

CP ALL PUBLIC COMPANY LIMITED

SET AWARDS 2023



แนะนำผู้บริหาร



คุณยุทธศักดิ์ ภูมิสุรกุล
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



คุณเกรียงชัย บุญโพธิ์ธิษฐานติ
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านการเงิน



คุณลาวัลย์ เตียงหงษากุล
รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส
สายงานทรัพยากรบุคคล



คุณสุพจน์ ชิตเกษรพงศ์
รองกรรมการผู้จัดการ
เลขานุการบริษัท



คุณธานี ลิ้มปนารมณ
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
สำนักบริหารการสื่อสารองค์กร



คุณอาคม อางแสง
ผู้จัดการทั่วไป
สำนักบริหารความยั่งยืนองค์กร



ธัญญา เทอบอร์
ผู้จัดการแผนก
สำนักบริหารการสื่อสารองค์กร

ลำดับ การนำเสนอ



1

บริบทเกี่ยวกับ ซีพี ออลล์

2

การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ

- การกำกับดูแลกิจการ
- บริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

3

การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

4

การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนหรือแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างยั่งยืน

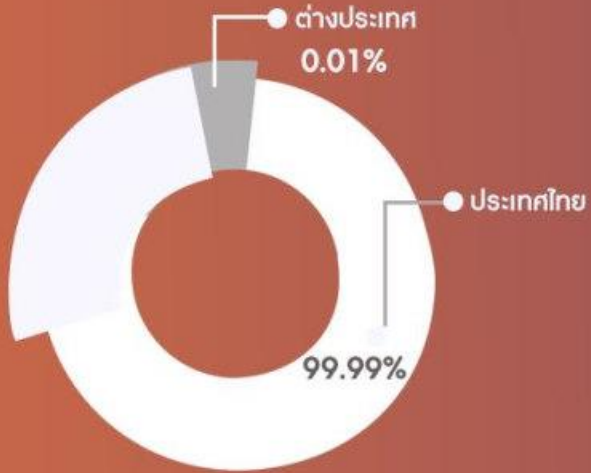


1

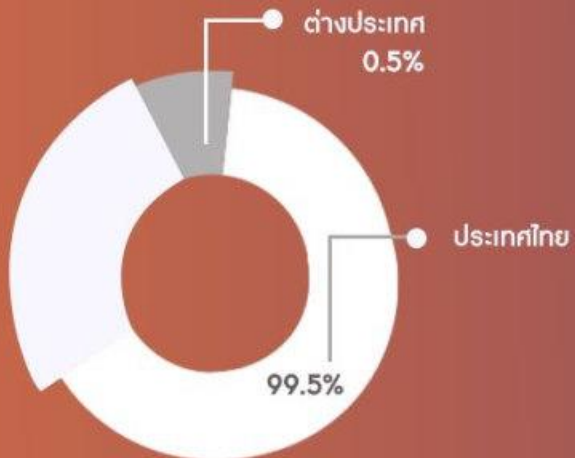
บริษัทเกี่ยวกับ ซีพี ออลล์

1. บริบทเกี่ยวกับ ซีพี ออลล์

สัดส่วนรายได้



สัดส่วนร้านสาขา



ร้านสาขาบริษัท
7,082 สาขา



สตอร์พาร์กเนอร์
และผู้รับสิทธิช่วงอาณาเขต
7,133 สาขา



66 สาขา

1 สาขา



ร้านทำเลปกติ
12,188 สาขา



ร้านเซตสถานี
บริการน้ำมัน ปตท.
2,027 สาขา

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2566



เกี่ยวกับลูกค้า



ลูกค้า

13.5 ล้านคน

TC

959 คน/ร้าน/วัน

Transaction

82

ฐานลูกค้า

35 ล้านคน



ALL
member



ใช้แอปพลิเคชัน 7-11TH
10 ล้านคน/เดือน

สมาชิกออลค์เอ็มเบอ์
Total 17.4 ล้านคน
Active 12.2 ล้านคน



36.09 M



27.50 M



8.07 M



0.25 M



0.3 M



0.33 M



0.05M

72.6 ล้านคน

1. บริบทเกี่ยวกับ ซีพี ออลล์

สินค้าและบริการ



มีสินค้าที่ต้องบริหารจัดการ

25,594 SKUs

ทำงานร่วมกับคู่ค้ามากกว่า

1,985 ราย



สินค้าโดดเด่น



An aerial view of a city at sunset or sunrise, with a large, semi-transparent globe centered over the urban area. The globe is overlaid with a network of lines and various icons representing sustainability themes: wind turbines, solar panels, water droplets, recycling symbols, and green leaves. The text 'Sustainability for All' is prominently displayed in the center, with the Thai translation below it.

Sustainability for All

ขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน

**Commercial
Sustainability**

**People
Sustainability**

**Corporate
Sustainability**



**Sustainability
For All
(Stakeholders)**

Sustainability Vision

มุ่งสร้างและพัฒนาศักยภาพที่ยั่งยืน (ESG) ด้วยนวัตกรรม ตลอดห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value chain)
เพื่อสังคมและชุมชน

ห่วงโซ่คุณค่า และผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของ ซีพี ออลล์

1

การจัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ

- คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้า เจ้าหนี้ทางการค้า
- ภาครัฐ
- ลูกค้า
- สังคม ชุมชน
- พนักงาน

3

การจัดส่งและกระจายสินค้า

- คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้า เจ้าหนี้ทางการค้า
- ภาครัฐ
- ลูกค้า
- สังคม ชุมชน
- พนักงาน
- ผู้นำทางความคิด

5

ความรับผิดชอบต่อลูกค้าและบริการหลังการขาย

- คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้า เจ้าหนี้ทางการค้า
- ภาครัฐ
- ลูกค้า
- สังคม ชุมชน
- พนักงาน
- ผู้นำทางความคิด
- พันธมิตรทางธุรกิจ
- ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน

2

การผลิต วิจัย และพัฒนาสินค้า

- คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้า เจ้าหนี้ทางการค้า
- ภาครัฐ
- ลูกค้า
- สังคม ชุมชน
- พนักงาน

