่ผู้สูงอายุในทุกมิติ





โกซอฟท์ ประเทศไทย ได้รับรางวัลระดับ Gold ประเภท Best Holistic Leadership Development Strategy และ Best Graduate Training Programme

จากงาน Employee Experience Awards 2024 Thailand (EXA) จากสถาบัน Human Resources Online สื่อชั้นนำด้านการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล ประเทศสิงคโปร์ โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาจากวิสัยทัศน์และเป้าหมายองค์กรการดำเนินธุรกิจ และแนวทางการพัฒนาการบริหารประสบการณ์ที่ดีของพนักงานในมิติต่าง ๆ และนำไปสู่การบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ



ซีพีแรม (ขอนแก่น) ได้รับรางวัลจาก “องค์กรสุขสภาพเพื่อการสร้างชาติ” (Wellness CNB AWARD) ครั้งที่ 4

จัดโดย สถาบันสร้างชาติ ได้แก่ รางวัลองค์กรต้นแบบด้าน WELLNESS RESOURCE SUPPORT AWARD, รางวัล WELLNESS WORK PROCESS AWARD, รางวัล WELLNESS CORPORATE INNOVATION AWARD และรางวัล THAILAND WELLNESS CORPORATE NATION-BUILDING AWARD 2024 ซึ่งเป็นรางวัลสูงสุดสำหรับองค์กรที่ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาบุคลากรให้มีสุขสภาพที่ดีอย่างครบทุกมิติ



โลตัส รับรางวัลองค์กรนายจ้างดีเด่น (Top Employer 2024 in Thailand) ต่อเนื่องปีที่ 2

จาก Top Employers Institute (เนเธอร์แลนด์) และการรับรอง “สถานที่ทำงานที่ยอดเยี่ยม” จาก Great Place to Work® สะท้อนถึงการเป็นแบรนด์นายจ้างที่ได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและระดับสากล

โลตัสได้รับการจัดอันดับให้เป็นหนึ่งใน 50 บริษัทในฝันที่คนรุ่นใหม่อยากร่วมงานด้วยมากที่สุดประจำปี 2024 (Top 50 Companies in Thailand 2024)

โดย WorkVenture ซึ่งเป็นที่ปรึกษาและผู้นำด้านการสร้างแบรนด์นายจ้างชั้นนำของไทย ความสำเร็จครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการบริหารทรัพยากรบุคคลที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี

ด้านการกำกับดูแลกิจการ

ซีพี ออลล์ ได้รับการจัดอันดับด้านการกำกับดูแลกิจการ ในระดับ ดีเลิศ หรือ 5 ดาว ปี 2567

จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน หรือ Corporate Governance Report of Thai Listed Companies โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย



ซีพี ออลล์ รับรางวัล “The Most Impactful Corporate”

จากงาน Future Trends Ahead & Awards 2024 ซึ่งมอบให้แก่องค์กรที่สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อวงการธุรกิจอย่างโดดเด่น โดยเป็นองค์กรที่ปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล มีผลงานเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและนานาชาติ ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ ใส่ใจห่วงโซ่อุปทาน และสามารถต่อยอดธุรกิจให้แก่หน่วยงานอื่น ๆ



ซีพี ออลล์ รับรางวัล CAC Change Agent Awards ปี 2024

ต่อเนื่องปีที่ 4 เป็นการประกาศเกียรติคุณบริษัทที่ผ่านการรับรองจาก CAC และมีการเชิญชวนคู่ค้าที่เป็นผู้ประกอบการเอสเอ็มอีเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์กับ CAC

ซีพี ออลล์ ได้รับ 5 รางวัล ระดับสากล จาก The 14th Asian Excellence Awards 2024



จัดโดยนิตยสาร Corporate Governance Asia สื่อชั้นนำด้านการเงินของฮ่องกงและเอเชีย ที่มุ่งเสนอประเด็นด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยได้รับ 5 รางวัล ได้แก่

1. รางวัล “ซีอีโอยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย” (Asia’s Best CEO)
2. รางวัล “ซีเอฟโอยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย” (Asia’s Best CFO)
3. รางวัล “นักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย” (Best Investor Relations Professional)
4. รางวัล “งานนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย” (Best Investor Relations Company)
5. รางวัล “ความยั่งยืนแห่งเอเชีย2024” (Sustainable Asia Award 2024)



โลตัสรับ 2 รางวัลจากเวที Retail Asia Awards 2024

ต่อเนื่องปีที่ 4 ได้แก่ รางวัล Domestic Retailer of the Year - Thailand (ห้างค้าปลีกยอดเยี่ยมแห่งปี) และรางวัล Hypermarket of the Year - Thailand (ห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตยอดเยี่ยมแห่งปี) ซึ่งเป็นการตอกย้ำถึงความเป็นผู้นำห้างค้าปลีกที่ครองใจลูกค้าในระดับสากล

โกซอฟท์ ประเทศไทย รับรางวัล “Breakout Digital Performer Award”

ซึ่งเป็นรางวัลระดับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มอบให้แก่บริษัทที่มีความโดดเด่นในการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสิทธิภาพและความผิดปกติของแอปพลิเคชัน การเชื่อมต่อความปลอดภัย และโครงสร้างพื้นฐานด้านไอที







ซีพีแรม รับรางวัลอุตสาหกรรมประจำปี 2567

จากกระทรวงอุตสาหกรรม ซีพีแรม (ลำพูน) ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่นประเภทการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน และ ซีพีแรม (สุราษฎร์ธานี) ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่นประเภทเพิ่มผลผลิต

ต่อยอดปณิธานยุทธศาสตร์สู่ความยั่งยืน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มุ่งพัฒนาศักยภาพในการจัดการด้านความยั่งยืนองค์กร ภายใต้ยุทธศาสตร์ความยั่งยืนที่ครอบคลุม 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม พร้อมยกระดับแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร 15 เป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainability Development Goals: SDGs) ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติทั้ง 10 หลักการ (United Nations Global Compact: UNGC) บริษัทยึดมั่นวิสัยทัศน์องค์กรด้านความยั่งยืน “เป็นองค์กรที่อำนวยความสะดวกให้ชุมชนสังคม มีความกินดี อยู่ดี มีความสุข” พร้อมดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพขั้นพื้นฐาน ตามหลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) สิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) กฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ มาตรฐานแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) แนวปฏิบัติสำหรับบริษัทข้ามชาติขององค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD Guideline for Multinational Enterprise) และหลักการดูแลกำกับกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Code: CG Code) รวมถึงกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) พร้อมมีส่วนร่วมรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน จากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มเพื่อประกอบการกำหนดนโยบาย พัฒนากรอบการดำเนินงาน และส่งเสริมแนวทางการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายองค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ปี 2567 บริษัทประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญแบบ “ทวิสารัตถภาพ” (Double Materiality Assessment) โดยพิจารณาผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและต่อสังคม (Impact Materiality) และพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท (Financial Materiality) ครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน ผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับกลุ่มตัวแทนผู้มีส่วนได้เสีย อาทิ ภาครัฐ ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ผู้นำทางความคิด ชุมชน และคณะประเมินความเสี่ยงองค์กร เพื่อระบุและประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อภายในและภายนอกองค์กร โดยมีประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ดังนี้

1. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
2. ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร
3. การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน
4. การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน
5. การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ
6. การสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
7. การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี
8. ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต
9. แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)
10. การพัฒนาทุนมนุษย์
11. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

บริษัทกำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน 3 เสาหลัก ประกอบด้วย

1. สิ่งแวดล้อม (Environment)

เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืน

2. สังคม (Social)

เพื่อส่งเสริมและสร้างมูลค่าที่หลากหลายต่อสังคม

3. ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ (Governance and Economic)

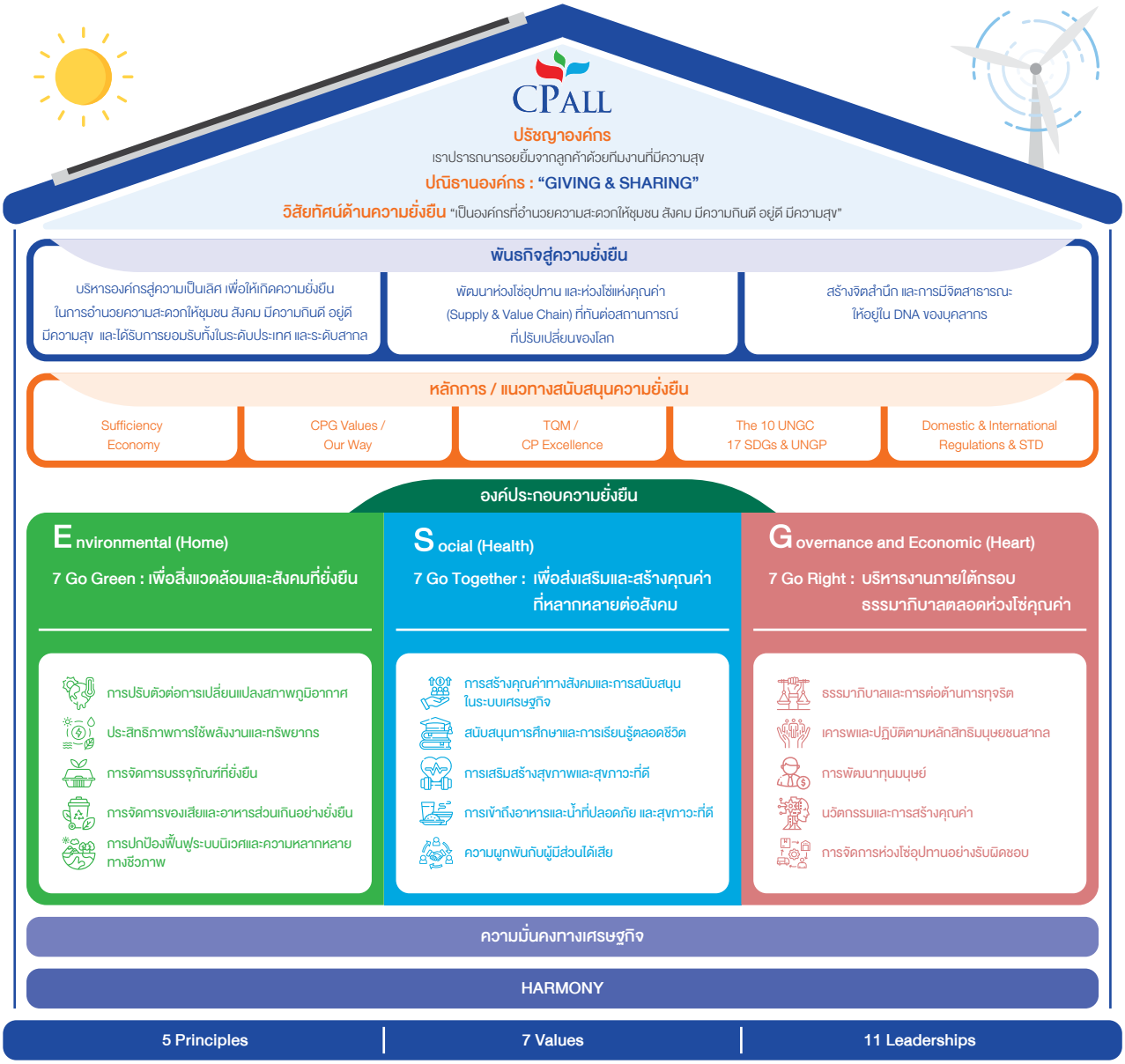
บริหารงานภายใต้กรอบธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่คุณค่า

เพื่อให้องค์กรและทุกภาคส่วนเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- นโยบายการกำกับดูแลกิจการและคู่มือจริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน
- นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
- นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน

กรอบและกลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร



กรอบการดำเนินงาน ตามแผนพัฒนาเพื่อความยั่งยืนระยะยาว 2564–2573

บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์องค์กรปี 2564-2573 โดยพิจารณาจากสถานการณ์ปัจจุบัน แนวโน้มของโลก และศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท พร้อมทั้งบูรณาการแนวปฏิบัติสากลด้านความยั่งยืนเข้ากับกระบวนการทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า ภายใต้การกำกับดูแลของคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน ซึ่งมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสร้างความตระหนักรู้ในทุกมิติของความยั่งยืนให้แก่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ ผ่านการมีส่วนร่วมด้านความยั่งยืนในทุกภาคส่วนขององค์กร เพื่อบรรลุเป้าหมายตามแผนพัฒนาความยั่งยืนระยะยาว (ปี 2564-2573) โดยแบ่งกรอบการดำเนินงานออกเป็น 3 เสาหลัก ได้แก่

สิ่งแวดล้อม : ภายใต้นโยบาย เซเว่น โก กรีน (7 Go Green) เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืน

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่ต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ และบริษัทชั้นนำระดับโลก

ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร

เป็นองค์กรที่มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน

การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

เป็นองค์กรที่ลดปริมาณการใช้พลาสติกและบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเข้ากระบวนการฝังกลบให้น้อยที่สุด โดยการจัดการภายใต้แนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน

เป็นองค์กรที่มุ่งลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้ง และลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงาน

การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

เป็นองค์กรที่มีระบบการจัดการระบบนิเวศ เพื่อป้องกัน รักษา ฟื้นฟูทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพ

สังคม : ภายใต้นโยบาย เซเว่น โก ทูเก็ตเตอร์ (7 Go Together) เพื่อส่งเสริมและสร้างมูลค่าที่หลากหลายต่อสังคม

การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ

เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับกลุ่มที่เปราะบางในสังคม

สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษา ความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการดำรงชีวิต

การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

เป็นองค์กรที่ช่วยให้สุขภาพและสุขภาวะของคนในสังคมดีขึ้น

การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี

เป็นองค์กรที่ช่วยให้คนในสังคมเข้าถึงอาหาร น้ำที่ปลอดภัย และมีสุขภาวะที่ดี

ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับ ประเทศ และหรือระดับโลก (ตามความเหมาะสมของธุรกิจ)

ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ : ภายใต้นโยบาย เซเว่น โก ไรท์ (7 Go Right) บริหารงานภายใต้กรอบธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต

เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับว่ามีการกำกับดูแลกิจการที่ดี และปราศจากทุจริตทั้งในระดับประเทศและระดับสากล (ตามความเหมาะสมของธุรกิจ)

เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล

เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชนจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

การพัฒนาทุนมนุษย์

เป็นองค์กรที่เป็นผู้นำในการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ให้มีความรู้และมีทักษะในการจัดการธุรกิจที่จำเป็นสำหรับอนาคตโดยคำนึงถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน

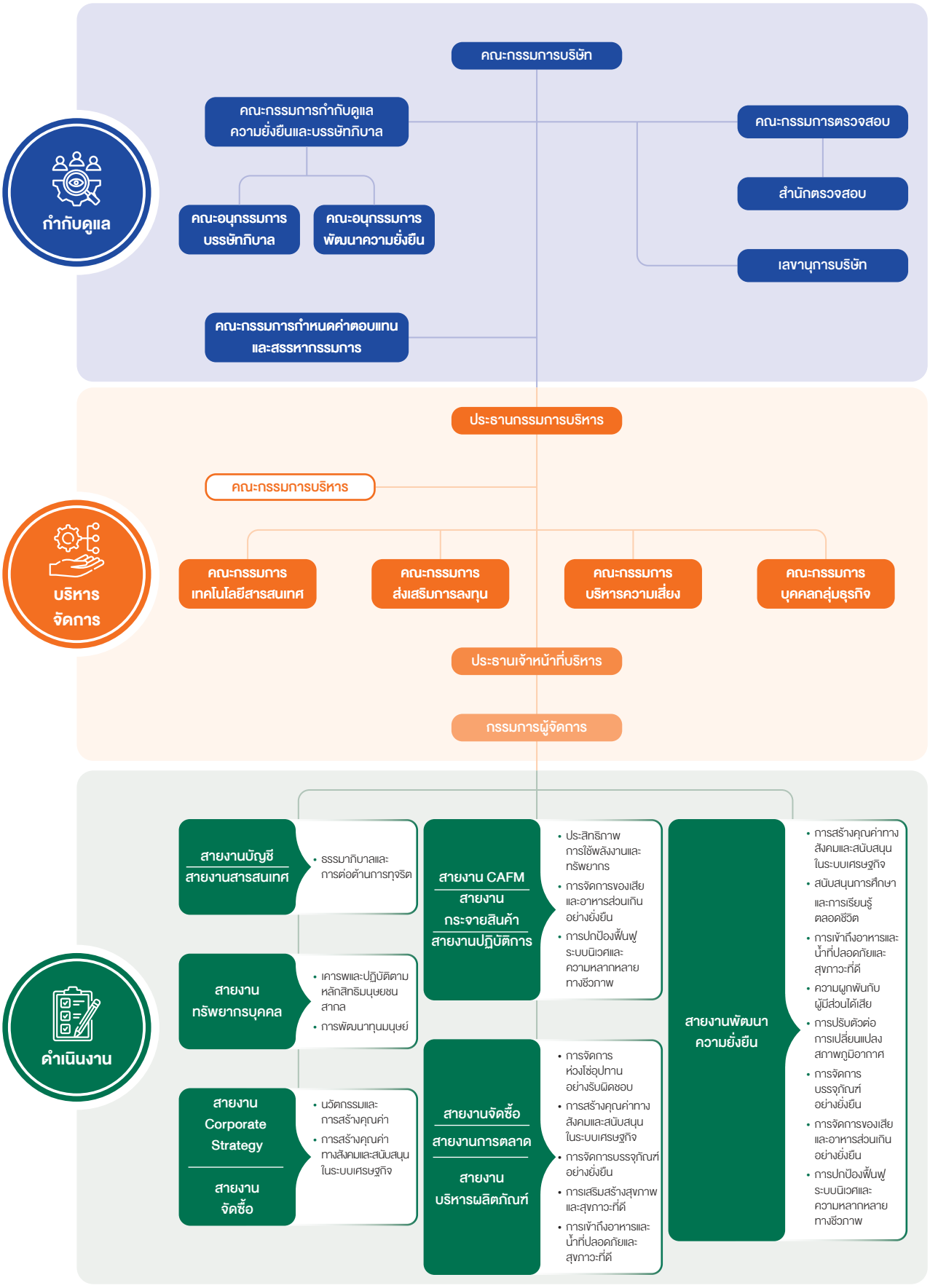
นวัตกรรมและการสร้างคุณค่าระบบเศรษฐกิจ

เป็นองค์กรที่เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมใหม่ ๆ ทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์การบริการ และขั้นตอนในการปฏิบัติงานของบริษัท เพื่อส่งเสริมผลกระทบในเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าทางธุรกิจและพันธมิตรในการจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

โครงสร้างการพัฒนาความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์



กลยุทธ์เพื่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ภายใต้กลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมการสื่อสารกับพนักงาน คู่ค้าทางธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ในปี 2567 บริษัทกำหนดกรอบกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน 2567-2568 (CP ALL Sustainability framework) “2 ลด 4 สร้าง 1 DNA” ยึดมั่นเป็นองค์กรที่อยู่เคียงคู่ชุมชน สร้างสรรค์สังคมยั่งยืน ผ่านแนวคิด ESG ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า ดังนี้



กรอบกลยุทธ์ “2 ลด 4 สร้าง 1 DNA”

บริษัทได้กำหนดกรอบกลยุทธ์ “2 ลด 4 สร้าง 1 DNA” เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายด้านความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีแนวคิดหลักคือการเป็นองค์กรที่อยู่เคียงคู่ชุมชนและสร้างสรรค์สังคมอย่างยั่งยืน กลยุทธ์นี้ได้ผสานแนวคิด ESG (Environmental, Social, and Governance) ซึ่งครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัท โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain) ตามปณิธานที่มุ่งมั่น “Giving & Sharing” ในปี 2567 มีโครงการเชิงกลยุทธ์ และผลลัพธ์สำคัญ ดังนี้

กลยุทธ์ “2 ลด” ภายใต้นโยบาย “7 Go Green”

ภายใต้นโยบาย “7 Go Green” เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ “2 ลด” ซึ่งประกอบด้วยแนวทางสำคัญในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมคือ “ลดพลาสติก ลดพลังงาน” เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ได้แก่ การมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ในปี 2567 บริษัทจึงได้กำหนดแผนและโครงการกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนตามกลยุทธ์ “2 ลด” อย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

ลดพลาสติก

ดำเนินการลดปริมาณพลาสติกที่ส่งเข้ากระบวนการฝังกลบให้น้อยที่สุด โดยการจัดการภายใต้แนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อสนับสนุนการนำขยะพลาสติกกลับมาสร้างมูลค่าเพิ่ม ผ่านการดำเนินการ ดังนี้

โครงการกลยุทธ์

- โครงการวิจัย ออกแบบ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม
- โครงการลดการใช้พลาสติก ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic)
- โครงการนำบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภคกลับมาใช้ใหม่

ผลลัพธ์สำคัญ

- ลดการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) จากโครงการวิจัย และพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร ร้อยละ 2 และจากโครงการผลิตบรรจุภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 3
- ลดการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use plastic) ร้อยละ 38
- บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled Post-consumer Packaging) ร้อยละ 9
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 375,473 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ลดพลังงาน

ดำเนินการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมทั้งสนับสนุนให้เกิดการใช้พลังงานหมุนเวียน ผ่านการดำเนินการดังนี้

โครงการกลยุทธ์

- โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานไฟฟ้าในร้าน 7-Eleven, ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร โลตัส โรงงานผลิต ซีพีแรม และศูนย์กระจายสินค้า
- โครงการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ แบบติดตั้งบนหลังคา
- โครงการพลังงานหมุนเวียนอื่น ๆ อาทิ พลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์ พลังงานความร้อนจากน้ำร้อนใต้ดิน
- โครงการใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลลัพธ์สำคัญ

- ลดการใช้พลังงานรวม 344,965.06 เมกะวัตต์-ชั่วโมง
- ใช้พลังงานจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน 286,259.63 เมกะวัตต์-ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 6.58
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 124,706.67 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

กลยุทธ์ “4 สร้าง” ภายใต้นโยบาย “7 Go Together”

ซีพี ออลล์ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน จึงมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนระบบเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตของเยาวชน ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินธุรกิจขององค์กร ภายใต้นโยบาย “7 Go Together” ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมและสร้างมูลค่าที่หลากหลายให้แก่สังคม บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ “4 สร้าง” ซึ่งประกอบด้วยแนวทางสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับสังคมอย่างเป็นรูปธรรมคือ “สร้างคน สร้างงาน สร้างอาชีพ และ สร้างชุมชนอุ่นใจ” เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ได้แก่ การสนับสนุนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษา มีทักษะทางเทคนิคและอาชีพที่จำเป็น จำนวนสะสม 500,000 ราย และการพัฒนาทักษะ ส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับเกษตรกรเอสเอ็มอี ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบาง จำนวนสะสม 250,000 ราย ภายในปี 2573 และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ในปี 2567 บริษัทจึงได้กำหนดแผนและโครงการกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนตามกลยุทธ์ “4 สร้าง” อย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

สร้างคน

สร้างคนเก่ง คนดี มีความสามารถ ผ่านการให้โอกาสเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพทั้งในระบบและนอกระบบ ส่งเสริมความรู้ทักษะที่จำเป็น ผ่านการดำเนินการ ดังนี้

โครงการกลยุทธ์

- โครงการสร้างโอกาสการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพทั้งในระบบและนอกระบบ สำหรับเยาวชนและผู้ด้อยโอกาส
- โครงการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ยกระดับการศึกษานอกโรงเรียนและชุมชน ภายใต้โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED
- โครงการส่งเสริมความรู้ทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต

ผลลัพธ์สำคัญ

- สนับสนุนเยาวชนเข้าถึงการศึกษา ที่มีคุณภาพ 33,191 คน (ทั้งในและนอกระบบ)
- สนับสนุนทุนการศึกษา 37,523 ทุน มูลค่า 1,186 ล้านบาท
- นักเรียน นักศึกษา ที่ได้รับการฝึกงานจากบริษัท 35,860 คน
- นักเรียน นักศึกษาที่จบการศึกษาเข้าทำงานกับบริษัท 4,987 คน
- สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตภายใต้โครงการ “สานอนาคตการศึกษา (CONNEXT ED)” จำนวนสะสม 610 โรงเรียน มูลค่าสนับสนุน 104.19 ล้านบาท

สร้างงาน

ยึดมั่นเป็นองค์กรที่สร้างงาน สร้างรายได้ สร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ในปี 2567 บริษัทจ้างงานพนักงานมากกว่า 204,701 คน รวมถึงเปิดโอกาสการจ้างงานให้กับชุมชน และกลุ่มเปราะบางกว่า 52,285 ราย

สร้างอาชีพ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของเกษตรกร และผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้ริเริ่มแนวคิด “SME โตไกลไปด้วยกัน” เพื่อสนับสนุนและสร้างอาชีพให้กับกลุ่มคนเหล่านี้อย่างยั่งยืน แนวคิดนี้เป็นการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจที่เอื้อต่อการเติบโตของเกษตรกรและเอสเอ็มอีอย่างครบวงจร ผ่านการดำเนินการ ดังนี้

โครงการกลยุทธ์

- ศูนย์ เซเว่น อีเลฟเว่น สนับสนุนเอสเอ็มอี ดำเนินงานต่อเนื่องตามนโยบาย 3 ให้ ให้การเชื่อมโยงเข้าถึงบริการเครือข่ายพันธมิตร ให้ความรู้เพิ่มศักยภาพ และให้โอกาสช่องทางขาย สนับสนุนการเติบโตสู่ตลาด Modern Trade อย่างมั่นคง
- โครงการ Business Matching ทั้ง Off-Line และ On-Line ผ่านระบบ CPALL SME Platform
- โครงการตลาดนัดชุมชน สนับสนุนช่องทางการขายทั้งภายในและภายนอกของบริษัท อาทิ เปิดโอกาสสร้างอาชีพ กับ ALL SME MARKET PLACE ของ ซีพี ออลล์, SME Fair ของ ซีพี แอ็กซ์ตร้า

ผลลัพธ์สำคัญ

- สนับสนุนเกษตรกร 3,803 ราย มูลค่าการสนับสนุน 29,415 ล้านบาท
- สนับสนุนผู้ประกอบการเอสเอ็มอี วิสาหกิจชุมชน รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อย 174,374 ราย มูลค่าการสนับสนุน 60,432 ล้านบาท

สร้างชุมชนอุ่นใจ

7-Eleven เคียงคู่ชุมชน กว่า 15,245 สาขา เป็นแสงสว่างและที่พึ่งชุมชน และสร้างสรรค์สังคมให้น่าอยู่ยิ่งขึ้น ผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

โครงการกลยุทธ์

- เปิดจุดรับแจ้งเหตุสำหรับนักท่องเที่ยว 24 ชม. ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทั่วประเทศ
- ติดตั้งเครื่องกระตุกหัวใจอัตโนมัติพร้อมช่วยเหลือเหตุฉุกเฉิน
- จัดอบรมดับเพลิง-อพยพหนีไฟ สนับสนุนพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มเปราะบาง
- โครงการรักน้องหมา 24 ชม. ให้บริการทำหมันและฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ผลลัพธ์สำคัญ

- พนักงานร้าน 7-Eleven ร่วมเป็นจุดรับแจ้งเหตุสำหรับนักท่องเที่ยว จำนวน 307 ราย จาก 155 สาขา
- สนับสนุนอุปกรณ์เครื่องกระตุกหัวใจอัตโนมัติให้แก่ 30 หน่วยงาน และช่วยเหลือเหตุฉุกเฉิน จำนวน 600 ราย
- จัดอบรมดับเพลิง-อพยพหนีไฟ สนับสนุนพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มเปราะบาง 1,736 ราย
- สุนัขและแมวที่ได้รับการฉีดวัคซีน จำนวน 499 ตัว ทำหมันสุนัข 407 ตัว

กลยุทธ์ “1 DNA” ภายใต้นโยบาย “7 Go Right”

ภายใต้นโยบาย “7 Go Right” ที่มุ่งเน้นการบริหารงานภายใต้กรอบธรรมาภิบาลบริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ “1 DNA” เพื่อรวมพลังพนักงานกว่า 204,701 คน รวมถึงคู่ค้า SME ในการขับเคลื่อน “DNA ความดี 24 ชั่วโมง” อย่างเป็นรูปธรรม ในปี 2567 บริษัทจึงได้กำหนดแผนและโครงการกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนตามกลยุทธ์ “1 DNA” ดังนี้

DNA ความดี 24 ชั่วโมง

บริหารงานภายใต้กรอบธรรมาภิบาล ขับเคลื่อน DNA ความดี 24 ชั่วโมง พร้อมสนับสนุนความหลากหลายอย่างเท่าเทียมในองค์กร ผ่านการดำเนินการ ดังนี้

โครงการกลยุทธ์

- โครงการแสนคนแสนความดี
- โครงการสร้างพลัง Harmony ด้วยหลัก “Clear Care Share Fun
- โครงการ Reward & Recognition
- โครงการสร้างความตระหนัก ยกระดับวัฒนธรรมการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล
- โครงการต่อเนื่องส่งเสริมและสนับสนุนคู่ค้ากลุ่มเอสเอ็มอี ในการเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย

ผลลัพธ์สำคัญ

- บริษัทได้รับผลการประเมินในระดับดีเลิศ (Excellence) หรือ 5 ดาว ต่อเนื่องปีที่ 6 โดยมีคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการและบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) ขนาดมากกว่า 10,000 ล้านบาท
- พนักงานร้าน 7-Eleven ได้รับคำชื่นชมจากลูกค้ากว่า 28,545 เรื่อง (บริการ ซื่อสัตย์ ให้ความช่วยเหลือ)
- จำนวนพนักงานที่ได้รับรางวัลจากโครงการ Reward & Recognition จำนวน 141 ราย
- ส่งเสริมและสนับสนุนคู่ค้ากลุ่มเอสเอ็มอี เข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย และลงนามเข้าร่วมจำนวน 13 ราย

ใส่ใจทุกสาระสำคัญเพื่อความยั่งยืนทุกมิติ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) จัดทำรายงานความยั่งยืนต่อเนื่องเป็น ปีที่ 9 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลการดำเนินงาน ภายใต้นโยบายและกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้รับทราบ ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาลขององค์กร

ข้อมูลในการจัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2567 ครอบคลุม 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ในปี 2567 บริษัทมีรายได้จากการดำเนินงานสุทธิ 987,794 ล้านบาท ทั้งนี้ สามารถดูรายละเอียดรายได้จากธุรกิจในกลุ่มบริษัท ซึ่งได้มีการเปิดเผยไว้ใน 56-1 One Report รายงานประจำปี 2567 หน้า 2

เนื้อหาของรายงานฉบับนี้ นำเสนอพื้นฐานการดำเนินงานขององค์กรในภาพรวมและประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ภายใต้มุมมองและการประเมินผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งกรอบในการจัดทำรายงานสอดคล้องกับแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืน ในระดับสากล 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

สำหรับ ปี 2567 ชุดข้อมูลที่ได้รับการทวนสอบประกอบด้วย GRI 2-26, GRI 2-27, GRI 3-1, GRI 301-1, GRI 301-2, GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3 Other indirect (scope 3) GHG emissions (Purchased goods and services, Capital goods, Fuel and energy related activities, Upstream transport & distribution, Waste generated in operations, Business travel, Employee commuting, Downstream transport & distributions, Use of sold products, End-of-life treatment of sold product only and Downstream leased assets), 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 Board : SASB) การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (The Securities And Exchange Commission: SEC) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) การพิจารณาจากผลการดำเนินการในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตามข้อกำหนดของดัชนีหุ้นยั่งยืน (SET ESG Ratings) เพื่อให้การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนขององค์กร เป็นไปตามแนวทางการรายงานข้อมูล (Reporting principles) 8 แนวทาง ดังนี้

1. **Accuracy**
   ความถูกต้องของข้อมูลที่เปิดเผย
2. **Balance**
   ความสมดุลของผลการดำเนินงานทั้งเชิงบวกและเชิงลบ
3. **Clarity**
   ความชัดเจนเข้าใจง่ายต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
4. **Comparability**
   ข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบได้เพื่อแสดงถึงแนวโน้มของการดำเนินงาน
5. **Completeness**
   ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล
6. **Sustainability context**
   ความสมดุลของผลการดำเนินงานทั้งเชิงบวกและเชิงลบ
7. **Timeliness**
   ขอบเขตของเวลาในการรายงาน
8. **Verifiability**
   ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้

กระบวนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญแบบทวิสารัตถภาพ (Double Materiality Assessment Process)

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

การระบุและประเมินผลกระทบประเด็นความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง	
 **1. การเชื่อมโยงประเด็นความยั่งยืนกับกิจกรรมทางธุรกิจ**	บริษัทได้ศึกษาและทำความเข้าใจกิจกรรมทางธุรกิจในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้เห็นภาพรวมของการดำเนินงานและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น พร้อมทั้งระบุผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน และผู้ถือหุ้น จากนั้นได้วิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม เชื่อมโยงประเด็นความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจเข้ากับกิจกรรมทางธุรกิจ โดยพิจารณาถึงความสอดคล้องกับแนวโน้มของโลก (Global Trends) และประเด็นสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมทางธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า

การระบุและประเมินผลกระทบประเด็นความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง



2. การระบุผลกระทบจากประเด็นความยั่งยืนที่เกิดขึ้น และแนวโน้มที่จะเกิด

พิจารณาบริบทและผลกระทบของประเด็นด้านความยั่งยืนอย่างรอบด้าน โดยครอบคลุมประเด็นที่เกิดขึ้นแล้วและมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (Actual & Potential Impact) ผ่านการวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality) ทั้งในมิติทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ (Positive & Negative Impact) พร้อมพิจารณาผลกระทบในระยะสั้นและระยะยาว (Short Term & Long Term Impact) รวมถึงประเมินความสามารถในการฟื้นฟูและเยียวยาผลกระทบ (Irreversible & Reversible Impact) โดยประเด็นด้านความยั่งยืนเหล่านี้ได้รับการพิจารณาอย่างสอดคล้องกับลักษณะการดำเนินธุรกิจและบริบทเฉพาะขององค์กร ผ่านการสัมภาษณ์และการเก็บผลสำรวจ (BHC และ Online Questionnaire) จากผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร นอกจากนี้ บริษัทดำเนินการประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ (Financial Materiality) เพื่อระบุความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านความยั่งยืน โดยการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญแบบ "ทวิสารัตถภาพ" (Double Materiality Assessment) โดยพิจารณาทั้งผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการคำนึงถึงปัจจัยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่กระทบต่อผลประกอบการของบริษัท



3. การประเมินผลกระทบประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ

บริษัทได้นำประเด็นด้านความยั่งยืนที่ระบุผลกระทบไว้ในขั้นตอนที่ 2 มาพิจารณาร่วมกับลักษณะการดำเนินธุรกิจและบริบทขององค์กร เพื่อประเมินผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Impact Materiality) โดยใช้เกณฑ์ประเมินระดับความรุนแรง (Scale) ขอบเขต (Scope) ความสามารถในการเยียวยาหรือฟื้นฟู (Remediability) และโอกาสที่จะเกิดผลกระทบ (Likelihood) รวมถึงประเมินความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ (Financial Materiality) ประกอบกับผลสำรวจจากผู้มีส่วนได้เสีย

จากนั้น บริษัทได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงานตรวจประเมินด้านความยั่งยืน สำนักบริหารความยั่งยืนองค์กร คณะประเมินความเสี่ยงองค์กร และคณะผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการความเสี่ยง เช่น คณะกรรมการบริหาร (Executive Committee) และคณะเจ้าหน้าที่บริหาร (Executive Officer) เพื่อประเมินระดับความรุนแรงของผลกระทบ (Impact Rating Scale) และโอกาสในการเกิด (Probability Rating Scale) ก่อนจะนำมาจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท

การพิจารณาประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญสำหรับจัดทำรายงานความยั่งยืน



4. การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและการตรวจสอบความถูกต้องเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

บริษัทได้นำผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญจากการประชุมเชิงปฏิบัติการในขั้นตอนที่ 3 มาวิเคราะห์และทบทวน เพื่อจัดลำดับประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินงาน พร้อมทั้งพิจารณาความเชื่อมโยงและความเหมาะสมกับบริบทขององค์กร

นอกจากนี้ บริษัทยังมีกระบวนการทดสอบประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Material Testing) โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมอาหาร (Expert Testing) เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจ โดยผลจากการทดสอบจะถูกนำเสนอต่อคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืน (Sustainability Development Subcommittee) คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัท (Board of Directors) เพื่อรับรอง (Endorsement Process) การจัดลำดับความสำคัญ โดยคำนึงถึงอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย ควบคู่ไปกับความสำคัญต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสิทธิมนุษยชน

ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญประเด็นด้านความยั่งยืน (Expert Testing Interview)

ผู้เชี่ยวชาญมองว่า ซีพี ออลล์ กำลังเผชิญกับความท้าทายและความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนหลายประการ แต่ในขณะเดียวกันก็มีโอกาสอีกมากมายในการสร้างผลกระทบเชิงบวกและสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจในระยะยาว การให้ความสำคัญกับประเด็นเหล่านี้ และการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ จะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนให้กับ ซีพี ออลล์ ในอนาคต ดังนี้

ปัญหาขยะบรรจุภัณฑ์เป็นหนึ่งในความท้าทายที่สำคัญของธุรกิจค้าปลีก เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ถูกออกแบบมาเพื่อความสะดวกสบาย แต่หลังจากผู้บริโภคใช้งานแล้ว มักจะกลายเป็นขยะที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรจุภัณฑ์ที่มีโลโก้ของบริษัท ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนและส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการจัดการบรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งจำเป็น

ประเด็นการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Resilience) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีการปล่อยคาร์บอนต่ำมากขึ้น เป็นหนึ่งในความเสี่ยงภาคธุรกิจต้องปรับระบบดำเนินงานและโครงสร้างในกระบวนการผลิต ซึ่งอาจนำมาซึ่งต้นทุนทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น แม้ว่าอาจได้รับผลกระทบน้อยจากผู้บริโภคสำหรับตลาดภายในประเทศ แต่สำหรับตลาดโลก การส่งออกและข้อกำหนดระหว่างประเทศให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีการปล่อยคาร์บอนต่ำอย่างมีนัยสำคัญ

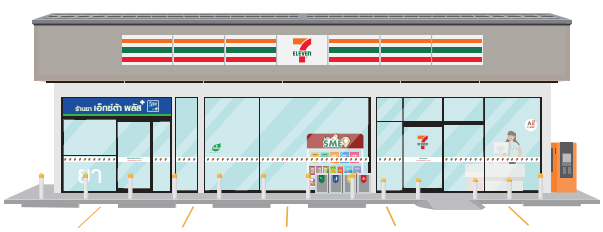
การใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นปัญหาที่ทั่วโลกกำลังเผชิญอยู่ ซีพี ออลล์ ควรให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานสะอาด การลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ

บุคลากรที่มีความสามารถเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ การดึงดูด พัฒนา และรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็น ซีพี ออลล์ ควรลงทุนในการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี และให้โอกาสในการเรียนรู้และเติบโต

การอนุรักษ์ธรรมชาติและระบบนิเวศเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน ซีพี ออลล์ ควรมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ สนับสนุนการทำเกษตรที่ยั่งยืน และลดผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ

ห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ ซีพี ออลล์ ควรให้ความสำคัญกับการเลือกคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการใช้แรงงานที่เป็นธรรม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืนในกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารมีความสำคัญกับความยั่งยืน ทั้งในส่วนต้นน้ำและปลายน้ำ ตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์

ประเด็นการสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ (Social Impact and Economic Contribution) ผู้ประกอบการรายย่อยยังมีความเหลื่อมล้ำ เรื่องความพร้อมในการได้รับมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร การสนับสนุนกระบวนการเกษตรและกระบวนการผลิต ให้แก่ ธุรกิจขนาดเล็ก (Local SMEs) และวิสาหกิจชุมชนให้มีความพร้อมและสามารถผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานจึงเป็นประเด็นที่สำคัญ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงแหล่งอาหารที่ปลอดภัยและยั่งยืน



การประเมินผลกระทบประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Assessing Impacts of Material Topics)

ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Material topics)	ผลกระทบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม และการขับเคลื่อนคุณค่าทางธุรกิจ (Impacts on society/Environment and business value drivers)	ผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (เชิงบวก/เชิงลบ)	การขับเคลื่อนทางธุรกิจ (ความเสี่ยง/โอกาส)
1 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการสนับสนุนเทคโนโลยีควบคู่ไปกับกลยุทธ์เศรษฐกิจหมุนเวียนของบริษัทสามารถลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ตอบสนองความคาดหวังของสังคมที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลให้เพิ่มโอกาสทางธุรกิจกับพันธมิตรทางธุรกิจที่ดำเนินการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุน และสร้างความร่วมมือกับภาครัฐ เช่น การสร้างนวัตกรรมเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ การใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น	+	โอกาส
2 ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน	การบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาเทคโนโลยีด้านพลังงานสะอาด พลังงานหมุนเวียน ช่วยลดความรุนแรงจากผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพิ่มโอกาสทางธุรกิจและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน เช่น รถยนต์พลังงานไฟฟ้า การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงานทดแทน อาทิ พลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคา เป็นต้น ทั้งนี้การบริหารจัดการพลังงานที่ไม่มีประสิทธิภาพอาจส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ความสามารถในการผลิตและการทำกำไรลดลง รวมถึงเป็นสาเหตุให้เกิดการละเมิดสิทธิชุมชนในการกระจายหรือเข้าถึงทรัพยากรน้ำที่สะอาดบนพื้นที่โดยรอบการดำเนินธุรกิจของบริษัท	+	โอกาส
3 การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	การดำเนินธุรกิจด้านการจำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบค้าปลีกและค้าส่ง ที่คำนึงถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมการลดการใช้ การนำกลับคืน (take-back systems) และการนำไปรีไซเคิลอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดการจัดการขยะพลาสติกได้อย่างเหมาะสมในองค์กร สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ช่วยลดต้นทุนการผลิต รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายใน และนอกองค์กร รวมถึงการนำนวัตกรรมเพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืนเข้ามาปรับใช้ เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์ที่วัสดุไม่ใช่พลาสติก เป็นต้น ช่วยลดกระทบบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ยังเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้การไม่คำนึงถึงคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ การย่อยสลายของวัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ นำไปสู่ปัญหาขยะพลาสติกถูกทิ้งและตกค้างอยู่ในสิ่งแวดล้อมจำนวนมาก ส่งผลกระทบต่อความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ตลอดจนส่งผลต่อความปลอดภัยด้านโภชนาการของมนุษย์ และก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพต่าง ๆ รวมถึงส่งผลต่อต้นทุนในการดำเนินการ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ทั้งนี้ความไม่ต่อเนื่องในการต่อยอดโครงการเพื่อลดผลกระทบลบ ในการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน อาจทำให้ สังคม ชุมชน รวมถึงนักลงทุน ตั้งข้อสงสัยในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของบริษัท	+ -	โอกาส/ความเสี่ยง
4 การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน	การบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพส่งผลให้จำนวนขยะอาหารเพิ่มขึ้น อาทิ ขยะอาหารที่เกิดขึ้นจากการผลิตอาหารที่มากเกินความจำเป็น การสูญเสียอาหารในขั้นตอนขนส่ง การจัดจำหน่าย และการจัดเก็บอาหารเกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งกระทบต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ของชุมชนรอบข้าง นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทในการจัดการขยะสูงขึ้น	-	ความเสี่ยง

ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Material topics)	ผลกระทบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม และการขับเคลื่อนคุณค่าทางธุรกิจ (Impacts on society/Environment and business value drivers)	ผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (เชิงบวก/เชิงลบ)	การขับเคลื่อนทางธุรกิจ (ความเสี่ยง/โอกาส)
5 การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ	การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สนับสนุนการสร้างงาน มอบความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชน ส่งผลให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน ได้รับการยอมรับจากชุมชนที่บริษัทเข้าไปดำเนินกิจกรรม นอกจากนี้ ภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญอย่างยิ่ง ในการสนับสนุนให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างเท่าเทียม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ สนับสนุนการยกระดับคุณภาพชีวิตและมอบความเป็นอยู่ที่ดีให้กับภาคประชาสังคม รวมถึงการช่วยเหลือสังคมผ่านการซื้อสินค้าภายในร้าน 7-Eleven เช่น การบริจาค M-Stamp แทนเงินสด เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การบริจาค ผ่านการซื้อสินค้าในโครงการ “Chef Cares” เป็นต้น	+	โอกาส
6 การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	การบริหารจัดการตลอดกระบวนการสรรหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดจำหน่าย การตระหนักถึงความเสี่ยงในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ปลอดภัย และได้มาตรฐาน สามารถตรวจสอบกลับได้ ส่งผลต่อการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัยและได้มาตรฐาน รวมถึงการส่งมอบบริการที่เข้าถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนสังคม เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผลิตภัณฑ์ลดโซเดียม ลดน้ำตาล ลดไขมัน ไขมันทรานส์ เป็นต้น ทั้งนี้การไม่ตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค และการขาดกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ อาจทำให้เกิดความเสี่ยงในผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์รวมถึงองค์กร ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายมูลค่าความเสียหายจากการถูกฟ้องร้อง รวมถึงชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรอีกด้วย	+ -	โอกาส/ความเสี่ยง
7 ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต	หากบริษัทมีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่โปร่งใส และไม่คำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม และสิทธิมนุษยชน ย่อมส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ลดความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อองค์กร และลดความสนใจของนักลงทุน ตลอดจนเพิ่มความเสี่ยงที่จะถูกดำเนินคดีจากการละเมิดกฎหมายและสิทธิมนุษยชน เช่น การทุจริต คอร์รัปชัน การเลือกปฏิบัติ และการละเมิดสิทธิแรงงาน	-	ความเสี่ยง
8 แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)	การจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัยที่ไม่ได้มาตรฐาน ก่อให้เกิดความเสี่ยงร้ายแรงต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงานในทุกขั้นตอน ตั้งแต่กระบวนการผลิต การขนส่งไปจนถึงการบริการลูกค้าหน้าร้าน 7-Eleven ผลกระทบที่เกิดขึ้นมีความหลากหลายและส่งผลต่อธุรกิจในหลายด้าน อาทิ ภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ค่าชดเชย และค่าปรับต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังอาจทำให้ผลผลิตลดลง ส่งผลกระทบต่อต้นทุนแรงงาน และการขาดสภาพคล่องในการดำเนินงาน รวมถึง สภาพแวดล้อมการทำงานที่ไม่ปลอดภัย ย่อมส่งผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจของพนักงาน ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการทำงาน และอาจนำไปสู่การลาออกของพนักงานที่มีความสามารถ รวมถึงส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของบริษัท นอกจากนี้ ยังอาจส่งผลกระทบต่อความไม่ปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้าน 7-Eleven อีกด้วย	-	ความเสี่ยง
9 การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดความเสี่ยงด้านต้นทุน การขาดแคลนวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง ความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิมนุษยชน สร้างความเชื่อมั่นต่อคู่ค้าทางธุรกิจในการดำเนินงานของบริษัท เพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไร และการขนส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถช่วยลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนได้ เช่น การใช้รถขนส่งพลังงานไฟฟ้า ช่วยลดมลพิษที่อาจเกิดต่อชุมชนได้ เป็นต้น ทั้งนี้การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ไม่มีประสิทธิภาพ และไม่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน เกิดความเสี่ยงในการหยุดชะงักของธุรกิจ ทำให้การผลิตสินค้าไม่ได้คุณภาพ การส่งมอบสินค้าไปยังผู้บริโภคเกิดความล่าช้า ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการผลิตและการขนส่ง รวมถึงส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท อาจทำให้เกิดต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมที่สูงขึ้นจากความคาดหวังของสังคม และนักลงทุน	+ -	โอกาส/ความเสี่ยง

ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Material topics)	ผลกระทบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม และการขับเคลื่อนคุณค่าทางธุรกิจ (Impacts on society/Environment and business value drivers)	ผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (เชิงบวก/เชิงลบ)	การขับเคลื่อนทางธุรกิจ (ความเสี่ยง/โอกาส)
10 การพัฒนาทุนมนุษย์	การเติบโตทางเศรษฐกิจอาจต้องพึ่งพาแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางมากขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย แรงงานจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการทำงาน รวมถึงการเรียนรู้และการเข้าใจเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในกระบวนการทำงาน นอกจากนี้ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก อาจทำให้องค์กรต้องเผชิญกับต้นทุนที่สูงขึ้นในการจัดหาแรงงานที่เหมาะสมกับความต้องการ	−	ความเสี่ยง
11 การสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต	การสนับสนุนโอกาสทางการศึกษาแก่สังคม ชุมชน และกลุ่มเปราะบาง เป็นการยกระดับคุณภาพชีวิต ช่วยให้สามารถเข้าถึงตลาดแรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชน อีกทั้งยังสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและเสริมสร้างความมั่นคงของประเทศ นอกจากนี้ การกระจายโอกาสทางการศึกษาไปยังชุมชนยังช่วยส่งเสริมชื่อเสียงและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรอีกด้วย	+	โอกาส

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญปี 2567

ประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ (Significant Material Topics)

สิ่งแวดล้อม:
- การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร
- การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน
- การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน

สังคม:
- การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ
- สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ:
- ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต
- แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)
- การพัฒนาทุนมนุษย์
- การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

ประเด็นความยั่งยืนพื้นฐาน (Foundational Material Topics)

สิ่งแวดล้อม:
- การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

สังคม:
- การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี
- ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ:
- นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า

ขอบเขตประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

ประเด็น	กรอบ GRI ที่เกี่ยวข้อง	ขอบเขตผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย								
		ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร							
		พนักงาน	พันธมิตรทางธุรกิจ	คู่ค้า ผู้ส่งมอบ สินค้า หรือบริการ และเจ้าหนี้การค้า	ภาครัฐ	ลูกค้า	สังคม และชุมชน	ผู้นำทางความคิด	ผู้ให้สิทธิ์ใช้เครื่องหมายทางการค้า	ผู้ถือหุ้น
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6, 305-7			●	●					
ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน	302-1, 302-2, 302-4, 302-5, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5			●			●			
การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	301-1, 301-2, 301-3	●				●	●			
การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน	306-1, 306-2, 303-3, 306-4, 306-5			●			●			
การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ	204-1, 413-1, 413-2						●			
การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	417-1, 417-2, 417-3, FP6, FP7					●				
ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต	2-9, 2-12, 2-23, 2-26, 2-27 102-12, 205-2, 418-1	●	●	●	●	●				●
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	●	●	●	●	●	●	●	●	●
การพัฒนาทุนมนุษย์	402-2, 404-3	●	●							
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	204-1, 308-1, 308-2, 414-1, 414-2		●	●						
สนับสนุนการศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิต	404-2	●					●			

บริษัทดำเนินงานและรายงานผลในหัวข้อต่าง ๆ ตามน้ำหนักและความเกี่ยวข้อง ครอบคลุมทุกหน่วยธุรกิจดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)	ด้านสังคม (Social)	ด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ (Governance & Economic)
กลุ่มธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ			
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	●	●	●
บริษัท ออลล์ เวลเนส จำกัด	●	●	●
บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด	●	●	●
บริษัท ทเวนตี้โฟร์ ช้อปปิ้ง จำกัด	●	●	●
กลุ่มธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง สินค้าอุปโภคบริโภค และธุรกิจบริหารพื้นที่เช่าในศูนย์การค้า			
บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน)	●	●	●
กลุ่มธุรกิจอื่นๆ			
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 โดยสามารถดูรายละเอียดการทวนสอบได้จากใบรับรองการทวนสอบ ที่หน้า 315-316

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

“โลกกำลังเผชิญกับความท้าทายครั้งสำคัญจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผลกระทบที่เกิดขึ้นส่งผลต่อทุกภาคส่วน ซีพี ออลล์ ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหานี้ และพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไข มุ่งมั่นที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง รวมถึง สร้างความตระหนักและส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างสังคมที่น่าอยู่ร่วมกัน”



การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และผลิตที่ยั่งยืน

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืน และการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ



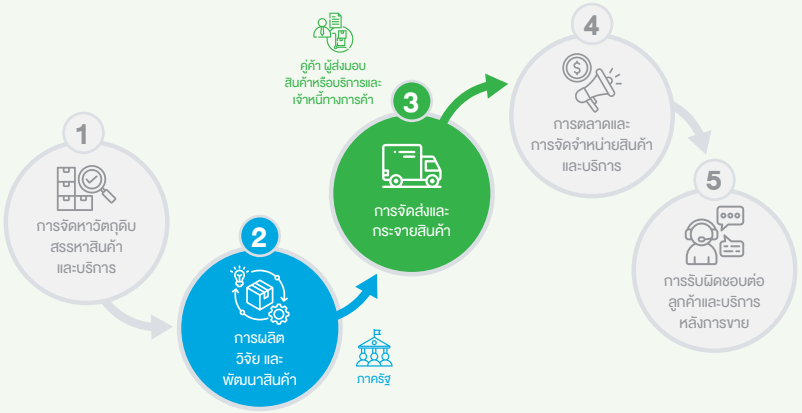
SDG13 เร่งต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบที่เกิดขึ้น

13.1 เสริมภูมิต้านทาน และขีดความสามารถในการปรับตัวต่ออันตรายและภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศ

ความเสี่ยงและโอกาส

การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สมัยที่ 29 (Conference of Parties) ปี 2567 จัดขึ้นที่เมืองบากู ประเทศอาเซอร์ไบจาน มุ่งประเด็นหารือเกี่ยวกับการเสริมสร้างกลไกทางการเงินเพื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และสนับสนุนชุมชนที่มีความเปราะบาง ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และความเป็นอยู่ของมนุษย์ในระยะยาว เพื่อการจัดทำเป้าหมายทางการเงินใหม่ (New Collective Quantified Goal on Climate Finance: NCQG) สำหรับการดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้ 1) การดำเนินการกองทุนชดเชยการสูญเสียและความเสียหายเพื่อสนับสนุนชุมชนที่ได้รับผลกระทบโดยเฉพาะในรัฐหมู่เกาะขนาดเล็กกำลังพัฒนา (SIDS) และประเทศพัฒนาน้อยที่สุด (LDCs) 2) การเสริมสร้างพันธกรณีระดับชาติ ส่งแผนปรับปรุงภายในปี 2568 ผลักดันการมีส่วนร่วมตามประเทศกำหนด (NDCs) 3) การจัดสรรกองทุนปฏิบัติการทางการเงิน ตั้งเป้าหมาย 1 พันล้านดอลลาร์ต่อปี เพื่อสนับสนุนพลังงานหมุนเวียน และการฟื้นฟูกลับสู่สภาพปกติทางภูมิอากาศในประเทศกำลังพัฒนา การหารือยังเน้นถึงกลไกทางการเงินสำหรับการปรับตัวและบรรเทาผลกระทบ 4) การมุ่งเน้นถึงบทบาทของแต่ละภาคส่วน เช่น ภาคเอกชน เรื่องของการเปลี่ยนผ่านพลังงานหมุนเวียน และแบบจำลองการจัดหาเงินทุนนวัตกรรม โดยมีการจัดประชุมเฉพาะกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการใช้ที่ดิน การจัดการน้ำ และการเปลี่ยนผ่านอย่างเป็นธรรม เป็นต้น 5) ประเด็นบทบาทของพลวัตระดับโลก การเป็นผู้นำจากภาคประชาสังคม ภาคธุรกิจ และรัฐบาลท้องถิ่น เพื่อให้บรรลุอนาคตที่เป็นธรรม พร้อมด้วยความสามารถในการฟื้นฟูสู่สภาพปกติ และเพื่อการปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ ทั้งนี้เพื่อบรรลุความตกลงปารีส (Paris Agreement) และแผนการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (National Adaptation Plans: NAPs) และรายงานความโปร่งใสรายสองปี (Biennial Transparency Reports: BTRs) เน้นย้ำเป้าหมายในการรักษาระดับไม่ให้อุณหภูมิพื้นผิวโลกเพิ่มเกิน 1.5 องศาเซลเซียส พึงตระหนักถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร้อยละ 43 ภายในปี 2573 และ ร้อยละ 60 ภายในปี 2578 ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศนี้อาจเป็นภัยคุกคามต่อสิทธิมนุษยชนในด้านสุขภาพและการดำรงชีวิต การเข้าถึงอาหาร น้ำสะอาด อากาศบริสุทธิ์ และแหล่งที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย ตลอดจนความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศ อีกทั้งความเสี่ยงเชิงการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ เป็นต้น ที่อาจส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มุ่งเน้นการดำเนินโครงการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สนับสนุนการดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตอบสนองความต้องการของตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงเตรียมความพร้อมรับมือความเสี่ยงและพัฒนานโยบายด้านความยั่งยืน

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



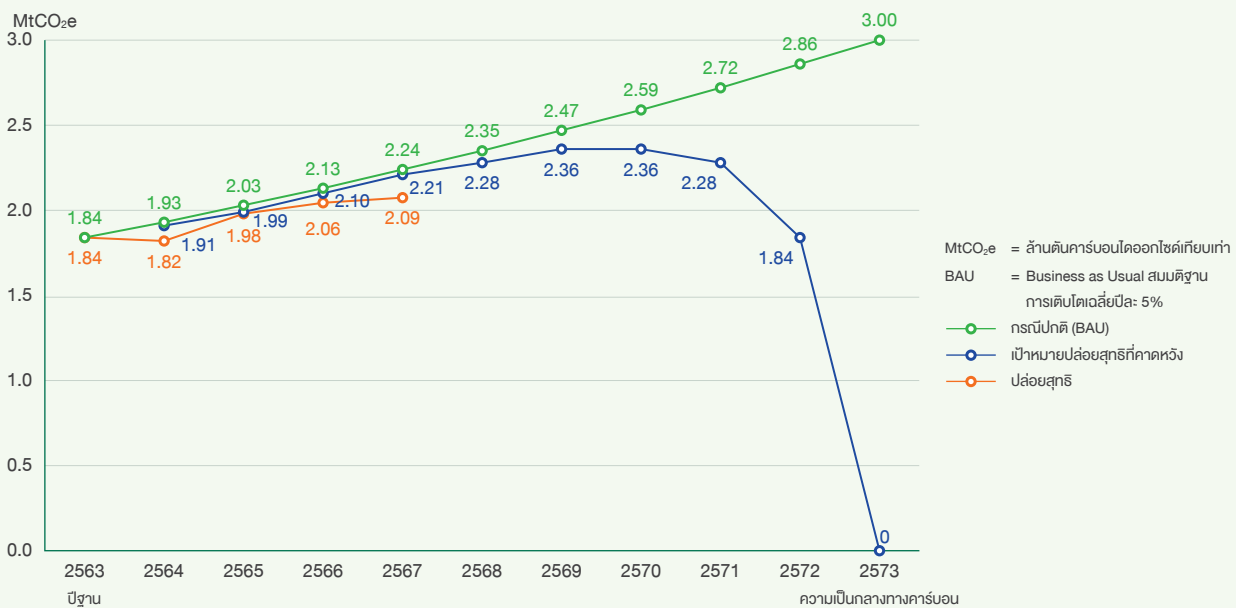
ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน
- มิติสิ่งแวดล้อม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ
- สำคัญมาก (Critical Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ภายในปี 2593 (หน่วย: ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



ผลการดำเนินงานสำคัญ ปี 2567

- ได้รับการจัดอันดับระดับ B หรือเทียบเท่า Management Level จาก CDP ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ลดก๊าซเรือนกระจก 124,706.67 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (จากโครงการลดก๊าซเรือนกระจก)
- ก๊าซเรือนกระจกที่ดูดซับ 39,741 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า จากการสนับสนุนชุมชนและสังคมให้ตระหนักถึงการลดก๊าซเรือนกระจก ผ่านโครงการปลูกต้นไม้

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

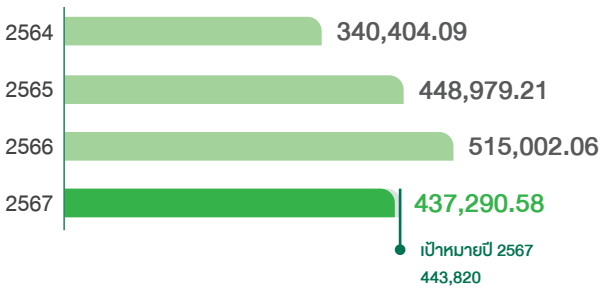
- ตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ และส่งเป้าหมายนี้เข้าสู่กระบวนการตรวจสอบและรับรองตามหลักวิทยาศาสตร์ (SBTi Validation) ตามแนวทางของเป้าหมายที่อิงหลักวิทยาศาสตร์ (Science Based Targets initiative: SBTi) ปัจจุบันอยู่ระหว่างการตรวจสอบเป้าหมายโดย SBTi
- ถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์และแผนที่นำทางรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การมุ่งสู่ Carbon Neutral ปี 2573 ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาต่อไป
- โครงการพีไอเอ็ม (PIM) ส่งรอยยิ้มสู่ยอดดอย สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาของกลุ่มชาติพันธุ์ ปีที่ 6
- ประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตามกรอบการรายงานของคณะทำงานด้านการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures: TCFD)
- สร้างการมีส่วนร่วมกับคู่ค้าและลูกค้าในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ พัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ ให้ความรู้คู่ค้าด้านการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

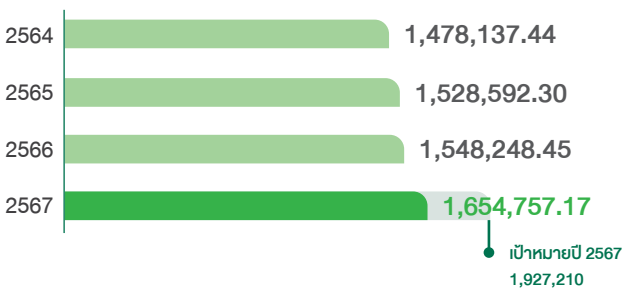
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จำแนกตามขอบเขต (หน่วย:ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

กลุ่ม ซีพี ออลล์

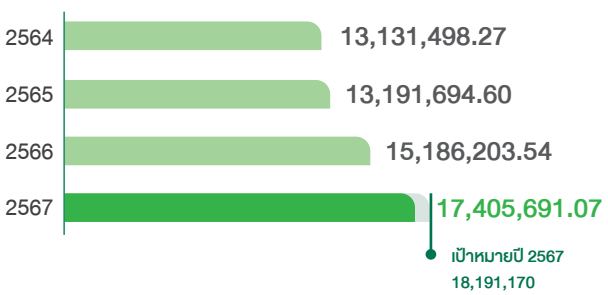
ทางตรง (ขอบเขต 1)



ทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (ขอบเขต 2)

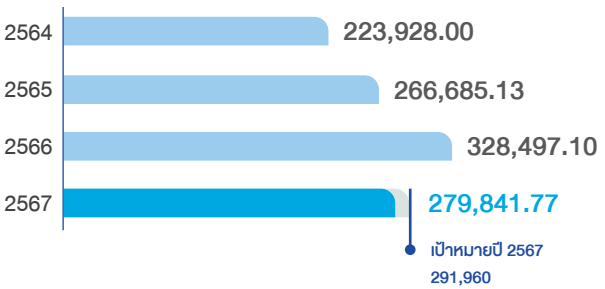


ทางอ้อมอื่น ๆ (ขอบเขต 3)

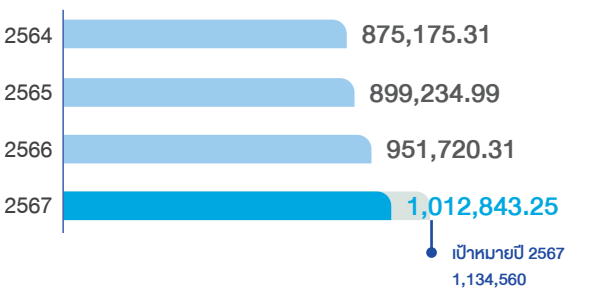


เฉพาะ ซีพี ออลล์

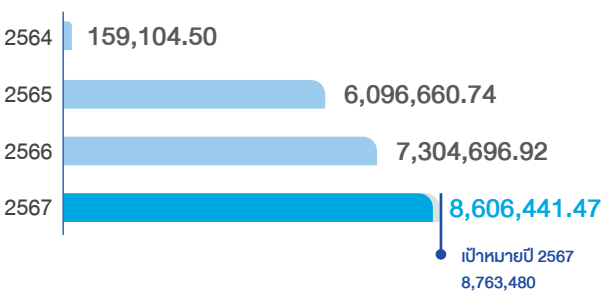
ทางตรง (ขอบเขต 1)



ทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (ขอบเขต 2)



ทางอ้อมอื่น ๆ (ขอบเขต 3)



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จำแนกตามแหล่งกำเนิด

(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

กลุ่ม ซีพี ออลล์

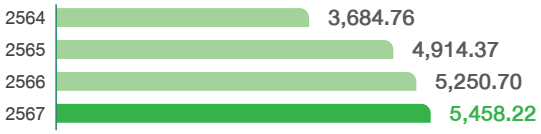
พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก



น้ำมันดีเซล



น้ำมันเบนซิน



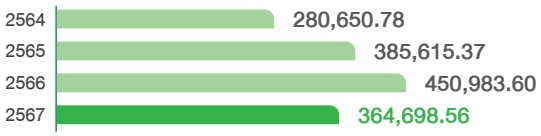
ก๊าซธรรมชาติ และก๊าซปิโตรเลียมเหลว



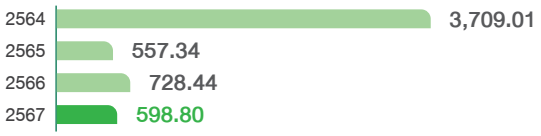
การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ



สารทำความเย็น



ก๊าซมีเทนจากระบบบำบัดน้ำเสีย

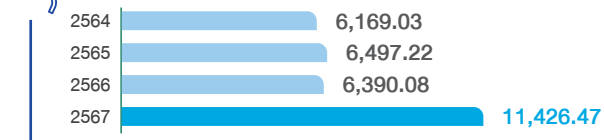


เฉพาะ ซีพี ออลล์

พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก



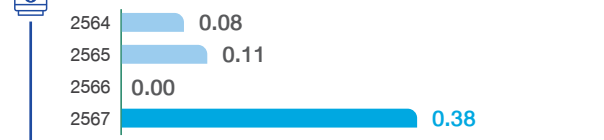
น้ำมันดีเซล



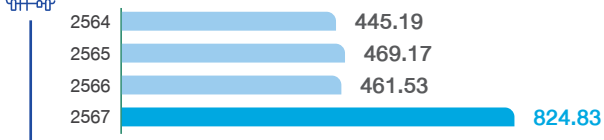
น้ำมันเบนซิน



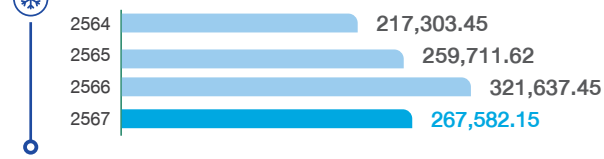
ก๊าซธรรมชาติ และก๊าซปิโตรเลียมเหลว



การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ



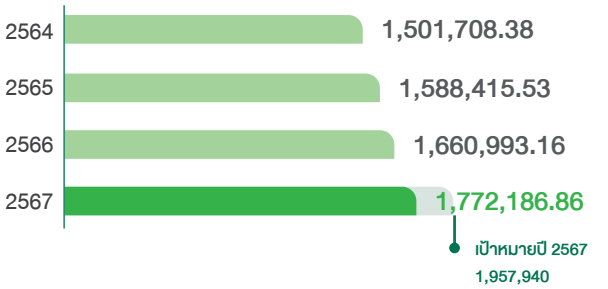
สารทำความเย็น



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากพลังงานไฟฟ้า (ขอบเขต 2) จำแนกตามประเภทการซื้อพลังงาน

(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

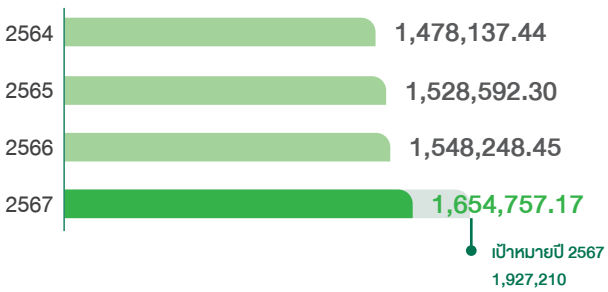
Location-based



ขอบเขตข้อมูล (ร้อยละของรายได้)



Market-Based

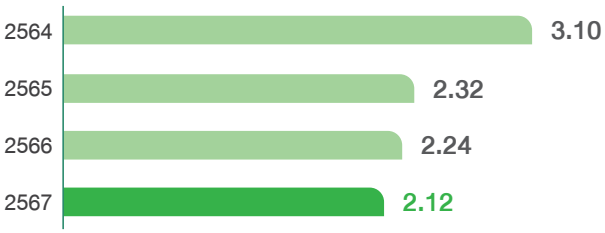


ขอบเขตข้อมูล (ร้อยละของรายได้)



ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ ขอบเขต 2) ต่อหน่วยรายได้

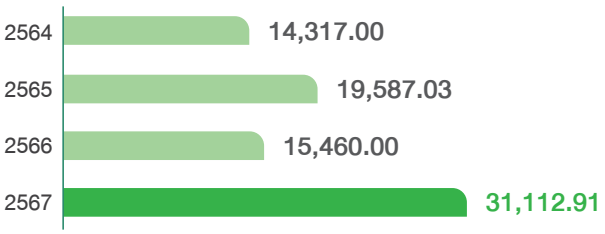
(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท)



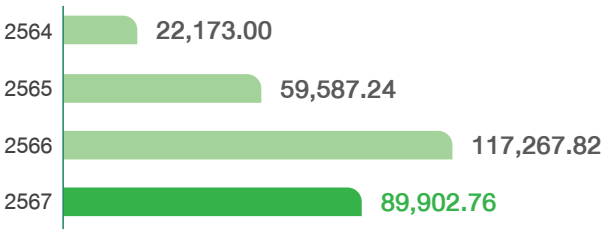
ปริมาณการลดจากการดำเนินโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

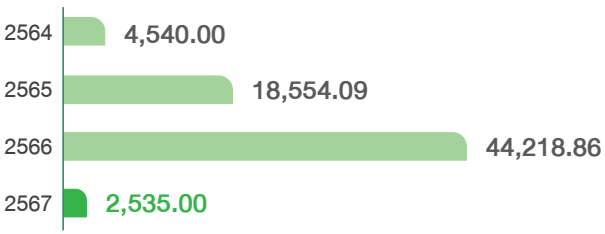


การใช้พลังงานหมุนเวียน

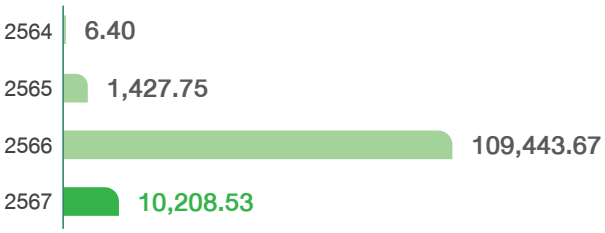


หมายเหตุ : การใช้พลังงานหมุนเวียน ประกอบด้วย การใช้พลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ การใช้พลังงานความร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ และการใช้พลังงานความร้อนใต้พิภพ

การใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



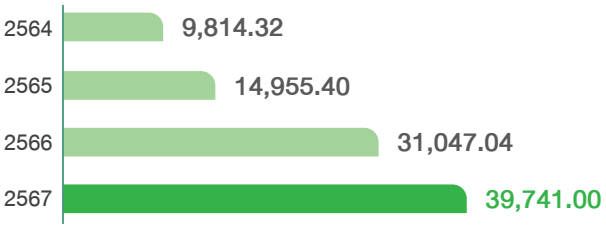
การใช้ยานยนต์ไฟฟ้าในระบบการขนส่ง



ปริมาณการดูดซับ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน

(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

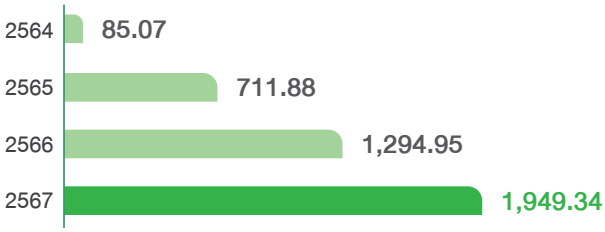
การสนับสนุนสังคม และชุมชน ให้ตระหนักถึงการลดก๊าซเรือนกระจก (จากโครงการปลูกต้นไม้)



กิจกรรมลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง

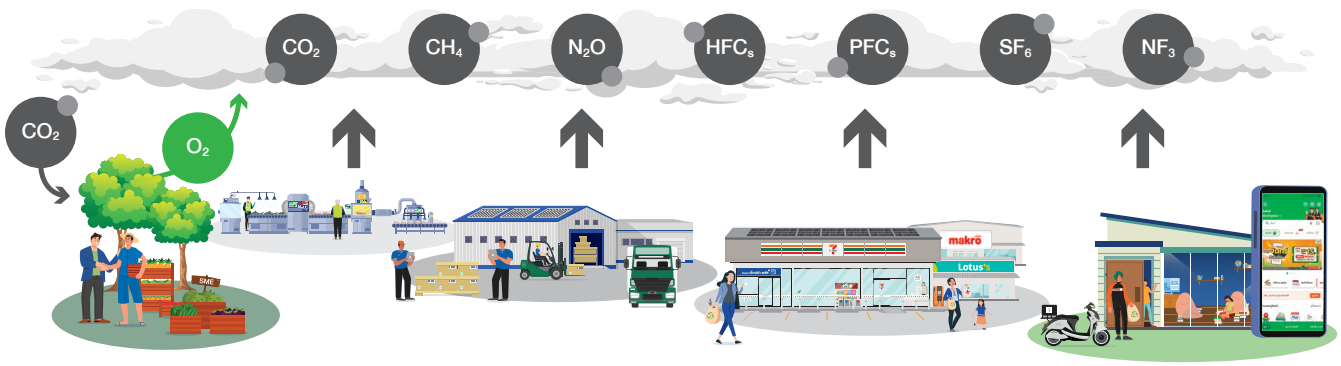


การบริจาคอาหารส่วนเกิน



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ จำแนกตามหมวดหมู่

(หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



กิจกรรมต้นน้ำ

การซื้อสินค้าและบริการ	14,757,418.81	ร้อยละ 84.79
สินค้าทุน	46,549.92	ร้อยละ 0.27
การได้มาซึ่งเชื้อเพลิงและพลังงานขององค์กร	604,982.16	ร้อยละ 3.48
การขนส่งและกระจายสินค้าต้นน้ำ	553,599.02	ร้อยละ 3.18
การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ	105,413.69	ร้อยละ 0.61
การเดินทางเพื่อธุรกิจ	1,555.97	ร้อยละ 0.01
การเดินทางของพนักงาน	657,398.39	ร้อยละ 3.78

กิจกรรมปลายน้ำ

การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าปลายน้ำ	71,186.88	ร้อยละ 0.41
การใช้งานของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย	387,080.77	ร้อยละ 2.22
การกำจัดซากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย	12,665.12	ร้อยละ 0.07
สินทรัพย์ให้เช่าขั้นปลายน้ำ	207,840.34	ร้อยละ 1.19

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ร่วมสนับสนุนการควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยโลกไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส ผ่าน 3 มาตรการ 1) ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อาทิ การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ลดการสูญเสียพลังงานจากการใช้งาน เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน การใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2) ดูดซับและซื้อเครดิต อาทิ การปลูกป่า การซื้อคาร์บอนเครดิตชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 3) การขจัดความสูญเสีย/สูญเปล่าของการใช้พลังงาน อาทิ จัดกิจกรรมส่งเสริมให้พนักงานอนุรักษ์พลังงาน นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและร่วมมือกับคู่ค้าปรับเปลี่ยนวัสดุบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ รวมถึงส่งเสริมให้ผู้บริโภค ลดการใช้บรรจุภัณฑ์แบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง และสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทจัดตั้งคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนกำกับดูแลดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และทีมปฏิบัติงานเฉพาะด้าน ได้แก่ ทีมเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน ทีมติดตั้งพลังงานแสงอาทิตย์ ทีมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เพื่อทำหน้าที่บริหารงานที่เกี่ยวข้องกับการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภายใต้นโยบาย “เซเว่น โก กรีน (7 Go Green)” มุ่งเน้นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 โดยบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (Scope 3) อีกทั้ง บริษัทได้กำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ขององค์กรตามแนวทางของเป้าหมายที่อิงหลักวิทยาศาสตร์ (Science Based Targets initiative: SBTi) กำหนดกรอบการดำเนินงานและแนวทางในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่อุปทาน

กรอบการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

1 การแสดงเจตจำนง
ในการลดผลกระทบทั้งปฏิบัติตามกฎหมายข้อบังคับ และสอดคล้องเป้าหมายสากล SDGs

2 การประเมินความเสี่ยงและโอกาส
โดยผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรทั้งในระดับ Top-down และ Bottom-up Management โดยใช้กรอบการประเมิน TCFD

3 การกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และกลยุทธ์
ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมีมาตรการบรรเทาห่วงโซ่คุณค่าของการดำเนินธุรกิจ

4 การดำเนินการ
ผ่านโครงการต่าง ๆ ภายใต้นโยบาย “เซเว่น โก กรีน (7 Go Green)” ทั้ง 4 ด้าน

5 การประเมินและติดตามวัดผล
ติดตามความคืบหน้าเทียบเป้าหมาย รวมถึงวิเคราะห์แนวทางปรับปรุงผลดำเนินการโดยคณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนทุกไตรมาส

6 สื่อสารผู้มีส่วนได้เสีย
ถึงกลยุทธ์การดำเนินการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียและความคืบหน้า

การกำกับดูแลสภาพภูมิอากาศขององค์กร

บริษัทดำเนินการประเมินความสำคัญอย่างต่อเนื่องเพื่อวิเคราะห์ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจ ผลการประเมินถูกบูรณาการร่วมกับแผนกลยุทธ์ขององค์กร แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศถูกจัดอันดับเป็นประเด็นที่มีความสำคัญสูง จึงได้ดำเนินกิจกรรมการจัดการและบรรเทาปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับประเด็น อาทิ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การวางแผนการเปลี่ยนผ่านการกำหนดเป้าหมายระยะยาว การประเมินความเสี่ยง การจัดการห่วงโซ่อุปทาน และได้รายงานต่อหน่วยงานกำกับดูแลตามโครงสร้างการกำกับดูแล

ซีพี ออลล์ ประเมินความสามารถด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของคณะกรรมการโดยพิจารณาจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ กรรมการของ ซีพี ออลล์ มีความสามารถในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศ เนื่องจากมีประสบการณ์ในการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนและสภาพภูมิอากาศในบริษัทจดทะเบียนหลายแห่งในฐานะกรรมการ นอกจากนี้ ยังเป็นประธานเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กประเทศไทย ซึ่งเป็นเครือข่ายในประเทศสำหรับโกลบอลคอมแพ็กแห่งสหประชาชาติในประเทศไทย

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
- คำอธิบายการกำกับดูแลความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศโดยคณะกรรมการ
- แรงจูงใจในการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศ

ระบบการจัดการสำหรับกิจกรรมการล็อบบี้และการเข้าร่วมสมาชิกสมาคมการค้าและการมีส่วนร่วมในนโยบายสาธารณะ ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

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

- เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการลดก๊าซเรือนกระจก สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ตามเป้าหมายระดับโลก
- ส่งเสริมและสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ ด้านแนวทางการการศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินการและการประกาศเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนในระดับองค์กร
- ส่งเสริมกิจกรรมและโครงการการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สร้างคุณค่าจากคาร์บอนเครดิตทั้งในและต่างประเทศ
- สนับสนุนนโยบาย การระดมทุน และผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- สร้างแพลตฟอร์มการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการบริหารและลดก๊าซเรือนกระจกขององค์กร เพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์

ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาให้ความร่วมมือและคำแนะนำเกี่ยวกับการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศขององค์กรในการประชุมระหว่างสมาชิกและคณะอนุกรรมการ เพื่อหารือกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานของเครือข่าย รวมถึงการสนับสนุนนโยบายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การขอการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งในการประชุมครั้งนี้บริษัทได้ร่วมเสนอข้อคิดเห็นและให้ความสนใจในหัวข้อต่าง ๆ อีกทั้งสนับสนุนกิจกรรมจากสมาคมอย่างต่อเนื่อง

บริษัทและผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลนโยบายความยั่งยืนของบริษัทติดตามการขับเคลื่อนตามพันธกิจของเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรับทราบความเคลื่อนไหวรวมถึงการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และขับเคลื่อนวาระด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงปรับเปลี่ยนนโยบายขององค์กรให้สอดคล้องกับนโยบายระดับประเทศ

- เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของคณะทำงานความร่วมมือภาครัฐและเอกชนด้านพลาสติก (PPP Plastic) ร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาและการใช้ประโยชน์จากขยะพลาสติกเพื่อแก้ปัญหาขยะพลาสติกในประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน
- ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาแผนที่นำทางการจัดการขยะพลาสติก ระยะที่ 2
- ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ “ร้านกาแฟสีเขียว” กับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อรณรงค์ สื่อสาร สร้างความตระหนักและความเข้าใจให้แก่สาธารณชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการลดขยะและพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง เป็นตัวอย่างในการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวภายใต้แนวคิด “7 Go Green” โดยมีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์และสะท้อนความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ บริษัทยังเข้าร่วมเป็นหนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้งสมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (GCNT) มุ่งบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืน รวมถึงเป้าหมายการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ โดยบริษัทร่วมกับสมาคมผลักดันความมุ่งมั่นของภาคเอกชนและภาคประชาสังคม รวมถึงร่วมแลกเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติที่ดีในการมุ่งสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์อีกด้วย

การประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทมุ่งมั่นในการรับมือความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่อาจเกิดขึ้น โดยกำหนดให้มีคณะประเมินความเสี่ยงองค์กร ทำหน้าที่ประเมินปัจจัยความเสี่ยงและผลกระทบ รวมถึงโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลประเมินจะได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล ทั้งนี้บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ ตามกรอบการรายงานของคณะทำงานเปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosure: TCFD) ตลอดจนจัดทำแผนงานด้านความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ

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



ในปี 2567 บริษัทได้ระบุความเสี่ยงและโอกาส ทั้งในเชิงกายภาพ (Physical Risks) และเชิงการเปลี่ยนแปลง (Transition Risks and Opportunities) ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่สำคัญ รวมถึงมาตรการรับมือโดยสังเขป ดังนี้

ความเสี่ยงเชิงกายภาพ (Physical Risks)

ความเสี่ยง: น้ำท่วม

ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า

ผลกระทบต่อธุรกิจ	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	ระยะสั้น	ระยะกลาง	ระยะยาว
• การหยุดชะงักของกระบวนการผลิตและการให้บริการลูกค้าร้าน 7-Eleven • พนักงานที่ร้าน 7-Eleven ประสบภัยน้ำท่วม • รายได้ลดลง เนื่องจากจำหน่ายสินค้าในร้าน 7-Eleven ได้น้อยลง 53.50 ล้านบาท • สูญเสียโอกาสในการขาย เนื่องจากสินค้าขาดส่งจากศูนย์กระจายสินค้า • ค่าใช้จ่ายร้านสู้น้ำ ที่เพิ่มขึ้นจากร้านสาขาปกติ ต่อสาขา 120,000 บาท	• การหยุดชะงักของการขนส่งสินค้าจากคู่ค้ามายังร้าน 7-Eleven • ลูกค้าไม่สามารถเข้ามาเลือกซื้อสินค้าที่ 7-Eleven • ชุมชนโดยรอบร้าน 7-Eleven ประสบภัยน้ำท่วม	กลาง	สูง	สูง

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

น้ำท่วม

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

ความเสี่ยง

ภัยแล้ง / น้ำกร่อย

ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า

ผลกระทบต่อธุรกิจ	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	ระยะสั้น	ระยะกลาง	ระยะยาว
• การผลิตและคุณภาพของสินค้าลดลง • ผลผลิตทางการเกษตรและวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ขาดแคลน • ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ที่เกิดจากตะกรันเกาะ 15.67 ล้านบาท	• ผลผลิตทางการเกษตรและวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ของคู่ค้าลดลง • สินค้าจากคู่ค้าไม่ได้คุณภาพและมาตรฐาน • ผู้บริโภคอาจเกิดโรคเกี่ยวกับลำไส้จากการบริโภคสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน	ต่ำ	ต่ำ	กลาง

มาตรการรองรับ

- สั่งซื้อถังน้ำสำรอง เพื่อใช้เก็บน้ำสำรองสำหรับใช้ในกระบวนการผลิตน้ำดื่มและน้ำใช้ ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบหรือขาดแคลนน้ำมากกว่า 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
- ให้ความรู้และคำแนะนำแก่เกษตรกร เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิต โดยเจ้าหน้าที่ที่เชี่ยวชาญเริ่มตั้งแต่การปรับปรุงผืนดินให้เหมาะกับการเพาะปลูก กระบวนการปลูก การตัดแต่ง การคัดแยก การวางโรงเรือนที่เหมาะสม ตลอดจนสอนการใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยวางระบบเซนเซอร์ (Sensor) ควบคุมการใช้น้ำอัตโนมัติ การบันทึกข้อมูลออนไลน์ (Online) และการติดตามควบคุมผลผลิต
- จัดสรรน้ำที่ผ่านการบำบัดและมีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด จากบ่อเก็บน้ำธรรมชาติของโรงงานให้กับเกษตรกรรอบโรงงาน เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิต

ความเสี่ยงเชิงการเปลี่ยนแปลง (Transition Risks)

ความเสี่ยง

กฎระเบียบเรื่องพลาสติก

ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า

ผลกระทบต่อธุรกิจ	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	ระยะสั้น	ระยะกลาง	ระยะยาว
• ความเสี่ยง : ค่าใช้จ่ายในการหาวัสดุทดแทนสูงขึ้นประมาณ 802 ล้านบาท • โอกาส : ส่งเสริมชื่อเสียงด้านการจัดการขยะพลาสติกและบริการที่ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	• โอกาส : ผู้มีส่วนได้เสียให้ความเชื่อมั่นด้านการจัดการขยะพลาสติกของบริษัท • โอกาส : ส่งเสริมคู่ค้า ผู้บริโภค และชุมชนในการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ใหม่	กลาง	สูง	สูง

มาตรการรองรับ

บริษัทได้เตรียมความพร้อม และดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ (Roadmap) ด้านการจัดการขยะพลาสติกเริ่มตั้งแต่ปี 2561-2573 โดยประยุกต์ใช้กรอบการดำเนินงานของ Extended Producer Responsibility (EPR) มุ่งเน้นไปที่การลดมลพิษจากพลาสติก และการลดการใช้ถุงพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-Use Plastic) ผ่านโครงการกลยุทธ์การบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์และขยะพลาสติกอย่างยั่งยืนตลอดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ อาทิ โครงการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีการผลิตและการออกแบบด้วยแนวคิด Eco-Design โครงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมการนำกลับมาใช้ใหม่ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โครงการเรียกคืนบรรจุภัณฑ์ (Take-Back) โครงการรีไซเคิล และโครงการรณรงค์ส่งเสริมผู้บริโภค ลด เลิกใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง นอกจากนี้ บริษัทยังได้ส่งเสริมให้คู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานมีส่วนร่วมในการจัดการขยะพลาสติกอย่างยั่งยืน โดยให้ความรู้และสนับสนุนการนำแนวคิด EPR ไปใช้ในการดำเนินงาน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 69-84

ความเสี่ยง

กฎระเบียบและข้อกำหนด พรบ. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า

ผลกระทบต่อธุรกิจ	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	ระยะสั้น	ระยะกลาง	ระยะยาว
• ความเสี่ยง : ส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินกิจการเพิ่มสูงขึ้นภายในองค์กร • ความเสี่ยง : ผู้ประกอบการรายใหญ่ SMEs อาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันจากการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นต์ ระบบซื้อขายสิทธิในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ระบบภาษีคาร์บอน การลงทุนในพลังงานหมุนเวียน เพื่อลดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	• โอกาส : ส่งเสริมในการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนภายในองค์กร • โอกาส : ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า	ต่ำ	กลาง	กลาง

มาตรการรองรับ

องค์กรได้ดำเนินการศึกษาพระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างละเอียด โดยเน้นไปที่การวิเคราะห์ผลกระทบต่อกระบวนการผลิตและการดำเนินงานขององค์กร รวมถึงการระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น จากนั้นได้จัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อลดผลกระทบและสร้างโอกาสทางธุรกิจ โดยมีมาตรการสำคัญ ดังนี้

กฎระเบียบและข้อกำหนด พรบ. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

- การปรับปรุงกระบวนการผลิต นำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ เช่น การใช้พลังงานหมุนเวียน การลดการใช้ทรัพยากร
- การพัฒนาระบบการจัดการพลังงานและการจัดการขยะให้มีประสิทธิภาพ
- การฝึกอบรมพนักงานทุกระดับ เพื่อให้พนักงานทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามแผน
- การสร้างความร่วมมือกับคู่ค้า ส่งเสริมให้คู่ค้าร่วมกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยการให้ความรู้คู่ค้าจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก รวมถึง การพัฒนาร่วมอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ
- พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างโอกาสทางธุรกิจ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บทการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หน้า 36-52
▶ บทประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร หน้า 53-68

ความเสี่ยง

การตลาด

ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า

ผลกระทบต่อธุรกิจ	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	ระยะสั้น	ระยะกลาง	ระยะยาว
• **ความเสี่ยง** : ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม • **โอกาส** : เกิดนวัตกรรมใหม่ที่เป็นผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำเจาะตลาดลูกค้ากลุ่มใหม่ • **โอกาส** : ช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจ สร้างรายได้และกำไรที่ส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว • **โอกาส** : ส่งเสริมชื่อเสียงด้านบริการที่ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	• **โอกาส** : ผู้มีส่วนได้เสียรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์บริษัทในเชิงบวก • **โอกาส** : ส่งเสริมผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ต่ำ	กลาง	กลาง

มาตรการรองรับ

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

ความเสี่ยง	ผลกระทบต่อธุรกิจ	ผลกระทบต่อห่วงโซ่คุณค่า	ระยะสั้น	ระยะกลาง	ระยะยาว
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์	• **ความเสี่ยง** : ความต้องการสินค้าและบริการลดลงจากการรับรู้ภาพลักษณ์ของบริษัทในแง่ลบ • **ความเสี่ยง** : ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียต่อผลิตภัณฑ์ บริการและแนวทางการดำเนินธุรกิจอาจส่งผลต่อชื่อเสียงและมูลค่าของแบรนด์	• **โอกาส** : ผู้มีส่วนได้เสียรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์บริษัทในเชิงบวก • **โอกาส** : ส่งเสริมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้บริโภค	กลาง	กลาง	สูง

มาตรการรองรับ

- กำหนดนโยบาย “เซเว่น โก กรีน” (7 Go Green) เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง
- กำหนดเป้าหมาย และโครงการเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม
- นำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมหรือ Green Marketing มาปรับใช้กับธุรกิจ จัดกิจกรรมการตลาดหรือสร้างแคมเปญเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง อาทิ แคมเปญลดและทดแทน ชวนใช้ถุงผ้าทดแทน ชวนใช้กระบอกน้ำทดแทน เพิ่มเมนูไม่รับถุง หลอด ช้อน ส้อมพลาสติกในแอปพลิเคชัน เซเว่นเดลิเวอรี่ รวมถึง แคมเปญ แค่ไม่รับ = ปลูกต้นไม้

นโยบาย เซเว่น โก กรีน (7 Go Green) เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง

มีเป้าหมายเพื่อให้ชุมชน สังคม และประเทศชาติ มีความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ผ่านการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น การลดการใช้พลังงาน เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน ใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปรับเปลี่ยนการขนส่ง การกระจายสินค้า และการใช้บรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น รวมถึงการร่วมมือกับผู้บริโภคและชุมชน สร้างจิตสำนึกการอุปโภคบริโภคอย่างยั่งยืน ผ่านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ลด เลิกการใช้ และคัดแยกบรรจุภัณฑ์พลาสติก ส่งผลให้เกิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ชุมชนมีความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม นโยบายดังกล่าวครอบคลุมร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า แม็คโคร โลตัส และโรงงานผลิต ซีพี แรม อีกทั้งสื่อสารผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมด้วยความโปร่งใสไปยังผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง และสามารถตรวจสอบผลการดำเนินงานได้ผ่านโครงการเปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่าน CDP สอดรับกับแผนยุทธศาสตร์และแผนที่นำทางรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ Carbon Neutrality 2024-2030 และในปี 2567 ซีพี ออลล์ ได้เพิ่มเติมแนวคิดด้านความยั่งยืน 2024-2025 (CP ALL Sustainability framework) “2 ลด 4 สร้าง 1 DNA” เพื่อยึดมั่นเป็นองค์กรที่อยู่เคียงคู่ชุมชน สร้างสรรค์สังคมยั่งยืนผ่านการบูรณาการแนวคิด ESG ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) ในการขับเคลื่อนธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า ภายใต้นโยบาย “เซเว่น โก กรีน” (7 Go Green) เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง ใน 4 แนวทางริเริ่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้

Green Store
การดำเนินงานของร้าน และศูนย์จำหน่ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

Green Packaging
การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

Green Logistic
การดำเนินงานขนส่งสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

Green Living
การสร้างจิตสำนึก รักษ์สิ่งแวดล้อม

1 การดำเนินงานของร้านและศูนย์จำหน่ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Store)

บริษัทมุ่งเป้าบรรลุความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน รวมถึงบูรณาการการใช้พลังงานหมุนเวียนในการออกแบบก่อสร้างอาคาร ปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบและอุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ครอบคลุมพื้นที่ดำเนินการร้าน 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร โลตัส และโรงงานผลิต ซีพีแรม ปี 2567 ดำเนินโครงการกลยุทธ์ภายใต้ 4 แนวทาง ดังนี้

1. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
2. เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน
3. ใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
4. สร้างจิตสำนึกปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงาน

ผลดำเนินการปี 2567

- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า 327,352.72 เมกกะวัตต์-ชั่วโมง
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 115,801.24 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บทประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร หน้า 53-68

2 การดำเนินงานขนส่งสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Logistic)

บริษัทมุ่งพัฒนาโลจิสติกส์สีเขียว ด้วยแนวคิดบริหารจัดการกระบวนการขนส่งสินค้าให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นไปที่การลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมโลจิสติกส์ เช่น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลดการใช้พลังงาน ปรับปรุงประสิทธิภาพในการขนส่ง เช่น การวางแผนเส้นทางเดินรถที่มีประสิทธิภาพ ปี 2567 ดำเนินโครงการกลยุทธ์ภายใต้ 4 แนวทาง ดังนี้

1. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
2. เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน
3. ส่งเสริมระบบการขนส่งสีเขียว
4. ใช้พาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลดำเนินการปี 2567

- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า 17,612.34 เมกกะวัตต์-ชั่วโมง
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 17,957.96 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บทประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร หน้า 53-68

3 การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging)

บรรจุภัณฑ์สีเขียวเป็นแนวคิดที่สำคัญของบริษัทที่ต้องการสร้างความยั่งยืนและสร้างความแตกต่าง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการลดปริมาณขยะอีกด้วย แผนการจัดการบรรจุภัณฑ์ของบริษัทจึงครอบคลุมตั้งแต่การออกแบบ การใช้งานที่คำนึงถึงทั้งปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและความต้องการของลูกค้าไปพร้อมกัน การจำหน่ายไปยังผู้บริโภค รวมไปถึงการกำจัดหรือหมุนเวียนนำมาใช้ใหม่ และสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติตลอดห่วงโซ่อุปทาน ปี 2567 ดำเนินโครงการกลยุทธ์ภายใต้ 3 แนวทาง ดังนี้

1. ลดการใช้พลาสติก ณ แหล่งกำเนิด
2. ลด และทดแทนการใช้พลาสติก ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ณ ขั้นตอนการบริโภค
3. ลดขยะบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค

ผลดำเนินการปี 2567

- ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) จากโครงการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร ร้อยละ 2 (1,432 ตัน)
- ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Material) ร้อยละ 2 (1,830 ตัน)
- ลดปริมาณการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) ร้อยละ 38 (23,546 ตัน)
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 375,473 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เก็บกลับไปรีไซเคิล ร้อยละ 6 (3,649 ตัน)
- บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled Post-consumer Packaging) ร้อยละ 9 (5,885 ตัน)

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 69-84

4 การสร้างจิตสำนึก รักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Living)

บริษัทมุ่งส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมและร่วมมือกันแก้ไข ผ่านการสร้างความร่วมมือกับ ลูกค้า ชุมชน NGOs หน่วยงานภาครัฐ องค์กรระดับสากลและท้องถิ่น ดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ และจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน ส่งผลให้ชุมชนได้รับความเป็นอยู่ที่ดีและยั่งยืน ปี 2567 ดำเนินโครงการกลยุทธ์ภายใต้ 4 แนวทาง ดังนี้

1. สร้างจิตสำนึกปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค
2. ลดอาหารส่วนเกินอาหารสร้างบุญ
3. ลดขยะ เพิ่มประโยชน์ คัดแยกขยะ รวบรวมส่งต่อไปรีไซเคิล
4. เพิ่มพื้นที่สีเขียว ปกป้อง ฟื้นฟูระบบนิเวศ

ผลดำเนินการปี 2567

- จุดคัดแยกขยะทุกสาขาทั่วประเทศ
- ลดขยะอาหารสู่การฝังกลบ 770 ตันต่อปี
- ส่งมอบอาหารส่วนเกิน 3.16 ล้านมื้ออาหาร ให้กับ 1,849 ชุมชน
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1,946 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- ปลูกต้นไม้สะสม 924,371 ต้น จากโครงการลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทั้งทางบกและทางน้ำ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บทการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน หน้า 85-96
▶ บทการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หน้า 69-84
▶ บทการปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ หน้า 233-246

การพัฒนาและสรรหาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ

บริษัท ซีพีแรม จำกัด และบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญต่อการลดก๊าซเรือนกระจกตลอดกระบวนการผลิตสินค้า โดยดำเนินการประเมินการปล่อยและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากการผลิตผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การได้มาของวัตถุดิบ สู่กระบวนการผลิต การขนส่ง การนำไปใช้เพื่อการอุปโภคบริโภค และการกำจัดซาก พร้อมทั้งดำเนินการขอรับรองการขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์จากองค์กรบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

โดยในปี 2567 บริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากสินค้าคาร์บอน (Carbon Footprint Product Label) จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ข้าวกะเพรามังสวิรัติ ข้าวกะเพราหมู ข้าวผัดเผ็ดหน่อไม้ไก่ และข้าวผัดคะน้าปลาเค็ม และมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากลดการปล่อยคาร์บอน (Carbon Footprint Reduction Label) จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ข้าวกะเพราหมู สร้างยอดขายกว่า 425 ล้านบาท

การสนับสนุนชุมชนและสังคมให้ลดก๊าซเรือนกระจก

ซีพี ออลล์ ก่อตั้งโครงการสนับสนุนสังคม และชุมชน เพื่อลดก๊าซเรือนกระจกผ่านกิจกรรมโครงการรักษ์ต้นไม้ห่วงใยสิ่งแวดล้อม ตรวจวัดกักเก็บคาร์บอนของต้นไม้ ส่งมอบลานกีฬาอเนกประสงค์รักษ์โลกจากขยะพลาสติก ให้แก่ โรงเรียนบ้านน้ำย้อย จังหวัดลำพูน และการจัดกิจกรรมเก็บขยะบริเวณแนวกันคลื่น อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะรีไซเคิลจากขยะในพื้นที่

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดปริมาณขยะพลาสติกสู่การฝังกลบ 8.7 ตันต่อปี
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 8.95 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการสื่อสารให้ความรู้ และสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม

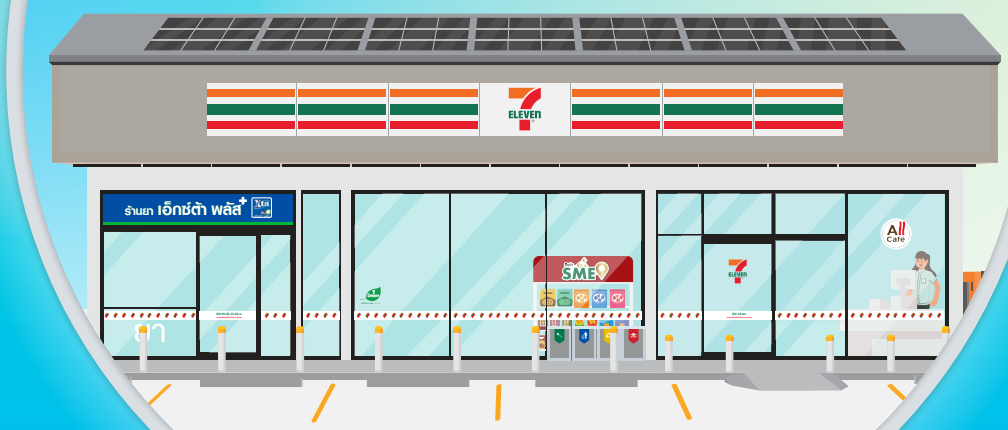
บริษัทดำเนินการสื่อสารและสร้างความตระหนักในเรื่องการอนุรักษ์พลังงาน สิ่งแวดล้อม รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ให้แก่ผู้บริหาร และพนักงานสำนักงาน พนักงานสายปฏิบัติการ และพนักงานสายกระจายสินค้า รวมถึงกลุ่มบริษัทในกลุ่ม ซีพี ออลล์ เพื่อสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมและส่งมอบความเป็นอยู่ที่ดีอย่างยั่งยืนให้กับชุมชน ผ่านการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เชิงรุกผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ อาทิ

- การทบทวนความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและสอบประเมินผลการเรียนรู้หลักสูตรความยั่งยืนและธรรมาภิบาล หรือเรียกว่า ESG Quiz ให้กับพนักงานทุกระดับ
- การให้ความรู้หัวข้อความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้กับ Risk Champion
- การให้ความรู้ วิธีการประหยัดพลังงานในสำนักงานและร้าน 7-Eleven ผ่านสื่อโปสเตอร์
- การผนวกประเด็นความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมผ่านกระบวนการบริหารความเสี่ยงขององค์กร
- การให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ทางอีเมล และแอปพลิเคชัน LINE
- การสร้างการมีส่วนร่วมให้กับพนักงานในกิจกรรมปลูกต้นไม้ภายในบริษัท และร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ ปลูกต้นไม้
- การสร้างความตระหนัก และให้ความรู้พนักงานทุกระดับผ่านการเข้าร่วมโครงการ 7ส มุ่งเน้นการร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

โดยในปี 2567 ซีพี ออลล์ ได้จัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานจำนวน 204,701 คน ทั่วประเทศ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจด้านความยั่งยืน นอกจากนี้ ยังได้มีการประเมินการรับรู้และความเข้าใจด้านความยั่งยืนของพนักงานทุกระดับ พบว่าร้อยละ 100 มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องดังกล่าว

ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร

"ซีพี ออลล์ ผสานเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากรในทุกขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่การออกแบบร้าน การเลือกใช้อุปกรณ์ การจัดการพลังงานในอาคาร และการขนส่งอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนในทุกมิติ"



ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG6 สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัยสำหรับทุกคน และมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน

6.3 ยกระดับคุณภาพน้ำโดยลดมลพิษ ขจัดการทิ้งขยะและลดการปล่อยสารเคมีและวัสดุอันตราย ลดสัดส่วนน้ำเสียที่ไม่ผ่านกระบวนการลงครึ่งหนึ่งและเพิ่มการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่

6.4 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในทุกภาคส่วนและสร้างหลักประกันว่าจะมีการใช้น้ำและจัดหาน้ำที่ยั่งยืน เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำและลดจำนวนประชาชนที่ประสบความทุกข์จากการขาดแคลนน้ำ

SDG7 สร้างหลักประกันให้ทุกคนสามารถเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ที่ยั่งยืนในราคาที่ย่อมเยา

7.2 เพิ่มสัดส่วนของพลังงานทดแทนในการผสมผสานการใช้พลังงานของโลก

7.3 เพิ่มอัตราการปรับปรุง ประสิทธิภาพการใช้พลังงานของโลกให้เพิ่มขึ้น

SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

SDG13 เร่งต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น

13.1 เสริมภูมิต้านทานและขีดความสามารถในการปรับตัวต่ออันตรายและภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับภูมิอากาศในทุกประเทศ

ความเสี่ยงและโอกาส

องค์การสหประชาชาติรายงานการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติทั่วโลก คาดว่าเพิ่มขึ้น ร้อยละ 60 ภายในปี 2603 เมื่อเทียบกับระดับการบริโภคในปี 2563 อีกทั้งภาวะขาดแคลนทรัพยากรน้ำและภัยแล้งจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความต้องการทรัพยากรที่เพิ่มขึ้น และการเปลี่ยนมาใช้พลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ภาคอุตสาหกรรมจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนระบบปฏิบัติการและวิธีการดำเนินงาน เพื่อเร่งลดการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล เปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดและพลังงานหมุนเวียน เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ กำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มุ่งสู่อนาคตที่ปราศจากการปล่อยคาร์บอนเป็นศูนย์ (A Zero-Carbon-Emissions Future)

สภาวะความไม่มั่นคงทางทรัพยากรธรรมชาติมีอิทธิพลอย่างมากต่อตลาดโลกสู่การใช้เทคโนโลยีด้านพลังงานสะอาด การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตและการดำเนินธุรกิจ ผลักดันให้แผนการดำเนินงานของบริษัทมุ่งมั่นพัฒนาเทคโนโลยีด้านการใช้พลังงานเพิ่มอัตราส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ อนุรักษ์น้ำ ลดความเสี่ยงการเกิดสภาวะขาดแคลนน้ำ เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานทางด้านการดำรงชีวิตที่ดี การมีสุขภาพที่ดี การเข้าถึงแหล่งอาหารและน้ำที่สะอาด และลดปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต ต้นทุนการผลิต ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

- มิติสิ่งแวดล้อม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- สำคัญมาก (Critical Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ควบคุมการเติบโตการใช้พลังงานรวมสุทธิ ให้ลดลงเปรียบเทียบกรณีการดำเนินธุรกิจตามปกติ (หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานสำคัญ ปี 2567

- ลดการใช้พลังงาน 344,965.06 เมกะวัตต์-ชั่วโมง
- การใช้พลังงานหมุนเวียน เปรียบเทียบกับการใช้พลังงานทั้งหมด ร้อยละ 6.58 (286,259.63 เมกะวัตต์-ชั่วโมง)
- ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ 124,706.67 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า จากการดำเนินโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ความเข้มข้นการนำน้ำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ 8.75 ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท
- การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำ เปรียบเทียบกับปริมาณน้ำที่นำมาใช้ทั้งหมด ร้อยละ 5.94
- ประเมินความเสี่ยงพื้นที่ที่มี “ความเครียดน้ำ (Water Stress)” ของบริษัทและคู่ค้าที่สำคัญ ลำดับที่ 1 กลุ่มสินค้าเกษตร ร้อยละ 100

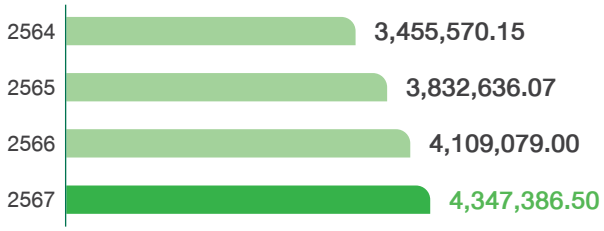
การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- โครงการใช้รถไฟฟ้า (EV) ในกระบวนการขนส่งสินค้าและให้บริการแบบเดลิเวอรี่
- โครงการต่อเนื่องการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ชนิดติดตั้งบนหลังคา (Solar PV Rooftop)
- โครงการอนุรักษ์น้ำ
- โครงการสร้างการมีส่วนร่วมกับคู่ค้าและพนักงานในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
- โครงการต่อเนื่องประเมินความเสี่ยงด้านสภาวะขาดแคลนน้ำของพื้นที่ดำเนินการของบริษัทและคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 กลุ่มสินค้าเกษตร

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

พลังงานที่ใช้ทั้งหมดของกลุ่ม ซีพี ออลล์

(หน่วย: เมกะวัตต์-ชั่วโมง)

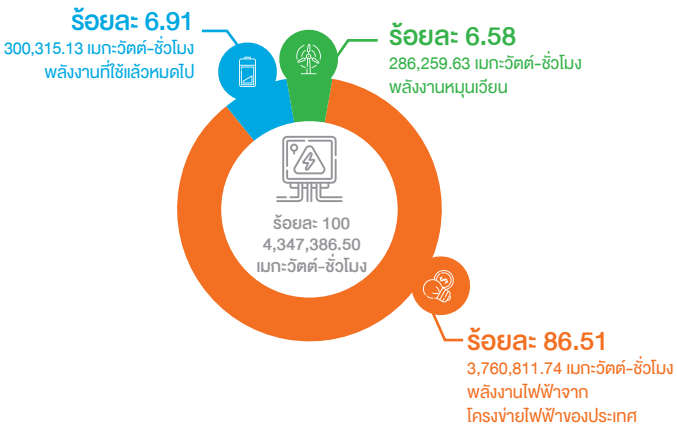


ความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ของกลุ่มซีพีออลล์

(หน่วย: เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อล้านบาท)

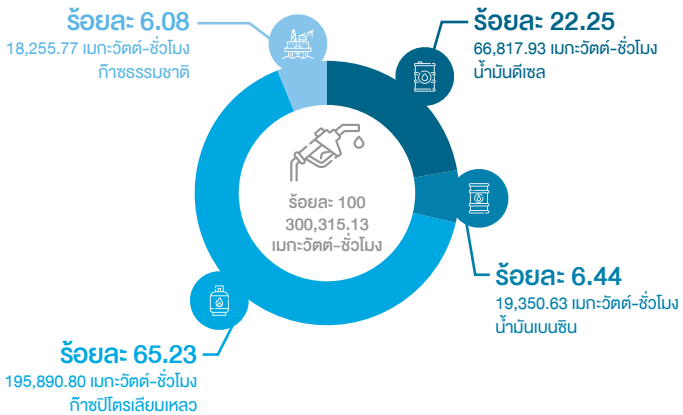


ปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมด จำแนกตามประเภทที่มาของกลุ่ม ซีพี ออลล์ (หน่วย : ร้อยละ)

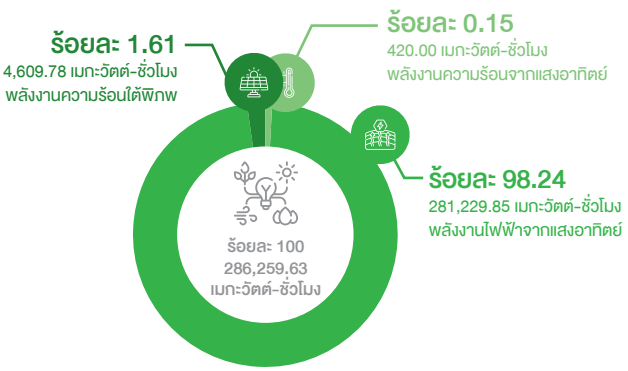


ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไปของกลุ่ม ซีพี ออลล์

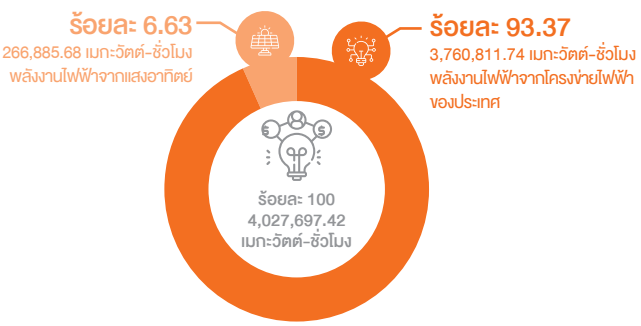
(หน่วย : ร้อยละ)



ปริมาณการใช้พลังงานหมุนเวียนทั้งหมด จำแนกตามประเภทของกลุ่ม ซีพี ออลล์ (หน่วย : ร้อยละ)



ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก จำแนกตามแหล่งที่มาของกลุ่ม ซีพี ออลล์ (หน่วย : ร้อยละ)

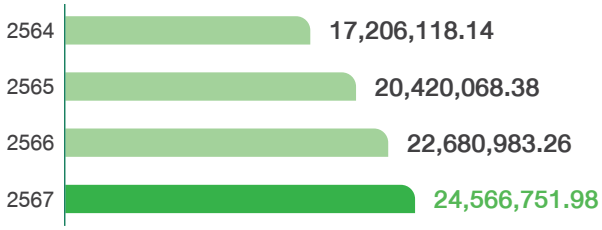


ความครอบคลุมของข้อมูลปริมาณการใช้พลังงานทั้งหมดของกลุ่ม ซีพี ออลล์ (หน่วย : ร้อยละของรายได้)





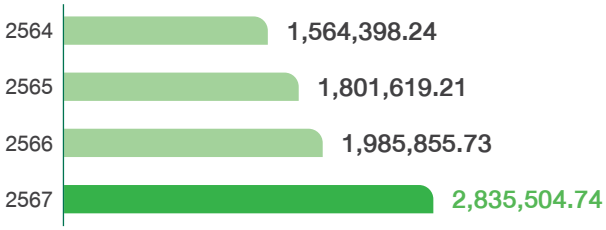
ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด
(หน่วย : ลูกบาศก์เมตร)



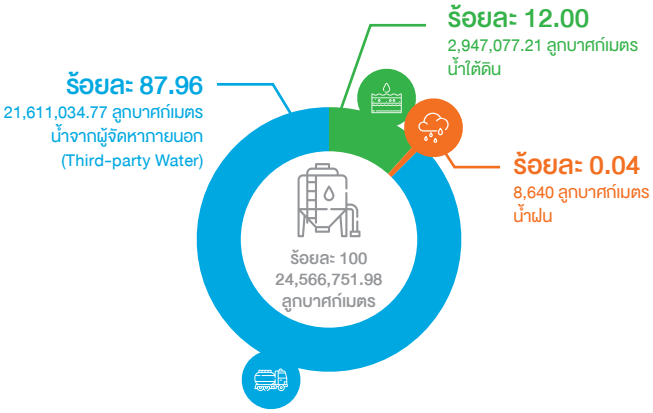
ความเข้มข้นการใช้น้ำสุทธิต่อหน่วยรายได้
(หน่วย : ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท)



