




รายงานการพัฒนาก่ออย่างยั่งยืน

2560

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

MEMBER OF

**Dow Jones  
Sustainability Indices**

In Collaboration with RobecoSAM 



# ALL OF HAPPINESS

## ▶ รู้จักบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

### สารบัญ

**01** สารจากใจ  
ประธานกรรมการ



02

**02** สารจากใจ  
ประธานกรรมการ  
บริหาร



03

**03** หัวใจขับเคลื่อน  
ซีพี ออลล์



04

## ▶ การดำเนินงานด้านความยั่งยืน

**08** บริหารแบบบูรณาการ  
พร้อมจัดการ  
ทุกความเสี่ยง



27

ความสุข  
ที่ส่งมอบ  
ไปยังลูกค้า

**09** เราปรารถนา  
รอยยิ้มจากลูกค้า



31

**10** เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์  
เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี  
ของผู้บริโภค



35

**14** ใส่ใจสิ่งแวดล้อม  
สอดคล้อง  
มาตรฐานสากล



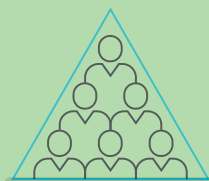
51

**15** กลั่นกรองความคิด  
ผลผลิต  
ของการสร้างสรรค์



58

**16** สังคมสันติสุข  
ใส่ใจสิทธิมนุษยชน



62

**17** เติมความรัก  
สร้างความเข้มแข็ง  
ในชุมชน



67



ยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

04 ต่อยอดอุดมการณ์ ยุทธศาสตร์ สู่ความยั่งยืน



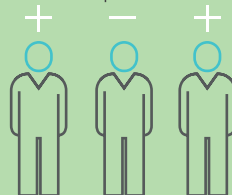
10

05 ใส่ใจทุกสาระสำคัญ เพื่อความยั่งยืน ทุกมิติ



14

06 สานประโยชน์สุข ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกฝ่าย



16

07 ยึดมั่นในจริยธรรม ทำกับดูแล กิจกรรมที่ดี



21

ใส่ใจ  
ทุกการดำเนินการ  
เพื่อความยั่งยืน

11 เสริมศักยภาพบุคลากร ผนึกองค์กรเป็น  
หนึ่งเดียว



38

12 มองโอกาสทางการศึกษา  
สร้างอนาคต  
ให้เยาวชนไทย



43

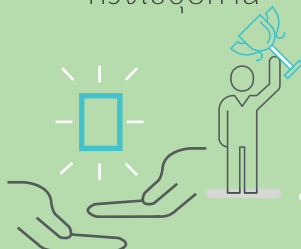
13 ยกระดับอาชีพอนามัย  
ปลอดภัย  
น่าทำงาน



46

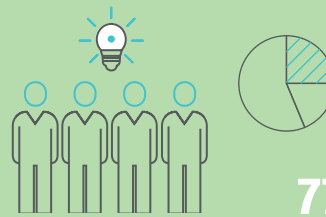
เติบโต  
ไปด้วยกัน  
อย่างยั่งยืน

18 ส่งมอบคุณภาพ  
ที่ดีที่สุด ตลอด  
ห่วงโซ่อุปทาน



72

19 สร้างสรรค์คุณค่า  
เพื่อสังคมส่วนรวม



77

ภาคผนวก

82



“งานทุกอย่างที่เราทำ ด้วยการสละกำลังและเวลา  
จะต้องเป็นประโยชน์ต่อคนหมู่มากในสังคม ที่เราอาศัยอยู่  
ต่อลูกค้า ต่อเพื่อนพนักงาน ต่อบริษัท”

## สารจากใจประธานกรรมการ

เรียน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกท่าน

กว่า 30 ปีที่บริษัทได้ประกอบธุรกิจเคียงคู่คนไทย โดยยึดมั่นในหลักการ “3 ประโยชน์” ประโยชน์ต่อประเทศชาติ ต่อประชาชน ต่อองค์กร เป็นรากฐาน และเป็นสิ่งที่เรายึดมั่นในการส่งต่อความสุขไปยังชุมชนและสังคมทั่วประเทศไทย ที่บริษัทไปดำเนินธุรกิจด้วยแนวคิดที่ว่า เพราะเราคือส่วนหนึ่งของสังคม ล้วนเป็น ความตั้งใจที่เราถ่ายทอดไปทั่วทั้งองค์กร ต่อยอดไปสู่การดำเนินงานที่ยั่งยืนและ การสร้างประโยชน์แก่ทุกภาคส่วน

ปรัชญาและแนวคิดในการประกอบธุรกิจเหล่านี้ถูกสะท้อนผ่านแผนยุทธศาสตร์ การดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและรอยยิ้ม ผ่านสินค้าและบริการที่ลูกค้าจะได้รับทุกช่องทางเพื่อรองรับการก้าวเข้าสู่สังคมดิจิทัลของประเทศ อีกทั้งการตอบสนองความคาดหวังและเตรียมพร้อมสำหรับบริบทของสังคมที่กำลัง เปลี่ยนแปลงทั้งระดับประเทศและระดับนานาชาติ ส่งเสริมการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมั่นคงของบริษัท รวมถึงสังคมโดยรวม เพื่อตอบสนองแผนยุทธศาสตร์ในการสร้าง ความพึงพอใจให้ลูกค้าอย่างรอบด้าน หลักคิดทางด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ถูกนำ มาหลอมรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของแผน และได้ประกาศเป้าหมายด้านความยั่งยืน ในปี 2563 ซึ่งมีความสอดคล้องกับทั้ง 15 ประเด็นที่มีความสำคัญสำหรับการพัฒนา อย่างยั่งยืนของบริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป้าหมายดังกล่าวถูกถ่ายทอดลงมาเป็น แผนปฏิบัติการ ทั้งระยะสั้น กลาง และยาว โดยบริษัทหวังเป็นอย่างยิ่งที่จะมีส่วนร่วม ในการผลักดันการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (The Sustainable Development Goals : SDGs) และได้รายงานความก้าวหน้า ของการดำเนินการด้านความยั่งยืนตามกรอบข้อตกลงโลกขององค์การสหประชาชาติ (United Nations Global Compact) บริษัทตระหนักถึงความสำคัญ ในการตอบโจทย์ ความท้าทายที่หลากหลาย อาทิ การกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีความโปร่งใส การตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน การส่งเสริมการศึกษา รวมถึงการบริหาร จัดการนวัตกรรม ความสามารถในการบริหารจัดการประเด็นความท้าทายเหล่านี้ เป็นสิ่งที่ต้องการความร่วมมือร่วมใจทั้งของผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ รวมถึง ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อน ในภาพกว้าง ผมเชื่อว่าความสำเร็จของบริษัทที่เกิดขึ้นตลอดการดำเนินธุรกิจกว่า 30 ปี เกิดจากความตั้งใจจริงและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ผมขอขอบคุณ ทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมกับความสำเร็จของเรา



นายณินท์ เจียรวนนท์  
ประธานกรรมการ  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

“เรามีแผนสื่อสารความคาดหวังและการส่งเสริมการดำเนินงาน  
ทางด้านความยั่งยืนไปยังคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ  
ตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่าซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งในผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ  
ในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมค้าปลีก”

## สารจากใจประธานกรรมการบริหาร

เรียน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกท่าน

รางวัลแห่งความสำเร็จสำหรับการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนของบริษัทในปี 2560 ที่ผ่านการประเมินความยั่งยืนขององค์กร และการได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกกลุ่มดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices: DJSI) ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) หมวดอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค (Food & Staples Retailing) ถือเป็นก้าวแรกของความสำเร็จที่บริษัทได้รับในเวทีความยั่งยืนระดับโลก ผลการประเมินอันเกิดจากการเปรียบเทียบกับบริษัทชั้นนำทั่วโลกเป็นหนึ่งในดัชนีชี้วัดที่ดีที่ระบุถึงประสิทธิภาพขององค์กรเมื่อสะท้อนผ่านมุมมองทางด้านความยั่งยืน และทำให้บริษัทตระหนักถึงประเด็นที่เราทำได้อย่างโดดเด่น รวมถึงประเด็นที่เราอยากทำให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม เพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมของบริษัท

ปัจจุบันบริษัทได้กำหนดแผนกลยุทธ์ฉบับใหม่ขององค์กรครอบคลุมปี 2561-2565 จากแผนกลยุทธ์ฉบับดังกล่าวได้มีการผสมผสานแนวทางด้านความยั่งยืนตามหลักการสากลให้เข้ากับการประกอบธุรกิจ โดยในการขับเคลื่อนธุรกิจที่ยั่งยืนตามแผนกลยุทธ์นั้น เราได้รับความร่วมมืออย่างดีจากทั้งองค์กรที่มีคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนองค์กรเป็นแกนหลักในการดำเนินการ รวมถึงบริษัทย่อยที่ประสานทำงานร่วมกัน อาทิ การริเริ่มการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) ตามหลักการชี้แนะเรื่องสิทธิมนุษยชนสำหรับธุรกิจ ตามกรอบงานองค์การสหประชาชาติในการคุ้มครอง เคารพ และเยียวยา (Guiding Principles on Implementing the UN Protect, Respect, Remedy Framework for Business and Human Rights) อย่างไรก็ตาม ขณะนี้เราอยู่ระหว่างการขยายขอบเขตการดำเนินงานด้านความยั่งยืนผ่านการสื่อสารความคาดหวัง และการส่งเสริมการดำเนินงานไปยังคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งในผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมค้าปลีก

เราหวังเป็นอย่างยิ่งว่าความตั้งใจในการทำงานด้านความยั่งยืนของเรา จะมีส่วนช่วยเพิ่มรอยยิ้มและสร้างความสุขให้กับพนักงาน คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ ภาครัฐ สังคม ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยรวม โดยบริษัทขอเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนความยั่งยืนทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม เพราะนี่คือความรับผิดชอบของเรา... ในฐานะที่เราเป็นส่วนหนึ่งของสังคม



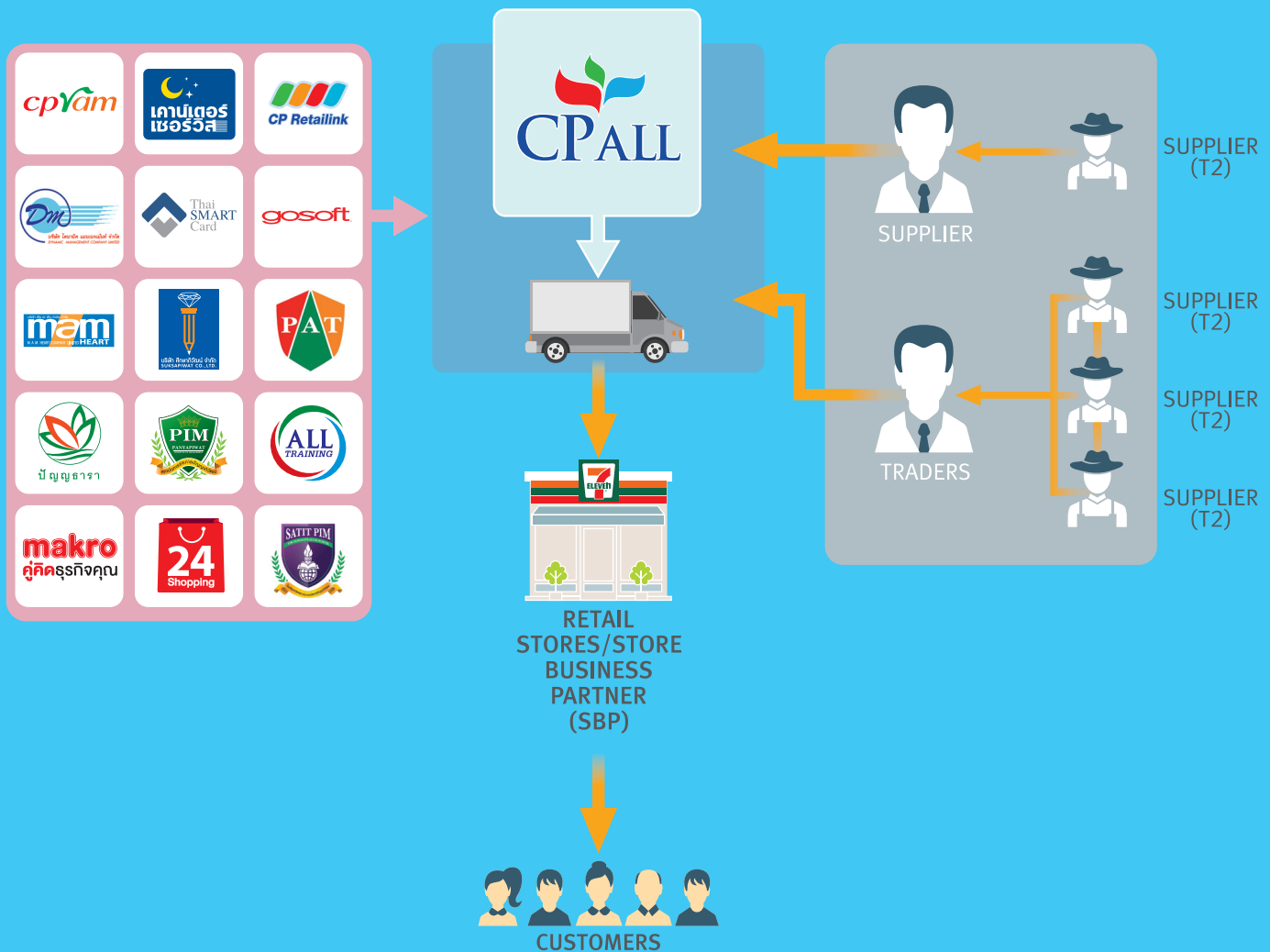
นายก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์  
ประธานกรรมการบริหาร  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)





# หัวใจขับเคลื่อน ซีพี ออลล์

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มีความโดดเด่นในส่วนของการทำงานเป็นผู้ให้บริการความสะดวกแก่ลูกค้าในทุกชุมชน ผ่านช่องทางในการส่งมอบสินค้าและบริการที่หลากหลาย รวมถึงเป็นสะพานเชื่อมต่อห่วงโซ่อุปทานทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ก้าวเข้าสู่ปีที่ 30 ของการสร้างรากฐานและการประกอบธุรกิจ ปัจจุบันโครงสร้างธุรกิจ ประกอบด้วย 3 กลุ่มธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจค้าส่ง และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวม 8 หมวดการบริการ



## 1. บริการร้านสะดวกซื้อ



### ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

ร้านสะดวกซื้อครบวงจรที่มีสินค้าสดใหม่ที่หลากหลาย อาหารพร้อมรับประทาน เครื่องดื่มมากมาย ปัจจุบันบริษัทมีร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทั่วประเทศรวม 10,268 สาขา แบ่งเป็นร้านในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล 4,556 สาขา (คิดเป็น 44%) ร้านในต่างจังหวัด 5,712 สาขา (คิดเป็น 56%) โดยมีสัดส่วนร้านสาขาทั้ง 3 ประเภท [ร้านสาขาบริษัท ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business partner) และร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (Sub Area)] เป็นสัดส่วน 44:49:7 ปัจจุบันมีลูกค้าเข้าร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เฉลี่ยวันละ 11.8 ล้านคน

รายละเอียดเพิ่มเติม [www.7eleven.co.th](http://www.7eleven.co.th)

ภายใต้บริการร้านสะดวกซื้อ ยังมีผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ



### Bellinee's Bake&Brew

ให้บริการกาแฟพรีเมียมที่มีรสชาติ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และเบเกอรี่อบสด

รายละเอียดเพิ่มเติม

[www.bellinee.co.th](http://www.bellinee.co.th)

และ [www.facebook.com/bellinee](https://www.facebook.com/bellinee)



### All café'

ให้บริการเครื่องดื่ม กาแฟสดพร้อมเสิร์ฟ

รายละเอียดเพิ่มเติม

[www.7eleven.co.th](http://www.7eleven.co.th)



### ร้านยา เอ็กซ์ต้า พลัส

เป็นร้านยาเพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ชุมชน จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยา อาหารเสริม เวชสำอาง อุปกรณ์ การแพทย์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยมีเภสัชกรมืออาชีพเป็นผู้ให้ คำปรึกษาและคำแนะนำแก่ลูกค้า

รายละเอียดเพิ่มเติม

[www.exta.co.th](http://www.exta.co.th)

และ [www.facebook.com /extahealthbeauty](https://www.facebook.com/extahealthbeauty)



### บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด

ตัวแทนจำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการค้าปลีก รวมถึงบริการบำรุงรักษา และซ่อมแซม

รายละเอียดเพิ่มเติม [www.cpretailink.co.th](http://www.cpretailink.co.th)



### บริษัท ทเวนตีโฟร์ ฮอปป์ จำกัด

นำเสนอสินค้าผ่านช่องทางการสั่งซื้อสินค้าที่หลากหลาย สนุกและสะดวก ตลอด 24 ชั่วโมง รองรับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ทุกที่ ทุกเวลา



นิตยสาร 24 Catalog



[www.24Catalog.com](http://www.24Catalog.com)



[www.ShopAt24.com](http://www.ShopAt24.com)



[www.Amulet24.com](http://www.Amulet24.com)



Call Center 02-780-7666

## 2. บริการด้านค้าส่ง

# makro

## คู่คิดธุรกิจคุณ

### บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

จำหน่ายสินค้าระบบสมาชิกแบบชำระเงินสดและบริการตนเองในประเทศไทย เมื่อได้มีการเปิดการค้าเสรีตามข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ระบบการบริหารจัดการค้าส่งที่มีประสิทธิภาพของแม็คโครจึงเป็นเสมือนรากฐานในการขยายธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกออกนอกประเทศ ซึ่งเป็นโอกาสในการนำสินค้าจากประเทศไทยโดยเฉพาะสินค้าจากผู้ผลิตขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) และสินค้าผลิตผลทางการเกษตรของไทยรวมถึงสินค้าประเภทอาหารแช่แข็งและอาหารสดเช่นเนื้อสัตว์ ฯลฯ ไปจำหน่ายในประเทศกลุ่มอาเซียนเพื่อนำเงินตราเข้าสู่ประเทศและช่วยให้ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และเกษตรกรไทยมีช่องทางจำหน่ายสินค้าไปสู่นานาชาติได้ ปัจจุบันแม็คโครมีสาขาอยู่ 123 แห่งทั่วประเทศ และ 1 สาขา ที่ประเทศกัมพูชา รายละเอียดเพิ่มเติม

[www.siammakro.co.th](http://www.siammakro.co.th)



### กาแฟม่วนชอน

ดำเนินธุรกิจกาแฟภายใต้แนวคิดร้านกาแฟสร้างอาชีพเพื่อสังคมและชุมชน ดำเนินธุรกิจโดย บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด



### 3. บริการผลิตและจำหน่าย เบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง



#### บริษัท ซีพีแรม จำกัด

ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารพร้อมรับประทาน ประกอบด้วย 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน และกลุ่มผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ กว่า 840 SKUs จำหน่ายผ่านช่องทางร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร และร้านค้าชั้นนำทั่วประเทศ รวมถึงส่งออกไปยัง 18 ประเทศทั่วโลก โดยมีสินค้าและบริการในกลุ่มบริษัท ซีพีแรม จำกัด อาทิ แบรินด์เจตตราก้อน แบรินด์เลอแปง แบรินด์เดลีไทย แบรินด์เดลีกาเซีย แบรินด์ซีพีแรมเคทอริง และแบรินด์ฟู้ดดีดี เป็นต้น รายละเอียดเพิ่มเติม [www.cpram.co.th](http://www.cpram.co.th)



#### บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด

เป็นบริษัทวิจัยพัฒนา และรับวิเคราะห์ ทดสอบทางด้านอาหาร ตั้งอยู่ในโครงการเมืองนวัตกรรมอาหาร (Food Innopolis) อุทยานวิทยาศาสตร์แห่งประเทศไทย เป็นศูนย์กลางข้อมูลความรู้จากการวิจัยและพัฒนาและศูนย์การทดสอบ เพื่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มธุรกิจและบริษัทอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ

### 4. บริการด้านการเงิน



#### บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด

ให้บริการตัวแทนรับชำระค่าสินค้าและบริการ และเป็นนายหน้าประกันชีวิตและประกันวินาศภัย ตลอด 24 ชั่วโมงที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

รายละเอียดเพิ่มเติม

[www.counterservice.co.th](http://www.counterservice.co.th)



#### บริษัท ไทยสมาร์ตการ์ด จำกัด

ให้บริการบัตรเงินสดดิจิทัลและเทคโนโลยีสมาร์ทชิพ เพื่อใช้ในการชำระเงินสมัยใหม่

รายละเอียดเพิ่มเติม

[www.thaismartcard.co.th](http://www.thaismartcard.co.th)



## 5. บริการด้านการศึกษา



### บริษัท ศึกษาภิวัฒน์ จำกัด

เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจลงทุนด้านการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 สถาบันการศึกษา ได้แก่



### วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์

เป็นโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาเพื่อสร้างมืออาชีพที่มีความเชี่ยวชาญด้านค้าปลีกโดยตรงและมีสถานที่ให้ฝึกปฏิบัติงานจริง

รายละเอียดเพิ่มเติม

[www.panyapiwat.ac.th](http://www.panyapiwat.ac.th)



### สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สถาบันอุดมศึกษาเพียงหนึ่งเดียวที่เน้นเสริมสร้างประสบการณ์การทำงานให้แก่นักศึกษาอย่างจริงจังและครบถ้วน เพื่อสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพทั้งในเชิงวิชาการและสามารถปฏิบัติงานได้จริง โดยเน้นรูปแบบการเรียนทฤษฎีควบคู่กับการเรียนปฏิบัติหรือฝึกงานที่ตรงกับสาขาวิชาที่เรียน (Work-based Education)

รายละเอียดเพิ่มเติม

[www.pim.ac.th](http://www.pim.ac.th)



### โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิต PIM)

โรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน ภายใต้การดูแลของคณะศึกษาศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยมีเป้าหมายในการสร้างกระบวนการจัดการเรียนรู้และการบริหารจัดการโรงเรียน เพื่อให้เป็นโรงเรียนมัธยมต้นแบบระดับประเทศ

รายละเอียดเพิ่มเติม

[www.satit.pim.ac.th](http://www.satit.pim.ac.th)



### ปัญญาธารา

### บริษัท ปัญญาธารา จำกัด และ บริษัท ออลล์ เทรนนิ่ง จำกัด

ให้บริการด้านการศึกษา การฝึกอบรม การพัฒนาบุคลากร และสัมมนาแบบครบวงจร โดยมีความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจค้าปลีก มุ่งเน้นการให้บริการเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ด้วยการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการลูกค้า ด้วยบุคลากรที่มีประสบการณ์จริงทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติในธุรกิจค้าปลีก

รายละเอียดเพิ่มเติม [www.panyatarata.co.th](http://www.panyatarata.co.th)



## 6. บริการด้านสารสนเทศ



### บริษัท โกซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริการคำแนะนำ และการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท และบุคคลภายนอก  
รายละเอียดเพิ่มเติม  
[www.gosoft.co.th](http://www.gosoft.co.th)

## 7. บริการด้านการสื่อสารตลาด



### บริษัท เอ็ม เอ เอ็ม ฮาร์ท จำกัด

ให้บริการด้านการออกแบบโฆษณาและการส่งเสริมการขาย การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี มีเป้าหมายหลักในการเป็นศูนย์รวม การบริการสื่อสารระดับมืออาชีพแบบ One Stop Service นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงการจัดอีเวนต์และกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้ลูกค้าบรรลุถึงเป้าหมายทางธุรกิจ

## 8. บริการด้านการบริหารโลจิสติกส์ (Logistics)



### บริษัท ไดนามิค แมเนจเม้นท์ จำกัด

ให้บริการโลจิสติกส์ แบบครบวงจร (Integrated Third Party Logistics Provider - 3PL) ในประเทศไทย เน้นการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานสูง ดำเนินบทบาทในฐานะพันธมิตรทางธุรกิจกับลูกค้าในระยะยาว เพื่อร่วมพัฒนาและเสริมสร้างความสามารถในการบริหารระบบห่วงโซ่คุณค่า และการจัดการกระบวนการโลจิสติกส์ในระดับสากล ปัจจุบันให้บริการโลจิสติกส์ 3 ด้านหลัก ได้แก่

บริการจัดการด้านการขนส่งสินค้า  
ครอบคลุมทั้งสินค้าแห้งและสินค้าแช่เย็น  
ในรูปแบบการจัดส่งชนิดจุดต่อจุด และ  
ชนิดจัดส่งหลายจุดต่อหนึ่งเส้นทาง  
บริการจัดการด้านการบริหารคลังสินค้า  
ให้บริการด้านการบริหารจัดการคลัง  
ครบวงจรด้วยทีมงานที่มีประสบการณ์  
และมีความชำนาญสูง  
บริการจัดการด้านระบบการจัดการ  
โลจิสติกส์ โซลูชันส์  
โซลูชันส์ที่สมบูรณ์แบบไม่ว่าจะเป็นการ  
ออกแบบและวางแผนระบบห่วงโซ่คุณค่า  
หรือ การจัดวางกระบวนการด้านโลจิสติกส์  
ให้กับลูกค้าโดยเฉพาะการจัดตั้งระบบ  
การจัดการคลังสินค้า (Warehouse  
management system) ในระดับชั้นนำ  
ของโลก  
รายละเอียดเพิ่มเติม  
[www.dynamicgroupthailand.com](http://www.dynamicgroupthailand.com)

## ช่องทางการติดต่อ

หากท่านต้องการสอบถามข้อมูล  
หรือมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับ  
รายงานฉบับนี้  
สามารถติดต่อได้ที่  
ด้านพัฒนาความยั่งยืน  
สายงานพัฒนาความยั่งยืน  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)  
สำนักงานใหญ่  
เลขที่ 313 ถนนสีลม  
แขวงสีลม เขตบางรัก  
กรุงเทพมหานคร 10500  
โทรศัพท์ : 0 2071 9764  
0 2071 9766  
โทรสาร : 0 2679 0580  
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ :  
SDstrategyoffice@cpall.co.th  
เว็บไซต์ : [www.cpall.co.th](http://www.cpall.co.th)



# ต่อยอดอุดมการณ์ ยุทธศาสตร์สู่ความยั่งยืน

จากประสบการณ์การทำงาน  
ที่ตลกขบขันและถูกกลั่นกรอง  
อย่างรอบคอบ พร้อมทั้งกรณีศึกษา  
ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ทำให้บริษัท  
ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)  
และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ตระหนัก  
ถึงความสำคัญในการบริหารจัดการ  
ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน  
ขององค์กรและสังคมโดยรวม  
ปฏิเสธไม่ได้ว่าองค์กรระดับโลก  
ที่เติบโต ประสบความสำเร็จ  
และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางนั้น  
ล้วนเป็นบริษัทที่มีการบริหารจัดการ  
ทางด้านความยั่งยืนเป็นอย่างดี  
และเป็นที่ประจักษ์ชัดว่าประสิทธิภาพ  
ขององค์กรเหล่านั้นเติบโตควบคู่  
ไปกับความแข็งแกร่งและความร่วมมือ  
ช่วยเหลือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย  
ทุกฝ่าย ที่ส่งเสริมการดำเนินงาน  
ของบริษัท

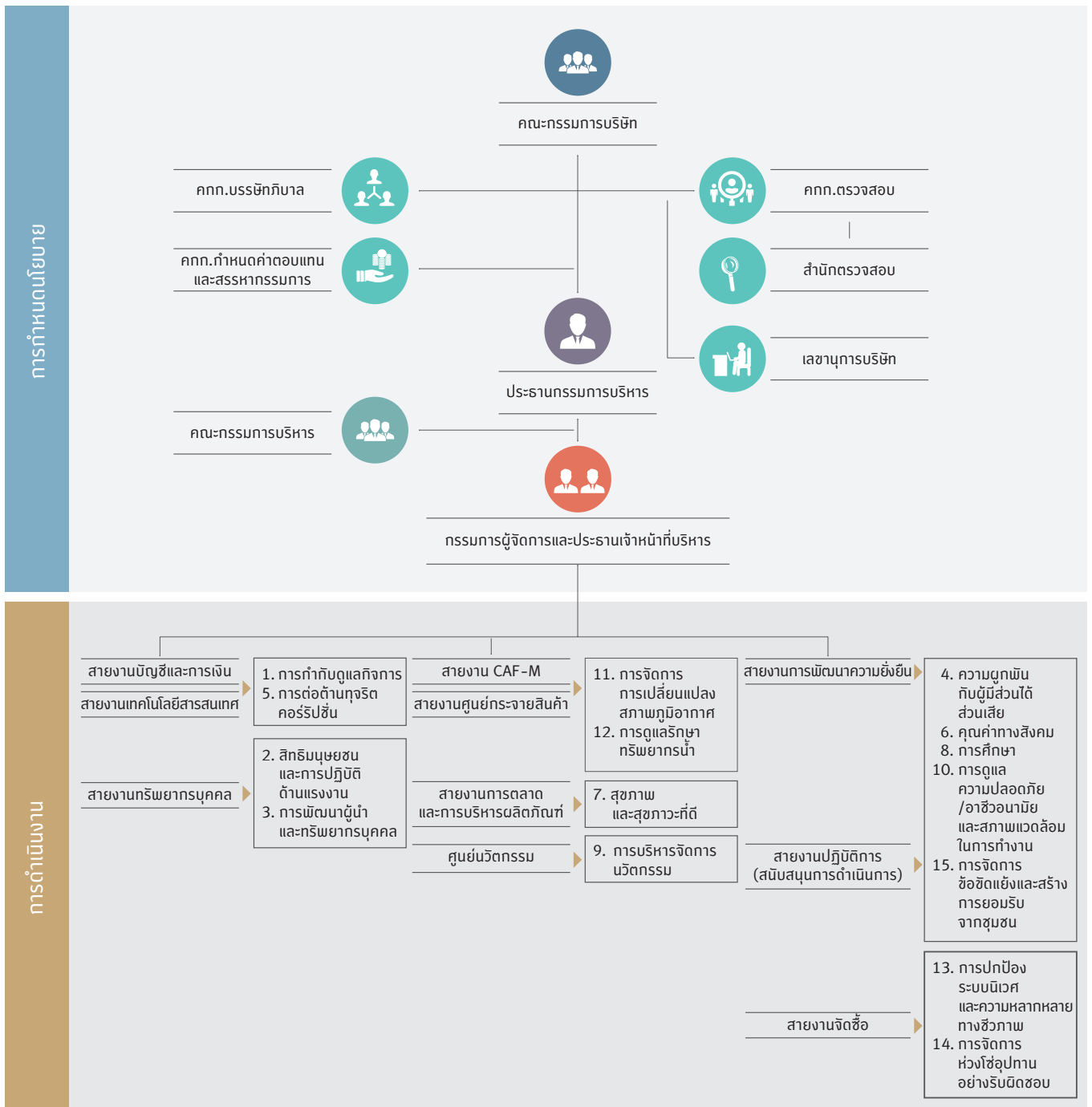
ด้วยตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจในระยะยาว บริษัทได้ผสมผสานแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเข้าเป็นหนึ่งในแผนกลยุทธ์ของบริษัทปี 2561-2565 ซึ่งเป็นหนึ่งในการขับเคลื่อนของคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนองค์กรที่มีเป้าหมายในการผนวกประเด็นทางด้านความยั่งยืนให้เข้ากับการดำเนินธุรกิจตามปกติ และสามารถปฏิบัติได้จริง โดยแนวทางการดำเนินงานตามกรอบกลยุทธ์ธุรกิจและความยั่งยืนสามารถสรุปได้ดังนี้

- ตรวจสอบวัดและประเมินประสิทธิภาพทางด้านความยั่งยืนของบริษัทเพื่อกำหนดแนวทางการปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจให้สามารถบูรณาการแนวปฏิบัติสากลทางด้านความยั่งยืนเข้าไปทั้งองค์กรและห่วงโซ่คุณค่า ห่วงโซ่อุปทาน
- ปลุกฝังแนวคิด ความรู้ ความเข้าใจ สร้างความตระหนักในการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนไปยังพนักงานทุกระดับและผู้บริหาร เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทั้งองค์กร

เพื่อให้การดำเนินการขับเคลื่อนประสิทธิภาพทางด้านความยั่งยืนของบริษัทเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ในปี 2560 บริษัทภายใต้การผลักดันของคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนองค์กรและฝ่ายยุทธศาสตร์ความยั่งยืนสายงานพัฒนาความยั่งยืน ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนสำหรับบริษัท เพื่อร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย ปี 2563 ทั้ง 15 เป้าหมาย ครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

คณะกรรมการ  
พัฒนาความยั่งยืนองค์กร  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)  
ถูกแต่งตั้งขึ้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2558  
โดยมีนายราชนันท์ บูรณมานิต  
เป็นประธานคณะกรรมการ พร้อมทั้งตัวแทน  
จากหน่วยงานภายในทุกหน่วยงานหลัก  
เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการมีหน้าที่ความรับผิดชอบหลัก  
ในการกำกับดูแล กำหนดและทบทวนนโยบาย  
ตัวชี้วัด รวมถึงผลักดันให้เกิดการดำเนินการ  
ทางด้านความยั่งยืน

## โครงสร้างการพัฒนาความยั่งยืน ของ ซีพี ออลล์





# เป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืน ปี 2563

1

## การกำกับดูแลกิจการ :

การสร้างหลักประกันการดำเนินงานที่โปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการรายงานการดำเนินการด้านการกำกับดูแลกิจการ ที่มุ่งเน้นความโปร่งใส การแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม มีจริยธรรมทางธุรกิจ และการดำเนินงานด้านความยั่งยืนผ่านรายงานที่ได้รับการทวนสอบและให้ความเชื่อมั่นอย่างเป็นอิสระตามมาตรฐานสากล

2

## สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน :

การดำเนินการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Due Diligence: HRDD) ตามหลักปฏิบัติของสหประชาชาติว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (United Nation Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPBHR) เคารพและผดุงไว้ซึ่งสิทธิมนุษยชน จัดให้มีช่องทางในการสื่อสารด้านการปกป้องสิทธิมนุษยชน มีการบริหารจัดการความหลากหลายและยอมรับในความแตกต่าง (Diversity & Inclusion)

3

## การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล :

การพัฒนาพนักงานให้มีความรู้และทักษะที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน พัฒนาผู้นำในองค์กรให้มีวิสัยทัศน์การบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ และพัฒนาคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจให้มีความรู้และทักษะที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

4

## ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย :

การพัฒนากระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยมีการระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของแต่ละกลุ่ม เพื่อตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงการสร้างความตระหนักของคนในองค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และมีกระบวนการตรวจสอบทุกข้อร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5

## การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน :

การสร้างความตระหนักถึงความสำคัญและความมุ่งมั่นที่จะต่อต้านการทุจริต โดยปฏิบัติตาม “แนวปฏิบัติสำหรับการต่อต้านการทุจริต” ให้พนักงานและคู่ค้าหลักที่สำคัญใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในการดำเนินงานตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อใช้ในการป้องกัน ตรวจสอบ และตอบสนองต่อการต่อต้านการทุจริตของบริษัท ซึ่งครอบคลุมถึงการคอร์รัปชันเพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจตามความมุ่งมั่นที่กำหนดไว้ได้

6

## คุณค่าทางสังคม :

การสร้างคุณค่าทางสังคมโดยส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย ผู้จัดหาผลิตภัณฑ์และบริการรายย่อย (Suppliers) และสร้างโอกาสทางอาชีพรวมถึงปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้กับกลุ่มเปราะบาง (กลุ่มคนในสังคมที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ)

7

## สุขภาพและสุขภาวะที่ดี :

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่มุ่งเน้นสุขภาพ โภชนาการ และสุขภาวะที่ดี ส่งเสริมการแสดงฉลากโภชนาการสำหรับผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงมีการพัฒนาบริการ โครงการ หรือกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีอย่างต่อเนื่อง

8

## การศึกษา :

การสนับสนุนเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ มีโอกาสเข้าถึงการศึกษาและการพัฒนาทักษะที่จำเป็นรวมถึงทักษะทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการจ้างงาน การมีงานที่ดีและการเป็นผู้ประกอบการ

9

## การบริหารจัดการนวัตกรรม :

การสร้างมูลค่าจากนวัตกรรม ทั้งจากผลิตภัณฑ์ใหม่และมูลค่าจากผลของการประหยัดที่เกิดขึ้นจากนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ และกระบวนการการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งนวัตกรรม รวมถึงสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร

10

## การดูแลความปลอดภัย/อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน :

การให้ความสำคัญกับการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงานของพนักงาน และครอบคลุมรวมถึงผู้รับเหมา โดยถือเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินงานทุกกิจกรรม

11

### การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ :

การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านการลดการใช้พลังงานต่อหน่วยการผลิต และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน รวมทั้งปริมาณของเสียที่ไปกำจัดด้วยการฝังกลบลดปริมาณการใช้พลาสติกและกระดาษ ส่งเสริมให้เกษตรกรลูกค้า ผู้จัดหาผลิตภัณฑ์และบริการรายย่อย (Suppliers) ของบริษัท ลดผลกระทบและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ส่งเสริมการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์และบริการ และสนับสนุนโครงการรับมือกับภัยพิบัติจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

12

### การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ :

การลดการใช้น้ำต่อหน่วยการผลิต ให้มีการจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการขาดแคลนทรัพยากรน้ำ เพิ่มสัดส่วนการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่และส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งน้ำของชุมชนตามความเหมาะสม

13

### การปกป้องระบบนิเวศ

#### และความหลากหลายทางชีวภาพ :

การประเมินการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งผลิตหรือผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตที่ไม่บุกรุกทำลายป่าไม้และทรัพยากรทางทะเล รวมถึงสนับสนุนโครงการปกป้องและฟื้นฟูแหล่งที่อยู่ตามธรรมชาติ (อาทิ ป่าแหล่งต้นน้ำ ทะเลและชายฝั่ง) ตามความเหมาะสม

14

### การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ :

การตรวจประเมินด้านความยั่งยืนกับคู่ค้าธุรกิจหลักทุกราย เพื่อจัดหาวัตถุดิบหลักหรือผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตที่รับผิดชอบต่อและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ รวมถึงส่งเสริมการพัฒนาคู่ค้าธุรกิจให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

15

### การจัดการข้อขัดแย้ง และสร้างการยอมรับจากชุมชน :

การร่วมหารือและสานสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจลดข้อขัดแย้งระหว่างองค์กรและสังคม รวมถึงให้มีการประเมินผลกระทบที่อาจมีผลต่อสังคม โดยมีการเตรียมความพร้อมสำหรับรองรับความเสี่ยงดังกล่าว พร้อมกับการให้ความสำคัญต่อการลงทุนในชุมชน รวมถึงจัดให้มีกลไกสำหรับจัดการข้อร้องเรียนประเภทผลกระทบทางสังคม พร้อมแนวทางการดำเนินงานแก้ไข

เพื่อให้บริษัทสามารถบรรลุเป้าหมาย ความมุ่งหวังทางด้านความยั่งยืนทั้ง 15 เป้าหมายได้นั้น บริษัทได้ประยุกต์ใช้หลักการที่สำคัญเพื่อเป็นแนวทางใช้ในการดำเนินธุรกิจ อาทิ เศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management: TQM) ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติทั้ง 10 หลักการ (The United Nation Global Compact: UNGC) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (The United Nation Sustainable Development Goals: SDGs) และหลักปฏิบัติของสหประชาชาติว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) เป็นต้น รวมถึงการเคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับของบริษัท ตลอดจนกฎหมายทั้งในประเทศและระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัดเป็นแนวทางในการปฏิบัติ

จากการริเริ่มดำเนินการทางด้านความยั่งยืน บริษัทได้รับเชิญให้เข้าร่วมการประเมินความยั่งยืนขององค์กรประจำปี 2560 (Corporate Sustainability Assessment : CSA) โดยบริษัทได้ตอบรับเข้าร่วมการประเมินเป็นปีแรก และได้รับการประเมินให้เป็นสมาชิกร่วมกับบริษัทชั้นนำในกลุ่มดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI) กลุ่มตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) หมวดอุตสาหกรรม ธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค (Food & Staples Retailing) และถือเป็นบริษัทไทยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Southeast Asia) เพียงแห่งเดียวที่ผ่านการคัดเลือกในหมวดอุตสาหกรรมดังกล่าว ถือว่าเป็นก้าวแรกของการสำเร็จทางด้านความยั่งยืนในเวทีระดับโลกของบริษัท

# ใส่ใจทุกสาระสำคัญ เพื่อความยั่งยืนทุกมิติ

## แนวทางการจัดทำรายงาน

ภายใต้นโยบายและการดำเนินการตามเป้าหมายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ได้จัดทำรายงานความยั่งยืนเพื่อเปิดเผยแนวทางและผลการดำเนินงานทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของปี 2560 (ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2560 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2560) โดยได้เปิดเผยอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 การจัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี 2560 ได้กำหนดเนื้อหา

สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ (In accordance criteria) กับ Global Reporting Initiative Standards ในระดับหลัก (Core option) และขยายขอบเขตการรายงานจากเดิมเฉพาะธุรกิจร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่นและหน่วยธุรกิจย่อย เป็นการรายงานผลการดำเนินงานในภาพรวมของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ครอบคลุมทั้ง 8 หน่วยธุรกิจ



|                         |                      |   |                       |                        |                        |                                     |  |
|-------------------------|----------------------|---|-----------------------|------------------------|------------------------|-------------------------------------|--|
| บริการ<br>ร้านสะดวกซื้อ | บริการ<br>ด้านค้าส่ง | บริการด้านผลิต<br>และจำหน่ายเบเกอรี่<br>อาหาร<br>พร้อมรับประทาน<br>อาหารแช่แข็ง | บริการ<br>ด้านการเงิน | บริการ<br>ด้านการศึกษา | บริการ<br>ด้านสารสนเทศ | บริการ<br>ด้านการสื่อสาร<br>การตลาด | บริการ<br>ด้านการบริหาร<br>โลจิสติกส์<br>(Logistics) |
|                         |                      |   | <br>                  | <br><br><br>           |                        |                                     |  |

## กระบวนการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัท

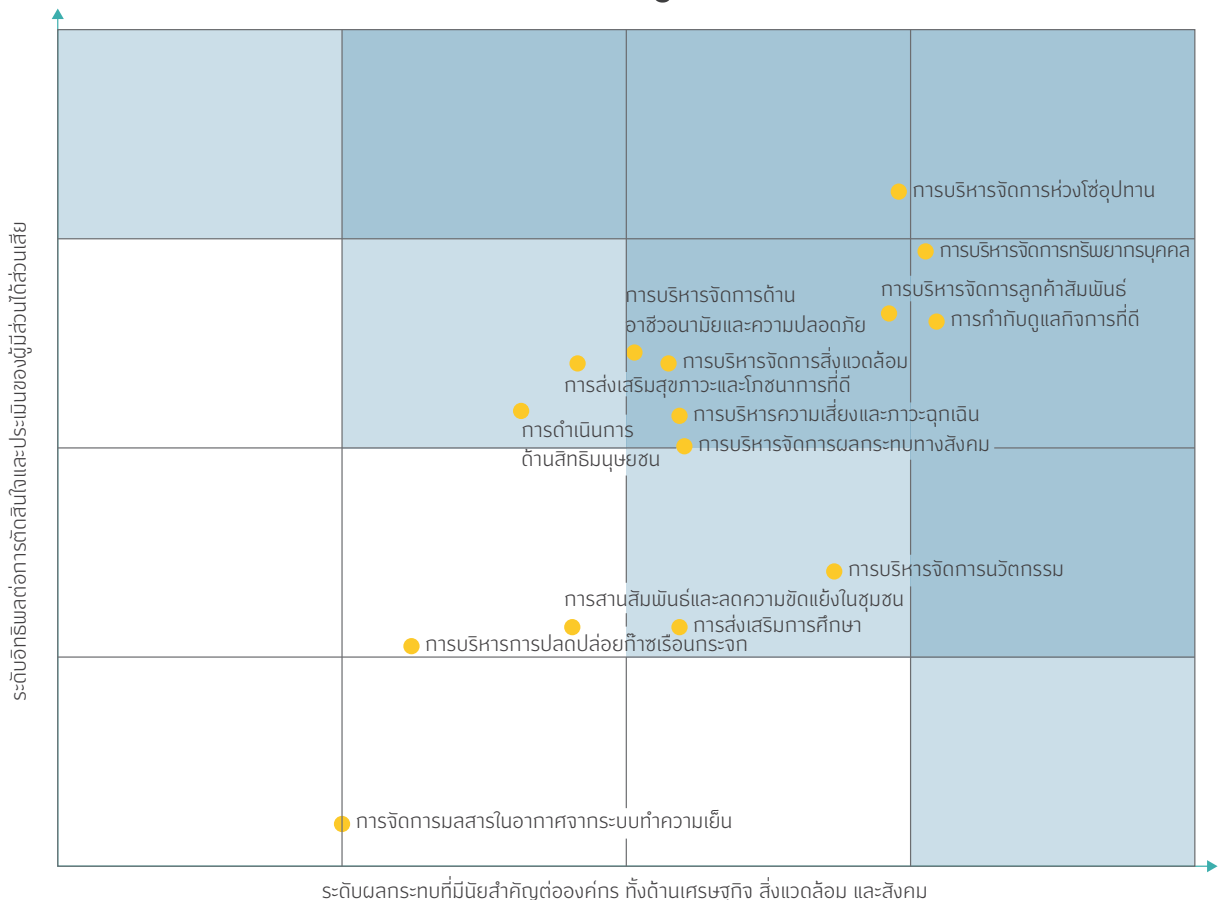
บริษัท ได้ทำการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนตามแนวทางของ Global Reporting Initiative (GRI) โดยคำนึงถึงระดับอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ควบคู่ไปกับระดับนัยสำคัญของผลกระทบทาง

เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร เพื่อใช้เป็นแนวทางการตอบสนองต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรผ่านการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืน โดยมีขั้นตอนการประเมินดังนี้



|  |   |
|--|---|
| <b>1</b> <b>การระบุประเด็นสำคัญ</b>  | <b>2</b> <b>การจัดลำดับความสำคัญ</b>  |
| <p>คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทได้ทำการรวบรวมประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีความเกี่ยวข้องกับลักษณะการประกอบธุรกิจ ทั้งจากมาตรฐานหรือแนวทางสากลของ Global Reporting Initiative ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices: DJSI) แนวโน้มของโลก และประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) รวมถึงประเด็นอื่นที่บริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือเกี่ยวข้องกันให้ความสำคัญ</p> | <p>บริษัทได้นำประเด็นความยั่งยืนที่รวบรวมได้มาทำการคัดกรองขั้นต้น โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้บริหารและพนักงานของบริษัทเข้าร่วมให้ความเห็นมากกว่า 4,400 รายการ ประเด็นความยั่งยืนที่ผ่านการคัดกรองเบื้องต้นได้ถูกพิจารณาโดยตัวแทนผู้บริหารระดับสูงของบริษัทในการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อถ่วงน้ำหนักและจัดลำดับความสำคัญ โดยคำนึงถึงทั้งระดับอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควบคู่ไปกับระดับนัยสำคัญของผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร</p> |
| <b>4</b> <b>การทบทวนรายงาน</b>   | <b>3</b> <b>การทวนสอบประเด็นที่มีนัยสำคัญ</b>   |
| <p>จากผลการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืน ทั้ง 3 ขั้นตอนก่อนหน้านี้ คณะกรรมการบริหารได้ทำการทบทวนผลการประเมินดังกล่าวและให้ความเห็นชอบกับประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนประจำปี 2560</p>   | <p>บริษัทได้ทบทวนความถูกต้องของการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งมุมมองและความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร ได้ทำการรวบรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านช่องทางที่หลากหลาย พร้อมทั้งสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มลูกค้า คู่ค้า และกลุ่มผู้นำทางความคิด เพื่อเป็นข้อมูลนำเข้าประกอบการประเมิน</p>   |

### ผลการประเมิน ประเด็นที่มีนัยสำคัญของ ซีพี ออลล์ ประจำปี 2560



# สานประโยชน์สุข ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย



การรับมือต่อความท้าทาย  
ที่มีความซับซ้อน การเตรียม  
ความพร้อมรับความเปลี่ยนแปลง  
ในการประกอบธุรกิจสมัยใหม่ และการมุ่ง  
ตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้  
ส่วนเสียทุกกลุ่ม ล้วนต้องอาศัยกระบวนการ  
สานสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย  
เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อบริษัท  
ภายนอกและก่อให้เกิดการสานพลัง  
ความร่วมมือเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจไป  
สู่นาคตที่ยั่งยืน

## แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) วิเคราะห์และจัดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรทั้งหมด เพื่อเพิ่มความสามารถในการสานสัมพันธ์และตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ดียิ่งขึ้น บริษัทได้จำแนกและแบ่งกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มขึ้นจาก 8 กลุ่ม เป็น 10 กลุ่ม โดยมีการทำความเข้าใจถึงความต้องการหรือความคาดหวังของแต่ละกลุ่ม เพื่อตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงสร้างความตระหนักของพนักงานในองค์กรเกี่ยวกับการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และมีกระบวนการตรวจสอบทุกข้อร้องเรียนที่อาจเกิดขึ้น เพื่อผลักดันบริษัทให้ไปสู่จุดมุ่งหมายการขยายขอบเขตกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครบทุกบริษัทย่อย

บริษัทได้สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder engagement) ผ่านช่องทางต่างๆ ที่เหมาะสมเพื่อรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ รวมถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถวางแผนในการตอบสนองประเด็นดังกล่าวและผลักดันให้เกิดการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง อนึ่งความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มได้ถูกวิเคราะห์และนำมาประกอบการพิจารณาประเด็นสำคัญในการจัดทำรายงานความยั่งยืนปี 2560

## การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย            | รูปแบบหรือช่องทางในการสร้างการมีส่วนร่วม   | ตัวอย่างของประเด็นและความคาดหวัง   | ตัวอย่างการตอบสนองของบริษัท  |
|---------------------------------|--|--|--|
| พนักงาน (Employee)              | <ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันประจำปี</li> <li>ช่องทางรับความคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียน               <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเคาะระฆัง 229 ครั้ง</li> <li>- การประชุมพลังสร้างสรรค์ ศูนย์กระจายสินค้า (ทั่วประเทศ ) 12 ครั้ง</li> </ul> </li> <li>ระบบ Intranet วารสารภายใน และการแจ้งข่าวประจำวัน ผ่านช่องทางดิจิทัล</li> <li>การประชุมนำเสนอผลงาน/นวัตกรรม/การประกวดการระบุและประเมินความเสี่ยง</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>การมีผลตอบแทนและสวัสดิการระยะยาว</li> <li>การพัฒนาความสามารถและความก้าวหน้า</li> <li>การส่งเสริมสุขภาพและการจัดการความเครียดอันเนื่องมาจากการทำงาน</li> <li>การมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี</li> </ul>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>การดำเนินการโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (Employee Joint Investment Program: EJIP) ระยะที่ 3 ปี 2560-2565</li> <li>การวิเคราะห์แผนพัฒนาศักยภาพพนักงาน</li> <li>การเตรียมความพร้อมและพัฒนาผู้นำ</li> <li>การอบรมให้ความรู้และทักษะที่เหมาะสมและตรงกับความสนใจ</li> <li>พัฒนาศักยภาพและรักษาพนักงานที่เป็นคนเก่งและคนดีอย่างต่อเนื่อง</li> <li>การให้คำปรึกษาและดำเนินการโครงการส่งเสริมสุขภาพและปฏิบัติธรรม</li> <li>การนำหลักสิทธิมนุษยชนเข้ามาประกอบเป็นแนวปฏิบัติต่อพนักงาน</li> <li>การส่งเสริมให้สถานประกอบการดำเนินงานตามมาตรฐานแรงงานไทยในโรงงานพร้อมทั้งผลักดันการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่ดี</li> </ul> |
| สโตร์พาร์ทเนอร์ (Store Partner) | <ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจความผูกพันประจำปี</li> <li>ช่องทางการสื่อสารและรับเรื่องร้องเรียน               <ul style="list-style-type: none"> <li>- การให้ข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียนผ่าน Call Center</li> <li>- การสำรวจความพึงพอใจผ่านหน้าเว็บไซต์ รายไตรมาส</li> </ul> </li> <li>วารสารและสิ่งพิมพ์รายเดือน</li> <li>การประชุม สัมมนา และกิจกรรมร่วม</li> <li>งานประกาศนโยบายและทิศทางของบริษัท Store Business Partner</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>การปฏิบัติที่เป็นธรรมตามหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมธุรกิจ</li> <li>การส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและการบริหารจัดการธุรกิจ</li> <li>ความมั่นคงทางธุรกิจ ขยายธุรกิจและดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>การสื่อสารแนวทางและหลักปฏิบัติทางด้านธรรมาภิบาลและจริยธรรมธุรกิจ</li> <li>การส่งเสริม ดูแล ฝึกอบรมผู้ประกอบการธุรกิจให้เพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการ</li> <li>การแบ่งปันสารสนเทศ และข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับตลาด</li> <li>การพัฒนาความหลากหลายของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด</li> <li>การบริหารจัดการต้นทุนสินค้าและการดำเนินการ</li> </ul>   |



| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย         | รูปแบบหรือช่องทางในการสร้างการมีส่วนร่วม   | ตัวอย่างของประเด็นและความคาดหวัง  | ตัวอย่างการตอบสนองของบริษัท  |
|------------------------------|--|---|--|
| ลูกค้า (Customer)            | <ul style="list-style-type: none"> <li>การรับฟังความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ               <ul style="list-style-type: none"> <li>ศูนย์บริการข้อมูลและรับข้อร้องเรียนลูกค้า (Call center) 32,709 ครั้ง</li> <li>เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ 5,178 ครั้ง</li> </ul> </li> <li>สำรวจความคิดเห็น สัมภาษณ์ลูกค้า</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>รายละเอียดและความถูกต้อง โครงการส่งเสริมการขาย</li> <li>คุณภาพและความปลอดภัย</li> <li>หลากหลายผลิตภัณฑ์ ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการที่ครบถ้วน</li> <li>ระยะเวลาการให้บริการ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>สื่อสารให้ลูกค้าและผู้บริโภคเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย</li> <li>เพิ่มช่องทางการสื่อสาร การส่งเสริมการขาย</li> <li>พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้มาตรฐานทั้งคุณภาพ ความปลอดภัย และผลิตภัณฑ์ทางเลือกสุขภาพ</li> <li>สื่อสารและเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับโภชนาการและการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการผ่านหลากหลายผลิตภัณฑ์</li> <li>ปรับปรุงช่องทางกระบวนการชำระค่าสินค้าและผลิตภัณฑ์</li> <li>สร้างบรรยากาศภายในร้านที่ดีมีความสุขสนุก</li> </ul>   |
| คู่ค้าและผู้จัดหา (Supplier) | <ul style="list-style-type: none"> <li>สัมภาษณ์หาความต้องการและความคาดหวังคู่ค้าธุรกิจด้านความยั่งยืน</li> <li>การสำรวจความพึงพอใจคู่ค้าราย 2 ปี</li> <li>ศูนย์คู่ค้าสัมพันธ์ โทร 0-2711-7771</li> <li>เยี่ยมเยือนคู่ค้า พร้อมรับฟังความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียน</li> <li>โครงการร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม</li> <li>ตรวจประเมิน การให้คำปรึกษา และส่งเสริมศักยภาพ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ประเด็นความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน เช่น สิทธิมนุษยชน</li> <li>ความสามารถในการส่งมอบ</li> <li>การต่อรองและสัญญาที่เป็นธรรม</li> <li>การส่งเสริมให้โอกาสสำหรับผู้ผลิตรายย่อย</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืน และแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจ พร้อมทั้งแต่งตั้งคณะกรรมการคัดเลือกสินค้า</li> <li>ยึดมั่นความเสมอภาคและยุติธรรมต่อคู่ค้าทุกราย</li> <li>การปฏิบัติตามข้อตกลงและจรรยาบรรณทางธุรกิจที่เหมาะสมเป็นธรรม</li> <li>สื่อสารทำความเข้าใจความคาดหวังในการผนวกประเด็นทางด้านความยั่งยืนเข้าร่วมพิจารณาในกระบวนการคัดเลือกและประเมินผลการดำเนินงาน</li> <li>พัฒนาข้อกำหนดการตรวจประเมินคู่ค้า ตามนโยบายด้านการจัดหาอย่างยั่งยืนและแนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจของบริษัท</li> <li>ส่งเสริมให้คู่ธุรกิจตระหนักในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม</li> </ul> |

| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย   | รูปแบบหรือช่องทางในการสร้างการมีส่วนร่วม   | ตัวอย่างของประเด็นและความคาดหวัง  | ตัวอย่างการตอบสนองของบริษัท   |
|--|--|---|---|
| <p>ผู้ถือหุ้น (Shareholder) และ นักลงทุน (Investor)</p>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• บรรยายสรุปผลการดำเนินงานกับนักวิเคราะห์ (Analysis Meeting) เป็นรายไตรมาส</li> <li>• ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี</li> <li>• งบการเงิน</li> <li>• แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1)</li> <li>• รายงานประจำปี</li> <li>• รายงานการพัฒนาความยั่งยืน</li> <li>• หนังสือชี้ชวน เอกสารสื่อสารสนเทศ</li> <li>• สื่อสารข้อมูลผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล โทรสาร จดหมาย</li> <li>• กิจกรรมโรดโชว์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ</li> <li>• การเยี่ยมชมพื้นที่ร้านค้า โรงงาน และคลังสินค้าของบริษัท</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลการดำเนินงานที่ดีและการเติบโตของธุรกิจ</li> <li>• ผลตอบแทนการลงทุนที่คุ้มค่า การกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> <li>• ความโปร่งใสในการดำเนินการและการเปิดเผยข้อมูล</li> <li>• ภาพลักษณ์และการยอมรับจากสังคม</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล</li> <li>• การให้ความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้น และรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน</li> <li>• บริหารจัดการธุรกิจให้เติบโตลดความเสี่ยง และโปร่งใส</li> <li>• รับฟังความคิดเห็นสะท้อนกลับจากผู้ถือหุ้นและนักลงทุน เพื่อนำมาถ่วงถ่วง พิจารณากำหนดกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานของบริษัท</li> </ul>  |
| <p>ชุมชนสังคม และสิ่งแวดล้อม (Community Society and Environment)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์โดยรอบพื้นที่โรงงานประจำปีของสายร้าน</li> <li>• เข้าพื้นที่เยี่ยมเยียนอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>• โครงการสานสัมพันธ์ทางการศึกษา</li> <li>• ช่องทางรับซื้อโรงเรียนต่างๆ</li> <li>• ป้ายประกาศ สื่อประชาสัมพันธ์</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การพัฒนาชุมชน การสร้างคุณค่าร่วมระหว่างชุมชนและธุรกิจ และการมีส่วนร่วมของสังคม</li> <li>• การให้โอกาสทางการศึกษา การส่งเสริมทักษะอาชีพที่ยั่งยืน</li> <li>• การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี</li> <li>• การพัฒนาคุณภาพสินค้าและการส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและช่องทางการขายของชุมชน</li> <li>• การส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การดำเนินการโครงการส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิตให้กับผู้คนในสังคมพร้อมทั้งจัดหาช่องทางการจำหน่าย</li> <li>• การดำเนินโครงการการจัดการพลังงาน การจัดการของเสีย และขยายผลร้านสะดวกซื้อประหยัดพลังงานและนวัตกรรมต้นแบบ</li> <li>• วางแผนการปรับปรุงระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม</li> <li>• ปรับปรุงภูมิทัศน์ และสภาพโดยรอบพื้นที่ดำเนินการให้กลมกลืนกับวัฒนธรรมท้องถิ่น</li> </ul>                           |
| <p>ภาครัฐ (Government)</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การสนับสนุนโครงการความร่วมมือและความช่วยเหลือต่างๆ 49 ครั้ง หน่วยงานราชการที่หน่วยงานด้านประสานกิจการสัมพันธ์ (ปสส.) สนับสนุนและให้ความร่วมมือ ได้แก่ กรมการค้าภายใน, องค์การอาหารและยา, สำนักอนามัย, สำนักสิ่งแวดล้อม และสำนักงานเขต 50 เขตของกทม.</li> <li>• การร่วมแสดงความคิดเห็น และสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐอย่างเปิดเผย 18 ครั้ง</li> <li>• การติดต่อประสานงานขอรับบริการภาครัฐ และการรับบริการตรวจเยี่ยมกิจการ</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด</li> <li>• การเป็นตัวอย่างแก่ภาคธุรกิจในการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ศึกษาทำความเข้าใจ กฎหมายหรือระเบียบปฏิบัติใหม่ๆ กฎหมายที่มีความจำเพาะกับพื้นที่หรือกฎหมายท้องถิ่น พร้อมทั้งนำมาประยุกต์ บังคับใช้ในการประกอบธุรกิจให้สอดคล้อง</li> <li>• นำเสนอมุมมองผ่านสมาคม การรวมกลุ่มทางการค้าต่างๆ</li> <li>• ปฏิบัติตามกฎหมายหรือระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง</li> <li>• สนับสนุนการตรวจประเมินเบื้องต้นของภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มการพัฒนาความยั่งยืน</li> </ul> |



| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย   | รูปแบบหรือช่องทางในการสร้างการมีส่วนร่วม   | ตัวอย่างของประเด็นและความคาดหวัง  | ตัวอย่างการตอบสนองของบริษัท   |
|--|--|---|---|
| องค์กรพัฒนาเอกชนและผู้นำทางความคิด (Non- Governmental Organization and Opinions Leaders) | <ul style="list-style-type: none"> <li>รับฟังและสื่อสารแลกเปลี่ยนมุมมองผ่านเวที การทำงานร่วมกัน และการมีส่วนร่วมอื่นๆ</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>สิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน สิทธิแรงงาน</li> <li>การส่งเสริมกลุ่มเปราะบาง</li> <li>ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ทำความเข้าใจความคาดหวังและหารือแลกเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงาน และนำมาใช้ประกอบเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน</li> <li>การเปิดเผยผลการดำเนินงานประจำปี ผ่านสื่อสาธารณะ</li> <li>พิจารณาเข้าร่วมโครงการเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน และส่งเสริมผู้ผลิตรายย่อย</li> </ul> |
| สื่อมวลชน (Media)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการส่งเสริมผู้ผลิตสื่อประจำปี เช่น รางวัล Thailand Best Blog Awards by CP ALL, รางวัลข่าวดิจิทัลยอดเยี่ยมแห่งปี, รางวัลคนดีประเทศไทย สาขาสื่อมวลชนส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม</li> <li>สนับสนุนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสื่อมวลชน เช่น งานครบรอบ กิจกรรม CSR</li> <li>การให้สัมภาษณ์ การให้ข้อมูลแก่สื่อมวลชน</li> <li>โครงการ Co Project With Media เช่น ร่วมกับสื่อมวลชนช่วยเหลือชุมชนและสังคมในหัวเวลาที่เกิดอุทกภัยในพื้นที่ต่างๆ, นำคณะสื่อมวลชนร่วมกิจกรรมจิตสาธารณะ, อบรมธรรมะกับสื่อมวลชน</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง ตรงประเด็น มีคุณธรรม จริยธรรม และทันต่อเหตุการณ์</li> <li>การส่งเสริม พัฒนา การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์</li> <li>การส่งเสริมการศึกษาพัฒนาเยาวชนผ่านสื่อ</li> <li>ตอกย้ำให้เห็นการดำเนินนโยบายด้าน CSV ของบริษัท</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินโครงการยกย่องส่งเสริมผู้รายงานและผู้ผลิตเนื้อหาในสื่อทุกชนิด ทั้ง New และ Conventional Media ให้มีคุณภาพและสร้างสรรค์สังคมอย่างต่อเนื่อง</li> <li>รณรงค์การคิด วิเคราะห์ เพื่อการใช้และรับชมสื่ออย่างสร้างสรรค์</li> <li>การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นประโยชน์ และทันต่อเหตุการณ์</li> </ul>             |
| เจ้าหนี้ (Creditor)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมหารือร่วมเมื่อได้รับการร้องขอ</li> <li>สิ่งพิมพ์ จดหมาย สื่อสารสนเทศ</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>การปฏิบัติตามสัญญา และเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องที่มีต่อเจ้าหนี้ โดยเคร่งครัด</li> <li>การชำระหนี้ตรงตามกำหนด</li> <li>การรายงานสถานะทางการเงินอย่างถูกต้อง โปร่งใส และตรวจสอบได้</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>การบริหารจัดการความเสี่ยง การรักษาสถานะทางการเงิน สัดส่วน เงินสด ยอดกู้ และดอกเบี้ยให้เหมาะสม</li> <li>การเปิดเผยผลการดำเนินงานผ่านรายงานประจำปี</li> <li>จัดให้มีการทวนสอบงบและผลประกอบการ</li> </ul>   |

# ยึดมั่นในจริยธรรม กำกับดูแลกิจการที่ดี



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)  
และบริษัทย่อย (“บริษัท”)

มุ่งมั่นประกอบธุรกิจเพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน  
ด้วยระบบบริหารจัดการภายใต้หลักการกำกับดูแล  
กิจการอย่างมีจริยธรรม มีคุณภาพ คุณธรรม  
ความโปร่งใสที่ตรวจสอบได้ และมีความรับผิดชอบต่อ  
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย โดยยึดมั่นการปฏิบัติ  
ตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และสอดคล้อง  
หลักมาตรฐานสากล เพื่อประโยชน์ต่อสังคม  
พัฒนาหรือลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม  
และสามารถปรับตัวได้ภายใต้ปัจจัย  
การเปลี่ยนแปลง



บริษัทจัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการ แนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่มีเนื้อหาครอบคลุม 5 หมวดหลัก ได้แก่ สิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเปิดเผยข้อมูล ความโปร่งใส และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ มีการทบทวนปรับปรุงแก้ไขนโยบายและแนวปฏิบัติให้มีความทันสมัย ต่อเหตุการณ์ สอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานสากล โดยนำเอาหลักการกำกับดูแลกิจการที่สำคัญสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 (Corporate Governance Code: CG Code) ที่ออกโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบททางธุรกิจของบริษัท

บริษัทจัดทำคู่มือจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Business Ethics and Code of Conduct) เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัททุกคนยึดถือเป็นแนวทางในการทำงานและปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ยึดหลักนิติธรรม มีความโปร่งใส ตั้งมั่นในความยุติธรรม และความมีคุณธรรม ให้ความสำคัญต่อลูกค้า มีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่เกี่ยวข้องกับกบฏการเมือง คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม การไม่เกี่ยวข้องกับกบฏการเมือง การต่อต้านการทุจริต ไม่รับสิ่งตอบแทนที่เกินปกติวิสัย ไม่ข้องเกี่ยวกับการเรียกรับหรือจ่ายสินบน ไม่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา หรือลิขสิทธิ์ของผู้อื่น

### เป้าหมายปี 2563

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีการเปิดเผยการดำเนินการด้านธรรมาภิบาล

คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการกำกับดูแลกิจการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัท บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายภายใต้ต้นนโยบายการกำกับดูแลกิจการและนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันของบริษัท โดยปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์และข้อบังคับของบริษัท กฎบัตรและแนวปฏิบัติของคณะกรรมการมติคณะกรรมการ ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อย 3 คณะ ภายใต้คณะกรรมการบริษัทที่มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎบัตรและมีความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัทโดยตรง ดังนี้

**1.** คณะกรรมการตรวจสอบ นอกจากทำหน้าที่สอบทานงบการเงินแล้ว ยังสอบทานการดำเนินงานของบริษัทให้ถูกต้องตามนโยบายและระเบียบข้อบังคับ กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ และข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล รวมทั้งสอบทานให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี ระบบตรวจสอบภายใน และระบบบริหารความเสี่ยงที่รัดกุม มีการหารือร่วมกับผู้สอบบัญชีซึ่งเป็นผู้ตรวจสอบภายนอกที่เป็นอิสระเพื่อขอความเห็นเกี่ยวกับงบการเงิน และการควบคุมภายใน และรายงานสรุปผลการปฏิบัติงาน และข้อเสนอแนะต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเป็นรายไตรมาส บริษัทได้นำข้อเสนอแนะทั้งจากกรรมการตรวจสอบ และผู้สอบบัญชีภายนอกไปปรับปรุงในทันที และรายงานผลการปรับปรุงต่อคณะกรรมการในการประชุมครั้งถัดไป

**2.** คณะกรรมการบรรษัทภิบาล ทำหน้าที่ในการจัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน แนวปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน และมีการทบทวนให้เป็นปัจจุบันอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากล กฎหมายและระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานภาครัฐ และขององค์กรที่ทำหน้าที่กำกับดูแล พร้อมทั้งรายงานสรุปผลการปฏิบัติงานและให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการบริษัทในเรื่องเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการทุจริต และแนวปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ปีละ 2 ครั้ง นอกจากนี้ยังกำกับดูแลการปฏิบัติงานของกรรมการบริษัท ผู้บริหารและพนักงานให้เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมทั้งสอบทานและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายร่วมกับกรรมการและฝ่ายจัดการ และให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินการให้เป็นไปตามนโยบายดังกล่าว

**3.** คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหากรรมการ ทำหน้าที่ในการพิจารณาหลักเกณฑ์ในการจ่ายและรูปแบบค่าตอบแทนของกรรมการและผู้บริหารระดับสูงเพื่อเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท โดยคณะกรรมการบริษัทเป็นผู้อนุมัติค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง และที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นผู้อนุมัติค่าตอบแทนของกรรมการ พร้อมประเมินค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูงให้สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังพิจารณาหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท รวมทั้งคัดเลือกบุคคลตามกระบวนการสรรหาที่ได้กำหนดไว้ และบุคคลที่ได้เสนอโดยผู้ถือหุ้นรายย่อยตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด และเสนอความเห็นต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้แต่งตั้งกรรมการ







## แนวทางในการดำเนินงานด้านการกำกับดูแล

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการ  
บริษัท ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแทนของทุกสายงานร่วมกัน  
ทำงานเพื่อเป็นกลไกในการช่วยกำกับดูแลการปฏิบัติงานของ  
ผู้บริหาร และพนักงานให้เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ  
นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน แนวปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง  
คู่มือจริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน นอกจากนี้ยัง  
ได้แต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญภายนอกเป็นที่ปรึกษาแก่คณะกรรมการ  
บริษัท เพื่อให้ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะในการพัฒนา  
และปรับปรุงกระบวนการกำกับดูแลกิจการเพื่อยกระดับให้เป็น  
มาตรฐานสากล ได้แก่ นโยบายกำกับดูแลกิจการ ความขัดแย้ง  
ทางผลประโยชน์ นโยบายเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล  
จริยธรรมธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน นโยบายบริหาร  
ความเสี่ยง นโยบายการกำกับดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ  
นโยบายการซื้อขายหลักทรัพย์โดยใช้ข้อมูลภายใน การเปิดเผย  
สารสนเทศตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์  
พร้อมทั้งรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท

## การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ บริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย

ทุกปีบริษัทจัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของ  
คณะกรรมการบริษัทเป็นรายคณะและรายบุคคล คณะกรรมการ  
ชุดย่อยเป็นรายคณะ เพื่อช่วยให้กรรมการของบริษัทและกรรมการ  
ชุดย่อยได้มีการพิจารณาทบทวนผลงาน ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ  
ในระหว่างปีที่ผ่านมา อันจะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพ  
มากขึ้นเพราะทราบถึงความรับผิดชอบของตนได้ชัดเจน และ  
ยังช่วยปรับปรุงความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการบริษัท  
กับฝ่ายจัดการอีกด้วย

ในปี 2560 ผลการประเมินตนเองของคณะกรรมการบริษัท  
รายคณะ รายบุคคล คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการ  
บริษัท และคณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและสรรหา  
กรรมการ สรุปคะแนนผลการดำเนินการอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม  
โดยได้คะแนนรวมเฉลี่ยเท่ากับ ร้อยละ 88, 86, 100, 95 และ 93  
ตามลำดับ

## การบริหารความเสี่ยงและการปฏิบัติให้เป็นไปตาม กฎหมาย กฎระเบียบและข้อบังคับ

บริษัทกำหนดให้มีหน่วยงานที่ชัดเจนไว้ในโครงสร้างของ  
องค์กร ได้แก่ หน่วยงานบริหารความเสี่ยง (Risk management  
unit) และหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตาม  
กฎหมาย กฎระเบียบและข้อบังคับ (compliance unit) ภายใต้  
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk management  
Committee) โดยมีตัวแทนของทุกสายงานในบริษัทร่วมกัน  
เป็นคณะทำงานให้กับทั้งสองหน่วยงาน เพื่อให้การดำเนินงาน  
เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งให้รายงานการปฏิบัติงานต่อ  
คณะกรรมการตรวจสอบเพื่อให้เป็นไปตามกฎบัตรของคณะกรรมการ  
ตรวจสอบในการสอบทานประสิทธิภาพและประสิทธิผลของ  
กระบวนการบริหารความเสี่ยงต่างๆ เช่น ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์  
ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยง  
ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ ความเสี่ยง  
ด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ความเสี่ยงด้านภาษี  
รวมถึงความเสี่ยงด้านการทุจริต

## การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

หลังจากบริษัทได้ร่วมลงนามในคำประกาศเจตนารมณ์กับ  
แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต  
(Thailand's Private Sector Collective Action Coalition  
against Corruption-“CAC”) บริษัทได้มีการจัดทำนโยบาย  
ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน แนวปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่  
แนวปฏิบัติสำหรับการต่อต้านการทุจริต แนวปฏิบัติในการบริจาค  
เพื่อการกุศล แนวปฏิบัติในการให้เงินสนับสนุน แนวปฏิบัติในการ  
ให้ / รับของขวัญของชำร่วยและการรับรอง มีการออกมาตรการ  
การป้องกันการทุจริต กำหนดกระบวนการทำงานและระเบียบ  
ปฏิบัติต่างๆ ให้สอดคล้องกับนโยบายและแนวปฏิบัติดังกล่าว  
มีการสื่อสารในทุกช่องทางและทุกระดับขององค์กร รวมถึง  
ต่อบุคคลภายนอกเพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติจริง

## การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในปี 2560 บริษัทสื่อสารสร้างความตระหนักเรื่องจริยธรรมธุรกิจ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและแนวปฏิบัติให้กับพนักงานทุกระดับรวมถึงพนักงานในบริษัทย่อย จำนวนทั้งสิ้น 142,784 คน และจัดอบรมเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับพนักงานจำนวนทั้งสิ้น 3,161 คน ดังตาราง

| ผู้บริหารระดับสูง |        | ผู้บริหารระดับกลาง |        | ระดับปฏิบัติการ  |        |
|-------------------|--------|--------------------|--------|------------------|--------|
| ผู้เข้าอบรม (คน)  | ร้อยละ | ผู้เข้าอบรม (คน)   | ร้อยละ | ผู้เข้าอบรม (คน) | ร้อยละ |
| 664               | 97     | 1,048              | 95     | 1,449            | 1      |

นอกจากนี้เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถนำไปปฏิบัติตามได้บริษัทจึงจัดให้มีการทดสอบความรู้ ความเข้าใจสำหรับผู้บริหารระดับฝ่ายขึ้นไป โดยผู้รับการทดสอบทุกคนต้องผ่านการทดสอบที่คะแนนเต็ม 100% และเพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินการดังกล่าวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพในทุกหน่วยงาน บริษัทได้ประยุกต์ใช้มาตรฐานต่างๆ มาพัฒนาเครื่องมือการประเมินตนเองเกี่ยวกับธรรมาภิบาล (Corporate Governance Self-Assessment) แล้วเสร็จและเริ่มใช้ในปี 2560 เป็นปีแรกโดยเครื่องมือดังกล่าวได้อ้างอิงหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามมาตรฐานสากล แนวทางการประเมินและ

แนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี อาทิ องค์กรเพื่อความโปร่งใสนานาชาติ (Transparency International) ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ และหลักการกำกับดูแลกิจการขององค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development Principles of Corporate Governance) เป็นต้น แบบประเมินตนเองได้ถูกส่งต่อไปยังผู้บริหารระดับสำนักหรือหน่วยธุรกิจของบริษัท รวมถึงบริษัทย่อยทั้งหมด 100% และได้รับการตอบกลับถึง 98% โดยมีภาพรวมของผลการประเมินตนเอง 97% สรุปผลแยกตามหมวด ดังนี้

| หลักนิติธรรม | ให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง | มีความโปร่งใส | รับผิดชอบต่อสังคม | การต่อต้านการทุจริต | หลักคุณธรรมและมีความยุติธรรม |
|--------------|-------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------------|---------------------|------------------------------|
| 95%          | 98%                                 | 98%                      | 97%           | 97%               | 97%                 | 99%                          |

นอกจากมาตรการป้องกันการทุจริตที่สามารถลดโอกาสที่จะเกิดการทุจริตได้แล้ว บริษัทยังจัดทำมาตรการตรวจพบการทุจริตเพื่อช่วยให้ตรวจพบและรายงานการกระทำที่อาจเป็นการทุจริตอย่างทันทีทันใดได้มีการกำหนดช่องทางการสื่อสารเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและมีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงผู้บริหารและพนักงานได้มีโอกาสร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแสการทุจริต หรือกรณีที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม โดยรายละเอียดและแนวปฏิบัติได้เปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ของบริษัท และบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการเก็บข้อมูลการแจ้งเบาะแสเป็นความลับ รวมถึงจัดให้มีกระบวนการป้องกันผู้แจ้งเบาะแสและคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสไม่ให้ถูกทำร้ายหรือข่มขู่ในภายหลัง ตลอดจนกำหนดมาตรการชดเชยความเสียหายที่ผู้ร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสอาจได้รับ



## ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน กระบวนการตรวจสอบ ซึ่งครอบคลุมการแจ้งเบาะแสโดยไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตัวตน

- ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยส่งถึงผู้รับแจ้งเบาะแสดังต่อไปนี้  
- คณะกรรมการตรวจสอบ AuditCommittee@cpall.co.th  
- คณะกรรมการบรรษัทภิบาล CGcommittee@cpall.co.th  
- คณะกรรมการบริษัท BOD@cpall.co.th
- ทางไปรษณีย์ โดยระบุหน้าซองถึง สำนักตรวจสอบ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)  
เลขที่ 119 ชั้น 16 อาคารธาราสารท ซอยสาทร 5 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
- ผ่านทางศูนย์แจ้งข้อมูล  
โทรศัพท์ 0-2071-2770 และ 0-2826-7744  
โทรสาร 0-2071-8623
- Website cpall.co.th หัวข้อ “แจ้งเบาะแสดูจจริต”

## ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วม CAC

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในฐานะเลขานุการของคณะกรรมการ CAC ได้มีจดหมายแจ้งข่าวว่า “ที่ประชุมคณะกรรมการ CAC เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2560 ได้มีมติให้การรับรองบริษัทเป็นสมาชิกของ CAC โดยใบรับรองดังกล่าวมีอายุ 3 ปี นับจากวันที่มีมติให้การรับรอง”

# บริหารแบบบูรณาการ พร้อมจัดการทุกความเสี่ยง



ภายใต้การกำกับดูแล  
ของคณะกรรมการตรวจสอบ  
สำนักงานตรวจสอบ หน่วยงานบริหาร  
ความเสี่ยงและหน่วยงานกำกับดูแล  
การปฏิบัติงานได้ขยายขอบเขตการดำเนินงาน  
ในการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต  
โดยเพิ่มประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน  
ขององค์กรเข้าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ใช้ใน  
การประเมินความเสี่ยง ผ่านการมีส่วนร่วม  
ของทั้งผู้จัดการความเสี่ยง  
(Risk manager)  
และนักบริหารความเสี่ยง  
(Risk champion)  
ของทุกหน่วยงาน



กระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤตเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนเป็นกระบวนการที่สอดแทรกเข้าไปในการทำงานปกติและปรับประยุกต์ให้เหมาะสมกับทุกหน่วยงานภายในองค์กร ซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมด้านความเสี่ยง (Risk culture) ของเรา โดยอาศัยกรอบการทำงานที่ถูกออกแบบให้เกิดการทำงานทั้งแบบบนลงล่างและล่างขึ้นบน (Top-down and bottom-up approach) เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในทุกๆระดับชั้น และมั่นใจได้ว่าแผนและมาตรการในการจัดการความเสี่ยงจะสามารถปฏิบัติได้จริงและมีประสิทธิภาพ กรอบการทำงานประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอนหลัก คือ การบริหารความเสี่ยงก่อนเกิดเหตุการณ์ การจัดการเหตุวิกฤต และการฟื้นฟูผลจากความเสียหายหลังเกิดเหตุ แสดงดังภาพ



## กรอบการทำงานด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤตเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ประเด็นความเสี่ยงที่ถูกระบุทั้งจากตัวแทนหน่วยงานหรือนักบริหารความเสี่ยง (Risk champion) และการตรวจสอบจากช่องทางอื่นจะถูกรายงานไปยังผู้จัดการความเสี่ยง (Risk manager) เพื่อร่วมกันทบทวนแผนมาตรการเฉพาะและการป้องกันการหยุดชะงักของธุรกิจเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการความเสี่ยง (Risk committee) และคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit committee) พิจารณาเป็นประจำอย่างต่อเนื่องทุกไตรมาส และทุกครึ่งปีตามลำดับ ในกรณีมีเหตุเร่งด่วนฉุกเฉินสามารถรายงานโดยตรงก่อนครบกำหนดรายงานปกติได้ทันที

ภายใต้กรอบการดำเนินการดังกล่าว บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ได้จัดให้มีการดำเนินการที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างความตระหนักและความตื่นตัวในการค้นหาความเสี่ยงขององค์กร อาทิ

- โครงการประกวดนักค้นหาภัยมืด (Black swan Award) นับเป็นโครงการที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2558 โดยในปี 2560 บริษัทจัดให้มีการประกวด

การค้นหาความเสี่ยงที่มาจากภัยมืด (Black swan) ภายใต้ประเด็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับ 6 ประเด็นหลักได้แก่

1. การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ
2. กระบวนการทำงาน
3. สินค้าและบริการ
4. การว่าจ้างหน่วยงานภายนอก (Outsource)
5. ความยั่งยืนองค์กร และ
6. กิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกับบริษัทในกลุ่ม

พนักงานผู้เข้าร่วมประกวดสามารถส่งประเด็นความเสี่ยงผ่านช่องทางที่หลากหลายรวมถึงผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ QR Code เพื่อให้พนักงานได้รับความสะดวกและมีส่วนร่วมได้มากยิ่งขึ้น โดยในปี 2560 มีประเด็นความเสี่ยงที่ได้รับรางวัลรวม 4 ประเด็น ในแง่มุมมองความสามารถในการปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับ ความปลอดภัยของอาหาร ประเด็นสิทธิมนุษยชนและความปลอดภัย โดยกำหนดเกณฑ์การให้รางวัลที่สำคัญ