4

การตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ

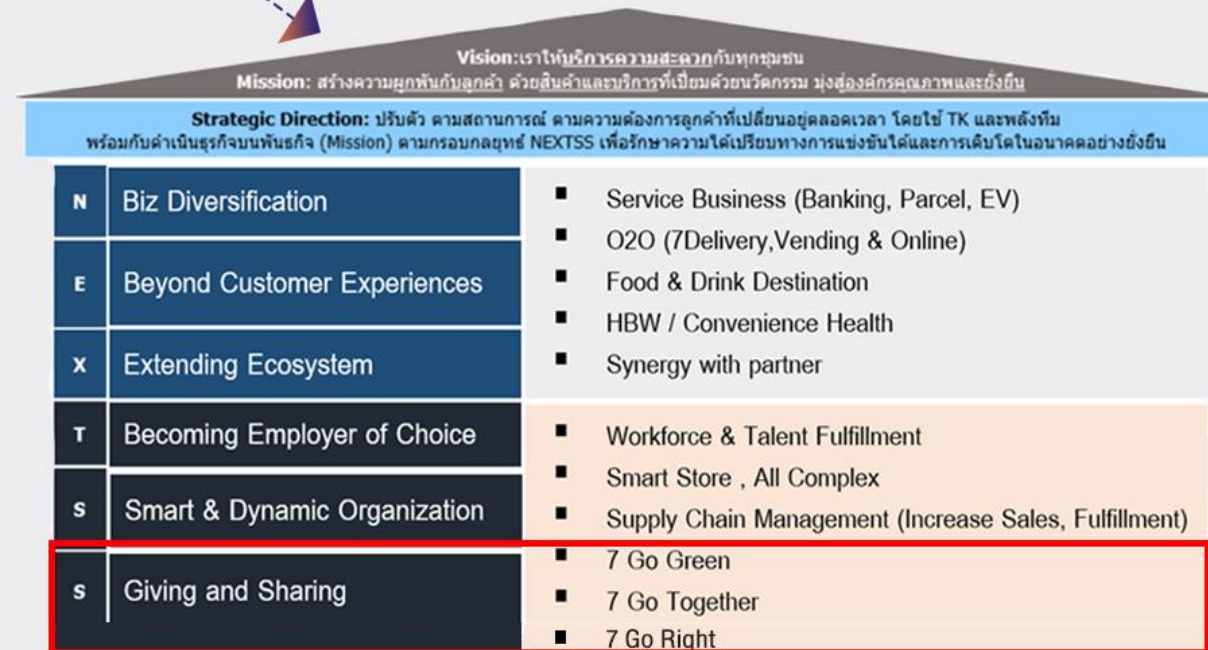
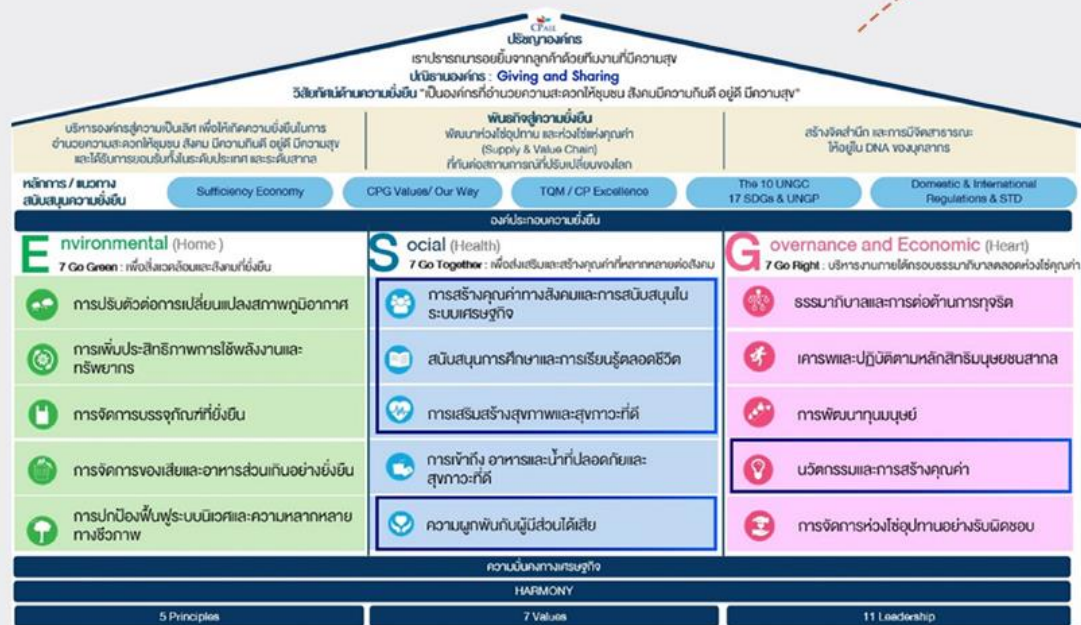
- คู่ค้า ผู้ส่งมอบสินค้า เจ้าหนี้ทางการค้า
- ภาครัฐ
- ลูกค้า
- สังคม ชุมชน
- พนักงาน
- ผู้นำทางความคิด
- พันธมิตรทางธุรกิจ
- ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน
- ผู้ให้สิทธิทางการค้า