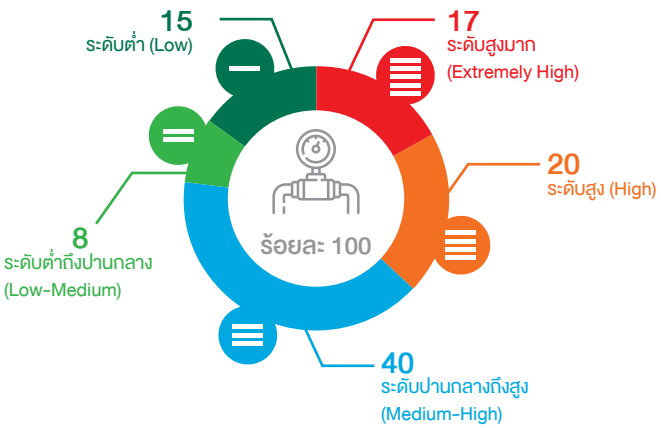
ปริมาณน้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการบำบัด
(หน่วย : ลูกบาศก์เมตร)



ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด จำแนกตามแหล่งที่มา
(หน่วย : ร้อยละ)



สัดส่วนของปริมาณการใช้น้ำจากพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำในพื้นที่ดำเนินการของบริษัท (หน่วย : ร้อยละ)



แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทเตรียมพร้อมรับมือต่อความท้าทายด้านการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงด้านพลังงาน โดยกำหนดนโยบายสิ่งแวดล้อม แผนการบริหารจัดการพลังงานอย่างยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า ภายใต้นโยบาย “เซเว่น โก กรีน (7 Go Green)” เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง ได้แก่ การดำเนินงานของร้านและศูนย์จำหน่ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Store) การดำเนินงานด้านขนส่งสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Logistic) การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging) และการสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Living) รวมถึงการเสริมแนวคิดด้านความยั่งยืน 2567-2568 (CP ALL Sustainability framework) “2 ลด 4 สร้าง 1 DNA”

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งสร้างความก้าวหน้ายกระดับการจัดการลดใช้พลังงานตามมาตรฐานสากล ISO 14001 และ ISO 50001 การใช้เทคโนโลยีผลิตพลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม พลังงานความร้อนใต้พิภพ พลังงานชีวมวล และการใช้รถยนต์ขนส่งพลังงานไฟฟ้า เป็นต้น รวมถึงการบริหารความเสี่ยงด้านการขาดแคลนทรัพยากรน้ำ การนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำและนำกลับมาใช้ใหม่ ตลอดจนสร้างความร่วมมือกับบุคลากรภายในองค์กร เครือข่ายทางธุรกิจ และชุมชนโดยรอบถึงการใช้พลังงานและการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านโครงการตามกลยุทธ์ “2 ลด” พร้อมกันนี้ บริษัทมีการวิเคราะห์สัดส่วนการจัดซื้อสินค้าเกษตรกรรมจากคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier) เพื่อประเมินความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress) โดยสามารถติดตามและจัดทำแผนที่พื้นที่เสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน พร้อมทั้งระบุกลุ่มคู่ค้าและปริมาณสินค้าเกษตรกรรมที่มาจากพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง และดำเนินการลดผลกระทบจากความเสี่ยงด้านการจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทกำหนดเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวด้านการจัดการด้านอนุรักษ์พลังงานและด้านการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ พร้อมมีกระบวนการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลการใช้พลังงานและการใช้น้ำในทุกพื้นที่ปฏิบัติงาน เพื่อระบุโอกาสในการปรับปรุงระบบปฏิบัติการและติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายสิ่งแวดล้อม

โครงการด้านการอนุรักษ์พลังงาน (Energy Conservation)

นอกจากการดำเนินโครงการกลยุทธ์ด้านการดำเนินงานของร้านและศูนย์จำหน่ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Store) และด้านการดำเนินงานขนส่งสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Logistic) บริษัทมุ่งมั่นยกระดับการปฏิบัติงานให้ได้มาตรฐานสากลด้านสิ่งแวดล้อม (ISO 14001 - Environmental management systems) และมาตรฐานสากลด้านการจัดการพลังงาน (ISO 50001- Energy management) ตลอดจนตรวจสอบประเมินผลการดำเนินงานด้านพลังงานรายไตรมาส เพื่อระบุโอกาสในการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการเก็บรวบรวม ตรวจสอบ ทบทวน และวิเคราะห์ข้อมูลการใช้พลังงานในทุกพื้นที่ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องใน 3 พื้นที่ ดังนี้



โครงการดำเนินงานของร้านและศูนย์จำหน่ายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ในปี 2567 บริษัทเสริมมาตรการรลดพลังงานผ่านแนวคิดด้านความยั่งยืน 2567-2568 (CP ALL Sustainability framework) “2 ลด 4 สร้าง 1 DNA” มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานภายใต้กลยุทธ์ “2 ลด” เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจและลดต้นทุนด้านพลังงาน แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
2. เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน
3. ใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
4. สร้างจิตสำนึกปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงาน

1 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2567
ทดแทนหลอดไฟชนิดเก่าเป็นหลอดไฟแอลอีดี (LED) ซึ่งมีประสิทธิภาพสูง ทนทาน ปลอดภัย อายุการใช้งานยาวนาน ประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา	ร้าน 7-Eleven	• เปลี่ยนเป็นหลอดไฟแอลอีดี (LED) 846 สาขา • ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน 0.83 ล้านบาทต่อปี • ลดการใช้ไฟฟ้า 146.86 เมกะวัตต์-ชั่วโมง • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 64.91 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2567
ทดแทนหลอดไฟชนิดเก่าเป็นหลอดไฟแอลอีดี (LED) ซึ่งมีประสิทธิภาพสูง ทนทาน ปลอดภัย อายุการใช้งานยาวนาน ประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา (ต่อ)	ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร	• เปลี่ยนหลอดไฟแอลอีดี (LED) 38 สาขา • ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน 5.35 ล้านบาทต่อปี • ลดการใช้ไฟฟ้า 1,338.25 เมกะวัตต์-ชั่วโมง • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 670 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
	ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส	• เปลี่ยนหลอดไฟแอลอีดี (LED) 81 สาขา • ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน 8.28 ล้านบาทต่อปี • ลดการใช้ไฟฟ้า 1,952.28 เมกะวัตต์-ชั่วโมง • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 904 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
พัฒนาอุปกรณ์เตาอบไมโครเวฟเป็นระบบอินเวอร์เตอร์ (Inverter) จำนวน 2,017 เครื่อง	ร้าน 7-Eleven	• ลดใช้ไฟฟ้า 1,469.37 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 649 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ปรับปรุงระบบทำความเย็นของตู้แช่เย็น (Open Showcase) เป็นแบบรวมศูนย์ 2 เครื่องต่อคอยล์ร้อน และปรับปรุงความเป็นฉนวนของอุปกรณ์	ร้าน 7-Eleven	• ลดการใช้ไฟฟ้า 33,235.01 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อสาขาต่อปี • ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน 48 ล้านบาทต่อปี • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 14,690 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
เปลี่ยน Condensing Unit Vault แบบ Inverter จำนวน 632 เครื่อง	ร้าน 7-Eleven	• ลดการใช้ไฟฟ้า 1,841.50 เมกะวัตต์-ชั่วโมง • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 814 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
เปลี่ยนเครื่องปรับอากาศ Fix-Speed เป็น Inverter	ร้าน 7-Eleven	• ลดการใช้ไฟฟ้า 735.8 เมกะวัตต์-ชั่วโมง • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 325 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
เปลี่ยนเครื่องทำความเย็นที่ใช้สารทำความเย็นเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ร้าน 7-Eleven	• ลดการใช้ไฟฟ้า 1,747.38 เมกะวัตต์-ชั่วโมง • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 772 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
เปลี่ยนเครื่องทำความเย็น (Chiller) ระบบปรับอากาศที่มีประสิทธิภาพสูงชนิด Variable Speed Drive	ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร	• 5 สาขา • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 683 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
เปลี่ยนเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน (AC Split Type Fixed Speed) เป็นเครื่องปรับอากาศประสิทธิภาพสูง (Variable Refrigerant Flow) ลดการทำงานของเครื่องตามสภาวะโหลดอุณหภูมิ	ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัสและโลตัส โกเฟรช	• ไฮเปอร์มาร์เก็ต 10 สาขา • ลดการใช้ไฟฟ้ารวม 3,617.13 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1,675 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2567
ใช้เครื่องปรับแรงดันอัตโนมัติ (Automatic Voltage Regulator: AVR) เพื่อปรับลดแรงดันไฟฟ้าจากแหล่งจ่ายไฟฟ้าให้อยู่ในค่าที่เหมาะสมและคงที่ ทำให้สามารถประหยัดพลังงานจากความสูญเสียทางไฟฟ้าที่ระดับแรงดันเกินความจำเป็น	ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส และโลตัส โกเฟรช	• ติดตั้งเครื่องปรับแรงดันไฟฟ้าอัตโนมัติ 32 สาขา • ลดการใช้ไฟฟ้ารวม 8,798.77 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 4,074 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ติดตั้งระบบจัดการพลังงาน (Building Energy Management System: BEMS) เป็นระบบการจัดการเปิด-ปิดเครื่องจักรหลักในอาคาร เพื่อประหยัดและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน พร้อมทั้งตรวจสอบความผิดปกติการใช้พลังงานจากมิเตอร์ไฟฟ้าย่อยและอุปกรณ์ตรวจจับ (Sensor) รวมถึงจัดเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และประเมินการจัดการพลังงานของอาคาร	ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส และโลตัส โกเฟรช	• ติดตั้งระบบจัดการพลังงาน 183 สาขา • ลดการใช้ไฟฟ้ารวม 4,399.86 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 2,037 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ใช้ระบบควบคุมอัตโนมัติ (Building Automation System: BAS) ในอาคาร ควบคุมการบริหารการใช้พลังงาน เก็บข้อมูล และประเมินผลการทำงานของระบบไฟฟ้าให้ใช้พลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตอีอีซี อาคาร SKY BRIGHT CENTER	• ใช้พลังงานไฟฟ้า 576,727 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี

2 เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2567
ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคา	ร้าน 7-Eleven	• เพิ่มสัดส่วนพลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป โดยติดตั้งใหม่ 530 สาขา และขยายการติดตั้ง 147 สาขา • ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป 61,659 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 27,130 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
	ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครและศูนย์กระจายสินค้า	• เพิ่มสัดส่วนพลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป 97 สาขา • ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป 60.5 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 30,281 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
	ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส และศูนย์กระจายสินค้า	• เพิ่มสัดส่วนพลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป 164 สาขา • ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป 197,912 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 24,290 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2567
ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคา (ต่อ)	โรงงานผลิต ซีพีแรม	• เพิ่มสัดส่วนพลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป 7 สาขา • ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป 7,341.70 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 3,670.12 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
ทดแทนหลอดไฟรอบร้านด้วยโคมไฟ Solar Cell	ร้าน 7-Eleven	• ติดตั้ง จำนวน 2,966 ระบบ • ลดใช้พลังงานไฟฟ้า 196,712 หน่วย • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 87 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
พลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์ (Solar Water Tube) เพื่อใช้ในกระบวนการต้มน้ำและระบบทำน้ำร้อน	โรงงานผลิต ซีพีแรม (ลาดกระบัง)	• ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า 420 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 209.96 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
นำพลังงานความร้อนจากน้ำร้อนใต้ดินมาใช้ล้างอุปกรณ์ในกระบวนการผลิต สามารถใช้ทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้าในขั้นตอนการอุ่นน้ำได้	โรงงานผลิต ซีพีแรม (ลาดหลุมแก้ว)	• ใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 480.60 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 240.25 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

3 ใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2567
เปลี่ยนเครื่องทำความเย็นที่ใช้สารทำความเย็นเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม R290	ร้าน 7-Eleven	• จำนวน 6,434 เครื่อง
ใช้สารทำความเย็นคาร์บอนต่ำ สารทำความเย็น ที่มีค่าแฟกเตอร์การปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ อาทิ R290, R-448A	ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส และ โลตัส โกเฟรช	• ดำเนินการ 120 สาขา • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 2,535 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

4 สร้างจิตสำนึก ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงาน

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2567
จัดกิจกรรมรณรงค์การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในระดับกลุ่มสาขา เพื่อกระตุ้นพนักงานให้เกิดการตระหนักถึงการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดการประหยัดพลังงาน	ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส และโลตัส โกเฟรช	• จำนวนพนักงานเข้าร่วมโครงการกิจกรรม 1,354 ราย
มาตรการปิดไฟช่วงพักเที่ยง	สำนักงาน อาคาร THE TARA แจ้งวัฒนะ	• ประหยัดพลังงานได้ 2,089.15 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี • ลดค่าใช้จ่าย 8,983.35 บาท/ปี
ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในอาคารสำนักงาน • จัดพื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working Space): จัดพื้นที่ส่วนกลางสำหรับพนักงานที่ต้องการทำงานหลังเวลา 19:00 น. เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในพื้นที่ทำงานส่วนตัว • นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ควบคุมระบบปรับอากาศและระบายอากาศภายในอาคารอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อปรับอุณหภูมิและปริมาณอากาศให้เหมาะสมกับการใช้งาน ลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น • จัดทำระบบการจัดอันดับ (Ranking) การใช้พลังงานของผู้ใช้อาคารในแต่ละชั้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน และสร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อการใช้พลังงาน • กำหนดเป้าหมายดัชนีการใช้พลังงานของอาคารสำนักงานไว้ที่ 185.5 กิโลวัตต์-ชั่วโมง ต่อ ตารางเมตร ต่อปี เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานและประเมินผล	สำนักงาน อาคาร THE TARA แจ้งวัฒนะ	• จำนวนพนักงานใช้อาคารมากกว่า 1,526 ราย/วัน

โครงการดำเนินงานขนส่งสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ในปี 2567 บริษัทดำเนินงานเพื่อพัฒนาระบบขนส่งและการกระจายสินค้า ภายใต้นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เซเว่น โก กรีน (7 Go Green) เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง ส่งผลให้บริษัทสามารถลดการใช้เชื้อเพลิงและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในการขนส่ง ภายใต้กลยุทธ์ “2 ลด” เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจและลดต้นทุนด้านพลังงาน แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
2. เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน
3. ส่งเสริมระบบการขนส่งสีเขียว
4. ใช้พาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2567
ทดแทนหลอดไฟชนิดเก่าเป็นหลอดไฟแอลอีดี (LED) สำหรับอาคารศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven (Distribution Center)	ศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven	• เปลี่ยนเป็นหลอดไฟแอลอีดี (LED) 20 แห่ง • ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน 30 ล้านบาทต่อปี • ลดการใช้ไฟฟ้า 7.5 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 3,755 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

2 เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2567
ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคา	ศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven	• ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป 20 สาขา • ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟท็อป 9,078.25 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 3,994.43 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

3 ส่งเสริมระบบการขนส่งสีเขียว

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2567
ปรับเปลี่ยนขนาดรถขนส่งให้บรรจุได้มากขึ้นต่อเที่ยว จากรถบรรทุก 4 ล้อเป็นรถบรรทุกขนาดจัมโบ้ ซึ่งสามารถบรรจุได้มากขึ้นร้อยละ 30 ต่อเที่ยว รวมถึงใช้โปรแกรมจัดเส้นทางการขนส่งให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดระยะทางขนส่งต่อเที่ยวและประหยัดเชื้อเพลิง เรียกว่า Territory Planner (TP)	ศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven	• ลดระยะทางการขนส่งได้ ร้อยละ 33.4

4 ใช้พาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2567
การใช้รถจักรยานยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV Bike) ร้อยละ 100 สำหรับส่งสินค้าบริการเซเว่นเดลิเวอรี่ (7Delivery) ติดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้า (ต่อเนื่อง) บริเวณพื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven การใช้รถจักรยานยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV Bike) ร้อยละ 100 สำหรับส่งสินค้าบริการเซเว่นเดลิเวอรี่ (7Delivery) ติดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้า (ต่อเนื่อง) บริเวณพื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven	ร้าน 7-Eleven	• จำนวนรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าทั้งหมด 1,700 คัน • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1,156 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ภาพรวมการดำเนินงาน	พื้นที่ดำเนินการ	ผลดำเนินการปี 2567
การทดลองรถบรรทุก 4 ล้อ พลังงานไฟฟ้าเต็มรูปแบบ (EV: Electric Vehicle) สำหรับขนส่งสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังร้าน 7-Eleven	ศูนย์กระจายสินค้า 7-Eleven	• ขยายเพิ่มในพื้นที่ศูนย์กระจายสินค้าบางบัวทองและศูนย์กระจายสินค้าสุวรรณภูมิ จำนวน 2 แห่ง • จำนวนรถบรรทุก 4 ล้อ พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด 39 คัน • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 119 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
สนับสนุนการขนส่งสีเขียว เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้วยการติดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้าบริเวณพื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven	ร้าน 7-Eleven	• สถานีชาร์จรถไฟฟ้า 52 สถานี
ใช้ยานยนต์ไฟฟ้าในการขนส่งและจัดส่งสินค้า	ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร	• รถไฟฟ้าในการขนส่งสินค้า 47 คัน • ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 8,933.53 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการด้านการอนุรักษ์น้ำ (Water Conservation)

บริษัทตระหนักถึงการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ เช่น การลดปริมาณน้ำเสีย และการอนุรักษ์แหล่งน้ำธรรมชาติ จึงได้กำหนดนโยบายสิ่งแวดล้อมและแนวปฏิบัติเรื่องการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำเพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจจะสามารถรักษาสมดุลการใช้น้ำกับความต้องการน้ำของชุมชนและธรรมชาติ พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมาย “ลดการใช้น้ำต่อรายได้ลงร้อยละ 20 ภายในปี 2573 เมื่อเทียบกับฐานปี 2563” รวมถึงดำเนินการรวบรวม ตรวจสอบ ทบทวน และวิเคราะห์ข้อมูลการใช้น้ำและคุณภาพน้ำในทุกพื้นที่ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงโรงงานผลิต ศูนย์กระจายสินค้าร้าน 7-Eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร และโลตัส ตลอดจนสำนักงานต่าง ๆ โดยมีการประเมินผลเป็นรายไตรมาส ได้แก่

1. โรงงานผลิตและศูนย์กระจายสินค้า: การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 14001:2015 ในปี 2567 โรงงานของซีพีแรม ลาดหลุมแก้ว บ่อวิน ลาดกระบัง ชลบุรี สุราษฎร์ธานี ขอนแก่น และลำพูน ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001:2015
2. สถานประกอบการที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม: การบำบัดน้ำเสียและประสิทธิภาพการใช้น้ำได้รับการประเมินโดยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) หรือผู้ตรวจประเมินอิสระบุคคลที่สาม ตามมาตรฐานสากล เช่น ISO 14001:2015 มาตรฐานเฉพาะอุตสาหกรรม และมาตรฐานเฉพาะนิคม เป็นต้น
3. ศูนย์จำหน่ายสินค้าและสำนักงานที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม: หน่วยจัดการก๊าซเรือนกระจกส่วนกลางจะประเมินการจัดการน้ำเพื่อระบุโอกาสในการปรับปรุงและลดผลกระทบต่อทรัพยากรน้ำและระบบนิเวศ

ในปี 2567 บริษัทดำเนินงานเพื่อการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดการหมุนเวียนน้ำเสียให้กลับมาใช้ใหม่ได้ สามารถลดการปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะและธรรมชาติผ่านโครงการต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบการดำเนินงาน ดังนี้

1 ลดการใช้น้ำ (Reducing water use)

2 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ และการหมุนเวียนน้ำเสียให้กลับมาใช้ใหม่ (Water efficiency and recycle wastewater)

3 ปรับปรุงระบบบำบัดน้ำทิ้งสู่สาธารณะ (Treated wastewater discharge)

4 ปลูกจิตสำนึก การอนุรักษ์และการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ (Raising awareness)

1 ลดการใช้น้ำ (Reducing water use)

โครงการส่งเสริมการใช้อุปกรณ์ประหยัดน้ำ

ศูนย์กระจายสินค้าบางบัวทอง ปรับปรุงสุขภัณฑ์ อ่างล้างมือ และชักโครกชนสำนักงานชั้น 1-2 แบบประหยัดน้ำ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการประหยัดน้ำ ซึ่งสามารถประหยัดการใช้น้ำได้มากกว่า 75 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดการใช้น้ำประปาได้ 75 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

2 เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ และการหมุนเวียนน้ำเสียให้กลับมาใช้ใหม่ (Water efficiency and recycle wastewater) ภายใต้โครงการต่อเนื่อง Zero Wastewater Discharge

โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในกระบวนการผลิต

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

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดการใช้น้ำประปาได้ 1,300,227 ลูกบาศก์เมตรต่อปี
- ลดการใช้ไฟฟ้าในระบบลง 480.60 เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปี
- นำน้ำทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์ 671,303 ลูกบาศก์เมตร

โครงการธนาคารน้ำใต้ดิน

ซีพี แอ็กซ์ตร้า นำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วมากักเก็บไว้ใช้ยามจำเป็น และผันน้ำส่วนเกินไปยังพื้นที่ที่จัดสรรลงสู่พื้นดิน เพื่อลดการใช้น้ำและใช้ประโยชน์สำหรับการเพาะปลูก สามารถลดผลกระทบจากสภาวะขาดแคลนน้ำ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน โดยบริษัทมีแผนที่จะขยายผลโครงการต้นแบบนี้ไปสู่สาขาอื่นต่อไป

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ปริมาณน้ำที่บำบัดได้กว่า 36 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน และผันลงสู่ธนาคารน้ำใต้ดินกว่า 16 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน

โครงการนำน้ำทิ้งจากเครื่องปรับอากาศกลับมาใช้ใหม่

ศูนย์กระจายสินค้าสุวรรณภูมิ ติดตั้งถังเก็บน้ำทิ้งจากเครื่องปรับอากาศบริเวณโรงอาหาร เพื่อนำน้ำทิ้งหมุนเวียนไปใช้ประโยชน์ เช่น รดน้ำต้นไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถประหยัดการใช้น้ำได้มากกว่า 40 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

โครงการรักษ์น้ำ รักอนาคต

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อนำน้ำทิ้งกลับมาใช้ใหม่สำหรับรดน้ำต้นไม้ ภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า โดยสามารถลดปริมาณน้ำที่ดึงมาใช้ รวมทั้งประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดการน้ำอีกด้วย

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนศูนย์จำหน่ายสินค้าที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 69 สาขา
- ลดการใช้น้ำประปาได้ 1,098,569 ลูกบาศก์เมตรต่อปี
- นำน้ำทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์ 1,098,569 ลูกบาศก์เมตร

3 ปรับปรุงระบบบำบัดน้ำทิ้งสู่สาธารณะ (Treated wastewater discharge)

โครงการต่อเนื่อง ปันน้ำใสให้ชาวนา

บริษัท ซีพีแรม จำกัด โรงงานลำพูน ขออนุญาตระบายน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิตที่ผ่านการบำบัดตามมาตรฐานน้ำทิ้งจากโรงงานตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมให้กับเกษตรกรที่มีพื้นที่ทำนาใกล้เคียง เพื่อให้เกษตรกรโดยรอบได้ใช้น้ำทำนาและสามารถทำนานอกฤดูได้

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดการดึงน้ำจากแหล่งน้ำชุมชนได้กว่า 100,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี
- เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรมากกว่า 80,800 บาท ต่อคนต่อปี

4 ปลูกจิตสำนึก การอนุรักษ์และการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ (Raising awareness)

โครงการการอนุรักษ์และการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงาน ผ่านกิจกรรม 7ส โดยได้กำหนดนโยบายและหัวข้อรณรงค์ของการดำเนินงาน 7ส มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างคุ้มค่า พร้อมทั้งจัดทำสื่อให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับแนวปฏิบัติในการลดการใช้น้ำ ผ่านพอร์ทัลของบริษัท กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริม และสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ อาทิ วิดีโอ โปสเตอร์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนพนักงานเข้าร่วมโครงการ 116,179 คน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

โครงการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำ (Water Risk Management)

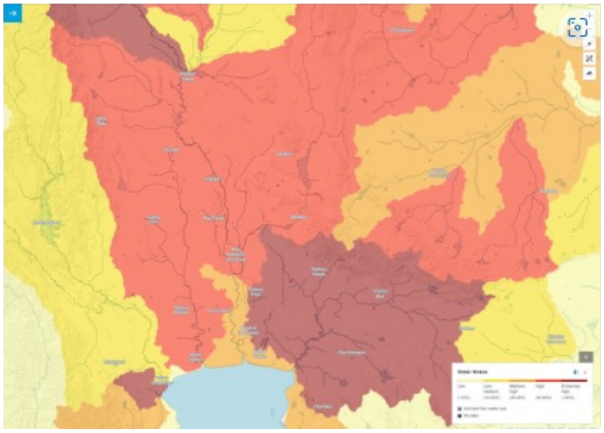
บริษัทบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบจากการขาดแคลนน้ำ อีกทั้งส่งเสริมการดำรงอยู่ของระบบนิเวศ ตลอดจนติดตามความเสี่ยงด้านการจัดการน้ำของคู่ค้าที่สำคัญอย่างเป็นระบบ เช่น การติดตามแหล่งที่มาและปริมาณสินค้าเกษตรกรรมจากคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier) ที่อยู่ในพื้นที่ความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress) เป็นต้น

การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำตลอดห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำ เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนน้ำ ทั้งจากแหล่งน้ำประปาและแหล่งน้ำบาดาลซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท อาทิ ใช้ในกระบวนการผลิต งานซักล้าง งานดูแลความสะอาด รวมถึงการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซีพีแรม จำกัด และบริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน)

อีกทั้ง บริษัทมุ่งมั่นดำเนินการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง โดยจัดทำการประเมินความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress) ด้วยเครื่องมือ Aqueduct ของ World Resource Institute ซึ่งเป็นการประเมินความเสี่ยงแบบเจาะจงพื้นที่ ครอบคลุมทุกพื้นที่การดำเนินธุรกิจของบริษัท และพื้นที่การดำเนินธุรกิจของคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier)

จากผลการประเมินความเสี่ยง กรณีของบริษัทพบว่าร้อยละ 34.38 ของพื้นที่ดำเนินการอยู่ในพื้นที่ ที่มีความเสี่ยงระดับสูงมาก (Extremely High) กรณีของพื้นที่การดำเนินธุรกิจของคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier) จำนวน 160 ราย ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำระดับสูงมาก



ทั้งนี้ บริษัทมอบหมายคณะทำงานด้านการบริหารจัดการน้ำ เพื่อทำหน้าที่จัดทำแผนลดการใช้น้ำ พร้อมทั้งดำเนินโครงการต่าง ๆ ในพื้นที่ดำเนินธุรกิจทั่วประเทศ เพื่อสนับสนุนการลดการใช้น้ำอย่างเหมาะสมมีการติดตามและประเมินความเสี่ยงสำหรับคู่ค้า เช่น ติดตามแหล่งที่มาของสินค้าเกษตรกรรมในพื้นที่ขาดแคลนน้ำ เป็นต้น เพื่อควบคุมปริมาณและคุณภาพการใช้น้ำ การปฏิบัติงานที่สอดคล้องตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาแหล่งน้ำและระบบนิเวศในพื้นที่ชุมชน บริษัทได้รับความร่วมมือจากคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 ในกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูง และดำเนินการลดความเสี่ยงและผลกระทบด้านน้ำร้อยละ 100 ทั้งนี้ การบริหารจัดการด้านน้ำร่วมมือกับคู่ค้า หน่วยงาน และชุมชน นอกจากเป็นการลดความเสี่ยงและบรรเทาผลกระทบ ยังเป็นการลดข้อกังวลที่อาจนำมาซึ่งความขัดแย้งกับชุมชนโดยรอบพื้นที่ดำเนินธุรกิจอีกด้วย

สัดส่วนพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress)

ระดับสูงมาก (Extremely High)	ร้อยละ 17
ระดับสูง (High)	ร้อยละ 20
ระดับปานกลางถึงสูง (Medium-High)	ร้อยละ 40
ระดับต่ำถึงปานกลาง (Low-Medium)	ร้อยละ 8
ระดับต่ำ (Low)	ร้อยละ 15

สัดส่วนสินค้าเกษตรกรรมจากคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Supplier) ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Agricultural Commodities from water-stressed areas)

ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ (Cattle Products)	ร้อยละ 61.59
ข้าวโพด (Maize)	ร้อยละ 26.17
น้ำมันปาล์ม (Palm Oil)	ร้อยละ 24.07
ข้าว (Rice)	ร้อยละ 36.23
ถั่วเหลือง (Soy)	ร้อยละ 42.64
น้ำตาล (Sugar)	ร้อยละ 10.82
ยาสูบ (Tobacco)	ร้อยละ 0.00
ฝ้าย (Cotton)	ร้อยละ 0.00

บริษัทร่วมมือกับคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ที่พื้นที่การปฏิบัติงานตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านน้ำ เพื่อพัฒนาแผนการลดความเสี่ยงแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบการดำเนินงาน ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านปริมาณและคุณภาพของน้ำ (Quantity and quality of water)
2. ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง (Regulatory changes)
3. ความเสี่ยงด้านความขัดแย้งระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder conflicts)

1 ความเสี่ยงด้านปริมาณและคุณภาพของน้ำ (Quantity and quality of water)

- **การประเมินตนเอง :** บริษัทพัฒนาและส่งแบบประเมินตนเองด้านน้ำ (Water Self-Assessment) ให้กับคู่ค้าผ่านโครงการจัดหาที่ยั่งยืน สำหรับตรวจสอบแหล่งน้ำที่ใช้ และมาตรการลดความเสี่ยงด้านปริมาณและคุณภาพของน้ำ
- **ความร่วมมือและการเสริมสร้างศักยภาพ :** บริษัทร่วมมือกับคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 ในพื้นที่เสี่ยงด้านน้ำ และหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมการจัดการน้ำอย่างยั่งยืนและสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงจัดการอบรมให้คู่ค้ากลุ่มเกษตรกร สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีประหยัดน้ำ การรีไซเคิลน้ำ และปรับปรุงกระบวนการเพื่อลดการใช้น้ำ
- **แนวทางปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices - GAP) :** บริษัทสนับสนุนคู่ค้ากลุ่มเกษตรกรในการนำแนวทาง GAP มาใช้ เพื่อสร้างความโปร่งใสและยั่งยืนในกระบวนการผลิตทางการเกษตร

2 ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบหรือโครงสร้างการกำหนดราคา

- **การติดตามกฎระเบียบ :** ฝ่ายกฎหมายติดตามการเปลี่ยนแปลงในกฎหมาย กฎระเบียบ และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างใกล้ชิด หากมีการเปลี่ยนแปลงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ฝ่ายกฎหมายจะแจ้งฝ่ายจัดซื้อ เพื่อสื่อสารและเตรียมแผนรับมือร่วมกับคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 ควบคู่ไปกับการสนับสนุนคู่ค้าที่มีการจัดหาที่ยั่งยืน พัฒนากระบวนการผลิตและจัดหาแหล่งวัตถุดิบทางเลือก เพื่อลดความเสี่ยงองค์กรในการพึ่งพาคู่ค้าที่ไม่มีมาตรการรับมือกับความเสี่ยง ซึ่งอาจก่อให้เกิดการละเมิดกฎหมาย กฎระเบียบและข้อบังคับในอนาคต
- **การมีส่วนร่วมในอุตสาหกรรม :** บริษัทร่วมมือกับสมาคมต่าง ๆ สร้างเครือข่าย และพัฒนาความสัมพันธ์กับหน่วยงานรัฐบาล องค์กรภาคเอกชน และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและแนวทางของนโยบาย และแนวทางการดำเนินงาน เพื่อลดผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ และสร้างความตระหนักให้กับคู่ค้าในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านน้ำ

3 ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย

- **การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย :** บริษัทจัดช่องทางรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากชุมชนใกล้พื้นที่ปฏิบัติงานของคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านน้ำ รวมถึงพื้นที่ปฏิบัติงานของบริษัทที่อาจเกิดความขัดแย้ง โดยสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์น้ำและแผนบรรเทาความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง
- **การบรรเทาความเสี่ยงด้านน้ำร่วมกัน :** บริษัทร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อบรรเทาความเสี่ยงด้านน้ำอย่างถูกกฎหมาย มีประสิทธิภาพและเหมาะสม โดยพัฒนาแผนบรรเทาความเสี่ยงด้านน้ำร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชน
- **การติดตามข้อร้องเรียนของคู่ค้า :** บริษัทติดตามและบันทึกข้อร้องเรียนของคู่ค้าในกระบวนการตรวจสอบโรงงานประจำปีและกระบวนการประเมินคู่ค้า กรณีพบข้อร้องเรียน คู่ค้าจะดำเนินการแก้ไขก่อนการทำกิจกรรมทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยฝ่ายจัดซื้อและฝ่ายประกันคุณภาพรับผิดชอบในการติดตามผลการแก้ไขดังกล่าว

การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

“ซีพี ออลล์ เชื่อมั่นว่าพลังแห่งการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นได้ด้วยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เราจึงมุ่งมั่นลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากบรรจุภัณฑ์ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การออกแบบและเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุรีไซเคิล วัสดุที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ หรือวัสดุที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืน ไปจนถึงการจัดการหลังการบริโภค รวมถึงสร้างความตระหนักและส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน เพื่อสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนและร่วมลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม”



การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับทุกคน

8.4 พัฒนาความมีประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรของโลกในการบริโภคและการผลิต และพยายามที่จะตัดความเชื่อมโยงระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม

SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และผลิตที่ยั่งยืน

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืนและการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

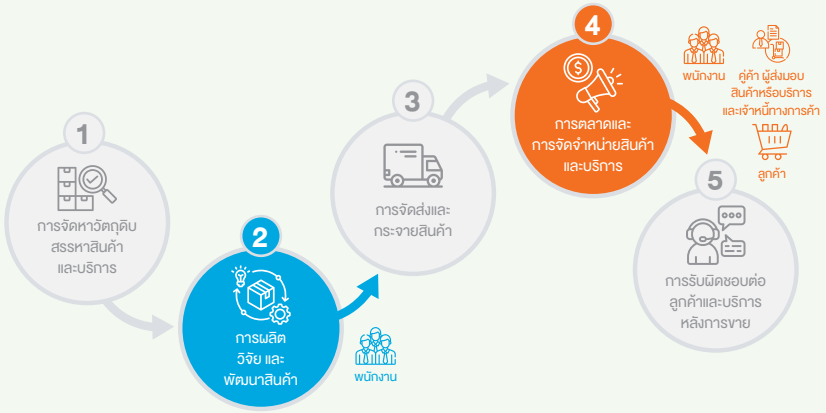
12.5 ลดการผลิตของเสียโดยการป้องกัน การลด การแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำมาใช้ซ้ำ

ความเสี่ยงและโอกาส

ปัจจุบันปริมาณขยะบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มสินค้าอุปโภคและบริโภคประเภทพลาสติกมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น และถูกจัดให้เป็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ต้องเร่งดำเนินการแก้ไขและควบคุมปริมาณการใช้ เนื่องด้วยคุณสมบัติทางเคมีของพลาสติกที่มีความทนทาน แข็งแรง ผลิตง่าย ขึ้นรูปง่าย ใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำ ความสะดวกในการจัดจำหน่ายและการขนส่ง ในทางตรงกันข้ามคุณสมบัติทางเคมีของพลาสติกนั้นอาศัยระยะเวลาในการสลายตัวตามกระบวนการธรรมชาติ ซึ่งในระหว่างการสลายตัวตามธรรมชาติได้มีการปลดปล่อยสารพลาสติไซเซอร์และองค์ประกอบเคมีอื่น ๆ ที่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม เป็นสาเหตุให้มีการแก้ไขปัญหาขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติกอย่างเร่งด่วน ด้วยเหตุนี้ประเด็นบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนจึงเป็นประเด็นความสนใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ สร้างความท้าทายให้กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต การค้าปลีกอาหารและเครื่องดื่มในการปรับตัวเพื่อตอบสนองความคาดหวังดังกล่าวทั้งจากผู้บริโภค ภาครัฐ และภาคประชาสังคม บริษัทให้การสนับสนุนและพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์นวัตกรรม และวัสดุทางเลือก (alternative packaging solutions) ตั้งแต่กระบวนการออกแบบ การผลิต และการจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพสามารถดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจสอดรับกับหลักการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต (Extended Producer Responsibility: EPR) โดยการประกาศนโยบายและกำหนดเป้าหมายร้อยละ 100 ของบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ในการควบคุมของบริษัทต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือนำมาใช้ใหม่หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ การติดตั้งระบบการนำกลับ (Take-Back System) สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้ว เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycling) หรือนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) การสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อพัฒนาระบบรีไซเคิลขยะบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนและติดตามการเปลี่ยนแปลงของหลักการดังกล่าวที่อาจประกาศใช้เป็นข้อกฎหมายในอนาคตซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการดำเนินงานจากค่าธรรมเนียมการจัดการขยะให้กับองค์กรกลาง และเพื่อลดผลกระทบต่อบริษัทในด้านชื่อเสียง บริษัทจึงมุ่งมั่นดำเนินงานอย่างรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ควบคู่ไปกับการคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหาบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่รีไซเคิลได้ดีแต่มีน้ำหนักมากส่งผลต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการขนส่งเพิ่มขึ้น ปัญหาบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่มีน้ำหนักเบาลดการใช้ทรัพยากรและต้นทุนแต่มีความยุ่งยากในกระบวนการรีไซเคิล หรือปัญหาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแต่ขาดประสิทธิภาพในการใช้งานจริง เป็นต้น

ดังนั้นการบริหารจัดการนวัตกรรมและกระบวนการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ดีจึงเป็นแรงผลักดันที่สำคัญ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดจำหน่าย และเพื่อผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภค ส่งต่อบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัย คงไว้ซึ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่สร้างผลกระทบเชิงลบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้าที่ใกล้ชิดและสัมผัสกับบรรจุภัณฑ์โดยตรง ตลอดจนพนักงานในกระบวนการผลิตและขนส่ง ควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

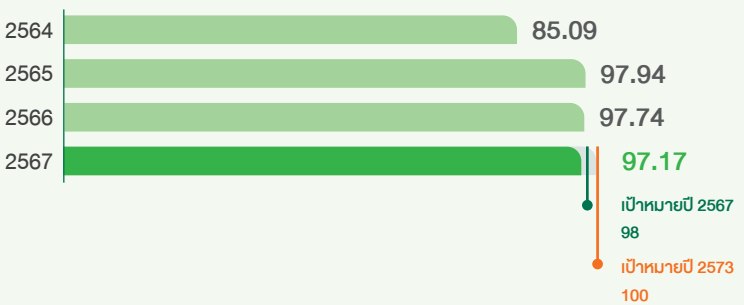
- มิติสิ่งแวดล้อม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- สำคัญมาก (Critical Material topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ (หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ จากโครงการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร ร้อยละ 2 (1,432 ตัน)
- ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 3 (1,830 ตัน)
- ลดใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ร้อยละ 38 (23,546 ตัน)
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการลดใช้พลาสติก รวม 375,473 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- ปริมาณบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่บริษัทเก็บกลับไปรีไซเคิล ร้อยละ 6 (3,649 ตัน)
- บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled Post-consumer Packaging) ร้อยละ 9 (5,885 ตัน)

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

โปรแกรมการเก็บบรรจุภัณฑ์พลาสติกกลับไปรีไซเคิล อาทิ

- โครงการถังคัดแยกขยะ
- โครงการ Recycling Station

โปรแกรมการนำบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภคกลับมาใช้ใหม่ อาทิ

- โครงการ “ถุงหูหิ้วร้าน 7-Eleven” จากฟิล์มพันพาเลทศูนย์กระจายสินค้า
- โครงการ “เสื้อพนักงาน” จากขวดพลาสติก
- โครงการ “ตะกร้าชอปปิงร้าน 7-Eleven จากลังเบรกเคส”
- โครงการ “รักษ์โลก-ขวดเปล่า ไม่สูญเปล่า”

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างครบวงจรตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงมือผู้บริโภค มุ่งเน้นสู่การเป็นองค์กรชั้นนำผ่านการกำหนดนโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนและการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ในผลิตภัณฑ์ควบคุมของบริษัท (Private Brand) ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีแนวทางการดำเนินงานครอบคลุมครบทุกด้าน ตั้งแต่การออกแบบและการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ (Re-design) การนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วมาใช้ซ้ำ (Reusable Packaging) การใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำไปรีไซเคิลได้ (Recyclable Packaging) การเลือกใช้วัสดุทางเลือกที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (Compostable Material Packaging) และการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Material Packaging) รวมถึงใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ เป็นต้น รวมถึงมีการติดตามกฎหมาย ข้อบังคับ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์ เช่น การห้ามใช้บรรจุภัณฑ์บางประเภทในการห่อหุ้มสินค้าและขนส่งผลิตภัณฑ์ เพื่อควบคุมให้บรรจุภัณฑ์ของบริษัทเป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมาย รวมถึงการขยายความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมครอบคลุมไปจนถึงการจัดการสินค้าหลังบริโภคตามหลักการ EPR (Extended Producer Responsibility) เป็นต้น

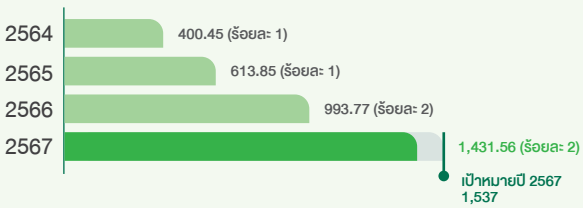
ทั้งนี้บริษัทยังให้ความสำคัญกับกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบการปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการทบทวนนโยบายและกำหนดแผนการดำเนินงานในอนาคต เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการดำเนินงานด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์ของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดการสร้างขยะบรรจุภัณฑ์ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในตลาดสีเขียวทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

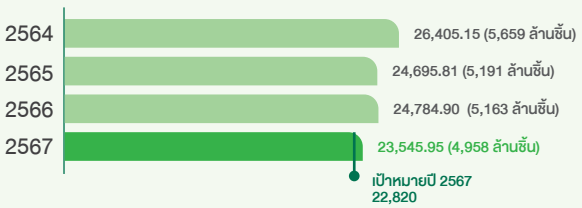
สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

ลดใช้พลาสติกบริสุทธิ์จากโครงการกลยุทธ์

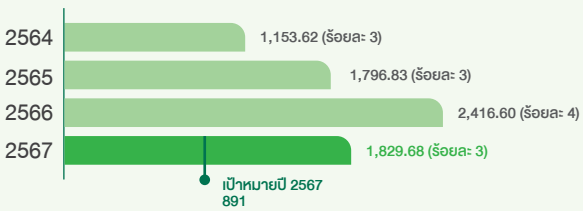
โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์
(หน่วย: ตัน)



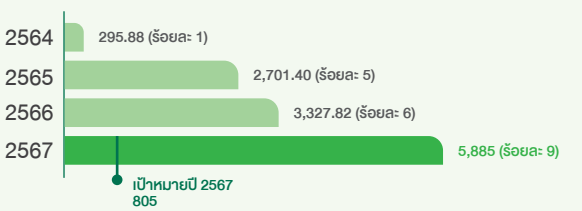
โครงการลดใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง
(หน่วย: ตัน)



โครงการใช้วัสดุรีไซเคิล
(หน่วย: ตัน)



โครงการนำบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภคบริโภคกลับมาใช้ใหม่
(หน่วย: ตัน)



รับคืน (Take Back) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วจากผู้บริโภค

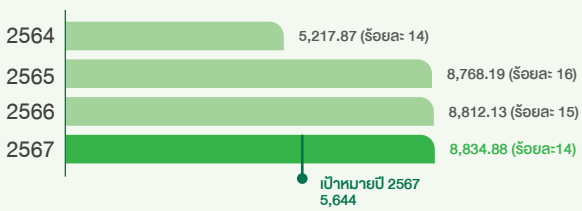
(หน่วย: ตัน)



* แนวทางหรือวิธีการเก็บข้อมูล อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ โครงการ Recycling Station หน้า 77 โครงการ "รักษ์โลก-ขวดเปล่า ไม่สูญเปล่า" หน้า 79 และโครงการถังคัดแยกขยะหน้า 77

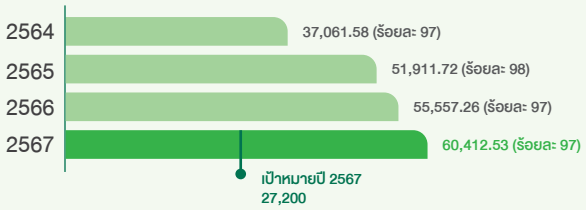
เลือกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นำกลับมาใช้ซ้ำได้
(หน่วย: ตัน)

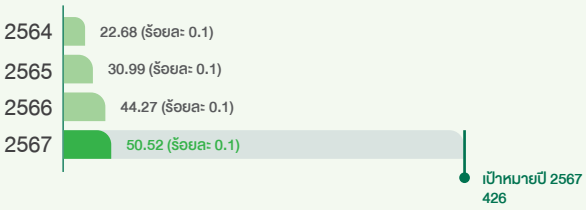


เลือกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่รีไซเคิลได้
(หน่วย: ตัน)

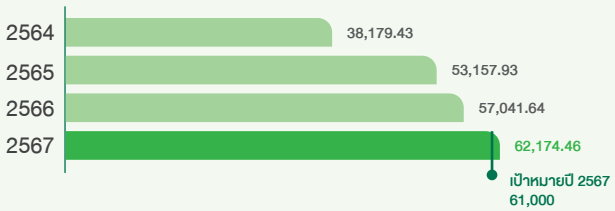


บรรจุภัณฑ์พลาสติกสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ
(หน่วย: ตัน)



ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกทั้งหมด

(หน่วย: ตัน)



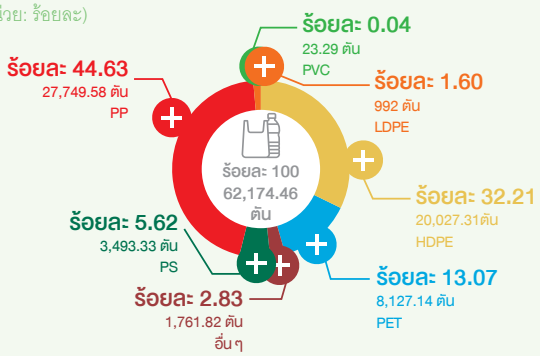
ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเฉลี่ยต่อสาขา

(หน่วย: ตัน)



ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกทั้งหมด จำแนกตามประเภท

(หน่วย: ร้อยละ)



ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช่พลาสติกทั้งหมด

ประเภท	ปริมาณการใช้ทั้งหมด (ตัน)	นำกลับมาใช้ใหม่ และ/หรือ ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)	เป้าหมายปี 2567 (ร้อยละ)
ไม้ กระดาษ	13,284.08	79	100
โลหะ (เหล็ก อลูมิเนียม)	0.52	100	100
แก้ว	14.85	100	100

โครงการที่สำคัญ ปี 2567

แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

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

ลดการใช้ ณ แหล่งกำเนิด

ประกาศใช้นโยบาย “บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน” เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงานด้านบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน ครอบคลุมตั้งแต่การกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ แผนงาน ตลอดจนการส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการศึกษา และเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ทางเลือกใหม่ ๆ ที่มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

ลดและทดแทนการใช้ ณ ขั้นตอนการบริโภค

ริเริ่มโครงการเชิงกลยุทธ์เพื่อลดการใช้พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง พร้อมทั้งจัดแคมเปญเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของลูกค้า สังคม และชุมชนในการลดปริมาณขยะพลาสติก

จัดการขยะบรรจุภัณฑ์ ภายหลังการบริโภค

ริเริ่มโครงการเชิงกลยุทธ์เพื่อนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูลปริมาณและประเภทพลาสติกที่ใช้ การลดใช้ การนำกลับมาใช้ใหม่ การใช้ซ้ำ และการจัดการพลาสติกอย่างโปร่งใส ผ่านรายงานความยั่งยืนประจำปี

บริษัทมีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบตามมาตรการด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน โดยมีการตรวจวัดและจัดเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานในทุกขั้นตอนอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ เช่น ปริมาณการลดลงของบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ปริมาณการลดลงของขยะบรรจุภัณฑ์แยกตามประเภท ปริมาณการลดลงของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น ผ่านการดำเนินโครงการต่าง ๆ ในปี 2567 ดังนี้

1 โครงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ซ้ำได้

“ถ.ถุง ทนทาน”

บริษัทร่วมมือกับคู่ค้าธุรกิจผลิตถุงหูหิ้วสำหรับใช้ในร้าน 7-Eleven ซึ่งมีความหนา 36 ไมครอน ผลิตจากพลาสติกรีไซเคิลซึ่งมีคุณสมบัติทนทาน สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้หลายครั้ง ช่วยลดความจำเป็นในการใช้ถุงพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นในการลดปริมาณขยะพลาสติกและส่งเสริมการใช้ซ้ำ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดปริมาณขยะพลาสติก 8,835 ตัน
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 127,980 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

“กล่องลูกฟูกที่ใช้ในโรงงาน”

ซีพีแรม ดำเนินโครงการนำกล่องลูกฟูกที่ใช้ในกระบวนการผลิตภายในโรงงานกลับมาใช้ซ้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกล่องลูกฟูกที่ใช้แล้วจะถูกรวบรวมและคัดแยก ก่อนนำกลับไปใช้ซ้ำในกระบวนการผลิตหรือบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าอีกครั้ง ช่วยลดการใช้กระดาษได้ 245 ตัน

2 โครงการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้

โครงการยกเลิกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ยากต่อการรีไซเคิลในสินค้าแบรนด์โลตัส

โลตัสกำหนดเป้าหมายในการยกเลิกวัสดุที่ยากต่อการรีไซเคิล ในสินค้าแบรนด์โลตัส (Own Brand) ทั้งหมด ภายในปี 2573 เพื่อช่วยลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ในปี 2567 โลตัสสามารถลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากเม็ดพลาสติกใหม่ได้ถึง 47 ตัน และลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษ 24.01 ตัน

นอกจากนี้ โลตัสยังตระหนักถึงความสำคัญของการสนับสนุนพฤติกรรมผู้บริโภคให้คัดแยกขยะ เพื่อให้ระบบปิดของบรรจุภัณฑ์ (Closed-Loop Packaging System) และการบริหารจัดการขยะจากบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นไปอย่างครบวงจร รวมถึงยังมุ่งมั่นสร้างการตระหนักรู้และความเข้าใจให้แก่ชุมชน ส่งเสริมการรีไซเคิล ผ่านการขยายจุดรับขยะบรรจุภัณฑ์ สำหรับการรีไซเคิลที่สาขาต่าง ๆ ทั่วทุกภูมิภาค

โครงการต่อเนื่อง ร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Coffee Shop) ปีที่ 3

ร้านกาแฟและเบเกอรี่เฮ้าส์ ในกลุ่ม บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ยังคงดำเนินการลดขยะมูลฝอยประเภทแก้วพลาสติกและหลอดพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง ตามที่ได้ร่วมประกาศกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บริษัทร่วมมือกับผู้ประกอบการลดขยะพลาสติกอย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนให้ร้านกาแฟคัดแยกขยะภายในร้าน และสามารถส่งขยะกลับไปสู่กระบวนการรีไซเคิล หรือนำมาใช้ซ้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากเป็นการลดปริมาณขยะยังเป็นการส่งเสริมให้ใช้บรรจุภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์หรือวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ของ 3 แบรนด์ ได้แก่

ALL café (ออลล์ คาเฟ่)

- บรรจุภัณฑ์แก้วกระดาษที่สามารถย่อยสลายได้ ร้อยละ 55
- ใช้ฝายกดื่มแทนหลอดดื่มพลาสติก
- ถุงพลาสติกรีไซเคิลที่มีความทนทานสามารถใช้ซ้ำได้

Kudsan Bakery & Coffee (คัดสรร เบเกอรี่แอนด์คอฟฟี่)

- บรรจุภัณฑ์แก้วกระดาษ ที่สามารถย่อยสลายได้
- การใช้ซองกระดาษสำหรับใส่เบเกอรี่
- การใช้หลอดกระดาษ แทนหลอดพลาสติก
- การใช้ที่คนกาแฟแบบไม้แทนพลาสติก

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

- บริการบรรจุภัณฑ์ถุงหิ้วกระดาษ ถุงกระดาษใส่ขนม แก้วกระดาษสำหรับเครื่องดื่มร้อน สามารถย่อยสลายได้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- จำหน่ายและโปรโมชันกระเป๋าผ้ายีนส์เบลลินี่ สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้

3 โครงการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง

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

บริษัทเชิญชวนให้ลูกค้าที่ใช้บริการร้าน 7-Eleven ปฏิเสธการรับช้อน ส้อม หลอด แก้ว และพลาสติก รวมถึงพกพาถุงผ้าส่วนตัวมาใช้บริการเพื่อลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกและรณรงค์ให้ใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ในปี 2567 ลดการใช้พลาสติก 3,745 ล้านใบ และพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use Plastic) ได้แก่ ช้อน ส้อม หลอด และแก้ว จำนวน 1,217 ล้านชิ้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง 23,546 ตัน
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 238,617 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการต่อเนื่อง บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ปีที่ 4

ร้าน 7-Eleven รณรงค์งดแจกถุงขนาดเล็กยกเว้นของร้อนและเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ในสาขาที่ตั้งอยู่บนเกาะ หรือตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวนกว่า 1,200 สาขา











ยกเลิกหรือทดแทนการใช้สติกเกอร์

อาหารไทยแช่เย็น



ซีพีแรม พัฒนานวัตกรรมฟิล์มลามิเนต ฟิล์มปิดผนึกพิมพ์ลายที่สามารถพิมพ์ลายลงบนฟิล์มทดแทนการใช้สติกเกอร์ ลดใช้พลาสติก รวม 24.24 ตัน

ถ้วยข้าวสวย



ซีพี ออลล์ พัฒนาถ้วยข้าวสวยพิมพ์ลายด้านข้างทดแทนการใช้สติกเกอร์ ลดใช้พลาสติก รวม 41.32 ตัน

ผลลัพธ์ภาพรวมจากการยกเลิกหรือทดแทนการใช้สติ๊กเกอร์

- ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastics) 66 ตัน
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 121 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- ลดปริมาณการใช้สติ๊กเกอร์ 173 ล้านชิ้น

โครงการ “แม็คโครรักษ์โลก (Say Hi to Bio Say No to Foam)”

บริษัทมีเป้าหมายหยุดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์โฟมแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ซึ่งดำเนินการครั้งแรกในปี 2562 อย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการจัดสัมมนาให้ความรู้และจัดกิจกรรมรณรงค์แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้บริโภคทั่วไป ด้วยการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจทำให้มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์รักษ์โลกที่หลากหลายกว่า 530 รายการ และราคาที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำให้ได้ชื่อว่าเป็นศูนย์รวมบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย ปลุกกระแสบรรจุภัณฑ์ยั่งยืน

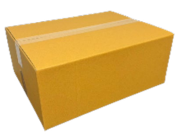
ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ยอดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก 4,406.83 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.93 หรือคิดเป็น 45.65 ล้านบาท
- 2,684 ตัน ขยะพลาสติกที่เกิดขึ้นจากการจำหน่ายสินค้าภายในแม็คโคร ถูกนำไปรีไซเคิลเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เพิ่มขึ้นร้อยละ 238 หรือคิดเป็น 1,890 ตัน





4 โครงการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิล

ถุงหูหิ้วที่ใช้ในร้าน 7-Eleven	ถุงขยะที่ใช้ในสำนักงานและศูนย์กระจายสินค้า	พาเลทวางน้ำในร้าน 7-Eleven	กล่องกระดาษลูกฟูก ซีพีแรม
			
วัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 10-30	วัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 60-100	วัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 100	วัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 90-100

ถาดแซนวิชอบร้อนจากพลาสติกรีไซเคิล	
	ซีพี ออลล์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ใช้พลาสติกรีไซเคิล กับถาดแซนวิชอบร้อน โดยใช้ Recycle content ร้อยละ 20 ลดการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ 0.88 กรัมต่อชิ้น รวม 4.69 ตัน

5 โครงการส่งเสริมการรีไซเคิลบรรจุภัณฑ์

บริษัทร่วมมือกับพันธมิตรจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา เพื่อดำเนินโครงการคัดแยกขยะรับคืนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วจากผู้บริโภคกลับไปรีไซเคิล (Take Back) และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycled Post-consumer Packaging) อย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2567 ดำเนินการผ่านโครงการ ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง Recycling Station

โลตัสมีบทบาทอย่างต่อเนื่องในการรณรงค์และสนับสนุนให้ลูกค้าและผู้บริโภคตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุด ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการแยกขยะเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล สร้างระบบกลไกจัดการขยะแบบครบวงจร โดยใช้ประโยชน์จากการมีสาขาครอบคลุมในหลายพื้นที่และสามารถเข้าถึงชุมชน เป็นจุดแข็งในการสร้างช่องทางการรับกลับวัตถุบรรจุภัณฑ์เพื่อการรีไซเคิล ผ่านการขยายเครือข่ายพันธมิตรรีเทลและรีไซเคิล โดยจัดตั้งจุดรับบรรจุภัณฑ์รีไซเคิล (Recycling Station) เพื่อรวบรวมให้เข้ามาอยู่ในระบบและสามารถนำไปรีไซเคิลหรือนำกลับมาใช้ซ้ำได้

- จุดรับขวดพลาสติก
- จุดรับพลาสติกสะอาด
- จุดรับวัสดุรีไซเคิล ขวดพลาสติก PET
- จุดรับกล่องกระดาษ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สามารถรวบรวมขยะบรรจุภัณฑ์เพื่อนำเข้าสู่ระบวนการรีไซเคิลอัปไซเคิล
- รับคืนพลาสติกได้กว่า 458,605.70 กิโลกรัม
- รับคืนกล่องและลังกระดาษกว่า 32 ล้านกิโลกรัม

โครงการต่อเนื่อง “ถังคัดแยกขยะ”

ซีพี ออลล์ รณรงค์ให้คนไทยช่วยกันคัดแยกขยะ เพื่อให้ขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติกเข้าสู่ระบบบริหารจัดการตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยมีการตั้ง “ถังคัดแยกขยะ” บริเวณด้านหน้าร้าน 7-Eleven ทุกสาขาทั่วประเทศ ในปี 2567 บริษัทร่วมกับหน่วยธุรกิจน้ำดื่มเนสท์เล่ ประเทศไทย จัดทำกล่อง Drop Box ตั้งหน้าร้าน 7-Eleven จำนวน 100 สาขา ภายใต้โครงการ “Crush On You... มา Crush บิดบอกรักษ์ให้โลกรู้” เพื่อรวบรวมขยะขวดพลาสติก PET กลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ได้กว่า 15,068 ใบ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ขยะพลาสติกที่ถูกคัดแยกเพื่อนำไปรีไซเคิล ใช้ประโยชน์ในชุมชนกว่า 2,213 ตัน
- ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก 89 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า









โครงการต่อเนื่อง “ตะกร้าชอปปิงร้าน 7-Eleven” จากลังเบรกเคส

บริษัทนำลังเบรคเคสที่ชำรุดจากศูนย์กระจายสินค้ามาแปรรูปผ่านกระบวนการรีไซเคิล นำมาเป็นตะกร้าชอปปิงบริการลูกค้าในร้าน 7-Eleven เพื่อเป็นการลดขยะจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ และเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่ามากยิ่งขึ้น



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดปริมาณการผลิตตะกร้าชอปปิง 67 ตัน
- ลดปริมาณขยะลังเบรคเคส 294.43 ตัน
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 45.19 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการต่อเนื่อง “เสื้อพนักงาน” จากขวดพลาสติก

บริษัทมีการนำขวดพลาสติกมารีไซเคิลเป็นเสื้อเครื่องแบบให้กับพนักงานร้าน 7-Eleven เสื้อโปโลของพนักงานศูนย์กระจายสินค้า และเสื้อโปโลสำหรับพนักงานสายสำนักงาน

ขวดพลาสติกรีไซเคิล 1.5 ลิตร จำนวน 4 ขวด	ขวดพลาสติกรีไซเคิล 1.5 ลิตร จำนวน 8 ขวด	ขวดพลาสติกรีไซเคิล 0.6 ลิตร จำนวน 12 ขวด
= เสื้อพนักงานร้าน 7-Eleven 1 ตัว	= เสื้อโปโลของพนักงานศูนย์กระจายสินค้า 1 ตัว	= เสื้อโปโลสำหรับพนักงานสายสำนักงาน 1 ตัว

ในปี 2567 บริษัทสามารถผลิตเสื้อพนักงานกว่า 743,243 ตัว และสามารถลดปริมาณขวดพลาสติกเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลไปแล้วกว่า 3,311,580 ขวด







ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดปริมาณขยะพลาสติกสู่การฝังกลบ 95.65 ตันต่อปี
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 111 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

โครงการเพิ่มมูลค่าการจัดการขยะพลาสติกที่ปนเปื้อนในโรงงาน

บริษัท ซีพีแรม จำกัด นำขยะพลาสติกที่ปนเปื้อนจากกระบวนการผลิตภายในโรงงาน ส่งให้กับบริษัทภายนอกนำแปรรูปเป็นขยะเชื้อเพลิง (Refuse Derived Fuel: RDF) ซึ่งเป็นเชื้อเพลิงชีวภาพที่ผลิตมาจากขยะและมีค่าความร้อนจำเพาะสูง นับว่าเป็นแหล่งพลังงานที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ได้ต่อไป

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ปริมาณขยะพลาสติกที่นำไปใช้ประโยชน์ 4,808 ตัน

โครงการต่อเนื่อง “รักษ์โลก-ขวดเปล่า ไม่สูญเปล่า”

การเริ่มต้นแยกขยะขวดเปล่าพลาสติกสามารถสร้างประโยชน์ได้หลายมิติ บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) จึงรวบรวมขวด PET เพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงช่วยลดการใช้ทรัพยากรโลก ทำนุบำรุงศาสนา สร้างอาชีพ และช่วยสนับสนุนทางสาธารณสุขอีกด้วย

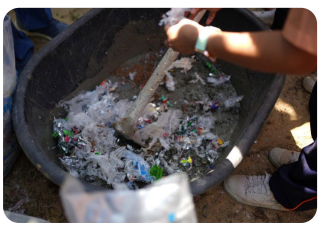
การดำเนินงาน ในปี 2567	พันธมิตร	ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ
เชิญชวนพนักงานร่วมกันนำขวด PET มาหย่อนในจุดรับขวด	สำนักงานใหญ่ และศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร	• ขวดน้ำพลาสติกที่รวบรวม 53,550 ขวด • สามารถแปรรูปเป็นเสื้อพนักงานได้ 148 ตัว • เทียบเท่ากับการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จำนวน 1 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
รวบรวมขวด PET จากศูนย์จัดจำหน่ายสินค้า และวัดบริเวณใกล้เคียง	วัดจากแดง	• ขวดน้ำดื่ม PET ที่รับบริจาคกว่า 63,824 ขวด • จำนวนเงินที่บริจาคให้วัด 108,775 บาท

โครงการ รักษ์เกาะ 24 ชั่วโมง

ซีพี ออลล์ ร่วมกับ ภาคีเครือข่ายโรงเรียนในโครงการของมูลนิธิสานอนาคตการศึกษาคอนเน็กซ์ อีดี (CONNEXT ED) ภายใต้การดูแลของ ซีพี ออลล์ และเครือข่ายโรงเรียน ชุมชนไร้ถัง ทั้งภาครัฐและเอกชน ต่อยอดโครงการ “ต้นกล้าไร้ถัง” นำขยะบนเกาะมาสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยตั้งเป้าหมายลดปริมาณขยะบนเกาะเฉลี่ย ร้อยละ 50 พร้อมสร้างรายได้กลับคืนสู่ชุมชนบนเกาะ ผ่าน 3 หลักการ คือ

- **ขยายเครือข่าย:** จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม ส่งมอบองค์ความรู้ด้านการรีดิวซ์ (Reduce), รียูส (Reuse) และรีไซเคิล (Recycle) ให้กับโรงเรียนและชุมชนบนเกาะ ควบคู่กับการร่วมกิจกรรมการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ เก็บขยะริมชายหาด ดำน้ำเก็บขยะในทะเล โดยชมรม ซีพี ออลล์ จิตสาธารณะ ร่วมกับเทศบาล และภาคีเครือข่ายรักษ์สิ่งแวดล้อม
- **ลด:** ชุมชน ลดใช้ถุงพลาสติก ลดใช้โฟมหันมาใช้ใบตองทดแทน และร้าน 7-Eleven 22 สาขาบนเกาะพะงัน ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ECO-Packaging) เช่น เปลี่ยนแก้วเครื่องดื่ม All Cafe จากแก้วพลาสติกเป็นแก้วกระดาษที่สามารถย่อยสลายตามธรรมชาติได้, เปลี่ยนไม้ชงกาแฟจากพลาสติกเป็นไม้ที่ทำจากต้นไผ่เพื่อลดการใช้วัสดุประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง ลดการใช้หลอดโดยการเปลี่ยนฝายกดื่ม และลดการใช้ถุงพลาสติกโดยใช้หูหิ้วกาแฟ จากเส้นกก, เสื้อพนักงานทำมาจากการขวดพลาสติก PET เป็นต้น
- **แยก:** เพื่อให้เกิดพฤติกรรมในการคัดแยกขยะที่ต้นทาง โดยแยกวัสดุรีไซเคิล แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อใช้งาน เชิงพาณิชย์ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อาทิ การคัดแยกขวดพลาสติกมาทำ “ECO BRICKS” เป็นผลิตภัณฑ์ชั้นวางรองเท้านักเรียน ส่วนขยะพลาสติก อาทิ ฉลากขวดน้ำ ถุงขนม เปลือกลูกอม ถาดอาหาร นำมาตัดเป็นชิ้นเล็ก ๆ และผสมกับปูนซีเมนต์และวัสดุอื่น ๆ ผลิตเป็น “อิฐรักษ์โลก” (ECO Concrete) ที่มีส่วนผสมเป็นพลาสติกร้อยละ 40 และมีคุณสมบัติแข็งแรงทนทาน ยืดหยุ่นดี ราคาถูกกว่าอิฐทั่วไป นำมาใช้ปูลานกีฬาอเนกประสงค์รักษ์โลก และวัสดุย่อยสลายสามารถนำไปผลิตเป็นปุ๋ยอินทรีย์ น้ำหมักชีวภาพเพื่อใช้ประโยชน์ในโรงเรียนและเกษตรกรในชุมชนอีกด้วย

ปี 2567 บริษัทนำร่องดำเนินการโมเดล “Green Living” รักษ์เกาะ 24 ชั่วโมง บนพื้นที่เกาะพะงัน ใน 3 เทศบาล ได้แก่ เทศบาลตำบลเกาะพะงัน, เทศบาลตำบลเพชรพะงัน, เทศบาลตำบลบ้านใต้ และ บนพื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี พร้อมทั้งมีแผนขยายผลการดำเนินการไปยัง 11 เกาะ ใน 8 จังหวัด ภายในปี 2573



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- นำพลาสติกมาใช้ใหม่ 6.5 ตัน
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 6.7 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

6 การจัดสรรทรัพยากรด้านการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนและโซลูชันทางเลือก

โครงการออกแบบ วิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งเน้นการออกแบบ วิจัย และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Design) เพื่อลดการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) สำหรับสินค้าในกลุ่ม Private Brand เพื่อลดปริมาณการใช้พลาสติกตั้งแต่ต้นทาง

ลดความหนาของพลาสติก

ซีพี ออลล์ ร่วมมือกับคู่ค้าออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความหนาเหมาะสมกับการใช้งาน โดยยังคงประสิทธิภาพในการใช้งานและปกป้องสินค้า

ถุงกล้วยหอมทอง



ซีพี ออลล์ ลดความหนาพลาสติก
จาก 30 ไมครอน เหลือ 25 ไมครอน
ลดใช้พลาสติก รวม 35.33 ตัน

สินค้าแช่แข็ง ถาด 2 หลุม 7-Fresh



ซีพี ออลล์ พัฒนาเม็ดพลาสติก และ
ลดความหนาพลาสติก จาก 0.92 มิลลิเมตร
เหลือ 0.82 มิลลิเมตร
ลดใช้พลาสติกรวม 32.18 ตัน

ถาดสลัดอิ่มคุ้ม



ซีพี ออลล์ ลดความหนาพลาสติก
จาก 0.5 มิลลิเมตร
เหลือ 0.4 มิลลิเมตร
ลดใช้พลาสติกรวม 93.14 ตัน

ถาดอาหาร (Food Place) (New Design)



ซีพี ออลล์ ออกแบบใหม่ ถาดและฝา Food Place (New Design) ทรงสี่เหลี่ยม และลดความหนาลง ลดใช้พลาสติก 7.5 กรัมต่อชิ้น
ลดใช้พลาสติก รวม 61.14 ตัน

สติกเกอร์สำหรับสินค้าแช่แข็ง



ซีพี ออลล์ ลดความหนาสติ๊กเกอร์สำหรับ
สินค้าแช่แข็งจาก 90 ไมครอน
เหลือ 80 ไมครอน
ลดใช้พลาสติก รวม 5.40 ตัน

Banding Plastic



ออกแบบการใช้งาน Banding plastic
ของถาดซูชิ โดยการเปลี่ยนแนวคาดใหม่
ลดการใช้พลาสติก 0.215 กรัมต่อชิ้น
รวม 0.71 ตัน

ผลลัพธ์ภาพรวมจากการลดความหนาของบรรจุภัณฑ์

- ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastics) 228 ตัน
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 420 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ร่วมมือกับคู่ค้าปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์

ถาด 1 หลุม (New Design)



ซีพี ออลล์ ใช้ฟิล์มปิดฝาถาด (Top Seal) แทนฝาพลาสติกที่ติดสติ๊กเกอร์ ด้านบน
ลดใช้พลาสติก รวม 97.02 ตัน

ถาด 2 หลุม Top Seal



ซีพี ออลล์ ออกแบบใหม่ ใช้ฟิล์มปิดฝาถาด (Top Seal) แทนฝาพลาสติก ที่ติดสติ๊กเกอร์ด้านบน
ลดใช้พลาสติก รวม 16.94 ตัน

ซองกระดาษขนมปังปิ้ง



ซีพี ออลล์ ลดการใช้กระดาษเคลือบ PE เป็นกระดาษ Grease proof
ลดใช้พลาสติก รวม 11.73 ตัน

ถ้วยกับข้าว 21 ออนซ์



ซีพี ออลล์ เปลี่ยนสูตรพลาสติก ในการผลิตบรรจุภัณฑ์
ลดใช้พลาสติก 2.70 กรัมต่อชิ้น
รวม 27.26 ตัน

ถ้วยขนมหวานทานเย็น



ซีพี ออลล์ ออกแบบ Design ใหม่
ลดใช้พลาสติก 0.70 กรัมต่อชิ้น
รวม 0.63 ตัน

แก้วน้ำแข็ง 22 ออนซ์



ซีพี ออลล์ เปลี่ยนกระบวนการผลิต จาก Injection เป็น Thermoform และเปลี่ยนวัสดุจาก PP เป็น PET
ลดใช้พลาสติก 7.50 กรัมต่อชิ้น รวม 358.53 ตัน

ช้อนส้ั้น New Design



ซีพี ออลล์ ออกแบบ Design ใหม่
ลดใช้พลาสติก 0.28 กรัมต่อชิ้น
รวม 68.10 ตัน

ฝายกดื่มเย็น PP new design



ซีพี ออลล์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฝายกดื่มเย็น PP new design เปลี่ยนจาก PET เป็น PP เพื่อให้เป็นวัสดุชนิดเดียวกันกับตัวแก้ว (D4R)
ลดใช้พลาสติก น้ำหนัก 4.00 กรัมต่อชิ้น
รวม 101.78 ตัน

ผลลัพธ์ภาพรวมจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์

- ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastics) 682 ตัน
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1,052 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ (Compostable Packaging)

แก้วรักษ์โลก



ซีพี ออลล์ เลือกใช้ กระดาษเคลือบพอลิบิวทิลีนซัคซิเนต (Polybutylene Succinate: PBS) สำหรับเครื่องดื่มร้อน เย็น ในร้าน 7-Eleven สาขาพื้นที่เกาะ สถานศึกษา และสำนักงาน จำนวน 1,200 สาขา

รวม 345.78 ตัน

ตะเกียบไม้



ซีพี ออลล์ เลือกใช้ตะเกียบไม้สลายตัวได้ทางชีวภาพ

รวม 14.64 ตัน

ไม้คนกาแฟ



ซีพี ออลล์ ทดแทนพลาสติกคนกาแฟด้วยไม้คนกาแฟสลายตัวได้ทางชีวภาพ

รวม 2.04 ตัน

ไม้เสียบลูกชิ้น



ซีพี ออลล์ เลือกใช้ไม้เสียบลูกชิ้นสลายตัวได้ทางชีวภาพ

รวม 361.91 ตัน

ผลลัพธ์ภาพรวมจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์

- ใช้วัสดุที่สามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ 724 ตัน

เลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์จากแหล่งที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน

ซองกระดาษขนมปังปิ้ง



ซีพี ออลล์ ใช้กระดาษ Greaseproof ที่ได้รับการรับรองจากองค์กร Program for the Endorsement of forest Certification Scheme (PEFC)

ซองแซนวิชอบร้อน



ซีพี ออลล์ ใช้กระดาษ Greaseproof ที่ได้รับการรับรองจากองค์กร Program for the Endorsement of forest Certification Scheme (PEFC)

ซองกระดาษหุ้มหลอด



ซีพี ออลล์ ใช้กระดาษที่ได้รับการรับรองจากองค์กร Forest Stewardship Council (FSC)

กระดาษใบเสร็จร้าน 7-eleven



ซีพี ออลล์ เลือกใช้กระดาษที่มาจากแหล่งป่าปลูกทดแทน ที่ได้รับการตรวจสอบและรับรอง จากองค์กร Forest Stewardship Council (FSC)

กระดาษรองหลังสติกเกอร์



ซีพีแรม เลือกใช้กระดาษที่มาจากแหล่งป่าปลูกทดแทน ที่ได้รับการตรวจสอบและรับรองจากองค์กร Forest Stewardship Council (FSC)

ผลลัพธ์ภาพรวมจากการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์จากแหล่งที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน

- ใช้กระดาษจากแหล่งที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน 2,390 ตัน

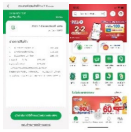
ลดการใช้กระดาษ

แก้วกระดาษ



ซีพี ออลล์ ลดแกรมกระดาษเครื่องดื่มเย็น กลุ่มสินค้า Non All Café ได้แก่ เครื่องดื่มกัฟ (Gulp) เครื่องดื่มปั่น เป็นเกล็ดสเลอปี้ (Slurpee) และเครื่องดื่มแบบกด (Jet Spray)
รวม 171.04 ตัน

ใบเสร็จสินค้า



ซีพี ออลล์ เปลี่ยนใบเสร็จกระดาษเป็นสลิปอิเล็กทรอนิกส์

ซองแซนวิชอบร้อน



ซีพี ออลล์ เปลี่ยนจากกระดาษ Artcard เป็นกระดาษ Greaseproof
รวม 911.72 ตัน

ผลลัพธ์ภาพรวมจากการลดความหนาของบรรจุภัณฑ์

- ลดปริมาณการใช้กระดาษ 2,193 ตัน
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 9,484 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ตัวอย่างโครงการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์นวัตกรรม

บริษัทพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มเย็นรูปแบบใหม่ “ฝายกดื่มเย็น PP (new design)” เพื่อเพิ่มความสะดวกในการดื่มโดยไม่จำเป็นต้องใช้หลอด และเพื่อให้บรรจุภัณฑ์ทั้งแก้วและฝาทำจากวัสดุชนิดเดียวกันคือ PP (Polypropylene) ซึ่งเป็นไปตามแนวปฏิบัติข้อตกลงร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ แนวทางการกำหนดคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์พลาสติกให้สามารถนำกลับมารีไซเคิล (D4R: Design for Recycling) ที่มุ่งเน้นบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สามารถรีไซเคิลได้โดยโครงการนี้แบ่งออกเป็น 4 ระยะ ปัจจุบันอยู่ในระยะที่ 3 ซึ่งได้เริ่มใช้งานแล้ว และมีแผนขยายผลทั่วประเทศภายในปี 2568 โดยแนวคิดการพัฒนาครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่



ด้านสินค้า ต้องมีคุณลักษณะและคุณภาพเหมือนเดิม



ด้านลูกค้า ทั้งลูกค้าภายใน (Operation) และลูกค้าภายนอก (Consumer) ต้องยอมรับการใช้งาน



ด้านสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่ต้องสามารถ Recycle ได้



ด้านเศรษฐศาสตร์ ต้องไม่กระทบกับต้นทุนโดยรวมของสินค้า ทำให้บริษัทยังคงจำหน่ายสินค้าในราคาเดิมที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ และไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุน-ผลกำไรของบริษัท

รายละเอียดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ฝาปิดแก้วสำหรับเครื่องดื่มเย็นรูปแบบใหม่นี้ ได้รับการปรับปรุงทั้งในด้านดีไซน์และวัสดุ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **ดีไซน์ใหม่เพื่อความสะดวกสบาย**: ฝาถูกออกแบบมาให้ยกดื่มได้ง่ายโดยไม่ต้องใช้หลอด ช่วยลดการสัมผัสกับเครื่องดื่มโดยตรง และเพิ่มความสะดวกในการพกพา
- **เปลี่ยนวัสดุเพื่อสิ่งแวดล้อม**: จากเดิมที่ใช้ฝา PET (Polyethylene Terephthalate) ซึ่งเป็นพลาสติกที่รีไซเคิลยากกว่า ได้เปลี่ยนมาใช้วัสดุ PP (Polypropylene) ซึ่งเป็นพลาสติกที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ง่ายกว่า และเป็นวัสดุชนิดเดียวกับแก้ว ทำให้กระบวนการรีไซเคิลมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- คุณภาพของสินค้าหลังการส่งมอบดีกว่าหรือเทียบเท่าการใช้บรรจุภัณฑ์แบบเดิม
- สามารถปกป้องสินค้าจากการปนเปื้อนจากสภาวะภายนอก
- ฟังก์ชันการใช้งานสะดวกกับการยกดื่มโดยไม่ใช้หลอดมากขึ้น
- งบประมาณที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนาจำนวน 19,900 บาท
- ใช้พลาสติกที่เป็นวัสดุชนิดเดียวกันกับตัวแก้ว เพื่อให้สามารถเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ได้ทั้งผลิตภัณฑ์ตามแนวปฏิบัติข้อตกลงร่วม D4R
- ปริมาณพลาสติก PP จากฝาแก้วที่สามารถเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ประมาณ 1,440 ตันต่อปี
- ไม่กระทบต่อต้นทุนโดยรวมของสินค้า

ตัวอย่างโครงการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ถาด PET สำหรับบรรจุสินค้าแซนวิชอบร้อน

บริษัทพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าแซนวิชอบร้อนรูปแบบใหม่ โดยใช้วัสดุ PET รีไซเคิล เพื่อลดการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน โครงการนี้แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ปัจจุบันอยู่ในระยะที่ 3 ซึ่งได้เริ่มใช้งานและมีแผนขยายผลทั่วประเทศ โดยการพัฒนามีแนวคิดครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่



ด้านสินค้า ต้องมีคุณลักษณะและคุณภาพเหมือนเดิม



ด้านลูกค้า ทั้งลูกค้าภายใน (Operation) และลูกค้าภายนอก (Consumer) ต้องยอมรับการใช้งาน



ด้านสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่ลดการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) ทดแทนด้วยพลาสติกแปรใช้ใหม่ (Recycled Plastic) ที่มีความปลอดภัยสำหรับสัมผัสอาหาร



ด้านเศรษฐศาสตร์ ต้องไม่กระทบกับต้นทุนโดยรวมของสินค้า ทำให้บริษัทยังคงจำหน่ายสินค้าในราคาเดิมที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ และไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุน-ผลกำไรของบริษัท

รายละเอียดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

- ใช้วัสดุ PET รีไซเคิล (rPET) ร้อยละ 20 เพื่อลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ ซึ่งเป็นการช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- คุณภาพของสินค้าหลังการส่งมอบดีกว่าหรือเทียบเท่าการใช้บรรจุภัณฑ์แบบเดิม
- สามารถปกป้องสินค้าจากการปนเปื้อนจากสภาวะภายนอก
- งบประมาณที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนาจำนวน 10,000 บาท
- ลดปริมาณการใช้พลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin Plastic) จำนวน 124 ตันต่อปี
- ใช้พลาสติกแปรใช้ใหม่ (Recycled Plastic) ที่ได้รับการรับรองด้านความปลอดภัยสำหรับบรรจุอาหารตามมาตรฐานที่กำหนด
- ไม่กระทบต่อต้นทุนโดยรวมของสินค้า

การจัดการของเสีย และอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน

“จาก ‘ทิ้ง’ สู่ ‘สร้าง’...ซีพี ออลล์ เปลี่ยนของเสียและอาหารส่วนเกินให้มีคุณค่า สร้างสรรค์ประโยชน์สู่สังคมอย่างยั่งยืน ด้วยการช่วยเหลือผู้ขาดแคลนอาหาร ลดความเหลื่อมล้ำ รักษาสมดุลระบบนิเวศ และลดมลภาวะ ผ่านการจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างเป็นระบบ รวมถึงส่งเสริมการคัดแยกขยะในโรงเรียน และชุมชน เพื่อนำไปรีไซเคิลอย่างถูกต้อง”



การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG3 **สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย**

3.9 ลดจำนวนการตายและการป่วยจากสารเคมีอันตราย และจากการปนเปื้อนและมลพิษทางอากาศ น้ำ และดิน ให้ลดลงอย่างมาก



SDG6 **สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัยสำหรับทุกคน และมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน**

6.3 ยกระดับคุณภาพน้ำ โดยลดมลพิษ ขจัดการทิ้งขยะและลดการปล่อยสารเคมีและวัสดุอันตราย



SDG11 **ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิต้านทาน และยั่งยืน**

11.6 ลดผลกระทบทางลบของเมืองต่อสิ่งแวดล้อมต่อหัวประชากร



SDG12 **สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน**

12.3 ลดขยะเศษอาหารในการค้าปลีกและผู้บริโภค และลดการสูญเสียอาหาร

12.4 การจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้น ด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

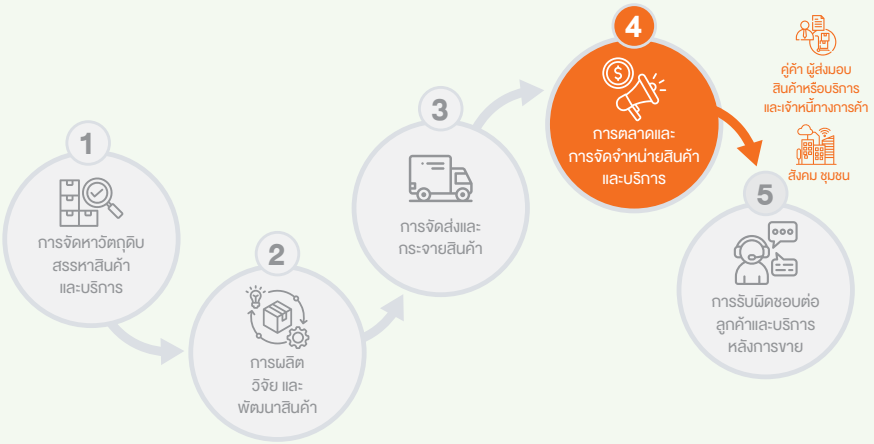
12.5 ลดการผลิตของเสียโดยการป้องกัน การลด การแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำมาใช้ซ้ำ

ความเสี่ยงและโอกาส

โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment. Programme: UNEP) รายงานหัวข้อ “Food Waste Index Report 2024” ระบุว่าในหนึ่งวันมีอาหารเหลือทิ้งกว่าหนึ่งพันล้านมื้อ และปริมาณขยะอาหารสัดส่วนสูงสุดมาจากครัวเรือน นอกจากนี้ โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment. Programme: UNEP) เปิดเผยสถานการณ์การจัดการขยะและของเสียโลก ฉบับปี 2567 (Global Waste Management Outlook: GWMO 2024) ว่าด้วยการจัดการขยะมูลฝอยจากชุมชนทั่วโลก คาดการณ์ว่าภายในปี 2593 ปริมาณขยะจะเพิ่มขึ้นสองในสาม และมีค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะเพิ่มขึ้นเกือบสองเท่า สนับสนุนแนวทางลดขยะเหลือศูนย์ และโมเดลเศรษฐกิจหมุนเวียน ทั้งนี้การใช้ทรัพยากรอย่างไม่เหมาะสมยังนำไปสู่การสร้างของเสียและขยะอาหารในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กระบวนการผลิต การเก็บเกี่ยว การขนส่ง ตลอดจนการบริโภค ซึ่งของเสียและขยะอาหารนี้มีส่วนสำคัญในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อาทิ ก๊าซมีเทน ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ รวมถึงก่อให้เกิดมลพิษต่อแหล่งน้ำและคุณภาพอากาศ เช่น น้ำชะมูลฝอย ก๊าซไข่เน่า และก๊าซมีเทน เป็นต้น และอาจส่งผลต่อสุขภาพของชุมชนโดยรอบในระยะยาว

ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการขยะอาหารอย่างมีประสิทธิภาพ จัดทำนโยบายลดขยะอาหารที่เกิดจากการผลิตมากเกินความจำเป็น รวมถึงขยะทั่วไปจากการดำเนินกิจกรรมของบริษัท เพื่อลดการสูญเสียอาหารในขั้นตอนการขนส่ง การจัดจำหน่าย และการเก็บรักษา บรรเทาผลกระทบต่อระบบนิเวศรอบ และส่งเสริมสุขภาพที่ดีของชุมชน บริษัทได้นำของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิตมาใช้ประโยชน์ โดยการนำมาใช้เป็นวัตถุดิบทางเลือกอื่น ๆ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจ และเป็นแนวทางการแก้ปัญหาขยะอาหารได้อย่างยั่งยืน ความพยายามดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการส่งเสริมการพัฒนาในระดับสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมสนับสนุนเป้าหมายในการลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสร้างอนาคตที่สมดุลมากขึ้นระหว่างมนุษย์และสิ่งแวดล้อม

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

- มิติสิ่งแวดล้อม

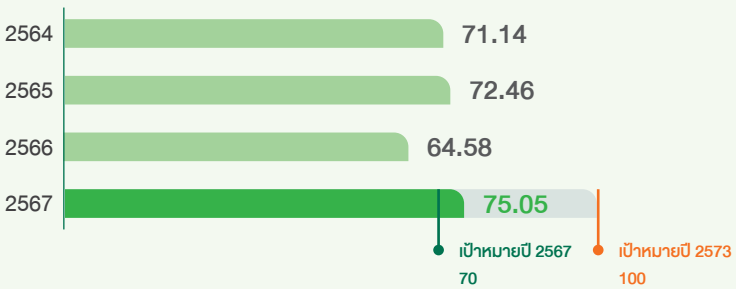
ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- สำคัญ (Focus Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้ง และลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทเพื่อมุ่งสู่การฝังกลบของเสียให้เป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill)

(หน่วย: ร้อยละ)



หมายเหตุ: กราฟนี้แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบและยั่งยืนของ ซีพี ออลล์ในการลดปริมาณของเสียสู่การฝังกลบ โดยปี 2567 บริษัทสามารถนำของเสียไปใช้ประโยชน์ได้ถึง ร้อยละ 75.05 คงเหลือเพียง ร้อยละ 24.95 ที่นำไปฝังกลบ แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าอย่างมีนัยสำคัญในการเข้าใกล้เป้าหมายฝังกลบเป็นศูนย์ในปี 2573 ของบริษัท

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- ปริมาณของเสียที่นำกลับไปใช้ประโยชน์ร้อยละ 75.04 จากปริมาณของเสียทั้งหมด
- ปริมาณอาหารส่วนเกินหรือเหลือทิ้งทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ และนำไปใช้ประโยชน์ในวัตถุประสงค์อื่น (Alternative Purpose) ได้ร้อยละ 8.70 จากปริมาณของเสียทั้งหมด
- 764 โรงเรียน 89 ผู้ประกอบการ 64 ชุมชนเครือข่าย และ 3 สำนักงาน ร่วมโครงการ “ต้นกล้าไร้ถัง” คัดแยกขยะส่งเข้าสู่กระบวนการจัดการที่เหมาะสมได้ 133.43 ตัน

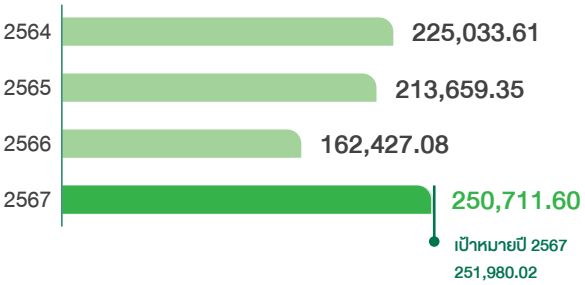
การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- โครงการลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ (OA Ordering) ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรือเหลือทิ้งได้ 7,827 ตัน
- โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ 770 ตัน ให้กับ 1,849 ชุมชน
- โครงการต่อเนื่อง กินได้ไม่ทิ้งกัน
- โครงการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต ลดปริมาณการสูญเสียอาหารในกระบวนการผลิต 140 ตันต่อปี
- โครงการต่อเนื่อง ต้นกล้าไร้ถัง ขยายผลไปยังโรงเรียน ชุมชนเครือข่าย ผู้ประกอบการ และสำนักงาน 920 หน่วยงาน

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

ปริมาณของเสียทั้งหมด

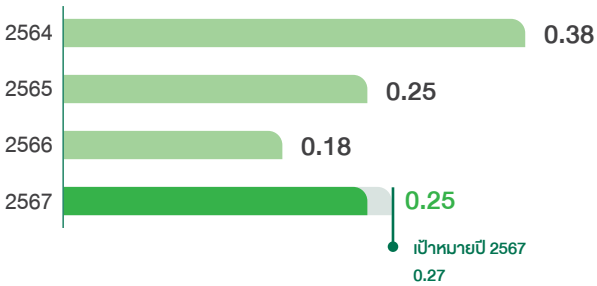
(หน่วย: ตัน)



หมายเหตุ: ขอบเขตข้อมูลครอบคลุมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

ปริมาณของเสียทั้งหมดต่อรายได้

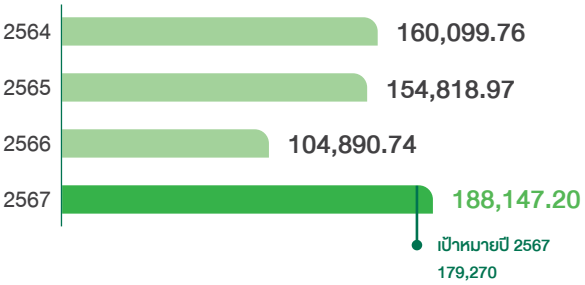
(หน่วย: ตันต่อล้านบาท)



หมายเหตุ: ขอบเขตข้อมูลครอบคลุมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์

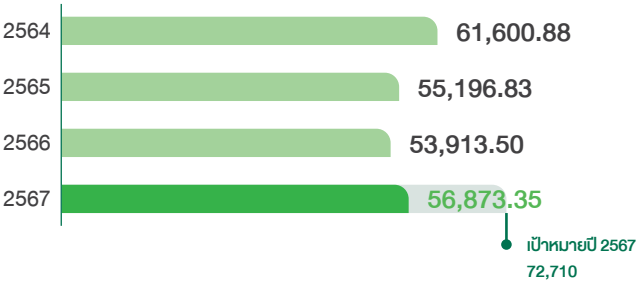
(หน่วย: ตัน)



หมายเหตุ: ขอบเขตข้อมูลครอบคลุมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัด ด้วยวิธีการฝังกลบ

(หน่วย: ตัน)



หมายเหตุ: 1.ปี 2567 ซีพี ออลล์ สามารถจัดการของเสียได้ดีกว่าเป้าหมาย โดยนำไปใช้ประโยชน์มากขึ้น และลดการฝังกลบ
2.ขอบเขตข้อมูลครอบคลุมปริมาณของเสียอันตรายและของเสียไม่อันตราย

ความครอบคลุมของข้อมูลปริมาณการกำจัดของเสีย

(หน่วย: ร้อยละของรายได้)

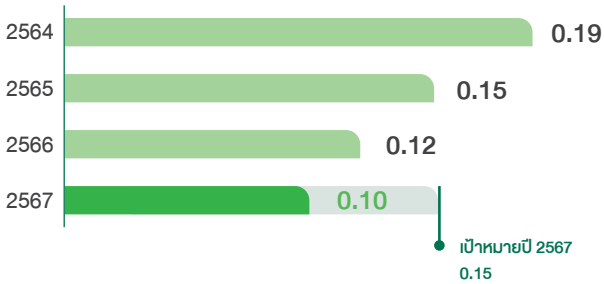


ปริมาณสูญเสียอาหาร (Food Loss) และขยะอาหาร (Food Waste) ทั้งหมด (หน่วย: ตัน)



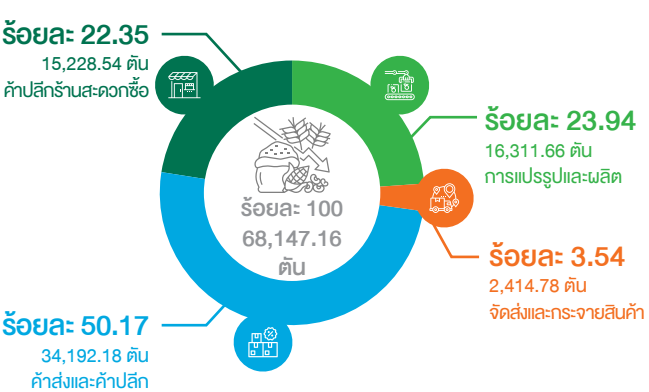
ความเข้มข้นของการสูญเสียอาหารและขยะอาหารทั้งหมด

(หน่วย: ตันต่อล้านบาท)



ปริมาณสูญเสียอาหาร (Food Loss) และขยะอาหาร (Food Waste) ทั้งหมด

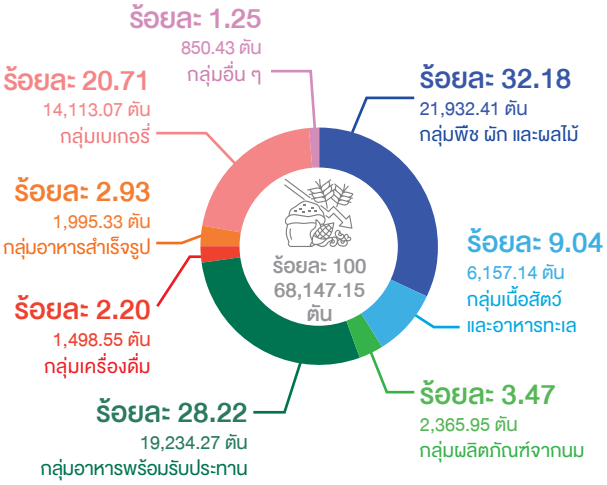
จำแนกตามกิจกรรมธุรกิจหรือวงจรชีวิต (หน่วย: ร้อยละ)



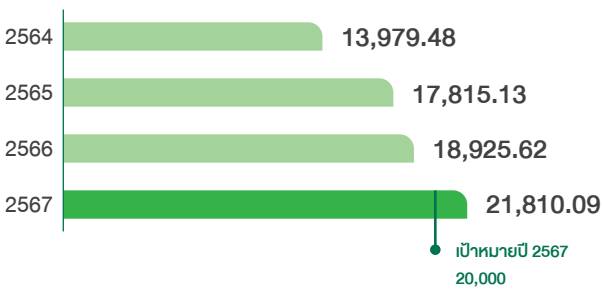
สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

ปริมาณสูญเสียอาหาร (Food Loss) และขยะอาหาร (Food Waste) ทั้งหมด

จำแนกตามประเภท (หน่วย: ร้อยละ)

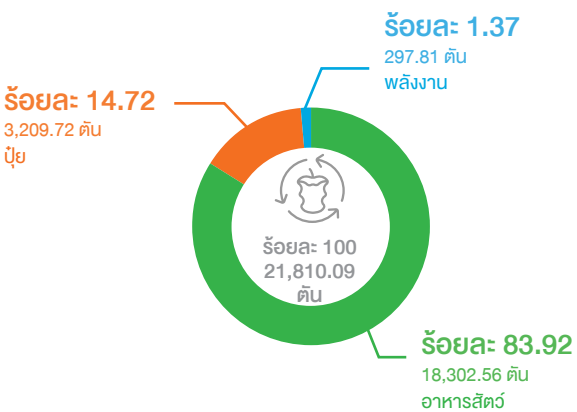


ปริมาณขยะอาหารที่นำกลับไปใช้ประโยชน์ (หน่วย: ตัน)



ปริมาณขยะอาหารที่นำกลับไปใช้ประโยชน์

จำแนกตามปลายทางที่นำไปกำจัด (หน่วย: ร้อยละ)



โครงการกลยุทธ์ด้านการจัดการการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

ประเภทโครงการ	ชื่อโครงการ
วัดปริมาณการสูญเสียขยะอาหารและของเสีย	โครงการยกระดับการจัดการฐานข้อมูลอ้างอิงตามมาตรฐานสากล
ลดปริมาณการสูญเสียขยะอาหารและของเสีย	โครงการลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ OA Ordering
	โครงการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต
	โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ
	โครงการบริจาคสินค้าตัวอย่างที่เหลือจากการทดสอบวิเคราะห์วิจัย ด้านคุณภาพ
	โครงการ AXTRA Care ส่งมอบอาหารส่วนเกินเติมเต็มคุณภาพชีวิตช้างไทย
นำขยะอาหารและของเสียกลับมาใช้ใหม่	โครงการ ZERO Waste to Landfill
	โครงการบริหารจัดการขยะและวัตถุดิบเหลือใช้

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มุ่งมั่นบริหารจัดการของเสียและขยะอาหารอย่างยั่งยืน เพื่อป้องกันและลดผลกระทบจากมลพิษที่อาจเกิดขึ้น ทั้งทางอากาศ น้ำ และดิน ที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของชุมชนในบริเวณใกล้เคียง บริษัทตั้งเป้าหมายลดการกำจัดขยะด้วยวิธีฝังกลบให้เหลือศูนย์ (Zero Waste to Landfill) ภายในปี 2573 พร้อมสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) โดยเฉพาะเป้าหมายที่ 12 ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการจัดการอาหารส่วนเกิน (Food Surplus) ลดการสูญเสียอาหาร (Food Loss) และการจัดการขยะอาหาร (Food Waste) ตลอดจนของเสียประเภทอื่น ๆ ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ นำแนวทาง “1P3Rs” ขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติมาประยุกต์ใช้ โดยเน้น 1) การป้องกัน (Prevention) 2) การลดใช้ (Reduction) เพิ่มประโยชน์ 3) การนำมาผลิตเพื่อใช้ซ้ำ (Reuse) และ 4) การนำมาใช้ใหม่ (Recycling) เป้าหมายดังกล่าวมุ่งลดความเสี่ยงจากการใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็นในกระบวนการผลิต และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ บริษัทวางแผนการบริหารจัดการขยะอย่างครอบคลุม โดยจัดทำฐานข้อมูล จำแนกข้อมูลตามกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กระบวนการแปรรูปและการผลิต การขนส่งและกระจายสินค้า การจัดจำหน่าย ตลอดจนสินค้าถึงมือผู้บริโภค ข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้บริษัทสามารถวิเคราะห์ปริมาณทรัพยากรที่ใช้และขยะที่อาจเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงจำแนกสัดส่วน องค์ประกอบและประเภทของเสียหรือขยะอาหาร นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์และมาตรการลดการสูญเสียอย่างมีประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในระยะยาว

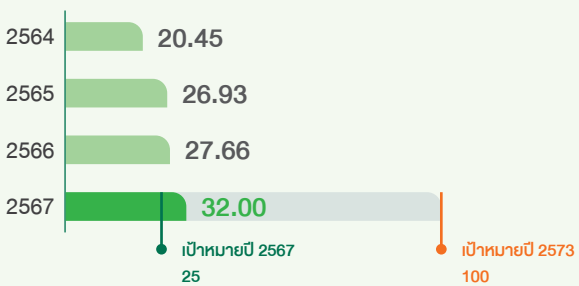
สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ นโยบายการจัดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

ลดการสูญเสียอาหาร (Food Loss) และจัดการขยะอาหาร (Food Waste)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้งที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทเพื่อมุ่งสู่การฝังกลบของเสียให้เป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill) (หน่วย: ร้อยละ)



หมายเหตุ: กราฟนี้แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการจัดการอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือทิ้งอย่างเป็นระบบและยั่งยืนของ ซีพี ออลล์ ในการลดปริมาณของอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือทิ้งสู่การฝังกลบ โดยปี 2567 บริษัทสามารถนำของเสียไปใช้ประโยชน์ได้ร้อยละ 32 แม้จะดีกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ แต่ยังคงเหลือของเสียอีกถึง ร้อยละ 68 ที่นำไปฝังกลบ แสดงให้เห็นถึงความท้าทายอย่างมีนัยสำคัญในการเข้าใกล้เป้าหมายฝังกลบเป็นศูนย์ในปี 2573 ของบริษัท

บริษัทนำแนวทางการบริหารจัดการอาหารเพื่อลดปริมาณขยะอาหารขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (The Food and Agriculture Organization of United Nation: FAO) ร่วมกับ โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme: UNEP) มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ผ่านมาตรการและการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ดังนี้

1. มาตรการป้องกัน (Prevention)
2. มาตรการลดการใช้ (Reduction)
3. มาตรการการนำมาผลิตเพื่อใช้ซ้ำ (Reuse)
4. มาตรการการนำมาใช้ใหม่ (Recycling)
5. การวัด วิเคราะห์ และจัดทำฐานข้อมูล
6. สานความร่วมมือกับชุมชน และคู่ค้าในการจัดการขยะและของเสีย
7. สร้างการรับรู้ และรณรงค์ให้ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค

1 โครงการภายใต้มาตรการป้องกัน (Prevention) ไม่ให้เกิดขยะอาหารและของเสียตั้งแต่ต้นทาง

โครงการต่อเนื่อง ลดการตัดจ่ายสินค้าอาหารแบบบูรณาการ

บริษัทวิเคราะห์ข้อมูลยอดขายสินค้าย้อนหลังกับสินค้าที่ขายดีและคงเหลือ ผ่านการใช้อุปกรณ์ “หน้าจอสำหรับสั่งสินค้า (Graphic Ordering Terminal: GOT)” เพื่อช่วยให้พนักงานร้าน 7-Eleven สามารถตรวจสอบยอดและบริหารจัดการ รวมถึงแก้ไขยอดสั่งสินค้าให้เหมาะสมได้ตามสถานการณ์ เช่น การจัดสินค้าโปรโมชั่นในช่วงพิเศษ เป็นต้น โดยในปี 2567 บริษัทสามารถลดปริมาณการสูญเสียจากการตัดจ่ายได้ ร้อยละ 1.60 คิดเป็นมูลค่า 178 ล้านบาท

โครงการต่อเนื่อง ลดของเสียในกระบวนการผลิต ปีที่ 10 (ภายใต้โครงการหลัก Zero Waste to Landfill)

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ให้ความสำคัญและดำเนินการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการของเสียอย่างเคร่งครัดและต่อเนื่อง ในการพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการและอุปกรณ์ในกระบวนการผลิต เพื่อช่วยลดการสูญเสียวัตถุดิบ และลดอาหารส่วนเกิน ในปี 2567 ได้ดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตให้ใช้วัตถุดิบได้คุ้มค่ามากขึ้น เช่น ลดปริมาณการสูญเสียจากการตัดแต่งวัตถุดิบ ลดการสูญเสียด้วยเครื่องตัดแต่งด้วยพลังงานอัตราโซนิค (Ultrasonic) และการพัฒนาเครื่องจักรเพื่อลดปริมาณการสูญเสียจากสินค้าหล่นพื้น เป็นต้น

2 โครงการภายใต้มาตรการลดการใช้ (Reduction) เพิ่มประโยชน์

บริหารจัดการอาหารส่วนเกิน

โครงการต่อเนื่อง บริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ Food to Merit ปีที่ 4

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

ในปี 2567 ส่งมอบอาหารส่วนเกินจากร้าน 7-Eleven รวม 630 สาขา ใน 46 เขต กรุงเทพมหานคร และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต ชลบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี เชียงใหม่ เชียงราย และนนทบุรี เพื่อส่งมอบ 3,162,468 มื้ออาหาร ให้กับ 1,849 ชุมชน คาดการณ์ลดขยะอาหารได้ 700.49 ตัน/ปี








โครงการต่อเนื่อง เพาะเลี้ยงแมลงโปรตีน (Black Soldier Fly-BSF) ปีที่ 2

ซีพี แอ็กซ์ตร้า โดยแม็คโครและโลตัสได้ขยายผลการถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตแมลงโปรตีนจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือไปยังทุกภูมิภาคทั่วไทยภายใต้โครงการ เปลี่ยนขยะเป็นประโยชน์ที่ส่งเสริมให้นำอาหารส่วนเกินจาก ซีพี แอ็กซ์ตร้า ส่งต่อให้กับเกษตรกร รวม 272 คน เพื่อนำไปใช้เป็นวัตถุดิบเพาะเลี้ยงแมลงโปรตีนซึ่งเป็นแมลงที่ปลอดภัยต่อพืชและชุมชน โดยมีการอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตและใช้ประโยชน์แมลงโปรตีน BSF (Black Soldier Fly) ทั้งหมด 7 จังหวัด ใน 5 ภูมิภาคทั่วไทย ได้แก่ จันทบุรี สกลนคร ร้อยเอ็ด พระนครศรีอยุธยา เพชรบูรณ์ สุราษฎร์ธานี และศรีสะเกษ รวม 472 คนในปี 2567 ส่งมอบอาหารส่วนเกินให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์, เลี้ยงแมลงโปรตีน 912.26 ตันต่อปี






โครงการบริจาคสินค้าตัวอย่างคุณภาพดีที่เหลือจากการวิจัยด้านคุณภาพ

ซีพี ออลล์ สำนักประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ ร่วมสร้างสรรค์สังคมที่ยั่งยืน ด้วยการบริจาคสินค้าตัวอย่างคุณภาพดีที่เหลือจากการทดสอบ ให้กับมูลนิธิสโกลาร์ส ออฟ ซัสทีแนนซ์ (SOS) และมูลนิธิ ณ สถานคุ้มครองและพัฒนาอาชีพ บ้านเกร็ดตระการ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์สูงสุด เช่น การนำเมล็ดกาแฟไปใช้ในการฝึกอบรมอาชีพ หรือการแจกจ่ายให้กับผู้ที่ต้องการ และเพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าทุกชิ้นที่บริจาค มีคุณภาพและปลอดภัย บริษัทดำเนินการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวด ร่วมมือกับพันธมิตร ติดตามการบริจาคทุกขั้นตอนและบันทึกข้อมูลอย่างละเอียด เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าถึงมือผู้รับอย่างปลอดภัย ปี 2567 ช่วยลดปริมาณขยะอาหารได้ถึง 1.144 ตัน






โครงการต่อเนื่อง คนดี ซีพีแรม x ครัวรักษ์อาหาร SOS ปีที่ 4

ซีพีแรม ร่วมกับ มูลนิธิสโกลารส์ ออฟ ซัสทีแนนซ์ (Scholars of Sustenance Foundation: SOS) จัดโครงการ “คนดีซีพีแรม x ครัวรักษ์อาหาร SOS” ลงพื้นที่ชุมชนจังหวัดลำพูน และปทุมธานี ในการจัดตั้งครัว รังสรรค์เมนูใหม่จากอาหารส่วนเกิน เพื่อลดปัญหาการเกิดขยะอาหาร และปัญหาอาหารส่วนเกิน ซึ่งเป็นอาหารที่เกินจากความต้องการ แต่สามารถนำไปบริโภคต่อได้ โดยร่วมส่งมอบให้กับชุมชน และกลุ่มเปราะบาง โดยในปี 2567 ได้ส่งมอบอาหารจำนวน 4,340 มื้อ และสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากอาหารส่วนเกิน 2,622.57 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ($kgCO_2e$) โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ “คนดี ซีพีแรม” ที่มุ่งปลูกฝังให้พนักงานประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ส่งเสริมความคิดดี ทำดี สร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ให้สังคมและประเทศชาติ






โครงการต่อเนื่อง อาหารดีพี่ให้น้อง ปีที่ 7

ซีพี แอ็กซ์ตร้า สนับสนุนอาหารกลางวัน รวมถึงสนับสนุนงบประมาณจัดซื้อวัตถุดิบคุณภาพสูง สำหรับปรุงอาหารกลางวันให้กับนักเรียนในโรงเรียนที่ขาดแคลนใน 77 จังหวัดทั่วประเทศ ให้สามารถเข้าถึงอาหารดี มีประโยชน์ ปลอดภัย และถูกต้องตามหลักโภชนาการ สนับสนุนการเติบโตอย่างมีสุขภาพที่ดีและมีพัฒนาการที่เหมาะสมตามวัย เอื้อต่อการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ และในปีนี้ได้จัดกิจกรรมพิเศษ “ลำไย ปันสุข...คืนสุข สู่ชุมชน” ปีที่ 5 ช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกลำไยให้มีรายได้ โดยการเปิดพื้นที่จำหน่ายลำไยในห้างแม็คโครและโลตัสทุกสาขา เพื่อนำรายได้จากการจำหน่ายลำไย ทุก 1 กิโลกรัม ร่วมบริจาค 1 บาท เพื่อสนับสนุนเป็นวัตถุดิบอาหารและอาหารสดคุณภาพให้กับโรงเรียน 172 แห่งทั่วประเทศ เพื่อเป็นมื้ออาหารกลางวัน ควบคู่การส่งเสริมสุขภาวะที่ดีในวัยเรียน รวมถึงนำร่องส่งเสริมองค์ความรู้และงบประมาณด้านการจัดการขยะอาหารให้กับคณะครูและนักเรียนในโครงการกว่า 20 โรงเรียน ผ่านการทดลองเพาะเลี้ยงแมลงโปรตีน หรือ BFS เพื่อช่วยลดปริมาณขยะอาหาร และเป็นต้นแบบให้ชุมชนอีกด้วย

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนผู้ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงอาหาร 30,000 ราย
- มูลค่าการสนับสนุน 2.6 ล้านบาท







โครงการแปรรูปเป็นอาหารสัตว์ (Feed Animals)

ซีพี แอ็กซ์ตร้า โดยแม็คโครและโลตัสลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางอาหารเพื่อสัตว์ป่า ร่วมกับกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ส่งมอบอาหารส่วนเกิน อาทิ ผัก ผลไม้ และอาหารส่วนเกินจากสาขาแม็คโครและโลตัส ไปยังสถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า ศูนย์ช่วยเหลือสัตว์ป่า และศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก ที่อยู่ภายใต้การดูแลของกรมอุทยานฯ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด ลดปริมาณอาหารส่วนเกิน ช่วยแบ่งเบาภาระงบประมาณประจำปีด้านอาหารและเสริมสวัสดิการสัตว์ป่า ในปี 2567 ส่งมอบอาหารให้กับศูนย์ช่วยเหลือสัตว์และสวนสัตว์ รวม 27 แห่ง ทั่วประเทศ และได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ เพิ่มส่งเสริมสวัสดิภาพช้างของสถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ ส่งมอบอาหารส่วนเกินที่ยังรับประทานได้ ได้แก่ ผัก และผลไม้ ในจังหวัดเชียงใหม่, ลำปาง และกระบี่ รวม 10 สาขา








ทั้งนี้ เพื่อบรรลุเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่มุ่งลดปริมาณขยะอาหารให้เป็นศูนย์ภายในปี 2573 ทั้งนี้ บริษัทสามารถลดปริมาณการทิ้งขยะอาหารไปสู่หลุมฝังกลบ โดยส่วนหนึ่งนำไปเป็นอาหารสัตว์เกือบ 2,000 ตัน

3 โครงการภายใต้มาตรการการนำมาผลิตเพื่อใช้ซ้ำ (Reuse)

โครงการต่อเนื่อง เพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ ที่เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิต ปีที่ 6

ซีพีแรม นำวัตถุดิบส่วนเกินจากการสูญเสียในการผลิต มาเพิ่มมูลค่าเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งช่วยลดการเกิดความสูญเปล่าทางอาหาร โดยดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมปังกระเทียมจากขอบขนมปัง และพัฒนาผลิตภัณฑ์บลูเบอรี่ชีสพาย เป็นต้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดปริมาณการสูญเสียอาหารในกระบวนการผลิต 140 ตันต่อปี (ขนมปังจากกระเทียม 105 ตัน บลูเบอรี่ชีสพาย 35 ตันต่อปี)
- ลดค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะอาหาร เป็นศูนย์
- เพิ่มมูลค่าสินค้า สร้างยอดขาย 108 ล้านบาทต่อปี (ขนมปังจากกระเทียม 19 ล้านบาท บลูเบอรี่ชีสพาย 89 ล้านบาทต่อปี)

4 โครงการภายใต้มาตรการการนำมาใช้ใหม่ (Recycling) ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

โครงการต่อเนื่อง ZERO Waste to Landfill ปีที่ 9

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

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- กำจัดขยะด้วยกระบวนการฝังกลบเป็นศูนย์
- สร้างรายได้จากขยะและวัสดุเหลือใช้เฉลี่ย 72 ล้านบาทต่อปี
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉลี่ย 5,686.10 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- คัดแยกขยะกลุ่มพลาสติกเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการ Recycle ได้ 140.95 ตันต่อปี

ประเภทวัสดุเหลือใช้	ปริมาณการนำกลับมาใช้ใหม่ (ร้อยละ)	ประเภทของการนำมาใช้ใหม่
เศษขนมปัง	ร้อยละ 62.71	ผลิตอาหารสัตว์
ขยะอาหาร	ร้อยละ 0.65	ผลิตอาหารสัตว์
ขยะกลุ่มกากตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสีย	ร้อยละ 18.30	ผลิตสารปรับปรุงดิน
ขยะพลาสติก	ร้อยละ 11.45	หลอมเป็นเม็ดพลาสติก (เชื้อเพลิงทดแทน)

ประเภทวัสดุเหลือใช้	ปริมาณการนำกลับมาใช้ใหม่ (ร้อยละ)	ประเภทของการนำมาใช้ใหม่
ขยะขวดแก้ว ขวดพลาสติก	ร้อยละ 0.23	ผ่านกระบวนการรีไซเคิล
ขยะอันตราย	ร้อยละ 0.08	ใช้เป็นวัตถุดิบในโรงปูน (ใช้ประโยชน์)
ขยะทั่วไป	ร้อยละ 6.58	เป็นเชื้อเพลิง RDF (เพิ่มมูลค่า)