คือ แนวคิดการค้นหาและการแก้ไขเพื่อช่วยควบคุมป้องกัน และรับมือภัยมืดที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งผู้บริหารได้นำมาใช้ประกอบการพิจารณาการออกมาตรการรองรับและนำไปสู่การปฏิบัติจริงอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

โครงการ “ไม่น่าเลย” เป็นการติดตามสถานการณ์และ ทบทวนเหตุการณ์ภายนอกที่ถูกรายงานผ่านสื่อหรือผู้เชี่ยวชาญ ทั้งภายในประเทศและนานาชาติโดยพิจารณาคัดเลือกประเด็น ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทและประเด็นเกี่ยวเนื่องกับ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (Environmental Social Governance: ESG) เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาและประกอบการ พิจารณาความเสี่ยงองค์กรและการบริหารความต่อเนื่อง ทางธุรกิจ

จากการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงและ ภาวะวิกฤตเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนทำให้ บริษัทสามารถระบุนความเสี่ยงเกิดใหม่ (Emerging risk) และ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับ ดูแล ได้ดังนี้

## 1. ความเสี่ยงจาก Disruptive Digital Technology

เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการ ดำเนินชีวิตประจำวันและการทำธุรกิจ มีการแข่งขันสูง รวมถึง ความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่เข้าสู่การแข่งขันและขับเคลื่อนธุรกิจด้วย “นวัตกรรม” มากขึ้นหลังจากที่รัฐบาลประกาศยุทธศาสตร์ “Thailand 4.0” อาทิ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการขนส่ง การทำการตลาด และการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ ซึ่งในระยะยาวการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นความเสี่ยงที่อาจ ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจและช่องทางการจัดจำหน่าย แบบเดิมจนทำให้ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นอาจสูญเสียความสามารถ ในการแข่งขัน รวมทั้งอาจเป็นโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร

### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ทบทวนแผนกลยุทธ์องค์กรประจำปีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจรวมทั้งจัดทำกลยุทธ์การเตรียม ความพร้อมด้านดิจิทัล (Digital Transformation) เพื่อเพิ่ม ความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าในการเข้าถึงสินค้าและบริการ ของบริษัท ให้มีช่องทางที่หลากหลายมากกว่าการซื้อขายสินค้า ผ่านหน้าร้านเพียงอย่างเดียว โดยพัฒนากระบวนการและระบบ เพื่อบริหารจัดการช่องทางที่หลากหลาย (Omni Channel) ให้ประสานเป็นหนึ่งเดียวกัน ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้า

และบริการของบริษัทได้อย่างง่ายดายทุกที่ทุกเวลา เป็นการผสมผสานช่องทางร้านค้าลักษณะออฟไลน์และออนไลน์เข้าไว้ด้วยกัน บริษัทมีการพัฒนาช่องทางใหม่ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ในการเข้าถึงสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ทั้งรูปแบบการซื้อสินค้า ผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท ทเวนตีไฟฟ์ ซ้อปปีง จำกัด รวมไปถึงการทำกิจกรรมการตลาด ผ่านช่องทางออนไลน์ (Digital Marketing) และกิจกรรมส่งเสริม การขายผ่านทางแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อสร้าง ความผูกพันของลูกค้า ตลอดจนการสื่อสารข้อมูลข่าวสารและ รับความคิดเห็นจากผู้บริโภค ผ่านทางเฟซบุ๊ก “7-Eleven Thailand” และแอปพลิเคชัน “Line” อีกด้วย นอกจากนี้ บริษัท มีการพัฒนารูปแบบการชำระเงินค่าสินค้า ภายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น โดยใช้บาร์โค้ดผ่านช่องทาง Mobile Payment ของพันธมิตร Alipay Wallet และ TrueMoney Wallet อีกด้วย พร้อมกันนี้ บริษัทมีการเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต เพื่ออำนวยความสะดวกและกระตุ้นยอดการใช้จ่ายของลูกค้าที่มียอด การใช้จ่ายต่อบิลสูง รวมไปถึงนักท่องเที่ยวชาวจีน

บริษัทได้เริ่มทดลองให้บริการรับส่งพัสดุขนาดเล็ก รวมไปถึง สินค้าที่สั่งซื้อผ่านทางออนไลน์จากเว็บไซต์ชั้นนำ โดยลูกค้า สามารถรับสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านร้านสาขาทั่วประเทศ ภายใต้ชื่อว่า “At All” ที่ดำเนินการโดย บริษัท ไดนามิค แมเนจเม้นท์ จำกัด อีกด้วย

## 2. ความเสี่ยงจากการวางตัวตนบริษัทในโลกดิจิทัล (Our Digital Presence Risk)

จากรายงานการติดตามภาวะเศรษฐกิจประเทศไทยฉบับ การเปลี่ยนแปลงดิจิทัลของธนาคารโลก 2560 ได้รายงานว่ ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ขอบเขตดิจิทัล (Reaching the Digital Frontier) โดยความสามารถของประเทศหลายแห่งมม รวมถึงดัชนีตัวชี้วัดทั้งหลายมีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล โดยในการจัดอันดับผ่านเกณฑ์พิจารณาที่หลากหลายพบว่า ประเทศไทยมีผลการดำเนินการอยู่ในระดับที่ดีในแง่ความสามารถ ในการจ่าย (affordability) แสดงถึงความคุ้มค่าของการ ใช้จ่ายเพื่อการเชื่อมต่อมีความเหมาะสม และปริมาณการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งสามารถเทียบเคียงความสามารถในการดึงดูด กระแสเงินลงทุน แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการเติบโตของโลกดิจิทัล และส่งผลถึงโอกาสที่จะเกิดกระหนาบด้านเศรษฐกิจสังคม ซึ่งต้อง มุ่งเน้นให้ความสำคัญการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง นี้ด้วย

บริษัทตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และเชื่อว่า การเชื่อมต่อของโลกในอนาคตจะส่งผลให้ชีวิตดิจิทัลของเราต้อง เชื่อมโยงกับชีวิตจริงอย่างเลี่ยงไม่ได้ กอปรกับจำนวนประชาชน



จะมีตัวตนในโลกดิจิทัลในโลกอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเรื่อยๆ ตามบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้บริษัทจำเป็นต้องคำนึงถึงการวางตัวตนในโลกดิจิทัล ทั้งการสืบค้น การแชร์ข้อมูล การแสดงความคิดเห็น การหาและการถูกค้นหา หรือแม้แต่การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ในโลกเสมือนจริงระดับโลก หากบริษัทไม่สามารถบริหารตัวตนของบริษัทในโลกดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม อาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งอาจเป็นโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร

### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการ โดยกำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการ คู่มือจริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และแนวปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด รวมทั้งมุ่งมั่นส่งเสริมพัฒนาให้บริษัทเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพ โดยยึดมั่นการดำเนินงานด้วยความโปร่งใส มีคุณธรรมและมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย นอกจากนี้บริษัทได้มอบหมายให้สำนักบริหารการสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร ทำหน้าที่ในการสื่อสารและติดตามข้อมูลข่าวสารด้านภาพลักษณ์องค์กรในโลกดิจิทัล ให้ผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วนและทันสมัยทันสถานการณ์

## 3. ความเสี่ยงจากใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตัดสินใจ (AI and Decision Making)

ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านปัญญาประดิษฐ์ในการตัดสินใจ (AI and Decision Making) มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น ในปี 2560 ปัญญาประดิษฐ์ Alpha Go ของบริษัทกูเกิลสามารถเอาชนะมนุษย์ซึ่งเป็นแชมป์โลกโกะชาวจีนและฝีมือระดับโลกคนอื่นๆ อีกหลายคน ในอนาคตหากคู่แข่งมีการแต่งตั้งปัญญาประดิษฐ์เป็นกรรมการบริหาร (Corporate board of directors) ช่วยในการหาข้อสรุปในการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่มี หรือผลที่เคยเกิดขึ้นในอดีตได้ง่ายและรวดเร็ว อาจส่งผลให้บริษัทสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่เดียวกันถ้าบริษัทนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ อาจเป็นโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร

### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ดำเนินการทบทวนแผนกลยุทธ์องค์กรประจำปีอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการนำปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม Disruptive Technology สำคัญของโลกมาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำแผนกลยุทธ์องค์กรทั้งระยะสั้นและระยะยาว นอกจากนี้บริษัทยังได้จัดตั้งสำนักงานพัฒนา

วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Science technology and innovation development office: STIDO) เพื่อสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอกในการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นของตนเอง ให้สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ขององค์กร

## 4. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย และนโยบายภาครัฐ

การติดตามการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับสากล นั้นล้วนเป็นกระบวนการค้นหาข้อมูลที่สำคัญเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ และใช้ในการคาดการณ์ผลกระทบต่อธุรกิจ จากการออกกฎระเบียบข้อบังคับใหม่ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับสากล อาทิ หน่วยงานของรัฐมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย บังคับใช้ร่างกฎหมายต่างๆ รวมถึงข้อกำหนดที่น่าจะเกิดขึ้นในอนาคต อาทิ ภาษีคาร์บอน ซึ่งข้อบังคับเหล่านี้มักจะมีบทปลีกลอย ข้อกำหนดเฉพาะพื้นที่ที่สอดคล้องกับลักษณะท้องถิ่น ทั้งนี้หากบริษัทไม่ทำการติดตาม คาดการณ์เตรียมความพร้อมเพื่อรับมือการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะกระทบการดำเนินธุรกิจนั้นอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการไปถึงเป้าหมายการเติบโตของกลุ่มธุรกิจอีกด้วย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทจะสามารถปฏิบัติตามกฎข้อบังคับและการบริหารจัดการความเสี่ยง บริษัทได้มีแนวปฏิบัติดังนี้

### การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

การดำเนินงานของบริษัทยึดหลักการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับทั้งระดับท้องถิ่นและสากล รวมถึงการตอบสนองนโยบายจากภาครัฐมาโดยตลอด ในการบริหารความเสี่ยง ความสามารถในการปฏิบัติตามกฎหมายใหม่และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อธุรกิจ คือ บริษัทได้มีการติดตามและมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการออกกฎหมายใหม่เมื่อหน่วยงานผู้อนุญาตออกเปิดรับฟังความคิดเห็นผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหรือกฎหมายใหม่ เพื่อให้ภาครัฐเข้าใจความคิดเห็นจากภาคธุรกิจ

นอกจากนี้บริษัทยังได้แต่งตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาล คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงหน่วยงาน Compliance Unit และคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร เพื่อกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายและขับเคลื่อนให้บริษัทมีการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง โปร่งใส ตามหลักธรรมาภิบาลกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้มั่นใจได้ว่าหากมีการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ บริษัทจะสามารถปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์ รวมทั้งควบคุมผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงองค์กร



# เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้า



สิ่งหนึ่งที่สะท้อน  
ความภาคภูมิใจในการเป็นบริษัท  
โลกตะวันออกที่ผสมผสาน  
ความเป็นสากลเข้ามาในการประกอบธุรกิจ  
ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)  
และบริษัทย่อย (“บริษัท”) คือ การสำนึกถึงผู้มีพระคุณ  
ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าที่ให้โอกาสในการนำเสนอสินค้า  
และบริการที่ดี มีคุณภาพหลากหลาย  
รวมถึงพนักงานที่เป็นกำลังสำคัญ  
ที่คอยช่วยส่งเสริมขับเคลื่อนให้ธุรกิจเจริญเติบโต  
สิ่งเหล่านี้ถูกสะท้อนมายังปรัชญา  
การดำเนินธุรกิจที่บริษัทยึดมั่น คือ  
“เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้า  
ด้วยทีมงานที่มีความสุข”



การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และความพึงพอใจของลูกค้า เป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกที่ปัจจุบันมีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น เสี่ยงหรือความต้องการของลูกค้าจะเป็นข้อมูลสำคัญที่บริษัทใช้ประกอบในการกำหนดกลยุทธ์การขาย การคัดเลือกสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งเสริมให้สมรรถนะในการแข่งขันของบริษัทแข็งแกร่ง อาทิ การรักษาลูกค้า ปัจจุบันให้ความพึงพอใจในสินค้าและบริการ ตอบสนองความต้องการและสร้างความสะดวกสบายแก่ลูกค้า ย่อมทำให้ลูกค้าตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงการแนะนำบอกต่อประสบการณ์ที่ดีเป็นทอดๆ บริษัทยังใช้ข้อมูลเหล่านี้เป็นแนวทางค้นหาและสร้างความเป็นไปได้ใหม่ๆ เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของตลาด ส่งผลให้บริษัทเข้าใจและสามารถวางแผนรองรับการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการขยายกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้ปรัชญาองค์กรที่ปรารถนาส่งมอบรอยยิ้มและความสุขนั้น บริษัทยังคงยึดมั่นปฏิบัติตามหลักการ Service, Assortment,

Value, Environment, Quality และ Cleanliness หรือเรียกโดยย่อว่า SAVEQC ซึ่งเป็นหลักการปฏิบัติของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นที่บริษัทต่อยอดจากหลักการพื้นฐานของเจ้าของลิขสิทธิ์ อย่างไรก็ตามบริษัทได้ถ่ายทอดหลักการดำเนินการไปยังบริษัทย่อยที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับร้านเซเว่นอีเลฟเว่นพร้อมกับประยุกต์ให้เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจเหล่านั้นอีกด้วย

นอกเหนือจากการดำเนินการตามหลักการ SAVEQC แล้ว บริษัทยังเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านการรับฟังเสียงของลูกค้าทั้งข้อคิดเห็น การเสนอแนะให้ปรับปรุงตามความคาดหวังของลูกค้า และการร้องเรียน เป็นต้น ผ่านช่องทางการรับฟังความคิดเห็นและการรับเรื่องร้องเรียน ซึ่งนอกเหนือจากช่องทางสื่อสารหลักของบริษัทที่หลากหลาย บริษัทได้ทำงานเชิงรุกเพื่อให้ได้มาซึ่งความคิดเห็นของลูกค้าผ่านทาง การติดตาม วิเคราะห์ ข้อมูล ที่ปรากฏผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้มั่นใจได้ว่า บริษัทจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

**S****Service [S]**

อำนวยความสะดวกผ่านบริการคุณภาพ พนักงานที่กักกายด้วยอัธยาศัยที่ดี สุภาพ มีความกระตือรือร้นให้ความช่วยเหลือให้บริการ

**A****Assortment [A]**

นำเสนอสินค้าและบริการที่มีความหลากหลาย มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

**V****Value [V]**

คัดเลือก นำเสนอ ราคาสินค้ามีความเหมาะสมทั้งความคุ้มค่าและปริมาณ

**E****Environment [E]**

การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในร้านให้มีความสมบูรณ์ ปลอดภัย ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า

**Q****Quality [Q]**

รักษาคุณภาพ มาตรฐานสินค้า ให้สูงกว่าความคาดหวังของลูกค้า นำเสนอความสดใหม่และผลิตภัณฑ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ

**C****Cleanliness [C]**

ดูแลความสะอาด และอาชีวอนามัยของพื้นที่ภายในร้าน พื้นที่ปฏิบัติงาน พื้นที่หน้าร้าน รวมถึงอุปกรณ์ต่างๆ

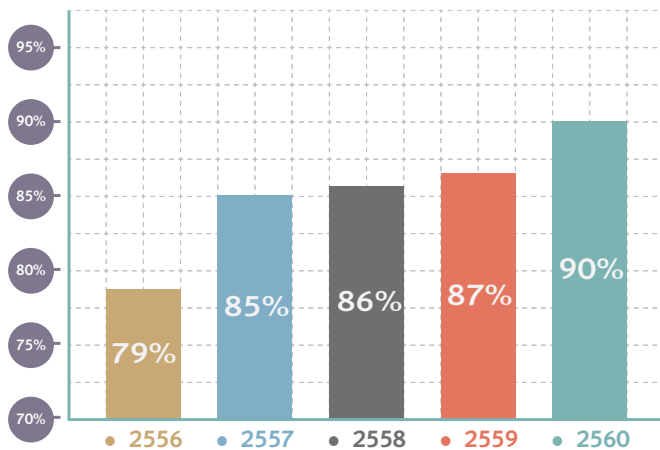
## กรอบการทำงานหลักการ SAVEQC

### ผลการดำเนินการ

บริษัทได้นำข้อคิดเห็นของลูกค้าไปประกอบเป็นแนวทางการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยทำการสื่อสารความคิดเห็นไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบและพิจารณารายสัปดาห์ ซึ่งเป็นแรงผลักดันและแรงบันดาลใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและส่งมอบบริการที่หลากหลาย พร้อมทั้งส่งผลต่อผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย

| ข้อคิดเห็นจากลูกค้า  | แนวทางการดำเนินงาน  |
|--|---|
| การสะสมแต้มปีไม่สะดวก แสตมป์สูญหาย   | บริษัทได้เปิดช่องทางการสะสมแต้มผ่านแอปพลิเคชันเช่นอีเลฟเว่น เพื่ออำนวยความสะดวกและนำเสนอทางเลือกให้ลูกค้าในการสะสมแต้มปี  |
| ความไม่เพียงพอของพนักงานต่อลูกค้า และความล่าช้าของการชำระเงิน การถอนเงินในช่วงเวลาเร่งด่วน | บริษัทได้เพิ่มช่องทางการจ่ายเงินที่หลากหลายเพื่อลดระยะเวลาการชำระเงิน สอดคล้องกับวิถีชีวิตและบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ปี 2560 บริษัทได้เปิดให้ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิต และทรูมินนี่ วอลเล็ท (True Money Wallet) |

### ผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า



ประสบการณ์ที่ดีจากผู้ให้บริการทั้งความสะดวก ปลอดภัย สามารถทำการซื้อขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง บริษัทได้เตรียมความพร้อม การขยายตัวของตลาดผ่านสื่อดิจิทัล โดยได้นำเสนอบริการตัวแทนการชำระเงินผ่าน บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ครอบคลุมการชำระเงินสินค้าและบริการกว่า 1,000 รายการ และการขายสินค้าและบริการรับฝากขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ที่ดำเนินการผ่าน บริษัท ทเวนตีโฟร์ ชั่วโมง จำกัด ตามสโลแกน “ช้อปสนุก ทุกสิ่ง สะดวกจริง 24 ชม.” ที่ถูกถ่ายทอดมาจากปรัชญาการดำเนินธุรกิจของบริษัท การนำเสนอความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าทุกช่องทางยังเป็นหนึ่งในความมุ่งมั่นของบริษัท กลยุทธ์สำหรับช่องทางออนไลน์ บริษัทได้มุ่งเน้นไปใน 5 แนวทางสำคัญ คือ 1) จัดให้มีแอปพลิเคชันเพื่อรองรับความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า 2) นำเสนอทางเลือกในการชำระค่าสินค้าและบริการที่หลากหลาย 3) ปรับปรุงการนำเสนอการสื่อสารให้เป็นมิตร สะดวกต่อการใช้งาน ตรงความต้องการและพฤติกรรมผู้ใช้งาน 4) เสริมสร้างความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าผ่านการทดสอบความมั่นคงของระบบ ค้นหาช่องโหว่และทำการแก้ไขอย่างต่อเนื่อง 5) การมีส่วนร่วมกับลูกค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

### การส่งเสริมสินค้าและบริการผ่านช่องทางดิจิทัล

กระแสสังคมกำลังเปลี่ยนแปลงและก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมไร้เงินสดและสังคมดิจิทัล และด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีซึ่งส่งผลต่อรูปแบบการใช้ชีวิตและความคาดหวัง

### ผลการดำเนินการ

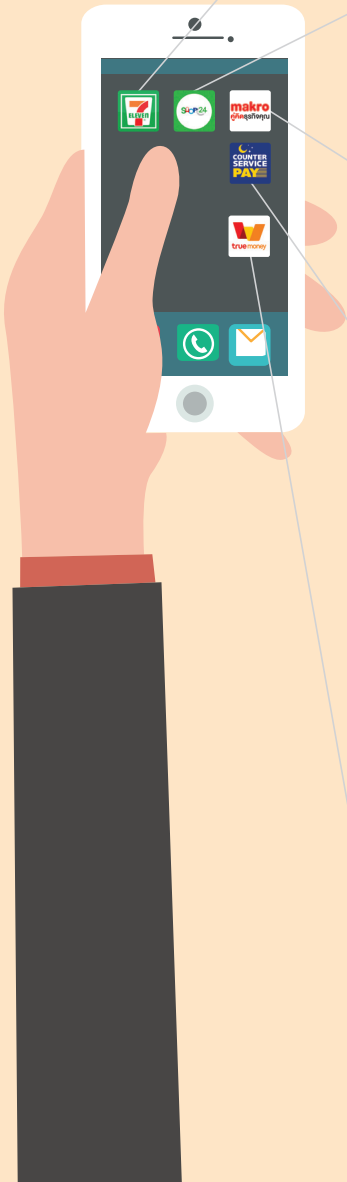
จากการขยายช่องทางการขายและการส่งเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทมีการเติบโตทั้งในแง่ยอดขาย จำนวนลูกค้า และบริษัท

|                                 | 2558 | 2559 | 2560 |
|---------------------------------|------|------|------|
| ยอดขายออนไลน์ (%การเปลี่ยนแปลง) | +17% | +2%  | +3%  |
| จำนวนลูกค้า (%การเปลี่ยนแปลง)   | +34% | +6%  | +6%  |

\*\*ข้อมูลในตารางครอบคลุมเฉพาะ บริษัท ทเวนตีโฟร์ ชั่วโมง จำกัด



## แอปพลิเคชันและช่องทางการติดต่อ



ช่องทางการแจ้งข่าวสารการส่งเสริมการขาย การขายสินค้าออนไลน์ การค้นหาร้านเซเว่นอีเลฟเว่นใกล้บ้านคุณ การรับสิทธิประโยชน์และส่วนลดต่างๆ การสะสม M-stamp



ร้านค้าขายสินค้าออนไลน์ ที่จะสามารถเลือกจ่าย-รับ-เคลม-เปลี่ยน สินค้าได้ที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ตลอด 24 ชั่วโมง



ช่องทางการแจ้งข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การขายสินค้าออนไลน์ การค้นหาที่อยู่ร้านแม็คโครใกล้บ้านคุณ



บริการรับชำระค่าบริการทั้ง สาธารณูปโภค ประกันภัย ตั๋วการเดินทาง ค่าธรรมเนียมต่างๆ เป็นต้น ผ่านช่องทางออนไลน์

โทรศัพท์ลูกค้าสัมพันธ์ : 0-2711-7744  
ต่างจังหวัดโทรฟรี : 1800-226-671  
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : [faq@7-eleven.co.th](mailto:faq@7-eleven.co.th)  
ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง Facebook Twitter และ Pantip.com เป็นต้น  
**จดหมาย** : ส่งถึง บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)  
ตู้ปณ. 1033 กรุงเทพฯ 10504  
**แจ้งผ่านร้าน** เซเว่นอีเลฟเว่น

## แอปพลิเคชันพันธมิตร



ช่องทางการชำระสินค้าและบริการโดยเชื่อมต่อกับร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

## บริษัท โทซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด

เป็นบริษัทย่อยในกลุ่มธุรกิจของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศแบบครบวงจร ตั้งแต่การพัฒนาซอฟต์แวร์, system integration, data center รวมถึงบริการ contact center ด้วยมาตรฐานสากลต่างๆ เช่น ISO/IEC 20000 และ ISO/IEC 27001 เป็นต้น

# เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภค

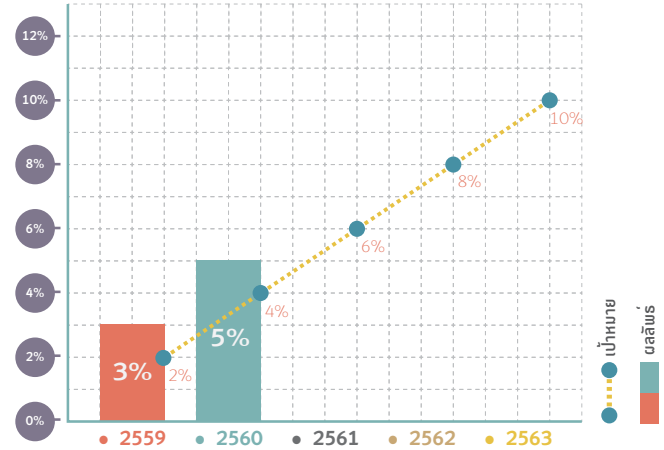


จากกระแสความต้องการ  
ของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน  
ที่ให้ความสำคัญในเรื่องสุขภาพ  
และโภชนาการ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น  
อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่  
มีแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้น จึงนับเป็น  
ความท้าทายของบริษัทในการนำเสนอ  
และส่งเสริมสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นหนึ่ง  
ในทางเลือกด้านสุขภาพให้แก่ผู้บริโภค  
เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ  
สูงสุดให้กับลูกค้า



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย (“บริษัท”) ยึดมั่นในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพควบคู่กับการส่งมอบความสะดวกและรอยยิ้ม ปัจจุบันแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงระดับโลก (Mega Trend) ที่ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับความต้องการภายในประเทศของสินค้ากลุ่มสุขภาพที่เติบโต แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนผ่านของสินค้ากลุ่มนี้จากการลดความเป็นตลาดสินค้าเฉพาะกลุ่มไปสู่ความเป็นตลาดทั่วไปมากขึ้น ซึ่งนับเป็นโอกาสและความท้าทายของบริษัทในการส่งเสริมสุขภาพการแก่ผู้บริโภคทั่วประเทศ ผ่านการพัฒนาแนะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ความมุ่งมั่นนี้ได้ถูกถ่ายทอดผ่านนโยบายในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการปลอดภัยต่อการบริโภคและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ การทดสอบและคัดเลือกว่าดีที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัย กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ถูกสุขลักษณะตามมาตรฐานสากลควบคู่ไปกับการสื่อสารและการดำเนินกิจกรรมด้วยความรับผิดชอบต่อเหล่านี้ล้วนเป็นความตั้งใจของบริษัท ที่จะส่งมอบสินค้าคุณภาพและส่งเสริมสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคทั่วประเทศ

ในฐานะบริษัทผู้นำในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เราได้มุ่งมั่นทำงานร่วมกับคู่ค้าหลักด้านผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและโภชนาการ โดยการวางแผนพัฒนาสินค้าบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการแบ่งปันความรู้ การขอคำแนะนำเชิงคุณภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้บริษัทมีผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่หลากหลาย เช่น กลุ่มผลไม้สดพร้อมทาน ภายใต้ชื่อตราสินค้า “7-fresh” และกลุ่มอาหารพร้อมทาน ภายใต้ชื่อตราสินค้า “Ezy GO” รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทานของคู่ค้า (กลุ่มไข่, อกไก่นุ่ม) ภายใต้ชื่อสินค้า “CP Balance” โดยบริษัทตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพภายใต้กลุ่มสินค้าของบริษัทที่ 10% ของผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งหมด ประกอบกับการดำเนินการโครงการส่งเสริมสุขภาพอื่น ภายใต้ทิศทางของบริษัทที่ต้องการตอบสนองความต้องการด้านสุขภาพของคนไทยเป็นแรงผลักดันให้บริษัทดำเนินโครงการต่างๆ อาทิ



ตราสัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพบริษัทได้เข้าร่วม “โครงการพัฒนาและส่งเสริมการใช้สัญลักษณ์โภชนาการอย่างง่ายสำหรับเป็นข้อมูลการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์อาหารของผู้บริโภคเพื่อลดการบริโภคน้ำตาล โซเดียม และไขมัน” เพื่อขอการรับรองผลิตภัณฑ์ตามเกณฑ์ “คุณค่าโภชนาการที่ดีกว่า” โดยบริษัทได้มีการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารรวมถึงการปรับปรุงสูตรการผลิต เพื่อให้เข้ากับเกณฑ์ปริมาณสารอาหารของโครงการฯ ซึ่งปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองที่หลากหลาย อาทิ กลุ่มสินค้าข้าวกล่องพร้อมรับประทานที่ได้รับตราสัญลักษณ์ทั้งหมด 3 รายการ (ข้าวไข่เจียวกุ้ง, ข้าวปลาผัดพริกสด, ข้าวกะเพราหมู) นอกจากนี้บริษัทยังร่วมประชาสัมพันธ์และสื่อสารไปยังคู่ค้าธุรกิจเพื่อให้พิจารณาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และขอรับรองผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งจัดรายการส่งเสริมการขายสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองอีกด้วย ผลจากการดำเนินงานส่งผลให้ภาพรวมยอดขายสินค้ากลุ่มนี้เติบโตขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งหมวดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ขยายตัว 22% ในปี 2560



นอกจากนี้บริษัทได้ริเริ่มโครงการ Healthy Fresh Food ซึ่งส่งเสริมการเข้าถึงอาหารสุขภาพของผู้บริโภค ผ่านการติดตั้งชั้นวางสินค้าเมนูทางเลือกเพื่อสุขภาพซึ่งประกอบไปด้วยสินค้าสดสด สินค้าได้รับการรับรองสัญลักษณ์ทางเลือกสุขภาพ เป็นต้น ประกอบกับการให้ข้อมูลสุขภาพผ่านสัญลักษณ์ QR code เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้บริโภคจะได้รับข้อมูลที่สำคัญและเพียงพอ

ในการเลือกซื้อสินค้า ในปี 2560 จากการริเริ่มโครงการ Healthy Fresh Food ที่ 3 สาขานำร่อง (โรงพยาบาลสมิติเวช สาขา ลุมพินีพาร์คโรเวอร์ไซด์ และสาขาอาคารชาแมนธ่า สุขุมวิท 33) พบว่ายอดขายเพิ่มขึ้นคิดเป็น 10% ของปีฐาน บริษัทมีแผนการขยายขอบเขตการดำเนินงานทั้งจำนวนเมนู และร้านสาขาให้ครอบคลุมต่อไป





# เสริมศักยภาพบุคลากร พนักงานครึ่งหนึ่งเดียว



หนึ่งในตัวชี้วัดความสำเร็จ  
ที่องค์กรชั้นนำทั่วโลกใช้ในการขับเคลื่อน  
ธุรกิจและสังคม เพื่อเข้าใกล้การบรรลุเป้าหมาย  
การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล  
นอกเหนือจากเรื่องพื้นฐานที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน  
อัตรากำลังให้สอดคล้องเหมาะสมกับการเติบโตของธุรกิจ  
และการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเพื่อให้การจ้าง  
มีความคุ้มค่าสูงสุด บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)  
และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ยังมีวิสัยทัศน์ที่แตกต่างและ  
กล้าลงมือปฏิบัติจนเกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรม  
เนื่องด้วยเล็งเห็นโอกาสในการบริหารจัดการประเด็นดังกล่าว  
การพัฒนาศักยภาพของพนักงานเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญ  
และทุ่มเทลงทุนมาอย่างต่อเนื่อง เพราะพนักงานทุกระดับ  
ล้วนเป็นความภาคภูมิใจของบริษัทที่ได้บ่มเพาะความเป็น  
“คนดี คนเก่ง กล้าคิดก้าวหน้า สานความร่วมมือ” ส่งผลให้  
เกิดการดำเนินงานร่วมกันและสานความผูกพันองค์กร  
ให้เกิดขึ้นและเป็นปัจจัยส่งเสริมให้บริษัท  
ก้าวเป็นบริษัทค้าปลีกชั้นนำ  
ของประเทศ



## ความท้าทายในการดำเนินงาน

บริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงทั้งการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสารสนเทศมาใช้ในชีวิตประจำวัน โดยมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมและวิถีชีวิตของคนทุกรุ่น ตั้งแต่การซื้อสินค้าและบริการไปจนถึงกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ยังส่งผลถึงค่านิยม ทศนคติที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ และรวมถึงความต้องการบุคคลากรที่มีทักษะการทำงานสมัยใหม่ที่จะช่วยให้องค์กรรับมือกับความท้าทาย และความเปลี่ยนแปลงได้ บริษัทจึงต้องเร่งพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรให้มีความพร้อมอยู่เสมอและร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการฝึกฝนทักษะและเตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพให้แก่นักศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้อง

## แนวทางการดำเนินงาน

กรอบการดำเนินงานทางด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ได้ถูกแบ่งออกเป็น 3 ช่วงหลักได้แก่ 1) ช่วงเตรียมความพร้อมก่อนบรรจุเป็นพนักงาน 2) พัฒนาศักยภาพพนักงานและวัดผล 3) รักษาความรู้และตักผลึกประสบการณ์ให้คงอยู่

ภายใต้กรอบการดำเนินงานดังกล่าวบริษัทได้มีการดำเนินการดังนี้

- ส่งเสริมการยอมรับความแตกต่าง โดยได้ประกาศนโยบายการบริหารความหลากหลายและยอมรับความแตกต่าง ซึ่งเป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับนโยบายด้าน

สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติแรงงาน โดยมีแนวปฏิบัติ 5 ประการ คือ 1) การพร้อมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้อื่น 2) ส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการแสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ 3) เสริมสร้างบรรยากาศในการทำงาน เคารพและอยู่ร่วมกันบนพื้นฐานของความแตกต่าง 4) ไม่เลือกปฏิบัติตลอดกระบวนการทั้งการคัดเลือกและโอกาสในการได้รับการพัฒนาและก้าวหน้า 5) ยกย่องชมเชยพนักงานที่ปฏิบัติดี แนวนโยบายเหล่านี้มุ่งหวังผลสำเร็จในการผลานความแตกต่าง รับฟังความคิดเห็นและเปิดกว้างทางความคิด เพื่อสร้างความสุขให้แก่พนักงาน

- บริษัทให้โอกาสบุคลากรทุกระดับสามารถเข้าถึงการพัฒนาความรู้ทักษะ รวมถึงโอกาสในความก้าวหน้าของอาชีพบนพื้นฐานที่เท่าเทียมกันโดยกำหนดหลักสูตรมาตรฐานของทั้ง 3 สายการทำงาน คือ สายร้านสาขา สายกระจายสินค้า และสายสำนักงาน โดยหลักสูตรได้ถูกออกแบบเนื้อหาให้มีความเหมาะสมกับบุคลากรในทุกระดับซึ่งได้แก่ ระดับปฏิบัติการ ระดับบังคับบัญชา และระดับบริหารซึ่งหลักสูตรดังกล่าวได้ถูกกำหนดไว้ในแผนการพัฒนาศักยภาพประจำปี เพื่อให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถที่เหมาะสมตามระดับตำแหน่งสอดคล้องกับโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ

| ช่วงเตรียมความพร้อมก่อนบรรจุเป็นพนักงาน   | พัฒนาศักยภาพพนักงานและวัดผล   | รักษาความรู้และตักผลึกประสบการณ์ให้คงอยู่   |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>ให้ทุนการศึกษาในหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ</li> <li>พัฒนาหลักสูตรที่ทันสมัยมีความสมดุลระหว่างการลงมือปฏิบัติจริงและหลักวิชาการ</li> <li>เตรียมความพร้อมด้านทักษะอาชีพ วัฒนธรรม และสังคมการทำงาน</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>CP ALL our way วางแผนระยะยาวสำหรับบริษัทสู่ความยั่งยืนในอีก 30 ปี</li> <li>เคารพความแตกต่างและหลากหลาย ส่งเสริมการทำงานร่วมกันผ่านหลักการ “ผสมส่วนเหมือนผสานส่วนต่าง สร้างความกลมเกลียวจุดเด่นตรงเดียวกัน” หรือ Harmony</li> <li>ให้ความสำคัญกับงานทุกตำแหน่ง ชื่นชมในผลงานและความสำเร็จ รับฟังทุกความคิดเห็นผ่านช่องทางที่หลากหลาย</li> <li>มีโอกาสเติบโตในการทำงาน ให้โอกาสในการแสดงผลงาน</li> <li>ประเมินให้คำแนะนำและทิศทางที่ชัดเจนในการทำงาน พร้อมทั้งช่วยพัฒนาทักษะ</li> <li>โปรแกรมสร้าง พัฒนาพนักงานทุกระดับ และผู้นำรุ่นใหม่ อาทิ โครงการ CP ALL Young Challenger</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>สวัสดิการดี คุณภาพชีวิตดี</li> <li>ส่งเสริมคนเก่ง และคนดีให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว</li> <li>สร้างบรรยากาศการทำงานเป็นทีม และประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน</li> <li>เปิดโอกาสและส่งเสริมให้พนักงานลงทุนและประกอบธุรกิจร่วมกับบริษัท</li> </ul> |

## กรอบการดำเนินงานทางด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล



### หลักสูตรมาตรฐานของทั้ง 3 สาย

**สายร้านสาขา** ประกอบด้วยหลักสูตรมาตรฐาน พนักงานร้าน หลักสูตรมาตรฐานผู้ช่วยผู้จัดการร้าน หลักสูตรมาตรฐานผู้จัดการร้าน หลักสูตรมาตรฐานผู้ช่วยผู้จัดการเขต และ หลักสูตรมาตรฐานผู้จัดการเขต

**สายกระจายสินค้า** ประกอบด้วยหลักสูตร การเรียนรู้คลังสินค้าเบื้องต้น หลักสูตรการเพิ่มผลผลิตขั้นพื้นฐาน หลักสูตรความรู้คลังสินค้าสำหรับหัวหน้างาน หลักสูตรเทคนิคการสอนงานและการฝึกอบรมในขณะปฏิบัติงาน และหลักสูตรมาตรฐานหัวหน้าหน่วย

**สายสำนักงาน** ประกอบด้วยหลักสูตรพื้นฐาน การเรียนรู้องค์กร หลักสูตรทักษะการสื่อสารและประสานงาน หลักสูตร Service Excellence หลักสูตรแนวคิดการปรับปรุงคุณภาพงาน หลักสูตรสัดกับการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน หลักสูตรเตรียมพื้นฐานระดับหัวหน้างาน หลักสูตร Service Plus, หลักสูตรเทคนิคการสอนงาน, หลักสูตรเทคนิคการให้คำปรึกษา, หลักสูตรมาตรฐานหัวหน้างานสมัยใหม่, หลักสูตรพัฒนาจิตเสริมคุณค่าหัวหน้างาน, หลักสูตรเตรียมพื้นฐานระดับบริหาร, หลักสูตร Service Management, หลักสูตร Effective Meeting, หลักสูตร Effective Communication, หลักสูตร Modern Management, หลักสูตร Advanced Management, หลักสูตร Wisdom Exploration I & II, หลักสูตร Master of Advanced Management, หลักสูตร Reflective Conversation to Coaching

- บริษัทได้มีการนำผลสำรวจและผลการประเมินถึงทักษะที่พนักงานมีความสนใจ ผลการประเมินพนักงานโดยหัวหน้างาน มาใช้ประกอบการออกแบบและพัฒนาหลักสูตร รวมถึงการกำหนดหลักสูตรฝึกอบรมให้สอดคล้องและเหมาะสมในสายอาชีพตามค่านิยมและมีความสมดุลทั้งความต้องการขององค์กรและพนักงาน

บริษัททำการวิเคราะห์ผลการสำรวจแยกตามช่วงอายุของพนักงาน เพื่อระบุประเด็นเฉพาะที่พนักงานแต่ละช่วงวัยให้ความสนใจ โดยผลการสำรวจพบว่า พนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) ผู้ซึ่งจะเป็นคลื่นลูกใหม่ในการขับเคลื่อนบริษัทมีความสนใจในเรื่องการทำงานที่เปิดโอกาสให้เรียนรู้งานหลายด้านนอกเหนือไปจากงานประจำที่ทำ ซึ่งบริษัทจะได้นำผลสำรวจเหล่านี้มาปรับแผนการดำเนินงานด้านบุคลากรต่อไป

### ปัจจัยนำเข้าเพื่อใช้ในการพัฒนาบุคลากรของบริษัท

- วิสัยทัศน์, พันธกิจและเป้าหมายองค์กร รวมถึงนโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคลของเครือเจริญโภคภัณฑ์
- กลยุทธ์ทางธุรกิจ
- สมรรถนะ ทักษะ และความสามารถในการทำงานต่างๆ (Competency Set) อาทิ ความเป็นผู้นำ ทักษะที่จำเป็นในการทำงานและทักษะที่มีความจำเป็นในอนาคต
- ผลสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานและลูกค้า
- ผลวิเคราะห์การประเมิน Competency Gaps และแนวทางการพัฒนาพนักงาน

นอกจากนี้บริษัทยังส่งเสริมการพัฒนาความรู้ทักษะที่จำเป็นแก่พนักงานที่ใกล้จะเกษียณอายุทุกปี โดยมีการจัดสัมมนาเพื่อชี้แจงสิทธิประโยชน์ต่างๆ สำหรับผู้เกษียณอายุที่จะได้รับจากภาครัฐและเอกชน รวมถึงกิจกรรมการให้ความรู้เรื่องการวางแผนการเงินก่อนเกษียณ เป็นต้น

พนักงานที่มีอายุการทำงานกับบริษัทถึงเกณฑ์ที่กำหนดจะได้รับสิทธิพิเศษในการเข้าร่วมโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (Employee Joint Investment Program: EJIP) รวมถึงสิทธิประโยชน์ส่วนลดค่าธรรมเนียมน้ำมันเชว่นอีเลฟเว่น ประเภทพนักงานร่วมลงทุน รวมถึงสามารถในการผ่อนชำระโดยปลอดดอกเบี้ยอีกด้วย ปัจจุบันมีพนักงานและพนักงานเกษียณอายุร่วมลงทุนเปิดร้านเชว่นอีเลฟเว่น แล้วกว่า 1,242 สาขา ทำให้เกิดความผูกพันระหว่างพนักงานและธุรกิจ ทั้งยังสามารถรักษาพนักงานและองค์ความรู้ในการบริหารจัดการร้านสาขา และการประกอบธุรกิจค้าปลีกให้คงอยู่กับบริษัท