2030 CP ALL Sustainability Development Goals

E nvironmental (Home) 7 Go Green : เพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืน	S ocial (Health) 7 Go Together : เพื่อส่งเสริมและสร้างคุณค่าที่หลากหลายต่อสังคม	G overnance and Economic (Heart) 7 Go Right : บริหารงานภายใต้กรอบธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่อุปทาน
 การปรับตัวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ Carbon Neutrality มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2593 ซึ่งสอดคล้องกับการริเริ่มเป้าหมายที่อิงหลักวิทยาศาสตร์ หรือ The Science Based Targets initiative (SBTi)  การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากร 25% ควบคุมการเติบโตการใช้พลังงานรวมสุทธิ (final energy) ให้ลดลงเปรียบเทียบกับกรณีปกติ (Business-as-usual, BAU)  การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน 100% บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ในกระบวนการของบริษัท (Private Brand) ต้องสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reusable) หรือนำมาใช้ใหม่ (Recyclable) หรือสามารถสลายตัวได้ทางชีวภาพ (Compostable) 100% สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในประเทศไทย ภายในปี 2568 สำหรับบริษัทที่มีการดำเนินงานในต่างประเทศ ภายในปี 2573  การจัดการของเสียและอาหารส่วนเกินอย่างยั่งยืน 100% ลดปริมาณอาหารส่วนเกินหรืออาหารเหลือที่ต้องนำไปทิ้งและลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่ต้องนำไปสู่การฝังกลบ  การปกป้องพื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ 100% ทุกพื้นที่ที่ดำเนินการของธุรกิจ มีโครงการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียในระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ ที่จะช่วยลดผลกระทบต่อระบบนิเวศหรือความหลากหลายทางชีวภาพ	 การสร้างคุณค่าทางสังคมและการสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ 250,000 คน พัฒนากิจกรรม ส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการรายย่อย เกษตรกร รวมถึงกลุ่มเปราะบางตลอดห่วงโซ่อุปทาน  สนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต 500,000 คน สนับสนุนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ ให้นวัตกรรมทางเทคนิคและอาชีพ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต  การเสริมสร้างสุขภาพและสภาวะที่ดี 25% เพิ่มสัดส่วนจำนวนผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ที่มุ่งเน้นสุขภาพ และโภชนาการที่ดี  การเข้าถึง อาหารและน้ำที่ปลอดภัยและสภาวะที่ดี 5,000,000 คน สนับสนุนให้ผู้ที่ขาดแคลน กลุ่มคนยากจนและกลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงอาหาร น้ำที่ปลอดภัย และการมีสภาวะที่ดี  ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย 80% ระดับความผูกพันของผู้มีส่วนได้เสีย (Key Stakeholders) ทุกกลุ่ม	 ธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต Exoellence ได้รับการจัดอันดับ การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Rating) โดยสถาบันที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล หรือเทียบเท่า  เคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล 100% ดำเนินการให้เกิด “การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน” อย่างต่อเนื่องตามแนวทางขององค์การสหประชาชาติ ทั้งในขอบเขตการดำเนินงานของบริษัท และคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงด้านความยั่งยืน  การพัฒนาทุนมนุษย์ 100% ผู้นำและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้และกิจกรรมด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี  นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า 20% รายได้ที่มาจากนวัตกรรมด้านสินค้า บริการ และธุรกิจใหม่ ตลอดจนนวัตกรรมด้านกระบวนการ  การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ 100% คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) ที่มีความเสี่ยงสูง (High Risk Suppliers) ด้านความยั่งยืนจะต้องถูกตรวจสอบแบบเบ็ดเสร็จ (Comprehensive Assessment) และเกิดการพัฒนาปรับปรุง 100%

เชื่อมโยงประเด็นความยั่งยืนกับกลยุทธ์ธุรกิจ



นำประเด็นความยั่งยืนมาจัดการความเสี่ยง
เกี่ยวกับประเด็นสังคม และสิ่งแวดล้อม
จากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ

กำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ
และการวางแผนการดำเนินงานในระยะยาว



2

การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ

2.1 การกำกับดูแลกิจการ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ครอบคลุมทั้งกลุ่มบริษัทรวมถึงธุรกิจในต่างประเทศ
ที่จะสร้างความรับผิดชอบ ความโปร่งใส และเชื่อถือได้ทางงบการเงินและข้อมูลอื่นที่รายงานต่อสาธารณชน



1. โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ และการกำกับดูแลงานบัญชีและการเงินให้มีการถ่วงดุล
(Check and Balance)