โครงการต่อเนื่อง “เปลี่ยนขยะ เป็นประโยชน์ (น้ำหมักชีวภาพ EM)” ปีที่ 14

ซีพี แอ็กซ์ตร้า นำขยะอาหารในศูนย์จำหน่ายสินค้า ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่สามารถจัดจำหน่ายและรับประทานได้แล้ว จำพวกผักและผลไม้ มาทำเป็นน้ำหมักชีวภาพ (EM) เพื่อใช้ทำความสะอาดคราบไขมันภายในศูนย์จำหน่ายสินค้า โดยโครงการดังกล่าวเริ่มดำเนินการมา ตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปัจจุบัน ผลลัพธ์ในปี 2567 ขยะอาหารที่ลดลงจากการนำมาทำน้ำหมักชีวภาพ (EM) ให้ กทม. จำนวน 593.53 ตัน





โครงการต่อเนื่อง ลานอเนกประสงค์รักษ์โลก ปีที่ 2

ซีพี ออลล์ ส่งมอบ “ลานอเนกประสงค์รักษ์โลก” นำขยะพลาสติกกำพร้ามาใช้เป็นวัสดุก่อสร้างผสมปูนเทพื้น ลดการใช้หินและทรายในกระบวนการผสมปูนเกิดเป็น “นวัตกรรมสีเขียว” (Green Innovation) ทำให้ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และช่วยแก้ไขปัญหาขยะในชุมชน พร้อมทั้งต่อยอดพัฒนาศูนย์การเรียนรู้นวัตกรรม Eco-Concrete เพื่อส่งเสริมการศึกษาตลอดชีวิตและแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ปี 2567 ส่งมอบ “ลานอเนกประสงค์รักษ์โลก” ให้กับชุมชนและโรงเรียน รวม 5 ชุมชน อาทิ ชุมชนบ้านหนองอุ่ม จังหวัดมหาสารคาม โรงเรียนเกาะพะงันศึกษา ตำบลบ้านใต้ อำเภอพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ช่วยลดขยะพลาสติกกำพร้าทั้งหมด 8.7 ตัน เท่ากับลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้กว่า 8.95 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO_2e)

นอกจากนี้ ซีพี ออลล์ ร่วมกับ ซอยส์ มินิ สโตร์ และ Green Road ส่งมอบ “ลานอเนกประสงค์รักษ์โลก” ที่ทำมาจากขยะพลาสติกกำพร้าที่ผ่านการคัดแยกจากร้าน 7-Eleven ผสมกับ eco-concrete ให้กับโรงเรียนบ้านศรีบุญเรือง จังหวัด เชียงใหม่ โรงเรียนบ้านน้ำย้อย จังหวัดลำพูน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดปริมาณขยะพลาสติกกำพร้าได้รวมทั้งหมด 8.7 ตัน
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 8.95 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- สถาบันศึกษาและชุมชนเข้าร่วมโครงการจำนวน 16 แห่งทั่วประเทศ

ลดปริมาณขยะพลาสติกทิ้งลงหลุมฝังกลบไปได้ทั้งหมด 1,357 กิโลกรัม รวมถึง นำขยะพลาสติกกำพร้าถุงอลูมิเนียมฟอยล์ และถุงพลาสติกผลิตเป็นเก้าอี้สนาม 12 ตัว ลดปริมาณขยะพลาสติกทิ้งลงหลุมฝังกลบไปได้ทั้งหมด 300 กิโลกรัม ฝาขวดพลาสติกจำนวน 750 ฝา และถุงวิบวับ 600 ถุง ผลิตเป็นถ้วยรางวัลที่ทำจากพลาสติกรีไซเคิล เพื่อใช้ในกิจกรรมการแข่งขันวอลเลย์บอลรอบชิงชนะเลิศ ในปี 2567 ลดปริมาณขยะพลาสติกทิ้งลงหลุมฝังกลบไปได้ทั้งหมด 30 กิโลกรัม









โครงการต่อเนื่อง ทับสะแก กรีนคาเฟ่ รักษ์โลก ปีที่ 2

ริเริ่มโครงการจากโมเดลจัดการขยะครบวงจรในโครงการต้นกล้าไร้ถังต่อยอดสู่การเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและเสริมทักษะอาชีพให้แก่นักเรียน ภายใต้ชื่อ “ทับสะแก กรีนคาเฟ่ รักษ์โลก” ทำหน้าที่เป็นศูนย์การเรียนรู้ แหล่งท่องเที่ยว จุดเช็คอินใหม่ของอำเภอทับสะแก โรงเรียนทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยบูรณาการองค์ความรู้การจัดการขยะ เชื่อมโยงสู่หลักสูตรการเรียน การสอนในโรงเรียนเป็นหลักสูตรท้องถิ่น นำมาพัฒนาและต่อยอดการบริหารร้านคาเฟ่ด้วยแนวคิด “Green Café 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 บรรจุภัณฑ์และภาชนะในร้านใช้แล้วใช้ซ้ำใช้แล้วย่อยสลายได้ รีไซเคิลได้

5 การวัด วิเคราะห์ และจัดทำฐานข้อมูล

โครงการยกระดับการจัดการฐานข้อมูลอ้างอิงตามมาตรฐานสากล

บริษัทวัดผลและวิเคราะห์ข้อมูลและส่วนประกอบของขยะอาหารจากกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่



ในปี 2567 บริษัทมีปริมาณขยะอาหารทั้งหมด 68,147.15 ตัน โดยกลุ่มขยะอาหารประเภทพืช ผัก และผลไม้ มีปริมาณสูงที่สุดจำนวน 21,932.41 ตัน คิดเป็นร้อยละ 32.18 ของปริมาณขยะอาหารปี 2567 (สามารถดูข้อมูลสัดส่วนปริมาณขยะอาหารแต่ละกลุ่มได้ที่สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567)

6 สานความร่วมมือกับชุมชน และคู่ค้าในการจัดการขยะและของเสีย

โครงการต่อเนื่อง ต้นกล้าไร้ถัง เพื่อโรงเรียนชุมชนไร้ถัง ปีที่ 5

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับโรงเรียนภายใต้มูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์ อีดี (CONNEXT ED) ที่สนับสนุนโดยบริษัทมุ่งเน้นการบริหารจัดการขยะเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยวิถีของต้นกล้าไร้ถังคือ “การไม่มีถังขยะ” หรือมีขยะเหลือน้อยที่สุด ผ่านการคัดแยกวัสดุย่อยสลาย วัสดุรีไซเคิล ร่วมมือกับพ่อค้าแม่ค้า ในโรงเรียน ยกเลิกการขายสินค้าที่จะสร้างขยะ เช่น หลอด กระดาษ แก้วน้ำพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เป็นต้น ในปี 2567 มีโรงเรียนเข้าร่วมเพิ่มเติม 21 แห่ง มีโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการสะสมรวมทั้ง 5 รุ่น รวมกว่า 524 แห่ง เข้าร่วมเป็นสมาชิกภาคีในฐานะโรงเรียนไร้สังกัดกรุงเทพมหานคร และมีแผนขยายผลการดำเนินการให้ครบทุกโรงเรียนภายใต้มูลนิธิสานอนาคตการศึกษาคอนเน็กซ์ อีดี (CONNEXT ED) ที่สนับสนุนโดยบริษัท รวมถึงยกระดับโครงการไปสู่ระดับชุมชนในชื่อ “ชุมชนไร้ถัง” เพื่อบริหารจัดการขยะของชุมชน อาทิ ชุมชนบางบัว (ริมคลองลาดพร้าว) สำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร รวมถึงการใช้ และใช้ประโยชน์จากพลาสติกกำพร้าเพื่อทำอิฐรักษ์โลก ลดปัญหาขยะล้นเกาะในฐานะแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม โรงเรียนเกาะพะงันศึกษา อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดปริมาณขยะเหลือใช้ได้ร้อยละ 58.5
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 190.65 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- สถาบันศึกษาและชุมชนเข้าร่วมโครงการจำนวน 920 แห่งทั่วประเทศ

โครงการต่อเนื่อง e-Waste ให้ถูกที่ ดีต่อใจ กับโลตัส

โลตัสร่วมกับทรู คอร์ปอเรชั่น ขยายจุดรับขยะอิเล็กทรอนิกส์ ณ โลตัส 19 สาขา ได้แก่ ฟอร์จูนทาวน์, ลาดพร้าว, บางกะปิ, วังหิน, สุขุมวิท 50, รามอินทรา, สุขาภิบาล 1, ซีคอนสแควร์, ประชาชื่น, หลักสี่, เลียบคลอง 2, ปิ่นเกล้า, บางแค, พระราม 2, พระราม 3 และ พระราม 4 และโลตัส สำนักงานใหญ่ นวมินทร์ รัตนาธิเบศร์, บางใหญ่ และ บางกรวย-ไทรน้อย พร้อมเป็นตัวกลางเชื่อมต่อเข้าถึงคนในชุมชน สนับสนุนให้เกิดการแยกขยะอิเล็กทรอนิกส์อย่างถูกที่ ถูกวิธี อาทิ รีไซเคิลโทรศัพท์มือถือที่ไม่ใช้แล้ว เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องปริ้นท์เตอร์ เป็นต้น โดยในปีที่ผ่านมาสามารถเก็บขยะอิเล็กทรอนิกส์ได้ทั้งหมด 49 กิโลกรัม ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 0.93 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ใหญ่ 103.57 ต้น

7 สร้างการรับรู้ และรณรงค์ให้ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค

โครงการต่อเนื่อง สร้างความตระหนักเรื่องขยะอาหาร (Food Waste)

ซีพีแรม ดำเนินโครงการสร้างความตระหนักถึงปัญหาขยะอาหารมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านเพจเฟซบุ๊ก “สังคมไทยไร้ Food Waste” และสร้างกลุ่ม “กินหมดจนไร้ Food Waste” เพื่อเป็นช่องทางส่งเสริมความรู้ด้านการจัดการและลดปริมาณขยะอาหาร ปัจจุบันมีผู้กดติดตามเพจเฟซบุ๊กกว่า 30,039 ราย และมีสมาชิกกลุ่มกว่า 1,223 ราย นอกจากนี้ ยังดำเนินการจัดกิจกรรม “CPRAM FOOD STATION” เพื่อมุ่งสร้างความตระหนักรู้ให้กับสังคมในเรื่องการลดความสูญเปล่าทางอาหาร การวางแผนมื้ออาหาร ทำอาหาร และปรุงอาหารให้เพียงพอในแต่ละมื้อ โดยไม่ก่อให้เกิดขยะอาหาร และลด หวาน มัน เค็ม เพื่อสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น สร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม ยกระดับสู่ความมั่นคงทางอาหาร







โครงการถุงขยะแยกสี สนับสนุนประชาชนแยกขยะ ขับเคลื่อนสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

โลตัส พัฒนาสินค้าแบรนด์โลตัส บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ ได้แก่ ถุงขยะแบรนด์โลตัส เกรด A ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัยในราคาคุ้มค่าและแยกประเภทขยะตามสี โดยออกแบบตามหลักการแยกขยะของกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ถุงสีเหลืองสำหรับขยะรีไซเคิล ถุงสีฟ้าสำหรับขยะทั่วไป และถุงสีเขียวสำหรับขยะอินทรีย์หรือขยะอาหาร ช่วยอำนวยความสะดวกให้ประชาชนสามารถแยกขยะได้ง่ายในครัวเรือน สำหรับส่งต่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปบริหารจัดการต่อได้อย่าง มีประสิทธิภาพ พร้อมเปิดพื้นที่จุดรับขยะหลากหลายประเภท เพื่อนำไปมอบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำขยะบรรจุภัณฑ์กลับไปสู่กระบวนการรีไซเคิล สร้างคุณค่าและประโยชน์คืนแก่สังคมต่อไป

โครงการไม่เทรวม X เปลี่ยนขยะเป็นประโยชน์

ซีพี แอ็กซ์ตร้า โดยแม็คโครและโลตัสได้ร่วมมือกับกรุงเทพมหานครในการแยกขยะจากสาขาทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กกว่า 400 แห่ง ทั่วกรุงเทพฯ โดยเริ่มต้นโครงการนำร่องใน 9 เขตกลุ่มกรุงเทพตะวันออก และขยายผลอย่างต่อเนื่องจนสามารถดำเนินการครอบคลุมทั้ง 50 เขต และได้ให้ความสำคัญกับการแยกขยะอาหารที่จำหน่ายไม่หมดออกจากขยะทั่วไป โดยพนักงานจะใช้เทปหรือฟางสีเขียวมัดปากถุงขยะอาหาร เพื่อให้เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตที่เข้ามาเก็บขยะทุกวัน สามารถระบุและนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ เช่น การส่งต่อให้เกษตรกรและใช้ในการเพาะเลี้ยงแมลงโปรตีน ปี 2567 มีขยะอาหารจำนวน 1,800 ตัน ถูกส่งมอบให้กรุงเทพมหานครเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ พร้อมช่วยลดขยะอาหารไปสู่การฝังกลบ ได้ 20 ตันต่อวัน

การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ

“ซีพี ออลล์ เชื่อมั่นว่า การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนระบบเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนจะนำไปสู่สังคมที่เข้มแข็งและน่าอยู่ เรามุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์สังคมที่ดีขึ้นสำหรับทุกคน โดยใส่ใจและแบ่งปันโอกาสให้กับเกษตรกร เอสเอ็มอี และกลุ่มเปราะบางในห่วงโซ่อุปทาน ผ่านการจ้างงาน สร้างอาชีพ ให้ความรู้และทักษะ รวมถึงการให้คำปรึกษาและเป็นสะพานเชื่อมกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการพึ่งพาตนเอง”



การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG1 ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่

1.2 ลดสัดส่วนชาย หญิง และเด็กในทุกช่วงวัย ที่อยู่ภายใต้ความยากจนในทุกมิติ

1.3 ดำเนินการให้เป็นผลตามระบบและมาตรการคุ้มครองทางสังคมที่เหมาะสม และให้ครอบคลุมถึงกลุ่มที่ยากจนและเปราะบาง

SDG2 ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

2.3 เพิ่มผลิตภาพทางการเกษตรและรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก โดยเฉพาะผู้หญิง คนพื้นเมืองเกษตรกรแบบครอบครัว คนเลี้ยงปศุสัตว์ชาวประมง โดยรวมถึง การเข้าถึงที่ดินทรัพยากร และปัจจัยนำเข้าในการผลิต ความรู้ บริการทางการเงิน ตลาด และโอกาสสำหรับการเพิ่มมูลค่าและการจ้างงาน

2.4 สร้างหลักประกันว่าจะมีระบบการผลิตอาหารที่ยั่งยืนและดำเนินการตามแนวปฏิบัติทางการเกษตรมีภูมิคุ้มกันที่จะเพิ่มผลิตภาพและการผลิต ซึ่งจะช่วยรักษาระบบนิเวศ เสริมขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภาวะอากาศรุนแรง ภัยแล้ง อุทกภัยและภัยพิบัติอื่น ๆ และจะช่วยพัฒนาที่ดินและคุณภาพดินอย่างต่อเนื่อง

SDG8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรมและส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อยขนาดเล็กและขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน

SDG10 ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ

10.1 ให้บรรลุอย่างต่อเนื่องและคงการเติบโตของรายได้ในกลุ่มประชากรที่ยากจนที่สุด

SDG11 ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิต้านทาน และยั่งยืน

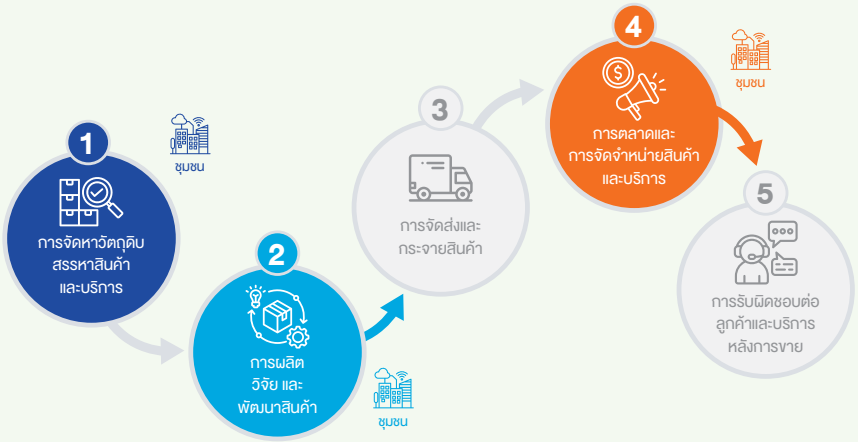
11.5 ลดจำนวนการตายและจำนวนคนที่ได้รับผลกระทบและลดการสูญเสียโดยตรงทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของโลกที่เกิดจากภัยพิบัติ ซึ่งรวมถึงภัยพิบัติที่เกี่ยวกับน้ำโดยมุ่งเป้าปกป้องคนจนและคนที่อยู่ในสถานการณ์ที่เปราะบาง

ความเสี่ยงและโอกาส

ทั่วโลกกำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงที่ซับซ้อนและรวดเร็วในหลายมิติ อาทิ การสร้างนวัตกรรมเพื่อการดำเนินธุรกิจ การตลาดยุคใหม่ การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติและสภาพภูมิอากาศ การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร การเคลื่อนย้ายถิ่นฐาน การเผชิญหน้ากับเหตุสงคราม ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคมอย่างมีนัยยะ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเปราะบาง อาทิ การเข้าถึงการศึกษา การเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือการประกอบอาชีพ การเข้าถึงแหล่งที่อยู่อาศัยที่ดี บริการสุขภาพ ซึ่งอาจส่งผลรุนแรงเพิ่มขึ้นในอนาคต

ดังนั้น ภาคธุรกิจจำเป็นต้องดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ ให้ความสำคัญกับการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียทั้งในด้านบวกและด้านลบ ลดผลกระทบเชิงลบจากผลการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจต่อคุณภาพชีวิตเคารพสิทธิขั้นพื้นฐานของชุมชนและผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ เพื่อขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงระดับรากฐาน (Transformation) ภาคธุรกิจต้องพัฒนาแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ เข้าใจบริบททางสังคม วิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด (Market Analysis) ที่มุ่งเน้นการลดผลกระทบเชิงลบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การตัดราคาขายสินค้า การดำเนินธุรกิจอย่างไม่เป็นธรรม การสร้างมลพิษจากการผลิตหรือขนส่งในชุมชน เป็นต้น ตลอดจนเพิ่มโอกาสสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ พัฒนา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ควบคู่กับรูปแบบธุรกิจใหม่ที่ยั่งยืน พร้อมทั้งร่วมมือกับภาครัฐ และภาคประชาสังคม ให้ทุกฝ่ายร่วมมือกันสนับสนุนชุมชน และทำให้ชุมชนสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างต่อเนื่อง

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

- มิติสังคม

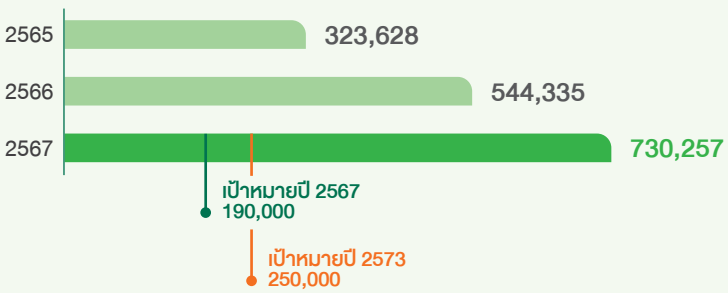
ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- สำคัญมาก (Critical Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

พัฒนาทักษะ ส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับ เกษตรกร ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่อุปทาน

(หน่วย: รายสะสม)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- เอสเอ็มอีที่ได้รับการพัฒนาทักษะทางอาชีพ สร้างงาน เพิ่มรายได้ 174,374 ราย
- เกษตรกรในห่วงโซ่อุปทานที่ได้รับการพัฒนาทักษะทางอาชีพ สร้างงาน เพิ่มรายได้ 3,803 ราย
- กลุ่มเปราะบางที่ได้รับการพัฒนาทักษะทางอาชีพ สร้างงานเพิ่มรายได้ 7,745 ราย
- จ้างงานแรงงานท้องถิ่น (เฉพาะพนักงานที่ปฏิบัติงานในร้าน 7-Eleven) 44,540 ราย (ร้อยละ 57.15)
- จ้างงานผู้สูงอายุ 418 ราย
- มูลค่าการรับซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน 204 ล้านบาท
- มอบทุนการศึกษาให้กับเยาวชนและผู้ด้อยโอกาส 37,523 ทุน มูลค่า 1,186 ล้านบาท
- ชุมชนและหน่วยงานภาคประชาสังคมได้รับการช่วยเหลือบรรเทาสาธารณภัย อาทิ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การป้องกันและควบคุมโรคติดต่อ 873,905 ราย มูลค่าสนับสนุน 1.92 ล้านบาท

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

ศูนย์เซเว่น อีเลฟเว่น สนับสนุนเอสเอ็มอี ดำเนินงานต่อเนื่องตามนโยบาย 3 ให้ ได้แก่ ให้การเชื่อมโยงเข้าถึงบริการเครือข่ายพันธมิตรเพื่อรับคำปรึกษา ให้ความรู้เพิ่มศักยภาพ พัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต ให้โอกาสช่องทางขาย สนับสนุนการเติบโตสู่ตลาด Modern Trade อย่างมั่นคง

ดำเนินการโครงการความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตร ในการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพให้กับ เอสเอ็มอี ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เกษตรกร อาทิ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) หอการค้าไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น

ดำเนินโครงการ Business Matching ทั้ง Off-Line และ On-Line ผ่านระบบ CP ALL SME Platform รวมถึงปัจจุบันมีการขยายโอกาสถึง SME Franchise สร้างธุรกิจให้เติบโตไปกับร้านสาขาที่เป็นโมเดล 7 ชุมชน

ดำเนินการโครงการตลาดนัดชุมชน สนับสนุนช่องทางการขายทั้งภายในและภายนอกของบริษัท อาทิ โครงการเปิดโอกาสสร้างอาชีพ กับ ALL SME MARKET PLACE ของ ซีพี ออลล์ , โครงการ ตลาดนัด SME สัญจร และ SME Fair ของ ซีพี แอ็กซ์ตร้า

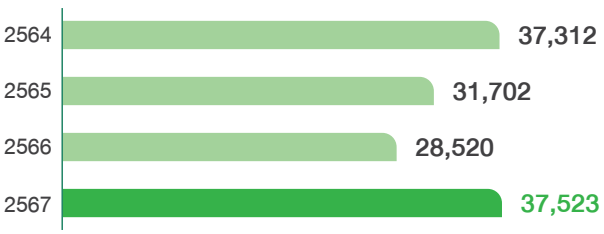
ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ ALL FOOD TECH ยกระดับคุณภาพสินค้าของผู้ประกอบการโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ผ่านการรับรองคุณภาพ เพิ่มโอกาส ในการขาย

ดำเนินโครงการตำรวจท่องเที่ยว X 7-Eleven เปิดจุดรับแจ้งเหตุสำหรับนักท่องเที่ยว

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

1. สร้างคน

ทุนการศึกษาสำหรับเยาวชนและผู้ด้อยโอกาสในชุมชน (ทุน)



มูลค่าการสนับสนุนโอกาสการเข้าถึงการศึกษา (ล้านบาท)

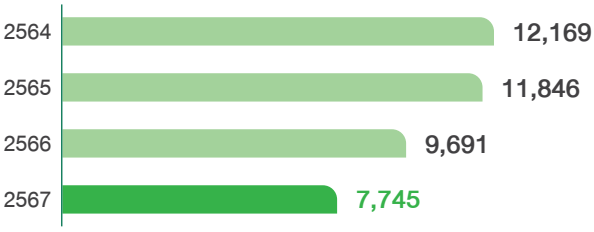


2. สร้างงาน

การจ้างงานโดยบริษัท จำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย (ราย)

แรงงานท้องถิ่น	44,540
แรงงานข้ามชาติ	3,815
ผู้สูงอายุ	418
ผู้พิการตามกฎหมาย	1,691

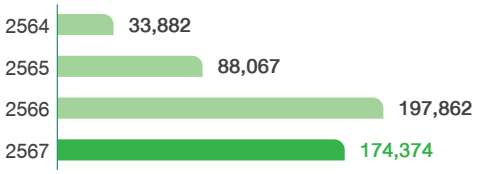
สนับสนุนการสร้างงานและส่งเสริมรายได้แก่กลุ่มเปราะบาง (ราย)



สนับสนุนการสร้างงานและส่งเสริมรายได้ให้แก่กลุ่มเปราะบาง (ล้านบาท)
287

3. สร้างอาชีพ สร้างรายได้

สร้างอาชีพ ส่งเสริมรายได้ให้แก่เอสเอ็มอี (ราย)



จำแนกเอสเอ็มอี ตามลักษณะธุรกิจ (ราย)

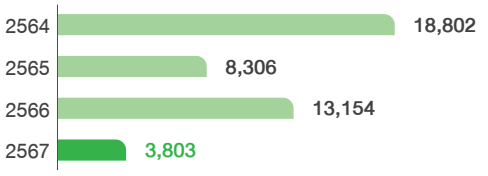
ผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค	63,881
ผู้ให้บริการและผู้รับเหมา	87,928
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน	553
ผู้ประกอบการรายย่อย	12,504
อื่น ๆ	9,508

หมายเหตุ : กลุ่มสินค้าอุปโภค บริโภค ครอบคลุม สินค้าเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูป

มูลค่าการสนับสนุนผลิตภัณฑ์บริการจากเอสเอ็มอี (ล้านบาท)

60,432

สร้างอาชีพ ส่งเสริมรายได้ให้แก่เกษตรกร (ราย)



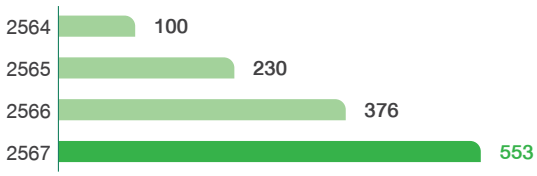
จำแนกเกษตรกร ตามผลิตภัณฑ์ (ราย)

ผัก	1,929
ผลไม้	1,665
เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์	161
อื่น ๆ	48

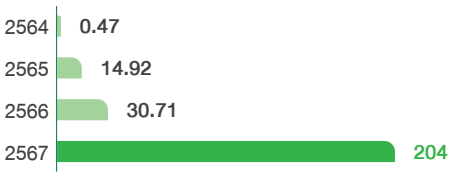
มูลค่าการสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากเกษตรกร (ล้านบาท)

29,415

สร้างอาชีพ ส่งเสริมรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (ราย)



มูลค่าการสนับสนุน (ล้านบาท)



4.สร้างชุมชนอุ่นใจ

การสนับสนุนทางสังคม จำแนกตามประเภท (ร้อยละ)

การบริจาคเพื่อการกุศล (Charitable Donations)
20.21

การร่วมลงทุนทางสังคม (Community Investments)
30.83

กิจกรรมเชิงพาณิชย์ (Commercial Initiatives)
48.96

การสนับสนุนทางสังคม จำแนกตามรูปแบบ (ล้านบาท)

เงินบริจาค (Cash Contributions)
39.07

จำนวนชั่วโมงจิตอาสาของพนักงานที่ได้รับค่าจ้าง (Time: Employee Volunteering during Paid Working Hours)
18.66

สิ่งของ (In-kind Giving)
104

ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ (Management Overheads)
3.73

หมายเหตุ : "ชุมชน" ตามที่บริษัทกำหนด หมายถึง บุคคล คณะบุคคล ผู้ประกอบการ เยาวชน กลุ่มเปราะบาง ที่อยู่โดยรอบพื้นที่ดำเนินการสำคัญของบริษัท

1) รอบร้าน 7-Eleven ภายในรัศมีไม่เกิน 5 ก.ม.

2) ศูนย์กระจายสินค้า ภายในรัศมี 5-10 ก.ม.

3) ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร โลตัส สถานประกอบการผลิต ภายในรัศมี 5-10 ก.ม.

แนวทางการดำเนินงาน

ปี 2567 บริษัทส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน ตามโปรแกรมเชิงกลยุทธ์ “4 สร้าง” ได้แก่ สร้างคน สร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างชุมชนอุ่นใจ ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สนับสนุนการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการประกอบอาชีพ สร้างช่องทางสร้างรายได้ ส่งเสริมการจ้างงานในพื้นที่ พร้อมทั้งบริหารจัดการพื้นที่และสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม มุ่งสร้างผลกระทบเชิงบวกและลดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย เอสเอ็มอี เกษตรกร และกลุ่มเปราะบางทางสังคม ผ่านการสนับสนุนที่หลากหลาย เช่น การจัดตั้งศูนย์ เซเว่น อีเลฟเว่น สนับสนุนเอสเอ็มอี การส่งเสริมระบบบริหารแบบบูรณาการตลอดวงจรของการเป็นผู้ประกอบการ (SME Journey Line) การสนับสนุน การจัดซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชน ตลอดจนจัดหาช่องทางการขาย พื้นที่ขาย กิจกรรมกระตุ้นยอดขาย และการจัดสัมมนา เป็นต้น

บริษัทมีส่วนร่วมในกิจกรรมบรรเทาความเดือดร้อนของชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากเหตุอุทกภัยในหลายพื้นที่ของประเทศไทย สามารถเยียวยาผู้ประสบภัยให้สามารถเข้าถึงอาหารและน้ำ 873,897 ราย มูลค่ารวมกว่า 1.60 ล้านบาท นอกจากนี้ บริษัทกำหนดช่องทางรับเรื่องร้องเรียนเพื่อลดข้อกังวล สร้างความสัมพันธ์ และสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างองค์กรกับชุมชน บริษัทสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายประจำปี และเดินหน้าบรรลุเป้าหมายระยะยาวในปี 2573 รวบรวมเป็นฐานข้อมูลสำหรับการพัฒนานโยบายบริษัท และแผนการดำเนินงานในอนาคต ให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจบริบทเชิงสังคม สร้างคุณค่าทางสังคมที่ยั่งยืน และสนับสนุนระบบเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างแท้จริง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

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

โครงการที่สำคัญ ปี 2567

บริษัทส่งเสริมและสร้างมูลค่าที่หลากหลายต่อสังคม ลดช่องว่างและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีมากขึ้น ผ่านโปรแกรมเชิงกลยุทธ์ “4 สร้าง” ได้แก่ สร้างคน สร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างชุมชนอุ่นใจ ตลอดจนร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ให้ความช่วยเหลือบรรเทาสาธารณภัยแก่สังคมและชุมชน โดยดำเนินโครงการ ดังนี้

สร้างคน | สร้างงาน | สร้างอาชีพ | สร้างชุมชนอุ่นใจ

1 สร้างคน

บริษัทมอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียน นักศึกษาปัญญาภิวัฒน์ฯ รวมกว่า 37,523 ทุน มูลค่า 1,186 ล้านบาท

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- บท “สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต” หน้า 114-135

2 สร้างงาน

บริษัทสนับสนุนการสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างคุณภาพชีวิตที่ดี โดยในปี 2567 บริษัทจ้างงานพนักงานมากกว่า 204,701 คน รวมถึงเปิดโอกาสการจ้างงานให้กับชุมชน และกลุ่มเปราะบาง กว่า 52,285 คน ผ่านการดำเนินโครงการสำคัญ ดังนี้

โปรแกรมฝึกอาชีพและทักษะการชงกาแฟ ให้แก่ กลุ่มเปราะบาง

ซีพี ออลล์ ดำเนินโครงการฝึกอบรมอาชีพและทักษะการชงกาแฟ ให้แก่กลุ่มเปราะบาง เพื่อให้สามารถเพิ่มทางเลือกในการประกอบอาชีพในอนาคต นำมาสู่การสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน ผ่านโครงการ

โครงการต่อเนื่อง ห้องเรียนกาแฟ ปีที่ 3

จัดฝึกอบรมวิชาชีพการชงกาแฟแก่กลุ่มเยาวชนที่มีความบกพร่องทางสติปัญญา ให้กับโรงเรียนจากสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ 6 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนโสตศึกษาจังหวัดชัยภูมิ โรงเรียนนครราชสีมาปัญญานุกูล โรงเรียนโสตศึกษาจังหวัดเพชรบูรณ์ โรงเรียนนครสวรรค์ปัญญานุกูล โรงเรียนฉะเชิงเทราปัญญานุกูล และโรงเรียนโสตศึกษาจังหวัดขอนแก่น






โครงการต่อเนื่อง YOUNG BARISTA CAMP ปีที่ 3

จัดฝึกอบรมอาชีพและทักษะการชงกาแฟนักเรียนผู้พิการทางการได้ยินระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในปี 2567 โครงการต่อยอดการจัดอบรมทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ หลักสูตรการชงกาแฟเบื้องต้น ให้แก่นักเรียนและครูโรงเรียนโสตศึกษา จำนวน 359 ราย และจัดการแข่งขันโครงการ YOUNG BARISTA CAMP 2024 ให้กับผู้บกพร่องทางการได้ยิน โดยมีตัวแทนจากนักเรียนโรงเรียนโสตศึกษาที่เคยได้รับการอบรมจำนวน 6 โรงเรียน โรงเรียนละ 6 ราย เข้าร่วมการแข่งขัน







โครงการกาแฟสร้างสุขสร้างโอกาส ปีที่ 2

มอบเครื่องชงกาแฟและเครื่องบดเมล็ดกาแฟพร้อมฝึกอบรมวิชาชีพกาแฟ แก่สมาชิกศูนย์เรียนรู้การพัฒนาสตรีและครอบครัวภาคกลาง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 150 ราย, ชมรมเพื่อคนพิการทางสติปัญญา จังหวัดนนทบุรี จำนวน 65 ราย และเรือนจำอำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย จำนวน 30 ราย




โครงการต่อเนื่อง ก้าวที่พลาด สู่โอกาสสายอาชีพ ปีที่ 4

มอบโอกาสการประกอบอาชีพด้านกาแฟและเบเกอรี่ให้กับผู้ก้าวพลาดในชีวิตที่ศูนย์สร้างโอกาส กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรม เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนกลับเข้าสู่สังคม โดยการสร้างร้านต้นแบบเป็นศูนย์ฝึกเอกชน ได้แก่ ร้านเบลลินี่ สาขากระทรวงยุติธรรม เพื่อฝึกอาชีพเยาวชนกรมพินิจต่อเนื่องรุ่นที่ 8-10 โดยในปี 2567 มีเยาวชนเข้าร่วมโครงการ 8 ราย และได้รับโอกาสการบรรจุเข้าทำงาน ณ ร้านเบลลินี่ จำนวน 4 ราย





โครงการ ส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรมกลุ่มเปราะบาง

ซีพีแรม ขอนแก่น ร่วมกับเครือเจริญโภคภัณฑ์ และบริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ให้ความรู้กลุ่มผู้เปราะบาง ณ สมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย (สาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง) ด้าน หลักปฏิบัติสุขอนามัยที่ดี (GHP หรือ Good Hygiene Practice) และการจัดการวัตถุดิบทางการเกษตรให้ได้มาตรฐานหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิต (GMP หรือ Good Manufacturing Practice) ก่อนส่งมอบ เช่น ใบมะกรูด ใบโหระพา พริกขี้หนูแดง หอมแดง หอมแขก กระเทียมไทย และต้นหอม เป็นต้น ซึ่งวัตถุดิบทางการเกษตรดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ต่อในกระบวนการผลิตอาหาร พร้อมรับประทานของซีพีแรม เช่น ข้าวกะเพราหมู ข้าวกะเพราไก่ไข่ดาว ข้าวปลาผัดพริกสด ข้าวพะแนงหมูไข่เจียว หมูสับ ฯลฯ ที่จำหน่ายในร้าน 7-Eleven ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2567 มีปริมาณการจัดซื้อวัตถุดิบ 41.63 ตัน รวมมูลค่าการจัดซื้อ 3.38 ล้านบาท




โครงการต่อเนื่อง ซีพี ออลล์ เปิดพื้นที่สร้างโอกาส Giving Space ปีที่ 5

มอบพื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven สาขาหมู่บ้านพฤกษา 30 จ.นนทบุรี แก่ชมรมสตรีพิการจังหวัดนนทบุรี โดยประสานความร่วมมือกับสำนักปฏิบัติการ จัดสรรพื้นที่หน้าร้านแก่องค์กรคนพิการที่มีศักยภาพ เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากกลุ่มคนพิการและผู้ดูแลคนพิการ นำมาสู่การสร้างรายได้และการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืนแก่กลุ่มคนพิการ ปี 2567 มีผู้พิการที่เข้าร่วมโครงการ 50 ราย

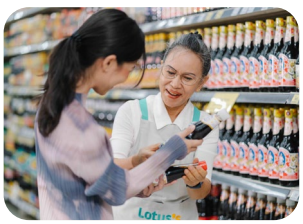



โครงการ ซีพี แอ็กซ์ตร้า เคียงข้างสังคมไทย

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมกับกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว เปิดพื้นที่สร้างอาชีพให้ครอบครัวเลี้ยงเดี่ยว ณ โลตัส สาขาพลัสมอลล์บางใหญ่ เพื่อส่งเสริมช่องทางการขาย และสร้างรายได้ให้กับครอบครัวเลี้ยงเดี่ยว กลุ่มอาชีพของกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว พร้อมจัดกิจกรรมเวิร์กชอปการตลาดออนไลน์ พัฒนาทักษะทางการตลาดให้สามารถต่อยอดการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงการเพิ่มโอกาสและช่องทางการขายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ปี 2567 มีแม่เลี้ยงเดี่ยวที่เข้าร่วมโครงการ 30 ราย

โครงการ 60 ยังแจ๋ว มอบโอกาสให้ผู้สูงวัย

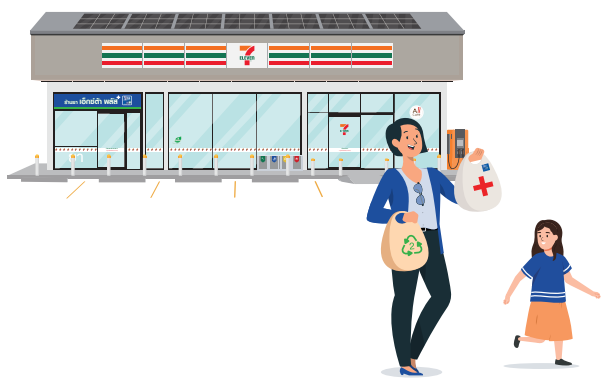
ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมกับกระทรวงแรงงาน รับสมัครผู้สูงวัยอายุ 60 ปีขึ้นไป ร่วมงานอบรม เสริมทักษะ พร้อมเปิดพื้นที่ขายสินค้าภายในแม็คโคร - โลตัส โดยการจ้างงานผู้สูงอายุ เข้าปฏิบัติงานในสาขา 227 ราย หรือเข้าโครงการฝึกอาชีพ ในกิจกรรม เถ้าแก่วัยเก๋า 150 ราย เพื่อสร้างรายได้ให้กับผู้สูงอายุที่ต้องการทำงานอิสระ หรือมีธุรกิจของตนเอง และมีการเปิดตลาดสุขใจวัยเก๋า ที่เปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้กับผู้สูงวัย 100 ราย โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่งถือเป็นหนึ่งในความมุ่งมั่นขององค์กรในการสร้างคุณค่าและประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม โดยทั้งโครงการมีผู้สูงวัยเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 477 ราย




โครงการต่อเนื่อง ตลาดนัด ซีพี ออลล์ เปิดพื้นที่สร้างโอกาส ปีที่ 2

มอบพื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven (Stand Alone Model) คือ สาขาบางแสนสาย 1 (หาดวอนนภา) จังหวัดชลบุรี ซึ่งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ แก่กลุ่มคนพิการจังหวัดชลบุรี 6 กลุ่ม เพื่อสนับสนุนช่องทางการขายสินค้าแก่กลุ่มวิสาหกิจคนพิการในช่วงวันหยุดตามประเพณี 4 วัน อันเป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวหนาแน่นนำมาสู่การสร้างรายได้และการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืนแก่กลุ่มคนพิการสืบไป ปี 2567 มีผู้พิการที่เข้าร่วมโครงการ 60 ราย



3 สร้างอาชีพ

บริษัทสนับสนุนเอสเอ็มอีด้วยแนวคิด “SME โตไกลไปด้วยกัน” ผ่านกลยุทธ์ “3 ให้” ให้ช่องทางขาย ให้ความรู้ ให้การเชื่อมโยงเครือข่าย เพื่อส่งเสริม พัฒนาผลิตภัณฑ์จากเอสเอ็มอี ผู้ประกอบการชุมชน และเกษตรกร กว่า 8,769 รายการ มูลค่าการสนับสนุน กว่า 28,134 ล้านบาท

กลยุทธ์ “3 ให้”

“ให้ช่องทางขาย”

- ขยายโอกาสผ่านการทำ Business Matching ภายใต้ชื่อโครงการ Big Match เป็นความร่วมมือกับทางหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
- ขยายโอกาสการเติบโตทางธุรกิจ และสร้างแบรนด์ให้กับเอสเอ็มอี ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน เกษตรกร รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ผ่านช่องทางการขายที่มีศักยภาพทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ 7-Delivery รวมถึงช่องทางอื่น ๆ เช่น พื้นที่หน้าร้าน 7-Eleven และ ALL SME MARKET PLACE เป็นต้น

“ให้ความรู้”

- สนับสนุนให้เอสเอ็มอี ผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน รวมถึงเกษตรกร สามารถเข้าถึงองค์ความรู้ที่สำคัญและจำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ อาทิ การพัฒนาคุณภาพสินค้าและการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ การตลาด การจัดการต้นทุน ความรู้เฉพาะทางตามประเภทธุรกิจ ช่วยเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน ผ่านการดำเนินงานจัดสัมมนาประจำปี ถ่ายทอดความรู้ (know-how) และการให้คำปรึกษาแนะนำ ด้วยโปรแกรมการพัฒนาที่เหมาะสมสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการตลอดวงจรของการเป็นผู้ประกอบการ

“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

ให้ช่องทางขาย: เพิ่มโอกาสการขาย ขยายโอกาสการเติบโตให้แก่เอสเอ็มอี

โครงการต่อเนื่อง สรรหาเอสเอ็มอีและวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด

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

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ 20 ราย
- จำนวนผลิตภัณฑ์ที่บริษัทส่งเสริมช่องทางการขาย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ 20 รายการ
- มูลค่าการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ กว่า 0.8 ล้านบาท

กรณีศึกษา



บริษัท วี ฟู้ดส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ซีพี ออลล์ ร่วมกับ บริษัท วี ฟู้ดส์ (ประเทศไทย) จำกัด ยกระดับผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป ได้แก่ กล้วยหอมอบเนย กล้วยหอมกรอบ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น สู่มาตรฐานระดับโลก จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านดอนทอง จ.นครปฐม ผ่านการวางแผนทำงานร่วมกันในทุกมิติ ตั้งแต่ระดับชุมชน และเกษตรกร ในการช่วยสร้างความมั่นคงด้านรายได้ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และผู้ประกอบการเอสเอ็มอีให้สามารถคัดเลือกวัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ นำมาผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน พร้อมส่งต่อสู่ผู้บริโภค โดยในปี 2567 สร้างยอดขายกว่า 359 ล้านบาท เติบโตขึ้นกว่าร้อยละ 21



บริษัท ทันน่า ฟู้ดส์ จำกัด

ซีพี ออลล์ ส่งเสริมเอสเอ็มอี โดยร่วมมือกับ บริษัท ทันน่า ฟู้ดส์ จำกัด เจ้าของอาหารทานเล่นสไตล์ไทยที่สะท้อนเอกลักษณ์ท้องถิ่นผ่านผลิตภัณฑ์หลากหลาย ได้แก่ ขนมปังชีสไส้สับปะรด ผลไม้แปรรูป และอาหารทะเลแปรรูป ซึ่งพัฒนาร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ โดยแนวทางการพัฒนาของทันน่า ฟู้ดส์ สอดคล้องกับนโยบายของซีพี ออลล์ ที่มุ่งสนับสนุนเอสเอ็มอีเน้นการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ส่งเสริมการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน พร้อมให้คำปรึกษาตั้งแต่การยกระดับมาตรฐานการผลิต การพัฒนาแพ็กเกจจิ้ง ไปจนถึงการเปิดโอกาสในการจำหน่ายผ่านร้าน 7-Eleven ทั้งนี้ ซีพี ออลล์ ยังให้ความสำคัญ ต่อการพัฒนาขนมไทยอย่าง “ขนมปั้นสิบ” โดยใช้แป้งทำขนม ผสมกับข้าวสังข์หยด ข้าวพันธุ์พื้นเมืองของ จังหวัดพัทลุง แทนการใช้ข้าวสาลี เพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ และช่วยส่งเสริมเสน่ห์เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ โดยในปี 2567 สร้างยอดขายกว่า 87 ล้านบาท



บริษัท สุพรรณคิวฟู้ดส์ จำกัด

สินค้าแบรนด์ แม่ละมาย ผลิตภัณฑ์เอสเอ็มอีคุณภาพที่วางจำหน่ายภายในร้าน 7-Eleven มาตั้งแต่ปี 2542 เป็นเอสเอ็มอีของหวานที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคมาอย่างยาวนาน จากการคัดสรรวัตถุดิบจากธรรมชาติ ผ่านกระบวนการผลิตที่ใส่ใจทุกขั้นตอน ทำให้ได้รสชาติอร่อย สะอาด ถูกสุขอนามัย เหมาะสำหรับคนรักสุขภาพและมองหาสิ่งที่มีประโยชน์ และช่วยส่งเสริมภาคเกษตรโดยการนำผลผลิตทางการเกษตร เช่น แห้ว ลูกตาล ลูกลาน ใบเตย มาเป็นวัตถุดิบ โดยในปี 2567 สร้างยอดขายกว่า 81 ล้านบาท เติบโตขึ้นกว่าร้อยละ 544

โครงการต่อเนื่อง เปิดโอกาส สร้างอาชีพ กับ ALL SME MARKET PLACE ปีที่ 4

ซีพี ออลล์ สนับสนุนสินค้าและผลิตภัณฑ์จากเกษตรกรและชุมชน สร้างโอกาสในการขาย เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ผ่าน ALL SME MARKET PLACE On Tour เปิดโอกาสให้ช่องทางการจำหน่ายสินค้าแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร กลุ่มเอสเอ็มอี กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มสถาบันการศึกษา เป็นแหล่งรวมสินค้าของชุมชนต่าง ๆ ภายในประเทศ เพื่อเพิ่มการกระจายรายได้ในกลุ่มเศรษฐกิจฐานราก เช่น สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP สินค้า GI สินค้าประจำถิ่น สินค้าเกษตร เป็นต้น รวมถึงสนับสนุนและส่งเสริมพัฒนาความรู้ผู้ประกอบการ โดยมุ่งยกระดับจากสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นสู่สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานสากล ส่งเสริมสินค้าชุมชนและสินค้าเกษตรให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น ผ่านการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ 118 ราย
- จำนวนผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินงานให้คำปรึกษาและให้ช่องทางเพิ่มเติม 20 ราย
- รายได้หมุนเวียนกลับชุมชน 3.04 ล้านบาท
- ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานสากล วางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven 2 รายการ

สนับสนุนช่องทางการขายทั้งภายในและภายนอกของบริษัท ผ่านช่องทางออฟไลน์ อาทิ การออกบูท การให้พื้นที่หน้าร้าน การส่งขายในตลาด Modern Trade (Local Product) และช่องทางออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ แอพพลิเคชันไลน์ ติ๊กต็อก เฟซบุ๊ก ของ ALL SME MARKET PLACE

สนับสนุนการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้และอธิบายสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นการขายและให้เป็นที่แพร่หลายมากขึ้น

สนับสนุนการเข้าถึงช่องทางการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนการขนส่ง

สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และให้ความรู้ เพื่อยกระดับจากผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ผลิตภัณฑ์ที่ได้ตามมาตรฐานสากล เตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด





โครงการต่อเนื่อง “เคียงข้างเกษตรกรไทย”

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ให้การสนับสนุนสินค้าและผลิตผลทางการเกษตรจากกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่น รวมถึงผลิตผลจากเกษตรกรชาวเขา มูลนิธิโครงการหลวง อาทิ แม่เหียะ แม่แฮ และเลอตอ จำหน่ายที่สาขาของแม็คโคร โลตัส ทั่วประเทศ ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า ยกระดับการผลิตอาหารให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพและปลอดภัย ตลอดจนส่งเสริมการมีรายได้ที่มั่นคงยั่งยืน ในปี 2567 สนับสนุนผลิตภัณฑ์จากเกษตรกรรวม 87,831.49 ตัน มูลค่าการสนับสนุน 9,289 ล้านบาท

การสนับสนุนผลผลิตทางการเกษตร



เนื้อสัตว์ชนิดต่าง ๆ

- สนับสนุนเนื้อสัตว์และสินค้าโปรตีนทางเลือกกว่า 674.72 ตัน
- มูลค่าการสนับสนุนกว่า 157 ล้านบาท



เนื้อไก่ ไข่ไก่ และนม

- รับซื้อเนื้อและไข่ไก่ออร์แกนิกกว่า 6,845.65 ตัน
- มูลค่าการสนับสนุนกว่า 582 ล้านบาท



ผลไม้ฤดูกาล เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ลำไย ลองกอง มะม่วง และอื่น ๆ

- รับซื้อผลไม้ตามฤดูกาลกว่า 13,165.04 ตัน
- มูลค่าการสนับสนุนกว่า 700 ล้านบาท



ผัก และผักพื้นบ้าน

- รับซื้อผักและผักพื้นบ้านกว่า 52,145.52 ตัน
- มูลค่าการสนับสนุน 1,848 ล้านบาท



สนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และ OTOP

- รับซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและ OTOP กว่า 197 รายการ
- มูลค่าการสนับสนุน 969,250 บาท

โครงการต่อเนื่อง รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร (โมเดลเขาโมเดล) ปีที่ 6

โลตัส รับซื้อผลผลิตโดยตรงจากเกษตรกรช่วยสร้างรายได้ที่เป็นธรรมและมั่นคงให้แก่เกษตรกร ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ อาทิ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายให้กลุ่มเกษตรกรสามารถบริหารจัดการการเพาะปลูกได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้เกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงรวมตัวกันตามนโยบายเกษตรแปลงใหญ่ของภาครัฐ ยกระดับมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเกษตร วางแผนการเพาะปลูกและจัดการรับซื้อล่วงหน้าตามนโยบายการตลาดนำการผลิต รวมไปถึงการสนับสนุนโอกาสในการส่งสินค้าเกษตรภายในเครือข่าย ในปัจจุบันโลตัสมีแปลงปลูกผักในรูปแบบ Farm Model 4 แหล่งหลัก ในทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย สร้างอาชีพรายได้ที่เป็นธรรม และมั่นคง ให้กับเกษตรกรกว่า 546 ครัวเรือน โดยการทำงานโดยใกล้ชิดกับกลุ่มเกษตรกรในรูปแบบ Farm Model ส่งผลให้การควบคุมและกำกับดูแลมาตรฐานด้านความปลอดภัยและคุณภาพสินค้าดียิ่งขึ้น ปัจจุบันโลตัสรับซื้อผัก 27 ชนิด จากเกษตรกรบ้านโนนเขากว่า 89 ครัวเรือน ครอบคลุมพื้นที่กว่า 270 ไร่ ในปริมาณกว่า 13,000 ตันต่อปี สร้างรายได้เสริมต่อครัวเรือน 12,000 บาทต่อเดือน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนเกษตรกรทุกภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการ 1,092 ราย
- ปริมาณการรับซื้อผลิตผลทางการเกษตร 13,000 ตันต่อปี

โครงการหลวงต่อเนื่อง รับซื้อผลผลิต ปีที่ 29

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ขยายความร่วมมือมูลนิธิโครงการหลวงต่อเนื่องกว่า 29 ปี ส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้เกษตรกรชาวเขา รวมถึงช่วยลูกค้าและประชาชนเข้าถึงสินค้า ผัก และผลไม้สดคุณภาพสูงในราคาที่เข้าถึงได้ โดยรับซื้อผลผลิตจาก “ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงเลอตอ” จังหวัดตาก ส่งจำหน่ายที่สาขาของโลตัสทั่วประเทศและช่องทางออนไลน์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำหน่ายสินค้าโครงการหลวงกว่า 80 รายการ ในโลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต 75 สาขา สร้างรายได้กว่า 115 ล้านบาท
- สนับสนุนระบบน้ำ มอบถังเก็บน้ำจำนวน 60 ถัง พร้อมระบบน้ำเพื่อการผลิต มูลค่ารวม 350,000 บาท

โครงการต่อเนื่อง สร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืนด้วย “กล้วยหอมทอง” ปีที่ 13

ซีพี ออลล์ สนับสนุนสินค้าจากผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางด้วยการเพิ่มช่องทางกระจายสินค้ากล้วยหอมทองสู่ผู้บริโภคผ่าน ร้าน 7-Eleven และส่งเสริมให้มีการเพาะปลูก และมีกระบวนการหลังการเก็บเกี่ยวให้มีมาตรฐาน สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยืดอายุการเก็บรักษา นอกจากนี้ ยังมีการนำกล้วยไปเป็นวัตถุดิบผลิตเป็นเค้กกล้วยหอม และมีการส่งเสริม พัฒนาความรู้ร่วมกับเกษตรกรในการปลูกกล้วยหอมทอง ต่อมาขยายผลส่งเสริมการปลูกกล้วยหอมทองไปทั่วประเทศ เพื่อกระจายการจำหน่ายสินค้าและคงความสดใหม่ รวมถึงสร้างรายได้ให้กับเกษตรในพื้นที่ตามภูมิภาคต่าง ๆ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ 1,290 ราย
- จำนวนพื้นที่เพาะปลูก 21,275 ไร่





สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ

โครงการ แคมเปญโปรโมทสินค้าเอสเอ็มอี

ซีพี ออลล์ นำศิลปินระดับโลก “แจ็คสัน หวัง” และ “เตนล์-ชิตพล ลี้พรชัยกุล” โปรโมทสินค้าเอสเอ็มอี กระตุ้นยอดขาย ภายใต้แคมเปญ “เสน่ห์ความเป็นไทยใคร ๆ ก็หลงรัก” สนับสนุนกลุ่มเศรษฐกิจฐานราก พร้อมทั้งช่วยผลักดันให้สินค้าอาหารของเอสเอ็มอีไทย เป็นสินค้าที่มีอิทธิพลทางวัฒนธรรม (Soft Power) ผ่านการดำเนินการ 4 ด้าน ได้แก่ 1) การติดตั้งป้ายโปรโมทสินค้าเอสเอ็มอีตามจุดขายของสินค้า 2) การเพิ่มจำนวน “7-Eleven SMEs Shelf” พร้อมทั้งพัฒนา “SMEs Shelf” ในบางสาขาให้เหมาะกับแต่ละพื้นที่ อาทิ สาขา Flagship สาขาสนามบินต่างๆ ให้อยู่ในรูปแบบของ Shelf SMEs ของฝากและของที่ระลึก 3) นำสินค้าเอสเอ็มอี มาร่วมโปรโมทในโฆษณาชุดต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง 4) สนับสนุนและส่งเสริมเอสเอ็มอีในทุกมิติ ช่วยให้ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีเข้าถึงแหล่งข้อมูล ความรู้ งานวิจัย ตลอดจนเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนในการสร้างการเติบโตให้เอสเอ็มอี

โครงการ ตลาดนัด SME สัญจร และ SME Fair

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ขยายแพลตฟอร์มแห่งโอกาส สำหรับเอสเอ็มอีและเกษตรกรไทย โดยร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสมาคมค้าปลีกไทย จัดกิจกรรม ตลาดนัด SME สัญจร และ SME Fair ตลอดทั้งปีกว่า 15 ครั้ง มีผู้ประกอบการรายย่อยเข้าร่วมกิจกรรมกว่า 205 ราย และมียอดขายรวม 693,000 บาทซึ่งเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน เพิ่มรายได้และขยายโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อยอย่างยั่งยืน มีการออกบูธจำหน่ายสินค้า และเปิดเวทีให้ผู้ประกอบการได้เจรจาจับคู่ธุรกิจกับห้างค้าส่ง - ค้าปลีก

ให้ความรู้: พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการที่เหมาะสม สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการ

แนวทางการพัฒนาศักยภาพตามวงจรของการเป็นผู้ประกอบการ (SMEs Journey Line)

เพื่อนใหม่ (ผู้ประกอบการทั่วไป)	เพื่อนสนิท (ผู้ประกอบการที่เป็นคู่ค้าธุรกิจแล้ว)	เพื่อนแท้ (ผู้ประกอบการคู่ค้าธุรกิจ ที่มีการเติบโตและมีความพร้อมสูง)
• ระบบจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ภายใต้ฐานข้อมูลของผู้ประกอบการ (SME Business Portal & Database)	• ส่งเสริมการเตรียมตัวเข้าสู่โมเดิร์นเทรด หรือการตลาดค้าปลีกแบบใหม่ที่เปิดรับสินค้าใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ (SME Clinic) • ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพหลากหลายด้าน เช่น ยกระดับคุณภาพสินค้าและการผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐาน การออกแบบ พัฒนาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้า และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์	• ส่งเสริมการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ เอ็มเอไอ ให้กับคู่ค้าของบริษัทที่มีอัตราการเติบโตสูง • ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการและชุมชนที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ (Capacity Building & Community) ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ศูนย์ความรู้ SME การสัมมนาวิชาการ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

โครงการต่อเนื่อง ศูนย์ เซเว่น อีเลฟเว่น สนับสนุนเอสเอ็มอี ปีที่ 3

ซีพี ออลล์ ขับเคลื่อนโครงการศูนย์ เซเว่น อีเลฟเว่น สนับสนุนเอสเอ็มอี มุ่งพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในหลากหลายด้าน เพื่อสร้างรายได้ที่มั่นคงให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีให้เติบโตอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. ด้านคน
องค์ความรู้ หรือ หลักสูตรการพัฒนา ในกระบวนการผลิต

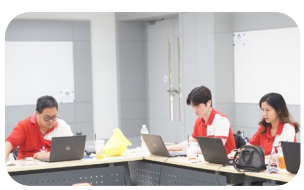
2. ด้านโครงสร้างธุรกิจ
ยกระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้า ชุมชนสู่ผู้ประกอบการ

3. ด้านเทคโนโลยี
เชื่อมเครือข่ายหน่วยงาน ในเครือมหาวิทยาลัย ที่มีความพร้อม ของเครื่องมือ/ อุปกรณ์สนับสนุน

4. ด้านสินค้าและช่องทางการขาย
สนับสนุนสินค้ากลุ่มอื่น ๆ ที่ขึ้นชื่อ สู่ช่องทาง การขายใหม่ ๆ

ในปี 2567 โครงการ ศูนย์ เซเว่น อีเลฟเว่น สนับสนุนเอสเอ็มอี พร้อมด้วย สำนักประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ จัดอบรมสัมมนาให้ความรู้ด้านฉลาก เนื่องด้วยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของคู่ค้าในเรื่องของการเตรียมความพร้อมในด้านของการจัดทำฉลากสินค้าให้ถูกต้อง ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับใหม่ ทั้ง 4 ฉบับ ที่จะเริ่มมีการบังคับใช้ จึงได้จัดให้มีการอบรมให้ความรู้ในเรื่องของ “การเตรียมความพร้อมด้านฉลากสินค้าตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 445-448” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คู่ค้าได้มีความรู้ ความเข้าใจในการจัดทำฉลากสินค้าให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้อง โดยมีคู่ค้าเข้าร่วมการอบรม จำนวน 1,218 ราย





ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ ALL FOOD TECH

เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพสินค้าของผู้ประกอบการโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ผ่านการรับรองคุณภาพ เพิ่มโอกาสในการขาย ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ ALL FOOD TECH บริการให้คำแนะนำพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และการตรวจวิเคราะห์ ในห้องปฏิบัติการ ดำเนินงานภายใต้มาตรฐาน ISO/IEC 17025: 2017 ซึ่งเป็นมาตรฐานของห้องปฏิบัติการที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ภายใต้การบริหารงานของสำนักประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซีพี ออลล์ โดยได้ดำเนินตามเกณฑ์ข้อกำหนด ดังนี้

- ความเป็นกลางและรักษาความลับของลูกค้า
- บุคลากรปฏิบัติงานอย่างเป็นกลาง และมีความสามารถและปฏิบัติงานตามระบบบริหาร
- มาตรฐานควบคุมและเฝ้าระวัง และมีการทบทวนแผน เป็นระยะเพื่อป้องกันอย่างเหมาะสม
- ทดสอบความใช้ได้ของวิธี และเลือกใช้วิธีที่เหมาะสม ในการวิเคราะห์ตัวอย่าง
- เครื่องมือที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน มีผลการสอบเทียบอย่างสม่ำเสมอ
- การทดสอบความชำนาญอย่างสม่ำเสมอ และมีนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง
- การควบคุมคุณภาพของผลการทดสอบ
- การควบคุมผลการทดสอบและได้รับการอนุมัติ ก่อนออกผลทุกครั้ง

ปัจจุบันศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ ALL FOOD TECH ให้บริการใน 3 ด้าน ได้แก่

ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ	Food Ingredient Innovation Center (FIIC)	Sensory Evaluation Center
ให้บริการทดสอบทางด้านจุลินทรีย์ เคมี และค่าทางโภชนาการ และศึกษาอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์	ศูนย์นวัตกรรมอาหารครบวงจร - บริการให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาสินค้าให้กับผู้ประกอบการ - บริการให้คำปรึกษาด้านกฎหมายอาหาร ฉลากสินค้า และการขอระบบโรงงานต่าง ๆ เช่น GMP GHP HALAL HACCP - ให้บริการเช่าใช้สิทธิบัตรนวัตกรรมใหม่ ๆ แก่ผู้ประกอบการ เพื่อต่อยอดสินค้าและการผลิตในเชิงอุตสาหกรรม	ให้บริการทดสอบทางประสาทสัมผัสสำหรับผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงให้บริการให้คำปรึกษาด้านต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการผลิตทางด้าน GMP และความปลอดภัยอาหาร

โดยมีส่วนช่วยในการลดภาระค่าใช้จ่าย ด้านการทดสอบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2567 ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมรับบริการ จำนวน 24 ราย

การส่งเสริม พัฒนาศักยภาพและให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี

โครงการต่อเนื่อง DIPROM Move to Modern Trade ปีที่ 3

ซีพี ออลล์ ร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จัดอบรมให้กับผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับการขาย ผ่านกิจกรรมเวิร์กชอปในหัวข้อ “เทคนิคการขายและการให้บริการ” และกิจกรรมเยี่ยมชมบูธสินค้าของผู้ประกอบการ พร้อมให้คำแนะนำจากผู้บริหารเพื่อเปิดช่องทางตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับนโยบาย “DIPROM CARE: ดีพร้อมแคร์” และการขยายพันธมิตรภาคธุรกิจ (Engagement)







โครงการต่อเนื่อง Business Accelerator ปีที่ 3

ซีพี ออลล์ ร่วมมือกับ หอการค้าไทย สภาหอการค้าไทย เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ ขยายสู่ช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ผ่านระบบประชุมออนไลน์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ ส่งมอบองค์ความรู้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลา 4 เดือน ตลอดจนกิจกรรมนำเสนอความคิดเพื่อโน้มน้าวผู้ลงทุน เพื่อชักชวนการนำเสนอสินค้าเสมือนจริงกับโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ ถือเป็นโครงการที่จะสร้างความเข้มแข็ง สร้างโอกาสในการขยายตลาด ขยายเครือข่ายพันธมิตรให้กับสมาชิกผู้ประกอบการ ในปี 2567 มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 2 รุ่น จำนวน 87 ราย

โครงการต่อเนื่อง พี่ช่วยน้อง (Big Brother) ปีที่ 8

ซีพี ออลล์ ดำเนินกิจกรรมพี่เลี้ยงทางธุรกิจร่วมกับหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย พร้อมหน่วยงานพี่เลี้ยงกว่า 22 หน่วยงาน เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- การดูแลผู้ประกอบการแบบรวม 150 ราย เช่น การประชุมกับผู้บริหาร เยี่ยมพื้นที่ปฏิบัติการ ห้องเรียนด้านการเงิน และการสร้างแรงบันดาลใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ เป็นต้น
- การดูแลผู้ประกอบการแบบเข้มข้น เฉพาะผู้ประกอบการที่ผ่านคัดเลือก 3 ราย ลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริง ประเมินหาโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ

ปี 2567 บริษัทที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 77 บริษัท จากการเข้าร่วมโครงการพบว่าผู้ประกอบการ 35 ราย (ร้อยละ 83.45) สามารถประเมินเป็นมูลค่าของรายได้และกำไรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถคิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมทั้งสิ้น 350.41 ล้านบาท

โครงการต่อเนื่อง ให้คำปรึกษา SMEs (7SMEs Support Center)

ซีพี ออลล์ เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตสินค้า ซักถามข้อสงสัยและปรึกษาเกี่ยวกับกระบวนการผลิต เงินทุน และองค์ความรู้ในการพัฒนาธุรกิจ ในปี 2567 ให้คำปรึกษาแก่เอสเอ็มอีผ่านโครงการ SMEs DBank โครงการ SME Clinic โครงการ DIPROM และโครงการ SME Support Center รวม 191 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 เพื่อสนับสนุนเอสเอ็มอี อาทิ โครงการอุดหนุนจากทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) LiveEx Platform ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ รวมถึงส่วนลดค่าบริการพิเศษจากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ALL FOOD TECH , All Now และ พีไอเอ็ม Food Academy เป็นต้น

โครงการต่อเนื่อง ตลาดนัดโชห่วย ปีที่ 14

แม็คโคร ร่วมส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจค้าปลีก รายย่อยและเอสเอ็มอีในทุกด้าน โดยเฉพาะโชห่วยที่เป็นกำลังสำคัญของเศรษฐกิจไทย โดยการพัฒนาให้ความรู้และสร้างโชห่วยยุคใหม่ผ่านโครงการ “มิตรแท้โชห่วย” ทำงานร่วมกับร้านค้าปลีกรายย่อยหรือโชห่วย กว่า 6,000 ราย ทั่วประเทศ เป็นศูนย์รวมองค์ความรู้และเทคโนโลยี รวมทั้งเทคนิคการบริหารร้านค้าให้พัฒนาขึ้นเป็นสมาร์ตโชห่วยที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ แต่ยังคงเสน่ห์ความเป็นศูนย์กลางชุมชนไว้ รวมถึงยังนำเสนอทางเลือกการทำร้านค้าปลีกแบบสำเร็จรูปที่ง่าย มีประสิทธิภาพ และเพิ่มผลกำไร ผ่านโมเดลร้านค้าปลีกชุมชน

โดยในปี 2567 จัดงานตลาดนัดโชห่วยภายใต้แนวคิด “มิตรแลนด์ ดินแดนสมาร์ตโชห่วย” โดยรวบรวมองค์ความรู้ที่จะให้โชห่วยประสบความสำเร็จได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ผ่านกลยุทธ์ 3 ส. ได้แก่

- สมาร์ต คือ พร้อมสนับสนุนผู้ประกอบการให้ดำเนินธุรกิจได้สมาร์ตหรือทันสมัยขึ้น ให้คุณเป็น มืออาชีพด้วย “แม็คโครโปร” Super App ที่ช่วยโชห่วยให้ สั่ง ขาย คุ้มในแอปเดียว พร้อมสิทธิพิเศษจากแม็คโครโปรพอยต์
- แนะเทคนิคสร้างกำไรและการพัฒนาร้านค้า เคล็ดลับการเปลี่ยนโชห่วยธรรมดาให้เป็นโชห่วย สุดสมาร์ตด้วยเวิร์กชอป

โครงการต่อเนื่อง MAKRO HORECA ACADEMYH (MHA) เพื่อนคู่คิดแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ปีที่ 17

แม็คโคร สานต่อโครงการ “สร้างงาน สร้างอาชีพ” ในทุกมิติ โดยแม็คโคร โฮเรก้า อคาเดมี หรือ MHA ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจัดอบรมหลักสูตร “Smart Restaurant Plus” แบ่งปันความรู้เพิ่มทักษะด้านบริหารธุรกิจและการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารภาคตะวันออก สร้างรายได้ให้ชุมชน พร้อมเป็นร้านอาหารยุคใหม่ที่ตอบโจทย์ลูกค้าแบบครบวงจร ทั้งทักษะและองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ บัญชีและภาษี ความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการนำมาปรับใช้ในการบริหารจัดการ และสื่อสารทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยในปี 2567 ได้จัดกิจกรรมในพื้นที่ภาคเหนือ ภายใต้แนวคิด “THE NEW POSSIBLE ทุกสิ่งเป็นจริงได้” มุ่งพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจโฮเรก้า จังหวัดเชียงใหม่ และพื้นที่ใกล้เคียงให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สมาชิกผู้ประกอบการ HORECA ที่เข้าร่วมโครงการกว่า 177,428 ราย
- มียอดการเข้าเรียนหลักสูตรออนไลน์ 224,742 ครั้ง

ช่องทางการรับชม

- Website: https://makrohorecaacademy.com
- Facebook: https://www.facebook.com/MakroHoReCaAcademy/
- YouTube: https://www.youtube.com/@makrohorecaacademy
- Instagram: https://www.instagram.com/makrohorecaacademy/
- Twitter: https://mobile.twitter.com/makromha
- Line @makro-mha

โครงการยกระดับผู้ประกอบการ Lotus’s SMART SME ติวเข้ม SME สู่เถ้าแก่แฟรนไชส์

โลตัส ร่วมกับ บริษัท พีเอ็มจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด ออกแบบหลักสูตรพิเศษ Lotus’s SMART SME สู่เถ้าแก่แฟรนไชส์ เพื่อส่งเสริมความรู้ด้านการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ พร้อมสนับสนุนพื้นที่เช่าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยในโลตัสสาขาทั่วประเทศ รวมทั้งช่องทางออนไลน์ สนับสนุนให้มีผู้ประกอบการเข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด เปิดโอกาสให้เข้าร่วมกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ และร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ผู้ประกอบการผ่านการอบรมหลักสูตร Lotus’s SMART SME ติวเข้มเอสเอ็มอี สู่เถ้าแก่แฟรนไชส์ 137 ราย รวม 123 กิจการ

โครงการ ยกระดับมาตรฐานการผลิตกลุ่มสินค้าเกษตร

ซีพี ออลล์ จัดสัมนาออนไลน์แก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี กลุ่มสินค้าเกษตร เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิต ด้วยการให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

- การจัดการผลผลิตในสภาพอากาศแปรปรวน
- การสร้างแบรนด์ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์กลุ่มสินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน
- ต้นแบบการพัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร
- การยกระดับด้านคุณภาพกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าเกษตร

ในปี 2567 มีเกษตรกรและผู้ประกอบการที่เข้าร่วม จำนวน 110 ราย





โครงการ “เรียนรู้ คู่ชุมชน” ภายใต้กิจกรรมศึกษาดูงานด้านการเกษตร

ส่วนวิชาการเกษตร บริษัท ซีพีแรม จำกัด ส่งเสริมความรู้และอาชีพให้กับกลุ่มเกษตรกรและชุมชน โดยการนำกลุ่มเกษตรกรและชุมชนในพื้นที่โดยรอบบริษัทในจังหวัดปทุมธานี ลำพูน ขอนแก่น และสุราษฎร์ธานี เข้าศึกษาดูงานแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตร เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำองค์ความรู้ วิธีการจัดการ และเทคโนโลยีด้านการเกษตรมาปรับใช้ในการประกอบอาชีพ และนำประสบการณ์ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้และต่อยอดให้เหมาะสมในการดำรงชีวิตประจำวัน ปี 2567 มีเกษตรกรและชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมศึกษาดูงาน จำนวน 72 ราย





โครงการปลูกผักสลัดเพื่อส่งเสริมความมั่นคงทางอาหาร

ซีพีแรม ชลบุรี สร้างโอกาสการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ร่วมกับโรงเรียนบ้านเขาดิน จัดโครงการปลูกผักสลัดเพื่อความมั่นคงทางอาหาร เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้การปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ เพื่อส่งเสริมความรู้ด้านการเกษตร และเพิ่มทักษะวิธีการปลูก ให้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยตามหลักแนวทาง FOOD 3S ได้แก่ 1) Food Safety 2) Food Security 3) Food Sustainability ให้ผู้ที่เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้อย่างยั่งยืน ปี 2567 มีบุคลากรในโรงเรียน นักเรียน และชุมชน ที่เข้าร่วม จำนวน 560 ราย

โครงการเกษตรกรคู่ชีวิต

ส่วนวิชาการเกษตร บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินโครงการ “เกษตรกรคู่ชีวิต” อย่างต่อเนื่องกว่า 10 ปี โดยส่งเสริมการสร้างงานและอาชีพการเพาะปลูกวัตถุดิบกะเพรา เพื่อพัฒนาและยกระดับเกษตรกรในชุมชนโดยรอบบริษัท ให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐาน ส่งเสริมการรับรองระบบมาตรฐานทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agricultural Practice : GAP) รวมถึงส่งเสริมการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในการเพาะปลูก และมีการรับซื้อใบกะเพราจากเกษตรกร เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเป็นสินค้าเมนูข้าวกะเพรา ในร้าน 7-Eleven

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมการเพาะปลูกกว่า 180 ราย
- สร้างรายได้จากการขายวัตถุดิบกะเพรา มูลค่ากว่า 30 ล้านบาทต่อปี

โครงการปลูกรัก

ส่วนวิชาการเกษตร บริษัท ซีพีแรม จำกัด ส่งเสริมความรู้ด้านการเกษตรให้กับเด็กนักเรียนและชุมชน โดยส่งมอบแหล่งการเรียนรู้ด้านการเกษตรผ่านโครงการปลูกรัก จากการปรับปรุงพื้นที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตรที่เหมาะสม เพื่อใช้เป็นแหล่งการเรียนรู้ด้านการเกษตร การปลูกผักปลอดภัย และตระหนักรู้ในการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย ตามแนวทาง FOOD 3S (Food Safety, Food Security และ Food Sustainability) อีกทั้งยังจัดกิจกรรมฝึกอบรมการปลูกผักปลอดภัย เพื่อให้เด็กนักเรียนและชุมชน ได้เพิ่มองค์ความรู้ ทักษะ วิธีการจัดการ และการดูแล พร้อมทั้งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเป็นรูปธรรม “ความปลอดภัยทางอาหาร” เป็นพื้นฐานของอาหารที่มีคุณภาพส่งผลให้ชีวิตมีคุณภาพอย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เพิ่มแหล่งการเรียนรู้ด้านการเกษตรให้แก่ชุมชน 2 แหล่ง
- จำนวนผู้ที่เข้าร่วมการฝึกอบรมจำนวน 154 ราย

ให้การเชื่อมโยงเครือข่าย: สร้างความสัมพันธ์และเชื่อมต่อระหว่างเอสเอ็มอี กับบุคคล องค์กร หรือ เครือข่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

โครงการ จับคู่ธุรกิจ และโครงการจับคู่โมเดลธุรกิจ (Synergy and Business matching)

ซีพี ออลล์ สนับสนุนเอสเอ็มอีให้มีโอกาสเติบโตและยกระดับสินค้าจากสินค้าชุมชนสู่ระดับประเทศ โดยคัดเลือกเอสเอ็มอีที่มีความมุ่งมั่นต้องการพัฒนาสินค้า พัฒนามาตรฐานความปลอดภัยของกระบวนการผลิต มาตรฐานโรงงาน พัฒนาสูตรสินค้าให้มีอายุวางขายยาวนานขึ้น รวมถึงพัฒนาบรรจุภัณฑ์เข้าร่วมโครงการจับคู่ธุรกิจ เพื่อรับคำแนะนำและร่วมพัฒนาสินค้า รวมถึงได้รับการสนับสนุนการกระจายสินค้าผ่านร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ ปี 2567 มีเอสเอ็มอีเข้าร่วมโครงการ 1,022 ราย และมีสินค้าเข้าร่วม ในการจับคู่ธุรกิจกว่า 300 รายการ

4 สร้างชุมชนอุ่นใจ

เป็นแสงสว่างและที่พึ่งชุมชน ยืนหยัดเคียงคู่ชุมชนและสังคมเสมือนเพื่อนที่ห่วงใยใกล้ ๆ คุณ โดยในปี 2567 มีการดำเนินโครงการสำคัญ ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง “จิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน”

บริษัทสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยหลัก 3 ประโยชน์ รับฟัง และวิเคราะห์ความต้องการของชุมชนรอบร้านในพื้นที่รัศมีไม่เกิน 5 กิโลเมตร และตอบสนองความต้องการผ่านกิจกรรมหลัก 6 ด้าน ประกอบด้วย

- กิจกรรมสนับสนุนวันสำคัญต่าง ๆ ของชุมชน
- กิจกรรมส่งเสริมการแบ่งปันและสร้างความสะดวกให้ชุมชน อาทิ ตลาดนัดชุมชน ศูนย์รวมสุขภาพดีของชุมชน เป็นสะพานบุญร่วมรับบริจาคเพื่อส่งต่อธารน้ำใจให้ผู้ด้อยโอกาสในชุมชน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมโครงการ 13,148 ราย
- จำนวนชั่วโมงรวมจิตอาสา จำนวนชั่วโมงรวมจิตอาสา 149,247 ชั่วโมง
- จำนวนคนในชุมชนเข้าร่วมโครงการ 291,417 ราย
- งบประมาณสนับสนุนจิตอาสา 8.36 ล้านบาท

- กิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาเยาวชน อาทิ สนับสนุนอุปกรณ์การเรียนการสอน มอบทุนการศึกษา ปรับปรุงสภาพแวดล้อมโรงเรียน
- กิจกรรมด้านสาธารณประโยชน์โดยพนักงาน
- กิจกรรมด้านส่งเสริมศาสนาซึ่งเป็นศูนย์กลางยึดเหนี่ยวจิตใจของชุมชน
- กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของชุมชน อาทิ การปลูกต้นไม้ การจัดการขยะชุมชน

ซึ่งแนวทางดังกล่าวครอบคลุมถึงพื้นที่ดำเนินการที่สำคัญของบริษัท ได้แก่ ศูนย์กระจายสินค้า ศูนย์จำหน่ายแม็คโคร และโลตัส โรงงานผลิตอาหาร ซีพีแรม เป็นต้น







โครงการต่อเนื่อง บุญนิธิแสตมป์เซเว่นเพื่อสาธารณกุศลทุกภูมิภาค ปีที่ 2

ด้วยความมุ่งมั่นสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับสังคมและชุมชนไทย บริษัทเชิญชวนประชาชนและลูกค้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการส่งมอบโอกาสความเป็นอยู่ที่ดีให้กับสังคม จากการติดแสตมป์ที่โปสเตอร์ในร้าน 7-Eleven ทุกสาขา หรือ บริจาค M-Stamp ผ่านทางแอปพลิเคชัน 7App รวมถึงสามารถร่วมบริจาคเงินผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ บริษัทนำเงินที่ได้รับจากการบริจาคแสตมป์ของลูกค้าเซเว่นฯ มาบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับสังคม ชุมชน ในรูปแบบของกองทุน “บุญนิธิแสตมป์เซเว่น เพื่อสาธารณกุศลทั่วทุกภูมิภาค” ผ่านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมภายใต้ 5 วัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ 1) การช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส 2) การช่วยเหลือวัดและโรงเรียนในถิ่นทุรกันดาร อาทิ การปรับปรุงห้องน้ำในโรงเรียนที่ขาดแคลนทั่วประเทศ ส่งมอบมื้ออาหารกลางวันให้น้อง ๆ นักเรียนในพื้นที่ห่างไกล 3) การสงเคราะห์สัตว์ อาทิ ช่วยเหลือสัตว์เลี้ยง สุนัขและแมวจรจัด 4) การช่วยเหลือผู้ป่วยและโรงพยาบาล 5) การช่วยเหลือผู้พิการ ปี 2567 มียอดบริจาคแสตมป์เพื่อสาธารณกุศล เป็นจำนวนเงินกว่า 6.87 ล้านบาท สรุปผลลัพธ์ ดังนี้

สิ่งก่อสร้างโรงเรียน 115 แห่ง	อุปกรณ์โรงเรียน 12 แห่ง	ทุนการศึกษา ทุนอาหารกลางวัน 5 แห่ง	ช่วยสัตว์จรจัด 3 โครงการ
• ห้องน้ำ 109 แห่ง • กำแพงชำรุด 1 แห่ง • หลังคา 3 แห่ง • โรงอาหาร 1 แห่ง • เครื่องโทรมาตร 2 แห่ง	• อุปกรณ์กีฬา • อุปกรณ์การเรียน • เครื่องกรองน้ำ • เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น พัดลมในห้องเรียน • อื่น ๆ	• ทุนการศึกษา 40 ทุน - มูลนิธิบ้านจริงใจ - ศูนย์การศึกษาพิเศษ จังหวัดสมุทรสาคร - โรงเรียนการศึกษา คนตาบอด จังหวัดขอนแก่น - โรงเรียนอนุบาลเมืองบ้านนาเมืองสุโขทัย • โครงการอาหารกลางวัน - โรงเรียนป่าหวายวิทยายน	• โครงการทำหมันหมา-แมว • โครงการศูนย์พักพิงสุนัขและแมวจรจัด • โครงการทำ Wheelchair สำหรับสุนัขพิการ

กรณีศึกษา ส่งมอบเงินบริจาคให้แก่ มูลนิธิเพื่อสุนัขในซอย (Soi Dog Foundation)

เพื่อสร้างสรรค์สังคม ชุมชนที่น่าอยู่ มีคุณภาพชีวิตที่ดี และช่วยลดอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นจากสัตว์เลี้ยงจรจัด ด้วยการควบคุมจำนวนประชากรสุนัขและแมวจรจัดอย่างมีมนุษยธรรม ผ่านการทำหมันและฉีดวัคซีน เพื่อป้องกันโรคระบาดและลดปัญหาสุขอนามัยในชุมชน นอกจากนี้ ส่งเสริมการหาบ้านใหม่ให้กับสุนัขและแมวที่ไม่สามารถกลับคืนถิ่นฐานเดิมได้ให้มีอาหารและที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม ปลอดภัย และยังเป็นการสร้างจิตสำนึกในการดูแล สัตว์เลี้ยงอย่างถูกต้องอีกด้วย

โครงการต่อเนื่อง สร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้กับชุมชน ปีที่ 3

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

- โครงการ ส่งกำลังใจให้ My Hero ครั้งที่ 3 ส่งมอบอุปกรณ์ดับเพลิงและอุปกรณ์กู้ชีพ เช่น หมวกดับเพลิงนอกอาคาร เสื้อกันไฟในอาคาร เสื้อคลุมดับเพลิงนอกอาคาร ถุงมือดับเพลิงนอกอาคาร รองเท้าดับเพลิง สายส่งน้ำดับเพลิง เป็นต้น รวมมูลค่า 1.17 ล้านบาท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้กับหน่วยงานกู้ภัยและกู้ชีพ 30 หน่วยงาน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนผู้ได้รับการฝึกอบรม 200 ราย
- หน่วยงานกู้ภัย กู้ชีพที่ได้รับการสนับสนุนอุปกรณ์ จำนวน 600 ราย 30 หน่วยงาน
- จำนวนผู้ประสบภัยที่เข้าถึงอาหารและน้ำ 873,905 ราย
- งบประมาณสนับสนุน 1.92 ล้านบาท

- ซีพี ออลล์ ร่วมกับกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ดำเนินการฝึกซ้อมดับเพลิงและฝึกซ้อมอพยพหนีไฟตามแผนป้องกันและระงับอัคคีภัยให้กับศูนย์การศึกษาพิเศษจังหวัดสิงห์บุรี
- การเข้าร่วมระงับเหตุภัยพิบัติต่าง ๆ อาทิ ไฟไหม้ น้ำท่วม ช่วยเหลือกู้ภัยที่ประสบเหตุได้รับบาดเจ็บหรือเสียชีวิต พร้อมอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในเหตุการณ์น้ำท่วม ลงพื้นที่ช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย อาทิ น้ำดื่ม ข้าวสาร ปลากระป๋อง ในพื้นที่ภาคเหนือและภาคใต้ จังหวัดเชียงราย แพร่ น่าน สุโขทัย และสงขลา
- ซีพี ออลล์ ร่วมสมทบทุนจัดซื้อเครื่องฟื้นคืนคลื่นหัวใจด้วยไฟฟ้าชนิดอัตโนมัติ (AED) เพื่อชุมชน ติดตั้งในร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ จำนวน 10 เครื่อง




โครงการต่อเนื่อง CPRAM We Care ใส่ใจห่วงใยชุมชน ปีที่ 5

ซีพีแรม ลาดกระบัง ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ส่งมอบความเป็นอยู่ที่ดี โดยส่งมอบถุงยังชีพ อาหาร และน้ำดื่มที่ปลอดภัย พร้อมให้การช่วยเหลือ ตรวจสุขภาพเบื้องต้นให้กับกลุ่มเปราะบาง รวมถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการ ผู้เปราะบางในชุมชนโดยรอบนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังให้มีคุณภาพชีวิตและสุขอนามัยที่ดี ลดการเจ็บป่วย และมีความสุขในการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนกลุ่มเปราะบางในชุมชนที่ได้รับการบริจาค 35 ราย
- จำนวนพนักงานเข้าร่วมโครงการ 49 ราย
- งบประมาณในการสนับสนุน 21,613 บาท

โครงการ “รักน้องหมา 24 ชั่วโมง”

ซีพี ออลล์ ร่วมกับ สำนักอนามัย สังกัดกรุงเทพมหานคร ให้บริการทำหมันและฉีดวัคซีนป้องกันโรค พิษสุนัขบ้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย พร้อมทั้ง จัดการอบรมแลกเปลี่ยนความรู้ในการดูแลสัตว์เลี้ยงอย่างถูกต้อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดูแลสังคมชุมชน ลดการเกิดโรคทางระบบสืบพันธุ์ ลดพฤติกรรมก้าวร้าวของสุนัข และเพื่อสุขภาพที่ดีของสัตว์เลี้ยงในระยะยาว ปี 2567 มีสุนัขและแมวที่ได้รับการฉีดวัคซีน จำนวน 499 ตัว ทำหมันสุนัข 407 ตัว




โครงการต่อเนื่อง “เสริมอาชีพ สร้างรายได้สู่ชุมชน” ปีที่ 5

ซีพีแรม ลาดกระบัง ร่วมกับสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จัดโครงการ “ส่งเสริมทักษะอาชีพ” และโครงการ “เสริมอาชีพ สร้างรายได้สู่ชุมชน” เพื่อส่งเสริมทักษะอาชีพให้กับสมาชิกในชุมชนโดยรอบนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง พร้อมต่อยอดและพัฒนาการจัดตั้งกลุ่มอาชีพจนนำไปสู่การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน รวมถึงร่วมกันสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ ผ่านการจัดกิจกรรมฐานเพิ่มมูลค่าอาหาร พร้อมบรรยายให้ความรู้ด้านการเพิ่มรายได้ด้วยการตลาดออนไลน์ เพื่อสร้างทักษะอาชีพ นำไปสู่การต่อยอดสร้างรายได้สู่ชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม 101 ราย
- สร้างรายได้แก่ชุมชน มากกว่า 97,042 บาท

โครงการตำรวจท่องเที่ยว X 7-Eleven เปิดจุดรับแจ้งเหตุสำหรับนักท่องเที่ยว

ซีพี ออลล์ ร่วมกับ ตำรวจท่องเที่ยวนำโครงการชุมชนท่องเที่ยวเข้มแข็ง Strong Tourism Community (S.T.C.) โดยยึดหลักแนวทาง Smart Safety Zone มาประยุกต์ใช้ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ 20 แห่ง ใน 18 จังหวัด โดยสร้างภาคีเครือข่ายกับภาคเอกชน ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ เพื่อแสวงหาแนวทางดำเนินการร่วมกันในการสำรวจจุดเสี่ยงทางกายภาพ วางแผนแก้ไข และตรวจสอบประเมินผล ให้แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น โดยเบื้องต้นมีการอบรมอาสาสมัคร ตามโครงการชุมชนท่องเที่ยวเข้มแข็ง Strong Tourism Community (S.T.C.) ไปแล้วจำนวน 1,611 ราย ในจำนวนนี้เป็นพนักงาน ร้าน 7-Eleven 307 ราย จาก 155 สาขา ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทั่วประเทศ





โครงการ 7-Eleven X ตำรวจท่องเที่ยว X สถานฑูตอังกฤษ ยกระดับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ขับขี่ปลอดภัยทั่วไทย

เป็นโครงการที่ทำร่วมกับตำรวจท่องเที่ยวและสถานฑูตอังกฤษ เป็นศูนย์กลางเผยแพร่ข้อมูล สร้างความปลอดภัย ไร้กังวล ท่องเที่ยวไทยอย่างมั่นใจ โดยร้าน 7-Eleven จะเป็นช่องทางกระจายข้อมูล และคำแนะนำด้านความปลอดภัยในการขับขี่บนท้องถนน เช่น การปฏิบัติตามกฎหมายจราจร การสวมหมวกกันน็อค ไม่ขับขี่ในขณะมีอาการมึนเมา และการทำประกันอุบัติเหตุ เป็นต้น โดยจะติดโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ที่ร้าน 7-Eleven และเผยแพร่ผ่านจอของเครื่องชำระเงิน (POS)




สนับสนุนการศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต

"ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ด้วยการสนับสนุนระบบการเรียนรู้ออนไลน์แบบผสมผสานที่เข้าถึงง่าย เปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนได้เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต เพิ่มโอกาสในการสร้างอาชีพ สร้างการเติบโต และประสบความสำเร็จในชีวิตอย่างยั่งยืน"



สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG1 ขจัดความยากจนทุกรูปแบบในทุกพื้นที่

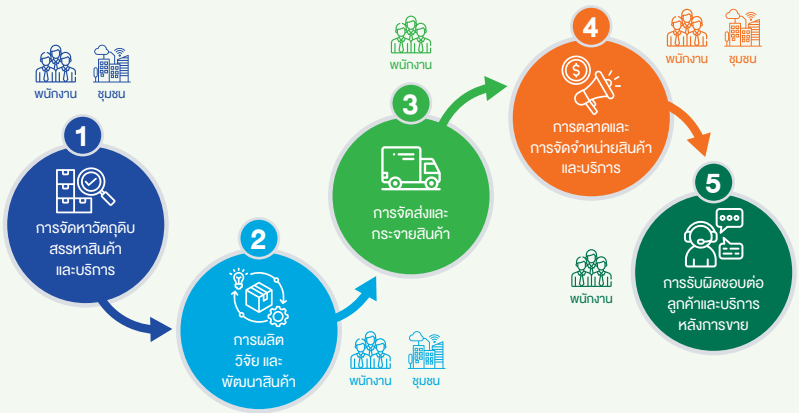
1.4 สร้างหลักประกันว่าชายและหญิงทุกคน โดยเฉพาะคนยากจนและกลุ่มผู้เปราะบาง มีสิทธิเท่าเทียมในการเข้าถึงทรัพยากรทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการเข้าถึงการบริการขั้นพื้นฐาน การถือกรรมสิทธิ์ และใช้ประโยชน์เหนือที่ดินและทรัพย์สิน

SDG4 สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

4.3 ให้ชายและหญิงทุกคนเข้าถึงการศึกษาวิชาเทคนิค อาชีวศึกษา อุดมศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัยที่มีราคาที่สามารถจ่ายได้และมีคุณภาพ

4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็นรวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดีและการเป็นผู้ประกอบการ

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

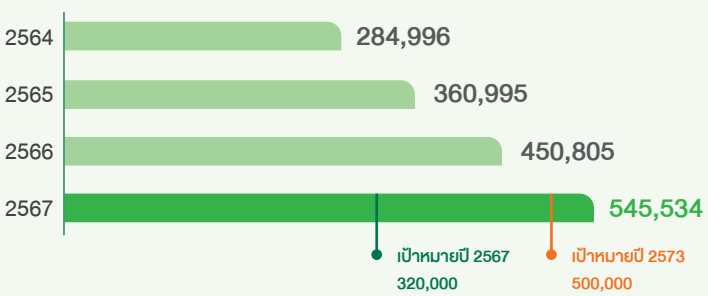
- มิติสังคม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- สำคัญมาก (Critical Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

สนับสนุนเด็ก เยาวชน รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ ให้มีทักษะทางเทคนิคและอาชีพที่จำเป็นต่อการทำงาน รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (หน่วย : รายสะสม)



ผลการดำเนินงานสำคัญ ปี 2567

- ส่งมอบโอกาสทางการศึกษาให้กับเยาวชน โรงเรียน CONNEXT ED สะสม 610 โรงเรียน
- สนับสนุนทุนการศึกษา 37,523 ทุน มูลค่า 1,186 ล้านบาท
- สนับสนุนการศึกษาและส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับพนักงาน 3,248 คน มูลค่า 108.64 ล้านบาท
- พัฒนาทักษะอาชีพให้กับเด็ก เยาวชน และกลุ่มเปราะบาง 57,206 คน
- นักเรียน นักศึกษา ที่ได้รับการฝึกงาน 35,860 คน

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- โครงการต่อเนื่องขยายผลพัฒนาโรงเรียน CONNEXT ED เพิ่ม 47 โรงเรียนทั่วประเทศ
- โครงการต่อเนื่อง คืนคนดีสู่สังคม ปีที่ 6 ร่วมกับศาลเยาวชนและครอบครัว กรมคุมประพฤติ กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรม มอบโอกาสทางการศึกษาและสนับสนุนทักษะอาชีพให้เยาวชนทั่วประเทศที่เคยกระทำความผิดเพื่อให้ผู้กระทำผิดสามารถกลับคืนสู่สังคมได้อย่างภาคภูมิและดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุข
- โครงการเครือข่ายสร้างสุข สู่ปลายด้ามขวาน สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาของกลุ่มเปราะบาง ปีที่ 5
- โครงการพีไอเอ็ม (PIM) ส่งรอยยิ้มสู่ยอดดอย สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาของกลุ่มชาติพันธุ์ ปีที่ 7
- โครงการต่อเนื่อง Creative AI Camp และ Creative AI Club ปีที่ 7
- โครงการประกวด CAI Retail Hackathon: Action Detection

ความเสี่ยงและโอกาส

ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว ส่งผลให้อุตสาหกรรมในหลายภาคส่วนต้องหยุดชะงัก เป็นผลให้อัตราการเลิกจ้างงานเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงความต้องการแรงงานของตลาดแรงงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทคำนึงถึงโครงสร้างทางสังคมซึ่งครอบคลุมถึงปัจจัยในการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐาน เตรียมความพร้อมและเพื่อเป็นแรงผลักดันด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้ก้าวหน้าอย่างมีเสถียรภาพ ผลักดันและส่งเสริมให้แรงงานมีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมาก

บริษัทจึงมุ่งส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตของพนักงาน ทั้งนี้ยังเปิดโอกาสให้กับสังคมในกลุ่มของ ชุมชน เด็ก เยาวชน และกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างเท่าเทียมทั้งในระบบและนอกระบบ ผ่านโครงการด้านการศึกษาขององค์กร ที่ครอบคลุมทักษะพื้นฐานต่อการประกอบอาชีพ รวมถึงการเสริมทักษะเฉพาะทางเพื่อต่อยอดองค์ความรู้เพิ่มโอกาสการประกอบอาชีพ เตรียมความพร้อมความสามารถในการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งส่งเสริมพนักงานของบริษัท ชุมชน เด็ก เยาวชน และกลุ่มเปราะบาง ให้ได้รับโอกาสในการเข้าถึงการเรียนรู้อย่างเท่าเทียม เพื่อการพัฒนาทักษะและความรู้ ตลอดจนการสร้างทัศนคติต่อการเรียนรู้ที่ดี โดยการส่งมอบการเรียนรู้จากในห้องเรียนควบคู่กับการปฏิบัติงานจริง รวมถึงปรับรูปแบบการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลง เช่น การศึกษาที่เน้นสมรรถนะ (Competency-Based Education) การเรียนรู้ออนไลน์และแบบผสมผสาน (Online and Blended Learning) การปรับพื้นที่สถานศึกษาตามมาตรฐานด้านความปลอดภัย เป็นต้น โดยอาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานในหลายภาคส่วนเพื่อจัดตั้งสถาบันการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ บริษัทยังสนับสนุนการมอบทุนการศึกษาภายใต้เส้นทางการพัฒนาอาชีพอย่างยั่งยืน โดยดำเนินงานตั้งแต่ ปี 2538 เพื่อเป็นแนวทางสร้างโอกาสทางอาชีพ สร้างรายได้ พัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับบุคลากร เยาวชน ชุมชน และกลุ่มเปราะบาง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ เรื่อง “การสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้แก่พนักงาน” ในบท “การพัฒนาทุนมนุษย์” หน้า 204-214

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

ส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ

ประเภท	มัธยมศึกษา	อุดมศึกษา	อาชีวศึกษา	รวม
นักเรียน นักศึกษา ที่อยู่ในระบบ (คน)	947	17,579	14,665	33,191
นักเรียน นักศึกษา ที่อยู่ในระบบสำเร็จการศึกษา (คน)	294	6,912	3,268	10,474
นักเรียน นักศึกษา ที่ทำงานกับบริษัทหลังสำเร็จการศึกษา (คน)	-	4,253	734	4,987
สนับสนุนทุนการศึกษา (ทุน)	-	22,778	14,745	37,523
มูลค่าสนับสนุนทุนการศึกษา (ล้านบาท)	-	968	218	1,186

พัฒนาทักษะอาชีพที่จำเป็นในการประกอบอาชีพ

เด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ กลุ่มเปราะบาง ที่ได้รับการพัฒนาทักษะอาชีพ 57,206 คน

ร้อยละ 49 ของนักศึกษาจาก วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ได้รับโอกาสเข้าร่วมทำงานกับบริษัท

นักศึกษา 6 คน ในกลุ่มของสถาบันปัญญาภิวัฒน์ ได้รับโอกาสพิเศษในการเข้าร่วมเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven ประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner : SBP)

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

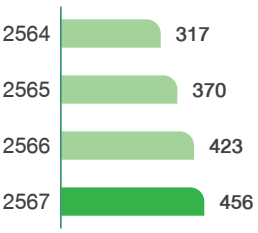
ส่งเสริมการฝึกอาชีพด้านกาแฟ โดยศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพกาแฟปัญญาภิวัฒน์ (P-CoT) ร่วมกับหน่วยงานคัดสรรและเบลลินี่ พรีเมียมคาเฟ่ ภายใต้โครงการ “ส่งเสริมและพัฒนาทักษะเด็กและเยาวชนด้านวิชาชีพ” ให้กับเยาวชนทั่วประเทศที่เคยกระทำความผิดเพื่อให้ผู้กระทำผิดสามารถกลับคืนสู่สังคมได้อย่างภาคภูมิและดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุข

สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต ภายใต้โครงการ “สานอนาคตการศึกษา (CONNEXT ED)” (หน่วย: จำนวนสะสม)

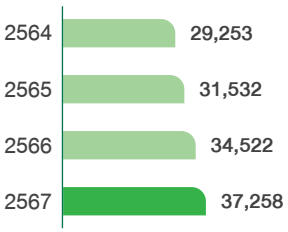


จิตอาสาเพื่อการพัฒนา (School Partner Volunteers)

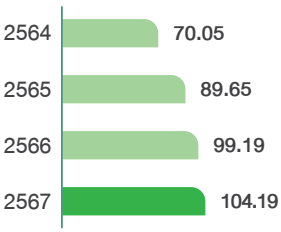
จำนวนจิตอาสา (รายสะสม)



ชั่วโมงจิตอาสาเพื่อการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืน (ชั่วโมงสะสม)



งบประมาณสนับสนุนในการพัฒนาโรงเรียน (ล้านบาทสะสม)



ร่วมสร้างอนาคตที่เท่าเทียม สร้างโอกาสทางการศึกษาที่มีคุณภาพ ทุกคนเข้าถึงได้ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในทุกพื้นที่

โครงการสานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED เฟส 6

CONNEXT ED เป็น 1 ในโครงการภายใต้กรอบกลยุทธ์การสร้างคนผ่านการศึกษา โดย ซีพี ออลล์ มีส่วนร่วมในการจัดการยกระดับคุณภาพการศึกษา ทำให้เกิดโรงเรียนคุณภาพในทุกพื้นที่ สร้างกระบวนการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบที่ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติจริง (Active Learning) โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) ในการเรียนรู้ รวมถึงพัฒนาสู่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ให้เกิดขึ้นกับทั้งผู้เรียนทั้งในและนอกระบบการศึกษา

ในปีการศึกษา 2567 บริษัทได้เดินหน้าโมเดล “ผู้ประกอบการจิ๋ว” เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้-ทักษะอาชีพ-ทักษะชีวิต ให้สอดคล้องกับร่างพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติฉบับใหม่ เปิดโอกาสให้นักเรียนสามารถเข้าสู่เส้นทางผู้ประกอบการ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงโอกาสในการนำสินค้ามาวางขายภายในร้าน 7-Eleven

โดยมีแผนสนับสนุนทั้งงบประมาณ องค์ความรู้ อุปกรณ์การศึกษา วัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนบุคลากรที่ผ่านการพัฒนาทักษะและมีจิตสาธารณะเพื่อเข้าไปเป็นผู้นำรุ่นใหม่ (School Partner) ร่วมลงพื้นที่เป็นคู่คิดพัฒนาโรงเรียน ให้แก่โรงเรียนต่าง ๆ ทั่วประเทศ เป็นเฟสที่ 6 ผลลัพธ์สะสม 610 โรงเรียน ครอบคลุมนักเรียนกว่า 160,000 คน สามารถก้าวไปเป็นเจ้าของกิจการ เริ่มจากการช่วยพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มาจากองค์ความรู้ชุมชน ทั้งนี้หากผลิตภัณฑ์ใดมีความโดดเด่น และผ่านมาตรฐานคุณภาพสินค้า จะได้รับการพิจารณาจำหน่ายในร้าน 7-Eleven ต่อไป

ปัจจุบันมีโรงเรียน CONNEXT ED จำนวน 2 แห่ง ที่สามารถบูรณาการ หลักสูตรการเรียนการสอนด้านวิชาการและวิชาชีพเข้ากันได้อย่างยอดเยี่ยม พร้อมทั้งมีผลิตภัณฑ์ชุมชนฝีมือเยาวชนที่โดดเด่น ได้แก่ 1.โรงเรียนบ้านสันป่าสัก อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับผลิตภัณฑ์ยาดมสมุนไพรจากนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนต้น 2.โรงเรียนวังไพรพิทยาคม อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว กับผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้ามัดย้อมจากสีดอกดาวเรือง จากนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ปัจจุบันทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์อยู่ระหว่างการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และอยู่ระหว่างการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติม

ด้วยการนี้บริษัทมุ่งเน้นเพื่อการพัฒนาให้เกิดผู้ประกอบการจิ๋วขึ้นในทั้ง 6 ภูมิภาคทั่วไทย เพื่อเป็นต้นแบบให้แก่โรงเรียน CONNEXT ED อื่น ๆ ในการพัฒนาทั้งทักษะอาชีพ และทักษะชีวิต ให้แก่เยาวชน สอดคล้องกับทิศทางโลก แบ่งออกเป็น 4 ด้าน

1. ด้านไอซีทีและวิชาการ
2. ด้านวิชาชีพ
3. ด้านการเกษตร
4. ด้านสิ่งแวดล้อม

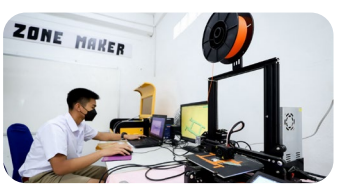
นอกเหนือจากการพัฒนาให้เกิดผู้ประกอบการจิ๋วแล้ว ยังมุ่งเพื่อพัฒนาเป็นหลักสูตรท้องถิ่น ก่อให้เกิดเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ช่วยเสริมสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชนที่ต้องการเรียนรู้ทักษะวิชาชีพ เพื่อนำไปสร้างรายได้ ตัวอย่างผลงาน

ด้านไอซีทีและวิชาการ

โครงการ “ห้องปฏิบัติการปัญญาประดิษฐ์ (AI Lab)” โรงเรียนบ้านหนองแสงโคกน้อย จังหวัดขอนแก่น

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





ด้านไอซีทีและวิชาการ

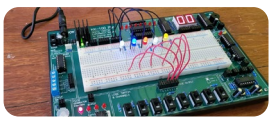
“ศูนย์การเรียนรู้ การจัดการเกษตรทันสมัย Water Smart Model” โรงเรียนชุมชนบ้านทะเลทรัพย์ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

ใช้เทคโนโลยี IoT (Internet of Things) Cloud Computing และ Big Data มาปรับประยุกต์ใช้กับเครื่องมือควบคุมระบบน้ำอัจฉริยะ ตามปัจจัยความชื้น อุณหภูมิ แสงสว่าง ในการปล่อยน้ำรดน้ำต้นไม้ในแปลงพื้นที่เกษตรต่าง ๆ สามารถนำไปจำหน่าย ให้บริการแก่ชุมชนโดยรอบ

ผลลัพธ์

- ช่วยให้เกษตรกรลดค่าใช้จ่าย เพิ่มรายได้ เพิ่มผลผลิตอย่างได้ผล
- เสริมทักษะด้านเทคโนโลยีเพื่ออาชีพแห่งอนาคตให้กับเด็ก ๆ สร้างรายได้จากการขายชุดควบคุมระบบน้ำอัจฉริยะ





ด้านวิชาชีพ

โครงการ “ร้านกาแฟสร้างอาชีพ” โรงเรียนโสตศึกษา จังหวัดนนทบุรี และโรงเรียนบ้านนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์

ส่งเสริมการลงมือปฏิบัติจริงและการสร้างอาชีพของนักเรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน และบกพร่องทางสติปัญญาซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่มุ่งจัดการศึกษาสำหรับนักเรียนที่มีความจำเป็นพิเศษตามมาตรฐานการศึกษา มีทักษะอาชีพสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง รู้จักใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ และพัฒนาอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้ทักษะที่จำเป็นอย่าง 3R8C มาบูรณาการกับการดำเนินการตั้งแต่การคิด ออกแบบ วางแผน ลงมือปฏิบัติร่วมกับนักเรียนและชุมชน ให้สามารถนำความรู้ไปใช้ต่อยอดได้ในอนาคต




โครงการ “จิบ-ชิม-ชม ใต้ร่มสันป่าสัก” โรงเรียนบ้านสันป่าสัก อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

สนับสนุนงบประมาณ องค์ความรู้ ให้คำแนะนำแนวทางพัฒนาร้านและผลิตภัณฑ์ ให้แก่ทีมงานคณะครูและนักเรียนเพื่อต่อยอดโครงการ “จิบ-ชิม-ชม ใต้ร่มสันป่าสัก” ภายใต้ชื่อ “ร้านรสจามจุรี” ภายในร้านจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากชุมชน อาทิ ยาดมสมุนไพร และของที่ระลึกจากฝีมือนักเรียน พร้อมสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่าย “ยาดมสมุนไพร” ผ่านแพลตฟอร์ม ALL SME MARKET PLACE ทั้งนี้อยู่ระหว่างร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ภายใต้โมเดล “ผู้ประกอบการจิ๋ว” เพื่อให้สามารถต่อยอดสู่การจำหน่ายในร้าน 7-Eleven และ Modern Trade ได้ในอนาคต




ด้านวิชาชีพ

โครงการ “ท่องโลกกล้วย” โรงเรียนวัดชมพูประดิษฐ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

การต่อยอดผลิตภัณฑ์โดยนำปาล์มกล้วยมาแปรรูป ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สามารถเลี้ยงชีพคนในชุมชน โดยมีปราชญ์ชาวบ้านและคนในชุมชนร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์จากปาล์มกล้วยให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่า เช่น เชือกกล้วยหูหิ้วถ้วยกาแฟ ถาดใส่อาหารจากใบตอง กระถางต้นไม้จากใยกล้วย พร้อมเสริมทักษะการคำนวณต้นทุนผลผลิต การคิดราคาจำหน่าย และการใช้สื่อออนไลน์ในการขายสินค้า









ธุรกิจท่องเที่ยว Happy School โรงเรียนบ้านเขาเต่า อำเภอเมือง จังหวัดพังงา

สนับสนุนจัดการพื้นที่รกร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวเช็คอินแห่งใหม่ของจังหวัดพังงาในชื่อ “อุทยานการเรียนรู้ Happy School” ซึ่งประกอบไปด้วย แปลงเกษตร พืชผักสวนครัว ห้องเรียนธรรมชาติในดงกล้วย จุดเช็คอินอาคารเรียนศิลปะโคโลเนียล (Colonial Style) ร้านกาแฟ Happy School แปลงผักปลอดสารพิษและจุดเช็คอินที่เป็นแลนด์มาร์คต่าง ๆ ภายในพื้นที่



ผลลัพธ์

- สร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวให้กับโรงเรียนหลักแสนบาท
- สร้างหลักสูตรท้องถิ่นธุรกิจการท่องเที่ยงเชิงธรรมชาติการเกษตร การนำเที่ยวให้แก่ชุมชน
- เสริมทักษะวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวให้แก่นักเรียน



โครงการ "มหัศจรรย์ผ้าทอมือ" ชนเผ่าปะกาเกอะญอ โรงเรียนบ้านแม่ยางห้า อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

การยกระดับ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอมือชนเผ่าชาวเขาปะกาเกอะญอ หรือ ชนเผ่ากะเหรี่ยง ซึ่งเป็นมรดกตกทอดทางภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น เป็นงานศิลปะที่แฝงไว้ด้วยวัฒนธรรมประเพณี ถือเป็นมรดกอันทรงคุณค่า โดยบูรณาการองค์ความรู้จากงานหัตศิลป์สู่ความรู้เชิงวิชาการตามหลักสูตรแกนกลาง เพื่อเปิดมุมมองกระตุ้นให้เด็กนักเรียนเห็นความสำคัญของผ้าทอพื้นเมือง การเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีอันทรงคุณค่า การเตรียมเส้นใยผ้า การม้วนใยผ้า การขึ้นโครง การทอการปักลาย การแปรรูป จนกระทั่งการจัดจำหน่าย





ด้านวิชาชีพ

โครงการ “เรืองไพรโปรดักส์ (Rueangprai Products)" โรงเรียนวังไพรวิทยาคม อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

สนับสนุนงบประมาณโครงการ “เรืองไพรโปรดักส์ (Rueangprai Products)” ให้กับโรงเรียน เพื่อส่งเสริม การดำเนินโครงการผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับดอกดาวเรือง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายสวยงาม มีรูปแบบความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นที่นิยมและชื่นชอบของลูกค้า ส่งผลให้นักเรียนได้รับความรู้ และทักษะการประกอบอาชีพ มีรายได้ระหว่างเรียน มีประสบการณ์ มีความคิดสร้างสรรค์ รู้จักการทำงานร่วมกับผู้อื่น สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้





ด้านการเกษตร

โครงการ “โคกหนองนาโมเดล” โรงเรียนบ้านวังดินสอ จังหวัดปราจีนบุรี

บูรณาการชีวิตจากห้องนาสู่ห้องเรียน บนพื้นฐานของการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง เพื่อนำมาสู่ความยั่งยืน ภายใต้ทฤษฎีบันได 9 ขั้น โดยพัฒนาจากขั้นพื้นฐาน (พอกิน พอใช้ พออยู่ พอร่มเย็น) สู่ขั้นก้าวหน้า (ทำบุญ ให้ทาน เก็บไว้เมื่อขาด ค้าขาย เครือข่าย) ทำให้นักเรียนได้เรียนรู้หลักการการทำเกษตรรูปแบบใหม่ที่และสามารถเป็นการเรียนรู้อย่างยั่งยืน




โครงการ “ศูนย์การเรียนรู้ข้าวหอมมะลินิลผักสวนครัว” ภายใต้ความคิด Smart Farmer โรงเรียนบ้านโคกมะเมียน จังหวัดสุรินทร์

ส่งเสริมการสอดแทรกเนื้อหา Smart Farmer เข้าไปในการเรียนการสอนทุกรายวิชา ให้นักเรียนและคนในชุมชนมีความเข้าใจภาคเกษตรกรรมในทุกมิติ ได้แก่ การบริหารจัดการ ด้านธุรกิจ และด้านเทคโนโลยี เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้ภาคเกษตรกรรมของไทย พร้อมทั้งสร้างผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลินิลให้โรงเรียนและชุมชนมีรายได้





ด้านการเกษตร

โครงการ “การสร้างนวัตกรรมเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร” โรงเรียนบ้านศรีบุญเรือง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

สร้างนวัตกรรมเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร สร้างงาน สร้างอาชีพให้กับเด็ก นักเรียน



- การนำเทคโนโลยี IoT หรือ Internet of Things มากำหนดการควบคุมอุณหภูมิ ความชื้น และระบบน้ำ ช่วยเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร อาทิ ถั่วงอก
- ขยะไร้คนเก็บ เป็นการนำเครื่องเก็บขยะและใบไม้อัตโนมัติมาประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการเศษใบไม้ภายในโรงเรียน สถานที่ราชการ หมู่บ้านจัดสรร ก่อนนำไปกำจัดทั้งผ่านวิธีการย่อยสลายตามธรรมชาติเพื่อลดคน ลดเวลา แต่ยังคงไว้ซึ่งประสิทธิภาพการทำงาน
- CubicHydroponicFarm เป็นการปลูกผักแบบไฮโดรโพนิกส์ หรือผักไร้ดิน เพื่อการแก้ปัญหาเรื่องแหล่งเพาะปลูกในพื้นที่จำกัด สภาพดินไม่เหมาะสม ผ่านระบบ CubicFarm จัดทำรางปลูกระบบสายพานโซ่ พร้อมระบบไฟแสงสว่าง ระบบวาวล์ปล่อยน้ำอัตโนมัติ และระบบเติมน้ำพร้อมธาตุสารอาหารใหม่ และระบบเคลื่อนตัวเพื่อรับแสงตามวงจรที่กำหนด IoT (Internet of Things)

โครงการ "ผักอะควาโพนิกส์" โรงเรียนวัดบ้านอ้อ อำเภอผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โครงการปลูกผักไร้ดินด้วยระบบ อะควาโพนิกส์ (Aquaponics) โดยใช้ปุ๋ยอินทรีย์ที่ได้จากมูลปลาในการเพิ่มแร่ธาตุและสารอาหารจากธรรมชาติให้เติบโตได้ขนาด ก่อนนำไปบริโภคในโครงการอาหารกลางวัน ผลผลิตส่วนเกินนำไปจำหน่าย น้ำที่ใช้แล้วจะถูกปล่อยออกไปยังบ่อบำบัดปรับสภาพน้ำ แล้วนำกลับไปเลี้ยงปลาใหม่อีกครั้ง ทำให้รูปแบบการปลูกผักไร้ดินแบบนี้ได้ทั้งผักสดและปลาควบคู่กัน การดำเนินงานเป็นระบบโรงเรือนปิดมีการควบคุมอุณหภูมิและความชื้น ระบบไอน้ำระเหย ทั้งนี้ยังใช้แผงโซลาร์เซลล์ เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าใช้ภายในโรงเรือน