## หลักสูตรอบรมที่เสริมสร้างทักษะให้บุคลากร

| หลักสูตร   | วัตถุประสงค์  | กลุ่มเป้าหมาย  | วิธีการวัดประเมินผล  |
|--|---|--|--|
| นวัตกรรมปฏิบัติการ (ปลาตู้ใหญ่)                                  | เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมและการคิดค้นนวัตกรรม ทั้งเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ และแสดงผลงานนวัตกรรมของร้านสาขา  | เจ้าหน้าที่และผู้ช่วยผู้จัดการเขตขึ้นไป                                  | วัดผลลัพธ์จากการทำโครงการ                                    |
| สัมมนาวิชาการเพิ่มผลผลิต President Award                         | เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมและการคิดค้นนวัตกรรม ทั้งเป็นช่องทางในการแสดงผลงานนวัตกรรมของบริษัท   | พนักงานทุกระดับ  | วัดผลลัพธ์จากการทำโครงการ                                    |
| โครงการส่งเสริมความรู้ การแก้ปัญหา Ant Mission                   | เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและเครื่องมือ QC Story และเครื่องมือคุณภาพ (QC Tools/Technique) และสามารถนำมาปรับใช้ในการปรับปรุงในการทำงานและเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์การปรับปรุงงาน  | พนักงานทุกระดับ  | วัดผลลัพธ์จากการทำโครงการ                                    |
| Service Mindset for Leader                                       | เพื่อปรับกรอบความคิดการสร้างประสบการณ์การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของบริษัทให้มีทักษะการรับมือการบริการและสามารถถ่ายทอดการบริการที่เป็นเลิศภายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นได้   | ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน และผู้จัดการร้าน หรือเทียบเท่า                      | วัดพฤติกรรมหลังการอบรม                                       |
| หลักสูตรแนวโน้มการพัฒนาอาหารสุขภาพสำหรับร้านสะดวกซื้อ            | เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์และแนวโน้มการบริโภคของผู้สูงอายุสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพและอาหารสำหรับผู้สูงอายุที่ตอบโจทย์กลยุทธ์ธุรกิจ  | เจ้าหน้าที่ – ผู้จัดการฝ่ายสำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์            | วัดระดับความรู้ความเข้าใจ                                    |
| Site Selection I, II   | เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการสรรหาคัดเลือกทำเลแต่ละประเภท สามารถทำงานภายใต้มาตรฐานงานได้อย่างถูกต้อง  | เจ้าหน้าที่-ผู้จัดการแผนกพัฒนาธุรกิจ                                     | วัดระดับความรู้ความเข้าใจ และวัดพฤติกรรมหลังการอบรม          |
| หลักสูตร Action Learning Business Consultant Trainee             | เพื่อเพิ่มทักษะด้านการวิเคราะห์ การสื่อสาร เพื่อสร้างความสำเร็จในการปฏิบัติงาน คิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อต่อยอดการบริหารงานให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และสร้างความเชื่อมั่นให้ตนเองเพื่อเป็นผู้ให้คำปรึกษาในการบริหารร้านสาขาร้านบริษัทและร้านลักษณะร่วมลงทุน (Store Business Partner) | ผู้ช่วยผู้จัดการเขต Field Consultant (FC) ไปสู่ Business Consultant (BC) | วัดทักษะ และพฤติกรรมหลังการอบรม และวัดผลลัพธ์จากการทำโครงการ |
| หลักสูตรการบริหารจัดการความปลอดภัยอาหาร (Food Safety Management) | เพื่อให้เข้าใจแนวคิดการเป็นร้านอิมสะดวก ตระหนักถึงสุขลักษณะและแนวปฏิบัติของการให้บริการด้านอาหาร รวมถึงกฎหมายกฎระเบียบเกี่ยวกับความปลอดภัย สามารถให้บริการสินค้าอาหารที่ปลอดภัย และถูกต้องกับลูกค้าได้  | ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน   | วัดประเมินพฤติกรรมหลังการอบรม                                |



## ตัวอย่างโครงการในการขับเคลื่อนการดำเนินการ ทางด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

### โครงการ Our Way: “แนวทางเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนอีก 30 ปี”

เป็นการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2016 เป็นโครงการที่ต้องการลดรอยต่อหรือความแตกต่างระหว่างวัย (Generation Gaps) ของพนักงานเพื่อสร้างให้กลุ่มคนต่างวัยเหล่านี้สามารถทำงานร่วมกันและสร้างผลลัพธ์ที่ดีได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

บริษัทได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมโดยประกอบด้วยตัวแทนทุกช่วงวัยของพนักงาน รวมถึงผู้บริหารระดับสูง จากแต่ละสายงาน เพื่อร่วมกันในการสื่อสารและผลักดันเรื่องนี้ ไปสู่พนักงานในทุกระดับโดยในปี 2017 จะเน้นการสื่อสาร Our Way ไปยังพนักงานทุกระดับเพื่อสร้างการรับรู้เพื่อให้พนักงานเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของ Our Way และพร้อมที่จะ “เปิดใจ ปรับตัว และเปลี่ยนแปลง” ตนเองเพื่อร่วมปฏิบัติตามแนวทาง Our Way

แนวคิด “Our Way” หรือ “5 พัฒนา” เป็นแนวคิดที่ได้จากการศึกษาและเทียบเคียง (benchmarking) กับองค์กรชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการระดมสมองร่วมกันกับตัวแทนพนักงานทุกระดับ โดยเห็นร่วมกันว่าเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นที่จะต้องสร้างให้เกิดขึ้นจริงเพื่อให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนซึ่งประกอบด้วย

1. พัฒนาคนด้วยการโค้ชชิ่ง (Accelerate Coaching)
2. พัฒนาบรรยากาศของความเชื่อใจ (Build Trust)
3. พัฒนาตนให้ขยันทำ ฉลาดคิด (Call for Smart)
4. พัฒนางานด้วยนวัตกรรม (Drive Innovation)
5. พัฒนาชุมชนด้วยจิตสาธารณะ (Enrich Community Awareness)

### เสริมสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กร

จากการดำเนินการที่หลากหลายในการสร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันแก่พนักงาน เพื่อคาดหวังผลสะท้อน ทั้งความสุขจากการทำงาน ความมุ่งมั่นในการทำงานให้บริษัท และความเต็มใจที่จะทำงานด้วยรอยยิ้ม บริษัทกำหนดให้มีการสำรวจความผูกพันพนักงาน เพื่อใช้ข้อมูลในการพัฒนาและสร้างความผูกพันของพนักงาน โดยการสำรวจจะวัดผลผ่านพฤติกรรม 3 ประการดังนี้

1. พฤติกรรมทางวาจา (Say) คือ การที่พนักงานกล่าวถึงองค์กร เพื่อนร่วมงาน ผู้ที่อาจจะมาร่วมงานกับองค์กรในอนาคต และลูกค้าในแง่บวก
2. พฤติกรรมทางกาย (Stay) คือ การที่พนักงานมีความมุ่งมั่นและปรารถนาที่จะทำงาน และร่วมทุกข์ร่วมสุขกับองค์กร

3. พฤติกรรมทางใจ (Strive) คือ การที่พนักงานมีความยินดีที่จะทุ่มเท และทำงานให้ได้ตามที่องค์กรคาดหวัง เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กร โดยได้กำหนดเป็นนโยบายกลยุทธ์และมีการดำเนินการในเรื่องนี้มาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในปี 2017 บริษัทมีการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมโดยประกอบด้วยตัวแทนจากทุกสายงานเพื่อเป็นคณะทำงานกลางในการเสนอ กลั่นกรอง และกำหนดนโยบาย และมีการตั้งคณะทำงานย่อยเพื่อผลักดันโครงการพัฒนาความผูกพันของพนักงานใน 3 โครงการหลัก ได้แก่

1. การปรับปรุงระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน
2. การปรับปรุงระบบความก้าวหน้าในสายอาชีพ
3. การให้ความรู้และพัฒนาทักษะของหัวหน้างานในการให้คำแนะนำเพื่อการพัฒนาและรับรู้ ชมเชยเมื่อทำได้ดี

นอกจากโครงการหลักแล้ว บริษัทยังมอบอำนาจให้กับแต่ละสายงานเพื่อจัดตั้งคณะทำงานย่อยภายในสายงาน เพื่อเปิดโอกาสและสร้างการมีส่วนร่วมจากพนักงานในการคิดและจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความผูกพัน ซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมของพนักงานโดยพนักงาน และเพื่อพนักงานอย่างแท้จริง ทั้งนี้ตัวอย่างโครงการของแต่ละสายงานที่มีการดำเนินการในปี 2017 เช่น โครงการ Fun with the Gang, โครงการอิมยกแก๊งค์แห่งคึกก๊วน เป็นต้น

# มอบโอกาสทางการศึกษา สร้างอนาคตให้เยาวชนไทย



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย (“บริษัท”) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเด็กและเยาวชน ให้เป็นคนเก่งและคนดี โดยเชื่อมั่นว่าการมอบโอกาสทางการศึกษาจะช่วยเปิดประตูสู่โอกาสทางอาชีพ และสนับสนุนให้เยาวชนเหล่านี้เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ นอกจากนี้บริษัทยังตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ด้วยการยกระดับขีดความสามารถของกลุ่มเกษตรกรและผู้ผลิตรายย่อยให้สามารถแข่งขัน สร้างผลผลิตที่มีคุณภาพ และเข้าถึงช่องทางการขาย ซึ่งจะช่วยสร้างรากฐานที่มั่นคงให้กับเศรษฐกิจของประเทศ ถือเป็นอุดมการณ์ที่บริษัทยึดมั่นและสอดคล้องกับปรัชญา 3 ประโยชน์ ที่มุ่งสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นในทุกพื้นที่ ที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ



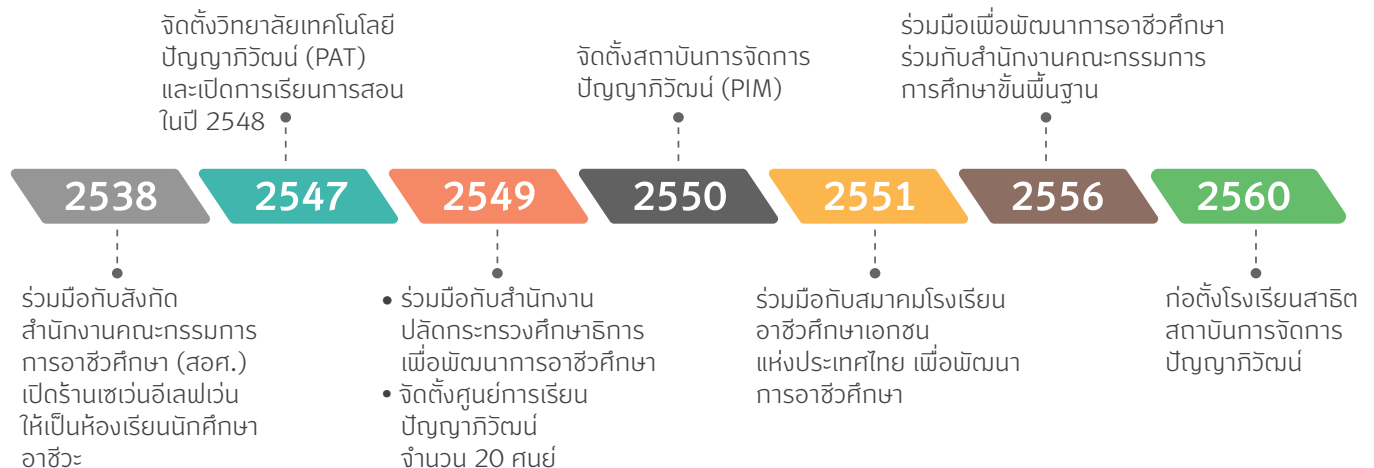
เป้าหมายปี 2563 ส่งเสริมให้ประชากรทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะ เด็ก เยาวชน เกษตรกร จำนวน 100,000 ราย เข้าถึง การศึกษาและได้รับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นภายในปี 2563

นอกเหนือจากการพัฒนาคนเพื่อช่วยส่งเสริมประชากร ที่มีคุณภาพของประเทศแล้ว บุคลากรเหล่านี้ล้วนช่วยส่งเสริม การดำเนินงานของบริษัทให้แข็งแกร่งและขยายตัวได้อย่างมั่นคง อีกด้วย การเข้าถึงแหล่งความรู้และการศึกษาจึงมีส่วนสำคัญ ในการพัฒนาอย่างยั่งยืน อุดมการณ์ด้านการส่งเสริมการศึกษา ของบริษัทถือว่าทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ ในการดำเนินธุรกิจ การดำเนินงานด้านการศึกษาริเริ่มเด่นชัด และปรากฏสู่สังคมภายนอกมากยิ่งขึ้นตั้งแต่ปี 2538 บริษัท เริ่มโครงการทวิภาคีร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) ในสาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) โดยให้ร้าน เซเว่นอีเลฟเว่นเป็นห้องเรียนปฏิบัติสำหรับฝึกอาชีพของนักเรียน สาขาธุรกิจค้าปลีก

**การจัดตั้งสถาบันการศึกษา** จากการเริ่มต้นสนับสนุน ด้านสถานที่ฝึกอาชีพให้นักเรียน/นักศึกษาอาชีวะ บริษัท เห็นโอกาสในการใช้ความเชี่ยวชาญในการประกอบธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการศึกษาและบ่มเพาะนักเรียน/นักศึกษาได้ กอปรกับความมุ่งมั่นที่ต้องการสนับสนุนการศึกษาให้มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจของประเทศ ในปี 2548 บริษัทจึงจัดตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (Panyapiwat Technological Collage – PAT) เพื่อสร้าง บุคลากรที่มีการศึกษาทั้งด้านวิชาการและมีทักษะประสบการณ์ ในการปฏิบัติจริงในหน่วยงานต่างๆ ของบริษัท ก่อให้เกิด นวัตกรรมเพื่อการพัฒนา ซึ่งนอกจากจะสามารถกลับมา สนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทแล้ว ยังเป็นกำลังสำคัญ ในการรักษาและพัฒนาคุณภาพฝีมือแรงงานไทยอีกด้วย จากความสำเร็จกับ PAT บริษัทยังพบว่ามีโอกาสในการเผยแพร่ ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก ซึ่งเป็นจุดแข็งหลักในการ

ดำเนินธุรกิจของบริษัท จึงจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ ภายใต้การดำเนินการของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จัดการเรียนการสอนโดยวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ เพื่อขยายการศึกษาด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก ให้โอกาสเยาวชน ในการศึกษาใกล้บ้าน และมีรายได้จากการฝึกอาชีพโดยเรียน ทฤษฎีที่สถานศึกษาสลับกับการฝึกอาชีพที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ทุก 3 เดือน

จากนั้นสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ถูกก่อตั้งขึ้น จากความต้องการขยายขอบเขตการสนับสนุนด้านการศึกษา จาก ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ไปยังปริญญาตรี เริ่มต้นจากคณะบริหารธุรกิจ และขยายคณะเพื่อ เป็นทางเลือกเพิ่มเติมให้ผู้ศึกษาจนถึงปัจจุบันรวม 10 คณะวิชา เช่น คณะนิเทศศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี คณะศิลปศาสตร์ และคณะศึกษาศาสตร์ รวมถึงสาขาวิชาการ จัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ และสาขาวิชาการบริหารคน และองค์การในระดับปริญญาโทอีกด้วย ซึ่งสถาบันฯ มีโครงการ ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาชั้นนำในต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยน องค์ความรู้และแลกเปลี่ยนนักเรียนเป็นรายภาคการศึกษา รวมถึง มีการร่วมมือกับองค์กรเอกชนในการรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน ตามสาขาที่เกี่ยวข้อง ล่าสุดในปี 2560 บริษัทได้ขยายขอบเขต การดำเนินงานด้านการศึกษาให้ครอบคลุมระดับมัธยมศึกษา โดยจัดตั้งโรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีความโดดเด่นจากการอ้างอิงการจัดการเรียนการสอนตามระบบ จากประเทศฟินแลนด์ ซึ่งได้ชื่อว่ามีระบบการเรียนการสอนที่ดี ที่สุดในโลก เพื่อเตรียมความพร้อมผู้เรียนสู่การเป็นพลเมืองไทย และพลเมืองโลกที่มีคุณภาพ บริษัทจึงจัดการเรียนการสอน เป็นภาษาอังกฤษใน 3 รายวิชาหลัก ได้แก่ คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และภาษาอังกฤษ รวมถึงจัดให้มีการเรียนภาษาจีนเป็นภาษาที่ 3 โดยมุ่งให้นักเรียนมีความสามารถตามความถนัด และมีความสุข จากการเรียนการสอน



บริษัท ได้ดำเนินการส่งเสริมทุนการศึกษาเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันไปแล้วทั้งสิ้น 110,644 ทุน มูลค่ามากกว่า 6,963,497,416 บาท ครอบคลุมทั้งระดับอาชีวศึกษา อุดมศึกษา และมีผู้สำเร็จการศึกษาทุกหลักสูตรรวมแล้วกว่า 27,466 ราย เพื่อเป็นกำลังสำคัญให้กับองค์กร สังคม และประเทศ

## โครงการด้านการศึกษาและการสนับสนุนอื่น

นอกเหนือจากการส่งเสริมให้ความรู้แล้ว บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของการเตรียมความพร้อมของผู้เรียน สภาพแวดล้อมของพื้นที่เรียนรู้ เพื่อให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพสูงสุด และด้วยความเชื่อที่ว่าทุกสถานที่สามารถเป็นที่เรียนรู้ได้ บริษัทจึงมุ่งช่วยเหลือสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งความรู้ เสริมสร้างทักษะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โครงการด้านการศึกษาที่หลากหลาย จึงได้ถูกออกแบบมาเพื่อให้ตรงความต้องการเฉพาะของผู้เรียน โดยไม่จำกัดเฉพาะรูปแบบการเรียนรู้ในห้องเรียน

### โปรแกรมสนับสนุนการศึกษาของโครงการเพื่อการศึกษา

- **Student Care** โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการศึกษา เป็นโครงการที่ดูแลนักเรียน/นักศึกษา ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาจนถึงหลังสำเร็จการศึกษา ในบริบทต่างๆ อาทิ การบูรณาการวิชาการกับการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ การนิเทศ และดูแลช่วยเหลือผู้เรียนระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน การบริหารจัดการ ครูฝึกในสถานประกอบการ และการส่งเสริมศักยภาพตำแหน่งงานหลังสำเร็จการศึกษา
- **Smile Center** เป็นศูนย์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา และศูนย์ให้คำปรึกษา พร้อมทั้งช่วยเหลือแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ทั้งในการเรียนการสอนในสถานศึกษา และการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ รวมถึงปัญหาทั่วไปแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งรวมถึงนักเรียน/นักศึกษา ครูอาจารย์ที่สถานศึกษา

ครูฝึกที่ร้านสาขา ผู้ปกครองบุคคลทั่วไป ผ่านช่องทางโทรศัพท์ 02-826-7776 ตลอด 24 ชั่วโมง และ Web Chat : [callservicechat.gosoft.co.th/WebChatSmilePC/](https://callservicechat.gosoft.co.th/WebChatSmilePC/) (เวลา 07.00-23.00 น.) เพื่อให้ นักเรียน นักศึกษาสามารถสำเร็จการศึกษาในเวลาที่กำหนดได้อย่างมีความสุขโดยดำเนินการในกลุ่มการศึกษาปัญญาภิวัฒน์ (สถานศึกษาที่บริษัทจัดการศึกษาเองและสถานศึกษาเครือข่ายความร่วมมือ)

### จัดอบรม และการศึกษาดูงานสำหรับผู้ใหญ่

- อบรมสร้างครุต้นแบบในโครงการทวิภาคีที่มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาภายนอกเพื่อความยั่งยืนของโครงการฯ
- อบรมครู อาจารย์ในสถานประกอบการ โดยสนับสนุนให้ครู อาจารย์ในโครงการความร่วมมือทวิภาคีกับบริษัท เข้าร่วมอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เพื่อให้มีประสบการณ์ทำงานจริงในร้าน และสามารถให้คำแนะนำนักเรียน/นักศึกษา ได้อย่างถูกต้อง
- นอกเหนือจากทุนสนับสนุนการศึกษาแล้ว บริษัทยังดำเนินการสนับสนุนกิจกรรมอื่นที่หลากหลาย อาทิ เช่น การเปิดให้ผู้สนใจเข้าศึกษาดูงานทั้งในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น โรงงานส่วนผลิตอาหารพร้อมรับประทานและผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของบริษัท ซีพีแรม จำกัด และอื่นๆ

**การส่งเสริมหลังจบการศึกษา** ผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน ภายใต้กลุ่มปัญญาภิวัฒน์ บริษัทรับเข้าทำงาน 100% และมีโอกาสก้าวหน้าในสายงานตาม Career Path รวมถึงได้รับสิทธิพิเศษในการเข้าร่วมเป็นเจ้าของร้าน Store business partner (SBP) และมีนักเรียน/นักศึกษาที่จบการศึกษาร่วมทำงานกับบริษัท ในปี 2560 จำนวนทั้งสิ้น 2,255 คน

| ผลการดำเนินงาน*   | 2557   | 2558   | 2559   | 2560   |
|---|--------|--------|--------|--------|
| จำนวนผู้ได้รับการสนับสนุนทุนการศึกษา (ราย)                  | 12,918 | 14,576 | 16,733 | 19,526 |
| • อุดมศึกษา   | 2,821  | 3,757  | 4,988  | 5,354  |
| • อาชีวศึกษา  | 10,097 | 10,819 | 11,745 | 14,172 |
| จำนวนผู้ได้รับการสนับสนุนทางการศึกษา และการฝึกฝนอาชีพ (ราย) | 3,031  | 2,852  | 3,281  | 3,673  |

\*ข้อมูลการดำเนินการรายปี



# ยกระดับอาชีวอนามัย ปลอดภัย นำทำงาน



ส่วนหนึ่งของการสร้าง  
รอยยิ้มให้เกิดขึ้นกับพนักงาน  
ผู้ซึ่งเปรียบเสมือนครอบครัว คือ  
การจัดให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี  
ส่งเสริมสุขภาพของพนักงาน และยกระดับ  
การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย  
และสภาพแวดล้อมในการทำงานโดยยึดมั่น  
การดำเนินการตามกฎหมายเป็นพื้นฐาน ต่อยอดด้วย  
การพัฒนาและประยุกต์ใช้มาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง  
มุ่งหวังความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงาน ลูกค้ำ  
รวมถึงผู้เกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรือพื้นที่  
ดำเนินการของบริษัท เนื่องจากไม่มีสิ่งใดที่มีค่า  
จะมากทดแทนหรือชดเชยความสูญเสีย  
ที่ไม่พึงประสงค์เหล่านี้ได้



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) จึงมีเป้าหมายหลักคือจำนวนกรณีอุบัติเหตุและอุบัติเหตุยานยนต์ร้ายแรงถึงเสียชีวิตในงานของบุคลากรเป็นศูนย์ทุกปี

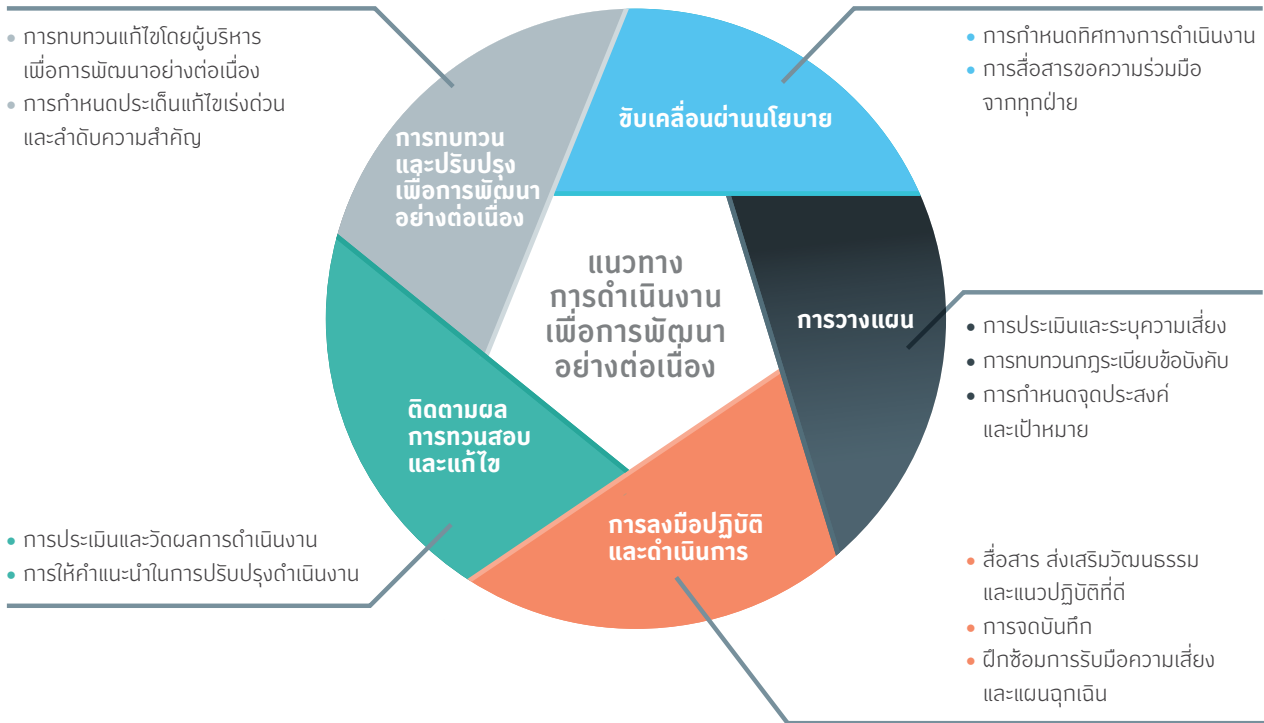
บริษัท มุ่งมั่นบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องในการคุ้มครองดูแลด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเทียบเท่าระดับสากล พร้อมทั้งมีแนวปฏิบัติอย่างเท่าเทียมสำหรับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อาทิ ลูกค้า ผู้รับเหมา ผู้รับจ้างช่วง คู่ค้า และชุมชน เป็นต้น ด้วยการเป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีธุรกิจที่หลากหลาย การบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน จึงถูกออกแบบให้มีความสอดคล้องกับลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท เช่น การกำหนดตัวชี้วัดที่เหมาะสมกับกิจกรรมและบริบทของธุรกิจ การประเมินความเสี่ยงที่มีความจำเพาะพร้อมทั้งกำหนดแผนบริหารจัดการความเสี่ยงรายธุรกิจ พร้อมทั้งส่งเสริมวัฒนธรรมทางด้านความ

ปลอดภัย ปลูกฝังจิตสำนึก และความตระหนักให้เกิดขึ้นแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อให้เกิดประสิทธิผลทางด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ในปี 2560 ภายใต้แนวทางการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน บริษัทได้ยกระดับระบบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย หรือ โครงการประเมินประสิทธิผลด้านความปลอดภัย (CP Safety Performance Audit) โดยตรวจประเมินตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานหรือ Safety Health Environmental Standard (SHE Standard) โดยขยายขอบเขตให้ครอบคลุมการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยการประยุกต์แนวทางปฏิบัติสากลเพื่อปรับปรุงหลักการและแนวปฏิบัติเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



**กรอบนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย**

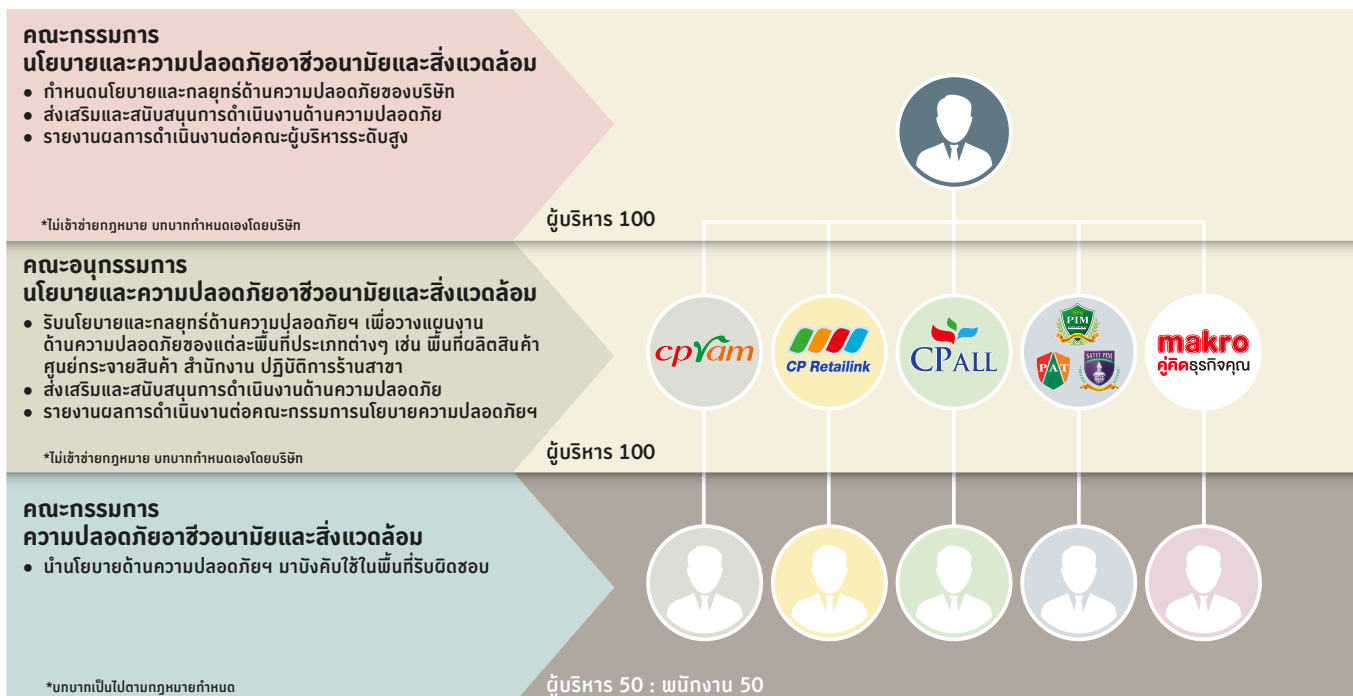


## แนวทางการดำเนินงานทางด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ในปีเดียวกันบริษัทได้ประกาศนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีขอบเขต การดำเนินการและส่งเสริมตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน กระบวนการ บริหารเหล่านี้ได้รับการติดตามดูแลรวมถึงกำหนดนโยบาย

การดำเนินงานต่างๆ โดยคณะทำงาน 3 ระดับ มีบทบาทหน้าที่ และสัดส่วนการมีส่วนร่วมของพนักงานระดับปฏิบัติการ และผู้บริหารดังนี้

### สัดส่วนสมาชิกของพนักงานระดับปฏิบัติงานและผู้บริหาร



## ผลการดำเนินการ

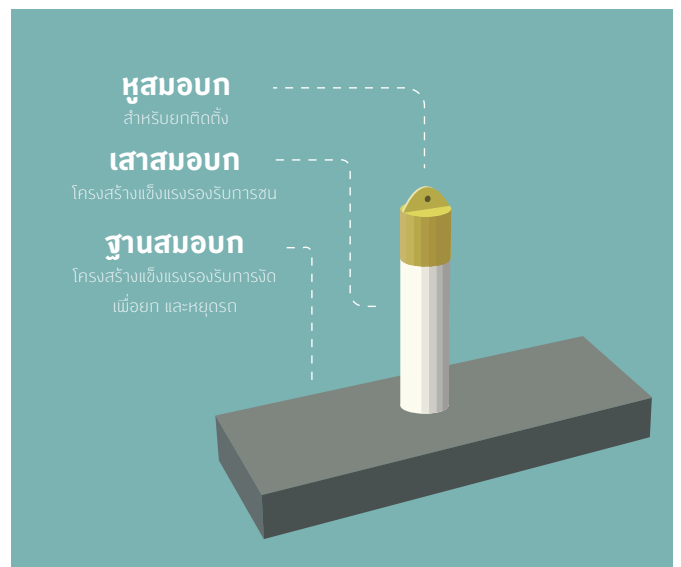
โครงการติดตั้งสมอบกเพื่อป้องกันอุบัติเหตุชนร้านเซเว่น อีเลฟเว่น เนื่องจากผลจากการประเมินความเสี่ยงพบว่าร้านเซเว่นอีเลฟเว่น มักตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ติดถนนหลักที่มีการใช้ความเร็วสูง เพื่อป้องกันอันตรายจากอุบัติเหตุทางรถยนต์ที่อาจเกิดกับพนักงาน และผู้ใช้ทางทำสัญญาจรในพื้นที่บริเวณร้าน การดำเนินโครงการนี้ทำให้สามารถลดความสูญเสียอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ และลดระดับความรุนแรงของการบาดเจ็บทั้งของลูกค้าและพนักงานของบริษัท ดังตาราง

| ประเภทอุบัติเหตุ  | ปี 2559 | ปี 2560 |
|---|---------|---------|
| จำนวนอุบัติเหตุรถยนต์พุ่งชนเข้าร้าน                           | 25      | 29      |
| จำนวนอุบัติเหตุรถยนต์พุ่งชนสมอบกก่อนชนร้าน (ครั้ง)            | 17      | 14      |
| ความเสียหายเฉลี่ยต่อครั้ง (บาท)                               | 73,395  | 65,107  |
| จำนวนผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุรถยนต์พุ่งชนสมอบกก่อนชนร้าน (ราย) | 1       | 1       |

### แนวคิดและหลักการทำงานของสมอบก

1. เมื่อมีรถมาชนสมอบก ตัวเสาสมอบกจะล้มลง
2. สมอบกจะพลิกตัวและถูกล็อกโดยพื้นและฟุตบาทหน้าร้าน ทำให้ฐานสมอบกที่ถูกออกแบบให้รับน้ำหนักและสามารถตั้งตรงขึ้นเมื่อถูกพลิก
3. สามารถหยุดรถได้ โดยไม่เกิดความเสียหายกับร้านและไม่เกิดอันตรายต่อพนักงานร้านเซเว่นอีเลฟเว่น และลูกค้าไม่ทำให้ได้รับการบาดเจ็บ

\* สมอบกถูกออกแบบโดยตั้งสมมติฐานสำหรับการป้องกันรถขนาด 1 ตัน ที่ความเร็ว 15-30 กิโลเมตร / ชั่วโมง ทั้งนี้ประสิทธิภาพการทำงานของสมอบกจะขึ้นอยู่กับทิศทาง ลักษณะของพื้นที่ รวมถึงปัจจัยแวดล้อมอื่นที่เกี่ยวข้อง



### การจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการคณะกรรมการความปลอดภัย และผู้บริหาร ประจำปี 2560

เป็นกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรมทางด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของบริษัทโดยได้จัดอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน แนวคิดของการจัดงานในปีนี้ได้แก่ “ยกระดับ Safety Health and Environment (SHE) สู่การเป็นองค์กรชั้นนำระดับโลกที่มีการจัดการด้าน SHE สู่ความยั่งยืน”

ในกิจกรรมดังกล่าวประกอบไปด้วยการเสวนาให้ความรู้โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นเวทีการแลกเปลี่ยนระดมความคิดเห็นพร้อมทั้งการให้รางวัลเชิดชูเกียรติพนักงานและบริษัทย่อย ที่มีการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่โดดเด่น

### หลักการทำงานของสมอบก ชน - พับ - ล็อก ไม่ให้เคลื่อนไหว





ตัวอย่างรางวัลแห่งความสำเร็จทางด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัยที่โดดเด่น ประจำปี 2560

- **รางวัลเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน ระดับหัวหน้างานดีเด่นด้านความปลอดภัยระดับประเทศ (กลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย)**  
นายไกววัล สุวรรณนที เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน ระดับหัวหน้างาน ศูนย์กระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิ Chilled Distribution Center : CDC พื้นที่บางบัวทอง นนทบุรี บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- **รางวัลคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานดีเด่นระดับประเทศ ประจำปี 2560 จำนวน 1 พื้นที่**  
ศูนย์กระจายสินค้าภูมิภาค จังหวัดลำพูน บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- **รางวัลสถานประกอบกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระดับประเทศ จำนวน 31 รางวัล** โดยมีสถานประกอบกิจการที่ได้รับรางวัลต่อเนื่องยาวนานถึง 12 ปี คือ ศูนย์กระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิ Chilled Distribution Center : CDC พื้นที่บางบัวทอง และบริษัท ซีพีแรม จำกัด (กิจการอาหารพร้อมรับประทาน) โรงงานลาดหลุมแก้ว
- **รางวัลสถานศึกษาปลอดภัยดีเด่นและสุขภาพอนามัยดี 6 พื้นที่**  
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ จังหวัดอุดรธานี วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ จังหวัดขอนแก่น วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ จังหวัดนครราชสีมา และวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ จังหวัดลำปาง
- **รางวัลโครงการส่งเสริมและการแข่งขันทีมลูกเงินระดับกลุ่มธุรกิจ รางวัลชนะเลิศ ได้แก่**  
ศูนย์กระจายสินค้า พื้นที่สุวรรณภูมิ

## โครงการด้านการจัดการความเครียด

บริษัทให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ของพนักงานซึ่งการจัดการความเครียดเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อความสามารถในการทำงาน การตัดสินใจ และส่งผลถึงสุขภาพร่างกายและจิตใจของพนักงานในระยะยาว บริษัทจึงจัดทำข้อมูลการจัดการความเครียด เพื่อให้สื่อสารกับพนักงานและจัดฝึกอบรมพัฒนาจิตผ่านการนั่งสมาธิในโครงการ “สติ” หรือ “Wisdom” และโครงการ “เรายกวัดมาไว้ที่เซเว่นฯ”

## โครงการนำร่องเพิ่มความยืดหยุ่นในการทำงาน

บริษัทมีการดำเนินโครงการ Smart Office ซึ่งช่วยลดความเครียดของพนักงานที่เกิดจากการเดินทางในช่วงโมงเร่งด่วน รวมถึงความเครียดจากการใช้ชีวิตในเขตเมือง โดยอนุญาตให้พนักงานสามารถทำงานจากที่บ้านได้ในกรณีฉุกเฉิน โครงการในระยะศึกษานี้จะถูกขยายผลไปใช้พัฒนาโครงการการจัดการเพื่อส่งเสริมความต่อเนื่องของธุรกิจอีกด้วย

ในด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงการส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ของพนักงาน บริษัทมีการดำเนินงานดังนี้

- โครงการประเมินประสิทธิภาพด้านความปลอดภัย (CP Safety Performance Audit) โดยตรวจประเมินตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- การสร้างมาตรฐานและวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยแก่พนักงานทุกระดับ โดยได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารมีเป้าหมายอุบัติเหตุเป็นศูนย์
- การฝึกอบรมหลักสูตรการขับขี่เชิงป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ (defensive driving) เป็นหลักสูตรเพิ่มทักษะในการขับขี่และทดสอบสมรรถนะผู้ขับขี่ให้มีความปลอดภัย
- โครงการ Exercise for office staff บริษัทมอบเป็นสวัสดิการด้านการส่งเสริมสุขภาพให้กับพนักงาน โดยจัดกิจกรรมออกกำลังกายในพื้นที่สำนักงานเป็นประจำทุกวันและมีรูปแบบกิจกรรมหลากหลายตามความสนใจของพนักงาน เช่น หนูโยคะ ZUMBA PILOXING
- การฝึกซ้อมอพยพหนีไฟประจำปีครบทุกพื้นที่ เช่น โรงงาน ศูนย์กระจายสินค้า อาคารสำนักงาน ร้านสาขา รวมถึงสถาบันการศึกษา สอดคล้องตามกฎหมายกำหนด อีกทั้งทีมวิทยากรภายในบริษัทร่วมฝึกซ้อมให้กับหน่วยงานภายนอก เช่น ชุมชน สถานศึกษา หน่วยงานราชการ
- อบรมความปลอดภัยเบื้องต้นให้กับพนักงานใหม่ครบถ้วน 100% โดยวิทยากรภายในที่มีคุณสมบัติตามกฎหมายกำหนด
- กิจกรรมรณรงค์ความปลอดภัย ในช่วงก่อนวันหยุดยาวเทศกาล เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกในการขับขี่ของพนักงาน

# ใส่ใจสิ่งแวดล้อม สอดคล้องมาตรฐานสากล



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) ตระหนักถึงโอกาสในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านการดำเนินธุรกิจ และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมถือเป็นหลักการพื้นฐานที่บริษัทมุ่งให้ความสำคัญ เพื่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนผลิตภัณฑ์และบริการ ด้วยการผนวกการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเข้าเป็นหนึ่งเดียวกับเป้าหมายการพัฒนายั่งยืนของบริษัท

## เป้าหมายปี 2563 ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยการผลิต 10% ภายในปี 2563 เทียบกับปีฐาน 2558
- ลดการใช้น้ำต่อหน่วยการผลิต 10% ภายในปี 2563 เทียบกับปีฐาน 2558