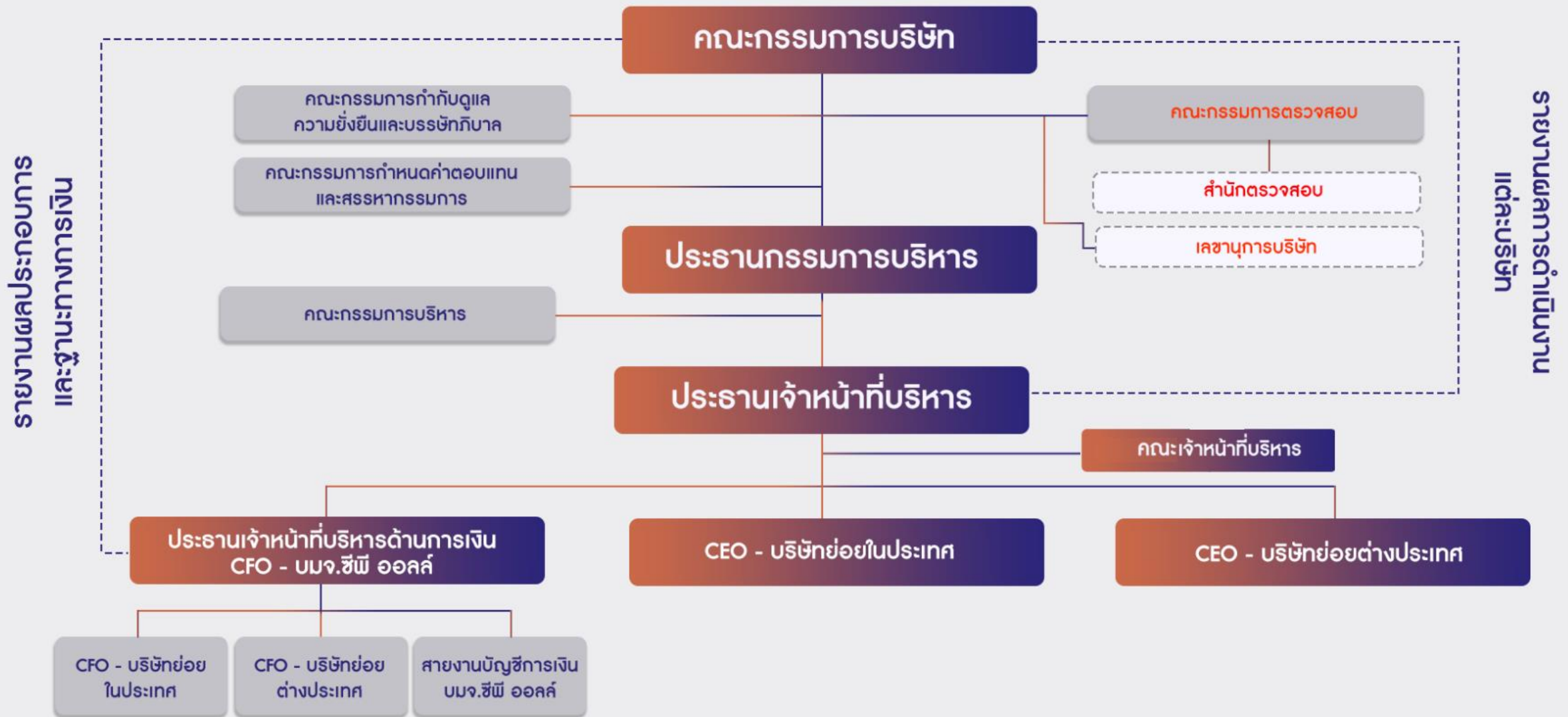


2. กระบวนการตรวจสอบและควบคุมภายในที่ดี (Internal Control)



3. สร้างความตระหนัก ป้องกันการกระทำผิด

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ และการกำกับดูแลงานบัญชีและการเงิน ให้มีการถ่วงดุล (Check and Balance)



2

กระบวนการตรวจสอบและควบคุมภายในที่ดี (Internal Control)

คณะกรรมการบริษัท

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO)

กำกับดูแลกิจการ



ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
ด้านการเงิน (CFO)

กำกับดูแลทางการเงิน



คณะกรรมการตรวจสอบ

กำกับดูแลการ
ตรวจสอบภายใน



3

สร้างความตระหนัก ป้องกันการกระทำผิด

ช่องทางการ
แจ้งเบาะแส
การสร้าง
ความตระหนัก
น้องจ๊ี้





พบเบาะแสการทำผิด อย่าเพิกเฉย

แจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการทุจริต ผิดจริยธรรมธุรกิจ
ผิดกฎหมาย ผิดระเบียบข้อบังคับ หรือการกระทำที่ไม่เหมาะสม
ของผู้บริหารและพนักงาน ซีพี ออลล์ และบริษัทย่อย

ช่องทางการร้องเรียน



E-mail: AuditCommittee@cpall.co.th
E-mail: CGcommittee@cpall.co.th
E-mail: BOD@cpall.co.th



โทรศัพท์ 02 - 826 - 7744
โทรศัพท์ 02 - 071 - 2770
โทรสาร 02 - 071 - 8623
(เฉพาะเรื่องการทุจริต)



ระบุหน้าซองถึง สำนักตรวจสอบ
(เฉพาะเรื่องการทุจริต)
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 119 ชั้น 16 อาคารธาราสภา
ซอยสาทร 5 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ
เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120



เข้าไปที่ CP ALL Connect >
More > Portal > Whistleblowing



<http://www.cpall.co.th/whistleblowing>
(เฉพาะเรื่องการทุจริต)
<http://www.Facebook.com/CPALL7>
(Inbox)

คุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส

*ข้อมูลของผู้แจ้งเบาะแสดูถูกเก็บไว้เป็นความลับสามารถแจ้งเบาะแสดังกล่าวแก่บุคคลภายในบริษัทฯ
และบุคคลภายนอก ทั้งนี้ผู้แจ้งเบาะแสดังกล่าวจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย 1508/2565
นโยบายการแจ้งเบาะแสดและการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส (Whistleblowing Policy)



รวมน้องจ๊ี้ขอมอบ สำหรับสาย ปฏิบัติการ
เข้าได้ที่ CPALL CONNECT > Libery > ธรรมภิบาล (Good Governance)

คณาธรรมาภิบาล

ชื่อสัตย์ โปร่งใส ยุติธรรม คำนึงถึงชุมชนสังคม สิ่งแวดล้อม

คณะกรรมการบรรษัทภิบาล ซีพี ออลล์

2

การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ

2.2 การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

2.2 บริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

สร้างความเข้มแข็งให้คู่ค้า “เก่งและดี” พร้อมเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย

ยอดซื้อสินค้าจาก SME เติบโต 10%
ภายในปี 2568 (เทียบกับปีฐาน 2563)

คู่ค้าลำดับที่ 1 ที่มีความเสี่ยงสูง
ด้านความยั่งยืนจะต้องถูก
ตรวจสอบประเมินแบบเชิงรุก
และเกิดการพัฒนาปรับปรุง
100% ภายในปี 2573

กลยุทธ์ 7 Go Right

บริหารงานภายใต้กรอบธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่อุปทาน

1. จัดซื้อ จัดจ้างตามนโยบายจัดหาอย่างยั่งยืน
2. จัดการอุปสงค์และซัพพลายเชนแบบบูรณาการ
3. เพิ่มความหลากหลายและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน
ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม
4. เสริมสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์และการจัดการหุ้นส่วน
ทางธุรกิจที่ยั่งยืน

โครงการกลยุทธ์ที่สำคัญ

1.
โครงการ 7-Eleven
เคียงข้างเกษตรกรไทย
2.
โครงการพัฒนาศักยภาพ
SME

2.2 บริหารห่วงโซ่อย่างรับผิดชอบ-กลยุทธ์และแผนงานจัดการอุปสงค์และซัพพลายเชนแบบบูรณาการ

1

จัดหาวัตถุดิบ สรรหาสินค้าและบริการ



ให้ความรู้ วางแผนการปลูกกับเกษตรกรล่วงหน้า และร่วมมือกับภาครัฐสนับสนุนเกษตรกรตรวจรับรองแปลงปลูก พร้อมประเมินคู่ค้ารายใหม่ตามเกณฑ์ ESG

3

จัดส่งและกระจายสินค้า



กระจายโรงบ่ม โรงแพกทุกภูมิภาค พร้อมขยายพื้นที่จำหน่ายส่งผ่านคลังสินค้าของ CP ALL ช่วยลดระยะทางขนส่ง