ผลลัพธ์

- สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าให้กับโรงเรียนได้มากถึงร้อยละ 50
- ช่วยเสริมอาชีพ สร้างรายได้จากผลผลิตส่วนเกิน ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจเกษตรหมุนเวียนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ส่งเสริมการเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยอย่างยั่งยืนให้กับโรงเรียน
- เพิ่มคุณภาพของผลผลิต ผักสวย ใบใหญ่ น่ารับประทานยิ่งขึ้น

ด้านสิ่งแวดล้อม

โครงการ “ต้นกล้าไร้ถัง” โรงเรียนอนุบาลทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การปลูกฝังเยาวชน พ่อค้าแม่ค้าในโรงเรียน ให้ร่วมกัน ลด ละ เลิก ใช้สิ่งของที่สามารถกลายเป็นขยะและใช้ครั้งเดียวทิ้ง เช่น แก้วน้ำพลาสติก หลอด จาน กระดาษ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการบูรณาการจัดการขยะเข้าสู่หลักสูตรการเรียนการสอนและให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในการจัดการขยะ ด้วยการคัดแยกวัสดุออกจากขยะ เสริมสร้างมูลค่าจนสามารถหมุนเวียนรายได้กลับสู่โรงเรียน และต่อยอดเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน







ด้าน
สิ่งแวดล้อม

"ศูนย์เพาะพันธุ์กล้าไม้ และร้านต้นกล้าคาเฟ่" โรงเรียนบ้านมาบฟักทอง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

การพัฒนาและต่อยอดแนวคิด "เศรษฐกิจสีเขียว" หรือ "Green Economy" ภายในโรงเรียน ทำหน้าที่ในการเพาะอนุบาลกล้าไม้ เพื่อส่งต่อไปยังโครงการต่าง ๆ พร้อมทั้งบูรณาการองค์ความรู้จากการเพาะกล้าไม้เป็นหลักสูตรท้องถิ่น ปลูกฝังให้เห็นคุณค่าและความสำคัญของต้นไม้ป่าไม้ ธรรมชาติ รวมถึงอาศัยความเขียวชอุ่มของแปลงเพาะกล้าไม้เป็นอีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอบางละมุง เปิดโอกาสให้ร้านกาแฟ "ต้นกล้าคาเฟ่" เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ปลูกฝังเสริมสร้างวิชาชีพการบริหารกิจการ







โครงการ "หูหิ้วถ้วยกาแฟ เส้นกกสายใยรักษ์โลก" โรงเรียนวัดประดู่หอม (สุขประชาสรรค์) จังหวัดพัทลุง

การเพิ่มมูลค่าและต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้แก่ "ต้นกก" และ "กระจูด" ซึ่งเป็นพืชท้องถิ่น สามารถสร้างรายได้กลับคืนสู่ชุมชน โดยหลักสูตร "หูหิ้วถ้วยกาแฟ เส้นกกสายใยรักษ์โลก" คือการนำเทคนิคฝีมือด้านหัตถกรรมมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสายหูหิ้วถ้วยกาแฟ ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในโครงการ พร้อมทั้งต่อยอดผลิตภัณฑ์มาใช้กับ ออลล์ คาเฟ่ (All Café) ในร้าน 7-Eleven สาขาในพื้นที่ท้องถิ่น




ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ภายใต้แบรนด์ Sambaisit by Dondang โรงเรียนบ้านดอนแดงดอนน้อยวิทยา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ซีพี ออลล์ สนับสนุนงบประมาณและองค์ความรู้ในการจัดตั้ง ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ภายใต้แบรนด์ Sambaisit by Dondang ของโรงเรียนบ้านดอนแดงดอนน้อยวิทยา จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับนักเรียนเพื่อการเรียนรู้และฝึกปฏิบัติแบบ Action Base Learning ฝึกทักษะวิชาชีพ ในขณะเดียวกันทางโรงเรียนได้จัดทำหลักสูตร Sambaisit by Dondang สำหรับประชาชนทั่วไปในการอบรมการออกแบบและผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้พาเลท โดยผู้ร่วมอบรมจะได้รับการรับรองจากสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค 6 ขอนแก่น ซึ่งจะช่วยเพิ่มกำลังการผลิตหากมีความต้องการสินค้ามากขึ้นในอนาคต นำรายได้สู่ชุมชนบ้านดอนแดง บ้านดอนน้อย และบ้านดอนเจริญ ส่งเสริมความยั่งยืนให้แก่ศูนย์การเรียนรู้คู่ชุมชน





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สนับสนุนงบประมาณพัฒนาโรงเรียน CONNEXT ED สะสมจนถึงเฟส 6 จำนวน 610 โรงเรียน มูลค่าการสนับสนุนงบประมาณพัฒนาโรงเรียน CONNEXT ED (ปี 2562-2567) 76 ล้านบาท
- จำนวนเด็ก เยาวชน และครูที่ได้รับการพัฒนาทักษะอาชีพ 163,209 คน
- ส่งเสริมให้นักเรียน ครู และชุมชน เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต หลักสูตรท้องถิ่น 19 หลักสูตรและเกิดศูนย์การเรียนรู้ชุมชน 30 ศูนย์
- สร้างโรงเรียนต้นแบบ หรือ School Model จำนวน 41 โรงเรียน
- โรงเรียนที่ดำเนินโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือ Best Practice จำนวน 50 โรงเรียน
- โรงเรียนในโครงการร่วมพัฒนา หรือ Partnership School จำนวน 9 โรงเรียน
- สร้างรายได้อย่างยั่งยืนให้แก่ชุมชน

ส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ

บริษัทดำเนินงานด้านการศึกษาเพื่อสังคมมาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 17 ปี ผ่านการจัดตั้งสถาบันการศึกษา รวมทั้งเปิดโอกาสให้เยาวชนสามารถเข้าถึงการศึกษาผ่านระบบออนไลน์ (VDO Conference) ได้แก่

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 โดยมอบโอกาสทางการศึกษาเป็นทุนสนับสนุนนักเรียน/นักศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาถึงระดับอุดมศึกษาเป็นประจำทุกปี โดยในปี 2567 มีการสนับสนุนสถาบันการศึกษาและการมอบทุนการศึกษา ดังนี้

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT)



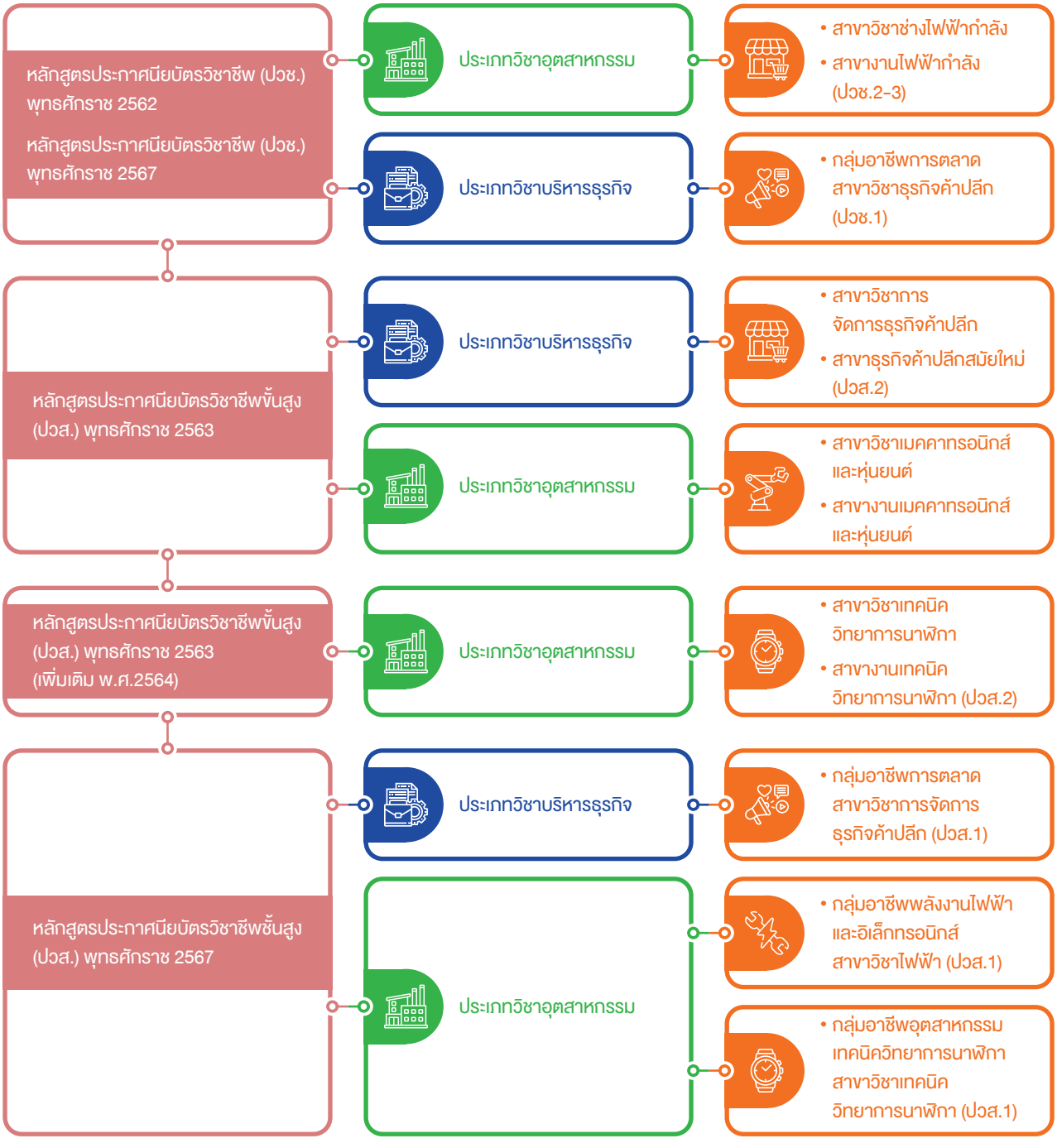
บริษัทจัดตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) เปิดโอกาสทางการศึกษาด้านวิชาชีพระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สำหรับนักเรียนที่สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 3 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการ รูปแบบทวิภาคี (Dual Vocational) เน้นให้ผู้เรียน เรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (Work-Based Learning) ที่ร้าน 7-Eleven และบริษัทในเครือฯ นักเรียน นักศึกษาจะได้รับทุนการศึกษาตลอดหลักสูตร มีเบี้ยเลี้ยงระหว่างการฝึกภาคปฏิบัติและเมื่อจบการศึกษาบริษัทรับเข้าทำงาน ซึ่งมีหลักสูตรการเรียนการสอนทั้งหมด 5 หลักสูตร ดังนี้

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) พุทธศักราช 2562

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) พุทธศักราช 2567

→ ประเภทวิชาพาณิชยกรรม →

- สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก
- สาขางานธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (ปวช.2-3)



นอกจากนี้ บริษัทดำเนินงานศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์ ที่กระจายตามพื้นที่ชุมชนต่าง ๆ รวม 20 ศูนย์ และลงนามความร่วมมือกับสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) และสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กว่า 170 แห่ง ในการเปิดสอนหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก ปัจจุบันมีจำนวนนักเรียนในระบบกว่า 12,700 คน พร้อมทั้งจัดทำกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานองค์กร ดังนี้

สาขางานธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) / หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

หลักสูตรสาขางานธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนระบบทวิภาคี ส่งเสริมระบบการค้าปลีกที่มีกระบวนการการจัดจำหน่ายที่ทันสมัย ทำงานร่วมกับระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงการพัฒนาฝีมือการฝึกอาชีพให้กับผู้เรียน (Work base Learning) และการศึกษาระบบการขายแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) นำเสนอสินค้าและบริการที่หลากหลาย เข้าถึงง่าย สะดวกสบาย มุ่งเน้นสินค้าจำเป็น เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ในทำเลที่เหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการบริหารจัดการที่เป็นมืออาชีพ โดยมีองค์ประกอบความรู้พื้นฐาน ดังนี้

- การเรียนรู้ระบบการบริหารจัดการร้านอย่างมืออาชีพ
- การจัดกิจกรรมทางการตลาดให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- ความหลากหลายของสินค้า การจัดแบ่งกลุ่มประเภทสินค้าบริโภคและอุปโภค ตลอดจนการจัดการสินค้า เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
- การจัดการสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในระบบค้าปลีกสมัยใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า
- การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ สมัยใหม่เพื่อความรวดเร็วในการบริหารจัดการ
- การเรียนรู้ระบบการขายแบบใหม่แบบ B2B และ B2C
- การจัดการรูปแบบร้าน และองค์ประกอบ
- ปฏิบัติงานด้านการใช้อุปกรณ์ ณ จุดชำระเงิน ตามขั้นตอนการดำเนินงานการขาย การบำรุงรักษา และจัดเก็บอุปกรณ์ในงานอาชีพอย่างปลอดภัย
- การจัดเรียงสินค้าหลากหลายชนิดอย่างเป็นระบบ ระเบียบมาตรฐาน ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้สะดวกสบาย
- ปฏิบัติงานส่งมอบบริการ การขายและคืนสินค้า ตอบสนองข้อร้องเรียนของลูกค้า สร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้าตามลักษณะงานอาชีพ
- การเรียนรู้ด้านศักยภาพของทำเลที่ตั้งของร้านสาขา ตลอดจนลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- สร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ใช้เทคนิคการนำเสนอขายให้ลูกค้า นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การทำเอกสารการขาย สารสนเทศด้านสินค้าคงคลัง และการจัดส่งสินค้า โดยปฏิบัติตามขั้นตอนตามนโยบายของกิจการ
- การขาย การบริหาร และการบริหาร
- วิเคราะห์ วางแผน การจัดผังพื้นที่เพื่อจัดเก็บสินค้าจากผู้ส่งมอบ การกำหนดรหัสสินค้าโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การระบุตำแหน่งการจัดเก็บสินค้า การขายสินค้าและบริการขั้นสูงตามนโยบาย

สาขางานไฟฟ้ากำลัง (Electrical Power)

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

หลักสูตรสาขางานไฟฟ้ากำลัง (Electrical Power) เป็นการจัดการศึกษารูปแบบทวิภาคี โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติไปพร้อมกัน ซึ่งผู้เรียนจะได้รับการฝึกฝนในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความรู้แม่นยำและชำนาญการ จากช่างเฉพาะทางที่เป็นมืออาชีพและมีประสบการณ์ยาวนาน หลักสูตรถูกออกแบบโดยความร่วมมือจากสถานประกอบการ ร่วมกันกำหนดเนื้อหาการฝึกอาชีพให้ผู้เรียน ให้สอดคล้องกับหลักสูตรฐานสมรรถนะ และสมรรถนะอาชีพ โดยผู้เรียนจะได้เรียนรู้เบื้องต้นดังนี้

- การเลือกและประยุกต์ใช้ วิธีการเครื่องมือและวัสดุพื้นฐานในการปฏิบัติงาน
- การมีพื้นฐานงานอาชีพเฉพาะทางแบบมืออาชีพ
- การคิด วิเคราะห์ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
- การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อการปฏิบัติงานอย่างทันสมัย
- การจัดการด้านความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล
- การถอด ประกอบ ทดสอบ วงจรอุปกรณ์ไฟฟ้าหลากหลายชนิด
- การติดตั้งอุปกรณ์ไฟฟ้า ทั้งภายในและภายนอกอาคารและระบบสื่อสาร
- การควบคุม มอเตอร์ไฟฟ้า และการทดสอบเครื่องกลไฟฟ้า
- การออกแบบ การอ่านแบบ การเขียนแบบและประมาณการราคา
- การขึ้นแบบ การประกอบ การเชื่อมโลหะในรูปแบบต่าง ๆ
- งานประกอบ ติดตั้ง บำรุงรักษา การประยุกต์ใช้ และตรวจสอบระบบไฟฟ้า อุปกรณ์ไฟฟ้า ภายในอาคารและภายนอกอาคาร ตู้ควบคุม อุปกรณ์ไฟฟ้าในงานอุตสาหกรรมในระดับเบื้องต้น การเขียนโปรแกรมระบบ โปรแกรมเมเบิลลอจิก คอนโทรลเลอร์เบื้องต้น
- งานประกอบ ติดตั้ง บำรุงรักษา การประยุกต์ใช้และตรวจสอบระบบเครื่องปรับอากาศ และเครื่องทำความเย็น
- ออกแบบ ติดตั้ง ควบคุม ตรวจสอบ วิเคราะห์และแก้ปัญหา บำรุงรักษา งานด้านอุปกรณ์ไฟฟ้าและจัดการในงานระบบไฟฟ้าภายในอาคาร และภายนอกอาคาร งานระบบไฟฟ้าตู้ควบคุม งานระบบไฟฟ้าและข้อขัดข้องในงานไฟฟ้าอุตสาหกรรม งานระบบเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น งานเครื่องจักรกลไฟฟ้า งานออกแบบโปรแกรมและเขียนโปรแกรมเมเบิลลอจิกคอนโทรลเลอร์ งานเขียนแบบและออกแบบระบบไฟฟ้าและการติดตั้งในระบบอัตโนมัติ

สาขางานเมคคาทรอนิกส์และหุ่นยนต์ (Mechatronics and Robotics)

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

หลักสูตรสาขางานเมคคาทรอนิกส์และหุ่นยนต์ (Mechatronics and Robotics) เป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ด้านการคิด วิเคราะห์ และการออกแบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อต่อยอดการบริหารการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพของเครื่องจักรกลในโรงงาน จำพวกหุ่นยนต์โรงงาน หรือระบบอัจฉริยะ (Intelligent Systems) รวมถึงวิศวกรฝ่ายซ่อมบำรุงระบบอัตโนมัติ วิศวกรออกแบบและการบริหารควบคุมระบบเครื่องจักร เพื่อส่งเสริมให้การดำเนินงานภายในโรงงานอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมความรู้พื้นฐาน ดังนี้ การออกแบบและควบคุมวงจรไฟฟ้า การควบคุมเครื่องจักรกล การออกแบบเครื่องจักรกลหนักและโครงสร้างของเครื่องจักร เป็นต้น

สาขางานเทคนิควิทยาการนาฬิกา (Watch Technology)

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

หลักสูตรสาขางานเทคนิควิทยาการนาฬิกา (Watch Technology) มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน เน้นสมรรถนะอาชีพเฉพาะทางในระดับเทคนิคด้วยการปฏิบัติจริง โดยผู้เรียนจะได้เรียนรู้เทคนิคพิเศษ การปฏิบัติงานด้านช่างเทคนิควิทยาการนาฬิกาในการถอดประกอบ ซ่อม บำรุงรักษานาฬิกาตั้งแต่ระดับพื้นฐาน ไปจนถึงนาฬิกาหรูแบรนด์ดังระดับโลก ทั้งระบบควอทซ์ ระบบไขลาน และระบบออโตเมติก การวิเคราะห์ประเมินหาสาเหตุของอาการเสีย การให้บริการลูกค้า และออกแบบพื้นที่งานซ่อมนาฬิกา เมื่อผู้เรียนสำเร็จการศึกษารวมระยะเวลา 2 ปี จะสามารถศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นในสาขางานที่เกี่ยวข้อง หรือประกอบอาชีพช่างเทคนิควิทยาการนาฬิกา ช่างผู้เชี่ยวชาญด้านงานซ่อมนาฬิกา ช่างซ่อมนาฬิกาในบริษัททั่วไปและชั้นนำด้านนาฬิกา ตลอดจนการต่อยอดไปสู่การเป็นเจ้าของธุรกิจประกอบธุรกิจอิสระเกี่ยวกับนาฬิกาอย่างชำนาญการ

โครงการต่อเนื่อง บริการวิชาการวิชาชีพ ปีที่ 20

นักเรียน นักศึกษา สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก สาขาวิชาไฟฟ้ากำลัง และสาขาวิชาเทคนิควิทยาการนาฬิกา ดำเนินกิจกรรมจิตอาสา และบริการวิชาการ และบริการวิชาชีพด้านธุรกิจค้าปลีกและด้านไฟฟ้าแก่ชุมชนและสังคม ในจังหวัดนนทบุรี โดยบูรณาการความรู้และประสบการณ์ของผู้เรียนในการเผยแพร่ความรู้ผ่านกิจกรรม ดังนี้

สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก

- การสอนทำบัญชีครัวเรือน
- การร่วมมือกันทำความสะอาดชุมชน
- การจัดการขยะจากโครงการอาชีวไร้ถัง
- การให้ความรู้ผ่านสื่อออนไลน์เกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก
- การสร้างอาชีพชุมชน ผลิตภัณฑ์อาหาร ปลูกต้นอ่อนทานตะวัน ปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ ทำปุ๋ยไส้เดือน
- การสร้างชุมชนในการจัดทำแผนธุรกิจ
- PAT ทำดี จิตอาสา
- การให้ความรู้ด้านกีฬาหมากล้อม
- การให้ความรู้เรื่อง STEM และเศรษฐกิจพอเพียง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ผู้เรียน 1,628 คน ที่เข้าร่วมโครงการ
- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 95.25
- สร้างอาชีพ สร้างธุรกิจให้คนในชุมชน
- สร้างองค์ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกให้ชุมชน
- สร้างจิตสำนึกให้ผู้เรียนได้เป็นผู้มีความรับผิดชอบ รู้จักการเสียสละ และการมีจิตอาสาต่อชุมชน สังคม และหน่วยงานอื่น ๆ
- ประชาสัมพันธ์สถานศึกษาให้เป็นที่รู้จัก การสร้างเครือข่ายทางการศึกษา

สาขาวิชาไฟฟ้ากำลัง | สาขาวิชาเทคนิควิทยาการนาฬิกา

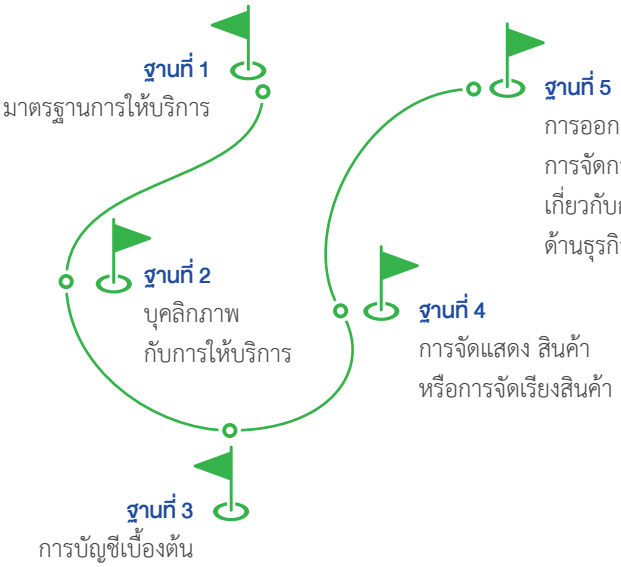
- งานไฟฟ้า งานซ่อมบำรุงอุปกรณ์
- การบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ
- การบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้าอากาศ
- บริการเปลี่ยนแบตเตอรี่นาฬิกาข้อมือ-บำรุงรักษานาฬิกา
- บริการบำรุงรักษาทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ผู้เรียน 141 คน ที่เข้าร่วมโครงการ และรับบริการวิชาการวิชาชีพ
- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 97.40
- เพิ่มทักษะสำหรับประกอบอาชีพให้นักเรียนของโครงการสร้างความรู้เพื่อการประกอบอาชีพ และช่วยลดภาระค่าใช้จ่าย ด้านการบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้าให้ชุมชน
- ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุที่อาจเกิด และการใช้ไฟฟ้าเกินความจำเป็นจากการขาดการบำรุงรักษาและความรู้พื้นฐานในงานไฟฟ้า
- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน
- ผู้เรียนได้นำความรู้และทักษะ ในการซ่อมบำรุงนาฬิกามาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้คนในชุมชน
- ลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้คนในชุมชน
- ผู้เรียนได้เรียนรู้การทำงานเป็นระบบและการทำงานเป็นทีม
- นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมได้มีโอกาสใช้ทักษะวิชาชีพด้านบริการงานตามสายงานอาชีพ

โครงการต่อเนื่อง Business for Young Program

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



ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- นักเรียนและเยาวชนเข้าร่วมโครงการ 7,429 คน
- สถานศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ 85 แห่ง
- เพิ่มโอกาสทางการศึกษาให้แก่นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ
- ช่วยลดความเสี่ยงในการไม่เข้าใจระบบการเรียนการสอนระบบทวิภาคี
- ผู้เข้าร่วมโครงการมีแรงบันดาลใจในการศึกษาต่อสายอาชีพ

โครงการต่อเนื่อง อาชีวไร้ถัง ปีที่ 4

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ดำเนินโครงการอาชีวไร้ถัง จัดกิจกรรมการคัดแยกวัสดุ ธนาคารคุ้มค่า ให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้ความเข้าใจในการจัดการขยะในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ ลดการใช้ (Reduce) การนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) และรีไซเคิล (Recycle) เพื่อปลูกฝังสร้างจิตสำนึก บ่มเพาะนักเรียน นักศึกษา ในวิทยาลัยฯ ให้มีส่วนร่วมในการจัดการขยะในชีวิตประจำวันตั้งแต่ต้นทาง ดำเนินโครงการตั้งแต่ปี 2564 ต่อเนื่องถึงปี 2567 พร้อมขยายเครือข่ายการดำเนินงานอาชีวไร้ถัง เพื่อให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะ แนวทางการดำเนินงาน รวมถึงการสนับสนุนอุปกรณ์ในการดำเนินโครงการ และได้รับความร่วมมือจากวิทยาลัยเทคโนโลยีจรัลสนิทวงศ์ เข้าเยี่ยมชมการคัดแยกวัสดุ และร่วมนำเสนอนิทรรศการการคัดแยกวัสดุ ให้กับคณะกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตระดับอำเภอ พชอ.เมืองนนทบุรี ให้ความรู้เรื่องการคัดแยกวัสดุ ณ โรงเรียนเทศบาลวัดละหาร ซึ่งในปีการศึกษา 2567 มีสถานศึกษาที่เข้าร่วมโครงการอาชีวไร้ถังจำนวน 35 แห่ง ได้แก่ วิทยาลัยอาชีวศึกษาจำนวน 12 วิทยาลัย โรงเรียนมัธยมศึกษาจำนวน 17 โรงเรียน และ ศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์ กรุงเทพฯ จำนวน 6 ศูนย์การเรียน รวมผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 1,977 คน











โครงการบริการวิชาการ และบริการวิชาชีพแก่ชุมชนและสังคม

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ดำเนินโครงการบริการวิชาการและบริการวิชาชีพ ให้กับนักเรียน นักศึกษา และชุมชนในจังหวัดนนทบุรี ให้ผู้ร่วมโครงการสามารถนำไปประกอบอาชีพเสริม เพื่อสร้างรายได้ โดยวิทยากรของวิทยาลัยฯ เผยแพร่ความรู้ผ่านกิจกรรม ดังนี้

- การสอนปลูกต้นอ่อนทานตะวัน สร้างอาชีพ
- การสอนชงกาแฟ สร้างอาชีพ
- การสอนปลูกผักไฮโดรปลอดสารพิษสร้างอาชีพ
- การทำปุ๋ยไส้เดือน สร้างอาชีพ





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ผู้เรียนของสถานศึกษาในความร่วมมือ 557 คน ที่เข้าร่วมโครงการ
- ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90
- สร้างอาชีพ สร้างธุรกิจให้คนในชุมชน
- สร้างองค์ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกให้ชุมชน
- เยาวชนสามารถนำไปใช้สร้างอาชีพเสริม หรือทำเป็นอาชีพหลักได้เพื่อหารายได้สู่ครอบครัว

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (พีไอเอ็ม : PIM)



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

1. ความรู้เชิงวิชาการจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ และกรณีศึกษา ผ่านความร่วมมือที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ภายในประเทศและต่างประเทศ
2. ประสบการณ์การทำงานโดยตรงจากบริษัทในเครือและพันธมิตรทางธุรกิจ ที่สอดประสานไปกับการเป็น Corporate University หรือ มหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจ ไปพร้อมกับการเป็น Network University
3. การพัฒนาองค์ความรู้ของอาจารย์และนักศึกษา โดยใช้โจทย์จริงในองค์กร กลับมาสู่การเรียนการสอนในห้องเรียน เพื่อให้พร้อมนำไปใช้ในทางปฏิบัติโดยตรง และอาจเกิดเป็นผลงานนวัตกรรม ที่มีประโยชน์ต่อองค์กร

ซีพี ออลล์ ร่วมกับ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) มอบทุนการศึกษาให้กับเยาวชน และพนักงาน รวมกว่า 11,700 ทุน คิดเป็นมูลค่ากว่า 685 ล้านบาท เพื่อศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีในคณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มุ่งเน้นการเรียนรู้ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติงานจริงเครือข่ายพันธมิตรสถานประกอบการในการรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน เพื่อให้นักศึกษามีทักษะความสามารถพร้อมสำหรับการทำงานทันทีที่จบหลักสูตร รวมถึงโอกาสเข้าร่วมงานกับ ซีพี ออลล์ ในสายปฏิบัติการ ตำแหน่งผู้บริหารระดับต้น และพัฒนาไปสู่ผู้บริหารระดับสูง รวมถึงยังสามารถเป็นเจ้าของร้านโมเดิร์นเทรด (Modern Trade), เจ้าของธุรกิจส่วนตัว, ผู้ประกอบการเพื่อผลิตสินค้าและบริการทั้งออนไลน์และออฟไลน์, นักธุรกิจและที่ปรึกษาในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าส่ง ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมกับ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) มอบทุนการศึกษาให้กับบุตรหลานพนักงาน ลูกค้า ทายาทโชห่วย และพนักงาน รวมกว่า 526 ทุน มูลค่ากว่า 6.72 ล้านบาท เพื่อศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (CIMM) คณะเกษตรนวัตและการจัดการ สาขานวัตกรรมการจัดการเกษตร (IAM) สาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีก เปิดโอกาสเข้าทำงานร่วมกับแม็คโครในระดับหัวหน้างานหรือเจ้าของกิจการที่เป็นพันธมิตรกับแม็คโคร นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสต่อยอดการศึกษาให้กับพนักงานแม็คโครที่มีวุฒิปวส. และสนใจเรียนต่อปริญญาตรีแต่ขาดโอกาสและทุนทรัพย์ให้สามารถประยุกต์ใช้ความรู้เข้ากับงานปัจจุบัน พร้อมรับวุฒิการศึกษาเมื่อจบหลักสูตร

กองทุนเพื่อชีวิตแห่งการเรียนรู้

การจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) จัดตั้ง “กองทุนเพื่อชีวิตแห่งการเรียนรู้” หรือ PIM SMART เพื่อสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งเป็นทุนที่ไม่มีข้อผูกมัดใด ๆ ปัจจุบันมีบัณฑิตจากกองทุน สำเร็จการศึกษา 757 คน ช่วยเหลือนักศึกษาแล้ว 321 ทุน คิดเป็นมูลค่า 8.2 ล้านบาทในปี 2567

โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม)

สร้างคนให้สำเร็จ ต้องเริ่มต้นจากรากฐานการศึกษาที่ดี

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

บริษัทจัดตั้งโรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม) มอบโอกาสการศึกษาให้แก่เยาวชนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ผ่านการเรียนรู้แบบ Active learning ส่งเสริมการเรียนรู้ตามความสนใจและความถนัดเฉพาะทางของผู้เรียน ตลอดจนสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมต่อการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพในรูปแบบ Digital Class Room พร้อมทั้งปลูกฝังคุณธรรม ความรับผิดชอบ และความมีวินัย เพื่อพัฒนาเยาวชนให้เป็นคนเก่งและคนดีในสังคม ปัจจุบันมีนักเรียนกว่า 947 คน และสำเร็จการศึกษาแล้ว 294 คน







Happiness School ความสุขสู่ความสำเร็จ

นอกเหนือจากรูปแบบการจัดการเรียนรู้อย่างโดดเด่น ความมุ่งมั่นของ ซีพี ออลล์ ในการสร้างคนเก่ง คนดีมีความสามารถ ผ่านการศึกษาเพื่อสร้างผู้นำแห่งศตวรรษที่ 21 นั้น อีกหนึ่งหัวใจสำคัญของสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ คือการเป็นโรงเรียนแห่งความสุข หรือ Happiness School เมื่อนักเรียนมีความสุขในสิ่งที่ทำ ความสำเร็จจะเกิดขึ้นตามมา การเรียนรู้ผ่านการเล่น เน้นลงมือทำ รู้จักตัวตน ทำตามความชอบและความถนัด ไม่แข่งขัน ไม่มีการจัดลำดับ ไม่เปรียบเทียบ ดำเนินตามปรัชญาพื้นฐาน “การให้คุณค่าแก่การศึกษาที่มีความสุข” เน้นความสุขและความสำเร็จของผู้เรียนเป็นสำคัญ ผ่าน Phenomenon-Based Learning (PhBL) เป็นฐานกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ และสามารถสร้างองค์ความรู้ได้เอง (Constructivism) ผ่านกระบวนการ Active Learning ซึ่งเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Child-Centered) ทำให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life-Long Learning) เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเข้าถึงการศึกษาได้อย่างทั่วถึง อาทิ โรงเรียนไทยสไตล์ฟินแลนด์ โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม) เป็นต้น รวมถึงการเตรียมความพร้อมรองรับการเรียนรู้ให้ผู้เรียนสามารถเรียนได้ทุกที่ ทุกเวลา (Anytime Anywhere) ควบคู่กับการลงมือปฏิบัติจริง (Active Learning) โดยการออกแบบการจัดการเรียนรู้อย่างโดดเด่นใน 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 โครงการข้างต้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการศึกษาเพื่อพร้อมสนับสนุนให้นักเรียนมีความเป็นสากล พร้อมเป็นพลเมืองโลก

การมอบโอกาสทางการศึกษา

บริษัทสนับสนุนการศึกษาพัฒนาเยาวชน ภายใต้กลยุทธ์ด้านสังคม “7 Go Together” โดยให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียนระดับมัธยมศึกษา ปีที่ 4-6 ระดับอาชีวศึกษา (ปวช. และ ปวส) และระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรีขึ้นไป) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 16 โดยในปี 2567 บริษัทได้สนับสนุน ทุนการศึกษาไปแล้วทั้งสิ้น 37,523 ทุน คิดเป็นมูลค่า 1,186 ล้านบาท และมีผู้สำเร็จการศึกษาทุกหลักสูตรทั้งสิ้น 10,474 คน นอกจากนี้ บริษัทยังให้โอกาสในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ รวมถึงให้โอกาสในการเข้าทำงานกับบริษัทหลังสำเร็จการศึกษา สามารถเข้าทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการ/ผู้จัดการร้าน 7-Eleven อีกทั้งยังมีโอกาสในการร่วมลงทุนเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven (Store Business Partner: SBP) ซึ่งในปีการศึกษานี้มีจำนวนบัณฑิตที่จบการศึกษาเข้าร่วมงานกับบริษัท จำนวน 4,987 คน

ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)

การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เป็นการดำเนินงานของบริษัทที่ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านสถาบันการศึกษา นอกเหนือจากองค์ความรู้พื้นฐาน บริษัทมุ่งผลักดันความสามารถและความสนใจเฉพาะทาง รวมถึงเติมเต็มทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต ให้เยาวชน ชุมชน และ บุคลากรของบริษัทสามารถตอบสนองต่อความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ โดยในปี 2567 มีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง “เครือข่ายสร้างสุข สู่ปลายด้ามขวาน” ปีที่ 5

บริษัทตระหนักถึงเหตุการณ์ความรุนแรงใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ส่งผลให้เยาวชนขาดโอกาสทางการศึกษา ซีพี ออลล์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) และศูนย์อำนวยการจังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงร่วมมือกันขยายโอกาสทางการศึกษา โดยการมอบทุนการศึกษาและสนับสนุนค่าครองชีพระหว่างเรียนจากกองทุน PIM SMART 3,000 บาทต่อเดือน และค่าที่พัก 1,500 บาทต่อเดือน และมีรายได้ระหว่างฝึกงาน 12,000-15,000 บาทต่อเดือน นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษากลับไปประกอบอาชีพในพื้นที่บ้านเกิดของตัวเอง กระตุ้นการจ้างงานและเกิดการหมุนเวียนของเศรษฐกิจในพื้นที่ เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตให้กับชุมชน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- มอบทุนการศึกษา 4,298 ทุน คิดเป็นมูลค่า 773.64 ล้านบาท
- นักศึกษาในโครงการสำเร็จการศึกษาแล้ว 12 รุ่น จำนวน 1,855 คน
- นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำร้อยละ 100
- นักศึกษามีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 18,000-20,000 บาท หลังจากสำเร็จการศึกษา
- สร้างผู้ประกอบการชุมชน 43 ราย

โครงการต่อเนื่อง “พีไอเอ็ม (PIM) ส่งรอยยิ้มสู่ยอดดอย” ปีที่ 7

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 378 ทุน คิดเป็นมูลค่า 68.04 ล้านบาท
- นักศึกษาในโครงการสำเร็จการศึกษาแล้ว 7 รุ่น จำนวน 215 คน นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้วมีงานทำร้อยละ 100
- นักศึกษามีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 12,500-15,000 บาท สูงกว่ารายได้เฉลี่ยของประชากรจังหวัดแม่ฮ่องสอนร้อยละ 62.57
- สร้างผู้ประกอบการชุมชน 27 ราย

โครงการต่อเนื่อง “คืนคนดีสู่สังคม” ปีที่ 6

ซีพี ออลล์ วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์ ร่วมกับกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน ศาลเยาวชนและครอบครัว กรมคุมประพฤติ กระทรวงยุติธรรม ในปี 2567 ได้ขยายความร่วมมือไปยังสถานสงเคราะห์เด็กและเยาวชน กรมกิจการเด็กและเยาวชน กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สนับสนุนการแก้ไข บำบัด ฟื้นฟู และให้โอกาสด้านการศึกษาแก่เด็กและเยาวชนทั่วประเทศที่กระทำความผิด ได้ศึกษาต่อที่วิทยาลัยฯ ศูนย์การเรียนฯ และสถานศึกษาในความร่วมมือ ในหลักสูตรธุรกิจค้าปลีก และหลักสูตรการจัดการธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบทวิภาคีโดยเรียนภาคทฤษฎีที่สถานศึกษา สลับกับการฝึกอาชีพที่ร้าน 7-Eleven ภายใต้โครงการ “ส่งเสริมและพัฒนาทักษะเด็กและเยาวชนด้านวิชาชีพ” อีกทั้งยังมีการสนับสนุนอุปกรณ์และเครื่องคอมพิวเตอร์ให้กับศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด สถานพินิจและคุ้มครองเด็ก เพื่อให้ผู้กระทำผิดสามารถกลับคืนสู่สังคมได้อย่างภาคภูมิและดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุข





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เด็กและเยาวชนเข้าร่วมโครงการ 957 คน
- มอบทุนการศึกษา 169 ทุน
- มูลค่าการสนับสนุน 9.6 ล้านบาท
- สนับสนุนอุปกรณ์และคอมพิวเตอร์ 90 ชุด
- มูลค่าการสนับสนุนอุปกรณ์และคอมพิวเตอร์ 450,000 บาท
- เยาวชนได้รับโอกาสทางการศึกษา มีรายได้ระหว่างเรียน จบแล้วมีงานทำ มีอาชีพเสริม

โครงการต่อเนื่อง “Creative AI Camp และ Creative AI Club” ปีที่ 7

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

New learning Space
สร้างพื้นที่การเรียนรู้ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับต่อยอดความรู้ด้าน AI

New Creative Community
สร้างชุมชนเพื่อแบ่งปันความรู้ สร้างสรรค์ผลงานด้าน AI และสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ของเยาวชนที่จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ในวันข้างหน้า

New Innovations & Solutions
สร้างนวัตกรรมและพัฒนาวิธีการแก้ไขปัญหาใหม่ ๆ โดยใช้ความรู้ด้าน AI จากสมาชิกในคลับ

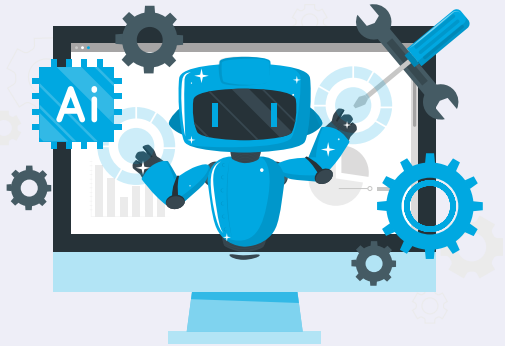
ในปี 2567 บริษัทดำเนินโครงการค่าย Creative AI Camp ภายใต้แนวคิด “AI For All” เพื่อให้ความรู้ไปพร้อม ๆ กับยกระดับทักษะ AI ให้เยาวชนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. ปวส. และอุดมศึกษา (มหาวิทยาลัยชั้นปีที่ 1-2) โดยมุ่งเน้นทั้งการประยุกต์ใช้ AI ในเชิงธุรกิจ และสร้างทักษะเชิงลึกด้านเทคโนโลยีให้ตอบโจทย์ประเด็นต่าง ๆ ในสังคม และมีผลงานที่โดดเด่น ดังนี้

ผลงานที่โดดเด่นภายใต้โครงการค่าย Creative AI Camp

ผลงาน	รายละเอียดผลงาน
 ผู้ชนะเลิศ : KM และ AI CHATBOT ตอบคำถาม SMEs	**รางวัลชนะเลิศ ผลงาน : KM และ AI CHATBOT** เพื่อช่วยตอบคำถามให้กับ SMEs ที่ต้องการร่วมธุรกิจกับ CP ALL โดยเป็นแนวคิดจากศูนย์ส่งเสริม Innovation-Driven Enterprise
 รองชนะเลิศอันดับ 1 : AI เพื่อตรวจสอบงาน PM ตู้ไอศกรีม	**รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1** **ผลงาน : AI เพื่อตรวจสอบงาน PM ตู้ไอศกรีม** โดยเป็นแนวคิดจากสำนักบริหารทรัพย์สินองค์กร
 รองชนะเลิศอันดับ 2 : AI มาช่วยในการคำนวนงบคาดการณ์	**รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2** **ผลงาน : AI ช่วยในการคำนวนงบคาดการณ์** โดยเป็นแนวคิดจากหน่วยงานคัดสรร เบลลินี่ พรีเมี่ยม คาเฟ่
 The Best Innovation : AI ตรวจสอบป้ายชำรุดที่ร้านสาขาและประเภทการชำรุด	**รางวัล The Best Innovation** **ผลงาน : AI ตรวจสอบป้ายชำรุดที่ร้านสาขาและประเภทการชำรุด** โดยเป็นแนวคิดจากสำนัก Construction Management

โครงการประกวด “CAI Retail Hackathon: Action Detection”

เปิดเวที CAI Retail Hackathon ครั้งที่ 1 ภายใต้โจทย์ Action Detection หรือ การตรวจจับพฤติกรรม โดยใช้ Computer Vision เทคโนโลยี AI ซึ่งสามารถเรียนรู้และวิเคราะห์ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยี AI มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาโมเดลสำหรับแก้ปัญหาต่าง ๆ ภายในร้านสะดวกซื้อ เพื่อเพิ่มประสบการณ์การใช้บริการที่ดียิ่งขึ้นให้กับลูกค้า พร้อมชิงเงินรางวัลมูลค่ารวมกว่า 230,000 บาท เหรียญรางวัลและเกียรติบัตรให้แก่เยาวชนผู้ชนะเลิศและผู้เข้าร่วมกิจกรรม



ผลงาน





รายละเอียดผลงาน

รางวัลชนะเลิศ และรางวัลรองชนะเลิศ รวม 2 รางวัล

รางวัลชนะเลิศ : กลุ่มนักศึกษาระดับปี 1-2
จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

รางวัลรองชนะเลิศ : กลุ่มนักเรียนระดับมัธยมปลาย
จากโรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย จ.เชียงใหม่

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เยาวชนเข้าร่วมโครงการและได้รับการพัฒนาทักษะสะสม จำนวน 137 คน
- มูลค่าการสนับสนุนงบประมาณกิจกรรมสะสม 3.43 ล้านบาท
- พัฒนาทักษะทั้งทางด้านเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ ความรู้ธุรกิจ รวมถึงปรัชญาชีวิตจากหมากล้อม
- สร้างเครือข่ายของผู้มีความรู้ ความสามารถรุ่นใหม่ ๆ
- เป็นศูนย์รวมทรัพยากรและความรู้ ในด้านเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์อีกด้วย

การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

"ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ โดยคำนึงถึงสุขภาพและสุขภาวะของผู้บริโภคเป็นสำคัญ พร้อมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์คุณภาพ ปลอดภัย เพื่อความไว้วางใจของผู้บริโภค และส่งเสริมสุขภาพที่ดีให้กับทุกคน"



การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG2 ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการและส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

2.1 ยุติความหิวโหยและสร้างหลักประกันให้ทุกคน โดยเฉพาะที่ยากจนและอยู่ในภาวะเปราะบาง อันรวมถึงทารกได้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการ เพียงพอตลอดทั้งปี

SDG3 สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า รวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัยมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้

SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และผลิตที่ยั่งยืน

12.4 บรรลุเรื่องการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตกลงกันแล้ว และลดการปลดปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดิน อย่างมีนัยสำคัญ เพื่อจะลดผลกระทบทางลบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด

ความเสี่ยงและโอกาส

ในปี 2567 ความเสี่ยงด้านสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มลพิษทางอากาศ และความต้องการของสังคมในวิถีชีวิตใหม่ ส่งผลให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญและมีความคาดหวังในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพมากยิ่งขึ้น

บริษัทมุ่งเน้นวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ไปจนถึงการจัดจำหน่าย เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสุขภาพให้ผู้บริโภค และประชากรกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุ ผู้มีรายได้น้อย สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการและลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ซึ่งถือเป็นสิทธิพื้นฐานของผู้บริโภคในการมีสุขภาพที่ดี โดยมีตัวเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อาทิ ผลิตภัณฑ์อาหารออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์อาหารที่ปรับลดปริมาณไขมัน โซเดียม น้ำตาล สารปรุงแต่ง รวมถึงผลิตภัณฑ์ผักสลัดที่ลดการใช้ปุ๋ยและสารเคมีในการเร่งผลผลิตทางการเกษตร พร้อมทั้งเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่มีโปรตีนสูง อีกทั้งมีการแสดงข้อมูลโภชนาการบนบรรจุภัณฑ์อย่างครบถ้วน เพื่อส่งเสริมการมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคในทุกมิติ

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

- มิติสังคม

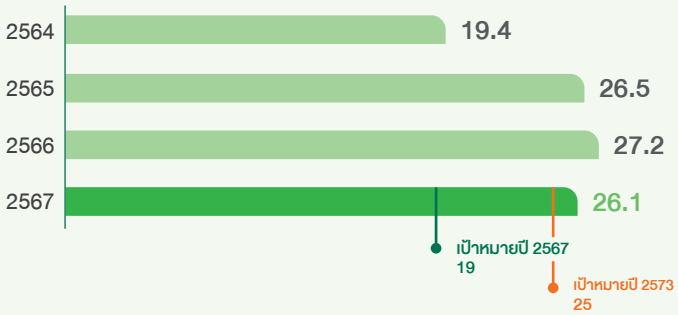
ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- สำคัญมาก (Critical Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

เพิ่มสัดส่วนจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ที่มุ่งเน้นสุขภาพและโภชนาการที่ดี

(หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- ผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี (New Nutritional Products) 1,135 รายการ
- ยอดขายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก (กลุ่มอาหาร) ร้อยละ 5.72
- ผู้เข้าร่วมโครงการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ “ชุมชนสุขภาพดี” 3,000 ราย
- ยอดขายผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ร้อยละ 33.60
- ยอดขายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก (ไม่ใช่กลุ่มอาหาร) ร้อยละ 3.04
- การเรียกคืนสินค้าที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค 45 กรณี

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- โครงการอาหารผู้สูงอายุ
- โครงการข้าวกล่องสุขภาพ “สุขภาพดี กับข้าวกล่องสุขภาพ” ตรา อีซี่โก กินดี “อร่อยง่าย ได้สุขภาพ”
- โครงการผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ “Chef Cares Ready Meal”
- โครงการสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้กับพนักงานและคู่ค้า

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

บุคลากรในหน่วยงานวิจัยและพัฒนา
494 ราย

ผลงานวิจัย
75 ผลงาน

งบประมาณที่ใช้
42 ล้านบาท

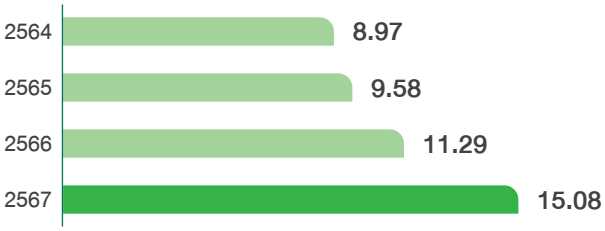
หน่วยงานด้านวิจัยและพัฒนา
4 หน่วยงาน

คู่ค้า/หน่วยงานภายนอกที่ร่วมวิจัยและพัฒนา
18 ราย

ยอดขายรวมผลิตภัณฑ์กลุ่มพัฒนาร่วม (ร้อยละ)



ยอดขายรวมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพกลุ่มพัฒนาร่วม (ร้อยละ)



ยอดขายรวมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพกลุ่มพัฒนาร่วม จำแนกตามประเภท

อาหารและเครื่องดื่ม (Food)

- ลดไขมัน ไขมันทรานส์ ร้อยละ 0.02 17.83 ล้านบาท
- ลดโซเดียม ร้อยละ 1.04 1,085 ล้านบาท
- ลดน้ำตาล ร้อยละ 0.66 689 ล้านบาท
- เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ ร้อยละ 0.62 645 ล้านบาท
- ปรับปรุงสูตร ร้อยละ 1.10 1,153 ล้านบาท
- ลดการใช้ปุ๋ย หรือสารเคมี ร้อยละ 1.18 1,235 ล้านบาท
- ลดสารปรุงแต่ง ร้อยละ 0.02 21.37 ล้านบาท
- ลดขนาดบรรจุภัณฑ์สินค้า ร้อยละ 0.06 60.35 ล้านบาท
- ออร์แกนิก ร้อยละ 5.72 6,133 ล้านบาท

ไม่ใช่อาหาร (Non-Food)

- ลดสารปรุงแต่ง ร้อยละ 0.14 9.59 ล้านบาท
- ออร์แกนิก ร้อยละ 3.04 213 ล้านบาท
- ส่วนประกอบหลักจากธรรมชาติ ร้อยละ 1.76 123 ล้านบาท
- ฉลากเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ร้อยละ 2.18 153 ล้านบาท



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

การแสดงฉลากโภชนาการบนผลิตภัณฑ์

- แสดงฉลากโภชนาการที่เป็นไปตามมาตรฐานสากลบนผลิตภัณฑ์ร้อยละ 100
- แสดงฉลากโภชนาการแบบจีดีเอ (Guideline Daily Amounts: GDA) ภาคสมัครใจ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มพร้อมทาน ร้อยละ 40.17

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทดำเนินงานภายใต้นโยบายสุขภาพและโภชนาการ และกลยุทธ์ “Good Health & Well-being” เพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง พัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า และปลอดภัยตามมาตรฐานระดับสากล พร้อมสร้างความโปร่งใสผ่านการแสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์บนฉลากอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับระเบียบและข้อบังคับของประเทศ

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับนวัตกรรมด้านอาหารและการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ โดยมุ่งเน้นวิจัยกับหน่วยงานในเครือ เช่น บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด และ สายงานบริหารผลิตภัณฑ์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น รวมถึงความร่วมมือกับองค์กรภายนอกที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีอาหารเพื่อสุขภาพ อาทิ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

บริษัทกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มพัฒนาร่วมของบริษัท (Private Brands) ให้ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภายนอกและมาตรฐานระดับสากล ในปี 2567 บริษัทได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ “ทางเลือกสุขภาพ” (Thai Healthier Choice) จากสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล กว่า 900 รายการ และมุ่งสนับสนุนผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่ลดส่วนประกอบ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ เช่น น้ำตาล ไขมัน โซเดียม สารปรุงแต่ง สารกันบูดและสีสังเคราะห์ เป็นต้น ขณะเดียวกันยังเพิ่มส่วนประกอบที่มีคุณค่าทางโภชนาการ อาทิ วิตามินเอ ซิงค์ ไอโอดีน ไฟเบอร์ และธาตุเหล็ก โดยบริษัทส่งมอบตัวเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อาทิ สินค้ากลุ่มสลัดผักสด และผลไม้กว่า 200 รายการให้กับผู้บริโภค

พร้อมกันนี้ บริษัทยังส่งมอบผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก (Organic Products) และผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ (Natural Based Ingredients) ที่นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม เช่น ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน เป็นต้น เพื่อเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายให้กับผู้บริโภค

ด้านการคัดสรรวัตถุดิบ บริษัทให้ความสำคัญกับการเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากแหล่งที่มาอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Sourcing) โดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งมีชีวิตดัดแปลงพันธุกรรม (GMOs) ซึ่งต้องได้รับการรับรองและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

บริษัทดำเนินการติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคสอดคล้องกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว พร้อมรวบรวมข้อมูลเพื่อพัฒนานโยบาย แผนปฏิบัติงาน และแผนการวิจัยในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งบริษัทมุ่งเน้นติดตามและตรวจสอบการแสดงฉลากผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของบริษัท ซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ในปี 2567 บริษัทไม่มีการรายงาน และไม่มีกรณีที่เกี่ยวข้องกับการแสดงรายละเอียดส่วนประกอบสำคัญ วิธีการใช้ หรือคำแนะนำของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ชัดเจน รวมถึงการสื่อสารด้านการตลาดที่ไม่สอดคล้องกับข้อกำหนด กฎหมาย มาตรฐานพื้นฐาน หรือแนวปฏิบัติที่บริษัทให้ความสำคัญและยึดถือปฏิบัติจากลูกค้าหรือผู้บริโภคที่เกี่ยวข้อง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ นโยบายสุขภาพและโภชนาการ





การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ

หลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม

บริษัทปฏิบัติตามและอ้างอิงประกาศของกระทรวงสาธารณสุข และมาตรฐานทางโภชนาการและสุขภาพที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพ พร้อมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่จัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. สินค้าอาหารที่ผ่านการรับรองหรือผ่านหลักเกณฑ์ของ “ทางเลือกสุขภาพ” หรือ Thai Healthier Choice ที่ให้การรับรองโดยสถาบันโภชนาการมหาวิทยาลัยมหิดล

2. อาหารที่มีการเพิ่ม หรือลด หรือปราศจากสารอาหารตามที่กฎหมายหรือมาตรฐานที่ยอมรับ เช่น ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 445) พ.ศ. 2566 เป็นต้น

3. ผักและผลไม้สด หรืออาหารที่คงสภาพสารอาหารที่เป็นประโยชน์ทางธรรมชาติ หรือผ่านการแปรรูปน้อย หรืออาหารที่รับประทานแล้วได้โภชนาการครบถ้วนและพลังงานที่เหมาะสมใน 1 มื้อ

4. อาหารทางการแพทย์ Functional Food หรือ Food Supplement ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 238 พ.ศ. 2544 และฉบับที่ 293 พ.ศ. 2548

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม

ผลิตภัณฑ์ลดปริมาณน้ำตาล ไขมัน หรือโซเดียม



นมข้าวโอ๊ตก๊อดเมท สูตรไม่มีน้ำตาล 180 มล.

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

นมข้าวโอ๊ตก๊อดเมท น้ำตาล 0% ปราศจากสารปรุงแต่ง นมวัว แล็กโทส กลูเตน และถั่วทุกชนิด ซึ่งอ่อนโยนต่อระบบลำไส้ มีแคลเซียมและวิตามินสูงอุดมไปด้วยไฟเบอร์จากข้าวโอ๊ตธรรมชาติ

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 22 สิงหาคม 2567

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์ปรับเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ



วิตอะเดย์ วิตามินซี กลูต้า วอเตอร์ 480 มล.

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

เครื่องดื่มวิตามินผสมไร้น้ำตาล ที่มีกลูต้าไธโอนเข้มข้น และวิตามินนำเข้าจากประเทศอังกฤษ ช่วยให้ร่างกายดูดซึมกลูต้าได้ดี นอกจากนี้ยังมีไกลซีนและซิสเทอีนที่ร่างกายต้องการ

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 21 มีนาคม 2567

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงสูตร



ข้าวลาบหมู-หมูย่าง

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

ต่อยอดความอร่อยจากเมนูขายดีด้วยการปรับสูตรใหม่ (Level Up) เป็นแหล่งโปรตีน ให้อร่อยยิ่งขึ้น แซ่บนัวถึงเครื่องลาบแท้ ๆ

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 2 มิถุนายน 2567

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์ลดสารปรุงแต่ง



ข้าวหอมมันปูกะเพราอกไก่

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

มีโปรตีนสูง ไม่ใส่ผงชูรส ไม่ใส่วัตถุกันเสีย พร้อมทั้งสารอาหารจากแครอท และบร็อคโคลี่

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2567

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

500

ผลิตภัณฑ์กลุ่มส่วนประกอบหลักจากธรรมชาติ



น้ำนมข้าวโพดวีฟาร์ม x ไร่สุวรรณ 280 มล.

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

น้ำนมข้าวโพดวีฟาร์ม x ไร่สุวรรณ ใช้ส่วนประกอบหลักจากธรรมชาติ มีโพรไบโอติกจากข้าวโพด ช่วยปรับสมดุลลำไส้

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 15 สิงหาคม 2567

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์ลดการใช้ปุ๋ยและผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก



ผักสลัดคอสอินทรีย์ 60 กรัม

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

ผักอินทรีย์ ออร์แกนิก มีวิตามินและแร่ธาตุ พร้อมรับประทาน

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 20 มกราคม 2565

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

4,691

ผลิตภัณฑ์ลดขนาดบรรจุภัณฑ์สินค้า



นม UHT ตราหมีเอ็นริช 170 มล.

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

นมตราหมีเอ็นริชน้ำผึ้ง สูตรไม่มีน้ำตาล อร่อยตามแบบฉบับนมตราหมี หอมหวานพอดีแบบธรรมชาติจากน้ำผึ้งแท้ ๆ ไม่มีน้ำตาลทราย เหมาะสำหรับผู้ที่ใส่ใจสุขภาพ

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 18 มิถุนายน 2563

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ กลุ่มพัฒนาร่วม

ผลิตภัณฑ์อาหาร



ขนมปังฟักทองธัญพืช

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

คอเลสเตอรอลต่ำ อุดมไปด้วยใยอาหาร

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 15 กรกฎาคม 2567

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์อาหาร



ข้าวไรซ์เบอร์รี่ผสมข้าวหอมมะลิ ลาบอกไก่

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

โปรตีนสูง, ไม่ใส่ผงชูรส, ไม่ใส่วัตถุกันเสีย

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2567

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

500

ผลิตภัณฑ์อาหาร



สลัดแซลมอนย่าง

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

มีวิตามินเอ

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 22 มกราคม 2567

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์อาหาร



ลาบเห็ดปั้นก้อน

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

เป็นแหล่งของโปรตีน / เป็นแหล่งของใยอาหาร

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 19 กันยายน 2567

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม



เครื่องดื่มรสโยเกิร์ต

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

มีไฟเบอร์ 2,470 มล. /100 มล., วิตามินซีสูง

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 2 พฤษภาคม 2567

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

หลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มไม่ใช่อาหาร

บริษัทให้ความสำคัญและส่งเสริมการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นอกเหนือกลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งครอบคลุมผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน โดยบริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มใช่อาหารเพื่อสุขภาพของบริษัท ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก
2. ผลิตภัณฑ์ลดสารปรุงแต่ง
3. ผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมประกอบจากธรรมชาติ
4. ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ กลุ่มไม่ใช่อาหาร (Non-food)

ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและเครื่องสำอาง (Personal Products / Cosmetics)

ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก



แป้งเด็กจอห์นสัน คอร์นสตาร์ชบลอสซั่ม 50 กรัม

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

แป้งเด็กจอห์นสันคอร์นสตาร์ชบลอสซั่ม ผลิตจากส่วนผสมธรรมชาติ 100% และผ่านการทดสอบความปลอดภัยจากแพทย์ผิวหนัง (ผ่านการทดสอบในห้องปฏิบัติการ Johnson & Johnson Consumer Inc. เดือน เมษายน 2560 ประเทศสหรัฐอเมริกา) ผลิตภัณฑ์แป้งที่ช่วยดูดซับความชื้นได้ดีขึ้น 2 เท่า ลดโอกาสการเกิดผิวแพ้ง่าย พร้อมกลิ่นหอมชื่น ช่วยให้ลูกน้อยรู้สึกสดชื่นยาวนาน

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 20 กรกฎาคม 2566

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์ลดสารปรุงแต่ง



สลีปปิ้งมาส์คคิวท์เพรสเอท อาวเวอร์ฟูลไนท์ 10 กรัม

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

สลีปปิ้งมาส์คเนื้อเจลสูตรบำรุงเข้มข้น ผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากสารปรุงแต่งอย่างซิลิโคน, แอลกอฮอล์, มิเนรัลออยล์, พาราเบน, และสีสังเคราะห์ ช่วยฟื้นบำรุงผิวและกักเก็บความชุ่มชื้นยาวนานถึง 10 ชั่วโมง ใช้ทาก่อนนอนโดยไม่ต้องล้างออก เป็นตัวช่วยเตรียมผิวให้พร้อมสำหรับการแต่งหน้าในเช้าวันถัดไปให้ความรู้สึกสดชื่นสบายผิว พร้อมกลิ่นหอมอ่อน ๆ ที่ช่วยผ่อนคลายก่อนนอน

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 30 มกราคม 2563

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมประกอบจากธรรมชาติ



ครีมมะขามขัดผิวผสมน้ำผึ้ง ซันฟอเรสท์ 70 กรัม

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

ครีมขัดผิวที่มีส่วนผสมมากจากสมุนไพรธรรมชาติแท้ ๆ โดยมีมะขามจากจังหวัดพะเยาเป็นวัตถุดิบหลัก ประกอบกับ น้ำผึ้ง ขมิ้น ว่านหางจระเข้ น้ำปูนใส และนมสด ช่วยลดการเกิดสิว ฝ้า กระ จุดด่างดำ ช่วยผลัดเซลล์ผิวเก่าให้ผิวหน้าเนียนนุ่ม ลดรอยแห้งลดอาการระคายเคือง และชะลอริ้วรอยก่อนวัย

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 8 เมษายน 2559

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

6,400

ผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้าน (Household Products)

ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



ซันไลต์เลมอน ขวดกลาง 485 มล.

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

น้ำยาล้างจานสูตรเข้มข้น จากส่วนผสมของมะนาวแท้ ผลิตจากเอนไซม์สกัดจากธรรมชาติ 100% มาพร้อมกับตัวบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกรีไซเคิล 100%

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 8 ตุลาคม 2560

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

ผลิตภัณฑ์ที่ลดสารปรุงแต่ง



สเปรย์คายาริ แฟลช&คูล 30 มล.

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

ผลิตภัณฑ์สเปรย์กันยุงคายาริสูตรแห้งและเย็นเพิ่มส่วนผสมจากดอกเก๊กฮวย มีส่วนผสมจากกานพลูและยูคาลิปตัส ลด DEET ลงเหลือ 10% (แบรนด์ในตลาดใช้ DEET 12%-15%) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการไล่ยุงให้ได้นานถึง 7 ชม.

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 7 พฤศจิกายน 2567

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

5,300

ผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบหรือส่วนผสมประกอบจากธรรมชาติ



บรีสเอกเซลซิกเนเจอร์ชมพู สูตรน้ำ 700 มล.

คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ต่อสุขภาพ

น้ำยาซักผ้าสูตรเข้มข้น ผลิตจากเอนไซม์สกัดธรรมชาติ สามารถขจัดคราบหนักแม้ผ่านมา 72 ชม. พร้อมกลิ่นหอมสดชื่นยาวนานตลอดทั้งวัน

วันที่วางจำหน่าย

วันที่ 22 ธันวาคม 2559

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

การสร้างการรับรู้ สนับสนุนการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

บริษัทดำเนินการพัฒนาองค์ความรู้และวิจัยผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านอาหาร เครื่องสำอาง เวชสำอางค์ อาทิ บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด ร่วมกับ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งประเทศไทย (วว.) ร่วมพัฒนาวิจัยผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากน้ำมันกะเพราบรรเทาอาการอักเสบบริเวณช่องปากและลำคอ สายงานบริหารผลิตภัณฑ์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ให้บริการตรวจวิเคราะห์สารอาหารและโภชนาการ เช่น ปริมาณโซเดียม น้ำตาล ไขมัน และไขมันทรานส์ ให้แก่หน่วยงานภายในและภายนอกองค์กร เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทระบุข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับส่วนประกอบหลัก วิธีการใช้อย่างปลอดภัย และข้อมูลโภชนาการบนผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมายหรือมาตรฐานพื้นฐาน อาทิ ค่าพลังงานต่อหน่วยบริโภค ไขมัน น้ำตาล และโซเดียม โดยในปี 2567 ได้ดำเนินการครอบคลุมทุกกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มพร้อมรับประทานตามกฎหมายหรือข้อบังคับ ร้อยละ 100 และแนวปฏิบัติอื่น ๆ ที่บริษัทยึดปฏิบัติร้อยละ 40.17 เพื่อให้ผู้บริโภครับทราบรายละเอียดของส่วนประกอบหลัก คุณค่าทางโภชนาการ และสามารถหลีกเลี่ยงอาหารที่อาจไม่เหมาะสม โดยเฉพาะสำหรับผู้ที่มีโรคประจำตัว

พร้อมกันนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการแสดงฉลากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ข้อมูล Carbon Footprint หรือมาตรฐาน Animal Welfare เป็นต้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและสนับสนุนการบริโภคที่ยั่งยืน

การจัดการด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทคำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยกำหนดมาตรฐานควบคุมคุณภาพ ตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูก การผลิต การรับสินค้า การจัดและกระจายสินค้า รวมถึงการจำหน่ายและให้บริการ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าและบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าจะมีความปลอดภัยและเชื่อถือได้ บริษัทกำหนดให้มีหน่วยงานทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้าและมาตรฐานร้าน 7-Eleven รวมถึงให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นอันดับหนึ่ง เราปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจีเอ็มโอที่ประกาศใช้ในประเทศอย่างเคร่งครัด เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ของเราปลอดภัยและเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด นอกจากนี้ บริษัทมีกระบวนการคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งที่มาด้วยความรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทาน พร้อมสนับสนุนคู่ค้าในการเลือกผลิตภัณฑ์ผ่านการตอบแบบสอบถามและการรับรองผลิตภัณฑ์เสี่ยงที่กฎหมายกำหนด พร้อมทั้งส่งเสริมให้คู่ค้ามีการแสดงฉลากผลิตภัณฑ์อย่างโปร่งใส โดยระบุข้อมูลส่วนประกอบ วัตถุดิบ หรือผลิตภัณฑ์ดัดแปลงพันธุกรรม เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายเกี่ยวกับจีเอ็มโอ (Genetically Modified Organisms: GMOs)

โครงการที่สำคัญปี 2567

ในปี 2567 บริษัทดำเนินงานสร้างการรับรู้ สนับสนุนผลิตภัณฑ์ และเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย ควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการที่เพียงพอเหมาะสมภายใต้กลยุทธ์ “Good Health & Well-being” อย่างต่อเนื่องผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

กลยุทธ์ “Good Health & Well-being”

Products & Services

พัฒนาและสรรหาผลิตภัณฑ์ รสชาติดี หลากหลาย ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ

Place

สรรหาทำเลที่ใช้สร้างบรรยากาศกระตุ้นการบริโภคของลูกค้า และช่องทางการจำหน่ายที่สะดวก เข้าถึงง่ายสำหรับลูกค้า

People

สร้างความรู้ ความเข้าใจให้ผู้บริโภค ชุมชน ควบคู่การพัฒนาทักษะพนักงาน

Communication

สร้างการรับรู้ถึงสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพ ซึ่งครอบคลุมทุกช่องทาง ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ และตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ

Technology

ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพ และต่อยอดเพื่อเพิ่มยอดขายและสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

1 การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ

โครงการต่อเนื่อง วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสำหรับอาหารพร้อมรับประทาน

บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด ศูนย์กลางข้อมูลความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนาการวิจัยและให้บริการเป็นที่ปรึกษา วิเคราะห์ทดสอบผลิตภัณฑ์ และออกแบบทางวิศวกรรมสำหรับอาหารพร้อมรับประทาน และเป็นศูนย์กลางประสานงานความร่วมมือด้านวิจัยพัฒนากับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารอย่างยั่งยืน





ในปี 2567 ซีพี ฟู้ดแล็บ ดำเนินการวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ และมีการเชื่อมต่อกันด้วยการวิจัยประยุกต์ผ่านการวิจัยนำร่อง เพื่อเชื่อมโยงองค์ความรู้สู่การใช้งานจริงในอุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงานวิจัยของ บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด

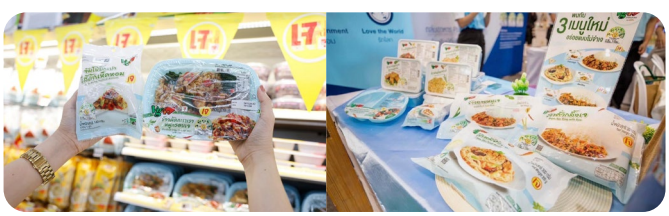
- ดำเนินงานวิจัยเป็นจำนวน 15 โครงการ
- มูลค่าของโครงการวิจัยทั้งหมด 17 ล้านบาท

โครงการต่อเนื่อง วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดีตามเกณฑ์ทางเลือกสุขภาพ (VG for Love)

ซีพีแรม มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี ส่งมอบอาหารที่ถูกหลักโภชนาการอย่างมีคุณภาพ ทั้งด้านความปลอดภัยทางอาหาร ด้านคุณค่าทางโภชนาการ และด้านสุนทรียภาพในการบริโภค 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





ในปีที่ 2567 เพิ่มสัดส่วนรายได้จากเมนูอาหารจากพืช (Plant-based Food) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 0.15 (หรือ 43 ล้านบาท) ของรายได้จากสินค้ากลุ่มอาหารและเบเกอรี่ทั้งหมด

โครงการสุขภาพดีกับข้าวกล่องสุขภาพ ตรา อีซี่โก “กินดี อร่อยง่าย ได้สุขภาพ”

การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน โดย 7-Eleven ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวกล่องสุขภาพตรา “อีซี่โก กินดี” เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ ผลิตภัณฑ์นี้ไม่มีการใส่ผงชูรสหรือวัตถุกันเสีย ใช้น้ำมันคาโนล่าซึ่งมีกรดไขมันไม่อิ่มตัวสูง และควบคุมพลังงานต่อกล่องไม่เกิน 450 กิโลแคลอรี พร้อมมีเมนูหลากหลาย เช่น ข้าวไรซ์เบอร์รี่ผสมข้าวหอมมะลิลาบอกไก่ ข้าวหอมมันปูอกไก่ย่างจิ้มแจ่ว ข้าวไรซ์เบอร์รี่ฟักทองผัดไข่อกไก่ เป็นต้น การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่เพียงตอบโจทย์ความต้องการด้านสุขภาพของผู้บริโภค แต่ยังสอดคล้องกับเป้าหมายการส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการเลือกใช้วัตถุดิบคุณภาพ และสร้างความตระหนักรู้ในกลุ่มผู้บริโภคถึงความสำคัญของการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ

ผลการดำเนินงานโครงการ อีซี่โก กินดี

- ยอดขายข้าวกล่องผลิตภัณฑ์ข้าวกล่องสุขภาพตรา “อีซี่โก กินดี” จำนวน 509,555 กล่อง คิดเป็นมูลค่า 26.85 ล้านบาท





โครงการ ผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ “Chef Cares Ready Meal”

ซีพี ออลล์ คัดสรรสินค้าอาหารที่ดีต่อสุขภาพคนไทย ให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารคุณภาพดีได้ง่าย “Chef Cares Ready Meal” ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน รังสรรค์โดยเชฟชั้นนำรางวัลระดับโลก อาทิ Asia’s 50 Best Restaurants / The World’s 50 Best Restaurants โดยนำวัตถุดิบคุณภาพดีจากซีพีเอฟ ทั้ง ไก่เบญจา หมูคูโรบูตะ มาประยุกต์เมนู fine dining ให้เป็นอาหารพร้อมทานที่อร่อย และสมบูรณ์ทางโภชนาการ ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีอาหารระดับโลก ไม่ใส่สารกันเสีย หรือผงชูรสเพิ่มเติม รวมถึงควบคุมปริมาณโซเดียมที่เหมาะสม ตามคำแนะนำจากกระทรวงสาธารณสุข ในปี 2567 มีผลิตภัณฑ์เชฟแคร์ส จำหน่ายร้าน 7-Eleven ถึง 12 รายการ สร้างรายได้กว่า 417 ล้านบาท โดยกำไรทั้งหมด 100% เชฟแคร์มอบคืนสู่สังคม เพื่อสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ภายใต้มูลนิธิ ทั้งการบริจาคอาหารพร้อมทานให้กับชุมชนด้อยโอกาส โครงการสานฝันปั้นเชฟ ที่มุ่งเน้นให้ทุนการศึกษาในการฝึกวิชาชีพเชฟสำหรับนักเรียนที่มีความต้องการแต่ยังขาดการสนับสนุน และคลังความรู้ออนไลน์









โครงการอาหารผู้สูงอายุ

ซีพีแรม มุ่งมั่นในการสร้างอาหารคุณภาพให้กับสังคมไทยและผู้บริโภคทุกคนได้มีสุขภาพที่ดี มีความเป็นอยู่ที่ดี โดยได้พัฒนาอาหารสำหรับผู้สูงอายุ ที่เน้นให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพ “ครีเอเตอร์” เป็นอาหารที่คำนึงถึงปริมาณและประเภทของสารอาหารที่จำเป็น รวมไปถึงคุณสมบัติของอาหารหรือวัตถุดิบให้เหมาะสมกับการเคี้ยว ระบบการย่อยและดูดซึมสารอาหารตามวัยของผู้สูงอายุ และสำหรับผู้ที่ต้องการอาหารที่มีโปรตีนสูงก็สามารถเลือกทาน “ครีเอเตอร์” ได้ไม่ใช่แค่ผู้สูงอายุเท่านั้น เพื่อให้ได้รับสารอาหารครบถ้วน “เคี้ยวง่าย ย่อยง่าย” เป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพ คุณค่าโภชนาการสูง รสชาติดี ตอบโจทย์สังคมสูงอายุในประเทศไทยและทั่วโลกที่กำลังเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันวางจำหน่ายที่แม็คโคร โลตัส และซีพีแรม เอาต์เลต (outlet) ทั้งหมด 30 สาขาทั่วประเทศ สร้างยอดขายกลุ่มสินค้าใหม่ 561,128 บาทต่อปี



2 สร้างความตระหนักรู้ให้กับพนักงานและคู่ค้า ด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ซีพี ออลล์ ปลูกฝังความสำคัญของความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ตั้งแต่พนักงานภายในองค์กร ไปจนถึงคู่ค้าภายนอก เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการรักษามาตรฐานสูงสุดของผลิตภัณฑ์เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

ตัวอย่างการอบรม ให้ความรู้ สร้างการมีส่วนร่วมให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้อง

การอบรมรูปแบบออนไลน์ (Virtual Classroom)

หัวข้อการมีส่วนร่วม	รายละเอียด	กลุ่มเป้าหมาย	ความถี่
หลักสูตรการสุขาภิบาล สำหรับผู้ประกอบการด้านอาหาร	พัฒนาศักยภาพพนักงาน ให้บริการอาหารได้อย่างปลอดภัย สอดคล้องกับข้อกำหนด ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอบรมผู้ประกอบกิจการและผู้สัมผัสอาหาร พ.ศ. 2561 และตามประกาศกรมอนามัย เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการจัดการอบรมผู้ประกอบกิจการและผู้สัมผัสอาหารผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัล	• พนักงาน ผู้จัดการร้าน (พนักงานสายร้านที่ผ่านการอบรมมาแล้ว 3 ปี) • รักษาการผู้จัดการร้าน ผู้บริหารร้าน SBP เข้าร่วมการอบรม จำนวน 8,010 คน	รายเดือน
หลักสูตรการสุขาภิบาล สำหรับผู้สัมผัสอาหาร	พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจหลักการสุขาภิบาลอาหาร รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติอย่างถูกต้องและสามารถให้บริการอาหารอย่างปลอดภัยสู่ผู้บริโภค	• พนักงานสายปฏิบัติการ (พนักงานสายร้านที่ผ่านการอบรมมาแล้ว 3 ปี) เข้าร่วมการอบรม จำนวน 75,797 คน	รายเดือน
หลักสูตรการจัดการโปรแกรมพื้นฐานด้านสุขลักษณะอาหาร (GMP)	พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในระบบมาตรฐาน GMP เพื่อนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานและปรับปรุงกระบวนการในการทำงานในส่วนของศูนย์กระจายสินค้า หรือ ร้านสาขาเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบต่อผู้บริโภค	• หัวหน้าหน่วยขึ้นไป (ศูนย์กระจายสินค้า) เข้าร่วมการอบรม จำนวน 90 คน	2-3 ครั้ง/ปี
สัมมนาคณะกรรมการ ตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSC)	ภาพรวมข้อร้องเรียนที่เกิดจากร้านสาขาและแนวทางแก้ไข อาทิ สิ่งแปลกปลอมจากการเตรียมจำหน่าย, การจัดเก็บไม่ถูกต้องทำให้ต่อคุณภาพของสินค้า, ส่งมอบสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน, จำหน่ายสินค้าหมดอายุ	• คณะกรรมการ ตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSC) เข้าร่วมการอบรม จำนวน 53 คน	1 ครั้ง/ปี
Operation Network	ชี้แจงข้อมูลข้อร้องเรียน ปัญหาด้านคุณภาพ ให้กับวงประชุม FC Conference ของแต่ละภาค	• ผู้บริหารร้านสาขาระดับผู้ช่วย ผู้จัดการเขต และผู้จัดการเขตทุกคน	2 เดือน/ครั้ง

การอบรมรูปแบบออนไซต์ (On-Site)

หัวข้อการมีส่วนร่วม	รายละเอียด	กลุ่มเป้าหมาย	ความถี่
Food Coach	ให้ความรู้เทคนิค การตรวจคุณภาพร้าน การสุ่มสินค้า (Sensory, Micro) และสุ่มตรวจร้านสาขา ตามแผนที่ทีม SQA กำหนดในแต่ละเดือน	• พนักงานหน่วยงาน LSM เข้าร่วมการอบรม จำนวน 60 คน	1 ครั้ง/เดือน
อบรมหลักสูตรพัฒนาทักษะการตรวจติดตามมาตรฐานประกันคุณภาพ สำหรับหน่วยงาน QSSI รุ่นที่ 1	จัดอบรมเชิงปฏิบัติการแก่เจ้าหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI) และทีมวิทยากรของปัญญธารา เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน และฝึกฝนทักษะการตรวจสอบและแก้ไขปัญหาด้านความปลอดภัยของอาหารและมาตรฐานการจัดการคุณภาพร้าน 7-Eleven รวมถึงการอัปเดตมาตรฐานและการจัดการใหม่ ๆ ในปัจจุบัน โดยการอบรมครอบคลุมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้รับประสบการณ์ที่ครบถ้วนและสามารถนำไปปรับใช้ได้จริง สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของ 7-Eleven ในการรักษาและยกระดับมาตรฐานคุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นผลจากความร่วมมือกันของหน่วยงานประกันคุณภาพ (QA), หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI) และทีมปัญญธารา เพื่อให้ธุรกิจเกิดความยั่งยืน	• พนักงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI) และทีมวิทยากรของปัญญธารา เข้าร่วมการอบรม จำนวน 130 คน	1 ครั้ง/ปี

โดยในปี 2567 บริษัทจัดอบรมให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ ความปลอดภัยทางด้านอาหาร ให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องจำนวนกว่า 84,000 คน





ตัวอย่างการอบรม ให้ความรู้ สร้างการมีส่วนร่วมให้กับคู่ค้า

การอบรมรูปแบบออนไลน์ (Virtual Classroom)

หัวข้อการมีส่วนร่วม	รายละเอียด	กลุ่มเป้าหมาย	ความถี่
ผนึกกำลังผู้ประกอบการ เอสเอ็มอี ในการยกระดับมาตรฐานการผลิต กลุ่มสินค้าเกษตร	1. ยกระดับมาตรฐาน ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี อาทิ • การจัดการผลผลิตในสภาพอากาศแปรปรวน • การสร้างแบรนด์ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์กลุ่มสินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน • ต้นแบบการพัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร 2. ยกระดับด้านคุณภาพกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าเกษตร	คู่ค้า กลุ่มสินค้าเกษตร เข้าร่วมการอบรม จำนวน 110 ราย	1 ครั้ง/ปี
อบรมให้ความรู้ ให้คำแนะนำด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์	1. อบรมให้ความรู้และสร้างความตระหนักทางด้านคุณภาพและความปลอดภัยให้กับคู่ค้า 2. อบรมและ Coaching ให้กับคู่ค้าเพื่อพัฒนาศักยภาพในการผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพและความปลอดภัย 3. อบรมให้ความรู้ทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหารกับคู่ค้า	คู่ค้า กลุ่ม Fresh Food และกลุ่ม Dry Food โดยมีคู่ค้าจำนวน 898 ราย และมีผู้เข้าร่วมอบรมรวม 2,037 คน	1 ครั้ง/ปี
เตรียมความพร้อมด้านฉลากสินค้าให้ถูกต้อง ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข	อบรมการเตรียมความพร้อมในด้านของการจัดทำฉลากสินค้าให้ถูกต้องตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับใหม่ 4 ฉบับ ที่จะเริ่มมีผลบังคับใช้ในวันที่ 2 กรกฎาคม 2567 จึงจัดให้มีการอบรมให้ความรู้ในเรื่องของ “การเตรียมความพร้อมด้านฉลากสินค้าตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 445-448” เพื่อให้คู่ค้าได้มีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำฉลากสินค้า ให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้อง	คู่ค้าเข้าร่วมการอบรม จำนวน 105 ราย	1 ครั้ง/ปี

การอบรมรูปแบบออนไซต์ (On-Site)

หัวข้อการมีส่วนร่วม	รายละเอียด	กลุ่มเป้าหมาย	ความถี่
อบรมให้ความรู้ ให้คำแนะนำด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์	1. อบรมให้ความรู้และสร้างความตระหนักทางด้านคุณภาพและความปลอดภัยให้กับคู่ค้า 2. อบรมและ Coaching ให้กับคู่ค้าเพื่อพัฒนาศักยภาพในการผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพและความปลอดภัย	คู่ค้า กลุ่ม Fresh Food และ กลุ่ม Dry Food โดยมีคู่ค้าจำนวน 3 ราย และมีผู้เข้าร่วมอบรมรวม จำนวน 60 คน	1 ครั้ง/ปี
โครงการ QA-CP Group Relationship	ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคู่ค้ากลุ่ม CP ในทุกด้าน • การบริหารองค์ความรู้ในองค์กรเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน • Call & Recall Analysis and Prevention	คู่ค้ากลุ่ม CP เข้าร่วมการอบรม จำนวน 23 โรงงาน	1 ครั้ง/ปี

ปี 2567 จัดอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจ ความปลอดภัยทางด้านอาหารให้กับคู่ค้า รวม 3,236 ราย







3 การจัดการด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทมุ่งดำเนินการเพื่อสร้างความพึงพอใจ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นความสำคัญของความสะอาด ถูกสุขลักษณะ ปลอดภัย และเชื่อถือได้ ตลอดจนจัดอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจ ความปลอดภัยทางด้านอาหารให้กับพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องความปลอดภัยของอาหาร เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าและบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าจะมีความปลอดภัยและเชื่อถือได้ ไม่เพียงเท่านั้น บริษัทให้มีหน่วยงานทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้าและมาตรฐานร้าน 7-Eleven ดังนี้

ซีพี ออลล์ ใส่ใจคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบจนถึงมือผู้บริโภค

ต้นน้ำ
ใส่ใจความปลอดภัยด้านอาหารตั้งแต่เพาะปลูก (Food safety from farm)

หน่วยงานประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์

ดำเนินการให้ความรู้ในการควบคุมคุณภาพ และวิธีการจัดการที่จะลดปัญหาสิ่งแปลกปลอมของวัตถุดิบ ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอีก่อนการนำมาผลิตสินค้า เพื่อนำมาจำหน่ายในร้าน 7-Eleven

ปี 2567

ซีพี ออลล์ ร่วมกับ ผู้ผลิตสินค้า กำหนดมาตรการคัดแยกสิ่งแปลกปลอมออกจากวัตถุดิบก่อนนำมาผลิต เช่น การเข้าไปแนะนำและวางแผนพื้นที่เพาะปลูก การปลูกพืชหมุนเวียนเพื่อลดการสะสมโรคและแมลง แนะนำการเลือกใช้สารเคมีที่ถูกวิธีและระยะเวลาที่เหมาะสมรวมทั้งการใช้เชื้อจุลินทรีย์ในการกำจัดสิ่งแปลกปลอม เป็นการลดการใช้สารเคมีลง การให้คำแนะนำเรื่องการเก็บเกี่ยวให้มีคุณภาพตามระยะเวลาที่สินค้าบริบูรณ์เพื่อที่จะได้ผลผลิตที่มีคุณภาพที่ดี

กลางน้ำ
ควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหารตลอดกระบวนการจัดส่งจัดจำหน่าย (Control food safety along the process)

หน่วยงานตรวจสอบคุณภาพ ศูนย์กระจายสินค้า

ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพและจัดเรียงสินค้าในระหว่างการส่งมอบสินค้า และในกรณีสินค้าควบคุมอุณหภูมิจะทำการตรวจสอบอุณหภูมิในห้องเย็น รวมถึงควบคุมคุณภาพและอุณหภูมิของรถขนส่งให้ได้มาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมถึงตรวจสอบพิจารณาไม่ส่งมอบสินค้าที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานให้ร้านค้า 7-Eleven

ปี 2567

มีการตรวจสอบสินค้าที่ชำรุดเสียหายระหว่างการรับ จัดและกระจายสินค้าร้อยละ 0.023

ปลายน้ำ
ควบคุมคุณภาพสร้างความปลอดภัยมั่นใจในทุกการบริการ (Product traceability)

หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI)

หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI) ตรวจสอบการจัดการด้านบริการและคุณภาพสินค้า ตามนโยบาย SAVEQC

(**S**: การบริการของพนักงานแคชเชียร์, การบริการของพนักงานร้าน, ความสะดวกสบาย

A: สินค้าและบริการเสริม

V: ความคุ้มค่าเงิน

ปี 2567

มีการตรวจสอบมาตรฐานร้าน ความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของลูกค้า โดยมีคะแนนมาตรฐานของร้านเฉลี่ยต่อสาขาร้อยละ 94.83

ปลายน้ำ (ต่อ)
ควบคุมคุณภาพสร้างความปลอดภัยมั่นใจในทุกการบริการ (Product traceability)

หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI)

E: สภาพและบรรยากาศของร้าน, บรรยากาศและการบริการของปั๊มน้ำมัน

Q: คุณภาพของสินค้า การตรวจสอบการเตรียมและการจัดเก็บสินค้า

C: ความสะอาด รวมถึงพิจารณาการรักษามาตรฐานร้านบริการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ โดยกำหนดให้มีการตรวจสอบเป็นประจำทุกเดือน นอกจากนี้ แบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ได้ผนวกข้อคำถามที่เกี่ยวข้องในด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ในหัวข้อ

Q: Quality (คุณภาพสินค้า) เพื่อรับฟังเสียงของลูกค้า นำไปพัฒนาปรับปรุง ยกระดับแนวทางการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น

หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้า (QA)

กำหนดมาตรฐานการปรับปรุงคุณภาพสินค้า การบริการจัดการคุณภาพ การพิจารณาประเด็นการเรียกร้องในช่วงที่ผ่านมา รวมถึงการสุ่มเข้าตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้า การไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับผลิตภัณฑ์หรือฉลากแบบเชิงรุก พร้อมกับการดำเนินการเรียกคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

ปี 2567

มีการเรียกคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับ จำนวนทั้งหมด 128 ครั้ง 173 รายการ และมีการเรียกคืนสินค้าจากข้อร้องเรียนของลูกค้าทั้งหมด 32 ครั้ง 60 รายการ ในด้านคุณภาพร้านสาขา ได้มีการยกระดับความรู้ความเข้าใจ และทักษะด้านการประกันคุณภาพสินค้าให้กับผู้บริหารร้าน เพื่อสร้างความเข้าใจในกระบวนการควบคุมคุณภาพสินค้า ตลอดทั้งห่วงโซ่อาหาร เสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการควบคุมวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง ไปจนถึงร้านสาขา เพื่อส่งมอบอาหารคุณภาพสู่ผู้บริโภค

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ใส่ใจคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบจนถึงมือผู้บริโภค

ต้นน้ำ
ยกระดับความปลอดภัยด้านอาหารตั้งแต่เพาะปลูก (Food safety from farm)

ดำเนินการกำหนดแนวทางการผลิตสินค้าการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ได้การรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน GAP, ThaiGAP, GLOBALG.A.P. และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (ออร์แกนิก) โดยให้ความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเกษตรกรและคู่ค้าเพื่อนำไปพัฒนากระบวนการผลิต จนได้การรับรองมาตรฐาน และสามารถผลิตสินค้าของบริษัทภายใต้แบรนด์ MQP (Makro Quality Pro), aro Gold และ Selected ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้จนถึงแหล่งที่มา

ปี 2567

แม็คโคร ดำเนินงานเพิ่มความรู้ด้านการผลิตสินค้าการเกษตรให้แก่เกษตรกร คู่ค้า SME และวิสาหกิจชุมชน จนกระทั่งได้การรับรองมาตรฐาน จากผลดำเนินงานดังกล่าว ปัจจุบัน เกษตรกร คู่ค้า SME และวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรองมาตรฐาน มีจำนวนทั้งสิ้น 447 ราย สามารถส่งมอบสินค้าแบรนด์ MQP (Makro Quality Pro), aro Gold และ Selected แล้วกว่า 574 รายการ

กลางน้ำ
ควบคุมคุณภาพ และความปลอดภัยด้านอาหารตลอดกระบวนการจัดจำหน่าย (Control food safety along the process)

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

ปี 2567

แม็คโคร ดำเนินงานพัฒนายกระดับมาตรฐานโรงคัดบรรจุสินค้าการเกษตร จนได้การรับรองมาตรฐาน GMP* จำนวน 939 ราย และพัฒนาศูนย์ห้องปฏิบัติการตรวจคัดกรองสารเคมีจนได้มาตรฐานการรับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษ** ให้แก่เครือข่ายเกษตรกร คู่ค้า SME และวิสาหกิจชุมชน จำนวน 24 แห่ง ครอบคลุมทุกภูมิภาคและพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทฯ ให้ได้มาตรฐานรับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษ**, ISO 22000*** และ GHP*** จำนวน 2 แห่ง

ปลายน้ำ
สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ (Product traceability)

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

ปี 2567

ระบบ Makro i-Trace ครอบคลุมสินค้ากลุ่มอาหารสดและกลุ่มเบเกอรี่กว่า 14,000 รายการ คิดเป็น 100% ของสินค้าอาหารภายใต้แบรนด์ aro และสร้างความตระหนักรู้ด้านโภชนาการและสุขภาวะที่ดี โดยมียอดเข้าชมกว่า 192,000 ครั้ง

หมายเหตุ: * รับรองโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

** รับรองโดยกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์

*** รับรองโดยบริษัท บูโร เวอริทัส (ประเทศไทย) จำกัด

การสนับสนุนองค์กรภายนอกและสมาคมทางการค้า ด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

บริษัทร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการไทยโดยให้คำปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับทราบความต้องการให้องค์ความรู้ และสนับสนุนงบประมาณแก่สมาคมต่าง ๆ เพื่อยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผ่านโครงการพี่เลี้ยงธุรกิจร่วมกับหอการค้าไทยและหน่วยงานพันธมิตรอีกกว่า 27 แห่ง มุ่งเน้นการพัฒนาผู้ประกอบการขนาดย่อมให้เติบโตเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางอย่างยั่งยืน ด้วยการเพิ่มพูนทักษะและองค์ความรู้ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน และสร้างวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจมิติต่าง ๆ

สร้างแผนธุรกิจที่ยั่งยืน



ลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริง ประเมินหาโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์






การรับรองมาตรฐานสากลด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร

บริษัท ซีพีแรม จำกัด มุ่งมั่นสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคด้วยการนำมาตรฐานสากลมาใช้ในการผลิตอย่างครอบคลุม ในปี 2567 ได้ยกระดับมาตรฐานการผลิตด้วยการนำหลักการ GMP, HACCP, BAP และ BRCGS มาใช้ในการคัดเลือกวัตถุดิบและควบคุมกระบวนการผลิตอย่างเข้มงวดในทุกโรงงานผลิต เพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริโภคจะได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัยและน่าเชื่อถือ นอกจากนี้โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์พัฒนาร่วมที่บริษัทว่าจ้าง ร้อยละ 100 (117 โรงงาน) ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP หรือ GHP และร้อยละ 89 (104 โรงงาน) ได้รับการรับรองมาตรฐาน HACCP สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัยให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นหลักปฏิบัติสำคัญที่บริษัทยึดถือตลอดมา

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การรับรองมาตรฐาน ด้านคุณภาพ และความปลอดภัยอาหาร





สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน

ธรรมาภิบาล และการต่อต้านการทุจริต

"ความโปร่งใสและซื่อสัตย์คือหัวใจสำคัญ...ซีพี ออลล์ ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ด้วยคาถาบรรษัทภิบาล ซื่อสัตย์ โปร่งใส ยุติธรรม คำนึงถึงชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม คือหลักการที่ ซีพี ออลล์ และพนักงานทุกคนยึดถือเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างการเติบโตที่ยั่งยืน และสร้างคุณค่าร่วมให้แก่สังคม"



ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และผลิตที่ยั่งยืน

12.6 สนับสนุนให้บริษัท โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติและบริษัทขนาดใหญ่ รับแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนไปใช้ และผนวกข้อมูลด้านความยั่งยืนลงในวงจรการรายงานของบริษัทเหล่านั้น

SDG16 ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิผล รับผิดชอบ และครอบคลุมในทุกระดับ

16.3 ส่งเสริมนิติธรรมทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ และสร้างหลักประกันว่าจะมีการเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมแก่ทุกคน

16.5 ลดการทุจริตในตำแหน่งหน้าที่และการรับสินบนทุกรูปแบบ

16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วม และมีความเป็นตัวแทนที่ดีในทุกระดับการตัดสินใจ

ความเสี่ยงและโอกาส

การกำกับดูแลกิจการที่ดีถือเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายและเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีคณะกรรมการเป็นปัจจัยสำคัญในการกำกับดูแลและติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างโปร่งใส ปราศจากการทุจริต ให้ความสำคัญกับคุณธรรม จริยธรรม และสิทธิมนุษยชน พร้อมทั้งผสานแนวคิดด้านความยั่งยืนในการดำเนินงาน ทั้งนี้ ประสิทธิภาพของคณะกรรมการขึ้นอยู่กับความเป็นอิสระของสมาชิกคณะกรรมการ และความหลากหลายในด้านทักษะและประสบการณ์ พร้อมกันนี้ การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร และการสร้างความเชื่อมั่นในผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนของห่วงโซ่คุณค่าผ่านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ ดึงดูดความสนใจนักลงทุน และสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จในระยะยาว

นอกจากนี้ การพัฒนาระบบการจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง ให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมายและการกำกับดูแลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมกับการสื่อสารและสร้างความเข้าใจให้แก่พนักงานในทุกระดับอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถนำแนวทางไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการละเมิดข้อปฏิบัติและสิทธิมนุษยชน

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

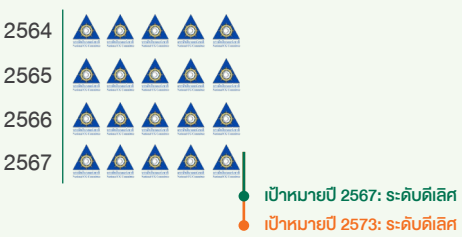
- มิติธรรมาภิบาล และเศรษฐกิจ

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- สำคัญมาก (Critical Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ได้รับการจัดระดับการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Rating) โดยสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลหรือเทียบเท่า (หน่วย: ระดับ)



ผลการดำเนินงานสำคัญ ปี 2567

- ได้รับการประเมิน ระดับดีเลิศ (Excellence) หรือระดับ 5 ดาว จากการเปิดเผยรายงานการกำกับดูแลกิจการ บริษัทจดทะเบียน โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ต่อเนื่องปีที่ 6
- รับรางวัล CAC Change Agent Award 2024 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ต่อเนื่องปีที่ 4
- ส่งเสริมคู่ค้าเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.55 ของคู่ค้าที่เข้ารับการอบรมทั้งหมด
- ได้รับการรับรอง ISO27701 มาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ส่วนขยายจาก ISO/IEC 27001 มาตรฐานจัดการความปลอดภัยของข้อมูล) ในขอบเขตงาน
  - บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ในระบบสมาชิก (ALL Member) ระบบการบริหารงานบุคคล และการจัดการศูนย์คอมพิวเตอร์ธาราพาร์ค (IT Data Center)
  - บริษัท ทเวนตี้โฟร์ ช้อปปิ้ง จำกัด ในขอบเขตการซื้อขายสินค้าผ่าน 24Shopping
  - บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด
- ได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือการจัดการเว็บไซต์และความปลอดภัยไซเบอร์ (Cyber Security Rating) จากบริษัทภายนอก (BITSIGHT) ที่ระดับ Advanced
- ได้รับการประเมินโครงการวัดระดับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ สำหรับกลุ่มบริษัทจดทะเบียนและบริษัทหลักทรัพย์ (Cybersecurity Resilience Survey 2024) โดยได้รับคะแนนที่ระดับ 3.52 สูงกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มอุตสหกรรมฯ

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- การประเมินตนเองด้านการกำกับดูแลกิจการ (CG Self-Assessment) สำหรับผู้บริหารระดับผู้จัดการทั่วไปหรือเทียบเท่าขึ้นไป
- ร่วมขยายเครือข่ายความโปร่งใสไปยังบริษัทคู่ค้า ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี เพื่อประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านคอร์รัปชัน สร้างแนวทางในการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างมีธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- อบรม ให้ความรู้มาตรการป้องกันความเสี่ยงด้านกฎหมายให้แก่สำนักงาน ร้าน 7-Eleven และบริษัทย่อย ครอบคลุมพันธมิตรทางการค้า (สโตร์บิซิเนสพาร์ทเนอร์)
- อบรม ให้ความรู้และจัดทดสอบวัคซีนไซเบอร์ให้กับพนักงานทุกระดับ เพื่อได้รู้ทันมิจฉาชีพ และใช้ไซเบอร์ที่ปลอดภัย
- นำเอามาตรฐานความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศ และระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISO 27001 และ ISO 27701) มาประยุกต์ใช้ และปฏิบัติอย่างต่อเนื่องกับ บริษัทซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
- ประเมินผลกระทบด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Impact Assessment: DPIA) ในทุกกิจกรรมที่มีการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
- จัดอบรมหลักสูตรด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครอบคลุม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต รวมถึงการบริหารความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ พร้อมวัดระดับความรู้หลังจบการอบรมให้แก่พนักงานทุกระดับ ผ่านระบบ E-Learning

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

องค์ประกอบคณะกรรมการบริษัท

- กรรมการที่เป็นผู้บริหาร 5 คน
- กรรมการอิสระ 6 คน
- กรรมการที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการบริหาร 5 คน

- เพศชาย 15 คน
- เพศหญิง 1 คน

- ระยะเวลาดำรงตำแหน่งเฉลี่ย 15 ปี

การอบรมและสื่อสารด้านธรรมาภิบาลและต่อต้านการทุจริต

พนักงาน ซีพี ออลล์

ได้รับการสื่อสาร	ลงนามรับทราบ	ได้รับการฝึกอบรม
95,768 ราย	95,768 ราย	95,768 ราย
ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100

พนักงาน บริษัทย่อย

ได้รับการสื่อสาร	ลงนามรับทราบ	ได้รับการฝึกอบรม
92,682 ราย	92,682 ราย	92,682 ราย
ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100

คู่ค้าลำดับที่ 1

ได้รับการสื่อสาร	ลงนามรับทราบ	ได้รับการฝึกอบรม
2,412 ราย	2,412 ราย	2,412 ราย
ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100

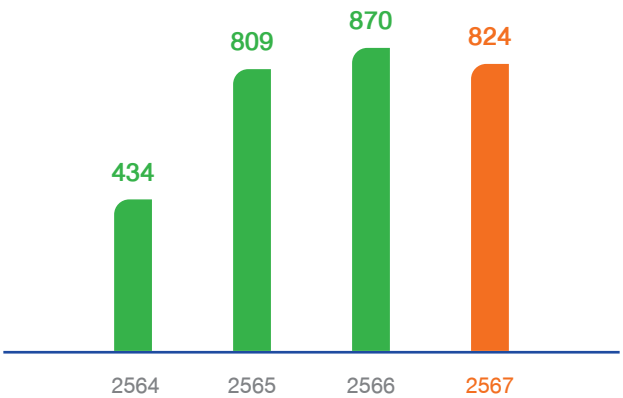
สร้างวัฒนธรรมการทำงานให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ

หน่วยงานที่มีความเสี่ยงด้านกฎหมายและการทุจริตได้รับการประเมินความเสี่ยง ร้อยละ 100

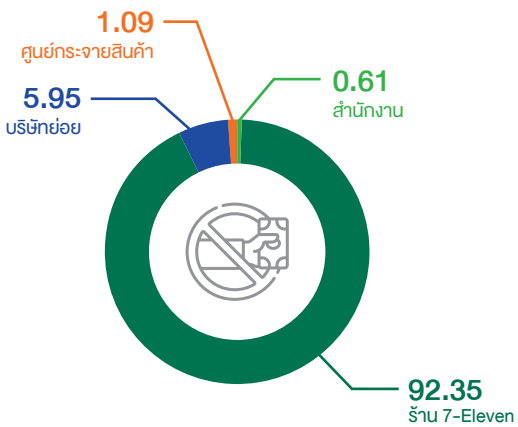
หน่วยงานที่มีความเสี่ยงมีมาตรการการจัดการความเสี่ยง ร้อยละ 100

รายงานการละเมิดการทุจริต คอร์รัปชันและติดสินบน

จำนวนการทุจริต คอร์รัปชันและติดสินบน ที่ตรวจสอบแล้วพบว่าผิดจริง (กรณี)



สัดส่วนของพื้นที่ดำเนินการที่เกิดปัญหาการทุจริต คอร์รัปชันและติดสินบน (ร้อยละ)



ข้อร้องเรียนการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลที่ผ่านการพิสูจน์แล้วว่าผิดจริง

(กรณี)

ข้อมูลลูกค้า	ข้อมูลคู่ค้า	หน่วยงานกำกับดูแล
0	0	0

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมีคณะกรรมการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายความยั่งยืน นโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงจริยธรรมทางธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน อีกทั้งทำหน้าที่ทบทวนและปรับปรุงนโยบายต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับหลักบรรษัทภิบาลของหน่วยงานกำกับดูแลตามกฎหมายและมาตรฐานสากล นอกจากนี้ บริษัทได้จัดอบรมที่มีเนื้อหาครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต การบริหารความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ พร้อมจัดทำแบบทดสอบความรู้หลังการอบรม และมุ่งเน้นการส่งเสริมจิตสำนึกที่ดีให้แก่พนักงานทุกระดับ เพื่อสร้างการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล พร้อมสร้างองค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โปร่งใส และเป็นผู้นำในด้านความยั่งยืนและการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในด้านการดำเนินธุรกิจ บริษัทให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Business Ethics and Code of Conduct) เป็นแนวทางสำคัญ บริษัทดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์ ยึดมั่นในหลักนิติธรรม โปร่งใส ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง ไม่มีการเรียกรับหรือให้สินบน หลีกเลี่ยงความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และปฏิบัติตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งมุ่งมั่นดูแลและแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- นโยบายกำกับดูแลกิจการ
- นโยบายการต่อต้านการคอร์รัปชัน
- นโยบายความยั่งยืน

หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

1. ตระหนักถึงบทบาท และความรับผิดชอบในฐานะผู้นำที่สร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน
2. กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลักของกิจการที่เปลี่ยนไปเพื่อความยั่งยืน
3. เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิผล
4. สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูงและการบริหารบุคคล
5. เสริมสร้างนวัตกรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ
6. ดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม
7. รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล
8. สนับสนุนการมีส่วนร่วม และการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานการลงทุน (ESG Issue that May Impact Investment Performance)

1 สิ่งแวดล้อม
- การจัดการทรัพยากร
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- อุบัติการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม
- การบรรเทาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

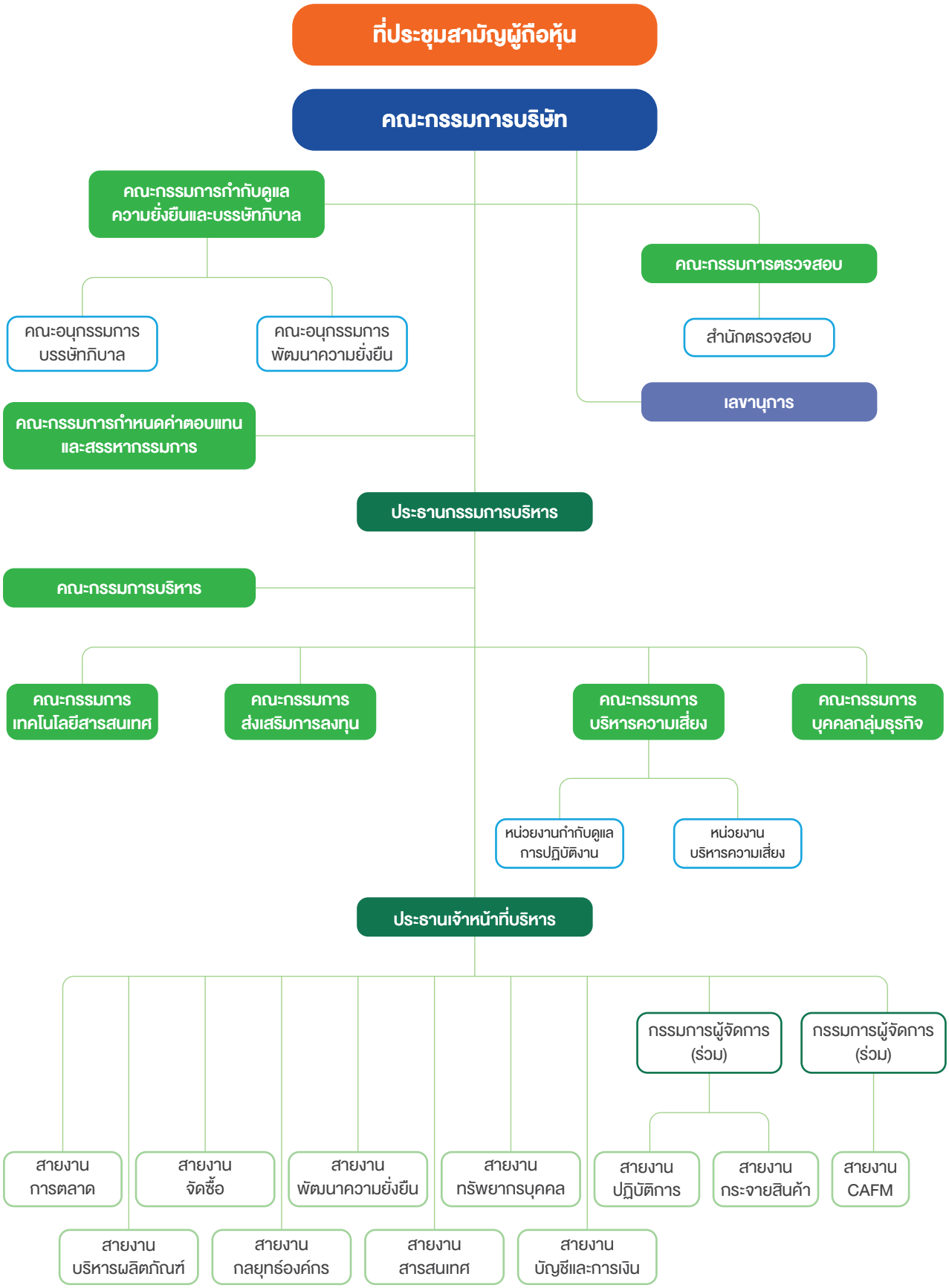
2 สังคม
- สิทธิมนุษยชน
- สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน
- การตรวจสอบห่วงโซ่อุปทาน

3 ธรรมาภิบาล
- ค่าตอบแทนผู้บริหาร
- สิทธิของผู้ถือหุ้น
- ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
- วิสัยทัศน์

นโยบายการกำกับดูแลกิจการของ ซีพี ออลล์

- สิทธิของผู้ถือหุ้น
- การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม
- บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย
- การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส
- ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
- การบริหารความเสี่ยง
- จริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ
- นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน
- ดูแลการใช้ข้อมูลภายในและการควบคุมและตรวจสอบภายใน

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ



คณะกรรมการชุดย่อย

บริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยดำเนินงานอย่างอิสระภายใต้ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่สำคัญ ประกอบด้วย

คณะกรรมการตรวจสอบ

- สอบทานงบการเงิน
- สอบทานการดำเนินงานให้ถูกต้องตามนโยบาย ระเบียบข้อบังคับ กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ และข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล
- สอบทานให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี รวมถึงระบบตรวจสอบภายใน และระบบบริหารความเสี่ยงให้รัดกุม
- หารือร่วมกับผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับงบการเงิน และการควบคุมภายใน
- พิจารณารายการที่เกี่ยวโยงกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์
- รายงานผลสรุปผลการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง และให้คำปรึกษาข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการบริษัท ปีละ 4 ครั้ง

คณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล

- จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน นโยบายความยั่งยืน และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน
- ทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้องให้มีความต่อเนื่องและเป็นปัจจุบันอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- กำกับดูแลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงานให้เป็นไปตามนโยบายที่เกี่ยวข้อง
- สอบทานและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายร่วมกับกรรมการและฝ่ายจัดการ
- รายงานผลสรุปผลการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง และให้คำปรึกษาข้อเสนอแนะ ต่อคณะกรรมการบริษัท ปีละ 2 ครั้ง

คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ

- พิจารณาหลักเกณฑ์ในการจ่ายและรูปแบบค่าตอบแทนของคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง พร้อมทั้งเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท โดยคณะกรรมการบริษัทเป็นผู้อนุมัติค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง ส่วนค่าตอบแทนของคณะกรรมการคณะกรรมการบริษัทนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้อนุมัติเป็นประจำทุกปี
- ประเมินค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูงให้สอดคล้องกับผลปฏิบัติงาน
- พิจารณาหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหาบุคคลที่เหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งคณะกรรมการบริษัท
- คัดเลือกบุคคลตามกระบวนการสรรหาที่กำหนดไว้ รวมถึงบุคคลที่เสนอผู้ถือหุ้นรายย่อย
- เสนอความเห็นต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้แต่งตั้งกรรมการ

โครงสร้างคณะกรรมการบริษัท

บริษัทกำหนดให้มีคณะกรรมการบริษัทจำนวน 16 ราย ประกอบด้วยกรรมการที่เป็นผู้บริหารจำนวน 5 ราย กรรมการที่เป็นอิสระจำนวน 6 ราย และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารจำนวน 5 ราย นอกจากนี้ บริษัทมอบอำนาจในการดำเนินงานโดยแบ่งแยกอำนาจการดำเนินงานระหว่างประธานกรรมการ (Chairman) และประธานกรรมการบริหาร (Chairman of Executive Committee: CEC) ไว้อย่างชัดเจนและไม่เป็นบุคคลเดียวกัน ทั้งนี้ บริษัทเปิดเผยข้อมูลความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้านของคณะกรรมการบริษัทเพื่อแสดงถึงความเชี่ยวชาญ ทักษะและประสบการณ์ ตลอดจนคุณสมบัติที่เหมาะสมในตำแหน่งกรรมการบริษัทสอดคล้องตามมาตรฐานการจำแนกอุตสาหกรรมระดับโลก (Global Industry Classification Standard: GICS) กลุ่มสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต (Consumer Staples) เพื่อการดำเนินงานตอบสนองต่อกลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัท ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- การจัดโครงสร้างการบริหารงานด้านงานกำกับดูแลโดยคณะกรรมการบริษัท
- เมทริกซ์ความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านของคณะกรรมการบริษัท (Board Skills Matrix)
- ประสบการณ์ตาม GICS Level1 classification ของกรรมการอิสระ และกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร

กลยุทธ์และแผนดำเนินการ

บริษัทกำหนดกลยุทธ์ “1 DNA ขับเคลื่อน DNA ความดี 24 ชั่วโมง” และจัดทำแผนการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต ภายใต้กรอบแนวคิด “เซเว่น โก ไรท์ (7 Go Right)” แบ่งออกเป็น 6 แนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

1. การรักษาและยกระดับกระบวนการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล
2. การยกระดับวัฒนธรรมการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล
3. การกำกับดูแลองค์กรให้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ
4. การบริหารความเสี่ยงและลดความเสียหายที่อาจเกิดจากความเสี่ยง
5. การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์และข้อมูล (Cyber Security & Data Protection)
6. การเปิดเผยข้อมูลให้สอดคล้องกับกรอบรายงานสากล

1 การรักษาและยกระดับกระบวนการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

โครงการต่อเนื่อง การสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2567 ปีที่ 20

บริษัทเข้ารับการประเมินการเปิดเผยรายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2567 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD) ได้รับผลการประเมินในระดับดีเลิศ (Excellence) หรือ 5 ดาว ต่อเนื่อง ปีที่ 6 โดยมีคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการและบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) ขนาดมากกว่า 10,000 ล้านบาท โดยมีหลักเกณฑ์การประเมินใน 4 หมวด ได้แก่ 1) สิทธิของของผู้ถือหุ้น และการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน 2) การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย และการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน 3) การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และ 4) ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

โครงการต่อเนื่องส่งเสริมและสนับสนุนคู่ค้ากลุ่มเอสเอ็มอี ในการเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (CAC SME Certification) ปีที่ 5