ความเสี่ยงและผลกระทบที่เกิดจากความเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ และความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติที่มีอย่างจำกัด ประกอบกับบริษัทเล็งเห็นถึงความสามารถในการแข่งขันและโอกาสทางธุรกิจที่จะเพิ่มสูงขึ้นผ่านการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม และสะท้อนผ่านการบริหารจัดการต้นทุนทางสิ่งแวดล้อม อาทิ ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ต่อหน่วยการผลิต ความคุ้มค่าของพลังงานสะอาดและเทคโนโลยีประหยัดพลังงาน เป็นต้น บริษัทได้ประกาศนโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อม ครอบคลุมถึงบริษัทย่อย พร้อมทั้งสื่อสารและส่งเสริมการมีส่วนร่วมให้เกิดแนวปฏิบัติที่ดีตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร โดยนโยบายดังกล่าวได้ระบุแนวปฏิบัติสำหรับประเด็นสำคัญทางด้านจัดการสิ่งแวดล้อมทั้ง 2 ประเด็น คือ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

การดำเนินการภายใต้นโยบายดังกล่าว ก่อให้เกิดการริเริ่มด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมที่หลากหลายรวมถึงการขยายผลการดำเนินงานทางด้านสิ่งแวดล้อมที่โดดเด่น โดยการมีส่วนร่วมของพนักงาน บริษัทย่อย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่บริษัทให้ความสำคัญเพื่อส่งมอบความสุข ความยั่งยืนในการร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในวงกว้าง ตัวอย่างการจัดการสิ่งแวดล้อมที่บริษัทได้ดำเนินการในปี 2560 ได้แก่ การรณรงค์และสร้างจิตสำนึกในการร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดการพลังงานให้มีประสิทธิภาพควบคุมไปกับการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน การจัดการของเสียและการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการขาดแคลนทรัพยากรน้ำและแผนลดการใช้น้ำต่อหน่วยการผลิต การเปิดเผยข้อมูลประสิทธิภาพการดำเนินงานทางด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการวางแผนนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System: EMS) มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ มีคณะกรรมการและกลุ่มงานย่อยเฉพาะด้านในการควบคุมดูแล เช่น คณะกรรมการและคณะทำงานดำเนินการประกันคุณภาพน้ำ คณะกรรมการและคณะทำงานคัดเลือกอุปกรณ์สำหรับใช้ในร้านสาขา (Equipment Committee) เป็นต้น

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ บริษัทได้กำหนดยุทธศาสตร์ระดับองค์กร ซึ่งหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักที่เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2554 ได้แก่ “7 Go Green” ขอบเขตการดำเนินยุทธศาสตร์มุ่งเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้าปลีกของเซเว่นอีเลฟเว่น และการกระจายสินค้าเป็นหลัก “7 Go Green” ได้แก่

# 1 GREENStores

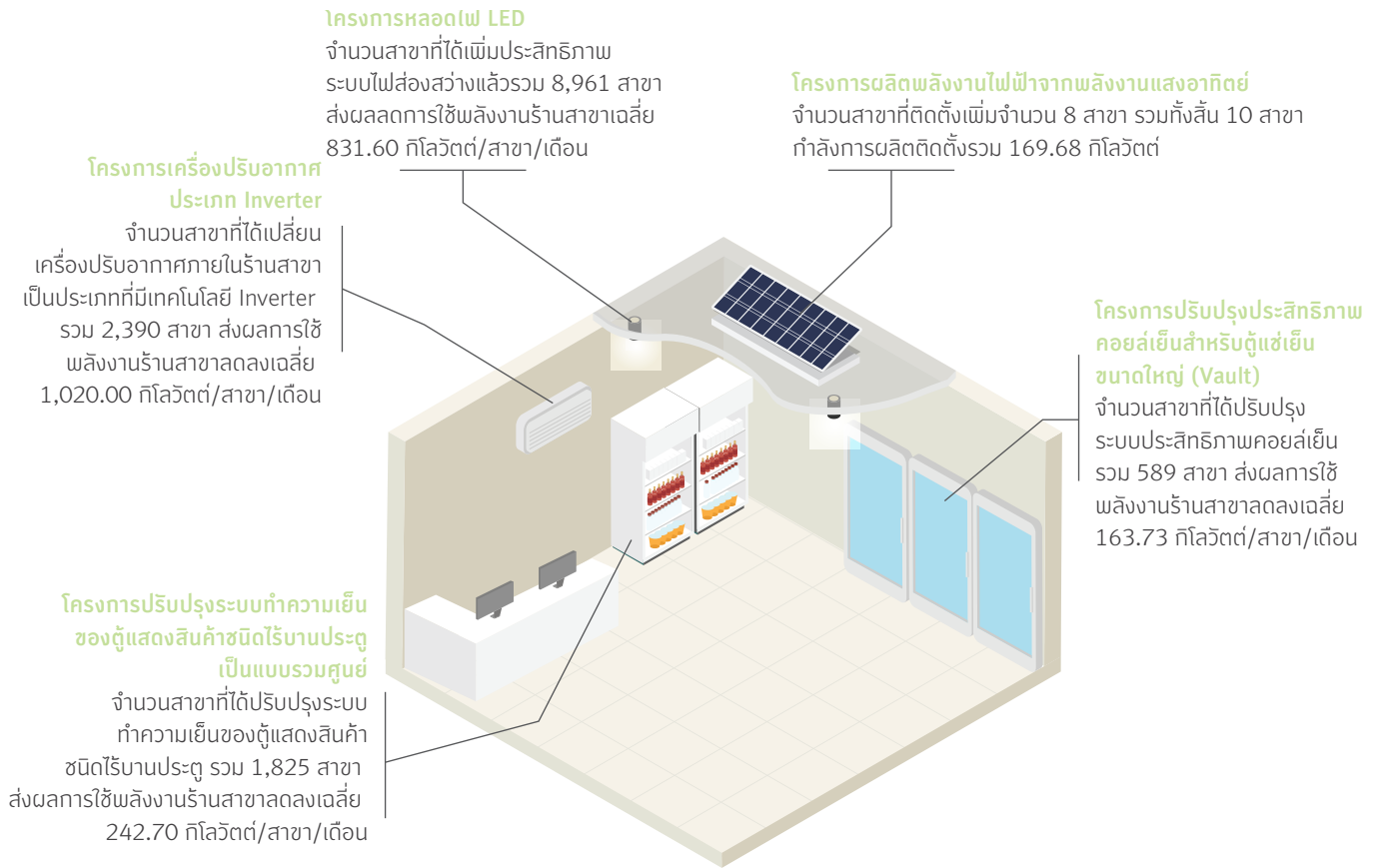
## การขยายผลร้านประหยัดพลังงานต้นแบบ

จากความสำเร็จในการออกแบบและดำเนินการร้านเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาธาราสแควร์ ซึ่งเป็นร้านสะดวกซื้อต้นแบบด้านการประหยัดพลังงานในปี 2559 มาตรการประหยัดพลังงานที่เหมาะสมและสอดคล้องกับร้านเซเว่นอีเลฟเว่น แต่ละประเภทจะถูกขยายผลไปยังร้านสาขาอื่นทั่วประเทศทั้งร้านสาขาที่ถึงกำหนดการบูรณะอุปกรณ์ (Renovate) และร้านสาขาเปิดใหม่

ในปี 2560 บริษัทเปิดร้านสาขาสาธิต พี ไอ เอ็ม เป็นร้านสะดวกซื้อต้นแบบรูปแบบใหม่ ซึ่งได้รับการออกแบบให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประหยัดพลังงานยิ่งขึ้นผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย นวัตกรรมและการจัดการที่หลากหลายเพื่อช่วยในการจัดการพลังงานให้มีประสิทธิภาพ อาทิ การจัดวางผังและบริเวณที่ตั้งของร้านช่วยลดการใช้รวมถึงการสูญเสียพลังงานโดยไม่จำเป็น จอภาพและหลอดไฟทั้งหมดในร้านเป็นประเภท LED เพื่อการประหยัดพลังงาน มีระบบการวิเคราะห์พฤติกรรม การจับจ่ายใช้สอยของลูกค้าภายในร้าน เพื่อการปรับปรุงและวางแผนการใช้ทรัพยากรให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ระบบตรวจสอบการใช้พลังงานในร้านตามเวลาจริง (Real Time) ช่วยให้ร้านสามารถติดตามและวิเคราะห์ผลการใช้พลังงานไฟฟ้าของแต่ละวันได้

ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทต่อยอดจากร้านสะดวกซื้อต้นแบบ สาขาธาราสแควร์ โดยออกแบบให้ร้านมีบริการและการจัดการที่สร้างประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมที่อยู่โดยรอบ ตามหลักการ CCC: Convenience Community Center มีบริการบอร์ดชุมชน (Digital Touchscreen) เพื่อการแลกเปลี่ยนข่าวสาร และมีการใช้นวัตกรรมหุ่นยนต์อย่าง Sevy Bot เป็นผู้ช่วยอัจฉริยะซึ่งสามารถสื่อสารให้ข้อมูลแก่ลูกค้าในรูปแบบภาพและตัวอักษรผ่านการจับการเคลื่อนไหวและสื่อสารกับลูกค้าได้ในระยะใกล้สามารถเคลื่อนที่ไปรอบร้านได้ตลอดวัน โดยไม่ต้องใช้แบตเตอรี่ Sevy Bot อาจได้รับการพัฒนาให้เป็นส่วนหนึ่งของการบริการที่ร้านสาขาอื่นๆ เพื่อส่งเสริมการบริการให้ดียิ่งขึ้น นวัตกรรมนี้เป็นผลงานของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี ภาควิศวกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ จากสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM)

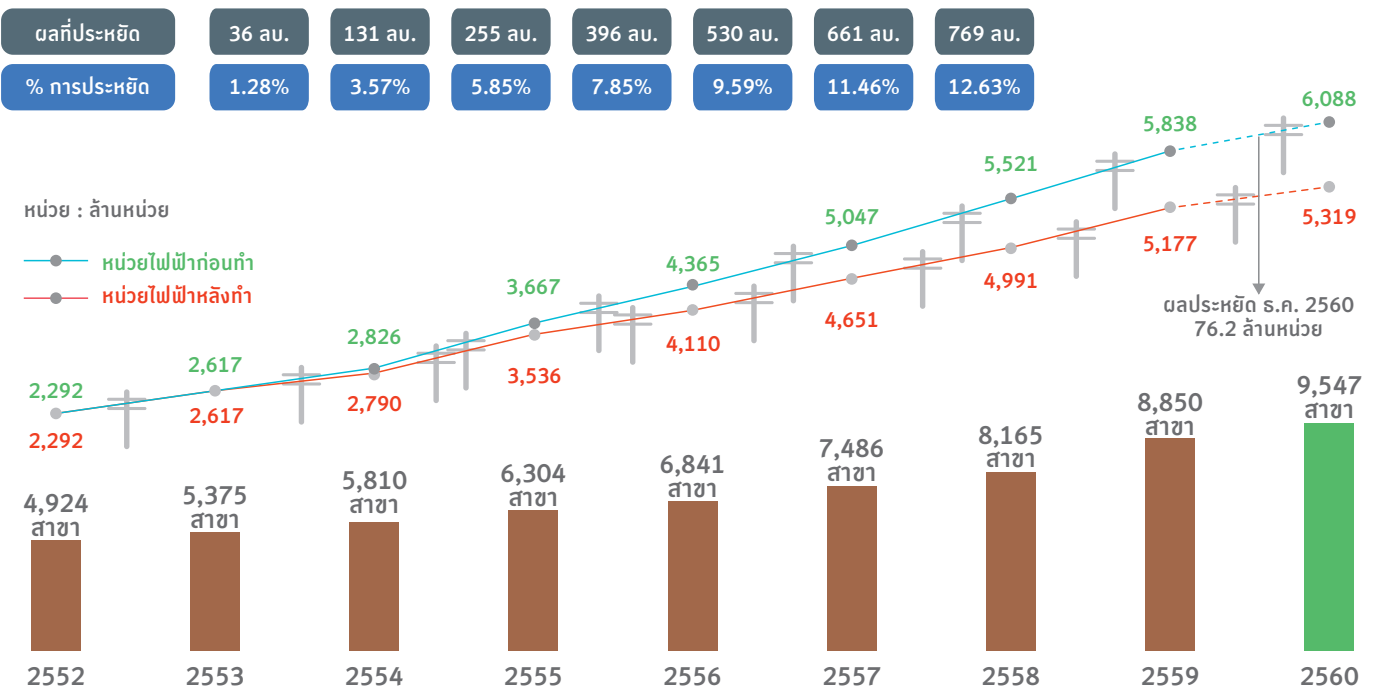
โดยปัจจุบันโครงการประหยัดพลังงานจากการใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานสามารถสรุปได้ ดังรูปการใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น



## การใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

หากรวมโครงการประหยัดพลังงานทั้งหมดที่เคยได้ทำมา บริษัทสามารถลดการใช้พลังงานได้ 12.63% หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 769 ล้านบาท แสดงถึงรูปผลการอนุรักษ์พลังงานของร้านสาขา

### ผลการอนุรักษ์พลังงานของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น





นอกจากนี้ยังมีโครงการด้านการอนุรักษ์พลังงาน และสิ่งแวดล้อม ที่บริษัทลดผลกระทบและส่งเสริมคุณภาพ สิ่งแวดล้อมอื่นๆ ที่หลากหลาย อาทิ

- **ที่จอดรถจักรยานอัจฉริยะ** จุดบริการจักรยานสาธารณะ พร้อมนวัตกรรม smart lock ที่ลูกค้าสามารถปลดล็อก ทำการเช่าและชำระค่าบริการผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นการส่งเสริมการลดการใช้รถยนต์ส่วนตัว
- **จุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า** รองรับแนวโน้มการใช้รถยนต์ไฟฟ้าในอนาคตอันใกล้ โดยเป็นการตอบสนองจำนวนรถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นในตลาด และเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจและคุ้นเคยกับเทคโนโลยีรถยนต์ไฟฟ้ายิ่งขึ้น
- **การติดตั้งระบบสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ** สามารถเลือกประหยัดน้ำได้ 2 แบบ ทั้งแบบ 3 ลิตร และ 4.5 ลิตร ซึ่งประหยัดน้ำได้ 12.5% เมื่อเทียบกับ 3/6 ลิตร
- **โครงการใช้จุลินทรีย์บำบัดบ่อดักไขมัน ลดการตกไขมันของพนักงาน** จากการดำเนินการพัฒนาจุลินทรีย์ผงร่วมกับถังเติมและหมักจุลินทรีย์อัตโนมัติเพื่อช่วยย่อยสลายไขมันที่สะสมในบ่อดักไขมัน ทำให้สามารถลดความถี่ในการกำจัดไขมันสะสมออกจากบ่อดักจาก 8 ครั้งเป็น 1-2 ครั้งต่อเดือน โดยไม่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของบ่อดักไขมัน

## 2 GREENLogistics

บริษัทได้นำหลักเกณฑ์การประเมินอาคารเขียว (Leadership in Energy & Environmental Design: LEED) ซึ่งเป็นหนึ่งในหลักเกณฑ์ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลมาใช้ในการพัฒนาและออกแบบศูนย์กระจายสินค้าทั่วประเทศ พร้อมทั้งขอการรับรองจากสภาอาคารเขียวแห่งสหรัฐอเมริกา (United States Green Building Council: USGBC) ปัจจุบันได้รับการรับรองแล้ว 2 แห่ง ที่ศูนย์กระจายสินค้ามหาชัย และศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี

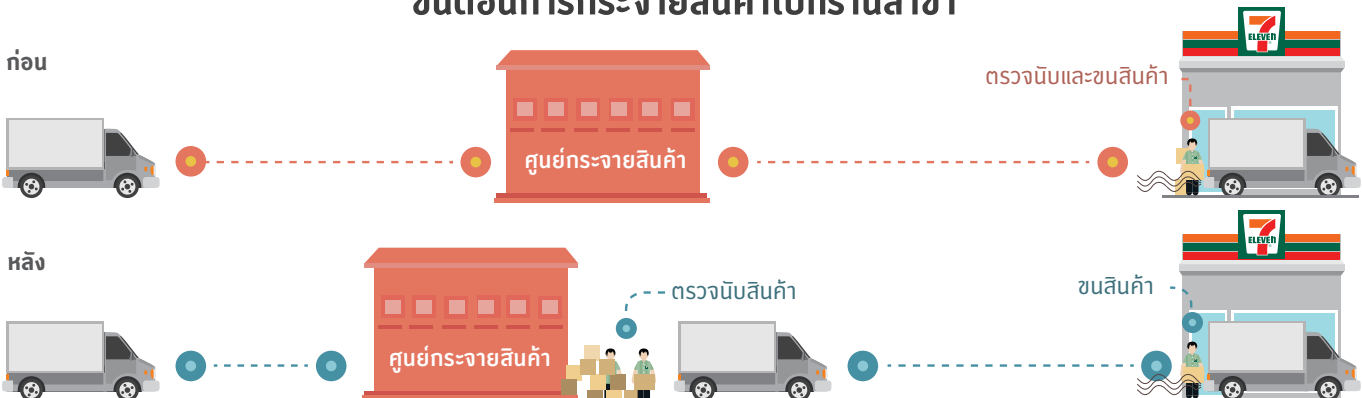
ในส่วนของคุณ์กระจายสินค้าบุรีรัมย์อยู่ระหว่างการขอรับรองเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อมไทย (Thai's Rating of Energy and Environmental Sustainability: TREES) โดยสถาบันอาคารเขียวไทย

ภายใต้แผนการจัดการพลังงานของบริษัท ศูนย์กระจายสินค้าทั่วประเทศได้พิจารณามาตรการประหยัดพลังงาน และการใช้พลังงานทดแทนที่เหมาะสมกับลักษณะการประกอบธุรกิจมาใช้ ทั้งการติดตั้งระบบถ่ายเทความร้อนเพื่อนำความร้อนที่เหลือกลับมาใช้ในการดำเนินการที่ศูนย์กระจายสินค้า บางบัวทอง, สุวรรณภูมิ, มหาชัย, ขอนแก่น, ภูเก็ต, ชลบุรี และมีแผนในการใช้พลังงานทดแทนในศูนย์กระจายสินค้าทั่วประเทศ โดยในช่วงแรกบริษัทได้ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาอาคารศูนย์กระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิสุวรรณภูมิ

ด้านการขนส่งและการกระจายสินค้า บริษัทมุ่งเน้นด้านการจัดการพลังงานเป็นหลักผ่านการดำเนินงาน **โครงการลดมลภาวะจากการขนส่งสินค้า** บริหารระยะเวลาในการขนส่งให้ลดลง โดยในปี 2560 บริษัทมีการปรับปรุงขั้นตอนการตรวจนับสินค้าที่ร้านสาขาทั่วประเทศ จากเดิมที่มีการดำเนินการตรวจนับสินค้าที่ระหว่างขนส่งสินค้า ณ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เป็นการตรวจนับจากศูนย์กระจายสินค้าและใช้ระบบ “Trust” ที่ร้านสาขาสามารถมั่นใจและเชื่อใจความถูกต้องครบถ้วนในการตรวจนับสินค้าของหน่วยงานอื่นในองค์กร การปรับปรุงนี้ช่วยลดการใช้เชื้อเพลิงและมลภาวะจากการติดเครื่องยนต์ไว้เพื่อควบคุมอุณหภูมิตู้เก็บสินค้าของรถขนส่ง ขณะรอกระบวนการตรวจนับให้เสร็จสิ้นในทุกร้านสาขา

การดำเนินการดังกล่าวช่วยลดระยะเวลาในการขนถ่ายสินค้าบริเวณร้านสาขาลดลง เฉลี่ยปัจจุบันใช้ระยะเวลาประมาณ 15 นาที จากเดิม 45 นาที ส่งผลให้ช่วยลดการใช้น้ำมันดีเซล 83,950 ลิตรต่อปี และลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก 230 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ต่อปี และลดการใช้กระดาษหรือลดการตัดต้นไม้ 7,656 ตันต่อปี

### ขั้นตอนการกระจายสินค้าไปที่ร้านสาขา





# 3 GREEN Packaging

โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ภายใต้แนวคิด Environmental Friendly Packaging ซึ่งเป็นโครงการภายใต้กรอบเวลาปี 2559-2565 บริษัทดำเนินโครงการนี้โดยยึดหลัก 3R (Reduce – Reuse - Recycle) เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากบรรจุภัณฑ์ในการลดใช้ทรัพยากรธรรมชาติและลดของเสียหลังการใช้งานบรรจุภัณฑ์โดยรายละเอียดของแต่ละส่วนในหลัก 3R มีดังนี้

## Reduce

คือการลดหรือเลิกการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม และลดการใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ ผ่านโครงการเหล่านี้ โดยมีเป้าหมายการลดการใช้ถุง 24,000,000 ใบ ในปี 2560

### ยกเลิกการใช้วัสดุ PVC

ในปี 2560 บริษัทสามารถยกเลิกการใช้วัสดุ PVC สำหรับกลุ่มสินค้าตราสินค้าของบริษัท (Private brand) ประเภทผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารได้เพิ่มอีก 3 รายการรวมทั้งสิ้น 6 รายการคิดเป็น 33% ซึ่งบริษัทมีเป้าหมายว่าจะดำเนินการยกเลิกการใช้ PVC เป็นส่วนประกอบในบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้ากลุ่มดังกล่าว ภายในปี 2563

### ลดการใช้พลาสติกสำหรับการผลิตถ้วยข้าวสวย

ในปี 2560 บริษัทได้เปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิตถ้วยพลาสติกสำหรับบรรจุข้าวสวยจากเดิมที่ใช้การฉีด (Injection) เป็นการขึ้นรูปด้วยความร้อน (Thermoform) สามารถลดการใช้วัสดุได้ 126 ตัน/ปี

## โครงการรณรงค์ลดใช้ถุงพลาสติกในรูปแบบต่างๆ

- ส่งเสริมการใช้ถุงผ้า โดยการให้ยืมถุงผ้าในร้านสาขาที่ตั้งในมหาวิทยาลัย และโครงการถุงผ้าบาร์โค้ด สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ใช้ถุงผ้าบาร์โค้ด
- โครงการลดการใช้ถุงพลาสติกร่วมกับหน่วยงานภายนอก เช่น มหาวิทยาลัยมหิดล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โรงพยาบาลเวชศาสตร์เขตร้อน

ผลการดำเนินการในปี 2560 สามารถลดจำนวนถุงที่ใช้ได้ 24,094,660 ใบ



## Reuse

คือ การสนับสนุนการใช้ซ้ำ เพื่อลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้นเมื่อใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์เสร็จสิ้น เช่น การนำกล่องเก็บความเย็นกลับมาใช้ซ้ำ แทนการใช้ถุงเมื่อซื้อสินค้าประเภทแช่แข็ง

โครงการรับบริจาคถุงสะอาดโดยรับบริจาคถุงเซเว่นอีเลฟเว่นที่ใช้แล้วจากลูกค้ากลับมาใช้ใหม่ โดยปัจจุบันบริษัทได้ติดตั้งกล่องรับบริจาคถุงสะอาดไว้ 18 จุด กระจายตามอาคารสำนักงาน 13 จุด โรงพยาบาล 1 จุด และมหาวิทยาลัย 4 จุด ทั้งนี้ บริษัทสามารถนำถุงกลับมาใช้ใหม่ได้ 9,609 ใบ ในปี 2560



## Recycle

คือ การนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วเข้าสู่กระบวนการแปรรูปและกลับมาใช้ใหม่ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์พลาสติก ซึ่งเป็นสิ่งที่ย่อยสลายยาก

บริษัทมุ่งเน้นการระบุสัญลักษณ์ Recycle บนวัสดุโดยในปี 2560 บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์ในการระบุสัญลักษณ์ Recycle ตามระบบ ASTM International Resin Identification Coding System โดยมีแผนการดำเนินการในกลุ่มสินค้า Private brand กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเป็นอันดับแรก

ในขณะเดียวกัน บริษัทเริ่มระบุสัญลักษณ์ Recycle กับสินค้าใหม่ที่พัฒนาในปี 2560 วางแผนที่จะระบุสำหรับสินค้าใหม่ที่พัฒนาในปี 2561 เป็นต้นไป และจัดทำแผนงานที่จะระบุสัญลักษณ์ Recycle สำหรับสินค้าปัจจุบัน





## 4 GREEN Living

เนื่องจาก ผู้บริโภคถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในการมีส่วนร่วมขับเคลื่อนการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงริเริ่มสนับสนุนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค โดยส่งเสริมการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งการลดการใช้ถุงพลาสติกผ่านโครงการ “คิดถึง คิดถูก” เป็นการรณรงค์ให้ผู้บริโภค “คิดก่อนใช้ถุงพลาสติก” และ “ปฏิเสธการรับถุงพลาสติก”

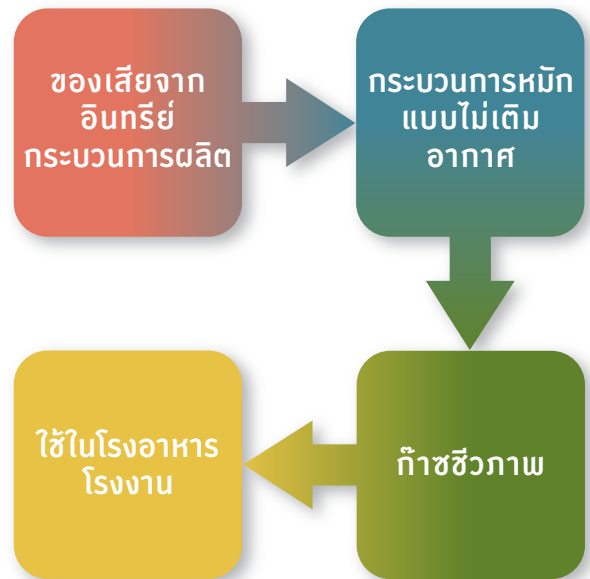
นอกจากนี้ภายใต้นโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมระดับกลุ่ม บริษัทในกลุ่มได้ร่วมและริเริ่มโครงการทางด้านสิ่งแวดล้อมที่หลากหลายและสอดคล้องกับลักษณะธุรกิจซึ่งมีส่วนในการลดมลพิษและการใช้ทรัพยากรตามเป้าหมายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท อาทิ

### บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

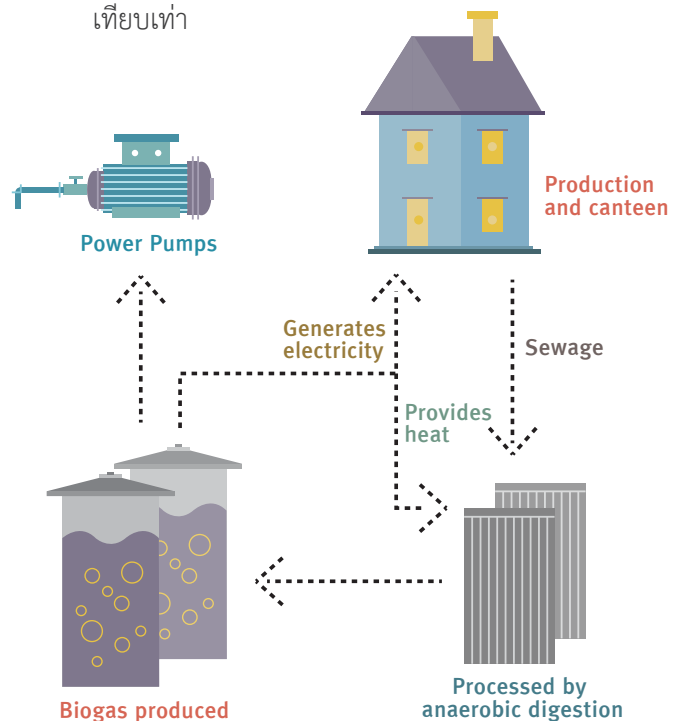
- โครงการ Low Emission Support Scheme (LESS) เป็นโครงการสนับสนุนริเริ่มเพื่อประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อม โดย สยามแม็คโคร มีการจัดประกวดโครงการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเจ้าของโครงการที่ผ่านเกณฑ์การประเมินและมีผลการดำเนินงานตามเป้าหมายในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีที่สุดจะได้รับรางวัลเป็นการภายใน และนำโครงการที่ชนะการประกวดมาดำเนินการจริง เช่น โครงการเปลี่ยนขนาดตู้คอนเทนเนอร์จาก 40 ฟุต เป็น 45 ฟุต ซึ่งเป็นโครงการที่ชนะการประกวดในปี 2560 ช่วยเพิ่มปริมาณสินค้าต่อรอบขนส่ง เป็นการลดการใช้พลังงานในการขนส่ง และการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก

### บริษัท ซีพีแรม จำกัด

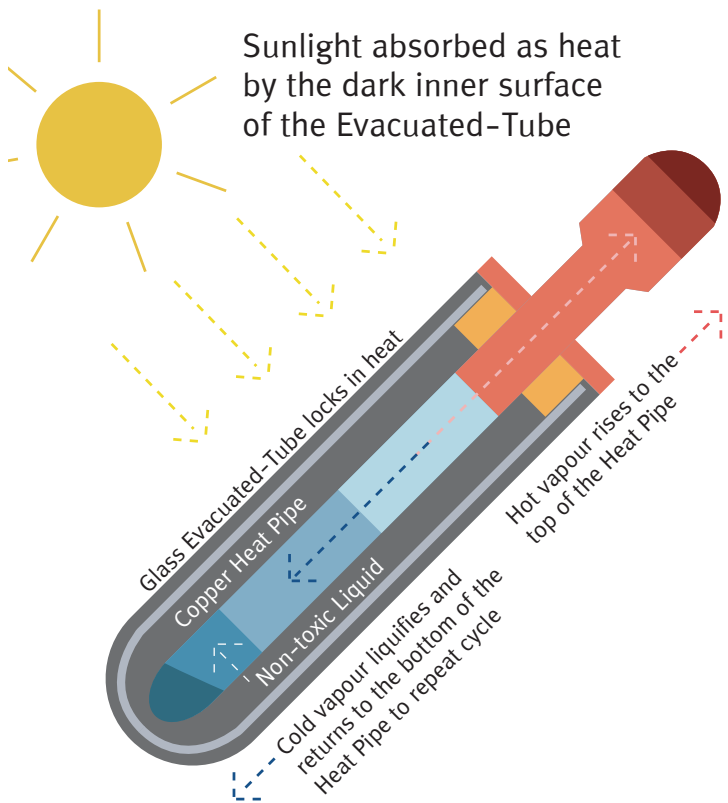
- โครงการใช้พลังงานความร้อนใต้พิภพ โดย บริษัท ซีพีแรม จำกัด (กิจการอาหารพร้อมรับประทาน) โรงงานลาดหลุมแก้ว มีการดำเนินการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนโดยการใช้ความร้อนจากน้ำใต้ดินที่มีความลึกในช่วง 400-500 เมตร มีอุณหภูมิประมาณ 50 องศาเซลเซียส ซึ่งจัดว่าเป็นพลังงานหมุนเวียนชนิดหนึ่งเพื่อใช้ในการล้างอุปกรณ์ในกระบวนการผลิต บริษัทเริ่มดำเนินโครงการนี้ตั้งแต่เดือนมีนาคม ปี 2560 โครงการนี้สามารถทดแทนขั้นตอนการอุ่นน้ำซึ่งใช้พลังงานไฟฟ้า เพื่ออุ่นน้ำในกระบวนการผลิตลงได้ 315,926 กิโลวัตต์ชั่วโมง (kWh) ต่อปีในปี 2560 และลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกประเภท 1 หรือ 2 ลงได้ 183.9 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



- โครงการผลิตก๊าซชีวภาพจากของเสียชีวภาพจากกระบวนการผลิตและโรงอาหาร โดย บริษัท ซีพีแรม จำกัด (กิจการอาหารพร้อมรับประทาน) ซึ่งมีวันละประมาณ 800 กิโลกรัม นับเป็นอีกหนึ่งโครงการเพื่อการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน โดยโครงการนี้มีการดำเนินการโดยการหมักของเสียจากกระบวนการผลิตเพื่อผลิตก๊าซชีวภาพมาใช้แทนก๊าซหุงต้มในโรงอาหารภายในโรงงาน ตั้งแต่ปี 2555 ซึ่งการดำเนินงานในปี 2560 สามารถลดการใช้ก๊าซหุงต้มได้ 194.5 กิโลกรัม และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ประเภทที่ 1 ได้ 0.61 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



- โครงการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ผ่าน solar water/solar tube จากเป้าหมายในการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน โดย บริษัท ซีพีแรม จำกัด (กิจการเบเกอรี่) โรงงานลาดกระบังดำเนินการเปลี่ยนระบบทำน้ำร้อนโดยใช้พลังงานแสงอาทิตย์ผ่าน Solar Water หรือ Solar Tube โดยโครงการนี้มีการดำเนินการภายในโรงงานตั้งแต่ปี 2558 ซึ่งการดำเนินงานในปี 2560 โรงงานสามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ใช้เพิ่มเติมน้ำในกระบวนการผลิตลงได้ 767 MWh ในปี 2560 และลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกประเภท 1 หรือ 2 ลงได้ 461.96 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



บริษัท ได้มีการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและดำเนินการขอรับการขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาประสิทธิภาพของโครงการอนุรักษ์พลังงานหรือการดำเนินงานเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้านต่างๆ ในกระบวนการผลิตปัจจุบันมีจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้ขึ้นทะเบียนแล้วเสร็จจำนวน 5 รายการ และอยู่ระหว่างการดำเนินการขอขึ้นทะเบียนจำนวน 3 รายการ



เกี้ยวกุ้ง  
ตราเจด ตราท่อน 1 ซอง  
ปล่อย CO<sub>2</sub> 771 กรัม



บักเปาหมูสับ 1 ลูก  
ปล่อย CO<sub>2</sub> 275 กรัม



บักเปาหมูสับไข่เค็ม 1 ลูก  
ปล่อย CO<sub>2</sub> 328 กรัม

นอกจากนี้ ศูนย์กระจายสินค้าที่มหาชัย ยังเป็นศูนย์กระจายสินค้าแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทยที่ได้รับการขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ด้านบริการสำหรับบริการศูนย์กระจายสินค้า Chilled มหาชัย (860 กรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตารางเมตรต่อวัน) บริการศูนย์กระจายสินค้า Dry Grocery มหาชัย (180 กรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตารางเมตรต่อวัน) และบริการขนส่งสินค้าศูนย์กระจายสินค้า Chilled มหาชัย (390 กรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตารางเมตรต่อวัน)



860 ๑

บริการศูนย์กระจายสินค้า Chilled มหาชัย

# กลั่นกรองความคิด ผลผลิตของการสร้างสรรค์



“เพราะการสร้างสรรค์  
สิ่งใหม่ๆ  
ทั้งด้านสินค้า บริการ  
และการดำเนินธุรกิจ  
คือหัวใจหลักที่ทำให้บริษัทค้นพบ  
และตอบสนองความต้องการของตลาด  
รวมถึงการพัฒนาในรูปแบบใหม่ๆ  
ในการดำเนินธุรกิจให้ทันต่อการ  
เปลี่ยนแปลงของลูกค้า  
และตลาดอยู่ตลอดเวลา”

ความสามารถขององค์กรในการก้าวให้ทันและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บนบริบทของโลกที่เปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดที่สำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มุ่งเน้นการสร้างรากฐานทางความคิดจากภายในด้วยการสร้างบรรยากาศแห่งการสร้างสรรค์นวัตกรรม “สังเกต กระตุ้นให้เกิดการคิด จดบันทึก แลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อการพัฒนา ส่งเสริมการทำงานร่วมกัน มีเวทีให้แสดงออกและขยายผล” สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นวัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovation culture) ขององค์กร อย่างไรก็ตามบริษัทได้ดำเนินการนวัตกรรมแบบเปิด (Open innovation) ควบคู่กันไปเพื่อให้ได้ความคิดที่หลากหลาย และ เปิดกว้างผ่านการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทกับหน่วยงานภายนอก การดำเนินการทางด้านนวัตกรรมของบริษัท มุ่งหวังผลการดำเนินการทางด้านนวัตกรรมไม่ใช่เพียงเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด แต่ยังคงคาดหวังผลการเติบโตของมูลค่า และผลกระทบเชิงบวกที่จะเกิดกับสังคมโดยรวม

ในปี 2560 บริษัทได้จัดตั้งสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Science technology and innovation development office: STIDO) มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีของกลุ่มธุรกิจ พัฒนาขีดความสามารถเชื่อมโยงนวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยดำเนินกิจกรรมด้านงานวิจัย พัฒนา คิดค้น และถ่ายทอดเทคโนโลยี ติดตามความก้าวหน้างานวิจัย นวัตกรรม และเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากเครือข่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้เป็นองค์กรที่มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมและเทคโนโลยี มีผลก่อให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ณ ปัจจุบันมีการจัดตั้งและกำกับดูแลศูนย์เทคโนโลยี 7 ศูนย์ ประกอบไปด้วย



จากแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาได้ครอบคลุมนวัตกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม นอกเหนือจากพิจารณาผลสัมฤทธิ์ทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว ซึ่งสะท้อนจากเกณฑ์การให้คะแนนการประกวดนวัตกรรม อาทิ

- การประกวดนวัตกรรมปลาผู้ใหญ่มุ่งมีการพิจารณาคะแนนจากประโยชน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจ
- การประกวดนวัตกรรม President Award มีการพิจารณามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สังคม และประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- การประกวดนวัตกรรมความเป็นเลิศด้านกระบวนการ (Process Excellence Award) มีการพิจารณาผลประโยชน์และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร
- การประกวดนวัตกรรม 7 Innovation Awards มีการพิจารณาผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับผู้เกี่ยวข้องทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและประเทศชาติ

จากผลการประกวดประจำปี 2560 ค้นพบนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านเศรษฐกิจจำนวน 18 ผลงาน และนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านชุมชนและสังคมจำนวน 10 ผลงาน ซึ่งผลงานหรือโครงการที่ได้รับรางวัลจะถูกนำไปขยายผล รวมถึงการได้รับความช่วยเหลือทางธุรกิจ ทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านเซเว่นอีเลฟเว่นและร้านเครือข่ายอื่น การจับคู่ทางธุรกิจ การประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการทางนวัตกรรม เป็นต้น



## ตัวอย่างผลงานนวัตกรรมที่ชนะการประกวด



เอกลักษณ์มะขามไทย  
เพื่อชุมชน  
ผลงานที่ได้รับรางวัล  
รองชนะเลิศอันดับ 1  
ด้านสังคม



เครื่องทำน้ำร้อนจาก  
เครื่องปรับอากาศ PAC  
ผลงานที่ได้รับรางวัล  
รองชนะเลิศอันดับ 1  
ด้านสังคม

เป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะขามหวานไทย ตลอดจนพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานสากลโดยสร้างระบบ Value Chain ตั้งแต่การรวบรวมกลุ่มชาวบ้านและเปลี่ยนพฤติกรรมจากเดิมที่ผลิตตามครัวเรือนเป็นการผลิตในโรงเรือนที่สะอาด พร้อมทั้งถ่ายทอดองค์ความรู้ในเรื่องการผลิตเพื่อให้ชาวบ้านได้นำไปปรับใช้ต่อไป โดยมีการนำความรู้จากงานวิจัยมาพัฒนาคิดค้นเครื่องกำจัดมอดมะขามด้วยคลื่นความถี่วิทยุทำให้ปลอดมอดแมลงในสินค้าได้ 100%

เครื่องทำน้ำร้อนที่เกิดจากการนำความร้อนที่เหลือทิ้งจากคอยล์ร้อนของเครื่องปรับอากาศที่ถูกปล่อยสู่บรรยากาศกลับมาใช้ในการผลิตน้ำร้อนโดยไม่ใช้พลังงานไฟฟ้า ทำให้น้ำร้อนมาใช้งานโดยไม่ต้องเสียค่าไฟ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของเครื่องปรับอากาศได้ เนื่องจากมีถังเก็บน้ำที่มีอุปกรณ์แลกเปลี่ยนความร้อนติดตั้งอยู่ ผลิตจากวัสดุที่เหมาะสม คุณภาพสูง มีความสวยงามแข็งแรง ทนทาน ปลอดภัยต่อการใช้งาน มีประสิทธิภาพในการถ่ายเทและเก็บกักความร้อนได้ดี สามารถติดตั้งได้กับเครื่องปรับอากาศทุกประเภท



ขนมคางกุง โอคุสโน้  
ผลงานที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ  
ด้านเศรษฐกิจ



การนำเอาส่วนที่เป็นคางกุง ที่คนมองข้ามมาพัฒนาแปรรูปให้เป็นของขบเคี้ยวที่มีคุณค่าทางอาหาร มีแคลเซียมสูงถึง 741 มิลลิกรัมต่อห่อและมีโคโตซานโคติน ที่ช่วยลดคอเลสเตอรอลในเส้นเลือด เป็นขนมทางเลือกใหม่สำหรับผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน



**จุลินทรีย์เชิงพาณิชย์  
เพื่อสิ่งแวดล้อม  
ผลงานที่ได้รับรางวัล  
รองชนะเลิศอันดับ 1  
ด้านเศรษฐกิจ**



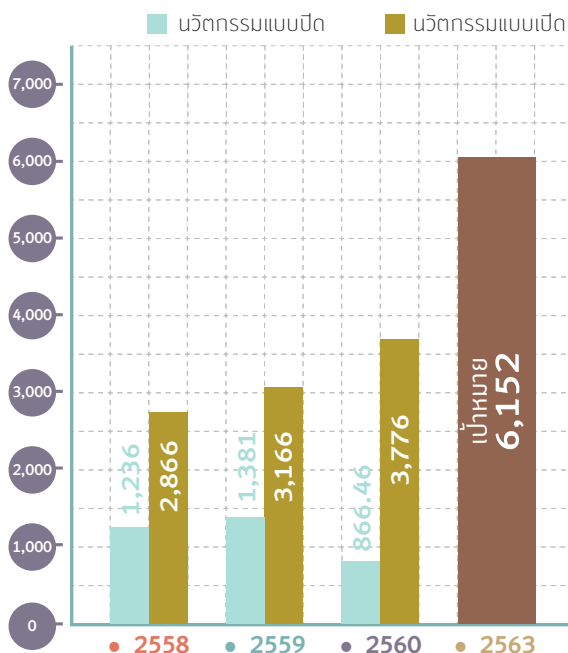
ผลความสำเร็จจากการคัดเลือกเชื้อจุลินทรีย์มากกว่า 100 สายพันธุ์ เหลือเพียง 8 สายพันธุ์พัฒนาต่อยอดจนได้ผลิตภัณฑ์ “สารไบโอ ออร์แกนิก” กว่า 18 ชนิด ซึ่งสามารถย่อยสลายไขมันและน้ำมันให้กลายเป็นคาร์บอนไดออกไซด์กับน้ำ ส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อม สามารถจัดของเสียอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นทางและลดภาระค่าใช้จ่ายการจัดการของเสีย รวมทั้งช่วยแก้ไขปัญหาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สามารถประยุกต์ใช้ได้หลากหลายอุตสาหกรรม ทั้งกลุ่มปิโตรเคมีและไม่ใช้ปิโตรเคมี ในปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมามีได้รับรางวัล Prime Minister Award ในฐานะผู้ส่งออกดีเด่น ด้านผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม และผู้ประกอบการยอดเยี่ยมเอเชียแปซิฟิก Asia Pacific Entrepreneurship



**เครื่องดื่มเกล็ดหิมะ  
ด้วยไมโครเวฟ  
ผลงานที่ได้รับรางวัล  
รองชนะเลิศอันดับ 1  
ด้านเศรษฐกิจ**



**ผลการดำเนินงาน**



เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเย็นในรูปแบบที่เป็น Frozen และเมื่อนำไปอบด้วยเตาไมโครเวฟประมาณ 30 วินาที จะเปลี่ยนเป็นเกล็ดน้ำแข็ง มีรสชาติที่ได้มาตรฐานคงที่ทุกแก้ว โดยยังคงความหอมเหมือนการชงสดและมีเกล็ดน้ำแข็งตามที่ต้องการ สามารถสร้างความหลากหลายในการเลือกบริโภคได้ เช่น ชานมเย็น กาแฟเย็น น้ำผลไม้ น้ำอ้อย เป็นต้น สามารถยืดอายุผลิตภัณฑ์ได้นานถึง 6 เดือน จากการจัดเก็บในตู้แช่แข็ง

- \* นวัตกรรมแบบปิดรวบรวมและประเมินมูลค่าเพิ่มต้องคัดจากโครงการการประกวดนวัตกรรมปลาสูงใหญ่ President Award และ Process Excellence Award
- \*\* นวัตกรรมแบบเปิดรวบรวมและประเมินมูลค่าทางการค้าที่เกิดขึ้นกับระบบเศรษฐกิจของประเทศจากโครงการการประกวดนวัตกรรม 7 Innovation Awards
- \*\*\* ปี 2560 นวัตกรรมส่วนใหญ่ เน้นเรื่องการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น มากกว่าการสร้างรายได้



# สังคมสันติสุข ใส่ใจสิทธิมนุษยชน



“สิทธิมนุษยชน”  
คือสิทธิขั้นพื้นฐานซึ่งทำให้  
บุคคลดำรงชีวิตได้อย่างมีศักดิ์ศรี  
มีสิทธิ เสรีภาพ และเสมอภาค โดยปราศจาก  
ทั้งความคิดและการกระทำที่ล่วงละเมิดต่อกัน  
ปัจจุบันประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนนับเป็นประเด็นหนึ่ง  
ที่ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย  
 (“บริษัท”) ในฐานะผู้นำธุรกิจค้าปลีกอาหาร  
ของประเทศและภูมิภาค ซึ่งถือเป็นผู้เชื่อมต่อ  
ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคเข้าด้วยกัน  
ขอมีส่วนร่วมส่งเสริมสิทธิมนุษยชน  
ตามหลักสากล



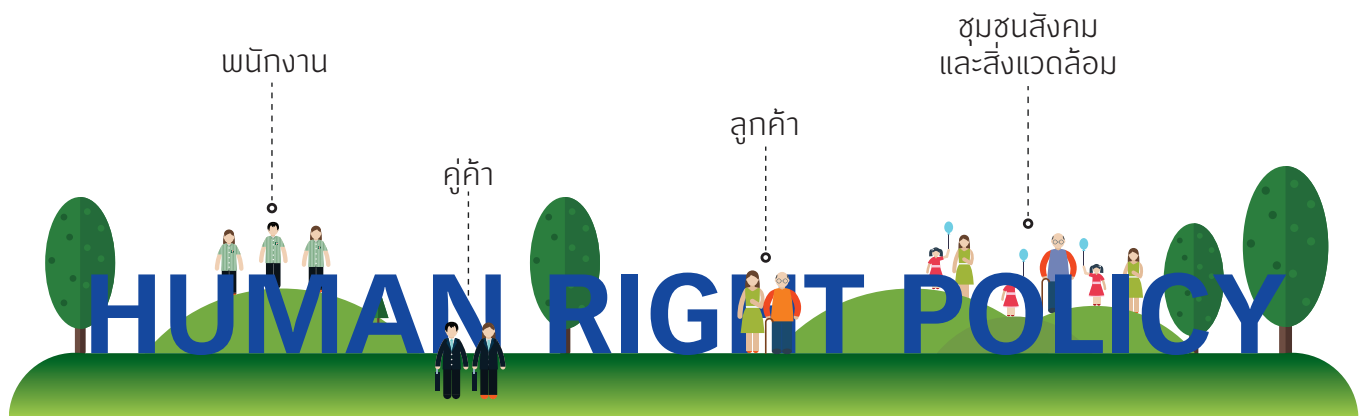
ภายใต้ความมุ่งมั่นการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม บริษัทได้ยึดหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights – UNGP) ร่วมกับหลักการ “Ruggie Framework” ว่าด้วยการปกป้องสิทธิ การเคารพสิทธิ และการเยียวยาผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกิดขึ้น (Protect, Respect, and Remedy) เป็นแนวปฏิบัติด้านการจัดการสิทธิมนุษยชนขององค์กร

จากแนวปฏิบัติดังกล่าว บริษัทได้มีการกำหนดความมุ่งมั่นด้านสิทธิมนุษยชนผ่านนโยบาย และกระบวนการติดตามสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) เพื่อสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชนจากกิจกรรมของบริษัท ตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เพื่อส่งเสริมสิทธิมนุษยชนผ่านการดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมและช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า และป้องกันผลกระทบทางลบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการดำเนินธุรกิจภาพรวม เช่น การมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ไม่ปลอดภัย

ในสถานประกอบการ การปล่อยมลภาวะซึ่งส่งผลกระทบต่อสิทธิของประชาชนในชุมชน จนกระทั่งถึงการละเมิดสิทธิมนุษยชนทางอ้อมผ่านการกระทำของคู่ค้า และผู้รับเหมา เช่น การใช้แรงงานเด็กและแรงงานบังคับในห่วงโซ่อุปทาน

## นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Policy)

บริษัท ได้ประกาศนโยบายระดับกลุ่มด้านสิทธิมนุษยชนในปี 2560 ซึ่งแสดงถึงความมุ่งมั่น ด้านการดำเนินธุรกิจตรงตามหลักการสิทธิมนุษยชนสากลอันประกอบด้วยหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights) หลักการของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) และอนุสัญญาที่เกี่ยวข้องด้านสิทธิแรงงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) โดยนโยบายดังกล่าวครอบคลุมตั้งแต่การดำเนินธุรกิจของบริษัท คู่ค้าธุรกิจ ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน



### นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

**วัตถุประสงค์**  
เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นด้านการป้องกันความเสี่ยงต่อการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากการดำเนินกิจกรรมของบริษัท พร้อมทั้งส่งมอบความคาดหวังไปยังบริษัทย่อย และคู่ค้าทางธุรกิจ ให้มีการปฏิบัติตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทอย่างเคร่งครัด



## กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence)

ในปี 2560 บริษัท ได้ริเริ่มจัดทำกระบวนการติดตามสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านเป็นปีแรกโดยยึดหลักการสากลเป็นแนวทางปฏิบัติ หนึ่งในขั้นตอนสำคัญภายหลังบริษัทแสดงออกถึงความมุ่งมั่นเชิงนโยบายคือการประเมินผลกระทบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment) โดยบริษัท จำเป็นต้องระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่คุณค่า และวิเคราะห์ผลกระทบของความเสี่ยงดังกล่าวต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพร้อมทั้งจัดลำดับความสำคัญของ

ประเด็นความเสี่ยงในระดับองค์กรโดยการประเมินในปีแรกมีขอบเขตครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่าของ 3 หน่วยธุรกิจหลักและหน่วยสนับสนุน ได้แก่

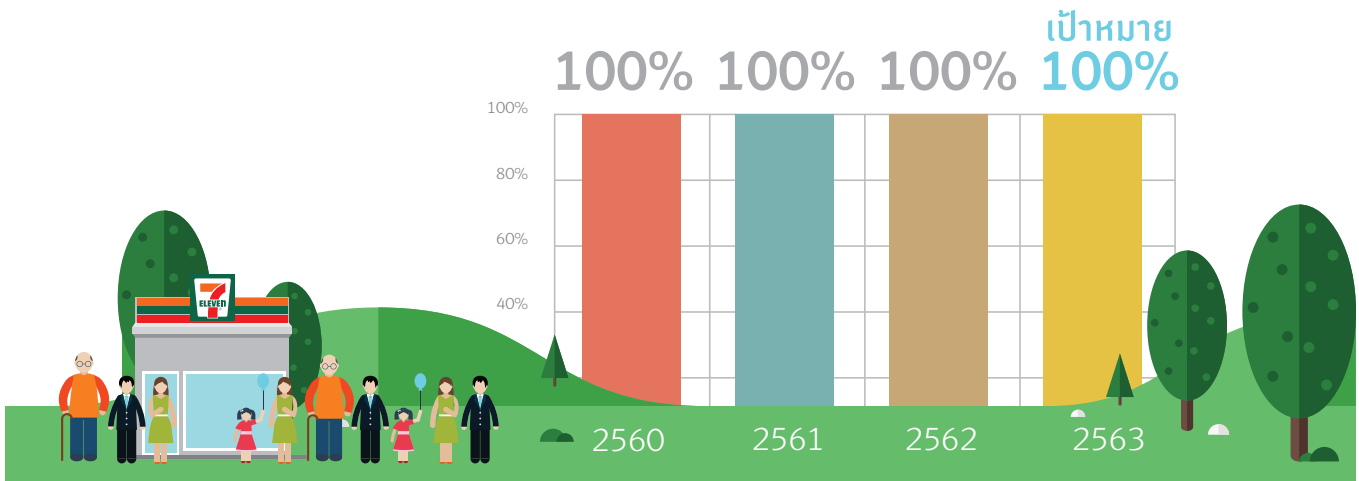
- บริการร้านสะดวกซื้อ
- บริการด้านค้าส่ง
- บริการผลิตและจำหน่าย เบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง
- ศูนย์จำหน่ายสินค้า

บริษัท มีแผนการขยายผลการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนไปจนครบทุกหน่วยธุรกิจของบริษัท ภายในสิ้นปีนี้

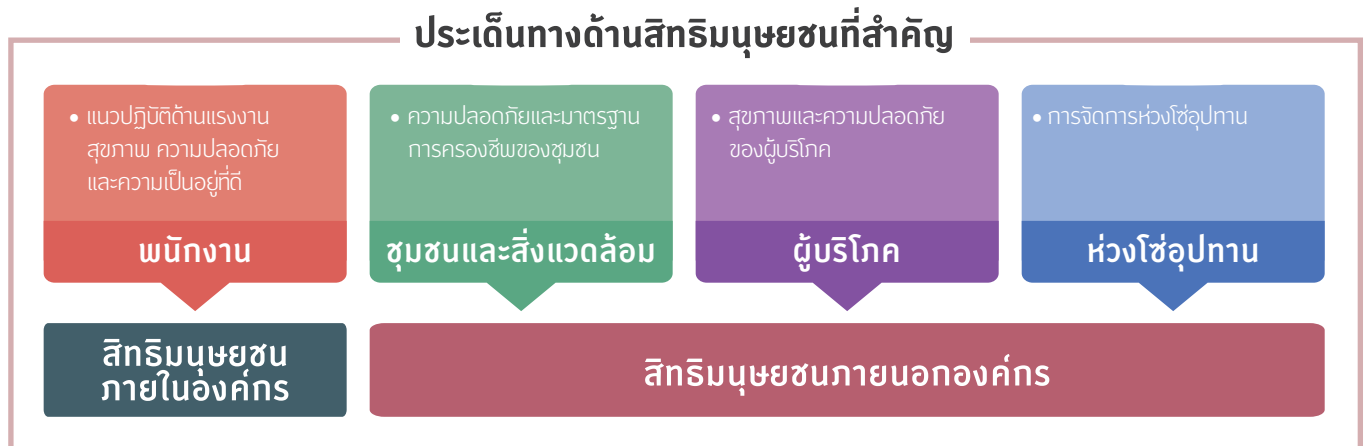
## กระบวนการติดตามสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



## การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ในทุกหน่วยธุรกิจ และพื้นที่ดำเนินการ



ในปี 2560 บริษัทประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนทั้งหมด 8 หน่วยธุรกิจหลัก ครอบคลุมร้อยละ 100 ของพื้นที่ดำเนินการ โดยบริษัทมีเป้าหมายในการรักษาการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนให้ครอบคลุมหน่วยธุรกิจหลักอย่างต่อเนื่องในปี 2563 โดยผลของการประเมินพบว่าประเด็นทางด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ (Salient human rights issues) ซึ่งมีความเสี่ยงที่เหลืออยู่ (Residual risk) ในระดับสูงของ 3 หน่วยธุรกิจในเบื้องต้น ได้แก่



ทั้งนี้ บริษัท ได้กำหนดแนวทางบริหารและจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนโดยมีการคำนึงถึงสิทธิของกลุ่มเปราะบาง (Vulnerable groups) เช่น ผู้ผลิตขนาดเล็ก กลุ่มผู้หญิงและเด็ก แรงงานอพยพ ชนพื้นเมือง ผู้พิการ และผู้สูงอายุ ซึ่งมีทั้งในเชิงนโยบายและแนวปฏิบัติเชิงคุ้มครองและป้องกัน สรุปได้ดังนี้

### สิทธิมนุษยชนภายในองค์กร

บริษัท เชื่อมั่นอย่างยิ่งว่าพนักงานทุกคนควรได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมเหมาะสม โดยไม่แบ่งแยกเพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา และลักษณะทางกายภาพของร่างกาย รวมทั้งได้รับสภาพการทำงานอย่างยุติธรรมและปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็นชั่วโมงการทำงาน ชั่วโมงเวลาการพัก ค่าจ้าง สภาพแวดล้อมการทำงาน และสวัสดิการทางสังคมต่างๆ ทั้งนี้ บริษัท ได้มีการกำหนดแนวปฏิบัติที่อยู่ในรูปแบบของจริยธรรมสำหรับพนักงาน ข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน จนกระทั่งถึงมาตรฐานทางด้านอาชีวอนามัย

และความปลอดภัยในการทำงาน เพื่อมุ่งลดความเสี่ยงด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชนประเด็นดังกล่าวในระดับองค์กร นอกจากนี้ บริษัท ยังมีการดำเนินงานในเชิงรุกเพื่อป้องกันผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นจากการจ้างแรงงาน โดยบริษัท มีนโยบายชัดเจนในการไม่สนับสนุนการจ้างแรงงานเด็ก แรงงานบังคับ และแรงงานอพยพที่ผิดกฎหมายในสถานประกอบการ และครอบคลุมไปถึงห่วงโซ่อุปทาน โดยปัจจุบันเริ่มมีการนำเอาเกณฑ์ด้านความยั่งยืน ซึ่งรวมด้านการห้ามใช้แรงงานที่ผิดกฎหมาย เป็นหนึ่งในเกณฑ์การประเมินและคัดเลือกคู่ค้า ผู้รับเหมา นอกจากนี้ บริษัท จัดให้มีการฝึกอบรมตัวแทนพนักงานบริหารจัดการความเสี่ยงของแต่ละแผนก (Risk Champion) ด้านแนวปฏิบัติและการระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในกิจกรรมที่แต่ละแผนกรับผิดชอบ และบริษัทจะมีการขยายการอบรมด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการอบรมด้านความยั่งยืนให้แก่พนักงานทุกคนภายในปี 2563 ตามเป้าหมายด้านความยั่งยืนของบริษัท



## สิทธิมนุษยชนภายนอกองค์กร

บริษัท คำนึงถึงและเคารพสิทธิของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอก องค์กรที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท ทั้ง ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภค และคู่ค้าทางธุรกิจ และมีการ

กำหนดมาตรการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนเพื่อลด ความเสี่ยงที่จะนำไปสู่การละเมิดที่อาจเกิดขึ้นได้

## ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอก

| ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน           |  |  |
|-----------------------------------|--|--|
| ผู้บริโภค                         | ชุมชนและสิ่งแวดล้อม                      | ห่วงโซ่อุปทาน  |
| สุขภาพและความปลอดภัย ของผู้บริโภค | ความปลอดภัยและมาตรฐาน การครองชีพของชุมชน | <ul style="list-style-type: none"> <li>สภาพการทำงาน</li> <li>การใช้แรงงานเด็ก</li> <li>การใช้แรงงานบังคับ</li> <li>การใช้แรงงานต่างด้าวผิด กฎหมาย</li> </ul> |

## มาตรการลดความเสี่ยงด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน

|   |  |  |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>ระบบติดตามตรวจสอบมาตรฐานสินค้า</li> <li>ระบบเรียกคืนสินค้าและผลิตภัณฑ์</li> <li>กลไกการรับเรื่องร้องเรียน จากลูกค้า</li> <li>ระบบการตรวจสอบและแก้ไข เรื่องร้องเรียนจากลูกค้า ภายใน 24 ชั่วโมง</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>กลไกรับเรื่องร้องเรียนจากชุมชน โดยมีช่องทางหลัก เช่น เว็บไซต์ อีเมล เฟซบุ๊ก และโซเชียล</li> <li>การพบปะชุมชนเพื่อรับฟังข้อคิดเห็น และข้อกังวล</li> <li>การสำรวจข้อคิดเห็น และข้อกังวล ของชุมชนทุกสามเดือน</li> <li>แผนการจัดการด้านคมนาคมขนส่ง เพื่อลดการก่อให้เกิดการจราจรที่ติดขัด ในชุมชน</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>แนวทางการคัดเลือกคู่ค้า และผู้รับเหมา โดยอาศัยหลักเกณฑ์ด้านความยั่งยืน</li> <li>ข้อกำหนดของผู้ว่าจ้างที่กำหนดชัดเจน เกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และการปฏิบัติอื่นเป็นการละเมิดสิทธิ แรงงานของคู่ค้าและผู้รับเหมา</li> <li>การตรวจสอบด้านการปฏิบัติต่อแรงงาน ของคู่ค้าและผู้รับเหมา</li> <li>การประเมินตนเองของคู่ค้าและผู้รับเหมา เริ่มในปี 2561</li> <li>การอบรมที่เกี่ยวข้องกับอาชีวอนามัย และความปลอดภัยแก่คู่ค้าและผู้รับเหมา</li> </ul> |
|---|--|--|

# เติมความรัก สร้างความเข้มแข็งในชุมชน



การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี  
ของชุมชนโดยรอบที่ธุรกิจได้เข้าไป  
ดำเนินการถือเป็นสิ่งที่ บริษัท ซีพี ออลล์  
จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย  
("บริษัท") ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก  
เนื่องจากชุมชนเป็นทั้งเพื่อนบ้าน ลูกค้า  
และคู่ค้าของบริษัทได้ในเวลาเดียวกัน  
ซึ่งจะสามารถช่วยเหลือเกื้อกูลกัน  
บริษัทจึงตั้งเป้าหมายให้เป็นบริษัทที่ปราศจาก  
ข้อขัดแย้งที่สำคัญในทุกส่วนงาน  
ของการดำเนินธุรกิจและในทุกพื้นที่  
แหล่งดำเนินการของธุรกิจ  
ภายในปี 2563



การตั้งใจตอบสนองต่อข้อห่วงกังวลเป็นส่วนหนึ่งของการสานสัมพันธ์ มุ่งหวังการผสมผสานเป็นส่วนหนึ่งของทุกชุมชนที่บริษัทได้เข้าไปดำเนินการ โดยมุ่งมั่นการดำเนินงานสร้างความแข็งแกร่งและความผูกพันให้ชุมชนทั้งระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หน่วยงานราชการและร้านเซเว่นอีเลฟเว่นอย่างเป็นทางการ โดยกำหนดเป็นแนวทางการดำเนินงานจัดตั้ง ศูนย์สนับสนุนชุมชน ซีพี ออลล์ ศสช. (Community Support Center CSC.) โดยใช้พื้นที่ดำเนินการของบริษัทไม่ว่าจะเป็นร้านสาขาที่มีพื้นที่เหมาะสม และศูนย์กระจายสินค้าเป็นศูนย์แลกเปลี่ยนการเรียนรู้ของชุมชน และหน่วยงานราชการต่างๆ ซึ่งกำหนดพันธกิจหลัก 7 ข้อ ดังนี้

- เผยแพร่ แบ่งปัน องค์ความรู้ในบริษัทสู่ชุมชน
- ตอบสนองสิ่งที่ชุมชนต้องการอย่างสร้างสรรค์ และยั่งยืน
- ต่อยอดเพิ่มจุดแข็งให้ชุมชน
- สานฝัน และสร้างแรงบันดาลใจ ในการกล้าลงมือทำสิ่งใหม่และความดี
- ร่วมแก้ปัญหาชุมชนและสังคม
- สร้างความตระหนักรู้ของชุมชน ถึงความตั้งใจทำงาน เพื่อสังคมอย่างยั่งยืน
- ส่งเสริม และร่วมดำเนินกิจกรรมกับหน่วยงานราชการ เพื่อให้สามารถบรรลุพันธกิจที่ตั้งไว้ บริษัทกำหนดแนวทางการดำเนินงานให้ครอบคลุม การสร้างอาชีพ การส่งเสริมคุณธรรม

และจริยธรรม การส่งเสริมอนามัย ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งความรู้หรือการศึกษา และดำรงสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นผลจากการวิเคราะห์ความต้องการของชุมชนและการศึกษาข้อห่วงกังวลที่ได้รับจากกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและพูดคุยกับชุมชนผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น กล้องรับความคิดเห็นที่ติดตั้งในร้านสาขา สายด่วนและช่องทางออนไลน์ สิ่งเหล่านี้ล้วนแสดงถึงความตั้งใจในการสานความผูกพันระหว่างบริษัทและชุมชน อย่างไรก็ตามพบว่าในบางพื้นที่ ชุมชนมีลักษณะพื้นฐานที่แตกต่าง รวมถึงความต้องการที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถือเป็นขั้นแรกของการสร้างความสัมพันธ์อันดีและยั่งยืน บริษัทยินดีรับฟัง พร้อมป้องกัน แก้ไขประเด็นปัญหาาร่วมกัน และตอบสนองความต้องการของชุมชน

### กรณีตัวอย่าง

**ข้อห่วงกังวลในส่วนของความกลมกลืนของภูมิสถาปัตยกรรมระหว่างร้านและสภาพดั้งเดิมโดยรอบ** บริษัทจึงได้ออกแบบร้านสาขาให้มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและค่านึงถึงสถาปัตยกรรมโดยรอบ โดยสำรวจและจัดกลุ่มพื้นที่ที่มีความอ่อนไหวในกรณีดังกล่าวเพื่อใช้เป็นแนวทางการบริหารจัดการต่อการขยายสาขา



สาขาพิพิธภัณฑสถานพื้นธุมังกร จ.สุพรรณบุรี



สาขาสุริยพงษ์ จ.น่าน

### ข้อห่วงกังวลถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน

บริษัท ได้ตระหนักถึงผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจจนอาจเกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจของบริษัท ซึ่งบริษัทยึดหลักการแข่งขันอย่างเท่าเทียมเป็นธรรม และขอเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เราเชื่อว่าการเกื้อกูลกันระหว่างชุมชนและบริษัทจะนำมาซึ่งความยั่งยืนและมั่งคั่งของประเทศ การมุ่งเน้นการสร้างและส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชนท้องถิ่นเป็นสิ่งที่เราให้ความสำคัญ ตัวอย่างการริเริ่มดำเนินการ บริษัท ได้พิจารณาการจ้างผู้รับเหมาและแรงงานท้องถิ่นในการก่อสร้าง ส่งผลให้เกิดการจ้างงานภายในท้องถิ่นและเกิดความภาคภูมิใจในผลงานที่สำเร็จของชุมชน ซึ่งบริษัทมีแผนการขยายขอบเขตการจ้างงานไปในส่วนการบำรุงรักษาร้านเซเว่นอีเลฟเว่นอีกด้วย อีกหนึ่งตัวอย่างในการส่งเสริมและการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นในชุมชนที่บริษัทเข้าไปประกอบกิจการ บริษัทได้เริ่มโครงการนำร่องเป็นช่องทางในการขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้แก่ชุมชนอีกด้วย เพื่อให้ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เป็นช่องทางในการขยายตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นส่วนหนึ่งที่จะส่งเสริมให้เศรษฐกิจและชุมชนเข้มแข็งยั่งยืน โดยโครงการยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นในการส่งเสริมและพัฒนาความร่วมมือของทั้งผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและผู้ผลิตรายย่อย และปรับปรุงแนวทางการดำเนินงาน ศึกษาการเพิ่มความเป็นไปได้และขยายผลทางธุรกิจ นอกจากนี้บริษัทได้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยจัดให้มีโครงการ เอสเอ็มอีไทยยั่งยืน ตั้งแต่

ปี 2559 และจัดต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ในปี 2560 โดยพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการรายย่อยและผู้ผลิตสินค้าที่นำวัตถุดิบจากชุมชนมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ ภายใต้ความร่วมมือกับบริษัท ในการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์แนวใหม่ เช่น น้ำพริกกะปิสด ที่พัฒนาจากน้ำพริกแห้งบรรจุของ มาเป็นน้ำพริกกะปิปรุงสดพร้อมทาน เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภค เพิ่มปริมาณการใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น

โดยภาพรวมแล้วสินค้าท้องถิ่นที่ดำเนินการปรับปรุงสินค้าบรรจุภัณฑ์ และเข้าถึงช่องทางจัดจำหน่ายของร้านสะดวกซื้อ จะสามารถเพิ่มยอดขายได้กว่า 290%





นอกเหนือจากการริเริ่มข้างต้น บริษัทยังทำการสำรวจสภาพเศรษฐกิจระดับครัวเรือน ทั้งก่อนและหลังการตั้งร้านเซเว่นอีเลฟเว่น พร้อมทั้งวิเคราะห์หาแนวทางส่งเสริมที่เหมาะสมผ่านการดำเนินงานโครงการที่หลากหลาย เช่น

- โครงการ "ทุนสานฝัน เพื่อลูกหลานโซ่ห่วย" เป็นโครงการส่งเสริมการศึกษาให้กับเยาวชนบุตรหลานและลูกจ้จ้านร้านโซ่ห่วย ได้มีโอกาสเข้าศึกษาฟรีในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขางานธุรกิจค้าปลีก โดยสามารถนำความรู้ด้านธุรกิจค้าปลีกที่ได้รับ ไปเป็นแนวทางพัฒนาธุรกิจของตนเองอย่างยั่งยืน ผู้ที่ได้รับทุนสามารถเข้าศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ หรือศูนย์การเรียนรู้ปัญญาภิวัฒน์ ซึ่งมีมากถึง 20 แห่งทั่วประเทศ
- โครงการสัมมนาให้ความรู้แก่เอสเอ็มอี โซ่ห่วยทั่วประเทศ ในหัวข้อ "สร้างธุรกิจเอสเอ็มอี ให้โตอย่างยั่งยืน" ที่ได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2551 และในปี 2560 ได้ดำเนินการเพิ่มเติมที่จังหวัดนครสวรรค์ บุรีรัมย์ ลำปาง และตรัง มีผู้เข้าร่วมจำนวนกว่า 1,000 ราย รวมถึงได้ดำเนินการให้ความรู้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ในการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ เอสเอ็มอี ร้านโซ่ห่วย และผู้ที่สนใจทั่วประเทศ

สำหรับการดำเนินการเพื่อความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนของหน่วยธุรกิจอื่น ยังคงเป็นไปในแนวทางเดียวกับหลักการทั้ง 5 ข้อ ที่สะท้อนผ่านการดำเนินการกิจกรรมเพื่อสังคมโดยใช้ความถนัดของหน่วยธุรกิจนั้นเป็นแกนของโครงการ เช่น

- การลดข้อขัดแย้งและสานสัมพันธ์เสมือนเป็นพี่เป็นน้องกับบริษัทข้างเคียง บริษัท ซีพีแรม จำกัด (กิจการเบเกอรี่) ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จัดให้มีการพบปะผู้บริหารของบริษัทข้างเคียง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับฟังปัญหา ข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ รวมถึงความต้องการและความคาดหวัง ปีละ 2 ครั้ง ในปี 2560 เพิ่มความถี่เป็นไตรมาสละครั้ง พบว่าความต้องการและความคาดหวังที่สำคัญ 3 อันดับแรก คือ 1.การจราจรคับคั่ง/กีดขวาง 2.การจอดรถหน้าบริษัทข้างเคียง 3.คน/ร้านค้าขายหน้าโรงงาน ภายหลังจากที่บริษัทรับทราบความคาดหวัง จึงได้กำหนดแนวทางแก้ไขและป้องกันผ่านโครงการจัดสรรการจราจร จัดโซนในการจอดรถเป็น 4 โซน สำหรับผู้บริหาร ฝ่ายการตลาดและฝ่ายขาย พนักงาน และ คู่ค้า (Supplier) รวมถึงโครงการเปิดบ้านขายสินค้าสวัสดิการให้กับพนักงานบริษัทข้างเคียง ได้ซื้อสินค้าในราคาสวัสดิการ ผลจากการดำเนินการ





- ดังกล่าวส่งผลให้ความพึงพอใจของบริษัทข้างเคียงในปี 2560 เพิ่มขึ้นจาก 84.67% เป็น 88.03%
- โครงการความร่วมมือระหว่างร้านขายยา eXta สำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร โรงพยาบาลวชิรพยาบาล จัดให้มีการตรวจสุขภาพเบื้องต้นและให้ความรู้ขั้นพื้นฐานให้กับชุมชน เช่น โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง เป็นต้น โดยมีการส่งเสริมให้ชุมชนตระหนักถึงการใส่ใจเพื่อดูแลสุขภาพของตนเอง และสามารถเข้าถึงการบริการทางการแพทย์ โดยมีหน่วยแพทย์เคลื่อนที่เข้าตรวจชุมชนในพื้นที่สำนักเขตที่เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งในปี 2560 ที่ผ่านมามีประชาชนเข้ารับการตรวจบริการทางการแพทย์ จำนวน 288 ราย

จากการริเริ่มและประสบการณ์ทำงานของบริษัทในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในทุกพื้นที่โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับชุมชนโดยรอบที่บริษัทเข้าไปดำเนินการทั้งร้านสาขา ศูนย์กระจายสินค้า และโรงงาน บริษัทได้ผนวกแนวทางการตอบสนองความต้องการของชุมชนเข้าเป็นหนึ่งในแนวทางการขยายร้านสาขา โดยยึดมั่นหลักการดำเนินการลดข้อขัดแย้งและสร้างการยอมรับจากชุมชนทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

- การดำเนินธุรกิจบนหลักคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์ เป็นธรรม
- การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ลดภาวะโลกร้อน
- การส่งเสริมการศึกษา พัฒนาเยาวชน พัฒนาชุมชน และสังคม
- การยกระดับคุณภาพชีวิต ศาสนา และความเป็นอยู่ของประชาชน
- การช่วยเหลือเมื่อประสบภัยพิบัติ

หลักการทั้ง 5 ข้อนี้ได้ถูกนำมาใช้ประกอบการพิจารณาในการตั้งร้านเซเว่นอีเลฟเว่นสาขาใหม่ประกอบกับการเคารพกฎระเบียบเฉพาะของท้องถิ่นรวมถึงวิถีประชา โดยถือว่าชุมชนเป็นเพื่อนบ้านที่เราจะช่วยเหลือกันและป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด โดยสามารถสรุปขั้นตอนการทำงานหลักในการตั้งร้านสาขาดังนี้





# ส่งมอบคุณภาพที่ดีที่สุด ตลอดห่วงโซ่อุปทาน



ปัจจุบันการดำเนิน  
ธุรกิจบนพื้นฐานของ  
ความยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัย  
ความร่วมมือจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย  
ในการรวมพลังกันผลักดันเพื่อให้เกิด  
การเปลี่ยนแปลง โดยมุ่งเน้นการยกระดับ  
คุณภาพชีวิตของสังคมและชุมชน  
ตลอดจนการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม  
รวมถึงการมีหลักธรรมาภิบาลที่ดี  
ในการทำกับและขับเคลื่อนองค์กร  
ไปสู่เป้าหมายในระยะยาว

การบริหารห่วงโซ่อุปทานถือเป็นกุญแจและยุทธศาสตร์สำคัญที่จะส่งผลสำเร็จทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ระบบห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพจะประกอบด้วยผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และผู้บริโภคที่เชื่อมต่อกันโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น กอปรกับการดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมและมีความรับผิดชอบต่อทุกฝ่าย ขณะเดียวกันแต่ละองค์ประกอบในระบบห่วงโซ่อุปทานจะยังคงต้องร่วมกันค้นหาและเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง ความท้าทาย รวมถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างต่อเนื่อง บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย (“บริษัท”) ตระหนักและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าซึ่งถือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่จะต้องมีการพัฒนาระดับศักยภาพลูกค้า เพื่อพร้อมเติบโตร่วมกันไปในระยะยาว นอกเหนือจากการดำเนินการผลิตและส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและมีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจนเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปอันเป็นเป้าหมายทางธุรกิจแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญต่อหลักการและประเด็นความยั่งยืนโดยถือเสมือนเป็นวาระและเป้าหมายสำคัญที่จะช่วยเสริมความแข็งแกร่งตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัทอีกด้วย นับเป็นความภาคภูมิใจและตอกย้ำปรัชญาขององค์กรที่ว่า เราปรารถนารอยยิ้มจากลูกค้า ด้วยทีมงานที่มีความสุข

ในปี 2560 บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายและเป้าหมายการดำเนินงานของลูกค้าเพื่อส่งเสริมและสร้างความเชื่อมั่นในการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน จากนโยบายและเป้าหมายการพัฒนา

อย่างยั่งยืน บริษัทได้นำมากำหนดเป็นนโยบายการจัดหาอย่างรับผิดชอบรวมถึงจัดทำคู่มือจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าและแนวทางปฏิบัติฯ พร้อมทั้งแต่งตั้งคณะกรรมการคัดเลือกสินค้าทำหน้าที่กำกับดูแลการพิจารณาและคัดเลือกสินค้าเข้าจำหน่ายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น อีกทั้งป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการสรรหา ตลอดจนดูแลการใช้หรือการเข้าถึงข้อมูลจำเพาะที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการจัดซื้อจัดจ้างให้เป็นไปอย่างถูกต้อง โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้จากแนวนโยบายดังกล่าว บริษัทได้จัดทำแผนดำเนินการเผยแพร่และสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้ารายสำคัญลำดับที่ 1 เพื่อสร้างความเข้าใจ อีกทั้งมีความคาดหวังให้คู่ค้าสามารถนำไปประยุกต์ใช้และขยายผลไปยังคู่ค้าและผู้รับเหมาช่วง โดยมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความตระหนักที่มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม และยกระดับมาตรฐานตลอดห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้บริษัทยังกำหนดแผนงานสนับสนุนและช่วยเหลือคู่ค้าเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุความคาดหวัง ตลอดจนแนวทางการลดความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทานดังที่ได้ประกาศผ่านนโยบายในการนี้บริษัทจะดำเนินการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ความเข้าใจและผนวกแนวทางการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำงานในระบบการบริหารห่วงโซ่อุปทานภายใต้ความร่วมมือร่วมใจจากหน่วยงานต่างๆ ของบริษัท อาทิ ฝ่ายจัดซื้อของแต่ละหน่วยธุรกิจ ฝ่ายบริหารการตลาด และฝ่ายพัฒนาและประกันคุณภาพ ตั้งแต่กระบวนการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบไปจนถึงการสร้างความรู้ผูกพันกับคู่ค้า ดังภาพ

สร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

ความร่วมมือทางธุรกิจ

การสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า



การพัฒนาคู่ค้า



การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน



การสร้างความรู้ความผูกพันกับคู่ค้า



กลยุทธ์และแผนการบริหารสินค้า

สรรหาและคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพและปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องรวมถึงการคัดเลือกโดยพิจารณาถึง

- ความสามารถในการผลิต
- คุณภาพ
- ความปลอดภัยของอาหาร
- ความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับ
- การดำเนินงานด้านความยั่งยืน

ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าในกระบวนการจัดหา และการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ผลิตขั้นต้น เช่น กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์ เป็นต้น

ประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ

สร้างความรู้ความผูกพันและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับคู่ค้าตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน การให้สิทธิพิเศษด้านต่างๆ เพื่อตอบแทนผลการดำเนินงานรวมถึงด้านความยั่งยืนที่ดี

ผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

สรรสร้างนวัตกรรม

ระบบการบริหารห่วงโซ่อุปทานของ ซีพี ออลล์



ในปีเดียวกันบริษัทย่อย ได้มีการดำเนินการเพื่อให้เกิดการปฏิบัติที่เป็นธรรมและยั่งยืน เช่น บริษัท ไคนามิค แมนเนจเม้นท์ จำกัด ได้มีการแจกคู่มือการปฏิบัติงานที่ดีในการขนส่งสินค้าควบคุมอุณหภูมิ กำหนดมาตรฐานการตรวจสอบรถขนส่ง โดยครอบคลุมถึงความปลอดภัย อาชีวอนามัย และระดับมลพิษ รวมถึงการตรวจสอบการใช้แรงงานเด็กในภาคขนส่งอีกด้วย บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ซีพีแรม จำกัด ได้พัฒนาปรับใช้แนวปฏิบัติดังกล่าวให้มีความจำเพาะเจาะจงกับลักษณะธุรกิจ และได้เริ่มสื่อสารนโยบายและความคาดหวังไปยังลูกค้า

ในปี 2560 บริษัทเริ่มมีการนำประเด็นด้านความยั่งยืน ซึ่งครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล มาประกอบการประเมินคุณค่าทั้งกลุ่มลูกค้าปัจจุบันและการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ นอกจากนี้ยังได้ดำเนินการจัดแบ่งกลุ่มลูกค้าตามประเภทและลำดับความสำคัญ เพื่อนำมากำหนดความเข้มข้นของการส่งเสริมและสร้างความตระหนักรู้ โดยแบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเชิงกลยุทธ์ คู่ค้าที่ร่วมโครงการพิเศษกับบริษัท รวมถึงกลุ่มลูกค้าอื่นๆ อาทิ คู่ค้าที่มีความเสี่ยงต่อผลกระทบทั้งด้านธุรกิจและความยั่งยืน เป็นต้น



### แนวทางการบริหารจัดการคู่ค้าที่มีความเสี่ยงทางด้านความยั่งยืน

ในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินการจัดทหาย่างรับผิดชอบนั้น บริษัทให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผ่านนโยบายและเป้าหมายการพัฒนายั่งยืน โดยดำเนินการประเมินการจัดทหายัตถุติบจากแหล่งผลิต หรือผลิตภัณฑ์ที่มาจากแหล่งผลิตที่ไม่บุกรุกทำลายป่าไม้และทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล ตลอดจนให้การส่งเสริมและสนับสนุนโครงการปกป้องและฟื้นฟูแหล่งที่อยู่ตามธรรมชาติตามความเหมาะสม พร้อมทั้งได้กำหนดเป้าหมายการจัดทหาย่างยั่งยืนดังนี้

**100% ของคู่ค้าธุรกิจหลักลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers)**  
ได้รับการตรวจประเมินด้านความยั่งยืน และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ภายในปี 2563

ทั้งนี้ ผลจากการตรวจประเมิน จะถูกนำไปพิจารณาเพื่อจัดทำโปรแกรมช่วยเหลือปรับปรุง และติดตามตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าสามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทได้อย่างยั่งยืน

ตามที่บริษัทกำหนดให้มีการสื่อสารนโยบายแนวทางการจัดทหาย่างยั่งยืน และแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าธุรกิจและร้องขอการตอบรับนั้น ปัจจุบันบริษัทมีแผนสื่อสารและทำความเข้าใจผ่านการสัมมนาและได้รับการตอบรับ 100% นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายส่งเสริมและให้ความสำคัญในการใช้วัตถุดิบที่หาได้ภายในประเทศที่กิจการตั้งอยู่เป็นลำดับแรกเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศและลดการใช้พลังงานและการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งจากการเผาไหม้และสารทำความเย็นที่ใช้ในการขนส่งซึ่งปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ต่อคู่ค้าในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

| บริษัทย่อย   | สินค้า/วัตถุดิบ | บรรจุภัณฑ์ |
|--|-----------------|------------|
| บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)<br>(เซเว่นอีเลฟเว่น) | 100%            | 100%       |
| บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)                     | 96.9%           | 100%       |
| บริษัท ซีพีแรม จำกัด<br>(กิจการอาหารพร้อมรับประทาน)  | 97.4%           | 100%       |
| บริษัท ซีพีแรม จำกัด<br>(กิจการเบเกอรี่)             | 100%            | 100%       |
| บริษัท ทเวนตีไฟร์ซอปปิง จำกัด                        | 100%            | 100%       |