2

ผลิต วิจัยและพัฒนาสินค้า



ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีพัฒนาคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน ปลอดภัย เพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน ช่วยลดต้นทุนการผลิต ส่งเสริมคู่ค้า พัฒนาโรงงานให้ได้ GMP

4

การตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ

เพิ่มสินค้าที่หลากหลาย มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค



2.2 บริหารห่วงโซ่อย่างรับผิดชอบ-กลยุทธ์และแผนงานจัดการอุปสงค์และซัพพลายเชนแบบบูรณาการ



ลดการขาดแคลนสินค้า
ที่มีความต้องการสูง
ด้วยสินค้าทดแทน
และสินค้าตามฤดูกาล



2.2 บริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ-กลยุทธ์และแผนงานเพิ่มความหลากหลาย และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สร้างความแตกต่างและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

แซนวิชอบร้อน

บริษัท เอ็นเอสแอล ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)



เติบโต **30** เท่า
4,010 ลบ.



คุณสมชาย อัครปัญญา
กรรมการผู้จัดการ

สุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Awards
ประเภท: รางวัลนวัตกรรมประเภทที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ
อันดับ: รางวัลชนะเลิศ

น้ำนมถั่วเหลือง Tofusan

บริษัท โทฟูซัง จำกัด

เติบโต **77** เท่า
850 ลบ.



คุณสุรนาม พานิชการ
กรรมการผู้จัดการ บริษัท โทฟูซัง จำกัด

สุดยอดนวัตกรรม 7 Inventor Awards
ประเภท: รางวัลนวัตกรรมประเภทที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ
อันดับ: สุดยอดนวัตกรรม 7 Inventor Awards

2.2 บริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบต่อลูกค้า-กลยุทธ์และแผนงานเพิ่มความหลากหลาย และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

นำเทคโนโลยีนวัตกรรมมาใช้ในการบริหารจัดการ ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพิ่มความเร็ว แม่นยำ ในการส่งมอบสินค้าถึงมือผู้บริโภค ช่วยลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากสินค้าคงคลังและสินค้าที่ต้องตัดจ่าย

เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ร่วมกับผู้รับเหมาขนส่ง

ใช้ Tracking GPS เพิ่มความปลอดภัย ลดอุบัติเหตุรถขนส่ง ได้ร้อยละ 35

ฉีกกำลังกับลูกค้า

จัดส่งและกระจายสินค้าแทนการให้ลูกค้าจัดส่งสินค้าโดยตรง
ลดเวลาการจัดส่งล่าช้า และการขาดส่งโดยเฉพาะพื้นที่จัดส่งยากลำบาก

Green Transport

ปรับเปลี่ยนขนาดรถขนส่งจากรถบรรทุก 4 ล้อ ธรรมดา
เป็น 4 ล้อ จัมโบ้ ลดต้นทุนค่าพลังงานของลูกค้าและบริษัท
รวมถึงนำโปรแกรม Territory Plannerช่วยกำหนดเส้นทางขนส่ง
ลดระยะทางขนส่งได้ 5-20%

เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการขนส่ง

โครงการรอยยิ้มผู้ขนส่ง

โครงการสำรวจจุดจอดรถที่ร้านสาขา

2.2 บริหารห่วงโซ่อย่างรับผิดชอบ-กลยุทธ์และแผนงานเพิ่มความหลากหลาย และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

โครงการรอยยิ้มผู้ขนส่ง

เพราะ ผู้ขนส่ง คือ “พนักงานหน้าบ้าน CPALL”

“เราปรารถนารอยยิ้มของลูกค้า
ด้วยทีมงานที่มีความสุข”

ใครเป็นผู้ดูแล “ความสุข” ของผู้ขนส่ง

วัตถุประสงค์

- เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อผู้ใช้รถใช้ถนน และชุมชนรอบร้านสาขา
- เพื่อลดข้อร้องเรียนจากร้านสาขาและลูกค้าผู้มาใช้บริการ

เป้าหมาย

จำนวนข้อร้องเรียนรถขนส่งงาน Social = 0

ขนส่ง
ส่วน
กลาง

กองรถมีงานทำ คำนวณส่งยุติธรรม
สวัสดิการผู้ขนส่ง

ศูนย์
กระจาย
สินค้า

รอไม่นาน ใช้งานด้วยระบบ Model Online ตรวจสอบผ่านระบบ Register
บริการดี อบรมพนักงานคลังผ่าน Train the Trainer
พูดจา/กิริยาสุภาพ, เครื่องดื่ม/ข้าวฟรี ตรวจสอบผ่าน Walky-Talky
มีใจช่วยเหลือ ช่วยสอนขั้นตอนการทำงาน ให้นักงานขนส่งเข้าใจใหม่
ช่วยแจ้งจุดติดต่อกัดไป ช่วยหยิบจับตอนโหลดสินค้า



2.2 บริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ-กลยุทธ์และแผนงานเพิ่มความหลากหลาย และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

แนวทาง การดำเนินงาน โครงการ

1. PLAN & STANDARD

ร่วมกันวางแผน สำรองจุดจอดรถและอัปเดตข้อมูลทุกเดือน
กำหนดมาตรฐานการแก้ไขและ
ตอบคำถามสำหรับข้อร้องเรียน

DAILY OPERATION

3. CHECK

DC ทุกพื้นที่ติดตามการขนส่งสินค้า
ผ่านระบบ ANNY
ตรวจสอบจุดจอดรถขนส่งจาก
ข้อมูลภาพถ่ายจุดจอดรถผ่าน LINE

2. DO & COMMUNICATE

เน้นย้ำผู้ขนส่งและผู้ประกอบการ
สำหรับการจัดส่งสินค้า
DC ทุกพื้นที่สื่อสารข้อมูล
ร้านค้าที่เคยเกิดข้อร้องเรียน

4. ACTION

เมื่อเกิดข้อร้องเรียน
บทลงโทษตามประกาศ กสท.ชส.ปท
DC ทุกพื้นที่หาสาเหตุและใช้
004/2565