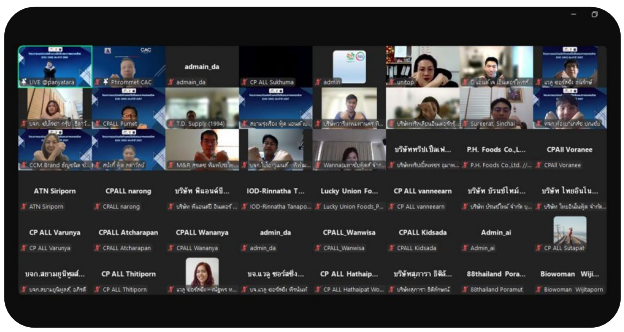
ซีพี ออลล์ จัดอบรมโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC-SME) ประจำปี 2567 ในรูปแบบออนไลน์ให้แก่คู่ค้าและผู้ประกอบการเอสเอ็มอี จำนวน 44 ราย โดยการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ให้ผู้บริหารและพนักงาน ตลอดจนคู่ค้าเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และแนวทางป้องกันเพื่อขจัดปัญหาการคอร์รัปชันในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งส่งเสริมให้ดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักธรรมาภิบาลขององค์กร และสร้างค่านิยมในการดำเนินงานด้วยหลัก สุจริต โปร่งใส ปราศจากการคอร์รัปชัน ทั้งนี้ บริษัทได้รับรางวัล CAC Change Agent Awards 2567 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยมีคู่ค้า 13 ราย (ร้อยละ 29.55) ลงนามเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย

นอกจากนี้ บริษัทยังสนับสนุนคู่ค้าด้วยการมอบสิทธิประโยชน์ด้านการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น คูปองเงินสดสำหรับบริการให้คำปรึกษาด้านวัตถุดิบ การทดสอบผลิตภัณฑ์กับ ALL FOOD TECH และการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการแสดงเจตนารมณ์ฯ ให้กับคู่ค้าที่เข้าร่วมโครงการอีกด้วย









จริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

เพื่อรักษาการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยคู่มือจริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงานครอบคลุมบุคลากรทุกระดับในองค์กร ตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงพนักงาน ตลอดจนคู่ค้าและผู้รับเหมา เพื่อยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต การไม่เกี่ยวข้องกับการทุจริต และไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน ในปี 2567 พนักงาน ซีพี ออลล์ บริษัทย่อย สโตร์บิซิเนสพาร์ทเนอร์ และคู่ค้าได้รับการสื่อสารและรับทราบนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน ผ่านคู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานครบ ร้อยละ 100

การจัดการข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

ประเภทของข้อร้องเรียน/ข้อสงสัย	ข้อร้องเรียนทั้งหมด	ข้อร้องเรียนที่ตรวจสอบแล้วพบว่าผิดจริง	มาตรการพิจารณาโทษทางวินัย				มูลค่าการเยียวยา (บาท)
			ตักเตือนด้วยวาจา	ตักเตือนด้วยลายลักษณ์อักษร	พักงาน	เลิกจ้าง	
ทุจริต	811	796	-	7	-	789	0.00
ความขัดแย้งทางผลประโยชน์	4	4	1	-	2	1	0.00
คอร์รัปชันและติดสินบน	46	24	1	7	-	16	230,182.50
การแข่งขันทางการค้า การผูกขาดทางการค้า	-	-	-	-	-	-	0.00
ไม่ปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติงานหรือมีพฤติกรรมไม่เหมาะสม	224	137	42	57	11	27	166,981.15
การเก็บรวบรวม ใช้ และ/หรือการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล	-	-	-	-	-	-	0.00
สิทธิมนุษยชน	280	157	40	101	1	15	41,364.00
รวม	1,365	1,118	84	172	14	848	434,527.65

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ คู่มือจริยธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน สำหรับพนักงาน ▶ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจและแนวทางปฏิบัติ สำหรับคู่ค้า

2 การยกระดับวัฒนธรรมการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล

สร้างความตระหนัก สื่อสาร ให้ความรู้และสร้างกิจกรรมรณรงค์

บริษัทมุ่งสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล โดยสื่อสารกับพนักงานทุกระดับ ตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงพนักงานสายสำนักงาน สายกระจายสินค้า และสายปฏิบัติการ รวมถึงบริษัทในกลุ่ม ซีพี ออลล์ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรเป็นไปตามคาถาบรรษัทภิบาล “ซื่อสัตย์ โปร่งใส ยุติธรรม คำนึงถึงชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม” พร้อมกันนี้ บริษัทได้พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เน้นให้ความรู้เชิงรุกแก่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ รวมทั้งจัดกิจกรรมให้กับผู้บริหารและพนักงานเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในด้านธรรมาภิบาล อาทิ

- การทบทวนความรู้และสอบประเมินผลการเรียนรู้ ESG Quiz ให้กับพนักงานทุกระดับ
- โปสเตอร์ในสำนักงานและร้าน 7-Eleven
- วิดีโอสื่อสารและอบรม “พร้อมเป็นที่พึ่ง เคียงข้างสังคมและชุมชน”
- เพจเฟสบุ๊ค “คน ซีพี ออลล์”
- ข้อมูลประชาสัมพันธ์ทาง อีเมล CPALL Connect และแอปพลิเคชัน LINE
- ติดตั้งการ์ดสำหรับตั้งโชว์ (Tent Card) “ช่องทางแจ้งเบาะแสและเรื่องร้องเรียน” ในสำนักงานทั้งกลุ่มธุรกิจ
- วิดีโอสื่อสารเรื่องธรรมาภิบาล
- เดินรณรงค์สื่อสารตอกย้ำสร้างความเข้าใจคาถาบรรษัทภิบาลและสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อความปลอดภัยให้กับพนักงาน
- ประกาศทิศทางนโยบายบรรษัทภิบาล ซีพี ออลล์ 2024” ปลุกพลังผู้บริหาร พนักงาน Store Partner และคู่ค้า ร่วมขับเคลื่อนองค์กรแห่งธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่คุณค่า ด้วย “DNA ความดี 24 ชั่วโมง” มุ่งสู่ความยั่งยืน





- งาน CP ALL CG TALK & Variety CG Game 2024 รวมพล Mister & Miss Good Governance คนรุ่นใหม่หัวใจธรรมาภิบาล ขับเคลื่อนองค์กรส่งท้ายปี ภายใต้นโยบาย “2 ลด 4 สร้าง 1 DNA”





- โครงการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ด้านธรรมาภิบาล Mister & Miss Good Governance สร้างตัวแทนผู้นำรุ่นใหม่ เป็น “แอมบาสเดอร์” เป็นแบบอย่างที่ดีและนำสิ่งที่ได้ไปถ่ายทอดให้เพื่อนร่วมงานเกิดความเข้าใจด้านธรรมาภิบาล และสามารถนำไปปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง ร่วมศึกษาดูงาน เพื่อวางแนวทางการดำเนินงาน ส่งเสริมธรรมาภิบาลขององค์กรอย่างยั่งยืน และเผยแพร่องค์ความรู้ร่วมกับผู้แทนที่ผ่านการคัดเลือกทั้งหมด 343 คน





ในปี 2567 บริษัทจัดอบรมเสริมสร้างความรู้ให้กับพนักงานจำนวน 204,701 คน ทั่วประเทศพร้อมการประเมินความเข้าใจด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันของพนักงานทุกระดับ ในกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ ผลการประเมินพบว่า ร้อยละ 100 ของพนักงานรับรู้และเข้าใจ พร้อมกันนี้ บริษัทได้จัดโครงการ “DNA ความดี 24 ชั่วโมง” เพื่อชื่นชมพนักงานที่ทำความดี ช่วยเหลือสังคม และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า สังคม ชุมชน เช่น ระงับเหตุไฟไหม้ เก็บเงินและส่งคืนคืนให้กับลูกค้า เป็นต้น โดยพนักงานทำความดีจะได้รับแต้ม ALL Member ปี 2567 มีพนักงานได้รับรางวัล 141 ราย คิดเป็นมูลค่า 91,200 บาท นอกจากนี้ บริษัทได้สนับสนุนสมาคมผู้สื่อข่าวต้านคอร์รัปชั่น (ประเทศไทย) จัดพิธีมอบรางวัล ANTI-CORRUPTION AWARDS 2024 ซึ่งจัดขึ้นเพื่อยกย่องบุคคล หน่วยงาน และองค์กรที่ยึดมั่นดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล มีจริยธรรมในการทำงาน และมีความซื่อสัตย์สุจริต

การบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน และการบริหารจัดการกรณีทุจริต

บริษัทกำหนดนโยบายการแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส (Whistleblowing Policy) รวมถึงมีช่องทางแจ้งข้อมูลหรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตหรือพฤติกรรมที่ผิดจริยธรรมภายในองค์กร ผ่านช่องทางการรับข้อร้องเรียนที่หลากหลาย ดังนี้

ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน

ช่องทางการติดต่อ	ผู้รับเรื่อง
หมายเลขโทรศัพท์ 02 826 7744	Call Service
หมายเลขโทรศัพท์ 02 071 2770 หมายเลขโทรสาร (FAX) 02 071 8623	สำนักตรวจสอบ
ไปรษณีย์จ่าหน้าซองถึงสำนักงานตรวจสอบ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เลขที่ 119 ชั้น 16 อาคารธาราสาธร ซอยสาธร 5 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120	สำนักตรวจสอบ
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ AuditCommittee@cpall.co.th CGcommittee@cpall.co.th BOD@cpall.co.th	คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล คณะกรรมการบริษัท
ช่องทางการติดต่อ	
สื่อออนไลน์บริษัท www.cpall.co.th/whistleblowing หรือ www.facebook.com/CPALL7 (Inbox)	สำนักตรวจสอบ สำนักบริหารการสื่อสารองค์กร
แอปพลิเคชัน (สำหรับพนักงาน) CP ALL Connect>More>Portal>whistleblowing	สำนักตรวจสอบ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายการแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส

บริษัทมีกระบวนการจัดการกับข้อร้องเรียน เบาะแสการทุจริต และรับแจ้งเหตุทุจริตจากช่องทางต่าง ๆ อาทิ สำนักงานตรวจสอบ และ/หรือ หน่วยงานทรัพยากรบุคคล บริษัทดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงเบื้องต้นด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม โดยการเข้าถึงข้อร้องเรียน และดำเนินงานโดยผู้ที่ทำหน้าที่ตรวจสอบประเด็นร้องเรียนเท่านั้น หากข้อร้องเรียนได้รับการตรวจสอบแล้วว่าเป็นความจริง บริษัทจะดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริงเพิ่มเติม และหากพบว่ามีการกระทำผิดเกิดขึ้นจริง จะดำเนินการพิจารณาและลงโทษผู้กระทำผิดตามมาตรการที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งรายงานผลการดำเนินงานให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบต่อไป

เพื่อป้องกันไม่ให้เหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นอีก บริษัทได้ดำเนินการทบทวนมาตรการที่มีอยู่และพิจารณาออกมาตรการเพิ่มเติม พร้อมบูรณาการเข้ากับกระบวนการทำงานและสื่อสารไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ในปี 2567 บริษัทได้รับรายงานกรณีการทุจริตที่ตรวจสอบแล้วพบว่าเป็นความจริง จำนวน 824 กรณี รวมมูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้นกับบริษัททั้งสิ้น 19 ล้านบาท โดยข้อร้องเรียนทั้งหมดได้รับการพิจารณาและดำเนินการเรียบร้อยแล้ว

สถานะการจัดการเรื่องร้องเรียนกรณีทุจริต คอร์รัปชัน ปี 2567

จำนวนเรื่องร้องเรียนและการแจ้งเบาะแสกระทำผิด ซึ่งหน้าทั้งหมด (กรณี)	สถานะการพิจารณาตรวจสอบ		จำนวนเรื่องที่ตรวจสอบแล้วเสร็จ พบว่าทุจริตจริง (กรณี)	การกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันการเกิดซ้ำ	
	อยู่ระหว่างการตรวจสอบ	ตรวจสอบแล้วเสร็จ		อยู่ระหว่างดำเนินการ	ดำเนินการแล้วเสร็จ
861	7	854	824	0	824

รายงานการละเมิดและการดำเนินการ

ประเภท (กรณี)	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	มาตรการลงโทษ			
					ตักเตือนด้วยวาจา	ตักเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร	พักงาน	เลิกจ้าง
ความขัดแย้งทางผลประโยชน์	0	0	0	4	1	0	2	1
การทุจริตในรายงาน (การปลอมแปลงเอกสาร การทำข้อมูลเท็จ)	7	6	13	24	0	13	0	11
การยักยอกทรัพย์	427	803	855	772	0	3	0	769
คอร์รัปชัน	0	0	2	24	1	7	0	16

ตัวอย่างการดำเนินการแก้ไข รวมถึงมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำ

กรณีทุจริต ประเภทการยักยอกทรัพย์ พื้นที่สายงานปฏิบัติการร้าน 7-Eleven

กำกับดูแลให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดอย่างถูกต้อง

- กำหนดเป้าหมายลดการทุจริตของสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven
- แต่งตั้งคณะทำงานพัฒนากระบวนการบริหารความเสี่ยงทุจริต ที่เกี่ยวข้องกับร้าน 7-Eleven และลูกค้า
- ทบทวนระเบียบ และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการขายสินค้าของร้านสาขา

สื่อสาร และสร้างความตระหนักให้กับพนักงานร้าน 7-Eleven

- สื่อสารเกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน ผ่านการประชุมของสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven แต่ละพื้นที่ทุกไตรมาส รวมถึงผ่านสื่อโปสเตอร์ “น้องจีจี้ขอบอก”

กลไกการติดตามตรวจสอบ

- ผู้บังคับบัญชาติดตาม/สอบทานการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เช่น 1. สุ่มตรวจนับเงินสดที่ร้านสาขาโดยไม่แจ้งล่วงหน้า 2. ตรวจสอบการเบิกค่าแรงโดยทำการตรวจสอบตารางมอบหมายงานของร้านสาขา เปรียบเทียบกับการทำใบรับรองปฏิบัติงานในระบบ 3. สุ่มตรวจสอบการทำลายสินค้าตัดจ่ายหน้ากล้อง CCTV กับรายงานการตัดจ่ายสินค้าในระบบ

กำกับดูแลให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดอย่างถูกต้อง

- ปรับปรุงมาตรฐานการทำงานของร้าน 7-Eleven เช่น การทำธุรกรรมทางการเงินส่วนตัวของพนักงาน เป็นต้น
- ปรับปรุงมาตรฐานการตรวจสอบระบบร้านคุณภาพ เช่น การตรวจสอบเงินสดของ Field Counselor : FC การเข้าเครื่องคิดเงิน การทำธุรกรรมการเงินส่วนตัวของพนักงาน การตรวจสอบและตรวจนับเงินสดทันทีเมื่อถึงร้าน เป็นต้น
- ปรับปรุงมาตรฐานการยืนยันตัวตนด้วยการใช้ Two Factor Authentication (2FA) โดยการใช้ One-Time-Password (OTP) ร่วมกับ รหัส User เพื่อเพิ่มระดับความปลอดภัยการเข้าถึงระบบปฏิบัติงาน เช่น เปลี่ยนรหัสเข้า Mobile POS โดยเพิ่มขั้นตอนให้มีการแจ้งรหัส OTP (One-Time-Password) เข้าเบอร์มือถือส่วนตัวของพนักงานเจ้าของ User ID เพื่อนำมาใช้ยืนยันตัวตนร่วมกับเลขบัตรประชาชนและข้อมูลส่วนตัวอื่นในการเปลี่ยนรหัสผ่าน
- ติดตามผลกรณีการทุจริตในที่ประชุมผู้บริหารระดับสูงเป็นประจำทุกเดือน

สื่อสาร และสร้างความตระหนักให้กับพนักงานร้าน 7-Eleven

- สื่อสาร เน้นย้ำให้พนักงานทุกระดับปฏิบัติตามนโยบายฯ และแนวปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เช่น 1) การตัดจ่ายสินค้าต้องทำลายหน้ากล้อง CCTV/ พนักงานซื้อสินค้าต้องลงบันทึก PCL (Product Consumption List) ทุกครั้ง เป็นต้น 2) การจำหน่ายสินค้าจัดรายการโปรโมชั่นทั้งช่องทาง Offline และ Online ให้ถูกต้อง ถูกวิธี เช่น การห้ามขายเหมาซอยบิล/ห้ามเปลี่ยนช่องทางการชำระเงินของลูกค้า
- จัดอบรม ให้ความรู้ตัวแทนสายปฏิบัติการร้าน 7-Elevenผ่านโครงการ Mister & Miss Good Governance
- จัดทำแบบทดสอบ เกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับการขายต่างๆ ของบริษัทให้กับพนักงานสายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven เพื่อให้พนักงานได้เกิดความรู้ความเข้าใจในระเบียบข้อบังคับการขายต่าง ๆ ของบริษัท
- เน้นย้ำให้ผู้จัดการร้านต้องบันทึกข้อมูลพนักงานเข้าระบบให้เป็นปัจจุบัน
- ประชุมสร้างภูมิคุ้มกันกับกับดักชีวิตเพื่อปลูกฝังทัศนคติในการใช้ชีวิตและการทำงานของพนักงาน
- สื่อสารป้องปรามรวมรวมสถิติการตรวจพบทุจริต/การกระทำที่ไม่ถูกต้อง พร้อมแจ้ง Do/Don't เพื่อนำไปปฏิบัติ ผ่านการประชุม FC CONFERENCE ทั่วประเทศ เดือนละ 1 ครั้ง

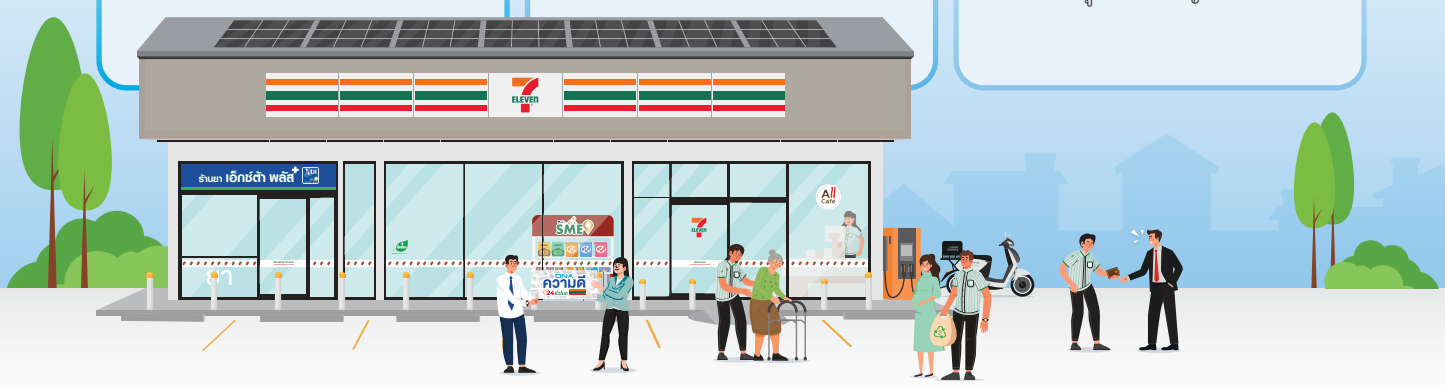
กลไกการติดตามตรวจสอบ

- พัฒนาระบบแจ้งเตือนการทำธุรกรรมผ่านแบงก์กิ้ง เอเจนท์ (Alert Banking Agent) เพื่อคัดแยกประเภทการทำธุรกรรม บันทึกข้อมูลรายการที่ผิดปกติและรายการต้องสงสัยที่รับชำระผ่านช่องทางเคาน์เตอร์เซอร์วิส ซึ่งสามารถตรวจพบสิ่งผิดปกติและป้องกันการสูญเสียได้รวดเร็วขึ้น
- มีระบบตรวจสอบและ Lock ไม่ให้พนักงานทำรายการ Banking Agent ในสาขาที่ตนเองปฏิบัติงาน



- การขายทุกช่องทาง(Offline/Delivery/All Online) ผ่าน Website "Buddy" เพื่อตรวจติดตามและปิดงานการขายของร้านสาขาที่มีรายการผิดปกติ
- ปรับปรุงระบบการปิดงานภายหลังการติดตามความผิดปกติใน Website "Buddy" โดยผู้ปิดงานต้องแนบหลักฐานประกอบการตรวจสอบทุกครั้ง
- พัฒนาให้มีระบบแจ้งเตือน (Alert) และการตรวจสอบการเติมและชำระเงินผ่าน App 7 Delivery และ Mobile POS ที่ผิดปกติ เช่น ไรเดอร์ที่มียอดเงิน ความถี่และจำนวนครั้งการเติมเงิน TMW สูง หรือลูกค้าแจ้งต้องการชำระเป็นเงินสดแต่การชำระจริงเป็น TMW เป็นต้น
- เพิ่มความเข้มงวดในมาตรการดำเนินการเมื่อพบว่ามีการขายไม่เป็นไปตามกฎระเบียบฯ
- พัฒนาระบบให้มีการควบคุมความเหมาะสมของปริมาณสินค้าที่จัดเก็บไว้เป็นสต็อกให้สอดคล้องกับปริมาณสินค้าที่ขาย พร้อมทั้งตรวจติดตามการสั่งสินค้าโปรโมชั่นที่เกินปกติของร้านสาขา และนำไปขายไม่ถูกต้อง ไม่ถูกวิธี ผิดระเบียบบริษัทฯ เช่น การขายเหมา ซอยบิล

กำกับดูแลให้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดอย่างถูกต้อง	สื่อสาร และสร้างความตระหนักให้กับพนักงานร้าน 7-Eleven	กลไกการติดตามตรวจสอบ
		• ติดตามความผิดปกติของรายการยกเลิกการขาย (ยกเลิกใบเสร็จรับเงิน) • มีระบบการควบคุมและตรวจติดตามการขายสินค้าช่วงโปรโมชั่นต่าง ๆ เช่น มีรายงานการขายที่ผิดปกติช่วงโปรโมชั่นแสตมป์ และแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาตรวจสอบการขายของร้านสาขา เป็นต้น • ปรับปรุงระบบการจัดเก็บข้อมูลโดยจัดเก็บ log เพิ่มเติมเมื่อทำรายการขายสินค้าผ่าน Mobile POS เช่น ข้อมูลอุปกรณ์, location, mac address • พัฒนาระบบการตรวจสอบอุปกรณ์ที่ใช้งาน (Mobile POS) ให้ตรงตามมาตรฐานความปลอดภัยของบริษัท หากไม่ใช่เครื่องที่ลงทะเบียนของบริษัทจะไม่สามารถทำรายการได้ • ตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้องของสินค้าร้านสาขาโดยทีมบัญชีตรวจนับสินค้าร้านสาขา (Audit) • ติดตามการปฏิบัติงานผ่านกล้อง CCTV ในรูปแบบออนไลน์ • การตรวจสอบระบบร้านคุณภาพโดยหน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ • ทีม Loss Prevention MONITOR CCTV ONLINE การขายสินค้า เพื่อตรวจสอบหาความผิดปกติพร้อมทั้งแนะนำแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องแก่ร้านสาขา และมีการลงพื้นที่ ON SITE ร้านสาขาที่ผลการตรวจนับสินค้าของร้านที่มีอยู่จริงไม่ตรงกับมูลค่าทางบัญชี



3 การกำกับดูแลองค์กรให้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ

ยกระดับวัฒนธรรมการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ

บริษัทจัดตั้งหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย (Legal & Compliance) โดยมีหน้าที่หลักในการกำกับดูแลให้หน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กรปฏิบัติตามกฎหมายได้อย่างถูกต้อง โดยการให้ความเห็นทางกฎหมาย ติดตามประกาศกฎหมายใหม่ที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา และร่างกฎหมายที่อยู่ในการประชุมของคณะรัฐมนตรีเพื่อนำมาสื่อสารกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องถึงความเสี่ยงและสิ่งที่ต้องปฏิบัติ รวมถึงการจัดอบรมให้ความรู้ทางกฎหมายแก่หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจและเกิดความตระหนักถึงความสำคัญ และนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

ในปี 2567 ได้มีการประชาสัมพันธ์กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทผ่านทางระบบการสื่อสารทั่วทั้งองค์กร และมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กฎหมายแข่งขันทางการค้า กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาและการจัดรายการส่งเสริมการขาย รวมถึงอบรมให้ความรู้ด้านกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายรับรอง ฮาลาล ป้ายราคา สื่อโฆษณา ให้แก่พนักงานร้าน 7-Eleven จำนวน 692 สาขา โดยมีพนักงานที่เข้ารับการอบรม ให้ความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 5,000 คน ส่งผลให้พนักงานมีความเข้าใจและตระหนักถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องมากขึ้น และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

ยกระดับระบบกลไกการกำกับดูแล ระบบการตรวจสอบ และรายงานผล

บริษัทส่งเสริมให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับ โดยการประกาศนโยบายการกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ (Compliance Policy) และกฎบัตรหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ (Compliance Charter) เพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคลที่เกี่ยวข้องตั้งแต่คณะกรรมการบริหาร ผู้บริหาร พนักงาน รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้ปฏิบัติตามนโยบายและกฎบัตรดังกล่าว รวมไปถึงการกำหนดอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย ที่อยู่ภายใต้สำนักกฎหมาย กลุ่มธุรกิจฯ ให้มีอำนาจอย่างเป็นรูปธรรมในการกำกับดูแลการดำเนินงานของทุกหน่วยงานของบริษัทและบริษัทย่อย ให้ปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ เพื่อลดความเสี่ยงให้กับองค์กร อีกทั้งเป็นแบบอย่างที่ดี ให้ได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสีย และยังเป็นการส่งเสริมหลักธรรมาภิบาล (Good Governance Principles) อีกด้วย โดยหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย มีหน้าที่ให้คำปรึกษาและให้ความเห็นทางกฎหมายทุกประเภทคดีแก่หน่วยงานต่างๆ รวมถึงการประเมินขั้นตอนที่อาจมีความเสี่ยง และจัดทำรายการตรวจสอบที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย กฎระเบียบและข้อบังคับ เพื่อสนับสนุนหน่วยงานที่มีความเสี่ยงสูงในการลดความเสี่ยงและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติตามกฎหมาย

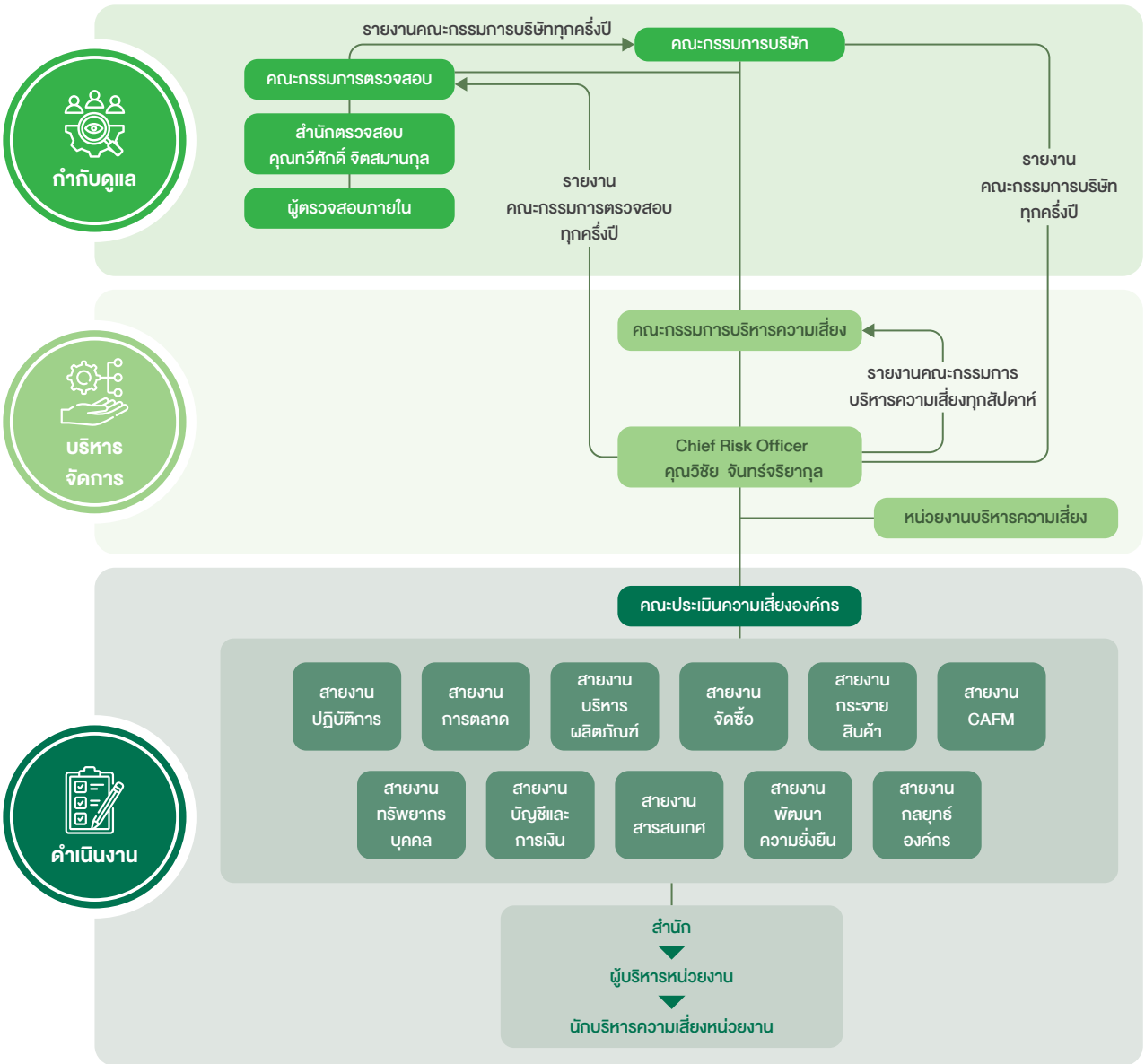
ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงาน มีประสิทธิภาพมากขึ้น ปัจจุบันบริษัทมีการนำระบบ IT และแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยดำเนินการ เรียกว่า “Compliance Universe System” เพื่อใช้เป็นรวบรวมและเป็นตัวกรองกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแต่ละหน่วยงานของ ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย

พร้อมกันนี้ บริษัทยังพัฒนากลไกการกำกับดูแล และระบบการตรวจสอบและรายงานผลการปฏิบัติตามกฎหมายของแต่ละสายงานของบริษัทและบริษัทย่อยอีกด้วย



4 การบริหารความเสี่ยง และลดความเสียหายที่อาจเกิดจากความเสี่ยง

โครงสร้างบริหารความเสี่ยงองค์กร



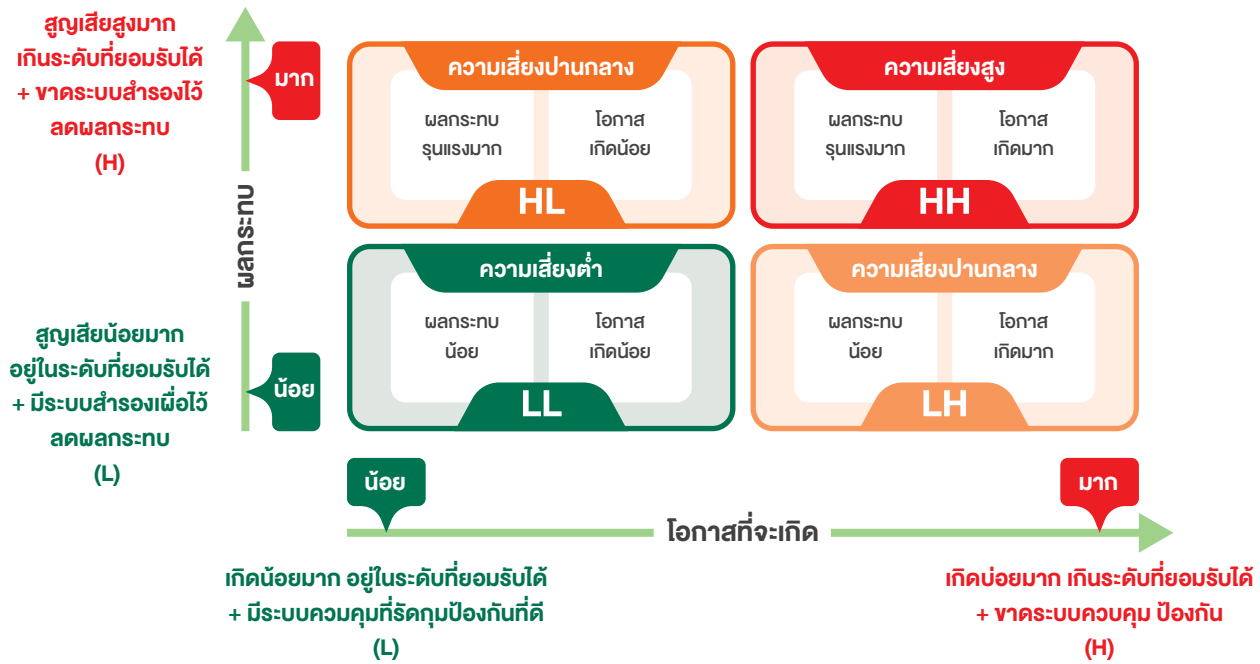
บริษัทจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) สำหรับการกำหนดนโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง รวมถึงการกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ร่วมกับหน่วยงานบริหารความเสี่ยงและหน่วยงานกำกับดูแล สำหรับการปฏิบัติงานด้านความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงยังมีหน้าที่รายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทปีละ 2 ครั้ง สำหรับการสอบทานกระบวนการบริหารความเสี่ยง ติดตามผลและแนวทางพัฒนาแก้ไขประเด็นความเสี่ยงองค์กรที่ได้ระบุไว้ เพื่อนำไปสู่กลไกการควบคุมภายในและตรวจติดตามประเด็นความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องตามหลักมาตรฐานสากล

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้มีการประเมินตนเอง รายคณะ ซึ่งใช้แบบประเมินที่ประยุกต์มาจากแบบของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยโดยเปรียบเทียบกับกฎบัตร ในปี 2567 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้ผลคะแนนการดำเนินงานระดับดีเยี่ยม ร้อยละ 94 และได้ผลคะแนนการดำเนินงานระดับดี ร้อยละ 6

การวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยง (Risk Analysis and Assessment)

บริษัทมีการจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง โดยมีเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) เป็นผู้รับผิดชอบในการวิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงที่ค้นพบทั้งด้านโอกาสเกิดความเสี่ยง (Probability Rating Scale) และผลกระทบของความเสี่ยง (Impact Rating Scale) โดยใช้แผนภูมิความเสี่ยง (Risk Matrix) ซึ่งมีหลักการ และแนวทางดังนี้

แผนภูมิความเสี่ยง (Risk Matrix)



บริษัทจัดทำแผนควบคุมความเสี่ยงจะพิจารณาจากการจัดลำดับความเสี่ยง (Risk Prioritization) โดยใช้การวิเคราะห์แผนภูมิความเสี่ยง (Risk Matrix) ที่ประเมินทั้งโอกาสเกิดและผลกระทบของแต่ละความเสี่ยง รวมถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตและคอร์รัปชัน อีกทั้งยังต้องกำหนดดัชนีชี้วัดประสิทธิผลการบริหารความเสี่ยง (Key Risk Indicator: KRI) เพื่อใช้ติดตามผลอย่างต่อเนื่อง พร้อมจัดเตรียมแผนฟื้นฟูความเสียหายที่เหมาะสมเพื่อรองรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น ทั้งหมดนี้มีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัทกำหนดแนวทางและกรอบการดำเนินงานด้านการจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต ประกอบด้วยการบริหารความเสี่ยงทั้งระดับองค์กรที่มุ่งเน้นการวางแผนและจัดการความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน และระดับปฏิบัติการที่มุ่งเน้นควบคุมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงานในแต่ละหน่วยงาน พร้อมการสื่อสารข้อมูลด้านความเสี่ยง สร้างความเข้าใจแก่พนักงานทุกระดับอย่างชัดเจน

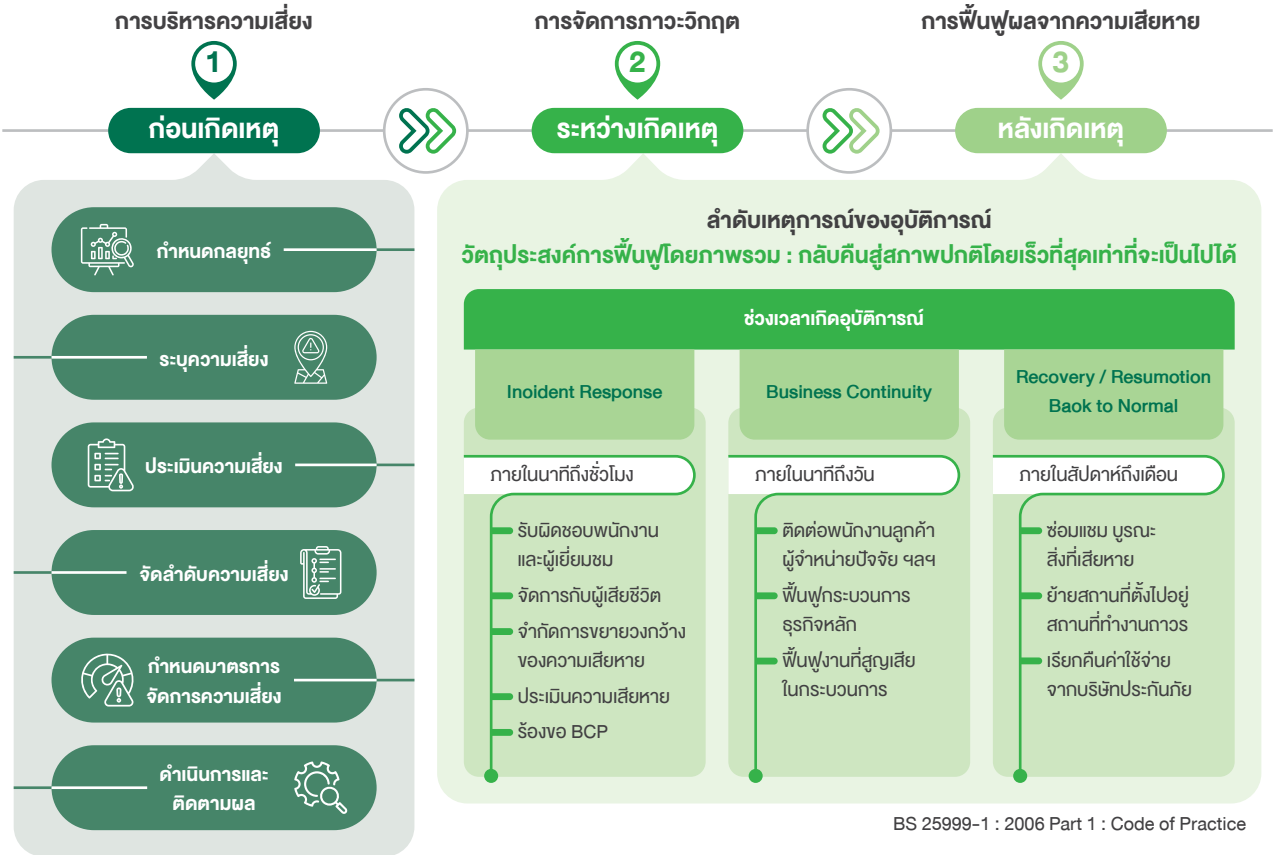
สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- นโยบายการบริหารความเสี่ยง
- คู่มือการบริหารความเสี่ยง

บริษัทได้จัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปอย่างต่อเนื่องและไม่หยุดชะงัก นอกจากนี้ ทุก ๆ 6 เดือน จะมีการรายงานความคืบหน้าของการดำเนินงานจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงให้แก่คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัททราบ

สำนักตรวจสอบภายใน จะทำหน้าที่ตรวจสอบและประเมินการดำเนินงานตามมาตรการลดความเสี่ยง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงกรอบการควบคุมภายในของ The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) และมาตรฐานสากลด้านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ISO 22301: Business Continuity Management (BCM) เป้าหมายสำคัญคือเพื่อให้ความเสี่ยงของบริษัทอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับและจัดการได้ ทั้งนี้ ในปี 2567 บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (ISO 22301: BCM) เพิ่มขึ้นอีกจำนวน 2 แห่ง ประกอบด้วยศูนย์กระจายสินค้าขอนแก่น และศูนย์กระจายสินค้าหาดใหญ่

กรอบการบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤตเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน



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

บริษัทมีการจัดประเมินความเสี่ยงและทบทวนการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาแผนกลยุทธ์และเป้าหมายทางธุรกิจขององค์กร ผนวกกับผลจากการวิเคราะห์ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality Analysis) สำหรับพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมความเสี่ยงสำคัญทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ ความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business Risk) ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Sustainability Risk) ความเสี่ยงภัยมืดหรือความเสี่ยงที่คาดไม่ถึง (Black Swan) และความเสี่ยงใหม่ (Emerging Risk) กระบวนการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพนอกจากเพื่อกำหนดมาตรการป้องกันและลดผลกระทบที่อาจเกิดจากประเด็นความเสี่ยงต่าง ๆ ยังเป็นการช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้องค์กรในการบรรลุเป้าหมายและสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียครอบคลุมทุกกลุ่ม

ทั้งนี้ บริษัทดำเนินงานประเมินความเสี่ยงเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อให้การบริหารจัดการความเสี่ยงมีประสิทธิภาพเป็นไปตามเป้าหมาย พร้อมทั้งระบุกลุ่มความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้



เพื่อเป็นการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการบริหารความเสี่ยง และสามารถรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างทันท่วงที พร้อมทั้งสนับสนุนการขับเคลื่อนกลยุทธ์องค์กร บริษัทจึงจัดอบรมให้ความรู้เรื่องมาตรการลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ โดยมีผู้ประสานงานด้านความเสี่ยง (Risk Champion) ทำหน้าที่ให้ความรู้ทุกไตรมาส รวมถึงกำหนดกลไกการควบคุมและการตรวจติดตามความเสี่ยง ดังนี้

กลไกการควบคุมภายในและตรวจติดตามความเสี่ยง

ประเมินกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง

- ดำเนินการโดย Risk Champion
- ความเสี่ยงที่มีการประเมิน ได้แก่
  1. การปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
  2. การปฏิบัติตามมาตรฐานกระบวนการ กฎหมาย กฎระเบียบบริษัท สำหรับกิจกรรมเกี่ยวข้อง กับความต่อเนื่องทางธุรกิจ BCP
  3. การร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้เสีย

กำหนดมาตรการควบคุมความเสี่ยง

ปี 2567 กระบวนการที่มีความเสี่ยงสูง มีการกำหนดมาตรการควบคุมทั้งหมด 3 มาตรการ ได้แก่ การทบทวนความเสี่ยงอย่างรอบด้านด้วยการพัฒนาแอพพลิเคชั่น ARI.เพื่อให้สามารถติดตามการรายงานความเสี่ยงสำคัญ การสื่อสารในภาวะวิกฤต และการจัดการฝึกซ้อม BCM ให้สอดคล้องความเสี่ยงปัจจุบัน และมีการสื่อสารมาตรการควบคุมความเสี่ยงให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบโดยตรง

คัดเลือกกระบวนการที่มีความเสี่ยงสูง

ปี 2567 มีกระบวนการที่มีความเสี่ยงสูงจำนวน 44 กระบวนการ จากการประเมินทั้งหมด จำนวน 228 กระบวนการ ครอบคลุมกระบวนการของสายงานปฏิบัติการ สายงานบริหารผลิตภัณฑ์ สายงานทรัพยากรบุคคล สายงานสารสนเทศ สายงาน CAF-M สายงานบัญชี สายงานพัฒนาความยั่งยืน และสายงานกลยุทธ์

สุ่มตรวจประเมินมาตรการควบคุมโดยผู้ตรวจสอบ

ผู้ตรวจสอบประกอบด้วย หน่วยงานบริหารความเสี่ยง หน่วยงาน Corporate Process Simplification และหน่วยงานตรวจสอบ

โครงการต่อเนื่อง อบรมการบริหารความเสี่ยงและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจสำหรับ Risk Champion

หน่วยงานบริหารความเสี่ยง ร่วมกับบริษัท ปัญญธารา จำกัด และบริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด ได้จัดอบรมออนไลน์ในหัวข้อ “การบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจสำหรับ Risk Champion ประจำปี 2567” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะและสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ๆ ที่สามารถนำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการบริหารความเสี่ยงสำหรับกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ รวมถึงเพิ่มศักยภาพในการตรวจประเมินการบริหารความเสี่ยงของหน่วยงานตามเกณฑ์ Risk Score ผู้เข้าร่วมโครงการจะต้องทำแบบทดสอบหลังการอบรมเพื่อประเมินความเข้าใจ พร้อมทั้งเสริมสร้างความตระหนักในกระบวนการค้นหาความเสี่ยงและแนวทางป้องกัน เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและไม่หยุดชะงัก สำหรับปีนี้ มี Risk Champion จากกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ เข้าร่วมโครงการมากกว่า 317 คน

โครงการต่อเนื่อง ค้นหาภัยมืด

บริษัทดำเนินโครงการค้นหาภัยมืด (Black Swan) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 11 เพื่อสร้างความตระหนักเรื่องความเสี่ยงให้แก่บุคลากรในองค์กร พร้อมทั้งสนับสนุนให้ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนร่วมในการค้นหาความเสี่ยงซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานและเป้าหมายขององค์กร โดยจัดกิจกรรมการส่งประเด็นความเสี่ยงเข้าประกวดผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยประเด็นความเสี่ยงที่แบ่งเป็น 6 ประเด็น ดังนี้



ประเด็นความเสี่ยงที่ได้รับรางวัลจะถูกนำมาพิจารณาเพื่อออกมาตรการรองรับและจัดการให้เหมาะสม เพื่อพัฒนาไปสู่การปฏิบัติจริงอย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2567 มีประเด็นที่พนักงานส่งเข้าประกวดทั้งสิ้นกว่า 1,460 ประเด็นความเสี่ยง โดย 5 อันดับความเสี่ยงที่มีผู้ส่งผลงานเข้าร่วมสูงสุด ได้แก่ 1. ความเสี่ยงที่เกี่ยวเนื่องมาจากสุขภาพและความปลอดภัย 2. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ 3.ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม 4. ความเสี่ยงด้านบริการลูกค้า 5.ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย

นอกจากนี้ บริษัทจัดให้มีการประเมิน Risk Score เพื่อวัดประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยงของหน่วยงานโดยรวม และนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาและปรับปรุงระบบบริหารความเสี่ยงทุกพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ครอบคลุมกว่า 80 หน่วยงาน ในทุกไตรมาส พร้อมกันนี้ บริษัทเปิดบริการให้คำแนะนำและแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านระบบออนไลน์ ตลอดจนนำเสนอตัวอย่างที่ดีของการบริหารความเสี่ยง เพื่อยกระดับความรู้ความสามารถผ่านโครงการ Risk Score Clinic ทุกสัปดาห์ สำหรับหน่วยงานที่มีผลการดำเนินงานที่ดีสม่ำเสมอ จะได้รับประกาศเชิดชูโดย Chief Risk Officer และประธานกรรมการบริหาร เพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้กับบุคคลากรด้านความเสี่ยงของหน่วยงาน

ความเสี่ยงที่เกิดใหม่ (Emerging Risks)

บริษัทคำนึงถึงความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจเป็นสำคัญ โดยมีการกำหนดมาตรการและแนวทางในการจัดการและบริหารเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงอย่างทันท่วงที ทบทวนประเด็นและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี เพื่อวิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทสามารถระบุประเด็นความเสี่ยงที่เกิดใหม่ จำนวน 3 ประเด็น พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลกระทบจากความเสี่ยงที่อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ และกำหนดมาตรการและแนวทางจัดการเบื้องต้น ดังนี้

1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี Generative AI ในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (e-Commerce)

แนวโน้มการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ปี 2567 มีการนำเทคโนโลยี Generative AI เข้ามาใช้มากขึ้นในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) ซึ่งเป็นปีแห่ง Live Commerce, Cross-border e-Commerce สินค้าจีนตีตลาดไทยมากขึ้น ตลอดจนคาดการณ์ว่าจะมีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาท้าชิงนั่นคือ แพลตฟอร์มช้อปออนไลน์จากต่างประเทศเน้นสินค้าราคาถูก ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงมากขึ้นร้อยละ 19 จากสรุปรายงานเศรษฐกิจดิจิทัลเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของ Google ปีที่ผ่านมา และยังส่งผลให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซของ ซีพี ออลล์ เติบโตขึ้นในสัดส่วนร้อยละ 11 ของยอดขายรวม

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากการใช้เทคโนโลยี Generative AI ยังมีแนวโน้มส่งผลกระทบต่อโครงการการลงทุนใหม่ ๆ การลงทุนในบริษัทย่อย และศูนย์กระจายสินค้าในการดำเนินธุรกิจของบริษัทในกลุ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อรักษาและสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อการมาใช้บริการที่ร้าน 7-Eleven อย่างยั่งยืน

ผลกระทบต่อธุรกิจ

การเข้ามาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี Generative AI ในธุรกิจ e-Commerce ส่งผลกระทบต่อโครงการการลงทุนใหม่ ๆ การลงทุนในบริษัทย่อย และศูนย์กระจายสินค้าในการดำเนินธุรกิจของบริษัทในกลุ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อรักษาและสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อการมาใช้บริการที่ร้าน 7-Eleven อย่างยั่งยืน โดยในปี 2567 มีการลงทุนประมาณ ร้อยละ 31 ของงบประมาณทั้งหมด 13,000 ล้านบาท พร้อมกันนี้ หากมีการนำเทคโนโลยี Generative AI เข้ามาเป็นตัวช่วยในการวิเคราะห์สินค้าและบริการให้กับผู้บริโภค อย่างเต็มรูปแบบใน 3-5 ปีข้างหน้า จะส่งผลต่อการเพิ่มการลงทุนในโครงการการลงทุนใหม่ๆ การลงทุนในบริษัทย่อย และศูนย์กระจายสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ อาทิ พัฒนาในกระบวนการทำงานตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า ทั้งที่ร้านสาขา ที่ระบบ คลังสินค้า และที่หน่วยงานสนับสนุนในสำนักงานใหญ่ เพื่อการยกระดับประสบการณ์การซื้อสินค้าบนทุกช่องทาง และสั่งสินค้า (AI Ordering) มาเติมสินค้าคงคลังได้อย่างเหมาะสม ตรงตามสถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ สามารถเพิ่มรายได้เฉลี่ยต่อร้านต่อวันให้สูงขึ้นเพื่อรักษาและสร้างประสบการณ์ที่ดีของลูกค้าต่อการมาใช้บริการที่ร้าน 7-Eleven อย่างยั่งยืนในอนาคต

มาตรการและแนวทางจัดการ

ซีพี ออลล์ มุ่งลงทุนด้านเทคโนโลยี Generative AI เป็นเครื่องมือช่วยวิเคราะห์ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการของลูกค้าแต่ละคนในการระบุสินค้าหรือหมวดหมู่สินค้าที่ลูกค้าสนใจแบบเฉพาะตัวบุคคล (Personalization) เพื่อคัดเลือกและสั่งสินค้า (AI Ordering) ได้อย่างเหมาะสม ตรงตามสถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ สามารถเพิ่มรายได้เฉลี่ยต่อร้านต่อวันให้สูงขึ้นประมาณ ร้อยละ 6-7 รวมทั้งพัฒนาช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่มีความหลากหลายและสอดคล้องกับพฤติกรรมการสื่อสารของลูกค้า โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันอย่าง TikTok, Instagram, X (Twitter), Line, YouTube และ Facebook รวมไปถึงการ Streaming Live ด้วย เพื่อวิเคราะห์เชิงลึก เข้าถึงและเข้าใจความต้องการของลูกค้า ด้วยเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น นำไปสู่การนำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต

ซีพี ออลล์ ติดตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี Generative AI ที่เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างใกล้ชิด โดยกำหนดยุทธศาสตร์ธุรกิจ การเติบโตจากจุดแข็ง ตอบรับวิถีชีวิตใหม่และสังคมดิจิทัล เพื่อรับมือแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ผ่านการปรับปรุงรูปแบบการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า เช่น นำเสนอสินค้าใหม่ ๆ พร้อมกับการส่งเสริมการขายผสมผสานกับการบริการแบบ Signature service ของพนักงานภายในร้านที่ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้จัดสินค้าและผู้ส่งมอบสินค้า เป็นต้น ซึ่งจะสร้างความผูกผันความไว้ใจให้กับลูกค้า และทำให้พนักงานในร้านรับทราบความต้องการของลูกค้าและเสนอสินค้าเพิ่มเติมให้ได้ตามความต้องการจริงของลูกค้า รวมทั้งเพิ่มรูปแบบของช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการด้วยความสะดวกในการซื้อผ่านทั้งรูปแบบร้านสาขา ตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) รวมไปถึงแพลตฟอร์มบนช่องทางออนไลน์ ได้แก่ 7Delivery ที่เป็นการให้บริการสั่งและส่งสินค้าตามความต้องการ (On-demand Delivery) และ All Online ห้างใกล้บ้าน ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวได้รับการตอบรับในระดับดีอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะร้านสาขาที่เป็นจุดที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก

2 ความเสี่ยงจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มากยิ่งขึ้น

ประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) จากข้อมูลกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ปี 2566 พบว่าประเทศไทยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป หรือผู้สูงวัย โดยคิดเป็น 1 ใน 5 (13 ล้านคน) ของจำนวนประชากรทั่วประเทศ (66 ล้านคน) และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องใน 5 - 10 ปีข้างหน้า

โดยคาดการณ์ว่าประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมสูงอายุระดับสุดยอด (Super Aged Society) ที่จะมีประชากรสูงวัยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 28 ของจำนวนประชากรทั่วประเทศ ซึ่งอาจส่งผลโดยตรงต่อความต้องการในผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของประชากรกลุ่มสูงวัยที่มุ่งเน้นอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารโภชนาการเฉพาะ (Functional Food) และอาหารที่มีการเพิ่ม หรือลดส่วนผสม ซึ่งอาจส่งผลต่อการวางกลยุทธ์ของ ซีพี ออลล์ การวางแผนงบประมาณและวิจัยในผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ผลกระทบต่อธุรกิจ

ซีพี ออลล์ ดำเนินงานบริหารผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการอย่างต่อเนื่องผ่านโครงการสนับสนุนที่หลากหลาย ตลอดจนส่งเสริมงานวิจัยในผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพผ่านหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กร อย่างไรก็ตาม ภายใต้การเป็นสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) และแนวโน้มการเข้าสู่สังคมสูงอายุระดับสุดยอด (Super Aged Society) ส่งผลให้ ซีพี ออลล์ ต้องปรับตัวและเตรียมความพร้อมในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการในอนาคต ที่อาจส่งผลต่อการสูญเสียโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและกลุ่มผู้สูงวัย ซึ่งมีสัดส่วนยอดขายร้อยละ 12.88 เทียบกับยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมดที่วางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven และอาจส่งผลต่อการกำหนดทิศทางและวางกลยุทธ์องค์กร นอกจากนี้ ซีพี ออลล์ ยังเตรียมพร้อมรับมือผ่านการเพิ่มงบประมาณวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มสูงวัย ด้วยงบประมาณ 44 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 42 (เทียบปี 2566) เพื่อเตรียมจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น ร้อยละ 25

ในปี 2567 กระทรวงสาธารณสุขมีนโยบายในการลดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ของประชาชน เช่น โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคไขมันในเลือดสูง โรคอ้วน โรคหัวใจและหลอดเลือด เป็นต้น จากข้อมูลการสำรวจอนามัยและสวัสดิการของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2566 ประเทศไทยพบโรค NCDs ในกลุ่มผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีโอกาสเจ็บป่วย คิดเป็นร้อยละ 56 เมื่อเทียบกับกลุ่มอายุอื่น ๆ เพื่อลดผู้ป่วยรายใหม่และส่งเสริมให้คนไทยมีสุขภาพดีอย่างยั่งยืน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ผนึกกำลังกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ประกอบด้วย กระทรวงสาธารณสุข สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล สำนักงานสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และผู้ประกอบการอาหารภาคเอกชน ในการส่งเสริมและผลักดันให้มีผลิตภัณฑ์อาหารที่ปรับสูตรลด หวาน มัน เค็ม ให้เป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค โดยใช้สัญลักษณ์ “ทางเลือกสุขภาพ” (Healthier Choice) เป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้บริโภคสังเกตและตัดสินใจเลือกบริโภคได้สะดวกยิ่งขึ้นโดยขณะนี้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองการแสดงสัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพมีครอบคลุม 14 กลุ่ม ได้แก่ อาหารมื้อหลัก เครื่องดื่ม เครื่องปรุงรส ผลิตภัณฑ์นม อาหารกึ่งสำเร็จรูป ขนมขบเคี้ยว ไอศกรีม น้ำมันและไขมัน ขนมปัง อาหารเช้าธัญพืช ผลิตภัณฑ์ขนมอบ ผลิตภัณฑ์อาหารว่าง ผลิตภัณฑ์จากปลาและอาหารทะเล ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ หากสินค้าทางเลือกสุขภาพที่ไม่ได้สัญญลักษณ์ “ทางเลือกสุขภาพ” (Healthier Choice) อาจทำให้มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีโรค NCDs

นอกจากนี้ การรณรงค์จากภาครัฐ ทำให้บริษัทต้องสรรหาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและได้รับสัญลักษณ์ “ทางเลือกสุขภาพ” (Healthier Choice) เพื่อตอบสนองความต้องการสินค้าทางเลือกสุขภาพโดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ โดยผู้ผลิตสินค้าต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนและรับรอง 10,000 บาทต่อครั้งต่อผลิตภัณฑ์ และการต่ออายุสัญลักษณ์ 5,000 บาทต่อครั้งต่อผลิตภัณฑ์ โดยจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 มกราคม 2568 การที่ผู้ผลิตสินค้าต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนและรับรองผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานรวมถึง ซีพี ออลล์ โดยคาดการณ์ว่าจะกระทบต่อต้นทุนสินค้าที่เพิ่มขึ้น 10-15 ล้านบาท จากรายการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสุขภาวะที่ดี กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด

มาตรการและแนวทางจัดการ

ซีพี ออลล์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านการค้นคว้านวัตกรรมด้านอาหารและการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนการร่วมวิจัยระหว่าง บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด และสำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ตลอดจนวิจัยร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากองค์กรภายนอก อาทิ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) และภาควิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พร้อมกันนี้ บริษัทกำหนดเกณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brands) ให้ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภายนอกและมาตรฐานสากล

บริษัทมุ่งผลักดันและสนับสนุนกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่ลดปริมาณน้ำตาล ไขมัน โซเดียม และสารปรุงแต่ง เช่น สารกันบูด สีผสมอาหาร สารทดแทนความหวาน และสารเติมแต่งต้านจุลชีพ (Antibiotics) เป็นต้น รวมทั้งพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ เช่น เพิ่มวิตามินเอ ซิงค์ ไอโอดีน ไฟเบอร์ ธาตุเหล็ก เป็นต้น บริษัทได้ผลักดันโครงการอาหารผู้สูงอายุของ ซีพีแรม ที่เน้นให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพ ภายใต้ตราสินค้า “ครีเอเตอร์” เป็นอาหารที่คำนึงถึงปริมาณและประเภทของสารอาหารที่จำเป็น รวมไปถึงคุณสมบัติของอาหารหรือวัตถุดิบให้เหมาะสมกับการเคี้ยว ระบบการย่อยและดูดซึม สารอาหารตามวัยของผู้สูงอายุ และสำหรับผู้ที่ต้องการอาหารที่มีโปรตีนสูงที่ไม่ใช่ผู้สูงอายุ ก็สามารถเลือกทาน “ครีเอเตอร์” ได้ เพื่อให้ได้รับสารอาหารครบถ้วน “เคี้ยวง่าย ย่อยง่าย” เป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพ คุณค่าโภชนาการสูง รสชาติดี ตอบโจทย์สังคมสูงอายุในประเทศไทย และทั่วโลกที่กำลังเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม

บริษัทใส่ใจในการคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพจากแหล่งที่มาอย่างมีความรับผิดชอบสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของการดัดแปลงพันธุกรรม (Genetically Modified Organisms: GMOs) ตลอดจนได้รับการรับรองและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

โดยบริษัทกำหนดให้มีกระบวนการติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการขับเคลื่อน ด้านการเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของ องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวได้ พร้อมทั้งรวบรวมฐานข้อมูลสำหรับการพัฒนานโยบาย แผนการดำเนินงาน และแผนงานวิจัยต่าง ๆ ของบริษัทในอนาคต ตลอดจนเพื่อรองรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อกลุ่มผู้สูงวัยในอนาคต และยกระดับการให้บริการเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่ไม่สะดวกใช้บริการที่ร้าน 7-Eleven รวมถึงผู้สูงวัย ด้วยการสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน '7App' พร้อมบริการจัดส่งสินค้า และสำหรับผู้สูงอายุที่ไม่สะดวกในการเข้าถึงระบบดิจิทัล หรือผู้ที่ไม่มีสมาร์ตโฟนหรือไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต ซีพี ออลล์ ยังได้เพิ่มช่องทางใหม่ด้วยบริการสั่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ Call Center ที่เบอร์ 1371 บริการ Chat & Shop และ Line OA เป็นการอำนวยความสะดวกในการสั่งสินค้าต่าง ๆ ในร้าน 7-Eleven

3 ความเสี่ยงจากการไม่บรรลุเป้าหมายการปล่อยคาร์บอนสุทธิเท่ากับศูนย์จากห่วงโซ่อุปทาน (The Risk of Failing to Achieve Net Zero Target due to Scope 3 emissions)

ซีพี ออลล์ มอบหมายให้คณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนกำกับดูแลด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 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) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2) การปล่อยก๊าซ เรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (Scope 3) อีกทั้งบริษัทได้พิจารณาตั้งเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ขององค์กร ให้ผ่านกระบวนการตรวจสอบ (Validation) ตามแนวทางของเป้าหมายที่อิงหลักวิทยาศาสตร์ (Science Based Targets initiative: SBTi) นอกจากนี้ บริษัทกำหนดกรอบการดำเนินงานและแนวทางในการ ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของคณะทำงาน เปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosure: TCFD) รวมทั้งการเปิดเผยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (IFRS S2 Climate-related Disclosures) อีกด้วย

ในการบรรลุเป้าหมายนี้มีความสำคัญเนื่องจาก ก๊าซเรือนกระจกส่วนใหญ่ของบริษัทมาจากกิจกรรมทางอ้อมอื่น ๆ (Scope 3) ที่เกิดจากกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานทั้งหมดขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตสินค้าที่บริษัทซื้อมาใช้ หรือใช้ในการผลิตสินค้าของตัวเอง การขนส่ง การกระจายสินค้า การใช้ผลิตภัณฑ์ และการกำจัดขยะ ซึ่งเป็นส่วนที่มีสัดส่วนของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากที่สุดถึง ร้อยละ 88 ของก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดคิดเป็น 13,030,541 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ในปี 2573

ผลกระทบต่อธุรกิจ

การบรรลุเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศที่ตั้งไว้มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานของ ซีพี ออลล์ โดยบริษัทมุ่งหวังให้คู่ค้าทั้งรายเล็กและรายใหญ่ปรับตัวสู่สังคมคาร์บอนต่ำ ซึ่งกระบวนการปรับตัวดังกล่าวส่งผลต่อกระบวนการผลิต และทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้คู่ค้ารายเล็กยังเผชิญกับข้อจำกัดในการจัดเก็บและรายงานข้อมูลด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งจำเป็นต้องมีการสนับสนุนทางการเงินและองค์ความรู้เพิ่มเติมจากบริษัท สำหรับการดำเนินงานภายในของ ซีพี ออลล์ เองจำเป็นต้องลงทุนในโครงการที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มเติม เช่น การปรับเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางของพนักงานและการจัดการของเสีย เป็นต้น ซึ่งล้วนส่งผลต่อต้นทุนในการดำเนินธุรกิจโดยรวม 8,976 ล้านบาท นอกจากความมุ่งมั่นของบริษัท การบรรลุเป้าหมายเหล่านี้ยังพึ่งพาความร่วมมือและความสามารถของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละราย ซึ่งอาจมีความพร้อมแตกต่างกัน หากไม่สามารถดำเนินการอย่างสอดคล้อง อาจนำไปสู่ความเสี่ยงที่จะไม่บรรลุเป้าหมายจนส่งผลต่อภาพลักษณ์ เช่น การถูกกล่าวหาว่าทำธุรกิจในลักษณะ "ฟอกเขียว" (Greenwashing) และอาจเผชิญกับแรงต่อต้านจากสังคมในอนาคต เป็นต้น

มาตรการและแนวทางจัดการ

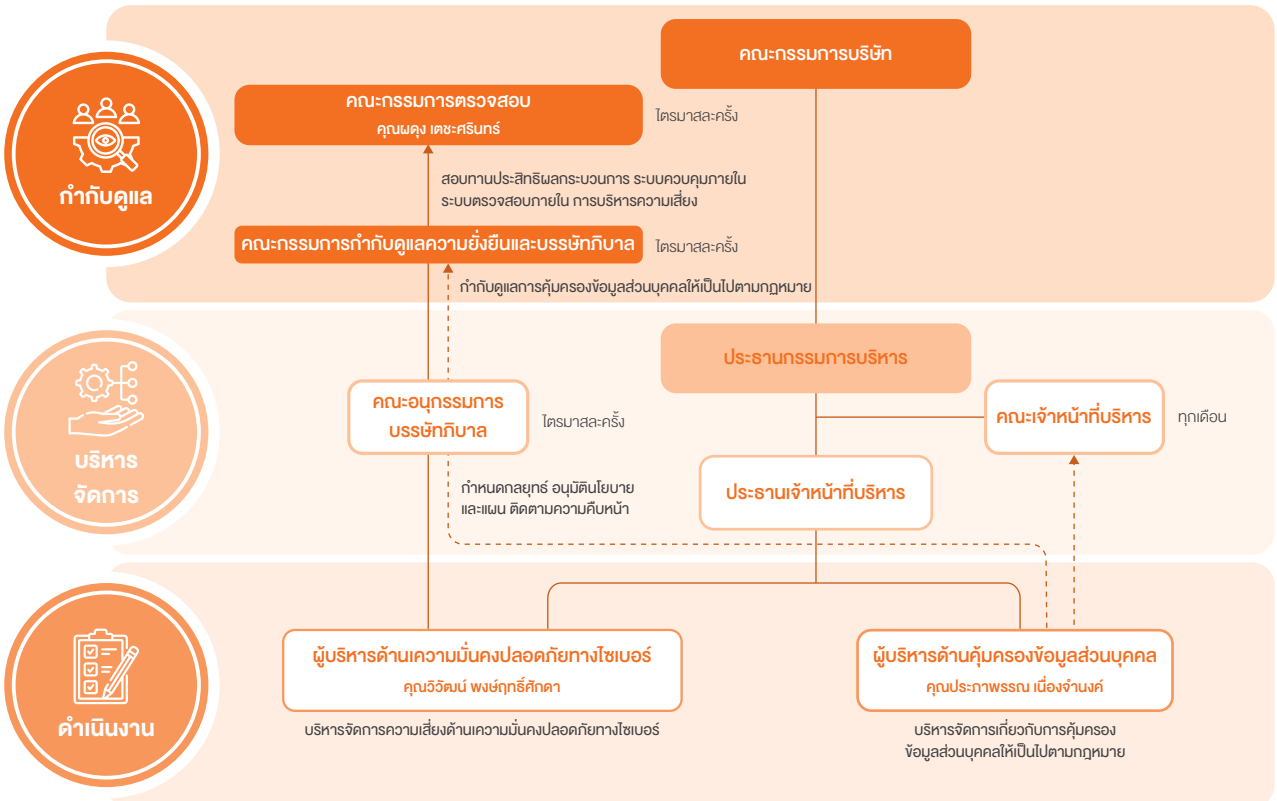
ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นในการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ความยั่งยืนครอบคลุมมิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กลยุทธ์ 7 Go green, 7 Go Together และ 7 Go Right รวมถึงการประเมินความเสี่ยงถึงผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มครอบคลุมผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอันเนื่องมาจากคู่ค้า ซีพี ออลล์ ได้กำหนดนโยบายและคู่มือการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน เพื่อคัดเลือกและส่งเสริมคู่ค้า เช่น การทำการเกษตรอย่างยั่งยืน การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากคู่ค้า อีกทั้งยังได้จัดทำการประเมินขีดความสามารถ และความพร้อมของคู่ค้าในการปรับตัวสู่สังคมคาร์บอนต่ำ และได้มีมาตรการในการส่งเสริมที่เหมาะสมในแต่ละกลุ่ม เช่น การเสริมสร้างความตระหนักและองค์ความรู้พื้นฐานในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้กับกลุ่มคู่ค้ารายเล็ก 2 ครั้งในปี 2567 การมอบสิทธิประโยชน์ให้แก่คู่ค้าที่ให้ความร่วมมือกับบริษัทในการขับเคลื่อนเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศ เป็นต้น

ซีพี ออลล์ ได้ลงทุนการพัฒนาระบบการผลิต ตลอดจนการจัดการและลดของเสียภายในการดำเนินธุรกิจ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัท โดยผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลนโยบายความยั่งยืนของบริษัท จะติดตามการขับเคลื่อนตามพันธกิจของเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (TCNN) และเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (GCNT) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บริษัทรับทราบความเคลื่อนไหว รวมถึงมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและขับเคลื่อนวาระด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับประเทศ รวมถึงปรับเปลี่ยน นโยบายขององค์กรให้สอดคล้องกับนโยบายระดับประเทศ ตลอดจนให้การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กรสามารถดำเนินได้อย่างต่อเนื่อง และคำนึงถึงผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง

5 การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูล

โครงสร้างการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อมูล

บริษัทกำหนดโครงสร้างการบริหารเพื่อให้เกิดบูรณาการจากส่วนกลางและกลุ่มธุรกิจ โดยมีหน่วยงานกลางรับผิดชอบและให้การสนับสนุน คณะทำงานประกอบด้วยคณะกรรมการรักษาความปลอดภัยระบบสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์ (IT Governance Committee) ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย และแนวทางการใช้งานระบบ การติดตามโครงการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ



บริษัทได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Policy) เพื่อเป็นแนวทางในการใช้งานข้อมูล การปฏิบัติงาน การพัฒนา และการบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นไปอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับกฎหมาย และข้อกำหนดด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับทั้งพนักงานและคู่ค้าธุรกิจ รวมถึงนำมาตรฐานการรับรองด้านการให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีคุณภาพ ISO 20000 และมาตรฐานการรับรองด้านการให้บริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างปลอดภัย ISO 27001 มาใช้เป็นกรอบในการดำเนินการในส่วนของการบริหารงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์ และมาตรฐานความปลอดภัยเกี่ยวกับธุรกรรมการเงิน PCI/DSS V.3

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ นโยบายการรักษาความปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

การบริหารด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์กลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์

บุคลากร

- กำหนดความรับผิดชอบของผู้บริหารระดับสูง CSO (Cyber Security Officer) บริหารจัดการรายงานต่อคณะกรรมการเจ้าหน้าที่ผู้บริหารระดับสูง (Executive Committee)
- กำหนดหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงทั้งด้านการบริหาร และปฏิบัติการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์
- กำหนดการอบรมให้กับพนักงานทุกระดับ และมีการสุ่มทดสอบเสมือนจริงต่อการรับมือภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Phishing Simulation Test)

กระบวนการ

- กำหนดนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศของระบบเครือข่ายซีพี ออลล์
- กำหนดหน่วยงานผู้ให้บริการระบบสารสนเทศในกลุ่มเครือข่าย ซีพี ออลล์ ที่ผ่านการรับรองด้วยมาตรฐาน ISO20000, ISO27001
- กำหนดขั้นตอน และแผนการตอบสนองเหตุการณ์ละเมิดความปลอดภัยไซเบอร์ และข้อมูลรั่วไหล (Data Breach & Cyber Security Incident Response Plan)

เทคโนโลยี

- ติดตั้งระบบเทคโนโลยีที่ทำงานเชิงป้องกัน และสอดคล้องตามแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยระดับสากล คือ NIST Framework
- ระบบข้อมูลถูกติดตั้งในเครือข่าย และเป็นศูนย์คอมพิวเตอร์ที่เป็น Private ของบริษัท โดยมีการแบ่งโซนความปลอดภัย ที่มีการป้องกันตรวจเฝ้าระวังตลอดเวลา ทั้งการบริหารจัดการอุปกรณ์ระบบ และการเข้าถึงข้อมูลได้ตามสิทธิที่กำหนด
- มีการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีภัยคุกคามกับเครือฯ และคู่ค้าเพื่อนำมาปรับปรุงที่เหมาะสมกับเครือข่าย และภัยคุกคามใหม่ ๆ

พร้อมกันนี้ บริษัทได้ประเมินถึงความเสี่ยงในมุมมองด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่สำคัญ (Cyber Threat Risk Assessment) และสอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากล NIST (Cyber Security Framework) โดยนำมาทบทวนร่วมกับเป้าหมายทางธุรกิจ และสภาพแวดล้อมปัจจุบัน เพื่อนำสู่นโยบายการรักษาความปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสม และนำสู่การปฏิบัติทั้งด้านบุคลากร กระบวนการ และเทคโนโลยีผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

โครงการต่อเนื่องสร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

ในยุคดิจิทัลที่ธุรกิจหันมาพึ่งพาระบบออนไลน์มากขึ้น การรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์จึงกลายเป็นเรื่องสำคัญ บริษัทต่าง ๆ ต้องเผชิญกับภัยคุกคามทางไซเบอร์อยู่ตลอดเวลา เพื่อรับมือกับสถานการณ์นี้ บริษัทมีการวางแผนและดำเนินมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ครอบคลุมทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นการอบรมพนักงานให้ตระหนักถึงภัยคุกคาม การสร้างระบบป้องกันที่แข็งแกร่ง หรือการอัปเดตซอฟต์แวร์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ

Cyber Hygiene Culture	Cyber Assurance	Cyber Operation
งานสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีสุขอนามัยใช้ไซเบอร์อย่างปลอดภัย	งานควบคุมมาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์	งานปฏิบัติการป้องกัน จัดการและเฝ้าระวังภัยคุกคามไซเบอร์

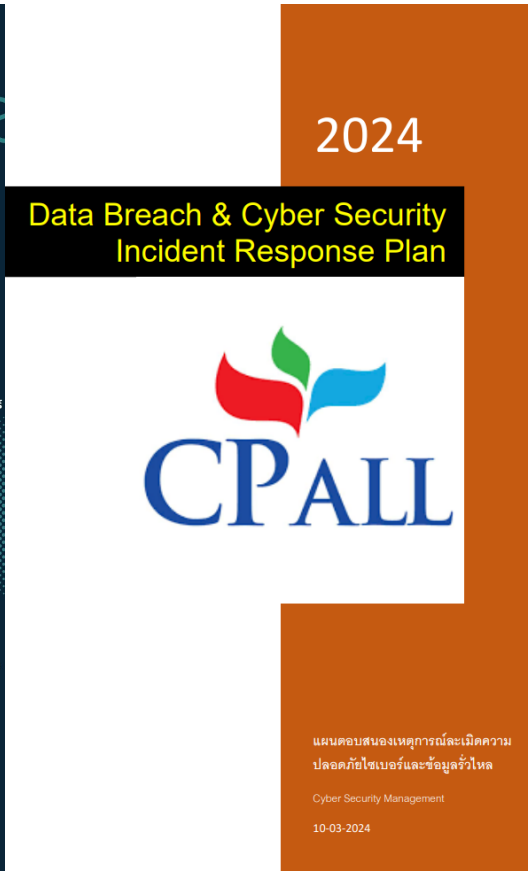
ในปี 2567 บริษัทได้รับการประเมินและจัดอันดับความปลอดภัยไซเบอร์จาก BITSIGHT Security Rating Service ซึ่งเป็นองค์กรภายนอกที่วิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความปลอดภัยทางไซเบอร์ และไซเบอร์ขององค์กร โดยใช้วิธีการให้คะแนน (Security Ratings) และรวมถึงได้รับการประเมินผ่านโครงการวัดระดับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ สำหรับกลุ่มบริษัทจดทะเบียนและบริษัทหลักทรัพย์ (Cybersecurity Resilience Survey 2024) โดยการประเมินที่บ่งบอกถึงระดับการจัดการ (Cybersecurity Level) ซึ่งสะท้อนถึงความรับผิดชอบในการบริหารและจัดการข้อมูลและความปลอดภัยไซเบอร์อย่างเหมาะสม ส่งเสริมความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร พร้อมดำเนินการตามแนวทางสำคัญดังต่อไปนี้

- ส่งเสริมนโยบายสำคัญด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่ใกล้ตัวและต้องระวัง รวมถึงแนวปฏิบัติ ข้อแนะนำเพื่อการใช้งานอย่างถูกต้อง และปลอดภัยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์บริษัท อีเมล CPALL Connect Cyber Security Portal เป็นต้น

- จัดอบรมความปลอดภัยทางไซเบอร์ Cyber Security Awareness Training ในหัวข้อที่หลากหลาย ให้แก่พนักงานทุกคนทั้งในรูปแบบออนไลน์ และโดยตรง มีการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ และรวมถึงจัดให้มีการทำแบบทดสอบวัคซีนไซเบอร์ให้กับพนักงานและผู้บริหารของบริษัทจำนวน 101,160 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
- จัดอบรมและสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ให้กับ
  - > พนักงานใหม่ผ่าน On-boarding Program ลงนามรับทราบนโยบายและแนวปฏิบัติเป็นจำนวน 1,938 คน คิดเป็นร้อยละ 100
  - > พนักงานปัจจุบันในทุกระดับของ ซีพี ออล์ และบริษัทย่อยจำนวน 116,179 คน คิดเป็นร้อยละ 100
  - > สื่อสารและส่งเสริมคู่ค้าเรื่องการใช้ข้อมูลที่เชื่อมต่อกับระบบไอทีของบริษัทอย่างปลอดภัย รวมทั้ง ลงนามรับทราบเพื่อปฏิบัติตามขั้นตอนความปลอดภัยก่อนปฏิบัติงาน จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 100
  - > ให้ความรู้ลูกค้าด้านความปลอดภัยไซเบอร์ในหัวข้อ "วัคซีนไซเบอร์ รู้ทันกลโกง ต้านภัยออนไลน์" แจ้งเตือนภัยที่สำคัญเกี่ยวกับการใช้บริการออนไลน์ และป้องกันภัยไซเบอร์ผ่านช่องทางสื่อโซเชียลมีเดีย
- จัดทดสอบรับมือภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Security Drills Test) ทุกไตรมาส โดยจำลองสถานการณ์เสมือนจริงเกี่ยวกับเมล์หลอกลวง (Phishing Simulation Test) สำหรับพนักงานทุกคนทุกระดับ เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับภัยไซเบอร์ ลดความเสี่ยงจากการตกเป็นเหยื่อ และพัฒนาความสามารถในการตอบสนองอย่างถูกต้องและรวดเร็ว
- จัดอบรม ทดสอบ และสนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานด้านความมั่นคงปลอดภัยผ่านการรับรองมาตรฐานสากล เช่น CISSP, CISA, CDPSE, CEH (Certified Ethical Hacker), CompTIA Security+ 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 ISO20000
- ดำเนินการซ้อมการตอบสนองเหตุการณ์ละเมิดความปลอดภัยไซเบอร์และข้อมูลรั่วไหล (Data Breach & Cyber Security Incident Response Workshop) สำหรับระดับปฏิบัติการ และระดับบริหารตามแผนที่กำหนดบนสภานการณ์เสมือนจริง เพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว พร้อมทั้งนำผลลัพธ์ที่ได้จากการฝึกซ้อมมาปรับปรุงปีละ 2 ครั้ง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ร้อยละ 100

ของระบบข้อมูลเครือข่ายบริษัทที่ติดตั้งและให้บริการผ่านการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ (ISO 27001)

ร้อยละ 100

ของพนักงานผ่านการทำ Phishing Simulation Test

ร้อยละ 100

ของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านระบบความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (33 ราย) ผ่านการอบรมและทดสอบความรู้หัวข้อความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์

ร้อยละ 100

ของระบบและเว็บไซต์บริษัทบทเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ที่ถูกค้นหาประเมินช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) โดยบริษัทภายนอกและหน่วยงานผู้เชี่ยวชาญการเจาะระบบภายใน (Red Team) นำสู่การพิจารณาปรับปรุง โดยทีมปฏิบัติการให้มีความปลอดภัยยิ่งขึ้น

การบริหารด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) ซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานสำคัญในความเป็นส่วนตัว (Privacy Right) ที่ต้องได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย และหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights) รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นในผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนของห่วงโซ่คุณค่า โดยมีการกำกับดูแล ดังนี้

- การกำหนด และทบทวนนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- การกำกับดูแลการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่
  - > การจัดการบันทึกรายการกิจกรรมการประมวลข้อมูลส่วนบุคคล และการกำหนดฐานทางกฎหมาย
  - > การแจ้งการประมวลข้อมูลส่วนบุคคล
  - > การจัดการความยินยอม
  - > การจัดการสิทธิ และข้อร้องเรียนของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
  - > การจัดการข้อตกลงการประมวลข้อมูลส่วนบุคคล
  - > การประเมินผลกระทบด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
  - > การดำเนินการเมื่อเกิดเหตุการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล
- ทบทวน และปรับปรุงกิจกรรมให้สอดคล้องกับกฎหมาย PDPA และกฎหมายลำดับรอง อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- การพัฒนาและนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ในการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงการดูแลรักษาความมั่นคงปลอดภัย และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตั้งแต่กระบวนการออกแบบ (Security and Privacy by Design) รวมถึงระบบควรจะมีสามารถในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างอัตโนมัติตั้งแต่เริ่มต้น (Privacy by Default)
- PDPA on Tour (site visit) เพื่อทบทวนการปฏิบัติงานของกิจกรรมที่มีข้อมูลส่วนบุคคลให้ความสอดคล้องตามกฎหมาย PDPA และ กฎหมายลำดับรอง
- ขยายผลขอการรับรองมาตรฐานสากลระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล ISO 27001 และมาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO 27701 กับคลังสินค้า บริษัท ทเวนตี้โฟร์ ช้อปปิ้ง จำกัด
- ทบทวนกระบวนการ และซักซ้อมเหตุละเมิดและข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล ร่วมกับผู้บริหารระดับสูง และทีมปฏิบัติการตอบสนองเหตุการณ์การละเมิดและข้อมูลรั่วไหล พร้อมทั้งนำผลลัพธ์ที่ได้จากการซ้อมมาปรับปรุงปีละ 1 ครั้ง

โครงการต่อเนื่องสร้างความตระหนักในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่พนักงานทุกระดับ โดยยึดตามแนวทางที่กำหนดไว้ในกลยุทธ์และแผนงานที่สำคัญขององค์กร เพื่อช่วยลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัท ในปี 2567 บริษัทได้ดำเนินการยกระดับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้มีมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากล โดยมีรายละเอียดดังนี้

- สื่อสารและส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านกับกฎหมาย PDPA สำหรับพนักงานทุกระดับ พร้อมทั้งเผยแพร่ และส่งเสริม PDPA Mindsets ให้แก่พนักงาน ประกอบด้วย 1) เคารพความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น (Respect) 2) ซื่อสัตย์ โปร่งใส (Transparency) และ 3) รับผิดชอบในการกระทำ (Accountability) ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เช่น โปสเตอร์, เว็บไซต์บริษัท, อีเมล PDPA, Portal CPALL Connect เป็นต้น
- จัดกิจกรรมสนับสนุนการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้กับพนักงานทุกระดับ เช่น การฝึกอบรมพร้อมสอบวัดระดับความรู้ การจัดสัมมนา การจัด Workshop, Webinar เป็นต้น เพื่อให้ความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับ PDPA ต่อพนักงานในบริษัทและบริษัทย่อย รวมถึงคู่ค้าและพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล โดยหลักสูตรการฝึกอบรม / สัมมนาจะปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับผู้เข้าอบรม เช่นพนักงานทั่วไป, พนักงานที่เข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล, ผู้บริหาร, ผู้ดูแล / พัฒนาระบบสารสนเทศ เป็นต้น
- สร้าง PDPA Champion เพื่อให้สามารถสื่อสาร ให้ความรู้และสอดส่อง ดูแลการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ร้อยละ 100	กิจกรรมที่มีข้อมูลส่วนบุคคลสอดคล้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
ร้อยละ 100	พนักงานผ่านการอบรมและทดสอบความรู้ ความเข้าใจแนวปฏิบัติ PDPA
ร้อยละ 100	การตอบสนองของการใช้สิทธิ์ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามเวลาที่กำหนด
การร้องเรียนที่ร้ายแรง	0 ครั้ง
มูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการรั่วไหล หรือละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล	0 บาท

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

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
- นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ข้อมูลแสดงรายงานภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Attack) และข้อมูลแสดงรายงานการรับแจ้งจากผู้ใช้งาน (User Security Incident)

6 การเปิดเผยข้อมูลให้สอดคล้องกับกรอบรายงานตามมาตรฐานสากล

นอกจาก การพัฒนาโครงสร้างและกลไกการกำกับดูแล การบริหารจัดการความเสี่ยง รวมถึงประเด็นความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อแสดงความโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต บริษัทพัฒนาและรักษาคุณภาพและมาตรฐานของการจัดทำทั้งรายงานประจำปี (One Report) และรายงานการพัฒนาความยั่งยืน (Sustainability Report) ตามหลักเกณฑ์และกรอบรายงานตามมาตรฐานสากลเป็นประจำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
- รายงาน 56-1 One Report
- รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

(เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)

"ซีพี ออลล์...เคารพสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานของทุกคน ยึดมั่นในความเท่าเทียม และปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเป็นธรรม โดยไม่คำนึงถึงเชื้อชาติ ศาสนา เพศ หรือสถานะทางสังคม พร้อมดูแล สร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมอาชีวอนามัยที่ดีของพนักงาน ลูกค้า และชุมชน ตามมาตรฐานสากล เพื่อให้ทุกคนสามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุขและมีคุณภาพ"



แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG3 สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

3.4 ลดการตายก่อนวัยอันควรจากโรคไม่ติดต่อ ผ่านทางการป้องกัน การรักษา สนับสนุน สุขภาพจิต และความเป็นอยู่ที่ดี

3.6 ลดจำนวนการตายและบาดเจ็บจากอุบัติเหตุทางถนน

SDG5 บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศและให้อำนาจของผู้หญิงและเด็กหญิงทุกคน

5.1 ยุติการเลือกปฏิบัติทุกรูปแบบที่มีต่อผู้หญิงและเด็กหญิงในทุกที่

SDG8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

8.5 บรรลุการจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพและการมีงานที่สมควรสำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพลภาพ และให้มีการจ่ายที่เท่าเทียมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน

8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคงสำหรับผู้ทำงานทุกคน รวมถึงผู้ทำงานต่างด้าว โดยเฉพาะหญิงต่างด้าว และผู้ที่ทำงานเสี่ยงอันตราย

SDG10 ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ

10.3 สร้างหลักประกันว่าจะมีโอกาสที่เท่าเทียมและลดความไม่เสมอภาคของผลลัพธ์ รวมถึงโดยการขจัดกฎหมายนโยบาย และแนวปฏิบัติที่เลือกปฏิบัติ และส่งเสริมการออกกฎหมาย นโยบาย และการกระทำที่เหมาะสม

SDG16 ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

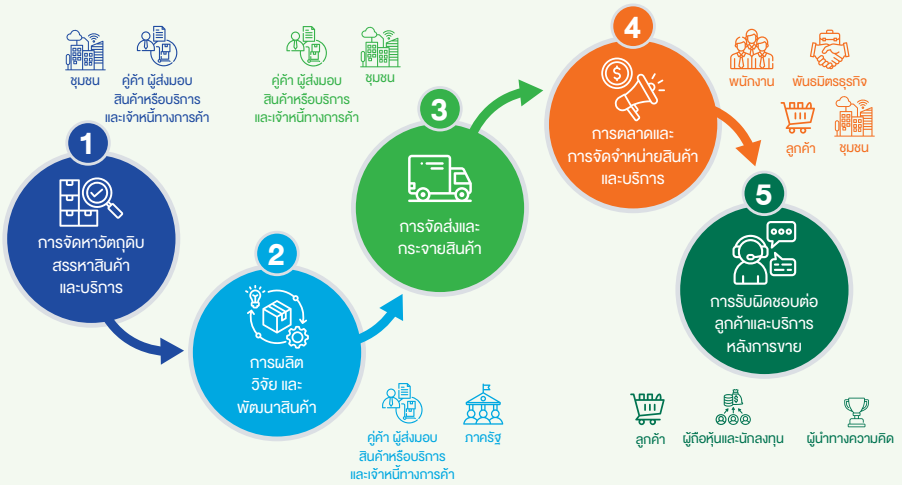
16.3 ส่งเสริมนิติธรรมทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ และสร้างหลักประกันว่าจะมีการเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมแก่ทุกคน

ความเสี่ยงและโอกาส

สิทธิมนุษยชนเป็นประเด็นสำคัญที่ได้รับความสนใจในระดับสากล โดยเฉพาะปัญหาการใช้แรงงานที่ไม่เป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน อาทิ การบังคับใช้แรงงาน การทำงานในสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม การกีดกันสิทธิในการจัดตั้งสหภาพแรงงาน และการจำกัดการแสดงความคิดเห็นอย่างเสรีภาพ โดยองค์กรสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (UNGP) ได้กำหนดแนวทางมาตรฐานการดำเนินงานที่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อยกระดับการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ และลดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ปัจจุบันแรงงานยังคงเป็นกำลังสำคัญขับเคลื่อนธุรกิจในกระบวนการต่าง ๆ อาทิ กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบ กระบวนการผลิต กระบวนการขนส่ง และการบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งแรงงานและผู้ปฏิบัติงานอาจเสี่ยงต่อการถูกละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น การเลือกปฏิบัติต่อแรงงาน การคุกคามทางเพศ การใช้แรงงานเด็ก และการบังคับใช้แรงงาน เป็นต้น บริษัทควรกำหนดมาตรการและแนวทางการป้องกันผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ผ่านการติดตามและประเมินความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานขององค์กรสอดคล้องกับหลักการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนสากล และกฎหมายของประเทศ รวมถึงส่งเสริมการตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า นอกจากเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นต่อองค์กรแล้ว ยังเป็นการสร้างการยอมรับและสนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการในสังคมอีกด้วย

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

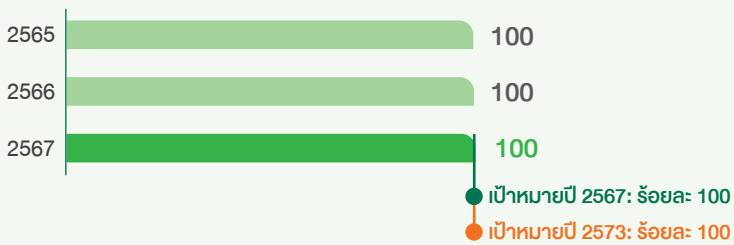
- มิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- สำคัญมาก (Critical Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ดำเนินการให้เกิด “การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน” อย่างต่อเนื่องตามแนวทางขององค์การสหประชาชาติทั้งในขอบเขตการดำเนินงานของบริษัท และคู่ค้าความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืน (หน่วย:ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- ซีพีแรม ได้รับรางวัลในฐานะองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ประจำปี 2567 ระดับดีเด่น ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ต่อเนื่องปีที่ 4 จากกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม
- ร้อยละ 100 ของ FTE พื้นที่ดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทได้รับการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน
- ร้อยละ 100 ของ FTE พื้นที่ดำเนินการที่มีความเสี่ยงมีมาตรการจัดการความเสี่ยง
- ร้อยละ 100 ของพนักงานใหม่ผ่านหลักสูตร “พื้นฐานสำหรับพนักงานใหม่”
- ร้อยละ 100 ของสโตร์พาร์ทเนอร์รายใหม่ และคู่ค้ารายใหม่ ได้รับการให้ความรู้และประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน
- ร้อยละ 100 ของพนักงานปัจจุบันทุกระดับได้รับการให้ความรู้และสอบผ่านการวัดผลความรู้ความเข้าใจ หลักสูตร “สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ”
- ร้อยละ 100 ของพื้นที่เป้าหมายตามแผนงานได้รับการรับรองมาตรฐานสากลเพื่อการจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัย ISO45001: 2018

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- ซีพีแรม เข้าร่วมการประเมินองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ปี 2567
- จัดทำ ทบทวน ติดตามมาตรการป้องกัน บรรเทา และเยียวยาของความเสี่ยงที่ต้องบริหารจัดการก่อน
- ประเมิน ทบทวนความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment) จากกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence Process: HRDD)
- จัดกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริม DEI คือ ความหลากหลาย (Diversity) ความเท่าเทียม (Equity) การอยู่ร่วมกัน (Inclusion) ผ่านกิจกรรม ALL PRIDE 2024 เพื่อสนับสนุนความหลากหลาย เท่าเทียม และการอยู่ร่วมกัน

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment: HRRA)

พื้นที่ดำเนินการและกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท

ร้อยละ 100 ของ FTE ได้รับการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน	ร้อยละ 54.77 ของ FTE มีความเสี่ยงสูงที่สำคัญด้านสิทธิมนุษยชน	ร้อยละ 100 ของ FTE ที่ถูกระบุว่ามีความเสี่ยงมีมาตรการป้องกัน บรรเทา และเยียวยา (Mitigation plan)

คู่ค้าลำดับที่ 1 ของบริษัท

ได้รับการสื่อสาร ร้อยละ 100 2,412 ราย	คู่ค้าที่มีความเสี่ยง ร้อยละ 2.74 66 ราย	คู่ค้าที่มีความเสี่ยงมีมาตรการบรรเทาผลกระทบ ร้อยละ 100 66 ราย

ประเด็นความเสี่ยงสูงที่สำคัญ

ความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงาน ร้าน 7-Eleven และ 24shopping

- ประเด็นอุบัติเหตุระหว่างปฏิบัติงาน ได้แก่ อุบัติเหตุจากการจัดส่งสินค้าลื่นหรือตกจากบันไดสิ่งของหรือสินค้าตกจากที่สูง อุบัติเหตุจากรถยกพุ่งชน มีดบาด
- ประเด็นอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล (PPE) ไม่เหมาะสม เช่น รองเท้านิรภัย ชุดคลุมปฏิบัติงาน ห้องควบคุมอุณหภูมิ เป็นต้น

การเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านการเคารพและการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล

การฝึกอบรม

พนักงานได้รับการฝึกอบรม	สโตร์พาร์ทเนอร์ (พันธมิตรทางธุรกิจ) ได้รับการฝึกอบรม	คู่ค้าลำดับที่ 1 ของบริษัท ได้รับการฝึกอบรม
ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100

ข้อร้องเรียนการละเมิดสิทธิมนุษยชน

การละเมิดสิทธิมนุษยชน	การเลือกปฏิบัติ	การล่วงละเมิดหรือคุกคามทางเพศ	การละเมิดสิทธิชนเผ่าพื้นเมือง
1 กรณี	0 กรณี	0 กรณี	0 กรณี

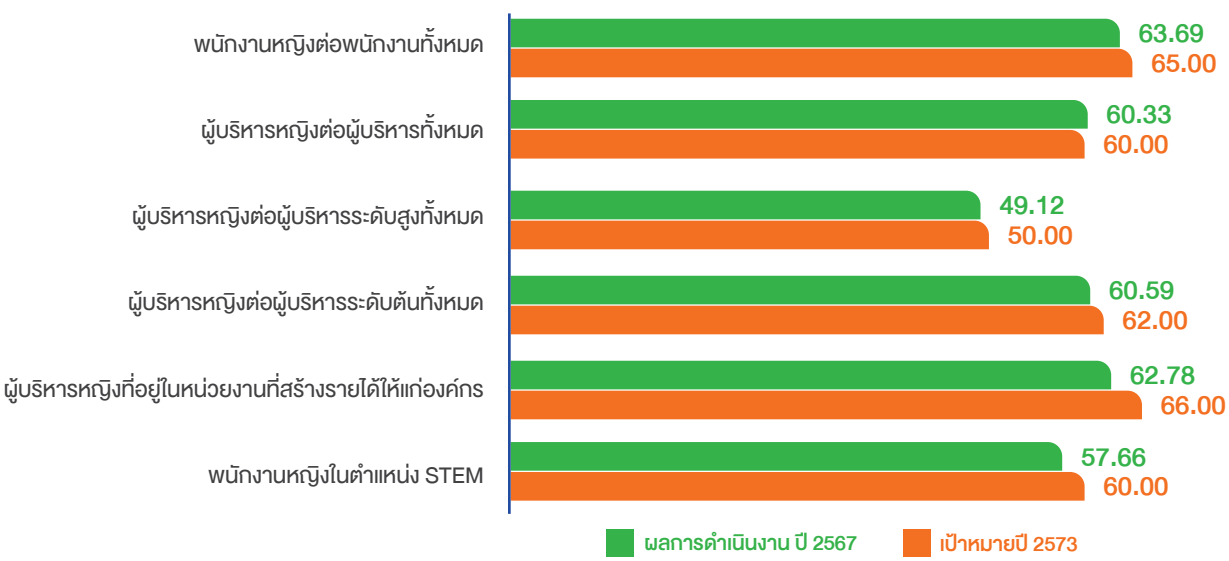
มาตรการบรรเทาผลกระทบและดำเนินการแก้ไข

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) รับรองว่าจะมีการดำเนินการแก้ไขอย่างเหมาะสม ในกรณีที่เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนผ่านการติดตาม ตรวจสอบ และรายงานผลอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งดำเนินการพิจารณาการชดเชยและเยียวยาทุกรูปแบบ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ถือครองสิทธิ์ที่ได้รับผลกระทบจากกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน ได้รับการเยียวยาอย่างเหมาะสม และเพื่อบรรเทาความเสียหายที่เกิดขึ้น ให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมหรือดีขึ้น อาทิ การแสดงความขอโทษ การชดใช้ความเสียหาย การฟื้นฟูสมรรถภาพ การชดเชยในรูปแบบของตัวเงินหรือไม่ใช่ตัวเงิน การลงโทษ และการป้องกันอันตราย เช่น คำสั่งห้าม หรือการรับประกันไม่ให้เกิดกรณีซ้ำ เป็นต้น



การส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียม และความหลากหลายของบุคลากร

การส่งเสริมขีดความสามารถของพนักงานหญิงในองค์กร (ร้อยละ)



การจ้างงานผู้พิการ

จำนวน **1,303** คน

ร้อยละเทียบ FTE **0.52**



เสรีภาพในการสมาคม

การดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัทครอบคลุมพนักงาน ร้อยละ 100

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทได้กำหนดและดำเนินงานตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน ซึ่งครอบคลุมทุกพื้นที่ของการดำเนินธุรกิจ รวมถึงคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ โดยสอดคล้องกับหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานตามมาตรฐานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization: ILO) รวมถึงกฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ นโยบายดังกล่าวครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ เช่น การป้องกันการเลือกปฏิบัติและการคุกคามทางเพศ การต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก และการยุติการใช้แรงงานบังคับ เป็นต้น

ทั้งนี้ บริษัทมีกระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุก 3 ปี ในทุกพื้นที่ดำเนินการกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และครอบคลุมการวิเคราะห์กระบวนการทำงาน (Full Time Equivalent) โดยเฉพาะในหน่วยงานที่มีความเสี่ยงที่ต้องบริหารจัดการก่อน พร้อมกำหนดมาตรการป้องกัน บรรเทาและเยียวยา เพื่อลดผลกระทบของประเด็นที่มีความเสี่ยงสูงแบบบูรณาการ ผ่านกระบวนการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน ดังนี้

1. การตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD)
2. การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กร (Human Rights Risk Assessment : HRRA)
3. การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Impact Assessment: HRIA)

พร้อมกันนี้ บริษัทมุ่งเน้นการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการเคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากลในพนักงานทุกระดับ รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 โดยมีการดำเนินโครงการที่หลากหลายเพื่อสนับสนุน นอกจากนี้ บริษัทดำเนินงานเรื่องความเท่าเทียมค่าครองชีพและปัจจัยการจ้างงานให้สอดคล้องกับนโยบายการกำหนดค่าตอบแทนและผลประโยชน์ โดยมีการประเมินค่าครองชีพของพนักงานและคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 เพื่อให้ได้รับค่าตอบแทนอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม โดยตั้งเป้าหมายให้ครอบคลุมพนักงานทั้งหมด ร้อยละ 100 ภายในปี 2568 และมีแผนที่จะขยายการประเมินไปยังคู่ค้าและผู้รับเหมา

พร้อมทั้งดำเนินการประเมินประเด็นความเสี่ยงด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ในทุกพื้นที่การดำเนินงาน นอกจากนี้ ยังได้จัดทำโครงการสนับสนุนคุณภาพชีวิตที่ดี (Well-being) ให้แก่พนักงานและครอบครัว ผ่านสวัสดิการต่าง ๆ เช่น การสนับสนุนการศึกษาของบุตรหลาน การช่วยเหลือด้านการรักษาสุขภาพ และการทำงานแบบยืดหยุ่น เป็นต้น

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
- นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
- นโยบายและหลักการด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์



กระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

บริษัทมีกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านที่มีประสิทธิภาพและมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเป็นประจำทุก ๆ 3 ปี เพื่อกำหนดประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญที่ต้องบริหารจัดการก่อนของกลุ่มผู้ถือครองสิทธิ์ที่ได้รับผลกระทบครอบคลุมทุกพื้นที่การดำเนินงานธุรกิจของบริษัท ไปจนถึงคู่ค้า ผู้จัดหา ผู้รับเหมา กิจการร่วมค้า (Joint Venture) และกิจการควบรวมและกิจการเข้าซื้อ (Mergers and Acquisition) โดยบริษัทพิจารณาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชนสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การใช้แรงงานบังคับ การค้ามนุษย์ การใช้แรงงานเด็ก สิทธิและเสรีภาพในการสมาคม สิทธิในการรวมตัว และเจรจาต่อรองการให้ค่าตอบแทนที่เท่าเทียม การเลือกปฏิบัติและการคุกคามทางเพศ และอื่น ๆ รวมถึงความมั่นคง ปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และสิทธิลูกค้า ผ่านการรับฟังความคิดเห็นและประเด็นจากผู้มีส่วนได้เสียที่มีความเสี่ยงต่อการถูกละเมิดสิทธิมนุษยชน ได้แก่ พนักงาน ชุมชนและคนในท้องถิ่น คู่ค้า ผู้จัดหา ผู้รับเหมา ลูกค้าและผู้บริโภค ซึ่งครอบคลุมถึงผู้กลุ่มเปราะบาง 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		• ระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจทั้งที่เกิดขึ้นแล้วและอาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต • ระบุผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่อาจจะได้รับผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงพิจารณาสถานะของผู้ที่อยู่ในกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้หญิงและเด็ก แรงงานอพยพ บุคคลทุพพลภาพและผู้สูงอายุ 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 โดยระบุประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญที่ต้องบริหารจัดการก่อน และกลุ่มผู้ถือครองสิทธิ์ ที่ได้รับผลกระทบตลอดห่วงโซ่คุณค่า ภายใต้กระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) ครอบคลุม 8 หน่วยธุรกิจหลัก โดยคิดเป็นร้อยละ 100 ของพื้นที่ดำเนินธุรกิจ และคิดเป็นร้อยละ 100 ของกิจกรรมทางธุรกิจ ประกอบไปด้วย 4 กิจกรรม ได้แก่ Employee Practice, Supplier & Contractor Rights, Customer Rights, Community Rights.

จากการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนครั้งล่าสุดในปี 2567 บริษัทพิจารณาประเด็นความเสี่ยงเดิม ประเด็นความเสี่ยงในปัจจุบัน และความเสี่ยงที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นในอนาคต ได้แก่ ประเด็นสิทธิของพนักงาน คู่ค้าและผู้รับเหมา สิทธิชุมชน และสิทธิลูกค้าหรือผู้บริโภค ประเด็นสภาพการทำงาน (Working Condition) ประเด็นด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Safety and Health) ประเด็นด้านการเลือกปฏิบัติและการคุกคาม (Discrimination and Harassment) ประเด็นด้านการใช้แรงงานผิดกฎหมาย (Illegal of Labor Used) ประเด็นด้านมาตรฐานการครองชีพ (Standard of Living) และประเด็นด้านข้อมูลและความเป็นส่วนตัว (Data Privacy) บริษัทระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ (Salient Human Rights Issues) ในกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven, คลังสินค้า CP ALL, CPRAM และ 24Shopping ได้แก่ 1) อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน 2) การเลือกปฏิบัติและการคุกคามทางเพศ 3) อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของคู่ค้า 4) สุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน 5) มาตรฐานการครองชีพของชุมชน 6) สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า (ความปลอดภัยด้านอาหารและความเป็นอยู่ที่ดี)

พร้อมกันนี้ บริษัทดำเนินงานการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในคู่ค้าลำดับที่ 1 ทั้งหมด ซึ่งครอบคลุมคู่ค้าจำนวน 2,412 ราย โดยประเด็นสำคัญที่มีการประเมิน ได้แก่ ประเด็นการจัดอบรมด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ประเด็นการตรวจสอบสภาพอุปกรณ์ในการทำงานและอุปกรณ์เกี่ยวกับการระงับเหตุ การซ้อมหนีไฟ นอกจากนี้บริษัทส่งเสริมให้คู่ค้าจัดทำแนวทางการป้องกันและแก้ไขสำหรับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่เกิดขึ้นอย่างครบถ้วนครอบคลุมคู่ค้าลำดับที่ 1 ทั้งหมด ในกรณีที่เกิดประเด็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน บริษัทพร้อมรับมือประเด็นดังกล่าวตามมาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของประเด็นที่มีความเสี่ยงสูงแบบบูรณาการ ผ่านการดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ และรายงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ถือครองสิทธิ์ที่ได้รับผลกระทบจากกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน มั่นใจว่าจะได้รับการชดเชยและเยียวยาอย่างเหมาะสม รวมไปถึงบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมหรือดีขึ้น เช่น การแสดงความขอโทษ การชดใช้ความเสียหาย การฟื้นฟูสมรรถภาพ การชดเชยในรูปแบบของตัวเงินหรือไม่ใช่ตัวเงิน การลงโทษและการป้องกันอันตราย เช่น คำสั่งห้าม หรือการรับประกันไม่ให้เกิดกรณีซ้ำ

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

การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน

จากกระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน บริษัทมีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจในประเด็นความเสี่ยงที่ต้องบริหารจัดการก่อนผ่านการเก็บข้อมูล การสำรวจความคิดเห็นของผู้ถือครองสิทธิ์ครอบคลุมจำนวนพนักงานทั้งหมดในทุกพื้นที่ ที่มีความเสี่ยงสำคัญ (Salient Issues) และมีความเสี่ยงสูง (High Risk) ที่ต้องบริหารจัดการก่อน โดยมีการประเมิน 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) สายปฏิบัติการร้าน 7-Eleven 2) ศูนย์กระจายสินค้า ซีพี ออลล์ 3) สายงานการผลิตและโลจิสติกส์ ซีพีแรม 4) พนักงาน ซีพี รีเทลลิงค์ เมื่อพบผลกระทบที่เกิดขึ้น บริษัทจะดำเนินการยกระดับมาตรป้องกัน บรรเทาและเยียวยาผลกระทบ และสื่อสารการปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียมตามหลักการด้านสิทธิมนุษยชนภายในองค์กร ผ่านการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบ อาทิ Infographic การเดินรณรงค์ รวมถึงการส่งสารจากผู้บริหารระดับสูงผ่านการจัดทำตัวบันทึกถึงพนักงานทั้งองค์กร การให้ความรู้ด้านความปลอดภัย ใช้กล้อง CCTV ตรวจจับพฤติกรรมการขับขี่ของพนักงาน ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการข้อมูล Rider เป็นต้น

นอกจากนี้ ในปี 2568 บริษัทยังมีแผนประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนในประเด็นสำคัญและความเสี่ยงสูง ซึ่งได้จากการประเมินความเสี่ยงในปี 2567 ได้แก่ พนักงานร้าน 7-Eleven, พนักงานศูนย์กระจายสินค้า ซีพี ออลล์, พนักงานสายงานผลิตและโลจิสติกส์ ซีพีแรม, พนักงานซีพี รีเทลลิงค์ และลูกค้าของร้าน 7-Eleven

มาตรการป้องกันและลดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของประเด็นที่เสี่ยงสูงแบบบูรณาการ

ภายใต้ขอบเขตความรับผิดชอบของบริษัท สโตร์พาร์ทเนอร์ (พันธมิตรทางธุรกิจ)

ผู้ถือครองสิทธิ์	พนักงานร้าน 7-Eleven พนักงานศูนย์กระจายสินค้า ซีพี ออลล์, ซีพีแรม และ 24Shopping
ความเสี่ยงสำคัญ	• ประเด็นอุบัติเหตุระหว่างปฏิบัติงาน ได้แก่ อุบัติเหตุจากการจัดส่งสินค้า • ประเด็นการล่วงละเมิดทางเพศ ได้แก่ พนักงานถูกเพื่อนในที่ทำงานล่วงละเมิดทางเพศภายในร้าน • ประเด็นอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นภายในศูนย์กระจายสินค้าและอุบัติเหตุบนท้องถนนระหว่างการส่งสินค้า • ประเด็นอุบัติเหตุในระหว่างปฏิบัติงาน ได้แก่ พนักงานถูกเครื่องจักรหนีบ,การถูกชนกระแทกจากการเคลื่อนย้าย • ประเด็นมลพิษทางอากาศจากควันไอเสียของรถบรรทุกโลจิสติกส์ • ประเด็นสุขภาพรถขนส่งกีดขวางการจอดรถที่ป้ายรถเมล์ • ประเด็นสุขภาพและความปลอดภัยของชุมชน ได้แก่ อุบัติเหตุทางถนนในการขนส่ง

มาตรการป้องกันและลดผลกระทบ	• คู่มือความปลอดภัย • ดำเนินการวิเคราะห์ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน • ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการข้อมูล Rider • ใช้กล้อง CCTV ตรวจจับพฤติกรรมการขับขี่ของพนักงานร้าน • คลินิกขับขี่ปลอดภัย สำหรับ พนักงานไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร และ เกิดอุบัติเหตุ • ใบรับรอง ISO45001 / มอก.18001 • อบรมด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยสำหรับพนักงาน • อบรมการขับขี่อย่างปลอดภัยบนท้องถนนสำหรับพนักงาน • จัดหาอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล และเครื่องทุ่นแรงสำหรับพนักงาน • ปฏิบัติตามข้อปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน • กำหนดบทลงโทษ • มีประกาศการปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียม • มีการสื่อสาร การปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียม และการห้ามล่วงละเมิด ผ่านช่องทาง เช่น กลุ่มไลน์, CPALL Connect, ประชุม FC Conference, OPT-Meeting • จัดทำบันทึกขอให้ปฏิบัติต่อกันอย่างเหมาะสมเพื่อความสุขในการทำงานร่วมกัน ติดหลังร้าน 7-Eleven ให้พนักงานได้รับทราบ • ประเมินผลกระทบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน กลุ่มพนักงาน (Human Rights Impact Assessment : HRIA) • ตรวจสอบอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคลประจำเดือน โดยคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (OSH&E) และตรวจสอบทุกครั้งก่อนใช้งาน โดยผู้จัดการสายงาน • กำหนดมาตรฐานการยกเคลื่อนย้าย และสอนวิธีการปฏิบัติงาน • ตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงานทุกวัน • อบรมพนักงานขนส่งที่เกิดอุบัติเหตุใหม่อีกครั้งเพื่อเตรียมความพร้อมในการทำงาน และขับขี่อย่างปลอดภัย • กำหนดตารางการตรวจสภาพรถขนส่ง
การบูรณาการมาตรการ	• นโยบายองค์กร (เช่น นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน นโยบายสิทธิมนุษยชน เป็นต้น) • กฎระเบียบสำหรับสถานที่ปฏิบัติงาน • คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน • ประกาศเป้าหมายการดำเนินงานความปลอดภัยยานยนต์ • มาตรฐานการปฏิบัติงาน

การสร้างความตระหนักด้านสิทธิมนุษยชน

การอบรมหลักสูตร นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน และ ESG Quiz

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

1 นโยบายและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนและแรงงาน	2 นโยบายความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการอยู่ร่วมกัน	3 นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติและการต่อต้านการคุกคาม	4 นโยบายการสรรหาแรงงานต่างด้าว	5 แนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชน	6 วัฒนธรรมองค์กรกับการเคารพสิทธิมนุษยชน

ในปี 2567 มีผู้ได้รับการอบรมผ่านระบบ e-Learning หลักสูตรความยั่งยืนและธรรมาภิบาล หรือเรียกว่า ESG Quiz จำนวน 116,179 คน และอบรม “นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและหลักสูตรการปฏิบัติด้านแรงงาน” สำหรับผู้บริหารเข้าใหม่ (on boarding) จำนวน 1,430 คน ทั้งนี้บริษัทมีแผนการขยายขอบเขตการสร้างความตระหนัก และสร้างความเข้าใจให้แก่พนักงานทุกระดับในทุกพื้นที่ รวมถึง คู่ค้า และสโตร์พาร์ตเนอร์ (พันธมิตรทางธุรกิจ) ผ่านระบบออนไลน์ ครบร้อยละ 100 ภายในปี 2568

นอกจากนี้ พนักงานยังสามารถเข้าถึงความรู้ด้านสิทธิมนุษยชนผ่านพอร์ทัลของบริษัท “CPALL Connect” การอบรมสัมมนาออนไลน์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email) หน้าจอคอมพิวเตอร์ของพนักงาน (Desktop) การประชุมเตรียมพร้อมก่อนการทำงาน (Morning Talk) และสื่อการเรียนรู้ต่างๆ อาทิ สื่อดิจิทัล วิดีโอ โปสเตอร์ ป้ายประกาศ มาสคอตสัญลักษณ์ตัวแทน รวมถึงกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริม เช่น กิจกรรมส่งเสริมความหลากหลาย “ALL Pride 2024” 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	0 วัน	7 วัน
วันลาเพื่อดูแลบุตรบุญธรรมสำหรับพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ	0 วัน	7 วัน
วันหยุดนักขัตฤกษ์	ไม่น้อยกว่าปีละ 13 วัน	14-18 วัน
วันหยุดประจำปี	ไม่น้อยกว่าปีละ 6 วัน	6-12 วัน
วันลากิจ	3 วัน	3-7 วัน
วันลากิจธุระส่วนตัว เพื่อสร้างสมดุลในชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว	-	7 วัน ลาโดยได้รับค่าจ้าง และไม่นับรวมวันหยุดที่คั่นกลางระหว่างการลา

นอกจากสวัสดิการที่ยึดตามหลักกฎหมายและนโยบายต่างๆ แล้ว บริษัทยังมอบสวัสดิการที่ครอบคลุมและหลากหลายแก่พนักงาน เพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีในระหว่างการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัท อาทิ สวัสดิการเงินกู้ฉุกเฉิน จากสถาบันการเงินด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ เงินช่วยเหลือค่าเช่าบ้านพัก เงินช่วยเหลือกรณีปฏิบัติงานประจำสำนักงานต่างจังหวัด(เบี้ยกันดาร) รวมไปถึงสวัสดิการด้านความมั่นคงของชีวิต เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันชีวิตจากโรคและอุบัติเหตุ และประกันสุขภาพกลุ่มภาคสมัครใจที่ให้ความคุ้มครองพนักงานรวมถึงครอบครัวพนักงาน สวัสดิการเงินยืมฉุกเฉินสำหรับพนักงานและครอบครัว และเงินช่วยเหลือกรณีประสบภัยพิบัติต่างๆ เป็นต้น

บริษัทใส่ใจสุขภาพของพนักงานเป็นสำคัญ โดยมอบบริการศูนย์สุขภาพ (CPALL Health Care Center) และศูนย์ออกกำลังกายสำหรับพนักงาน (The Tara Fitness Club) ฝึกสอนด้วยผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายด้าน และส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีของพนักงานบริการตรวจวัดสุขภาพโดยเภสัชกรด้วยเครื่องมือที่ทันสมัยในโครงการ “Exercise My Way” และจัดกิจกรรม Good Health & Happy Family CP ALL 2024

หมายเหตุ : พื้นที่สำคัญในการดำเนินการให้การสนับสนุน ครอบคลุมพนักงานที่ปฏิบัติในพื้นที่สำนักงาน พื้นที่ศูนย์กระจายสินค้าและพื้นที่ปฏิบัติการร้าน 7-Eleven

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ ข้อมูล “การลาคลอด และเลี้ยงดูบุตร”

- จำนวนพนักงานทั้งหมดที่มีสิทธิ์ลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรจำแนกตามเพศ
- อัตราการกลับเข้าทำงานและอัตราคงอยู่ของพนักงานที่ลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร จำแนกตามเพศ ใน “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2567 ข้อมูลด้านบุคลากร, ภาคผนวก”

เสรีภาพในการสมาคม

บริษัทเคารพเสรีภาพในการแสดงออกความคิดเห็นและข้อกังวลของพนักงานทุกระดับ ผ่านช่องทางรับฟังความคิดเห็นที่หลากหลาย อาทิ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ศูนย์แจ้งข้อมูล สื่อออนไลน์ของบริษัท ระบบ Voice of Employee รวมทั้งผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ (คสส.) ที่ถูกจัดตั้งตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ปัจจุบันมีพนักงานตัวแทนคณะกรรมการสวัสดิการจำนวน 1,472 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด โดยกำหนดให้มีการประชุมหารือร่วมกันทุกไตรมาส ในปี 2567 มีประเด็นข้อเสนอแนะที่ได้รับการอนุมัติดำเนินการเพิ่มเติม ดังนี้

การส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียม และความหลากหลายของบุคลากร

บริษัทให้ความสำคัญกับความหลากหลายและความแตกต่างของบุคลากรบนพื้นฐานที่ไม่แบ่งแยกทางเชื้อชาติ ศาสนา เพศ สีผิว ภาษา อายุ รวมถึงผู้พิการ โดยปฏิบัติกับพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม ส่งเสริมให้พนักงานทุกคนได้รับการจ้างงาน พัฒนาศักยภาพ และก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างเท่าเทียม บริษัทได้สนับสนุนการสร้างอาชีพโดยการจ้างงานบุคคลทุพพลภาพให้เป็นพนักงานในตำแหน่งที่เหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทจัดกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมอย่างต่อเนื่องเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ส่งเสริมความเท่าเทียมและความหลากหลาย สนับสนุนให้บุคลากรทุกกลุ่มสามารถแสดงศักยภาพของตนได้อย่างเต็มที่ รวมถึงการส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนลดความเหลื่อมล้ำ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผ่านการรับฟังความคิดเห็นที่หลากหลายจากกลุ่มคนในสังคม อันจะช่วยลดปัญหาการเลือกปฏิบัติและการคุกคามในทุกรูปแบบในกระบวนการดำเนินธุรกิจ

ในปี 2567 บริษัทจัดงาน ALL PRIDE 2024 : หลากหลาย เท่าเทียม ยั่งยืน ภายใต้แนวคิด ความหลากหลาย (Diversity) ความเท่าเทียม (Equity) และการมีส่วนร่วม (Inclusion) โดยภายในงานมีกิจกรรมขบวนพาเหรด การสัมมนาแบ่งปันแนวคิด ประสบการณ์การใช้ชีวิตจากอินฟลูเอนเซอร์ การประกวดนำเสนอชุดและไอเดียที่สะท้อนแนวคิด “หลากหลาย เท่าเทียม และมีส่วนร่วม” บูธจำหน่ายสินค้าจากคู่ค้า นอกจากนี้ บริษัทร่วมกับ Teayii หรือ เตยยี่-ประภัสสร กาญจนสูตร ออกแบบผลิตภัณฑ์ “Pride Collection” วางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven ทุกสาขาทั่วประเทศในช่วงเดือน Pride Month เช่น กระเป๋าผ้าแคนวาส จาก 7-Eleven x Teayii กระบอกน้ำ ร่ม ถุงเท้า เป็นต้น โดยรายได้หลังหักค่าใช้จ่าย บริษัทนำไปร่วมสมทบทุนเพื่อมอบให้กับสภากาชาดไทย 3.5 ล้านบาท



นอกจากนี้ บริษัทภายใต้การดำเนินการของ ซีพีแรม เปิดโอกาสให้พนักงานต่างชาติมีส่วนร่วมในการแสดงความสามารถและเข้าร่วมกิจกรรมสำคัญต่าง ๆ ของบริษัท โดยมีสิทธิเท่าเทียมกับพนักงานไทย เช่น กิจกรรมประกวดทำอาหารของพนักงานต่างชาติ เมนูลูกลัก (lok lak) และเมนูแว๊ตตาฮีน (waat sarr hainn) กิจกรรมการประกวดนางสงกรานต์ เป็นต้น

ค่าครองชีพ

บริษัทให้ความสำคัญกับพนักงานซึ่งเป็นเสาหลักสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานจะได้รับการดูแลที่เหมาะสม บริษัทมอบสวัสดิการ บรรยากาศในการทำงานที่ดี และสถานที่ทำงานที่ปลอดภัย รวมทั้งได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม ผ่านการกำหนดนโยบายและวางแนวทางการจัดการค่าตอบแทนและผลประโยชน์ พร้อมทั้งพิจารณาเงินเดือนและสวัสดิการสำหรับพนักงานและพันธมิตรทางธุรกิจ (สโตร์พาร์ตเนอร์) ในแต่ละพื้นที่อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม โดยปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งกำหนดค่าตอบแทนที่สอดคล้องและสามารถแข่งขันได้เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน พร้อมกันนี้ บริษัทให้เงินสนับสนุน และค่าตอบแทนที่สูงกว่าค่าจ้างขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนด มอบเงินเพิ่มเติมสำหรับค่าใช้จ่าย เช่น ค่าทำงานนอกเวลา ค่าเดินทาง เบี้ยพิเศษ ค่าเช่าบ้าน ค่าอาหาร เบี้ยขยัน เป็นต้น เพื่อให้พนักงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับการดำรงชีพ

บริษัทได้กำหนดให้มีการประเมินค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยร่วมมือกับบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำระดับโลกได้แก่ บริษัท เฮย์กรุ๊ป จำกัด (Korn Ferry Hay Group) และสมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (PMAT) เป็นสมาคมวิชาชีพการบริหารทรัพยากรบุคคลชั้นนำในประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีการวิเคราะห์ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของค่าครองชีพและปัจจัยด้านการจ้างงานในแต่ละแง่มุมของธุรกิจ โดยตั้งเป้าหมายให้ครอบคลุมพนักงานทั้งหมด ร้อยละ 100 ภายในปี 2568 พร้อมทั้งวางแผนขยายการประเมินไปยังคู่ค้าและผู้รับเหมาในอนาคตเพื่อให้ใจว่าบริษัทจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและแข่งขันได้

ยกระดับอาชีวอนามัย สร้างความปลอดภัยน่าทำงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานและผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัท โดยมีการกำหนดนโยบายความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงการจัดการพื้นที่ทำงานให้มีความปลอดภัยตามมาตรฐานสากลและกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เป้าหมายคือการสร้างองค์กรที่ปราศจากอุบัติเหตุ ภายในปี 2573

บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อตรวจสอบและประเมินผลการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยคณะกรรมการนี้มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย แนวทางการดำเนินงาน และแผนพัฒนาระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย นอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบประสิทธิผลของการจัดการร่วมกับเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุร้ายแรงและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น อีกทั้งยังมีการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) ทุกปี เพื่อยกระดับการจัดการให้เทียบเคียงกับมาตรฐานสากล และลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมั่นใจว่าพนักงานทุกคนทำงานในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย

พร้อมกันนี้ บริษัทมีการเปิดโอกาสให้พนักงานได้เข้ามารายงานอุบัติเหตุและกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง พร้อมทั้งกำหนดขั้นตอนการสืบสวนอุบัติเหตุ โดยมีคณะกรรมการสอบสวนอุบัติเหตุเป็นผู้รับผิดชอบ ในการสอบสวนและวิเคราะห์เหตุการณ์ รวมถึงการวางแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม จากการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ปี 2567 พบว่ามีกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูงทั้งหมด 1 กิจกรรม ได้แก่ การส่งสินค้าดิลิเวอรี (Rider Delivery)

ปี 2567 มีอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิตจากกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง สรุปรายงานสาเหตุและการป้องกัน ดังนี้

กิจกรรมความเสี่ยงสูง	การส่งสินค้าเดลิเวอรี่
(สาเหตุ) สภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัย	• ถนนมีแสงสว่างไม่เพียงพอ • ถนนทางแยก , เลี้ยวเข้าซอย • ถนนแคบไม่มีทางเบี่ยงให้หลบเมื่อมีเหตุฉุกเฉิน เช่น ลอดใต้อุโมงค์ หรือเป็นทางโค้งบนสะพาน
(สาเหตุ) การกระทำที่ไม่ปลอดภัย	• ไม่ชะลอความเร็วบริเวณทางแยก, ทางโค้ง • สภาพร่างกายไม่พร้อมปฏิบัติงาน • ไม่ขับรถแซงหน้ารถที่ขับมาด้วยความเร็วสูง • ขับขี่รถจักรยานยนต์ใช้ความเร็วเกิน (50 กม./ชม)
แนวทางแก้ไข/ป้องกัน	• ปฏิบัติตามมาตรการ 7 ต้อง 11 ห้าม ✓ สวมหมวกกันน็อก และล็อกสายรัดคาง ✓ เตรียมร่างกายให้พร้อมต่อการขับขี่ ✓ ศึกษาเส้นทางจราจร และสภาพอากาศ ✗ ขับรถเร็วเกิน 50 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ✗ ขับรถเร็วเมื่อขับผ่านทางแยก, ทางโค้ง ✗ ขับรถใกล้จุดบอดรถหรือตามหลังกระชั้นชิด • อบรมหลักขับขี่ปลอดภัยสำหรับพนักงาน Rider • การตรวจสอบกำกับดูแลพนักงาน Rider โดยหัวหน้างาน • Reward ให้กับผู้ขับขี่อย่างปลอดภัย • ประเมินความเสี่ยงเส้นทางวิ่งรถ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

แผนการพัฒนาระบบอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ปี 2567

บริษัทยกระดับการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในพื้นที่ปฏิบัติงานของพนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ได้การรับรองมาตรฐาน ISO 45001:2018 โดยมีการจัดอบรมให้ความรู้ และจัดทีมผู้เชี่ยวชาญของศูนย์กระจายสินค้าที่ได้รับการรับรอง เพื่อดำเนินการพัฒนาระบบร่วมกับพื้นที่เป้าหมาย พร้อมกันนี้ บริษัทจัดทำแนวทางเพื่อพิจารณาคัดเลือกพื้นที่ที่มีความพร้อมเพื่อยื่นขอรับรอง ตรวจประเมินโดยผู้ตรวจสอบภายนอก (Third Party) และเตรียมความพร้อมก่อนรับการตรวจจริง รวมถึงตรวจประเมินประจำปี (Surveillance Audit) เพื่อรักษามาตรฐานของระบบ

ในปี 2567 บริษัทได้รับการรับรอง ISO 45001:2018 เพิ่มอีก 5 พื้นที่ ได้แก่ ศูนย์กระจายสินค้า CDC ภูเก็ต, ศูนย์กระจายสินค้า BDC มหาชัย, ศูนย์กระจายสินค้า BDC ชลบุรี, ศูนย์กระจายสินค้า BDC หาดใหญ่ และศูนย์กระจายสินค้า BDC ขอนแก่น ส่งผลให้พื้นที่เป้าหมายของบริษัทได้รับการรับรองครอบคลุม ร้อยละ 90 จากศูนย์กระจายสินค้ากลุ่มเป้าหมาย 30 พื้นที่ และมีแผนขยายในปี 2568 อีก 1 พื้นที่ คือ ศูนย์กระจายสินค้า ALL COMPLEX

แผนยกระดับมาตรฐานการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO 45001:2018

ปี 2562-2564 (Phase 1)
- อบรมให้ความรู้
- ประยุกต์ใช้มาตรฐาน ISO 45001: 2018 ทุกพื้นที่
- วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap) ระบบปัจจุบันเทียบ ISO 45001: 2018
- จัดทำแผนยกระดับรายพื้นที่

ปี 2565 (Phase 2)
- ขอการรับรอง 10 พื้นที่

ปี 2566
- ขอการรับรอง เพิ่ม 8 พื้นที่

ปี 2567
- ขอการรับรอง เพิ่ม 5 พื้นที่

ปี 2568
- ขอการรับรอง เพิ่ม 1 พื้นที่

- Pre-Audit โดยหน่วยงานภายนอก
- ตรวจประจำปี (Surveillance Audit) Maintain Certification ISO 45001 : 2018
- ตรวจติดตามโดยผู้ตรวจประเมินภายใน (Internal Audit)

นโยบาย เป้าหมาย และการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

บริษัทได้กำหนดนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และตั้งเป้าหมายลดจำนวนและอัตราผู้เสียชีวิตจากการทำงานของพนักงานและผู้รับเหมา รวมถึงลดอัตราการบาดเจ็บจนต้องหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) ให้ลดลงร้อยละ 40 ตั้งแต่ปี 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

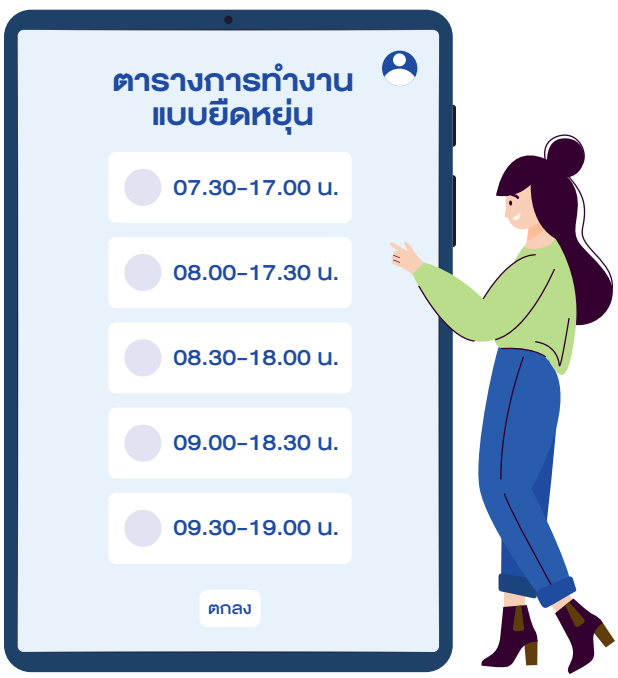
การบูรณาการการดำเนินการเพื่อเตรียมพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน

ในปี 2567 บริษัทเสริมสร้างความพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พร้อมทั้งมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานในองค์กรผ่าน 3 โปรแกรมหลัก ดังนี้

1 โปรแกรมสนับสนุนพนักงานและครอบครัวพนักงานเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี

โครงการจัดรูปแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น (Flexible Work Arrangement)

บริษัทดำเนินงานสร้างความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว (Work-life Balance) ของพนักงาน โดยเปิดโอกาสให้พนักงานประจำสำนักงานเลือกเวลาการทำงานให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของตนเอง ภายใต้ช่วงเวลาที่บริษัทกำหนด ได้แก่



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 ดูแลสุขภาพของพนักงาน การศึกษาของพนักงาน เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานได้เต็มเวลาตามสัญญาการจ้างงานที่กำหนดไว้ พนักงานสามารถหารือและขอความเห็นชอบจากผู้บังคับบัญชา และขออนุมัติจากผู้บริหารสูงสุดของสังกัด เพื่อขอปรับวันและจำนวนชั่วโมงการทำงาน รวมถึงกรอบเวลาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับเหตุจำเป็นและภาระหน้าที่ของพนักงาน ภายใต้ระเบียบและแนวปฏิบัติของบริษัท โดยยังคงสิทธิ์ความเป็นพนักงานและได้รับการจ่ายค่าจ้างตามสัดส่วนวัน และเวลาทำงานจริง (Part-time working options)

โครงการสวัสดิการเพื่อครอบครัวพนักงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ที่ดีของทั้งพนักงานและครอบครัวของพนักงาน เพื่อสนับสนุนความสัมพันธ์ที่ดี รวมทั้งความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยในครอบครัว ซึ่งช่วยลดปัญหาและความวิตกกังวลของพนักงาน และสามารถสร้างความผูกพันที่ดีต่อองค์กร โดยบริษัทมุ่งสนับสนุนสวัสดิการสำหรับคุณภาพชีวิตที่ดีของครอบครัวพนักงาน ดังนี้

กิจกรรมการเรียนรู้สำหรับบุตรหลาน ของพนักงาน

เพื่อแบ่งเบาภาระของผู้ปกครอง สร้างประสบการณ์การเรียนรู้และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ อาทิ

- กิจกรรม “SPIM Active Learning Science” ผ่านกิจกรรมการทดลองออนไลน์กับคุณครูชีววิทยาระดับประเทศ พร้อมอุปกรณ์การทดลองส่งตรงถึงบ้านแบบไม่มีค่าใช้จ่าย
- กิจกรรมการอบรมหลักสูตร “หุ่นยนต์และโค้ดดิ้ง”และ “Coding Camp” สำหรับบุตรหลานพนักงาน
- กิจกรรมสำหรับบุตรหลานบุคลากร PIM “ค่ายการ์ตูนหรรษาฯ All Art for Kids”

กิจกรรมการเรียนรู้สำหรับบุตรหลาน ของพนักงาน (ต่อ)

- กิจกรรม CP ALL KIDS DAY 2024 เปิดประสบการณ์ให้เด็ก ๆ ร่วมสวมบทบาท เป็นพนักงาน อาทิ พนักงานขาย แคชเชียร์ พนักงานเติมสินค้า ชงเมนูเครื่องดื่ม และเป็นนักช้อปออนไลน์ ใน 7 Kids Club หรือร้าน 7-Eleven จำลองขนาดเล็ก รวมถึงร่วมกิจกรรมฐานต่าง ๆ อาทิ ส่งเสริมแนวคิดรักษ์สิ่งแวดล้อม กิจกรรมเพ้นท์กระถางและปลูกต้นไม้ กิจกรรม 7Art ฝึกศิลปะหน้ากากแห่งความฝัน ที่บริษัทรังสรรค์ออกมาให้เป็นสถานที่แห่งความสุขของเด็กๆ
- กิจกรรม Summer Kids Camp เพื่อให้บุตรหลานของบุคลากร ได้ใช้เวลาว่างในระหว่างการหยุดภาคการศึกษา ให้เกิดประโยชน์ โดยมีอาจารย์ จากคณะการจัดการศึกษาเชิงสร้างสรรค์เป็นผู้ออกแบบกิจกรรม ให้แก่เด็กๆ ด้วย




บริการวิเคราะห์ศักยภาพและบุคลิกภาพเด็กและเยาวชนในโครงการเด็กทุนลูกเหรียง

- **โครงการ “ค้นหาตัวตน ค้นพบศักยภาพ เพื่อวางแผนอนาคต”**

  เน้นความสำคัญของการค้นหาและทำความเข้าใจศักยภาพและบุคลิกภาพของตนเอง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนด้านการเรียน การประกอบอาชีพ รวมถึงการพัฒนาทักษะการสื่อสาร และการเลี้ยงดูที่เหมาะสมสำหรับผู้ปกครอง อันจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในครอบครัว

โครงการต่อเนื่อง “มุม นมแม่” ปีที่ 8

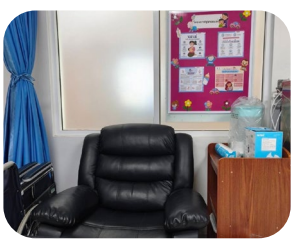
บริษัทมอบสวัสดิการสำหรับพนักงานหญิงเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นคุณแม่ ตั้งแต่เริ่มตั้งครรภ์ คลอดบุตร จนถึงการเลี้ยงดูบุตรให้เติบโต ดังนี้

- ปรับลักษณะงานให้เหมาะสมกับคุณแม่ ระหว่างการตั้งครรภ์
- กิจกรรมเยี่ยมคุณแม่หลังคลอด เพื่อสร้างขวัญกำลังใจ และความสัมพันธ์อันดี
- จัดสถานที่ให้คุณแม่สำหรับให้นมบุตร ภายในพื้นที่ปฏิบัติงานศูนย์กระจายสินค้า ซีพี ออลล์

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดอัตราการการลาออกของพนักงานหญิงหลังจากคลอดบุตร
- ก่อเกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้าง และลูกจ้าง






โครงการ Health for ALL

บริษัทให้ความสำคัญและเคารพสิทธิด้านสุขภาพของพนักงาน โดยส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมและออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดี ลดความเสี่ยงจากโรคต่าง ๆ เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน เป็นต้น ปัจจุบันมีพนักงานเข้าร่วมโครงการ 17,474 คน

- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมสุขภาพพนักงาน อาทิ Fit From Home โดยดำเนินการเชิญชวนพนักงานออกกำลังกาย พร้อมส่งผลการเผาผลาญแคลอรีเพื่อลุ้นรับรางวัล และกิจกรรมออกกำลังกายตามกรุ๊ปเลือด ที่ให้พนักงานส่งภาพถ่ายขณะออกกำลังกายพร้อมระบุเหตุผลที่เลือกวิธีการนั้น



2 โปรแกรมลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

โครงการต่อเนื่อง ขับขี่ปลอดภัย สำหรับพนักงานจัดส่งสินค้า (Rider) ปีที่ 4

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

โดยบริษัทจะทบทวนและสื่อสารเรื่องความปลอดภัยในการขับขี่ขณะปฏิบัติงาน ดังนี้

1. ปรับปรุงมาตรการความปลอดภัยในการใช้ยานยนต์	• 7 ข้อควรปฏิบัติ และ 11 ข้อห้ามปฏิบัติของพนักงาน สำหรับร้าน 7-Eleven • การตรวจสอบความพร้อมของยานยนต์ • ข้อร้องเรียน บทบาทผู้เกี่ยวข้อง และบทลงโทษ
2. สร้างวัฒนธรรมการขับขี่ปลอดภัย	• อบรมให้ความรู้เรื่อง “ขับขี่ปลอดภัย” • การสื่อสารเชิงรุกด้วยสื่อรณรงค์ที่เข้าใจง่ายสำหรับพนักงานร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ อาทิ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Books) คลิปวีดีโอ โปสเตอร์ 7 ต้อง 11 ห้าม และการวัดผลการรับรู้ข่าวสารของพนักงานเป็นรายสัปดาห์
3. สนับสนุนอุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุ	• อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลขณะขับขี่ สำหรับพนักงานจัดส่งสินค้า (Rider) อาทิ เสื้อพนักงานติดแถบสะท้อนแสง ชุดจับมือถือจักรยานยนต์
4. เพิ่มความเข้มข้นมาตรการการกำกับดูแลและตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงานจัดส่งสินค้า (Rider)	• กำหนดมาตรการความปลอดภัยในการใช้ยานยนต์ สำหรับร้าน 7-Eleven • จัดทำทะเบียนพนักงานจัดส่งสินค้า • ตรวจสอบข้อมูลพนักงานจัดส่งสินค้า และวัดผลการรับรู้ข้อมูล “ขับขี่ปลอดภัย” • 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 และ พ.ร.บ. หมดอายุ
5. ทดลองใช้รถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้า (Rider)	• จำกัดความเร็วไม่เกิน 50 กิโลเมตรต่อชั่วโมงเพื่อควบคุมความเร็ว ช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ อีกทั้งยังช่วยลดมลพิษให้กับชุมชน ปัจจุบันอยู่ระหว่างการทดลองใช้ในร้าน 7-Eleven จำนวน 1,569 สาขา

บริษัทได้มีการติดตามรายงานการเกิดอุบัติเหตุอย่างสม่ำเสมอ โดยในปี 2567 บริษัทได้ร่วมมือกับศูนย์ฝึกขับขี่ฮอนด้า ศูนย์ขับขี่ยามาฮ่า โรงเรียนสอนขับขี่ และการจัดอบรบเคลื่อนที่ เพื่อจัดอบรมให้แก่พนักงาน โดยมีอาจารย์ผู้ฝึกสอนที่เชี่ยวชาญด้านการขับขี่ปลอดภัย มีกิจกรรมอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในสนามฝึกที่ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ บริษัทตั้งเป้าหมายให้พนักงานทุกคนทั่วประเทศได้รับการอบรมตามมาตรฐาน เพื่อช่วยลดสถิติอุบัติเหตุให้เป็นศูนย์

พร้อมกันนี้ บริษัทได้พัฒนาแอปพลิเคชัน Last Mile เพื่อใช้ติดตามการทำงานของพนักงาน Rider โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างปลอดภัยและได้มาตรฐาน พร้อมทั้งสามารถติดตามผลการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการต่อเนื่อง บริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า ปีที่ 2

ซีพี ออลล์ มุ่งลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุในการทำงานสำหรับผู้รับเหมาขนส่งสินค้าผ่านโครงการบริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า มีเป้าหมายศูนย์กระจายสินค้าทั่วประเทศ มุ่งสู่ **“อุบัติเหตุเป็นศูนย์”** ภายในปี 2573

ในปี 2567 บริษัทมีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

TRAIN-THE-TRAINER

บริษัทสร้างวิทยากรด้านมาตรฐานความปลอดภัยในการขับขี่ของพนักงานขนส่ง ที่มีความเป็นมืออาชีพด้วยรูปแบบ TRAN-THE-TRAINER เพื่ออบรมสร้างความตระหนักในการขับขี่อย่างปลอดภัยให้กับผู้รับเหมาขนส่ง โดยดำเนินการอบรมพนักงานขนส่งในพื้นที่ได้ครบ 100% และตรวจสอบมาตรฐานของรถขนส่ง และวิเคราะห์อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นในศูนย์กระจายสินค้าเพื่อหาแนวทางป้องกันแก้ไข







DRIVING CONTEST

บริษัทจัดการแข่งขันการขับขี่อย่างปลอดภัยและประหยัด ให้แก่ผู้รับเหมาขนส่ง โดยดำเนินการติดตามและบันทึกข้อมูลระบบ GPS ของรถขนส่ง เพื่อ

1) กระตุ้นพฤติกรรมการขับขี่ที่ปลอดภัย และประหยัดอย่างต่อเนื่องในกลุ่มผู้รับเหมาขนส่ง
2) ใช้เทคโนโลยี GPS ติดตามรถขนส่งที่มีอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์
3) ลดอุบัติเหตุและความสูญเสียที่เกิดจากอุบัติเหตุของรถขนส่ง

ทั้งนี้ บริษัทได้ให้รางวัลแก่ผู้รับเหมาขนส่งที่มีพฤติกรรมการขับขี่ที่ดีและปลอดภัย









DRIVING BEHAVIOR MONITORING

บริษัทตรวจสอบการขับขี่ของผู้รับเหมาขนส่งด้วยระบบ GPS และมีระบบออกใบเตือนอัตโนมัติ กรณีตรวจพบความเร็วเกินมาตรฐานกำหนด และการได้รับใบเตือนจะมีผลต่อการรับงาน กรณีฝ่าฝืนจะดำเนินการตามมาตรการ อาทิ พักงาน จนถึงพ้นสภาพ และเมื่อครบสัญญาจะประเมินผลการจัดซื้อจัดจ้าง เนื่องจากมีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุและทำให้บริษัทเสียหาย ในการดำเนินการบริษัทได้กำหนดจุดพักรถสำหรับผู้รับเหมาในเส้นทางขนส่งระยะไกลที่มีระยะทางเกิน 250 กิโลเมตร หรือใช้เวลาในการเดินทางต่อเนื่องมากกว่า 4 ชั่วโมง โดยจุดพักต้องเป็นพื้นที่ที่สามารถจอดรถได้อย่างปลอดภัย เพื่อให้ผู้รับเหมาขนส่งสามารถพักผ่อนและลดความเมื่อยล้าจากการขับขี่



โครงการนวัตกรรมด้านความปลอดภัย

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดกระบัง) ดำเนินการปรับปรุงกระบวนการทำงานในจุดขึ้นรูปตัวสินค้า ภายใต้โครงการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการขึ้นรูปครัวซองท์ทำงานง่ายสบายและปลอดภัย โดยมุ่งเน้นให้การทำงานง่าย สบาย และปลอดภัย ซึ่งได้นำเทคโนโลยีนวัตกรรมความปลอดภัยแบบ Sami Automatic มาใช้ในขั้นตอนการตัดแผ่นขึ้นรูปและม้วนขึ้นรูปแทนการใช้พนักงาน เพื่อช่วยลดความเสี่ยงจากการสัมผัสใบมีด การออกแรง กดมีด และการทำความสะอาดใบมีด นอกจากนี้ ยังสามารถเพิ่มกำลังการผลิตในกระบวนการขึ้นรูปสินค้าครัวซองท์ได้อีกด้วย ส่งผลให้ในปี 2567 อุบัติเหตุจากการโดนมีดบาด และความเมื่อยล้าจากการกรีดเป็นศูนย์

โครงการลดอุบัติเหตุแบบมีส่วนร่วม Modular Safety : KYT SAFE LIFE

บริษัท ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย ได้เริ่มต้นโครงการ “Modular Safety : KYT SAFE LIFE” เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2567 เพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยในทุกขั้นตอนการทำงาน โดยมุ่งเน้นการสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัย และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการลดอุบัติเหตุอย่างยั่งยืน ตามเป้าหมายการลดอัตราการบาดเจ็บจนต้องหยุดงานลงร้อยละ 40 จากปี พ.ศ. 2565 และบรรลุเป้าหมายอุบัติเหตุเป็นศูนย์ภายในปี พ.ศ. 2573





โครงการฝึกอบรมพนักงานรักษาความปลอดภัย

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด ได้กำหนดให้บริษัทรักษาความปลอดภัยจัดการฝึกอบรมความรู้ที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทุกคน ก่อนเริ่มปฏิบัติงาน เพื่อให้เข้าใจนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงานตามข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชน โดยเน้นถึงความมั่นคงปลอดภัย และสิทธิขั้นพื้นฐานของทุกคน

ในปี 2567 ไม่พบข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของบริษัท

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- พนักงานรักษาความปลอดภัยสัญญาจ้างจากบริษัทภายนอกได้รับการฝึกอบรม ร้อยละ 100

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. เตียงสังเกตอาการ หรือพักฟื้น
5. ให้บริการช่วยเหลือกรณีเจ็บป่วยฉุกเฉินหรือวิกฤตตลอดจนสวัสดิการอื่นๆ อาทิ ใบสั่งยาสำหรับพนักงานที่มีใบสั่งยาหรือใบรับรองแพทย์โดยพนักงานไม่ต้องสำรองจ่าย และสามารถเลือกรับยาได้จากที่บ้านหรือที่ทำงาน

อีกทั้ง บริษัทยังส่งเสริมการเข้าถึงวัคซีนตามสิทธิให้กับพนักงานทุกระดับ ให้บริการบำบัดฟื้นฟูอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ ตึง ขาอ่อนแรง ปวดหลัง หรือมีอาการออฟฟิศซินโดรม พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและดูแลสุขภาพ โดยนักกายภาพบำบัดผู้เชี่ยวชาญ ในปี 2567 มีพนักงาน และผู้บริหารเข้าร่วมโครงการจำนวน 1,878 ราย

โครงการต่อเนื่อง ยืดเหยียดลดโรค ปีที่ 5

บริษัทดำเนินโครงการยืดเหยียดลดโรค โดยจัดขึ้นในรูปแบบออนไซต์และออนไลน์ เชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้ความรู้เกี่ยวกับโรคออฟฟิศซินโดรม (Office Syndrome) กายภาพบำบัด และแพทย์แผนไทย eXta Health & Wellness มาให้ความรู้แก่พนักงาน พร้อมคำแนะนำเรื่องท่าทางการทำงานที่ถูกต้องเพื่อป้องกันอาการปวดกล้ามเนื้อ ในปี 2567 มีพนักงานและผู้บริหารเข้าร่วม จำนวน 251 คน









โครงการต่อเนื่อง ส่งเสริมสุขภาพดีวัยทำงาน “กิจกรรมนวดเพื่อสุขภาพ” ปีที่ 2

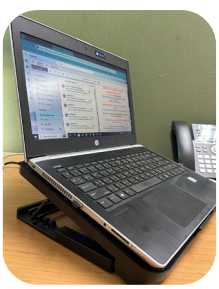
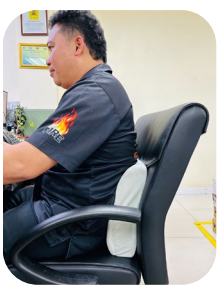
โครงการส่งเสริมสุขภาพดีวัยทำงาน “กิจกรรมนวดเพื่อสุขภาพ” ได้จัดขึ้นเพื่อให้พนักงานสามารถผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ลดปัญหาออฟฟิศซินโดรม และมีสุขภาพที่ดีขึ้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือพนักงานที่มีปัญหาปวดเมื่อยกล้ามเนื้อและมีความเสี่ยงเป็นออฟฟิศซินโดรม จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 884 ราย นอกจากนี้ บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ขอนแก่น) ร่วมกับแผนกแพทย์แผนไทยโรงพยาบาลสิรินธรให้บริการนวดเพื่อสุขภาพ การจัดกระดูก และคำปรึกษาด้านสุขภาพเดือนละ 2 ครั้ง ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมโครงการ มีอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อดีขึ้นถึงร้อยละ 99.07





โครงการทำงานปลอดภัย ห่างไกลออฟฟิศซินโดรม



บริษัท ซีพีแรม จำกัด ส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน เพื่อป้องกันโรคออฟฟิศซินโดรม โดยมีการสำรวจสภาพการทำงานปัจจุบันและลักษณะงานที่อาจส่งผลต่อการเกิดโรคออฟฟิศซินโดรมในสำนักงาน มีการประเมินความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการป้องกันโรคออฟฟิศซินโดรมของกลุ่มเป้าหมายนำผลการประเมินมาปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานให้มีความปลอดภัยยิ่งขึ้น อาทิ ดำเนินการจัดหาอุปกรณ์เสริมในการทำงาน เช่น แผ่นรองเมาส์ หมอนรองหลัง แท่นวางแล็ปท็อป และแท่นวางเท้า เป็นต้น เพื่อลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคออฟฟิศซินโดรม และพัฒนาสภาพแวดล้อมการทำงาน

โครงการ “ PAT Walk Together”

วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาวัฒน์ โดยคณะกรรมการความปลอดภัย จัดกิจกรรมสะสมจำนวนก้าว “PAT Walk Together SEASON 3” ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึง มีนาคม พ.ศ. 2567 เพื่อส่งเสริมให้พนักงานใส่ใจสุขภาพด้วยการเดินสะสมก้าว โดยแบ่งการแข่งขันเป็นประเภททีมและประเภทเดี่ยว มีพนักงานเข้าร่วม 84 คน รวม 28 ทีม และสามารถสะสมก้าวเดินได้ทั้งสิ้น 28.95 ล้านก้าว




การพัฒนาทุนมนุษย์

"เพราะคนคือทรัพยากรที่สำคัญ...ซีพี ออลล์ จึงมุ่งมั่นพัฒนาทักษะบุคลากรให้พร้อมรับมือกับความเสี่ยงและความท้าทายในปัจจุบันและอนาคต โดยส่งเสริมการอบรมและการลงมือปฏิบัติจริงอย่างมีประสิทธิภาพ และเปิดโอกาสให้พนักงานได้เข้าถึงการพัฒนาตนเองอย่างเท่าเทียมกัน"



การพัฒนาทุนมนุษย์

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG4 **สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต**

4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็นรวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ



SDG5 **บรรลุความเท่าเทียมระหว่างเพศ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่สตรี และเด็กหญิง**

5.5 สร้างหลักประกันว่าผู้หญิงจะมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และมีประสิทธิผลและมีโอกาสที่เท่าเทียมในการเป็นผู้นำในทุกระดับของการตัดสินใจ



SDG8 **ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่ มีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน**

8.2 บรรลุการมีผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้นผ่านการทำให้หลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้นในภาคส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้แรงงานเข้มข้น

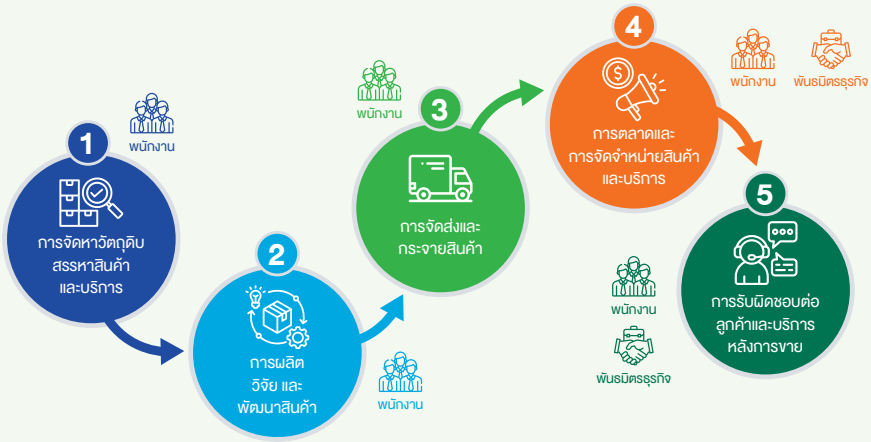
ความเสี่ยงและโอกาส

ในยุคดิจิทัลที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างรวดเร็ว องค์กรที่ประสบความสำเร็จ คือ องค์กรที่พร้อมปรับตัว และบุคลากรคือหัวใจสำคัญในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อขับเคลื่อนให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้องค์กรจำเป็นต้องลงทุนและให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะ ความคิดสร้างสรรค์และความยืดหยุ่น เพื่อให้สามารถปรับตัวรองรับความท้าทายและใช้ประโยชน์จากโอกาสใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การให้ความสำคัญกับ “ความเท่าเทียม” ในการพัฒนาบุคลากร การให้โอกาสทุกคนได้พัฒนาตนเองอย่างเต็มศักยภาพ ไม่ว่าจะเป็นด้านทักษะความรู้ การเติบโตในสายอาชีพ และการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต เช่น ทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะการคิด วิเคราะห์ข้อมูล เป็นต้น ส่งผลแก่บุคลากรในการเพิ่มศักยภาพ สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน พร้อมกับส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการวางแผน การพัฒนาตนเอง การสร้างสรรค์และพัฒนาองค์กร ช่วยให้พนักงานรู้สึกเป็นเจ้าของและมีความมุ่งมั่นในการทำงานมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ หากกระบวนการพัฒนาบุคลากรขาดความเท่าเทียม อาจนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ เช่น การเลือกปฏิบัติ และการละเมิดสิทธิมนุษยชน เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรและเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตในระยะยาว และเพื่อให้การพัฒนาบุคลากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรที่ชัดเจน สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการของบุคลากร รวมถึงมีการประเมินศักยภาพและความต้องการของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

- มิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- สำคัญ (Focus Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ผู้นำและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ และโครงการหรือกิจกรรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี (หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- ชั่วโมงการฝึกอบรมและพัฒนาเฉลี่ยต่อพนักงาน 29.45 ชั่วโมง/คน/ปี
- พนักงานทุกระดับที่ได้รับการให้ความรู้ สร้างความตระหนักเรื่อง “สิทธิมนุษยชน” ร้อยละ 100
- พนักงานที่มีความรู้ด้าน Science, Technology, Engineering and Mathematics หรือ STEM จำนวน 10,156 คน
- พนักงานทุกระดับที่ได้รับการให้ความรู้ สร้างความตระหนักเรื่อง “สิ่งแวดล้อม” ร้อยละ 100
- พนักงานทุกระดับได้รับการให้ความรู้ หลักสูตร “การพัฒนาองค์กรเพื่อความยั่งยืน (ESG)” ผ่านระบบ e-Learning ร้อยละ 100
- ตำแหน่งงานที่เปิดรับจากพนักงานภายใน ร้อยละ 82.20 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 38.66 จากปี 2566)

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

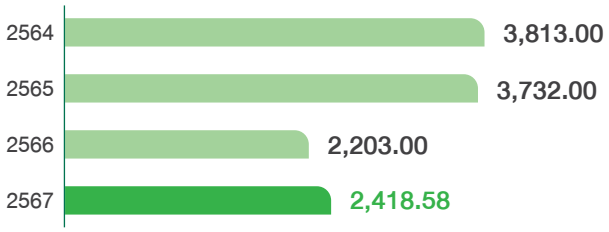
- พัฒนาทักษะการสร้างยอดขายและสร้างความประทับใจในการให้บริการของพนักงานร้านสาขา 7-Eleven ผ่านโปรแกรมการพัฒนา “เถ้าแก่ขาย” ต้นแบบ ALL Online, Signature Service
- เพิ่มศักยภาพการเพิ่มผลผลิต (Productivity Improvement Program) ให้กับพนักงานทุกระดับ เพื่อยกระดับการทำงานให้มีประสิทธิภาพ
- จัดอบรมและสอบวัดระดับ Digital Literacy สู่ Advanced ในทักษะที่สำคัญ อาทิ Data Analytic Skill, Automation Skill และ Digital Marketing รวมถึง ยกระดับกระบวนการทำงาน Power app & Power Automate
- ให้ความรู้ สร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและน้ำ ให้กับพนักงานทุกระดับ ผ่านโครงการ 7 ส

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

ชั่วโมงการฝึกอบรมและพัฒนาเฉลี่ยต่อพนักงานเทียบเท่า (ชั่วโมง/FTE)



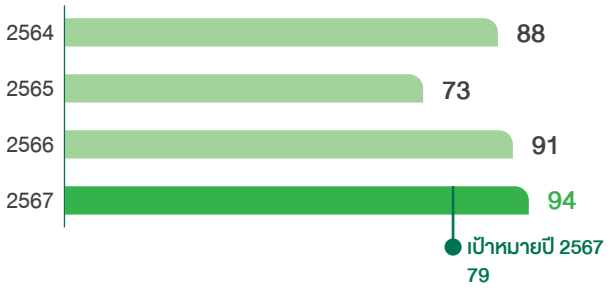
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อพนักงานเทียบเท่าสำหรับการฝึกอบรมและพัฒนา (บาท/FTE)



ผลตอบแทนจากการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ (เท่า)



คะแนนความผูกพันของพนักงาน (ร้อยละ)



ผู้ตอบแบบสำรวจ



จำแนกข้อมูลชั่วโมงฝึกอบรมและพัฒนาเฉลี่ยต่อพนักงานเทียบเท่า ปี 2567

เพศ	ชั่วโมง/FTE
เพศชาย	29.37
เพศหญิง	30.11

อายุ	ชั่วโมง/FTE
อายุน้อยกว่า 30 ปี	30.24
อายุ 30-50 ปี	29.29
อายุมากกว่า 50 ปี	29.25

ระดับตำแหน่ง	ชั่วโมง/FTE
ผู้บริหารระดับสูง	55.53
ผู้บริหารระดับกลาง	39.20
ผู้บริหารระดับต้น	60.84
เจ้าหน้าที่	28.60

สัญชาติ	ชั่วโมง/FTE
ไทย	31.98
กัมพูชา	3.81
เมียนมาร์	8.74
อินเดีย	0.04
ออสเตรเลีย	51.05
เกาหลี	1.73
อื่น ๆ	26.42

ประเภทการฝึกอบรม	ชั่วโมง/FTE
การพัฒนาภาวะผู้นำ	3.28
การอบรมการปฏิบัติตามกฎระเบียบ	5.55
การอบรมความปลอดภัยด้านไอทีและความปลอดภัยทางไซเบอร์	0.97
การอบรมอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	1.00
อื่น ๆ	19.04

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลภายในองค์กรภายใต้แนวคิด “งานบรรลุผล คนมีความสุข” ที่มุ่งผลลัพธ์และความสุขของพนักงานตลอดการทำงานในองค์กร เปิดโอกาสให้พนักงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสร้างการมีส่วนร่วม ส่งเสริมความเท่าเทียมและจริยธรรม พร้อมสร้างจิตสำนึกและการมีจิตสาธารณะให้อยู่ใน DNA ของพนักงาน เพื่อให้บุคลากรทุกคนสามารถแสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ บริษัทจึงต้องสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับหลักการ “ความเท่าเทียม” เพื่อส่งเสริมให้ทุกคนมีโอกาสเข้าถึงการพัฒนาตนเองอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็นในด้านทักษะความรู้ หรือโอกาสในการเติบโตในสายอาชีพ

ในปี 2567 บริษัทปรับกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ให้เหมาะสมกับบริบทในปัจจุบัน โดยการจัดโปรแกรมพัฒนาทักษะที่หลากหลายให้กับพนักงานในทุกระดับ รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจและร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business Partner) และร้านสาขาที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (Sub Area) เพื่อเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน เช่น การพัฒนาทักษะด้านวิชาชีพ การเรียนรู้วิธีการทำงานแบบใหม่ (Uplift Skill) การพัฒนาทักษะด้านความยั่งยืนขององค์กร การเข้าใจกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) และทักษะด้านดิจิทัล (Digital Literacy) โดยใช้สื่อการสอนและรูปแบบการพัฒนาที่หลากหลาย อาทิ การฝึกอบรมเสมือนจริง (Virtual Training) การเรียนรู้ผ่านสื่อออนไลน์ (e-Learning) และการฝึกปฏิบัติงานจริง (On Job Training: OJT) การทำโครงการ (Project Assignment) การเรียนรู้ผ่านการโค้ชหรือการเป็นพี่เลี้ยง (Coaching & Mentoring) รวมถึงการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านแพลตฟอร์มการเรียนรู้ภายในองค์กร เพื่อเตรียมความพร้อมให้พนักงานสามารถปรับตัวได้ในกรณีเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินหรือวิกฤต รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

ทั้งนี้ บริษัทยังมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และมีแนวทางการประเมินความผูกพันของพนักงานอย่างต่อเนื่องผ่านการประเมินด้านความพึงพอใจในงาน ด้านเป้าหมายของพนักงาน ด้านความสุข และด้านความเครียดของพนักงาน เพื่อนำผลที่ได้ไปยกระดับแผนการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถที่ทันสมัย มีทักษะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงาน มีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีความสุข สร้างความผูกพันของพนักงานกับบริษัท ตลอดจนเพื่อให้บุคลากรสามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น

กรอบดำเนินงานพัฒนาทักษะและโอกาสทางอาชีพของบุคลากรอย่างยั่งยืน



โครงสร้างหลักสูตรการเรียนรู้ จำแนกตามกลุ่มลักษณะงาน

สายปฏิบัติการ	สายกระจายสินค้า	สายสำนักงาน

พื้นฐานสำหรับพนักงานใหม่ | กลุ่มวิชาชีพ | กฎหมายระเบียบข้อบังคับจรรยาบรรณทางธุรกิจและนโยบายความยั่งยืน | วัฒนธรรมและการพัฒนาองค์กร | พัฒนาสุขภาวะแบบองค์กร

- มาตรฐานการทำงาน

- การบริหารจัดการคลังสินค้า

- พื้นฐานสำหรับผู้บริหารใหม่ (ที่ได้รับการโปรโมต)
- พัฒนาผู้นำ
- พัฒนาผู้นำที่มีศักยภาพ
- พัฒนาเถ้าแก่

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะความรู้แก่บุคลากรภายในองค์กร และส่งเสริมให้ผู้บริหาร รวมถึงพนักงานทุกระดับ ทุกสายงาน ได้ศึกษาการทำงานรูปแบบใหม่ผ่านโครงการอบรม ให้ความรู้ของบริษัท เพื่อปรับปรุงและยกระดับการทำงานให้มีประสิทธิภาพ สร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้แก่พนักงานภายในองค์กร ในปี 2567 บริษัทมีการดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้

พัฒนาทักษะ สร้างความตระหนักด้านความยั่งยืนและธรรมาภิบาล

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรโดยเน้นการส่งเสริมสื่อสารและเพิ่มพูนความรู้แก่พนักงานในทุกระดับ เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานสำหรับรับมือกับความเสี่ยงและโอกาส รวมถึงสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ ปี 2567 บริษัทดำเนินการให้ความรู้ด้านความยั่งยืนและธรรมาภิบาลสำหรับพนักงานใหม่ทุกระดับผ่านกระบวนการ On-boarding สำหรับพนักงานปัจจุบันเพื่อช่วยให้พนักงานมีความรู้และทักษะที่ทันสมัยอยู่เสมอ บริษัทดำเนินการฝึกอบรมทบทวน (Refresher Training) ผ่านระบบ e-Learning หลักสูตรความยั่งยืนและธรรมาภิบาล หรือเรียกว่า ESG Quiz พร้อมทั้งจัดการสอบประเมินระดับความรู้และความเข้าใจในแนวปฏิบัติหลังการอบรมซึ่งผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าพนักงานทุกระดับเข้าร่วมการพัฒนาทักษะร้อยละ 100 และสอบผ่านการประเมินระดับความรู้และความเข้าใจหลังการอบรมคิดเป็นร้อยละ 100 นอกจากนี้ พนักงานยังสามารถเข้าถึงความรู้ด้านความยั่งยืนและธรรมาภิบาลผ่านพอร์ทัลของบริษัท การอบรมสัมมนาออนไลน์ กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริม อาทิ กิจกรรมการประกวดประหยัดพลังงานไฟฟ้าในพื้นที่อาคารสำนักงานเดอะธารา และสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ อาทิ วิดีโอ โปสเตอร์ มาสคอตสัญลักษณ์ตัวแทน

เนื้อหาหลักสูตรความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (ESG Quiz)

- ธรรมาภิบาลและต่อต้านการทุจริต
- การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
- ความตระหนักด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์
- สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

โครงการต่อเนื่อง 7ส ให้ความรู้ สร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม



วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างความเข้าใจ รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในการร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

กลุ่มเป้าหมาย

ครอบคลุมพนักงานทุกระดับ ทุกพื้นที่ปฏิบัติงานครอบคลุมพื้นที่สายปฏิบัติการ พื้นที่สายกระจายสินค้า และพื้นที่สายสำนักงาน

การดำเนินงาน

กำหนดนโยบายและหัวข้อรณรงค์ของการดำเนินงาน 7ส มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรจากการทำงานอย่างคุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุดไม่ทำลายธรรมชาติ ช่วยลดภาวะโลกร้อน และรักษาสภาพแวดล้อมให้สะอาดน่าอยู่ด้วยหลักการ 1A3R หลีกเลี่ยง (Avoid) ลดการใช้ ลดการก่อขยะ (Reduce) นำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) พร้อมทั้ง จัดทำสื่อให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับแนวปฏิบัติในการลดการใช้ไฟฟ้าและน้ำ ลดการใช้วัสดุ การลดและจัดการคัดแยกขยะผ่านพอร์ทัลของบริษัท กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริม และสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ อาทิ วิดีโอ โปสเตอร์ ปี 2567 มีพนักงานเข้าร่วมกิจกรรม สร้างความตระหนักรู้ 204,701 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานประจำทั้งหมด

พัฒนาทักษะทางอาชีพและการเติบโต

โปรแกรมการอบรมต่อเนื่อง หลักสูตร เถ้าแก่ขายต้นแบบ ALL Online

บริษัทจัดอบรมหลักสูตร “เถ้าแก่ขายเป็น” ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานและการให้บริการของพนักงานร้าน 7-Eleven ให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อพฤติกรรมของลูกค้าในยุคดิจิทัล โดยเน้นการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการขายสินค้า และการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการขายและให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งการอบรมออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ 7-Eleven Delivery, ALL Online, TRUE, Coffee, Bakery และดำเนินการต่อเนื่องยกระดับ “เถ้าแก่ขายเป็น” สู่ “เถ้าแก่ขายเก่ง” เน้นความสามารถในการเพิ่มยอดขายสนับสนุนการขยายธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว โดยให้พนักงานเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อการสอน และมีการทดสอบวัดทักษะการขายใน 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ TRUE และ ALL Online, Food & Beverage ปี 2567 ยกระดับสู่การเรียนรู้แบบยั่งยืนสร้าง “เถ้าแก่ขายต้นแบบ ALL Online ด้วยกระบวนการเรียนรู้ที่มีการมอบหมายให้เถ้าแก่ต้นแบบสอนงาน และสร้างทีมขาย พร้อมทั้งมีการประเมินและติดตามยอดขาย แบ่งบันไอเดียสร้างยอดขายให้กับร้าน 7-Eleven ทุกสาขา ผ่าน TKO Knowledge Sharing ในพอร์ทัลของบริษัท

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับต่อพนักงาน

- พนักงานเข้าร่วมพัฒนาทักษะและเทคนิคในการบริหารสินค้าและผ่านการสอบวัดฝีมือ “เถ้าแก่ขายเป็น” จำนวนสะสม 351,258 คน
- พนักงานที่ผ่านการสอบวัดฝีมือเป็น “เถ้าแก่ขายเก่ง” จำนวนสะสม 84,224 คน
- พนักงานที่ผ่านการสอบวัดฝีมือเป็น“เถ้าแก่ขายต้นแบบ ALL Online” จำนวนสะสม 472 คน

ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อองค์กร

- หลังเข้าร่วมโครงการ “เถ้าแก่ขายต้นแบบ” พนักงานสามารถสร้างยอดขายเฉลี่ยต่อร้านต่อวันได้ 1,399 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.16 หรือคิดเป็น 151 บาทต่อวัน เมื่อเทียบกับช่วงก่อนเข้าอบรม



โครงการต่อเนื่อง Signature Service (เสน่ห์คนบริการ)

บริษัทยกระดับแนวปฏิบัติ พัฒนาทักษะการให้บริการของพนักงานร้าน 7-Eleven ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและกลยุทธ์ธุรกิจ มุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ผ่านแนวคิด ประทับใจฉับไว ครบถ้วน และคุ้มค่า ปี 2567 ดำเนินการอบรม ให้ความรู้แก่ที่ปรึกษาภาคสนาม FC (Field Consultant) ให้มีทักษะการเป็นพี่เลี้ยง การโค้ช การให้คำปรึกษาผ่านการปฏิบัติงานโดยใช้ 5 ร่วม “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมช่วยเหลือ ร่วมแก้ไข ร่วมสร้างประสบการณ์” และการสื่อสารด้วยใจ รวมถึงมีกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมค้นหาทีเด็ดบริการ “Signature Service Award” โดยวัดผลจาก 3 มิติ คือ การบริการลูกค้า การดูแลทีมงานและการสร้างยอดขาย มีการกำหนดพฤติกรรมบริการที่ต้องการให้พนักงานร้าน 7-Eleven ปฏิบัติและมีการตรวจติดตามแบบ “จับถูก” เพื่อช่วยปรับพฤติกรรมบริการของพนักงานด้วยกล้องวงจรปิด (CCTV) รวมถึงจัดทำคู่มือสื่อการเรียนรู้ อาทิ โปสเตอร์ เพื่อสอนเทคนิคการให้บริการให้ได้ใจได้ยอดขาย ส่งผลให้ ปี 2567 มีจำนวนคำชมจากลูกค้าเกี่ยวกับบริการที่ร้านเพิ่มขึ้นร้อยละ 85 และคำชมจากบริการเดลิเวอรี่เพิ่มขึ้นร้อยละ 7

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- จำนวนพนักงานร้าน 7-Eleven ที่ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ด้านการบริการ 18,800 คน
- จำนวนพนักงานที่ผ่านกิจกรรม Service Fan Club 16,621 คน
- จำนวน FC ที่ผ่านการอบรมหลักสูตร FC Service Coach O2O เพื่อส่งเสริมทักษะการ โค้ช เรื่องการบริการแก่ทีมงาน และทักษะวิเคราะห์ข้อร้องเรียนสะสม ปี 2566-2567 รวม 2,200 คน
- คะแนนความพึงพอใจลูกค้าที่มีต่อการบริการ ร้อยละ 97 เพิ่มขึ้น ร้อยละ 2



โครงการต่อเนื่อง การเพิ่มผลผลิต

บริษัทได้ส่งเสริมให้พนักงานพัฒนากระบวนการทำงานโดยนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงที่ช่วยให้คำแนะนำ พร้อมอธิบายเทคนิคต่าง ๆ ในการดำเนินงาน รวมถึงจัดให้มีการติดตามความคืบหน้าและประเมินผลลัพธ์ของโครงการ โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างการดำเนินโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานและผู้บริหารทุกระดับ วัตถุประสงค์สำคัญคือ การส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า พร้อมลดต้นทุนในการบริหารจัดการองค์กร ผ่านการปลูกฝังแนวคิด ทัศนคติ และกระบวนการเรียนรู้แบบปฏิบัติจริง (Active Learning) พนักงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้ฝึกทักษะการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการทำงานร่วมกับทีมงานข้ามสายงาน (Cross-Functional Team) นอกจากนี้ยังมีการนำการปรับปรุงแบบ TK (Tanpin Kanri) ซึ่งเป็นการพัฒนาแบบกลุ่มย่อยที่เน้นการปรับปรุงรายละเอียดเล็ก ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ NEXTSS ขององค์กรพร้อมกันนี้ บริษัทมุ่งเสริมสร้างวัฒนธรรมการคิดและการปรับปรุงงานอย่างอิสระ (Autonomous) ภายใต้มาตรการ “4 เพิ่ม 1 ควบคุม” เพื่อผลักดันการพัฒนาที่ต่อเนื่องและยั่งยืนในทุกระดับขององค์กร

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับต่อพนักงาน

- พนักงานเข้าร่วมโครงการ 16,000 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด
- ลดเวลาการทำงาน 5,418 ชั่วโมงต่อปี

ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อองค์กร

- เพิ่มรายได้ 288 ล้านบาทต่อปี
- เพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานร้อยละ 30
- ลดต้นทุน 114 ล้านบาทต่อปี
- มูลค่าที่ได้จากการปรับปรุงกระบวนการ รวม 402 ล้านบาท



การพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับอนาคต

โครงการต่อเนื่อง พัฒนาพนักงานให้มี Digital Mindset & Digital Literacy

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

- Data Analytic Skill

จัดหลักสูตร Data Analytic “Upskilling for Business Strategy” ให้พนักงานเรียนรู้การใช้โปรแกรม Advanced Excel เพื่อจัดเตรียม วิเคราะห์ และแสดงผล (Visualization) ข้อมูลโดยใช้หลักสถิติ



ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อองค์กร

- จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมด 1,510 คน
  - หลักสูตร Intermediate Digital Capability Development 1,051 คน
  - หลักสูตร Data Analytic Upskilling for Business Strategy 292 คน
  - หลักสูตรการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วย Power App & Power Automate 113 คน
  - หลักสูตร Advanced Digital Marketing 54 คน
- ร้อยละ 100 ผ่านการวัดประเมินทักษะ
- จำนวนโครงการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วยเครื่องมือดิจิทัลจากไอเดียของผู้เข้าร่วมโครงการ ทั้งหมด 113 โครงการ สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ร้อยละ 100

- Automation Skill

จัดหลักสูตร “การปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วย Power App & Power Automate” ในรูปแบบลงมือปฏิบัติจริง (Action Learning) เพื่อเพิ่มทักษะการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี



- Digital Marketing Skill

จัดหลักสูตร “Advanced Digital Marketing Program” เพื่อพนักงานสามารถประยุกต์ใช้ Digital Marketing Concept และ Framework เพื่อสร้างการตลาดแบบดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ



โครงการพัฒนาพนักงานแบบองค์รวม (Holistic Health & Well-being)

บริษัทมุ่งส่งเสริมความตระหนักในทุกระดับขององค์กร พร้อมให้ความสำคัญกับการพัฒนาชีวิตแบบองค์รวม (Holistic Life) ผ่านกรอบแนวคิด CPALL Holistic Development Model โดยเน้นการสร้างสมดุลของสุขภาวะในทุกมิติ ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ความสัมพันธ์ทางสังคม จิตวิญญาณ การเงิน และการพัฒนาทักษะอาชีพ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานตลอดระยะเวลาที่ทำงานกับองค์กร

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณ โดยจัดอบรมหลักสูตรที่เหมาะสมกับพนักงานในแต่ละช่วงวัย เพื่อปลูกฝังทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการเกษียณอายุ และช่วยให้พนักงานสามารถปรับตัว ใช้ชีวิตหลังเกษียณอย่างสมดุลในสังคม ตัวอย่างหลักสูตรที่จัดในปี 2567 ได้แก่ หลักสูตรออกแบบชีวิตวัยเกษียณ หลักสูตรสติกับการรู้จักและเข้าใจตนเอง หลักสูตร Happy Money & Happy Life หลักสูตรอิคิไกบ่มเพาะเมล็ดพันธุ์แห่งความสุข และหลักสูตรสร้างงานสร้างอาชีพ โดยเน้นการพัฒนาชีวิตแบบองค์รวม เสริมสร้างทักษะที่จำเป็นในแต่ละมิติ พร้อมทั้งสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ปลูกฝังทัศนคติเชิงบวก และถ่ายทอดเทคนิคการสร้างความสุขอย่างยั่งยืนผ่านการอบรมอย่างต่อเนื่อง

ผลลัพธ์และประโยชน์ต่อพนักงาน

- จำนวนพนักงานเข้าร่วมอบรม 290 คน
- ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ ปี 2567 ภาพรวม คิดเป็น ร้อยละ 95.87





การพัฒนาผู้นำผ่านโครงการเถ้าแก่

ซีพี ออลล์ มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาผู้นำเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกและเทคโนโลยี ผ่านหลักสูตรพัฒนาผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็นในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงองค์กร ลดขั้นตอนการทำงาน และเพิ่มอำนาจการตัดสินใจ อีกทั้งเป็นการเพิ่มการผนึกกำลังกันภายในเครือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างผลประโยชน์สูงสุด โดยดำเนินการพัฒนาผู้นำแยกตามระดับ ดังนี้



ทั้งนี้ บริษัทดำเนินการพัฒนาผู้นำผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลาย อาทิ การลงมือทำโครงการพัฒนาธุรกิจจริง (Action Learning) โดยมีผู้บริหารเป็นที่ปรึกษารวมถึงให้คำแนะนำ (Coaching), การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop), การแบ่งปันความรู้หรือประสบการณ์จากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอก (Guest Speaker) รวมถึงการสัมมนาทางไกล (Online Conference) โดยมีการวัดผลลัพธ์โครงการ อีกทั้งมีการมอบใบประกาศนียบัตรแก่ผู้ร่วมโครงการ เพื่อเป็นการแสดงความยินดีและเป็นกำลังใจให้แก่บุคลากรที่มุ่งมั่นพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- พนักงานที่เข้าร่วมการพัฒนาผู้นำผ่านโครงการเถ้าแก่ ปี 2567 จำนวน 597 คน
- โครงการธุรกิจที่นำไปดำเนินการจริง จำนวน 33 โครงการ
- สร้างรายได้แก่องค์กร จำนวน 81,332 ล้านบาท





การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง

บริษัทกำหนดแนวทางการจัดการและพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูงอย่างต่อเนื่อง ผ่านกระบวนการประเมินศักยภาพ การจัดทำแผนพัฒนาตนเอง (Individual Development Plan: IDP) และการออกแบบโครงการพัฒนาเฉพาะกลุ่ม โดยยึดหลักโมเดลการเรียนรู้และพัฒนา 70:20:10 เพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพ และลดอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในการพัฒนาและเติบโตในหน้าที่การงาน

(70)

การเรียนรู้ผ่านการลงมือทำจริง

ดำเนินการผ่านหลักสูตรการพัฒนากลุ่ม Talent Pool และหลักสูตรพัฒนาผู้นำเครือเจริญโภคภัณฑ์

(20)

การเรียนรู้และพัฒนาจากบุคคลรอบข้างในบทบาทต่าง ๆ

ดำเนินการผ่านการรับคำแนะนำ และการสอนผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บทความ และวีดีโอ จากบุคคลรอบข้าง ได้แก่

- ผู้บริหารระดับสูง
- ผู้บังคับบัญชาโดยตรง
- พี่เลี้ยง
- เพื่อนร่วมงาน
- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง

(10)

การเรียนรู้และพัฒนาผ่านกระบวนการอบรม

ส่งเสริมการเรียนรู้ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนการศึกษาด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์

การประเมินผลการปฏิบัติงาน

บริษัทนำแนวทางการบริหารผลงานโดยมุ่งเน้นผลลัพธ์ (Management by Objectives) แบบระบบการบริหารโดยใช้เป้าหมาย (Key Performance Index : KPI) ซึ่งตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน (KPI) จะถูกกำหนดตั้งแต่ระดับองค์กร (Corporate KPI) ลงสู่ระดับหน่วยงาน (Business Units KPI) และระดับบุคคล (Individual KPI) โดยเชื่อมโยงกับงานหลัก งานเพิ่มเติม เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการบรรลุเป้าหมายขององค์กร และประเมินผลโดยผู้บังคับบัญชาโดยตรง

นอกเหนือจากบริหารผลงานโดยมุ่งเน้นผลลัพธ์แล้ว บริษัทใช้วิธีการประเมินแบบหลายมิติ (Multidimensional performance appraisal) แบบ 360 องศา (360-Degree Feedback) ประเมินด้านพฤติกรรมและความสามารถด้านภาวะผู้นำ โดยการประเมินและรวบรวมข้อมูลจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา ลูกค้า เพื่อให้ได้ภาพรวมที่ครอบคลุมและรอบด้านเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญให้พนักงานได้พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง และสามารถนำมาพัฒนาระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management System: PMS) ของบริษัทเพื่อทำให้เกิดประเมินที่โปรงใส เป็นธรรม รวมถึงทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

องค์ประกอบที่บริษัทใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนบุคคล ประกอบด้วย

1. ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับงาน ประกอบด้วยตัวชี้วัดระดับองค์กร หน่วยงานและระดับบุคคล

2. ตัวชี้วัดด้านพฤติกรรมการทำงานของแต่ละบุคคลที่มีต่อค่านิยมหลักขององค์กร ประกอบด้วย

1. การยอมรับการเปลี่ยนแปลง (Accept Change)
2. การทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย (Simplification)
3. การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Innovation)
4. ปฏิบัติงานด้วยความเร็วและมีคุณภาพ (Speed & Quality)
5. ปฏิบัติงานด้วยใจที่เป็นธรรม ซื่อสัตย์โปร่งใส และกตัญญู (Integrity & Honesty)
6. ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึง สามประโยชน์ ได้แก่ องค์กร ประชาชน และประเทศชาติ (3 Benefits)

3. ตัวชี้วัดด้านภาวะผู้นำ (Leadership Competency) ได้แก่

1. ความสามารถในการคิด (Ability to think)
2. ความสามารถในการสื่อสาร (Ability to Communicate)
3. ความสามารถในทำงานให้สำเร็จ (Ability to Drive results)
4. ความสามารถในการทำงานกับบุคคลต่าง ๆ (Ability to work with others)

นอกจากตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคล (Individual KPI) แล้ว หากพนักงานได้รับมอบหมายให้เข้าร่วมเป็นคณะทำงานในโครงการนอกเหนือจากงานในความรับผิดชอบปกติ ซึ่งจะมีลักษณะที่ต้องทำงานร่วมกันเป็นทีมและรับตัวชี้วัดร่วมกัน (Team Based KPIs) พนักงานก็จะได้รับการประเมินผลงานทั้งในส่วนที่รับผิดชอบโดยตรงและส่วนที่ร่วมมือกับผู้อื่นทั้งในงานประจำและโครงการพิเศษ แบบการประเมินผลการปฏิบัติงานระดับทีม (Team-based performance appraisal)

ทั้งนี้ บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพสูงสุด โดยกำหนดให้มีการชี้แนะแนวทางการทำงานอย่างชัดเจน รวมถึงการจัดการสนทนาแบบสองทางอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง (Ongoing) ตลอดทั้งปี แบบ Agile Conversations ผ่านระบบ All Perform Plus, การประชุมทีม รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่กำหนด บรรลุเป้าหมายรายบุคคล หน่วยงานและองค์กร สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และกลยุทธ์ขององค์กร

ในปี 2567 มีพนักงานได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานผ่านรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

ประเภทการบริหารผลการปฏิบัติงาน	รอบการประเมิน	ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการประเมิน
การบริหารโดยใช้เป้าหมาย (Management by Objectives) ประเมินผลงานโดยผู้บังคับบัญชาโดยตรง	ไตรมาสละครั้ง	70.27
การประเมินผลการปฏิบัติงานระดับทีม (Team-based appraisal) ประเมินผลงานโดยผู้บังคับบัญชาและบุคคลอื่นๆ ที่ทำงานโครงการร่วมกับพนักงาน	ไตรมาสละครั้ง	32.94
การประเมินผลแบบ 360 องศา (Multidimensional performance appraisal) ประเมินโดยผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงานผู้ใต้บังคับบัญชา ลูกค้า	ปีละครั้ง	5.62
การบริหารผลการปฏิบัติงานแบบ Agile (Agile Conservation)	ต่อเนื่อง (Ongoing)	46.78

การประเมินความผูกพันของพนักงาน

บริษัทให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานทุกคน จึงได้มอบหมายให้บริษัท แกลลัพ จำกัด (Gallup) เป็นผู้ดำเนินการสำรวจความผูกพันของพนักงาน ผ่านข้อคำถามจำนวน 30 คำถาม ในรูปแบบคำถามปลายปิด เพื่อสะท้อนความคิดเห็นของพนักงานครอบคลุมมิติต่าง ๆ ดังนี้

ความพึงพอใจในงาน (Job satisfaction)	จุดประสงค์ของพนักงาน (Purpose)	ความสุข (Happiness)
ตัวอย่างคำถาม		
ในที่ทำงานฉันมีโอกาสได้ทำในสิ่งที่ฉันทำได้ดีที่สุดทุกวัน	จุดมุ่งหมายของบริษัทของฉัน ทำให้ฉันรู้สึกว่างานของฉันมีความสำคัญ	มีบางคนในที่ทำงานที่ให้กำลังใจฉัน
ในที่ทำงาน ความเห็นของฉันดูเหมือนจะได้รับการรับฟัง	ใน 6 เดือนที่ผ่านมา มีบางคนในที่ทำงานคุยกับฉันเกี่ยวกับความก้าวหน้าของฉัน	ในการพัฒนาตนเองในการทำงาน ฉันมีเพื่อนที่ดีที่สุดคนหนึ่ง
	ในปีที่ผ่านมานี้ ฉันมีโอกาสได้เรียนรู้และเจริญก้าวหน้าในที่ทำงาน	

รวมถึง ให้ความสำคัญในการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจนำไปสู่ภาวะความเครียดของพนักงาน โดยผลการศึกษาดังกล่าวจะช่วยให้บริษัทสามารถจัดการกับข้อกังวลของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้พนักงานมีความสุขในการทำงานและมีส่วนร่วมกับองค์กรมากขึ้น โดยได้ดำเนินการวัดปัจจัยที่มีผลต่อ “ความสุขและความเครียด” ของพนักงาน เพื่อประเมินระดับความเครียด ระบุสาเหตุและค้นหาวิธีลดความเครียด เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและเพิ่มความสุขในการทำงาน ตามปรัชญาขององค์กรที่ว่า “เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้า ด้วยทีมงานที่มีความสุข” ผ่านข้อคำถามทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิด ดังนี้

ระดับความสุข (Degree of happiness)	ระดับความเครียด (Degree of stress)	ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเครียด (Stressors of stress factors)
ตัวอย่างคำถาม		
คุณมีความสุขมากน้อย ในระดับใด	คุณมีความเครียดมากน้อย ในระดับใด	คุณรู้สึกเครียดเกี่ยวกับอะไรมากที่สุด • ด้านงาน • ด้านปัญหาส่วนตัว (เงิน ครอบครัว สุขภาพ ปัญหาอื่น ๆ โปรดระบุ)

พร้อมทั้ง นำผลลัพธ์ที่ได้จากการสำรวจมาใช้ในการพัฒนานโยบายด้านทรัพยากรบุคคล กำหนดกลยุทธ์ รวมถึงทบทวนแนวทางและกำหนดโครงการยกระดับความผูกพันร่วมกับผู้บริหารระดับสูง ตัวแทนคณะทำงานความผูกพันแต่ละสายงาน ในปี 2567 บริษัทดำเนินโครงการยกระดับความผูกพัน ลดความเครียดของพนักงาน โดยมีตัวอย่างโครงการที่สำคัญ อาทิ การยกระดับความสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน และข้ามหน่วยงาน ผ่านโครงการ Harmony Bonding, การยกย่องชมเชย ผ่านการให้ Performance Feedback โครงการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงาน โครงการจัดการความเครียดของพนักงาน ซึ่งโครงการดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูด รักษา และพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูง สร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานกับองค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจของบริษัทที่กำหนดไว้

แนวทางยกระดับความผูกพันของพนักงาน

1. แต่งตั้งคณะทำงานสร้างความผูกพันของกลุ่ม ซีพี ออลล์
2. ที่ปรึกษาด้านทรัพยากรบุคคลประจำหน่วยธุรกิจ (HRBP) ร่วมกับตัวแทนสร้างความผูกพันของพนักงานแต่ละพื้นที่ กำหนดแนวทางปรับปรุงสำคัญที่มีผลต่อความผูกพัน และดำเนินการภายใต้หลักการ PDCA พร้อมทั้งนำเสนอความคืบหน้าต่อคณะทำงานสร้างความผูกพันของพนักงาน เดือนละ 1 ครั้ง จนครบทุกหน่วยงาน
3. ดำเนินการสำรวจความผูกพันของพนักงาน ทั้งแบบ Pulse Survey และ Full Survey เป็นประจำ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงกลยุทธ์และพัฒนาแนวทางให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
4. รายงานผลความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

พร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้บริหารระดับสายงานของแต่ละพื้นที่เป็นแบบอย่างที่ดี (Role Model) ในการดำเนินการเพื่อยกระดับความผูกพันของพนักงาน ดังนี้

1. มอบหมายผู้บริหารที่มีความเข้าใจและสามารถสื่อสารสร้างพลังบวกให้กับผู้บริหารท่านอื่นๆ ในพื้นที่เป็นผู้รับผิดชอบในการสร้างความผูกพันกับพนักงานด้วยกิจกรรมที่เหมาะสม
2. ติดตามความคืบหน้าตามแผนการสร้างความผูกพันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้คำแนะนำ และนำไปสู่การปรับปรุงแนวทางดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. สร้างบรรยากาศให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนปฏิบัติต่อกันตามวัฒนธรรมองค์กร Harmony (5-7-11) และ CCSF: Clear Care Share Fun อันส่งผลต่อความสุขและความสำเร็จในการทำงานร่วมกัน

จากการดำเนินการดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้ในปี 2567 คะแนนความผูกพันของพนักงานเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 91 เป็น 94 ซึ่งดีกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ และระดับความเครียดของพนักงานลดลง 25.12

โปรแกรมจูงใจระยะยาว

บริษัทได้ออกแบบโปรแกรมจูงใจระยะยาวที่มีประสิทธิภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดและรักษาพนักงาน รวมถึงผู้บริหารที่มีความสามารถและผลงานโดดเด่นให้ทำงานกับบริษัทในระยะยาว นอกจากนี้ยังช่วยให้พนักงานรู้สึกเป็นเจ้าของบริษัทมากขึ้นและสร้างแรงจูงใจพร้อมความมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายระยะยาวของบริษัท โดยบริษัทได้ดำเนินการผ่าน 2 รูปแบบ ดังนี้

Performance Shares

หุ้นที่บริษัทมอบให้กับพนักงานที่มีอายุงานไม่น้อยกว่า 3 ปี (ภายใต้โครงการ EJIP) ซึ่งพนักงานสามารถเลือกที่จะขายหุ้นเพื่อรับผลกำไรภายหลังครบระยะเวลา 3 ปี ตามที่บริษัทกำหนดไว้ หรือเลือกถือหุ้นเพื่อสร้างผลตอบแทนในระยะยาวต่อไปได้ ในปี 2567 เปอร์เซ็นต์ของพนักงานที่ต่ำกว่าระดับผู้บริหารระดับสูงที่นำโปรแกรมไปใช้คือ ร้อยละ 76

Performance-based cash

โบนัสพิเศษที่มอบให้กับพนักงาน จำนวนโบนัสพิเศษที่จ่ายให้พนักงานขึ้นอยู่กับผลงานของพนักงาน รวมถึงผลงานของบริษัทในการบรรลุเป้าหมายระยะยาวที่บริษัทกำหนดไว้ ครอบคลุมเป้าหมายทางด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ เป้าหมายการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี 2573 เป้าหมายทางด้านสังคม อาทิ ความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมากกว่าร้อยละ 80 ภายในปี 2573

การเตรียมพนักงานเกษียณอายุ

การเกษียณอายุเป็นช่วงเปลี่ยนผ่านที่สำคัญในชีวิตของพนักงานทุกคน การเตรียมความพร้อมให้พนักงานก่อนถึงวันเกษียณจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้พนักงานสามารถปรับตัวเข้ากับชีวิตช่วงใหม่ได้อย่างราบรื่น และองค์กรก็สามารถดำเนินงานต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ในปี 2567 บริษัทดำเนินการเตรียมพนักงานเกษียณ โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้และให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการวางแผนการเงินหลังเกษียณ เช่น การลงทุน การจัดการหนี้ การดูแลและการประกันสุขภาพผ่านการจัดอบรมออนไลน์ นอกจากนี้บริษัทดำเนินงานช่วยเหลือพนักงานในกรณีเลิกจ้าง หรือสนับสนุนการจ้างงานต่อเนื่องหลังจากบุคลากรของบริษัทมีการเกษียณอายุ โดยมอบสิทธิประโยชน์ทางการเงินและสวัสดิการค่ารักษาพยาบาล พร้อมทั้งจัดตั้งชมรมผู้เกษียณอายุ และเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถเลือกเป็นเจ้าของร้าน 7-Eleven หรือได้รับการว่าจ้างต่อในฐานะที่ปรึกษาของบริษัท ในปี 2567 มีพนักงาน หลังเกษียณอายุได้รับการว่าจ้างต่อในฐานะที่ปรึกษา จำนวน 20 คน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- พนักงานเข้าร่วมโครงการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุ 459 คน
- พนักงานเกษียณอายุได้รับการจ้างงานต่อเนื่อง 369 คน คิดเป็นร้อยละ 75.15 ของผู้เกษียณอายุทั้งหมด

โปรแกรมให้รางวัลและยกย่องชมเชย

เพื่อเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานและสร้างบรรยากาศความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างหน่วยงาน เพื่อนร่วมงาน และหัวหน้างาน บริษัทได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการ Reward & Recognition, โครงการพนักงานใหม่พบผู้บริหาร (พี่พบน้อง) เพื่อสร้างความคุ้นเคยและเชื่อมโยงระหว่างพนักงานใหม่กับผู้บริหาร, โครงการอิ่มยกแก๊ง แต๊งค์ยกก๊วน เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีผ่านกิจกรรมร่วมกัน, โครงการ Happy Survey เพื่อตรวจสอบและพัฒนาความพึงพอใจของพนักงาน และโครงการจัดทำหอเกียรติยศ (Hall of Fame) เพื่อเชิดชูบุคลากรที่มีผลงานโดดเด่นหรือสร้างคุณงามความดีให้แก่องค์กร นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการผลตอบแทนและสวัสดิการของพนักงานในทุกระดับอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง โดยมีการกำหนดนโยบายและปรับเงินเดือนประจำปี เพื่อดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์กร พร้อมทั้งสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กรให้มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

“ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นสร้างความมั่นคงในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการจัดซื้ออย่างมีความรับผิดชอบ การบริหารจัดการความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและปลอดภัยจากแหล่งที่มาอย่างรับผิดชอบ เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ดีแก่ผู้บริโภคอย่างยั่งยืน”



การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG4 สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

4.4 เพิ่มจำนวนเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะที่จำเป็นรวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการ

SDG8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง และยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน

8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน

SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และผลิตที่ยั่งยืน

12.7 ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อจัดจ้างภาคสาธารณะที่ยั่งยืน ตามนโยบายและการให้ลำดับความสำคัญของประเทศ

ความเสี่ยงและโอกาส

ปี 2567 ธุรกิจต่าง ๆ ต้องเร่งปรับตัวเพื่อตอบรับความต้องการของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นความสะดวกสบาย และความรวดเร็วในการซื้อและการบริโภคสินค้า การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในห่วงโซ่อุปทานจึงเป็นสิ่งจำเป็น เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์ในระบบคลังสินค้าและขนส่ง เป็นต้น อย่างไรก็ตามการใช้เทคโนโลยีที่ไม่เต็มประสิทธิภาพ เช่น การขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้งานการวางแผนที่ไม่รอบคอบหรือการเชื่อมต่อระบบที่ไม่ราบรื่น อาจทำให้เกิดความล่าช้าหรือการหยุดชะงักของกระบวนการจัดส่งสินค้า รวมถึงคู่ค้าที่อาจต้องเผชิญแรงกดดันในการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของตลาดและเทคโนโลยี ความเสี่ยงเหล่านี้อาจทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับประสบการณ์ที่คาดหวัง และส่งผลเสียต่อความน่าเชื่อถือของธุรกิจในระยะยาว

นอกจากนี้ การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบ ช่วยยกระดับคุณภาพการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการส่งมอบสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคโดยมีคู่ค้าเป็นหัวใจสำคัญในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งการคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ พัฒนาขีดความสามารถของคู่ค้าและสร้างความผูกพันผ่านโครงการความร่วมมือที่ยั่งยืนช่วยลดความเสี่ยงต่าง ๆ เช่น ต้นทุนที่สูงขึ้น การขาดแคลนวัตถุดิบ การละเมิดสิทธิมนุษยชน เป็นต้น

บริษัทมุ่งมั่นส่งเสริมศักยภาพคู่ค้าทุกกลุ่มให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ธรรมาภิบาล และสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ลดความเสี่ยง และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

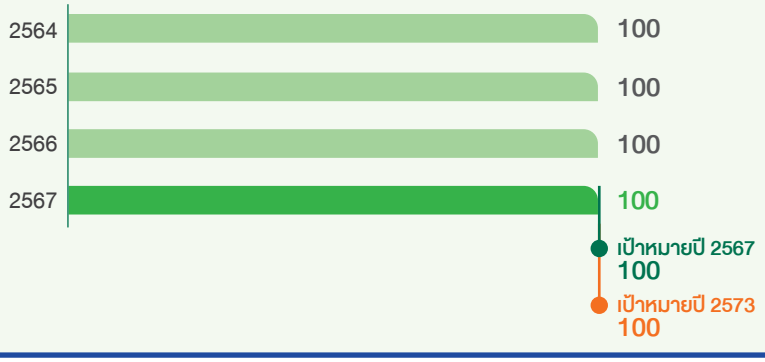
- มิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- สำคัญ (Focus Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) ที่มีนัยสำคัญ (Significant Suppliers) ต้องถูกตรวจประเมิน (Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง (หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานสำคัญ ปี 2567

- คู่ค้าลำดับที่ 1 และคู่ค้าที่สำคัญลำดับถัดไป ผ่านการคัดกรองความเสี่ยง (Screening) ร้อยละ 100
- คู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 และลำดับถัดไป ได้รับการตรวจประเมิน (Assessment) ร้อยละ 100
- คู่ค้าที่มีนัยสำคัญซึ่งตรวจพบว่ามีผลกระทบด้านลบต่อ ESG มีแผนดำเนินการแก้ไข (Corrective Action Plan) ร้อยละ 100
- คู่ค้าที่มีนัยสำคัญซึ่งตรวจพบว่ามีผลกระทบด้านลบต่อ ESG ได้รับการพัฒนาศักยภาพ เพื่อปรับปรุงแนวปฏิบัติและผลดำเนินการ ESG ร้อยละ 100

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- ปรับปรุงรูปแบบการตรวจประเมินคู่ค้าด้านความยั่งยืนแบบเชิงรุกให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ครอบคลุมความเสี่ยงตามอุตสาหกรรม ขนาดธุรกิจ และผลิตภัณฑ์
- ส่งเสริมความรู้และสนับสนุนเอสเอ็มอีให้เข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต CAC
- จัดอบรมให้ความรู้คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier1 Supplier) เรื่องการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก
- จัดโครงการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพ (Capacity Building) ของคู่ค้ากลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างและผู้รับเหมาขนส่ง เพื่อปรับปรุงแนวปฏิบัติและผลดำเนินการ ESG
- โครงการความร่วมมือกับคู่ค้าด้านความยั่งยืน ให้เข้าร่วมโครงการยกเลิกการใช้ฟิล์มหด และโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- โครงการ “ส้มปลอดภัย คนไทยยิ้มได้” ปีที่ 10 ส่งเสริมให้เกษตรกรหยุดใช้สารเคมีฆ่าแมลง และหันมาใช้สมุนไพรท้องถิ่น

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

การระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ ลำดับที่ 1 และลำดับถัดไป

คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers)	คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ ลำดับที่ 1* (Significant Tier 1 Suppliers)	คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ ลำดับถัดไป* (Significant Non-Tier 1 Suppliers)
2,412 ราย	263 ราย	17 ราย

หมายเหตุ: บริษัทระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

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

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ การระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ และการวิเคราะห์มูลค่าการซื้อของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ

มูลค่าการใช้จ่าย (ล้านบาท) จำแนกตามแหล่งที่ใช้จ่าย

การใช้จ่ายทั้งหมดกับคู่ค้าลำดับที่ 1 - ภายในประเทศ	การใช้จ่ายทั้งหมดกับคู่ค้าลำดับที่ 1 - ที่มีนัยสำคัญ	การใช้จ่ายทั้งหมดกับคู่ค้าลำดับที่ 1- เอสเอ็มอี*
726,115 ล้านบาท (ร้อยละ 98)	260,802 ล้านบาท (ร้อยละ 79)	60,432 ล้านบาท (ร้อยละ 18)

*หมายเหตุ: มูลค่าการใช้จ่ายทั้งหมดกับเอสเอ็มอี คลอบคลุม ผลิตภัณฑ์การเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

การมีส่วนร่วมของคู่ค้าลำดับที่ 1

ได้รับการสื่อสารจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า*	ลงนามรับทราบจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า*	คู่ค้าลำดับที่ 1 เข้าร่วมโปรแกรมคัดกรองความเสี่ยง (Screening) ด้าน ESG
2,412 ราย (ร้อยละ 100)	2,412 ราย (ร้อยละ 100)	2,412 ราย (ร้อยละ 100)

*หมายเหตุ: เป้าหมาย ปี 2567: ร้อยละ 100

การมีส่วนร่วมของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 และลำดับถัดไป

ได้รับการสื่อสารจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า*	ลงนามรับทราบจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า*	คู่ค้าที่มีนัยสำคัญเข้าร่วมโปรแกรมประเมินความเสี่ยง (Assessment) ด้าน ESG	คู่ค้าที่มีผลกระทบด้าน ESG เข้าร่วมโปรแกรมการพัฒนาศักยภาพคู่ค้า
280 ราย (ร้อยละ 100)	280 ราย (ร้อยละ 100)	280 ราย (ร้อยละ 100)	280 ราย (ร้อยละ 100)

*หมายเหตุ: เป้าหมาย ปี 2567: ร้อยละ 100

การบริหารความเสี่ยงคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 และลำดับถัดไป

คู่ค้าที่ได้รับการตรวจประเมินผ่านการวิเคราะห์เอกสาร (Desk Assessment) หรือการตรวจประเมินในสถานที่จริง (Onsite Assessment)

ผลดำเนินการ

ร้อยละ 100 (280 ราย)

เป้าหมาย

ร้อยละ 100

คู่ค้าที่ได้รับการตรวจประเมินและพบว่ามีผลกระทบเชิงลบที่เกิดจริงหรือที่อาจเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ผลดำเนินการ

ร้อยละ 7.14 (20 ราย)

คู่ค้าที่พบว่ามีผลกระทบเชิงลบ ที่เกิดขึ้นจริงหรืออาจเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญถูกยกเลิกสัญญา

0 ราย

คู่ค้าที่มีผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริงหรืออาจเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ที่มีการจัดทำแผนปฏิบัติการแก้ไข หรือมีแผนปรับปรุงตามข้อตกลง	คู่ค้าที่ได้รับการสนับสนุนในการดำเนินการตามแผนแก้ไข	คู่ค้าที่ได้รับการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพ เพื่อลดผลกระทบตามแผนแก้ไข
ผลดำเนินการ **ร้อยละ 100** (20 ราย)	ผลดำเนินการ **ร้อยละ 100** (20 ราย)	ผลดำเนินการ **ร้อยละ 100** (20 ราย)
เป้าหมาย **ร้อยละ 100**	เป้าหมาย **ร้อยละ 100**	เป้าหมาย **ร้อยละ 100**

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทบูรณาการนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน คู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติของคู่ค้าที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม ร่วมกับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน โดยมุ่งเน้นการบริหารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม และคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่ สิทธิมนุษยชน จริยธรรมธุรกิจ มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์และบริการของคู่ค้า นอกจากนี้ บริษัทยังสนับสนุนให้คู่ค้าทุกกลุ่มกำหนดนโยบายการจัดหาอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบ เพื่อลดผลกระทบเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม พร้อมทั้งสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าลำดับที่ 1 รวมไปถึงคู่ค้าที่สำคัญลำดับถัดไป

บริษัทดำเนินการคัดกรองความเสี่ยงของคู่ค้าลำดับที่ 1 ทั้งหมด โดยใช้เกณฑ์ที่ครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาล และความสำคัญต่อธุรกิจ ในกระบวนการคัดกรองคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ บริษัทพิจารณา คู่ค้าที่มีมูลค่ายอดซื้อสูง คู่ค้าที่มีความสำคัญเชิงกลยุทธ์ คู่ค้าที่มีจำนวนน้อยรายคู่ค้าที่ไม่สามารถทดแทนได้ ควบคู่ไปกับการพิจารณาคู่ค้าที่อาจสร้างผลกระทบเชิงลบด้าน ESG ตามความเสี่ยงเฉพาะประเทศ เฉพาะอุตสาหกรรม และเฉพาะผลิตภัณฑ์ จากการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าดังกล่าว บริษัทสามารถระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ (Significant Suppliers) และดำเนินการตรวจประเมิน (Assessment) คู่ค้ากลุ่มดังกล่าว เพื่อลดความเสี่ยงด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทาน

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและสังคม รวมถึงมีส่วนร่วมในการบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ตามนโยบายและเป้าหมายด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจ

กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานขององค์กร

ซีพี ออลล์ ให้ความสำคัญกับการพัฒนากลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่แข็งแกร่งและยั่งยืน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีหลักการสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

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

จริยธรรมและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

บริษัทมุ่งมั่นส่งเสริมคู่ค้าให้ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ โดยสนับสนุนให้คู่ค้าปฏิบัติตามคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า (Suppliers' Code of Conduct and Guideline) ซึ่งครอบคลุม คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier-1 Suppliers) และคู่ค้าสำคัญลำดับถัดไป (Critical Non Tier-1 Suppliers) ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผ่านแนวปฏิบัติ 16 แนวปฏิบัติ ในปี 2567 บริษัทได้สื่อสารคู่มือจริยธรรมฯ ไปยัง คู่ค้าลำดับที่ 1 ทั้งคู่ค้ารายเดิมและคู่ค้ารายใหม่ รวม 2,412 ราย คิดเป็น ร้อยละ 100 ของคู่ค้าทั้งหมด และเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทได้จัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน (Buyer Development Training on Sustainability Procurement) ให้แก่ พนักงาน ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความตระหนักและความเข้าใจเกี่ยวกับคู่มือจริยธรรมฯ ฉบับปรับปรุงปี 2565 ในทุกระดับ สำหรับใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนอีกด้วย

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ คู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

บูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืน ลดความเสี่ยง ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

1 สื่อสารความคาดหวัง สรรหาและคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ โดยผนวกหลักเกณฑ์ด้านความยั่งยืน

2 บริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน สำหรับคู่ค้า (คัดกรองและตรวจประเมิน)

สร้างคุณค่าร่วมพัฒนาส่งเสริมเอสเอ็มอี

3 ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพ

4 สร้างความผูกพันและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว

1 สื่อสารความคาดหวัง สรรหา และคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ

บริษัทดำเนินการคัดเลือกคู่ค้าอย่างมีความรับผิดชอบและมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงประเด็นด้านความยั่งยืนในทุกขั้นตอนของการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ โดยบริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพและคุณสมบัติของคู่ค้าใหม่ ซึ่งครอบคลุมประเด็นสำคัญดังนี้

- คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์
- การดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
- ความสามารถในการผลิตและการบริหารต้นทุนที่เหมาะสม
- ความสามารถในการส่งมอบและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG) ซึ่งพิจารณาจากคะแนนการคัดเลือกคู่ค้าตามเกณฑ์ด้านความยั่งยืนที่บริษัทกำหนด

คู่ค้าที่ไม่ผ่านเกณฑ์คะแนนขั้นต่ำและไม่สามารถพัฒนาคะแนนตามเกณฑ์ด้านความยั่งยืนได้ตามระยะเวลาที่กำหนด จะไม่ได้รับการพิจารณาต่อสัญญา นอกจากนี้ บริษัทยังสื่อสารความคาดหวังขององค์กรตามคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าให้คู่ค้าได้รับทราบและถือปฏิบัติ

บริษัทได้ดำเนินการทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้ออย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับคู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความขัดแย้งกับข้อกำหนดด้าน ESG ขององค์กร บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดซื้ออย่างยั่งยืน โดยจัดอบรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ผู้บริหารและพนักงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคัดเลือกและจัดซื้อสินค้า รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร เช่น ผู้รับเหมา และพันธมิตรธุรกิจ

ในปี 2567 มีคู่ค้ารายใหม่ จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ที่ได้รับการคัดเลือกโดยใช้หลักเกณฑ์ที่บูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืน ซึ่งครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคมและสิทธิมนุษยชน รวมถึง ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ



2 บริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืนสำหรับคู่ค้า (การคัดกรอง และตรวจประเมิน)

การคัดกรอง (Screening) คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ (Significant Supplier)

บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดกรองคู่ค้าอย่างรอบคอบ โดยดำเนินการคัดกรองคู่ค้าลำดับที่ 1 และลำดับถัดไปทั้งหมด ทั้งคู่ค้ารายเดิม (Existing Suppliers) และคู่ค้ารายใหม่ (New Suppliers) เพื่อระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจ กระบวนการคัดกรองนี้ดำเนินการโดยหน่วยงานจัดซื้อร่วมกับหน่วยงานตรวจประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งจะทำการประเมินความเสี่ยงเบื้องต้นของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ 1) ความสำคัญต่อธุรกิจ (Business Relevance) พิจารณาจาก 2 ปัจจัยย่อย ได้แก่ มูลค่ายอดซื้อสูง (High Spending) การไม่สามารถทดแทนได้ง่าย (Non-Substitutable) หรือมีความสำคัญต่อกระบวนการผลิต หรือการดำเนินงานของบริษัทอย่างยิ่ง 2) ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านความยั่งยืน (ESG Risk) พิจารณาครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environmental, Social, and Governance)

หัวข้อการพิจารณาประเด็นความเสี่ยงเพื่อระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญของบริษัท

ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG)

สิ่งแวดล้อม (Environmental : E)	สังคม (Social : S)	การกำกับดูแลกิจการ (Governance : G)	ความสำคัญต่อธุรกิจ (Business Relevance)
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ	สิทธิมนุษยชนและแนวปฏิบัติการใช้แรงงานที่ดี สุขภาวะของพนักงานสุขภาพและความปลอดภัย	การต่อต้านการทุจริต	ปริมาณการใช้จ่ายของบริษัทต่อคู่ค้า การไม่สามารถทดแทนได้

บริษัทประเมินระดับความสำคัญของคู่ค้าต่อธุรกิจว่ามีมากน้อยเพียงใด ควบคู่ไปกับระดับความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) ซึ่งระดับความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าด้านความยั่งยืน จะถูกพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความเสี่ยงตามบริบทประเทศ (Country-Specific Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากความผันผวนของสภาวะทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมไปถึงปัจจัยภายนอกอื่น ๆ อาทิ ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่คู่ค้าดำเนินงานอยู่
2. ความเสี่ยงตามบริบทอุตสาหกรรม (Sector-Specific Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมที่คู่ค้าดำเนินอยู่ เช่น ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเคมี หรือความเสี่ยงด้านแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอ
3. ความเสี่ยงตามบริบทของสินค้า (Commodity-Specific Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากลักษณะเฉพาะของสินค้าที่คู่ค้าผลิตหรือจัดจำหน่าย เช่น ความเสี่ยงด้านคุณภาพของสินค้า หรือความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของสินค้า

จากนั้นบริษัทจะนำผลการประเมินความสำคัญต่อธุรกิจและระดับความเสี่ยงด้านความยั่งยืนมาประกอบการพิจารณาเพื่อระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจ โดยคู่ค้าที่มีความสำคัญต่อธุรกิจสูงและมีความเสี่ยงด้านความยั่งยืนสูงจะได้รับการพิจารณาเป็นคู่ค้าที่มีนัยสำคัญจากกระบวนการคัดกรอง (Screening) ในปี 2567 บริษัทได้ระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 จำนวน 263 ราย และคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับถัดไป จำนวน 17 ราย รวมคู่ค้าที่มีนัยสำคัญทั้งหมด จำนวน 280 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.53 ของคู่ค้าทั้งหมด

นอกจากนี้บริษัทดำเนินการทบทวนการประเมินคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าการระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญเป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม

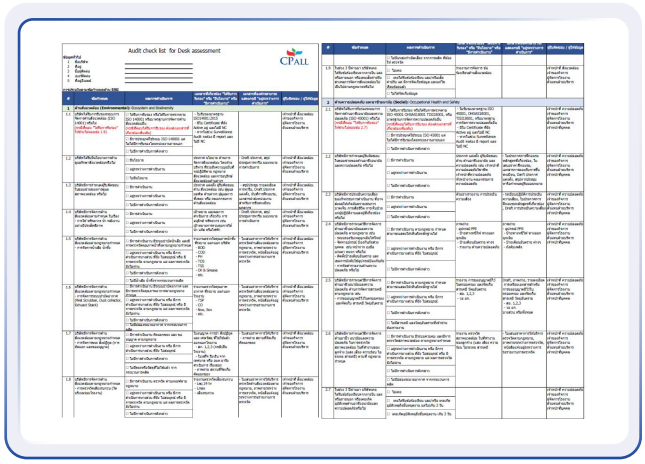
สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ ผลการตรวจประเมินและมาตรการลดและป้องกันผลกระทบด้าน ESG ของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ

การประเมิน (Assessment) คู่ค้าที่ถูกระบุว่ามีนัยสำคัญต่อธุรกิจ

บริษัทใช้วิธีการประเมินคู่ค้าที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วนและเหมาะสมกับขนาดของธุรกิจของคู่ค้า ดังนี้

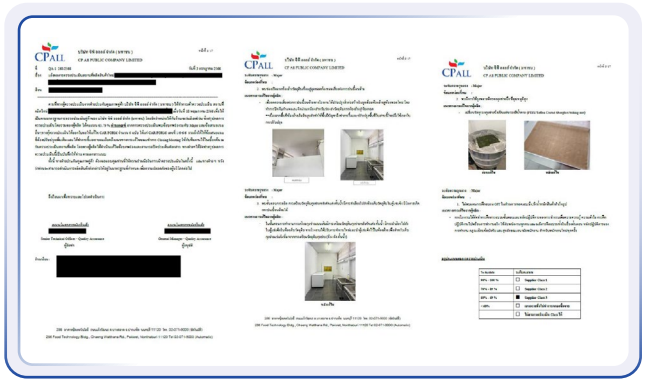
การประเมินหรือการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เอกสาร

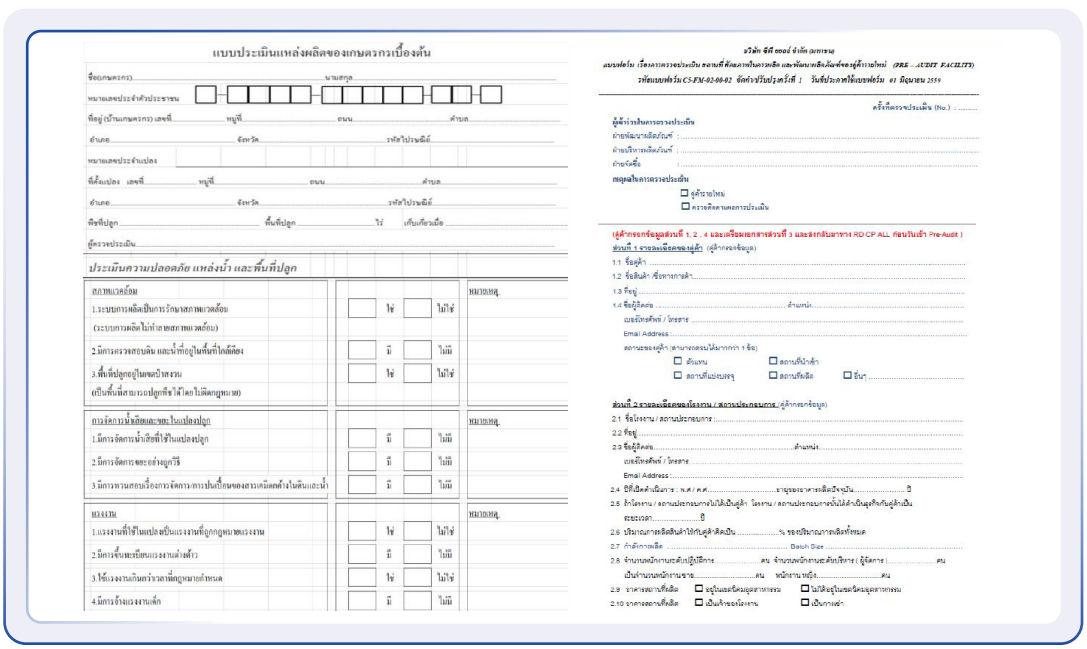
เป็นกระบวนการที่ดำเนินการโดยหน่วยงานตรวจประเมินความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน ด้วยการรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นต่อการประเมินคู่ค้าจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ 1) แบบประเมินตนเองของคู่ค้า คู่ค้าจะต้องกรอกข้อมูลต่าง ๆ เช่น ข้อมูลทั่วไปของบริษัท นโยบายและแนวทางจัดการด้าน ESG การจัดการความเสี่ยงและผลการดำเนินงานด้านต่าง ๆ เป็นต้น 2) เอกสารและรายงานที่เกี่ยวข้อง เช่น รายงานทางการเงิน รายงานด้านความยั่งยืน หรือใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ ที่คู่ค้าอาจถูกร้องขอให้ส่ง และ 3) ฐานข้อมูลสาธารณะที่คู่ค้าเปิดเผยไว้ จากนั้นหน่วยงานตรวจประเมินความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมาเพื่อประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้า และเพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีมาตรการในการจัดการความเสี่ยงนั้น ๆ อย่างเหมาะสม



การประเมินคู่ค้า ณ สถานที่จริงโดยหน่วยงานภายใน

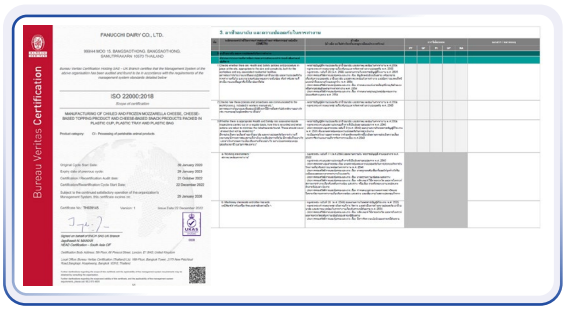
ในกรณีที่คู่ค้าไม่สามารถมอบหลักฐานหรือแสดงมาตรการจัดการความเสี่ยงได้ บริษัทจะดำเนินการตรวจประเมินคู่ค้าในรูปแบบประเมิน ณ สถานที่จริงโดยผู้เชี่ยวชาญภายในบริษัท จากหน่วยงานประกันคุณภาพ (2nd Party Assessment) เพื่อระบุประเด็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้น โดยออกแบบรายการตรวจประเมินความเสี่ยงให้สอดคล้องกับมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล อาทิ มาตรฐาน SMETA ซึ่งครอบคลุมประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ได้แก่ มาตรฐานการใช้แรงงาน การเลือกปฏิบัติ การจ้างงาน การจ่ายค่าตอบแทน สุขภาพและความปลอดภัย การจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จริยธรรมทางธุรกิจ และ ระบบการตรวจสอบย้อนกลับสำหรับวัตถุดิบจนถึงผลิตภัณฑ์





การประเมินคู่ค้า ณ สถานที่จริงโดยหน่วยงานอิสระภายนอก





บริษัทให้ความสำคัญกับการประเมินคู่ค้าอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1 (Critical Tier-1 Suppliers) ที่มีการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ บริษัทกำหนดให้คู่ค้ากลุ่มนี้ต้องผ่านการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG (Environmental, Social, and Governance) โดยผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานอิสระภายนอก เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เช่น ISO 14001, ISO 54001, SA8000, ISO 45001, ISO 22000, ISO 22301 (BCM) และ ISO 50001 เป็นต้น

นอกจากนี้ ซีพี ออลล์ ว่าจ้างหน่วยงานอิสระภายนอก (Third party) ที่ได้รับการรับรอง (CB) เพื่อตรวจประเมินคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ โดยใช้เกณฑ์มาตรฐานสากล เช่น SMETA เป็นต้น ในการตรวจประเมินคู่ค้า และเพื่อให้การติดตามและประเมินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจะขอให้คู่ค้าจัดเตรียมผลการตรวจประเมินและใบรับรองจากหน่วยงานอิสระ เพื่อใช้ในการติดตามการรักษาระบบมาตรฐาน (Surveillance Audit) ข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำมาพิจารณาเพื่อตรวจสอบแนวทางการจัดการความเสี่ยงด้าน ESG และประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานของคู่ค้า เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีมาตรฐานที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของบริษัทและมาตรฐานสากล

ในปี 2567 บริษัทตรวจประเมิน (Assessment) คู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 จำนวน 263 ราย และคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับถัดไป จำนวน 17 ราย รวม 280 ราย พบคู่ค้าที่มีผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริงหรืออาจเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.14 ของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญทั้งหมด ใน 47 ประเด็นหลัก

พร้อมกันนี้ บริษัทสนับสนุนให้คู่ค้าจัดทำมาตรการจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนภายในหน่วยงานของตนเอง โดยคู่ค้าที่มีผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริงหรืออาจเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญมีการจัดทำแผนปฏิบัติการแก้ไข หรือมีแผนปรับปรุง (Corrective action plan) ตามข้อตกลง ร้อยละ 100

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

▶ ผลการตรวจประเมินและมาตรการลดและป้องกันผลกระทบด้าน ESG ของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ

บริษัทดำเนินการติดตามความคืบหน้าในการจัดการความเสี่ยงของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมสนับสนุนการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและส่งเสริมการเติบโตของคู่ค้าควบคู่ไปกับการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ในปี 2567 คู่ค้าที่ได้รับการสนับสนุนในการดำเนินการตามแผนแก้ไข คิดเป็นร้อยละ 100 และคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 และลำดับถัดไป ที่ได้รับการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพ เพื่อให้สามารถลดผลกระทบได้ตามแผนคิดเป็นร้อยละ 100 (20 ราย)

3 ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพ

บริษัทมุ่งมั่นที่จะยกระดับศักยภาพของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คู่ค้าสามารถนำองค์ความรู้และทักษะที่ได้รับไปต่อยอดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยได้ดำเนินโครงการที่หลากหลายเพื่อสนับสนุนเป้าหมายนี้ อาทิ โครงการฝึกอบรมความรู้ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับภาพรวมของการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืนตามหลัก ESG กระบวนการพัฒนาจริยธรรมทางธุรกิจ และแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้า และตัวอย่างแนวทางปฏิบัติที่ดีสำหรับคู่ค้าในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

การฝึกอบรมคู่ค้าด้านโปรแกรม กระบวนการ และข้อกำหนด ESG ของบริษัท

บริษัทสื่อสารและถ่ายทอดความรู้ด้าน ESG ให้กับคู่ค้า ประกอบด้วย

- สื่อสารความคาดหวังด้าน ESG ของบริษัทไปยังคู่ค้า โดยอธิบายมาตรฐาน ESG ของบริษัทอย่างชัดเจน พร้อมทั้งสื่อสารเหตุผลและความสำคัญของ ESG ต่อธุรกิจ
- จัดอบรมและประชุมเชิงปฏิบัติการด้าน ESG อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ความรู้แก่คู่ค้าเกี่ยวกับแนวคิด หลักการ และแนวปฏิบัติที่ดี

ในปี 2567 บริษัทดำเนินโครงการที่หลากหลาย เพื่อสร้างองค์ความรู้และยกระดับศักยภาพด้านความยั่งยืนของคู่ค้า โดยมีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง “Vendor Conference 2024”

บริษัท ซีพีแรม จำกัด จัดงาน “CPRAM Vendor Conference 2024’ ภายใต้แนวคิด RESONANCE SYNERGY ผสานพลังเพื่อความเป็นหนึ่ง โดยมีความมุ่งมั่นในการสานความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ส่งมอบและคู่ค้าในฐานะหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ ตลอดจนสื่อสารนโยบาย และทิศทางการเติบโตขององค์กร พร้อมแลกเปลี่ยนความรู้ ได้แก่ การเสวนาภายใต้หัวข้อโอกาสในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน, สถานการณ์คุณภาพของโลก และการบรรยายในหัวข้อ Sustainable Development Goals-ESG ซึ่งการสร้างความร่วมมือดังกล่าว มุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนด้าน ESG: Environment, Social และ Governance ที่ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างสัมพันธภาพ และความเข้าใจที่ดีร่วมกันระหว่างองค์กรกับหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ขององค์กร และพร้อมเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน ซึ่งมีคู่ค้าสำคัญในฐานะหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์เข้าร่วมงานมากกว่า 200 ราย





โครงการต่อเนื่อง ALL Delica Alliance (ADA) ปีที่ 2

บริษัท ซีพีแรม จำกัด มุ่งมั่นในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสม เพื่อรักษามาตรฐานและคุณค่าของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดตั้งโครงการ ALL Delica Alliance (ADA) ซึ่งเป็นพันธมิตรทางอาหารที่มุ่งส่งเสริมความยั่งยืนผ่านแนวคิด FOOD 3S (Food Safety, Food Security, Food Sustainability) โดยมีเป้าหมายในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านอาหารอย่างมีประสิทธิภาพ และครอบคลุมการดูแลโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุ

นอกจากนี้ บริษัทยังมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการธุรกิจในหลากหลายมิติ อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด การปรับปรุงกระบวนการผลิต การประกันคุณภาพ และการบริหารต้นทุน ทั้งนี้ยังให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมความมั่นคงและความยั่งยืนของพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงการขับเคลื่อนนวัตกรรมและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ด้วยแนวทางดังกล่าว บริษัทมุ่งมั่นที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และระบบซัพพลายเชนให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป





สัมมนาหัวข้อ “การรวมพลังลดคาร์บอน ร่วมสร้างสังคมยั่งยืน”

บริษัทมุ่งมั่นสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้กลยุทธ์ “2 ลด 4 สร้าง 1 DNA” โดยให้ความสำคัญกับการลดการใช้พลาสติกและพลังงานตามนโยบาย “7 Go Green” เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมตั้งเป้าหมายสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593

เพื่อเตรียมความพร้อมให้คู่ค้าในการบรรลุเป้าหมายดังกล่าว บริษัทได้จัดสัมมนาให้ความรู้แก่คู่ค้า 117 ราย เกี่ยวกับการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนและ Net Zero โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก ความสำคัญของเป้าหมาย Net Zero ปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องในอนาคต นอกจากนี้ ยังมีการแนะนำเครื่องมือและแบบฟอร์มที่ช่วยระบุแหล่งที่มาของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการวางแผนลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและซักถามประเด็นที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันส่งเสริมการดูแลสิ่งแวดล้อมตามปณิธาน “Giving & Sharing” ของ ซีพี ออลล์ ในการสร้างโลกที่น่าอยู่และยั่งยืน





การเข้าถึงเกณฑ์มาตรฐานด้าน ESG ของคู่ค้าเทียบกับคู่แข่ง

คู่ค้าจะได้รับข้อมูลหรือเครื่องมือที่ช่วยให้สามารถเปรียบเทียบผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ของตนเองกับคู่ค้ารายอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ประกอบด้วย

- ข้อมูลคะแนนเปรียบเทียบภาพรวม และรายมิติ เปรียบเทียบกับคู่ค้ารายอื่น ๆ
- แบ่งปันกรณีศึกษา เกณฑ์มาตรฐาน แนวปฏิบัติที่ดี และตัวอย่างในการจัดการด้าน ESG เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและให้คำแนะนำแก่คู่ค้า
- บริษัทมอบคำแนะนำและความรู้ในด้าน ESG อย่างหลากหลาย อาทิ มาตรฐานการจัดทำรายงานความยั่งยืน (Sustainability Reporting Standards) ให้กับคู่ค้า เพื่อสนับสนุนคู่ค้าในการพัฒนาด้าน ESG อย่างต่อเนื่อง
- สนับสนุนให้คู่ค้าเข้าร่วมสัมมนาออนไลน์ การประชุม และประชุมเชิงปฏิบัติการด้าน ESG เพื่อติดตามแนวโน้มล่าสุด การพัฒนากฎระเบียบ และแนวปฏิบัติที่ดีในด้าน ESG

