

CPALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

กลยุทธ์ธุรกิจ



กลยุทธ์ความยั่งยืนระดับบริษัท ปี 2026-2028

Objective : **Brand Love** (สำคัญ)



Objective : **License to Operate** (จำเป็น)



กลยุทธ์ความยั่งยืนของซีพี ออลล์ ปี 2568-2570 ประกอบด้วย

กลยุทธ์ “3 สร้าง 2 ลด” เป็นแนวคิดที่ซีพี ออลล์ ได้บูรณาการแนวคิด ESG เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ดังนี้

1. สร้างภาพจำ “ชุมชนที่พึงชมเชย” ผ่านกลยุทธ์ 3 สร้าง ได้แก่

- **สร้างคน**– สร้างคนเก่ง คนดี มีความสามารถผ่านการศึกษา
- **สร้างอาชีพ** – จัดตั้งศูนย์ 7-Eleven สนับสนุน SME และเกษตรกรผ่าน “กลยุทธ์ 3 ให้” ให้ช่องทางขาย-ให้ความรู้-ให้การเชื่อมโยงเครือข่าย ภายใต้รับ “SME โตไกลไปด้วยกัน” โดยร่วมส่งเสริมพัฒนาสินค้า SME และเกษตรกรจำหน่ายผ่านร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ เป็นองค์กรที่สร้างงาน สร้างรายได้ สร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ผ่านการจ้างงานมากที่สุดในประเทศไทย
- **สร้างชุมชนอุ่นใจ** – ชูจุดแข็ง เชเวน อีเลฟเว่น เคียงคู่ชุมชน กว่า 15,245 สาขา เป็นแสงสว่าง และที่พึ่งชุมชนขับเคลื่อนภายใต้ DNA ความดี 24 ชั่วโมง เป็นองค์กรแห่งธรรมาภิบาล ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

2. สร้างภูมิคุ้มกัน “รับมือข้อต่อชุมชน” ผ่านกลยุทธ์ 2 ลด ได้แก่

- **ลดการใช้พลาสติก** ดำเนินการลดปริมาณพลาสติกที่ส่งเข้ากระบวนการฝังกลบให้น้อยที่สุด โดยการจัดการภายใต้แนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อสนับสนุนการนำขยะพลาสติกกลับมาสร้างมูลค่าเพิ่ม
- **ลดคาร์บอน** ใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดการใช้พลังงานหมุนเวียน ด้วยนวัตกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และมีความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล ESG

กลุ่มบริการ

CPALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ความเสี่ยงด้าน ESG



1. ความเสี่ยงจากการไม่บรรลุเป้าหมายการปล่อยคาร์บอนสุทธิเท่ากับศูนย์จากห่วงโซ่อุปทาน

อาจส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มขึ้น หากมีการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (พสบ. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ) และผู้ประกอบการรายใหญ่หรือ SMEs อาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันจากการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์

มาตรการและแนวทางจัดการ: กำหนดเป้าหมายและโครงสร้างมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นองค์กรที่เป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2573 และมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net zero emission) ภายในปี 2593 โดยมีการตั้งเป้าหมายที่อิงหลักวิทยาศาสตร์ (Science Based Targets initiative: SBTi) และสอดคล้องกับแนวทาง TCFD และ IFRS S2 ลงทุนและพัฒนานวัตกรรมการใช้พลังงานลงทุนพัฒนาในร้าน 7-Eleven ร่วมกับคู่ค้าการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ส่งเสริมคู่ค้าให้ร่วมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และจัดอบรม / ให้ความรู้คู่ค้าลำดับที่ 1 เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

2. ความเสี่ยงจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มากยิ่งขึ้น

คาดการณ์ว่าประเทศไทยจะเป็นสังคมสูงอายุระดับสุดยอด (Super Aged Society) ซึ่งมีประชากรสูงวัยเพิ่มขึ้นถึง 28% ของจำนวนประชากรทั่วประเทศ อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก

มาตรการและแนวทางจัดการ: การปรับกลยุทธ์สินค้า มุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ (อาหารโภชนาการเฉพาะ อาหารที่มีการเพิ่ม / ลดส่วนผสม) เพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุ

3. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี Generative AI ในธุรกิจ e-Commerce

แนวโน้มการขยายออนไลน์มีการใช้ Generative AI มากขึ้น, Live Commerce, Cross-border e-Commerce (สินค้าจีนราคาถูก), และผู้เล่นรายใหม่จากต่างประเทศเข้ามาทำชิง