2. โครงการสำรวจจุดจอดรถที่ร้านสาขา

ศูนย์กระจายสินค้าทุกพื้นที่สำรวจและตรวจสอบจุดจอดรถ โดยแบ่งเป็น 4 ประเภท

	DRY	CHILLED	BAKERY
1. ไม่มีจุดจอดรถ	887	797	827
2. มีที่จอด แต่จอดไม่สะดวก	645	894	1,168
3. จอดรถขึ้นไกล	104	151	191
4. มีที่จอดรอเวลาส่ง	357	66	256

1. ไม่มีจุดจอดรถ

● โครงการอัปเดตการสำรวจจุดจอดรถที่ร้านสาขา

- ปรับจุดจอดรถและเวลาการจัดส่งร่วมกับร้านสาขา
- ปรับลำดับการจัดสินค้า (LOAD MODEL)

2. มีที่จอด แต่จอดไม่สะดวก

● หลักสูตรการสร้างจิตสำนึก SERVICE MIND

- พื้นที่จอดรถไม่สามารถจอดได้ ต้องจอดรอ
- ในกรณีมีรถลูกค้าจอด ห้ามขยับรถลูกค้า ให้แจ้งพนักงานร้านเท่านั้น

3. จอดรถขึ้นไกล

● โครงการกำหนดนโยบายการจ่ายค่าความยากลำบาก ในการจัดส่งสินค้า

- การจัดทำบันทึกจ่ายค่าความยากลำบาก
- การจ่ายเงินผ่านระบบ WTS

4. มีที่จอดรอเวลาส่ง

● โครงการลดระยะเวลาการจัดส่งสินค้าที่ร้านสาขา

1. โทรแจ้งร้านสาขาเมื่อใกล้ถึง เพื่อให้ร้านเตรียมพื้นที่ เตรียมลังคั้น
2. ลงสินค้าให้ครบก่อนแล้วนำรถไปจอดพื้นที่จอดรถ จากนั้นค่อยมาตรวจสอบสินค้ากับร้าน

ผลลัพธ์สำคัญ

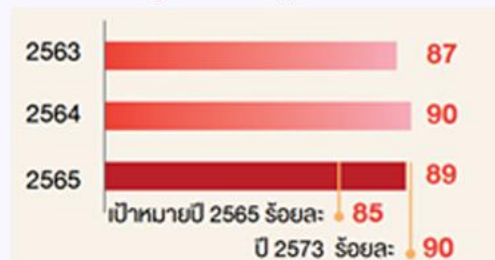
● การเติบโตของยอดขายซื้อสินค้าจาก SME



● พัฒนา สนับสนุน และส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ SME

เพิ่มขึ้นจากปี 2564 10%
รวมจำนวนกว่า 1,000 ราย

● ระดับความผูกพันของลูกค้า



● รายได้ที่มาจากสินค้านวัตกรรม



● จำนวนสินค้า SME ที่วางจำหน่ายช่องทางออนไลน์และออนไลน์

มากกว่า 8,000 รายการ

● ยอดขายสินค้า SME

12.2 ล้านบาท

3

การบริหารจัดการ
ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ฉลาดใช้ ฉลาดรักษ์ พักภัยสิ่งแวดล้อม

เพื่ออากาศบริสุทธิ์ เพื่อโลกที่ยั่งยืนของเรา



กลยุทธ์ 7 Go Green
เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง

เป้าหมาย

มุ่งสู่ความเป็นกลางทาง คาร์บอน
(Carbon Neutral) ภายในปี 2573

มุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
สุทธิเป็นศูนย์
(Net Zero) ภายในปี 2593

Green Store / Building

Green Logistic

Green Packaging

Green Living

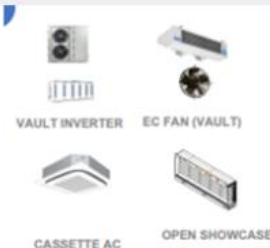
โครงการเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ

- เพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาด
- เพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน
- ใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ลด Single use plastic

โครงการ เชิงกลยุทธ์ ที่สำคัญ

Green store/ building



50 million-kWh / year



60 million-kWh / year



Eco friendly refrigerant

เทียบเท่าลดการปล่อย $\text{CO}_2 = 49,000 \text{ tCO}_2\text{e / year}$

Green logistics



8.4 million-kWh / year

เทียบเท่าลดการปล่อย $\text{CO}_2 = 3,700 \text{ tCO}_2\text{e / year}$

โครงการ เซิงกลยุทธ์ ที่สำคัญ

Green packaging



ส่วนงานสร้างเสริมสัมพันธภาพกับลูกค้า

บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก

ขยายผลบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก
ตามร้านสาขาที่อยู่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
1,000 สาขา



เขายายดา จ.ระยอง
(15 กม.)



เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์
(20 กม.)



เขื่อนรัชชประภา
(5 กม.)



Green Coffee Shop

ร่วมกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
และสิ่งแวดล้อม



ส่วนงานสร้างเสริมสัมพันธภาพกับลูกค้า

บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก

- ขยายผลบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกตามร้านสาขาที่อยู่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 1,000 สาขา
- **Green coffee shop** ร่วมกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- ร้านกาแฟที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากแก้วกาแฟสู่การดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- **รักษ์โลก แค่ยก-ดื่ม**
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อลดการใช้พลาสติก