การสนับสนุนคู่ค้าในการดำเนินการแก้ไขตามแผนปฏิบัติการ

บริษัทให้ความช่วยเหลือแก่คู่ค้า ในการนำมาตรการแก้ไขไปปฏิบัติ เพื่อแก้ไขปัญหาหรือข้อบกพร่องที่ตรวจพบ ประกอบด้วย

- บริษัทสร้างทีมเฉพาะเพื่อให้คำแนะนำและสนับสนุนคู่ค้าในการพัฒนาการผลดำเนินงานด้าน ESG
- ให้คำปรึกษาผ่านวิดีโอคอลหรืออีเมล
- เสนอผู้เชี่ยวชาญด้าน ESG ที่สามารถให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่คู่ค้า
- สนับสนุนคู่ค้าให้เข้าถึงเครื่องมือการประเมิน ESG เพื่อช่วยในการแก้ไขและพัฒนาผลการดำเนินงานด้าน ESG



สนับสนุนด้านเทคนิคเชิงลึกเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและผลการดำเนินงานด้าน ESG ของคู่ค้า

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างขีดความสามารถของคู่ค้า เพื่อยกระดับการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืนและเป็นไปตามมาตรฐานด้าน ESG ที่บริษัทกำหนด รวมถึงสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับคู่ค้า จึงได้จัดโครงการอบรมเพื่อยกระดับขีดความสามารถให้คู่ค้า พร้อมทั้งกำหนดให้มีการประเมินผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกปีเพื่อเป็นตัวชี้วัดความคืบหน้าของโครงการ ปี 2567 ดำเนินโครงการ ดังนี้

โครงการสนับสนุนด้านเทคนิคเชิงลึกเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยสำหรับผู้รับเหมาด้านการขนส่ง

จากการวิเคราะห์ผลการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้า (Non-Compliance Potential Fact Finding: PF) ในปี 2567 พบว่าประเด็นความเสี่ยงที่พบบ่อยในกลุ่มผู้รับเหมาขนส่งคือ ประเด็นความเสี่ยงเกี่ยวกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงได้พัฒนาโครงการสนับสนุนด้านเทคนิคเชิงลึกเพื่อยกระดับศักยภาพการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของผู้รับเหมาขนส่งสินค้า โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างการจัดการความปลอดภัยเชิงลึกและยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของรถขนส่งสินค้าที่ให้บริการแก่บริษัท และมีการติดตามและวัดผลความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่ปี 2565-2567 ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

- แต่งตั้งคณะทำงานด้านความปลอดภัยด้านขนส่งและมาตราฐานคุณภาพสินค้า มีหน้าที่กำหนดมาตรการลดความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุทั้งในและนอกเวลาทำงาน กำหนดมาตรฐานการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ระหว่างการจัดส่ง เพื่อให้ผู้รับเหมาขนส่งสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานความปลอดภัย โดยมีตัวแทนผู้บริหาร และตัวแทนหน่วยงานจัดส่ง DC ของ ซีพี ออลล์ เข้าร่วมเป็นคณะทำงาน ประชุมเดือนละ 2 ครั้ง

- จัดโครงการฝึกอบรม สื่อสาร สร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยของยานพาหนะขนส่งแก่ผู้เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง
- กำหนดมาตรฐานความปลอดภัยสำหรับยานพาหนะขนส่ง ตรวจสอบสภาพของยานพาหนะก่อนการเดินทาง
- กำหนดจุดแวะพักบนเส้นทางขนส่งทางไกลที่มีระยะทางมากกว่า 250 กิโลเมตร หรือการเดินทางมากกว่า 4 ชั่วโมงขึ้นไป
- ติดตั้ง GPS ให้กับรถขนส่งทุกคันได้ ร้อยละ 100
- จัดทำระบบรายงานสภาพถนนและสถานการณ์ฉุกเฉิน รวมถึงจุดเสี่ยงอุบัติเหตุในแต่ละพื้นที่ที่เป็นเส้นทางน้ำท่วมและทางเลี่ยง
- จัดกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัย CP ALL DRIVING CONTEST PROJECT" แข่งขันต่อเนื่องเป็นรายไตรมาส เริ่มไตรมาสที่ 2 ปี 2567
- การติดตามอุบัติเหตุจากการขนส่ง จัดทำรายงานประจำวัน

ผลลัพธ์ ปี 2567

- ผู้รับเหมาขนส่งมีความรู้ความเข้าใจเรื่องความปลอดภัยในการขนส่งมากขึ้น
- จำนวนอุบัติเหตุที่เกิดจากการขนส่งน้อยลง

กราฟแสดงผลเปรียบเทียบอุบัติเหตุสะสม (เคส) ของผู้รับเหมาขนส่ง ปี 2566 และ ปี 2567



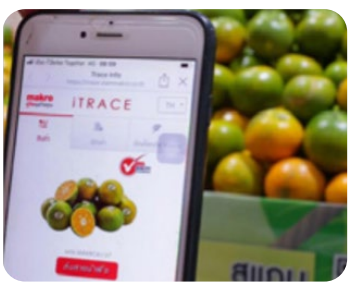
4 สร้างความผูกพันและรักษาความสัมพันธ์กับคู่ค้า

บริษัทมุ่งมั่นเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้คู่ค้าเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกัน โดยสานสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าอย่างต่อเนื่องผ่านกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ 1) การจัดประชุมสัมมนาและแถลงทิศทางนโยบายของบริษัท รวมถึงการเยี่ยมเยียนคู่ค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อเปิดโอกาสให้คู่ค้าและบริษัทได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะซึ่งกันและกัน 2) จัดทำแผนธุรกิจร่วมกับคู่ค้าเชิงกลยุทธ์ (Joint Business Plan) โดยการแลกเปลี่ยนข้อมูล วิเคราะห์แนวโน้มตลาด และร่วมกำหนดแนวทางพัฒนาการเติบโตทางธุรกิจกับคู่ค้าเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้การดำเนินงานของทั้งสองฝ่ายสอดคล้อง เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 3) การแบ่งปันองค์ความรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลที่จำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจ รวมถึงการดำเนินโครงการความร่วมมือต่าง ๆ (Project & Initiatives) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของคู่ค้าในทุกด้าน 4) การพัฒนาอย่างยั่งยืน อาทิ ร่วมกันพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และจัดการบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคอย่างเป็นระบบ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 5) สนับสนุนการเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค 6) การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คู่ค้าสามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

โครงการต่อเนื่อง “ส้มปลอดภัย คนไทยยิ้มได้” ปีที่ 10

ซีพี แอ็กซ์ตร้า ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พัฒนาโครงการ “ส้มปลอดภัย คนไทยยิ้มได้” มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนเกษตรกรสวนส้มให้ยกระดับการผลิตตามมาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practices) โดยส่งเสริมให้เกษตรกรหยุดใช้สารเคมีฆ่าแมลง และหันมาใช้สมุนไพรท้องถิ่นแทน รวมไปถึงตรวจสอบสารตกค้างของสารเคมีฆ่าแมลงโดยใช้ห้องปฏิบัติที่ได้รับการรับรอง รวมทั้งการใช้แอปพลิเคชันเพื่อติดตามการเข้าถึงได้ ลูกค้าสามารถใช้ Makro i-Trace QR Code ที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์หรือบนที่ตั้งเพื่อตรวจสอบแหล่งผลิตได้





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

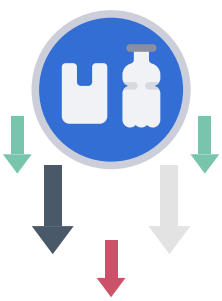
- เกษตรกร 72 ราย เข้าร่วมโครงการ ครอบคลุมพื้นที่ 22,791 ไร่ จากทั้งสิ้น 7 จังหวัด
- สนับสนุนส้มจากเกษตรกรจำนวน 8,400 ตันต่อปี

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- บท “การสร้างคุณค่าทางสังคม และการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ”
  หัวข้อ ให้ความรู้: พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการที่เหมาะสม สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการ หน้า 108 - 111
- บท “การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย และสุขภาวะที่ดี”
  หัวข้อ การมีอาหารที่เพียงพอ (Food Availability) และการส่งเสริมเกษตรกรรมยั่งยืน หน้า 253 - 256
- บท “การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน”
  หัวข้อ การจัดสรรทรัพยากรด้านการวิจัยและพัฒนาให้กับบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนและโซลูชันทางเลือก หน้า 80 - 84

การบูรณาการความยั่งยืน (ESG) ในกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทบูรณาการความยั่งยืน (ESG) เข้าในกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้

วัตถุประสงค์หลัก	วัตถุประสงค์การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เชื่อมโยงกับ ESG	กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เชื่อมโยงกับ ESG
เพิ่มขีดความสามารถของ SMEs 	การเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาศักยภาพการบริหารห่วงโซ่อุปทาน อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเงินการขนส่ง ตลอดจนด้านความยั่งยืน ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ข้อที่ 8.2 โดยมุ่งหวังผลลัพธ์คือการสร้างผลกระทบเชิงบวกทางด้านเศรษฐกิจ ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคม ชุมชน	สร้างคุณค่าร่วม “พัฒนาส่งเสริม SMEs” ซีพี ออลล์ มุ่งมั่นยกระดับศักยภาพ คู่ค้า โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยการให้การอบรม การให้คำปรึกษาและคำแนะนำ การตรวจสอบมาตรฐาน การบริหารต้นทุน รวมถึงการร่วมคิดค้นนวัตกรรม เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงาน การรักษาสิ่งแวดล้อม และการเป็นมิตรต่อสังคม ชุมชน
ลดปริมาณขยะพลาสติกจากการใช้บรรจุภัณฑ์ 	ลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์จากคู่ค้าในกระบวนการจัดการขยะ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายเศรษฐกิจหมุนเวียนของ ซีพี ออลล์ โดยแนวคิดนี้เพื่อตอบรับกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ข้อที่ 12.6 และกรอบการทำงานด้านความยั่งยืนของ ซีพี ออลล์ ในการ “ปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ” ผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเลือกใช้วัสดุ โดยมุ่งลดจำนวนขยะพลาสติก โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม	7 Go Green “บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” ลดการใช้พลาสติกในบรรจุภัณฑ์ และบูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืนในการดำเนินงานต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการเลือกใช้วัสดุ โดยได้มีโครงการร่วมกันระหว่างคู่ค้าด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น การพัฒนากระบวนการที่ลดปริมาณการใช้วัสดุ เป็นต้น

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

ดัชนีวัดความสำเร็จการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทกำหนดดัชนีวัดความสำเร็จการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยในปี 2567 มีดัชนีชี้วัดความสำเร็จ เป้าหมาย และมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ห่วงโซ่อุปทาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงานย้อนหลัง 3 ปี
คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) ที่มีนัยสำคัญ (Significant Suppliers) ด้านความยั่งยืนต้องถูกตรวจประเมินแบบเชิงรุก (Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง	**ร้อยละ 100** คู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 จะต้องถูกตรวจประเมิน (Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง ภายในปี 2573	ผลลัพธ์ (ร้อยละ) 2565 100 2566 100 2567 100 เป้าหมายปี 2567 100 เป้าหมายปี 2573 100
การเติบโตของยอดซื้อเอสเอ็มอี (Procurement Spent)	ยอดซื้อสินค้า เอสเอ็มอี (SMEs) เติบโต **ร้อยละ 10** ภายในปี 2568	ผลลัพธ์ (ร้อยละ) 2565 15 2566 21 2567 18 เป้าหมายปี 2567 10 เป้าหมายปี 2568 10
ระดับความผูกพันของคู่ค้า (Supplier Engagement)	**ร้อยละ 80** ระดับความผูกพันของคู่ค้า ภายในปี 2573	ผลลัพธ์ (ร้อยละ) 2565 86.00 2566 84.00 2567 82.60 เป้าหมายปี 2567 80 เป้าหมายปี 2573 80
บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ	**ร้อยละ 100** ของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในประเทศไทย ภายในปี 2568 สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในต่างประเทศ ภายในปี 2573	ผลลัพธ์ (ร้อยละ) 2565 97.74 2566 97.94 2567 97.17 เป้าหมายปี 2567 98 เป้าหมายปี 2573 100

การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

“ซีพี ออลล์ ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าอย่างยั่งยืน ลดการสูญเสีย เพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพ และร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการอนุรักษ์ระบบนิเวศ เพื่อส่งต่อโลกที่น่าอยู่ให้กับคนรุ่นหลัง”



การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG6 สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัยสำหรับทุกคน และมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน

6.6 ปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำรวมถึงภูเขาป่าไม้ พื้นที่ชุ่มน้ำ แม่น้ำ ชั้นหินอุ้มน้ำ และทะเลสาบ



SDG14 อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเลและทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

14.1 ป้องกันและลดมลพิษทางทะเลทุกประเภทโดยเฉพาะจากกิจกรรมบนแผ่นดิน รวมถึงขยะทะเลและมลพิษของสารอาหาร (Nutrient Pollution)



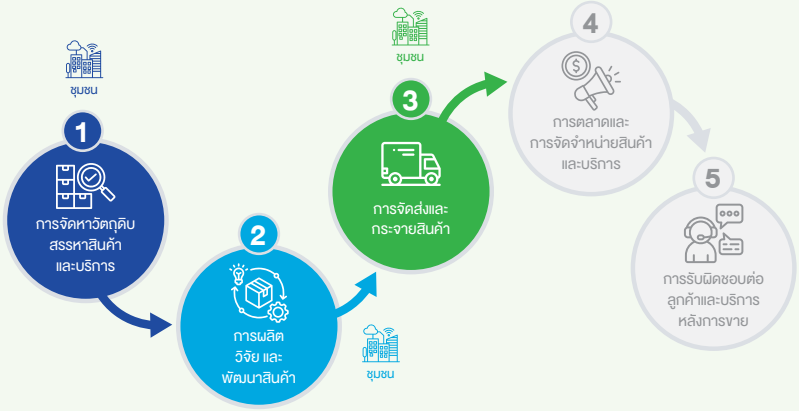
SDG15 ปกป้อง ฟื้นฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน

15.1 สร้างหลักประกันว่าจะมีการอนุรักษ์ การฟื้นฟูและการใช้ระบบนิเวศบนบกและในน้ำจืดในแผ่นดิน รวมทั้งบริการทางระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ป่าไม้พื้นที่ชุ่มน้ำ ภูเขา และเขตแห้งแล้ง โดยเป็นไปตามข้อบังคับภายใต้ความตกลงระหว่างประเทศ

ความเสี่ยงและโอกาส

ประเด็นด้านการอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติและทรัพยากรโลกถูกยกขึ้นเป็นหนึ่งในประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสนใจ อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ ตลอดจนปัญหามลพิษ ส่งผลให้ระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติเสียสมดุล รวมถึงกิจกรรมและพฤติกรรมของมนุษย์ที่ตอกย้ำความเสียหายให้ระบบนิเวศในวงกว้าง การประชุมสมัชชาภาคีอนุสัญญาว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพครั้งที่ 16 (The 16th Meeting of the Conference of the Parties to the UN Convention on Biological Diversity: COP16) ได้มีการหารือประเด็นว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ ดังนี้ การแบ่งปันผลประโยชน์จากกองทุน การเสริมสร้างบทบาทของชนพื้นเมืองและชุมชนท้องถิ่น การระดมทุนและทรัพยากรเพื่อความหลากหลายทางชีวภาพ การติดตามจัดการความหลากหลายทางชีวภาพระดับโลก (Kunming-Montreal Global Biodiversity Framework: KMGBF) ชีววิทยาสังเคราะห์ สปีชีส์ต่างถิ่นที่รุกราน พื้นที่ทางทะเลที่มีนัยสำคัญเชิงนิเวศวิทยาหรือชีวภาพ การจัดการสัตว์ป่าอย่างยั่งยืนและการอนุรักษ์พรรณพืช ความหลากหลายทางชีวภาพและสุขภาพ และการประเมินความเสี่ยงความหลากหลายทางชีววิทยาเร่งดำเนินการด้านแผนงานความหลากหลายทางชีวภาพ (The Biodiversity Plan) นำไปสู่การปฏิบัติจริงในระดับประเทศ (National Biodiversity Strategies and Action Plans: NBSAPs) เพื่อบรรลุเป้าหมายและตัวชี้วัดของแผนงานความหลากหลายทางชีวภาพในระดับโลกร่วมกัน รวมถึงการพึ่งพานโยบายที่เข้มงวดในการกำกับดูแลของทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ มุ่งสร้างความตระหนักรู้และดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศตลอดห่วงโซ่คุณค่า ลดความเสียหายต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ พื้นที่เกษตรกรรม และเพื่อการปกป้องสิทธิมนุษยชนในการถือครองที่ดิน การประกอบอาชีพ แหล่งรายได้ และคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรและชุมชน เนื่องด้วยระบบนิเวศที่ไม่มั่นคง สามารถส่งผลกระทบต่อเนื่องมายังการดำเนินธุรกิจ อาทิ จำนวนและคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตรและธรรมชาติที่ลดลง อาจจะนำไปสู่การขาดแคลนวัตถุดิบและทรัพยากร ส่งผลโดยตรงต่อกระบวนการผลิตและการส่งมอบสินค้าในระบบห่วงโซ่อุปทาน

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

- มิติสิ่งแวดล้อม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- พื้นฐาน (Foundation Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ทุกพื้นที่การดำเนินการของธุรกิจมีโครงการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ หรือองค์กรอิสระภายนอกเพื่อช่วยสนับสนุนการลดผลกระทบเชิงลบต่อระบบนิเวศหรือความหลากหลายทางชีวภาพ (หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานสำคัญ ปี 2567

- ประเมินและจัดการความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่เสี่ยง ร้อยละ 100
- ปลูกต้นไม้สะสม 924,371 ต้น
- ปล่อยลูกพันธุ์ปูม้า ระยะ Young crab สะสมกว่า 1,400,000 ตัว

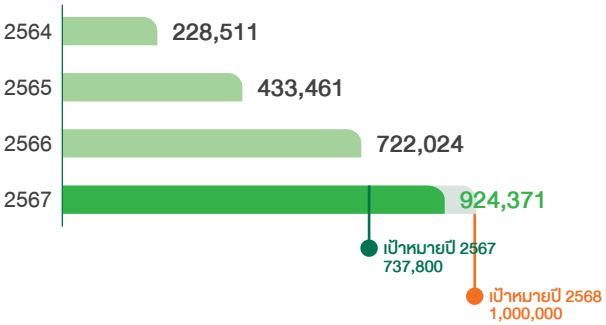
การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- ฟื้นฟูระบบนิเวศในชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติการ
- การดำเนินงานร่วมกับคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจและภาคีเครือข่าย เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ อาทิ โครงการ “สร้างบ้านให้ปลา สร้างอาชีพให้คน” โครงการ “ปลูกป่าชายเลน”
- โครงการ “ปลูกป่า ปลูกอนาคต”
- โครงการสนับสนุนกิจกรรมชุมชนลดก๊าซเรือนกระจก เพื่อขอการรับรอง LESS (Low Emission Support Scheme)
- โครงการตามแนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น

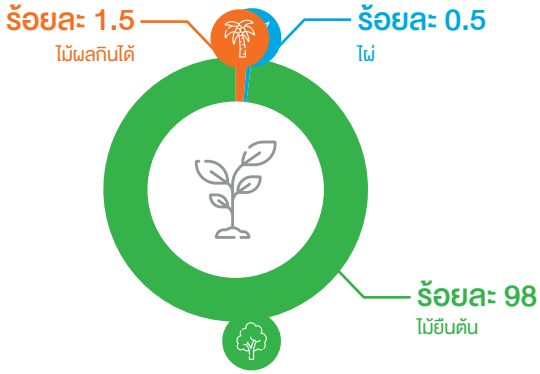
สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

จำนวนต้นไม้ที่ปลูก เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ

(หน่วย : ต้นสะสม)



ต้นไม้ที่ปลูก จำแนกตามประเภท (หน่วย : ร้อยละ)



ความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ

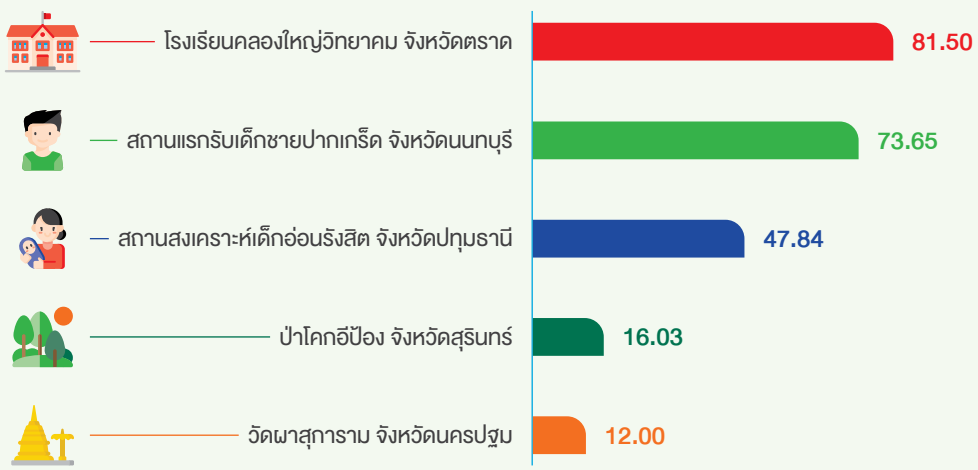
ภาคส่วน	จำนวน (ต้นสะสม)	พื้นที่ปลูก (ไร่สะสม)	คาดการณ์ดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า) (กรณีต้นไม้โตเต็มวัย*)
ภาครัฐ วัด โรงเรียน	824,898	8,112	35,464
เครือข่ายเอกชน ชุมชนใกล้เคียง	45,185	427	1,943
พนักงาน	54,288	1,084	2,334

*คำนวณจากจำนวนต้นไม้ โดย GHG tCO2e เทียบเท่าต้นสักอายุ 5 ปี 23.26 ต้น/ 1 tCO_2e

กิจกรรมด้านป่าไม้เพื่อขอการรับรอง LESS (หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)

การสนับสนุนชุมชนและสังคมให้ตระหนักถึงการลดก๊าซเรือนกระจก

โครงการสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก (LESS: Low Emission Support Scheme)



Total : ปริมาณก๊าซเรือนกระจกวัดได้

231.02

tCO_2e

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบจากกิจกรรมทางธุรกิจต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Exposure & Assessment) ภายใต้นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ ครอบคลุมพื้นที่และการดำเนินงานของบริษัท คู่ค้าทางธุรกิจลำดับที่ 1 ลำดับถัดไป และพันธมิตรธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อหลีกเลี่ยงการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อพื้นที่อนุรักษ์ หรือ พื้นที่คุ้มครอง ตามนิยามและข้อกำหนดขององค์กรระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ (The International Union for Conservation of Nature: IUCN) และพื้นที่ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกตามประกาศของ UNESCO ทั้งนี้ บริษัทกำหนดแนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) เพื่อบริหารจัดการผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจ ที่อาจก่อให้เกิดความสูญเสียต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (No Net Loss: NNL) พร้อมมุ่งเน้นให้ความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรและกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียดำเนินโครงการฟื้นฟู อนุรักษ์ และสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อระบบนิเวศทั้งทางบกและทางน้ำ เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกสุทธิ (Net Positive Impact: NPI) คืนความสมดุลและความอุดมสมบูรณ์ให้กับระบบนิเวศ

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ
- การปกป้องฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

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	• พื้นที่ดำเนินการของธุรกิจที่ต้องทำการประเมินตามวงรอบ • กิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่ต้องทำการประเมินตามวงรอบ • พื้นที่ดำเนินการใหม่ ครอบคลุมถึงการควบรวมการร่วมทุน (Joint Venture) และบริษัทในเครือ (Subsidiary)
2 คัดกรองและประเมินขั้นต้น	• นำเข้าพิกัดของพื้นที่ศึกษาและทำการเปรียบเทียบกับขอบเขตพื้นที่เพื่อการอนุรักษ์ • ดำเนินการประเมินขั้นต้นผ่านการใช้เครื่องมือ Biodiversity and Ecosystem Services Trends and Conditions Assessment Tool เพื่อทำการคัดกรองพื้นที่อ่อนไหว
3 คัดเลือกพื้นที่อ่อนไหวเพื่อทำการดำเนินการประเมินเชิงลึกครอบคลุม 3 ด้าน	• กำหนดพื้นที่เป้าหมายจากผลการศึกษาคัดกรองพื้นที่อ่อนไหว จากขั้นตอนก่อนหน้า • นำเข้าพิกัดในฐานข้อมูล Integrated Biodiversity Assessment Tool (IBAT) พร้อมทั้งทำการประเมินครอบคลุม 3 มิติ IUCN Red List · Protected Areas (PA) · Key Biodiversity Areas (KBAs)
4 จัดทำแผนป้องกันผลกระทบและดำเนินการตามแผน	• ดำเนินการออกแบบมาตรฐานป้องกันผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติร่วมกัน ผู้เชี่ยวชาญหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้การออกแบบแผนให้ยึดหลักการ No-Net-Loss หรือ No Net Deforestation และแนวทางการมีส่วนร่วม • ดำเนินการตามแผนและเปิดเผยความก้าวหน้าของการดำเนินการเพื่อแสดงถึงความโปร่งใส
5 สร้างการมีส่วนร่วมและแนวทางพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	• รับฟังความคิดเห็น เพื่อนำมาประยุกต์และเพื่อพัฒนาการดำเนินการโครงการให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับบริบทของระบบนิเวศและสังคมท้องถิ่นนั้น • ส่งเสริม สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย อาทิ คู่ค้า ลูกค้า และชุมชน ในการร่วมอนุรักษ์ ฟื้นฟูระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ

ผลการประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัทพิจารณาความเฉพาะเจาะจงของพื้นที่ (Location-specificity) ตามกิจกรรมการดำเนินธุรกิจทั้งภายในพื้นที่ปฏิบัติงานของบริษัท พื้นที่โดยรอบในรัศมี 0 ถึง 5 กิโลเมตร กิจกรรมต้นน้ำของโรงงานผลิตสินค้า และกิจกรรมปลายน้ำของศูนย์กระจายสินค้าในการส่งมอบสินค้าไปยังร้านค้าและผู้บริโภค ได้แก่ ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร ศูนย์จำหน่ายสินค้าโลตัส และศูนย์กระจายสินค้าที่ตั้งอยู่นอกพื้นที่ชุมชนรวม 616 แห่ง ควบคู่ไปกับการพิจารณาพื้นที่อนุรักษ์ พื้นที่คุ้มครอง พื้นที่ความหลากหลายทางชีวภาพที่สำคัญ พื้นที่สำคัญทางธรรมชาติ อาทิ ป่าไม้ แหล่งน้ำขนาดใหญ่ ลุ่มน้ำ ที่ระบุตามกระบวนการวิเคราะห์ของเครื่องมือประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (IBAT/BESTCAT)

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมทางด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ปี 2567

พื้นที่ดำเนินการ (Number of sites)	จำนวนพื้นที่ดำเนินการ (Number of sites)	พื้นที่ (ไร่)	พื้นที่ (เฮกตาร์)
พื้นที่ดำเนินการทั้งหมด (Overall)	616	8,645.20	1,383.23
พื้นที่ดำเนินการที่มีการประเมินผลกระทบ (Assessment) ด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา)	616	8,645.20	1,383.23
พื้นที่ดำเนินการที่มีแนวโน้มจะส่งผลกระทบ (Exposure) ต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา)	58	754.78	120.77
พื้นที่ดำเนินการที่ส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ และได้พัฒนาระบบการบริหารจัดการและติดตามผลกระทบ (Management Plans) ต่อความหลากหลายทางชีวภาพ (ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา)	58	754.78	120.77

การระบุประเด็นความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

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 58 พื้นที่ดำเนินการที่พบประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญ

แนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น

จากกระบวนการประเมินประเด็นความเสี่ยงทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมถึงผลกระทบที่สำคัญทั้งเชิงลบและเชิงบวกในด้านความหลากหลายทางชีวภาพ อาทิ การรุกรานของศัตรูพืช การลดลงของสายพันธุ์พืชและสัตว์ การย้ายถิ่นฐาน และการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศวิทยา บริษัทพบประเด็นผลกระทบที่สำคัญ ได้แก่ ประเด็น ผลกระทบต่อสายพันธุ์ที่ถูกคุกคาม (Threatened Species Impact) ในพื้นที่ดำเนินการทางภาคเหนือของประเทศ อาทิ พื้นที่ดำเนินการ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดพิษณุโลก

บริษัทกำหนดให้มีมาตรการ ครอบคลุมพื้นที่ที่ให้ความสำคัญ (Priority Areas) ตลอดการดำเนินการและกิจกรรมธุรกิจของบริษัท ตามลำดับความสำคัญจากการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพที่สอดคล้องกับความมุ่งมั่นของบริษัท ภายใต้นโยบายด้านความหลากหลายทางชีวภาพ และทรัพยากรธรรมชาติ

ทั้งนี้ บริษัทเคารพและติดตามข้อกำหนดและกฎหมายท้องถิ่นทางด้านการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ท้องถิ่น ทบทวนมาตรการในการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด พร้อมกำหนดแนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น (Mitigation Hierarchy) จากการหลีกเลี่ยงไปจนถึงการฟื้นฟู พร้อมกับการศึกษาสายพันธุ์พืชและสัตว์ในพื้นที่ที่ถูกประเมินว่ามีความอ่อนไหว บรรเทาผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพในระยะยาว



แนวทางการบรรเทาผลกระทบอย่างมีลำดับขั้น

การชดเชย (Offset)
คืนความสมดุลหรือเกิดการเปลี่ยนแปลง

- การเปลี่ยนแปลงแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ธรรมชาติร่วมกับชุมชนต้นน้ำ (หัวข้อ “โครงการภาคีเครือข่ายชุมชนต้นน้ำปลูกป่า” หน้า 244)
- ความร่วมมือเชิงเปลี่ยนแปลงกับมูลนิธิพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (หัวข้อ “โครงการ Next Gen New World” หน้า 242)

การฟื้นฟู (Restoration)
ฟื้นฟูระบบนิเวศ ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ

- การฟื้นฟูพันธุ์พืชท้องถิ่น (หัวข้อ “โครงการปลูกป่า ปลูกอนาคต” หน้า 243-246)
- การฟื้นฟูน้ำในกระบวนการผลิต (หัวข้อ “โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ บริษัท ซีพีแรม จำกัด ลาดหลุมแก้ว” หน้า 65 ในบท “ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และทรัพยากร”)
- การฟื้นฟูน้ำในการเกษตร (หัวข้อ “โครงการปันน้ำใสให้ชาวนา บริษัท ซีพีแรม จำกัด โรงงานลำพูน” หน้า 66 ในบท “ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และทรัพยากร”)
- การฟื้นฟูน้ำในการปลูกต้นไม้ (หัวข้อ “โครงการรักษ์น้ำ รักอนาคต บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน)” หน้า 65 ในบท “ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และทรัพยากร”)
- การฟื้นฟูระบบนิเวศในชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติการ (หัวข้อ “การปลูกต้นไม้ของบริษัทในกลุ่ม” หน้า 241)
- การฟื้นฟูระบบนิเวศชายฝั่ง (หัวข้อ “โครงการ ปูม้ายั่งยืน คู่ทะเลไทย” หน้า 242) หัวข้อ “โครงการสร้างบ้านให้ปลา สร้างอาชีพให้คน” หน้า 243)

การลดผลกระทบ (Minimisation)
บรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด

- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการซื้อขายสัตว์น้ำ
(หัวข้อ “ไม่จับ-ไม่ซื้อ-ไม่ขาย” สัตว์น้ำทะเลวัยอ่อน หน้า 243)
- การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากบรรจุภัณฑ์
(หัวข้อ “การบูรณาการความยั่งยืน (ESG) ในกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน” หน้า 231 ในบท “การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ”)
- การลดปัญหาการขาดแคลนน้ำ
(หัวข้อ “โครงการธนาคารน้ำใต้ดิน บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน)” หน้า 65 ในบท “ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และทรัพยากร”)

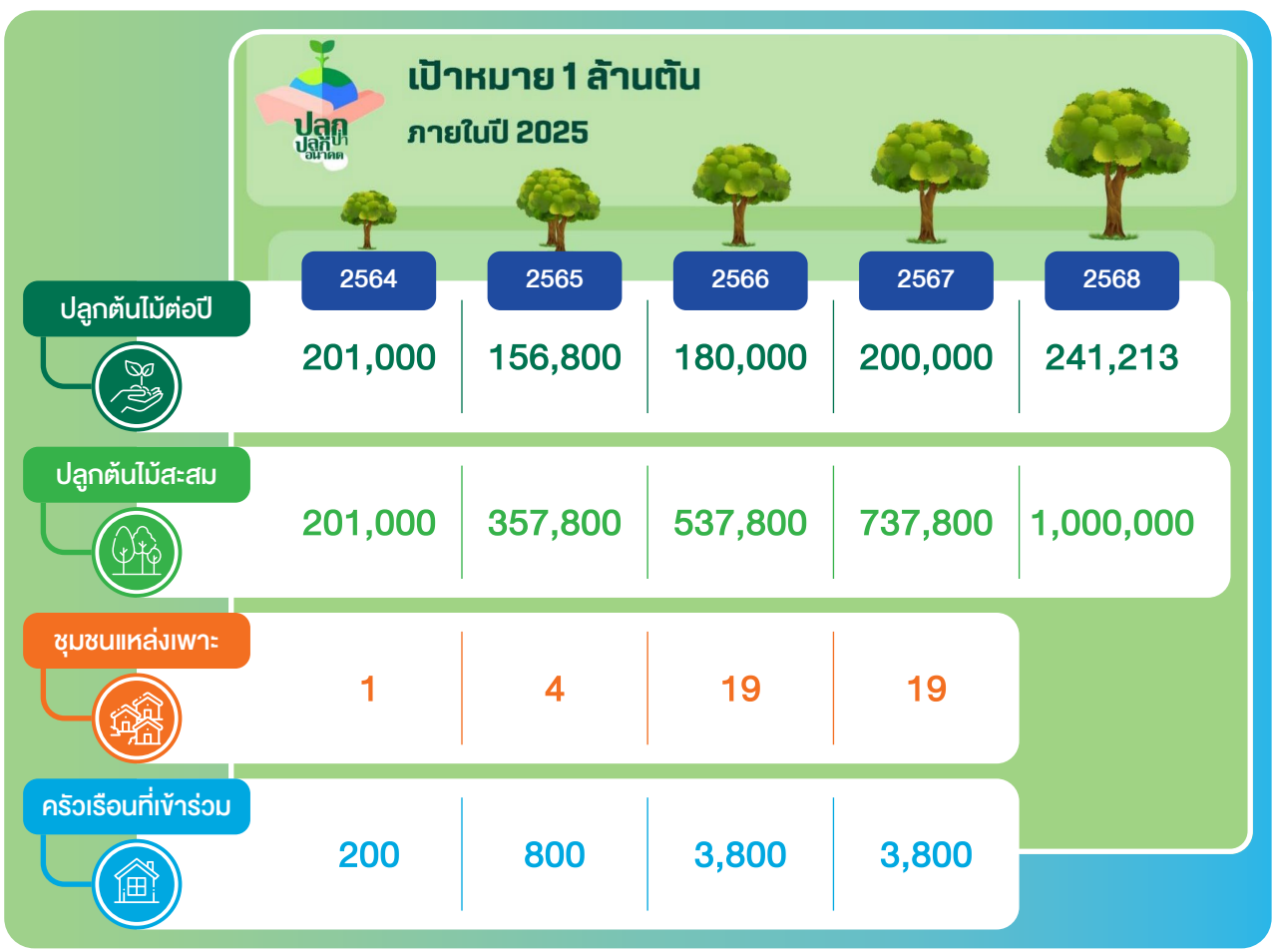
การหลีกเลี่ยง (Avoidance)
ป้องกันและหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่อาจส่งผลกระทบรุนแรง

- การหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่มีความเสี่ยงด้านความเครียดน้ำ (Water Stress Area)
(หัวข้อ “โครงการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านน้ำ” หน้า 66-67 ในบท “ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และทรัพยากร”)
- แนวทางปฏิบัติเพื่อหลีกเลี่ยงสารเคมีและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
(หัวข้อ ▶ “นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน”)

ความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ

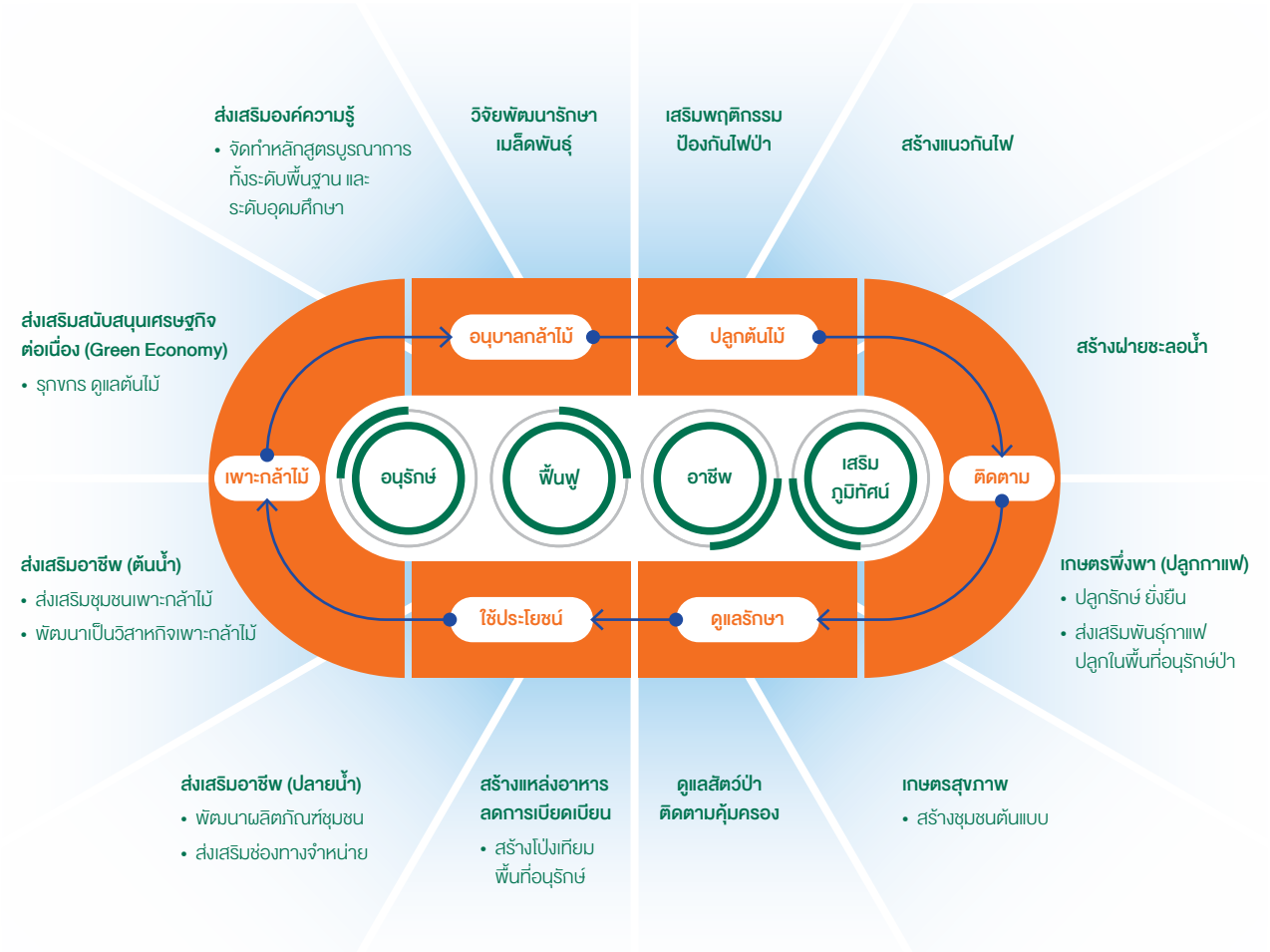
ซีพี ออลล์ ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งคู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ ชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนภาคีเครือข่ายของบริษัท เพื่อการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพในชุมชนรอบข้างพื้นที่ดำเนินการ และเพื่อรักษาระบบนิเวศให้มีความสมบูรณ์

แผนงานปลูกป่า ปลูกอนาคต 5 ปี (2564-2568)



บริษัทตั้งเป้าหมายในการปลูกต้นไม้ จำนวน 1,000,000 ต้น ภายในปี 2568 และดำเนินโครงการสนับสนุนการปลูกต้นไม้เพื่อชุมชน โดยมีคณะทำงานปลูกไม้ยืนต้นเพื่อชุมชนที่ยั่งยืน ดำเนินงานด้านฟื้นฟูป่าไม้ และติดตามโครงการ ภายใต้กรอบการดำเนินการทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

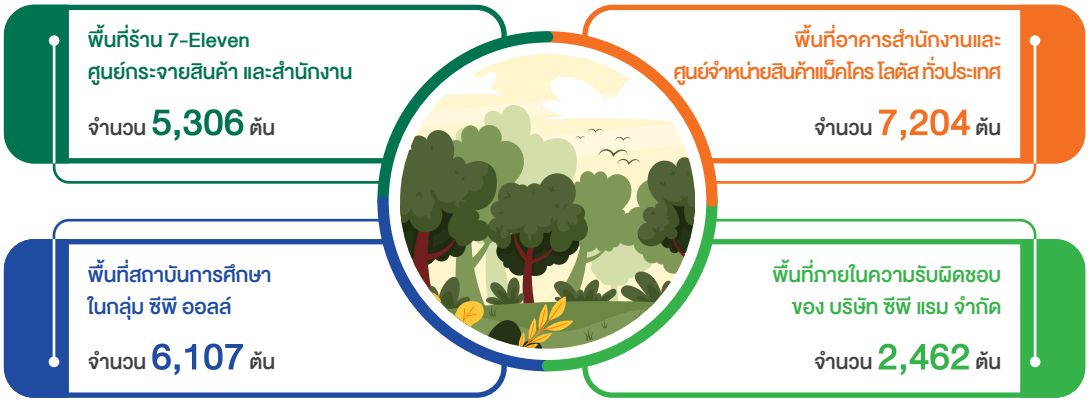
กรอบการดำเนินงานร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ



โครงการที่สำคัญ ปี 2567

1 โครงการต่อเนื่อง ฟื้นฟูระบบนิเวศในชุมชนรอบพื้นที่ปฏิบัติการ ปีที่ 4

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีจิตอาสา ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่โดยรอบพื้นที่ปฏิบัติการ ทั้งร้าน 7-eleven ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร โลตัส พื้นที่สถาบันการศึกษา ศูนย์กระจายสินค้า และอาคารสำนักงานทั่วประเทศ โดยสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน หน่วยงานรัฐ องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น ผ่านกิจกรรมปลูกต้นไม้ ขยายพันธุ์ ไม้สู่ชุมชน ปฏิบัติงานเป็นประจำอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว สร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และฟื้นฟูระบบนิเวศให้ดียิ่งขึ้น ปัจจุบันมีการปลูกต้นไม้สะสมมากกว่า 924,371 ต้น



2 การดำเนินงานร่วมกับคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจและภาคีเครือข่าย เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

ลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางบก

โครงการต่อเนื่อง “Next Gen New World” ปีที่ 18

โลตัสร่วมกับมูลนิธิพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ดำเนินโครงการ Next Gen New World ต่อเนื่อง เป็นปีที่ 18 เพื่อร่วมส่งเสริมให้เยาวชนตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อคงผืนป่าและระบบนิเวศน์ที่สมบูรณ์ให้คงอยู่อย่างยั่งยืน โดยมีการปลูกป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติทั่วประเทศ ดังนี้

- อุทยานแห่งชาติ ทับลาน อำเภอนาดี จังหวัดปราจีนบุรี
- เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสลักพระ ตำบลช่องสะเดา อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
- อุทยานแห่งชาติเขาสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- หน่วยจัดการต้นน้ำโป่งไคร้ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่
- อุทยานแห่งชาติถ้ำผาไท ตำบลบ้านหวด อำเภองาว จังหวัดลำปาง

ผลการดำเนินงาน ปี 2567

- เยาวชนเข้าร่วมอบรม 300 คน
- ครอบคลุมพื้นที่กว่า 190 ไร่ จำนวน 10,850 ต้น
- มอบเงินสนับสนุนโครงการ ปี 2567 มูลค่า 1 ล้านบาท ให้กับมูลนิธิพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางน้ำ

โครงการต่อเนื่อง “ปูม้ายั่งยืน คู่ทะเลไทย” ปีที่ 13

บริษัท ซีพีแรม จำกัด ดำเนินโครงการปูม้ายั่งยืน คู่ทะเลไทย อนุรักษ์พันธุ์ปูม้าในพื้นที่ทะเลอ่าวไทย และอันดามันเพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้คงความสมบูรณ์และสมดุลของระบบนิเวศในท้องทะเล โดยได้รับความร่วมมือจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่ ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ได้แก่ ชาวประมง (ผู้ส่งมอบวัตถุดิบเนื้อปู) บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ผู้ผลิตอาหาร) และผู้บริโภค รวมถึงสำนักงานประมงจังหวัด และศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง เขต 3 เป็นผู้สนับสนุนความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อให้การจัดการอนุรักษ์ คุ้มครอง และการพัฒนาการประมงปูม้าในทะเลไทยบรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมเก็บและแยกขยะในบริเวณชายหาดที่ปล่อยลูกพันธุ์ปูม้า เพื่อร่วมกันรักษาระบบนิเวศให้อยู่คู่กับสัตว์น้ำอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงาน ปี 2567

- ร่วมปล่อยลูกพันธุ์ปูม้า ระยะ Young Crab คืนสู่ท้องทะเลไทย กว่า 200,000 ตัว
- สะสม 1.4 ล้านตัว







โครงการ “ปลูกป่าชายเลน”

บริษัทร่วมกับศูนย์กระจายสินค้ามหาชัย ศูนย์กระจายสินค้าสุราษฎร์ธานี และชุมชน อนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศชายฝั่ง ในบริเวณพื้นที่ป่าชายเลนซึ่งเป็นแหล่งเพาะพันธุ์อนุบาลและเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ทะเล ในปี 2567 ปลูกป่า 400 ต้น

โลตัสร่วมมือกับภาคีเครือข่ายปลูกป่าชายเลน คลองบ้านอำเภอ

โลตัสร่วมกับสำนักงานทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งที่ 2 เข้าร่วมกิจกรรมปลูกป่าชายเลน คลองบ้านอำเภอ ณ บ้านแพน รีสอร์ท ตำบลนาจอมเทียน อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักเรียน ชุมชนชายฝั่ง และอาสาสมัครพิทักษ์ทะเล (อสทล.) ร่วมกันปลูกป่าชายเลนบริเวณพื้นที่คลองบ้านอำเภอ เพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชายเลนในพื้นที่บ้านอำเภอให้มีความอุดมสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และรักษาความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตและระบบนิเวศบริเวณคลองบ้านอำเภอให้มีความอุดมสมบูรณ์

โครงการ “สร้างบ้านให้ปลา สร้างอาชีพให้คน”

พื้นที่อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย เป็นแหล่งที่อยู่อาศัย ที่หลบภัย วางไข่และอนุบาลสัตว์น้ำ ซีพี ออลล์ ร่วมกับศูนย์วิจัยและพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลน รวมถึงภาคีเครือข่ายกลุ่มประมงพื้นบ้านเทศบาลคลองใหญ่ สภาเด็กและเยาวชนจังหวัดตราด จัดกิจกรรมทำซั้ง (บ้านปลา) จากเชือกป่านศรนารายณ์อันเป็นวัสดุธรรมชาติ ลดการปล่อยไมโครพลาสติกลงสู่ระบบนิเวศทางทะเล พร้อมทั้งเก็บขยะบริเวณแนวกันคลื่น ช่วยเสริมสร้างความสมัครสมานสามัคคีแก่คนในชุมชนอำเภอคลองใหญ่ และส่งต่อองค์ความรู้เพื่ออนุรักษ์ท้องทะเลจากรุ่นสู่รุ่นสืบไป รวมถึงขยายผลจัดกิจกรรมร่วมกับกลุ่มประมงพื้นบ้านชุมชนเจ๊กลัก และกลุ่มประมงพื้นบ้านตาหนึก จังหวัดตราด อีกด้วย





โครงการ “ไม่จับ-ไม่ซื้อ-ไม่ขาย” สัตว์น้ำทะเลวัยอ่อน

การอนุรักษ์ปริมาณสัตว์น้ำวัยอ่อน ซึ่งเป็นฐานที่สำคัญในห่วงโซ่อาหารของสัตว์ต่างๆ ในทะเล แม็คโครและโลตัสร่วมประกาศนโยบายสื่อสารและกำหนดมาตรการต่าง ๆ ต่อคู่ค้าที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่การตรวจสอบถึงแหล่งที่มา กำหนดและตรวจสอบขนาดชนิดพันธุ์ของสัตว์น้ำ อุปกรณ์และวิธีการทำประมง รวมถึงการอบรมสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้ผลิต คู่ค้าและกลุ่มประมงตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผลักดันให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการ จับสัตว์น้ำวัยอ่อนผ่านกลไกอุปสงค์อุปทานเพื่อผลักดันให้เกิดการทำประมงอย่างยั่งยืน

3 ปลูกป่า ปลูกอนาคต (ภายใต้การดำเนินการของ ซีพี ออลล์)

ภายใต้กรอบความร่วมมือเพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศและความหลากหลาย ร่วมกับชุมชน โรงเรียน และวัด และชุมชนทั่วภูมิภาค พร้อมกับจัดงานสัมมนาสร้างเครือข่ายปลูกป่า ปลูกอนาคต ปี 2567 ส่งมอบกล้าไม้ให้กับพนักงานและชุมชน จำนวน 200,000 ต้น 197 ชุมชน 32 จังหวัด ครอบคลุมพื้นที่ 1,000 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 4

บริษัทร่วมกับกลุ่มชุมชน 9 แห่ง และภาคีต้นน้ำ ส่งเสริมการปลูกฝังการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ผ่านการสนับสนุนแหล่งเพาะกล้าไม้ งบประมาณสร้างโรงเรือนเพาะพันธุ์ โรงเรือนอนุบาลกล้าไม้และการดูแลรักษา ทั้งนี้ กล้าไม้จากแหล่งเพาะภายในโครงการ “ปลูกป่า” จะถูกส่งต่อผ่านโครงการป่าล้อมวัด เพื่อไปปลูกที่บ้าน วัด โรงเรียน ชุมชน รวมถึงโครงการ “WE GROW for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน” ให้พนักงาน ร่วมปลูกไม้ยืนต้นต่อไป



ผลการดำเนินงาน ปี 2567

- เพาะพันธุ์กล้าไม้ 200,000 ต้น
- ครอบคลุมพื้นที่ 1,000 ไร่
- คนในชุมชนเข้าร่วมโครงการ 5,590 คน
- คาดการณ์ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1,900 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- เงินสนับสนุน 1.64 ล้านบาท





โครงการต่อเนื่อง “WE GROW for ALL เราปลูกเพื่อทุกคน” ปีที่ 4

ซีพี ออลล์ สนับสนุนให้พนักงานมีจิตอาสาและตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม โดยจัดกิจกรรมปลูกต้นไม้ในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น ร้าน 7-Eleven, ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร, โลตัส, สถาบันการศึกษา, ศูนย์กระจายสินค้า และอาคารสำนักงานทั่วประเทศอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยร่วมมือกับชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีและฟื้นฟูระบบนิเวศ

นอกจากนี้ ยังจัดสรรพันธุ์กล้าไม้และสนับสนุนกิจกรรม “อวดต้นไม้ของเรา” ให้พนักงานปลูกไม้ยืนต้นในพื้นที่ส่วนตัว พร้อมบันทึกการปลูกผ่านแอปพลิเคชัน “We Grow” ปี 2567 แจกจ่ายพันธุ์กล้าไม้ 4,635 ต้น ให้กับพนักงาน 1,545 คน



โครงการต่อเนื่อง “ป่าล้อมวัด” ปีที่ 4

ซีพี ออลล์ นำพันธุ์กล้าไม้จากโครงการชุมชนต้นน้ำปลูกป่าส่งมอบให้กับวัดและชุมชน เพื่อฟื้นฟูและคืนความสมบูรณ์ให้กับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ มุ่งส่งเสริมการปลูกป่าทดแทน เพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับชุมชน และสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน รวมถึงบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีคุณค่า



ผลการดำเนินงาน ปี 2567

- ส่งมอบพันธุ์กล้าไม้ 105,514 ต้น
- จำนวนวัด เข้าร่วมโครงการ 130 วัด
- จำนวนคนในชุมชนเข้าร่วมโครงการ 455,000 คน
- มูลค่าสนับสนุน 863,921 บาท
- คาดการณ์ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกได้ 1,002 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



โครงการต่อเนื่อง “ไผ่พอเพียง...สู่อนาคตที่ยั่งยืน (Bamboo Project)” ปีที่ 4

บริษัทร่วมกับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “สานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED” ภายใต้ภาคีไผ่ยั่งยืน สร้างรายได้ให้แก่โรงเรียน โดยการให้ความรู้เรื่องประโยชน์ของไผ่การเพาะพันธุ์ การปลูก การดูแลรักษา การใช้ประโยชน์ และการแปรรูปไผ่ ควบคู่ไปกับการรักษาสิ่งแวดล้อม จัดสรรทรัพยากรน้ำและดิน ผ่านรูปแบบการสัมมนาออนไลน์ ตลอดจนสนับสนุนพันธุ์กล้าไผ่ให้แก่โรงเรียนภาคีเครือข่าย

ผลการดำเนินงาน ปี 2567

- โรงเรียนและชุมชนเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการ 3 ราย
- ผู้เข้าร่วมโครงการ 14,939 คน (นักเรียน 172 คน ครู 10 คน และคนในชุมชน 14,757 คน)
- สนับสนุนพันธุ์กล้าไผ่ 700 ต้น
- คาดการณ์ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกได้ 6.65 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- มูลค่าสนับสนุน 49,000 บาท





โครงการต่อเนื่อง “โรงเรียนป่าไม้ (Forestry School Concept)” ปีที่ 3

บริษัทต่อยอดโครงการ “ไผ่พอเพียง..สู่อนาคตยั่งยืน” สู่โครงการ “ปลูกป่า ปลูกอนาคต” ส่งต่อองค์ความรู้ให้กับโรงเรียน โดยบูรณาการความรู้ด้านการปลูกต้นไม้ ในเนื้อหากลุ่มสาระต่าง ๆ ตามหลักสูตรแกนกลาง ประกอบด้วย

เรียนรู้การเพาะพันธ์กล้าไม้	รู้จักชนิด ประเภทของต้นไม้	การอนุบาลดูแลรักษากล้าไม้	การปลูก
การดูแลรักษาและใช้ประโยชน์	การรายงานผล การเก็บข้อมูลการเจริญเติบโต		การรณรงค์การปลูกและดูแลรักษาป่าไม้

ผลการดำเนินงาน ปี 2567

- โรงเรียนและสถานศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ 6 ราย
- ผู้เข้าร่วมโครงการ 9,309 คน (นักเรียน 2,142 คน ครู 148 คน และคนในชุมชน 7,019 คน)
- คาดการณ์ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกได้ 471.2 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า





4 การปลูกต้นไม้ของบริษัทในกลุ่ม

โครงการต่อเนื่อง CPRAM Green Life # แสนกล้าสู่แสนต้น ปีที่ 4

ซีพีแรมส่งมอบกล้าไม้ยืนต้นให้กับพนักงาน ชุมชน และผู้ที่สนใจทั่วประเทศ นำกล้าไม้ไปปลูกยังพื้นที่อาศัยและพื้นที่สาธารณะในชุมชนตามภูมิลำเนา เพื่อช่วยกระจายพื้นที่สีเขียว ฟื้นฟู และรักษาสมดุลของระบบนิเวศ และเพิ่มปริมาณต้นไม้ในการดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ ในปี 2567 ส่งมอบกล้าไม้ 1,100 ต้น สะสมกว่า 80,300 ต้น





โครงการต่อเนื่อง CPRAM Green Life #ปลูกเพื่อโลกยั่งยืน ปีที่ 4

ซีพีแรม ดำเนินการปลูกต้นไม้ทั้งป่าบก และป่าชายเลน กระจายไปตามจังหวัดซึ่งเป็นที่ตั้งของบริษัท ซีพีแรม จำกัด ทั้ง 7 แห่งทั่วประเทศ รวมถึงจังหวัดใกล้เคียง เพื่อมุ่งเพิ่มพื้นที่สีเขียว สร้างความสมดุลของโลก และเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ ในปี 2567 ปลูกต้นไม้ 11,292 ต้น บนพื้นที่กว่า 12,800 ตารางเมตร หรือกว่า 8 ไร่







การเข้าถึงอาหาร และน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี

“ซีพี ออลล์ ส่งมอบอาหารและน้ำดื่มคุณภาพ ปลอดภัย ถูกหลักโภชนาการ เพื่อสร้างเสริมสุขภาวะที่ดีอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งมุ่งมั่นทำให้ทุกคนเข้าถึงอาหารและน้ำที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตอย่างเท่าเทียม”



การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสุขภาวะที่ดี

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG2 ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการและส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

2.1 ยุติความหิวโหยและสร้างหลักประกันให้ทุกคนโดยเฉพาะคนที่ยากจนและอยู่ในภาวะเปราะบาง อันรวมถึงทารกได้เข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยมีโภชนาการ และเพียงพอตลอดทั้งปี

SDG3 สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดี และส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย

3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ารวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพ และเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัยมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้

SDG11 ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิต้านทานและยั่งยืน

11.5 ลดจำนวนการตายและจำนวนคนที่ได้รับผลกระทบและลดการสูญเสียโดยตรงทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของโลกที่เกิดจากภัยพิบัติ ซึ่งรวมถึงภัยพิบัติที่เกี่ยวกับน้ำโดยมุ่งเป้าปกป้องคนจนและคนที่อยู่ในสถานการณ์ที่เปราะบาง

SDG12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภค และผลิตที่ยั่งยืน

12.2 บรรลุการจัดการที่ยั่งยืน และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

12.4 บรรลุเรื่องการจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดตลอดวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้นด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตกลงกันแล้ว และลดการปลดปล่อยสิ่งเหล่านั้นออกสู่อากาศ น้ำ และดิน อย่างมีนัยสำคัญเพื่อจะลดผลกระทบทางลบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด

SDG17 การมีส่วนร่วมในเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

17.14 ยกระดับความสอดคล้องเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ความเสี่ยงและโอกาส

วิกฤตสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจที่ทวีความรุนแรงในปัจจุบัน รวมถึงการลดลงของผลผลิตการเกษตรจากปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยแล้งและน้ำท่วม ส่งผลต่อความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) อุปสรรคในการกระจายอาหารและน้ำจากภัยพิบัติธรรมชาติ ตลอดจนต้นทุนการผลิตและราคาสินค้าที่สูงขึ้น อาจเพิ่มความเสี่ยงต่อภาวะทุพโภชนาการในกลุ่มประชากรที่มีรายได้น้อยและกลุ่มเปราะบาง ทั้งนี้การรับมือกับวิกฤตอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถบรรเทาผลกระทบที่อาจนำไปสู่การละเมิดสิทธิในการเข้าถึงอาหารและน้ำได้ เช่น การกักตุนอาหาร การจำกัดสิทธิในการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย เป็นต้น ในการเข้าถึงมาตรฐานการครองชีพที่เหมาะสมและการดำรงชีวิตที่ดีต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายทั้งภาคธุรกิจและภาคการเกษตร เพื่อบรรเทาปัญหาการขาดแคลนอาหาร และป้องกันการละเมิดสิทธิขั้นพื้นฐานในการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างเสถียรภาพด้านอาหาร (Food Stability) จึงมุ่งมั่นสนับสนุนการเข้าถึงอาหารและน้ำที่เพียงพอ ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ ผ่านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ในปี 2567 ซีพี ออลล์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ร่วมส่งมอบถุงยังชีพ อาหารพร้อมรับประทาน และน้ำดื่มเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยในหลายพื้นที่ของประเทศไทย ให้คนไทยได้เข้าถึงอาหารและน้ำดื่มแม้ในภาวะวิกฤต ทั้งนี้บริษัทยังส่งเสริมระบบการผลิตภาคการเกษตรที่คำนึงถึงความสมดุลของระบบนิเวศและความคงอยู่ของทรัพยากรอาหารอย่างยั่งยืน

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

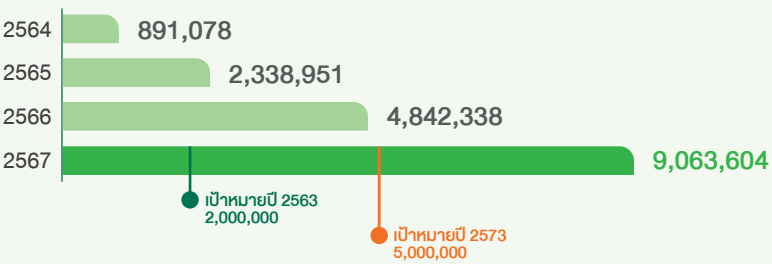
- มิติสังคม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- พื้นฐาน (Foundation Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

สนับสนุนผู้ที่ขาดแคลน กลุ่มคนยากจนและกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงอาหาร น้ำที่ปลอดภัย และการมีสุขภาวะที่ดี (หน่วย: รายสะสม)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- เด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยงที่ได้รับการส่งเสริมในการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย 4.22 ล้านราย
- ส่งมอบมื้ออาหารให้กับเด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้ และผู้ที่อยู่ในสถานการณ์เสี่ยง 6.16 ล้านมื้ออาหาร
- มูลค่าการบริจาค และสนับสนุนการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย 15.67 ล้านบาท
- ส่งมอบอาหารและน้ำ เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยให้สามารถเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย 873,897 ราย มูลค่าการสนับสนุน 1.60 ล้านบาท
- บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด บริษัทวิจัยและพัฒนาอาหาร ได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO 9001:2015
- การตรวจสอบย้อนกลับสินค้ามากกว่า 14,000 รายการ

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- โครงการ “ห้องน้ำเพื่อน้อง” จาก “บุญนิธิแสตมป์เซเว่น”
- โครงการต่อเนื่อง ซีพีแรม “เคียงข้างคนไทย ห่วงใยไม่ห่าง” ปีที่ 4
- โครงการต่อเนื่อง “อาหารดีพี่ ให้น้อง” ปีที่ 7
- โครงการ จิตสาธารณะ
- โครงการ ครัวปันอิ่ม
- โครงการส่งเสริมการเกษตรกรรมแบบยั่งยืน
- ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ ALL FOOD TECH
- โครงการตรวจสอบย้อนกลับ

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทติดตามสถานการณ์และประเมินระดับความมั่นคงทางอาหารตามประกาศและข้อกำหนดจากองค์กรอนามัยโลก เพื่อเสริมสร้างการมีเสถียรภาพด้านอาหารและลดปัญหาการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ไม่เพียงพอ รวมถึงส่งเสริมการมีสุขภาวะที่ดี โดยปฏิบัติตามมาตฐานสากลและนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน รวมถึงการตรวจสอบกระบวนการผลิต ตลอดจนสามารถตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาได้ ตลอดห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบจนถึงผู้บริโภค ครอบคลุมคู่ค้าลำดับต่าง ๆ ผ่านการรับรองมาตรฐานสากลด้านคุณภาพ ด้านความปลอดภัยอาหาร ด้านสวัสดิภาพสัตว์ ผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายทางการค้า การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพในประเด็นการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย ผ่านความร่วมมือกับเกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ขนส่ง ไม่เพียงสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค แต่ยังเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในกระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายอีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทดำเนินโครงการสนับสนุนกลุ่มผู้ยากไร้และกลุ่มเปราะบาง ได้แก่ เด็ก ผู้พิการ ผู้สูงอายุ ผู้ประสบภัย ผู้มีรายได้น้อย และผู้ที่มีความลำบากหรือขัดสนในการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย ในปี 2567 ซีพี ออลล์ ลงพื้นที่ส่งมอบอาหารพร้อมรับประทาน และน้ำดื่มแก่ผู้ประสบอุทกภัยให้มีโอกาสเข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่มีคุณภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในภาวะปกติและภาวะวิกฤต รวมถึง ส่งเสริมปรับปรุงห้องน้ำให้กับโรงเรียนในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อให้นักเรียนได้มีห้องน้ำที่สะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ สร้างรอยยิ้มและความสุขให้เยาวชนไทยอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย

- ส่งเสริมกลุ่มผู้ยากไร้และกลุ่มเปราะบาง เข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย 4.22 ล้านราย
- มูลค่าการบริจาค และการสนับสนุนการเข้าถึงอาหาร 15.67 ล้านบาท
- การเรียกคืนสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค 45 กรณี

ผลผลิตทางการเกษตรที่ได้รับรองมาตรฐานด้านการผลิตอย่างยั่งยืน

ประเภทผลผลิตทางการเกษตร (Agricultural Crops)	มาตรฐาน	ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)	ปริมาณการจัดซื้อเทียบกับการจัดซื้อวัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)
น้ำมันปาล์ม	RSPO	45.87	15.86
ถั่วเหลือง	US Soy Sustainability,non Amazon Biome Ceriicicate	76.08	13.22
น้ำตาล	BONSUCRO	14.82	9.77
โกโก้	FSSC22000,Rainforest,GAP	38.46	5.31
กาแฟ	Fair Trade	16.61	13.42
ธัญพืช (ข้าว ข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ ข้าวโพด)	BRC, GAP, HACCP	35.04	14.99
สินค้าอื่น ๆ	GAP, Q Organic	34.51	6.33

ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการผลิตอย่างยั่งยืน

ประเภทผลิตภัณฑ์จากสัตว์ (Animal Products)	มาตรฐาน	ได้รับการรับรอง (ร้อยละ)	ปริมาณการจัดซื้อเทียบกับการจัดซื้อวัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)
ผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ	ASC,BRC,GHPs ,GAP ,HACCP, BAP, GDST	50.98	5.62
ผลิตภัณฑ์จากโค	BRC,BBFAW, GAP,Livestock OK	32.75	1.99
ผลิตภัณฑ์นม	BRC,GAP.GMP	20.19	20.56
ผลิตภัณฑ์จากสุกร	BRC,BBFAW, Livestock OK, GAP	68.41	35.90
ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ปีก	BRC,BBFAW, Livestock OK, GAP	65.05	26.48
ผลิตภัณฑ์จากการประมง	MSC, BRC,GAP, MarinTrust, GDST	43.94	9.45

โครงการที่สำคัญ ปี 2567

ตามนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน บริษัทสนับสนุนกิจกรรมและดำเนินโครงการด้านความมั่นคงทางอาหารผ่าน 3 แนวทางหลัก ดังนี้

แนวทางการดำเนินงานด้านความมั่นคงทางอาหาร

การมีอาหารที่เพียงพอ (Food Availability)	คุณค่าทางโภชนาการและความปลอดภัย (Food Utilization)	การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย (Food Accessibility)
การเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีประโยชน์ ขจัดปัญหาความอดอยากและขาดสารอาหาร	ยกระดับกระบวนการผลิตอาหารที่อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการเกษตรกรรมยั่งยืน เพื่อให้มีอาหารที่เพียงพอและมีคุณภาพ	ยกระดับมาตรฐานการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ

1 การเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย (Food Accessibility)

ส่งมอบโอกาสเข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่มีคุณภาพแก่ผู้ประสบอุทกภัย

- ภายใต้โครงการ “จิตสาธารณะ” ซีพี ออลล์ ร่วมกับสำนักปฏิบัติการพื้นที่ ทีมงานจิตสาธารณะ สำนักประสานรัฐกิจ ทีมเรือเจ็ทสกี ชมรมบรรเทาภัยเฉพาะกิจ ลงพื้นที่เข้าช่วยเหลือฟื้นฟูพื้นที่ พร้อมส่งมอบน้ำดื่มสะอาด ขนมปัง ข้าวสาร ปลากระป๋อง แก่ผู้ประสบภัยจากเหตุการณ์น้ำท่วมในพื้นที่ทั่วประเทศ อาทิเช่น จังหวัดน่าน จังหวัดแพร่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดสุโขทัย



จังหวัดสงขลา เป็นต้น เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนและเสริมสร้างสุขอนามัยที่ดีให้แก่ผู้ประสบภัย ปี 2567 มีผู้ประสบภัยได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่ปลอดภัย จำนวนทั้งหมด 873,897 ราย คิดเป็นมูลค่าการสนับสนุน 1.60 ล้านบาท



- ภายใต้โครงการต่อเนื่อง ซีพีแรม “เคียงข้างคนไทย ห่วงใยไม่ห่าง” ปีที่ 4 โดยการลงพื้นที่ประสบภัยจัดตั้งครัวกลาง ส่งมอบอาหารพร้อมรับประทาน เบเกอรี่ และน้ำดื่ม ให้กับผู้ประสบภัยในทุกวิกฤติ อาทิเช่น ช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อนผู้ประสบภัยน้ำท่วมหนักในพื้นที่จังหวัดเชียงราย และน่าน โดยจัดทำถุงห่วงใย กว่า 5,000 ชุด ส่งมอบกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ ผู้ประสบภัย ผู้ที่ขาดแคลน ยากจน และกลุ่มเปราะบาง นอกจากนี้ยังได้ส่งมอบอาหารและน้ำดื่มที่ปลอดภัย ให้กับกลุ่มผู้เปราะบางในโอกาสต่าง ๆ โดยในปี 2567 มีผู้ที่ได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่ปลอดภัย จำนวนทั้งหมด 50,438 ราย คิดเป็นมูลค่าการสนับสนุน 1.7 ล้านบาท





- ซีพี แอ็กซ์ตร้า ลงพื้นที่ช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมในเขตภาคเหนือ ภาคอีสานและภาคใต้ รวม 14 จังหวัด สนับสนุนสินค้าอุปโภคบริโภค พร้อมอุปกรณ์ทำความสะอาด สิ่งของที่จำเป็น รวมมูลค่ากว่า 1.5 ล้านบาท มอบให้กับประชาชนในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วม รวมถึงช่วยเหลือในการฟื้นฟูอาคารบ้านเรือนของประชาชนที่ได้รับผลกระทบ





ส่งมอบโอกาสเข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่มีคุณภาพ แก่ เด็ก เยาวชน ผู้ยากไร้และกลุ่มเปราะบาง

- ซีพี ออลล์ ร่วมกับมูลนิธิสานอนาคตการศึกษา คอนเน็กซ์อีดี (CONNEXT ED) สนับสนุนโรงเรียนภายใต้สังกัด สพฐ. โดยบริษัทดำเนินโครงการ อาทิ โครงอุทยานการเรียนรู้แดนมหัศจรรย์เรื่องราวของพ่อ เพื่อสร้างแหล่งเรียนรู้การผลิตน้ำดื่มที่สะอาด ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะอย่างเพียงพอ รวมถึงสร้างรายได้ให้แก่โรงเรียน นักเรียนได้เรียนรู้และฝึกทักษะอาชีพ โดยสามารถส่งเสริมการเข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่ปลอดภัย จำนวนทั้งหมด 372 ครัวเรือน จำนวน 1,426 ราย











- ซีพี แอ็กซ์ตร้า ภายใต้โครงการต่อเนื่อง “อาหารดีที่ให้น้อง” ปีที่ 7 มอบเงินสนับสนุนกว่า 2.6 ล้านบาท พร้อมตั้งเป้าส่งมอบวัตถุดิบอาหารกลางวันคุณภาพกว่า 3 ล้านมื้อ ตลอดปีการศึกษา 2567 ให้นักเรียนกว่า 38,555 คน กว่า 208 โรงเรียน จาก 77 จังหวัดทั่วประเทศ ได้เข้าถึงอาหารที่ดีมีประโยชน์ ปลอดภัย และถูกต้องตามหลักโภชนาการ

- ซีพีแรม ส่งมอบอาหารพร้อมรับประทาน ได้แก่ ติ่มซำ เจดดราก้อน เบเกอรี่ เลอแปง และน้ำดื่ม ให้กับเด็กและเยาวชน สถานสงเคราะห์เด็กหญิงบ้านราชวิถี ในโครงการ “ครัวปันอิ่ม” แจกข้าวกล่องเพื่อน้อง ๆ บ้านราชวิถี ปี 2567 มีเด็กและเยาวชนได้รับการส่งเสริมการเข้าถึงอาหารและน้ำดื่มที่ปลอดภัย จำนวนทั้งหมด 450 ราย คิดเป็นมูลค่าการสนับสนุน 25,000 บาท



ส่งมอบโอกาสการมีสุขภาวะที่ดีแก่เด็กและเยาวชน

โครงการ “ห้องน้ำเพื่อน้อง” จาก“บุญนิธิแสตมป์เซเว่นฯ”

เพราะการศึกษา เริ่มต้นที่ห้องน้ำ ปัญหาห้องน้ำที่ไม่เพียงพอและไม่ถูกสุขลักษณะ เป็นอุปสรรคต่อการศึกษาและสุขอนามัยของเด็ก ๆ บริษัทนำเงินบริจาคจากแสตมป์เซเว่นฯ ที่ลูกค้าทั่วประเทศร่วมกันบริจาคไปปรับปรุงห้องน้ำให้กับโรงเรียนที่ขาดแคลนทั่วประเทศ รวมถึงโรงเรียนที่ประสบภัยน้ำท่วม ทำให้พวกเขามีโอกาสเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิต ช่วยสร้างความเท่าเทียมทางโอกาสให้กับเด็ก ๆ ในพื้นที่ห่างไกล ส่งเสริมสุขอนามัยที่ดีให้กับเด็ก ๆ ลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคติดต่อต่าง ๆ ในปี 2567 บริษัทปรับปรุงห้องน้ำให้กับโรงเรียนในชุมชนท้องถิ่น และโรงเรียนที่ประสบภัยน้ำท่วม รวมกว่า 100 แห่งในภูมิภาคต่าง ๆ

2 การมีอาหารที่เพียงพอ (Food Availability) และการส่งเสริมเกษตรกรรมยั่งยืน

โครงการต่อเนื่อง ส่งเสริมลดการใช้น้ำ

การเกษตรแบบไม่ไถพรวน



โครงการปลูกกล้วย โดยใช้ต้นตอเก่าเพื่อ ลดการไถพรวนลงได้ปีละ 1 ถึง 2 ครั้ง

กลุ่มเป้าหมาย เกษตรกรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวนเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ 70 ราย พื้นที่โครงการรวม 1,143 ไร่

ผลลัพธ์ ลดต้นทุนการผลิตเรื่องการไถพรวน ร้อยละ 13.20 ของต้นทุนการผลิต

การจัดการและเทคโนโลยี



โครงการพลาสติกคลุมแปลงกล้วย การใช้พลาสติกคลุมดินเพื่อเก็บกักความชื้น และลดการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืช และแมลง โดยใช้บิวเวอร์เลีย (Beauveria) และเมตาไรเซียม (Metarhizium) ทดแทน ซึ่งเป็นเชื้อราธรรมชาติกำจัด หนอน และแมลง

กลุ่มเป้าหมาย เกษตรกรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวนเกษตรกร 63 ราย พื้นที่โครงการรวม 443 ไร่

ผลลัพธ์ ลดการใช้น้ำได้ ร้อยละ 50 ลดการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืช ร้อยละ 50 และลดการใช้สารเคมีกำจัดแมลง ร้อยละ 50

โครงการต่อเนื่อง ลดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์



โครงการผักเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมเกษตรอินทรีย์กลุ่มผักสลัด

กลุ่มเป้าหมาย สินค้ากลุ่มผักสลัดอินทรีย์ 6 รายการ (SKUs) ได้แก่ ผักสลัดอินทรีย์รวมผักสลัดกรีนโอ๊คอินทรีย์ ผักสลัดเรดโอ๊คอินทรีย์ ผักสลัดคอสอินทรีย์สลัดมิกซ์พร้อมทานและผักสลัดคอสอินทรีย์พร้อมรับประทาน ตรา อีซีเฟรช

ผลลัพธ์ ลดการใช้สารเคมี เช่น Carbaryl, Difenoconazole, Abamectin, ปุ๋ยเคมีทุกชนิด ร้อยละ 100 เป็นต้น (เนื่องจากระบบการปลูกพืชแบบอินทรีย์จะต้องงดเว้นการใช้สารเคมีทุกชนิดร้อยละ 100)

การใช้สารกำจัดศัตรูพืชแบบ “ฉลาด”



โครงการติดกับดักแมลงที่แปลงปลูกพืช เพื่อหาชนิดแมลงในแปลงปลูก และเลือกใช้สารเคมีที่จำเพาะต่อชนิดแมลง

กลุ่มเป้าหมาย สินค้ากลุ่มผักสลัด

ผลลัพธ์ ลดการใช้สารเคมี ร้อยละ 20

ระบบการผลิตแบบปิด

โครงการฟาร์มปลาชีวภาพสู่ความยั่งยืน ส่งเสริมให้คู่ค้าเพาะเลี้ยงปลาดุกและปลานิลในระบบปิดแบบเบ็ดเสร็จ ที่สามารถควบคุมคุณภาพ ความสะอาดปลอดภัย ตลอดจนสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอน นอกจากนี้ ยังเป็นการควบคุมปัจจัยในการผลิต ลดปัญหาการผลิตไม่เพียงพอจากวิกฤตทางน้ำ ลดการปล่อยน้ำเสียในน้ำสาธารณะ

กลุ่มเป้าหมาย เกษตรกรเพาะเลี้ยงปลาดุกและปลานิล

โครงการต่อเนื่อง รักษาคุณภาพของดิน

ความถี่และความเข้มของการไถพรวน



โครงการปลูกกล้วย โดยใช้ต้นตอเก่าเพื่อลดการไถพรวนลงได้ปีละ 1- 2 ครั้ง

กลุ่มเป้าหมาย เกษตรกรไร่กล้วย 70 ราย พื้นที่เพาะปลูก 1,143 ไร่

ผลลัพธ์ ลดต้นทุนการไถพรวนลงได้ ร้อยละ 13.20

โครงการต่อเนื่อง ป้องกันการทำลายระบบนิเวศ

การรับรองการผลิตที่ปราศจากการตัดไม้ทำลายป่า

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

กลุ่มเป้าหมาย คู่ค้ากลุ่มบรรจุภัณฑ์ของซองแซนวิชอบร้อน ซองกระดาษขนมปัง และซองกระดาษหุ้มหลอด รวมถึงคู่ค้ากลุ่ม Supply use ได้แก่ กระดาษใบเสร็จ และกระดาษชำระ

ผลลัพธ์ ในปี 2567 บริษัทใช้กระดาษที่มาจากแหล่งที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน 2,834.26 ตัน

การรับรองการผลิตที่ยั่งยืน MSC, ASC

โครงการสินค้าที่ได้รับการรับรอง Marine Stewardship Council (MSC) และ Aquaculture Stewardship Council (ASC) เป็นการจัดหาสินค้าอาหารทะเลชั้นเลิศจากแหล่งที่ผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐานการทำประมงยั่งยืน อาทิ สินค้าภายใต้แบรนด์ Ocean Gems จากบริษัท Indoguna Lordly ในเครือ ซีพี แอ็กซ์ตร้า ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืน (MSC) และด้านการบริหารจัดการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ (ASC) เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางจากผู้เชี่ยวชาญระดับโลก ในฐานะเกณฑ์ที่ดีที่สุดสำหรับมาตรฐานด้านการประมงอย่างยั่งยืนและรับผิดชอบ โดยมีสินค้ากว่า 200 รายการสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน MSC, ASC

นอกจากนี้ ซีพี ออลล์ ตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและการส่งเสริมการทำประมงและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความมั่นคงทางอาหารและระบบนิเวศทางทะเลที่สมบูรณ์ ด้วยเหตุนี้ เราจึงให้ความสำคัญกับการสนับสนุนสินค้า MSC และ ASC ซึ่งเป็นมาตรฐานระดับสากลที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก ผ่านการตรวจสอบแหล่งที่มาและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน MSC และ ASC เพื่อนำเสนอเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคอีกด้วย

ผลลัพธ์ ในปี 2567 บริษัทมียอดซื้อสินค้าอาหารทะเลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน MSC และ ASC จำนวน 8,730 ล้านบาท

โครงการต่อเนื่อง ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การลดระยะทางการขนส่ง

โครงการสร้างแหล่งรับซื้อสินค้าเกษตรที่แหล่งผลิต และส่งเสริมให้ปลูกพืชรอบ ๆ แหล่งรับซื้อ รวมทั้งส่งสินค้าที่คลังสินค้าที่ใกล้ที่สุด

กลุ่มเป้าหมาย เกษตรกร และโรงคัดบรรจุ

ผลลัพธ์ สร้างแหล่งรับซื้อในชุมชนจากคู่ค้ากว่า 26 ราย กระจายทั่วภูมิภาคของประเทศ

การขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในร้านขายปลีก

โครงการสนับสนุนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจากชุมชน หรือสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในร้าน 7-Eleven โดยคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และผลิตภัณฑ์ที่มีบาร์โค้ด ผลิตภัณฑ์ที่ถูกคัดเลือกจะนำมาจัดเรียง พร้อมทั้งติดสื่อประชาสัมพันธ์ในร้าน 7-Eleven 3,882 สาขา โดยคัดสรรสาขาที่ตรงกับกลุ่มลูกค้า เพื่อทดลองขายและติดตามยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ กรณีผ่านเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดจะมีการขยายผลการจำหน่ายไปยังร้าน 7-Eleven ในระดับจังหวัด ภูมิภาค และทั่วประเทศต่อไปตามลำดับ ร่วมสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน และ ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี จาก 137 ชุมชนทั่วประเทศ โดยการเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ่านร้านสาขาของ 7-Eleven

กลุ่มเป้าหมาย วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (SMEs)

ผลลัพธ์ สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน และผู้ประกอบการเอสเอ็มอีกว่า 589 รายการ ได้รับการขยายผลไปยัง 137 ชุมชน จัดจำหน่ายในร้าน 7-Eleven 3,882 สาขา

การขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในร้านขายปลีก

โครงการร่วมสนับสนุนสินค้าและผลิตผลทางการเกษตรจากกลุ่มเกษตรกรในท้องถิ่น และผู้ประกอบการรายย่อยในแต่ละพื้นที่ ซึ่ง ซีพี แอ็กซ์ตร้า ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง พร้อมการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าให้สามารถยกระดับการผลิตที่ได้มาตรฐาน และมีรายได้ที่มั่นคงยั่งยืน และเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพมีความปลอดภัยด้านอาหาร

ผลลัพธ์

- สนับสนุนผลิตผลทางการเกษตรจากกลุ่มเกษตรกรในท้องถิ่นกว่า 80,984 ตัน มูลค่า 8,707 ล้านบาท
- รับซื้อเนื้อไก่ ไข่ไก่ออร์แกนิก (เลี้ยงตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ซึ่งมีข้อกำหนด อาหารที่ใช้เลี้ยงต้องปราศจากสารเคมีสังเคราะห์ ยาปฏิชีวนะ และฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโต รวมถึง การเลี้ยงดูไก่แบบปล่อยอิสระและแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ) และนมกว่า 6,845.65 ตัน มูลค่าการสนับสนุน 582 ล้านบาท
- สนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 197 รายการ มูลค่า 969,250 บาท

3 คุณค่าทางโภชนาการและความปลอดภัย (Food Utilization)

ศูนย์ปฏิบัติการทดสอบ ALL FOOD TECH

ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ จัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ให้มีความรู้ความสามารถ พัฒนามาตรฐานการผลิตและผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและปลอดภัย เพื่อส่งต่อผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยมีการจัดอบรมให้คำแนะนำในด้านการผลิตและการพัฒนา ทั้งในส่วนการผลิตและตัวผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งให้บริการทดสอบวิเคราะห์อาหารในห้องปฏิบัติการ โดยดำเนินงานภายใต้มาตรฐานสากล ISO/IEC 17025 : 2017 ซึ่งเป็นมาตรฐานของห้องปฏิบัติการที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล เป้าหมายหลักคือ เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาและผลักดันผู้ประกอบการด้านอาหารให้สามารถส่งต่อผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพมีความปลอดภัยสู่สังคม

โครงการมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์

ซีพี ออลล์ ร่วมกับ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) คู่ค้าหลักเรื่องวัตถุดิบของบริษัท ดำเนินงานภายใต้นโยบายและแนวทางด้านการจัดการสวัสดิภาพสัตว์ ส่งมอบวัตถุดิบที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารจากสถาบันและองค์กรชั้นนำระดับสากล เช่น การประเมินภาคธุรกิจด้านสวัสดิภาพสัตว์เลี้ยงในฟาร์ม (Business Benchmark on Farm Animal Welfare: BBFAW) มาตรฐานความยั่งยืนของสัตว์น้ำทางทะเล (MSC: Marine Stewardship Council) เป็นต้น

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์การรับรองมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์



สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ นโยบายด้านสวัสดิภาพสัตว์

ซีพี แอ็กซ์ตร้า มุ่งมั่นสนับสนุนเกษตรกรผู้ผลิตไข่จากแม่ไก่ที่ไม่ขังกรง ร่วมมือพันธมิตรธุรกิจ King Fresh Farm ผู้ประกอบการ เอสเอ็มอีไทย ที่ผลิตไข่ไก่ออร์แกนิคคุณภาพผ่านการรับรองมาตรฐานจากทั้งในทวีปยุโรป และอเมริกา ได้แก่ EU, NOP & USDA (USA) รายแรกในประเทศไทย ผลิตไข่ไก่ออร์แกนิคที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ ภายใต้แบรนด์ “Aro Gold” ร่วมมือกับเกษตรกรผู้ผลิตไข่ไก่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อบรมให้ความรู้แก่เกษตรกร พัฒนากระบวนการผลิตไข่ไก่แบบไม่ขังกรง พร้อมรณรงค์ให้ความรู้แก่ลูกค้าและประชาชนทั่วไป เป็นทางเลือกให้ลูกค้าได้ซื้อผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ส่งเสริมสวัสดิภาพ ไม่ใช้ยาปฏิชีวนะ สารเร่งฮอร์โมน และสารเร่งการเจริญเติบโตตลอดการเลี้ยง เพื่อเพิ่มความปลอดภัยและคุณค่าทางอาหาร นอกจากนี้ ยังร่วมมือกับผู้ผลิตไข่ไก่รายใหญ่อย่าง ซีพีเอฟ ตั้งเป้าเพิ่มปริมาณการผลิตไข่ไก่แบบไม่ขังกรงให้มากขึ้นทุกปี เพิ่มจำนวนการผลิตเพื่อช่วยให้สามารถจำหน่ายไข่จากแม่ไก่อารมณ์ดีในราคาที่เข้าถึงได้มากขึ้น

การกำหนดคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์

บริษัทกำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand) กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภค พร้อมดำเนินโครงการสนับสนุนตลอดกระบวนการเพาะปลูก การผลิต การรับสินค้า การจัดและการกระจายสินค้า รวมถึงการจำหน่ายให้บริการในร้าน 7-Eleven แม็คโคร และโลตัส

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บท “การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี” หน้า 136-156

โครงการตรวจสอบย้อนกลับ

ซีพี แอ็กซ์ตร้า นำเสนอนโยบายอาหารปลอดภัยตรวจสอบย้อนกลับได้ นโยบายด้านอาหารปลอดภัย เป็นแหล่งรวมอาหารสดและวัตถุดิบคุณภาพ นำเทคโนโลยี QR Code เชื่อมการเข้าถึงข้อมูลเสริมประสิทธิภาพการตรวจสอบย้อนกลับสินค้ามากกว่า 14,000 รายการ เพื่อให้ลูกค้าตรวจสอบย้อนกลับและเข้าถึงรายละเอียดเชิงลึก อาทิ แหล่งผลิต ข้อมูลทางโภชนาการ รวมถึงเมนูอาหาร โดยแม็คโครดำเนินงานภายใต้ระบบ “Makro i-Trace” และการดำเนินงานของโลตัสภายใต้ระบบ “e-traceability” ปัจจุบันฐานข้อมูลสำหรับการตรวจสอบย้อนกลับและข้อมูลด้านโภชนาของแม็คโคร และโลตัส มีการพัฒนาขยายขอบเขตสินค้าอย่างต่อเนื่องในหลายกลุ่ม อาทิ เบเกอรี่ อาหารแปรรูป และขยายการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการตรวจสอบย้อนกลับไปยังสาขาต่างประเทศของแม็คโคร อาทิ สาขาในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ บท “การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี” หน้า 136-156

ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

"ซีพี ออลล์ มุ่งสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันที่ดีระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้เสีย โดยเน้นการสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ตรงกัน เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต"



ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



SDG16 **ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรมและสร้างสถาบันที่มีประสิทธิผลรับผิดชอบและครอบคลุมในทุกระดับ**

16.7 สร้างหลักประกันว่าจะมีกระบวนการตัดสินใจที่มีความรับผิดชอบ ครอบคลุม มีส่วนร่วมและมีความเป็นตัวแทนที่ดีในทุกระดับการตัดสินใจ

16.10 สร้างหลักประกันว่าสาธารณชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีการปกป้องเสรีภาพขั้นพื้นฐานโดยเป็นไปตามกฎหมายภายในประเทศและความตกลงระหว่างประเทศ

ความเสี่ยงและโอกาส

การดำเนินธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบร้านสะดวกซื้อ อาจส่งผลกระทบเชิงลบต่อคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการในชุมชนโดยรอบ อาทิ การลดโอกาสทางธุรกิจหรือการสร้างการแข่งขันที่ไม่สมดุล อาจนำไปสู่ความกังวลและความขัดแย้งระหว่างองค์กรและชุมชน ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรและอาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจหยุดชะงัก การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบคอบและมีประสิทธิภาพต้องยึดหลักการกำกับดูแลที่โปร่งใสและยุติธรรม คำนึงถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างเปิดกว้าง และปฏิบัติต่อทุกกลุ่มด้วยความเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน เพื่อลดความขัดแย้งและเสริมสร้างความร่วมมือในระยะยาวเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า เสริมสร้างความเชื่อมั่นในองค์กร และนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจที่สมดุลและยั่งยืน สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรอบ

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

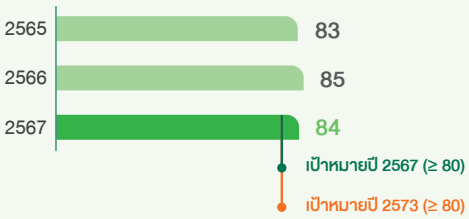
- มิติสังคม

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- พื้นฐาน (Foundation Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

ระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสียหลักทุกกลุ่มที่มีต่อบริษัท (หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- ซีพี ออลล์ ได้รับรางวัลระดับสากล “งานนักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยมแห่งเอเชีย และรางวัล “ความยั่งยืนแห่งเอเชีย2024” จัดโดยนิตยสาร Corporate Governance Asia สื่อชั้นนำด้านการเงินของฮ่องกงและเอเชียที่มุ่งเสนอประเด็นด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- ซีพีแรม ได้รับรางวัลดีเด่นองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ปี 2567 ต่อเนื่อง ปีที่ 4
- ซีพี ออลล์ ได้รับการจัดอันดับบริษัทที่น่าทำงานที่สุดในประเทศไทย ประจำปี 2567 จากกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ โดยขยับจากอันดับที่ 48 ในปีที่แล้ว ขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 17 ในปี 2567
- ซีพี แอ็กซ์ตร้า ได้รับรางวัลระดับสากล “HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2024
- โกซอฟท์ ได้รับรางวัล Best Holistic Leadership Development Strategy และ Best Graduate Training Programmed ระดับ Gold จากงาน Employee Experience Awards 2024 Thailand (EXA) จัดโดย Human Resources Online จากประเทศสิงคโปร์ ซึ่งพิจารณาจากวิสัยทัศน์ เป้าหมายองค์กร การดำเนินธุรกิจ และแนวทางการพัฒนาประสบการณ์ที่ดีของพนักงานในทุกด้าน

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- พัฒนากระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย



แนวทางการดำเนินงาน

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทจึงใช้มาตรฐาน AA1000 SES เป็นกรอบแนวทางในการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย 9 กลุ่มหลัก ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า (ผู้ส่งมอบสินค้าหรือบริการและเจ้าหนี้ทางการค้า) สังคม/ชุมชน (รวมถึงกลุ่มเปราะบาง) พนักงานและครอบครัว ผู้นำทางความคิด (สื่อมวลชน องค์กรภาคประชาสังคม และองค์กรพัฒนาเอกชน) พันธมิตรธุรกิจ (ผู้ให้เช่าสถานที่และสโตร์พาร์ทเนอร์) ภาครัฐ (ทั้งระดับประเทศและท้องถิ่น) ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน และผู้ให้สิทธิ์ใช้เครื่องหมายทางการค้า

บริษัทเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากทุกฝ่าย ทั้งในสถานการณ์ปกติและภาวะวิกฤต ผ่านกระบวนการสัมภาษณ์ เพื่อระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน 3 มิติ (เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม) รวมถึงช่องทางรับข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน ข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้บริษัทกำหนดกรอบการดำเนินงานเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ และใช้เป็นแนวทางในการจัดทำรายงานความยั่งยืนอีกด้วย

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

การสนับสนุนองค์กรภายนอกและสมาคมต่าง ๆ

(หน่วย: บาท)

กิจกรรม	2564	2565	2566	2567
การวิ่งเต้นเพื่อเปลี่ยนแปลงหรือโน้มน้าวความคิดของสมาชิกสภานิติบัญญัติ	0	0	0	0
การรณรงค์ การหาเสียงทางการเมือง/สมาคม/ผู้สมัคร	0	0	0	0
สมาคมการค้าหรือกลุ่มที่ได้รับการยกเว้นภาษี (เช่น กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ)	2,531,880.71	4,282,157.29	5,580,115.21	4,673,589.10
อื่น ๆ (เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับมาตรการการลงคะแนนเสียงหรือประชามติ)	0	0	0	0
รวมทั้งหมด	**2,531,880.71**	**4,282,157.29**	**5,580,115.21**	**4,673,589.10**

การมีส่วนร่วมกับสมาคม หน่วยงานภาครัฐ ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

บริษัทเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับทุกภาคส่วน เพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมไทย โดยสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินโครงการ พร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้ทรงคุณวุฒิของบริษัททำหน้าที่ ให้คำปรึกษาแก่สมาคมต่าง ๆ ดังนี้

ลำดับ	สมาคม/ หน่วยงาน	งบประมาณปี 2567 (บาท)
1	สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย	2,537,500
2	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	1,582,659
3	หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	1,121,245
4	สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	747,585
5	กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม	50,000

การเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับทุกภาคส่วนทั้งระดับประเทศ และระดับสากล

บริษัทเข้าร่วมเครือข่ายความร่วมมือขององค์กรระดับประเทศและระดับสากล เพื่อร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน และส่งเสริมการบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัท ผ่านการร่วมยกร่างมาตรฐาน วางแผนและขับเคลื่อนโครงการ หรือกิจกรรม พร้อมทั้งเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมถึงร่วมประเมินผลและรายงานความคืบหน้าของการดำเนินการ ดังนี้

	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน										
	ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต	แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน และอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	การพัฒนาทุนมนุษย์	การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ	สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต	การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร	การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน
UN Global Compact (UNGC)	●	●						●	●		●
CDP								●	●		
สมาคมเครือข่ายโกลบอลคอมแพ็กแห่งประเทศไทย (Global Compact Network Thailand: GCNT)	●	●						●	●		●
สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	●										
แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย	●		●								
หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย					●		●				
มูลนิธิสานอนาคตการศึกษาคอนเน็กซ์ อีดี				●		●				●	●

		ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน										
		ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต	แนวปฏิบัติการใช้แรงงาน และอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล)	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ	การพัฒนาทุนมนุษย์	การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ	สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต	การเสริมสร้างสุขภาพและสุขภาวะที่ดี	การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร	การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน
เครือข่ายอุดมศึกษา เครือข่ายอาชีวศึกษาทั้งภาครัฐ และเอกชน	HEDNet				●		●					●
เครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network:TCNN)	carbon neutral network								●	●		
ภาคีเครือข่ายกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม											●	
มูลนิธิรักษ์อาหาร (SOS Thailand)												●
มูลนิธิ VV Share Foundation	vv share											●
สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย	TEI THAILAND ENVIRONMENT INSTITUTE								●		●	

โดยในปี 2567 ซีพี ออลล์ ได้เข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับทุกภาคส่วน ให้การสนับสนุนโครงการแก่หน่วยงานต่าง ๆ อาทิ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมคุณภาพและสิ่งแวดล้อม และกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจน องค์กรภายนอกและสมาคมต่าง ๆ เพื่อการสนับสนุน ขับเคลื่อน รวมถึงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งกับสังคมและประเทศชาติ โดยให้การสนับสนุนโครงการในหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้าร่วม ตามประเด็นและกิจกรรม ดังนี้

สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
▶ การสนับสนุนองค์กรภายนอกและสมาคมต่าง ๆ



ประเด็นที่บริษัทมีส่วนร่วมกับสมาคมผลักดันในปี 2567	ร่วมกับหน่วยงาน	รายละเอียดและการมีส่วนร่วม	จำนวนเงินสนับสนุน (บาท)
การส่งเสริมนวัตกรรมและเทคโนโลยียกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย • สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) เป็นองค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร รวมทั้งเป็นตัวแทนของภาคอุตสาหกรรมไทยและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อขยายความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาอุตสาหกรรมไปยังภาครัฐทั้งในและต่างประเทศ	เชื่อมั่นอาหารปลอดภัยให้กับลูกค้า • ถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานที่สำคัญต่อความปลอดภัยของผู้บริโภค ข้อกฎหมาย และการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการเข้าสู่ Modern Trade • จัดงาน “เจรจาธุรกิจ (Business Matching)” เพื่อเปิดโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี รวมถึงให้คำปรึกษา • นำเสนอนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ช่วยลดการใช้พลังงาน ผ่านการทำงานความร่วมมือ 11 องค์กรภายใต้โครงการ Thailand Synergy เพื่อเอสเอ็มอีไทย	**1,582,659**
การส่งเสริม พัฒนาศักยภาพ และโอกาสการประกอบธุรกิจของเอสเอ็มอี (SMEs)	หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย • หอการค้า และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นสถาบันกลางในการประสานงานทางการค้าและเศรษฐกิจระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐบาล ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อรัฐบาล เกี่ยวกับนโยบายและมาตรการส่งเสริมพัฒนา และแก้ไขปัญหาการประกอบธุรกิจ และการพัฒนาเศรษฐกิจและการค้าของประเทศ	• ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการยุทธศาสตร์หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย วาระปี 2566-2567 รวม 16 คณะ อาทิ คณะกรรมการจับคู่ธุรกิจ, คณะกรรมการเพิ่มความเข็มแข็งให้กับสมาชิก, คณะการค้าและการลงทุน กลุ่มค้าปลีกและบริการ, คณะเกษตรและอาหาร-เพิ่มมูลค่าพืชเกษตร,และคณะแรงงานและพัฒนาฝีมือแรงงาน • ร่วมดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริม พัฒนาแผนการปรับตัวทางธุรกิจของเอสเอ็มอี รวมถึงให้คำแนะนำเพื่อแก้ไขปัญหาการประกอบธุรกิจสำหรับเอสเอ็มอี ผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้ - โครงการ Big Brother Season 8 - เป็นพี่เลี้ยงให้กับเอสเอ็มอี ผ่านกระบวนการ Coaching and Mentoring ให้คำปรึกษา แนะนำ อบรมให้ความรู้ด้านการทำธุรกิจ เพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขัน ลดต้นทุน เพิ่มผลกำไร ช่วยให้ขยายออกสู่ตลาดต่างประเทศ - โครงการ Business Accelerator รุ่น 4 ร่วมเป็นวิทยากรให้ความรู้และคำปรึกษาสำหรับเอสเอ็มอี เพื่อช่วยเอสเอ็มอีค้นหาโอกาสในการปรับปรุง รวมถึงเข้ารับการอบรมตามหลักสูตรที่เหมาะสมเฉพาะกลุ่มตามศักยภาพของเอสเอ็มอี นอกจากนี้ภายหลังการประเมินตนเอง สัมภาษณ์ และเรียนรู้จบหลักสูตรที่กำหนด บริษัทส่งเสริมและสนับสนุนให้เอสเอ็มอี ได้มีการโอกาสนำเสนอ (Pitching) สินค้าหรือบริการกับผู้เชี่ยวชาญที่จะให้มุมมอง และพิจารณาโอกาสทางธุรกิจ จากพันธมิตรค้าปลีก	**1,121,245**

ประเด็นที่บริษัทมีส่วนร่วมกับสมาคมผลักดันในปี 2567	ร่วมกับหน่วยงาน	รายละเอียดและการมีส่วนร่วม	จำนวนเงินสนับสนุน (บาท)
นโยบายระดับประเทศในการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน	กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม • กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม จัดตั้งขึ้นโดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม และการศึกษาวิจัย พัฒนาสารสนเทศ องค์ความรู้และนวัตกรรม ในการส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม และการสื่อสารและเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงองค์ความรู้และสารสนเทศสิ่งแวดล้อม	• เข้าร่วมเป็นคณะทำงาน Public Private Partnership Plastic (PPP Plastic) ร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากขยะพลาสติก เพื่อแก้ไขปัญหาขยะพลาสติกในประเทศไทยให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน • ร่วมให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการจัดทำ Roadmap การจัดการขยะพลาสติก • ร่วมลงนามความร่วมมือ (MOU) โครงการ “Green coffee shop” กับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อรณรงค์ ประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจให้สังคมในการมีส่วนร่วมลดปริมาณขยะและลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง และส่งเสริมขับเคลื่อนความร่วมมือร้าน 7-eleven ที่มีร้านกาแฟเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมี All cafe ทั่วประเทศเป็นแบบอย่างในการลดการใช้พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้งภายใต้แนวคิด “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 2567

บริษัทกำหนดรูปแบบการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้ง 9 กลุ่ม ดังนี้

1 ลูกค้า

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การรับฟังความคิดเห็น ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ศูนย์บริการ ลูกค้าสัมพันธ์โทร 0 2711 7744, เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์, ร้าน 7-Eleven • สำรวจความคิดเห็นและสัมภาษณ์ลูกค้า	• นวัตกรรมและมาตรฐานการให้บริการ	• พัฒนานวัตกรรมด้านสินค้าและ การบริการของพนักงาน ภายใต้หลักการ SAVEQC • ขยายช่องทางจำหน่ายจากออฟไลน์สู่ออนไลน์ พร้อมระบบขนส่งและชำระเงินที่หลากหลายเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น • โครงการ Signature Service และ Greeting Service
	• ผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสนับสนุนชุมชน	• สนับสนุนสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรชุมชน สินค้าชุมชน สินค้าวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น(OTOP)
	• การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมสังคม	• โครงการจิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน • กิจกรรม “แค่ไม่รับ = ปลูกต้นไม้”
	• การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ปฏิบัติต่อลูกค้าตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี	• ให้ข้อมูลโภชนาการและการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน รวมถึงการแสดงฉลากโภชนาการและฉลาก GDA • เรียกคืนผลิตภัณฑ์ กรณีตรวจพบสินค้าไม่ได้มาตรฐาน
	• การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไม่ให้รั่วไหล เช่น ข้อมูลติดต่อลูกค้า และข้อมูลความลับ โดยพนักงานที่มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูล	• กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล • โครงการสร้างความตระหนักในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้กับพนักงาน
	• การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	• โครงการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจร ตั้งแต่การออกแบบ ลดการใช้ ทดแทนวัสดุ ไปจนถึงการจัดการหลังการบริโภค ตามกลยุทธ์ “ ลดใช้พลาสติก” ภายใต้นโยบาย “7 Go Green”
	• ความปลอดภัย สุขภาพของลูกค้า การจัดการขนส่ง รวมถึงการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมต่อลูกค้า	• พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพ มีความปลอดภัยตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล • การตรวจสอบมาตรฐานร้านและเรียกคืนสินค้า กรณีตรวจพบสินค้าไม่ได้มาตรฐาน • โครงการบริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า
	• ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพ โภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของผู้บริโภค พร้อมสนับสนุนการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย	• โครงการสุขภาพดีกับข้าวกล่องสุขภาพ ตรา อีซี่โก “กินดี อร่อยง่าย ได้สุขภาพ • โครงการต่อเนื่อง อาหารดีพี่ให้น้อง • โครงการบริจาคอาหารส่วนเกินผ่านมูลนิธิ

2 คู่ค้า ครอบคลุมผู้ส่งมอบสินค้า หรือบริการ และเจ้าหนี้ทางการค้า

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้า หรือบริการ: • การสำรวจความพึงพอใจคู่ค้าทางธุรกิจ ปีละครั้ง • การจัดประชุมสัมมนาและการแถลงทิศทางนโยบายขององค์กร • การเยี่ยมเยียนคู่ค้า พร้อมรับฟังความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียน	• มีการสื่อสารเป้าหมาย ระบบ ระเบียบ และแผนธุรกิจในการทำงานร่วมกันอย่างชัดเจนเพื่อสร้างการเติบโตไปด้วยกัน	• สื่อสารนโยบายแนวทางปฏิบัติการจัดหาอย่างยั่งยืน จริยธรรม และแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้า ให้คู่ค้าทุกกลุ่มรับทราบ • Joint Business Plan: จัดทำแผนธุรกิจร่วมกับคู่ค้าเชิงกลยุทธ์

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การประเมินผลงาน การให้คำปรึกษา และการพัฒนาศักยภาพ • การจัดประชุม สัมมนาแบ่งปันความรู้กับคู่ค้า ทุกกลุ่มในด้านการ พัฒนาอย่างยั่งยืน • ศูนย์คู่ค้าสัมพันธ์ โทร 0 2826 7771	• ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ยึดมั่นหลักธรรมาภิบาล ต่อต้านทุจริต จัดซื้อจัดจ้างอย่างเป็นธรรม และทำสัญญาด้วยความเป็นธรรม	• กำหนดนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าทางธุรกิจ • อบรมให้ความรู้เรื่อง “การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ” • กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพและคุณสมบัติในการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ครอบคลุมความสำคัญทางธุรกิจ และเกณฑ์ด้านความยั่งยืน • โครงการส่งเสริม ให้ความรู้ และสนับสนุนเอสเอ็มอีร่วมประกาศเจตนารมณ์ในการต่อต้านทุจริตกับสถาบันแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย
	เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน • สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมที่ดี เอื้ออำนวยต่อการขนส่ง • สิทธิในการจ้างงาน ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมเพียงพอต่อการครองชีพ	• โครงการบริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า • โปรแกรมสนับสนุนด้านเทคนิค เชิงลึกเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยสำหรับผู้รับเหมาด้านการขนส่ง • การส่งเสริมให้มีการประเมินค่าครองชีพผ่านโปรแกรมการประเมินความเสี่ยงคู่ค้า
	• การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขัน การเติบโต เพิ่มช่องทางการจำหน่าย การเข้าถึงเทคโนโลยี นวัตกรรม และการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบตามแนวคิด ESG	• โครงการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพและให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี • โครงการศูนย์ 7 สนับสนุน SMEs • “MAKRO HORECA ACADEMY (MHA) เพื่อนคู่คิดแบบครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร” • โปรแกรม 3 ให้ ให้ช่องทางการขาย ให้ความรู้การพัฒนา และให้การเชื่อมโยง
	• การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ ESG ควบคู่ไปกับการบริหารต้นทุนที่เหมาะสม	• การคัดกรองและประเมินความเสี่ยงด้าน ESG • การพัฒนาคู่ค้าเพื่อยกระดับผลการดำเนินการด้าน ESG • การจัดการอุปสงค์และห่วงโซ่อุปทานแบบบูรณาการ • พัฒนา ร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ และนวัตกรรมใหม่ร่วมกับพันธมิตร/คู่ค้า เพื่อเพิ่มความหลากหลายและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
	• การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามนโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับของภาครัฐ	• การอบรมหลักสูตรธรรมาภิบาลการบริหารธุรกิจผ่านระบบ e-Learning
	• ความร่วมมือเพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งในกระบวนการผลิต ส่งมอบและจำหน่ายผลิตภัณฑ์	• โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม • โครงการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ • โครงการสรรหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ • โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน • โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน • โครงการเพิ่มสัดส่วนการใช้รถไฟฟ้าในระบบการขนส่ง
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	• การเคารพต่อสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ในประเด็นความปลอดภัย สุขภาพของลูกค้า การจัดการขนส่ง	• โครงการบริหารความปลอดภัยการขนส่งสินค้า • พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพ มีความปลอดภัยตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
- เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ - ร้าน 7-Eleven - ตู้รับความคิดเห็นหน้าองค์การบริหารส่วนตำบล ศูนย์กระจายสินค้า • การสำรวจความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ปีละครั้ง • การลงพื้นที่เพื่อเยี่ยมเยียนชุมชนของศูนย์กระจายสินค้าทุกไตรมาส • กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ตามพื้นที่ ชุมชนโดยรอบโรงงาน ร้าน 7-Eleven ตามช่วงเทศกาล หรืองานประชุมปีของชุมชน • ป้ายประกาศ สื่อประชาสัมพันธ์		• การตรวจสอบมาตรฐานร้านและเรียกคืนสินค้ากรณีตรวจพบสินค้าไม่ได้มาตรฐาน • การติดตั้งกล้อง CCTV
	• การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำให้กับชุมชนและสังคม รวมถึงการสร้างโอกาสในความร่วมมือกับธุรกิจท้องถิ่น ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของชุมชน	• โครงการเปิดโอกาส สร้างอาชีพ กับ ALL SME MARKET PLACE • การจ้างงานท้องถิ่น • โครงการจิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน • โครงการสร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้กับชุมชน • โครงการ ก้าวที่พลาดสู่โอกาสสายอาชีพ
	• ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพ โภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของผู้บริโภค พร้อมสนับสนุนการเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ผู้บริโภค และคนในสังคม ชุมชนมีสุขภาพ โภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมถึงกลุ่มเปราะบางสามารถเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย	• โครงการต่อเนื่อง วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคที่ห่วงใยสุขภาพ • พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพและความปลอดภัยตามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล • โครงการซีพีแรม “เคียงข้างคนไทย ห่วงใยไม่ห่าง” • โครงการต่อเนื่อง อาหารดีพี่ให้น้อง • โครงการบริจาคอาหารส่วนกินผ่านมูลนิธิ
	• สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาของผู้ด้อยโอกาส พัฒนาทักษะทางอาชีพ	• โครงการให้ทุนการศึกษาคืนคนดีสู่สังคม • โครงการสานอนาคตการศึกษา • โครงการมอบทุนการศึกษาให้กับเยาวชนได้เข้าศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
	• ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อชุมชนอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ จัดการขยะและของเสีย และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ	• โครงการต้นกล้าไร้ถัง • โครงการปลูกป่า ปลูกอนาคต • โครงการปันน้ำให้ชาวนา • โครงการอนุรักษ์น้ำ • โครงการ “สร้างบ้านให้ปลา สร้างอาชีพ ให้คน”

4 พนักงานและครอบครัวพนักงาน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การสื่อสารสองทาง อาทิ การสัมมนาพนักงานในระดับต่าง ๆ ได้แก่ พลัง Harmony พลัง CP ALL ฯลฯ • การสื่อสารทางเดียว ระบบ Intranet วารสารภายในการแจ้งข่าวประจำวันผ่านช่องทางดิจิทัล ได้แก่ CP ALL Connect • การรับความคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องทุกข์ เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ไปรษณีย์ ศูนย์แจ้งข้อมูล สื่อออนไลน์ของบริษัท เป็นต้น • การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันประจำปี • การสำรวจความสุขของพนักงานระดับผู้จัดการร้าน	• การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงความปลอดภัยข้อมูลลูกค้า	• โครงการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ด้าน ธรรมาภิบาล Mister & Miss Good Governance • โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2567 • โครงการสื่อสารให้ความรู้และสร้างกิจกรรมรณรงค์สร้างความตระหนัก

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การมีส่วนร่วมผ่านเวทีการนำเสนอผลงานนวัตกรรม การประกวด การระบุ และประเมินความเสี่ยง • การดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัท ครอบคลุมพนักงานร้อยละ 100	• การให้ความรู้ การพัฒนาศักยภาพ และความก้าวหน้าในงาน รวมถึงทักษะที่จำเป็น ในอนาคต	• เตรียมความพร้อมและพัฒนาผู้นำ รวมถึงอบรมให้ความรู้ ทักษะที่จำเป็นและตรงตามความสนใจ • ยึดหลักสิทธิมนุษยชนเป็นแนวปฏิบัติต่อพนักงาน ส่งเสริมโอกาสที่เท่าเทียมและความหลากหลาย • โครงการพัฒนาศักยภาพและรักษาพนักงานที่มีศักยภาพ อาทิ - โครงการปรับปรุงระบบความก้าวหน้าในสายอาชีพ - โปรแกรมการเพิ่มผลผลิต • ปรับปรุงระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน
	• ปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ลดเวลาทำงานที่ไม่จำเป็น และเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารระหว่างหัวหน้างานและทีมงาน	• โครงการ Approve Process Excellence Awards • การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลปรับปรุงกระบวนการทำงาน เช่น O2O, IT Platform, ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นต้น • โครงการ “เพิ่มผลผลิต”
	• สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย การมีสุขภาพกาย สุขภาพจิตที่ดี และมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานและการให้บริการ	• ประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยง • โครงการส่งเสริมความปลอดภัยในการขับขี่สำหรับพนักงานส่งสินค้า • จัดเตรียมสถานประกอบการและพื้นที่ปฏิบัติงานตามมาตรฐานแรงงาน พร้อมผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี • โครงการพัฒนาพนักงานแบบ องค์รวม (Holistic Health & Well-being) • โครงการศูนย์สุภาพ CPALL Health Care Center • โครงการยืดเหยียดลดโรค
	• การให้รางวัล สิ่งจูงใจในการทำความดี การสร้างความประทับใจ ใส่ใจในการบริการให้กับลูกค้า	• กำหนดสิทธิวันลาและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาวะที่ดีของพนักงานและครอบครัว • โครงการ DNA ความดี 24 ชั่วโมง • โครงการ Reward & Recognition
	• การมีส่วนร่วมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน	• โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานของร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า โรงงานและสำนักงาน • 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)** • รับฟังและแลกเปลี่ยนมุมมองผ่านเวทีการประชุมหารือและร่วมกันทำงานในกิจกรรมต่าง ๆ • สนับสนุนกิจกรรม หรือโครงการขององค์กรในประเด็นที่สอดคล้องตามกรอบการแบ่งปันและสร้างสรรค์โอกาส และเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัท • การสร้างความพันธ์ที่ดี ผ่านการเข้าพบ หารือ และแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล	• พัฒนาทักษะการผลิต และขยายโอกาสทางการตลาดแก่กลุ่มเกษตรกรรายย่อย และวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ	• ร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคมพัฒนาศักยภาพของเกษตรกร เพื่อการผลิตและการกระจายสินค้าที่สอดคล้องกับความจำเป็น
	• เพิ่มความหลากหลายสินค้า SMEs ในร้าน 7-Eleven มากขึ้น	• สนับสนุนการกระจายผลผลิตและผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างรายได้แก่เกษตรกรและกลุ่มเปราะบางต่าง ๆ
	• ร่วมมือกับภาคประชาสังคม และภาคธุรกิจเพื่อลดก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การจัดการขยะชุมชนอย่างครบวงจรและการทำเกษตรกรรมยั่งยืน	• ร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคมและชุมชนดำเนินโครงการด้านการจัดการขยะครบวงจรในพื้นที่นำร่อง • โครงการเกษตรกรรมยั่งยืน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
	• สร้างความเข้าใจและรับฟังประเด็นปัญหาจากชุมชนและภาคประชาสังคม ผ่านการสื่อสารให้ข้อมูลที่ถูกต้อง รวมทั้งจัดช่องทางรับฟังความคิดเห็นเพื่อแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันท่วงที	• สนับสนุนเวทีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการจัดทำแผนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเครือข่ายภาคประชาสังคมในระดับจังหวัด • เปิดรับข้อสงสัย ร้องเรียน ข้อแนะนำโดยตรงจากองค์กรภาคประชาสังคม เพื่อการชี้แจงข้อมูลหรือแก้ปัญหาทันท่วงทีก่อนการขยายผลลุกลาม
	• ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการศึกษากลุ่มเปราะบางต่าง ๆ	• โปรแกรมส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ
	• การมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมผ่านการบริจาค	• โครงการบุญนิธิ แสตมป์เซเว่นเพื่อสาธารณกุศลทุกภูมิภาค
	• พัฒนา ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ผู้บริโภคมีสุขภาพ โภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และสามารถเข้าถึงอาหารและน้ำที่ปลอดภัย	• โครงการสุขภาพดีกับข้าวกล่องสุขภาพ ตราอีซี่โก “กินดี อร่อยง่าย ได้สุขภาพ • โครงการต่อเนื่อง อาหารดีพี่ให้น้อง • โครงการบริจาคอาหารส่วนกินผ่านมูลนิธิ
สื่อสารมวลชน: • สนับสนุนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสื่อมวลชน • มอบทุนการศึกษาแก่สายวิชาชีพสายสื่อสารมวลชนหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ • โครงการส่งเสริมกิจกรรมสื่อประจำปี • รางวัลข่าวดิจิทัลยอดเยี่ยมแห่งปี • รางวัลคนดีประเทศไทย สาขาสื่อมวลชนสร้างสรรค์สังคม • รางวัล “Anti-corruption Awards” ส่งเสริมการต่อต้านคอร์รัปชัน • ให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูลกับสื่อมวลชน • จัดโครงการ Co Project with Media/Influencer • นำคณะสื่อสารมวลชน ผู้มีอิทธิพลทางความคิดลงพื้นที่เยี่ยมชมการดำเนินงานธุรกิจของ SMEs และเกษตรกร รวมถึงร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคม • สัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม • แลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการจัดสัมมนาเพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารร่วมกัน • สนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมสื่อออนไลน์คนรุ่นใหม่ • การสัมภาษณ์เพื่อระบุประเด็นในกระบวนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบทวิสารัตถภาพ	• ส่งเสริมการเกษตรยั่งยืนและการจัดการของเสียจากการเพาะปลูก หรือปศุสัตว์	• โปรแกรมเกษตรกรรมยั่งยืน
	• การพัฒนาชุมชนหรือกิจกรรมร่วมกับชุมชน	• โครงการจิตสาธารณะ ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน • โครงการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมวิชาชีพสื่อมวลชน
	• การสื่อสาร สร้างความเข้าใจ และลดข้อขัดแย้งกับสังคมชุมชนในการแก้ปัญหาเฉพาะจงอย่างทันท่วงที	• สื่อสารให้ข้อมูลที่ถูกต้องผ่านสื่อทุกช่องทาง ทั้งสื่อสังคมออนไลน์ สื่อมวลชน และช่องทางออนไลน์ขององค์กร รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มและพนักงาน
	• ดูแลและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งส่งเสริมการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	• โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการลดใช้พลังงานและการนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ในร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า และโรงงาน
	• เคารพต่อสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ในการจัดการควบคุมธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบ	• ส่งเสริมให้สถานประกอบการดำเนินงานตามมาตรฐานแรงงาน พร้อมทั้งผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี • ยึดหลักสิทธิมนุษยชนเป็นแนวปฏิบัติต่อพนักงาน รวมทั้งส่งเสริมความหลากหลายและเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม
	• การจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐสามารถหมุนเวียนเอากลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด	• ประกาศใช้นโยบายด้านบรรจุภัณฑ์ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบและคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การลดและทดแทน ณ ขั้นตอนการบริโภค และการจัดการหลังการบริโภค โดยคำนึงถึงวรจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ภายใต้กลยุทธ์ “7 Go Green”
	• ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อต้านการทุจริต และปฏิบัติตามหลัก ESG • คำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	• กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด • คำนึงถึงความเท่าเทียมของผู้ถือหุ้น และรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
	• การมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีคุณภาพมาตรฐานและมีการบริการที่ดี ตอบสนองความต้องการ • การดำเนินการส่งมอบผลิตภัณฑ์และโลจิสติกส์ที่ยั่งยืน	• คัดสรรและพัฒนาสินค้าเพื่อสุขภาพ • ปรับปรุงและพัฒนาการบริการอย่างสม่ำเสมอ • พัฒนาสู่การค้าออนไลน์ โดยมีระบบขนส่งและช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าสะดวกมากขึ้น

6 พันธมิตรทางธุรกิจ ครอบคลุมผู้ให้เช่าสถานที่ สโตร์พาร์ทเนอร์ และผู้รับสิทธิ์ช่วงอาณาเขต

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
ผู้ให้เช่าสถานที่: ช่องทางการสื่อสารและรับเรื่องร้องเรียน เช่น • การให้ข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียน ผ่านหน่วยงานรับข้อร้องเรียน Call Center 777 ครั้ง	• การดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่องตามหลักธรรมาภิบาล • การประชาสัมพันธ์และชี้แจ้งข่าวสารนโยบายบริษัท	• มีระบบดูแล ติดตาม และแก้ปัญหาข้อร้องเรียน • ยกระดับการสำรวจความพึงพอใจของเจ้าของสถานที่ที่มีต่อบริษัท

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• สำรวจความพึงพอใจประจำปี • ประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทาง SMS อีเมล • เยี่ยมเยียนเจ้าของสถานที่อย่างน้อยไตรมาสละครั้ง • ส่ง SMS อวยพรเนื่องในโอกาสต่าง ๆ และมอบของขวัญช่วงเทศกาลปีใหม่ • ส่ง SMS แจ้งเรื่องค่าเช่าล่วงหน้า • ส่ง SMS แจ้งวันที่จะได้รับเงินค่าภาษีที่ดิน และสิ่งปลูกสร้าง • เชื่อมแอปพลิเคชัน 7-Eleven เพื่อให้บริการลูกบ้านแต่ละโครงการอสังหาริมทรัพย์ (Delivery & ALL Online) • สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ		• เยี่ยมเยียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเจ้าของสถานที่อย่างน้อยไตรมาสละครั้ง • ประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทาง SMS และอีเมล • สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของเจ้าของสถานที่กลุ่มทำเลพิเศษ คู่ค้ากลยุทธ์
	• ได้รับค่าเช่าตรงเวลา	• จัดทำระบบสำหรับการจ่ายค่าเช่าภายในเวลาที่กำหนด
	• การดูแลสถานที่เช่าให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยทั้งระหว่างอายุสัญญาเช่าและหลังจากเลิกสัญญา • การดูแลสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ร้าน และชุมชน	• มีมาตรการดูแลสถานที่เช่า และสภาพแวดล้อมบริเวณสถานที่เช่า
สโตร์พาร์ทเนอร์: • สำรวจความผูกพันประจำปี • ช่องทางการสื่อสารและรับเรื่องร้องเรียน เช่น การให้ข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียนผ่าน Call Center 732 ครั้ง เป็นต้น • การสำรวจความพึงพอใจผ่านเว็บไซต์รายไตรมาส • วารสาร (รายเดือน) • ช่องทางเว็บไซต์ SBP MALL • ช่องทาง CPALL Connect • การประชุม สัมมนา และกิจกรรม • งานประกาศนโยบายและทิศทางของบริษัทไปถึงสโตร์พาร์ทเนอร์	• การดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่องตามหลักธรรมาภิบาล • ความมั่นคงทางธุรกิจ ขยายธุรกิจ และดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง • การได้รับความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว	• การสื่อสารแนวทางและหลักปฏิบัติทางด้านธรรมาภิบาลและจริยธรรมธุรกิจ
	• ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและการบริหารจัดการธุรกิจ • การให้ความรู้และสร้างความตระหนักด้านการบริหารธุรกิจตามกรอบแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต • การประชาสัมพันธ์ ชี้แจงข่าวสารและนโยบายของบริษัท	• ส่งเสริม ดูแล ฝึกอบรมผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อเพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการ • บริหารจัดการต้นทุนสินค้าและการดำเนินการ • เพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด • แบ่งปันสารสนเทศและข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์
	• การบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ มีการสื่อสารที่ชัดเจน มีการสนับสนุนเพื่อการเติบโตร่วมกัน • การพัฒนานวัตกรรมเพื่อลูกค้าและสังคม พร้อมทั้งปรับปรุงองค์กรให้มีความคล่องตัวและทันต่อสถานการณ์โลก	• การสนับสนุนสโตร์พาร์ทเนอร์ให้มีผู้สืบทอดทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน • การพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ • นวัตกรรมการบริการทางการเงินใกล้ชุมชน • การพัฒนาต่อเนื่องแอปพลิเคชัน “ALL PharmaSee” สำหรับคนรักสุขภาพ
	• การส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและการบริหารจัดการธุรกิจ อาทิ การสร้างยอดขายการให้บริการดิจิทัล สู่แพลตฟอร์ม O2O	• การอบรมให้ความรู้ หลักสูตร “เถ้าแก่ขายเป็น” และหลักสูตร “เสน่ห์ร้านสั่งตัด” เพื่อรองรับกลยุทธ์ O2O ของบริษัท
	• สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย การมีสุขภาพกายสุขภาพจิตที่ดี และมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานและการให้บริการ	• ประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยง • โครงการส่งเสริมความปลอดภัยในการขับขี่สำหรับพนักงานส่งสินค้า • จัดเตรียมสถานประกอบการและพื้นที่ปฏิบัติงานตามมาตรฐานแรงงาน พร้อมผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี

7 ภาครัฐ ครอบคลุมทั้งหน่วยงานระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ผ่านการ • สนับสนุนโครงการ/กิจกรรม ความร่วมมือและการช่วยเหลือต่าง ๆ กับหน่วยงานภาครัฐ	• การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัดตามหลักสิทธิมนุษยชน	• ศึกษา สร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎหมาย และระเบียบปฏิบัติในท้องถิ่น โดยนำมาประยุกต์ใช้ให้มีความสอดคล้องกับการประกอบธุรกิจ • ปฏิบัติตามกฎหมายหรือระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง • โครงการร้าน มอก.