\*ยอดการใช้จ่ายพิจารณาเฉพาะขอบเขตของประเทศไทย

ภายใต้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนและการยกระดับส่งเสริมความเข้มแข็งของคู่ค้า ส่งผลให้สามารถรักษาสัมพันธ์อันดีระหว่างคู่ค้าและบริษัท เช่น หนึ่งในกลุ่มคู่ค้าที่สำคัญกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง พบว่ามีระดับความพึงพอใจและความผูกพันของคู่ค้าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

| ปี   | ระดับความพึงพอใจ (%) | ระดับความผูกพัน (%) |
|------|----------------------|---------------------|
| 2557 | 46                   | 77                  |
| 2558 | 67                   | 80                  |
| 2559 | 94                   | 88                  |
| 2560 | 91                   | 94                  |

### การดำเนินงานที่โดดเด่น

เพื่อให้บริษัทบรรลุผลตามนโยบายและเป้าหมายการพัฒนาย่างยั่งยืนในการประเมินการจัดทหายัตถุติบหรือผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตที่ไม่บุกรุกทำลายป่าไม้และทรัพยากรทางทะเล รวมถึงสนับสนุนโครงการปกป้องและฟื้นฟูแหล่งที่อยู่ตามธรรมชาติ บริษัทมีการร่วมมือกับคู่ค้าในการดำเนินการโครงการต่างๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายที่กล่าวมา อาทิ

### โครงการผลิตลูกปิ่นญี่ปุ่น เพื่อปล่อยแหล่งน้ำธรรมชาติ หรือโครงการธนาคารปู

ปัจจุบันความต้องการเนื้อปูมีปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ปูในธรรมชาติไม่สามารถเกิดทดแทนได้ทันกับปริมาณที่ถูกจับมาใช้ประโยชน์ จึงอยู่ในสภาพถดถอยบริษัทจึงมีแนวคิดในการอนุรักษ์พันธุ์ปูม้าโดยกำหนดเป้าหมายในการปกป้องแหล่งทรัพยากรทางทะเลทั้งในพื้นที่ฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน เพื่อช่วยให้บริษัทป้องกันแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบปู เพื่อการคงไว้ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติไม่ให้สูญหายและส่งเสริมผู้ผลิตรายย่อย (ชาวประมงพื้นบ้าน) ให้สามารถทำประมงได้อย่างยั่งยืน

วัตถุดิบปู ซึ่งถือเป็นหนึ่งในวัตถุดิบที่สำคัญของโรงงานผลิตของบริษัท ซีพีแรม จำกัด และเป็นส่วนประกอบของเมนูอาหารพร้อมรับประทานในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ถึง 7 รายการ ซึ่งมียอดขายถึง 575 ล้านบาท ในปี 2560



โครงการธนาคารปู เป็นโครงการริเริ่มเพื่ออนุรักษ์และเพิ่มจำนวนพันธุ์ปูในพื้นที่โดยการฟักไข่จากตบปีงของแม่ปูม้าที่มีไข่นอกกระดองเพื่อส่งเสริมการทำประมงในเชิงอนุรักษ์ สร้างจิตสำนึกในการทำการประมงปูม้าอย่างมีจรรยาบรรณ และความรับผิดชอบ เพื่อสร้างจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยมีการส่งเสริมผู้ส่งมอบในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การนำแม่ปูม้าที่มีไข่แก่ติดหน้าท้องมาฝากไว้ในกระชังที่อยู่ในทะเล เพื่อรอการฟักเป็นตัวอ่อนและอนุบาลภายในกระชัง รอการปล่อยลงสู่ชายฝั่งทะเลจนเติบโตเป็นปูม้าขนาดใหญ่ต่อไป

ผลที่ได้รับคือเป็นการอนุรักษ์ปูม้าและการเพิ่มปริมาณปูในธรรมชาติส่งผลให้ผู้ผลิตรายย่อยสามารถประกอบอาชีพอย่างยั่งยืน ลูกปูม้าก็จะเจริญวัยกลับมาเป็นวัตถุดิบสร้างผลกำไรคืนสู่โรงงานแปรรูปวัตถุดิบและชาวประมง

สามารถคืนลูกปูกลับให้ธรรมชาติประมาณ **48,384,000 ตัว/ปี**  
(ปริมาณการใช้วัตถุดิบเนื้อปูเฉลี่ย **8,024,390 ตัว/ปี**)

# สร้างสรรค์คุณค่า เพื่อสังคมส่วนรวม



บริษัท ซีพี ออลล์  
จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย  
("บริษัท") มุ่งมั่นเป็นบริษัทต้นแบบ  
ของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง  
ที่สร้างความยั่งยืนสู่สังคม ผ่านการดำเนินธุรกิจ  
ที่ดีและกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อสังคม  
และชุมชนโดยรวม จึงมุ่งสร้างรากฐานความยั่งยืน  
ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง  
และทิศทางด้านความยั่งยืนในระดับสากล  
ขององค์การสหประชาชาติ ควบคู่ไปกับ  
การพัฒนาสู่ความเป็นเลิศ  
ขององค์กร



บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของบริษัทในการ “เป็นองค์กรที่อำนวยความสะดวกให้ทุกชุมชน สังคมมีความกินดีอยู่ดี มีความสุข” โดยกลยุทธ์ระยะยาว ปี 2561-2565 จะดำเนินการภายใต้แนวทาง “Build Trust and Create Shared Value” การดำเนินงานที่สำคัญภายใต้แนวทางการบริหารจัดการดังกล่าว บริษัทได้ประกาศนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าทางสังคมผ่านการประกอบธุรกิจที่เป็นธรรม การส่งเสริมความมั่นคงทางอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกร ชาวประมง ผู้ประกอบการและผู้ผลิตรายย่อย ผ่านการใช้ความสามารถทางธุรกิจของบริษัท และเพื่อร่วมผลักดันให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals: SDGs)

และการตลาด เพราะบริษัทตระหนักว่าหัวใจในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ระยะยาวต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง คือ การสร้างความสมดุลในพัฒนาการของชุมชน หรือการสร้างคุณค่าให้แก่สังคม

**เกษตรกร หรือผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงกลุ่มเปราะบาง จำนวน 10,000 ราย ได้รับการส่งเสริมอาชีพและรายได้ ภายในปี 2563**



หนึ่งในแผนการดำเนินการภายใต้กรอบนโยบายที่สำคัญ คือ การประเมินและติดตามผลการดำเนินงานโครงการเพื่อสังคมโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ และผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้น ร่วมกับการศึกษาและประเมินผลกระทบภายนอกทั้ง เชิงบวก และเชิงลบ ที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อใช้ประกอบเป็นแนวทางการพัฒนาโครงการใหม่ๆ และปรับปรุงแนวปฏิบัติสำหรับโครงการเดิมให้มีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดประโยชน์ และสร้างผลกระทบสุทธิเชิงบวกให้สูงที่สุด โดยบริษัทจะเริ่มใช้กระบวนการเหล่านี้กับโครงการกลุ่มเกษตรกรและประมง เป็นโครงการนำร่องในปี 2561

นอกเหนือจากแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันบริษัทได้มีแนวปฏิบัติผ่านการ “เสริม-เพิ่ม-เติม-เต็ม” ในการบ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่โดดเด่นประจำท้องถิ่น โดยให้โอกาสในการทดลองตลาด เรียนรู้ และเพิ่มขีดความสามารถการบริหาร

### โครงการเรียนรู้ คู่อาชีพ เพื่อวิถีเกษตรที่ยั่งยืน

เพราะบริษัททำงานกับเกษตรกรทั่วประเทศไทย บริษัทจึงมีเป้าหมายที่ร่วมทำงานและพัฒนาการเกษตรที่ดี เพื่อการเพาะปลูกที่ยั่งยืน ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ ตั้งแต่ปี 2553 บริษัทมุ่งสร้างความรู้ทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้น การสร้างงานและอาชีพในเกษตรกร ส่งเสริมให้เกษตรกรมีการจัดการทางด้านการเกษตรที่เหมาะสมและปลอดภัยเพิ่มขึ้น รวมไปถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้เกษตรกร

ในปีที่ผ่านมาบริษัทมีส่วนร่วมในการสร้างตลาดชุมชน และการส่งเสริมด้านการเกษตรแก่ชุมชน รวมถึงการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรง โดยบริษัทเข้าสำรวจพื้นที่เพื่อลดและป้องกันความเสี่ยง ส่งเสริมการเพาะปลูกตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice : GAP) รวมไปถึง



การติดตามและให้คำแนะนำแก่เกษตรกรอย่างต่อเนื่องเพื่อช่วยป้องกัน หรือลดความเสี่ยงของการปนเปื้อนที่เกิดขึ้นระหว่างการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว และการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย เหมาะสมต่อการบริโภค และตรงตามความต้องการของตลาด

- **เกษตรกรมีการจัดการที่เหมาะสมและปลอดภัย**  
เกษตรกรได้รับการรับรองมาตรฐานการเพาะปลูกที่ดีและเหมาะสม Good Agricultural Practices (GAP) จำนวน 6 ราย และได้รับการส่งเสริมและแนะนำตามมาตรฐาน Good Agricultural Practices (GAP) 53 ราย

## เกณฑ์เบื้องต้นสำหรับการตรวจประเมินแหล่งผลิตและพื้นที่ทางการเกษตร

| พื้นที่เพาะปลูก                             |                             |                               |                                   |   | แหล่งผลิต แปรรูป ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร |  |                            |                              |                     |
|---|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|---|---------------------------------------|--|----------------------------|------------------------------|---------------------|
| แหล่งน้ำ                                    | พื้นที่ปลูก                 | การใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร | การจัดเก็บวัตถุอันตรายทางการเกษตร | การจัดการกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ | สุขลักษณะของสถานที่ตั้งและอาคารผลิต   | เครื่องมือเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการคิดบรรจุ | การควบคุมกระบวนการคิดบรรจุ | การบำรุงรักษาและการสุขาภิบาล | บุคลากร/พนักงานผลิต |
|   |                             |                               |                                   |   |                                       |  |                            |                              |                     |
| การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว | การบันทึกข้อมูลเอกสารต่าง ๆ | สภาพแวดล้อม                   | การจัดการน้ำเสียและขยะในแปลงปลูก  | แรงงาน  | การเก็บรักษาและการขนส่ง               | การจัดทำบันทึก                                     |                            |                              |                     |
|   |                             |                               |                                   |   |                                       |  |                            |                              |                     |

โครงการเรียนรู้คู่อาชีพ เพื่อวิถีเกษตรที่ยั่งยืนนี้ ช่วยยกระดับมาตรฐานทางการเกษตรให้แก่ชุมชน เกษตรกร และเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรกว่า 150 ครัวเรือน หนึ่งในตัวอย่างความสำเร็จ คือโครงการเกษตรกรส่งเสริมอาชีพเพาะปลูกกะเพรา ซึ่งเป็นโครงการภายใต้การดำเนินการของ บริษัท ซีพีแรม จำกัด เป็นโครงการที่ดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2553 โดยมุ่งหวังสร้างความสัมพันธ์อันดีร่วมกับชุมชนโดยรอบผ่านการผสมผสานองค์ความรู้ด้านการจัดการแปลงเพาะปลูกเข้ากับวิถีชีวิตของเกษตรกร บริษัทได้ทำการให้ความรู้ในการปลูกพืชภายใต้การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสมตามมาตรฐาน GAP สร้างความมั่นคงทางอาชีพให้แก่เกษตรกรซึ่งเป็นผู้ผลิตรายย่อย รวมถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และบริษัทได้รับซื้อผลผลิตในราคาที่เป็นธรรมต่อเกษตรกร มีผู้เชี่ยวชาญเข้ามาช่วยเหลือให้คำแนะนำยามเกิดปัญหา และมีการแลกเปลี่ยนความรู้กันอย่างสม่ำเสมอ ถือเป็นความสำเร็จสร้างรายได้ สร้างความมั่นคงส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของเกษตรกร

### ผลการดำเนินงานโครงการ

- **การสร้างความรู้ทางการเกษตร**  
ผู้เข้าอบรมและศึกษาดูงานแล้ว 1,166 ราย
- **สร้างงานและอาชีพให้กับชุมชน**  
เกิดการจ้างงานในพื้นที่ 90 ราย เกิดการส่งเสริมอาชีพเกษตรกร 6 ราย ส่งเสริมอาชีพ กลุ่มแม่บ้าน 8 ราย
- **เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในชุมชนกว่า 7 ล้านบาทต่อปี**

- **เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย**  
การรับซื้อผลผลิตมูลค่า 6.75 ล้านบาทต่อปี การเปิดพื้นที่ให้เกษตรกรจำหน่ายผลผลิต และการเปิดจองผลผลิตทางการเกษตรทางช่องทางออนไลน์
- **เกิดความริเริ่มสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการร่วมกัน**  
การวางแผนระบบการขนส่งผ่านการใช้แผนที่ดิจิทัล การแปรรูปผลผลิตโดยส่งไปสกัดเป็นน้ำมันหอมระเหย และการพยากรณ์ความต้องการผลผลิตใช้ประกอบการกำวางแผนการเพาะปลูก

### โครงการต้นแบบ: กล้วยหอมทอง

เพราะบริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการสนับสนุนสินค้าจากผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง รวมไปถึงความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค ที่เน้นการรับประทานอาหารที่สะดวก และดีต่อสุขภาพ ในปี 2555 บริษัทจึงริเริ่มโครงการกระจายกล้วยหอมทองสู่ผู้บริโภคผ่านร้านเซเว่นอีเลฟเว่น โดยเป็นการทำงานร่วมกันจากหลายภาคส่วน ทั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อรับซื้อกล้วยหอมทองจากสหกรณ์และเกษตรกรรายย่อย ดำเนินการคัดเลือกและส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ สู่มือผู้บริโภค นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อให้เกิดความสามารถในการต่อรอง และประสิทธิภาพในการดำเนินการ และรับซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มการเกษตรเพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มมีความมั่นคงอีกด้วย อาทิ กลุ่มสหกรณ์การเกษตรปฏิรูปที่ดิน



### การจัดการแปลงเพาะปลูก

- การใช้มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี
- การลงทะเบียนเกษตรกร และการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่ม
- การจำกัดการใช้ยาปราบศัตรูพืชและยาฆ่าแมลง
- การจดบันทึกข้อมูล และวางแผนคาดการณ์กำลังการผลิต



### กระบวนการหลังเก็บเกี่ยว และบรรจุภัณฑ์ และการขนส่งสินค้า

- หลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งและยืดอายุหลังการเก็บเกี่ยว
- การตรวจสอบย้อนกลับ



### เสนอสินค้าทางการเกษตรที่มีคุณภาพ และปลอดภัยสู่ผู้บริโภค

- สินค้าเพียงพอต่อความต้องการ
- ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- ยืดระยะเวลาการวางขายและช่วยลดการสูญเสีย



บ้านต้นมะพร้าว จำกัด ที่เกิดจากการรวมตัวกันของเกษตรกรชาวสวนยางที่ปรับตัวและเปลี่ยนมาปลูกกล้วยหอมทอง

กล้วยหอมทองที่จำหน่ายผ่านร้านเซเว่นอีเลฟเว่นยังคงมียอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การรวมกลุ่มของเกษตรกรมีความเข้มแข็ง มีคุณภาพชีวิตที่ดีมากขึ้นสะท้อนผ่านรายได้ที่มั่นคง และมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดมากยิ่งขึ้น

นอกเหนือจากช่องทางการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น บริษัทได้ส่งเสริมให้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสหกรณ์ พัฒนาคุณภาพสินค้าในแง่ภูมิที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน อาทิ การจัดการและส่งเสริมมาตรฐานพื้นที่เพาะปลูก การส่งเสริมการปลูกกล้วยหอมทองแบบปลอดสารเคมี รวมถึงการให้ความรู้เรื่องการเก็บเกี่ยวและการคัดบรรจุ

ด้วยตระหนักถึงประเด็นสุขภาพทั้งของผู้ปลูก ผู้ค้า และผู้บริโภค ปัจจุบันเรากำลังศึกษา ทดลองนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ ที่ช่วยยืดอายุกล้วยหอมทองให้อยู่นานขึ้น พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูทันสมัย รักษาคุณภาพได้ดียิ่งขึ้น และเอื้อต่อการจัดจำหน่ายสู่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทั่วประเทศ ส่งผลให้สามารถวางจำหน่ายกล้วยหอมทองได้ 4 วัน ซึ่งช่วยลดการสูญเสียได้เป็นอย่างมาก เป็นต้น

โครงการกล้วยหอมทองต้นแบบช่วยเพิ่มรายได้และความมั่นคงให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสหกรณ์ผ่านการทำสัญญาซื้อขาย และการส่งเสริมคุณภาพสินค้า ปัจจุบันมีเกษตรกรรายย่อยเข้าร่วมมากกว่า 1,800 ราย รวมพื้นที่เพาะปลูก 12,970 ไร่

## ชุดโครงการกาแฟเพื่อมวลชนและความยั่งยืน

เป็นชุดโครงการที่เกิดจากการผลักดันของบริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด โดยลักษณะโครงการจะประกอบไปด้วยโครงการที่ช่วยพัฒนาห่วงโซ่อุปทานกาแฟ ตั้งแต่การส่งเสริมความมั่นคงให้แก่ผู้ผลิตรายย่อย ไปจนถึงการสร้างอาชีพและส่งเสริมคุณภาพไปยังผู้บริโภค

### โครงการสร้างป่า

พื้นฐานของปัญหาเกิดจากพื้นที่ป่าไม้ในจังหวัดน่าน ได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าจะมีโครงการปลูกป่าอยู่ทุกปี แต่ไม่สามารถเพิ่มพื้นที่ป่าสีเขียวได้ เนื่องจากปลูกในพื้นที่โล่งและไม่มีคนดูแล จากความร่วมมือกับหน่วยงานราชการเช่น กรมป่าไม้ กรมวิชาการเกษตร กรมพัฒนาที่ดิน กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) ที่ตั้งใจสนองรับสั่งของสมเด็จพระเทพฯ ให้เร่งปลูกป่าและทำให้ชาวบ้านมีรายได้ โดยบริษัทเข้ามาช่วยในการให้เครื่องมือประกอบอาชีพ เช่น เครื่องสีกาแฟ โรงตาก รวมถึงการรับซื้อ เมล็ดกาแฟจากชาวบ้านอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันผลการดำเนินโครงการสามารถสร้างพื้นที่สีเขียวได้กว่า 1,700 ไร่ สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร กว่า 400 ครัวเรือน และได้เมล็ดกาแฟคุณภาพสำหรับร้านกาแฟ “ออลล์ คาเฟ่” (All Café) และร้านกาแฟ “มวลชน”

### โครงการกาแฟสร้างอาชีพ

เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2553 ต่อเนื่องถึงปัจจุบัน โดยเป็นนโยบายการส่งเสริม การศึกษา อักษรูปแบบหนึ่ง เปิดอบรมให้กับผู้สนใจในการประกอบอาชีพขายกาแฟ เป็นประจำทุกเดือน โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เน้นการให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของพื้นฐานการทำธุรกิจร้านกาแฟ ครอบคลุมเนื้อหาตั้งแต่การพิจารณาทำเล ที่ตั้งร้าน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญ การสำรวจตลาดและการเก็บข้อมูลของลูกค้า เพื่อวางแผนและออกแบบการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย นับเป็นการวางรากฐานธุรกิจที่มั่นคง ปัจจุบันมีผู้เข้ารับการอบรมไปแล้วจำนวน 79 รุ่น รวมกว่า 8,500 คน

### โครงการสร้างอาชีพผู้ป่วยจิตเวชศาสตร์คืนสู่สังคม

3 ความร่วมมือจากมูลนิธิโรงพยาบาลสมเด็จพระเจ้าพระยา โดยคุณหญิงเอื้อปราณี ฉัยชวนนท์, สถาบันจิตเวชศาสตร์เจ้าพระยา และบริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด ร่วมพัฒนาการฟื้นฟูผู้ป่วย ณ สถาบันจิตเวชศาสตร์ โดยการจัดตั้งร้านกาแฟหลังคาแดง เพื่อให้ผู้ป่วยฟื้นฟูอาการป่วยจิตเวชและจำหน่ายเครื่องดื่ม โดยนำเงินเข้าสถาบันเพื่อต่อยอดกิจกรรมของสถาบันต่อไป โดย ซีพี รีเทลลิงค์ ร่วมสร้างอาชีพอย่างต่อเนื่องด้วยการรับผู้ป่วยผ่านการรักษาและได้รับการฝึกฝน จากทางสถาบันมาแล้วในระยะเวลาที่ 1-1.5 ปี เข้าทำงานในร้านกาแฟ มวลชน เพื่อให้ผู้ป่วยมีรายได้เลี้ยงดูครอบครัวมีงานทำ และกลับคืนสู่สังคมปกติ

### ขยายผล

### โครงการ 1 บาท ต่อ 1 แก้ว

นอกจากต้องการสร้างอาชีพและรายได้ที่มั่นคงให้กับคนไทยแล้ว บริษัทยังต้องการส่งเสริมความสุขไปสู่สังคม โดยหักรายได้จากการจำหน่ายเครื่องดื่มกาแฟมวลชนทุกแก้วทุกเมนู 1 บาท ต่อ 1 แก้ว มอบเป็นเงินบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ให้กับวัดพระบาทน้ำพุ วัดสวนแก้ว และมูลนิธิสุทธาสินีอนุอินทร์เพื่อเด็กและเยาวชน โดยในปี 2560 ได้บริจาคไปแล้วกว่า 2,150,000 บาท

## โครงการทหารผ่านศึก

เป็นหนึ่งในชุดโครงการเพื่อคนพิการซึ่งบริษัทมีจุดมุ่งหมายในการร่วมส่งเสริม การทำให้เกิดผลกระทบเชิงบวกและสร้างสรรค์แก่สังคม และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ โดยบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการโครงการเพื่อคนพิการ ขับเคลื่อนการดำเนินการส่งเสริมคุณภาพชีวิตคนพิการให้เห็นเป็นรูปธรรมมากกว่าเรื่องพื้นฐานที่สำคัญ ตามกฎหมายกำหนด ตั้งแต่ปี 2556

### ผลการดำเนินโครงการ

โครงการทหารผ่านศึก เป็นโครงการที่ผลักดันให้เกิดการดำเนินงานและผลสำเร็จโดยสำนักประสานรัฐกิจ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายจากการจ้างงานและปฏิบัติตามกฎหมาย โดยพิจารณาขอบเขตงานตามความถนัดของผู้พิการ

### บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ

- ตรวจสอบตรวจสอบสถานการณ์ด้านความปลอดภัยของร้าน เซเว่นอีเลฟเว่น เพื่อป้องกันระวังเหตุ
- เข้าไปประจำหรือเฝ้าระวังสังเกตการณ์เหตุที่เกิดขึ้นที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น และประสานงานให้การช่วยเหลือในกรณีเกิดเหตุ
- ให้คำแนะนำ ขั้นตอนปฏิบัติ แนวทางป้องกันตนเอง เมื่อเกิดเหตุ “ล็อก วิ่ง ชิง ปล้น ก่อวาง หรืออาชญากรรม” แก่พนักงานร้าน

### ผลการดำเนินงาน

จำนวนผู้พิการที่ได้รับการจ้างงาน

|                  |                  |
|------------------|------------------|
| ปี 2557 = 518 คน | ปี 2558 = 539 คน |
| ปี 2559 = 594 คน | ปี 2560 = 649 คน |



## ผลดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน - ด้านสิ่งแวดล้อม

| GRI                           | รายการ  | หน่วย                   | ผลดำเนินการรวม |              |              |                          | หมายเหตุ   |
|-------------------------------|---|-------------------------|----------------|--------------|--------------|--------------------------|--|
|                               |   |                         | 2557           | 2558         | 2559         | 2560                     |  |
|                               | การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก   | tCO <sub>2</sub> e      | 903,379.94     | 1,021,629.79 | 1,131,651.73 | 1,184,068.66             |  |
| GRI 305-1                     | ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขตที่ 1)  | tCO <sub>2</sub> e      | 8,717.07       | 10,596.01    | 8,115.53     | 9,008.51                 |  |
|                               | Fugitive  | tCO <sub>2</sub> e      | 2,795.18       | 3,444.09     | 1,115.46     | 914.04                   |  |
|                               | ก๊าซมีเทนจากระบบบำบัดน้ำเสีย  | tCO <sub>2</sub> e      | 2,795.18       | 3,444.09     | 1,115.46     | 914.04                   | ข้อมูลจากการการใช้สมมติฐานประกอบการคำนวณจากปริมาณน้ำเสียของ CPRAM LKB                            |
|                               | การเผาไหม้แบบเคลื่อนที่โดยบริษัทเข้ายานพาหนะและจ่ายค่าเชื้อเพลิง                | tCO <sub>2</sub> e      | 5,921.89       | 7,151.92     | 7,000.07     | 8,094.47                 |  |
|                               | การเผาไหม้เคลื่อนที่บนถนน   | tCO <sub>2</sub> e      | 5,921.89       | 7,151.92     | 7,000.07     | 8,094.47                 |  |
|                               | - น้ำมันเบนซิน  | tCO <sub>2</sub> e      | 3,164.96       | 3,938.54     | 4,067.27     | 4,221.57                 |  |
|                               | - น้ำมันดีเซล   | tCO <sub>2</sub> e      | 2,756.93       | 3,213.38     | 2,932.80     | 3,872.90                 |  |
| 305-2                         | ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขตที่ 2)  | tCO <sub>2</sub> e      | 894,662.87     | 1,011,033.78 | 1,123,536.20 | 1,175,060.15             |  |
|                               | การใช้ไฟฟ้าจากการโครงข่ายไฟฟ้า  | tCO <sub>2</sub> e      | 894,662.87     | 1,011,033.78 | 1,123,536.20 | 1,175,060.15             |  |
| 305-4                         | สัดส่วนความเข้มข้นการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก                                     |                         |                |              |              |                          |  |
|                               | สัดส่วนความเข้มข้นการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้                            | tCO <sub>2</sub> e /MTB | 2.43           | 2.52         | 2.50         | 2.42                     | สัดส่วนความเข้มข้นถูกคำนวณโดยครอบคลุมการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2                  |
| การใช้พลังงาน                 |   |                         |                |              |              |                          |  |
| GRI 302-1                     | การเผาไหม้แบบอยู่กับที่   | GJ                      | 144,934.03     | 171,137.35   | 231,481.88   | 273,582.89               |  |
|                               | เชื้อเพลิงฟอสซิล (เช่น ถ่านหิน น้ำมัน และก๊าซธรรมชาติ) ที่ซื้อและใช้เป็นพลังงาน | GJ                      | 144,934.03     | 171,137.35   | 231,481.88   | 273,582.89               | CP ALL เริ่มเก็บข้อมูลในปี 2018  |
|                               | - น้ำมันเตา   | GJ                      | 110,040.00     | 123,301.00   | 143,934.00   | 161,001.74               |  |
|                               |   | Liter                   | 2,913,000.00   | 3,264,000.00 | 3,770,000.00 | 4,216,913.00             |  |
|                               | - น้ำมันดีเซล   | GJ                      | 2,697.00       | 3,289.57     | 4,083.00     | 4,086.98                 | ข้อมูลบางส่วนมีการใช้สมมติฐานประกอบการประเมินโดยใช้การคำนวณย้อนกลับ จากค่าใช้จ่ายเป็นหน่วยการใช้ |
|                               |   | Liter                   | 74,052.81      | 90,323.19    | 112,108.73   | 112,217.85               |  |
|                               | - ก๊าซปิโตรเลียมเหลว  | GJ                      | 32,197.03      | 42,147.39    | 66,951.12    | 69,182.62                |  |
|                               |   | kg                      | 640,000.00     | 839,000.00   | 4,139,772.00 | 1,377,382.59             |  |
|                               | - ก๊าซธรรมชาติ  | GJ                      | 0.00           | 2,399.39     | 16,513.76    | 39,311.55                |  |
|                               |   | MMBTU                   | 0.00           | 2,274.30     | 15,652.85    | 37,281.09                |  |
|                               | การซื้อไฟฟ้าที่ไม่ได้มาจากพลังงานหมุนเวียน                                      | GJ                      | 5,533,046.83   | 6,252,744.90 | 6,948,512.89 | 7,267,165.11             |  |
| การใช้พลังงานหมุนเวียนทั้งหมด | GJ  | 0.00                    | 0.00           | 122.15       | 2,983.28     | ไม่รวมพลังงานจากพื้นพิภพ |  |
| - พลังงานแสงอาทิตย์           | GJ  | 0.00                    | 0.00           | 122.15       | 223.88       |                          |  |
| พลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์  | GJ  | 0.00                    | 0.00           | 0.00         | 2,759.40     |                          |  |



| GRI                      | รายการ  | หน่วย          | ผลดำเนินการรวม |              |              |              | หมายเหตุ  |
|--------------------------|---|----------------|----------------|--------------|--------------|--------------|---|
|                          |   |                | 2557           | 2558         | 2559         | 2560         |   |
| GRI 302-3                | สัดส่วนการใช้พลังงาน  |                |                |              |              |              |   |
|                          | สัดส่วนการใช้พลังงานต่อรายได้   | GJ/MTB         | 15.29          | 15.83        | 15.89        | 15.41        |   |
| <b>การใช้น้ำ</b>         |   |                |                |              |              |              |   |
| GRI 303-1                | การใช้น้ำ   |                |                |              |              |              |   |
|                          | ปริมาณการใช้น้ำประปาทั้งหมด   | m <sup>3</sup> | 5,962,212.15   | 6,536,553.33 | 7,084,097.21 | 8,025,422.18 | ข้อมูลจาก CP ALL บางส่วนมีการใช้สมมติฐานประกอบ การประเมิน โดยใช้การคำนวณย้อนกลับการใช้น้ำจากค่าใช้จ่ายน้ำประปาเป็นหน่วยการใช้ |
|                          | ปริมาณการใช้น้ำบาดาล  | m <sup>3</sup> | 248,598.00     | 624,289.00   | 935,815.00   | 1,036,559.00 | เฉพาะ CPRAM ลาดหลุมแก้ว ที่มีการใช้น้ำบาดาล   |
|                          | ปริมาณน้ำที่บริษัททำการบำบัดจนได้คุณภาพเทียบเท่าหรือดีกว่าคุณภาพน้ำดิบก่อนปล่อยคืนสู่แหล่งน้ำเดิม (เฉพาะน้ำผิวดินและน้ำบาดาล) | m <sup>3</sup> | 201,388.00     | 142,232.00   | 92,618.00    | 101,833.00   | เฉพาะ CPRAM ลาดหลุมแก้ว ที่มีการใช้น้ำบาดาล   |
|                          | ปริมาณการใช้น้ำจืดทั้งหมด   | m <sup>3</sup> | 6,210,810.15   | 7,160,842.33 | 8,019,912.21 | 9,061,981.18 |   |
| GRI 303-3                | ปริมาณน้ำที่หมุนเวียนและใช้ซ้ำภายในองค์กร   | m <sup>3</sup> | 260,469.00     | 211,852.00   | 170,996.00   | 190,839.00   | CPRAM ลาดหลุมแก้ว<br>ข้อมูลจากการตรวจวัด<br>CPRAM ลาดกระบัง<br>ข้อมูลจากการตรวจวัด  |
| <b>น้ำเสียและของเสีย</b> |   |                |                |              |              |              |   |
| GRI 306-1                | น้ำเสียที่ปล่อยลงสู่แหล่งน้ำ  |                |                |              |              |              |   |
|                          | ปริมาณน้ำที่ปล่อยออก  | m <sup>3</sup> | 1,302,458.19   | 1,560,924.10 | 1,823,911.21 | 2,083,072.07 | CP ALL เริ่มเก็บข้อมูลในปี 2019   |
|                          | Biochemical Oxygen Demand (BOD)   | kg             | 19,972.00      | 15,530.00    | 22,816.00    | 22,852.00    |   |
|                          | ปริมาณของแข็งแขวนลอยทั้งหมด (TSS)   | kg             | 6,080.00       | 15,824.00    | 16,877.00    | 13,088.00    |   |

| GRI   | รายการ   | หน่วย      | ผลดำเนินการรวม |           |           |  | หมายเหตุ   |
|---|--|------------|----------------|-----------|-----------|--|--|
|   |  |            | 2557           | 2558      | 2559      | 2560                                   |  |
| GRI 306-2   | <b>ของเสียอันตรายและวิธีการกำจัด</b>                                 |            |                |           |           |  | สยามแม็คโคร เริ่มเก็บข้อมูลในปี 2018   |
|   | ปริมาณเผากำจัด   | Metric Ton | 4.95           | 12.00     | 16.70     | 23.09                                  | ข้อมูลจากการชั่งน้ำหนัก  |
|   | ปริมาณที่นำไปฝังกลบ  | Metric Ton | 5.79           | 4.81      | 3.29      | 3.01                                   | ข้อมูลจากการชั่งน้ำหนัก  |
|   | อื่นๆ เช่น ใช้เป็นเชื้อเพลิงผสม *ที่ปนเปื้อนสารเคมี เช่น ฝาขวดน้ำมัน | Metric Ton | 0.27           | 0.71      | 0.30      | 0.06                                   | ข้อมูลจากการชั่งน้ำหนัก  |
|   | อื่นๆ เช่น ขยะติดเชื้อ (ตาม พ.ร.บ.สาธารณสุข จากห้องน้ำ+ ห้องพยาบาล)  | Metric Ton | 0.39           | 1.45      | 1.01      | 0.61                                   | ข้อมูลจากการชั่งน้ำหนัก  |
|   | อื่นๆ เช่น การส่งกลับคู่ค้า  | Metric Ton | n/a            | n/a       | 0.04      | 2.25                                   |  |
|   | <b>ของเสียไม่อันตรายและวิธีการกำจัด</b>                              |            |                |           |           |  |  |
|   | ปริมาณที่นำไปย่อยสลาย  | Metric Ton | 844.55         | 1,131.44  | 2,021.71  | 5,065.75                               | ข้อมูลบางส่วนมีการใช้ สมมติฐานประกอบการคำนวณ โดยใช้การคำนวณจากจำนวนรอบการขนของเสีย |
|   | ปริมาณเผากำจัด   | Metric Ton | 922.77         | 820.01    | 1,165.12  | 1,651.77                               | สยามแม็คโคร มีการใช้ สมมติฐานประกอบการคำนวณ โดยใช้การคำนวณจากจำนวนรอบการขนของเสีย  |
|   | ปริมาณที่นำไปฝังกลบ  | Metric Ton | 2,559.38       | 10,660.96 | 18,452.91 | 21,325.40                              | ข้อมูลบางส่วนมีการใช้ สมมติฐานประกอบการคำนวณ โดยใช้การคำนวณจากจำนวนรอบการขนของเสีย |
| อื่นๆ ขยะทั่วไป (ตามพ.ร.บ.สาธารณสุข คือขยะทั่วไป นอกเหนือจากกระบวนการทำงาน) | Metric Ton   | 29.06      | 0.00           | 28.39     | 0.00      | ข้อมูลจากการชั่งน้ำหนัก                |  |
| อื่นๆ เช่น การส่งกลับคู่ค้า   | Metric Ton   | 31.00      | 27.68          | 31.16     | 32.76     | CPRAM LLK ข้อมูลจากการคำนวณจากจำนวนถัง |  |
| <b>ปริมาณของเสียทั้ง 2 ประเภทที่นำไปกำจัด</b>                               |  |            |                |           |           |  |  |
| ฝังกลบ อัดลงบ่อใต้ดิน และเผาทั้งโดยไม่ใช่พลังงานจากความร้อนที่ได้           | Metric Ton   | 3,522.34   | 11,499.23      | 19,667.42 | 23,003.88 |  |  |

**ขอบเขต**

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ไม่รวมข้อมูลสำหรับร้านค้าที่ได้รับสิทธิ์ชั่งในอาณาเขต (Sub-area)

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ไม่รวมการให้บริการด้านอาหารของสยามแม็คโคร

บริษัท ซีพีแรม จำกัด อาหารพร้อมรับประทาน (ลาตหลุมแก้ว), เบเกอร์รี่ (ลาดกระบัง)



## ผลดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน - ด้านสังคม

| GRI                    | รายการ                        | หน่วย        | ผลดำเนินการรวม |        |        |        | หมายเหตุ |
|------------------------|-------------------------------|--------------|----------------|--------|--------|--------|----------|
|                        |                               |              | 2557           | 2558   | 2559   | 2560   |          |
| GRI 102-7<br>GRI 102-8 | จำนวนพนักงาน                  |              |                |        |        |        |          |
|                        | จำนวนพนักงานทั้งหมด           | คน           | 57,863         | 63,654 | 71,072 | 75,842 |          |
|                        | จำนวนพนักงานประจำ             | คน           | 57,722         | 63,546 | 70,902 | 75,684 |          |
|                        | กรรมการบริหาร                 | คน           | 10             | 10     | 11     | 12     |          |
|                        | - ชาย                         | คน           | 13             | 13     | 14     | 14     |          |
|                        | - หญิง                        | คน           | 2              | 2      | 2      | 4      |          |
| GRI 102-8              | จำนวนพนักงานแบ่งตามตำแหน่งงาน | คน           | 57,863         | 63,654 | 71,072 | 75,842 |          |
|                        | ระดับผู้บริหารระดับสูง        | คน           | 17             | 17     | 18     | 18     |          |
|                        | - ชาย                         | คน           | 13             | 13     | 14     | 14     |          |
|                        | - หญิง                        | คน           | 4              | 4      | 4      | 4      |          |
|                        | ระดับบริหาร                   | คน           | 1,904          | 2,100  | 2,300  | 2,437  |          |
|                        | - ชาย                         | คน           | 894            | 982    | 1,066  | 1,106  |          |
|                        | - หญิง                        | คน           | 1,010          | 1,118  | 1,234  | 1,331  |          |
|                        | ระดับปฏิบัติการ               | คน           | 55,942         | 61,537 | 68,754 | 73,387 |          |
|                        | - ชาย                         | คน           | 19,578         | 21,415 | 23,269 | 24,822 |          |
| - หญิง                 | คน                            | 36,364       | 40,122         | 45,485 | 48,565 |        |          |
| GRI 405-1              | จำนวนพนักงานแบ่งตามอายุ       | คน           | 57,863         | 63,654 | 71,072 | 75,842 |          |
|                        | น้อยกว่า 30 ปี                | คน           | 31,120         | 34,384 | 39,364 | 41,777 |          |
|                        | - ชาย                         | คน           | 10,704         | 11,762 | 13,036 | 13,917 |          |
|                        | - หญิง                        | คน           | 20,416         | 22,622 | 26,328 | 27,860 |          |
|                        | 30-50 ปี                      | คน           | 26,112         | 28,581 | 30,868 | 33,105 |          |
|                        | - ชาย                         | คน           | 9,551          | 10,389 | 10,996 | 11,667 |          |
|                        | - หญิง                        | คน           | 16,561         | 18,192 | 19,872 | 21,438 |          |
|                        | มากกว่า 50 ปี                 | คน           | 631            | 689    | 840    | 960    |          |
|                        | - ชาย                         | คน           | 231            | 258    | 318    | 358    |          |
| - หญิง                 | คน                            | 400          | 431            | 522    | 602    |        |          |
| GRI 404-1              | การอบรมและพัฒนาบุคลากร        |              |                |        |        |        |          |
|                        | โดยตำแหน่งงาน                 |              |                |        |        |        |          |
|                        | - ระดับสูง                    | ชั่วโมงต่อคน | 68.13          | 80.65  | 129.31 | 68.19  |          |
|                        | - ระดับบริหาร                 | ชั่วโมงต่อคน | 28.55          | 40.67  | 53.99  | 54.44  |          |
|                        | - ระดับปฏิบัติการ             | ชั่วโมงต่อคน | 18.40          | 24.96  | 37.43  | 81.98  |          |



| GRI  | รายการ   | หน่วย                      | ผลดำเนินการรวม |        |        |   | หมายเหตุ |
|--|--|----------------------------|----------------|--------|--------|---|----------|
|  |  |                            | 2557           | 2558   | 2559   | 2560                                    |          |
| GRI 401-1                                    | จำนวนพนักงานใหม่และการหมุนเวียนเปลี่ยนพนักงาน                          |                            | -              | -      | -      | -                                       |          |
|  | จำนวนพนักงานใหม่ทั้งหมด  | คน                         | 27,233         | 31,002 | 33,926 | 34,123                                  |          |
|  | มากกว่า 50 ปี  | คน                         | 27             | 28     | 31     | 31                                      |          |
|  | 30-50 ปี   | คน                         | 5,982          | 6,783  | 6,603  | 6,587                                   |          |
|  | น้อยกว่า 30 ปี   | คน                         | 21,224         | 24,191 | 27,292 | 27,505                                  |          |
|  | การหมุนเวียนเปลี่ยนพนักงานทั้งหมด                                      | คน                         | 25,466         | 28,833 | 32,737 | 33,502                                  |          |
|  | มากกว่า 50 ปี  | คน                         | 75             | 85     | 70     | 97                                      |          |
|  | 30-50 ปี   | คน                         | 5,546          | 6,235  | 6,694  | 7,078                                   |          |
|  | น้อยกว่า 30 ปี   | คน                         | 19,845         | 22,513 | 25,973 | 26,327                                  |          |
| GRI 403-2                                    | การขาดงาน  |                            |                |        |        |   |          |
|  | - ชาย  | %                          | 0.54%          | 0.73%  | 0.83%  | 0.36%                                   |          |
|  | - หญิง   | %                          | 0.72%          | 0.97%  | 1.06%  | 0.55%                                   |          |
|  | อัตราการขาดงาน   | %                          | 1.26%          | 1.70%  | 1.89%  | 0.91%                                   |          |
|  | จำนวนวันที่สูญเสียเนื่องด้วยอุบัติเหตุหรือโรคที่เกิดจากการทำงาน        |                            |                |        |        |   |          |
|  | - ชาย  | %                          | 70.7           | 93.5   | 73     | 63.5                                    |          |
|  | - หญิง   | %                          | 29.1           | 6.5    | 27     | 36.5                                    |          |
|  | อัตราวันที่สูญเสียเนื่องด้วยอุบัติเหตุหรือโรคที่เกิดจากการทำงาน        | %                          | 8.6            | 9.4    | 9.7    | 8.4                                     |          |
|  | การเสียชีวิตเนื่องด้วยอุบัติเหตุหรือโรคที่เกิดจากการทำงาน (พนักงาน)    |                            |                |        |        |   |          |
|  | - ชาย  | คน                         | 0              | 0      | 0      | 0                                       |          |
|  | - หญิง   | คน                         | 0              | 0      | 0      | 0                                       |          |
|  | การเสียชีวิตเนื่องด้วยอุบัติเหตุหรือโรคที่เกิดจากการทำงาน (ผู้รับเหมา) |                            |                |        |        |   |          |
|  | - ชาย  | คน                         | 0              | 0      | 0      | 0                                       |          |
|  | - หญิง   | คน                         | 0              | 0      | 0      | 0                                       |          |
|  | อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (IR) - พนักงาน                              | กรณีต่อล้านชั่วโมงการทำงาน | 3.08           | 2.79   | 2.95   | 1.98                                    |          |
|  | - ชาย  | กรณีต่อล้านชั่วโมงการทำงาน | 4.97           | 4.51   | 4.05   | 3.10                                    |          |
|  | - หญิง   | กรณีต่อล้านชั่วโมงการทำงาน | 1.67           | 1.83   | 1.68   | 1.37                                    |          |
| อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (IR) - ผู้รับเหมา | กรณีต่อล้านชั่วโมงการทำงาน   | 4.14                       | 5.05           | 6.09   | 3.03   |   |          |
| - ชาย  | กรณีต่อล้านชั่วโมงการทำงาน   | 5.91                       | 6.76           | 7.47   | 3.97   | CPRAM ลาดกระบังเริ่มเก็บข้อมูลในปี 2018 |          |
| - หญิง                                       | กรณีต่อล้านชั่วโมงการทำงาน   | 2.38                       | 3.31           | 4.13   | 2.06   | CPRAM ลาดกระบังเริ่มเก็บข้อมูลในปี 2018 |          |



| GRI | รายการ   | หน่วย                         | ผลดำเนินการรวม |       |       |       | หมายเหตุ                                 |
|-----|--|-------------------------------|----------------|-------|-------|-------|--|
|     |  |                               | 2557           | 2558  | 2559  | 2560  |  |
|     | อัตราการหยุดงานจากการเกิดอุบัติเหตุ (LTIFR) - พนักงาน    | ชั่วโมงต่อล้านชั่วโมงการทำงาน | 20.73          | 14.53 | 22.06 | 43.67 |  |
|     | - ชาย  | ชั่วโมงต่อล้านชั่วโมงการทำงาน | 2.71           | 3.49  | 3.92  | 2.67  | Siam Makro นับวันหยุดจริงทั้งหมด         |
|     | - หญิง   | ชั่วโมงต่อล้านชั่วโมงการทำงาน | 1.1            | 0.66  | 0.95  | 0.67  |  |
|     | อัตราการหยุดงานจากการเกิดอุบัติเหตุ (LTIFR) - พนักงาน    | กรณีต่อล้านชั่วโมงการทำงาน    | 1.01           | 0.95  | 0.60  | 1.95  |  |
|     | - ชาย  | กรณีต่อล้านชั่วโมงการทำงาน    | 1.89           | 1.86  | 1.72  | 3.56  |  |
|     | - หญิง   | กรณีต่อล้านชั่วโมงการทำงาน    | 0.53           | 0.44  | 0.50  | 1.06  |  |
|     | อัตราการหยุดงานจากการเกิดอุบัติเหตุ (LTIFR) - ผู้รับเหมา | ชั่วโมงต่อล้านชั่วโมงการทำงาน | 3.74           | 5.39  | 5.95  | 2.40  |  |
|     | - ชาย  | ชั่วโมงต่อล้านชั่วโมงการทำงาน | 4.20           | 7.18  | 7.47  | 2.80  | CPRAM ลาดกระบัง เริ่มเก็บข้อมูลในปี 2018 |
|     | - หญิง   | ชั่วโมงต่อล้านชั่วโมงการทำงาน | 3.27           | 3.57  | 3.79  | 1.98  | CPRAM ลาดกระบัง เริ่มเก็บข้อมูลในปี 2018 |
|     | อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (OIFR) - พนักงาน             |                               |                |       |       |       |  |
|     | - ชาย  | ชั่วโมงต่อล้านชั่วโมงการทำงาน | 0              | 0     | 0     | 0     |  |
|     | - หญิง   | ชั่วโมงต่อล้านชั่วโมงการทำงาน | 0              | 0     | 0     | 0     |  |
|     | อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (OIFR) - ผู้รับเหมา          |                               |                |       |       |       |  |
|     | - ชาย  | ชั่วโมงต่อล้านชั่วโมงการทำงาน | 0              | 0     | 0     | 0     |  |
|     | - หญิง   | ชั่วโมงต่อล้านชั่วโมงการทำงาน | 0              | 0     | 0     | 0     |  |

**ขอบเขต**

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ไม่รวมข้อมูลสำหรับร้านค้าที่ได้รับสิทธิ์ช่วงในอาณาเขต (Sub-area)  
 บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ไม่รวมการให้บริการด้านอาหารของสยามแม็คโคร  
 บริษัท ซีพีแรม จำกัด อาหารพร้อมรับประทาน (ลาดหลุมแก้ว), เบเกอรี่ (ลาดกระบัง)

**หมายเหตุ**

ปัจจัยที่ใช้คำนวณชั่วโมงการทำงาน: สำนักงาน 8.5 ชั่วโมง/วัน, สายโรงงาน และกระจายสินค้า 8 ชั่วโมง/วัน  
 ผู้รับเหมา: รวมเฉพาะแม่บ้าน ปลูก, และสายผลิต

## ผลดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน - ด้านการศึกษา

| GRI | รายการ  | หน่วย | ผลดำเนินการรวม |        |        |        | หมายเหตุ |
|-----|---|-------|----------------|--------|--------|--------|----------|
|     |   |       | 2557           | 2558   | 2559   | 2560   |          |
|     | จำนวนนักเรียน/นักศึกษาในปัจจุบัน                        | คน    | 19,475         | 22,982 | 27,220 | 30,675 |          |
|     | จำนวนทุนรวมทุกระดับการศึกษา                             | ทุน   | 12,918         | 14,576 | 16,733 | 19,526 |          |
|     | จำนวนนักเรียน/นักศึกษาที่จบการศึกษาแล้ว                 | คน    | 2,581          | 3,147  | 3,782  | 4,523  |          |
|     | ระดับอาชีวศึกษา   | คน    | 1,959          | 2,458  | 2,435  | 2,711  |          |
|     | ระดับอุดมศึกษา  | คน    | 622            | 689    | 1,347  | 1,812  |          |
|     | จำนวนนักเรียน/นักศึกษาที่จบการศึกษาและทำงานต่อกับบริษัท | คน    | 1,467          | 2,359  | 2,255  | 2,091  |          |

### ขอบเขต

ข้อมูลเฉพาะบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)  
วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์  
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์  
โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์



| Global Reporting Initiative Standards | Disclosure Title   | Section  | Page Number     | Remark  | External Assurance |
|---------------------------------------|--|--|-----------------|---|--------------------|
| <b>General Disclosures</b>            |  |  |                 |   |                    |
| 102-1                                 | Name of the organization   | Overview of CP ALL (Public Company Limited) and Subsidiaries                                 | 4               | -   | -                  |
| 102-2                                 | Activities, brands, products, and services                               | Overview of CP ALL (Public Company Limited) and Subsidiaries                                 | 4-9             | -   | -                  |
| 102-3                                 | Location of headquarters   | Overview of CP ALL (Public Company Limited) and Subsidiaries                                 | 9               | -   | -                  |
| 102-4                                 | Location of operations   | Overview of CP ALL (Public Company Limited) and Subsidiaries                                 | 4-9             | -   | -                  |
| 102-6                                 | Markets served   | Overview of CP ALL (Public Company Limited) and Subsidiaries                                 | 4-9             | -   | -                  |
| 102-7                                 | Scale of the organization  | Overview of CP ALL (Public Company Limited) and Subsidiaries                                 | Annexure page 5 | Refer to CP ALL Annual Report 2017, page 3, 33, 35, 40-43   | -                  |
| 102-8                                 | Information on employees and other workers                               | Overview of CP ALL (Public Company Limited) and Subsidiaries                                 | Annexure page 5 | -   | -                  |
| 102-9                                 | Supply chain   | Overview of CP ALL (Public Company Limited) and Subsidiaries                                 | 4, 71-76        |   |                    |
| 102-10                                | Significant changes to the organization and its supply chain             | Delivering the Best Quality Throughout the Supply Chain                                      | 71-76           | Refer to CP ALL Annual Report 2017, page 34   |                    |
| 102-11                                | Precautionary Principle or approach                                      | Holistic Integrated Management Framework: Readiness in mitigating diverse risk profiles      | 27-30           | Refer to CP ALL Annual Report 2017, page 50-54  |                    |
| 102-12                                | External initiatives   | "Adding Product Value, For Consumer's Better Quality of Life<br>Creating Value for Society " | 35-37,<br>77-81 |   |                    |
| 102-13                                | Membership of associations   | -  | -               | <a href="https://www.cpall.co.th/Sustain/performance">https://www.cpall.co.th/Sustain/performance</a> |                    |
| 102-14                                | Statement from senior decision-maker                                     | Message from Chairman<br>Message from Chairman of Executive Committee                        | 2-3             | -   | -                  |
| 102-16                                | Values, principles, standards, and norms of behavior                     | "Building on Ideology, Strategy for Sustainability   | 10-11,<br>21-26 |   |                    |
| 102-18                                | Governance structure   | Commitment to Ethics and Good Corporate Governance   | 21-26           | -   | -                  |
| 102-19                                | Delegating authority   | Building on Ideology, Strategy for Sustainability  | 10-11           | -   | -                  |
| 102-22                                | Composition of the highest governance body and its committees            | Commitment to Ethics and Good Corporate Governance   | 21-26           | -   | -                  |
| 102-26                                | Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy | Commitment to Ethics and Good Corporate Governance   | 21-26           | -   | -                  |

| Global Reporting Initiative Standards | Disclosure Title   | Section   | Page Number              | Remark   | External Assurance |
|---------------------------------------|--|---|--------------------------|--|--------------------|
| 102-29                                | Identifying and managing economic, environmental, and social impacts | Holistic Integrated Management Framework: Readiness in mitigating diverse risk profiles | 27-30, 62-66             | -  | -                  |
| 102-30                                | Effectiveness of risk management processes                           | Holistic Integrated Management Framework: Readiness in mitigating diverse risk profiles | 27-30                    | Refer to CP ALL Annual Report 2017, page 50-54 | -                  |
| 102-31                                | Review of economic, environmental, and social topics                 | Holistic Integrated Management Framework: Readiness in mitigating diverse risk profiles | 14-15, 27-30             | -  | -                  |
| 102-40                                | List of stakeholder groups   | Creating happiness through stakeholder engagement                                       | 16-20                    | -  | -                  |
| 102-42                                | Identifying and selecting stakeholders                               | Creating happiness through stakeholder engagement                                       | 16-20                    | -  | -                  |
| 102-43                                | Approach to stakeholder engagement                                   | Creating happiness through stakeholder engagement                                       | 16-20                    | -  | -                  |
| 102-44                                | Key topics and concerns raised                                       | Creating happiness through stakeholder engagement                                       | 16-20                    | -  | -                  |
| 102-46                                | Defining report content and topic Boundaries                         | Overview of CP ALL (Public Company Limited) and Subsidiaries                            | 4-9, 14-15               | -  | -                  |
| 102-47                                | List of material topics  | Building on Ideology, Strategy for Sustainability                                       | 10-11,                   | -  | -                  |
|                                       |  | Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions                    | 14-15                    | -  | -                  |
| 102-49                                | Changes in reporting   | Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions                    | 14-15                    | -  | -                  |
| 102-50                                | Reporting period   | Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions                    | 14-15, Annexure page 2-9 | -  | -                  |
| 102-52                                | Reporting cycle  | Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions                    | 14-15                    | -  | -                  |
| 102-53                                | Contact point for questions regarding the report                     | Overview of CP ALL (Public Company Limited) and Subsidiaries                            | 9                        | -  | -                  |
| 102-54                                | Claims of reporting in accordance with the GRI Standards             | Emphasis on All Material Issues for Sustainability in All Dimensions                    | 14                       | -  | -                  |
| 102-55                                | GRI content index  | GRI content index   | This page                | -  | -                  |
| 102-56                                | External assurance   | External data assurance   | 104-105                  | -  | -                  |
| <b>Management Approach</b>            |  |   |                          |  |                    |
| 103-1                                 | Explanation of the material topic and its Boundary                   | Building on Ideology, Strategy for Sustainability                                       | 10-15                    | -  | -                  |
| 103-2                                 | The management approach and its components                           | Creating happiness through stakeholder engagement                                       | All chapters             | -  | -                  |



| Global Reporting Initiative Standards | Disclosure Title   | Section  | Page Number | Remark | External Assurance |
|---------------------------------------|--|--|-------------|--------|--------------------|
| <b>Procurement Practices</b>          |  |  |             |        |                    |
| 204-1                                 | Proportion of spending on local suppliers                                | Delivering the Best Quality Throughout the Supply Chain                                    | 75          | -      | -                  |
| <b>Anti-corruption</b>                |  |  |             |        |                    |
| 205-2                                 | Communication and training about anti-corruption policies and procedures | Commitment to Ethics and Good Corporate Governance   | 21-26       | -      | -                  |
| <b>Materials</b>                      |  |  |             |        |                    |
| 301-3                                 | Reclaimed products and their packaging materials                         | Caring for Environment, aligned with international standards<br>Sustainability performance | 55          | -      | -                  |
| <b>Energy</b>                         |  |  |             |        |                    |
| 302-1                                 | Energy consumption within the organization                               | Caring for Environment, aligned with international standards<br>Sustainability performance | 83          | -      | ✓                  |
| 302-3                                 | Energy intensity   | Caring for Environment, aligned with international standards<br>Sustainability performance | 84          | -      | ✓                  |
| 302-4                                 | Reduction of energy consumption  | Caring for Environment, aligned with international standards<br>Sustainability performance | 53          | -      | -                  |
| <b>Water</b>                          |  |  |             |        |                    |
| 303-1                                 | Water withdrawal by source   | Caring for Environment, aligned with international standards                               | 84          | -      | ✓                  |
| 303-3                                 | Water recycled and reused  | Caring for Environment, aligned with international standards<br>Sustainability performance | 84          | -      | -                  |
| <b>Emissions</b>                      |  |  |             |        |                    |
| 305-1                                 | Direct (Scope 1) GHG emissions   | Sustainability performance   | 83          | -      | ✓                  |
| 305-2                                 | Energy indirect (Scope 2) GHG emissions                                  | Sustainability performance   | 83          | -      | ✓                  |
| 305-4                                 | GHG Emission Intensity   | Sustainability performance   | 83          | -      | ✓                  |
| <b>Effluents and Waste</b>            |  |  |             |        |                    |
| 306-2                                 | Waste by type and disposal method  | Sustainability performance   | 85          | -      | ✓                  |
| <b>Employment</b>                     |  |  |             |        |                    |
| 401-1                                 | New employee hires and employee turnover                                 | Sustainability performance   | 87          | -      | -                  |

| Global Reporting Initiative Standards | Disclosure Title  | Section   | Page Number | Remark   | External Assurance |
|---------------------------------------|---|---|-------------|--|--------------------|
| <b>Occupational Health and Safety</b> |   |   |             |  |                    |
| 403-1                                 | Workers representation in formal joint management-worker health and safety committees   | Sustainability performance                                  | 48          | -  | ✓                  |
| 403-2                                 | Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities | Sustainability performance                                  | 87          | -  | ✓                  |
| <b>Training and Education</b>         |   |   |             |  |                    |
| 404-1                                 | Average hours of training per year per employee   | Sustainability performance                                  | 86          | -  | -                  |
| 404-2                                 | Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs   | Strengthening Capacity, One Organization                    | 41-42       | -  | -                  |
| <b>Customer Health and Safety</b>     |   |   |             |  |                    |
| 416-1                                 | Assessment of the health and safety impacts of product and service categories   | Adding Product Value, For Consumer's Better Quality of Life | 35-37       | -  | -                  |
| <b>Human Rights Assessment</b>        |   |   |             |  |                    |
| 408-1                                 | Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor   | Society of Peace: Respecting Human Rights                   | 62-66       | Additional information please refer to <a href="http://cpall.co.th/sustain/humanright">http://cpall.co.th/sustain/humanright</a> | -                  |
| 409-1                                 | Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor                                      | Society of Peace: Respecting Human Rights                   | 62-66       | Additional information please refer to <a href="http://cpall.co.th/sustain/humanright">http://cpall.co.th/sustain/humanright</a> | -                  |
| 412-1                                 | Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments   | Society of Peace: Respecting Human Rights                   | 62-66       | Additional information please refer to <a href="http://cpall.co.th/sustain/humanright">http://cpall.co.th/sustain/humanright</a> | -                  |
| 412-2                                 | Employee training on human rights policies or procedures  | Society of Peace: Respecting Human Rights                   | 62-66       | Additional information please refer to <a href="http://cpall.co.th/sustain/humanright">http://cpall.co.th/sustain/humanright</a> | -                  |



## United Nations Sustainability Development Goals (UN SDGs)

| Goals | Description   | Page                       |
|-------|---|----------------------------|
| 1     | End poverty in all its forms everywhere   | 69, 77-81                  |
| 2     | End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture  | 35-37, 77-81               |
| 3     | Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages   | 12-13, 35-37               |
| 4     | Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all  | 12-13, 43-45               |
| 5     | Achieve gender equality and empower all women and girls   | -                          |
| 6     | Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all  | 12-13                      |
| 7     | Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all  | 12-13, 51-54               |
| 8     | Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all  | 12-13, 46-50, 58-66, 77-81 |
| 9     | Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation   | 12-13, 58-61               |
| 10    | Reduce inequality within and among countries  | 62-71, 77-81               |
| 11    | Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable  | 12-13, 46-57, 62-71        |
| 12    | Ensure sustainable consumption and production patterns  | 51-57                      |
| 13    | Take urgent action to combat climate change and its impacts   | 12-13, 51-57               |
| 14    | Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development  | 12-13, 75-76               |
| 15    | Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse                                  | 12-13                      |
| 16    | Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels | 12-13, 67-71, 77-81        |
| 17    | Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development  | 78                         |



## UNGC Advanced level

| UNGC Advanced level checklist   |  | Comment/<br>Reference  |   |
|---|--|--|---|
| <i>Implementing the Ten Principles into Strategies &amp; Operations</i> | <b>Criterion 1: The COP describes mainstreaming into corporate functions and business units</b>              |  |   |
|   | Indicate which of the following best practices are described in your COP:                                    |  |   |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>  | Page 10-13  |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Place responsibility for execution of sustainability strategy in relevant corporate functions (procurement, government affairs, human resources, legal, etc) ensuring no function conflicts with company's sustainability commitments and objectives</li> </ul> | Page 10-13  |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Align strategies, goals and incentive structures of all business units and subsidiaries with corporate sustainability strategy</li> </ul>   | Page 10-13  |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Assign responsibility for corporate sustainability implementation to an individual or group within each business unit and subsidiary</li> </ul>   | Page 10-13  |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Design corporate sustainability strategy to leverage synergies between and among issue areas and to deal adequately with trade-offs</li> </ul>  | Page 10-13  |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ensure that different corporate functions coordinate closely to maximize performance and avoid unintended negative impacts</li> </ul>   | Page 10-13  |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>   |   |
|   | <b>Criterion 2: The COP describes value chain implementation</b>   |  |   |
|   | Indicate which of the following best practices are described in your COP:                                    |  |   |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>  | <a href="https://www.cpall.co.th/Sustain/policy">https://www.cpall.co.th/Sustain/policy</a>           |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Analyze each segment of the value chain carefully, both upstream and downstream, when mapping risks, opportunities and impacts</li> </ul>   | <a href="https://www.cpall.co.th/Sustain/performance">https://www.cpall.co.th/Sustain/performance</a> |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Communicate policies and expectations to suppliers and other relevant business partners</li> </ul>  | <a href="https://www.cpall.co.th/Sustain/policy">https://www.cpall.co.th/Sustain/policy</a>           |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Implement monitoring and assurance mechanisms (e.g. audits/ screenings) for compliance within the company's sphere of influence</li> </ul>  |   |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Undertake awareness-raising, training and other types of capacity building with suppliers and other business partners</li> </ul>  | Page 72-76<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a>           |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>   |   |
|   | <b>Criterion 3: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of human rights</b> |  |   |
|   | Indicate which of the following best practices are described in your COP:                                    |  |   |
|   | Robust Human Rights Management Policies & Procedures   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>  | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>                              |
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Commitment to comply with all applicable laws and respect internationally recognized human rights, wherever the company operates (e.g., the Universal Declaration of Human Rights, Guiding Principles on Human Rights)</li> </ul>                               | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a>           |



| UNGC Advanced level checklist   |  | Comment/<br>Reference   |
|---|--|---|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Integrated or stand-alone statement of policy expressing commitment to respect and support human rights approved at the most senior level of the company</li> </ul>   | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>                    |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Statement of policy stipulating human rights expectations of personnel, business partners and other parties directly linked to operations, products or services</li> </ul>  | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>                    |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Statement of policy publicly available and communicated internally and externally to all personnel, business partners and other relevant parties</li> </ul>   | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>                    |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>   | Page 62-66  |
| <b>Criterion 4: The COP describes effective management systems to integrate the human rights principles</b> |  |   |
| Indicate which of the following best practices are described in your COP:                                   |  |   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>                                      | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>                    |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Process to ensure that internationally recognized human rights are respected</li> </ul>   | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a> |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>On-going due diligence process that includes an assessment of actual and potential human rights impacts</li> </ul>  | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a> |
|   | The Guiding Principles suggest that the assessment:  | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a> |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Internal awareness-raising and training on human rights for management and employees</li> </ul>   | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a> |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Operational-level grievance mechanisms for those potentially impacted by the company's activities</li> </ul>  | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a> |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Allocation of responsibilities and accountability for addressing human rights impacts</li> </ul>  | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a> |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Internal decision-making, budget and oversight for effective responses to human rights impacts</li> </ul>   | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a> |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Processes to provide for or cooperate in the remediation of adverse human rights impacts that the company has caused or contributed to</li> </ul>   | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a> |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Process and programs in place to support human rights through: core business; strategic philanthropic/social investment; public policy engagement/advocacy; partnerships and/or other forms of collective action</li> </ul> | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a> |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>   | -   |

| UNGC Advanced level checklist   |  | Comment/<br>Reference   |
|---|--|---|
| Criterion 5: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of human rights integration |  |   |
| Indicate which of the following best practices are described in your COP:                                 |  |   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>  | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>                    |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>System to monitor the effectiveness of human rights policies and implementation with quantitative and qualitative metrics, including in the supply chain</li> </ul>   | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a> |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Monitoring drawn from internal and external feedback, including affected stakeholders</li> </ul>  | -   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Process to deal with incidents the company has caused or contributed to for internal and external stakeholders</li> </ul>   | -   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Outcomes of integration of the human rights principles</li> </ul>   | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a> |
|   | Suggested GRI Indicators: HR2 Percentage of significant suppliers, contractors, and other business partners that have undergone human rights screening, and actions taken. HR10 Percentage and total number of operations that have been subject to human rights reviews and/or impact assessments.) |   |
|   | (a) Be of a form and frequency that reflect an enterprise’s human rights impacts and that are accessible to its intended audiences;  |   |
|   | (b) Provide information that is sufficient to evaluate the adequacy of an enterprise’s response to the particular human rights impact involved;  |   |
|   | (c) In turn not pose risks to affected stakeholders, personnel or to legitimate requirements of commercial confidentiality.  |   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Outcomes of remediation processes of adverse human rights impacts (Suggested GRI Indicator: HR11 Number of grievances related to human rights filed, addressed and resolved through formal grievance mechanisms.)</li> </ul>                                  | -   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>   | -   |



| UNGC Advanced level checklist  |  | Comment/<br>Reference  |
|--|--|--|
| <b>Criterion 6: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of labour</b> |  |  |
| Indicate which of the following best practices are described in your COP:                              |  |  |
| <b>Robust Labour Management Policies &amp; Procedures</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>  | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>                             |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Reference to principles of relevant international labour standards (ILO Conventions) and other normative international instruments in company policies</li> </ul>   | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>                             |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Reflection on the relevance of the labour principles for the company</li> </ul>   | Page 46-50   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Written company policy to obey national labour law, respect principles of the relevant international labour standards in company operations worldwide, and engage in dialogue with representative organization of the workers (international, sectoral, national).</li> </ul>   | <a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Inclusion of reference to the principles contained in the relevant international labour standards in contracts with suppliers and other relevant business partners</li> </ul>   | 72-75<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain/policy">https://www.cpall.co.th/Sustain/policy</a> |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Specific commitments and Human Resources policies, in line with national development priorities or decent work priorities in the country of operation Examples: Inclusion of vulnerable/discriminated groups in the workforce (e.g., women, disabled, migrant, HIV/AIDS, older/younger workers); equal pay for work of equal value; contribution to national strategies to eliminate child/forced labour, etc.</li> </ul> | <a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Participation and leadership in wider efforts by employers' organizations (international and national levels) to jointly address challenges related to labour standards in the countries of operation, possibly in a tripartite approach (business – trade union – government).</li> </ul>  | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a>          |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Structural engagement with a global union, possibly via a Global Framework Agreement</li> </ul>   | Page 62-66<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a>          |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>   | -  |
| <b>Criterion 7: The COP describes effective management systems to integrate the labour principles</b>  |  |  |
| Indicate which of the following best practices are described in your COP:                              |  |  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>  | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>                             |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Risk and impact assessments in the area of labour</li> </ul>  | Page 62-66   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Dialogue mechanism with trade unions to regularly discuss and review company progress in addressing labour standards</li> </ul>   | -  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Allocation of responsibilities and accountability within the organization</li> </ul>  | Page 48  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Internal awareness-raising and training on the labour principles for management and employees</li> </ul>  | Page 62-66   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Active engagement with suppliers to address labour-related challenges</li> </ul>  | <a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a>                        |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Grievance mechanisms, communication channels and other procedures (e.g., whistleblower mechanisms) available for workers to report concerns, make suggestions or seek advice, designed and operated in agreement with the representative organization of workers</li> </ul>   |  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>   | -  |

| UNGC Advanced level checklist   |  | Comment/<br>Reference   |
|---|--|---|
| <b>Criterion 8: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms of labour principles integration</b>     |  |   |
| Indicate which of the following best practices are described in your COP:   |  |   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>          | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>      |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>System to track and measure performance based on standardized performance metrics</li> </ul>  | -   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Dialogues with the representative organization of workers to regularly review progress made and jointly identify priorities for the future</li> </ul>   | Page 48   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Audits or other steps to monitor and improve the working conditions of companies in the supply chain, in line with principles of international labour standards</li> </ul>                      | Page 62-66  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Process to positively engage with the suppliers to address the challenges (i.e., partnership approach instead of corrective approach) through schemes to improve workplace practices</li> </ul> | <a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a> |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Outcomes of integration of the Labour principles</li> </ul>   | <a href="https://www.cpall.co.th/Sustain">https://www.cpall.co.th/Sustain</a> |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>   | -   |
| <b>Criterion 9: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of environmental stewardship</b> |  |   |
| Indicate which of the following best practices are described in your COP:   |  |   |
| <b>Robust Environmental Management Policies &amp; Procedures</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>          | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>      |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Reference to relevant international conventions and other international instruments (e.g. Rio Declaration on Environment and Development)</li> </ul>  | -   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Reflection on the relevance of environmental stewardship for the company</li> </ul>   | 51-57   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Written company policy on environmental stewardship</li> </ul>  | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>      |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Inclusion of minimum environmental standards in contracts with suppliers and other relevant business partners</li> </ul>  | -   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Specific commitments and goals for specified years</li> </ul>   | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>      |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>   | -   |
| <b>Criterion 10: The COP describes effective management systems to integrate the environmental principles</b>             |  |   |
| Indicate which of the following best practices are described in your COP:   |  |   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>          | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>      |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Environmental risk and impact assessments</li> </ul>  | -   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Assessments of lifecycle impact of products, ensuring environmentally sound management policies</li> </ul>  | 51-57   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Allocation of responsibilities and accountability within the organisation</li> </ul>  | 10-11   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Internal awareness-raising and training on environmental stewardship for management and employees</li> </ul>  | 51-57   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Grievance mechanisms, communication channels and other procedures (e.g. whistleblower mechanisms) for reporting concerns or seeking advice regarding environmental impacts</li> </ul>           | 9   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>   | -   |



| UNGC Advanced level checklist   |   | Comment/<br>Reference  |
|---|---|--|
| <b>Criterion 11: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for environmental stewardship</b> |   |  |
| Indicate which of the following best practices are described in your COP:   |   |  |
|   | • Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>                               |
|   | • System to track and measure performance based on standardized performance metrics   | -  |
|   | • Leadership review of monitoring and improvement results   | -  |
|   | • Process to deal with incidents  | -  |
|   | • Audits or other steps to monitor and improve the environmental performance of companies in the supply chain   | 74   |
|   | • Outcomes of integration of the environmental principles   | 51.57  |
|   | • Other established or emerging best practices  | -  |
| <b>Criterion 12: The COP describes robust commitments, strategies or policies in the area of anti-corruption</b>    |   |  |
| Indicate which of the following best practices are described in your COP:   |   |  |
| <b>Robust<br/>Anti-Corruption<br/>Management<br/>Policies &amp;<br/>Procedures</b>                                  | • Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>                               |
|   | • Publicly stated formal policy of zero-tolerance of corruption   | Page 24  |
|   | • Commitment to be in compliance with all relevant anti-corruption laws, including the implementation of procedures to know the law and monitor changes                       | Page 24-26   |
|   | • Statement of support for international and regional legal frameworks, such as the UN Convention against Corruption  | -  |
|   | • Detailed policies for high-risk areas of corruption   | -  |
|   | • Policy on anti-corruption regarding business partners   | Page 73<br><a href="https://www.cpall.co.th/Sustain/policy">https://www.cpall.co.th/Sustain/policy</a> |
|   | • Other established or emerging best practices  | -  |
| <b>Criterion 13: The COP describes effective management systems to integrate the anti-corruption principle</b>      |   |  |
| Indicate which of the following best practices are described in your COP:   |   |  |
|   | • Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>                               |
|   | • Support by the organization's leadership for anti-corruption  | Page 21-26   |
|   | • Carrying out risk assessment of potential areas of corruption   |  |
|   | • Human Resources procedures supporting the anti-corruption commitment or policy, including communication to and training for all employees                                   | Page 25  |
|   | • Internal checks and balances to ensure consistency with the anti-corruption commitment  | Page 25  |
|   | • Actions taken to encourage business partners to implement anti-corruption commitments   | -  |
|   | • Management responsibility and accountability for implementation of the anti-corruption commitment or policy   | Page 74  |
|   | • Communications (whistleblowing) channels and follow-up mechanisms for reporting concerns or seeking advice  | Page 26  |
|   | • Internal accounting and auditing procedures related to anticorruption   | Page 25  |
|   | • Other established or emerging best practices  | -  |

| UNGC Advanced level checklist  |   | Comment/<br>Reference  |
|--|---|--|
|  | <b>Criterion 14: The COP describes effective monitoring and evaluation mechanisms for the integration of anti-corruption</b>  |  |
|  | Indicate which of the following best practices are described in your COP:   |  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>                   | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>       |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Leadership review of monitoring and improvement results</li> </ul>   | Page 21-26   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Process to deal with incidents</li> </ul>  | -  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Public legal cases regarding corruption</li> </ul>   | -  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Use of independent external assurance of anti-corruption programmes</li> </ul>   | Page 26  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Outcomes of integration of the anti-corruption principle</li> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>  | -  |
| Taking Action in Support of Broader UN Goals and Issues  | <b>Criterion 15: The COP describes core business contributions to UN goals and issues</b>   |  |
|  | Indicate which of the following best practices are described in your COP:   |  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>                   | Page 10-13, 78-79<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a> |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Align core business strategy with one or more relevant UN goals/issues</li> </ul>  | Page 10-13   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Develop relevant products and services or design business models that contribute to UN goals/issues</li> </ul>   | Page 10-13   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Adopt and modify operating procedures to maximize contribution to UN goals/issues</li> </ul>   | Page 10-13   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>  | -  |
|  | <b>Criterion 16: The COP describes strategic social investments and philanthropy</b>  |  |
|  | Indicate which of the following best practices are described in your COP:   |  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>                   | Page 10-13, 78-79<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a> |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pursue social investments and philanthropic contributions that tie in with the core competencies or operating context of the company as an integrated part of its sustainability strategy</li> </ul>     | Page 10-13, 78-79<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a> |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Coordinate efforts with other organizations and initiatives to amplify—and not negate or unnecessarily duplicate—the efforts of other contributors</li> </ul>  | Page 78-79   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Take responsibility for the intentional and unintentional effects of funding and have due regard for local customs, traditions, religions, and priorities of pertinent individuals and groups</li> </ul> | Page 78-79   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>  | -  |
|  | <b>Criterion 17: The COP describes advocacy and public policy engagement</b>  |  |
|  | Indicate which of the following best practices are described in your COP:   |  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>                   | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>       |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Publicly advocate the importance of action in relation to one or more UN goals/issues</li> </ul>   | Page 78  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Commit company leaders to participate in key summits, conferences, and other important public policy interactions in relation to one or more UN goals/issues</li> </ul> | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>   | -   |  |



| UNGC Advanced level checklist   |   |   | Comment/<br>Reference  |  |
|---|---|---|--|--|
| <b>Criterion 18: The COP describes partnerships and collective action</b> |   |   |  |  |
| Indicate which of the following best practices are described in your COP: |   |   |  |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul>   |   | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a> |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Develop and implement partnership projects with public or private organizations (UN entities, government, NGOs, or other groups) on core business, social investments and/or advocacy</li> </ul>   |   | Page 75-76, 80-81  |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Join industry peers, UN entities and/or other stakeholders in initiatives contributing to solving common challenges and dilemmas at the global and/or local levels with an emphasis on initiatives extending the company's positive impact on its value chain</li> </ul> |   | Page 75-76, 80-81  |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>  |   | -  |  |
| <i>Corporate Sustainability Governance and Leadership</i>                 | <b>Criterion 19: The COP describes CEO commitment and leadership</b>  |   |  |  |
|   | Indicate which of the following best practices are described in your COP:   |   |  |  |
|   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul> |  | Page 2-3, 10-13<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a> |
|   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>CEO publicly delivers explicit statements and demonstrates personal leadership on sustainability and commitment to the UN Global Compact</li> </ul>                                    |  | -  |
|   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>CEO promotes initiatives to enhance sustainability of the company's sector and leads development of industry standards</li> </ul>  |  | -  |
|   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>CEO leads executive management team in development of corporate sustainability strategy, defining goals and overseeing implementation</li> </ul>                                       |  | -  |
|   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Make sustainability criteria and UN Global Compact principles part of goals and incentive schemes for CEO and executive management team</li> </ul>                                     |  | -  |
|   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>  |  | -  |
|   | <b>Criterion 20: The COP describes Board adoption and oversight</b>   |   |  |  |
|   | Indicate which of the following best practices are described in your COP:   |   |  |  |
|   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul> |  | Page 21-26   |
|   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Board of Directors (or equivalent) assumes responsibility and oversight for long-term corporate sustainability strategy and performance</li> </ul>                                     |  | Page 10-11   |
|   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Board establishes, where permissible, a committee or assigns an individual board member with responsibility for corporate sustainability.</li> </ul>                                   |  | Page 10-11   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Board (or committee), where permissible, approves formal reporting on corporate sustainability (Communication on Progress)</li> </ul>  |   | -  |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>  |   | -  |  |



| UNGC Advanced level checklist   |   | Comment/<br>Reference  |
|---|---|--|
| Criterion 21: The COP describes stakeholder engagement                    |   |  |
| Indicate which of the following best practices are described in your COP: |   |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Any relevant policies, procedures, and activities that the company plans to undertake to fulfill this criterion, including goals, timelines, metrics, and responsible staff</li> </ul> | Page 10-13,<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a>     |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Publicly recognize responsibility for the company's impacts on internal and external stakeholders</li> </ul>   | Page 2-3, 10-13<br><a href="https://goo.gl/x2q5dx">https://goo.gl/x2q5dx</a> |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Define sustainability strategies, goals and policies in consultation with key stakeholders</li> </ul>  | -  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Consult stakeholders in dealing with implementation dilemmas and challenges and invite them to take active part in reviewing performance</li> </ul>                                    | -  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Establish channels to engage with employees and other stakeholders to hear their ideas and address their concerns, and protect 'whistle-blowers'</li> </ul>                            | Page 16-20   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Other established or emerging best practices</li> </ul>  | -  |



## ASSURANCE STATEMENT

### **SGS (THAILAND) LIMITED'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE CP ALL PUBLIC COMPANY LIMITED'S SUSTAINABILITY REPORT FOR 2017**

#### **NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION**

SGS (Thailand) Limited was commissioned by CP ALL Public Company Limited (hereinafter referred to as CP ALL) to conduct an independent assurance of the Sustainability Report for 2017. The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the text, and data in accompanying tables, contained in this report.

The information in the Sustainability Report of CP ALL and its presentation are the responsibility of the directors or governing body and the management of CP ALL. SGS (Thailand) Limited has not been involved in the preparation of any of the material included in the Sustainability Report.

Our responsibility is to express an opinion on the text, data, graphs and statements within the scope of verification with the intention to inform all CP ALL's stakeholders.

The SGS protocols are based upon internationally recognized guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting Standards (2016) for accuracy and reliability and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

This report has been assured at a moderate level of scrutiny using our protocols for:

- evaluation of content veracity;
- Type 2 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008); and
- evaluation of the report against the Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting Standards (2016).

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees at CP ALL headquarter and subsidiary offices i.e. CPRAM Company Limited (Ladlumkaew and Ladkrabang factory), Siam Makro Public Company Limited in Thailand; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant.

#### **STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE**

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS (Thailand) Limited affirm our independence from CP ALL, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors experienced in one or more of the following; AA1000, GRI, QMS, EMS, SMS, EnMS, Carbon Footprint, Water Footprint, GHG Validation - GHG Verification Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

#### **VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION**

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the information and data contained within Sustainability Report verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of CP ALL sustainability activities from 1<sup>st</sup> January 2017 to 31<sup>st</sup> December 2017.

The assurance team is of the opinion that the Report can be used by the Reporting Organisation's Stakeholders. We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. In our opinion, the content of the report meet the requirement of GRI Standard (2016) and AA1000 Assurance Standard (2008) Type2, Moderate level assurance.

#### **AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2008) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS**

##### **Inclusivity**

CP ALL has demonstrated a good commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement effort such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, CSR experts, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, CP ALL may consider having more direct involvement of stakeholders during future engagement.

##### **Materiality**

CP ALL has established effective processes for determining issues that are material to the business. Formal review has indentified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders.

##### **Responsiveness**

The report includes coverage given to stakeholder engagement, as well as the response to the material issues concerned by the stakeholders.

#### **GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING GUIDELINES CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS**

The CP ALL's Sustainability Report of 2017 is presented in accordance with the core option for GRI Standard (2016) and fulfills all the required content and quality criteria for the identified aspects listed below:

GRI 302 - Energy 2016; (302-1 Energy consumption within the organization, 302-3 Energy intensity)

GRI 303 - Water 2016; (303-1 Water withdrawal by source)

GRI 305 - Emission 2016; (305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions, 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions, 305-4 GHG emission intensity)

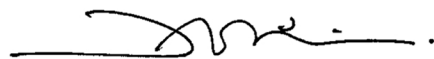
GRI 306 - Effluents and Waste 2016; (306-2 Waste by type and disposal method)

GRI 403 - Occupational Health and Safety 2016; (403-1 Workers representation in formal joint management-worker health and safety committees, 403-2 Type of injury and rates of injury occupational disease, lost days, and absenteeism and number of work-related fatalities)

The material aspects and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material aspects, boundaries, are correctly located in context index and report. It is recommended to have more identifications and disclosure of their subsidiary's material aspects in the next report. Disclosure on Management Approach components, such as goals and targets, specific actions taken to achieve the expected result, may be further enhanced. It is encouraged to emphasize on the specific management practices undertaken for each identified material aspect next year.

**Signed:**

**For and on behalf of SGS (Thailand) Limited**



**Sompong Kiatiporn, General Manager**

**Bangkok, THAILAND**

**23 April, 2018 WWW.SGS.COM**

**A L L    F**

H A P P I N E S S



**บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)**

เลขที่ 313 อาคาร ซี.พี.ทาวเวอร์ ชั้น 24 ถนนสีลม แขวงสีลม

เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

โทร 02 071 9000

[www.cpall.co.th](http://www.cpall.co.th)