โครงการ เซิงกลยุทธ์ ที่สำคัญ

Green packaging

โครงการ : ลดขยะ เพิ่มประโยชน์

จากคลังชำรุด ศูนย์กระจายสินค้า สู่ตะกร้าใช้ที่ร้าน 7-ELEVEN



คลังชำรุด 58 ตัน



ตะกร้า SHOPPING รีไซเคิล

โครงการ เชิงกลยุทธ์ ที่สำคัญ

Green packaging

ลดการใช้ single use plastic

CPALL x บริษัทพันธมิตร บริษัทคู่ค้า			
Supplier	การดำเนินโครงการ	ระยะเวลา	รูปแบบ
Panasonic	ส่งเสริมให้ท่านพาร์ทเนอร์ ทดลอง : 31 สาขา / 11 มหาวิทยาลัย ยอดสะสม : 16,556 ก้อน	เฟส 1 : 15 มิ.ย.65 - 15 ก.ย. 65 เฟส 2 : 16 ก.ย.65 - 31 ธ.ค. 65 เฟส 3 : 1 ม.ค.66 - 31 มี.ค. 66 เฟส 4 : 1 เม.ย.66 - 30 มิ.ย. 66	
ดอยคำ	สนับสนุนให้ท่านพาร์ทเนอร์ทำ คอน 10 กล่อง ลด ICE POP 1 กล่อง (ลดได้ทั้งหมด 100,000 ชิ้น) ทดลอง : 15 สาขา / 2 มหาวิทยาลัย ยอดสะสม : 390 กล่อง	เฟส 1 : 16 ธ.ค.65 - 16 มี.ค.66 เฟส 2 : 16 มี.ค.66 - 16 มิ.ย.66 เฟส 3 : 17 มิ.ย.66 - 17 ก.ย.66	
Nestlé	สนับสนุนให้ท่านพาร์ทเนอร์ใช้ขวดน้ำดื่มรสชาติน้ำตาล ทดลอง : 50 สาขา	12 มิ.ย.66 - 12 ก.ย.66	
SCGC	SCGC นำพลาสติกชีวภาพมาใช้ภายในร้าน All Cafe นำไปรีไซเคิลเป็นกระดาษคัตินัน ทดลอง : 20 สาขา / 3 มหาวิทยาลัย	ก.ย.66 - ก.ย.66	
SUNTORY PEPSICO	สนับสนุนพลาสติกชีวภาพไปรีไซเคิล ทดลอง : 50 สาขา	On Process	
GTC	นำขวดน้ำดื่มรสชาติน้ำตาล 7-Eleven (ขวดเคลือบ PBS) ใช้แทนกระดาษคัตินัน และนำไปรีไซเคิล	On Process	
Lay's	สนับสนุน Multi-Layered Plastic	On Process	

ยอดลดการใช้พลาสติก ปี 66



เม.ย.

337.16 ล้านใบ

รวม

1,264.09 ล้านใบ



4,050,517 ชิ้น



398,469,641 ชิ้น



- ชิ้น



7,294,107 ชิ้น

รวม
เม.ย. 66

409,814,266 ชิ้น



โครงการ เชิงกลยุทธ์ ที่สำคัญ

Green Living

Food
To
Merit



● ส่งมอบอาหาร 244 ชุมชน
1,181,779 มื้ออาหาร

● ลดขยะอาหารสู่การฝังกลบ = 281 ตัน
ลดการปลดปล่อย Methane = 2,925 tonne

Green Living

โครงการแค่ไม่รับ=ปลูกต้นไม้ (1 ล้านต้น)

โครงการ เซิงกยูทอร์ ที่สำคัญ



วัตถุประสงค์

1. เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ 7-Eleven และบริษัทในกลุ่ม
2. เพื่อรณรงค์สร้างการรับรู้และสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้า ไม่รับพลาสติกถุง หลอด ช้อนและส้อม
3. สร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้าผ่าน Gamification ใน 7App



วิธีการ



รางวัล 7IN

ได้รับรางวัล
100,000 USD



4

การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน
หรือแก้ไขปัญหาสังคมอย่างยั่งยืน

I'M
REUSEABLE!
MAKE EVERYDAY EARTH DAY

work
based
education
University of Networking
www.pim.ac.th

แบ่งปันทุกโอกาส ปรารถนาให้ทุกคน

มีคุณภาพชีวิตที่ดี สังคมไทยมีความสุข สร้างประโยชน์ร่วมกันอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย

สนับสนุนเด็ก เยาวชน กลุ่มเปราะบาง
ให้เข้าถึงการศึกษาทั้งในและนอกระบบ
ให้มีทักษะทางเทคนิคและอาชีพ
ที่จำเป็นต่อการทำงาน 500,000 ราย
ภายในปี 2573