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• การเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการในโครงการภาครัฐ ร่วมแสดงความคิดเห็น และสร้างสัมพันธภาพที่ดีอย่างเปิดเผย • การติดต่อประสานงานขอรับบริการภาครัฐ และการตรวจเยี่ยมกิจการ • การมีส่วนร่วมในการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากขยะพลาสติกร่วมกับคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ผ่านโครงการ “ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน” • การสัมภาษณ์เพื่อระบุประเด็นในกระบวนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนทวิสารัตถภาพ	• การดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมกับคู่ค้า	• กำหนดนโยบายการทำรายการระหว่างกันและป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างชัดเจน
	• เป็นตัวอย่างแก่ภาคธุรกิจในการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม • การพัฒนาร่วมกับชุมชนและสนับสนุนการศึกษาให้เด็กนักเรียน	• นำเสนอมุมมองผ่านสมาคม การรวมกลุ่มทางการค้าต่าง ๆ • สนับสนุนการตรวจประเมินเบื้องต้นของภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มการพัฒนาความยั่งยืน • โครงการ “จิตสาธารณะ” ร่วมพัฒนาและสร้างสัมพันธ์กับชุมชน • สนับสนุนการศึกษา สร้างโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ • โครงการสร้างสัมพันธ์และบรรเทาสาธารณภัยให้กับชุมชน
	• พัฒนาส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ผู้บริโภคและคนในสังคม มีสุขภาพ โภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น	• โครงการพัฒนาและคัดสรรสินค้า
	• ส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร และSMEs พร้อมทั้งสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ลดความเหลื่อมล้ำให้กับชุมชนและสังคม	• โครงการ 7-Eleven เคียงข้างเกษตรกรไทย • โครงการส่งเสริมและสนับสนุน SMEs • โครงการ Business Accelerator • โครงการ Big Brother
	• การพิจารณารับคนในชุมชนเป็นพนักงานร้านค้าปลีกเพื่อส่งเสริมการทำงานในท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน	• โครงการจ้างงานท้องถิ่น
	• การจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกให้สามารถหมุนเวียนเอากลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด	• โครงการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำ • โครงการบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล • โครงการ Eco-design • โปรแกรมการนำบรรจุภัณฑ์หลังการอุปโภค บริโภคกลับมาใช้ใหม่ • โครงการร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	• การผลิตที่เป็นนวัตกรรม ในการดำเนินธุรกิจตามนโยบายการผลิตที่ยั่งยืน สร้างการรับรู้เพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • เพิ่มการใช้พลังงานทางเลือกอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ พลังงานแสงอาทิตย์ ในการผลิตกระแสไฟเพื่อร้านค้าปลีก (24 ชั่วโมง)	• โครงการต้นกล้าไร้ถัง ขยายผลสู่โรงเรียนเครือข่ายชุมชน ผู้ประกอบการ • โครงการติดตั้ง Solar Rooftop ที่ร้าน 7-Eleven ศูนย์กระจายสินค้า โรงงาน และสำนักงาน • การเพิ่มการใช้งานรถไฟฟ้า (EV vehicle)
	• สินค้าและบริการเพื่อให้ผู้บริโภคและคนในสังคม มีสุขภาพ โภชนาการและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น	• โครงการอาหารเพื่อสุขภาพที่มีการเพิ่ม หรือลด หรือปราศจากสารอาหารตามที่กฎหมายหรือมาตรฐานที่ยอมรับ • การแสดงฉลากคุณค่าทางโภชนาการ • การส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสังคมผู้สูงอายุ อาทิ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาหารคอเลสเตอรอลต่ำ • โครงการศูนย์สุขภาพดีชุมชน • โครงการสายใยและน้ำใจ

8 ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• บรรยายสรุปผลการดำเนินงานต่อนักวิเคราะห์ (Analysis Meeting) ทุกไตรมาส	• ผลการดำเนินงานและการเติบโตของธุรกิจมีเสถียรภาพมั่นคง และได้รับการยอมรับจากสังคม	• บริหารจัดการธุรกิจให้เติบโต ลดความเสี่ยง และเพิ่มความโปร่งใส

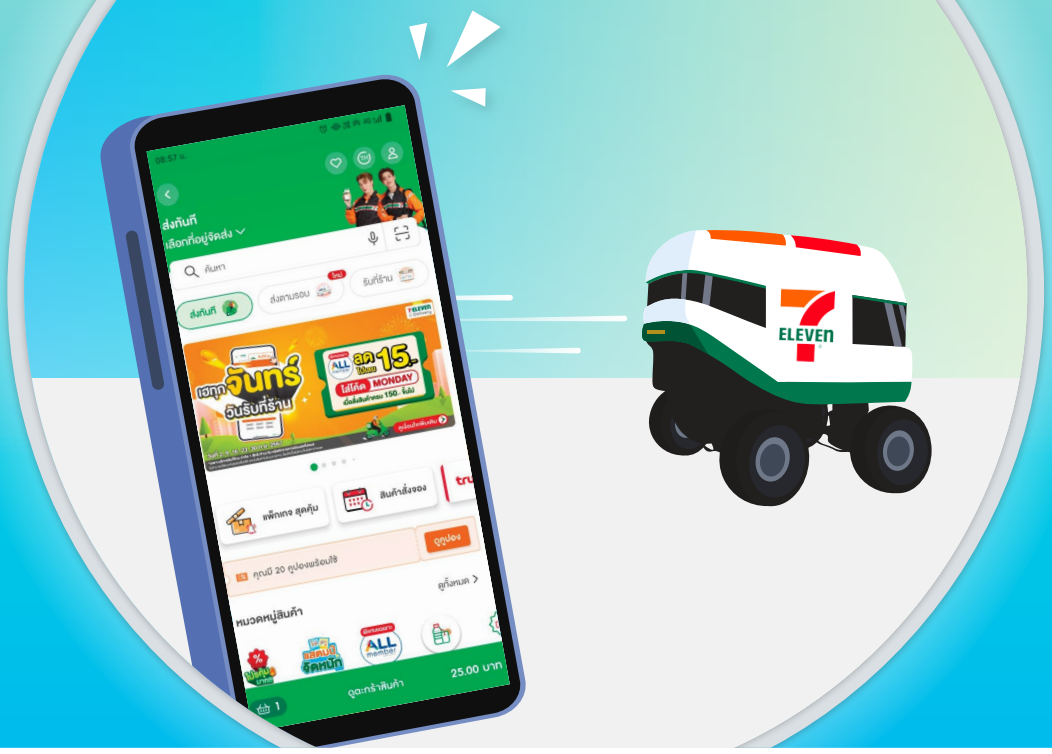
รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
• บรรยายสรุปผลการดำเนินงานต่อนักลงทุนต่างประเทศ (Global Investor Conference) ทุกไตรมาส • บรรยายสรุปผลการดำเนินงานร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย “Set Opportunity Day” ต่อนักลงทุนทั่วไปทุกไตรมาส • รายงานคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการทุกไตรมาส • ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี • แสดงงบการเงิน • จัดทำแบบ 56-1 One Report รายงานประจำปี • จัดทำรายงานการพัฒนาความยั่งยืน • จัดทำหนังสือชี้ชวน เอกสาร สื่อสารสนเทศ • สื่อสารข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล โทรสาร และจดหมาย • จัดกิจกรรมโรดโชว์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ • ลงพื้นที่เยี่ยมชมร้านค้า โรงงาน และคลังสินค้าของบริษัท • รับประเมินโดยหน่วยงานอิสระจากภายนอกเพื่อแสดงว่าบริษัทเป็นหลักทรัพย์ที่มีคุณภาพ มีคุณค่า และมีความยั่งยืนทั้งในระดับชาติและระดับโลก เช่น IOD, สถาบันส่งเสริมผู้ลงทุนไทย, SET, DJSI, FTSE Russell, MSCI เป็นต้น • รับการประเมินอันดับความน่าเชื่อถือหุ้นกู้ของบริษัทโดย Credit Rating Agency • ให้ข้อมูลต่อหน่วยงานด้านสถิติและเศรษฐกิจของรัฐ • การสัมภาษณ์เพื่อระบุประเด็นในกระบวนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ ทวิสารัตถภาพ	• มีความโปร่งใสในการดำเนินงาน การเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานของธุรกิจครบถ้วน เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถช่วยนักลงทุนในการตัดสินใจลงทุนได้ดี ทั้งข้อมูล Financial และ Non-Financial	• รับฟังความคิดเห็นจากผู้ถือหุ้นและนักลงทุน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณากำหนดกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานของบริษัท • กำหนดนโยบายการทำข้อตกลงระหว่างกันและป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างชัดเจน
	• การกำกับดูแลกิจการที่ดี และคำนึงถือผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อย (minority shareholder) และมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อสร้างความเชื่อมั่น	• กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการและการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด • การให้ความเท่าเทียมของผู้ถือหุ้น และรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
	• ได้รับการประเมินการกำกับดูแลในระดับดีเลิศ โดย IOD และสถาบันส่งเสริมผู้ลงทุนไทย • ได้รับการคัดเลือกเป็นสมาชิกชั้นนำของประเทศและของโลก เช่น รายชื่อหุ้นยั่งยืน, DJSI, FTSE4Good Index, MSCI เป็นต้น	• ยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล • ปรับปรุงแก้ไขกฎบัตร นโยบายแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการทุจริต ความยั่งยืน สิ่งแวดล้อม และสังคม ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล
	• หลักทรัพย์ของบริษัทอยู่ในความต้องการของตลาด มีการซื้อขายในตลาดรอง เนื่องจากมูลค่าหลักทรัพย์ในตลาดรองสะท้อนถึงราคายุติธรรมเป็นอย่างน้อย	• จัดตั้งหน่วยงานลงทุนสัมพันธ์ทำหน้าที่รับผิดชอบการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุนและนักวิเคราะห์ทั้งไทยและต่างประเทศ มีการเขียนบทวิเคราะห์เพื่อให้หลักทรัพย์ของบริษัทอยู่ในความต้องการของตลาดเสมอ
	• มีการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาล (ESG)	• กำหนดกรอบแนวทาง เป้าหมาย ตัวชี้วัด และโครงการกลยุทธ์ ตลอดจนมาตรการที่ชัดเจน ด้านความยั่งยืน
	• มีความมุ่งมั่นต่อการจัดการก๊าซเรือนกระจก เพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) และคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Net zero)	• กำหนดกรอบแนวทาง เป้าหมาย ตัวชี้วัด และโครงการกลยุทธ์ ตลอดจนมาตรการที่ชัดเจน ด้านความยั่งยืน
	• สื่อสารการดำเนินงานอย่างโปร่งใส	• จัดประชุม “CP ALL : Analysts’ Meeting” ผ่านระบบวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ เพื่อรายงานผลประกอบการของบริษัทและบริษัทในกลุ่มซีพี ออลล์ ให้กับนักวิเคราะห์หลักทรัพย์และนักลงทุน • จัดประชุมผู้ถือหุ้นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Meeting) ตามกฎหมายว่าด้วยการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และประกาศที่เกี่ยวข้องรวมทั้งจำกัดจำนวนกรรมการผู้บริหารและผู้จัดประชุม 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

นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า

"เรามุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการทำงาน อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบโจทย์ความต้องการ สร้างความแตกต่าง และสร้างคุณค่าเชิงบวกอย่างยั่งยืนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม"



นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า

สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDG1 **ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่**

1.2 ลดสัดส่วนชาย หญิง และเด็กในทุกช่วงวัย ที่อยู่ภายใต้ความยากจนในทุกมิติ ตามนิยามของแต่ละประเทศให้ลดลงอย่างน้อยครึ่งหนึ่ง

SDG3 **สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย**

3.8 บรรลุการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า รวมถึงการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน การเข้าถึงการบริการสาธารณสุขจำเป็นที่มีคุณภาพและเข้าถึงยาและวัคซีนจำเป็นที่ปลอดภัย มีประสิทธิผล มีคุณภาพ และมีราคาที่สามารถซื้อหาได้

SDG8 **ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน**

8.2 บรรลุการมีผลิตภาพทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงขึ้นผ่านการทำให้หลากหลาย การยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการมุ่งเน้น ในภาคส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้แรงงานเข้มข้น

8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน

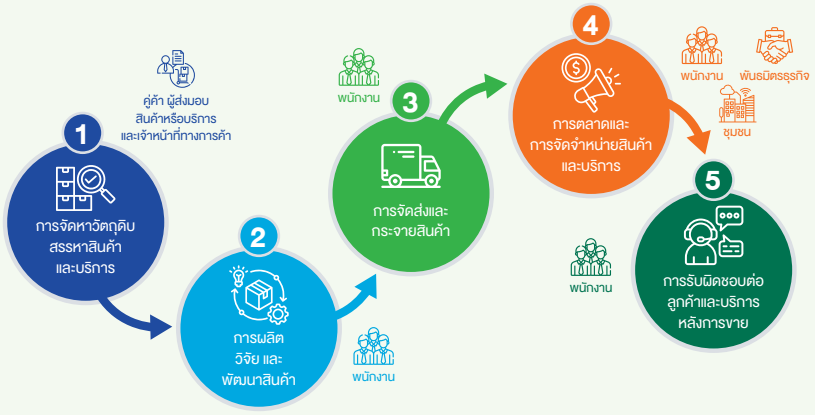
8.5 บรรลุการจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพพลภาพ และให้มีการจ่ายที่เท่าเทียมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน ภายในปี 2573

ความเสี่ยงและโอกาส

นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงและเติบโตอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคมุ่งเน้นการเข้าถึงสินค้าและบริการที่รวดเร็วและสะดวกสบายมากขึ้น ช่องทางออนไลน์กลายเป็นตัวเลือกหลักในการซื้อสินค้าและบริการ ดังนั้น การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีให้ทันสมัยจึงกลายเป็นหัวใจสำคัญสำหรับการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจในอุตสาหกรรมค้าปลีก มากไปกว่านั้น การเปลี่ยนแปลงยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจรูปแบบดั้งเดิม (Traditional Business Models) โดยทำให้เกิด “การหยุดชะงักจากนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ (Digital Disruption)” ซึ่งอาจนำไปสู่การลดจำนวนพนักงานหรือการปิดตัวลงของธุรกิจบางประเภท ทั้งนี้ บริษัทซึ่งเป็นธุรกิจในอุตสาหกรรมค้าปลีกจำเป็นต้องยกระดับการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน พร้อมทั้งสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดการค้าออนไลน์

นอกจากนี้ นวัตกรรมยังเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างความแตกต่าง และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว บริษัทจึงจำเป็นต้องลงทุนในการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ ควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อสังคม อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงมาตรฐานการครองชีพที่เหมาะสม เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และการบริการสาธารณะ เป็นต้น การพัฒนาและส่งเสริมนวัตกรรมจึงครอบคลุมทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและตอบโจทย์ทั้งผู้บริโภคและองค์กร

ผู้มีส่วนได้เสียหลักที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ



ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนแบบ “ทวิสารัตถภาพ”

มิติด้านความยั่งยืน

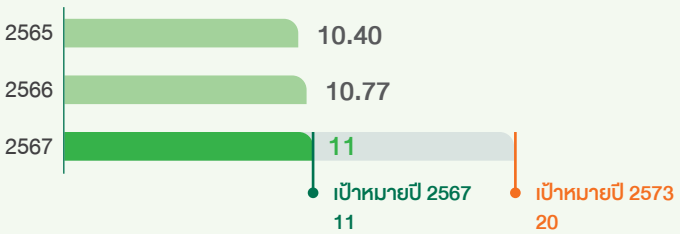
- มิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

ระดับผลกระทบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- พื้นฐาน (Foundation Material Topics)

เป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว และความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย

รายได้ที่มาจากนวัตกรรมด้านสินค้าบริการ และธุรกิจใหม่ ตลอดจนนวัตกรรมด้านกระบวนการ (หน่วย: ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด 519 ผลงาน ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
- ผลงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ 675 ผลงาน
- ผลงานนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และการปรับปรุงกระบวนการที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 46 ผลงาน เป็นมูลค่า 259.99 ล้านบาท
- โครงการ เปย์ง่าย ขายคล่อง

การดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2567

- โครงการพัฒนาและขยายแพลตฟอร์มธุรกิจจากออนไลน์ไปสู่ออฟไลน์ (Online to Offline: O2O) ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
- โครงการนวัตกรรมตู้ Open Showcase ประหยัดพลังงาน
- โครงการร่วมมือภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา เพื่อพัฒนานวัตกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

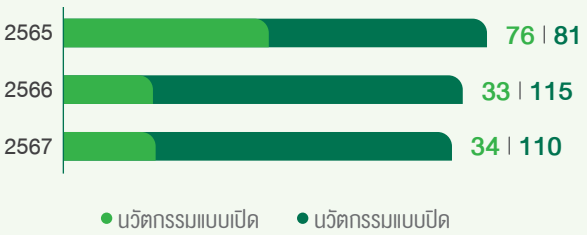
แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรม เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและเทคโนโลยีที่รวดเร็ว โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่หันมาใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น พร้อมทั้ง ให้การสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในหลากหลายมิติอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จในอนาคต เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

สรุปผลการดำเนินงาน ปี 2567

ผลงานที่ได้รับรางวัลจากการประกวดนวัตกรรม

(หน่วย: ผลงาน)





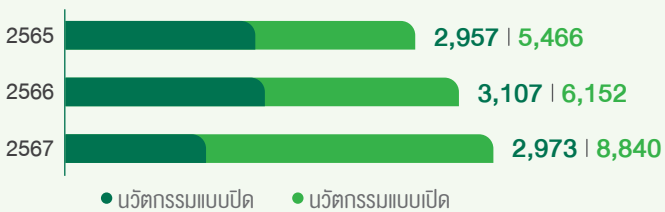
456 คน
บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา



325.27 ล้านบาท
งบประมาณด้านวิจัยและพัฒนา

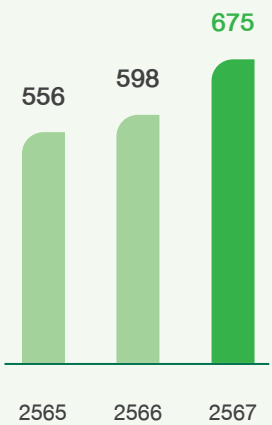
มูลค่านวัตกรรมจากผลงานที่ได้รับรางวัล

(หน่วย: ล้านบาท)



จำนวนผลงานจากศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรม

(หน่วย: ผลงาน)



	2565	2566	2567
จำนวนนวัตกร (รายสะสม)	12,520	16,507	18,074
จำนวนสิทธิบัตรสะสม	16	16	18
จำนวนอนุสิทธิบัตรสะสม	10	15	24

ศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรม

บริษัทมุ่งเน้นสนับสนุนการพัฒนางานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านอาหารที่เสริมสร้างสุขภาพที่ดีให้กับลูกค้า พร้อมทั้งเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขันในตลาด และผลักดันการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทมีศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมจำนวน 2 แห่งที่รองรับการดำเนินงานดังกล่าว

ศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรมอาหาร บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด

บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด ดำเนินการวิจัยและพัฒนาทางด้านอาหาร โดยใช้เทคนิคทางวิทยาศาสตร์ สรรสร้างให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ด้านเทคโนโลยีอาหาร โดยมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้านต่าง ๆ อาทิ เหมาะสมกับอายุ อาชีพ เหมาะสมกับผู้ป่วยด้านต่าง ๆ และผู้ที่ต้องการโภชนาการเฉพาะเจาะจง รวมไปถึงการส่งเสริมสุขภาพในทางที่ดีขึ้น ผ่านการวิจัยพื้นฐานและการวิจัยประยุกต์โดยทีมพัฒนาสินค้าใหม่ (New Product Development: NPD) เพื่อตอบโจทย์และความท้าทายต่าง ๆ ครอบคลุมงานวิจัยทางด้านเกษตรและอาหาร เพื่อช่วยในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารทั้งภาครัฐและเอกชน ปัจจุบัน ซีพี ฟู้ดแล็บ เป็นศูนย์กลางข้อมูลความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนา ให้บริการเป็นที่ปรึกษาและวิเคราะห์ทดสอบผลิตภัณฑ์ และออกแบบทางวิศวกรรมสำหรับอาหารพร้อมรับประทานของ ซีพี ออลล์ ซีพีแรม เครือเจริญโภคภัณฑ์และบริษัทอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึง เป็นศูนย์กลางประสานงานความร่วมมือด้านวิจัยพัฒนากับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทั้งในและต่างประเทศในพื้นที่นวัตกรรมแบบเปิด (Food Technology Exchange Center: FTEC) เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารอย่างยั่งยืน ปี 2567 มีตัวอย่างผลงานวิจัย ดังนี้

- ความร่วมมือกับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแห่งการพัฒนาประเทศไทย (วว.) ศึกษาแนวโน้มการนำส่วนคัดทิ้งของกะเพรามาพัฒนาเป็นอาหารเสริมเพื่อสุขภาพและสมุนไพรทางเลือกสารสกัดที่ออกฤทธิ์ทางเภสัชวิทยา อาทิ ผลิตภัณฑ์สเปรย์สำหรับบรรเทาอาการอักเสบในช่องปากและลำคอจากน้ำมันใบกระเพรา การสกัดน้ำมันหอมระเหยจากส่วนต่าง ๆ ของกระเพราโดยปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์ เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการควบคุมคุณภาพข้าวผัดกระเพราหมูให้ยังคงรักษากลิ่นและใช้เป็นตัวบ่งชี้และควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ และนำมาผลิตเป็นสมุนไพรทางเลือกป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs)
- การวิจัยและพัฒนาอาหารสำเร็จรูปเหมาะสมสำหรับแต่ละช่วงวัย (Food for Age Group) เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ และโภชนาการที่ดีสำหรับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ได้แก่ อาหารเสริมสำหรับทารกและเด็กเล็กอายุ 6 เดือนถึง 3 ปี ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติร้อยละ 100 ไม่แต่งรส กลิ่น สีสังเคราะห์และวัตถุกันเสีย มีการกระจายตัวของพลังงานที่เหมาะสม โซเดียมไม่เกิน 200 มิลลิกรัมต่อ 100 กรัมของอาหาร

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- 14 บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา
- 15 ผลงานวิจัยและพัฒนา
- 17 ล้านบาท งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา

ด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ สายงานบริหารผลิตภัณฑ์

ดำเนินงานด้านการศึกษาและพัฒนานวัตกรรมการจัดการอาหาร รวมถึงการบริหารจัดการความปลอดภัยของอาหารให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับหลักสุขอนามัยและสุขภาวะที่ดี ภายใต้แนวทางที่สมดุลต่อห่วงโซ่อาหารและคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังให้คำปรึกษาด้านวิชาการเพื่อสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์แก่ผู้ประกอบการ โดยมีหน้าที่หลัก ดังนี้

- พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ซึ่งคำนึงถึงทุกขั้นตอนในวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ตั้งแต่การผลิต การป้องกันการปนเปื้อน การยืดอายุการเก็บรักษา การรักษาคุณค่าทางโภชนาการ ตลอดจนถึงการกำจัดเพื่อลดและป้องกันผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งส่งเสริมการจัดการขยะอย่างเหมาะสมและยั่งยืน

- พัฒนาสูตรอาหารและกระบวนการผลิตในระดับอุตสาหกรรม ครอบคลุมกลุ่มอาหาร เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ภายใต้แบรนด์ของบริษัท โดยยึดหลักโภชนาการและสุขอนามัยของอาหาร เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา จำนวน 60 ท่าน
- ผลงานวิจัยและพัฒนาสินค้า 660 รายการ
- งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาปีละกว่า 3 ล้านบาท

ปี 2567 มีตัวอย่างผลงานการวิจัยและพัฒนา อาทิ การพัฒนาสารให้ความหวานจากธรรมชาติพลังงานต่ำที่รสชาติใกล้เคียงน้ำตาลมากที่สุด ช่วยส่งเสริมสุขภาพของผู้บริโภค การพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุโดยคำนึงถึงคุณค่าทางอาหารผ่านเกณฑ์สัญลักษณ์โภชนาการ “ทางเลือกสุขภาพ” และการลดพลังงานในการอุ่นสินค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ต่อยอดสินค้านวัตกรรม เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

ในปี 2567 บริษัทตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการเติบโต และยกระดับความสามารถของ SMEs ในการพัฒนานวัตกรรม และสรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยมีผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการพัฒนาสูตรต่อเนื่อง “สลัดโรล อร่อยครบจบในกล่องเดียว”

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จัดตั้งทีมนักวิจัย เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตสลัดโรล ซึ่งเป็นสินค้าสุขภาพที่ตอบโจทย์ความต้องการและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยพัฒนาให้สินค้า มีอายุนานขึ้น ผ่านนวัตกรรม Postharvest ที่ช่วยคงความสดของผักสลัด พร้อมกับการคิดค้นสูตรเฉพาะสำหรับแซ่แป้ง (Only at 7-Eleven) ที่ช่วยคงความนุ่มของแป้ง รวมทั้งการใช้วัตถุดิบที่ปราศจากเชื้อจุลินทรีย์ก่อโรค ทำให้สินค้ามีอายุวางจำหน่ายได้นานถึง 5 วัน นอกจากนี้ยังช่วยสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและยกระดับมาตรฐานการผลิตให้กับเอสเอ็มอี (SMEs) อีกด้วย

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

ลูกค้า
- เพิ่ม ความหลากหลายของสินค้า
- เพิ่ม ทางเลือกผู้บริโภค

บริษัท
- เพิ่ม ยอดขายกลุ่มสินค้า Ready to Eat

เกษตรกร
- ส่งเสริม สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร
- ยกระดับ เกษตรกรรมของประเทศ

ผลลัพธ์โครงการ

- เพิ่มโอกาสการขายสินค้า โดยการยืดอายุสินค้าเพิ่มจาก 2 วัน เป็น 5 วัน
- เพิ่มสาขาวางจำหน่ายจาก 36 สาขา เป็น 11,170 สาขา
- มูลค่าเพิ่มที่ได้จากโครงการ 200 ล้านบาทต่อปี



แนวคิดนวัตกรรม

ค้นหา คัดเลือก ควบคุม	เทคโนโลยี	นวัตกรรม	ทักษะ และเทคนิค
ค้นหาพื้นที่ปลูกที่เหมาะสม/ คัดเลือกวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพ/ควบคุมการดูแล ให้เป็นไปตามกำหนด	Pre-Cooling/ เทคนิคการตัดแต่ง/ Hydro-Cooling/ ลดเชื้อจุลินทรีย์/ เพิ่มความแข็งแรงของเซลล์/ ลดการเกิดอาหารสีน้ำตาล/ Modify Atmosphere	ชนิดของแผ่นแป้ง/ ส่วนประกอบของแผ่นแป้ง/ สารแช่แผ่นแป้ง	การตัดแต่ง/การวางวัตถุดิบ/ การแช่แป้ง/การม้วน/ การควบคุมอุณหภูมิ
เพื่อวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน	เพื่อคงความสดของผัก	เพื่อคงความนุ่มชุ่มชื่นของแผ่นแป้ง	เพื่อคงคุณภาพของสินค้า

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ	ผลกระทบด้านสังคม	ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
• เพิ่มยอดขายสินค้าสลัดโรล • เพิ่มพื้นที่การวางจำหน่าย • สินค้ามีความหลากหลาย	• สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร • สร้างอาชีพให้คนในชุมชน • ยกระดับมาตรฐานการผลิต	• ประชาชนคนไทยกินของดี สุขภาพดี • เพิ่มพื้นที่และพัฒนาเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน

คุณค่าทางเศรษฐกิจ	คุณค่าทางสังคม	คุณค่าทางสิ่งแวดล้อม
• เพิ่มยอดขายสินค้าสลัดโรล มากกว่า **200 ล้านบาทต่อปี** • เพิ่มพื้นที่การวางจำหน่าย **11,170 สาขา**	• สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร **5 ล้านบาท** ต่อเดือน • เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน **265 ราย**	• เพิ่มพื้นที่และพัฒนาเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน รวม **200 ไร่**

โครงการ “Help me for Healthy”

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดหลุมแก้ว) พัฒนาสินค้าต่อยอดเมนูยอดนิยมให้คงความอร่อยโดยมีแนวคิดไม่ใส่ผงชูรส ไม่ใส่วัตถุกันเสีย ใช้น้ำมันคาโนล่าและวัตถุดิบที่เป็นสูตรเฉพาะ ออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้หลัก “High Low No Less” ร่วมกับกระบวนการผลิตสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ปัจจุบันวางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven 446 สาขา ทั่วประเทศ สร้างยอดขายกลุ่มสินค้าใหม่ 22.91 ล้านบาทต่อปี



โครงการ อร่อยง่าย พร้อมปรุง ในถุงเดียว

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) พัฒนาสินค้าประเภทอาหารชุดพร้อมปรุง โดยใช้ความรู้ทางด้านการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ผนวกกับนวัตกรรมในกระบวนการผลิต คัดเลือกวัตถุดิบที่เหมาะสมดีต่อสุขภาพ รวมถึงกระบวนการคัด ตัดแต่ง ให้ได้ขนาดและปริมาณที่เหมาะสม ไม่เกิดขยะอาหาร (Food waste) ปัจจุบันวางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven ทุกสาขาทั่วประเทศ สร้างยอดขายมากกว่า 211 ล้านบาทต่อปี



โครงการ เบอร์เกอร์กำลัง 3

บริษัท ซีพีแรม จำกัด (ลาดหลุมแก้ว) พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตคงคุณสมบัติ ที่ดีของข้าวเหนียวให้คงอยู่หลังการอุ่นด้วยไมโครเวฟเสมือนข้าวนึ่งสุกใหม่ ที่ยังคงมีความเหนียว นุ่ม หอม ตลอดอายุการเก็บรักษา 11 วัน ปัจจุบันวางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven 14,303 สาขาทั่วประเทศ สร้างยอดขายมากกว่า 501 ล้านบาทต่อปี และสามารถลดต้นทุนการผลิตลงร้อยละ 95



โครงการ Collaboration Brand – by Own Brand CP Axtra

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) หน่วยธุรกิจแม็คโคร ร่วมมือกับแบรนด์ชั้นนำ ร้านอาหารและบุคคลที่มีชื่อเสียง พัฒนา ผลิต และจำหน่ายสินค้าภายใต้ Makro house brand โดยนำจุดแข็ง ด้านชื่อเสียงของแบรนด์ ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการเป็นช่องทางจัดจำหน่ายของลูกค้าผู้ประกอบการมาร่วมพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน เพิ่มโอกาส การขยายฐานลูกค้าจาก B2B สู่ B2C ปัจจุบันมีสินค้า 9,837 สินค้า สร้างยอดขายเพิ่ม 44,888 ล้านบาทต่อปี



สร้างนวัตกรรมบริการ เพื่อส่งมอบประสบการณ์ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

บริษัทวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และการบริการของผู้บริโภคที่ใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยบริษัทมุ่งมั่นพัฒนาและสนับสนุนการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการให้มีความหลากหลายมากขึ้น พร้อมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการซื้อขายสินค้าและบริการ ให้มีความรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยมีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการต่อเนื่อง การพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจ Online to Offline (O2O)

บริษัทยังคงพัฒนาและปรับปรุงแพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน 7-Eleven บนโทรศัพท์มือถือ อย่างต่อเนื่อง เชื่อมโยงช่องทางออฟไลน์กับออนไลน์แบบไร้รอยต่อ ให้เป็นแพลตฟอร์มที่ส่งมอบสินค้าและบริการแบบสะดวกครบวงจร หรือ “All Convenience” เพื่อยกระดับการสร้างประสบการณ์ของลูกค้าแต่ละกลุ่ม แต่ละพื้นที่ที่มีความต้องการและกำลังซื้อที่แตกต่างกัน และการเข้าถึงรายการสินค้าและโปรโมชันที่หลากหลาย ภายใต้

- บริการ “7Delivery” สั่งสินค้าจากร้านสาขาและส่งสินค้าถึงบ้านทันที สามารถเลือกรับสินค้าเองที่ร้าน หรือกำหนดเวลาในการจัดส่งสินค้าได้เองภายในรอบวันทำให้ลูกค้าสามารถวางแผนการสั่งซื้อของได้ล่วงหน้า และรับของในเวลาที่สะดวกรับ เพื่อตอบโจทย์ การกิน การใช้ และไลฟ์สไตล์ อย่างครบครันในการซื้อสินค้าเข้าบ้าน
- บริการ “ALL Online” ซึ่งเป็นสินค้านอกเหนือจากที่มีจำหน่ายในร้านสาขาได้อีกหลากหลายกว่า 2 หมื่นรายการ ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าล่วงหน้าผ่านแอพพลิเคชั่นบนมือถือของตนเอง หรือจะให้พนักงานที่ร้านสาขาช่วยทำการสั่งสินค้าในระบบออนไลน์ และเลือกมารับสินค้าได้ด้วยตนเองที่ร้าน 7-Eleven ด้วยบริการที่ ตลอด 24 ชั่วโมง หรือจะเลือกให้นำสินค้าไปส่งที่บ้าน

พร้อมกันนี้บริษัทยังพัฒนา และยกระดับระบบสมาชิก“ออลล์ เมมเบอร์ (ALL Member)” ผ่านแอพพลิเคชั่นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสมาชิกในระบบกว่า 20 ล้านคน เพื่อใช้เป็นช่องทางการสื่อสารแบบสองทางที่ดีและใกล้ชิดกับลูกค้าแล้ว ยังช่วยให้สมาชิกได้รับสิทธิประโยชน์ สิทธิพิเศษแก่สมาชิก พร้อม ๆ ไปกับการพัฒนา สิทธิประโยชน์ที่แตกต่างเป็นรายบุคคล เพื่อคัดสรรและพัฒนาสินค้าที่ตรงใจมากขึ้น และนำเสนอผลิตภัณฑ์พร้อมโปรโมชั่นที่สอดรับกับพฤติกรรมและความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละคน ตลอดไปจนถึงให้ลูกค้าทุกคนได้รับประโยชน์จากระบบสมาชิกและการดูแลที่ตรงจุดตรงใจอย่างแท้จริง

โครงการ เปย์ง่าย ขายคล่อง

บริษัท เคาน์เตอร์ เซอร์วิส จำกัด มีแนวคิดในการสร้างประสบการณ์รับชำระเงินที่ดียิ่งขึ้นแก่ลูกค้า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จึงได้ร่วมกับพันธมิตรสำคัญ Alipay Global พัฒนาระบบการเชื่อมต่อเพื่อรับชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้าน 7-Eleven ด้วยกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เครือข่าย Alipay Plus โดยมีจุดเด่นสามารถเชื่อมต่อกับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet) ชั้นนำระดับโลกได้มากถึง 8 ประเทศ 12 กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ลดระยะเวลาการให้บริการในขั้นตอนการนับเงินหรือทอนเงิน ลดปัญหาการสื่อสารของพนักงานร้าน และยังช่วยลดภาระการจัดการเงินสดของร้าน 7-Eleven ได้อีกด้วย





โครงการ Smart Water Insight IoT

บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด นำเทคโนโลยีระบบ IoT มาประยุกต์ใช้กับระบบสาธารณูปโภค และบริการตรวจวัด ติดตามคุณภาพน้ำอย่างอัจฉริยะ โดยหน่วยงานวิจัยและพัฒนาได้ออกแบบ IoT Board โครงสร้างชุดตรวจวัดคุณภาพน้ำ รวมถึงต้นแบบซอฟแวร์ที่สามารถบริหารจัดการการตรวจวัดและติดตามคุณภาพน้ำได้แบบทันท่วงที (Real time) เมื่อคุณภาพน้ำต่ำกว่าค่ามาตรฐานระบบจะดำเนินการแจ้งเตือน ช่วยลดความเสียหายของอุปกรณ์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการให้บริการลูกค้า และยอดขายของร้าน 7-Eleven นำไปสู่การยกระดับกระบวนการทำงานเชิงป้องกันอีกด้วย ในปี 2567 ลดค่าใช้จ่ายและค่าแรงในการเข้าซ่อมอุปกรณ์ขาย มูลค่า 900,000 บาทต่อปี ลดความเสี่ยงในการสูญเสียโอกาสการขายที่ใช้น้ำสร้างยอดขายจากผลิตภัณฑ์ มูลค่า 462,000 บาทต่อปี



ใช้นวัตกรรมเพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน

ในปี 2567 บริษัทนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับกระบวนการทำงานให้มีความรวดเร็วและ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นการเพิ่มความคล่องตัวในการปฏิบัติงานของพนักงานและหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง และมีโครงการที่โดดเด่น ดังนี้

โครงการ Intelligent Planning Routes

บริษัท ซีพี แรม จำกัด ลดความซับซ้อนในการตรวจสอบและการอนุมัติงานภายในหน่วยงาน และส่งผลต่อเนื่องไปยังห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบตั้งแต่ลูกค้าพนักงาน และคู่ค้าโดยพัฒนาเว็บไซต์ “NPD Status” ซึ่งเป็นระบบ Data Integration เพื่อทดแทนการตรวจสอบความพร้อมก่อนการผลิตแบบ Manual และพัฒนาโปรแกรม “Postpone” บนระบบ SAP ที่สามารถแนะนำข้อมูล เพื่อปรับเปลี่ยนวันจัดส่งวัตถุดิบเข้าโรงงานได้แบบอัตโนมัติ ส่งผลให้กระบวนการทำงานรวดเร็วขึ้น ลูกค้าสามารถออกสินค้าใหม่ได้ทันตามแผน ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพิ่มความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

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

โครงการ ลดเวลาการจัดการสินค้า 3 สด ด้วยระบบ Auto เบิก

ซีพี ออลล์ พัฒนาระบบคำนวณคำสั่ง และ Auto เบิกวัตถุดิบ เพื่อลดเวลาในการจัดการสินค้ากลุ่ม 3 สด (อบสด ชงสด ปรุงสด) โดยระบบคำนวณยอดขายสินค้าเพื่อคำนวณยอดผลิต และนำไปคำนวณการสั่งวัตถุดิบอัตโนมัติ





ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- ลดเวลาการจัดการสินค้า 3 สด 80.51 นาทีต่อวันต่อสาขา
- เพิ่มกำไรสินค้ากลุ่ม 3 สด ได้ 197.8 ล้านบาทต่อปี

โครงการ ระบบสั่งสินค้าอัตโนมัติเพื่อเพิ่มอัตราสินค้าพร้อมขาย

บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) หน่วยธุรกิจแม็คโคร พัฒนาระบบสั่งสินค้าอัตโนมัติ โดยใช้กลยุทธ์ ใช้ระบบแทนคน ใช้ปัญญาประดิษฐ์ ในการพยากรณ์ยอดขาย และใช้คนเสริมระบบ ให้ความรู้พนักงานสาขาในการใช้งานระบบสั่งสินค้า

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- เพิ่มอัตราสินค้าพร้อมขายร้อยละ 97 และเพิ่มโอกาสในการขายมากกว่า 1,280 ล้านบาทต่อปี
- กำไรจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น 83 ล้านบาทต่อปี

สร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

- บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) และกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) โดย สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ NIA ผลักดันการยกระดับความสามารถด้านนวัตกรรม พร้อมลงนามบันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือเพื่อการพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรม โดยมีเป้าหมายเพื่อออกแบบและพัฒนาหลักสูตรนวัตกรรมให้กับบุคลากรของ ซีพี แอ็กซ์ตร้า ตลอดจนให้คำปรึกษาและสนับสนุนด้านผู้เชี่ยวชาญ วิทยากร เพื่อให้แนวทางและคำแนะนำในการพัฒนานวัตกรรมของ ซีพี แอ็กซ์ตร้า ให้มีศักยภาพการแข่งขัน รวมถึงการเชื่อมโยงสตาร์ทอัพหรือบริษัทเทคโนโลยีที่มีศักยภาพและความคล่องตัวสูงให้เกิดเป็นการสร้างเครือข่ายสำหรับแลกเปลี่ยน เผยแพร่ และแบ่งปันองค์ความรู้ระหว่างองค์กร เพื่อนำไปพัฒนานวัตกรรมและต่อยอดธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน ความร่วมมือครั้งนี้ ได้มีการจัดแสดงสินค้านวัตกรรมของ ซีพี แอ็กซ์ตร้า ที่แสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ได้แก่
  - น้ำดื่มไร้ฉลากพลาสติก ชูแนวความคิดการรักษ์โลก ทำจากขวดพลาสติก PET ฉลากอลูมิเนียม ใช้เทคโนโลยีเลเซอร์แทนการใช้หมึก สามารถนำไปรีไซเคิลได้ ร้อยละ 100 ลดการใช้พลาสติกใหม่ราว 11.6 ตันต่อปี
- ซีพี ออลล์ ร่วมมือกับ 10 หน่วยงาน ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.), สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.), สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (สนช.), สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.), ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.), สมาคมหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ไทย (Thai-BISPA), หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, สมาคมธนาคารไทย และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ระดับประเทศ เพื่อส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมภายใต้ “โครงการความร่วมมือขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับประเทศ Thailand Synergy เพื่อ SMEs และบริษัทสตาร์ทอัพไทย” ผ่านการสนับสนุนและมอบรางวัลผลงานวิจัยและสุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Awards 2024 ต่อเนื่องปีที่ 11 เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ สร้างโอกาส และขยายช่องทางการตลาด ตลอดจนประยุกต์แนวปฏิบัติที่ดีเพื่อยกระดับธุรกิจ

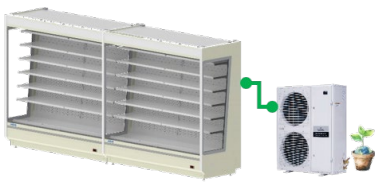
ในปี 2567 มีผู้ประกอบการส่งผลงานเข้าประกวด เพื่อชิงรางวัลสุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Awards ประจำปี 2024 รวม 180 ผลงาน และมีผลงานที่ผ่านการตัดสินให้ได้รับรางวัล ทั้งสิ้น 34 รางวัล แบ่งเป็น 2 ประเภทรางวัล ได้แก่ รางวัลนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจครอบคลุมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ หรือด้านกระบวนการ จำนวน 19 รางวัล และรางวัลนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการศึกษา รวมถึงโครงการเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) จำนวน 15 รางวัล

โครงการนวัตกรรมตู้ Open Showcase ประหยัดพลังงาน

นวัตกรรมตู้ Open Showcase เป็นอุปกรณ์ประกอบการขายหลักที่สำคัญของบริษัท สำหรับขายอาหารและเครื่องดื่มต่าง ๆ ในร้าน 7-Eleven ที่มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย ตลอดการใช้งานที่ผ่านมา บริษัทมีการปรับปรุง วิจัยและพัฒนานวัตกรรมประหยัดพลังงานของระบบและชิ้นส่วนต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ปี 2567

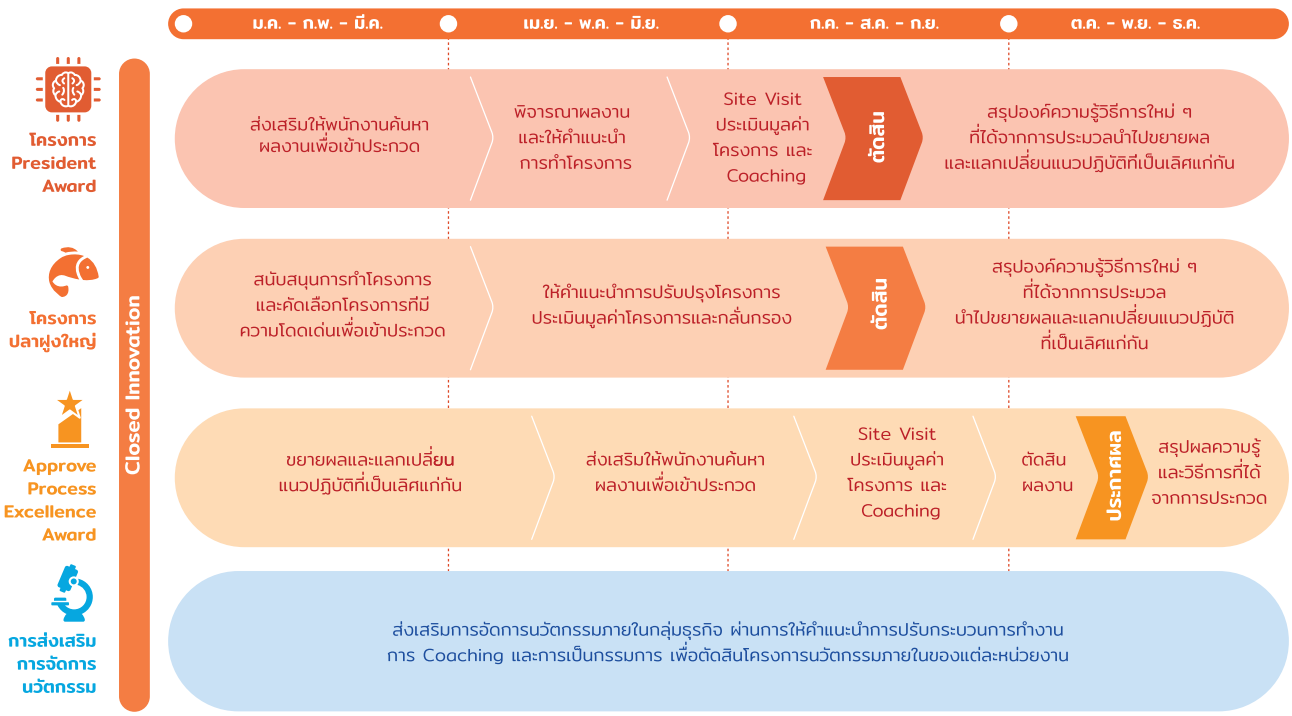
ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

- สามารถลดต้นทุนการใช้พลังงานจากเดิมได้มากกว่า ร้อยละ 60 หรือ 203 ล้านบาทต่อปี
- ยืดอายุการใช้งานอุปกรณ์ของร้านสาขาได้ยาวนานขึ้น ร้อยละ 30



สร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม

บริษัทจัดการอบรมและให้ความรู้ด้านการพัฒนานวัตกรรม เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและสนับสนุนให้พนักงานนำเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ที่มีคุณค่าแก่องค์กร โดยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนานวัตกรภายในองค์กร ผ่านกิจกรรมประกวดโครงการนวัตกรรมภายในกลุ่มธุรกิจ ซีพี ออลล์ เพื่อยกย่องโครงการที่มีผลลัพธ์ที่ โดดเด่นในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และแนวปฏิบัติใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงาน ลดภาระงานที่ไม่จำเป็น และเพิ่มความคล่องตัวให้กับองค์กร เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลกทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้ บริษัท มุ่งสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมที่ทุกคนในองค์กร มีส่วนร่วมในการส่งมอบคุณค่าแก่องค์กรอย่างยั่งยืน



ผลการดำเนินงานความยั่งยืน ปี 2567
ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
302-1 (e) 2016	**ปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด**	**กิกะจูล**	**12,440,052.54**	**13,797,489.83**	**14,792,684.40**	**15,650,591.42**
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	**3,455,570.15**	**3,832,636.07**	**4,109,079.00**	**4,347,386.50**
	ปริมาณพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป	**กิกะจูล**	**770,401.79**	**942,437.98**	**955,098.47**	**1,081,134.48**
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	**214,000.50**	**261,788.33**	**265,305.14**	**300,315.13**
	การเผาไหม้อยู่กับที่	**กิกะจูล**	**640,422.45**	**683,865.36**	**723,183.25**	**784,868.62**
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	**177,895.13**	**189,962.60**	**200,884.24**	**218,019.06**
	• น้ำมันเตา	กิกะจูล	0	0	0	0
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	0	0	0	0
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	15,044.40	23,604.47	17,569.10	16,654.03
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	4,179.00	6,556.80	4,880.31	4,626.12
	• น้ำมันเบนซิน	กิกะจูล	0	11.33	50.37	0
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	0	3.15	13.99	0
	• ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิกะจูล	564,038.07	596,281.45	641,826.03	702,501.05
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	156,677.24	165,633.74	178,285.01	195,139.18
	• ก๊าซธรรมชาติ	กิกะจูล	61,339.98	63,968.11	63,737.75	65,713.54
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	17,038.88	17,768.92	17,704.93	18,253.76
	การเผาไหม้ที่มีการเคลื่อนที่	**กิกะจูล**	**129,979.34**	**258,572.62**	**231,915.22**	**296,265.86**
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	**36,105.37**	**71,825.73**	**64,420.90**	**82,296.07**
	• น้ำมันดีเซล	กิกะจูล	115,595.26	191,812.38	163,816.78	223,890.52
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	32,109.79	53,281.22	45,504.66	62,191.81
	• น้ำมันเบนซิน	กิกะจูล	10,819.33	62,713.21	66,963.95	69,662.28
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	3,005.37	17,420.34	18,601.10	19,350.63
	• ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	กิกะจูล	3,563.22	4,044.88	1,134.49	2,705.84
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	989.78	1,123.58	315.14	751.62
	• ก๊าซธรรมชาติ	กิกะจูล	1.53	2.15	0	7.22
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	0.43	0.60	0	2.01
302-1 (b) 2016	**ปริมาณพลังงานหมุนเวียน**	**กิกะจูล**	**13,442.01**	**47,897.77**	**360,808.02**	**69,746.24**
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	**3,733.89**	**13,304.94**	**100,224.45**	**19,373.95**
	• พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	N/A	31,798.80	345,500.58	51,639.01
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	N/A	8,833.00	95,972.38	14,344.17
	• พลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	1,796.60	2,079.65	1,512.00	1,512.00
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	499.06	577.68	420.00	420.00
	• พลังงานความร้อนใต้พิภพ	กิกะจูล	11,645.41	14,019.32	13,795.44	16,595.23
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	3,234.84	3,894.26	3,832.07	4,609.78

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
302-1 (c) 2016	**ปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก**	**กิกะจูล**	**11,656,208.73**	**12,807,154.08**	**13,476,777.91**	**14,499,710.70**
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	**3,237,835.76**	**3,557,542.80**	**3,743,549.42**	**4,027,697.42**
	• พลังงานไฟฟ้าจากโครงข่ายไฟฟ้าของประเทศ	กิกะจูล	11,476,181.47	12,357,770.77	12,608,745.11	13,538,922.26
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	3,187,828.19	3,432,714.10	3,502,429.20	3,760,811.74
	• พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์	กิกะจูล	180,027.26	449,383.31	868,032.80	960,788.44
		เมกะวัตต์-ชั่วโมง	50,007.57	124,828.70	241,120.22	266,885.68
302-3 (a) 2016	**ความเข้มข้นการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้**	**กิกะจูลต่อล้านบาท**	**21.17**	**16.18**	**16.06**	**15.84**
		เมกะวัตต์-ชั่วโมงต่อล้านบาท	**5.88**	**4.50**	**4.46**	**4.40**
303-3 (a) 2018	**ปริมาณการนำน้ำมาใช้ทั้งหมด**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**17.21**	**20.42**	**22.68**	**24.57**
	• น้ำใต้ดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	2.60	2.83	2.74	2.95
	• น้ำฝน	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.00	0.00	0.00	0.01
	• น้ำจากผู้จัดหาภายนอก (Third-Party Water)	ล้านลูกบาศก์เมตร	14.61	17.59	19.94	21.61
	น้ำประปาจากผิวดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	14.40	17.43	19.74	21.42
	น้ำประปาจากน้ำบาดาล	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.21	0.16	0.20	0.19
303-3 (b) 2018	**ปริมาณการนำน้ำจากแหล่งขาดแคลนน้ำมาใช้ทั้งหมด**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**5.73**	**9.93**	**8.62**	**8.20**
	• น้ำใต้ดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	2.24	2.50	2.37	1.39
	• น้ำจากผู้จัดหาภายนอก (Third-Party Water)	ล้านลูกบาศก์เมตร	3.49	7.43	6.25	6.81
	น้ำประปาจากผิวดิน	ล้านลูกบาศก์เมตร	3.37	7.33	6.08	6.70
	น้ำประปาจากน้ำบาดาล	ล้านลูกบาศก์เมตร	0.12	0.10	0.17	0.11
303-3 (b) 2018	**ปริมาณน้ำสะอาดที่ถูกนำมาใช้ทั้งหมด**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**17.18**	**20.42**	**21.66**	**24.57**
	• น้ำสะอาด (≤1,000 mg/L Total Dissolved Solids)	ล้านลูกบาศก์เมตร	17.18	20.42	21.66	24.57
	น้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่และใช้ซ้ำทั้งหมด	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**0.85**	**0.93**	**1.75**	**1.46**
	ความเข้มข้นการนำน้ำสุทธิมาใช้ต่อหน่วยรายได้	**ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท**	**10.15**	**8.63**	**8.70**	**8.75**
303-4 (b) 2018	**ปริมาตรน้ำเสียที่ถูกบำบัดและปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมผ่านผิวดิน (TDS≤1,000 mg/L)**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**1.39**	**1.02**	**1.07**	**1.87**
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	62.78	33.84	35.29	36.64
		กิโลกรัม	87,542.49	34,622.49	37,756.36	68,599.93
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	17.96	2.68	2.37	2.25
		กิโลกรัม	25,042.93	2,740.22	2,532.74	4,214.16
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	389.25	528.86	473.09	515.05
		กิโลกรัม	542,780.15	541,139.37	506,142.71	964,252.63

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
303-4 (b) 2018	**ปริมาตรน้ำเสียที่ถูกบำบัดและปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมผ่านผิวดิน (TDS> 1,000 mg/L)**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**0.17**	**0.17**	**0.20**	**0.22**
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	41.37	41.54	44.62	46.32
		กิโลกรัม	7,033.05	6,885.05	9,039.95	10,408.27
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	3.77	2.34	1.46	2.23
		กิโลกรัม	640.73	388.46	295.30	500.84
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	1,346.30	1,240.56	1,501.86	1,548.33
		กิโลกรัม	228,854.11	205,607.63	304,281.84	347,915.23
303-4 (b) 2018	**ปริมาตรน้ำเสียที่ถูกบำบัดและปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมส่งบุคคลที่ 3 บำบัดต่อ (TDS≤ 1,000 mg/L)**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**N/A**	**0.25**	**0.30**	**0.35**
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	50.76	92.51	95.95
		กิโลกรัม	N/A	12,622.52	27,927.46	33,124.49
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	10.13	17.77	43.41
		กิโลกรัม	N/A	2,519.93	5,364.51	14,985.18
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	577.20	557.14	462.84
		กิโลกรัม	N/A	143,541.21	168,195.91	159,785.23
303-4 (b) 2018	**ปริมาตรน้ำเสียที่ถูกบำบัดและปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมส่งบุคคลที่ 3 บำบัดต่อ (TDS>1,000 mg/L)**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**N/A**	**0.36**	**0.41**	**0.39**
	• COD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	422.85	40.97	49.24
		กิโลกรัม	N/A	153,905.29	16,859.08	19,373.35
	• BOD	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	42.12	7.60	9.15
		กิโลกรัม	N/A	15,330.82	3,129.32	3,598.00
	• ปริมาณของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัมต่อลิตร	N/A	1,211.18	1,334.97	1,176.69
		กิโลกรัม	N/A	440,835.69	549,345.27	462,936.98
303-5	**ปริมาณการใช้น้ำสุทธิ**	**ล้านลูกบาศก์เมตร**	**5.96**	**7.36**	**8.01**	**8.64**
305-2 (a) 2016	**ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด**	**ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**	**1,818,541.52**	**1,977,571.52**	**2,063,250.50**	**2,092,047.74**
305-1 (a) 2016	**ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1)**	**ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**	**340,404.09**	**448,979.21**	**515,002.05**	**437,290.58**
	• ก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากการรั่วไหลและอื่น ๆ (Fugitive Emissions)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	280,650.78	385,615.37	450,983.60	364,698.56
	• ก๊าซมีเทนจากระบบบำบัดน้ำเสีย	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	3,709.01	557.34	728.44	598.80
	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงอยู่กับที่	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	40,041.84	42,816.28	45,266.14	49,139.87
	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงที่มีการเคลื่อนที่	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	14,864.69	18,600.09	16,784.84	21,302.90

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
305-1 (c) 2016	• การเผาไหม้เชื้อเพลิงชีวภาพ (Biogenic)	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,137.77	1,390.13	1,239.03	1,550.45
305-2 (a) 2016	**ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2)**	**ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**	**1,478,137.44**	**1,528,592.30**	**1,548,248.45**	**1,654,757.17**
	• พลังงานที่ซื้อ Market-Based	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,478,137.44	1,528,592.30	1,548,248.45	1,654,757.17
	• พลังงานที่ซื้อ Location-based	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,501,708.38	1,588,415.53	1,660,993.16	1,772,186.86
	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการใช้พลังงานทดแทน	**ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**	**23,570.94**	**59,823.22**	**112,744.71**	**117,429.70**
305-4 (a) 2016	**ความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) ต่อหน่วยรายได้**	**ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท**	**3.10**	**2.32**	**2.24**	**2.12**
305-3 (a) 2016	**ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (Scope 3)**	**ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**	**13,131,498.28**	**13,191,694.60**	**15,186,203.55**	**17,405,691.07**
	• การซื้อสินค้าและบริการ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	12,824,060.79	12,525,820.40	13,964,445.28	14,757,418.81
	• สินค้าทุน	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	47,305.39	36,591.80	46,549.92
	• การได้มาซึ่งเชื้อเพลิงและพลังงานขององค์กร	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	345,694.47	604,982.16
	• การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าต้นน้ำ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	197,321.23	268,798.35	205,168.47	553,599.02
	• การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	99,866.65	90,303.47	99,349.12	105,413.69
	• การเดินทางเพื่อธุรกิจ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	141.36	2,077.74	1,355.88	1,555.97
	• การเดินทางของพนักงาน	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	153,865.70	400,005.84	657,398.39
	• การขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้าปลายน้ำ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	94,192.64	81,390.99	71,186.88
	• การใช้งานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จำหน่าย	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	0.00	41,060.17	387,080.77
	• การจัดการซากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	10,108.25	9,330.91	11,141.53	12,665.12

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
	• สินทรัพย์ให้เช่าขั้นปลายน้ำ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	N/A	N/A	N/A	207,840.34
	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการลดใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง	**ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า**	**265,268.48**	**250,615.62**	**248,352.23**	**238,617.29**
	สัดส่วนของร้านในพื้นที่ตั้งเสี่ยงต่ออุทกภัย ที่ได้รับการออกแบบและปรับปรุงให้สามารถรองรับความเสี่ยง	**ร้อยละ**	**52**	**52**	**6.16**	**26.63**
306-3 (a) 2020	**ปริมาณของเสียทั้งหมด**	**ตัน**	**225,033.61**	**213,659.35**	**162,427.08**	**250,711.60**
306-4 (a) 2020	**ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ประโยชน์ทั้งหมด**	**ตัน**	**160,099.76**	**154,818.97**	**104,890.74**	**188,147.20**
306-4 (b) 2020	**ปริมาณของเสียอันตราย**	**ตัน**	**24.81**	**190.94**	**184.54**	**96.97**
	• ใช้ซ้ำ	ตัน	0.07	67.64	0.00	14.91
	• นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	24.74	122.64	184.54	82.06
	• อื่น ๆ	ตัน	0.00	0.66	0.00	0.00
306-4 (c) 2020	**ปริมาณของเสียไม่อันตราย**	**ตัน**	**160,074.95**	**154,628.03**	**104,706.20**	**188,050.23**
	• ใช้ซ้ำ	ตัน	848.45	1,079.54	986.77	72,216.66
	• นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	150,747.09	140,153.02	89,151.12	81,217.98
	• ปุ๋ยหมัก	ตัน	8,189.55	13,299.22	13,021.68	17,225.30
	• อื่น ๆ (เลี้ยงสัตว์)	ตัน	289.86	96.25	1,546.63	17,390.29
306-5 (a) 2020	**ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัดทั้งหมด**	**ตัน**	**64,933.85**	**58,840.38**	**57,536.34**	**62,564.40**
306-5 (b) 2020	**ปริมาณของเสียอันตราย**	**ตัน**	**108.72**	**233.80**	**24.61**	**897.81**
	• นำไปเป็นเชื้อเพลิงผสม	ตัน	23.45	19.75	20.57	25.83
	• เผาทำลาย	ตัน	74.90	14.25	1.03	3.71
	• ฝังกลบ	ตัน	10.37	199.80	3.02	868.27
306-5 (c) 2020	**ปริมาณของเสียไม่อันตราย**	**ตัน**	**64,825.13**	**58,606.58**	**57,511.73**	**61,666.59**
	• นำไปเป็นเชื้อเพลิงผสม	ตัน	3,229.21	3,572.64	3,562.18	5,636.32
	• เผาทำลาย	ตัน	5.41	36.91	39.07	25.19
	• ฝังกลบ	ตัน	61,590.51	54,997.03	53,910.48	56,005.08
	ร้อยละปริมาณของเสียที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ต่อปริมาณของเสียทั้งหมด	**ร้อยละ**	**71.14**	**72.45**	**64.58**	**75.04**
306-3 (a) 2020	**ปริมาณขยะอาหารทั้งหมด**	**ตัน**	**68,361.16**	**66,157.98**	**68,429.35**	**68,147.15**
	• พืช ผัก และผลไม้	ตัน	19,899.06	21,304.13	22,504.43	21,932.41
	• เนื้อสัตว์และอาหารทะเล	ตัน	3,766.27	4,534.33	5,870.18	6,157.14
	• ผลิตภัณฑ์จากนม	ตัน	2,315.32	3,582.20	813.20	2,365.95
	• อาหารพร้อมรับประทาน	ตัน	18,913.40	18,133.14	21,008.53	19,234.27
	• เครื่องดื่ม	ตัน	1,265.83	1,503.45	1,425.32	1,498.55
	• อาหารสำเร็จรูป	ตัน	655.59	1,962.90	1,962.29	1,995.33
	• เบเกอรี่	ตัน	13,032.62	14,750.26	14,037.27	14,113.07
	• อื่น ๆ	ตัน	8,513.07	387.57	808.13	850.43

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
306-4 (a) 2020	**ปริมาณขยะอาหารที่นำไปใช้ประโยชน์ทั้งหมด**	**ตัน**	**13,979.48**	**17,815.13**	**18,925.62**	**21,810.09**
	• นำส่งไปบริโภคต่อ (Reduce)	ตัน	0.00	0.00	219.74	0.00
	• นำไปเป็นอาหารสัตว์ (Reuse)	ตัน	13,382.23	16,145.80	17,185.68	18,302.56
	• นำกลับไปใช้ใหม่ ทำปุ๋ย, ก๊าซชีวภาพ (Recycle)	ตัน	508.76	1,656.39	1,300.12	3,209.72
	• นำไปผลิตเป็นพลังงาน (Energy Recovery)	ตัน	88.49	12.94	220.08	297.81
306-5 (a) 2020	**ปริมาณขยะอาหารที่นำไปกำจัดทั้งหมด**	**ตัน**	**54,381.67**	**48,342.83**	**49,503.73**	**46,337.08**
	• ฝังกลบ	ตัน	54,381.67	48,342.83	49,503.73	46,337.08
	การป้องกันก่อนเกิดเป็นอาหารส่วนเกิน	**ตัน**	**21,314.71**	**31,230.11**	**28,634.86**	**11,649.97**
	• กำหนดมาตรฐานการสั่งและการทิ้ง	ตัน	5,079.31	7,293.17	7,371.25	7,827.19
	• ทำผลิตภัณฑ์ใหม่	ตัน	1,969.00	9,848.36	6,650.00	140.00
	• ผลิตอาหารสัตว์	ตัน	14,225.00	13,740.13	14,096.63	2,912.29
	• บริโภคต่อ (Reduce)	ตัน	41.40	348.45	516.98	770.49

การวิเคราะห์และแจกแจงข้อมูลปริมาณขยะอาหาร ซึ่งเป็นชุดข้อมูลย่อยที่ถูกรวมอยู่ในข้อมูลของเสียที่ปรากฏข้างต้นแล้ว

หมายเหตุ

- ขยายขอบเขตการรายงานข้อมูลครอบคลุมโรงงาน ซีพีแรม บ่อเงิน ขอนแก่น ลำพูน และสุราษฎร์ธานี โดยคำนวณย้อนกลับตั้งแต่ ปี 2564
- 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 2567
ข้อมูลด้านบุคลากร

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2564			2565			2566			2567		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
2	ข้อมูลบุคลากร (Workforce)													
2-7	จำนวนพนักงาน (Employee)	คน	54,820	99,613	154,433	59,367	108,034	167,401	64,189	116,919	181,108	74,317	130,384	204,701
		FTE	51,558	90,465	142,023	57,057	99,797	156,854	62,707	110,934	173,641	74,897	127,128	202,025
2-7a	จำแนกพนักงานตามภูมิลำเนา (By Based Location)													
	• ไทย	คน	N/A	N/A	N/A	57,493	106,117	163,610	62,132	114,853	176,985	74,284	130,377	204,661
		FTE	N/A	N/A	N/A	54,792	97,482	152,274	60,219	108,413	168,631	74,862	127,121	201,983
	• กัมพูชา	คน	N/A	N/A	N/A	629	623	1,252	742	748	1,490	1	0	1
		FTE	N/A	N/A	N/A	762	757	1,519	921	929	1,850	1	0	1
	• ลาว	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	96	22	118	1	1	2
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	94	22	116	1	1	2
	• มาเลเซีย	คน	N/A	N/A	N/A	1	0	1	1	0	1	0	0	0
		FTE	N/A	N/A	N/A	1	0	1	1	0	1	0	0	0
	• จีน	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	13	7	20	1	2	3
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	13	7	20	1	2	3
	• เวียดนาม	คน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0
	• อื่น ๆ	คน	N/A	N/A	N/A	1,244	1,294	2,538	1,205	1,289	2,494	30	4	34
		FTE	N/A	N/A	N/A	1,501	1,558	3,059	1,460	1,564	3,024	32	4	36
2-7b	จำนวนพนักงานจำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง (By employment contract)													
	• พนักงานประจำ (Permanent employee)	คน	54,820	99,613	154,433	58,561	107,086	165,647	62,487	115,249	177,736	63,918	118,490	182,408
		FTE	N/A	N/A	N/A	56,253	98,859	155,112	60,878	109,197	170,075	64,038	114,997	179,035
	• พนักงานชั่วคราว (Temporally employee)	คน	N/A	N/A	N/A	806	948	1,754	1,702	1,670	3,372	10,399	11,894	22,293
		FTE	N/A	N/A	N/A	803	938	1,741	1,829	1,738	3,567	10,858	12,132	22,990
405-1	จำนวนพนักงานจำแนกตามความหลากหลายของพนักงาน (Diversity of Employees)													
	จำแนกตามระดับตำแหน่ง (By Management Level)													
	• ผู้บริหารระดับสูง	คน	95	57	152	96	56	152	122	102	224	116	112	228
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	120	101	221	117	114	231
	• ผู้บริหารระดับกลาง	คน	1,614	1,946	3,560	1,656	2,173	3,829	1,525	1,927	3,452	1,326	1,746	3,072
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,486	1,871	3,357	1,292	1,687	2,979
	• ผู้บริหารระดับต้น	คน	2,897	4,456	7,353	3,218	5,018	8,236	2,323	3,994	6,317	2,555	4,221	6,776
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,258	3,870	6,128	2,498	4,090	6,588
	• เจ้าหน้าที่	คน	50,214	93,154	143,368	54,397	100,787	155,184	60,219	110,896	171,115	70,320	124,305	194,625
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	58,844	105,093	163,937	70,989	121,237	192,226
	จำแนกตามสัญชาติ (By Nationality)													
	• ไทย	คน	53,304	98,069	151,373	57,490	106,119	163,609	61,424	114,409	175,833	51,764	98,162	149,926
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	59,364	107,879	167,243	50,588	92,744	143,332
	• กัมพูชา	คน	N/A	N/A	730	629	623	1,252	1,097	998	2,095	740	769	1,509
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,355	1,225	2,580	1,005	1,031	2,036

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2564			2565			2566			2567		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	• เมียนมาร์	คน	N/A	N/A	2,227	1,171	1,282	2,453	1,515	1,475	2,990	1,241	1,313	2,554
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,838	1,794	3,632	1,601	1,721	3,323
	• เกาหลี	คน	N/A	N/A	2	1	0	1	1	1	2	2	3	5
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1	1	2	2	3	5
	• อินเดีย	คน	N/A	N/A	0	35	3	38	10	1	11	62	4	66
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	10	1	11	66	4	70
	• ออสเตรเลีย	คน	N/A	N/A	5	2	1	3	2	1	3	2	0	2
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2	1	3	2	0	2
	• อื่น ๆ	คน	N/A	N/A	96	39	6	45	140	34	174	20,506	30,133	50,639
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	138	34	171	21,632	31,625	53,257
	จำแนกตามอายุ (By Age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	30,024	54,906	84,930	33,149	60,148	93,297	36,001	64,972	100,973	44,288	73,783	118,071
		FTE	N/A	N/A	N/A	31,655	54,984	86,639	35,038	61,302	96,340	44,447	71,454	115,900
	• อายุ 30-50 ปี	คน	23,680	42,953	66,633	24,932	45,799	70,731	26,665	49,524	76,189	28,248	53,720	81,968
		FTE	N/A	N/A	N/A	24,138	42,750	66,888	26,190	47,249	73,438	28,674	52,764	81,438
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	1,116	1,754	2,870	1,286	2,087	3,373	1,523	2,423	3,946	1,781	2,881	4,662
		FTE	N/A	N/A	N/A	1,264	2,063	3,327	1,479	2,384	3,863	1,776	2,910	4,686
	จำแนกตามศาสนา (By Religion)													
	• พุทธ	คน	33,566	63,637	97,203	38,349	72,836	111,185	43,545	82,137	125,682	49,573	90,606	140,179
		FTE	N/A	N/A	N/A	36,199	65,224	101,422	41,607	75,919	117,526	49,293	86,655	135,948
	• คริสต์	คน	278	356	634	298	403	701	179	256	435	180	256	436
		FTE	N/A	N/A	N/A	279	362	641	172	243	416	184	258	442
	• อิสลาม	คน	1,505	3,348	4,853	1,933	4,466	6,399	1,345	2,420	3,765	1,481	2,655	4,136
		FTE	N/A	N/A	N/A	1,823	3,950	5,773	1,311	2,247	3,558	1,504	2,547	4,051
	• ฮินดู	คน	5	3	8	6	3	9	6	3	9	3	4	7
		FTE	N/A	N/A	N/A	6	3	9	6	3	9	3	4	7
	• อื่น ๆ	คน	22	40	62	14	21	35	18	3	21	4	1	5
		FTE	N/A	N/A	N/A	13	18	30	18	3	21	4	1	5
	• ไม่เปิดเผย	คน	19,444	32,229	51,673	18,767	30,305	49,072	19,096	32,100	51,196	23,076	36,862	59,938
		FTE	N/A	N/A	N/A	18,737	30,241	48,978	19,593	32,519	52,112	23,908	37,664	61,572
2-8a	**จำนวนคนงาน (Workers)**	**คน**	**32,278**	**54,473**	**86,751**	**89,026**	**84,095**	**173,121**	**85,022**	**90,497**	**175,519**	**76,870**	**81,759**	**158,629**
401-1	**การจ้างงาน**													
	จำนวนการจ้างงานใหม่	คน	33,670	58,673	92,343	36,230	63,223	99,453	34,420	62,351	96,771	47,956	74,895	122,851
	อัตราการจ้างงานใหม่	ร้อยละ	59.79			59.41			53.43			60.01		
	จำแนกตามระดับตำแหน่ง (By Management Level)													
	• ผู้บริหารระดับสูง	คน	N/A	N/A	N/A	8	4	12	9	14	23	7	6	13
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	9	14	23	6	6	13
	• ผู้บริหารระดับกลาง	คน	N/A	N/A	N/A	243	318	561	167	141	308	111	131	242
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	164	138	301	131	365	496
	• ผู้บริหารระดับต้น	คน	N/A	N/A	N/A	319	451	770	161	207	368	209	268	477
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	158	204	363	271	271	542
	• เจ้าหน้าที่	คน	N/A	N/A	N/A	35,660	62,450	98,110	34,083	61,989	96,072	47,629	74,490	122,119
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	33,357	59,033	92,390	73,881	73,881	147,762

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2564			2565			2566			2567		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	จำแนกตามสัญชาติ (By Nationality)													
	• ไทย	คน	32,843	58,054	90,897	35,511	62,537	98,048	33,493	61,537	95,030	25,101	42,826	67,927
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	32,512	58,392	90,904	24,582	40,493	65,075
	• กัมพูชา	คน	60	68	128	438	373	811	642	586	1,228	243	229	472
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	804	706	1,510	306	284	590
	• เมียนมาร์	คน	752	548	1,300	236	307	543	265	218	483	240	204	444
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	353	280	633	271	237	508
	• เกาหลี	คน	2	0	2	1	0	1	1	1	2	3	1	4
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0.98	0.98	2	3	1	4
	• อินเดีย	คน	1	0	1	30	3	33	3	0	3	19	0	19
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2.94	0	3	20	0	20
	• ออสเตรเลีย	คน	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	0	0	0	0
	• อื่น ๆ	คน	12	3	15	13	3	16	16	9	25	22,350	31,635	53,985
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	16	10	26	23,492	33,274	56,766
	จำแนกตามอายุ (by age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	27,102	45,360	72,462	30,217	50,945	81,162	28,560	50,151	78,711	40,676	60,416	101,092
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	27,705	47,252	74,957	41,028	59,410	100,437
	• อายุ 30-50 ปี	คน	6,510	13,155	19,665	5,924	12,166	18,090	5,811	12,102	17,913	7,194	14,314	21,508
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5,932	12,033	17,965	7,556	14,701	22,258
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	58	158	216	89	112	201	49	98	147	86	165	251
		FTE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	50	105	155	91	178	269
	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการสรรหาพนักงานใหม่													
	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการสรรหาพนักงานใหม่	บาท/FTE	126,476,690	12,427,949	138,904,639	117,502,936	185,366,028	302,868,964	N/A	N/A	266,208,414	190,798,862	20,825,145	211,624,008
401-1	**การลาออก (Turnover)**													
	จำนวนพนักงานลาออกทั้งหมด	คน	28,774	52,148	80,922	36,743	61,456	98,199	31,600	55,815	87,415	30,704	51,462	82,166
	อัตราการลาออก	ร้อยละ		52.40			58.66			48.27			40.14	
	จำแนกตามสัญชาติ (By Nationality)													
	• ไทย	คน	28,437	51,804	80,241	36,349	61,112	97,461	30,937	55,264	86,201	19,303	33,970	53,273
	• กัมพูชา	คน	131	157	288	177	168	345	379	346	725	236	205	441
	• เมียนมาร์	คน	205	186	391	206	174	380	278	202	480	173	176	349
	• เกาหลี	คน	0	0	0	3	0	3	1	0	1	0	0	0
	• อินเดีย	คน	1	0	1	0	0	0	0	1	1	10	2	12
	• ออสเตรเลีย	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
	• อื่น ๆ	คน	0	1	1	8	2	10	5	2	7	10,981	17,108	28,089
	จำแนกตามอายุ (By Age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	22,826	40,197	63,023	28,849	46,631	75,480	24,701	42,101	66,802	24,275	38,756	63,031
	• อายุ 30-50 ปี	คน	5,827	11,730	17,557	7,687	14,525	22,212	6,734	13,437	20,171	6,201	12,386	18,587
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	121	221	342	207	300	507	165	277	442	228	320	548
401-1	**การลาออกโดยความสมัครใจ (Voluntary Turnover)**													
	จำนวนพนักงานลาออกโดยความสมัครใจทั้งหมด	คน	26,340	48,587	74,927	31,669	55,312	86,981	23,930	43,539	67,469	24,439	42,385	66,824
	อัตราการลาออกโดยความสมัครใจ	ร้อยละ		48.52			51.96			37.25			32.64	

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2564			2565			2566			2567		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	จำแนกตามสัญชาติ (By Nationality)													
	• ไทย	คน	26,005	48,243	74,248	31,277	54,969	86,246	23,531	43,149	66,680	18,635	33,078	51,713
	• กัมพูชา	คน	130	157	287	177	168	345	275	272	547	235	205	440
	• เมียนมาร์	คน	204	186	390	204	173	377	119	115	234	164	174	338
	• เกาหลี	คน	0	0	0	3	0	3	1	0	1	0	0	0
	• อินเดีย	คน	1	0	1	0	0	0	0	1	1	9	2	11
	• ออสเตรเลีย	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	• อื่น ๆ	คน	0	1	1	8	2	10	4	2	6	5,396	8,926	14,322
	จำแนกตามอายุ (By Age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	20,950	37,589	58,539	25,060	42,439	67,499	18,851	33,243	52,094	19,424	32,238	51,662
	• อายุ 30-50 ปี	คน	5,317	10,849	16,166	6,452	12,670	19,122	5,011	10,163	15,174	4,939	10,024	14,963
	• อายุมากกว่า 50 ปี	คน	73	149	222	157	203	360	68	133	201	76	123	199
401-3	**การลาคลอด และดูแลบุตรแรกเกิด**													
401-3a	• จำนวนพนักงานที่มีสิทธิ	คน	N/A	N/A	N/A	50,705	107,073	157,778	52,763	115,869	168,632	55,695	125,541	181,236
401-3b	• จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิ	คน	556	4,598	5,154	785	4,546	5,331	1,135	5,154	6,289	1,138	4,757	5,895
401-3c	• จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังใช้สิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตร	คน	518	4,374	4,892	773	3,977	4,750	1,058	4,661	5,719	1,132	4,638	5,770
401-3d	• จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังใช้สิทธิลาคลอดบุตร/ดูแลบุตร และยังคงทำงานอยู่กับบริษัทต่อไปอีกจนครบ 12 เดือน	คน	N/A	2,485	2,485	597	3,368	3,965	905	4,116	5,021	901	3,567	4,468
401-3e	• อัตราการรักษาพนักงานที่ลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรในปีที่รายงานข้อมูล	ร้อยละ	10.05	84.87	94.92	14.50	74.60	89.10	0.93	0.90	90.94	99.47	97.50	97.88
	• อัตราคงอยู่ในตำแหน่ง	ร้อยละ	N/A	N/A	N/A	76.05	74.09	74.38	79.74	79.86	79.84	79.17	74.98	75.79
	ข้อตกลงการเจรจาต่อรอง													
	• จำนวนพนักงานตัวแทนเข้าร่วมคณะกรรมการสวัสดิการ	ร้อยละ	100			100			100			100		
404-1	**การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน (Training And Education)**													
	• จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมและการพัฒนาเฉลี่ย	ชั่วโมง/คน/ปี	18.25	21.96	20.11	30.03	30.29	30.20	35.18	33.74	34.25	29.60	29.36	29.45
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	31.25	32.79	32.23	36.01	35.56	35.73	29.37	30.11	29.84

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2564			2565			2566			2567		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	จำแนกตามระดับตำแหน่ง (By Management Level)													
	• ผู้บริหารระดับสูง	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	80.62	68.22	74.06	62.53	70.94	66.36	60.78	51.62	56.28
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	83.87	68.56	76.62	63.68	71.89	67.43	60.29	50.66	55.53
	• ผู้บริหารระดับกลาง	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	41.73	49.39	46.17	60.09	49.88	54.39	34.57	40.63	38.01
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	42.84	50.08	47.06	61.67	51.37	55.93	35.47	42.05	39.20
	• ผู้บริหารระดับต้น	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	84.17	81.18	82.35	52.95	54.84	54.15	55.36	61.46	59.16
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	86.50	83.85	84.89	54.48	56.60	55.82	56.62	63.42	60.84
	• เจ้าหน้าที่	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	44.40	39.86	41.24	33.81	32.67	33.07	28.52	28.09	28.24
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	51.64	47.22	48.58	34.60	34.47	34.52	28.25	28.80	28.60
	จำแนกตามสัญชาติ (By Nationality)													
	• ไทย	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	30.60	30.56	30.57	36.04	34.19	34.84	31.77	29.94	30.57
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	32.03	33.19	32.77	37.29	36.26	36.63	32.51	31.68	31.98
	• กัมพูชา	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	11.15	11.09	11.12	12.91	12.54	12.74	5.90	4.42	5.15
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	9.78	10.05	9.92	10.45	10.22	10.34	4.34	3.30	3.81
	• เมียนมาร์	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	10.98	11.64	11.33	13.26	12.14	12.70	14.22	8.67	11.37
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	9.64	10.55	10.11	10.93	9.98	10.46	11.02	6.62	8.74
	• เกาหลี	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	4.13	9.00	4.51	9.00	9.00	9.00	4.24	0.23	1.83
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	4.13	9.00	4.51	9.18	9.18	9.18	4.00	0.22	1.73
	• อินเดีย	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	68.50	3.50	46.83	2.73	0.50	2.53	0.05	0.00	0.05
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	68.50	3.50	46.83	2.79	0.51	2.58	0.05	0.00	0.04
	• ออสเตรเลีย	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	9.00	0.00	9.00	58.50	3.00	40.00	54.12	0.00	54.12
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	9.00	0.00	9.00	59.69	3.06	40.82	51.05	0.00	51.05
	• อื่น ๆ	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	25.67	0.00	25.67	73.23	73.57	73.29	25.98	29.02	27.79
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	25.67	0.00	25.67	74.47	74.55	74.49	24.62	27.65	26.42
	จำแนกตามอายุ (By Age)													
	• อายุน้อยกว่า 30 ปี	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	29.29	29.99	29.74	43.23	45.22	44.51	30.15	29.40	29.68
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	30.68	32.81	32.03	44.42	47.93	46.65	30.04	30.36	30.24

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2564			2565			2566			2567		
			ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
	• อายุ 30-50 ปี	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	33.33	33.97	33.71	25.27	19.41	21.46	28.59	29.38	29.11
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	34.35	39.71	39.24	25.73	20.34	22.26	28.16	29.90	29.29
	• อายุมากกว่า 50 ปี	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	35.37	35.27	35.31	18.45	18.93	18.75	31.86	27.91	29.42
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	35.99	35.67	35.79	19.00	19.24	19.15	31.93	27.62	29.25
	จำแนกตามลักษณะการทำงาน (by Function)													
	• ปฏิบัติการ (ฝ่ายผลิต ฝ่ายขาย ที่ร้านสาขา ศูนย์จำหน่าย)	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	27.35	26.83	26.93	39.57	35.00	36.50	25.62	24.40	24.82
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	28.44	28.18	28.22	40.74	37.03	38.26	25.48	25.05	25.20
	• ขนส่ง และกระจายสินค้า	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	8.05	6.81	7.57	12.68	11.09	11.93	50.18	87.65	67.83
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	8.08	7.02	7.69	12.37	10.97	11.72	47.48	85.03	64.93
	• สำนักงาน	ชั่วโมง/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	87.54	76.70	80.36	36.04	38.67	37.64	30.80	29.80	30.20
		ชั่วโมง/FTE	N/A	N/A	N/A	87.86	77.49	80.95	37.73	41.31	39.89	31.94	31.63	31.76
	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน													
	• ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน	บาท/คน/ปี	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,983	2,323	2,203	2,277	2,450	2,387
		บาท/FTE	N/A	N/A	N/A	3,703	3,748	3,732	1,983	2,323	2,203	2,259	2,512	2,419

405-2	สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงาน (เพศหญิง : เพศชาย)				
	จำแนกตามระดับ	**2564**	**2565**	**2566**	**2567**
	- ผู้บริหารระดับสูง (เฉพาะเงินเดือน)	0.96	0.94	0.65	0.75
	- ผู้บริหารระดับสูง (เงินเดือน และค่าตอบแทนอื่นๆ)	1.10	0.96	0.63	0.71
	- ผู้บริหาร (เฉพาะเงินเดือน)	0.99	0.92	0.93	0.89
	- ผู้บริหาร (เงินเดือนและค่าตอบแทนอื่นๆ)	0.99	0.90	0.91	0.88
	- เจ้าหน้าที่ (เฉพาะเงินเดือน)	N/A	N/A	N/A	1.05
	- เจ้าหน้าที่ (เงินเดือนและค่าตอบแทนอื่นๆ)	0.97	0.97	0.95	1.00

หมายเหตุ
• N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล หรือไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

ผลการดำเนินงานความยั่งยืน ปี 2567
ข้อมูลด้านการดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

มาตรฐาน GRI	ข้อมูล	หน่วย	2564		2565		2566		2567	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
พนักงาน										
403-9 (a) (2018)	จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงาน	ราย	5		0		2		2	
			2	3	0	0	1	1	1	1
	อัตราผู้เสียชีวิต	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.013		0		0.004		0.004	
			0.013	0.013	0	0	0.006	0.004	0.006	0.003
	จำนวนผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	ราย	3		2		6		0	
			2	1	1	1	2	4	0	0
	อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.01		0.01		0.01		0.00	
			0.01	0.004	0.01	0.004	0.01	0.01	0.00	0.00
	จำนวนผู้บาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	ราย	771		720		969		1,086	
			351	420	366	354	480	489	548	538
	อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	2.00		1.93		2.17		2.44	
			2.23	1.84	2.70	1.49	2.96	1.73	3.50	1.87
	อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	1.69		1.65		1.83		2.03	
			1.80	1.62	2.22	1.29	2.36	1.52	2.76	1.63
	จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม	ชั่วโมง	386,155,115		372,331,111		445,788,461		444,901,381	
			157,467,972	228,687,144	135,490,551	236,840,560	162,351,256	283,437,205	156,706,697	288,194,684
403-10 (a) (2018)	จำนวนผู้เสียชีวิตด้วยโรคจากการทำงาน	ราย	0		0		0		0	
			0	0	0	0	0	0	0	0
	จำนวนกรณีที่เจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด	กรณี	1		0		0		0	
			1	0	0	0	0	0	0	0
	อัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงานทั้งหมด (OIFR)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.003		0		0		0	
			0.01	0	0	0	0	0	0	0
ผู้รับเหมา										
403-9 (b) (2018)	จำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมดจากการทำงาน	ราย	9		12		6		3	
			8	1	7	5	2	4	2	1

มาตรฐาน GRI	ข้อมูล	หน่วย	2564		2565		2566		2567	
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
403-9 (b) (2018)	อัตราผู้เสียชีวิต	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.03		0.05		0.021		0.009	
			0.05	0.01	0.07	0.03	0.017	0.024	0.015	0.005
	จำนวนผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	ราย	2		1		0		0	
			1	1	0	1	0	0	0	0
	อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.007		0.004		0.000		0.000	
			0.01	0.01	0.00	0.01	0.00	0.00	0.000	0.000
	จำนวนผู้บาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	ราย	306		267		329		471	
			186	120	153	114	187	142	266	205
	อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	1.00		1.01		1.13		1.47	
			1.16	0.82	1.42	0.72	1.55	0.84	1.99	1.09
	อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน (LTIFR)	กรณี/ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน	0.74		0.80		0.94		1.25	
			0.73	0.75	1.10	0.59	1.29	0.70	1.70	0.92
	จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม	ชั่วโมง	306,063,307		264,671,376		290,222,104		321,199,409	
			160,289,943	145,773,363	107,389,032	157,282,344	120,393,505	169,828,598	133,761,203	187,438,206
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) บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ไม่รวมข้อมูลร้านสาขาที่ได้รับสิทธิ์ช่วงในอาณาเขต (Sub-area)

2) ขยายขอบเขตการรายงานข้อมูลผู้รับเหมา กลุ่มบริษัท ซีพี ออลล์ ปี 2567 ดังนี้
- สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) รายงานข้อมูลของผู้จำหน่ายอาหาร ,ร้านถ่ายเอกสาร, ผู้รับเหมาซ่อมสร้าง
- บริษัท ซีพีแรม จำกัด รายงานข้อมูลของผู้รับเหมาจัดส่งสินค้า และผู้รับเหมาจัดส่งวัตถุดิบ

3) สูตรการคำนวณข้อมูลความปลอดภัย ปี 2567 ดังนี้
- อัตราผู้บาดเจ็บทั้งหมดที่มีความรุนแรงสูง (ไม่รวมเสียชีวิต) = จำนวนราย (กรณี) ของผู้ปฏิบัติงานที่บาดเจ็บจากอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่ส่งผลให้ได้รับบาดเจ็บ โดยที่ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถฟื้นตัวสู่สถานะก่อนการเกิดบาดเจ็บภายใน 6 เดือน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล)
- อัตราการบาดเจ็บที่บันทึกทั้งหมด = จำนวนราย (กรณี) ของผู้ปฏิบัติงานที่บาดเจ็บจากอุบัติเหตุจากการทำงาน (นับรวมตั้งแต่ ได้รับการรักษามากกว่าปฐมพยาบาล หรือ ถูกจำกัดการทำงาน หรือ ถูกโอนย้ายไปปฏิบัติงานในหน้าที่อื่นชั่วคราว แต่ไม่หยุดงาน, หยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไปไม่เกิน 6 เดือน, หยุดงานตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป, ทุพพลภาพ จนถึงเสียชีวิต) (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน
- อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานจากการทำงาน = จำนวน (กรณี) ของการบาดเจ็บจนถึงขั้นหยุดงาน อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุจากการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน
- อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด = จำนวนราย (กรณี) ที่เจ็บป่วยจากการทำงานจำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) / จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ในช่วงเวลาที่รายงานผล) X 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน

ผลการดำเนินงานความยั่งยืน ปี 2567
ข้อมูลด้านสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

มาตรฐาน GRI	รายการ	หน่วย	2564	2565	2566	2567
ข้อมูลด้านสุขภาพและสุขภาวะที่ดี						
G4 - FP6	ยอดขายสินค้าที่มีการปรับลดไขมัน ไขมันทรานส์ โซเดียมและน้ำตาล	ร้อยละ	0.21	2.68	2.36	1.71
	กลุ่มอาหารพร้อมทาน		0.17	2.16	2.05	1.40
	กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		0.04	0.40	0.23	0.21
	กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)		0.00	0.12	0.08	0.10
G4 - FP7	ยอดขายสินค้าที่มีการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ	ร้อยละ	0.10	0.35	0.55	0.62
	กลุ่มอาหารพร้อมทาน		0.09	0.17	0.26	0.38
	กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		0.01	0.18	0.29	0.24
	กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)		0.00	0.00	0.00	0.00
	ยอดขายสินค้าที่มีการปรับปรุงสูตร	ร้อยละ	0.07	0.02	0.49	1.10
	กลุ่มอาหารพร้อมทาน		0.07	0.02	0.07	0.92
	กลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์)		0.00	0.00	0.20	0.13
	กลุ่มผลิตภัณฑ์บริโภค (อาหารสำเร็จรูป)		0.00	0.00	0.22	0.05

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	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.				
			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	27-28					
			Annual Report	35					
			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	Annual Report	There was no significant change from the previous reporting period					
	2-5	External assurance	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	27-28, 35					
			Appendix	315-316					
Activities and workers									
	2-6	Activities, value chain and other business relationships	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	6-11	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.				
			Annual Report	66					
			CPALL Website: Our Business	https://www.cpall.co.th/en/about-us/our-business					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE		DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
					REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
	2-7	Employees	Collaborative Value Chain for Everyone's Happiness	6	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.				
			Appendix	291					
			CPALL Website: Our Workforce	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel					
	2-8	Workers who are not employees	Appendix	291					
			CPALL Website: Our Workforce	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/personnel					
Governance									
	2-9	Governance structure and composition	Corporate Governance and Anti-Corruption	163	Not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.				
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					
	2-10	Nomination and selection of the highest governance body	Annual Report	128-129					
	2-11	Chair of the highest governance body	Annual Report	6-7, 123					
	2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	Corporate Governance and Anti-Corruption	157-184					
			Annual Report	117-123					
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					
	2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	Annual Report	121-122					
	2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	Corporate Governance and Anti-Corruption	157-184					
			Annual Report	128					
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					
	2-15	Conflicts of interest	Annual Report	155-156					
			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	157-184					
			CPALL Website: Anti Corruption	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/anti-corruption					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE		DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
					REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
	2-17	Collective knowledge of the highest governance body	Corporate Governance and Anti-Corruption	157-184	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	Annual Report	148-150					
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					
	2-19	Remuneration policies	Annual Report	137, 151-154					
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2024/06/Remuneration-and-Nomination-Charter-en.pdf					
	2-20	Process to determine remuneration	Annual Report	137					
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					
	2-21	Annual total compensation ratio	Annual Report	151-153					
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	157-184					
			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	157-184					
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE		DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
					REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
	2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	Corporate Governance and Anti-Corruption	157-184	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	157-184				×	
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					
	2-28	Membership associations	Stakeholder Engagement	261					
			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	258-272	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	267-268					
			Occupational Health and Safety & Labor Practices	195					
			CPALL Website: Stakeholder Engagement Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/stakeholder-engagement-management					
			Appendix	294					
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	27-35				×	
			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	27-35					
			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		
	3-3	Management of material topics	Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions	27-35					
			CPALL Website: Material Issues	https://www.cpall.co.th/en/sustain/materiality-issues					
Climate Resilience									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Climate Resilience	36-52					
			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	39					
			Appendix	287-288				×	
			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	39-41					
			Appendix	288				×	
			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	42					
			Appendix	288				×	
			CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management					
	305-4	GHG emissions intensity	Climate Resilience	41					
			Appendix	288				×	
			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	36-52					
			CPALL Website: Climate Change Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/climate-change-management					
Efficient use of resources and Energy									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Efficient use of resources and Energy	53-68					
			CPALL Website: Energy Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/energy-conservation-management					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
				REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
Energy								
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	Efficient use of resources and Energy	53-68					
		Appendix	285				×	
		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	53-68					
		Appendix	286				×	
		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	53-68					
		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	53-68					
		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	64-67					
		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	64-67					
		CPALL Website: Water Stewardship	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/water-stewardship					
	303-3 Water withdrawal	Efficient use of resources and Energy	64-67					
		Appendix	286				×	
		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	64-67					
		Appendix	286-287				×	
		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	64-67					
		Appendix	287				×	
		CPALL Website: Water Stewardship	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/water-stewardship					
Sustainable Packaging Management								
Management Approach 2021								
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Sustainable Packaging Management	69-84					
		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		
Materials									
GRI 301: Materials 2016	301-1	Materials used by weight or volume	Sustainable Packaging Management	69-84				×	
			CPALL Website: Sustainable Packaging Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-packaging-and-waste-management					
	301-2	Recycled input materials used	Sustainable Packaging Management	69-84				×	
			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	69-84					
			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	85-96					
			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	85-96					
			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	85-96					
			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	85-96					
			Appendix	289				×	
			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	85-96					
			Appendix	289-290				×	
			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	85-96					
			Appendix	290				×	
			CPALL Website: Sustainable Waste Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/sustainable-waste-management					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE		DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
					REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
Social Impact & Economic Contribution									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Social Impact & Economic Contribution	97-113					
			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	97-113					
			CPALL Website: Creating Value for Society	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/creating-value-for-society					
Local communities									
GRI 413: Local Communities 2016	413-1	Operations with local community engagement, impact assesments, and development programs	Social Impact & Economic Contribution	97-113					
			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	97-113					
			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	114-135					
			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 up-grading employee skills and transition assistance programs	Education & Lifelong Learning	114-135					
			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	136-156					
			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	139, 144-145					
			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	153-155					
			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	153-155					
			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		
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	139					
			Appendix	299				×	
			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	139					
			Appendix	299				×	
			CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition					
Corporate Governance and Anti-Corruption									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Corporate Governance and Anti-Corruption	157-184					
			CPALL Website: Corporate Governacne	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/corporate-governance					
Economic performance									
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1	Direct economic value generated and distributed	Annual Report	2-3, 78-79					
	201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	Annual Report	56, 61					
Anti-corruption									
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1	Operations assessed for risks related to corruption	Corporate Governance and Anti-Corruption	173-176					
			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	160-161 167-168					
			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	161,166,169-171					
			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	161, 166					
			CPALL Website: Information Security / Cybersecurity & System Availability	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/information-security-cybersecurity-system-availability					
Occupational Health and Safety & Labor Practices									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Occupational Health and Safety & Labor Practices	185-203					
			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	194					
			Appendix	294					
			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	196					
			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	189					
			Appendix	291-292					
			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	296				×	

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE		DISCLOSURE	CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
					REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
Non-discrimination									
GRI 406: Non-discrimination 2016	406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	Occupational Health and Safety & Labor Practices	189					
			CPALL Website: Human Rights	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/human-rights					
Freedom of association and collective bargaining									
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining 2016	407-1	Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	Supplier Code of Conduct and Guideline	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf					
Child labor									
GRI 408: Child Labor 2016	408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	Supplier Code of Conduct and Guideline	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf					
Forced or compulsory labor									
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	Supplier Code of Conduct and Guideline	https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2022/06/Supplier-Code-of-Conduct-en.pdf					
Security practices									
GRI 410: Security Practices 2016	410-1	Security personnel trained in human rights policies or procedures	Occupational Health and Safety & Labor Practices	202					
			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	189					
			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	196-197					
			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	197					
			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	202-203					
			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	200-203					
			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		
	403-5	Worker training on occupational health and safety	Occupational Health and Safety & Labor Practices	200-203					
			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	202-203					
			CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety					
	403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	Occupational Health and Safety & Labor Practices	202-203					
			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	196-197					
			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	297-298				×	
			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	297-298				×	
			CPALL Website: Occupational Health and Safety	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/occupational-health-and-safety					
Human Capital Development									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Human Capital Development	204-216					
			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	292-293					
	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	Occupational Health and Safety & Labor Practices	194					
			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	207					
			Appendix	294-296					
			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	210-213					
			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	214					
			CPALL Website: Human Capital Development	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/leadership-and-human-capital-development					

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE		CHAPTER	PAGE/ WEBSITE	OMISSION			External Assurance	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
					REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION		
Responsible Supply Chain Management									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Responsible Supply Chain	217-232					
			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	217-232				×	
			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	217-232					
			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	220					
	1.7.6	KPIs for Supplier Assessment and/or Development	Responsible Supply Chain	221					
Supplier social assessment									
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1	New suppliers that were screened using social criteria	Responsible Supply Chain	224				×	
			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	224-228					
			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	220					
	1.7.6	KPIs for Supplier Assessment and/or Development	Responsible Supply Chain	221					
Foundational Material Topics									
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	233-246					
			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		
Biodiversity									
GRI 304: Biodiversity 2016	304-1	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	Ecosystem and Biodiversity Protection and Restoration	237-238					
			CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection					
	304-2	Significant impacts of activities, products and services on biodiversity	Ecosystem and Biodiversity Protection and Restoration	238					
			CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection					
	304-3	Habitats protected or restored	Ecosystem and Biodiversity Protection and Restoration	239-246					
			CPALL Website: Ecosystem and Biodiversity Protection	https://www.cpall.co.th/en/sustain/environmental-dimension/ecosystem-and-biodiversity-protection					
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	247-257					
			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	256					
			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	250					
			CPALL Website: Product Management for Health and Nutrition	https://www.cpall.co.th/en/sustain/social-dimension/product-management-for-health-and-nutrition					
Innovation and Value Creation									
Management Approach 2021									
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	Innovation and Value Creation	273-284					
			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	273-284					
			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	273-284					
			CPALL Website: Innovation Management	https://www.cpall.co.th/en/sustain/economic-dimension/innovation-management					

United Nations Sustainability Development Goals

Goal	Description	Chapter
	End poverty in all its forms everywhere	• 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 2024

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 2024 "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 only and Downstream leased assets), 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 Malaysia and Thailand where it has no operational control, all operations and activities outside of Malaysia 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:

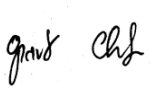
- Stakeholder inclusivity: We are not aware of any key stakeholder groups that have been excluded from CP ALL's stakeholder engagement process. CP ALL has addressed the key stakeholder group's opinion regarding their impacts.
- Materiality: We are not aware of any material issues concerning CP ALL's sustainability performance that have been excluded from the report. CP ALL has processes for identifying and determining material issues based on a set of unbiased criteria together with qualitative impact valuation.
- Responsiveness: CP ALL has addressed the concerns of stakeholders in relation to impacts of food loss and food waste and transition plan for climate change. However, we believe that future reports should reflect rigid evaluation of compliance process.
- Reliability: Data management systems are well defined, we believe that future report should disclose internal verification outcome as part of corporate government.
- 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

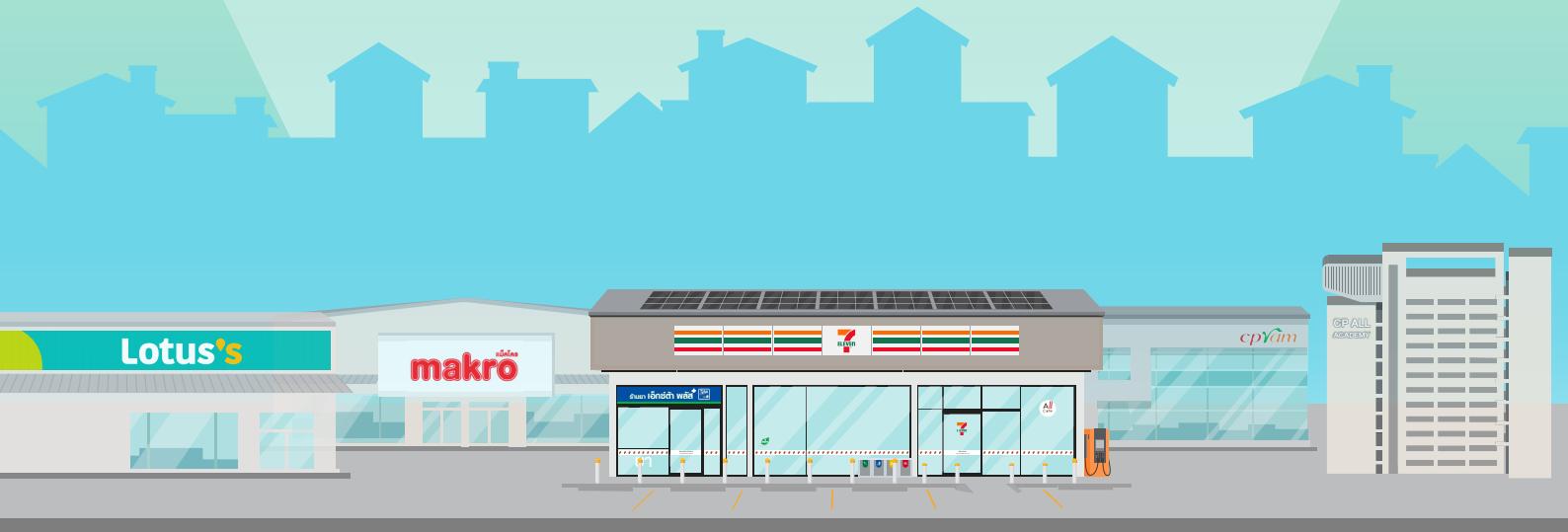


Opart Charuratana
Lead Verifier
On behalf of LRQA (Thailand) Limited
No. 252/123 (C), Muang Thai – Phatra Complex Tower B.
26th floor, Ratchadaphisek Road., HuayKwang, Bangkok, 10310, THAILAND
LRQA reference: BGK000001166

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, 2025.

เคียงคู่ชุมชน สร้างสรรค์สังคมยั่งยืน

"ซีพี ออลล์ เชื่อมั่นในพลังของการร่วมมือกันสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ให้กับสังคม เพื่อสร้างชุมชนที่ยั่งยืน
เราจึงมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ผ่านโครงการที่ตอบโจทย์ความต้องการอย่างแท้จริง
พร้อมทั้ง มุ่งมั่นที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า
เพื่อส่งมอบอนาคตที่ยั่งยืนให้กับคนรุ่นหลังต่อไป"





CPALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
313 อาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ ชั้น 24
ถ.สีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

www.cpall.co.th CPALL

ร่วมรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้กระดาษที่มีส่วนผสมของเยื่อรีไซเคิล และใช้กระบวนการพิมพ์ที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซ CO_2 468 $kgCO_2e$