มาตรการและแนวทางจัดการ: การลงทุนในเทคโนโลยี โดยลงทุนด้าน Generative AI เพื่อวิเคราะห์ความต้องการและนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการแบบเฉพาะตัวบุคคล (Personalization) การเพิ่มประสิทธิภาพโดยใช้ AI Ordering เพื่อช่วยคัดเลือกและสั่งสินค้าได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์และปัจจัยแวดล้อม ซึ่งคาดว่าจะสามารถเพิ่มรายได้เฉลี่ยต่อร้านต่อวันได้ 6-7% การสื่อสารพัฒนาช่องทางทางการสื่อสารที่หลากหลายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น TikTok, Instagram, X, Line, YouTube, และ Facebook รวมถึง Live Streaming เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์เชิงลึกและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กลุ่มบริการ

CPALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทตระหนักถึงวิกฤตการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และแสดงความมุ่งมั่นอย่างชัดเจนผ่านการกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ระยะที่ 2 (พ.ศ.2564–2573) มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี 2573 และมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 เพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ท้าทายงานด้าน บริษัทได้กำหนดแผนการดำเนินงานหลักภายใต้กลยุทธ์ "2 ลด" (ลดพลังงาน และ ลดพลาสติก) ซึ่งเป็นแกนหลักของนโยบาย "7 Go Green" ดังนี้

ลดคาร์บอน เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน-ลดใช้พลังงาน บริษัทมุ่งมั่นที่จะ "ลดพลังงาน" โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานสูงสุด และเร่งส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยความพยายามอย่างต่อเนื่องลงทุนและพัฒนานวัตกรรมการใช้พลังงานในร้าน 7-Eleven ร่วมกับคู่ค้ามาตั้งแต่ปี 2559 โดยการนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้ทดแทนอุปกรณ์เดิม เช่น การเปลี่ยนไปใช้หลอดไฟ LED และการพัฒนาอุปกรณ์ไมโครเวฟเป็นระบบ Inverter การปรับปรุงประสิทธิภาพของตู้แช่ และการปรับลดอุณหภูมิในการทำงานของระบบทำความเย็น นวัตกรรมเหล่านี้สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ถึง 47.71 ล้านหน่วย ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 21,069 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานกว่า 48.83 ล้านบาท ค่าเฉลี่ยการใช้ไฟฟ้าต่อสาขาต่อปี ลดลง 1.4% (เทียบกับปี 2564) และค่าเฉลี่ยการใช้ไฟฟ้าต่อตารางเมตรต่อปีลดลง 2.3% (เทียบกับปี 2564) นอกจากนี้ ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปในร้าน 7-Eleven ที่มีศักยภาพ 2,671 สาขา และทุกศูนย์กระจายสินค้าทั่วประเทศ 20 คลัง ช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 31,211 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ลดพลาสติก ที่จะถูกส่งเข้าสู่กระบวนการฝังกลบให้น้อยที่สุด ภายใต้แนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ด้วยการสร้างพฤติกรรมรักโลกในวงกว้าง รณรงค์และเชิญชวนลูกค้าทั่วประเทศลดการใช้พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้งอย่างต่อเนื่อง ผ่านแคมเปญสำคัญ เช่น การมอบคะแนนสะสมและส่วนลดค่าเครื่องดื่มเมื่อลูกค้านำถุงผ้าหรือแก้วมาใช้ซ้ำ คลิ๊กไม่รับ นับแต้ม ช่วยลดการใช้ Single-use plastic 23,546 ตัน การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Eco-Design) โดยออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ลดการใช้ Virgin plastic 1,432 ตัน รวมถึงนำกลับมาใช้ใหม่ในกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท เช่น ถุงหูหิ้ว พาเลทวางน้ำ ตะกร้า Shopping ซึ่งช่วยลดปริมาณการใช้พลาสติกกับธุรกิจกว่า 5,885 ตัน

กลุ่มบริการ

CPALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

การดำเนินงานด้านสังคม



เคียงคู่ชุมชน สร้างสรรค์สังคมยั่งยืน

บริษัทตระหนักถึงบทบาทในการเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ โดยใช้จุดแข็งของธุรกิจและเครือข่ายร้าน 7-Eleven กว่า 15,245 สาขาทั่วประเทศ เป็นกลไกสำคัญในการ "สร้างคน สร้างงาน" และ "สร้างอาชีพ สร้างชุมชนอุ่นใจ ส่งเสริมและสร้างมูลค่าที่หลากหลายต่อสังคม เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายสนับสนุนเยาวชน และกลุ่มเปราะบางให้เข้าถึงการศึกษา มีทักษะทางเทคนิคและอาชีพ 500,000 รายสะสม ภายในปี 2573 และพัฒนากิจการส่งเสริมอาชีพ SMEs และเกษตรกร 250,000 รายสะสม ในปี 2573

สนับสนุนการศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต “สร้างคน”

สนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาเพื่อส่งต่อโอกาสให้ชุมชน พัฒนากิจการการเรียนรู้-ทักษะอาชีพ-ทักษะชีวิต ด้วยกระบวนการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบที่ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติจริง (Active Learning) โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) ในการเรียนรู้ควบคู่กับการปฏิบัติจริง (Work-Based Learning) ผลดำเนินการสะสมปี 2561-2567 สนับสนุนทุนการศึกษา 237,429 ทุน มูลค่า 8,470 ล้านบาท มีผู้สำเร็จการศึกษา ปี 2567 กว่า 10,474 คน

การสร้างคุณค่าทางสังคมและสนับสนุนในระบบเศรษฐกิจ “สร้างอาชีพ สร้างชุมชนอุ่นใจ”

สนับสนุน SMEs และเกษตรกร จัดตั้งศูนย์ 7-Eleven สนับสนุน SMEs และเกษตรกร ดำเนินการภายใต้กรอบ “กลยุทธ์ 3 ให้” ให้ช่องทางขาย-ให้ความรู้-ให้การเชื่อมโยงเครือข่าย ภายใต้รับ “SMEs โตไกลไปด้วยกัน” โดย

- ส่งเสริมพัฒนาสินค้า SME และเกษตรกรจำหน่ายผ่านร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศกว่า 20,000 รายการ ผลลัพธ์ปี 2567 สนับสนุน SMEs และเกษตรกรกว่า 34,338 ราย มูลค่าการสนับสนุนกว่า 51,014 ล้านบาท
- เป็นที่พึ่งของชุมชน 24 ชั่วโมง โดยใช้จุดแข็งของร้าน 7-Eleven ในการเป็น "แสงสว่างและที่พึ่ง" ผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น การเป็นจุดรับแจ้งเหตุสำหรับนักท่องเที่ยว
- ติดตั้งเครื่องกระตุ้นหัวใจอัตโนมัติ (Automated External Defibrillator: AED) พร้อมช่วยเหลือฉุกเฉิน การจัดอบรมดับเพลิง-อพยพหนีไฟ
- สนับสนุนพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มเปราะบาง
- เดินหน้าโครงการรักน้องหมา 24 ชม. ตั้งแต่การกำหนดสัตว์ การจัดอบรมผู้เลี้ยง การฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า ตลอดจนช่วยเหลือสัตว์ในช่วงภัยพิบัติ สะท้อนปณิธาน “Giving and Sharing”
- ที่มุ่งสร้างสังคมที่ดูแลเอาใจใส่กัน

กลุ่มบริการ

CPALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ/บรรษัทภิบาล



บริษัทมุ่งมั่นยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ด้วยการนำเทคโนโลยีและ AI มาผสานเข้ากับกลยุทธ์ด้านคนและเทคโนโลยี (People & Technology Strategy) ดังนี้

1. การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Customer Experience & Efficiency) บริษัทใช้เทคโนโลยีตลอดห่วงโซ่คุณค่าเพื่อสร้างความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพ
เพิ่มประสบการณ์ลูกค้า: พัฒนา 7App ให้เป็นแพลตฟอร์ม All Convenience โดยใช้ Generative AI วิเคราะห์ความต้องการลูกค้าแบบเฉพาะบุคคล (Personalization) และใช้ Smart Vending Machine กว่า 4,200 ตู้ทั่วประเทศ เพื่อลดโอกาสในการขายที่สูญเสียไป
เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน: ใช้ AI Ordering เพื่อสั่งสินค้าเข้าร้านสาขาอย่างแม่นยำ ใช้ RPA และระบบอัตโนมัติในคลังสินค้าและโรงงาน พร้อมทั้งใช้ Big Data และ IoT ในร้านสาขาเพื่อการจัดการที่รวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น
2. การเตรียมความพร้อมขององค์กรเพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านเชิงดิจิทัลอย่างยั่งยืน (People & Governance) เน้นการสร้างกำลังคนที่มีประสิทธิภาพสูง (Intelligent Workforce) และการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี
พัฒนาทุนมนุษย์: เร่ง Up-skilling/Re-skilling พนักงานด้านดิจิทัล (เช่น Data Analytic, Automation Skill) และจัดหลักสูตร Generative AI Training เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับงานในอนาคต รวมถึงพัฒนากฎะพนักงานร้านให้รองรับกลยุทธ์ O2O (Online-to-Offline) การตลาดที่ผสานช่องทางออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างประสบการณ์ลูกค้าที่ราบรื่นตั้งแต่การค้นหาข้อมูลออนไลน์ไปจนถึงการซื้อจริงที่หน้าร้าน
การกำกับดูแล: แต่งตั้ง Chief Security Officer (CSO) บริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี และจัดทำโครงการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ต่อเนื่อง พร้อมใช้ ARI (All Risk Intelligence) ในการประเมินและรายงานความเสี่ยงด้านความยั่งยืนและภัยคุกคามใหม่ ๆ

กลุ่มบริการ