กลยุทธ์ 7 Go Together

เพื่อส่งเสริมและสร้างคุณค่าที่หลากหลายต่อสังคม

สร้างคน สร้างงาน สร้างอาชีพ

โครงการเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ

Corporate University

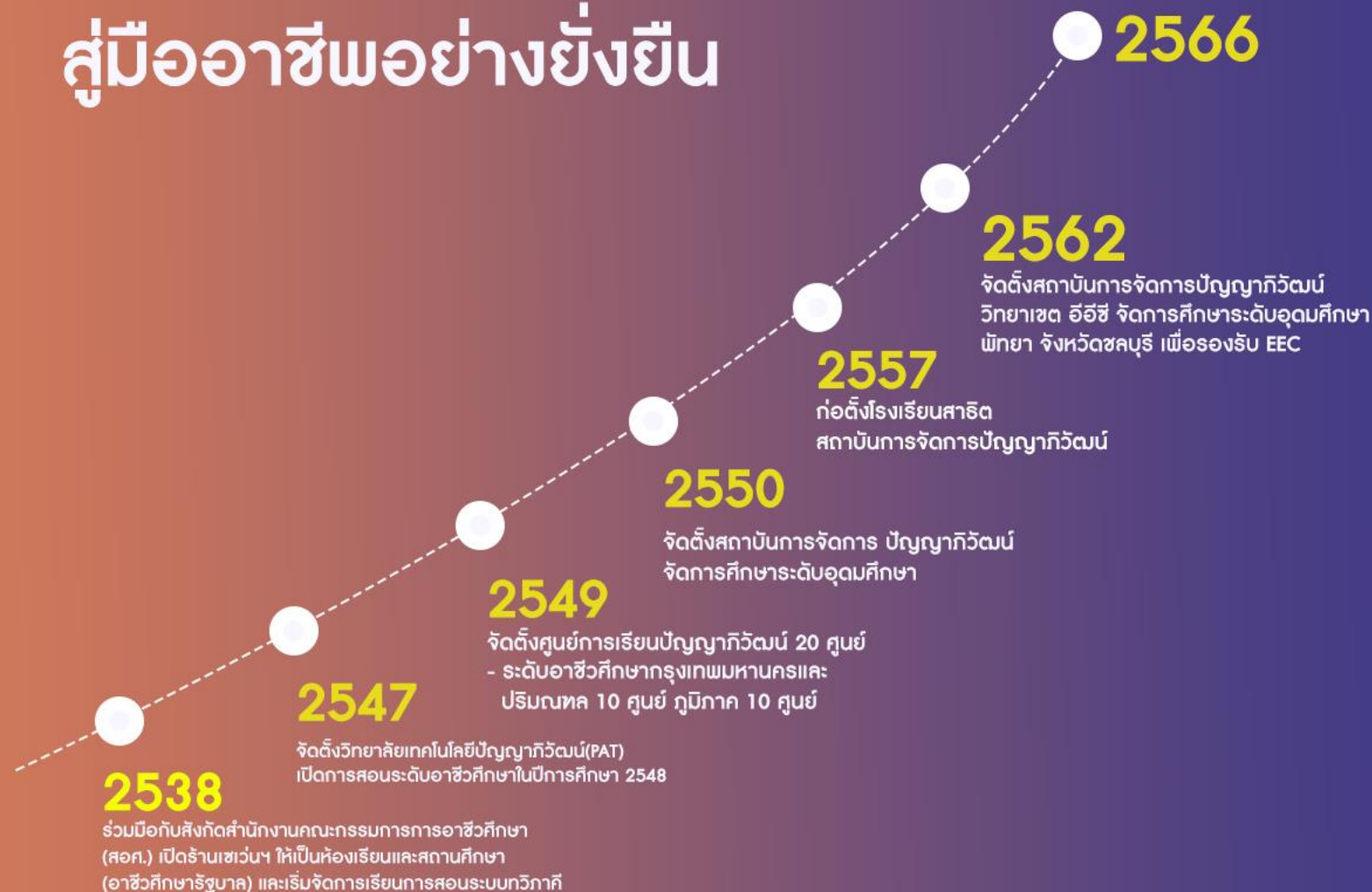
(วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์)

สร้างอาชีพ

ให้กับ SMEs เกษตรกร
และกลุ่มเปราะบาง ในชุมชน

สร้างคน
กว่า **48,000** ราย
มูลค่าสนับสนุน **7,724** ล้านบาท

เส้นทางการพัฒนาเยาวชน สู่มืออาชีพอย่างยั่งยืน



- 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ (PAT) เปิดโอกาสทางการศึกษาระดับอาชีวศึกษา
- 2 สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) ที่มอบโอกาสต่อยอดทางการศึกษาให้แก่เยาวชนในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก
- 3 โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (สาธิตพีไอเอ็ม) ครอบคลุมระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย
- 4 ศูนย์การเรียนปัญญาภิวัฒน์ การศึกษาผ่านระบบออนไลน์ (VDO Conference) กว่า 20 แห่งทั่วประเทศ

สร้างคน Case Study

สะสมกว่า 48,000 ราย

มูลค่าสนับสนุน 7,724 ล้านบาท



น้องแสบ กมลวรรณ รุ่งประเสริฐวงศ์
เกษตรกรรุ่นใหม่
บัณฑิตทุนการศึกษาจากสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สร้างงาน
กว่า 250,000 ราย

พนักงานเล่า เราฟัง

“พนักงานรายวันกับคุณแจ
สู่การเป็นหัวหน้า”



สร้างอาชีพ

กว่า 290,000 ราย
มูลค่าสนับสนุน 63,000 ล้านบาท



ผลลัพธ์ที่สำคัญ



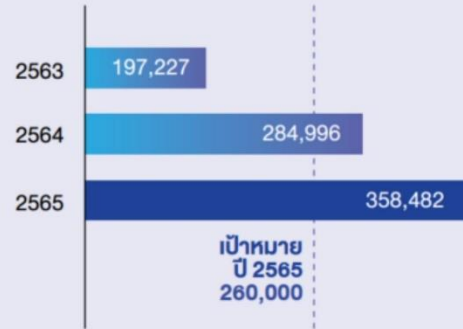
เป้าหมายปี 2573



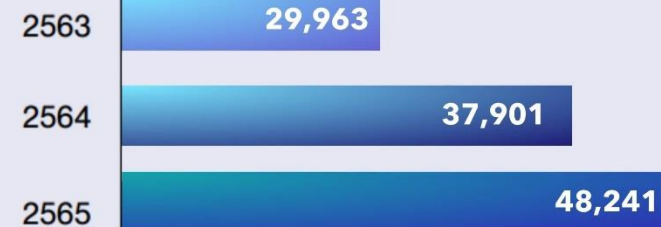
ความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว
(หน่วย : รายสะสม)

สนับสนุนเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึง
กลุ่มเปราะบาง ให้เข้าถึงการศึกษาทั้งใน
ระบบและนอกระบบ ให้มีทักษะทางเทคนิค
และอาชีพที่จำเป็นต่อการทำงาน รวมถึง
การส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต

จำนวน **500,000 ราย**



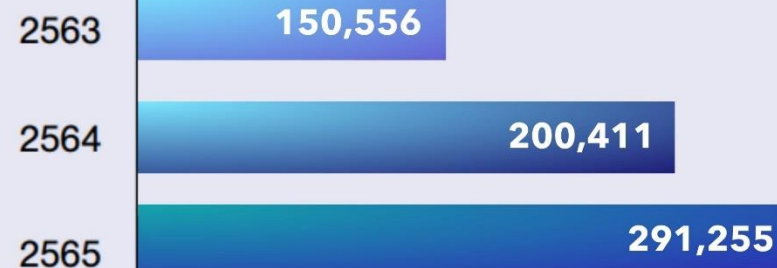
สร้างคน : นักศึกษา จบการศึกษาจาก PIM PAT (ราย)



สร้างงาน : จ้างงานชุมชน กลุ่มเปราะบาง

กว่า 250,000 ราย

สร้างอาชีพ : การสนับสนุน SME เกษตรกร กลุ่มเปราะบาง (ราย)





“ความภูมิใจเป็นอาหารใจของเรา”